

स्वास्थ्यको लागी सामाजिक ब्यवहार परिवर्तन क्षमता अभिवृद्धि अभ्यास

सन्दर्भ सामाग्री

कार्यक्रम तालिका

दिन १	विषय	समय
सत्र १	औपचारिक कार्यक्रम	३० मिनेट
	परिचयात्मक कार्यक्रम	४५ मिनेट
सत्र २	नेपालको संविधान, स्वास्थ्य नीति, रणनीति तथा योजना विप्लेषण	१:३० घण्टा
सत्र ३	सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका अवधारण तथा विचारहरु	१:३० घण्टा
सत्र ४	सिंहवालोकन	४५ मिनेट
सत्र ५	पी प्रक्रिया परिचय	१ घण्टा
दिन २		
	पुनरावलोकन	३० मिनेट
सत्र ६	विप्लेशण	३:३० घण्टा
सत्र ७	रणनीतिक रुपरेखा	२:०० घण्टा
दिन ३		
	पुनरावलोकन	३० मिनेट
सत्र ८	क्रियाकलाप, सन्देश तथा सामाग्रीहरुको विकास	२:०० घण्टा
सत्र ९	सन्देशका अवधारणहरुको पूर्व परिक्षण	१:३० घण्टा
सत्र १०	सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको व्यवस्थापन	१:०० घण्टा
सत्र ११	योजना तथा क्रियाकलापहरुको कार्यान्वयन	१:३० घण्टा
दिन ४		
	पुनरावलोकन	३० मिनेट
सत्र १२	अनुगमन	१:०० घण्टा
सत्र १३	प्रक्रिया अनुगमन (सूचाङ्क तथा चेकलिष्ट, प्रतिवेदानको खाका)	३:३० घण्टा
सत्र १४	मूल्याङ्कन	१:०० घण्टा
दिन ५		
	पुनरावलोकन	३० मिनेट
सत्र १५	प्रभावकारीता मूल्याङ्कन	१:०० घण्टा
	प्रभावकारीता मूल्याङ्कन सूचाङ्क तथा चेकलिष्ट	२:१५ घण्टा
सत्र १६	सरोकारवालाहरुको भूमिका	१:१५ घण्टा
	समापन	१:०० घण्टा

सत्र १: औपचारिक तथा परिचयात्मक कार्यक्रम

१.१ सामाजिक व्यवहार परिवर्तन अभ्यासको उद्देश्य तथा परिचय

१.२ परिचय:

“निर्देशनहरु कसरी पालना गर्ने” भन्ने अभ्यास पत्र बाँड्नुहोस् र उल्टो पारेर राख्न लगाउनुहोस् । सहभागीहरुलाई एउटा छोटो परीक्षा लिन लागेको भन्ने बताइदिनुहोस् र उनीहरुलाई तपाइले शुरु गर्ने नभने सम्म अभ्यास पत्रलाई उल्टो पारेर नै राख्न भन्नुहोस् । सबै सहभागीहरुले एकै समयमा अभ्यास शुरु गर्नुपर्छ ।

सहभागीहरुलाई “यो परीक्षा कस्ले कति समयमा पुरा गर्न सक्छ भन्ने अभ्यास गरेर हेर्नका लागि हो” भन्ने कुरा बताइदिनुहोस् । अतः उनीहरुले सकेसम्म चाँडो अभ्यास पुरा गर्नुपर्ने हुन्छ । अभ्यास समाप्त गर्नका लागि कति समय दिइएको छ भन्ने तपाईंले भन्न मिल्दैन, तर उनीहरुले सकेसम्म चाँडो समाप्त गर्नुपर्छ । अभ्यास समाप्त गरिसकेपछि उनीहरुले आफ्नो कलम/पेन्सिल तल राख्नु पर्छ, सम्झनुहोस्, सहभागीहरुले अभ्यास सकेसम्म चाँडो सक्नुपर्छ ।

अब शुरु गर्नुहोस् !

१.३ अभ्यास:

सहभागीहरुले अभ्यास गरिरहेको समयमा उनीहरुलाई सकेसम्म छिटो छिटो अभ्यास पुरा गर्नु पर्ने कुरा स्मरण गराउनुहोस् । अधिकांश सहभागीहरुले पुरा नगरेसम्म अभ्यास गर्न दिनुहोस् । कुनै कुनै सहभागीहरुले तुरुन्तै पुरा गर्नेछन्-उनीहरुलाई केहि पनि नबोल्न भन्नुहोस् । प्राय सबैजसो सहभागीले समाप्त गरिसकेपछि मात्र समय कति लाग्यो बताउनुहोस् ।

अभ्यास विश्लेषण प्रकृया: अभ्यास गर्दा के के भयो, सहभागीहरुलाई सोध्नुहोस् । केहि सहभागीहरुलाई अभ्यास गर्दा के भएको थियो ? भन्ने सम्बन्धमा छलफल गर्न दिनुहोस् । अभ्यासको पहिलो पंक्तिमा भनिएको छ : “अभ्यास शुरु गर्नुभन्दा पहिले सबै कुरा पढ्नुहोस्, तर सकेसम्म चाडो गर्नुहोस्” (यसलाई रेखांकित गरिएको छ) । धेरैजसोले पहिलो निर्देशनलाई पढ्दैनन्, किनभने उनीहरुको ध्यान यस वाक्यको शब्दहरुमा मात्र जान्छ । साथै तपाईं सहजकर्ताले पनि यो परीक्षा कस्ले कति समयमा अभ्यास पुरा गर्न सक्छ ? त्यो हेर्ने हो भन्ने कुरालाई वढी जोड दिएर भन्नु भएको थियो । त्यसकारण “काम शुरु गर्नुभन्दा पहिले सबै कुरा पढ्नुहोस्” भन्ने वाक्य लेखिएको भए तापनि तपाईंको निर्देशनले गर्दा छिटो अभ्यास सक्नुपर्छ भन्ने तर्फ उनीहरुको ध्यान वढी आकर्षित हुन पुग्यो ।

उनीहरुले आफूले हेर्न र पढ्न चाहेको कुरालाई मात्र छनौट गरे । यो कुरा “विशिष्ट अनुभूति” संग कसरी सम्बन्धित छ ? हामीले कहिलेकाँही आफूलाई आवश्यकता भन्दा वढी नै सचेत गराइएको तथा सहयोग गर्न खोजेको अनुभव गछौं । त्यसैले हामीले त्यस्तो कुरालाई मात्र छनौट गछौं, जसलाई हामी हेर्न, सुन्न र स्मरण गर्न चाहान्छौं । हामीले व्यक्तिगत विचार तथा धारणालाई थप जोड दिन पनि खोजिरहेका हुन्छौं । अतः हामीले त्यस कुरालाई मात्र सुन्न र स्मरण गर्न चाहान्छौं, जसले हाम्रो दृष्टिकोणलाई सहयोग र समर्थन गर्छ ।

यो कुरा सधैँ खराव नै हुन्छ भन्ने पनि छैन । यदि प्रत्येक आमाले वच्चा जन्मने प्रकृतिलाई विस्तृत रूपमा स्मरण गर्ने भए शायद प्रत्येक परिवारमा एउटा मात्र वच्चा हुन्थ्यो होला । तर हामीले के कुरा ग्रहण गर्न र के कुरा ग्रहण नगर्नका लागि छनौट गर्छौँ भन्ने सम्बन्धमा हामी होशियार हुनैपर्छ ।

१.६ निर्देशनलाई कसरी पालना गर्ने

१. काम शुरु गर्नु भन्दा पहिले सबै कुरा पढ्नुहोस्, तर सकेसम्म चाँडो काम गर्नुहोस्
२. माथि दायाँ तर्फको कुनामा आफ्नो नाम लेख्नुहोस्
३. तपाईं कहाँ बस्नु हुन्छ ? ठाउँको नाम लेख्नुहोस्
४. आफ्नो जन्मस्थानको नाम लेख्नुहोस्
५. आफ्नो मन पर्ने फिल्म कलाकार/खेलाडीको नाम लेख्नुहोस्
६. तल बायाँ कुनामा एउटा त्रिकोण बनाउनुहोस्
७. आफ्नो उमेर महिनामा लेख्नुहोस्
८. तपाईं विवाहित अथवा अविवाहित के हुनुहुन्छ, लेख्नुहोस्
९. तपाईंको उमेर (वर्षमा) लाई ८ ले गुणा गरेर गुणनफल लेख्नुहोस्
१०. माथि बायाँ तर्फको कुनामा एउटा घरको चित्र बनाउनुहोस्
११. यो घरको चित्रमा द्युवटा भ्याल र एउटा ढोका बनाउनुहोस्
१२. यो वुँदामा आइपुगेपछि सुन्ने गरि भन्नुहोस् “म संग छ”
१३. आफ्नो पहिलो नाम लिएर जोडले बोलाउनुहोस्
१४. आफ्नो हात टाउको माथि राख्नुहोस्, आँखा चिम्लनुहोस् र १० देखि १ सम्म सबैले सुन्नेगरि गन्नुहोस्
१५. तपाईंले सबै कुरा पढि सक्नु भएको छ, अब पहिलो र दोस्रो वाक्यले भने जस्तै गर्नुहोस् त्यसपछि आफ्नो कलम अथवा पेन्सिल राख्नुहोस् र अरुले अभ्यास नसक्दासम्म पखिनुहोस्, काम गर्नुहोस्, कुरा नगर्नुहोस् ।

आजको उद्घाटन समारोहमा तपाइले आफ्नो छिमेकीको छोटो परिचय दिनु पर्ने छ । हामीले छलफल शुरु गर्नु भन्दा पहिलेको समयमा कृपया एक अर्काको बारेमा तलका जानकारीहरु लिनुहोस् :

१. नाम, पद र कार्यालय :

.....

२. व्यक्तिको बारेमा कुनै विशेष कुराहरु : (उदाहरण: मेरो जोडीले पाँचवटा भाषा बोल्छ)

.....

.....

.....

.....

३. व्यक्तिको बारेमा कुनै रमाइलो कुरा अथवा उसको जीवनमा घटेको कुनै घटना:

(उदाहरण: मेरो जोडीले घुर्छ, तर केटाकेटी वा महिलाले गीत गाएको जस्तो स्वरमा)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन क्षमता अभिवृद्धि अभ्यासका उद्देश्यहरू

- १) गुणस्तरिय स्वास्थ्य परिणाम प्राप्तिका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको सिद्धान्त तथा विचारहरू प्रयोग गर्ने ।
- २) उपलब्ध तथ्याङ्क तथा प्रमाणहरूको प्रयोग गरी स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका रणनीति तथा कार्यक्रम तयार गर्ने ।
- ३) सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका लागि परिवार नियोजन, मातृ तथा नवजातशिशु स्वास्थ्य, बाल स्वास्थ्य तथा किशोर किशोरी स्वास्थ्य सम्बन्धित व्यवहारहरूको पहिचान गरि प्राथमिकिकरण गर्ने ।
- ४) परिवारको सकारात्मक स्वास्थ्य परिवर्तनका लागि समुदायको सृजनात्मक सहभागिताका लागि वकालत गर्ने ।
- ५) स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका चरणबद्ध प्रक्रियाको सुनिश्चित गर्ने ।
- ६) स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका सामाग्रीहरूको पूर्व परिक्षण गर्ने ।
- ७) स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन क्रियाकलापहरूको प्रकृया अनुगमनका सूचाङ्कहरूको पहिचान गर्ने
- ८) स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका प्रकृया अनुगमनको चेक लिष्ट तयारी गर्ने
- ९) सुपरिवेक्षण र अनुगमन प्रतिवेदनको रूपरेखा तयार गर्ने
- १०) प्रभावकारिता मूल्याङ्कनको सूचाङ्कहरू र प्रक्रिया पहिचान गर्ने
- ११) स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको लागि विभिन्न व्यक्ति वा संस्थाको भूमिकाहरूको पहिचान गर्ने

स्वास्थ्यका लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन क्षमता अभिवृद्धि अभ्यास कार्यक्रमको लागि सामूहिक मान्यता

- सिक्ने कुरा तपाईं आफैमा निर्भर गर्छ
- सहभागीहरू विच र सहभागी तथा सहजकर्ता बीचको सहकार्य अति महत्वपूर्ण हुन्छ ।
- कार्यशालाको उचित व्यवस्थापन र सफलताका लागि दोहोरो सञ्चार अति आवश्यक हुन्छ ।
- सहभागीहरूको आ-आफ्नै सिक्ने शैली र भिन्न भिन्न आवश्यकता हुन सक्ने भएकोले प्रत्येक सहभागीमा धैर्यता, समझदारी तथा टोलीमा काम गर्ने भावना हुन जरुरी छ ।
- कार्यशाला यत्तिकैमा अन्त्य हुने छैन

सत्र २: नेपालको संबिधान, स्वास्थ्य नीति, रणनीति तथा योजना (संघीय, प्रदेश तथा स्थानीय तह)

अन्य कुनै पनि प्रभावकारी कार्यमा जस्तै प्रभावकारी वकालत गर्ने कुरामा पनि पहिलो चरण विश्लेषण हो । सार्वजनिक नीतिलाई प्रभावित गर्ने उद्देश्यले तर्जुमा गरिने कृयाकलापहरु अथवा वकालतका प्रयासहरुको शुरुआत सहि सूचना तथा समस्याको गहिराईको बोध, संलग्न जनताहरु, नीतिहरु, यी नीतिहरुको कार्यान्वयन (अथवा कार्यान्वयन नहुनु), संगठनहरु, र प्रभावशाली व्यक्तिहरु तथा निर्णयकर्ताहरु सम्म पहुच भएका सञ्चार माध्यमहरुबाट हुन्छ । यी मुख्य मुख्य तत्वहरुका संबन्धमा जति वढी ज्ञान हुन्छ, वकालत गर्ने कार्य पनि त्यत्तिकै विश्वासिलो हुन्छ ।

क. नीति, रणनीति तथा योजना विश्लेषणका मुख्य प्रश्नहरु सोध्ने?

- समस्याहरु के के हुन ?
- यी समस्याका कारक अथवा समस्यासंग सम्बन्धित विद्यमान नीतिहरु के के हुन (लिखित वा अलिखित, कानुनी वा धार्मिक) ? यी नीतिहरुको कार्यान्वयन कसरी भैरहेको छ अथवा कार्यान्वयन नै भएको छैन ?
- नीतिहरुको परिवर्तनले समस्याको समाधान कसरी गर्न सक्छ ?
- नीतिहरुमा गर्न चाहेको परिवर्तनसंग सम्बन्धित सम्बद्ध पक्षहरु को को हुन ?
 - वकालत गर्ने र सघाउ पुऱ्याउने व्यक्तिहरु को को छन् ?
 - अवरोधहरु के के छन् ?
 - परिवर्तन प्रति भुकाव भएका मतदाताहरु को को हुन् ?
- सम्बद्ध पक्षहरु तथा निर्णयकर्ताहरुका प्राथमिकता के के हुन् ? प्राथमिकताहरु औचित्यपूर्ण, भावनात्मक अथवा व्यक्तिगत पनि हुनसक्छन् ।
- नीतिलाई नियन्त्रण गर्ने व्यक्तिहरुलाई कस्ले प्रभाव पार्न सक्छ ? नीति निर्माताहरुले कस्लाई विश्वास गर्छन् ? उनीहरुले कस्तो प्रकारको विवाद उठाउनसक्ने संभावना छ ?
- नीति निर्माण सगं सम्बन्धित सञ्चार संरचना कस्तो छ ?
- निर्णयकर्ता सम्म पहुच भएका सञ्चार माध्यमहरु के के छन् ?
- निर्णयकर्ताहरुले विश्वास गर्न योग्य सन्देशहरु के के हुन ?
- नीतिगत प्रकृया के हो (कानुन, घोषणा, नियम, कानुनी निर्णय, समितिको कारवाही, संस्थागत अभ्यास) ?
- नीति परिवर्तनका आर्थिक पक्षहरु के के छन् ?

ख. नेपालको संबिधानमा उल्लेख गरिएका सञ्चार तथा स्वास्थ्य अधिकारहरु के के छन् ?

१९. सञ्चारको हक : (१) विद्युतीय प्रकाशन, प्रसारण तथा छापा लगायतका जुनसुकै माध्यमबाट कुनै समाचार, सम्पादकीय, लेख, रचना वा अन्य कुनै पाठ्य, श्रव्य, श्रव्यदृश्य सामग्रीको प्रकाशन तथा प्रसारण गर्न वा सूचना प्रवाह गर्न वा छाप्न पूर्व प्रतिबन्ध लगाइने छैन ।

२४. छुवाछूत तथा भेदभाव विरुद्धको हक : (१) कुनै पनि व्यक्तिलाई निजको उत्पत्ति, जात, जाति, समुदाय, पेशा, व्यवसाय वा शारीरिक अवस्थाको आधारमा कुनै पनि निजी तथा सार्वजनिक स्थानमा कुनै प्रकारको छुवाछूत वा भेदभाव गरिने छैन ।

३०. स्वच्छ वातावरणको हक :

(१) प्रत्येक नागरिकलाई स्वच्छ र स्वस्थ वातावरणमा बाँच्न पाउने हक हुनेछ ।

(२) वातावरणीय प्रदूषण वा ह्रासबाट हुने क्षतिबापत पीडितलाई प्रदूषकबाट कानून बमोजिम क्षतिपूर्ति पाउने हक हुनेछ ।

(३) राष्ट्रको विकास सम्बन्धी कार्यमा वातावरण र विकासबीच समुचित सन्तुलनका लागि आवश्यक कानूनी व्यवस्था गर्न यस धाराले बाधा पुऱ्याएको मानिने छैन ।

३५. स्वास्थ्य सम्बन्धी हक : (१) प्रत्येक नागरिकलाई राज्यबाट आधारभूत स्वास्थ्य सेवा निःशुल्क प्राप्त गर्ने हक हुनेछ, र कसैलाई पनि आकस्मिक स्वास्थ्य सेवाबाट वञ्चित गरिने छैन ।

(२) प्रत्येक व्यक्तिलाई आफ्नो स्वास्थ्य उपचारको सम्बन्धमा जानकारी पाउने हक हुनेछ ।

(३) प्रत्येक नागरिकलाई स्वास्थ्य सेवामा समान पहुँचको हक हुनेछ ।

(४) प्रत्येक नागरिकलाई स्वच्छ खानेपानी तथा सरसफाइमा पहुँचको हक हुनेछ ।

संबिधानमा उल्लेखित संघ प्रदेश र स्थानिय तहको स्वास्थ्य सम्बन्धि क्षेत्राधिकार ?

अनुसूची ५: संघिय अधिकार सूची	अनुसूची ६: प्रादेशीक अधिकार सूची	अनुसूची ८ : स्थानिय अधिकार सूची
<ul style="list-style-type: none"> स्वास्थ्य नीति , स्वास्थ्य सेवा, स्वास्थ्य मापदण्ड, गुणस्तर, अनुगमन, राष्ट्रिय वा विशिष्ट सेवा प्रदायक अस्पताल, परम्परागत उपचार सेवा, सरुवा रोग नियन्त्रण 	<ul style="list-style-type: none"> स्वास्थ्य सेवा 	<ul style="list-style-type: none"> आधारभूत स्वास्थ्य र सरसफाइ
	<ul style="list-style-type: none"> अनुसूची ७: संघ तथा प्रदेशको साभा अधिकार सूची 	<ul style="list-style-type: none"> अनुसूची ९: संघ, प्रदेश र स्थानिय सरकारको साभा अधिकार सूची
	<ul style="list-style-type: none"> औषधि र विषादी परिवार नियोजन र जनसंख्या व्यवस्थापन 	<ul style="list-style-type: none"> स्वास्थ्य सेवा

तह	अधिकारको संख्या	कार्य विस्तृतिकरणको सारांस
संघ	४०	नीति, कानून, गुणस्तर मापदण्ड, अनुगमन , नियमन । जनस्वास्थ्य आपतकालीन अवस्था, स्वास्थ्य क्षेत्रमा विपद र महामारी व्यवस्थापन ।
प्रदेश	३६	राष्ट्रिय मापदण्ड बमोजिम (संघ) प्रादेशीक निति निर्माण तथा स्वास्थ्य सेवा व्यवस्थापन, गुणस्तर मापदण्ड, अनुगमन, नियमन गरी स्वास्थ्य सेवाको व्यवस्थापन।
स्थानिय तह	२६	आधारभूत स्वास्थ्य सेवा संचालन, प्रवर्द्धन तथा सेवाको सुनिश्चितता गर्ने ।

ग. विद्यमान स्वास्थ्य नीति, रणनीति तथा योजनाहरु के के छन् ?

विद्यमान स्थिति

स्वास्थ्य सेवाको लामो इतिहास र विगत छ दशकको सङ्गठित प्रयासको फलस्वरूप स्वास्थ्य क्षेत्रमा उल्लेखनीय उपलब्धिहरु हासिल भएका छन् । प्राथमिक स्वास्थ्य सेवा उपलब्ध गराउने स्वास्थ्य संस्थाहरुको सञ्जाल देशैभरी पुगेको छ । निजी क्षेत्रको सहभागिता विशेष गरी शहर केन्द्रित उपचारात्मक स्वास्थ्य सेवामा उल्लेख्य रुपमा बढ्दै गइरहेको छ ।

प्रायः सबै स्तरको स्वास्थ्य सेवाका लागि आवश्यक मानव संसाधनको उत्पादन मुलुक भित्रै हुन थालेको छ । हाल मुलुकलाई आवश्यक पर्ने औषधीको करिब ४० प्रतिशत उत्पादन मुलुक भित्रै हुन थालेको छ । यसैगरी आँखा, क्यान्सर, मुटु, मिर्गौला, स्नायु, हाडजोर्नी, अङ्ग प्रत्यारोपण, प्लास्टिक सर्जरी जस्ता विशिष्ट उपचार गर्ने स्वास्थ्य संस्थाहरु स्वदेशमै स्थापित हुनाको साथै रोग निदान केन्द्र तथा प्रयोगशालाहरु विकास तथा विस्तार भएका छन् ।

विगतका प्रयासबाट नेपालबाट विपर उन्मूलन हुनुको साथै पोलियो शून्य अवस्थामा आइसकेको छ । मातृ तथा शिशु धनुष्ठाङ्कार, कुष्ठरोग एवं ट्रकोमा निवारण भइसकेको छ । त्यस्तैगरी विगतमा मुलुकको मुख्य स्वास्थ्य समस्याको रुपमा रहेका कालाजार, हात्तीपाइले, औलो, क्षयरोग, एचआइभी, दादुरा, लहरे खोकी, भ्यागुते रोग, जापानिज इन्सेफ्लाइटिस, भाडापखाला, श्वासप्रश्वास, टाइफाइड, जस्ता संक्रामक रोगहरु नियन्त्रणमा छन् र रोग भार घट्दो क्रममा। मातृ स्वास्थ्य, नवजात शिशु तथा बालु स्वास्थ्यमा सुधार आएको छ । स्वास्थ्य क्षेत्रमा भएको सुधारको साथसाथै नसर्ने रोगको भने बढ्दो क्रममा रहेको छ ।

स्वास्थ्य जनशक्ति, स्वास्थ्य सेवा, अनुसन्धानको गुणस्तर सुनिश्चितताका लागि नियमन गर्ने विभिन्न निकायहरु (मेडिकल काउन्सिल, नर्सिङ काउन्सिल, फार्मेसी काउन्सिल, स्वास्थ्य व्यवसायी परिषद्, आयुर्वेद चिकित्सा परिषद्, राष्ट्रिय स्वास्थ्य अनुसन्धान परिषद्) स्थापना भई कार्यरत रहेको अवस्था छ ।

स्वास्थ्य क्षेत्रमा सहयोगी राष्ट्र, दातृ निकाय तथा अन्तर्राष्ट्रिय संघघ संस्थाहरु सँगको सहकार्य र साभेदारी विकास भएको छ। यसै क्रममा स्वास्थ्य विज्ञान प्रतिष्ठानहरुको विकास तथा बिस्तार हुँदै गइरहेको छ। स्वस्थ्य सम्बन्धी जनचेतनामा अभिवृद्धि भएको छ। शिक्षा, सञ्चार, यातायात, कृषि तथा खाद्यान्न आपूर्तिमा भएको सापेक्षित विकासले स्वास्थ्य स्थितिको सुधारमा समेत सघाउ पुऱ्याएको छ।

नेपालको स्वास्थ्य क्षेत्रमा विद्यमान नीतिहरु

- १) राष्ट्रिय स्वास्थ्य नीति, २०७१
- २) जन स्वास्थ्य सेवाएन, २०७५
- ३) सुरक्षित मातृत्व तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार ऐन, २०७५
- ४) नेपाल स्वास्थ्य क्षेत्र रणनीति, २०१५ – २०२०
- ५) दीगो विकास लक्ष्य, २०१५ – २०३०

दिगो विकास का लक्ष्यहरु

दिगो विकास का लक्ष्यहरु
गरिबीको अन्त्य: सबै प्रकारका गरिबीलाई सबै ठाउँबाट अन्त्य गर्ने
शून्य भोकमरी: भोकमरीको अन्त्य गर्ने, खाद्यसुरक्षा तथा उन्नत पोषण हासिल गर्ने र दिगो कृषिको प्रवर्द्धन गर्ने
आरोग्यता तथा कल्याण: स्वस्थ जीवन सुनिश्चित गर्ने र सबै उमेरका सबै मानिसको कल्याणको प्रवर्द्धन गर्ने
गुणस्तरीय शिक्षा: सबैका लागि समावेशी तथा गुणस्तरीय शिक्षा सुनिश्चित गर्ने तथा आजीवन सिकाइलाई प्रवर्द्धन गर्ने
लैङ्गिक समानता: लैङ्गिक समानता हासिल गर्ने र सबै महिला तथा किशोरीहरुको सशक्तीकरण गर्ने
सफा पानी तथा सरसफाइ: सबैका लागि सफा पानी तथा सरसफाइमा पहुँच सुनिश्चित गर्ने
खर्चले धान्न सक्ने स्वच्छ ऊर्जा: सबैका लागि खर्चले धान्न सक्ने, भरपर्दो, दिगो तथा आधुनिक ऊर्जामा पहुँच सुनिश्चित गर्ने
मर्यादित काम तथा आर्थिक वृद्धि: सबैका लागि समावेशी तथा दिगो आर्थिक वृद्धि, रोजगारी तथा मर्यादित कामको प्रवर्द्धन गर्ने
उद्योग, नवीन खोज र पूर्वाधार: बलियो पूर्वाधार निर्माण गर्ने, औद्योगिकीकरणलाई दिगो बनाउने तथा नवीन खोजलाई प्रोत्साहन गर्ने
न्यून असमानता : देशभित्रै वा देशहरुबीच रहेको असमानतालाई न्यून गर्ने

दिगो सहर र समुदायहरू: सहरहरूलाई समावेशी, सुरक्षित, सबल र दिगो बनाउने
जिम्मेवारपूर्ण उपभोग तथा उत्पादन: दिगो उपभोग तथा उत्पादनको ढाँचा सुनिश्चित गर्ने
जलवायु सम्बन्धी कारबाही: जलवायु परिवर्तन तथा यसका प्रभावहरूविरुद्ध लड्न तत्काल कारबाही थाल्ने
जलमुनिको जीवन: समुद्र, महासागर र समुद्री स्रोतहरूको संरक्षण तथा दिगो प्रयोग
जमिनमाथिको जीवन: वनको दिगो व्यवस्थापन गर्ने, मरुभूमीकरणविरुद्ध लड्ने, भूक्षयीकरण रोकेर त्यस्तो प्रक्रियालाई उल्ट्याउने तथा जैविक विविधताको क्षतिलाई रोक्ने
शान्ति, न्याय र सशक्त: संस्थाहरू न्यायपूर्ण, शान्तिपूर्ण र समावेशी समाजहरूको प्रवर्द्धन गर्ने
यी लक्ष्यका लागि साभेदारी: दिगो विकासका लागि विश्वव्यापी साभेदारीलाई पुनर्जीवन दिने

राष्ट्रिय स्वास्थ्य नीति २०७५ (मस्यौदा) मुलभूत रूपमा नेपालको संविधान, संघीय संरचना र गुणस्तरिय स्वास्थ्य सेवामा सर्वव्यापी पहुँचबाट निर्देशित छ। संविधान प्रदत्त नागरिकका स्वास्थ्य सम्बन्धि मौलिक अधिकार सुनिश्चित गर्न देहायका निर्देशक सिद्धान्तहरूका आधारमा यो नीति प्रतिपादन गरिएको छ।

- क) निःशुल्क आधारभूत स्वास्थ्य सेवा , नागरिकको मौलिक अधिकार
- ख) स्वास्थ्य सेवामा समतामूलक पहुँच
- ग) संघीय संरचना अनुरूप स्वास्थ्य प्रणालीमा सुधार
- घ) गुणस्तरीय स्वास्थ्य सेवा
- ङ) बहुक्षेत्रिय साभेदारी तथा सहकार्य
- च) स्वास्थ्य सुशासन

घ. स्थानीय तहमा गरिने स्वास्थ्य योजनाको प्रकृया तथा तथ्याङ्कमा आधारित योजना विकास र कार्यान्वयनबारे विश्लेषण:

स्थानीय तथ्याङ्क र अभिलेख सङ्कलन

- १) स्थानीय तथ्याङ्क सम्बन्धि नीति, कानून, मापदण्ड, योजना, कार्यान्वयन र नियमन
- २) आधारभूत तथ्याङ्क सङ्कलन र व्यवस्थापन
- ३) जन्म, मृत्यू, विवाह, सम्बन्ध विच्छेद, बसाईसराई दर्ता र परिवारिक लगतको अभिलेख तथा पञ्जिकरण व्यवस्थापन
- ४) सूचना तथा सञ्चार, प्रविधियुक्त आधारभूत तथ्याङ्क को सङ्कलन र व्यवस्थापन
- ५) स्थानीय तथ्याङ्क र अभिलेख सङ्कलन सम्बन्धि अन्य कार्य

आधारभूत स्वास्थ्य र सरसफाई

- १) आधारभूत स्वास्थ्य र सरसफाई तथा पोषण सम्बन्धी नीति, कानून, मापदण्ड, योजनाको तर्जुमा, कार्यान्वयन तथा नियमन
- २) आधारभूत स्वास्थ्य, प्रजनन स्वास्थ्य र पोषण सेवाको सञ्चालन र प्रवर्द्धन
- ३) अस्पताल र अन्य स्वास्थ्य संस्थाको स्थापना तथा सञ्चालन
- ४) स्वास्थ्य सेवा सम्बन्धी भौतिक पूर्वाधार विकास तथा व्यवस्थापन
- ५) स्वच्छ खानेपानी तथा खाद्य पर्दाथको गुणस्तर र वायु तथा ध्वनिको प्रदूषण नियन्त्रण र नियमन
- ६) सरसफाई सचेतनाको अभिवृद्धि र स्वस्थजन्य फोहोरमैलाको व्यवस्थापन
- ७) स्वास्थ्यजन्य फोहोरमैला सङ्कलन, पुनः उपयोग, प्रशोधन, विसर्जन र सोको सेवा शुल्क निर्धारण र नियमन
- ८) रक्त सञ्चार सेवा तथा स्थानीय र शहरी स्वास्थ्य सेवा सञ्चालन
- ९) औषधि पसल सञ्चालन, अनुमति, अनुगमन र नियमन
- १०) सरसफाई तथा स्वास्थ्य क्षेत्रबाट निष्कासित फोहोरमैला व्यवस्थापनमा निजी तथा गैरसरकारी क्षेत्रसँग समन्वय, सहकार्य र साभेदारी
- ११) परिवार नियोजन तथा मातृशिशु कल्याण सम्बन्धी सेवा सञ्चालन, अनुमति, अनुगमन तथा नियमन
- १२) महिला तथा बालबालिकाको कुपोषण न्यूनीकरण, रोकथाम, नियन्त्रण र व्यवस्थापन

सत्र ३: सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका अवधारणा तथा विचारहरू

३.१ उद्देश्य

- व्यवहार परिवर्तन गर्न सामाजिक वातावरणलाई बढावा दिनका लागि “संचार प्रकृया र ढांचा” उपयोग गर्ने
- हामीले परिवर्तनका प्रकृयाहरू बुझ्न किन महत्वपूर्ण हुन्छ भन्ने लेखाजोखा गर्ने
- परिवर्तनको प्रकृयालाई सराहना गर्ने कुरामा सिकाईको अवधारणा किन प्रमुख हुन्छ भन्ने बोध गर्ने
- सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका लागि संचारको योजना तर्जुमा, सञ्चालन तथा मूल्यांकनका लागि सबै भन्दा उपयोगी ढांचा वारे बोध गर्ने

३.२ सञ्चार परिभाषा

सञ्चार एक प्रकृया हो भन्ने कुरा बुझ्न अति महत्वपूर्ण छ । सञ्चार समयानुक्रम अनुसार हुने कुरा हो । सञ्चार भनेको कुनै परिणाम अथवा प्रतिफल होईन । सञ्चार भनेको पोष्टर, पुस्तिका वा सामाजिक नाटक तयार गर्ने कुरा मात्र पनि होइन । सञ्चारमा धेरै प्रकारका व्यवहारहरू अथवा क्रियाकलापहरू समावेश भएका हुन्छन्, ती हुन् : सुन्ने, पढ्ने, लेख्ने, कुराकानी गर्ने र सोच्ने । यी व्यवहारहरू समयानुक्रम अनुसार हुन्छन् । जब हामी सञ्चार गर्छौं त्यतिबेला हामी आपसी समझदारी बढाउने प्रयत्न गर्छौं ।

सूचना, जानकारी, सन्देश, भावनाहरू, ज्ञान र व्यक्तिगत विचार एवं विश्वासहरू एकअर्कामा आदानप्रदान गर्ने प्रक्रियालाई संचार भनिन्छ । संचार प्रकृया पूरा हुन निम्न कुरा हरुको आवश्यकता पर्छ

- श्रोत (संचार कर्ता) (Source)
- सन्देश (Message)
- माध्यम (Medium)
- प्राप्तकर्ता (Receiver)
- पृष्ठपोषण (Feedback)

३.३ विद्यमान सञ्चार चार प्रकारका पहिचान गरिएकोछ

- स्वयम सञ्चार - व्यक्ति आफैले आफूलाई गर्ने सञ्चार
- अन्तरव्यक्ति सञ्चार - एक व्यक्तिले अर्को व्यक्तिलाई गर्ने सञ्चार
- आम सञ्चार - आमसञ्चारका माध्यमद्वारा एकै पटक धेरै मासिनहरूलाई गरिने सञ्चार
- सांगठनिक सञ्चार -एउटै संगठन भित्र तथा संगठनहरू बीचको सञ्चार

३.४ सामाजिक व्यवहार परिवर्तन भनेको के हो ?

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन भनेको लक्षित समुहको सकृय सहभागीतामा व्यवहार परिवर्तन हुन सक्ने सबै भन्दा बढी सम्भावना भएको श्रोतहरूको खोजी गरी व्यवहार परिवर्तनमा आउन सक्ने अवरोधहरूलाई प्रभावित गर्ने तथ्यहरू, विचारहरू, अवधारणाहरू र सिध्दान्तहरूलाई प्रकृयागत रूपमा समेटेी व्यवहार परिवर्तनको रणनीतिक रूपरेखाको विकास गरि परिवर्तनलाई असर गर्नु हो ।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन सन्देश वा नारा दिनेमा मात्र सिमित नभई यसले व्यक्तिगत वा सामुहिक रूपमा सम्मिलित भई पूर्ण रूपमा अर्थ बुझाउँछ । सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका लागि प्रयोग भएका

प्रभावकारी tools मध्ये आमसंचार, समूदाय परिचालन, अन्तर व्यक्ति संचार, सूचना तथा संचार का प्रविधीहरु र अन्य नयाँ संचार माध्यमहरु हुन।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तनले सामाजिक आयामहरुमा सु-स्वास्थ्यको लागि सकारात्मक प्रभावपार्न सबै भन्दा प्रभावकारी र मौलिक मानव अन्तक्रिया “संचार” लाई प्रयोग गर्दछ।

सामाजिक व्यवहार परिपेक्षमा हुन्छ, शुन्यमा होईन, सामाजिक व्यवहारलाई बुझ्नका लागि हाम्रो विश्लेषण इकाइले व्यक्तिगत तथा सामाजिक सन्दर्भलाई समेत विचार गर्नुपर्छ, उनीहरुले त्यहि कुरालाई चयन गर्छन जुन कुरा उनीहरु संभन्ना राख्न अथवा विर्सिन चाहन्छन्।

३.५ स्वास्थ्यको लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन किन आश्यक छ ?

सामाजिक व्यवहार परिवर्तनले कुनै पनि व्यक्तिलाई स्वास्थ्य विषयमा निर्णय लिन मनोवृत्ति, धारणा र अभ्यासमा परिवर्तन गरेर स्वास्थ्यका नतिजामा सुधार गर्न सक्दछ।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तनले आफ्नो स्वास्थ्यमा नियन्त्रण र सुधार बढाउन व्यक्ति, परिवार र समूदायलाई सक्षम बनाउछ।

प्रमाणमा आधारित व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमले ज्ञानमा बृद्धि गर्न र मनोवृत्ति र सस्कृतिक मापदण्डहरु विभिन्न थरिका व्यवहारमा परिवर्तन हुन सक्दछ भन्ने कुरा अनुसन्धानले देखाएको छ।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तनले विभिन्न स्वास्थ्यका क्षेत्रमा प्रभावकारीता प्रमाणीत गरिसकेको छ जस्तै परिवार नियोजनका साधनहरुको प्रयोगमा, HIV and AIDS को रोकथाममा, नवजात शिशुस्वास्थ्य तथा मातृ स्वास्थ्यको सुदृढिकरणमा, मातृ मृत्यु तथा नवजात शिशु मृत्युदर घट्नुमा आदि।

३.६ सामाजिक व्यवहार परिवर्तन भनेको विज्ञान र कला दुवै हो।

- **विज्ञान** : हामी सञ्चार गतिविधिको विश्लेषण, योजना तर्जुमा, व्यवस्थापन तथा मूल्यांकन गर्नका लागि प्रयोग द्वारा सिद्ध भैसकेका तथ्याङ्कहरु प्रयोग गर्छौं।
- **कला** : सञ्चार सम्बन्धी हाम्रो ज्ञान पूर्ण हुदैन। हामीले अरुसंग सञ्चार गर्दा सिर्जनशीलता, निर्णय, अन्तरज्ञान तथा अन्तरदृष्टीलाई पनि प्रयोग गर्छौं।

३.७ व्यवहार परिवर्तनलाई प्रभाव पार्ने तत्वहरु

○ भौतिक तत्व (Physical Stimuli)

यदि कुनै व्यवहारबाट लाभ भन्दा पीडा बढी हुन्छ भने अथवा पीडाको स्मरण मात्र पनि बढी हुन्छ भने

○ औचित्यता तत्व (Rational Stimuli)

केहि मानिसहरुले आफ्नो कुनै व्यवहार परिवर्तन नगर्दा हुनसक्ने बेफाइदाहरुबारे बुझ्छन् भने

○ भावनात्मक तत्व (Emotional Stimuli)

यदि मानिसहरुले आफ्नो व्यवहारबाट अत्यधिक खतरा महसुस गर्छन् भने भावनाहरु नकारात्मक पनि हुन सक्छन् अथवा मायासंग सम्बन्धित पनि हुन सक्छन्।

○ सिपहरु (Skills)

नयाँ व्यवहार अपनाउन आफु सक्षम छु र निश्चित छु भन्ने ठान्छन् भने

○ परिवार वा साथीभाईको सहयोग (Family or Personal Network)

अन्य व्यक्तिको सहयोग र समर्थन पाउँछन् भने

○ सामाजिक संरचना/समर्थन (Social Structure)

चाहना गरे अनुसार व्यवहारमा परिवर्तन ल्याउनका लागि सामाजिक संरचना सकारात्मक छ र व्यवहार परिवर्तन गर्ने प्रकृत्यामा समाज आफै पनि संलग्न हुन्छ भने

३.८ व्यवहार परिवर्तनका मुख्य विचार

उल्लेख्य रूपमा परिवर्तन होस भन्नाका लागि हामीले आफ्नो सुविधालाई समेत छोडनु पर्छ । हाम्रो कार्यका सन्दर्भमा यसको अर्थ परिवर्तनको वातावरण सिर्जना गर्नु हो, ताकि सहभागी समुहहरु नया कुरा अपनाउन उत्प्रेरित होऊन ।

- अरुलाई परिवर्तन गर्न हामीले सर्व प्रथम आफूलाई परिवर्तन गर्नुपर्ने हुन्छ
- वास्तवमा, हामीले अरुलाई परिवर्तन गर्न सक्दैनौ, तर आफूलाई भने सधैं परिवर्तन गर्न सक्छौ ।

३.९ परिवर्तन गर्ने भनेको:

- जोखिम उठाउने
- नवीन परिवर्तनको मूल्य निरूपण गर्ने
- आफ्नो कामको जवाफदेही आफै हुने

३.१० असन्तुष्टी पनि असल हुनसक्छ

- सन्तुष्टीले परिवर्तनको विरोध गर्छ
- जब हामी असन्तुष्ट हुन्छौ, अनि परिवर्तनको शुरुआत हुन्छ

३.११ व्यवहार परिवर्तनका पांच चरणहरु

- ज्ञान
- स्वीकृति
- अभिप्राय
- अभ्यास
- वकालत



३.१२ व्यवहारलाई प्रभावित पार्ने उपयहरू

शिक्षा प्रदान गर्ने-

उत्प्रेरित व्यक्तिहरूमा नयां व्यवहार अपनाउनका लागि आवश्यक सीप आर्जन गर्ने, बोध गर्ने तथा सिकने कुरालाई बढावा दिने

प्रोत्साहन गर्ने -

विस्वासिलो श्रोतमा आधारित युक्तिसंगत तर्कहरू प्रस्तुत गरेर नया विश्वासहरू, मूल्यहरू, तथा व्यवहारहरू अपनाउन प्रोत्साहित गर्ने

सम्वाद र सहभागीता -

अन्तरव्यक्ति सञ्चार र समूह छलफल, अनुभवहरूको आदान प्रदान, परामर्श तथा सामाजिक नेटवर्कका माध्यमबाट आपसी समझदारी तथा संभौतालाई प्रोत्साहित गर्ने

मनोरञ्जन -

संगीत, नाटक, नृत्य, प्रहसन, कला अथवा मनोरञ्जनका अन्य विधाहरूका माध्यमबाट सहभागी समुहलाई सन्देश प्रदान गरेर उनीहरूमा आनन्द, भावनात्मक स्फुर्ती तथा उत्तेजना पैदा गर्ने

सत्र ४: सिंहावलोकन?

कुनै पनि विषयमा कुनै पनि मानिसमा केहि न केहि ज्ञान वा अनुभव हुन्छ वा त्यस विषयमा आफ्नो केहि न केहि धारण हुन्छ । त्यसैले कुनै पनि कुराको सिकाई गर्दा उहाँहरूको ज्ञान, अनुभव वा धारणहरू पनि महत्वपूर्ण हुन्छ । सिंहावलोकन भन्नेले यहि कुराहरू सरसर्ती छलफल गर्नु हो अथवा सम्बन्धित विषयमा पहिला के भएको थियो हाल के भईरहेको छ र पछि पनि के हुन सक्छ भनि हेर्नु हो । यसरी सिंहावलोकन गर्ने क्रममा हामी यस सामाजिक व्यवहार परिवर्तन दक्षता अभिवृद्धि अभ्यास कार्यक्रममा के के हुन्छ वा के के गरिन्छ भनेर बुझ्ने कोशिस गसिन्छ।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यशालाको विस्तार स्वास्थ्यका विषयमा संचार गर्न सिकने एउटा एकिकृत उपायका रूपमा भएको हो। कक्षा कोठामा प्रस्तुतिकरण, छलफल, र अभ्यास जस्ता संयुक्त कृयाकलापहरूबाट संचार सीपको अधिकतम वृद्धि हुन्छ । पी प्रकृया पांच चरण भएको सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम तयारीको एक ढांचा वा प्रक्रिया हो, र यसका बारेमा हामी प्रत्येक दिन अभि वढी सिकदै जाने छौ ।रणनैतिक सामाजिक व्यवहार परिवर्तन योजना तर्जुमा तथा मूल्यांकन, कार्यशालाका सत्रहरू र मुख्य मुख्य वुंदाहरू समावेश गरिएको यस म्यानुएलको मूल आधार Leadership in Strategic Health Communicaiton हो ।

४.१ सन्दर्भ सामाग्री

यस सन्दर्भ सामाग्री मा कार्यशालाका प्रत्येक सत्रहरूमा प्रस्तुत गरिने आधारभूत सूचनाहरू समावेश गरिएको छ । जसलाई तपाईंले कार्यशाला अवधिमा श्रोत पुस्तिकाका रूपमा प्रयोग गर्न र तपाईं आफ्नो घर फर्केपछि कार्यशालामा सिकेका कुराहरू व्यवहारमा लागु गर्न मद्दत पुऱ्याउने औजारका

रुपमा समेत प्रयोग गर्न सक्नु हुनेछ । तपाईंले आफ्नो कामको अभिलेख गर्न प्रत्येक सत्रको अन्त्यमा एउटा खाली पाना राखिएकोछ । यो सन्दर्भ सामाग्री समाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम तयारी प्रक्रिया “पी प्रक्रिया” मा आधारित हुनेछ।

४.२ रणनीतिक सञ्चार योजना तर्जुमा तथा मूल्यांकन

पी प्रकृया एउटा अन्तरकृयात्मक अभ्यास हो, जसले सहभागीहरूलाई कक्षा कोठामा सिकेका सीप र पाठलाई व्यवहारमा लागु गर्ने सम्वन्धमा तत्काल अभ्यास गर्ने मौका प्रदान गर्छ । पी प्रकृया वा ढांचाको माध्यमबाट सहभागीहरूलाई असल रणनीतिक योजनाका सिद्धान्तहरूलाई अभ्यास गर्न प्रोत्साहित गर्छ ।

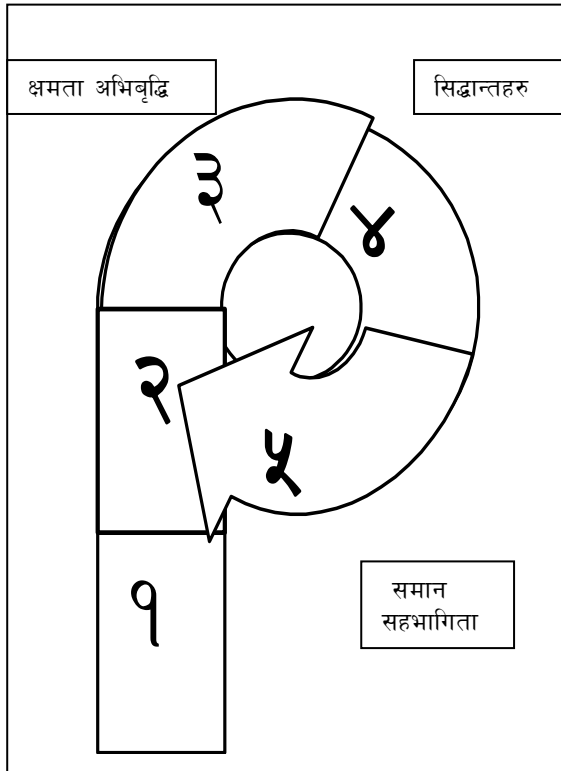
४.३ कार्यशालाका विषयहरू

कार्यशाला अवधिमा सहभागीहरूले थुप्रै विचारहरू तथा सिद्धान्तहरू एक आपसमा बाँडचुँड गर्नेछन् । तपाईंहरूलाई कार्यशालाका मुख्य मुख्य सत्रहरूको सम्झना गर्न सहयोग पुर्याउनका लागि हामीले तलका विषयहरू प्रस्तुत गरिएको छ ।

1=	अरुलाई परिवर्तन गर्न हामीले सर्वप्रथम आफूलाई परिवर्तन गर्नुपर्छ ।
2=	कुरा सुन्न सिक्नुहोस् अनि सिक्नका लागि सुन्नुहोस्
3=	ज्ञान वृद्धि हुन्छ
4=	सञ्चार एक प्रकृया हो
5=	समस्याहरूको समाधान चरणबद्ध रूपमा गर्नुहोस्
6=	सोचाई ठुलो राख्नुहोस्, सानैवाट शुरु गर्नुहोस्, अहिले नै काम गर्नुहोस्
7=	केन्द्रित हुन त्याग चाहिन्छ
8=	गुणस्तरको मूल्य सस्तो पर्छ
9=	टोलीले काम गर्छ
10=	विश्वास गर्नुहोस्, तपाइले फरक पार्न सक्नु हुन्छ र पार्नु हुनेछ ।

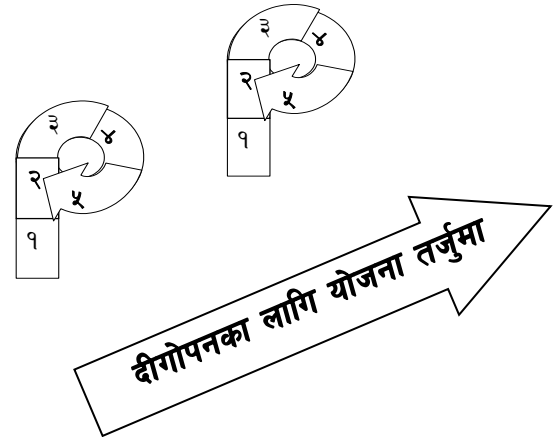
सत्र ५: स्वास्थ्यको लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम तयारी प्रक्रिया “पी-प्रकृया”

५.१ “पी-प्रकृया” (P-Process)



१. विश्लेषण
२. रणनीतिक रूपरेखा
३. कार्याक्रमको विकास, पूर्व परीक्षण, उत्पादन
४. व्यवस्थापन, कार्यान्वयन, अनुगमन
५. प्रभावकारीता मूल्यांकन

६



पी प्रकृया भनेको एउटा संरचनात्मक ढाँचा हो, जस्तै तपाइलाई रणनीतिक स्वास्थ्य सञ्चार कार्यक्रम कसरी तयार गर्ने भन्ने सम्बन्धमा चरणबद्ध रूपमा बताउँछ। यो एउटा नक्शा हो, जस्तै तपाइलाई आफूले प्रवर्धन गर्न चाहेको कुनै विशिष्ट स्वास्थ्य व्यवहार (जस्तो: परिवार नियोजन, एच. आइ. भि./एडसको रोकथाम, स्तनपान, खोप कार्यक्रम अथवा लागु औषधि सेवनको नियन्त्रण) संबन्धी पहिलो कोरा परिकल्पना देखि प्रतिफल नै प्रदर्शन गरेर देखाउन सकिने किसिमबाट पूर्ण कार्यक्रम तर्जुमा गर्दासम्म तपाइलाई मार्ग दर्शन गर्दछ।

- **पी प्रकृयाका चरणहरू:** कुनै पनि प्रभावकारी कामको प्रथम चरण विश्लेषण भए जस्तै प्रभावकारी सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको लागि प्रथम चरण पनि “विश्लेषण” हो। सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका माध्यमबाट स्वास्थ्य सम्बन्धि ज्ञान, धारणा तथा व्यवहार परिवर्तन गर्ने र वकालत गर्ने कार्यको शुरुआत समस्याहरू, मानिसहरू, विद्यमान नीति र कार्यक्रमहरू, सकृय संगठनहरू र सञ्चारका माध्यमहरूका सम्बन्धमा यथार्थ जानकारी हासिल गर्ने तथा गहिरिएर बुझ्ने कुरावाट हुन्छ। यसका लागि गुणात्मक साथै परिमाणात्मक सूचनाको आवश्यकता हुन्छ। ज्ञानको जग जति बलियो हुन्छ, कार्यक्रम पनि त्यत्तिकै सफल हुन्छ।

पी प्रकृयाका चरणहरु

- १) विश्लेषण
- २) रणनीतिक रुपरेखा
- ३) सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको निर्माण, पूर्व परीक्षण तथा उत्पादन
- ४) व्यवस्थापन, कार्यान्वयन तथा अनुगमन
- ५) मूल्यांकन

१) विश्लेषण

- **समस्या:** संलग्न व्यक्तिहरुको स्वास्थ्य, र सामाजिक अथवा आर्थिक समस्याहरु के के हुन भन्ने राम्ररी बुझ्नका लागि विद्यमान स्वास्थ्य र जनसांखिक तथ्यांकहरु, सर्भेक्षणका नतीजाहरु, अध्ययनका निष्कर्षहरु र अन्य उपलब्ध आंकडाहरुको समीक्षा गर्नु पर्दछ ।
- **नीति तथा कार्यक्रमहरु :** विद्यमान स्वास्थ्य कार्यक्रम तथा नीतिहरुमा के के कुराहरु कानून सम्मत छन्, के के सेवाहरु कहाँ कहाँ उपलब्ध छन् भन्ने राम्ररी पुनरावलोकन गर्नु पर्दछ। सेवा पद्धतिका सबल तथा कमजोर पक्षहरु पहिचान गर्नुहोस् ताकि, सञ्चार कार्यक्रमहरुबाट सकारात्मक कुराहरुलाई अझ बढी बल पुऱ्याउन सकियोस्, नकारात्मक कुराहरुलाई सच्याउन सकियोस्, र सेवाको गुणस्तर र पहुँच वृद्धि गर्न सकियोस् । नीति निर्माताहरु तथा कार्यान्वयनकर्ताहरूसँग अन्तरवार्ता लिनु पर्दछ ।
- **लक्षित समूह :** मानिसको व्यवहारलाई आकार प्रदान गर्ने भौगोलिक, जनसांखिक, र सामाजिक तत्वहरुको खोजी गर्नु पर्दछ । यी हुन् : ज्ञान, धारणा र व्यवहार एवम् समर्थनमा भिन्नता, उमेर, लिङ्ग, साक्षरता, आम्दानी, प्रजनन, व्यक्तित्व, जीवनशैली, मूल्य र अन्य व्यक्तिगत तथा सामुदायिक तत्वहरु, साथै आम सञ्चारका माध्यमहरुको ज्ञान एवम् प्रयोग । विभिन्न प्रकारका आह्वान प्रति प्रतिक्रिया व्यक्त गर्ने बढी संभावना भएका पृथक पृथक लक्षित समूहको पहिचान गर्नु पर्दछ । लक्षित समूहको व्यक्तित्वको प्रोफाइल तयार गर्नु पर्दछ ।
- **प्रमुख संगठनहरु :** सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमलाई निरन्तररूपमा संचालन गर्नका लागि सक्षम, प्रतिवद्ध, प्रभावशाली र विस्तृत कार्यक्षेत्र भएका सरकारी अथवा गैर सरकारी संगठनहरुको पहिचान गर्नु पर्दछ। कार्यक्रमलाई निरन्तररूपमा सहयोग पुऱ्याउन सक्ने नेतृत्ववर्ग, ईक्ष्छुक सहयोगी निकायहरु र संगठित तथा व्यापारिक प्रायोजकहरुलाई केन्द्रित गर्नु पर्दछ।
- **सञ्चार क्षमता :** छापाहरु, क्लिनिकमा आधारित माध्यमहरु तथा सामुदायिक कृयाकलापहरुको उपलब्धता, पहुँच र प्रशारणका लागि लाग्ने खर्चको लेखाजोखा गर्नु पर्दछ । प्रथम र दोस्रो वर्गका लक्षित समूहको सञ्चार गर्ने वानी तथा उनीहरुमा सञ्चार माध्यमको पहुँच कति छ पहिचान गर्नु पर्दछ।

सत्र ६: विश्लेषण

६.१ उद्देश्यहरू

क. विश्लेषणका तीन अंगहरू छन् भन्ने कुराको बोध गराउने : स्थिति विश्लेषण, कार्यक्रम विश्लेषण र लक्षित समूह विश्लेषण

ख. विश्लेषणका उद्देश्यहरू के हुन्, थाहा पाउने:

- **स्थिति विश्लेषण** भनेको संपूर्ण स्वास्थ्य स्थितिको लेखाजोखा गर्ने र वढी केन्द्रित गर्नुपर्ने स्वास्थ्य समस्याहरूलाई परिभाषित गर्नु हो ।
- **कार्यक्रम विश्लेषण** भन्नाले कार्यक्रमका सबल पक्षहरू, कमजोर पक्षहरू, अवसरहरू र चुनौतीहरू थाहा पाउनु हो ।
- **लक्षित समूह विश्लेषण** भन्नाले आफ्ना लक्षित समूहहरूलाई अझ राम्रोसंग बुझ्ने र उनीहरूका व्यवहार संबन्धी आवश्यकताहरूलाई अझ प्रभावकारी ढंगबाट पूर्ति गर्ने भन्ने बुझिन्छ ।

६.२ अवधारणा र सिद्धान्तहरू

विश्लेषण र यसका तीन अंगहरू: विश्लेषण पी प्रकृया को प्रथम महत्वपूर्ण चरण हो । असल विश्लेषणले सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका गतिविधिको सफलताको संभावनालाई वढाउँछ । अर्को तर्फ दोषपूर्ण विश्लेषणले पी प्रकृया को अर्को चरणमा गल्ती हुने संभावना वढाउँछ र कमजोर सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम निर्माण तर्फ डोच्याउँछ । अनुपयुक्त तरिकाले परिकल्पना गरिएको सामाजिक व्यवहार परिवर्तन अभियानहरू प्राय मंहगा र फजुल खर्ची हुन्छन् । हामीले ३ प्रकारका विश्लेषणहरूको अवधारणा वनाउन सक्छौ : स्थिति विश्लेषण, कार्यक्रम विश्लेषण र श्रोत विश्लेषण । स्थिति विश्लेषणले समग्र स्वास्थ्य स्थितिको बोध गर्ने र समाधान गर्न भनी योजना गरिएका समस्याहरूलाई परिभाषित गर्ने उद्देश्य राखेको हुन्छ । कार्यक्रम विश्लेषणले केन्द्रित गर्नुपर्ने स्वास्थ्य समस्याका सन्दर्भमा कार्यक्रमका सबल पक्षहरू, कमजोर पक्षहरू, अवसरहरू तथा चुनौती हरूको लेखाजोखा गर्छ । श्रोत विश्लेषणले कार्यक्रमको पहुंच भित्र ल्याउन चाहेको अलग अलग लक्षित समूहको पहिचान गर्ने, अलग अलग लक्षित समूहको दृष्टिकोण तथा उनीहरूको संञ्चार सम्बन्धी आवश्यकताका आधारमा स्थितिको बोध गर्ने, र योजना तर्जुमालाई मार्गदर्शन गर्न श्रोताहरूको प्रोफाइल तयार गर्ने उद्देश्य राखेको हुन्छ ।

६.३ स्थिति विश्लेषण

क. उद्देश्यहरू

- समष्टिगत रूपमा स्वास्थ्य समस्याहरूलाई बोध गर्ने
- स्वास्थ्य प्रति हाम्रो दृष्टि र वर्तमान स्थितिका सन्दर्भमा स्वास्थ्य समस्याहरू बोध गर्ने
- स्थिति विश्लेषणका लागि तथ्यांक विश्लेषणका विविध तरिकाहरूको मूल्यांकन गर्ने: विगतका उपलब्धिहरू, गुणस्तरसंग यसको तुलना, “महत्व” र “ आवश्यकता ” को लेखा जोखा, अवसरहरू र सीमितताहरूको पहिचान, नीतिगत प्रथमिकताहरू तथा जनताका आवश्यकताहरू ।

ख. अवधारणा र सिद्धान्तहरू

असल स्वास्थ्य योजनाको शुरुआत हाम्रा रणनीतिक दृष्टिकोणहरूलाई स्पष्ट पार्ने र स्वास्थ्य स्थितिको समष्टिगत मूल्यांकन गर्ने कामबाट हुन्छ । हाम्रो दृष्टिलाई स्वास्थ्य स्थितिको लेखाजोखासंग तुलना गरेर हामीले केन्द्रित गर्न चाहेको स्वास्थ्य समस्याको संक्षिप्त र स्पष्ट परिभाषा वारे हामी निष्कर्षमा पुग्छौ ।

स्वास्थ्यका सम्बन्धमा हाम्रो दृष्टि र वर्तमान स्थितिका आधारमा हामी स्वास्थ्य समस्याको छनौट र परिभाषा गर्न सक्छौं । यस कुरालाई हामी निम्नलिखित तीनवटा प्रश्नहरूमा संक्षेप गर्न सक्छौं :

६.४ कार्यक्रम विश्लेषण

अवधारणाहरू र सिद्धान्तहरू : विश्लेषण भनेको कार्यक्रमका सबल पक्षहरू, कमजोर पक्षहरू, अवसरहरू, संभावनाहरू तथा समस्याहरू पहिल्याउने एउटा प्रकृया हो । सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको योजना तर्जुमा गर्ने P-Process को यो पहिलो चरण हो । हामीले तब मात्र प्रभावकारी कार्यक्रमका रणनीतिहरू तयार गर्न सक्छौं, जव हामीले ती रणनीतिहरू कार्यक्रमको क्षमता र सीमितताहरूको यथार्थ मूल्यांकनमा आधारित गरेर तय गछौं ।

क. कार्यक्रमका लागि प्राप्त सहयोग सम्बन्धी पक्षहरू

- के कार्यक्रमसंग एउटा स्पष्ट दृष्टि छ ?
- के यो दृष्टिलाई यथार्थमा वदलनका लागि साधन/श्रोतहरू पर्याप्त छन् ?
- कार्यक्रम व्यवस्थापकहरूले उपलब्ध साधन/श्रोतहरूलाई कति कुशलता पूर्वक उपयोग गर्न सक्छन् ?

ख. सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका पक्षहरू

स्वास्थ्य लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको विश्लेषण गर्दा उपलब्ध सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका माध्यमहरू पत्ता लगाउन भावी कृयाकलापका लागि महत्वपूर्ण हुन्छ ।

कार्यक्रमका कमजोर पक्षहरू

नीति

टोलीमा मिलेर काम गर्ने

साधन/श्रोतहरू

सहभागि समूहको सहयोग

व्यवस्थापन

मानवीय श्रोतहरू

अनुगमन/अनुसन्धान/मूल्यांकन

ज्ञान

“यो काम गर्न सकिन्न”

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन सन्धित समाधानका उपायहरू

वकालत गर्ने

सगठनात्मक सञ्चार गर्ने

सामाजिक परिचालन गर्ने

साधन/श्रोत जुटाउने

सहभागि समूहको सहयोग जुटाउनका लागि अभियान गर्ने

सकारात्मक ढंगवाट ग्राहक संग सम्पर्क गर्ने

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम व्यवस्थापन सम्बन्धी

तालिम प्रदान गर्ने

उपयुक्त व्यक्तिहरू चयन गर्ने

सामाजिक व्यवहार परिवर्तनसंबन्धी तालिम प्रदान गर्ने

अनुसन्धान/अनुगमन तथा मूल्यांकन संबन्धी तालिम संचालन गर्ने

अनुसन्धान, फिर्ति जानकारी दिने पद्धति लागु गर्ने

गर्दै रहने

६.६ लक्षित समुह विश्लेषण

लक्षित समूह अवधारणाहरु र सिद्धान्तहरु

स्वास्थ्य सामाजिक व्यवहार परिवर्तन अभियान मार्फत आफू पुग्न चाहेका समूहका बारेमा सकेसम्म वढी जानकारी हासिल गर्न आवश्यक छ । लक्षित समूहको अध्ययन गर्न तथा उनीहरु व्यवहार परिवर्तनको कुन चरणमा छन् भन्ने थाहा पाउन महत्वपूर्ण हुन्छ ।

क. अनुसन्धानका आधारभूत अवधारणाहरु

प्रभावकारी सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कर्ताहरुले वैज्ञानिक अनुसन्धान तथा मूल्यांकनका माध्यमबाट आफ्ना लक्षित सहभागिबारे जानकारी प्राप्त गर्छन् । यसबाट असल कार्यक्रम तर्जुमा गर्न सहयोग प्राप्त हुन्छ । कार्यक्रम सञ्चालन पछि प्राप्त हुने जानकारी कार्यक्रमलाई परिमार्जन गर्नका लागि महत्वपूर्ण हुन्छ । यदि प्रारम्भमा नै कार्यक्रम तर्जुमा राम्रोसंग गरिएको छैन भने कार्यक्रम पछि प्राप्त जानकारीको कुनै मूल्य हुदैन ।

असल अनुसन्धान भित्र निम्न कुराहरु पर्दछन् :

- असल सैद्धान्तिक संरचना निर्माण गर्ने ।
- यथार्थमा आधारित गरेर योजना तर्जुमा गर्ने ।
- होशियारीपूर्वक विश्लेषण गर्ने ।

भिन्नता : अनुसन्धान तथा मूल्यांकन कार्यहरु असंगति अथवा भिन्नताहरुको लेखा जोखा र मूल्यांकनसंग संबन्धित छन् । अनुसन्धान स्थिर अथवा शाश्वत वस्तुसंग संबन्धित हुदैन, किनभने शाश्वत वस्तुहरु परिवर्तन हुदैनन् । लेखा जोखा गर्ने कार्यलाई कुनै निश्चित पद्धति अपनाएर वस्तुहरु, घटनाहरु, अथवा स्थितिहरुको संख्यात्मक परिमाण निरूपण गर्ने कार्यका रुपमा व्याख्या गर्न सकिन्छ ।

ख. लक्षित समूहको विश्लेषण कसरी गर्ने

लक्षित समूहको विश्लेषण गर्न हामीले तलका प्रश्नसोध्न जरुरी हुन्छ :

- सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका समस्या के हो ?
- सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको योजना गर्ने व्यक्तिले कार्यक्रमका लागि उपलब्ध कुन कुन श्रोत तथा अवरोधहरु वारे विचार पुऱ्याउनुपर्छ ?
- सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका गतिविधिले कुन समूहलाई केन्द्रित गर्नुपर्छ ?
- लक्षित समूहका के कस्ता विशेषताहरुले अंभ्र वढी प्रभावकारी सामाजिक व्यवहार परिवर्तन अभियान निर्माणमा सहयोग पुऱ्याउछन् ?

माथिका प्रश्नहरुको उत्तर दिनका लागि हामीले निम्न कुराहरु गर्नुपर्छ :

- वृहत्तर चित्रलाई हेर्नुपर्छ ।
- हाम्रो अनुसन्धानबाट प्राप्त नतीजाहरु तथा सामाजिक व्यवहार परिवर्तनको स्थितिको विश्लेषण अनुसार लक्षित समूहको छनौट गर्नुपर्छ ।
- छनौट गरिएको लक्षित समूहको बारेमा विष्टृत तयार गर्नुपर्छ, जसबाट अंभ्रवढी प्रभावकारी सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका गतिविधिको योजना गर्न सघाउ पुऱ्याउने तत्वहरु के के हुन भन्ने थाहा हुन्छ ।

सत्र ७: रणनीतिक रूपरेखा

७.१ दृष्टिकोण

रणनीतिक दृष्टिकोणमा तीन आधारभूत प्रश्नहरू सोध्नु पर्छ :

- अहिले हामी कहाँ छौं ?
- हामी कहाँ जान चाहन्छौं ?
- हामी कसरी त्यहाँ पुग्ने ?

यी प्रश्नहरूको उत्तरको लागि हामीले स्थितिको विश्लेषण, रणनीतिक उद्देश्य र रणनीतिलाई हेर्नु पर्दछ । यस दृष्टिकोणमा केही फाइदाहरू पनि छन् जुन यस प्रकारका छन् :

- समष्टिगत रूपमा स्वास्थ्य समस्याहरूलाई बोध गर्ने ।
- स्वास्थ्य प्रति हाम्रो दृष्टि र वर्तमान स्थितिका सन्दर्भमा स्वास्थ्य समस्याहरू बोध गर्ने ।
- स्थिति विश्लेषणका लागि तथ्यांक विश्लेषणका विविध तरिकाहरूको मूल्यांकन गर्ने: विगतका उपलब्धिहरू, गुणस्तरसंग यसको तुलना, अवश्यकताको लेखा जोखा, अवसरहरू र सीमितताहरूको पहिचान, नीतिगत प्रथमिकताहरू तथा जनताका आवश्यकताहरू ।

७.२ वैकल्पिक दृष्टिकोण

- हामी के भएको चाहन्छौं ? स्वास्थ्य सम्बन्धी हाम्रो परिकल्पना के हो ?
- वर्तमान स्थिति के छ ?
- वर्तमान स्थिति र हाम्रो दृष्टि बीच के भिन्नता छ ?
- हामीले के परिवर्तन गर्नु आवश्यक छ ?
- हामीले कसरी परिवर्तनको सिर्जना गर्ने ?

प्रत्येक सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम अथवा परियोजनाको लागि रणनीतिक ढाँचा तयार गर्न आवश्यक हुन्छ । यस वेला तल व्याख्या गरिएका सातवटा मुख्य तत्वहरूका सम्बन्धमा निर्णय लिइन्छ । रणनीतिक ढाँचाले यथार्थ विश्लेषणलाई निर्धारित लक्षसम्म पुग्ने दिशा एवम् मार्गदर्शन मा रूपान्तर गर्दछ ।

७.३ SMART उद्देश्यहरू:

उद्देश्य तय गर्नुहोस् । उद्देश्यहरू SMART अर्थात् विशिष्ट (S=specific); नाप्न सकिने (M=Measurable); उपयुक्त तथा कार्यमुखी (A=Appropriate); वास्तविक (R=Realistic), र निश्चित अवधिमा मा हासिल गर्न सकिने (T=Time bound) हुनुपर्छ । मुख्य मूख्य लक्षित समूहको छनौट गर्नुपर्दछ र निश्चित समयवधि भित्र उनीहरूको ज्ञान, धारणा र व्यवहारमा अपेक्षा गर्न सकिने परिवर्तन अथवा समर्थनको परिमाण एकीन गर्नु पर्दछ ।

७.४ उद्देश्य तथा सन्देश निर्माण (अवधारणाहरु र सिद्धान्तहरु)

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन अभियान निर्माण गर्ने कार्यलाई मार्गदर्शन गर्न स्पष्ट तथा राम्ररी सोचेर तयार गरिएका उद्देश्यहरुको आवश्यकता पर्छ, किनभने, उद्देश्यहरु नै कार्यक्रमका कृयाकलापहरु तर्जुमा गर्ने आधार हुन ।

उद्देश्यहरु = वृहत उद्देश्य

रणनीतिहरु = योजना

अभियानका योजनाकारहरु आफ्ना हरेक उद्देश्यका सम्बन्धमा निम्नलिखित प्रश्नहरुको उत्तर दिन सक्ने हुनुपर्छ :

- अभिप्राय के हो ?
- प्राथमिक लक्षित समूह कुन हो ?
- मुख्य संभाव्य उपलब्धि अथवा फाइदा के हो ?
- सहयोगी वृंदाहरु के के हुन ?
- कृयाकलापवाट हुने अपेक्षित प्रतिफल के हो ?

७.५ सामाजिक व्यवहार परिवर्तका उद्देश्यहरु कसरी विकास गर्ने ?

- संपूर्ण उद्देश्यहरु निर्दिष्ट तथा विशिष्ट छन् भन्ने सुनिश्चित गर्नु पर्दछ । उद्देश्यलाई व्याख्या गर्न व्यवहारलाई कार्य जनाउने कृयापद प्रयोग गर्नु पर्दछ ।
- सबै उद्देश्यहरु स्पष्ट तथा सजिव छन् भन्ने कुराको एकीन गर्नुहोस् । आफ्नो दिमागमा लक्षित समूहको विस्तृत जानकारी हुनु पर्दछ; आफ्ना प्राथमिक लक्षित समूहहरुका गुणहरु स्मरण गर्नु पर्छ।
- दोस्रो पंक्तिका लक्षित समूहहरुलाई पनि विचार गर्नु पर्दछ । तपाइले आफ्नो कार्यक्रमद्वारा प्रभावित गर्न चाहेका अन्य मानिसहरु को को हुन ?
- पुरानो व्यवहारलाई प्रतिस्थापित गर्ने नयां व्यवहारका फाइदाहरुलाई वढी जोड दिनु पर्दछ । अभियान कार्यक्रमवाट आफ्ना लक्षित समूहहरु कसरी लाभान्वित हुन्छन भन्ने वारेमा सोच्नु पर्दछ । “जव तपाईं पुरानो व्यवहारको सट्टा नयां व्यवहार गर्नुहुन्छ तपाईं लाभान्वित हुनुहुनेछ”

सत्र ८: कार्यक्रम, सन्देश तथा सामाग्रीहरूको विकास

८.१ अवधारणाहरू र सिद्धान्तहरू

समूदायले सम्बन्धित स्वास्थ्य सुविधा नलिनुका कारणहरूलाई सम्बोधन गर्ने गरि तयार गरिएको कृयाकलाप र त्यसलाई प्रभावकारी रूपमा समूदायमा प्रस्तुत गर्न सन्देश तथा सामाग्रीहरूको विकास गर्दा आफ्ना उद्देश्यहरू, श्रोतहरू, साभेदारी, र साधन तथा श्रोतहरूलाई विचार गरेर गर्नुपर्छ। क्रियाकलाप, सन्देश तथा सामाग्रीहरूले परिवर्तनका संवाहकहरूलाई अत्याधिक रूपमा प्रभावित गर्नु पर्छ र गरेर नकारात्मक प्रत्युत्तरहरूलाई न्यून गर्नुपर्छ।

- आफ्नो स्थितिका पक्षमा समर्थन जुटाउन मुख्य मुख्य तथ्याङ्कहरू तथा तथ्यहरूको पहिचान गर्नुपर्दछ, छानविन गर्नुपर्दछ र ती कुराहरूलाई आफ्नो क्रियाकलापमा समावेश गर्नु पर्दछ। त्यस क्रियाकलापले बुझाउन खोजेको सन्देशमा प्रष्ट रूपमा प्रस्तुत गर्नुपर्दछ।
- स्थितिलाई नीतिसंग आवद्ध गर्नुपर्दछ।
- स्वास्थ्य व्यवहार परिवर्तनकालागि क्रियाकलापहरू संक्षिप्त रूपमा, नाटकीय ढंगबाट तथा संभना भैरहने किसिमबाट प्रस्तुत गर्नुपर्दछ र वा सन्देशहरूमा मानवीय तत्वहरूलाई समावेश गर्नुपर्दछ।
- सिफारिश गरिएका व्यवहारको अत्यावश्यकता तथा प्राथमिकतालाई वढी जोड गर्नुपर्दछ
- अपेक्षित व्यवहारलाई स्पष्टरूपमा उल्लेख गर्नुपर्दछ

कृयाकलापको विकास :

- विश्वास प्राप्त प्रवक्ताहरू तथा विभिन्न साभेदारहरूलाई समेत समावेश गरेर घटनाहरूको योजना बनाउनु पर्दछ।
- अधिकतम प्रभाव पार्न सकिने किसिमबाट कृयाकलापहरूको समय तालिका तयार गर्नुपर्दछ। प्रभावकारीतालाई अधिकतम वृद्धि गर्नका लागि सम्पर्क गर्ने तथा कृयाकलापहरू संचालन गर्ने तालिका तयार गर्नुपर्दछ।
- सवैभन्दा तल्लो तहको समर्थन तथा सहयोगलाई प्रदर्शन गरेर देखाउनु पर्दछ।

८.२ सामाजिक व्यवहार परिवर्तन क्रियाकलाप तथा सामाग्रीहरूको विकास (अवधारणाहरू र सिद्धान्तहरू)

क्रियाकलाप, सन्देशहरू तथा सामाग्रीहरूको विकास संगै सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका रणनीति अगाडी जान्छ। क्रियाकलाप, सन्देशहरू तथा सामाग्रीहरूले रणनीतिको संपूर्ण उद्देश्यहरूलाई टेवा दिन्छन् र लक्षित समूहलाई आकर्षित गर्छन्। यस कुरालाई पुरा गर्न क्रियाकलाप, सन्देश तथा सामाग्रीहरू स्वीकार्य, उपयुक्त, प्रासाङ्गिक, बुझ्न सकिने, ध्यानाकर्षण गर्न सक्ने, स्मरणीय, आकर्षक र विश्वसनीय हुनुपर्छ।

- **स्थिति मिलान गर्ने (Positioning)** : प्रवर्धन गरिने सेवा, वस्तु, अथवा व्यवहारबाट प्राप्त गर्न सकिने फाइदाहरू लक्षित समूहहरूलाई स्पष्ट रूपमा देखाउन सकिने किसिमबाट आफ्नो सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको ढाँचा मिलाउनु पर्दछ। यसो गर्दा संस्थाको सेवाहरू, उत्पादनहरू अथवा अरु स्वास्थ्य सेवाहरूको लागि विशिष्ट छवि अथवा स्थान बनाउन सकिनेछ। आफ्ना लक्षित समूहहरूलाई चिनेर तथा उनीहरूको कुरा सुनेर लक्षित समूहका पुरा हुन नसकेका महत्वपूर्ण मागहरू पूरा गर्ने किसिमबाट आफ्नो कार्यक्रमको ढाँचा मिलाउन सक्नुपर्छ।
- **व्यवहार परिवर्तन मोडेल (Behavior change model)**: कार्यक्रमको रणनीति तथा रूपरेखा निर्माणको आधारका रूपमा लिनुपर्ने मानिसका व्यवहार संबन्धी अनुमानहरूलाई स्पष्टरूपमा उल्लेख

गर्नु पर्दछ। मानिसहरुले किन, कसरी र कुन तरिकाले आफ्नो स्वास्थ्य संबन्धी ज्ञान धारणा, अभिप्राय, र समर्थनमा आशातीत परिवर्तन गर्छन भन्ने अपेक्षा गरिन्छ ? स्पष्ट व्याख्या गर्नु पर्दछ।

- **संचार माध्यम तथा क्रियालापहरु (Media and activities):** प्रमुख व्यवहार परिवर्तनका माध्यम र सहायक माध्यमहरुको छनौट गर्नु पर्दछ। यस अन्तरगत समुदायको परिचालन, र परिवार, साथीहरु, समुदाय, सामाजिक नेटवर्क, र सेवा प्रदान गर्ने व्यक्तिहरु बीचको अन्तरव्यक्ति संचारलाई समेत समावेश गर्नु पर्दछ। कार्यक्रमको मिश्रित प्रभावका लागि विभिन्न किसिमका संचार माध्यमहरु र क्रियाकलापहरुलाई समन्वयात्मक रुपमा प्रयोग गर्ने योजना गर्नु पर्दछ।
- **कार्यान्वयन योजना (Implementation Plan):** कार्यक्रमको व्यवस्थापन संबन्धी जिम्मेवारीहरु स्पष्ट हुनु पर्दछ। प्रत्येक कामको लागि बजेट तयार गर्नुपर्दछ। नियमित रुपमा प्रगति अनुगमन तथा मूल्यांकन गर्न आवश्यक कार्य तालिका तयार गर्नु पर्दछ।
- **मूल्यांकन (Evaluation):** विभिन्न श्रोतहरुबाट प्राप्त गर्न सकिने तथ्यांकहरु प्रयोग गरेर लक्षित समूहहरुमा आशातीत परिवर्तन आएको अथवा नआएको लेखाजोखा गर्ने योजना तयार गर्नु पर्दछ। कार्यक्रमको कार्यान्वयन शुरु गर्नुभन्दा पहिले आधारभूत सूचनाहरु सकलन र मूल्यांकनको योजना तयार गर्नु पर्दछ।

द.३ मनोरञ्जन र शिक्षा एकै साथ प्रदान गर्ने तरिका (अवधारणाहरु र सिध्दान्तहरु)

क. मनोरञ्जन संगै शिक्षा प्रदान गर्ने कार्यक्रमहरु विभिन्न रुपमा निर्माण गर्न सकिन्छ :

- सामाजिक सञ्चारकर्ता अथवा संगठनहरुको स्वतन्त्र उत्पादनका रुपमा
- कुनै एक मनोरञ्जन कम्पनीको सह-उत्पादनका रुपमा,
- सामाजिक हितका सन्देशहरु समावेश गर्नका लागि मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमका लेखक तथा निर्देशकहरुसंगै काम गरेर, र
- व्यावसायिकरुपमा मनोरञ्जन प्रदान गर्ने व्यक्ति वा संस्थानको स्वतन्त्र उत्पादनका रुपमा, अनुभवले के प्रमाणित गरेर देखाएको छ भने प्रत्येक उत्पादनका आफ्नै किसिमका फाइदाहरु तथा वेफाइदाहरु हुन्छन्। परिस्थिति, बजेट, सहकार्य र अन्य तत्वहरुको स्थिति अनुसार कुनै पनि प्रकारको उत्पादन सबै भन्दा उत्तम हुन सक्छ।

ख. मनोरञ्जन संगै शिक्षा प्रदान गर्ने तरिकाले स्वस्थ विकल्पहरु, व्यवहारहरु, तथा जीवन-शैली लाई प्रवर्धन गर्छ, किन भने यो तरिका :

- **व्यापक (Pervasive)** - पृथ्वीको जुनसुकै कुनामा, सुदूर गाँउ वस्तीहरुमा मनोरञ्जन स्थानीय परिवेशको एक अंगकै रुपमा समावेश भएको हुन्छ। टेलिभिजन, रेडियो, सिनेमा, मोबाईल, फेसबुक, युट्युब, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, लिङ्कडिन, वेबसाईट, वेबपोर्टल अथवा ईण्टरनेट (Internet) द्वारा संसारसंग नजोडिएका स्थानहरुमा पनि गीतहरु, नाटकहरु, कथा वाचन आदि कुराहरु स्थानीय संस्कृतिसंगै गांसिएका हुन्छन्।
- **लोकप्रिय (Popular)** - मानिसहरुले मनोरञ्जनलाई मन पराउछन्, र रमाइलो गर्छन। उनीहरुले मनोरञ्जन प्राप्त गर्ने प्रयत्न गर्छन र यसबाट मोहित हुन्छन्।
- **व्यक्तिगत (Personal)** - यस्तै दर्शकलाई कार्यक्रममा देखाईएका पात्रहरुलाई चिन्न समर्थ बनाउछ। समुदायले पात्रहरुको विचार तथा कामलाई आफूसंगै बाड्नुको जस्तो अनुभव गर्छ।

- सहभागीतात्मक (Participatory) - गीत, नृत्य तथा कथाका माध्यमबाट मानिसहरु मनोरञ्जनमा सरीक हुन सक्छन् । मानिसले पात्रहरुका अनुभवलाई अनुशरण गर्छन तथा परिवार, सहकर्मी एवम् समुदायका मानिसहरूसंग आफ्नो अनुभव वारे छलफल गर्छन ।
- अनुरागपूर्ण (Passionate) - मनोरञ्जनले मानिसहरुमा अनुराग उत्पन्न गर्छ, जस्ले गर्दा नाटकलाई संभना गर्न सहयोग पुग्छ । जब मानिसहरुमा अनुराग पैदा हुन्छ आवेशमा आउछन् उनीहरुले समस्याका वारेमा कुरा गर्न थाल्छन् र कहिले काहि आफ्नो व्यवहार समेत परिवर्तन गर्छन् ।
- हृदयग्राही (Persuasive) - भूमिका गर्ने मोडेलहरुले ती व्यवहारलाई प्रदर्शन गरेर देखाउन सहयोग पुऱ्याउछन् जोसंग प्रतिस्पर्धा गर्नका लागि समुदायलाई प्रोत्साहित गरिन्छ । उनीहरु आफैले अविवेकी व्यवहारका परिणामहरु देख्न सक्छन् ।
- व्यावहारिक (Practical) - मनोरञ्जन संवन्धी व्यवसायका आफ्ना वस्तुहरु विकास गर्ने, उत्पादन गर्ने तथा वितरण गर्ने आफ्नै पूर्वाधारहरु हुन्छन् । यदि सामाजिक विकासका संगठनहरु र व्यापारिक संस्थानहरुको समान किसिमको उदेश्य तथा चाहाना हुन्छ, भने, दुवैलाई फाइदा हुने किसिमबाट साभेदारी गर्न संभव हुन्छ ।
- नाफा मूलक (Profitable) - मनोरञ्जनले आय आर्जन गर्छ र यसकै लागि खर्च गर्न सकिन्छ । यसबाट कार्यक्रमकै लागि मात्र नभै सवैलाई काम लाग्ने सामाग्रीहरुका लागि समेत सहयोग जटाउन संभव हुन्छ ।
- प्रमाणित प्रभावकारीता (Proven effective) - विश्व भरी नै सम्पन्न गरिएको मूल्याकनले मनोरञ्जनसंगै शिक्षा दिने तरिकाले यथार्थमा मानिसको धारणा, अभिप्राय एवम् व्यवहारलाई प्रभावित गर्छ भन्ने देखाएका छन् ।
- साभेदारी (Partnerships) - प्रत्येक संगठन/व्यक्तिहरु जो मनोरञ्जनात्मक शिक्षामा संलग्न हुन्छन् तिनीहरुलाई आफ्नो भूमिकाको वारेमा स्पष्टसंग बुभेको र अपनाएको हुन्छ ।

सत्र ९ सन्देशका अवधारण तथा पूर्व परिक्षण

९.४ “प्रभावकारी सञ्चारका सात सी हरु” -Seven Cs of Effective Communication

असल अनुसन्धान वाट प्राप्त अवधारणाहरुलाई प्रेरणामूलक उत्पादनका रूपमा परिणत गर्नका लागि श्रृजनशील तथा प्रतिवद्ध व्यवसायीहरुका साथै “प्रभावकारी सञ्चारका सात सी हरु” (Seven Cs of Effective Communication) को समेत अनुशरण गर्न सकिन्छ ।

- **लक्षित समूहको ध्यानलाई अधिनमा राख्ने (Command attention)** : सामाग्रीले लक्षित समूहको ध्यान आकृष्ट गर्नुपर्छ र सामाग्री विशिष्टरूपमा चिन्नि सकिने हुनुपर्छ ।
- **सन्देशलाई स्पष्ट पार्ने (Clarify message)** : सन्देशहरु सरल र सिधा हुनुपर्छ । यदि सन्देश बुझिएन भने यसको संभ्रना रहदैन । जटिल किसिमका समस्याहरुलाई ती उद्देश्य भित्रै समावेश गर्नुपर्छ, जुन उद्देश्यहरु सरल र स्पष्ट हुन्छन् ।
- **फाइदा बताइदिने (Communicate a benefit)** : सन्देशले आह्वान गरे अनुसार व्यवहार गरेमा उपभोक्ताले के पाउछ भन्ने कुरा सन्देशहरुले बताउनुपर्छ । संभ्रनुहोस, उपभोक्ताहरुले केवल वस्तु मात्र किन्दैनन् उनीहरुले वस्तुवाट लाभ प्राप्त गर्ने आकांक्षा पनि किन्छन् ।
- **सन्देशमा अनुरूपता हुनुपर्ने (Be Consistent)** : अभियानमा सबै सञ्चार सामाग्रीहरुले सबै सञ्चार माध्यम द्वारा एउटै सन्देश दिनुपर्छ । मानिसले कुनै कुरालाई पटक पटक दोहोर्‍याएर भनेपछि सिक्छन् । फरक फरक तरिकावाट दोहोर्‍याएर भने पछि (विभिन्न माध्यमवाट) सिक्ने र अनुशरण गर्ने, दुवै कुरालाई योगदान पुग्छ । बुझाउनका लागि दोहोर्‍याएर भन्न आवश्यक हुन्छ ।
- **मन र मस्तिक दुवैलाई बुझाउने (Cater to the heart and head)** : सञ्चार सामाग्रीहरुले परिवर्तन गर्नुको भावनात्मक मूल्यका साथै व्यावहारिक कारणहरु समेत प्रस्तुत गर्नुपर्छ । मानिसहरु भावनात्मक दृष्टिले प्रतिक्रिया दिन्छन्, न कि वैधिक दृष्टिले ।
- **विश्वास सिर्जना गर्ने (Create trust)**: सञ्चारको शुरुआत एउटा विश्वासको वातावरणवाट हुन्छ । यस्तो वातावरण सन्देशको श्रोतको कार्य संपादन, र लक्षित समूहलाई सेवा गर्ने आकांक्षावाट सिर्जना हुन्छ । श्रोताले सन्देशको श्रोतलाई विश्वास गरेकै हुनुपर्छ, र विषयवस्तु सम्बन्धी श्रोतको दक्षताको कदर गरेकै हुनुपर्छ ।
- **केहि कुरा गर्न आह्वान गर्ने (Call to action)** : सामाग्रीले उपभोक्तालाई केहि कुरा गर्नका लागि भनेकै हुनुपर्छ । उपभोक्ताले उनीहरुवाट के अपेक्षा गरिएकोछ ? सन्देश सुनेपछि अथवा देखेपछि उनीहरुले के गर्नुपर्ने हुन्छ ? भन्ने जान्न चाहान्छन् ।

९.५ सन्देश र सञ्चार सामाग्रीहरुको निर्माण, पूर्व परीक्षण तथा उत्पादन

सन्देश निर्माण गर्ने कार्य विज्ञान र कला दुवैको संयोजन हो । विशेषज्ञहरुको विश्लेषण र रणनीतिक ढांचाको प्रथम दुई चरणहरुवाट मात्र सन्देश निर्देशित हुनुहुदैन, सन्देशहरुमा ती व्यक्तिहरु, जो विशेषज्ञ होइनन् र कार्यक्रममा सकृयरूपमा संलग्न भएका पनि छैनन् तिनीहरुलाई प्रभाव पार्नका लागि भावनात्मक शक्ति र कला हुनुपर्छ । अतः सन्देश निर्माण गर्ने काम विज्ञान र कला, दुवै प्रकारको चुनौती हो ।

- **सन्देशको अवधारणा (Message concepts):** सन्देशको अवधारणालाई प्रारंभिक रूपमा, मुख्य मुख्य शब्दावलीहरू, उद्देश्य अनुरूप को प्रसंग अथवा कथावस्तुका रूपमा विकास गर्नुपर्दछ। यी कुराहरूले रणनीतिक ढांचालाई समष्टीगत रूपमा प्रतिबिम्बित गर्छन् । अधिकतम प्रभाव पार्नका लागि सन्देशहरूलाई स्पष्ट र सरल बनाउनुहोस् । सन्देशहरू जटिल नबनाउनुहुदैन । मानिसहरूको आवश्यकता पुरा गर्ने किसिमबाट फाईदाहरू तथा व्यवहारिक समाधानहरू सन्देशमा प्रस्तुत गर्नुपर्दछ ।
- **स्वास्थ्य व्यवसायीहरू (Health professionals):** सन्देशमा समावेश गरिएका प्राविधिक सूचनाहरू सही छन् भन्ने सुनिश्चित गर्न र स्वास्थ्य व्यवसायीहरूका निरन्तररूपमा सहयोग प्राप्त गर्नका लागि सधैं उनीहरूको समीपमा रहेर काम गर्नु पर्दछ।
- **सञ्चार व्यवसायीहरू (Communication professionals):** गुणस्तरीय सञ्चार सामाग्रीहरू, चाहे ती पोष्टरहुन, पुस्तिका, गीत, नाटक, टेलिभिजन सन्देश अथवा सञ्चारका विभिन्न माध्यम प्रयोग हुने अभियानहरू नै किन नहुन, उत्पादन गर्नका लागि उपलब्ध भएका मध्ये सबै भन्दा असल सञ्चार व्यवसायीहरू तथा श्रृजनशील प्रतिभाहरूसंग घनिष्ट रूपमा मिलेर काम गर्नुपर्दछ । नीजि क्षेत्रमा काम गर्ने ती प्रतिभाहरू पहिचान गर्नुपर्दछ जसले तपाईंले प्रवर्धन गर्न लागेका समस्याहरूलाई बुझेकाछन् र ती समस्याहरू प्रति चिन्तित छन् ।

क्रियाकलाप, सन्देशका अवधारणाहरूको पूर्व-परीक्षण

९.३ अवधारणाहरू र सिद्धान्तहरू

क्रियाकलाप, सन्देश निर्माणको पहिलो चरण भनेको सन्देशका अवधारणाहरू निर्माण गर्नु हो । अवधारणा भनेको मुख्य उद्देश्य अथवा समष्टीगत विचार हो विशिष्ट प्रकारका क्रियाकलाप, सन्देश तथा सामाग्री निर्माण गर्नु भन्दा पहिले लक्षित समूहहरूमा अवधारणाहरूको परीक्षण गरिनुपर्छ । अवधारणा स्वीकृत भैसकेपछि क्रियाकलापहरूको लागि सन्देशहरू तयार गर्न सकिन्छ, सन्देशहरूले उद्देश्यलाई अगाडी वढाउछन् ।

अभियानको अवधारणालाई सधैं लक्षित समूहका सदस्यहरू बीच पूर्व परीक्षण गर्नुपर्छ । पूर्व परीक्षणले सन्देशहरू लक्षित समूहको आवश्यकता अनुरूप छन् भन्ने सुनिश्चित गर्छ । सन्देशको अवधारणालाई प्राविधिक विशेषज्ञ र अन्य मुख्य सम्बन्धित सरोकारवाला बीच पनि पूर्व परीक्षण गरेर उनीहरूको सहयोग तथा समर्थन प्राप्त गर्नुपर्छ । तथापि, लक्षितसमूहको विचार सबै भन्दा बढी विचारणीय हुन्छ । यदि हामी उनीहरू सम्म पुग्न सकेनौं भने साधन/श्रोत तथा समयको वरवादी मात्र हुनेछ ।

पूर्व परीक्षणले निम्नलिखित प्रश्नहरूको उत्तर दिनुपर्छ :

- के सन्देश बुझिन्छ ? के भाषा उपयुक्त छ ?
- के सामाग्रीहरू सजिलैसंग बुझ्न सकिनेछन् ?
- के सन्देशहरू लक्षित समूहका लागि प्रासंगिक छन् ?
- के सन्देशहरू अति नै बढी छन् ?
- के सन्देशको श्रोत उपयुक्त तथा विश्वसनीय छ ?
- के लक्षित समूहले विज्ञापन, सूचना पोष्टर, फिल्म अथवा भिडियोलाई मन पराएको छ ?
- के उनीहरूले यस सम्बन्धमा आफ्ना साथीहरूलाई पनि बताउलान् ?
- के विज्ञापन, सूचना, पोष्टर, फिल्म अथवा भिडियोले कसैलाई कुण्ठित गर्छन् ?

९.४ पूर्वपरीक्षण कसरी गर्ने ?

- पूर्वपरीक्षण निम्नलिखित व्यक्तिद्वारा गराउन सकिन्छ:
 - तालिम प्राप्त प्रश्नकर्ताहरू
 - लक्षित समूह केन्द्रित छलफलका सञ्चालकहरू
 - केहि तालिम प्राप्त स्वास्थ्य कर्मीहरू
- पूर्वपरीक्षण गर्ने कार्य छपाई, रेकर्डिङ्ग अथवा छायांकन गर्नुभन्दा धेरै अगाडी गर्नुपर्छ
- लक्षित श्रोताहरूको ६ देखि १२ जनाको फोकस समूहसंग छलफल गरेर सामाग्रीहरूको प्रभावकारी किसिमले पूर्व परीक्षण गर्न सकिन्छ। जस्तै: कुनै भिडियो
 - व्यक्तिहरूलाई क्रमिक रूपमा मिलाएर राखिएका थुप्रै तस्वीरहरू देखाउन सकिन्छ (यसलाई Story board भनिन्छ) । यी तस्वीरहरू खिचिएका अथवा हातैले कोरिएका पनि हुनसक्छन् र एक एक गरेर पर्दामा देखिने दृष्यहरूको प्रतिनिधित्व गर्छन् । प्रत्येक चित्रको तल त्यस चित्रको वर्णन लेखिएको हुन्छ । चित्रहरू देखाइसकेपछि ती चित्रहरूको वारेमा ग्राहकको अन्तरवार्ता लिइन्छ अथवा प्रश्नावली छलफल गरि भरिन्छ ।
- व्यक्तिहरूलाई एउटै फ्रेममा राखिएको र यसबाट अपेक्षित सन्देशको मुख्य उदाहरण लेखिएको तस्वीर देखाउन सकिन्छ (यसलाई Concept Board पनि भनिन्छ) र उनीहरूलाई Concept Board को वारेमा सोधिएको प्रश्नावली छलफल गरि भरिन्छ ।

- मूख्य सम्बन्धित सरोकारवालाहरु को सहयोग प्राप्त गर्न सन्देश तथा सामाग्रीहरुलाई उनीहरुमा पनि पूर्व परीक्षण गर्नुपर्छ ।
- सन्देशको स्पष्टता र उपयुक्तता सुनिश्चित गर्नका लागि अन्तिम पटक लक्षित समूहसंग पुनः पूर्व परीक्षण गर्नुपर्छ ।

कार्यक्रम व्यवस्थापकले निम्न कुराहरु सुनिश्चित गर्नुपर्छ :

- पूर्व परीक्षण पश्चात सामाग्रीहरु संशोधन गरिएका छन्,
- अन्तिम रूप दिनुभन्दा पहिले कम्तीमा १ पटक फेरि पनि पूर्व परीक्षण गरिएकोछ

ध्यानदिनु पर्ने, कार्यक्रम कार्यन्वयन तथा कार्य तालिकालाई संशोधन गर्न आवश्यक पनि हुन सक्छ ।

सत्र १०: सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको व्यवस्थापन

१०.१ अवधारणाहरु र सिद्धान्तहरु

कुनै पनि स्वास्थ्यको लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रमको सफलताको लागि असल व्यवस्थापन अत्यावश्यक हुन्छ। व्यवस्थापन भन्नाले निम्नलिखित कामहरु गर्ने क्षमता भन्ने बुझिन्छ :

- कार्यक्रम प्रारम्भ गर्ने
- परिवर्तन गर्ने
- बन्द गर्ने

व्यवस्थापनको परिभाषाले के कुराहरुलाई ईङ्गित गर्छ भने व्यवस्थापकहरुले वाञ्छित कृयाकलापहरु शुरु गर्न सक्छन् आवश्यक परेमा योजनालाई परिवर्तन गर्न सक्छन र अनुत्पादक कृयाकलापहरुलाई बन्द गर्न सक्छन्।

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम व्यवस्थापकले गर्नुपर्ने मुख्य कामहरु :

- साङ्गठनिक वातावरणको व्यवस्थापन
- मानव श्रोतको व्यवस्थापन
- कामको व्यवस्थापन

सांगठनिक वातावरणको व्यवस्थापन गर्ने भन्नाले मूल उद्देश्य, संरचना र समूहको काम गर्ने प्रकृया प्रति संगठनको विश्वासलाई स्थापित गर्ने काममा व्यवस्थापकको भूमिका भन्ने बुझिन्छ :

- कार्यान्वयन र संचार गर्ने
- समस्या समाधान गर्ने
- निर्णय लिने

कामको व्यवस्थापन गर्ने भन्नाले निम्न कार्यहरु गरेर प्रभावकारी ढंगबाट काम सम्पन्न गर्ने भन्ने बुझिन्छ :

- योजना गर्ने
- संगठन गर्ने
- नियन्त्रण गर्ने

व्यवस्थापन सम्बन्धी माथि उल्लेखित कामहरु गर्दा सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम व्यवस्थापकले परिस्थिति अनुसार नेतृत्वको अवधारणालाई अपनाएर फाइदा लिन सक्छन्।

१०.२ परिभाषा :

व्यवस्थापन भनेको पूर्वनिर्धारित उद्देश्य पूरा गर्न उपलब्ध मानविय श्रोतको परिचालन गर्ने, कार्य सञ्चालनमा निर्देशन दिने, निर्णय र समन्वय गर्ने, सुपरिवेक्षण तथा कार्य सम्पादन गर्ने प्रक्रिया हो।

व्यवस्थापन भन्नाले उपलब्ध मानविय श्रोतको कुशल परिचालन गरी प्रतिरोधात्मक तथा प्रवर्धनात्मक सेवाहरु नियमित रूपमा उपलब्ध गराउनु हो। व्यवस्थापन अन्तर्गत व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम सञ्चालन गर्न चाहिने दक्ष जनशक्ति, पदपूर्ति, कार्यक्रमको लागि क्षमता अभिवृद्धि अभ्यासलाई चाहिने बजेट, सामग्री, संचार आदिको चाँजोपाँजो मिलाउने, विभिन्न सरोकारवालाहरूसँग समन्वय गर्ने,

कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्ने र गरिएका कामहरु योजना अनुरूप भए नभएको अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्ने कुराहरु पर्दछन् ।

व्यवस्थापनको महत्व निम्न अनुसार छः

- स्थानीय स्रोत साधनको पहिचान गरी कार्ययोजना तयार गर्न ।
- कार्यक्रमको कार्यान्वयन गर्ने अधिकार एवं जिम्मेवारीको बाँडफाँड गर्न ।
- सिमित स्रोत साधनको उचित परिचालन गर्न ।
- उपयुक्त निर्णयहरु गर्न ।
- व्यक्तित्व विकास एवं नेतृत्व क्षमताको विकास गर्न ।
- प्रभावकारी सञ्चार कायम गर्ने ।
- व्यवस्थित अभिलेख राख्न ।
- अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्न ।
- नयाँ योजना तयार गर्न ।
- कार्यक्रमप्रति अपनत्वको विकास गर्न ।

सत्र ११: योजना तथा कृयाकलापहरूको कार्यान्वयन

११.१ अवधारणा र सिद्धान्तहरू

तराई, पहाड तथा हिमालमा बसोबास गरिरहेका समूहहरूका विविध किसिमका आवश्यकताहरू सम्बोधन गर्न विशेष क्रियाकलाप संचालन गर्ने । यी समूहहरूले सामना गरिरहेका सञ्चारका अवरोधहरू, जटिल सामाजिक मान्यताहरू र त्यसभित्र अन्तर्निहित सांस्कृतिक तथा समताका विषयहरूलाई सम्बोधन गर्ने ।

योजना तथा कृयाकलापहरू अन्तर्गत विभिन्न व्यक्ति, समूह र परिवारसम्म पुग्नका लागि सबै माध्यम तथा मञ्चहरूको छनौट गर्ने क्रममा उनीहरूको सांस्कृतिक, जातीय, आर्थिक अवस्था, भाषा, शिक्षा तथा भौगोलिक अवस्थालाई ध्यानमा राखिनुपर्छ । सबै किसिमका विद्यमान सामग्रीहरू (श्रव्य, दृश्य र छापा) को समीक्षा गर्नुपर्छ र आवश्यकता अनुसार सामग्रीहरूको छनौट, विद्यमान सामग्रीहरूको प्रयोग तथा नयाँ सामग्रीहरूको उत्पादन गरीनुपर्छ । परिवार, समुदाय र संस्थाहरूले अपनाइरहेका विद्यमान सामाजिक परिवर्तनका अभ्यासहरूलाई पहिचान र सम्मान गर्दै ती व्यवहारहरूलाई समुदायमा अपनाउन प्रोत्साहन गर्ने । परिवार, समुदाय र संस्थाहरूले अपनाइरहेका विद्यमान सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका अभ्यासहरूलाई दिगो बनाउन निम्न सञ्चार रणनीति एवं पद्धतिबाट सम्बोधन गर्नु पर्दछ (स्लाईड नं)

क. पैरवी

स्वास्थ्यका सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका लागि आवश्यक नीति, लगानी, श्रोत साधनको उपलब्धता, योजना निर्माण, रणनीतिक मार्गदर्शन, बहु-क्षेत्रगत गठबन्धन तथा बहुक्षेत्रीय समन्वयमा रहेका कमीकमजोरीहरू र यससँग जोडिएका रिक्ततालाई सम्बोधन गर्न पैरवी गरी उपयुक्त वातावरणको निर्माण गर्ने ।

ख. सामाजिक परिचालन

स्वास्थ्यका सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका योजनामा तोकिए बमोजिम अधिकारमा आधारित विधिबारे सेवा प्रदायकहरूको क्षमता अभिवृद्धि गर्दै सेवा प्रदान गर्ने संयन्त्रलाई सबलीकरण गर्ने । भेदभावविहिन सेवालालाई प्रोत्साहित गर्ने एवं परिवार तथा समुदायका सदस्यहरूलाई सशक्त बनाउन स्वास्थ्य संस्था, स्वास्थ्य आमा समुह, वडा, बाल क्लबहरू, समुदायमा रहेका अन्य समूहहरूलाई परिचालन गरिनेछ ।

परिवार, समुदाय र संस्थाहरूले अपनाइरहेका विद्यमान सामाजिक परिवर्तनका अभ्यासहरूलाई पहिचान र सम्मान गर्दै दीर्घकालीन दिगो परिवर्तन ल्याउन ती सम्मानित आदर्श व्यक्तिहरूलाई परिचालन गर्ने ।

ग . सामाजिक व्यवहार परिवर्तन

स्वास्थ्यको सेरोफेरोमा रहेका विद्यमान सामाजिक मान्यता र अभ्यासमा परिवर्तन ल्याउन, समुदायलाई सशक्तिकरण गरी सेवाको खोजी गर्ने व्यवहारमा परिवर्तन ल्याउन तथा व्यक्ति, परिवार र समुदायका लागि विशेष किसिमका व्यवहार परिवर्तन क्रियाकलापहरू कार्यान्वयन गर्ने ।

११.२ पैरवी गर्ने (समर्थन जुटाउने)

पैरवी भन्नाले अन्य व्यक्तिहरूसँग सञ्चार गरेर कुनै समस्याको पक्षमा उनीहरूको समर्थन जुटाउने र उनीहरूको व्यवहारलाई विशिष्ट तरिकाले प्रभावित गर्नु हो ।

कुनै एउटा अभियानले आफ्ना विचारहरूलाई विस्तार गर्ने कार्यमा पैरवी गर्ने व्यक्तिहरूलाई (Advocates) संलग्न गराएर अझबढी सफलता प्राप्त गर्न सक्छ । सबै भन्दा उत्तम पैरवी गर्ने व्यक्तिहरू संबन्धित विषयका विशेषज्ञ र स्वयंसेवकहरू हुन, जसले आफ्ना-आफ्ना अनुभवहरूलाई बाँड्नु गर्न सक्छन् ।

पैरवी गर्ने कार्य तीन तहमा हुन्छ :

- व्यक्ति (Personal): साभेदार, परिवार तथा साथीहरूको तहमा
- समुदाय (Community): छिमेकीहरू, प्रभावशाली व्यक्तिहरू, सञ्चार माध्यमहरू तथा सार्वजनिक घटनाहरूमा
- संस्थागत (Institutional): संगठनहरूका माध्यमबाट नीति-निर्माता तथा सञ्चार माध्यमलाई प्रभावित गर्न सक्ने अन्य व्यक्तिहरूमा

पैरवी गर्ने कार्यमा आफू स्वयंमं वकालत गर्ने व्यक्ति वन्ने र अरुलाई पनि त्यस्तो व्यक्ति वन्न सहयोग गर्ने, दुवै कुराहरू पर्दछन् । निम्नलिखित व्यक्तिहरू पैरवी गर्ने व्यक्ति वन्न सक्छन् :

- विश्वास गर्ने व्यक्तिहरू (Believers): ती व्यक्तिहरू, जो उल्लेखित विचार अथवा वस्तुलाई ठिक तथा राम्रो छ भन्ने विश्वास गर्छन् ।
- संतुष्ट प्रयोगकर्ताहरू (Satisfied Users): ती व्यक्तिहरू, जसले उल्लेखित विचार अथवा वस्तुलाई अपनाएका छन र यसको परिणाम देखि खुशी छन् ।
- ईच्छुक व्यक्तिहरू (Interested Parties): ती व्यक्तिहरू जसले उल्लेखित विचार वा वस्तु प्रति रुची राख्छन्
- छानिएका प्रतिनिधिहरू (Chosen Representatives): ती व्यक्तिहरू जो समुदाय द्वारा पैरवी गर्ने कामकै लागि छानिएका हुन्छन् ।
- विज्ञहरू (Experts): ती व्यक्तिहरू, जससंग राम्रो प्राविधिक ज्ञान हुन्छ र प्राविधिक विषयलाई स्पष्टसंग व्याख्या गर्न सक्छन्
- तपाईं आफै (You).

११.३ समुदाय परिचालन (Community Mobilization)

आज भोलि स्वास्थ्यलाई केवल निरोगी हुनु मात्र नभएर त्यो भन्दा धेरै विस्तृत रूपमा लिइन्छ । स्वास्थ्यलाई परिभाषित गर्ने जैविक चिकित्सा सम्बन्धी उदाहरणलाई एउटा नयां उदाहरणले प्रतिस्थापन गर्दैछ, जसलाई प्राय गरेर सामाजिक तथा पर्यावरणीय सबन्धी उदाहरण भन्ने गरिन्छ । नयां उदाहरण खुल्ला पद्धतिको सिध्दान्तमा आधारित छ र स्वास्थ्यमा पर्ने विविध प्रभावहरूलाई समेटेको छ । यसमा सामाजिक तथा वातावरणीय तत्वहरू समेत समावेश हुन्छन् । स्वास्थ्यलाई परिभाषित गर्ने पहिलेका उदाहरणहरू सामाजिक तथा पर्यावरणीय उदाहरणमा परिवर्तन भएपछि, यसबाट स्वास्थ्यको लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका क्षेत्रमा प्रसस्त प्रभाव परिसकेकोछ । नयां उदाहरण खुल्ला पद्धतिको सिध्दान्तमा आधारित छ र स्वास्थ्यमा पर्ने विविध प्रभावहरूलाई समेटेको छ । यसमा सामाजिक तथा वातावरणीय तत्वहरू समेत समावेश हुन्छन् । अब हामीले के कुरा बुझेका छौं भने कुनै कुनै सांस्कृतिक, सामाजिक अथवा संस्थागत परिवेश भित्र व्यक्तिगत व्यवहारहरू समेत हुन्छन् । समुदायले मात्र व्यक्तिगत व्यवहारहरूलाई स्वीकृति र समर्थन दिएर सक्षम बनाउन एवम् सुदृढीकरण गर्न सक्छ ।

क. समुदाय परिचालनको परिभाषा

समुदाय परिचालन भनेको जनता, स्वास्थ्य कार्यकर्ताहरू, र नीति निर्माताहरूलाई साझा उद्देश्यका लागि संगठित गर्ने, र काम कृयाकलापमा संलग्न गराउने एवम् उत्प्रेरित गर्ने एक विचारयुक्त प्रकृया हो ।

स्वास्थ्यलाई प्रवर्धन गर्न र दीगो राख्नका लागि समुदाय परिचालन गर्ने भनेको व्यक्तिगत व्यवहारहरूलाई प्रभावित गर्ने सुनियोजित उपाय मात्र नभै सामाजिक परिवर्तनलाई समेत प्रभावित गर्ने तरिका हो । जव समुदाय परिचालन सफल हुन्छ, व्यक्ति तथा समुदायहरू वढी आत्मनिर्भर हुन्छन् । समुदाय परिचालनबाट व्यवहार संबन्धी सामाजिक तथा संरचनात्मक परिवर्तनहरू हुने वढी संभावना हुन्छ ।

ख. विभिन्न तहमा समुदाय परिचालन (Mobilizing Communities at Different Levels)

कुनै खास सवाल प्रतिको “रुची” र “मूल्य” उच्च छ भने समुदाय परिचालन विभिन्न तहमा शुरु गर्न सकिन्छ, र हुन सक्छ पनि । समुदाय परिचालन गर्न सकिने विभिन्न तहहरू:

- राजनैतिक तहमा
- सरकारी स्तरमा
- संगठित रूपमा
- समुदाय स्तरमा
- लाभ प्राप्तकर्ता स्तर (परिवार तथा व्यक्ति) मा

ग. समुदाय परिचालन विशेषताहरू

- भौतिक तथा मानवीय श्रोत्रसाधनको योगदानलाई इंगित गर्छ
- स्वदेशी समूहहरू, र समुदायका औपचारिक तथा अनौपचारिक संरचनाहरूलाई संस्थागत गर्न प्रोत्साहित गर्छ
- संयुक्त निर्णय तथा साम्प्रदायिक कृयाकलापका माध्यमबाट सामुहिक स्वामित्व तथा संलग्नताको विकास गर्छ
- सशक्तिकरण तथा आत्म-निर्भरता वढाउछ
- समुदायका प्रयासहरूलाई दिगो राख्न प्रोत्साहित गर्छ

११.४ सामाजिक व्यवहार परिवर्तन

क. अवधारणा

परिवार, समुदाय र संस्थाहरूले अपनाइरहेका विद्यमान सामाजिक परिवर्तनका अभ्यासहरूलाई पहिचान र सम्मान गर्दै दीर्घकालीन दिगो परिवर्तन ल्याउन ती सम्मानित आदर्श व्यक्तिहरूलाई परिचालन गर्ने ।

ख. समुदायलाई कसरी प्रोत्साहित गर्ने ? (How to Encourage)

- आदर्श व्यक्तिहरूलाई (सन्तुष्ट ग्राहकहरू), प्रभवशाली व्यक्तिहरू, र अन्य व्यक्तिहरूलाई वोल्न लगाउने
- उनीहरूलाई सामाजिक व्यवहार परिवर्तको उद्देश्यका सम्वन्धमा कसरी जवाफ दिने भन्ने प्रष्ट पार्ने
- पैरवी वकालत गर्ने व्यक्तिको रूपमा उनीहरूको प्रसंशा गर्ने अथवा पुरस्कृत गर्ने।
- पैरवी गर्ने कार्यलाई एउटा मान्यताका रूपमा स्थापित गर्ने ।
- पैरवी गर्ने सामान्य सीप सिकाउने
- मानिसहरूलाई वोल्न प्रोत्साहित गर्ने

समुदायको अग्रसरतामा सामाजिक परिवर्तन गर्नका लागि संभाव्य लक्षित समूहमा निम्नलिखित व्यक्तिहरु पर्दछन् :

- नीति निर्माता तथा अन्य सामाजिक परिवर्तन गर्ने व्यक्तिहरु
- परिवार, साथीहरु तथा नातेदारहरु
- समुदायका सदस्यहरु तथा अगुवाहरु, शिक्षकहरु
- धर्मगुरुहरु

माथिका सबै समूहहरु तपाइले उठाउनु भएका सवालहरुको सशक्त समर्थक बन्ने संभावना भएका समूहहरु हुन् । समुदायको अग्रसरतामा सामाजिक परिवर्तन त्यति वेला सबैभन्दा राम्रो काम गर्छ, जब प्रवर्धन गर्न लागिएका विचार तथा नीतिहरु :

- विश्वास गर्न योग्य हुन्छन् (Credible) - सामाजिक परिवर्तन गर्ने व्यक्तिले प्रवर्धन गर्न लागेको विचारको श्रोत विश्वासिलो हुनुपर्छ, कुनै यस्तो श्रोत जसलाई समुदायले विश्वास गर्छ । विचारलाई तथ्यांकले समेत पुष्टी गर्नुपर्छ ।
- संभाव्य छन् (Feasible) - तपाईंले अपनाउन चाहेका नीतिहरु प्राविधिक, राजनैतिक एवम् आर्थिक दृष्टिकोणबाट व्यवहारमा लागु गर्न सकिने हुनुपर्छ
- प्रासंगिक छन् (Relevant) - नयाँ नीतिले तल उल्लेखित मध्ये कुनै एक वा एक भन्दा बढी कुराहरु गर्नुपर्छः
 - वर्तमान आवश्यकतालाई पूर्ति गर्नुपर्छ
 - समस्याको समाधान गर्नुपर्छ
 - जनताको चासोलाई लक्षित गर्नुपर्छ
 - संगठनको उद्देश्य पुरा गर्नुपर्छ
- उच्च प्राथमिकता पाउँछन् (High priority) - सामाजिक परिवर्तन गर्ने व्यक्तिले प्रवर्धन गरिरहेको नीति अथवा विचार अरु कुराहरु भन्दा बढी महत्वपूर्ण हुनुपर्छ, र पर्याप्त बजेट, असल कर्मचारी तथा असल संगठनका हकदार हुनुपर्छ ।
- जरुरी (Urgent) - प्रवर्धन गर्न खोजिएको विचार अथवा नीतिलाई तत्काल कार्यान्वयन गर्न सकिने अथवा गर्नुपर्ने हुनुपर्छ । कार्यान्वयन गर्न कुनै किसिमको ढिलाई हुन गएमा यो बढी खर्चिलो हुन्छ ।

ग. कस्तो अवस्थामा समुदाय परिचालनले सबैभन्दा राम्रोसंग काम गर्छ ?

- संकटको स्थितिमा
- समस्याहरु स्थानीय भएमा
- वृहत्तर पदतिले काम नगरिरहेको अवस्थामा

स्वास्थ्यको सेरोफेरोमा रहेका विद्यमान सामाजिक मान्यता र अभ्यासमा परिवर्तन ल्याउन, समुदायलाई सशक्तिकरण गरी सेवाको खोजी गर्ने व्यवहारमा परिवर्तन ल्याउन तथा आमाहरु र स्याहारकर्ताहरुका आवश्यक जानकारीहरु पूरा गर्न घरपरिवार र समुदायका लागि विशेष किसिमका क्रियाकलापहरु कार्यान्वयन गर्ने । सामाजिक मान्यता तथा व्यवहार परिवर्तनको आधारभूत पक्ष दोहोरो सञ्चार हो । यस किसिमको दोहोरो सम्वादमा दुवै व्यक्ति आ-आफ्नो क्षेत्रका विज्ञ हुन्छन् ।

११.५ सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका लागि संचारका माध्यमको प्रयोग:

क. अन्तरव्यक्ति संचारको माध्यम

नगरपालिका/गाउँपालिका/वडा स्तरमा विद्यालय तथा घर परिवारसम्म कार्यक्रमहरू पुर्याउन अन्य स्थानिय विषयगत निकायहरू जस्तै: शिक्षक, आमा समूह, बाल क्लब, वडा मञ्च, सामाजिक परिचालकहरूसार्थै नागरिक सचेतना केन्द्रहरूको माध्यमबाट क्रियाकलापहरू संचालन गर्ने । साथै महिला स्वास्थ्य स्वयंसेविका, सामाजिक परिचालकहरू र अन्य स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई परिचालन गरी स्थानिय स्तरमा अभिमुखीकरण कार्यक्रम,स्वास्थ्य आमा समूहको बैठक संचालन, स्वास्थ्य संस्थाबाट नियमित पोषण शिक्षा/परामर्श गर्नुका साथै प्रत्येक चरणको लागि सामग्रीहरू वितरण गर्ने कार्य पनि स्वास्थ्य संस्थाहरूले गर्ने ।

विशिष्ट सन्देशहरू चरणबद्ध रूपमा विभिन्न परिवार समक्ष पुग्न अन्तरव्यक्ति संचार माध्यम लगायत अन्य माध्यमहरू प्रयोग गर्ने । घरपरिवार र समुदायमा राम्रो व्यवहार अनुसरण गरिरहेका र आर्दश व्यक्तिको भूमिका निभाइरहेका समुदायका सकारात्मक व्यक्तित्वहरूको (व्यक्ति, समूह र संस्था) पहिचान, सम्मान र उनीहरूको कथालाई प्रचार प्रसार गर्न आम संचारका कार्यक्रमहरूको विकास गरी प्रसारण गर्ने ।

ख. आम संचारका माध्यम:

टेलिभिजन, रेडियो लगायत पत्र-पत्रिका आदिसंगको साभ्ना सम्भौता मार्फत टेलिभिजन, रेडियो र छापा माध्यमहरूलाई परिचालन गर्ने । चर्चित व्यक्तित्व र प्रस्तोताहरूले प्रस्तुत गर्ने गरी रेडियो र टेलिभिजनमा स्वास्थ्य सम्बन्धी श्रृंखलाबद्ध कार्यक्रम प्रसारण गर्ने । रेडियो र टेलिभिजन कार्यक्रम दुई पद्धतिमा आधारित गर्ने । पहिलो पद्धतिमा आमाहरू/स्याहारकर्ता/श्रीमान्हरू जसले समुदायमा सकारात्मक व्यवहार अपनाइरहेका छन् उनीहरूमध्ये उत्कृष्ट कथालाई समावेश गर्ने र अर्को पद्धतिमा नियमित रूपमा प्रसारण हुने सार्वजनिक हितका सन्देशहरू र कार्यक्रमबारे अध्यावधिक सन्देशहरू प्रवाह गर्ने । साथै पत्र-पत्रिका र स्थानिय छापा माध्यममा सम्मानित व्यक्ति, समूह र संस्थाहरूको नामावली/समाचार छाप्ने । स्थानियस्तरमा पहुँचलाई व्यापक बनाउन अन्य संचार र छापा माध्यमसंग पनि साभ्नेदारी गर्ने अवसरहरूको सृजना गर्ने । स्थानिय एफ.एम र केबल टि.भीहरूको पहिचान गरी सोही अनुरूप परिचालन गर्ने । यसैगरी, स्थानीय पत्रपत्रिकाहरू पनि आम संचारको माध्यमको रूपमा स्थानिय स्तरमा परिचालन गर्ने ।

टेलिकमको साभ्नेदार अन्तर्गत सामाजिक संजाल (facebook, twitter, youtube, अभियानको वेभसाइट) संचालन गरी सन्देश प्रवाह गर्न इन्टरनेट सेवा, एसएमएससेवा र आईभीरआर सेवा (Interactive Voice System/Recorder) मार्फत अभियानको चरण अनुरूप नियमित सन्देश प्रवाह गर्ने ।

सत्र १२: अनुगमन

१२.१ अवधारणाहरु र सिद्धान्तहरु (Concepts and Principles)

कार्यक्रम कार्यान्वयनको अवधिमा नियमित र आवधिक अनुगमन गर्ने । अनुगमनको उद्देश्य कार्यक्रम कार्यान्वयनका विभिन्न क्रियाकलापहरुबाट लक्षित समुहमा परेको असर, प्रभाव र प्रगतिबारे नियमित र आवधिक रुपमा समय समयमा सही र उपयोगी तरिकाबाट विश्लेषण गर्नु हो । अनुगमनबाट प्राप्त सुझावहरुलाई कार्यक्रम कार्यान्वयन प्रकृत्यामा समाविष्ट गर्दै कार्यान्वयन प्रकृत्यामा सुधार गर्नु पर्दछ ।

प्रकृत्या अनुगमन: कार्यक्रम कार्यान्वयन प्रकृत्या र कार्यक्रमको परिणामको अनुगमन नियमित तथा आवधिक रुपमा बैज्ञानिक तरिका अपनाई गर्नु पर्दछ । रोगहरुको रोकथाम तथा नियन्त्रणकालागि बनेको कार्ययोजनामा उल्लेखित सूचकांक नै प्रयोग गर्नु पर्दछ । यसका लागि आवश्यक चेकलिष्ट विकास गरी आवश्यक सूचना र कार्यक्रमको स्थितिबारे तथ्याङ्क र सूचना संकलन गर्नु पर्दछ । नियमित प्राविधिक सहयोग भ्रमण र अनुगमनका लागि प्रतिवेदनको ढाँचा विकास गरी लागू गर्नु पर्दछ ।

व्यवहार अनुगमन: रणनीतिक ढाँचामा (उद्देश्यमा) उल्लेखित व्यवहार परिवर्तनका सूचाङ्कलाई कार्यक्रमहरुले अनुशरण गरेका छन् भन्ने कुरालाई सुनिश्चित गर्नु पर्दछ, परिवर्तन भयो भएन भन्ने देखाउनका लागि सूचकहरु तयार गर्नु पर्दछ ।

१२.२ अनुगमनका लागि व्यवस्थापन तथा कार्यान्वयन

क. असल व्यवस्थापन (Good management)

असल व्यवस्थापनले स्पष्टरुपमा प्रत्येकको जिम्मेवारी तोकेको हुन्छ, समन्वय गर्ने पद्धति स्थापित गर्छ र रणनीति तथा कार्ययोजनाको अनुशरण गर्छ । कार्यान्वयनले अधिकतम सहभागीता, लचकता, र कार्यक्षेत्रमा नै सिकाउने कुरालाई वढी जोड दिन्छ । अनुगमनले सबै कामहरु योजना गरे अनुसार सम्पादन भैरहेका छन् वा छैनन् भन्ने जानकारी दिन्छ र कुनै समस्या उत्पन्न भएमा चाँडो समाधान गर्न संभव हुन्छ ।

ख. परिणाममुखी हुनु (Results orientation): आफ्नो ध्यान र शक्तिलाई विद्यमान संस्थाहरु, व्यवहारहरु अथवा प्रकृत्याहरुको वचावट गर्नका लागि नभएर नतिजा हासिल गर्ने कुरामा केन्द्रित गर्नु पर्दछ ।

ग. तालिम तथा क्षमता-विकास (Training and capacity-building): कार्यक्रम सञ्चालनका प्रत्येक तहमा सिकने अवसरहरुको व्यवस्था गर्नु पर्दछ । कार्यस्थलमा नै निरन्तर सिकने अवसर प्रदान गर्नु पर्दछ । व्यक्तिगत सीप र संस्थागत क्षमता वृद्धि गर्ने कार्यलाई वढी जोड दिएर सामाजिक व्यवहार परिवर्तन विशेषज्ञहरुको समूह तयार गर्नु पर्दछ । जसले एउटै ढाँचा (Framework) को उपयोग गर्नेछन्, एउटै उद्देश्यलाई अनुशरण गर्नेछन्, र पूर्ण रुपमा विकसित प्राविधिक सीपको प्रयोग गर्नेछन् ।

घ. संगठनात्मक वातावरण-सिर्जनशीलता (Organizational climate) : यस्तो संगठनात्मक वातावरण बनाउनु पर्दछ जसले श्रृजनशीलता, सहकारीता र उपलब्धि को अपेक्षा गर्छ तथा यी कुराहरुलाई महत्व दिन्छ । उच्च गुणस्तरीय कामको सबै तहमा प्रोत्साहन गर्नु पर्दछ ।

ड. समन्वय समिति गठन गर्ने (Coordinating group): अधिकतम सहयोग जुटाउनका लागि सञ्चार प्राविधिज्ञहरूको एउटा समूह बनाउनु गर्नु पर्दछ । साथै, समय तालिका र बजेट समेत समावेश गरेर कार्यन्वयन योजना तयार गर्नु पर्दछ । सूचनाहरू आपसमा बाड्नुपर्छ ।

च. सूचना वारे व्यापक जानकारी गराउन योजना गर्ने (Dissemination plan): कार्यक्रमका सम्बन्धमा व्यापक रूपमा जानकारी गराउने योजना गर्नु पर्दछ । सूचनाहरूलाई व्यापकरूपमा फैलाउन सरकारी, निजी तथा व्यापारिक क्षेत्रलाई एकै साथ जुटाउनु पर्दछ ।

छ. प्रतिफल तथा कृयाकलापहरूको अनुगमन गर्ने (Monitor outputs and activities): सम्पूर्ण प्रतिफलहरू उत्पादन, कार्यसंपादन, परिमाण, गुणस्तर र वितरण कार्यको जांच गर्नु पर्दछ , कार्य तालिका र प्रतिफल बीच सामञ्जस्यता छ, छैन, अनुगमन गर्नु पर्दछ । सेवा प्रदान गर्ने व्यक्तिहरू लगायत विभिन्न निकायहरू बीचको सम्बन्ध अवलोकन गर्नु पर्दछ र सहकारितालाई सुदृढ पार्नु पर्दछ । अनुगमनको प्रतिवेदन सवैलाई दिनु पर्दछ ।

ज. प्रतिकृयाहरूको जवाफ दिने (Respond to feedback): समस्याहरूको निराकरण गर्न सच्याउन, तथा कार्यक्रम संचालन प्रकृयालाई परिमार्जन गर्नका लागि आफूलाई प्राप्त भएका प्रतिकृयाहरूका सम्बन्धमा तुरुन्त कारवाही गर्नु पर्दछ । उच्च तहका पदाधिकारीहरूलाई आवश्यक जानकारी प्रदान गर्दै रहनु गर्नु पर्दछ र उनीहरूलाई प्रतिकृयाहरूको स्वागत गर्न तथा छिटो छिटो जवाफ दिन प्रोत्साहित गर्नु पर्दछ ।

प्रतिकृया हरूको अनुगमन गर्ने र सोही अनुरूप कार्यक्रममा संशोधन गर्ने कुराहरू सफलता प्राप्त गर्नका लागि अत्यावश्यक छन् । समस्याहरूको शीघ्र पहिचान तथा उचित समाधान गर्ने व्यक्तिहरूलाई पुरस्कृत गर्नु पर्दछ । अनुगमनद्वारा कार्यक्रममा खास सुधार गर्नुपर्छ , जस्तै पोष्टरहरूलाई प्रत्यक्ष देख्न सकिने स्थानहरूमा टाँस्ने, श्रोताहरूलाई सजिलो पार्ने समयमा कार्यक्रम प्रशारण गर्ने व्यवस्था मिलाउने, नाटकका पात्रहरूलाई आवश्यकतानुसार परिवर्तन गर्ने । कार्यक्रममा पहिले समावेश नगराइएका समूहहरूलाई समावेश गर्ने, वा आन्तरिक कार्यबोझ तथा निम्मेवारीमा आवश्यक हेरफेर गर्ने आदि । कार्यक्रम संशोधन गर्दा नयां कार्यक्रम निर्माण गर्ने समयमा जत्तिकै सिर्जनशीलता तथा योजना तर्जुमा को आवश्यकता पर्न सक्छ ।

सत्र १३: मूल्याङ्कन

१३.१ अवधारणाहरू र सिद्धान्तहरू (Concepts and Principles)

सार्थक मूल्यांकनका लागि निम्नकुराहरू आवश्यक छन् :

- स्पष्ट सोचाई (Clear Thinking)
- गहन अध्ययन (Profound learning)
- सही कारवाही (Correct action)

स्पष्ट सोचाई भन्नाले मूल्यांकनका लागि प्रयोग गरिने वैज्ञानिक विधि तथा औजारहरूको गहनता भन्ने बुझिन्छ । गहन अध्ययन भन्ने कुरा मूल्यांकन तथा अनुसन्धानबाट सिकेका पाठहरूबाट प्राप्त हुन्छ । सही कारवाही भन्नाले सञ्चारलाई सुधार गर्नका लागि सञ्चार योजना तर्जुमा गर्ने व्यक्तिले मूल्यांकनका परिणामका आधारमा तत्काल गर्ने प्रासाङ्गिक कारवाही भन्ने बुझिन्छ । स्पष्ट सोचाई, गहन अध्ययन, र सही कारवाहीको अभाव भएमा मूल्यांकनमा गरिएको लगानी प्रायः खेर जान सक्छ ।

हरेक सामाजिक व्यवहार परिवर्तन व्यवस्थापकले व्यवहार परिवर्तन अभियान तर्जुमा गर्दा यस अन्तरगत मूल्यांकनलाई समेत समावेश गर्नु पर्छ । परियोजना चक्रमा मूल्यांकन अनुसन्धानको मूल उद्देश्य यी हुन:

- कार्यक्रमका उद्देश्यहरूसँग यसका असरहरूलाई तुलना गर्ने
- कार्यक्रमको मूल उद्देश्य हासिल हुन अथवा नहुनमा के के तत्वहरूले सहयोग वा बाधा पुऱ्याएका छन् भन्ने पहिचान गर्ने, ताकि भविष्यमा कार्यक्रमलाई सुधार गर्न सकियोस ।
- सिद्धान्तको विकास तथा समझदारीमा योगदान पुऱ्याउने

क. मूल्यांकनका लागि अनुसन्धान कार्यक्रम तर्जुमाका सिद्धान्तहरू

- मूल्यांकन एक किसिमको लगानी हो, मूल्य होईन
- मूल्यांकनका लागि अनुसन्धान कार्यक्रम सम्पूर्ण योजना कै एक अभिन्न अंग हो
- मूल्यांकनकर्ता र कार्यक्रम व्यवस्थापकले टोलीको रूपमा काम गर्नुपर्छ
- प्रकृयाका मूल्यांकनहरू (यसलाई कार्यक्रमको अनुगमन पनि भनिन्छ) ले परियोजना कार्यान्वयनको प्रतिवेदन तयार गर्छन् र “कारण तथा असर” (Cause and effect) लाई व्याख्या गर्न मद्दत पुऱ्याउन सक्छन्
- प्रभावकारीता मूल्यांकनले “कारण तथा असर” सम्बन्धी प्रतिवेदन तयार गर्छन् तथा व्याख्या गर्छन्
- सही अनुसन्धान विधिको चयन गरेमा यसको वैधता प्रतिको शंकालाई न्यून गर्न र लागत तथा समय घटाउन मद्दत पुग्छ । कार्यक्रम व्यवस्थापकहरूलाई आफूले के चाहेको भन्ने कुराको जानकारी हुनुपर्छ
- मूल्यांकनका नतिजालाई निर्णय गर्ने कार्यमा कसरी प्रयोग गर्ने भन्ने मूल्यांकनवाटै योजना गरिनुपर्छ । यदि नतिजाहरूको प्रयोग भएन भने ती नतिजाहरू त्यसै खेर जान्छन् ।

ख. मूल्यांकन स्थितिको लेखाजोखा गर्नु पर्दछ

यो चरणले थुप्रै कुराहरूलाई प्रष्ट्याउँछ :

- मूल्यांकनको मूल उद्देश्य
- जोखिम के छ ?

- अपेक्षित गोपनीयता तथा विश्वसनीयताको स्तर
- सञ्चार गतिविधिको प्रकृति
- मूल्यांकनका लागि उपलब्ध साधन र श्रोतहरू

ग. मूल्यांकनको मूल उद्देश्य निश्चित गर्नु पर्दछ

- प्रभावकारिताको लेखा जोखा गर्ने - मूल उद्देश्य र परिणामको तुलना गर्ने
- अनुभववाट सिक्न - सिकेका पाठलाई केन्द्रित गर्ने
- सिद्धान्तको विकासमा सहयोग पुर्याउने - उपायहरूलाई अभिवृद्धि गहन बनाउने

घ. के कुराहरू जोखिममा छन्, स्पष्ट गर्नु पर्दछ

- मानिसको जीवन
- भावी योजनाहरू
- ज्ञान र समझदारीमा वृद्धि
- नीति परिवर्तन
- व्यवस्थापन कार्यमा परिवर्तन

ड. तपाईंले मूल्यांकन गर्न चाहेको कार्यक्रमका सामाजिक व्यवहार परिवर्तन गतिविधिहरूको पहिचान गर्नु पर्दछ

प्रयोग गरिएका क्रियाकलापहरूको संख्या

- एउटा मात्र
- धेरै

प्रयोग गरिएका सामाजिक व्यवहार परिवर्तनका गतिविधिहरूको प्रकृति

- अन्तरव्यक्ति सञ्चार
- छापाहरू
- प्रशारण आदि

१३.२ प्रभावकारीता मूल्यांकन (Impact Evaluation)

कार्यक्रमको प्रभावकारीता मूल्यांकनबाट लक्षित समूहको ज्ञान, धारणा र व्यवहारमा परिवर्तन ल्याउने अथवा नीति निर्माताहरूलाई प्रभावित गर्ने जस्ता कार्यक्रमका उद्देश्यहरू प्राप्त भए नभएको थाहा हुन्छ । मूल्यांकनको अभावमा कार्यक्रम संचालनमा लगानी भएको समय र पैसा त्यसै खेर जान्छ, किनभने यी कार्यक्रमहरूले भविष्यमा विकास कार्यलाई कमै मात्र प्रभाव पार्छन् । असल तरिकाबाट गरिएको मूल्यांकनले विभिन्न कृयाकलापहरूबाट विभिन्न लक्षित वर्गमा परेको प्रभाव पहिचान गरेर कार्यक्रम प्रति समर्थन जुटान सहयोग गर्छ, कार्यक्रमलाई अभिवृद्धि सुधार गर्न प्रोत्साहित गर्छ र भविष्यमा लागत-प्रभावकारीताका दृष्टिकोणले उपयुक्त किसिमबाट रकमको बाड फाँड गर्ने संबन्धमा मार्ग दर्शन गर्छ ।

- **अग्रिम योजना गर्ने (Early planning):** प्रभावकारीता मूल्यांकनको योजना कार्यक्रमको प्रारंभमा नै गर्नुपर्छ, अन्त्यमा होईन । मूल्यांकनको योजना गर्दा कार्यक्रम निर्माण गर्ने समयमा जत्तिकै होशियारी अपनाउनुपर्छ । कार्यक्रमले ल्याएको परिवर्तनलाई प्रदर्शन गरेर देखाउनका लागि तपाईंलाई कार्यक्रम संचालन गर्नुभन्दा पहिले र पछिका आकडाहरूको आवश्यकता पर्दछ, यदि संभव छ भने, मूल्यांकन गर्दा संभावित पक्षपात हुन नदिन कार्यक्रममा समवेश नभएको एउटा अर्को समूहसंग

तूलना गर्न वेश हुन्छ । जहांसम्म सभंव हुन्छ, अर्को सर्भेक्षणमा समेत संवन्धित प्रश्नहरुलाई समावेश गर्नु पर्दछ । आन्तरिक र वाह्य मूल्याकनका लागि कार्यक्रमको कूल वजेटको अनुपातमा आवश्यक वजेट तर्जुमा गर्नु पर्दछ ।

सत्र: १४

सामाजिक व्यवहार परिवर्तन क्रियाकलापहरूको कार्यान्वयनमा विभिन्न निकाय वा व्यक्तिहरूको भूमिका

स्वास्थ्यको लागि सामाजिक व्यवहार परिवर्तन कार्यक्रम कार्यान्वयन गर्ने क्रमका विभिन्न तहमा विभिन्न निकाय वा व्यक्तिहरूको महत्वपूर्ण भूमिका हुन्छ। यसैले सहभागिहरूसंग छलफल गरि सामाजिक व्यवहारको लागि निम्न निकाय वा व्यक्तिहरूको भूमिकाको बारेमा छलफल गरि प्रष्ट गर्नु पर्दछ ।

- स्वास्थ्य संयोजक
- स्वास्थ्य संस्था प्रमुख
- HFOMC
- गाँउ/नगरपालिका कार्य समिती सदस्यको भूमिका
- सामाजिक विकास शाखा प्रमुख
- सामाजिक विकास मन्त्रालय
 - स्वास्थ्य शाखा
- स्वास्थ्य निर्देशनालय
 - स्वास्थ्य प्रबर्धन तथा तालिम शाखा

अनुसूचि

सन्दर्भ सामाग्री

- १) राष्ट्रिय स्वास्थ्य नीति, २०७१
- २) जन स्वास्थ्य सेवा ऐन, २०७५
- ३) सुरीक्षित मातृत्व तथा प्रजनन् स्वास्थ्य अधिकार ऐन, २०७५
- ४) नेपाल स्वास्थ्य क्षेत्र रणनीति , २०१५ –२०२०
- ५) दीगो विकास लक्ष्या, २०१५–२०३०
- ६) नेपालको संविधान, २०७२
- ७) नेपाल सरकार, स्थानिय सरकार संचालन ऐन, २०७४
- ८) स्थानिय तहको बजेट तथा कार्यक्रम तर्जुमा दिग्दर्शन २०७४
- ९) जीवन सुरक्षा कार्यक्रम: घरैमा सुत्केरी हुँदा बच्चा जन्मसकेपछि हुनसक्ने अत्याधिक रक्तश्राव रोकथामको लागि मातृ सुरक्षा चक्की कार्यक्रम निर्देशिका
१०. स्थानीय स्वास्थ्य संस्था सञ्चालन तथा व्यवस्थापन समिति: समीक्षा गोष्ठी सञ्चालन निर्देशिका
११. Health Communication Capacity Collaborative (HC3 Nepal) परियोजना प्रतिवेदन
१२. HMIS -२०७२/७३, ७३/७४, ७४/७५