

NEXT IAS

नैतिकता, सत्यनिष्ठा और अभिरुचि

सिविल सेवा परीक्षा 2026



द्वारा प्रकाशित



MADE EASY Publications Pvt. Ltd.

कॉर्पोरेट कार्यालय: 44-A/4, कालू सराय
(हौज़ खास मेट्रो स्टेशन के निकट), नई दिल्ली-110016

संपर्क सूत्र: 011-45124660, 8860378007

ई-मेल करें: infomep@madeeasy.in

विजिट करें: www.madeeasypublications.org

नैतिकता, सत्यनिष्ठा और अभिरुचि

© कॉपीराइट: **Made Easy Publications Pvt. Ltd.**

सर्वाधिकार सुरक्षित। इस प्रकाशन के किसी भी अंश का प्रतिलिपिकरण, पुनर्मुद्रण, प्रस्तुतीकरण और किसी ऐसे यंत्र में संग्रहण नहीं किया जा सकता, जिससे इसकी पुनर्प्राप्ति की जा सकती हो अथवा इसका स्थानांतरण, किसी भी रूप में या किसी भी माध्यम (इलेक्ट्रॉनिक, यांत्रिक, फोटो-प्रतिलिपि, रिकॉर्डिंग या किसी अन्य प्रकार) से उपर्युक्त उल्लिखित प्रकाशक की लिखित पूर्वानुमति के बिना नहीं किया जा सकता है।

प्रथम संस्करण: 2024

द्वितीय संस्करण: 2025

विषयसूची

नैतिकता, सत्यनिष्ठा और अभिरुचि

अध्याय 1		अध्याय 2	
नीतिशास्त्र तथा मानवीय सह-संबंध (Ethics and Human Interface)	1	मूल्य (Values).....	20
1.1 नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Ethics).....	1	2.1 परिचय (Introduction)	20
1.1.1 नीतिशास्त्र का विकास (Evolution of Ethics).....	1	2.1.1 परिभाषा (Definition).....	20
1.1.2 नीतिशास्त्र के अध्ययन की आवश्यकता (Need to Study Ethics)	3	2.2 मूल्यों के प्रकार (Types of Values).....	21
1.1.3 नीतिशास्त्र में विभिन्नता (Differentiating Ethics).....	4	2.2.1 पदानुक्रमिक व्यवस्था (Hierarchical Arrangement).....	21
1.1.4 सही और गलत के स्रोत (Sources of Right and Wrong).....	5	2.3 मूल्यों की मुख्य विशेषताएँ (Main Features of Values).....	22
1.2 नैतिक निर्णयन (Ethical Decision Making).....	6	2.4 मूल्यों का महत्त्व (Importance of Values).....	22
1.3 नीतिशास्त्र के आयाम (Dimensions of Ethics).....	6	2.5 मूल्यों के कार्य (Functions of Values)	22
1.4 गैर-मानकीय दृष्टिकोण (Non-Normative Approaches)	7	2.6 मूल्यों की सार्वभौमिकता (Universality of Values)	23
1.4.1 अधि-नीतिशास्त्र (Meta Ethics)	7	2.6.1 सार्वभौमवाद बनाम सापेक्षवाद (Universalism v/s Relativism).....	23
1.5 मानकीय नीतिशास्त्र (Normative Ethics).....	7	2.6.2 सार्वभौमिक मूल्य (Universal Values).....	23
1.5.1 सामान्य मानकीय नीतिशास्त्र (General Normative Ethics)	7	2.7 मूल्यों को अंतर्निविष्ट करना (Inculcating Values)	24
1.5.2 व्यावहारिक या अनुप्रयुक्त नीतिशास्त्र (Applied Ethics).....	10	2.8 समसामयिक विश्व में मूल्य संकट (Value Crisis in Contemporary World)	27
1.6 सार्वजनिक और निजी संबंधों में नीतिशास्त्र (Ethics in Public and Private Relationships)	18	2.8.1 परिचय (Introduction).....	27
		2.8.2 मूल्य संकट के कारण (Reasons for Value Crisis)	28
		2.9 मूल्यों की पुनर्स्थापना (Restoration of Values)	29
		2.10 प्रमुख व्यक्तित्व से सीख (Lessons from Personalities)	29
		2.10.1 भारतीय नेतृत्वकर्ता (Indian Leaders).....	29
		2.10.2 विश्व के अन्य देशों के नेतृत्वकर्ता (Leaders around the World)	37
अध्याय 3		अध्याय 3	
		अभिवृत्ति (Attitude).....	39
		3.1 परिचय (Introduction)	39
		3.1.1 परिभाषा (Definition)	39
		3.1.2 अवयव (Components).....	39
		3.1.3 तुलना (Comparison).....	39
		3.2 अभिवृत्ति के प्रकार (Types of Attitude).....	40
		3.3 अभिवृत्ति के कार्य (Functions of Attitude).....	41
		3.4 अभिवृत्ति की विशेषताएँ (Properties of Attitude)	41
		3.5 नैतिक अभिवृत्ति (Moral Attitude).....	42
		3.6 अभिवृत्ति-व्यवहार संबंध (Attitude-Behaviour Relationship).....	42

3.7	पूर्वाग्रह और भेदभाव (Prejudice and Discrimination).....	43
3.7.1	पूर्वाग्रह (Prejudice).....	43
3.7.2	भेदभाव (Discrimination).....	44
3.8	सिविल सेवा में अभिवृत्ति (Attitude in Civil Services).....	44
3.9	अभिवृत्ति निर्माण के सिद्धांत (Theories of Attitude Formation).....	45
3.10	संज्ञानात्मक विसंगति (Cognitive Dissonance).....	46
3.11	सामाजिक प्रभाव (Social Influence).....	46
3.11.1	परिचय (Introduction).....	46
3.11.2	स्रोत (Sources).....	46
3.11.3	प्रकार (Types).....	47
3.11.4	सामाजिक प्रभाव के सिद्धांत (Principles of Social Influence).....	48
3.12	अनुनयन या अनुनय (Persuasion).....	48
3.12.1	प्रक्रिया (Process).....	49
3.12.2	अनुनयन और अभिवृत्ति परिवर्तन (Persuasion and Attitude Change).....	49
3.12.3	किसी व्यक्ति को अधिक अनुनयात्मक बनाने वाले कारक (Factors Making an Individual more Persuasive).....	50
3.12.4	अनुनयन का विरोध (Resisting Persuasion).....	51

अध्याय 4

सिविल सेवा के लिए

अभिरुचि (अभिक्षमता) और बुनियादी मूल्य

(Aptitude and Foundational Values for Civil Service).....	53
4.1 अभिरुचि या अभिक्षमता (Aptitude).....	53
4.2 सिविल सेवाओं के आधारभूत मूल्य (Foundational Values of Civil Services).....	53
4.3 सिविल सेवाओं में मूल्यों पर द्वितीय एआरसी (2nd ARC on Values in Civil Services).....	57

अध्याय 5

भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence).....

5.1 भावनाओं का परिचय (Introduction to Emotions).....	59
5.1.1 परिभाषा (Definition).....	59
5.1.2 पॉल एकमैन की आधारिक मूल भावनाएँ (Paul Ekman's Basic Emotions).....	59
5.1.3 भावना के कार्य (Functions of Emotion).....	59

5.2 भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence).....	61
5.2.1 परिचय (Introduction).....	61
5.2.2 परिभाषाएँ (Definitions).....	62
5.3 भावनात्मक बुद्धिमत्ता का महत्व (Significance of EI).....	66
5.4 कार्यस्थल पर भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence at Work Place).....	68
5.5 शासन में भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence in Governance).....	68
5.6 भावनात्मक बुद्धिमत्ता और नेतृत्व (Emotional Intelligence and Leadership).....	69
5.7 भावनात्मक बुद्धिमत्ता के नकारात्मक पक्ष (Downsides of Emotional Intelligence).....	70

अध्याय 6

नैतिक विचारक और दार्शनिक

(Moral Thinkers and Philosophers).....	72
6.1 परिचय (Introduction).....	72
6.2 पाश्चात्य (Western).....	72
6.2.1 सुक्रात (Socrates).....	72
6.2.2 प्लेटो (Plato).....	72
6.2.3 अरस्तू (Aristotle).....	73
6.2.4 इमैनुअल कांट (Immanuel Kant).....	74
6.2.5 जेरेमी बेंथम (Jeremy Bentham).....	75
6.3.6 जॉन स्टुअर्ट मिल (John Stuart Mill).....	76
6.2.7 एपिक्यूरस (Epicurus).....	77
6.2.8 थॉमस हॉब्स (Thomas Hobbes).....	78
6.2.9 जॉन लॉक (John Locke).....	78
6.2.10 जॉन-जैक्स रूसो (Jean-Jacques Rousseau).....	79
6.2.11 जॉन रॉल्स (John Rawls).....	80
6.2.12 कन्फ्यूशियस (Confucius).....	81
6.2.13 कार्ल मार्क्स (Karl Marx).....	82
6.2.14 हेगेल (Hegel).....	83
6.2.15 कैरोल गिलिगन (Carol Gilligan).....	84
6.2.16 थॉमस जेफरसन (Thomas Jefferson).....	84
6.2.17 थॉमस एक्विनास (Thomas Aquinas).....	85

6.5.18	एल्टन मेयो (Elton Mayo).....	86	7.1.3	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र के निर्धारक तत्त्व (Determinants of Ethics in Public Administration)	107
6.5.19	मैरी पार्कर फॉलेट (Mary Parker Follett).....	87	7.1.4	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र की स्थिति (Status of Ethics in Public Administration)	108
6.5.20	मैक्स वेबर (Max Weber).....	88	7.2	नैतिक चिंताएँ तथा दुविधाएँ (Ethical Concerns and Dilemma).....	109
6.5.21	डायोजनीज (Diogenes)	89	7.2.1	नैतिक दुविधा की शर्तें (Conditions for Ethical Dilemma).....	109
6.5.22	हेनरी डेविड थोरो (Henry David Thoreau) .	90	7.2.2	लोक सेवकों के समक्ष उत्पन्न होने वाली नैतिक दुविधाएँ (Ethical Dilemmas Faced by Public Servants)	109
6.5.23	जॉन डेवी (John Dewey)	91	7.2.3	निजी क्षेत्र में नैतिक चिंताएँ और दुविधाएँ (Ethical Concerns and Dilemma in the Private Sector).....	110
6.5.24	विलियम जेम्स (William James)	91	7.2.4	नियोक्ता-कर्मचारी संबंधों से जुड़े नैतिक मुद्दे (Ethical Issues Related to Employer-Employee Relationship).....	111
6.5.25	आर्थर शोपेनहावर (Arthur Schopenhauer) .	92	7.3	नैतिक मार्गदर्शन के स्रोत (Sources of Ethical Guidance)	112
6.5.26	ऑगस्टीन ऑफ हिप्पो (Augustine of Hippo)	93	7.3.1	नैतिकता के स्रोत के रूप में विधि (Laws as a Source of Ethics).....	112
6.5.27	मैकियावेली (Machiavelli)	93	7.3.2	कानून और नीतिशास्त्र के बीच संबंध (Relationship between Law and Ethics)	112
6.5.28	मैरी वोलस्टोनक्राफ्ट (Mary Wollstonecraft) .	94	7.3.3	नैतिकता के स्रोत के रूप में अंतरात्मा (Conscience as a Source of Ethics) ...	113
6.3	भारतीय (Indian).....	95	7.3.4	विधि और नियम का अंतरात्मा से संघर्ष (When Laws and Rules are in Conflict with Conscience).....	114
6.3.1	आदि शंकराचार्य (Adi Shankaracharya)	95	7.4	उत्तरदायित्व तथा नैतिक शासन (Accountability and Ethical Governance).....	114
6.3.2	चाणक्य (Chanakya).....	96	7.4.1	उत्तरदायित्व का परिचय (Introduction to Accountability)	114
6.3.3	महात्मा गाँधी (Mahatma Gandhi)	97	7.4.2	शासन के प्रति उत्तरदायित्व का महत्व (Importance of Accountability to Governance)	114
6.3.4	बुद्ध (Buddha).....	97	7.4.3	उत्तरदायित्व के प्रकार (Types of Accountability).....	115
6.3.5	स्वामी दयानंद सरस्वती (Swami Dayanand Saraswati).....	99	7.4.4	उत्तरदायित्व लागू करने की रणनीति (Strategy to Enforce Accountability)...	117
6.3.6	स्वामी विवेकानंद (Swami Vivekananda)....	99			
6.3.7	राजा राममोहन रॉय (Raja Ram Mohan Roy)	100			
6.3.8	दलाई लामा (Dalai Lama).....	101			
6.3.9	तिरुवल्लुवर (Thiruvalluvar).....	102			
6.3.10	रवींद्रनाथ टैगोर (Rabindranath Tagore)...	103			
6.3.11	अरबिंदो घोष (Aurobindo Ghosh).....	104			
6.3.12	जवाहरलाल नेहरू (Jawaharlal Nehru)	104			
6.3.13	अमर्त्य सेन और नीतिशास्त्र के प्रति उनका क्षमता दृष्टिकोण (Amartya Sen - his Capabilities Approach to Ethics).....	105			

अध्याय 7

लोक प्रशासन में लोक/सिविल सेवा मूल्य तथा नीतिशास्त्र
(Public/Civil Service Values and Ethics in Public Administration)

7.1	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Ethics in Public Administration)	107
7.1.1	लोक प्रशासन (Public Administration).....	107
7.1.2	लोक प्रशासन में नैतिकता की आवश्यकता (Need for Ethics in Public Administration)	107

7.5	शासन में नीतिशास्त्रीय और नैतिक मूल्यों को सुदृढ़ करना (Strengthening of Ethical and Moral Values in Governance).....	118
7.6	अंतर्राष्ट्रीय संबंधों में नैतिक मुद्दे और वित्तपोषण (Ethical Issues in International Relation and Funding).....	119
7.6.1	परिचय (Introduction).....	119
7.6.2	अंतर्राष्ट्रीय संबंधों में नीतिशास्त्रीय सिद्धांत (Principles of Ethics in International Relations).....	120
7.6.3	निहित नैतिक मुद्दे (Ethical Issues Involved)	120
7.7	अंतर्राष्ट्रीय वित्तपोषण का नीतिशास्त्र (Ethics of International Funding)	122
7.7.1	विदेशी सहायता का मामला (Case for Foreign Aid).....	122
7.7.2	विदेशी सहायता के विरुद्ध मामला (Case against Foreign Aid)	122

अध्याय 8

कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance).....		123
8.1	व्यावसायिक नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Business Ethics).....	123
8.2	प्रबंधन प्रथाओं में नीतिशास्त्र का महत्त्व (Importance of Ethics in Management Practices).....	123
8.3	कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance).....	124
8.3.1	परिचय (Introduction).....	124
8.3.2	अच्छी कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था के सिद्धांत (Principles of Good Corporate Governance)	125
8.3.3	बेहतर कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था की आवश्यकता (Need of Good Corporate Governance)	125
8.4	कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था के मॉडल (Models of Corporate Governance).....	126
8.5	भारत में कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance in India).....	127
8.5.1	आवश्यकता और महत्त्व (Need and Significance)	127

8.5.2	मार्गदर्शक सिद्धांत (Guiding Principles)....	127
8.5.3	विनियामक ढाँचा (Regulatory Framework)	128
8.6	कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (Corporate Social Responsibility CSR).....	130
8.6.1	अवधारणा (Concept).....	130
8.6.2	परिभाषा (Definition)	130
8.6.3	भारत में CSR (CSR in India).....	130

अध्याय 9

शासन की शुचितता (Probity in Governance).....		132
9.1	लोक सेवाओं की अवधारणा (Concept of Public Services).....	132
9.1.1	परिचय (Introduction).....	132
9.2	शासन का दार्शनिक आधार (Philosophical Basis of Governance)	132
	परिभाषा (Definition)	132
9.3	शुचितता और भ्रष्टाचार (Probity and Corruption).....	133
	शुचितता के सिद्धांत (Principles of Probity)	133
9.4	शासन में सूचना साझाकरण और पारदर्शिता (Information Sharing and Transparency in Governance)	135
9.4.1	परिचय (Introduction).....	135
9.4.2	परिभाषा (Definition)	135
9.4.3	शासन में पारदर्शिता का महत्त्व (Importance of Transparency in Governance)	135
9.4.4	सूचना का अधिकार (Right to Information).....	136
9.4.5	ह्विसलब्लोइंग (Whistleblowing).....	139
9.5	प्रशासनिक नीतिशास्त्र (Administrative Ethics).....	140
9.5.1	परिचय (Introduction).....	140
9.5.2	प्रशासन में नीतिशास्त्र की आवश्यकता (Need for Ethics in Administration).....	141
9.6	नागरिक घोषणा-पत्र/अधिकार-पत्र (Citizen's Charter)	143
9.6.1	परिचय (Introduction).....	143
9.6.2	नागरिक घोषणा-पत्र का औचित्य (Rationale of Citizen's Charter).....	144
9.6.3	नागरिक घोषणा-पत्र/अधिकार-पत्र के घटक (Components of Citizen's Charter)	144

9.6.4	सरकार से नागरिकों की अपेक्षाएँ (Expectations of Citizens from Government)	144	9.9.2	महत्त्व (Importance).....	150
9.6.5	केस स्टडी: जन सेवा केंद्र, अहमदाबाद (Case Study: Jan Sewa Kendra, Ahmedabad)	144	9.9.3	भारत का अनुभव (Indian Experience)	151
9.6.6	कार्यान्वयन में समस्याएँ (Issues in Implementation)	145	9.9.4	भारत में सेवा वितरण की निम्न गुणवत्ता के कारण (Causes of Low Quality of Service Delivery in India).....	152
9.7	कार्य संस्कृति (Work Culture).....	146	9.9.5	सेवा वितरण में सुधार हेतु उपाय (Ways to Improve Service Delivery) ...	152
9.7.1	परिचय (Introduction).....	146	9.9.6	सेवोत्तम मॉडल (Sevottam Model).....	153
9.7.2	कार्य संस्कृति के प्रकार (Types of Work Culture).....	147	9.10	भ्रष्टाचार (Corruption).....	155
9.7.3	विशेषता (Attributes).....	147	9.10.1	परिभाषा (Definition)	155
9.7.4	सुधार का मार्ग (Ways to Improve).....	148	9.10.2	विभिन्न रूप (Various Forms).....	155
9.8	लोक निधियों का उपयोग (Utilization of Public Funds).....	148	9.10.3	वर्गीकरण (Classification)	155
9.8.1	अर्थ (Meaning)	148	9.10.4	भ्रष्टाचार के तरीके (Modes of Corruption)	156
9.8.2	सार्वजनिक निधि के उपयोग के क्षेत्र (Areas of Utilization of Public Funds) .	149	9.10.5	भारत में भ्रष्टाचार की प्रकृति और स्थिति (Nature and Status of Corruption in India)	156
9.8.3	लोक निधि के नैतिक उपयोग की आवश्यकता (Need for Ethical Utilization of Public Funds).....	149	9.10.6	एक विकृत व्यवहार के रूप में भ्रष्टाचार (Corruption as a Deviant Behavior)	156
9.8.4	लोक निधियों के अनैतिक उपयोग के कारण (Reasons for Unethical use of Public Funds)	149	9.10.7	समाज में नैतिक पतन के संकेत के रूप में भ्रष्टाचार (Corruption as a Sign of Moral Decline in Society).....	156
9.8.5	सार्वजनिक वित्तीय प्रबंधन प्रणाली (Public Finance Management System: PFMS)	150	9.10.8	भ्रष्टाचार के परिणाम (Consequences of Corruption)	156
9.9	सेवा वितरण की गुणवत्ता (Quality of Service Delivery).....	150	9.10.9	भ्रष्टाचार से निपटने की रणनीतियाँ (Strategies to Tackle Corruption).....	158
9.9.1	परिचय (Introduction).....	150	विगत वर्षों के प्रश्न (2013 से 2017)	160	
			केस स्टडीज़: अभ्यास प्रश्न.....	196	
			सिविल सेवा परीक्षा (CSE) मुख्य परीक्षा:		
			पिछले वर्ष के प्रश्न	204	



विषयसूची

नैतिकता, सत्यनिष्ठा और अभिरुचि

अध्याय 1		अध्याय 2	
नीतिशास्त्र तथा मानवीय सह-संबंध (Ethics and Human Interface)	1	मूल्य (Values).....	20
1.1 नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Ethics).....	1	2.1 परिचय (Introduction)	20
1.1.1 नीतिशास्त्र का विकास (Evolution of Ethics).....	1	2.1.1 परिभाषा (Definition).....	20
1.1.2 नीतिशास्त्र के अध्ययन की आवश्यकता (Need to Study Ethics)	3	2.2 मूल्यों के प्रकार (Types of Values).....	21
1.1.3 नीतिशास्त्र में विभिन्नता (Differentiating Ethics).....	4	2.2.1 पदानुक्रमिक व्यवस्था (Hierarchical Arrangement).....	21
1.1.4 सही और गलत के स्रोत (Sources of Right and Wrong).....	5	2.3 मूल्यों की मुख्य विशेषताएँ (Main Features of Values).....	22
1.2 नैतिक निर्णयन (Ethical Decision Making).....	6	2.4 मूल्यों का महत्त्व (Importance of Values).....	22
1.3 नीतिशास्त्र के आयाम (Dimensions of Ethics).....	6	2.5 मूल्यों के कार्य (Functions of Values)	22
1.4 गैर-मानकीय दृष्टिकोण (Non-Normative Approaches)	7	2.6 मूल्यों की सार्वभौमिकता (Universality of Values)	23
1.4.1 अधि-नीतिशास्त्र (Meta Ethics)	7	2.6.1 सार्वभौमवाद बनाम सापेक्षवाद (Universalism v/s Relativism).....	23
1.5 मानकीय नीतिशास्त्र (Normative Ethics).....	7	2.6.2 सार्वभौमिक मूल्य (Universal Values).....	23
1.5.1 सामान्य मानकीय नीतिशास्त्र (General Normative Ethics)	7	2.7 मूल्यों को अंतर्निविष्ट करना (Inculcating Values)	24
1.5.2 व्यावहारिक या अनुप्रयुक्त नीतिशास्त्र (Applied Ethics).....	10	2.8 समसामयिक विश्व में मूल्य संकट (Value Crisis in Contemporary World)	27
1.6 सार्वजनिक और निजी संबंधों में नीतिशास्त्र (Ethics in Public and Private Relationships)	18	2.8.1 परिचय (Introduction).....	27
		2.8.2 मूल्य संकट के कारण (Reasons for Value Crisis)	28
		2.9 मूल्यों की पुनर्स्थापना (Restoration of Values)	29
		2.10 प्रमुख व्यक्तित्व से सीख (Lessons from Personalities)	29
		2.10.1 भारतीय नेतृत्वकर्ता (Indian Leaders).....	29
		2.10.2 विश्व के अन्य देशों के नेतृत्वकर्ता (Leaders around the World)	37
अध्याय 3		अध्याय 3	
		अभिवृत्ति (Attitude).....	39
		3.1 परिचय (Introduction)	39
		3.1.1 परिभाषा (Definition)	39
		3.1.2 अवयव (Components).....	39
		3.1.3 तुलना (Comparison).....	39
		3.2 अभिवृत्ति के प्रकार (Types of Attitude).....	40
		3.3 अभिवृत्ति के कार्य (Functions of Attitude).....	41
		3.4 अभिवृत्ति की विशेषताएँ (Properties of Attitude)	41
		3.5 नैतिक अभिवृत्ति (Moral Attitude).....	42
		3.6 अभिवृत्ति-व्यवहार संबंध (Attitude-Behaviour Relationship).....	42

3.7	पूर्वाग्रह और भेदभाव (Prejudice and Discrimination).....	43
3.7.1	पूर्वाग्रह (Prejudice)	43
3.7.2	भेदभाव (Discrimination)	44
3.8	सिविल सेवा में अभिवृत्ति (Attitude in Civil Services)	44
3.9	अभिवृत्ति निर्माण के सिद्धांत (Theories of Attitude Formation)	45
3.10	संज्ञानात्मक विसंगति (Cognitive Dissonance).....	46
3.11	सामाजिक प्रभाव (Social Influence).....	46
3.11.1	परिचय (Introduction).....	46
3.11.2	स्रोत (Sources)	46
3.11.3	प्रकार (Types).....	47
3.11.4	सामाजिक प्रभाव के सिद्धांत (Principles of Social Influence).....	48
3.12	अनुनयन या अनुनय (Persuasion).....	48
3.12.1	प्रक्रिया (Process).....	49
3.12.2	अनुनयन और अभिवृत्ति परिवर्तन (Persuasion and Attitude Change)	49
3.12.3	किसी व्यक्ति को अधिक अनुनयात्मक बनाने वाले कारक (Factors Making an Individual more Persuasive)	50
3.12.4	अनुनयन का विरोध (Resisting Persuasion).....	51

अध्याय 4

सिविल सेवा के लिए

अभिरुचि (अभिक्षमता) और बुनियादी मूल्य

(Aptitude and Foundational Values for Civil Service).....	53
4.1 अभिरुचि या अभिक्षमता (Aptitude)	53
4.2 सिविल सेवाओं के आधारभूत मूल्य (Foundational Values of Civil Services)	53
4.3 सिविल सेवाओं में मूल्यों पर द्वितीय एआरसी (2nd ARC on Values in Civil Services)	57

अध्याय 5

भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence).....

5.1 भावनाओं का परिचय (Introduction to Emotions)	59
5.1.1 परिभाषा (Definition)	59
5.1.2 पॉल एकमैन की आधारिक मूल भावनाएँ (Paul Ekman's Basic Emotions).....	59
5.1.3 भावना के कार्य (Functions of Emotion)	59

5.2 भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence).....	61
5.2.1 परिचय (Introduction).....	61
5.2.2 परिभाषाएँ (Definitions)	62
5.3 भावनात्मक बुद्धिमत्ता का महत्व (Significance of EI).....	66
5.4 कार्यस्थल पर भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence at Work Place).....	68
5.5 शासन में भावनात्मक बुद्धिमत्ता (Emotional Intelligence in Governance)	68
5.6 भावनात्मक बुद्धिमत्ता और नेतृत्व (Emotional Intelligence and Leadership).....	69
5.7 भावनात्मक बुद्धिमत्ता के नकारात्मक पक्ष (Downsides of Emotional Intelligence)	70

अध्याय 6

नैतिक विचारक और दार्शनिक

(Moral Thinkers and Philosophers).....	72
6.1 परिचय (Introduction)	72
6.2 पाश्चात्य (Western)	72
6.2.1 सुक्रात (Socrates).....	72
6.2.2 प्लेटो (Plato).....	72
6.2.3 अरस्तू (Aristotle).....	73
6.2.4 इमैनुअल कांट (Immanuel Kant).....	74
6.2.5 जेरेमी बेंथम (Jeremy Bentham)	75
6.3.6 जॉन स्टुअर्ट मिल (John Stuart Mill)	76
6.2.7 एपिक्यूरस (Epicurus).....	77
6.2.8 थॉमस हॉब्स (Thomas Hobbes)	78
6.2.9 जॉन लॉक (John Locke).....	78
6.2.10 जीन-जैक्स रूसो (Jean-Jacques Rousseau)	79
6.2.11 जॉन रॉल्स (John Rawls).....	80
6.2.12 कन्फ्यूशियस (Confucius).....	81
6.2.13 कार्ल मार्क्स (Karl Marx)	82
6.2.14 हेगेल (Hegel)	83
6.2.15 कैरोल गिलिगन (Carol Gilligan)	84
6.2.16 थॉमस जेफरसन (Thomas Jefferson)	84
6.2.17 थॉमस एक्विनास (Thomas Aquinas).....	85

6.5.18	एल्टन मेयो (Elton Mayo).....	86	7.1.3	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र के निर्धारक तत्त्व (Determinants of Ethics in Public Administration)	107
6.5.19	मैरी पार्कर फॉलेट (Mary Parker Follett).....	87	7.1.4	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र की स्थिति (Status of Ethics in Public Administration)	108
6.5.20	मैक्स वेबर (Max Weber).....	88	7.2	नैतिक चिंताएँ तथा दुविधाएँ (Ethical Concerns and Dilemma).....	109
6.5.21	डायोजनीज (Diogenes)	89	7.2.1	नैतिक दुविधा की शर्तें (Conditions for Ethical Dilemma).....	109
6.5.22	हेनरी डेविड थोरो (Henry David Thoreau) .	90	7.2.2	लोक सेवकों के समक्ष उत्पन्न होने वाली नैतिक दुविधाएँ (Ethical Dilemmas Faced by Public Servants)	109
6.5.23	जॉन डेवी (John Dewey)	91	7.2.3	निजी क्षेत्र में नैतिक चिंताएँ और दुविधाएँ (Ethical Concerns and Dilemma in the Private Sector).....	110
6.5.24	विलियम जेम्स (William James)	91	7.2.4	नियोक्ता-कर्मचारी संबंधों से जुड़े नैतिक मुद्दे (Ethical Issues Related to Employer-Employee Relationship).....	111
6.5.25	आर्थर शोपेनहावर (Arthur Schopenhauer) .	92	7.3	नैतिक मार्गदर्शन के स्रोत (Sources of Ethical Guidance)	112
6.5.26	ऑगस्टीन ऑफ हिप्पो (Augustine of Hippo)	93	7.3.1	नैतिकता के स्रोत के रूप में विधि (Laws as a Source of Ethics).....	112
6.5.27	मैकियावेली (Machiavelli)	93	7.3.2	कानून और नीतिशास्त्र के बीच संबंध (Relationship between Law and Ethics)	112
6.5.28	मैरी वोलस्टोनक्राफ्ट (Mary Wollstonecraft) .	94	7.3.3	नैतिकता के स्रोत के रूप में अंतरात्मा (Conscience as a Source of Ethics) ...	113
6.3	भारतीय (Indian).....	95	7.3.4	विधि और नियम का अंतरात्मा से संघर्ष (When Laws and Rules are in Conflict with Conscience).....	114
6.3.1	आदि शंकराचार्य (Adi Shankaracharya)	95	7.4	उत्तरदायित्व तथा नैतिक शासन (Accountability and Ethical Governance).....	114
6.3.2	चाणक्य (Chanakya).....	96	7.4.1	उत्तरदायित्व का परिचय (Introduction to Accountability)	114
6.3.3	महात्मा गाँधी (Mahatma Gandhi)	97	7.4.2	शासन के प्रति उत्तरदायित्व का महत्व (Importance of Accountability to Governance)	114
6.3.4	बुद्ध (Buddha).....	97	7.4.3	उत्तरदायित्व के प्रकार (Types of Accountability).....	115
6.3.5	स्वामी दयानंद सरस्वती (Swami Dayanand Saraswati).....	99	7.4.4	उत्तरदायित्व लागू करने की रणनीति (Strategy to Enforce Accountability)...	117
6.3.6	स्वामी विवेकानंद (Swami Vivekananda)....	99			
6.3.7	राजा राममोहन रॉय (Raja Ram Mohan Roy)	100			
6.3.8	दलाई लामा (Dalai Lama).....	101			
6.3.9	तिरुवल्लुवर (Thiruvalluvar).....	102			
6.3.10	रवींद्रनाथ टैगोर (Rabindranath Tagore)...	103			
6.3.11	अरबिंदो घोष (Aurobindo Ghosh).....	104			
6.3.12	जवाहरलाल नेहरू (Jawaharlal Nehru)	104			
6.3.13	अमर्त्य सेन और नीतिशास्त्र के प्रति उनका क्षमता दृष्टिकोण (Amartya Sen - his Capabilities Approach to Ethics).....	105			

अध्याय 7

लोक प्रशासन में लोक/सिविल सेवा मूल्य तथा नीतिशास्त्र
(Public/Civil Service Values and Ethics in Public Administration)

7.1	लोक प्रशासन में नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Ethics in Public Administration)	107
7.1.1	लोक प्रशासन (Public Administration).....	107
7.1.2	लोक प्रशासन में नैतिकता की आवश्यकता (Need for Ethics in Public Administration)	107

7.5	शासन में नीतिशास्त्रीय और नैतिक मूल्यों को सुदृढ़ करना (Strengthening of Ethical and Moral Values in Governance).....	118
7.6	अंतर्राष्ट्रीय संबंधों में नैतिक मुद्दे और वित्तपोषण (Ethical Issues in International Relation and Funding).....	119
7.6.1	परिचय (Introduction).....	119
7.6.2	अंतर्राष्ट्रीय संबंधों में नीतिशास्त्रीय सिद्धांत (Principles of Ethics in International Relations).....	120
7.6.3	निहित नैतिक मुद्दे (Ethical Issues Involved)	120
7.7	अंतर्राष्ट्रीय वित्तपोषण का नीतिशास्त्र (Ethics of International Funding)	122
7.7.1	विदेशी सहायता का मामला (Case for Foreign Aid).....	122
7.7.2	विदेशी सहायता के विरुद्ध मामला (Case against Foreign Aid)	122

अध्याय 8

कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance).....		123
8.1	व्यावसायिक नीतिशास्त्र का परिचय (Introduction to Business Ethics).....	123
8.2	प्रबंधन प्रथाओं में नीतिशास्त्र का महत्त्व (Importance of Ethics in Management Practices).....	123
8.3	कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance).....	124
8.3.1	परिचय (Introduction).....	124
8.3.2	अच्छी कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था के सिद्धांत (Principles of Good Corporate Governance)	125
8.3.3	बेहतर कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था की आवश्यकता (Need of Good Corporate Governance)	125
8.4	कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था के मॉडल (Models of Corporate Governance).....	126
8.5	भारत में कॉर्पोरेट शासन व्यवस्था (Corporate Governance in India).....	127
8.5.1	आवश्यकता और महत्त्व (Need and Significance)	127

8.5.2	मार्गदर्शक सिद्धांत (Guiding Principles)....	127
8.5.3	विनियामक ढाँचा (Regulatory Framework)	128
8.6	कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (Corporate Social Responsibility CSR).....	130
8.6.1	अवधारणा (Concept).....	130
8.6.2	परिभाषा (Definition)	130
8.6.3	भारत में CSR (CSR in India).....	130

अध्याय 9

शासन की शुचितता (Probity in Governance).....		132
9.1	लोक सेवाओं की अवधारणा (Concept of Public Services).....	132
9.1.1	परिचय (Introduction).....	132
9.2	शासन का दार्शनिक आधार (Philosophical Basis of Governance)	132
	परिभाषा (Definition)	132
9.3	शुचितता और भ्रष्टाचार (Probity and Corruption).....	133
	शुचितता के सिद्धांत (Principles of Probity)	133
9.4	शासन में सूचना साझाकरण और पारदर्शिता (Information Sharing and Transparency in Governance)	135
9.4.1	परिचय (Introduction).....	135
9.4.2	परिभाषा (Definition)	135
9.4.3	शासन में पारदर्शिता का महत्त्व (Importance of Transparency in Governance)	135
9.4.4	सूचना का अधिकार (Right to Information).....	136
9.4.5	ह्विसलब्लोइंग (Whistleblowing).....	139
9.5	प्रशासनिक नीतिशास्त्र (Administrative Ethics).....	140
9.5.1	परिचय (Introduction).....	140
9.5.2	प्रशासन में नीतिशास्त्र की आवश्यकता (Need for Ethics in Administration).....	141
9.6	नागरिक घोषणा-पत्र/अधिकार-पत्र (Citizen's Charter)	143
9.6.1	परिचय (Introduction).....	143
9.6.2	नागरिक घोषणा-पत्र का औचित्य (Rationale of Citizen's Charter).....	144
9.6.3	नागरिक घोषणा-पत्र/अधिकार-पत्र के घटक (Components of Citizen's Charter)	144

9.6.4	सरकार से नागरिकों की अपेक्षाएँ (Expectations of Citizens from Government)	144	9.9.2	महत्त्व (Importance).....	150
9.6.5	केस स्टडी: जन सेवा केंद्र, अहमदाबाद (Case Study: Jan Sewa Kendra, Ahmedabad)	144	9.9.3	भारत का अनुभव (Indian Experience)	151
9.6.6	कार्यान्वयन में समस्याएँ (Issues in Implementation)	145	9.9.4	भारत में सेवा वितरण की निम्न गुणवत्ता के कारण (Causes of Low Quality of Service Delivery in India).....	152
9.7	कार्य संस्कृति (Work Culture).....	146	9.9.5	सेवा वितरण में सुधार हेतु उपाय (Ways to Improve Service Delivery) ...	152
9.7.1	परिचय (Introduction).....	146	9.9.6	सेवोत्तम मॉडल (Sevottam Model).....	153
9.7.2	कार्य संस्कृति के प्रकार (Types of Work Culture).....	147	9.10	भ्रष्टाचार (Corruption).....	155
9.7.3	विशेषता (Attributes).....	147	9.10.1	परिभाषा (Definition)	155
9.7.4	सुधार का मार्ग (Ways to Improve).....	148	9.10.2	विभिन्न रूप (Various Forms).....	155
9.8	लोक निधियों का उपयोग (Utilization of Public Funds).....	148	9.10.3	वर्गीकरण (Classification)	155
9.8.1	अर्थ (Meaning)	148	9.10.4	भ्रष्टाचार के तरीके (Modes of Corruption)	156
9.8.2	सार्वजनिक निधि के उपयोग के क्षेत्र (Areas of Utilization of Public Funds) .	149	9.10.5	भारत में भ्रष्टाचार की प्रकृति और स्थिति (Nature and Status of Corruption in India)	156
9.8.3	लोक निधि के नैतिक उपयोग की आवश्यकता (Need for Ethical Utilization of Public Funds).....	149	9.10.6	एक विकृत व्यवहार के रूप में भ्रष्टाचार (Corruption as a Deviant Behavior)	156
9.8.4	लोक निधियों के अनैतिक उपयोग के कारण (Reasons for Unethical use of Public Funds)	149	9.10.7	समाज में नैतिक पतन के संकेत के रूप में भ्रष्टाचार (Corruption as a Sign of Moral Decline in Society).....	156
9.8.5	सार्वजनिक वित्तीय प्रबंधन प्रणाली (Public Finance Management System: PFMS)	150	9.10.8	भ्रष्टाचार के परिणाम (Consequences of Corruption)	156
9.9	सेवा वितरण की गुणवत्ता (Quality of Service Delivery).....	150	9.10.9	भ्रष्टाचार से निपटने की रणनीतियाँ (Strategies to Tackle Corruption).....	158
9.9.1	परिचय (Introduction).....	150	विगत वर्षों के प्रश्न (2013 से 2017)	160	
			केस स्टडीज़: अभ्यास प्रश्न.....	196	
			सिविल सेवा परीक्षा (CSE) मुख्य परीक्षा:		
			पिछले वर्ष के प्रश्न	204	



3.1 परिचय (Introduction)

प्रसिद्ध यूनानी दार्शनिक अरस्तू ने एक बार कहा था कि “मनुष्य स्वभाव से एक सामाजिक प्राणी है; एक व्यक्ति, जो संयोग से नहीं, बल्कि स्वाभाविक रूप से असामाजिक है, वह या तो हमारी नज़र में नहीं आता या फिर इंसान से बढ़कर है। समाज एक ऐसी चीज़ है, जो व्यक्ति से पहले आती है।”

सामाजिक वातावरण व्यक्ति के विचारों, भावनाओं और व्यवहार को जटिल तरीकों से प्रभावित करता है। ये सामाजिक प्रभाव व्यक्तियों को लोगों के बारे में और जीवन के विभिन्न मुद्दों के बारे में विचार या अभिवृत्ति निर्माण के लिए प्रेरित करते हैं, जो बदले में, व्यक्तियों को खुद को और उनके आस-पास रहने वाले लोगों को समझने में मदद करते हैं।

3.1.1 परिभाषा (Definition)

1930 के दशक की शुरुआत में ऑलपोर्ट द्वारा अभिवृत्ति की एक व्यापक परिभाषा इस प्रकार दी गई थी कि “अनुभव के माध्यम से व्यवस्थित एक मानसिक और तंत्रिका संबंधी तत्परता की स्थिति, और सभी वस्तुओं व स्थितियों के प्रति व्यक्ति की प्रतिक्रिया पर एक निर्देशात्मक या गतिशील प्रभाव डालती है, जिससे यह संबंधित होती है।”

सरल रूप से परिभाषित, अभिवृत्ति सामान्यतः किसी व्यक्ति (**स्वयं सहित**) स्थान, वस्तु या घटना (अभिवृत्ति विषय, अर्थात् व्यक्ति, वस्तु, समूह, विचार, स्थिति या कुछ और, जिसके बारे में भाव आ सकें) के प्रति व्यक्ति के सकारात्मक या नकारात्मक विचार होते हैं। मान लीजिए कि आप लोगों के एक समूह को पास के राजमार्ग पर सड़क दुर्घटना के विरुद्ध विरोध प्रदर्शन करते हुए देखते हैं। विरोध करने वाली भीड़ के पक्ष/विपक्ष में आप जो मनोदशा निर्मित करते हैं, वह आपके द्वारा अभी-अभी उत्पन्न की गई अभिवृत्ति है।

3.1.2 अवयव (Components)

अभिवृत्ति में तीन घटक होते हैं:

- भावनात्मक घटक (अनुभूति/भावना) [Affective Component (Feeling/Emotion)]

- व्यवहारात्मक घटक (प्रतिक्रिया/कार्यवाही) [Behavioral Component (Response/Action)]
- संज्ञानात्मक घटक (विश्वास/मूल्यांकन) [Cognitive Component (Belief/Evaluation)]

A. भावनात्मक/मूल्यांकनात्मक घटक (Affective/Evaluative Component)

‘भावनात्मक घटक’ किसी अभिवृत्ति विषय (Attitude Object) के प्रति भावनात्मक प्रतिक्रिया (पसंद/नापसंद) होता है। किसी वस्तु के प्रति किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति केवल उसके बारे में उसके विश्वासों की पहचान करके निर्धारित नहीं किया जा सकता, क्योंकि भावना किसी अभिवृत्ति विषय के बारे में संज्ञानात्मक प्रक्रिया के साथ-साथ काम करती है।

B. व्यवहारात्मक घटक (Behavioral Component)

व्यवहारात्मक घटक किसी व्यक्ति द्वारा मौखिक या प्रत्यक्ष (अशाब्दिक) व्यावहारिक प्रवृत्ति है और इसमें क्रियाएँ या अवलोकनीय प्रतिक्रियाएँ शामिल होती हैं, जो किसी अभिवृत्ति विषय का परिणाम होती हैं। इसमें अभिवृत्ति विषय के संबंध में कुछ करने के लिए व्यक्ति की प्रतिक्रिया (अनुकूल/प्रतिकूल) शामिल होती है।

C. संज्ञानात्मक घटक (Cognitive Component)

संज्ञानात्मक घटक उस इकाई का मूल्यांकन है, जो विषय (Object) के बारे में किसी व्यक्ति की राय (विश्वास/अविश्वास) का निर्माण करता है। संज्ञानात्मक से तात्पर्य उन विचारों और विश्वासों से है, जो किसी व्यक्ति के पास किसी अभिवृत्ति विषय के बारे में होते हैं। विश्वास वह जानकारी है, जो किसी व्यक्ति के पास किसी विषय (Object) के बारे में होती है; वह जानकारी, जो विशेष रूप से किसी विषय और विशेषता को जोड़ती है।

3.1.3 तुलना (Comparison)

A. अभिवृत्ति और मत/राय (Attitude and Opinion)

अभिवृत्ति और राय, हालाँकि समान अर्थ वाले प्रतीत होते हैं, किंतु वे समान नहीं हैं। ‘राय’ एक ऐसी धारणा है, जो कोई व्यक्ति अपने परिवेश में किसी विषय के बारे में रखता है। यह अभिवृत्ति से भिन्न है, अपेक्षाकृत भावनाओं से मुक्त होने के कारण, इसमें

अभिवृत्ति के लिए केंद्रीय भावनात्मक घटक का अभाव है। उदाहरण के लिए- आपकी राय है कि 'फूलों के बीच गुलाब सुंदर दिखता है', 'ब्राजील फुटबॉल अच्छा खेलता है', 'गणित कठिन है', 'चाय, कॉफ़ी से बेहतर है' इत्यादि। इनमें से कुछ राय के विषय आपके लिए केवल मामूली रूप से महत्वपूर्ण हो सकते हैं। वे बस सोचने के तरीके होते हैं, और आपके लिए इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि दूसरे आपके विचारों से सहमत हैं या असहमत हैं। दूसरी ओर, आप पा सकते हैं कि कुछ अन्य विषय आपके लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। यदि कोई इन विषयों पर आपके विचारों का विरोध करता है या चुनौती देता है, तो आप भावुक हो जाते हैं। फिर ये विचार 'राय' से कहीं अधिक हैं, अतः वे अभिवृत्ति के उदाहरण हैं।

राय (या विश्वास) और अभिवृत्ति के बीच कुछ अन्य अंतर इस प्रकार हैं:

- राय केवल शब्दों द्वारा व्यक्त की जाती है, जबकि अभिवृत्ति को मौखिक रूप से व्यक्त करना आवश्यक नहीं है, बल्कि अभिवृत्ति लोगों के कार्यों और प्रतिक्रियाओं में स्वयं परिलक्षित होती है।
- राय का उनके विषयों से केवल एक बाह्य संबंध होता है। विषय के बारे में हमारी समझ उसके संबंध में हमारी राय से स्वतंत्र होती है। (विषय वही है, जो वह है, चाहे उसके बारे में हमारी राय कुछ भी हो।) इसके विपरीत, हम कह सकते हैं कि अभिवृत्ति वह चीज़ है, जो हमारे जीवन में प्रकट होती है, जिसका अर्थ है कि हमारी प्रतिक्रियाएँ प्रतिक्रिया के विषय के प्रति एक विशेष दृष्टिकोण का संकेत देती हैं।
- अभिवृत्ति कभी-कभी रुचि के मामले (उदाहरण के लिए, किसी निश्चित टीम या पेशे के प्रकार के लिए प्राथमिकताएँ) और तथ्यात्मक प्रश्नों पर राय (उदाहरण के लिए, क्या बजट से अधिक संसाधन शिक्षा क्षेत्र को आवंटित किए जाने चाहिए) होते हैं।

B. अभिवृत्ति और विश्वास (Attitude and Belief)

अभिवृत्ति की तरह ही हम अपने बारे में, लोगों के बारे में और अपने आस-पास की चीज़ों के बारे में भी विश्वास रखते हैं। एक विश्वास को "व्यक्ति की दुनिया के कुछ पहलू के बारे में धारणाओं और अनुभूतियों का एक स्थायी संगठन" के रूप में परिभाषित किया गया है। इस प्रकार, विश्वास अभिवृत्ति के संज्ञानात्मक घटक (Cognitive Component) को संदर्भित करते हैं, और वह आधार बनाते हैं, जिस पर अभिवृत्ति खड़ी होती है। हालाँकि, विश्वासों का अभिवृत्ति से गहरा संबंध होता है, दोनों अवधारणाओं में निम्नलिखित अंतर हैं:

- अभिवृत्ति में सभी तीन घटक होते हैं, ये हैं- संज्ञानात्मक, भावनात्मक और व्यावहारिक; जबकि विश्वास में मुख्य रूप

से संज्ञानात्मक घटक होता है और व्यावहारिक घटक गौण होता है। उदाहरण के लिए, कोई व्यक्ति यह सोच सकता है कि नौकरियों में आरक्षण प्राकृतिक न्याय के विरुद्ध है। यह केवल उसकी सोच (संज्ञानात्मक) है और इसमें किसी भी प्रकार की भावनाओं (भावनात्मक) का अभाव है, लेकिन उसे इस मुद्दे (व्यवहार) पर अपने विचारों के बारे में व्याख्यान देने के लिए प्रेरित किया जा सकता है।

- एक अभिवृत्ति में प्रेरक गुण होते हैं और यह हमारे प्रयासों को विशिष्ट दिशा में निर्देशित करता है, जबकि एक विश्वास में यह गुण नहीं होता है।
- विश्वास अभिवृत्ति का हिस्सा है और किसी विषय के प्रति सभी अभिवृत्ति में उस विषय के बारे में प्रासंगिक विश्वास होते हैं। विश्वास वास्तविक तथ्यों पर आधारित होते हैं, जबकि अभिवृत्ति कल्पना पर अधिक और वास्तविकता पर कम आधारित होती है।

C. अभिवृत्ति और मूल्य (Attitude and Values)

'मूल्य' व्यवहार के एक आदर्श तरीके के बारे में स्थायी विश्वास होते हैं, जो आत्म-अवधारणा का एक महत्वपूर्ण पहलू बनाते हैं और किसी व्यक्ति के लिए मार्गदर्शक सिद्धांतों के रूप में कार्य करते हैं। मूल्यों में यह निर्णयात्मक तत्त्व होता है कि क्या सही है, क्या अच्छा है या क्या वांछनीय है।

'मूल्य' अप्रत्यक्ष रूप से अभिवृत्ति पर अपने प्रभाव के माध्यम से व्यवहार को प्रभावित करते हैं, हालाँकि, अभिवृत्ति मूल्यों से भिन्न होती है, क्योंकि अभिवृत्ति को एक ही विषय से संबंधित माना जाता है, भले ही वह विषय अमूर्त हो। दूसरी ओर, 'मूल्य' विषय के संपूर्ण वर्गों की ओर उन्मुखीकरण (Orientations) हैं। मूल्य अभिवृत्ति की तुलना में अपेक्षाकृत अधिक स्थिर और स्थायी होते हैं, क्योंकि वे सही और गलत के बारे में बुनियादी धारणाएँ होते हैं।

3.2 अभिवृत्ति के प्रकार (Types of Attitude)

अभिवृत्ति दो प्रकार की होती है:

सुव्यक्त अभिवृत्ति या स्व-सूचित अभिवृत्ति (Explicit Attitude): ऐसी अभिवृत्ति को आसानी से देखा जा सकता है। व्यक्ति के लिए उसकी अभिवृत्ति तक पहुँचना आसान है और वह इसके अस्तित्व के बारे में अच्छी तरह से जानता है, उदाहरण के लिए- नाजी पार्टी के प्रति नकारात्मक अभिवृत्ति एक सुव्यक्त अभिवृत्ति है।

अंतर्निहित अभिवृत्ति (Implicit Attitude): ऐसी अभिवृत्ति, जो स्वतः उत्पन्न होती है और किसी अचेतन स्रोत से उत्पन्न होती है, अंतर्निहित अभिवृत्ति कहलाती है। इस तरह की अभिवृत्ति उत्पन्न करने के लिए न्यूनतम प्रतिक्रिया समय की आवश्यकता होती है,

जैसे- काले रंग के साथ बुरे/दुष्ट स्वभाव का सामान्य संबंध, जैसे- काला धन, काला बाजार आदि।

3.3 अभिवृत्ति के कार्य (Functions of Attitude)

अभिवृत्तियों का कार्यात्मक आधार व्यक्ति की महत्वपूर्ण सामाजिक आवश्यकता को पूरा करता है। अभिवृत्ति रखने का अर्थ है- सामाजिक परिवेश के किसी पहलू को अर्थ व व्यवस्था प्रदान करना। सामाजिक अभिवृत्ति किसी व्यक्ति की समझने, महसूस करने और सीखने की क्षमता तथा एक जटिल सामाजिक वातावरण में उसके निरंतर अनुभव के बीच एक बुनियादी संबंध स्थापित करता है। काट्ज (1960) ने अभिवृत्ति के लिए एक 'कार्यात्मक (Functional)' दृष्टिकोण बनाया है और कहा है कि अभिवृत्ति किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व के निर्माण के लिए 4 महत्वपूर्ण कार्य करती है और उनका एक प्रेरक आधार होता है।

A. मूल्य अभिव्यंजक कार्य (Value Expressive Function)

एक व्यक्ति उदारवादी (Liberal) या प्रबुद्ध रूढ़िवादी (Enlightened Conservative) या अंतर्राष्ट्रीयवादी (Internationalist) हो सकता है और अपने केन्द्रीय मूल्य को इंगित करने वाला अभिवृत्ति रख सकता है। व्यक्ति अपने आदर्शों या स्वयं की-छवि (Self-image) की अभिवृत्ति व्यक्त कर सकता है। व्यक्ति को अपने अहं (Ego) से संबंधित किसी भी गुण की अभिव्यक्ति मिल जाए, तो उसे संतुष्टि मिलती है। व्यक्तित्व विकास के लिए आत्म-छवि की स्पष्टता बहुत महत्वपूर्ण है। व्यक्ति में मूल आत्म-अवधारणा (Self-concept) का निर्माण बचपन की प्रारंभिक अवधि के दौरान होता है। क्या अच्छा है और क्या बुरा है, इसे बड़ों द्वारा निर्धारित मॉडल के अनुसार स्वीकार और सामान्यीकृत किया जाता है।

B. ज्ञान कार्य (Knowledge Function)

यह कार्य सामाजिक दुनिया को समझने और उसे पर्याप्त संरचना देने की मानवीय आवश्यकता को पूरा करता है। मन (Mind) के उस मानक तक पहुँचने के लिए अभिवृत्ति बनाए रखी जाती है, जो जटिल सामाजिक परिवेश को समझने में मदद करती है, जो परिस्थितियों से पर्याप्त रूप से मुकाबला करती है और अनुभव को सार्थक रूप से संरचित करती है।

अपर्याप्त अभिवृत्ति (Inadequate Attitude), जो नई और बदलती परिस्थितियों से निपटने में सक्षम नहीं है और जो विरोधाभास और असंगति को जन्म देते हैं, उन्हें त्याग दिया जाता है।

C. अहं-रक्षात्मक कार्य (Ego-defensive Function)

आत्म-अवधारणा (Self-concept); आत्म-अभिव्यक्ति (Self-expression), आत्म-विकास (Self-development) और

आत्म-बोध (Self realization), अहं-रोधक (Ego-detensive) कार्य के परिणाम हैं। अप्रिय सत्य और कठोर वास्तविकताओं से स्वयं की रक्षा और सुरक्षा के लिए व्यक्ति द्वारा अभिवृत्ति अपनाना, अपने व्यक्तित्व की आंतरिक वास्तविकता और दुनिया की असुरक्षाओं की बाहरी वास्तविकता का सामना करने से बचने के लिए उपाय खोजना शामिल होता है। आंतरिक संघर्ष के तीक्ष्ण आवेगों को अस्थायी रूप से दूर करने के लिए रक्षा तंत्र विकसित किए गए हैं। हीनता की भावना को कुछ सुविधाजनक अल्पसंख्यक समूहों या वर्गों पर प्रक्षेपित किया जाता है।

3.4 अभिवृत्ति की विशेषताएँ (Properties of Attitude)

अभिवृत्तियों में उनकी शक्ति और उपलब्धता के आधार पर कुछ गुण होते हैं:

शक्ति के आधार पर अभिवृत्ति दो प्रकार की हो सकती है:

(a) **सशक्त अभिवृत्ति (Strong Attitude):** ऐसी अभिवृत्ति उन लोगों में आम है, जो किसी राजनीतिक दल जैसे संगठन के लिए सक्रिय रूप से काम करते हैं। इसके अलावा, हम सभी में एक सामान्य अभिवृत्ति, जो सशक्त है, वह है- आतंकवादियों और बलात्कारियों के प्रति अभिवृत्ति।

(b) **कमजोर अभिवृत्ति (Weak Attitude):** ऐसी अभिवृत्ति उन चीजों या घटनाओं के बारे में होती है, जो बहुत समय पहले घटित हुई थीं और किसी ने उसका अनुभव खो दिया हो, उदाहरण के लिए- गाँव के किसी व्यक्ति के लिए शहर के जीवन के प्रति अभिवृत्ति फीकी और कमजोर रहती है, जो गाँव से आता तो है और शहर में कभी-कभार ही बाहर जाता है।

अभिगम्यता (Accessibility) के आधार पर अभिवृत्तियाँ दो प्रकार की हो सकती हैं:

(a) **सहज उपलब्ध (Readily Accessible):** एक मजबूत अभिवृत्ति या हाल ही में उत्पन्न अभिवृत्ति या वास्तविक जीवन में निरंतर चलने वाली अभिवृत्ति सबसे आसानी से उपलब्ध होती है, जैसे- एक विद्यार्थी की अभिवृत्ति, जिसे बार-बार उसकी शिक्षिका द्वारा पीटा जाता है, कक्षा के दौरान अपनी शिक्षिका के प्रति तब बनता है, जब वह उन विद्यार्थियों को पीटती है, जिन्होंने गृहकार्य पूरा नहीं किया है।

(b) **आसानी से उपलब्ध न होने वाला (Non-Readily Available):** अभिवृत्ति की सुगमता के दौरान इस तरह की अभिवृत्ति का स्थान निम्न होता है। ऐसी अभिवृत्ति बहुत पुरानी हो सकती है या ठीक से विकसित नहीं हुई हो सकती है, जैसे- किसी व्यक्ति की सीरिया संकट के शरणार्थियों के प्रति कमजोर अभिवृत्ति हो सकती है, यदि उसे इस तरह के गृहयुद्ध के बारे में बिल्कुल भी जानकारी नहीं है।

अभिवृत्ति उभयभावी (Attitude Ambivalence)

अभिवृत्ति संबंधी उभयभाव की अवधारणा उस स्तर को संदर्भित करती है, जिस तक किसी अभिवृत्ति विषय का एक ही समय में सकारात्मक और नकारात्मक मूल्यांकन किया जाता है। उच्च स्तर की उभयभावता पर अभिवृत्तियों को अस्थायी रूप से कम स्थिर माना जाता है और प्रासंगिक व्यवहारों के साथ कम मेल खाता है।

व्यक्ति अक्सर एक ही समय में मृत्युदंड जैसे मुद्दे के प्रति सकारात्मक और नकारात्मक, दोनों अभिवृत्तियाँ अपनाते हैं। इन अभिवृत्तियों को उभयभावी कहा जाता है। सामान्य तौर पर, किसी मुद्दे के प्रति दृष्टिकोण, जैसे- व्यायाम, व्यवहार को निर्देशित करेगा। हालाँकि, जब अभिवृत्ति उभयभावी होती है, तो यह संबंध कमजोर हो जाता है और कुछ व्यक्ति दृढ़ता से यह कह सकते हैं कि व्यायाम महत्वपूर्ण है, लेकिन फिर भी, यदि उनकी अभिवृत्ति उभयभावी है, तो वे इस गतिविधि में शामिल होने में असफल हो जाते हैं।

3.5 नैतिक अभिवृत्ति (Moral Attitude)

वे सभी अभिवृत्तियाँ, जिनका आधार नैतिक विश्वास होता है, नैतिक अभिवृत्ति कहलाती हैं। सभी अभिवृत्तियाँ नैतिकता से संबंधित नहीं होती हैं। उदाहरण के लिए, किसी विशेष भोजन को पसंद करने का नैतिकता से कोई संबंध नहीं है, हालाँकि, यदि कोई व्यक्ति जानवरों के प्रति प्रेम के आधार पर मांसाहारी भोजन नहीं करता है, तो यह नैतिक अभिवृत्ति का घटक हो सकता है।

इसके अलावा, नैतिक अभिवृत्ति स्वभाव से व्यक्तिगत होती है और इसलिए, यह व्यक्तिगत और सामाजिक स्तर पर भिन्न हो सकती है। उदाहरण के लिए, एक व्यक्ति किसी देश के लिए देशभक्त हो सकता है, जबकि दूसरे देश के लिए वह आतंकवादी हो सकता है। नैतिक प्रतिबद्धताएँ परिवार, समाज, धर्म, शिक्षा आदि के गहरे प्रभाव से बनती हैं।

महत्वपूर्ण नैतिक अभिवृत्तियाँ (Important Moral Attitudes)

अच्छाई (Goodness): यह दूसरों के प्रति एक व्यक्ति के उदार और परोपकारी चरित्र को दर्शाता है, साथ ही, यह हृदय की शुद्धता भी दर्शाता है। यह साधन और साध्य, दोनों में अच्छाई पर ध्यान केंद्रित करता है।

श्रद्धा (Reverence): अन्य सभी जीवन रूपों के लिए सम्मान, चाहे वह मानव, जंतु या पौधे हों, साथ ही जीवन के सभी क्षेत्रों में प्रेम और करुणा दिखाना।

वफ़ादारी (Faithfulness): किसी व्यक्ति या वस्तु के प्रति वफ़ादार बने रहना और विकट परिस्थितियों की परवाह किए बिना उस वफ़ादारी को लगातार अभ्यास में लाना। दूसरे शब्दों में, यह नैतिक मूल्यों को बनाए रखने के लिए व्यक्ति के चरित्र को दर्शाता है।

सत्यता (Truthfulness): दूसरों के भरोसे (Trust) और विश्वास (Faith) को कायम रखने के लिए अपने कार्य और अभिवृत्ति में ईमानदारी व सच्चाई आवश्यक है। एक बेईमान व्यक्ति अपने जीवन में कभी-भी नैतिक मूल्यों का अनुकरण नहीं कर सकता है।

3.6 अभिवृत्ति-व्यवहार संबंध

(Attitude-Behaviour Relationship)

चूँकि किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति किसी चीज़/व्यक्ति के प्रति उसके मानसिक दृष्टिकोण को दर्शाती है, इसलिए यह अपेक्षा की जाती है कि ऐसे व्यक्ति का व्यवहार तार्किक रूप से उसकी अभिवृत्ति का अनुसरण करता हो। हालाँकि, किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति हमेशा व्यवहार के माध्यम से प्रदर्शित नहीं हो सकती है। इसी तरह, किसी का वास्तविक व्यवहार किसी विशेष विषय-वस्तु के प्रति उसकी अभिवृत्ति के विपरीत हो सकता है। उदाहरण के लिए, आप दृढ़ता से विश्वास करते हैं और इस विचार का समर्थन करते हैं कि सार्वजनिक परिवहन के उपयोग से दिल्ली में बढ़ते वायु प्रदूषण को कम किया जा सकता है, लेकिन सुविधा जैसे अन्य कारणों से आप प्रतिदिन कार्यालय तक अपनी कार से यात्रा करते हैं।

अभिवृत्ति और व्यवहार के बीच कोई सीधा संबंध नहीं होता है। कई कारक किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति और व्यवहार के बीच संबंध निर्धारित करते हैं। मनोवैज्ञानिकों ने ऐसे कुछ मामले पाए हैं, जहाँ अभिवृत्ति और व्यवहार के बीच एकरूपता होगी, जो इस प्रकार हैं:

- जब अभिवृत्ति मजबूत होती है और अभिवृत्ति प्रणाली में एक केंद्रीय स्थान रखती है,
- जब व्यक्ति को अपनी अभिवृत्ति के बारे में पता चलता है,
- किसी व्यक्ति पर किसी विशेष तरीके से व्यवहार करने के लिए बहुत कम या कोई बाह्य दबाव नहीं होता है। उदाहरण के लिए, जब किसी विशेष मानदंड का पालन करने के लिए समूह पर कोई दबाव नहीं होता है,
- व्यक्ति के व्यवहार को अन्य लोग नहीं देख रहे होते हैं या उसका मूल्यांकन नहीं कर रहे होते हैं, और
- व्यक्ति सोचता है कि व्यवहार का सकारात्मक परिणाम होगा, और इसलिए, उस व्यवहार में संलग्न होने का इरादा रखता है।

व्यवहार भी कुछ परिस्थितियों में अभिवृत्ति को निर्धारित करता है। इस उदाहरण पर विचार करें। आपने समसामयिक मामलों के एक जाने-माने शिक्षक की कक्षाओं में भाग लेना शुरू कर दिया। आपको लगा कि कक्षा में अपनाई जाने वाली शिक्षण पद्धति अच्छी नहीं है और वास्तव में, मूर्खतापूर्ण है। आपने पाया कि आपके मित्र शिक्षण विधियों की सराहना करते हैं और महसूस करते हैं कि इससे परीक्षा में समसामयिक घटनाओं को याद रखने में मदद

मिलती है। आप वैसा ही सोचने लगते हैं और धीरे-धीरे शिक्षण विधियों की सराहना करने लगते हैं। जब कोई नया छात्र कक्षा के बारे में पूछता है, तो आप कक्षा के संबंध में सकारात्मक प्रतिक्रिया देते हैं।

अभिवृत्ति और व्यवहार के बीच संबंधों की जाँच करने वाले सबसे शुरुआती शास्त्रीय अध्ययनों में से एक अमेरिकी सामाजिक मनोवैज्ञानिक लैपियर (1934) द्वारा किया गया था। उन्होंने उन दिनों निम्नलिखित अध्ययन किया, जब अमेरिकियों को चीनियों के प्रति पूर्वाग्रह से ग्रसित कहा जाता था:

उन्होंने एक चीनी युगल को संपूर्ण संयुक्त राज्य अमेरिका में यात्रा करने और विभिन्न होटलों में रुकने के लिए कहा। इन अवसरों के दौरान केवल एक बार उन्हें किसी होटल द्वारा सेवा देने से मना किया गया। कुछ समय बाद, लैपियर ने उन्हीं क्षेत्रों के होटलों और पर्यटक घरों के प्रबंधकों को प्रश्नावली भेजी, जहाँ चीनी युगल ने यात्रा की थी, और उनसे पूछा कि क्या वे चीनी मेहमानों को आवास देंगे। एक बहुत बड़े प्रतिशत ने कहा कि वे ऐसा नहीं करेंगे। इस प्रतिक्रिया ने चीनियों के प्रति नकारात्मक अभिवृत्ति दिखाया, जो उस सकारात्मक व्यवहार से असंगत था, जो वास्तव में, यात्रा करने वाले चीनी युगल के प्रति दिखाया गया था।

इस प्रकार, अभिवृत्ति हमेशा किसी के व्यवहार के वास्तविक पैटर्न की भविष्यवाणी नहीं कर सकती है।

3.7 पूर्वाग्रह और भेदभाव (Prejudice and Discrimination)

3.7.1 पूर्वाग्रह (Prejudice)

पूर्वाग्रह शब्द का अर्थ है- पूर्व-निर्णय (पक्षपात), अर्थात् किसी व्यक्ति या समूह के बारे में पहले से बनाई गई एक तर्कहीन राय, विचार या भावना और वह भी पर्याप्त ज्ञान, तथ्य या कारण के बिना। इसका तात्पर्य समूह के बारे में अपर्याप्त और गलत जानकारी के आधार पर एक समूह के सदस्यों द्वारा दूसरे समूह के प्रति रखी गई पूर्वधारणा, सामान्य तौर पर प्रतिकूल अभिवृत्ति या निर्णय है।

‘पूर्वाग्रह’ सकारात्मक या नकारात्मक हो सकता है। हालाँकि, इस शब्द का उपयोग मुख्यतः नकारात्मक पूर्वाग्रहों के लिए किया जाता है, जिसमें किसी विशेष समूह से संबंधित सदस्यों को व्यक्तिगत अनुभव के बजाय नस्ल, लिंग, राष्ट्रीयता, जातीयता, वर्ग, धर्म के आधार पर हीन माना जाता है।

प्रमुख कारण (Major Causes)

1. **अनुरूप व्यवहार (Conforming Behaviors):** पूर्वाग्रह दूसरों से समर्थन दिला सकता है, इसलिए पूर्वाग्रहों को अस्वीकार करने से सामाजिक समर्थन खोना पड़ सकता है। परिवारों, दोस्तों और सहयोगियों के विचारों के अनुरूप होने का दबाव दुर्जेय हो सकता है।
2. **समाजीकरण (Socialization):** ऐसा प्रतीत होता है कि कई पूर्वाग्रह माता-पिता से बच्चों तक पहुँचते हैं। मीडिया – जिसमें टेलीविजन, फ़िल्में और विज्ञापन शामिल हैं – जातीय अल्पसंख्यकों, महिलाओं, समलैंगिकों और विकलांगों और

बुजुर्गों जैसे विभिन्न समूहों के बारे में अपमानजनक छवियाँ और रूढ़िवादिता को कायम रखता है।

3. **आर्थिक लाभ (Economic Benefits):** सामाजिक अध्ययनों ने पुष्टि की है कि पूर्वाग्रह विशेष रूप से, तब बढ़ता है, जब समूह नौकरियों के लिए सीधी प्रतिस्पर्धा में होते हैं। इससे यह समझने में मदद मिल सकती है कि आर्थिक और सामाजिक तनाव के समय पूर्वाग्रह नाटकीय रूप से क्यों बढ़ जाता है।
4. **सत्तावादी (अधिनायकवादी) व्यक्तित्व (Authoritarian Personality):** आरंभिक समाजीकरण की प्रतिक्रिया में, कुछ लोग विशेष रूप से अचेतन भय पर आधारित रूढ़िवादी सोच और प्रक्षेपण के प्रति प्रवण होते हैं। अधिनायकवादी व्यक्तित्व वाले लोग कठोरता से अपने वरिष्ठों के प्रति समर्पण करते हैं, बिना किसी सवाल के अपने वरिष्ठों के सामने झुक जाते हैं, जिन्हें वे अपने से कमतर मानते हैं, उन्हें अस्वीकार कर देते हैं और असहिष्णु लैंगिक और धार्मिक राय व्यक्त करते हैं। अधिनायकवादी व्यक्तित्व की जड़ें उन माता-पिता में हो सकती हैं, जो प्रेमहीन और अलग-थलग अनुशासनवादी होते हैं। तब बच्चा कठोर अभिवृत्ति के माध्यम से अपनी चिंताओं को नियंत्रित करना सीखता है।
5. **प्रजातिकेंद्रिकता (Ethnocentrism):** प्रजातिकेंद्रिकता अपने सांस्कृतिक मानदंडों और मूल्यों के आधार पर दूसरों की संस्कृतियों का मूल्यांकन करने की प्रवृत्ति है। इसमें बाहरी लोगों पर संदेह भी शामिल है। अधिकांश संस्कृतियों की अपनी जातीय-प्रवृत्ति होती है, जिसमें सामान्यतः रूढ़िवादी सोच शामिल होती है।
6. **समूह वर्जन (Group Closure):** समूह वर्जन वह प्रक्रिया है, जिसके तहत समूह अपने और दूसरों के बीच स्पष्ट सीमाएँ रखते हैं। किसी जातीय-समूह के बाहर शादी करने से इनकार करना, इस बात का उदाहरण है कि समूह को कैसे वर्जित किया जाता है।

पूर्वाग्रह से निपटने का समाधान (Solution to Handle Prejudice)

दशकों से, समाजशास्त्रियों ने समूहों के बीच संघर्षों और पूर्वाग्रहों को कम करने और समाप्त करने के तरीकों पर ध्यान दिया है:

- पहला सिद्धांत ‘आत्म-सम्मान परिकल्पना’ (Self-esteem Hypothesis) है। इसके तहत जब लोगों के पास उचित शिक्षा और उच्च आत्म-सम्मान होगा, तो उनके पूर्वाग्रह दूर हो जाएँगे।
- दूसरा सिद्धांत ‘संपर्क परिकल्पना’ (Contact Hypothesis) है, जो बताती है कि पूर्वाग्रह का सबसे अच्छा उत्तर विभिन्न समूहों के सदस्यों को एकसाथ लाना है, ताकि वे अपने सामान्य अनुभवों और पृष्ठभूमि की सराहना करना सीख सकें।

- तीसरा सिद्धांत 'सहयोग परिकल्पना' (Cooperation Hypothesis) है, जो यह मानती है कि परस्पर विरोधी समूहों को अपने व्यक्तिगत हितों को अलग रखकर और साझा लक्ष्यों के लिए मिलकर काम करना सीखकर सहयोग करने की आवश्यकता है।
- चौथा सिद्धांत 'कानूनी परिकल्पना' (Legal Hypothesis) है, जिसके तहत भेदभावपूर्ण व्यवहार के विरुद्ध कानून लागू करके पूर्वाग्रह को समाप्त किया जा सकता है।

3.7.2 भेदभाव (Discrimination)

जैसा कि नाम से पता चलता है कि भेदभाव का अर्थ है— किसी व्यक्ति और दूसरे के बीच, समूह, श्रेणी, स्थिति जैसे विभिन्न कारकों के आधार पर, उनकी अपनी योग्यता के बावजूद, अलग-अलग पहचान करना या उनके बीच अंतर करना। यह किसी व्यक्ति के समूह में उसकी सदस्यता या कुछ अलग गुण होने के कारण उसके प्रति असमान व्यवहार है। यह किसी के

विरुद्ध किया गया अनुचित व्यवहार है, जो पूर्वाग्रह की भावना को दर्शाता है।

दूसरे शब्दों में, भेदभाव तब होता है, जब हम किसी विशेष समूह के सदस्यों के साथ उनके समूह से जुड़ाव के कारण, खासकर खराब तरीके से अलग-अलग व्यवहार करते हैं। सामान्यतः लोगों के साथ आयु, लिंग, लंबाई, वजन, त्वचा का रंग, बीमारी, विकलांगता, वैवाहिक स्थिति, शिक्षा, भाषण, कपड़े, सामाजिक-आर्थिक स्थिति आदि के आधार पर भेदभाव किया जाता है।

समाज से पूर्वाग्रह और भेदभाव को कम करने के लिए उठाए गए कदमों के बावजूद, ये अभी भी दुनिया भर में प्रचलित हैं। इससे किसी व्यक्ति या पूरे समूह को बहुत दर्द और पीड़ा हो सकती है, जिसके परिणामस्वरूप उस समूह से संबंधित लोगों के लिए अवसर सीमित हो जाते हैं और यहाँ तक कि हिंसा भी होती है।

इन दोनों के बीच कई समानताओं के कारण, लोग अक्सर पूर्वाग्रह को भेदभाव समझ लेते हैं, लेकिन ये दो बहुत अलग अवधारणाएँ हैं।

पूर्वाग्रह और भेदभाव: एक तुलना (Prejudice and Discrimination: A Comparison)		
आयाम (Dimension)	पूर्वाग्रह (Prejudice)	भेदभाव (Discrimination)
परिभाषा (Definition)	अमूर्त मिथ्याबोध (Abstract Misapprehension), केवल मन में, जैसे निचली जाति के व्यक्तियों से दूरी बनाकर बैठना।	पूर्वाग्रह की अभिव्यक्ति, जैसे— मारपीट और ठ्यूबवेल्/स्नान घाट जैसे सामान्य संसाधनों का उपयोग न करने देना।
अर्थ (Meaning)	पूर्वाग्रह किसी व्यक्ति के प्रति एक अनुचित और निराधार अभिवृत्ति है, क्योंकि वह किसी सामाजिक समूह का सदस्य है, उदाहरण के लिए— उच्च और निम्न जाति के व्यक्तियों के बीच अंतर-जातीय विवाह के प्रति नकारात्मक अभिवृत्ति।	भेदभाव का तात्पर्य किसी व्यक्ति या समूह के साथ अन्य लोगों द्वारा अन्यायपूर्ण या नकारात्मक व्यवहार करने से है, क्योंकि वह एक विशेष वर्ग, समूह या श्रेणी से संबंधित है, उदाहरण के लिए— उच्च जाति द्वारा दलितों के साथ अन्यायपूर्ण व्यवहार।
प्रतिनिधित्व (Represents)	विश्वास (Belief)	कार्यवाही (Action)
प्रकृति (Nature)	अचेतन (Non-conscious)	चेतन (Conscious) और अचेतन (Non-conscious)
कारण (Caused by)	रूढ़िवादिता (Stereotyping), जैसे दलितों को नहीं छुआ जाना चाहिए।	पूर्वाग्रह (Prejudice), जैसे— चूँकि उन्हें छुआ नहीं जाना चाहिए, इसलिए उनके साथ दोगले दर्जे का व्यवहार किया जाना चाहिए।
निहित होना (Involves)	किसी व्यक्ति या समूह के प्रति नकारात्मक अभिवृत्ति।	किसी व्यक्ति या समूह के प्रति अनुचित व्यवहार।
घटक (Component)	संज्ञानात्मक और भावनात्मक (Cognitive and Affective)	व्यवहारात्मक (Behavioral)
कानूनी कार्यवाही (Legal Action)	इसके विरुद्ध कार्यवाही नहीं की जा सकती	इसके विरुद्ध कार्यवाही की जा सकती है, जैसे— 'अत्याचार निवारण अधिनियम, 1991'

3.8 सिविल सेवा में अभिवृत्ति (Attitude in Civil Services)

लोकतांत्रिक अभिवृत्ति (Democratic Attitude)

यह लोकप्रिय राय के परिणामस्वरूप बनती है। यह अधिकतम स्तर पर नागरिकों की जरूरतों और आकांक्षाओं का ख्याल रखती है। यह अधिकतर राजनीतिक कार्यपालिका से आती है, जो बहुमत का समर्थन करती है। जैसे कि प्राचीन काल में राजा अपने नागरिकों को आधारभूत वेतन देने के लिए स्मारक बनवाते थे। यह तर्क

दिया जा सकता है कि ऐसे किसी स्मारक की कोई आवश्यकता नहीं थी।

नौकरशाही अभिवृत्ति (Bureaucratic Attitude)

व्यवहार पूर्णतः नियम एवं कानून पर आधारित होता है। इसका पालन अधिकतर सिविल सेवकों, अर्थात् स्थायी कार्यपालिका द्वारा किया जाता है। कई बार वित्तीय विवेक (Financial Prudence) को कल्याणकारी योजना पर प्राथमिकता दी जा सकती है। इसलिए, इसमें राजनीतिक कार्यपालिका को नाराज करने की क्षमता होती है।

उदाहरण के लिए, अवैध बस्ती पर अतिक्रमण विरोधी अभियान। यह राजमार्ग के लिए भूमि अतिक्रमण तो हटा सकता है, लेकिन यह राजनीतिक कार्यपालिका के वोट बैंक के लिए प्रतिकूल हो सकता है।

हालाँकि, कुछ मामलों में नियमों/कानूनों/प्रोटोकॉल का कड़ाई से पालन करने से सार्वजनिक सेवा वितरण में व्यवधान हो सकता है या कानून की भावना के विरुद्ध जाया जा सकता है। ऐसे किसी भी मामले में, कानून की भावना ही मार्गदर्शक होनी चाहिए, न कि कानून के शब्द/अक्षर।

सिविल सेवाओं के बारे में लोकप्रिय धारणा (Popular Perception about Civil Services)

भारत में सिविल सेवाएँ अपने औपनिवेशिक चरित्र को बरकरार रखती हैं। सिविल सेवाओं के बारे में लोगों की धारणा को आकार देने में इस कारक की सबसे प्रमुख भूमिका है।

1. ऐसी मान्यता है कि सिविल सेवाएँ अच्छा और बुरा, दोनों करने के लिए शक्ति का अंतिम स्रोत प्रदान करती हैं। ग्रामीण भारत में अभी भी यह धारणा मौजूद है कि कलेक्टर सभी समस्याओं का रामबाण इलाज कर सकता है।
2. इसके विपरीत ऐसी मान्यताएँ भी मौजूद हैं कि भारत में सिविल सेवक सबसे भ्रष्ट अधिकारी होते हैं। ऐसा विश्वास तब और मज़बूत हो जाता है, जब कोई व्यक्ति रिश्वतखोरी का प्रत्यक्ष अनुभव करता है।
3. ऐसी धारणाएँ भी हैं कि सिविल सेवक वास्तव में, भारतीय लोकतंत्र का इस्पात ढाँचा है, जैसा कि सरदार पटेल ने कहा था।

भ्रष्टाचार के प्रति अभिवृत्ति (Attitude towards Corruption)

भ्रष्टाचार के प्रति अभिवृत्ति को इसके दो प्रकारों को देखकर समझा जा सकता है— रिश्वत देना या रिश्वत लेना। आइए देखें कि यह कैसे होता है।

रिश्वत देने वालों को 3 समूहों में उप-वर्गीकृत किया जा सकता है। पहले वे हैं, जो स्वेच्छा से ऐसे काम करवाने के लिए रिश्वत देते हैं, जो कानून के अनुसार नहीं है, उदाहरण के लिए— जुर्माने से बचने के लिए यातायात पुलिसकर्मी को रिश्वत देना। फिर कुछ लोग उन चीज़ों के लिए रिश्वत देते हैं, जो अन्यथा सही हैं, लेकिन वे कतार में नहीं रहना चाहते हैं, जैसे— ट्रेन में कंफ़र्म बर्थ के लिए टिकट निरीक्षक को रिश्वत देना। तीसरी श्रेणी में वे लोग हैं, जो रिश्वत देने के लिए मज़बूर हैं, क्योंकि भ्रष्टाचार एक विशेष प्रक्रिया के लिए संस्थागत है, उदाहरण के लिए— पासपोर्ट जारी करने की प्रक्रिया में चरित्र सत्यापन के लिए पुलिसकर्मी को रिश्वत देना।

अब भ्रष्टाचारियों को भी 2 श्रेणियों में बाँटा गया है। पहले लोग स्वेच्छा से भ्रष्टाचार करते हैं, वे जानते हैं कि वे क्या कर रहे हैं। दूसरे प्रकार के लोग अन्यथा भ्रष्ट नहीं होते हैं, लेकिन बाद में साधियों के दबाव के कारण या ऐसी व्यवस्था में जीवित रहने के लिए भ्रष्ट हो जाते हैं, जहाँ भ्रष्टाचार संस्थागत है।

भ्रष्टाचार के प्रति अभिवृत्ति के बारे में, निम्नलिखित बिंदुओं को सामान्यीकृत किया जा सकता है:

1. कुछ व्यक्ति भ्रष्टाचार को अपने रुके हुए काम को आगे बढ़ाने का रास्ता मानते हैं। इसलिए, वे भ्रष्टाचार की निंदा नहीं करते। ऐसे व्यक्ति अक्सर अवैध गतिविधियों में शामिल रहते हैं। भ्रष्टाचार के प्रति ऐसी अभिवृत्ति घटिया और अनुचित होती है। वे अक्सर भ्रष्टाचार के प्रति सकारात्मक अभिवृत्ति रखते हैं और अक्सर समान दृष्टिकोण वाले लोगों का समूह बना लेते हैं, जो फिर उनके बीच गठजोड़ कर लेते हैं।
2. इसके बाद वे लोग आते हैं, जो रिश्वत देने का दबाव पड़ने पर भी चुप रहते हैं। उनकी अभिवृत्ति संदिग्ध है, क्योंकि वे अपने हित को सामुदायिक/राष्ट्रीय हित से ऊपर रख रहे हैं। ऐसी अभिवृत्ति उभयभावी रवैये की श्रेणी में आती है।
3. फिर हिंसलब्लोअर होते हैं, जो सतर्क नागरिक होते हैं, जो भ्रष्टाचार की पूरी तरह से निंदा करते हैं और जब भी उन्हें भ्रष्टाचार का पता चलता है, तो वे इसका खुलासा करते हैं। ऐसी अभिवृत्ति एक स्पष्ट रवैया होती है। वे अत्यधिक सुलभ अभिवृत्ति में आते हैं और इस अभिवृत्ति की ताकत बहुत अधिक होती है।

3.9 अभिवृत्ति निर्माण के सिद्धांत (Theories of Attitude Formation)



B. क्रियाप्रसूत प्रानुकूलन/अनुबंधन (साधनात्मक प्रानुकूलन) (Instrumental Conditioning)

इसे 'सुदृढ़ीकरण, अर्थात् दंड और पुरस्कार के माध्यम से सीखना' (Learning through Reinforcement— Punishments and

Rewards) कहा जाता है। किसी विषय के प्रति सकारात्मक या नकारात्मक अभिवृत्ति उस विषय के सामने आने के परिणामों के आधार पर बनती है। कोई भी चीज़, जो आपको सकारात्मक परिणाम देती है, आप उसके प्रति सकारात्मक अभिवृत्ति विकसित करेंगे। उदाहरण के लिए, निष्ठापूर्वक अध्ययन करने वाला एक छात्र उच्च अंक प्राप्त करता है, पुरस्कार जीतता है और उसके उच्च अंकों के लिए दूसरों द्वारा उसकी सराहना की जाती है। उसमें कड़ी मेहनत (पढ़ाई) के प्रति सकारात्मक अभिवृत्ति विकसित होती है।

इसी प्रकार, किसी कार्य का कोई भी नकारात्मक परिणाम उसके प्रति नकारात्मक अभिवृत्ति के निर्माण की ओर ले जाता है।

C. अनुकरण या अवलोकन (Imitation or Observation)

अभिवृत्ति दूसरों का अनुकरण करने और उनका अवलोकन करने से बनती है। हम विभिन्न चीज़ों के प्रति अन्य लोगों की वरीयता, पसंद और अभिवृत्ति का निरीक्षण करते हैं, जो उन चीज़ों के प्रति हमारी अपनी अभिवृत्ति को भी आकार देते हैं। किसी चीज़ के प्रति विशिष्ट अभिवृत्ति विकसित करने में हम दूसरों का अनुकरण करते हैं। इसी प्रकार, हमें चीज़ों के बारे में कुछ जानकारी और तथ्य पता चलते हैं, जो उन चीज़ों के प्रति हमारी अभिवृत्ति को प्रभावित करते हैं।

3.10 संज्ञानात्मक विसंगति (Cognitive Dissonance)

लोग अपने विश्वासों और धारणाओं में निरंतरता चाहते हैं। तो क्या होता है, जब आपकी एक मान्यता पहले से धारण की गई किसी अन्य मान्यता के साथ संघर्ष में होती है? या क्या होता है, यदि आप ऐसे व्यवहार में संलग्न होते हैं, जो आपकी मान्यताओं के साथ संघर्ष में हैं?

‘संज्ञानात्मक विसंगति’ शब्द का उपयोग दो परस्पर विरोधी मान्यताओं को धारण करने से होने वाली असुविधा की भावनाओं का वर्णन करने के लिए किया जाता है। जब विश्वासों और व्यवहारों के बीच असंगति होती है, तो असंगति को समाप्त करने या कम करने के लिए कुछ बदलना चाहिए।

उदाहरण (Examples)

संज्ञानात्मक विसंगति जीवन के कई क्षेत्रों में हो सकती है, लेकिन यह विशेष रूप से उन स्थितियों में स्पष्ट होती है, जहाँ किसी व्यक्ति का व्यवहार उन मान्यताओं के साथ संघर्ष करता है, जो उसकी आत्म-पहचान के अभिन्न अंग हैं। उदाहरण के लिए, ऐसी स्थिति पर विचार करें, जिसमें एक व्यक्ति, जो पर्यावरण के प्रति जिम्मेदार होने को महत्व देता है, उसने एक नई कार खरीदी है

और बाद में, उसे पता चलता है कि उसे अच्छा माइलेज नहीं मिलता है।

संघर्ष (Conflict)

- मनुष्य को पर्यावरण का ध्यान रखना ज़रूरी है।
 - वह ऐसी कार चला रहा है, जो पर्यावरण के अनुकूल नहीं है।
- विश्वास और व्यवहार के बीच इस विसंगति को कम करने के लिए, उसके पास कुछ अलग विकल्प हैं। वह कार बेच सकता है और बेहतर माइलेज वाली दूसरी कार खरीद सकता है या वह पर्यावरणीय जिम्मेदारी पर अपना समर्पण कम कर सकता है। दूसरे विकल्प के मामले में, उसकी विसंगति को ऐसे कार्यों में संलग्न करके कम किया जा सकता है, जो गैस-खपत वाले वाहन चलाने के प्रभाव को कम करते हैं, जैसे कि सार्वजनिक परिवहन का अधिक बार उपयोग करना या कभी-कभी काम पर जाने के लिए अपना दोपहिया वाहन चलाना।

3.11 सामाजिक प्रभाव (Social Influence)

3.11.1 परिचय (Introduction)

सामाजिक प्रभाव को किसी व्यक्ति के विचारों, भावनाओं, अभिवृत्ति या व्यवहार में परिवर्तन के रूप में परिभाषित किया जाता है, जो समान, वांछनीय या विशेषज्ञ माने जाने वाले किसी अन्य व्यक्ति या समूह के साथ अंतः क्रिया के परिणामस्वरूप होता है। एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति के व्यवहार में परिवर्तन जानबूझकर या अनजाने में किया जा सकता है।

उदाहरण के लिए, एक प्रेरक तर्क और भी अधिक प्रभावी हो सकता है, यदि आपका शिक्षक (सामाजिक अधिकार वाला एक प्राधिकारी व्यक्ति) विषय के बारे में केवल कुछ ज्ञान रखने के बजाय किसी विषय का विशेषज्ञ है। यदि शिक्षक तर्क की दिशा में आपकी अभिवृत्ति बदलने में सक्षम है, तो उन्होंने एक प्रकार के सामाजिक प्रभाव का उपयोग किया है।

3.11.2 स्रोत (Sources)

व्यापक परिप्रेक्ष्य लेते हुए, हम समाजशास्त्रियों द्वारा मान्यता प्राप्त विश्लेषण के तीन स्तरों पर सामाजिक प्रभावों के बारे में सोच सकते हैं। संक्षेप में, लोग कई अलग-अलग तरीकों से प्रभावित होते हैं:

- **सामाजिक संस्थाएँ (Social Institutions):** संगठित धर्म, राजनीतिक दल और श्रमिक संघ सामाजिक संस्थाएँ हैं, जो हमारी अभिवृत्ति, विश्वास, मूल्यों और व्यवहार को प्रभावित करते हैं।

- **अन्य लोगों के साथ अंतःक्रिया** (Interactions with other People): जिन लोगों के साथ हम घर पर, काम पर या खेल में अंतःक्रिया करते हैं।
- **व्यक्तिगत समाजीकरण** (Individual Socialization): शैशवावस्था से प्रारंभ होकर, वह प्रक्रिया, जिसके द्वारा हमें किसी संस्कृति या समाज में शामिल किया जाता है।

‘व्यक्ति’ उंगलियों के निशान की तरह ही अद्वितीय होते हैं। फिर भी, लोग किस हद तक सामाजिक प्रभाव के लिए खुले हैं, यह इस बात पर निर्भर करता है कि उनका समाजीकरण किस प्रकार किया जाता है। हम जो भाषा बोलते हैं, जिन विचारों को हम सत्य मानते हैं, और हमारे व्यवहार करने के सभी तरीके समाजीकरण के उत्पाद हैं।

3.11.3 प्रकार (Types)

A. अनुरूपता (Conformity)

अनुरूपता को किसी के व्यवहार या सोच को अन्य लोगों या समूह मानक से मेल खाने के लिए समायोजित करने के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। लोगों के ‘अनुरूप’ होने के कई कारण हैं, जिनमें दूसरों के साथ सामंजस्य स्थापित करने या स्वीकार किए जाने की इच्छा/आवश्यकता और अपने जीवन में व्यवस्था बनाए रखना शामिल हैं।

बहुसंख्य का आकार किसी समूह के भीतर अनुरूपता दर को प्रभावित कर सकता है। इसके अलावा, समूह की सर्वसम्मति और आपत्ति करने वाले सदस्य अनुरूपता को प्रभावित कर सकते हैं। सदस्यों के बीच एकमत होने से अनुरूपता बढ़ती है, जबकि असहमति की आवाजें अन्य सदस्यों को स्वतंत्र रूप से व्यवहार करने के लिए प्रोत्साहित करती हैं।

सांस्कृतिक भिन्नताएँ भी अनुरूपता को प्रभावित कर सकती हैं। उन संस्कृतियों में अनुरूपता का स्तर कम पाया गया है, जहाँ (विशेषकर, यूके और यूएस जैसे पश्चिमी देशों में) व्यक्तिवाद को महत्व दिया जाता है। सामूहिक संस्कृतियों में, जहाँ व्यक्तियों से इस तरह से व्यवहार करने और काम करने की अपेक्षा की जाती है, जिससे पूरे समाज को लाभ हो, वहाँ अक्सर अनुरूपता अधिक होती है। उदाहरण के लिए, जब आप कक्षा में जाते हैं, तो क्या आप अन्य छात्रों की तरह कुर्सी पर बैठते हैं या गलियारे (Aisle) में बैठते हैं? क्या आप अन्य लोगों की तरह कमरे के सामने की ओर मुँह करके बैठते हैं या आप पीछे की दीवार की ओर मुँह करके बैठते हैं?

B. अनुपालन (Compliance)

‘अनुपालन’ वह प्रवृत्ति है, जिसमें अनुरोध किए जाने पर सहमत होने की प्रवृत्ति होती है, खासकर तब, जब कुछ कारक यह भावना

प्रस्तुत करते हैं कि दूसरों से देने और लेने, विश्वसनीयता, पसंद करने, सीमित आपूर्ति और सकारात्मक प्रतिक्रिया है। अनुपालन कई तकनीकों का उपयोग करके प्राप्त किया जा सकता है, जिन्हें अनुपालन रणनीतियों के रूप में जाना जाता है। इनका उपयोग अक्सर बिक्री से जुड़े लोगों द्वारा संभावित ग्राहकों को ऑर्डर देने के उनके अनुरोध को पूरा करने हेतु मनाने के लिए किया जाता है।

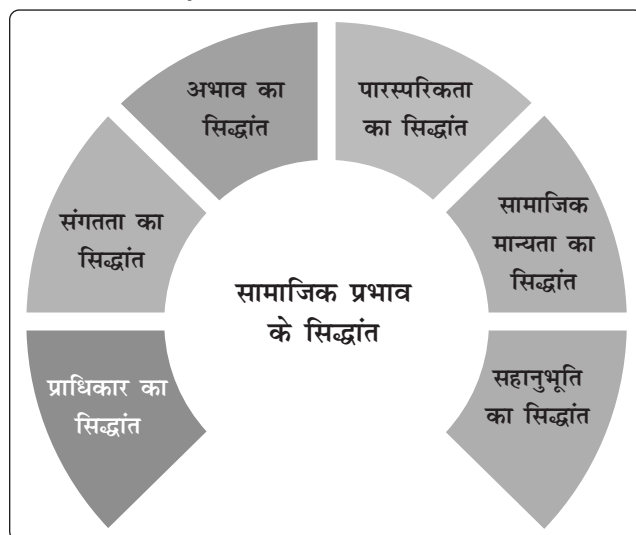
अनुपालन रणनीतियों में ‘फुट-इन-द-डोर तकनीक’ (Foot-in-the-door Technique) शामिल है, जिसमें एक व्यक्ति किसी अन्य प्रश्न का अनुपालन प्राप्त करने के लिए एक छोटा प्रारंभिक अनुरोध करता है। एक बार जब कोई व्यक्ति अनुरोध का अनुपालन कर लेता है, तो उसके बाद के, अधिक महत्वपूर्ण अनुरोध पर सहमत होने की अधिक संभावना हो जाती है। उदाहरण के लिए, एक कार विक्रेता प्रतिनिधि एक संभावित ग्राहक से एक नई कार का टेस्ट-ड्राइव करने के लिए सहमत होने के लिए कह सकता है। यदि व्यक्ति सहमत है, तो वे कार खरीदने के बाद के अनुरोध को स्वीकार करके अपना अनुपालन बढ़ाने के लिए उन्हें मनाने में सक्षम हो सकते हैं।

‘डोर-इन-द-फ़ेस तकनीक’ (Door-in-the-face Technique) एक अन्य अनुपालन रणनीति है, जो विपरीत अभिवृत्ति अपनाती है। प्रारंभ में, एक अनुचित रूप से बड़ा अनुरोध किया जाता है, उसके बाद अनुरोध किया जाता है, जिसका अनुपालन करने की अपेक्षा की जाती है। एक व्यक्ति लगभग निश्चित रूप से पहले अनुरोध को अस्वीकार कर देगा, लेकिन पहले की तुलना में दूसरा अधिक उचित प्रतीत होता है, और इसलिए, वे दूसरे प्रस्ताव का अनुपालन करने के लिए अधिक इच्छुक हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, शीतल पेय लेबलों ने अनुपालन बढ़ाने के लिए लंबे समय से मशहूर हस्तियों का उपयोग किया है। साधारण उपभोक्ता पेय खरीदेगा, क्योंकि उन्हें सेलिब्रिटी पसंद है तथा विज्ञापन देखकर उस व्यक्ति ने मान लिया कि सेलिब्रिटी ने उत्पाद को मंजूरी दी है, और उस पेय के बारे में जो कहा जाएगा, वह उस पर विश्वास करेगा।

C. आज्ञाकारिता (Obedience)

आज्ञाकारिता तब होती है, जब आप अपने विचारों, निर्णयों या कार्यों को बदलते हैं, क्योंकि किसी अधिकार वाले व्यक्ति ने आपको ऐसा करने के लिए कहा है। आज्ञाकारिता के बारे में ध्यान देने योग्य मुख्य पहलू यह है कि सिर्फ इसलिए कि आप किसी तरह से बदल गए हैं, इसका अर्थ यह नहीं है कि अब आप उस बदलाव से सहमत हैं। उदाहरण के लिए, वर्ष 1961 में, जब इज़राइल में नूर्नबर्ग परीक्षण (Nuremberg Trials) हो रहे थे, नाजी एडॉल्फ आइकमैन ने अपने बचाव में गवाही दी कि वह केवल उच्च-रैंकिंग अधिकारियों के आदेशों का पालन कर रहा था, जब उसने युद्ध अपराधों को अंजाम दिया, जिससे नरसंहार हुआ।

3.11.4 सामाजिक प्रभाव के सिद्धांत (Principles of Social Influence)



A. पारस्परिकता का सिद्धांत (Principle of Reciprocity)

हमें दूसरों के साथ वैसा ही व्यवहार करना चाहिए, जैसा वे हमारे साथ करते हैं। और यदि हमने पहले कोई रियायत, उपकार या थोड़ा-सा उपहार दिया हो, तो हम आसानी से अपना लक्ष्य प्राप्त कर सकते हैं। उदाहरण के लिए- यदि आपने पहले किसी के लिए नोट (Notes) छोड़े हैं, तो वह व्यक्ति एहसान चुकाने हेतु बाध्य महसूस करेगा। यदि किसी खास फिल्म में जाने के लिए कहने से पहले अपने दोस्तों को बुलाते हैं, तो आपके पास बाद में आपकी बात सुनने का हर मौका होगा।

B. अभाव का सिद्धांत (Principle of Scarcity)

हम उस चीज़ को महत्व देते हैं, जिसे हासिल करना अधिक कठिन है या जो अवसर हाथ से निकल सकते हैं। यदि किसी चीज़ को सेंसर किया जाता है या प्रतिबंधित किया जाता है, तो वह हमें आकर्षित करने लगती है। जैसे यह किशोरों में शराब की लत का असर है, क्योंकि उन्हें और भी ज़्यादा शराब पीने से रोका जाता है।

C. सामाजिक मान्यता का सिद्धांत (Principle of Social Validation)

यह अन्य लोगों की तरह कार्य करने की प्रवृत्ति है। हम भेड़ों के झुंड की तरह हैं, हाँ, लेकिन विकासात्मक रूप से यह अकसर अन्य चीज़ों की तुलना में अधिक सुरक्षित होता है, उदाहरण के लिए- हर दूसरा लड़का इन दिनों एक ही हेयर स्टाइल अपना रहा है।

D. सहानुभूति का सिद्धांत (Principle of Sympathy)

मनुष्य वही करता है, जो लोग चाहते हैं। हाँ, यदि आप कक्षा के “अच्छे आदमी” हैं, तो आपको पहले नोट्स मिलेंगे। जो है, सो है।

आकर्षक लोग अधिक स्वचालित सकारात्मक प्रतिक्रियाएँ उत्पन्न करते हैं। मुझे लगता है कि यह समझना मुश्किल नहीं है कि टीवी विज्ञापनों में सामान्य तौर पर अच्छे दिखने वाले लोग होते हैं।

E. प्राधिकार का सिद्धांत (Principle of Authority)

हम बॉस की आज्ञा का पालन करते हैं। यदि आपके पिता आपके अपने भाई से गाड़ी चलाने के लिए कह रहे हैं, तो निश्चित रूप से आप अपने भाई के पास जाने से पहले ऐसा करेंगे। यह एक “पेशेवर दंत चिकित्सक” के संबंध में भी सही है। हमें “10 में से 9 दंत चिकित्सकों” द्वारा समर्थित एक उत्कृष्ट टूथपेस्ट बेचना है, मुझे नहीं पता कि डेंटल स्कूल में प्रवेश के लिए किस तरह की कास्टिंग की गई है, लेकिन वे सभी अच्छे दिखने वाले लोग होते हैं। हाँ, वे अभिनेता हैं। लेकिन ऐसा लगता है कि यदि दंत-चिकित्सक सही है और विषय को जानता है, तो उत्पाद उतना ही बेहतर होगा।

F. संगतता/सुसंगत का सिद्धांत (Principle of Consistency)

यह पिछले कार्यों और पिछली प्रतिबद्धताओं के अनुरूप रहने की प्रवृत्ति को संदर्भित करता है। यदि, उदाहरण के लिए, सभी नोट्स पूछने के बजाय आप केवल एक विशिष्ट विषय के लिए पूछते हैं, तो आप संभवतः सभी नोट्स छोड़ देंगे।

3.12 अनुनयन या अनुनय (Persuasion)

अनुनयन अन्य लोगों से संचार के माध्यम से किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति, विश्वास या व्यवहार को बदलने या सुदृढ़ करने की प्रक्रिया है। इसे “बोले और लिखे गए शब्दों के माध्यम से लोगों की अभिवृत्ति और व्यवहार को बदलना” के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

अनुनयन सामाजिक, आर्थिक मुद्दों/नीतियों पर निर्णय लेने में मदद करता है, जिससे शासन या नियंत्रण की प्रक्रिया आसान हो जाती है। यदि रचनात्मक तरीके से उपयोग किया जाए, तो अनुनयन की कला कई लोगों की जान बचा सकती है। विज्ञापन, बिक्री, मास मीडिया में वार्ता, अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर शांति वार्ता संचार के अनुनयात्मक पहलू के उदाहरण हैं।

अनुनयन, वह प्रक्रिया है, जिसके द्वारा किसी व्यक्ति की अभिवृत्ति या व्यवहार, बिना किसी दबाव के, अन्य लोगों के संचार से प्रभावित होता है। सभी संचार का उद्देश्य अनुनयात्मक होना नहीं है; अन्य उद्देश्यों में सूचना देना या मनोरंजन करना शामिल है। अनुनयन में अकसर लोगों का हेर-फेर करना (Manipulating) शामिल होता है। इस कारण, कई लोगों को यह अभ्यास अरुचिकर लगता है। अन्य लोग यह तर्क दे सकते हैं कि कुछ हद तक सामाजिक नियंत्रण और पारस्परिक समायोजन, जैसे- अनुनयन के माध्यम से प्राप्त किए बिना, मानव समुदाय अव्यवस्थित हो जाता

है। इस प्रकार, जब विकल्पों पर विचार किया जाता है, तो अनुनयन को नैतिक स्वीकार्यता प्राप्त होती है।

सरकार के एक, प्रकार के रूप में 'लोकतंत्र' के बारे में विंस्टन चर्चिल के मूल्यांकन को संक्षेप में कहें तो अन्य सभी को छोड़कर अनुनयन सामाजिक नियंत्रण का सबसे खराब तरीका है।

3.12.1 प्रक्रिया (Process)

अनुनयन एक प्रक्रिया है, जिसका अर्थ है कि यह चरणों से होकर गुजरती है।

सबसे पहले, अनुनयन करने वाले को एक लक्ष्य, इच्छा या चाह की पहचान करनी चाहिए। कुछ लक्ष्यों के लिए दूसरों के सहयोग की आवश्यकता नहीं होती है। उदाहरण के लिए, यदि मैं ऊब गया हूँ, तो मैं टेलीविजन देखने, वीडियो-गेम खेलने या तैराकी के लिए स्विमिंग पूल में जाने का फ़ैसला कर सकता हूँ। सामान्यतः उन स्थितियों में अनुनयन की आवश्यकता नहीं होती है। (उदाहरण के लिए, हालाँकि मुझे किसी और को टीवी का उपयोग करने के लिए राजी करना पड़ सकता है।) अन्य लक्ष्य अवास्तविक हैं; मैं चाहता हूँ कि कोई मुझे दस लाख डॉलर दे, मैं आज विश्व शांति चाहता हूँ, मैं अगले ही अंतरिक्ष शटल मिशन पर उड़ान भरना चाहता हूँ। यह संभावना नहीं है कि अनुनयन से इन लक्ष्यों में मदद मिलेगी। हालाँकि, अक्सर जिन लक्ष्यों को हम प्राप्त करना चाहते हैं, वे संभव होते हैं, लेकिन इसके लिए दूसरों के सहयोग की आवश्यकता होती है। जब हमारे पास कोई लक्ष्य होता है, जिसे प्राप्त करने में अन्य लोग हमारी मदद करने को तैयार हो सकते हैं, तो उस लक्ष्य की पहचान अनुनयन में पहला कदम है।

दूसरा, हमें सही श्रोताओं की पहचान करनी होगी; ऐसे लोगों का समूह, जो हमें अपना लक्ष्य हासिल करने में मदद कर सकते हैं। यह एक ऐसा समूह होना चाहिए, जिसके साथ हम बात कर सकें या लिख सकें (हमें उन तक अपना संदेश पहुँचाने में सक्षम होना होगा)। हमारे लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए उनमें वह सब कुछ होना चाहिए, जो आवश्यक है। उनके पास जानकारी, या पैसा, या शक्ति हो सकती है। लेकिन अनुनयन को सफल बनाने के लिए, दर्शकों/श्रोताओं को हमारी इच्छा पूरी करने में सक्षम होना होगा।

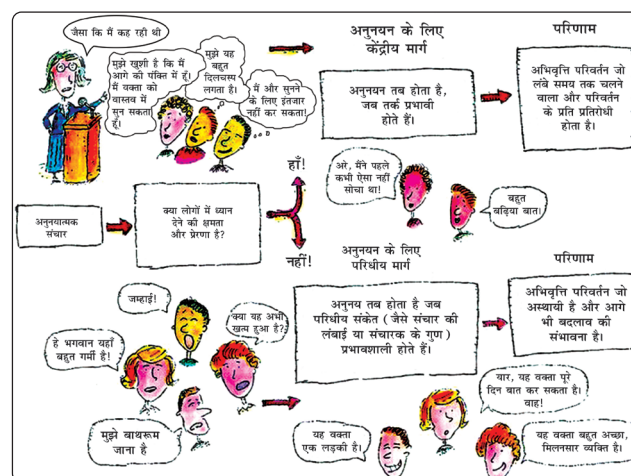
तीसरा, हमें एक संदेश का निर्माण करना होगा। सरल और आसान अनुरोधों के लिए, केवल पूछना ही पर्याप्त हो सकता है। अन्य लक्ष्यों के लिए, हमें दर्शकों को समझाना होगा, उन्हें राजी करना होगा, या जो हम चाहते हैं, उसे करने के लिए उन्हें कारण देना होगा। यह महत्वपूर्ण है कि उन्हें केवल यह न बताया जाए कि हम उनसे कुछ क्यों करवाना चाहते हैं। अनुनयन करने वाले तब अधिक सफल हो सकते हैं, जब वे दर्शकों को हमारे लक्ष्य प्राप्त करने में मदद करने के लिए प्रेरित कर सकें। इसका अर्थ यह है कि हमें अपने दर्शकों को समझना चाहिए। यदि हम अपने दर्शकों को जानते हैं, तो हम उन्हें हमारी मदद करने के लिए मनाने की

संभावनाओं को बढ़ा सकते हैं। यह जानना कि दर्शक क्या जानते हैं, दर्शकों की रुचि किसमें है, उनके लिए क्या महत्वपूर्ण है, बहुत मददगार हो सकता है।

चौथा, संदेश को श्रोताओं तक पहुँचाना होता है। पारस्परिक संबंधों में इसका अर्थ, बस दूसरे व्यक्ति से मिलना (या कॉल करना या मेल करना) होता है। विज्ञापनों जैसे अन्य संदेशों के लिए अधिक विस्तृत तैयारी और वितरण व्यवस्था की आवश्यकता होती है। लेकिन यदि संदेश अपने इच्छित श्रोताओं तक नहीं पहुँचता है, तो अनुनयन सफल नहीं हो सकता है।

3.12.2 अनुनयन और अभिवृत्ति परिवर्तन (Persuasion and Attitude Change)

दो प्रभावशाली सिद्धांत हैं, जो यह निर्धारित करते हैं कि कैसे 'अनुनयन' अभिवृत्ति में बदलाव ला सकता है। चाइकेन के अनायास/अनुमानित-व्यवस्थित अनुनयन मॉडल (Chaiken's Heuristic-systematic Persuasion Model), और पेटी व कैसिओपो के विवर्धन संभाव्यता मॉडल (Elaboration Likelihood Model) ने यह निर्दिष्ट करने का प्रयास किया है कि लोग संदेश सामग्री से कब अधिक प्रभावित होंगे और कब वे संदेश की सतही विशेषताओं से अधिक प्रभावित होंगे।



A. अनुनयन का अनायास/अनुमानित-व्यवस्थित मॉडल (Heuristic-Systematic Model of Persuasion)

सिद्धांत यह है कि ऐसे दो तरीके हैं, जिनसे अनुनयात्मक संचार अभिवृत्ति परिवर्तन का कारण बन सकता है: लोग या तो-

- तर्कों की खूबियों को संसाधित (Process) करते हैं, जिसे व्यवस्थित प्रसंस्करण (Systematic Processing) के रूप में जाना जाता है, या
- मानसिक शॉर्टकट (अनुमान) का उपयोग करें, जैसे- "विशेषज्ञ हमेशा सही होते हैं", जिसे अनुमानी प्रसंस्करण (Heuristic Processing) के रूप में जाना जाता है।

B. विवर्धन संभाव्यता मॉडल**(Elaboration Likelihood Model)**

सिद्धांत यह है कि ऐसे दो तरीके हैं, जिनसे अनुनयात्मक संचार 'अभिवृत्ति' में बदलाव ला सकता है:

- (i) 'केंद्रीय मार्ग' तब होता है, जब लोग प्रेरित होते हैं और संचार में तर्कों पर ध्यान देने की क्षमता रखते हैं।
- (ii) 'परिधीय मार्ग' तब होता है, जब लोग तर्कों पर ध्यान नहीं देते हैं, बल्कि सतही विशेषताओं (उदाहरण के लिए, भाषण किसने दिया) से प्रभावित होते हैं।

C. अनुनयन के लिए केंद्रीय या परिधीय मार्ग को निर्धारित करने वाले कारक (Factors that Determine Central or Peripheral Route to Persuasion)

दोनों सिद्धांतकारों, पेटी और चाइकन के अनुसार, कुंजी यह है कि क्या लोगों में तथ्यों पर ध्यान देने की प्रेरणा और क्षमता है।

जो लोग रुचि रखते हैं, प्रेरित होते हैं और तर्कों पर ध्यान देने की क्षमता रखते हैं, उनके केंद्रीय मार्ग अपनाने की अधिक संभावना होती है।

इस प्रकार, जब कोई मुद्दा व्यक्तिगत रूप से प्रासंगिक होता है, तो लोग भाषण के तर्कों पर ध्यान देंगे और इस हद तक आश्वस्त होंगे कि तर्क सही हों (अनुनयन का केंद्रीय मार्ग)।

जब कोई मुद्दा कम व्यक्तिगत प्रासंगिकता का होगा, तो लोग तर्कों पर उतना ध्यान नहीं देंगे। इसके बजाय, वे मानसिक शॉर्टकट (Mental Shortcut) अपनाएँगे, जैसे कि 'प्रतिष्ठित वक्ताओं पर भरोसा किया जा सकता है' जैसे परिधीय नियमों का पालन करना (परिधीय मार्ग)।

3.12.3 किसी व्यक्ति को अधिक अनुनयात्मक बनाने वाले कारक (Factors Making an Individual more Persuasive)

ये महत्वपूर्ण बिंदु हैं, जिन्हें एक अच्छे अनुनयकर्ता को ध्यान में रखना आवश्यक है।

स्रोत की विश्वसनीयता (Credibility of the Source)

स्रोत की विश्वसनीयता संदेश की अनुनयता का एक महत्वपूर्ण निर्धारक होता है। हालाँकि, संदेश स्रोत का प्रभाव समय के साथ कम हो सकता है। स्रोत की विश्वसनीयता कई विशेषताओं से जुड़ी हुई होती है:

- **विशेषज्ञता (Expertise):** क्या स्रोत विषय पर जानकार प्रतीत होता है? स्रोत के पास भले ही विशेषज्ञता न हो, लेकिन उसे विशेषज्ञ माना जा सकता है, जैसे कि मैं डॉक्टर नहीं हूँ, लेकिन मैं टीवी पर एक डॉक्टर की भूमिका निभाता हूँ।

- **विश्वसनीयता (Trustworthiness):** यदि स्रोत ईमानदार और सीधा प्रतीत होता है, तो हम उसकी बातों से सहमत होने की अधिक संभावना रखते हैं। विश्वसनीयता का एक अन्य स्रोत स्थितिजन्य (Situational) है। यदि वक्ता या लेखक को किसी ऐसे पद के पक्ष में बहस करते हुए देखा जाता है, जो उसके स्वार्थ में है, तो वह कम अनुनयात्मक होगी।
- **आकर्षण (Charisma):** व्यक्तिगत आकर्षण या पसंद। शारीरिक रूप से आकर्षक लोगों को पसंद किया जाता है, उन पर भरोसा किया जाता है।
- **होमोफिली (Homophily):** यदि वक्ता श्रोता के सदस्य की तरह है, तो उसके अनुनय के प्रभाव में आने की संभावना अधिक है।

ये कैसे कहा जा रहा है (How it is being said)

- **तर्कों की संरचना**
 - i. एकतरफा बनाम दोतरफा
 - ii. प्रधानता बनाम नवीनता
 - iii. निर्णायक बनाम गैर-निर्णायक
- **तर्कसंगत बनाम भावनात्मक अपील**
 - i. डर
 - ii. हास्य
- **दृश्य बनाम अर्थ-संबंधी अपीलें**

शैली (Manner)

- हानि बनाम लाभ
- प्रकरण बनाम सामान्य प्रवृत्ति
- उदाहरण बनाम आँकड़े
- झूठी तुलना

व्यक्तित्व कारक (Personality Factors)

व्यक्तित्व कारक, जैसे- किसी प्रसिद्ध इतिहासकार को इतिहास का व्याख्यान देना।

- **शिक्षा (Education):** अधिक औपचारिक रूप से शिक्षित होने पर दोतरफा संदेश अधिक प्रभावी होते हैं, जबकि कम औपचारिक रूप से शिक्षित होने पर एकतरफा संदेश अधिक प्रभावी होते हैं। अधिक औपचारिक रूप से शिक्षित होने पर तर्कसंगत अपील अपेक्षाकृत अधिक प्रभावी होती है।
- **रुचि (Interest):** सामयिक रुचि सामयिक ज्ञान और पहले से मौजूद अभिवृत्ति की भविष्यवाणी करती है। (जनसांख्यिकी के साथ भिन्न होती है।)

- **लिंग (Gender):** महिलाएँ अधिक अनुनयात्मक होती हैं, संभवतः यह अब सच नहीं हो सकता।
- सामाजिक मानदंड/मान्यताएँ
- सक्रिय साझेदारी

श्रोता (Audience)

- **लक्ष्यीकरण (Targeting):** लक्षित दर्शकों तक पहुँचने की क्षमता के आधार पर मीडिया का चयन। सभी के लिए विशेष श्रोताओं हेतु लिखे गए संदेशों के बजाय “तदनुकूल” संदेशों का उपयोग किया जाना चाहिए।
- दर्शकों की प्रतिपुष्टि का उपयोग संदेशों को बेहतर बनाने, उनके साथ आगे संवाद करने के लिए किया जाता है।

3.12.4 अनुनयन का विरोध (Resisting Persuasion)

परिभाषा (Definition)

‘प्रतिरोध’ अनुनयन का केन्द्रीय तत्त्व है। प्रतिरोध के बिना अनुनयन आवश्यक नहीं होते हैं। अनुनयन का प्रतिरोध वांछनीय हो सकता है, उदाहरण के लिए- जब धूम्रपान न करने वाले लोग बार-बार विज्ञापनों और उन साधियों के दबाव का विरोध करते हैं, जो उन्हें धूम्रपान करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। लेकिन प्रतिरोध एक अवांछनीय विशेषता भी हो सकती है, जैसे- जब धूम्रपान करने वाले लोग धूम्रपान छोड़ने और अपने जीवन को लंबा करने के लिए प्रोत्साहित करने वाले कई मजबूत संदेशों का विरोध करते हैं। अवांछित अनुनयन को रोकने के लिए प्रभावी प्रतिरोध का उपयोग किया जा सकता है, लेकिन अनुचित प्रतिरोध किसी व्यक्ति को सार्थक परिवर्तनों से दूर कर सकता है।

संशयवाद (Skepticism), प्रतिक्रिया (प्रतिघात/Reactance) और जड़ता (निष्क्रियता/Inertia) तीन प्रकार के प्रतिरोध हैं, जो अनुनयन को सीमित करने के लिए अलग-अलग तरीके से काम करते हैं।

अनुनयन प्रतिरोध के प्रकार

(Types of Persuasion Resistance)

अनुनयन का विरोध केवल एक ही चीज़ नहीं है। व्यक्ति को तीन प्रकार के प्रतिरोधों का सामना करना पड़ता है: संशयवाद, प्रतिक्रिया (प्रतिघात) और जड़ता (निष्क्रियता)।

‘संशयवाद’ संदेश की विषय-वस्तु का प्रतिरोध है। संशयवाद संदेश में तर्कों के तर्क और साक्ष्य पर ध्यान केंद्रित करता है, और उन तर्कों का आलोचनात्मक मूल्यांकन व खंडन करने की इच्छा पैदा करता है।

‘प्रतिक्रिया (प्रतिघात)’ से तात्पर्य उस नकारात्मक प्रतिक्रिया से है, जो लोगों को किसी और को यह बताने पर होती है कि उन्हें

क्या सोचना है या क्या करना है। प्रतिक्रिया स्वयं प्रभाव डालने के प्रयास का प्रतिरोध है। प्रतिक्रिया से उत्पन्न विरोधाभास लोगों को अनुनयन का मुकाबला करने के लिए प्रेरित करता है, चाहे वह किसी भी बात की वकालत करता हो, और विपरीत को चुनकर सोचने की उनकी स्वतंत्रता को फिर से स्थापित करता है।

‘जड़ता (निष्क्रियता)’ स्वयं परिवर्तन की विरोधी है, चाहे किसी भी परिवर्तन की बात की जाए। जड़ता के कारण लोग संदेश पर ध्यान नहीं देते। उन्हें बदलाव में कोई दिलचस्पी नहीं होती है। वे बस चीज़ों को वैसे ही रखना चाहते हैं, जैसे वे हैं, अर्थात्, यह एक ऐसा गुण है, जो परिवर्तन का विरोध करने की तुलना में बने रहने पर अधिक ध्यान केंद्रित करता है। उदाहरण के लिए, लोगों की जड़ता के कारण देश में सार्वजनिक सेवा वितरण में रिश्त देने और लेने की प्रथा को स्वीकृति मिल गई है।

अनुनयन के प्रति बढ़ता प्रतिरोध

(Increasing Resistance to Persuasion)

कभी-कभी अवांछित अनुनयन (Unwanted Persuasion) के प्रति स्वयं के प्रतिरोध या किसी और के प्रतिरोध को बढ़ाने की सलाह दी जाती है।

संशयवाद को इसके द्वारा मजबूत किया जा सकता है:

- (a) संदेश की जाँच करने के लिए किसी व्यक्ति की प्रेरणा बढ़ाना।
- (b) किसी संदेश का प्रभावी ढंग से मूल्यांकन करने के लिए जानकारी और उपकरण एकत्र करना। यह एहसास कि अनुनयन का प्रयास किया जाएगा, संदेह के दोनों पहलुओं को सक्रिय कर देगा।
- (c) साथ ही, यह विषय किस तरह से व्यक्तिगत रूप से महत्वपूर्ण है, इस पर विचार करने से किसी संदेश या प्रस्ताव पर आलोचनात्मक और सावधानीपूर्वक विचार करने के लिए उपलब्ध ऊर्जा में वृद्धि होगी।

इस बात पर ध्यान केंद्रित करके प्रतिक्रिया को बढ़ाया जा सकता है कि कैसे अनुनयन चालाकीपूर्ण है और इसका उद्देश्य स्वतंत्रता को सीमित करना है। जब अवांछित प्रभाव अधिक महत्वपूर्ण मूल्यों और कार्यों की ओर निर्देशित होता है और जब अवांछित प्रभाव अधिक अंतर्वेधी (Intrusive) और आक्रामक (Offensive) होता है, तो प्रतिक्रिया अधिक मजबूत होती है। जो ‘विचार’ प्रभाव के इन पहलुओं पर बल देते हैं, वे प्रतिरोध के प्रतिक्रियात्मक स्वरूप को बढ़ाते हैं।

वर्तमान स्थिति पर ध्यान केंद्रित करके जड़त्वीय (निष्क्रियता) प्रतिरोध को मजबूत किया जा सकता है, विशेष रूप से, वर्तमान स्थिति के बारे में क्या पसंद है, और इसे बदलना कितना मुश्किल होगा। जो धूम्रपान न करने वाला व्यक्ति धूम्रपान न करने के बारे

में पसंद की जाने वाली शीर्ष 5 चीजों की मानसिक सूची बनाता है, वह जड़ता को बढ़ावा दे रहा है।

अनुनयन के प्रति प्रतिरोध कम करना (Decreasing Resistance to Persuasion)

ऐसे समय होते हैं, जब किसी व्यक्ति को किसी प्रस्ताव के प्रति प्रतिरोध, यहाँ तक कि अपने स्वयं के प्रतिरोध का सामना करना पड़ता है, और उसे लगता है कि यह निराधार है तथा यह किसी सिफ़ारिश या बदलाव पर वास्तविक रूप से विचार करने से रोकता है। इन मामलों में, व्यक्ति के लिए प्रतिरोध को कम करने या घटाने के तरीकों के बारे में सोचना उपयोगी हो सकता है।

संदेह को कम करने का एक सूक्ष्म तरीका गारंटी प्रदान करना है, जो यह आश्वासन देकर संदेह और जाँच की आवश्यकता को समाप्त करता है कि खराब परिणाम को ठीक किया जाएगा। जब कोई गारंटी संभव न हो, तो व्यक्ति (या स्वयं) से भविष्य के लिए प्रस्ताव पर विचार करने के लिए कहें, उदाहरण के लिए- “क्या होगा, यदि अगले वर्ष इस समय आप धूम्रपान न करने वाले हों?” संदेह को कम कर सकता है।

अनुरोध की तीव्रता या आक्रामकता को कम करके प्रतिक्रिया को कम किया जा सकता है। यह एक छोटा अनुरोध करके किया जा सकता है और बाद में एक बड़ा अनुरोध किया जा सकता है। विनम्रतापूर्वक अनुरोध करने से भी प्रतिक्रिया को कम किया जा सकता है। केवल “क्या आप...” कहने के बजाय, “मुझे पता है कि आप शायद नहीं चाहेंगे, लेकिन क्या आप...” कहने से अनुनयन नाटकीय रूप से बढ़ जाता है।

‘जड़ता’ के साथ दिलचस्प समस्या यह है कि प्रतिरोध का यह रूप अनुनयन के प्रति अनुत्तरदायी होता है। यह अनुनयात्मक संदेशों को नज़रअंदाज़ करने जैसा है। इसलिए, जड़ता को कम करने के लिए, व्यक्ति को संदेश सुनने के लिए प्रेरित करने हेतु कुछ करना होगा, उदाहरण के लिए- कई टेलीविजन विज्ञापन इस सिद्धांत पर अभिकल्पित (Design) किए जाते हैं कि उन्हें संदेश सुनने से पहले दर्शकों का ध्यान आकर्षित करना होता है।

शासन में अनुनयन का अनुप्रयोग (Application of Persuasion in Governance)

शासन में अनुनयन के अनुप्रयोग की खोज करने से पहले ‘शासन’ शब्द के बारे में थोड़ा समझ लेना बेहतर होगा।

‘शासन’ (Governance) को ‘सरकार’ (Government) के साथ भ्रमित नहीं किया जाना चाहिए। शासन में औपचारिक संस्थानों और नागरिक समाज के बीच अंतः क्रिया शामिल होती है। शासन एक ऐसी प्रक्रिया को संदर्भित करता है, जिसके तहत समाज में संस्था शक्ति, अधिकार और प्रभाव का उपयोग करती है तथा सार्वजनिक जीवन व सामाजिक उत्थान से संबंधित नीतियों और निर्णयों को लागू करती है।

इसलिए, ‘शासन’ शब्द के तहत होने वाले आदान-प्रदान बहुदिशात्मक होते हैं। यहीं पर अनुनयन का उपयोग आता है। कुछ स्पष्ट अनुप्रयोगों का उल्लेख यहाँ किया गया है:

1. वरिष्ठ अधिकारी द्वारा अधीनस्थों/कनिष्ठों को कार्यालय में देर तक काम करने, शौचालय का उपयोग स्वच्छता के साथ करने, कार्यालय में गुटखा खाने से मना करने, किसी भी प्रकार की रिश्वतखोरी में शामिल होने से मना करने आदि के लिए राजी किया जाना।
2. ज़मीनी स्तर पर अनुनयन-विनय में कई तरह की घटनाएँ शामिल होती हैं, जैसे- प्रदर्शनकारियों को शांत होने के लिए राजी करना, माताओं को अपने बच्चों को स्कूल भेजने के लिए राजी करना, गर्भवती महिलाओं को संस्थागत प्रसव कराने के लिए राजी करना, अतिक्रमण विरोधी अभियान के दौरान नागरिकों को शांत रहने के लिए राजी करना इत्यादि।
3. किसी राजनीतिक और स्थायी कार्यकारी के बीच अंतर-वैयक्तिक संचार (Inter-personal Communication) के दौरान अनुनयन भी उपयोगी हो सकता है। सिविल सेवक अपने राजनीतिक आकाओं को बेहतर और अधिक लक्षित योजनाएँ लाने के लिए मना सकते हैं। वे शासन को सेवा वितरण (Service Delivery) के नए ICT तरीकों का उपयोग करने के लिए भी राजी कर सकते हैं।
4. लोगों की ज़रूरतों और आकांक्षाओं के बारे में नागरिकों की ओर से प्रभावी अनुनय की भी ज़रूरत होती है, जैसे- नागरिक ‘लोक निर्माण विभाग’ (PWD) को स्थानीय तालाब को पुनर्जीवित करने के लिए राजी कर सकते हैं।
5. इसके अलावा, ‘अनुनय’ कूटनीति की कुंजी है। हर राजनयिक से एक अनुनय करने वाले के अच्छे गुणों को दिखाने की अनिवार्य माँग की जाती है। एक राजनयिक, जिसके पास बेहतर अनुनय कौशल होता है, वह निश्चित रूप से बेहतर सौदा (Deal) कर सकता है।

