

अनुसूची ५ : सामग्री उत्पादनका चरणहरू

चरण १ : उपलब्ध सामग्रीको समीक्षा

सामग्रीको विकास गर्नुभन्दा पहिला सम्बन्धित विषयमा उपलब्ध सामग्रीहरू के के छन् संकलन गरेर समीक्षा गर्नु पर्दछ । लक्षित समूहले ती सामग्रीहरूलाई कसरी लिएका छन् वा ती सामग्री व्यवहार परिवर्तनको लागि कति प्रभावकारी भएका छन् त्यो थाहा पाउनु महत्वपूर्ण हुन्छ । त्यसैले उपलब्ध भएमा लक्षित समूहबाट त्यस सामग्रीबारे कस्तो प्रतिक्रिया दिएका छन् वा सामग्रीको प्रभावकारिताका अध्ययनको प्रतिवेदन हेर्नु पर्दछ । सम्भावित उपलब्ध सामग्रीहरू स्थानीयस्तरमा प्रयोगको लागि उपयुक्त छन् कि छैनन् भन्ने बारेको समीक्षा माथि नै गरिसकिएको छ ।

चरण २ : सामग्री विकास

लक्षित समूहको प्राथमिकता, लागत र प्रत्येक सञ्चार माध्यमको फाइदा र बेफाइदाका बारेमा बुझी कुन कुन माध्यम प्रयोग गर्ने भन्ने कुरामा प्रस्ट हुनुपर्दछ । लक्षित समूहअनुसारको सन्देशहरू तयार गरी कुन सञ्चार माध्यमको लागि कुन सन्देशहरू प्रयोग गर्ने निर्णय गर्नु पर्दछ ।

प्रभावकारी हुनको लागि सन्देशहरूले प्रभावकारी सञ्चारका ७ 'सी'हरू लाई अनुसरण गरेको हुनु पर्दछ ।

सामग्रीहरूमा भएको सन्देशहरू नै लक्षित समूहको आवश्यकता र सञ्चारको उद्देश्य हो । सन्देशहरूले अधिक प्रभावकारी रूपमा प्राथमिक लक्षित समूहलाई परिवर्तन गर्न वा नयाँ व्यवहारहरू अपनाउन उत्प्रेरित गर्नेछ ।

सन्देशहरू सामग्री मार्फत लक्षित समूहमा पठाउने आधारहरू, जस्तै

- **प्रसारण गर्नुपर्ने सन्देश** : उदाहरणको लागि, साधारण सन्देशहरू भन्दा जटिल वा विवादास्पद सन्देशहरूलाई लामो वा थप अन्तरक्रियात्मक ढाँचाहरू (कलइन मा रेडियो र टीभी कार्यक्रमहरू, संरचित अन्तरव्यक्ति सञ्चारका गतिविधिहरू) आवश्यक पर्दछ ।
- **बाधा सम्बोधित हुनुपर्ने** : उदाहरणको लागि, आत्मसम्मानलाई सम्बोधन गर्ने बाधाहरूको लागि सबैभन्दा राम्रो ढाँचा जसले लक्षित समूहहरूलाई नयाँ सीपको अभ्यास गर्न अनुमति दिन्छ ।
- **चयन गरिएको माध्यम** : उदाहरणका लागि, कुन सन्देशहरू सबै उमेर र लिंगहरूको लागि एक सामुदायिक नाटकबाट प्रभावकारी हुन सक्छ ?
- **सन्देश पटकपटक देखिनु** : उदाहरणको लागि साधारण सन्देशहरू प्रसारण गर्दा मद्दत मिल्दछ जुन विलबोर्डहरू, पोस्टर, रेडियो सन्देशहरू, घरायसी वस्तुहरूमा पटकपटक दोहोर्‍याउनु भन्दा फाइदा हुन्छ ।

प्रभावकारी सञ्चारका

मुख्य तत्वहरू (७ 'सी')

१. ध्यान खिच्ने
२. मन छुने
३. स्पष्ट
४. फाइदाबारे बताएको
५. विश्वासिलो
६. एकरूपता
७. व्यवहार गर्न आह्वान गरेको

तलको उदाहरणले कुन सामग्री तयार गर्ने भन्ने कुरामा निर्णय लिन सहयोग गर्दछ ।

लक्षित समूह	प्रसारणको लागि सन्देश	माध्यम	सामग्रीको प्रकार
महिलाहरू उमेर १५ – ४५ वर्ष कम आय माध्यमिक शिक्षाभन्दा कम ग्रामीण विवाहित	परिवार योजनाले तपाईंको परिवारको उज्ज्वल भविष्य हासिल गर्न सहयोग गर्न सक्दछ । पारिवारिक योजना तपाईंको जीवनको नियमित भाग बनाउनुहोस् । परिवार योजना राम्रो, प्रभावकारी, सुरक्षित र स्वीकार्य छ ।	छापा रेडियो	पुस्तिका बिलबोर्ड रेडियो PSA
श्रीमान् उमेर २० – ५० वर्ष कम आय माध्यमिक शिक्षाभन्दा कम ग्रामीण विवाहित	परिवार योजनाले तपाईंको परिवारको उज्ज्वल भविष्य हासिल गर्न सहयोग गर्न सक्दछ । परिवारलाई उपलब्ध स्रोतहरूबाट व्यवस्थापन गर्न मद्दत गर्दछ, ता कि बच्चाले स्वस्थ बढ्न र राम्रो शिक्षा प्राप्त गर्न सक्दछ । आमा बाबु र बच्चा स्वस्थ रहन मद्दत गर्दछ ।	छापा रेडियो	बिलबोर्ड रेडियो PSA

चरण ३ : रचनात्मक विवरण तयारी

रचनात्मक विवरणको साथमा निम्न कुराहरूलाई पनि स्पष्ट पार्नु पर्दछ ।

चित्र : सन्देशलाई सहयोग पुऱ्याउन कस्तो चित्र हुनु पर्दछ, त्यसको संक्षेपमा वर्णन गर्नुपर्दछ ।

शब्दहरू : संक्षिप्त हुनु पर्दछ । शब्दावली, अभिव्यक्ति लक्षित समूह र मुख्य सरोकारवालाहरूको लागि उपयुक्त र स्वीकार्य हुनुपर्छ ।

कार्य : लेखक वा कलाकार वा निर्देशकले बुझेगरी चित्रमा देखिनु पर्ने वा सुनेर बुझ्नुपर्ने कार्यको वर्णन हुनु पर्दछ ।
उदाहरणको लागि:

सन्देश	सामग्री		
	चित्र वा दृश्य	भनाइ वा श्रव्य	दृश्य
बच्चाहरूलाई पखाला लाग्दा पुनर्जलीय भोल तयार	बच्चालाई पखाला लागि रहेको छ, आमाले एक लिटर पानीमा पुनर्जलीय भोल	आमा : म तिमीलाई सञ्चो होस् भनेर भोल तयार पारिरहेकी छु । अब तिमी छिटै सजिलो भएको	आमाले प्याकेट खाली गर्छिन्, पुनर्जलीय भोल घोलिन्छ र बच्चालाई आश्वस्त भएको

पानुहोस् ।	तयार पारिरहेकी छिन् ।	महसुस गर्नेछौ ।	देखाउँछिन् ।
बच्चालाई पटकपटक पुनर्जलीय भोल खुवाई राख्नुपर्छ साथै स्तनपान गराउने वा नरम खाना पनि खुवाउने गर्नुपर्छ ।	बुबा छोरालाई लिटो खुवाउन केरा र अण्डा पनि साथै तयार पारिरहेका छन् ।	बुबा : मेरो बच्चालाई खाएको हेर्दा खुसी लाग्यो मलाई थाहा छ तिमी भोकाएका थियौ ।	बुबाले बच्चालाई खुवाउँदै हुनुहुन्छ, आमा पछाडिबाट बच्चालाई खान फकाउँदै छिन् ।
पुनर्जलीयभोल २४ घण्टा पछि बच्चालाई खुवाउनु हुँदैन ।	टेबलमा बत्ती बलिरहेको, आमाले बाँकी भएको पुनर्जलीय भोल फाली रहेकी छिन्, बच्चा बुबाको काखमा बसेका छिन् ।	आमा : केही थप पुनर्जलीय भोल बनाउँछु । यो बनाएको २४ घण्टा भइसक्यो । अब खुवाउनु हुँदैन । रेडियोबाट स्थानीय गीत बजिरहेको छ ।	आमाले टेबलबाट चम्चा लिएर नयाँ पुनर्जलीय भोल बनाउन सुरु गर्दैछिन् । बुबाले बच्चा सुताउँछन् ।

चरण ४ : उत्पादनको लागि छनोट गर्न एजेन्सीको क्षमताको सुनिश्चितता

कार्यक्रमको लागि आवश्यक सामान उत्पादन गर्नको लागि वा एजेन्सी (यदि लागू भएमा) सँग रचानामक विवरण प्रष्ट पाउँदै त्यसले गर्नुपर्ने कार्य, समय, रकम र उसले बुझाउनु पर्ने कुरा खुलाएर सम्झौता गर्नुपर्दछ । एजेन्सीको उक्त कार्य गर्न आवश्यक सामग्रीहरू जस्तै उत्पादन गर्न कम्प्युटर, क्यामेरा, भिडियो क्यामेरा, अडियो रेकर्डर, माइक्रोफोन, वा अन्य आवश्यक पर्ने सामग्री । त्यसैगरी लेखन अनुभव, चित्रकार, पावरपोइन्ट, ध्वनि रेकर्डर आदिवारे निश्चित गर्नु पर्दछ ।

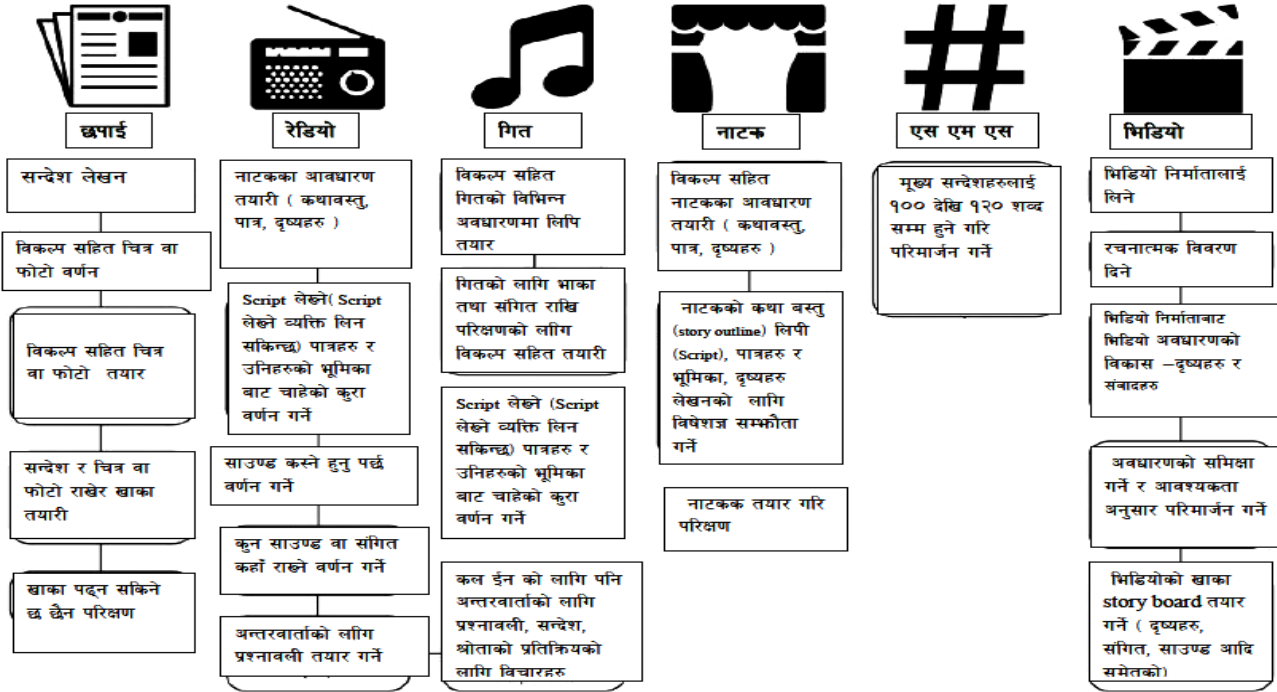
चरण ५ : प्रभावकारी सञ्चारको लागि ७ सी को प्रयोग

७ सी	विवरण
ध्यान खिच्च	दर्शकको ध्यानाकर्षण गर्न सक्ने रङहरू, चित्रहरू, मुख्य शब्दहरू र डिजाइन हुनु पर्दछ ।
स्पष्ट सन्देश	सामग्रीलाई बनाउँदा शब्दहरू र चित्रहरूको स्पष्ट हुनु पर्दछ, जसले सन्देशलाई सुनिश्चित गर्छ ।
फाइदाबारे बताएको	कसरी दर्शकले नयाँ व्यवहार अपनाएर लाभ उठाउँछन् त्यस कुरामा जोड दिनु पर्दछ ।
एकरूपता	सम्बन्धित विषयमा आएमा सन्देशहरू जुनसुकै माध्यममा प्रयोग भए पनि एकरूपता हुनु पर्दछ । जस्तै समान शब्दहरू र वाक्यांशहरू प्रयोग सम्बन्धित तस्विरहरू र शैलीहरू । यसले भ्रम हुनबाट बचाउँछ र दोहोरिने सन्देशले सन्देशको प्रभाव बढाउँछ ।
विश्वासिलो	प्रक्रिया पुऱ्याएर विकास गरिएको सामग्रीहरूले लक्षित समूहलाई अपेक्षा गरिएको व्यवहार गर्न प्रोत्साहन दिन्छ र उक्त कार्यक्रममा उनीहरू भरोसा गर्दछन् । भरोसा र प्रमाणले दर्शकलाई प्रोत्साहन गर्न र त्यस सन्देशलाई ध्यान दिन महत्व पुऱ्याउँछ । प्रयोग गरिने माध्यम र सामग्रीको स्रोत पनि विश्वासिलो हुनु पर्दछ ।
मन छुने	सामग्रीको सन्देश, चित्र वा दृश्यले लक्षित समूहको मन छोएको हुनु पर्दछ ।
व्यवहार गर्न आह्वान गरेको	सामग्रीमा लक्षित समूहले गर्नुपर्ने कार्य वा व्यवहार स्पष्ट हुनु पर्दछ ।

चरण ६ : खाका तयार

विभिन्न सामग्रीका खाकाहरू तयार गर्न तलको चार्ट प्रयोग गर्न सकिन्छ।

चरणबद्ध रूपमा विभिन्न सामाजिक व्यवहार परिवर्तन सामग्रीको खाका तयारी



चरण ७ : शुद्धताका लागि विशेषज्ञ समीक्षा

फिल्ड परीक्षणको लागि तयार गर्नुअघि, एक विषय विशेषज्ञबाट समीक्षा (उदाहरणका लागि, यदि परिवार योजनाको विषय हो भने, परिवार योजना विशेषज्ञसँग समीक्षा गराउने) गर्नु पर्दछ। साभेदारहरू, अन्य सरोकारवाला संस्थाहरू र सामुदायिक नेताहरूले पनि खाकाहरूको समीक्षा गर्न आवश्यक हुन सक्छ। यो प्रक्रिया सामग्रीलाई अन्तिम रूप दिने बेलामा पनि दोहोर्‍याउन सकिन्छ।

चरण ८ : स्थानीय भाषामा अनुवाद गर्ने

यदि लक्षित समूहहरूको भाषामा पहिले नै सामग्री विकसित गरिएको छैन भने, कर्मचारी वा व्यावसायिक अनुवादकको सहयोग लिई स्थानीय भाषा (हरू)मा अनुवाद गर्नुपर्दछ। फिल्ड परीक्षण गर्ने समयमा नै यसलाई स्थानीय भाषामा अनुवाद गरी परीक्षण गर्दा सामग्रीमा राम्रो पृष्ठपोषण आउँछ।

सामग्रीको खाका तयार गरी उक्त खाका लक्षित समूहमा नै गएर उहाँहरूको बुझाइ थाहा पाउन अनिवार्य परीक्षण गर्नु पर्दछ।

सन्देशका अवधारणाहरूको फिल्ड-परीक्षण

सन्देश निर्माणको पहिलो चरण भनेको सन्देशका अवधारणाहरू निर्माण गर्नु हो। अवधारणा भनेको मुख्य उद्देश्य अथवा समष्टि विचार हो, जसले अभियानमा सम्पूर्ण सामग्रीहरू उपलब्ध गराउँछ। विशिष्ट प्रकारका सन्देश तथा

सामग्री निर्माण गर्नुभन्दा पहिले लक्षित समूहहरूमा अवधारणाहरूको परीक्षण गरिनुपर्छ । अवधारणा स्वीकृत भइसकेपछि सन्देशहरू तयार गर्न सकिन्छ, सन्देशहरूले उद्देश्यलाई अगाडि बढाउँछन् ।

पूर्वपरीक्षणले सन्देशहरू लक्षित समूहको लागि सुहाउँदा छन् भन्ने सुनिश्चित गर्छ । सन्देशको अवधारणालाई प्राविधिक विशेषज्ञ र सरोकारवालाहरूबीच पनि पूर्वपरीक्षण गरेर उनीहरूको सहयोग तथा समर्थन प्राप्त गर्नुपर्छ । तथापि, लक्षित समूहको विचार सबैभन्दा बढी विचारणीय हुन्छ । यदि हामी उनीहरूसम्म पुग्न सकेनौं भने साधन र स्रोत तथा समयको बर्बादी मात्र हुनेछ ।

फिल्ड परीक्षण कसरी गर्ने ?

- पूर्व-परीक्षण निम्नलिखित व्यक्तिद्वारा गराउन सकिन्छ:
 - फोकस समूह (Focus group) छलफलका सञ्चालकहरू
 - केही तालिम प्राप्त स्वास्थ्यकर्मीहरू
- पूर्व-परीक्षण कुन स्थानमा गर्ने, यसको समयमै यकिन गर्ने र स्थानीय कर्मचारीलाई कार्यक्रमबारे जानकारी गराउने ।
- छलफलको लागि ८ देखि १० जनासम्म आवश्यक व्यक्तिहरूलाई जम्मा गर्न लगाउने । धेरै व्यक्ति भएमा छलफल गर्न गाह्रो हुन्छ । कस्तो व्यक्तिलाई जम्मा गर्न लगाउने प्रस्ट पार्ने ।
- छलफलको लागि अरूबाट बाधा नपुग्ने स्थान छनोट गर्ने ।
- छलफलको लागि दुई जना जाने । एक जनाले छलफल गर्ने र अर्कोले छलफलबाट आएका कुराहरू टिप्ने ।
- सहभागीहरूलाई आफू आउनुको कारण प्रस्ट पार्ने ।
- एकदम नरम भएर प्रस्तुत हुने, सहभागीहरूलाई सामग्री समाउन चाहेमा समाउन दिने । हतार नगर्ने ।
- सुरुमा प्रश्न गरेपछि थप जानकारीको लागि प्रश्न थप्दै जाने ।
- सहजकर्ताले सामग्रीको विषयमा उठेका प्रश्नहरूको उत्तर दिनु हुँदैन तर सहभागीहरूको प्रश्नको उत्तर अन्तमा गरिने बताउँदै उनीहरूको विचार लिनुपर्छ ।
- अन्तमा सहभागीहरूबाट केही प्रश्न भए प्रस्ट पार्ने ।
- सबै सहभागी र व्यवस्थापनका सहयोग गर्नेलाई धन्यवाद दिने ।

फिल्ड परीक्षणको लागि नमुना प्रश्नावली

मिति:.....

सहजकर्ताको नाम:.....

स्थान:.....

सहभागीहरू:

महिला /पुरुष:

सहभागी संख्या:

परीक्षण गरिएको सामग्रीको नाम:.....

क्र. सं.	प्रश्न तथा सहभागीको जवाफ	सहजकर्ताको तर्क
	सहभागीहरूले यसलाई हेरेर वा सुनेर के बुझ्छन् पहिचान गर्नुहोस् ।	
	सामग्रीले भन्न खोजेको सन्देश नअल्मलिकन बुझिएको हुनुपर्दछ । सहभागीहरूले सन्देशलाई स्पष्टसँग बताउन सकेका छन् कि छैनन् पत्ता लगाउनुहोस् ।	
१	यो सामग्रीमा के देख्नु भयो वा सुन्नु भयो (सहभागीले भनेको कुराहरूलाई टिपोट गर्नुहोस्) १ २ ३	
२	यसले के भन्न खोजेको रहेछ ? १ २ ३	
३	के सामग्रीमा भएका चित्रमा देखाए जस्तो वा पात्र हाम्रो समुदायमा हुन्छन् ?	
४	के सामग्रीमा भएका चित्र वा पात्र हाम्रो समुदायको मूल्य मान्यता वा रीतिरिवाज अनुसार उपयुक्त हुन्छन् ?	
५	यस सामग्रीबाट के सन्देश बुझिन्छ ? के भाषा उपयुक्त छ ?	
६	यसले भन्न खोजेको सन्देश र यसमा भएका चित्र वा पात्रहरू मिलेको छ कि छैन ?	
७	के सन्देशहरू लक्षित समूहका लागि प्रासंगिक छन् ?	
८	यो सामग्री देखा वा सुन्दा कस्तो अनुभव भयो ?	
९	सामग्री देखा वा सुन्दा के कुराले मन छोयो ?	
१०	यो सामग्रीले तपाईंलाई के गर्न भनेको छ ?	
११	सामग्रीको विश्वसनियताको लागि स्रोत खुलाइएको छ ?	
१२	यस सामग्रीबाट तपाईंलाई भिन्न मन लागेको कुरा के छ ? सबैभन्दा मन परेको कुरा के छ ?	

चरण ९ : सामग्री उत्पादन

फिल्ड परीक्षणबाट आएका सुझावहरूको आधारमा सामग्री संशोधन गरेपछि, अन्तिम सामग्री उत्पादन गर्न सकिन्छ । सामग्री उत्पादनको लागि एजेन्सीको सहयोग लिन सकिन्छ । आवश्यक प्रक्रिया पूरा गरेर लिखित सम्झौताको आधारमा उत्पादन गर्नु पर्दछ । छपाइ वा उत्पादनको लागि एजेन्सी छनोट गर्दा सबैभन्दा राम्रो स्तरको छपाइ, श्रव्य सामग्री उत्पादन गर्ने वा श्रव्यदृश्य उत्पादन गर्ने संस्था हुनु पर्दछ ।