

## বাংলাদেশ সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্ (বিসিসিপি)

পারিবারিক স্বাস্থ্য উন্নয়নে কৌশলগত, বিজ্ঞান-ভিত্তিক যোগাযোগের কোনো বিকল্প নেই। গণমাধ্যমের ব্যাপক প্রসার, নতুন নতুন প্রযুক্তির সহজলভ্যতা এবং কার্যকর যোগাযোগের গুরুত্ব বৃদ্ধির ফলে স্বাস্থ্য ও সামাজিক আচরণ পরিবর্তনে ব্যাপক প্রভাব সৃষ্টির নতুন সুযোগ সৃষ্টি হয়েছে।

বাংলাদেশে স্বাস্থ্য, বিশেষ করে মা ও শিশুর স্বাস্থ্য এবং প্রজনন স্বাস্থ্য কর্মসূচি সফল করতে হলে এমন ব্যবস্থা নিতে হবে যাতে প্রদত্ত সেবাসমূহ সম্পর্কে জনগণের সম্যক ধারণা জন্মায় এবং তারা সেসব অনুমোদন ও ব্যবহার করে। এ ক্ষেত্রে আচরণ পরিবর্তন যোগাযোগ (বিসিসি) গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

এধরনের যোগাযোগ কার্যক্রমের ক্ষেত্রে একটি শীর্ষস্থানীয় সংস্থা হিসেবে বিসিসিপি স্বাস্থ্য খাতে ২১ শতকের চ্যালেঞ্জ মোকাবেলায় বিসিসি কর্মসূচি পরিকল্পনা, প্রণয়ন, ব্যবস্থাপনা, বাস্তবায়ন ও মূল্যায়নের সকল বিষয়ে পারদর্শী সহায়তা দেয়। বিসিসিপি'র কর্মসূচিসমূহ জাতীয় নীতি এবং কার্যক্রম কর্মকৌশলের আওতায় সমন্বিত হয়, যা ফলমুখী বহু-খাত সহযোগিতা, সর্বোচ্চ দক্ষতা এবং টেকসই স্বাস্থ্য আচরণ পরিবর্তন উৎসাহিত করে।

বিসিসিপি পূর্বতন জনস্ হপকিনস্ ইউনিভার্সিটি/সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্ (জেএইচইউ/সিসিপি), ঢাকা-এর অভিজ্ঞ পেশাজীবীদের একটি দল নিয়ে গঠিত। এই সংস্থার দক্ষ পেশাজীবীগণ কৌশলগত যোগাযোগ প্রকল্পের কার্যক্রম পরিকল্পনা, প্রণয়ন, বাস্তবায়ন ও প্রত্যবেক্ষণ কাজে সব ধরনের কৌশলগত পারদর্শিতা প্রয়োগ করেন।

জেএইচইউ/সিসিপি, ঢাকা অফিস ১৯৮৮ সালে প্রতিষ্ঠার পর থেকে বাংলাদেশে বিভিন্ন তথ্য, শিক্ষা ও যোগাযোগ (আইইসি) কর্মসূচি পরিচালনায় বিভিন্ন সরকারি ও বেসরকারি (এনজিও) সংস্থাকে কারিগরি সহায়তা দিয়েছে। জেএইচইউ/সিসিপি, ঢাকা'র দীর্ঘমেয়াদী উদ্দেশ্যসমূহের অন্যতম ছিল ক্রমান্বয়ে প্রযুক্তি ও পারদর্শিতা হস্তান্তরের মধ্য দিয়ে একটি টেকসই, স্থানীয় সংস্থা গড়ে তোলা।

১৯৯৬ সালে বিসিসিপি প্রতিষ্ঠার মধ্য দিয়ে সেই উদ্দেশ্য বাস্তব রূপ লাভ করে। বিসিসিপি জেএইচইউ/সিসিপি'র একই ম্যাডেট - স্বাস্থ্য এবং অন্যান্য উন্নয়ন খাতে বড় আকারের যোগাযোগ কর্মসূচি প্রণয়ন, ব্যবস্থাপনা ও বাস্তবায়ন - নিয়ে অগ্রসর হচ্ছে।

বাংলাদেশ সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্ সম্পর্কে বিস্তারিত জানতে চাইলে নিম্নলিখিত ঠিকানায় যোগাযোগ করুন :

মোহাম্মদ শাহজাহান  
পরিচালক, বিসিসিপি  
বাড়ি ৬৪এ, সড়ক ৮এ(নতুন)  
ধানমন্ডি আবাসিক এলাকা, ঢাকা-১২০৯।

## কৌশলগত যোগাযোগ কি?

কৌশলগত যোগাযোগ হল দূরদৃষ্টিসম্পন্ন যোগাযোগ। এটি একটি সুসংজ্ঞায়িত কৌশলের উপর প্রতিষ্ঠিত এবং পূর্বনির্ধারিত সুনির্দিষ্ট লক্ষ্য অর্জনের উদ্দেশ্যে প্রণীত।

## P প্রক্রিয়া কি?

P প্রক্রিয়া হচ্ছে এমন একটি রূপরেখা যাতে কৌশলগত স্বাস্থ্য যোগাযোগ কর্মসূচি কিভাবে প্রণয়ন করা যায়, তা ধাপে ধাপে দেখানো হয়েছে। নির্দিষ্ট কোনো স্বাস্থ্য আচরণ - যেমন, পরিবার পরিকল্পনা, এইচআইভি/এইডস প্রতিরোধ, বৃকের দুধ খাওয়ানো, শিশুর টিকাদান অথবা মাদকের অভিশাপ রোধ - উৎসাহিত করার প্রাথমিক ধারণা থেকে শুরু করে সুস্পষ্ট প্রভাব সৃষ্টিকারী পূর্ণাঙ্গ একটি কর্মসূচি পর্যন্ত পরিচালনা করার জন্য পথ নির্দেশিকা হিসেবে এটি কাজ করে।

প্রকল্পের কর্মী, দাতা এবং স্বাগতিক দেশের যারা প্রকল্পের সঙ্গে জড়িত, তাদেরকে আচরণ পরিবর্তনের লক্ষ্যে কার্যকর যোগাযোগ প্রকল্প প্রণয়নে সহায়তা করার উদ্দেশ্যে পপুলেশন কমিউনিকেশন সার্ভিসেস প্রকল্পের প্রথম অংশীদাররা ১৯৮৩ সালে এই P প্রক্রিয়া প্রণয়ন করেন। নিম্নোক্ত ক্ষেত্রে এর প্রয়োগ হয় :

- প্রকল্প এবং কর্মসূচি প্রণয়ন
- কর্মশালা এবং শ্রেণীকক্ষ
- ইন্টারএকটিভ কম্পিউটারাইজড SCOPE প্রশিক্ষণ এবং পরিকল্পনা
- ব্রোশিওর, প্রতিবেদন, ম্যানুয়াল এবং পোস্টার
- উপস্থাপনা এবং প্রকাশনা

মাঠ পর্যায়ের চাহিদা এবং জ্ঞানের জগতে ঘটা উন্নয়ন আরো ভালভাবে ফুটিয়ে তোলার জন্য গত ১৫ বছরের অভিজ্ঞতার আলোকে P প্রক্রিয়ায় সংশোধন আনা হয়েছে। সংশোধিত P প্রক্রিয়ায় মূল সংকলনের সাথে নিম্নোক্ত নতুন উপাদানসমূহ সংযোজন করা হয়েছে : জাতীয় যোগাযোগ কৌশল এবং পণ্য, আচরণ ও সেবার অবস্থান সুদৃঢ় করার উপর জোর দেয়া; যোগাযোগের ৭টি C কে ব্যবহার করে আরো কার্যকর বার্তা উন্নয়ন; ফলমুখী ব্যবস্থাপনা; সংস্থায় একটি ইতিবাচক পরিবেশ সৃষ্টি; বহুবিধ উপাত্ত উৎসের সাহায্যে তত্ত্ব-ভিত্তিক প্রভাব মূল্যায়ন; এবং সম্পদ আহরণ ও স্থায়িত্বের জন্য প্রারম্ভিক পরিকল্পনা।

টীকা : এখানে যোগাযোগ শব্দটি তথ্য, শিক্ষা এবং যোগাযোগের (IEC) সমার্থক হিসেবে ব্যবহৃত হয়েছে এবং আন্ত:ব্যক্তিক যোগাযোগ, জনগোষ্ঠী সংগঠন এবং গণমাধ্যমও এর অন্তর্ভুক্ত।

## ১। বিশ্লেষণ

- সমস্যাটি বোঝা
- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী ও তাদের জীবনচিত্র জানা
- বর্তমান কর্মসূচি এবং নীতিসমূহ পর্যালোচনা
- শীর্ষস্থানীয় সংস্থাসমূহ চিহ্নিত করা
- যোগাযোগের ক্ষমতা পরিমাপ করা

বিশ্লেষণ হল ফলপ্রসূ যোগাযোগের প্রথম পদক্ষেপ। বস্তুত এটি যেকোনো ফলপ্রসূ কাজেরই প্রথম পদক্ষেপ। স্বাস্থ্যবিষয়ক জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি ও আচরণ পরিবর্তন এবং যোগাযোগের মাধ্যমে প্রচার (এডভোকেসি) কয়েকটি বিষয়ে সঠিক তথ্য প্রাপ্তি এবং পূর্ণ উপলব্ধির মধ্য দিয়ে শুরু হয়। বিষয়গুলো হচ্ছে: নির্দিষ্ট সমস্যা, জনগণ, বর্তমান নীতি ও কর্মসূচি, সক্রিয় সংস্থাসমূহ এবং বিভিন্ন যোগাযোগ মাধ্যম। এজন্য গুণগত ও সংখ্যাগত উভয় ধরনের তথ্য দরকার। জ্ঞানের ভিত্তি যত শক্তিশালী হবে কর্মসূচিও তত শক্তিশালী হবে।

■ **সমস্যা।** বর্তমান স্বাস্থ্য ও জনমিতিক উপাত্ত, জরিপ ফলাফল, গবেষণা ফলাফল এবং অন্যান্য প্রাপ্ত উপাত্ত পর্যালোচনা করে আপনাকে নিশ্চিতভাবে বুঝতে হবে সংশ্লিষ্ট জনগোষ্ঠীর মৌলিক স্বাস্থ্য, সামাজিক বা অর্থনৈতিক সমস্যাটি কি।

■ **উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী।** মানুষের আচরণকে প্রভাবিত করে - এধরনের ভৌগোলিক, জনমিতিক, অর্থনৈতিক এবং সামাজিক উপাদানের দিকে দৃষ্টি দিন। এগুলোর মধ্যে রয়েছে জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি, আচরণ, প্রচার (এডভোকেসি); বয়স, লিঙ্গ, সাক্ষরতা, আয়, প্রজনন ক্ষমতা, ব্যক্তিত্ব, জীবনযাত্রা, মূল্যবোধ; অথবা অন্যান্য ব্যক্তিগত ও সামাজিক চলক এবং গণমাধ্যমের আওতায় আসার সুযোগের মধ্যে তারতম্য। জনগোষ্ঠীর বিভাজন এবং তাদের জীবনচিত্র বর্ণনা করুন-অর্থাৎ বিভিন্ন উদ্যোগে সাড়া দেয়ার সবচেয়ে বেশি সম্ভাবনা রয়েছে-জনগোষ্ঠীর এরকম অংশকে সুস্পষ্ট করে চিহ্নিত করুন। উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর ব্যক্তিত্বের একটি চিত্র তৈরি করুন। শুনুন এবং শিখুন।

■ **কর্মসূচি এবং নীতিমালা।** বর্তমান স্বাস্থ্য কর্মসূচি এবং নীতিমালা পর্যালোচনা করুন: কি কি বিষয় বৈধ; কি কি সেবা ও সামগ্রী কোথায় সহজলভ্য তা বিবেচনা করুন। সেবা প্রদানের ক্ষেত্রে সবল ও দুর্বল দিকসমূহ চিহ্নিত করুন যাতে যোগাযোগ কর্মসূচি ইতিবাচক দিকসমূহের উপর অধিকতর মনোনিবেশ করতে পারে, নেতিবাচক দিকসমূহ সংশোধনে সহায়তা করতে পারে এবং সেবা ও সরবরাহের সুযোগ ও গুণাগুণ বৃদ্ধি করতে পারে। নীতি প্রণেতা এবং কার্যক্রম তদারককারীদের (গেটকিপার) সাক্ষাৎকার গ্রহণ করুন।

■ **শীর্ষস্থানীয় সংস্থাসমূহ।** একটি যোগাযোগ কর্মসূচি চালিয়ে নেয়ার জন্য যেসব সরকারি বা বেসরকারি সংস্থার যোগ্যতা, অঙ্গীকার, প্রভাব, ব্যাপ্তি এবং ধারাবাহিকতা আছে, তাদের চিহ্নিত করুন। নেতৃস্থানীয় ব্যক্তি, অগ্রহী সহায়তাকারী সংস্থা এবং নিরবচ্ছিন্ন সমর্থন দিতে সক্ষম সম্ভাব্য কর্পোরেট এবং বাণিজ্যিক উদ্যোক্তাদের উপর জোর দিন।

■ **যোগাযোগের সামর্থ্য।** সম্প্রচার, মুদ্রণ এবং ক্লিনিকভিত্তিক প্রচারমাধ্যম এবং সমাজভিত্তিক তৎপরতার প্রাপ্যতা, ব্যাপ্তি এবং মূল্য নিরূপণ করুন। প্রাথমিক ও পরবর্তী লক্ষ্যভুক্ত জনগোষ্ঠীর যোগাযোগ রীতি এবং গণমাধ্যমে তাদের সুযোগ শনাক্ত করুন।

## ২। কৌশলগত পরিকল্পনা

- SMART উদ্দেশ্যাবলী তৈরি করা
- সুস্পষ্ট সুফল উপস্থাপনের জন্য কর্মসূচিকে প্রস্তুত করা
- প্রমাণিত আচরণ পরিবর্তন মডেল অনুসরণ করা
- প্রচারমাধ্যম ও কর্মকান্ড ঠিক করা
- কৌশলগত পরিকল্পনার একটি দলিল প্রস্তুত করা
- বাস্তবায়ন পরিকল্পনা ও বাজেট প্রণয়ন করা
- মূল্যায়নের পরিকল্পনা করা

প্রত্যেক যোগাযোগ কর্মসূচি বা প্রকল্পের একটি কৌশলগত পরিকল্পনা প্রয়োজন। এই পর্যায়ে নিম্নবর্ণিত সাতটি মূল উপাদানের বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা হয়। এভাবে কৌশলগত পরিকল্পনা সমস্ত উদ্দেশ্যাবলী অর্জনের লক্ষ্যে একটি সুষ্ঠু বিশ্লেষণকে একটি দিকনির্দেশনা ও পথনির্দেশে পরিণত করে।

■ **SMART উদ্দেশ্যাবলী।** সুনির্দিষ্ট, পরিমাপযোগ্য, উপযুক্ত, বাস্তবানুগ এবং সময়-নির্দিষ্ট (SMART) যোগাযোগ উদ্দেশ্যাবলী নির্ধারণ করুন। মূল উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী বাছাই করুন এবং একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে তাদের জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি, আচরণ ও প্রচারের ক্ষেত্রে প্রত্যাশিত পরিবর্তন সংখ্যায় উল্লেখ করুন।

■ **অবস্থিতি।** যেসব সেবা, সরবরাহ অথবা চর্চার বিকাশ ঘটানো প্রয়োজন, সেগুলোর সুস্পষ্ট সুফল উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীকে দেখানোর উদ্দেশ্যে আপনার যোগাযোগ কর্মসূচির পরিকল্পনা করুন। উপযুক্ত অবস্থান গ্রহণের মাধ্যমে আপনি সংস্থা, সেবা, পণ্য অথবা অন্যান্য স্বাস্থ্য চর্চার জন্য একটি নির্দিষ্ট ভাবমূর্তি অথবা বিপণন-উপযোগী অবস্থান সৃষ্টি করতে পারেন। জনগোষ্ঠীকে জানা এবং তাদের বক্তব্য শোনার মধ্য দিয়ে আপনি উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর বিভিন্ন অংশের গুরুত্বপূর্ণ অপূর্ণ চাহিদা পূরণে সহায়তা করার জন্য কর্মসূচিকে উপযুক্ত অবস্থানে নিতে পারেন।

■ **আচরণ পরিবর্তন মডেল।** আপনার মৌলিক কৌশল ও অবস্থিতির পেছনে জনগণের আচরণ সম্পর্কে যেসব পূর্বধারণা রয়েছে, সেগুলো সুনির্দিষ্ট করে বলুন। জনগণ তাদের স্বাস্থ্য জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি, অভিজ্ঞতা, আচরণ এবং প্রচারের ক্ষেত্রে কেন, কিভাবে এবং কোন ক্রমানুসারে কাঙ্ক্ষিত পরিবর্তন আনবেন বলে প্রত্যাশা করেন, তা ব্যাখ্যা করুন। (১১ পৃষ্ঠায় পপুলেশন কমিউনিকেশন সার্ভিসেস কর্তৃক ব্যবহৃত আচরণ পরিবর্তনের ধাপসমূহ মডেল দেখুন)।

■ **প্রচারমাধ্যম এবং কার্যক্রম।** একটি প্রধান প্রচারমাধ্যম এবং একটি সহায়ক প্রচারমাধ্যম বাছাই করুন। জনগোষ্ঠীকে সংগঠিত করা এবং পরিবার, বন্ধু-বান্ধব, সমাজ, সামাজিক যোগসূত্র এবং সেবা প্রদানকারীদের মধ্যে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ প্রতিষ্ঠা অর্জন করুন। একটি যৌথক্রিয়ামূলক প্রভাবের জন্য একটি সমন্বিত বহুবিধ প্রচারমাধ্যম ব্যবহারের পরিকল্পনা করুন।

■ **কৌশলগত পরিকল্পনা পত্র।** আপনার উদ্দেশ্যসমূহ, মধ্যবর্তী পদক্ষেপ ও গৌণ-উদ্দেশ্যসমূহ, অবস্থিতি, যে আচরণ পরিবর্তন তত্ত্ব আপনি প্রয়োগ করতে যাচ্ছেন এবং সেই আচরণ পরিবর্তন অর্জনের লক্ষ্যে প্রধান কার্যক্রমসমূহ বর্ণনা করে একটি সংক্ষিপ্ত কৌশলগত পরিকল্পনা পত্র প্রস্তুত করুন।

■ **বাস্তবায়ন পরিকল্পনা।** ব্যবস্থাপনার দায়িত্বসমূহ নির্দিষ্ট করে উল্লেখ করুন। প্রত্যেক বিষয়ের ব্যয়সম্বলিত একটি বাজেট তৈরি করুন। অগ্রগতি প্রত্যবেক্ষণের উদ্দেশ্যে নিয়মিত বৈষ্ণবিক এবং নিয়মিত প্রতিবেদনের ব্যবস্থাসহ একটি কর্মতালিকা প্রণয়ন করুন।

■ **মূল্যায়ন।** বহুবিধ উপাত্ত সূত্র ব্যবহার করে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে প্রত্যাশিত পরিবর্তন পরিমাপের পরিকল্পনা করুন। বাস্তবায়ন শুরুর আগেই মূল্যায়নের পরিকল্পনা করুন এবং ত্রিভুজ (বেজলাইন) উপাত্ত সংগ্রহ করুন।

### ৩। বার্তা ও উপকরণ তৈরি, প্রাক-পরীক্ষণ এবং উৎপাদন

- বার্তা-ধারণা প্রণয়ন
- স্বাস্থ্য পেশাজীবীদের সাথে কাজ করা
- যোগাযোগ পেশাজীবীদের সাথে কাজ করা
- কার্যকর যোগাযোগের সাতটি C অনুসরণ করা
- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে প্রাক-পরীক্ষণ ও পুনঃপরীক্ষণ
- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী এবং পেটকিপারদের সন্তুষ্টির জন্য সংশোধন করা
- দক্ষতা ও দ্রুততার সাথে উৎপাদন করা

বার্তা তৈরিতে বিজ্ঞান ও শিল্পকলার সন্নিবেশ প্রয়োজন। বার্তা কেবল প্রথম দুই ধাপে সম্পাদিত সুনিপুণ বিশ্লেষণ এবং কৌশলগত পরিকল্পনা দ্বারা পরিচালিত হলে হবে না, বরং তার থাকতে হবে আবেগগত ক্ষমতা এবং শৈল্পিক আবেদন যা জনগণকে, যারা বিশেষজ্ঞও নয় আবার সক্রিয়ভাবে কর্মসূচিতে জড়িতও নয়, প্রভাবিত করবে। এটি একটি দ্বিমুখী চ্যালেঞ্জ।

■ **বার্তা ধারণা।** সার্বিক কৌশলগত পরিকল্পনা প্রতিফলিত করে - এরকম প্রাথমিক ব্যাখ্যাচিত্র, বিভিন্ন মূল শব্দ, চিন্তাধারা অথবা গল্পকাঠামো আকারে বার্তা-ধারণা প্রণয়ন করুন। আপনার বার্তা যাতে সর্বোচ্চ প্রভাব বিস্তার করতে পারে সে জন্য তা স্পষ্ট এবং সহজ করুন। জটিলতা পরিহার করুন। কোনো একটি দিকে মনোযোগ দিতে হলে অন্যদিকে ছাড় দিতে হয় (Focus Demands Sacrifice)। জনগণের জন্য প্রয়োজন এরকম সুফল এবং বাস্তবসম্মত সমাধানের কথা উল্লেখ করুন। আবেদন রাখতে পারে এরকম ছবি ও অনুরূপ সামগ্রী ব্যবহার করুন।

■ **স্বাস্থ্য পেশাজীবী।** কৌশলগত তথ্য সঠিক হওয়ার বিষয়টি নিশ্চিত করতে এবং স্বাস্থ্য পেশাজীবীদের নিরবচ্ছিন্ন সমর্থন আদায় করতে তাদের সাথে ঘনিষ্ঠভাবে কাজ করুন।

■ **যোগাযোগ পেশাজীবী।** উচ্চ মানসম্পন্ন একটি সামগ্রী -সেটি একটি পোস্টার, ব্রোশিওর, গান, নাটক, টেলিভিশন স্পট অথবা মাল্টিমিডিয়া প্রচার অভিযান, যাই হোক না কেন- প্রস্তুত করতে সেরা যোগাযোগ পেশাজীবী এবং সৃজনশীল প্রতিভাবানদের সাথে ঘনিষ্ঠভাবে কাজ করুন। আপনি যেসব বিষয় তুলে ধরতে চান, সেগুলো বোঝেন এবং তা নিয়ে চিন্তা-ভাবনা করেন, বেসরকারি খাতে এরকম প্রতিভাবানদের চিহ্নিত করুন।

■ **সু-গবেষণাকৃত বার্তা-ধারণাগুলোকে প্রেরণাদায়ক সামগ্রীতে রূপান্তরিত করতে সৃজনশীল ও অঙ্গীকারাবদ্ধ পেশাজীবীদের নিয়ে কার্যকর যোগাযোগের সাতটি C অনুসরণ করুন (সামনের পৃষ্ঠা দেখুন)।**

■ **প্রাক-পরীক্ষণ।** উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর প্রতিনিধিত্বকারী দল অথবা ব্যক্তিদের মধ্যে ধারণাগুলোর প্রাক-পরীক্ষণ এবং পুনঃপরীক্ষণ সম্পন্ন করে কোনটি তাদের জন্য উপযুক্ত তা বের করুন। জনগোষ্ঠীর অংশগ্রহণ উৎসাহিত করুন। কেউ সহজেই ভুল বুঝতে পারে এরকম ছবি অথবা অন্যান্য অ-বাচনিক সামগ্রীর প্রতি বিশেষ মনোযোগ দিন। বিদ্যমান কোনো উপকরণ অপর কোনো জনগোষ্ঠীর মধ্যে ব্যবহারের উদ্দেশ্যে পুনরুৎপাদনের আগে তার বিষয়বস্তু স্পষ্ট এবং কার্যকর কিনা তা নিশ্চিত হওয়ার জন্য উপকরণটির প্রাক-পরীক্ষণ সম্পন্ন করুন।

■ **উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী এবং পেটকিপারদের জন্য সংশোধন।** কোনো উপকরণ যদি এমন হয় যে তা ভালভাবে মনে রাখা যাচ্ছে না, বোঝা যাচ্ছে না, প্রাসঙ্গিক হচ্ছে না অথবা উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর কাছে বিতর্কিত বা আপত্তিকর প্রতীয়মান হচ্ছে, তাহলে তা সংশোধন করুন। অনুমান করেননি, এমন পরিবর্তন করতেও প্রস্তুত থাকুন। গণমাধ্যমের (বিশেষ করে টেলিভিশন এবং চলচ্চিত্র) জন্য প্রস্তুতকৃত উপকরণগুলোর বিতর্কের সূত্রপাত ঘটানোর সবচেয়ে বেশি সম্ভাবনা থাকে বলে প্রচারমাধ্যম এবং রাজনৈতিক পেটকিপারদের নিয়ে অন্তত দু'বার সেগুলোর পরীক্ষা সম্পন্ন করুন।

■ **দক্ষতা ও দ্রুততার সাথে উৎপাদন করুন।** বেশি পরিমাণে উচ্চ মানসম্পন্ন উপকরণ উৎপাদন করুন, কেননা তা ব্যয়-সাশ্রয়ী। একই সঙ্গে দ্রুততার সাথে এগুলোর উৎপাদন সম্পন্ন করুন যাতে চাওয়া মাত্রই তা পাওয়া যায়। উচ্চ মানসম্পন্ন উপকরণগুলোর কদর বজায় থাকার, অনেকবার ব্যবহারের এবং অর্থ আয়ের সম্ভাবনা সবচেয়ে বেশি থাকে।

### কার্যকর যোগাযোগের সাতটি C



## ৪। ব্যবস্থাপনা, বাস্তবায়ন ও প্রত্যবেক্ষণ

- ফলাফলের জন্য ব্যবস্থাপনা
- ব্যক্তিকে প্রশিক্ষণ দেয়া এবং প্রাতিষ্ঠানিক সামর্থ্য গড়ে তোলা
- ইতিবাচক প্রাতিষ্ঠানিক পরিবেশ গঠন
- সমন্বয়কারী দল প্রতিষ্ঠা
- তথ্য প্রচারের উপর জোর দেয়া
- ফলাফল ও কর্মকান্ড প্রত্যবেক্ষণ
- ফিরতিবার্তায় দ্রুত সাড়া দেয়া

উত্তম ব্যবস্থাপনায় কৌশল এবং বাস্তবায়ন পরিকল্পনা অনুসরণ করা হয়, দায়িত্ব সুনির্দিষ্টভাবে বন্টন করা হয় এবং সমন্বয়ের পদ্ধতি নির্ধারণ করা হয়। বাস্তবায়নে সর্বাধিক অংশগ্রহণ, নমনীয়তা এবং কর্মকালীন প্রশিক্ষণের উপর জোর দেয়া হয়। সকল কর্মকান্ড পরিকল্পনামাফিক চালানো, অথবা কোনো সমস্যা দেখা দিলে দ্রুত তার সমাধান করার বিষয়টি নিশ্চিত করতে প্রত্যবেক্ষণের সাহায্যে ফলাফলের উপর নজর রাখা হয়।

■ **ফলমুখী হওয়া।** বর্তমান প্রতিষ্ঠান, রীতি-নীতি ও পদ্ধতি রক্ষায় নয় বরং ফল অর্জনে অধিক মনোযোগ দিন এবং কর্মশক্তি নিয়োগ করুন।

■ **প্রশিক্ষণ এবং সামর্থ্য গড়ে তোলা।** সকল পর্যায়ে প্রশিক্ষণের পরিকল্পনা করুন। চাকুরিকালীন প্রশিক্ষণের জন্য অব্যাহত সুযোগ-সুবিধা প্রদান করুন। অভিনু ধারণাগত কাঠামো রয়েছে, একই কৌশলগত লক্ষ্য অনুসরণ করেন এবং সুগঠিত টেকনিকাল দক্ষতা প্রয়োগ করেন, এরকম যোগাযোগ বিশেষজ্ঞদের একটি উপযুক্ত দল গঠনের উদ্দেশ্যে ব্যক্তিদক্ষতা এবং প্রাতিষ্ঠানিক সামর্থ্য, উভয়ের উপর জোর দিন।

■ **প্রাতিষ্ঠানিক পরিবেশ।** প্রতিষ্ঠানের ভিতরে এমন একটি পরিবেশ তৈরি করুন যা সৃজনশীলতা, সহযোগিতা এবং ফলাফল অর্জন প্রত্যাশা করে এবং এগুলোর মূল্য দেয়। সকল পর্যায়ে উচ্চ মানসম্পন্ন কাজের স্বীকৃতি ও পুরস্কার দিন।

■ **সমন্বয়কারী দল।** সর্বোচ্চ সহযোগিতা লাভের জন্য একটি যোগাযোগ টেকনিকাল দল গঠন করুন। একই সাথে সময়সূচি ও বাজেটসহ একটি বাস্তবায়ন পরিকল্পনা প্রণয়ন ও অনুসরণ করুন। তথ্য বিনিময় করুন।

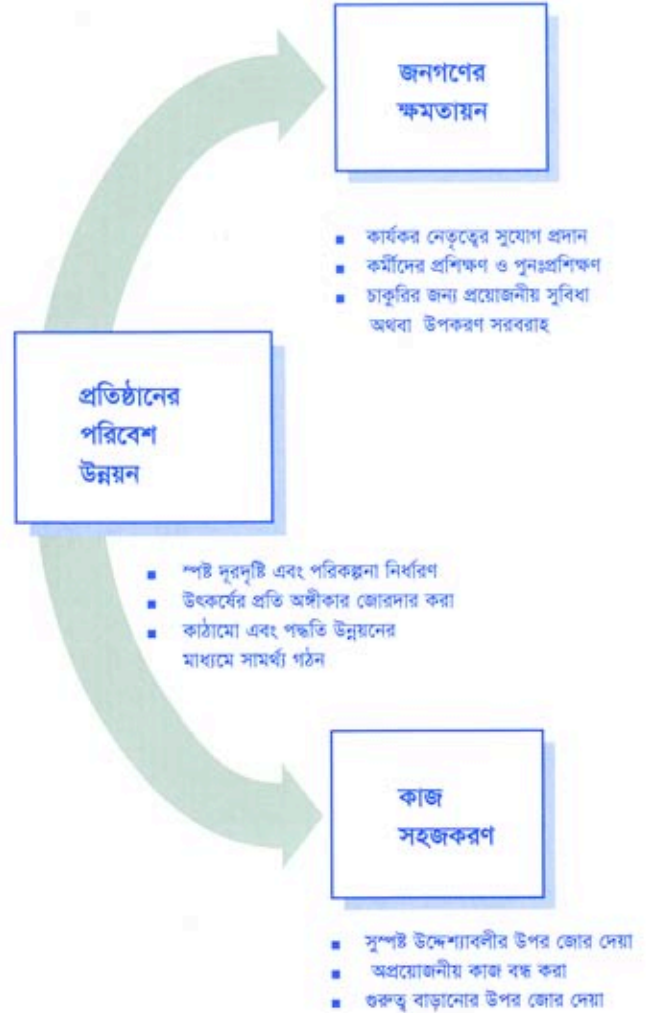
■ **তথ্য প্রচার পরিকল্পনা।** একটি তথ্য প্রচার পরিকল্পনা প্রণয়ন ও অনুসরণ করুন। সর্বাধিক প্রচারের জন্য সরকারি, বেসরকারি স্বেচ্ছাসেবী খাত এবং বাণিজ্যিক সম্পদের সংমিশ্রণ ঘটান।

■ **ফলাফল এবং কর্মকান্ড প্রত্যবেক্ষণ।** সকল প্রকার সামগ্রীর উৎপাদন, কার্যকারিতা, পরিমাণ, গুণগত মান এবং বিতরণ পরীক্ষা করুন। ফলাফল অর্জন এবং সময়সূচি পালিত হচ্ছে কিনা, তা প্রত্যবেক্ষণ করুন। সেবাপ্রদানকারীসহ বিভিন্ন সংস্থার মধ্যকার সম্পর্কের দিকে দৃষ্টি রাখুন এবং সহযোগিতা জোরদার করুন। প্রতিবেদন বিনিময় করুন।

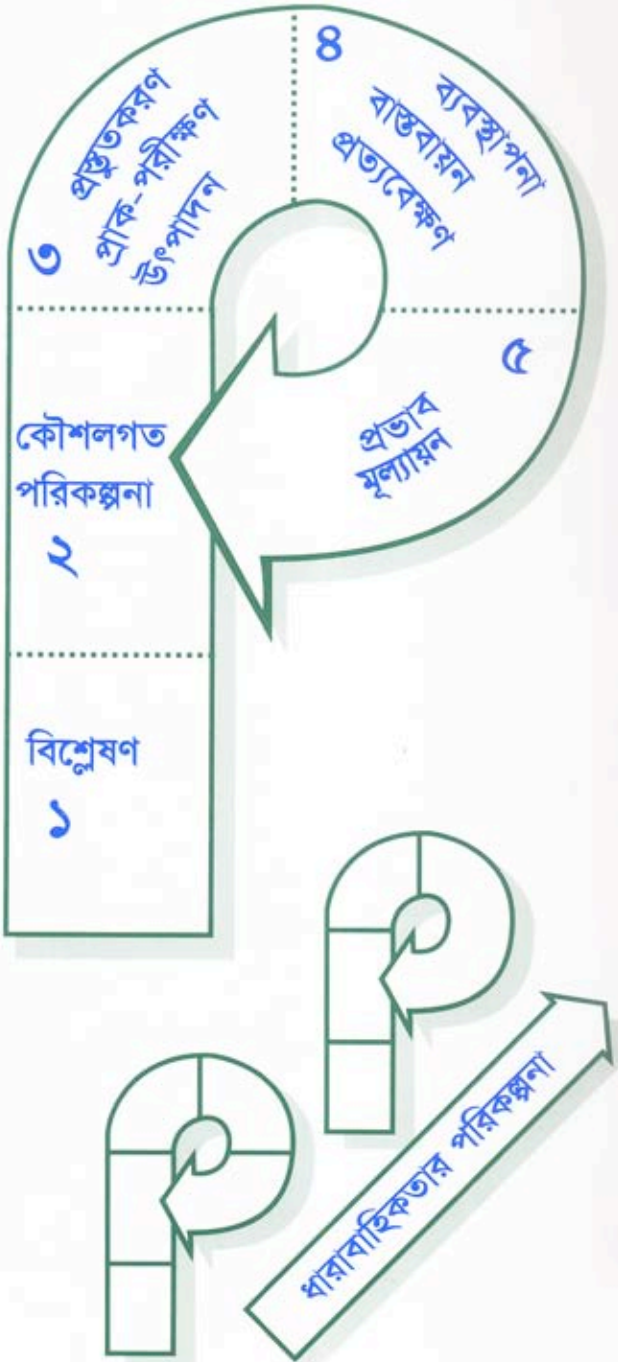
■ **ফিরতিবার্তায় (ফিডব্যাক) সাড়াদান।** সমস্যা সমাধান করতে এবং কার্যক্রম উন্নততর করতে ফিরতিবার্তায় দ্রুত সাড়া দিন। উচ্চপদস্থ কর্মকর্তাদের অগ্রগতির বিষয়ে অবগত রাখুন এবং তাঁদেরকে ফিরতিবার্তা স্বাগত জানাতে ও দ্রুত সাড়া দিতে উৎসাহিত করুন।

সফলতার জন্য ফিরতিবার্তা প্রত্যবেক্ষণ এবং সংশোধন খুবই জরুরি। দ্রুত সমস্যা চিহ্নিত করা এবং প্রয়োজনীয় সংশোধনমূলক পদক্ষেপ নেয়ার জন্য সংশ্লিষ্টদের পুরস্কৃত করা প্রয়োজন। প্রত্যবেক্ষণ হতে হবে সুনির্দিষ্ট উৎকর্ষ সাধনের পথনির্দেশকারী, যেমন বেশি করে চোখে পড়ে এমন সব স্থানে পোস্টার লাগানো, জনগণের অধিক সুবিধাজনক সময়ে সম্প্রচার করা, নাটকের চরিত্রের পরিবর্তন করা, পূর্বে বাদ পড়ে যাওয়া গুরুত্বপূর্ণ দলগুলোকে অন্তর্ভুক্ত করা, অথবা অভ্যন্তরীণ কাজের চাপ ও দায়িত্ব পরিবর্তন করা। সংশোধনের ক্ষেত্রেও প্রায়ই মূল পরিকল্পনার মতই সৃজনশীলতা এবং পরিকল্পনার প্রয়োজন হয়।

## ব্যবস্থাপনা উন্নয়ন প্রক্রিয়ার তিনটি ধাপ



## P প্রক্রিয়া



### ১। বিশ্লেষণ

সমস্যাটি বোঝা

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী ও তাদের জীবনচিত্র জানা  
বর্তমান কর্মসূচি এবং নীতিসমূহ পর্যালোচনা  
শীর্ষস্থানীয় সংস্থাসমূহ চিহ্নিত করা  
যোগাযোগের ক্ষমতা পরিমাপ করা

### ২। কৌশলগত পরিকল্পনা

SMART উদ্দেশ্যাবলী তৈরি করা  
সুস্পষ্ট সুফল উপস্থাপনের জন্য কর্মসূচিকে প্রস্তুত করা  
প্রমাণিত আচরণ পরিবর্তন মডেল অনুসরণ করা  
প্রচারমাধ্যম ও কর্মকান্ড ঠিক করা  
কৌশলগত পরিকল্পনার একটি দলিল প্রস্তুত করা  
বাস্তবায়ন পরিকল্পনা ও বাজেট প্রণয়ন করা  
মূল্যায়নের পরিকল্পনা করা

### ৩। বার্তা ও উপকরণ তৈরি,

প্রাক-পরীক্ষণ এবং উৎপাদন

বার্তা-ধারণা প্রণয়ন

স্বাস্থ্য পেশাজীবীদের সাথে কাজ করা  
যোগাযোগ পেশাজীবীদের সাথে কাজ করা  
কার্যকর যোগাযোগের সাতটি C অনুসরণ করা  
উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে প্রাক-পরীক্ষণ ও পুনঃপরীক্ষণ  
উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী এবং গेटকিপারদের সন্তুষ্টির জন্য সংশোধন করা  
দক্ষতা ও দ্রুততার সাথে উৎপাদন করা

### ৪। ব্যবস্থাপনা, বাস্তবায়ন ও প্রত্যবেক্ষণ

ফলাফলের জন্য ব্যবস্থাপনা

ব্যক্তিকে প্রশিক্ষণ দেয়া এবং প্রাতিষ্ঠানিক সামর্থ্য গড়ে তোলা  
ইতিবাচক প্রাতিষ্ঠানিক পরিবেশ গঠন  
সমন্বয়কারী দল প্রতিষ্ঠা  
তথ্য প্রচারের উপর জোর দেয়া  
ফলাফল ও কর্মকান্ড প্রত্যবেক্ষণ  
ফিরতিবার্তায় দ্রুত সাড়া দেয়া

### ৫। প্রভাব মূল্যায়ন

শুরুতেই মূল্যায়ন পরিকল্পনা করা  
প্রমাণিত একটি আচরণ পরিবর্তন মডেলের উপর  
ভিত্তি করে অগ্রসর হওয়া  
বিভিন্ন মূল্যায়ন পদ্ধতি ব্যবহার করা  
বায়-সাশ্রয় পরিমাপ করা  
উপযুক্ত ছকে ফলাফল জানানো

### ৬। ধারাবাহিকতার পরিকল্পনা

মূল্যায়ন ফলাফলের উপর ভিত্তি করে অগ্রসর হওয়া  
অবস্থার পরিবর্তনের সাথে খাপ খাওয়ানো  
সফল কর্মসূচিসমূহ জোরদার করা  
শুরুতেই সম্পদ শনাক্ত করা  
কার্যক্রম উন্নত করা সম্পর্কিত সেবাসমূহ সমন্বিত করা  
প্রচারের (এডভোকেসি) জন্য সংহতি জোরদার করা

## ৫। প্রভাব মূল্যায়ন

- শুরুতেই মূল্যায়ন পরিকল্পনা করা
- প্রমাণিত একটি আচরণ পরিবর্তন মডেলের উপর ভিত্তি করে অগ্রসর হওয়া
- বিভিন্ন মূল্যায়ন পদ্ধতি ব্যবহার করা
- ব্যয়-সাশ্রয় পরিমাপ করা
- উপযুক্ত ছকে ফলাফল জানানো

একটি কর্মসূচির উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি বা আচরণে পরিবর্তন আনা অথবা নীতি-প্রণেতাদের প্রভাবিত করা সম্পর্কিত উদ্দেশ্যসমূহ অর্জিত হয়েছে কিনা, প্রভাব মূল্যায়ন থেকে তা বোঝা যায়। যেসব কর্মসূচির মূল্যায়ন হয় না, সেগুলো সময় ও অর্থের অপচয়কারী হিসাবেই পরিগণিত হয়, কেননা ভবিষ্যৎ উন্নয়নের ক্ষেত্রে সেগুলোর প্রভাব থাকে সামান্যই। বিভিন্ন জনগোষ্ঠীর উপর বিভিন্ন কর্মকাণ্ডের ফলাফল চিহ্নিত করার মধ্য দিয়ে কর্মসূচির সৃষ্ট মূল্যায়ন কর্মসূচি প্রচার সমর্থন করতে পারে, কর্মসূচির উন্নতি জোরদার করতে পারে এবং ভবিষ্যতে ব্যয়-সাশ্রয়ী অর্থ বরাদ্দের দিক-নির্দেশনা দিতে পারে।

■ **গোড়াতেই পরিকল্পনা।** একটি কর্মসূচি শেষ হওয়ার পরে নয়, বরং গোড়াতেই মূল্যায়নের পরিকল্পনা করুন। কর্মসূচিটির মতই সযত্নে এর পরিকল্পনা করুন। পরিবর্তন দেখানোর জন্য আপনার প্রয়োজন হবে কর্মসূচি শুরু করার পূর্বেকার ও শেষের উপাত্ত এবং, সম্ভব হলে, তুলনায়োগ্য একটি দল অথবা সম্ভাব্য পক্ষপাতদূষ্টতা নিয়ন্ত্রণ করতে পারে এরকম বিষয়গুলোর পরিমাপ। যেখানে প্রয়োজন অন্যান্য জরিপের প্রাসঙ্গিক প্রশ্নসমূহ অন্তর্ভুক্ত করুন। কর্মসূচির বাজেটের আনুপাতিক হারে নিজস্ব ও বাইরের মূল্যায়নের বাজেট করুন।

■ **আচরণ পরিবর্তন মডেল।** কর্মসূচিতে যাতে কৌশলগত পরিকল্পনায় বর্ণিত একটি প্রমাণিত আচরণ পরিবর্তন মডেল – যেমন আচরণ পরিবর্তনের ধাপসমূহ (সামনের পৃষ্ঠায় দেখুন), যা জনগণের সম্ভাব্য প্রতিক্রিয়া অনুমান করতে পারে – অনুসরণ করা হয় তা নিশ্চিত করুন। শুধুমাত্র পরিবর্তন ঘটেছে কিনা তা না দেখিয়ে কেন এবং কিভাবে ঘটেছে তাও দেখানোর জন্য নির্দেশক অথবা গৌণ-উদ্দেশ্যসমূহ ঠিক করুন।

■ **বিভিন্ন মূল্যায়ন পদ্ধতি।** ব্যক্তি, দম্পতি, জনগোষ্ঠী, সেবাকেন্দ্র অথবা এলাকা সম্পর্কে উপাত্ত সংগ্রহ এবং বিশ্লেষণের বিভিন্ন পদ্ধতি দেখে নিন। গুণগত এবং সংখ্যাগত উভয় পদ্ধতি ব্যবহার করুন। বিভিন্ন ছক ব্যবহার করুন, যেমন ঘটনা-পূর্ব এবং ঘটনা-পরবর্তী জরিপ, এন্সপোজড এবং কন্ট্রোল গ্রুপ, লংগিচুডিনাল প্যানেল জরিপ। আচরণ পরিবর্তন পরিমাপ এবং তা যোগাযোগ কর্মকাণ্ডের ফলেই যে ঘটেছে, তা নির্দিষ্ট করে বলার জন্য বিভিন্ন ধরনের বিশ্লেষণ, যেমন মান্টিপল রিগ্রেশন এবং পাথ এনালাইসিস, ব্যবহার করুন।

■ **ব্যয়-সাশ্রয়।** কর্মসূচির ব্যয় চিহ্নিত করুন। জ্ঞান, দৃষ্টিভঙ্গি, আচরণ এবং প্রচার পরিবর্তনে যোগাযোগ কর্মসূচিসমূহের ব্যয়-সাশ্রয় পরিমাপ করুন। বিভিন্ন প্রচারমাধ্যম এবং কর্মকাণ্ডের তুলনামূলক ব্যয়-সাশ্রয় হিসাব করুন।

■ **মূল্যায়ন ফলাফল প্রচার।** অংশগ্রহণকারী, সহকর্মী, কর্মকর্তা, দাতাসংস্থা এবং বিশেষজ্ঞদের সঙ্গে মূল্যায়ন ফলাফল নিয়ে ব্যাপকভাবে মত বিনিময় করুন। এ কাজে প্রতিবেদন, প্রকাশনা, সভা, ই-মেইল, ইন্টারনেট ও গণমাধ্যম ব্যবহার করুন। উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর জন্য উপযুক্ত করে বিভিন্ন প্রতিবেদন প্রস্তুত করুন, যা সংবাদ মাধ্যমের জন্য এক পৃষ্ঠার সংবাদ বিজ্ঞপ্তি থেকে বিশেষজ্ঞদের জন্য পর্যালোচিত নিবন্ধ এবং পুস্তক পর্যন্ত হতে পারে।

যোগাযোগের ফলে আচরণ পরিবর্তনের যে মডেলটি সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্ এন্ড পপুলেশন কমিউনিকেশন সার্ভিসেস-এ ব্যবহৃত হয়, তাকেই আচরণ পরিবর্তনের ধাপ বলা হয়।

ব্যাপক ও বিস্তৃত যোগাযোগ কর্মসূচির ফলে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর প্রতিক্রিয়া পরিমাপের উদ্দেশ্যে এটি ব্যবহৃত হয়। এসব নির্দেশক এবং সেই সাথে একটি জরিপের অন্যান্য নির্দেশক থেকে একটি কর্মসূচি শুরুর আগে জনস্বাস্থ্য চর্চার ক্ষেত্রে একটি উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর অবস্থান কোথায়, সে সম্পর্কিত ত্রুটিমূল (বেজলাইন) উপাত্ত দলিল তৈরি করা সম্ভব। কর্মসূচি শেষে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে নির্দিষ্ট স্বাস্থ্য চর্চার ক্ষেত্রে জ্ঞান, অনুমোদন, অভিপ্রায়, চর্চা এবং প্রচারের দিক থেকে কতটুকু পরিবর্তন এসেছে, তা পরিমাপের জন্যেও একই নির্দেশক ব্যবহার করা যেতে পারে।

## আচরণ পরিবর্তনের ধাপ মডেল

যোগাযোগ কর্মসূচিসমূহের প্রভাব মূল্যায়নের উদ্দেশ্যে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী নিচের কাজগুলো কতটা পারছে, তা পরিমাপ করতে পারেন:

### জ্ঞান :

- নির্দিষ্ট বার্তাসমূহ স্মরণ করা
- বার্তাসমূহের অর্থ বুঝতে পারা
- পণ্য, পদ্ধতি অথবা অন্যান্য চর্চা এবং/অথবা সেবা/সরবরাহের উৎসের নাম বলতে পারা

### অনুমোদন :

- বার্তাসমূহের অনুকূলে সাড়া দেয়া
- বার্তা বা বিষয়সমূহ নিয়ে ব্যক্তিগত পরিধির (পরিবার, বন্ধু-বান্ধব) মধ্যে আলোচনা করা
- পরিবার, বন্ধু-বান্ধব ও সমাজ চর্চাটি অনুমোদন করবে বলে ভাবা
- চর্চাটি অনুমোদন করা

### অভিপ্রায় :

- নির্দিষ্ট স্বাস্থ্য চর্চা ব্যক্তিগত চাহিদা পূরণ করতে পারে বলে স্বীকার করা
- সেবাপ্রদানকারীর সাথে আলোচনা করতে চাওয়া
- চর্চাটি কোনো এক সময় শুরু করতে চাওয়া

### চর্চা :

- তথ্য / সরবরাহ / সেবা প্রদানকারীর কাছে যাওয়া
- একটি পদ্ধতি অথবা চর্চা বেছে নেয়া এবং তা শুরু করা
- ধারাবাহিকভাবে ব্যবহার চালিয়ে যাওয়া

### প্রচার :

- চর্চার সুফল ভোগ করা ও তার স্বীকৃতি দেয়া
- চর্চাটি অন্যদের জন্য সুপারিশ করা
- সমাজে কর্মসূচিসমূহের প্রতি সমর্থন দেয়া

## ৬। ধারাবাহিকতার পরিকল্পনা

- মূল্যায়ন ফলাফলের উপর ভিত্তি করে অগ্রসর হওয়া
- অবস্থার পরিবর্তনের সাথে খাপ খাওয়ানো
- সফল কর্মসূচিসমূহ জোরদার করা
- শুরুতেই সম্পদ শনাক্ত করা
- কার্যক্রম উন্নত করা সম্পর্কিত সেবাসমূহ সমন্বিত করা
- প্রচারের (এডভোকেসি) জন্য সংহতি জোরদার করা

যোগাযোগ একটি চলমান প্রক্রিয়া। এটি কোনো এককালীন প্রচেষ্টা বা পণ্য নয়। দৃষ্টিভঙ্গি, আচরণ এবং সামাজিক রীতিনীতিতে গুরুত্বপূর্ণ এবং টেকসই পরিবর্তনের জন্য প্রয়োজন সময় এবং বারংবার প্রচেষ্টার। এজন্য P প্রক্রিয়া ধারাবাহিক এবং আবর্তনশীল। এটি অভিজ্ঞতার উপর ভিত্তি করে সুশৃঙ্খল পদ্ধতি অনুসরণ করে অগ্রসর হয় এবং এতে প্রয়োজনীয় পরিবর্তন সন্নিবেশিত হয়।

■ **মূল্যায়ন ফলাফল**। প্রত্যবেক্ষণ ও মূল্যায়ন ফলাফল থেকে কর্মসূচির কোন কোন উপাদান সবচেয়ে কার্যকর, তা জেনে নিই। খুঁজে বের করুন এসব উপাদান জনগোষ্ঠীকে কেন প্রভাবিত করে। প্রমাণিত সবল দিকগুলোর উপর ভিত্তি করে অগ্রসর হোন। দুর্বল দিকগুলো সংশোধন করুন।

■ **পরিবর্তনশীল অবস্থা**। প্রাথমিক বিশ্লেষণের পর থেকে বিভিন্ন নীতি, কর্মসূচি এবং অন্যান্য অবস্থা কতটুকু পরিবর্তিত হয়েছে তা দেখার জন্য একটি ত্বরিত বিশ্লেষণ সম্পন্ন করুন। নতুন চাহিদা পূরণের জন্য উদ্দেশ্যসমূহ, অবস্থিতি এবং কৌশল নতুন করে নির্ধারণ করুন।

■ **প্রসার ঘটানো**। নতুন ভৌগোলিক এলাকা, সেবার ধরন, জনগোষ্ঠী অথবা লক্ষ্য কার্যক্রমের আওতায় আনার উদ্দেশ্যে কর্মসূচির প্রসার ঘটান। কর্মসূচির গতি বজায় রাখতে সাফল্যের উপর ভিত্তি করে অগ্রসর হোন।

■ **সম্পদ এবং স্থিতিশীলতা**। ধারাবাহিকতার জন্য শুরুতেই সম্পদের পরিকল্পনা করুন এবং তা নিয়োজিত করুন। বর্তমান সম্পদ অব্যাহত থাকার বিষয়টি নিশ্চিত করুন অথবা নতুন সম্পদ চিহ্নিত করুন। সরকার অথবা অন্যান্য দাতাসংস্থা, সেবাদানকারী, সেবাপ্রার্থী অথবা বিভিন্ন বাণিজ্যিক সূত্রের সহায়তা নিয়ে দীর্ঘমেয়াদী স্থিতিশীলতার পরিকল্পনা করুন।

■ **সেবা সমন্বয়**। সেবাপ্রার্থীতার সুযোগ বৃদ্ধির জন্য সম্পর্কযুক্ত বিভিন্ন সেবার মধ্যে যোগসূত্রের বিকাশ ঘটান। মিতব্যয়ীতার উপায় এবং অভিন্ন স্বার্থের খোঁজ করুন। সম্ভবমতো বহুবিধ প্রজনন স্বাস্থ্য সেবা বৃদ্ধি করুন। নতুন কর্মসূচি-মিশ্রণ এবং সেবা বৃদ্ধির ব্যয়-সাশ্রয়িতা পরিমাপের পরিকল্পনা করুন।

■ **সংহতি ও প্রচার (এডভোকেসি)**। কর্মসূচিকে সহায়তা করার জন্য সংহতি গড়ে তুলুন। প্রচারের জন্য সেবাপ্রার্থীতা ও সেবাদানকারীদের প্রশিক্ষণ দিন ও সাহায্য করুন। সম্পর্কযুক্ত যেসব স্বাস্থ্য, পরিবেশ, মহিলা, সামাজিক, পেশাজীবী ও জনগোষ্ঠী দল রয়েছে, সেগুলোর কাছ থেকে সহায়তা পাওয়ার চেষ্টা করুন। অব্যাহত উচ্চ মানসম্পন্ন সেবার প্রত্যাশাসহ সহায়তাকারীদের একটি উপযুক্ত দল গড়ে তুলুন।

P- প্রক্রিয়া বিশদভাবে বর্ণিত হয়েছে “হেলথ কমিউনিকেশন : লেসনস্ ফ্রম ফ্যামিলি প্ল্যানিং এন্ড রিপ্ৰোডাক্টিভ হেলথ” গ্রন্থে, যার রচয়িতা হচ্ছেন ফিলিস টিলসন পিওট্রো, ডি. লারেল কিনকেইভ, হোজে জি. রিমন II, এবং ওয়ার্ড রাইনহার্ট। ওয়েস্টপোর্ট, সি.টি. : প্রেইজার, ১৯৯৭।

কৌশলগত যোগাযোগ :  
বিভিন্ন জাতীয় কর্মসূচি থেকে উদাহরণ

 **Salud  
Reproductiva**

Esta en tus manos...muy cerca de ti.

বলিভিয়া : লাস মানিতোস লোগো ও শ্লোগান (প্রজনন স্বাস্থ্য আপনার হাতেই) জনগণকে তাদের নিজস্ব স্বাস্থ্য উন্নয়নে কাজ করতে স্বরণ করিয়ে দেয়।



বাংলাদেশ : সবুজ ছাতা হচ্ছে নির্দিষ্ট ক্লিনিক অথবা সেবাদানকারীর কাছে পাওয়া যায়, এধরনের সমন্বিত স্বাস্থ্য সেবার প্রতীক।



মিশর : সোনালী তারা প্রতীক জাতীয় মান বজায় রাখে এমন স্থানীয় ক্লিনিকসমূহ থেকে মানসম্পন্ন প্রজনন স্বাস্থ্য সেবা প্রাপ্তি নির্দেশ করে।

*Haki Yako*

কেনিয়া : হাকি ইয়াকো শ্লোগান জনগণকে বলে যে সন্তান সংখ্যা ও দুই সন্তানের জন্মের মধ্যে ব্যবধান পরিকল্পনা করাটা “আপনার অধিকার”।

# মৌলিক নীতিসমূহ

P প্রক্রিয়ার সকল পর্যায়ে এগুলো হল কৌশলগত যোগাযোগ কর্মসূচির মৌলিক নীতি:

## কৌশলগত চিন্তা

যোগাযোগকে শুধুমাত্র পোস্টার বা ব্রোশিওর, কিংবা টেলিভিশন স্পট বা রেডিও নাটক হিসেবে না দেখে, বরং আচরণ ও নীতির উপর গুরুত্বপূর্ণ ধারাবাহিক, প্রত্যক্ষ ও বড় ধরনের প্রভাব হিসাবে চিহ্নিত করুন। উন্নত স্বাস্থ্যচর্চার বিকাশ ও সমর্থনের জন্য সকল পর্যায়ে যোগাযোগের শক্তিকে নিয়োজিত করুন।

## নেতৃত্ব সহায়তা

প্রাথমিক যাচাই থেকে মূল্যায়ন ফলাফল প্রচার পর্যন্ত ধারাবাহিকভাবে জাতীয় ও স্থানীয় নেতৃত্বের মধ্যে সমর্থনের মনোভাব গড়ে তুলুন। রাজনৈতিক, ধর্মীয় ও স্থানীয় নেতৃত্বকে কর্মসূচির সাফল্যের স্বীকৃতি সকলকে ভাগ করে দিতে সক্ষম করে তুলুন।

## উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর অংশগ্রহণ

চাহিদা নিরূপণ, কৌশল প্রণয়ন, স্থানীয় কার্য সম্পাদন, প্রত্যবেক্ষণ ও মূল্যায়নে সহায়তাদান এবং প্রচারসহ সকল পর্যায়ে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীকে সক্রিয়ভাবে জড়িত করুন। উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর চাহিদা এবং তাদের সুফলগুলো কেন্দ্র করে মূল বার্তা তৈরি করুন।

## আন্তঃ বিষয়ভিত্তিক উদ্যোগ

প্রয়োজনীয় বিভিন্নমুখী দক্ষতা ও কারিগরি সামর্থ্য অর্জনের উদ্দেশ্যে কর্মসূচির পুরো মেয়াদ জুড়ে নার্স, বিপণন পেশাজীবী, সমাজ বিজ্ঞানী, সহায়ক স্বাস্থ্য কর্মী, চিকিৎসক, ফার্মাসিস্ট, এপিডেমিওলজিস্ট, নৃবিজ্ঞানী এবং যোগাযোগ বিশেষজ্ঞসহ বিভিন্ন শাখা ও অভিজ্ঞতার লোকদের সাথে কাজ করুন।

## সেবাদানকারীদের সাথে সমন্বয়

সেবা সুবিধাসমূহ চিহ্নিত ও জোরদার করা এবং এগুলোর প্রাপ্তি ও মান উন্নয়নের জন্য যোগাযোগ কর্মসূচি প্রণয়ন করুন। ক্লায়েন্টদের সাথে কাজ করার ক্ষেত্রে যথাযথ উপকরণ ও বার্তা ব্যবহার অথবা রেফার করতে সেবাদানকারীদের উৎসাহ ও প্রশিক্ষণ দিন। ভাল সেবাদানকারীর ভূমিকাকে তুলে ধরার জন্য যোগাযোগ বিশেষজ্ঞদের উৎসাহিত করুন।

## সরকারি-বেসরকারি অংশীদারিত্ব

যোগাযোগ কর্মসূচি জোরদার করা এবং উপকরণ, বার্তা, প্রশিক্ষণ ও অন্যান্য সম্পদ বিনিময়ের উদ্দেশ্যে বিভিন্ন সরকারি সংস্থা, বেসরকারি প্রতিষ্ঠান ও বাণিজ্যিক খাতের মধ্যে অংশীদারিত্ব গড়ে তুলুন। একে অন্যের থেকে শিখুন।

## বহুবিধ মাধ্যম

বার্তা প্রচারের জন্য একটি প্রধান সংস্থা এবং একটি প্রধান মাধ্যম প্রতিষ্ঠা করুন এবং অন্যান্য উপযুক্ত গণ, সামাজিক ও আন্তঃব্যক্তিক মাধ্যমের সাহায্যে একে জোরদার করুন। কর্মসূচি যাতে সবচেয়ে ব্যয়-সাশ্রয়ী হয় সে উদ্দেশ্যে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর কাছে সবচেয়ে ভালভাবে পৌছাতে সক্ষম মাধ্যমটি ব্যবহার করুন।

## বিনোদন-শিক্ষা উদ্যোগ

জনগোষ্ঠী, বিশেষত তরুণ এবং যারা স্বাস্থ্য পেশাজীবী নয় তাদের কাছে পৌছানো এবং তাদের বোঝানোর জন্য বিনোদনের শক্তিকে কখনো খাটো করে দেখবেন না। গণমাধ্যমে ও জনগোষ্ঠীর মধ্যে বিতরণের জন্য বিনোদনমূলক উপকরণ তৈরি ও গ্রহণ করুন।

## প্রশিক্ষণ ও সামর্থ্য গঠন

ফলপ্রসূ কর্মসূচি পরিচালনার জন্য সকল পর্যায়ে ব্যক্তি প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা ও প্রাতিষ্ঠানিক সামর্থ্য গঠন করুন। শিক্ষা অধিবেশন ও চাকুরিকালীন প্রশিক্ষণকে ব্যবহার করে যোগাযোগ বিশেষজ্ঞদের একটি উপযুক্ত দল গড়ে তুলুন।

## প্রত্যবেক্ষণ ও মূল্যায়ন

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মধ্যে পরিবর্তন ও উদ্দেশ্যাবলী অর্জিত হয়েছে কি না তা পরিমাপের জন্য শুরু থেকে মূল্যায়ন পরিকল্পনা করুন। প্রকল্পের ফলাফল নিয়মিতভাবে প্রত্যবেক্ষণ ও প্রয়োজনীয় সমন্বয় করুন। ভবিষ্যৎ কর্মসূচির উন্নয়নে ব্যাপকভাবে ফলাফল তুলে ধরুন।

## ধারাবাহিকতা ও টেকসই হওয়া

শুরু থেকে ধারাবাহিকতার জন্য পরিকল্পনা করুন যেন কার্যক্রমগুলো পরবর্তীতে টেকসই হয়। প্রচার ও সমাজের অংশগ্রহণের একটি বৃহৎ ভিত্তি গড়ার জন্য কর্মসূচি, সেবা, কার্যক্রম ও সংহতির যথাযথ সম্প্রসারণ করুন।



যেসব বিষয়ে বিসিসিপি'র পারদর্শিতা রয়েছে :

- ব্যাপক জাতীয় এবং কর্মসূচিভিত্তিক বিসিসি কর্মকৌশল প্রণয়ন
- সরকারি, ব্যক্তিমালিকানাধীন ও এনজিও খাতের মধ্যে সহযোগিতা উন্নয়ন
- জাতীয় প্রচার মাধ্যমে প্রচারাভিযান পরিকল্পনা ও বাস্তবায়ন
- ব্যক্তিমালিকানাধীন খাতে সেবা পরিচালনার জন্য চুক্তিসহ কর্মসূচি ব্যবস্থাপনা
- কর্মসূচির আওতা সম্প্রসারণের উদ্দেশ্যে সম্পদ সংগ্রহ
- জাতীয়, জেলা ও স্থানীয় পর্যায়ে কার্যকর কর্মসূচির জন্য এডভোকেসি করা
- আচরণ পরিবর্তন যোগাযোগের সামর্থ্য গড়ে তোলা
- কর্মসূচি প্রণয়ন পরিচালনার উদ্দেশ্যে প্রাথমিক (ফরমেটিভ) ও মূল্যায়নধর্মী (ইভ্যালুয়েটিভ) গবেষণা সম্পাদন
- জনগোষ্ঠীভিত্তিক কর্মসূচি প্রত্যবেক্ষণ

জনস্ হপকিনস্ ইউনিভার্সিটি/পপুলেশন কমিউনিকেশন সার্ভিসেস (জেএইচইউ/পিসিএস) ১৯৮৩ সালে P-প্রক্রিয়া প্রণয়ন করে। পরবর্তীতে P-প্রক্রিয়ার উপযোগিতার কথা চিন্তা করে তারা এর ব্যাপকতর প্রচারের উদ্দেশ্যে ইংরেজি ভাষায় একটি P-ব্রোশিওর প্রকাশ করে। সেটি অবলম্বনে বিসিসিপি বাংলায় এই P-ব্রোশিওর প্রকাশ করেছে।

# পারিবারিক স্বাস্থ্য উন্নয়নে কৌশলগত যোগাযোগের প্রক্রিয়া ও নীতিমালা



বাংলাদেশ সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্  
বাড়ি ৬৪এ, সড়ক ৮এ (নতুন)  
ধানমন্ডি আবাসিক এলাকা  
ঢাকা -১২০৯  
ফোন : ৮১৭৫৯৬-৭, ৯১১৫৪৮৭  
ফ্যাক্স : ৮৮০-২-৮১৩৪৪৩  
ই-মেইল : bccp@citechco.net

দ্যা ইউনাইটেড স্টেটস এজেন্সি ফর ইন্টারন্যাশনাল  
ডেভেলপমেন্ট-এর আর্থিক সহায়তায়  
বাংলাদেশ সেন্টার ফর কমিউনিকেশন প্রোগ্রামস্  
কর্তৃক প্রকাশিত

