মূল মুদ্রণের পূর্বের কপি

প্রশিক্ষণ মডিউল

কমিউনিটি প্যারামেডিক-২০১৮

দ্বিতীয়পত্র:

আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগ ও তথ্য প্রযুক্তি

বাংলাদেশ নার্সিং ও মিডওয়াইফারি কাউন্সিল

প্রিন্ট: ২৪-০১-২০১৯

কমিউনিটি প্যারামেডিকদের
মৌলিক প্রশিক্ষণ

বিষয় : ২

আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগ ও তথ্য প্রযুক্তি

বিষয় ২ ঃ আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগ ও তথ্য প্রযুক্তি

অধ্যায় ১ ঃ আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগ

পাঠ-১	আই ই সি বা তথ্য, শিক্ষা, যোগাযোগ ও উন্নয়ন কর্মসূচী	০৪
পাঠ -২	যোগাযোগের উপাদান ও প্রক্রিয়া	০৮
পাঠ-৩	বার্তা ও যোগাযোগ পদ্ধতি	১৫
পাঠ-৪	যোগাযোগ মাধ্যম ও উপকরণ	২১
পাঠ-৫	ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা/ফিরতিবার্তা	২৬
পাঠ-৬	যোগাযোগের বাঁধা/ প্রতিবন্ধকতা	২৮
পাঠ-৭	আত্মবিশ্লেষণ, উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী, সেবাগ্রহীতা বিশ্লেষণ	৩১
পাঠ-৮	যোগাযোগকারীর গুণাবলী ও যোগাযোগের বিভিন্ন দক্ষতা	৩৫
পাঠ-৯	যোগাযোগের মাধ্যমে জনগণকে উৎসাহিত করা, প্রশ্ন করতে সাহায্য করা এবং ফিডব্যাক গ্রহণ	৪৪
পাঠ-১০	উদ্বুদ্ধকরণ	৪৬
পাঠ -১১	ফলো-আপের প্রয়োজনীয়তা ও উদ্বুদ্ধকারী সেবা গ্রহীতার ভূমিকা	৫৫
পাঠ-১২	সেবা গ্রহীতার সাথে সম্পর্ক স্থাপন করা	৫৮
পাঠ-১৩	কাউন্সেলিং	৬০
পাঠ-১৪	আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তনে যোগাযোগ/ বিসিসি	৭৫
পাঠ-১৫	বিসিসি চাহিদা নির্ণয় ও উপযুক্ত বার্তা প্রদান	৮২
পাঠ-১৬	কমিউনিটি মবিলাইজেশন, জনঅংশগ্রহণ ও এডভোকেসি	৮৬

অধ্যায় ২ ঃ তথ্য প্রযুক্তি

পাঠ-১	ভূমিকা	৯১
পাঠ- ২	কম্পিউটার পরিচিতি	৯৩
পাঠ-৩	মাইক্রোসফট অফিস ওয়ার্ড ২০০৭ অপারেশন	৯৬
পাঠ -৪	এম এস এক্সেল (২০০৭) অপারেশন এবং ই-মেইল এর মাধ্যমে যোগাযোগ	১০২
পাঠ- ৫	ইন্টারনেট ব্রাউজিং পদ্ধতি	১০৯
পাঠ- ৬	ই-মেইল এর মাধ্যমে যোগাযোগ	১১১
পাঠ- ৭	ই-হেলথ (e-health)	১১৪
পাঠ- ৮	Skype এর মাধ্যমে ভিডিও কনফারেন্সিং	১১৭
	সংযুক্তি	১১৯

অধ্যায় ১ ঃ আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগ

পাঠ-১

আই ই সি বা তথ্য, শিক্ষা, যোগাযোগ ও উন্নয়ন কর্মসূচী

মানুষ বিভিন্ন কারণে যোগাযোগ করে। তার মধ্যে একটি অন্যতম কারণ হচ্ছে নির্দিষ্ট কিছু সময় সম্পর্কে জানিয়ে বা তথ্য প্রকাশ করে অন্যান্যদের আচরণ পরিবর্তন করা। বর্তমান বিশ্বে বিভিন্ন উন্নয়ন মূলক কর্মসূচীর মূল শক্তি হচ্ছে যোগাযোগ। বিভিন্ন মাধ্যমে বিভিন্নভাবে যোগাযোগ করে দেশ, কাল, পাত্র ভেদে প্রতিনিয়ত উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠির আচরণ পরিবর্তন করার চেষ্টা করা হচ্ছে। আচরণ পরিবর্তনের জন্য যোগাযোগকে নিম্নোক্তভাবে সংজ্ঞায়িত করা যায়।

তথ্য, শিক্ষা ও যোগাযোগ –Information, Education, Communication (আই ই সি) ঃ তথ্য, শিক্ষা ও যোগাযোগ হচ্ছে এমন একটি প্রক্রিয়া যা স্বীকৃত যোগাযোগ মাধ্যমের উপর ভিত্তি করে শিক্ষামূলক তথ্যাদির সাহায্যে আচরণগত পরিবর্তন সাধন করে। সহজভাবে বলা যায়, আই ই সি হচ্ছে এমন একটি প্রক্রিয়া যা স্বীকৃত যোগাযোগের মাধ্যম ব্যবহার করে শিক্ষামূলক তথ্য প্রদান করার প্রক্রিয়া, যার সাহায্যে উদ্দিষ্ট জনগোষ্টির আচরণ পরিবর্তনে উৎসাহিত করা যায়।

আই ই সি কর্মকান্ডের গুরুত্ব-

১) স্বাস্থ্য সেবা সম্পর্কে জনগণের জ্ঞান বাড়ানো

২) জনগণকে স্বাস্থ্য সেবা গ্রহণে সহায়তা করা

৩) জনগণের স্বাস্থ্য সেবা গ্রহণে আচরণ পরিবর্তিত হয়।

যোগাযোগ

যোগাযোগ হচ্ছে একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে মানুষ কথা, আকার-ইংগিত অথবা প্রতীকের সাহায্যে অর্থবহ উপায়ে এবং কার্যকরভাবে তথ্য, জ্ঞান, অভিজ্ঞতা, ধারণা ও মত বিনিময় করে।

যোগাযোগের উদ্দেশ্য ঃ

- তথ্য প্রচার/প্রদান করা
- তথ্য গ্রহণ করা
- জনসাধারণকে নতুন ধ্যান-ধারণা সম্পর্কে সচেতন করে তোলা
- একে অন্যের মতামত ও ধারণা বোঝা
- নতুন কোন ধারণা অন্যান্যদের কাছে গ্রহণযোগ্য করে তোলা
- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠিকে কাউন্সেলিং ও উদ্ধুদ্ধ করা
- কর্মসূচীতে জনসাধারণ এর অংশগ্রহণ নিশ্চিত করা।

উন্নয়ন যোগাযোগ ঃ

উন্নয়ন যোগাযোগ হচ্ছে একটি পদ্ধতি যার মাধ্যমে নির্দিষ্ট কোন উন্নয়ন কর্মসূচী সম্পর্কে জনগণকে সচেতন করে তোলা যায় ও সেই কর্মসূচীতে তাদেরকে সম্পৃক্ত করা যায়।

উন্নয়ন কর্মসূচী কাকে বলে?

উন্নয়ন হলো জনগোষ্ঠির জীবনমানের ইতিবাচক পরিবর্তন যা ভালোর দিকে যাবে। তা হলে লক্ষ্যগোষ্ঠি বা জনগোষ্ঠির অবস্থার পরিবর্তনের জন্য যে কাজগুলো করা হয় সেটাই "উন্নয়ন কর্মসূচী"। সুতরাং স্বাস্থ্য ও পরিবার পরিকল্পনা কর্মসূচীর মাধ্যমে যেহেতু জনগণের অবস্থা ভাল করার জন্য কাজ করা হয় সেহেতু এটা উন্নয়ন কর্মসূচীর অন্তর্ভূক্ত।

উন্নয়ন কর্মসূচীতে যোগাযোগের ভূমিকা ঃ

- উন্নয়ন কর্মসূচীর উদ্দেশ্য সম্পর্কে জনগণকে সচেতন করা
- জনগণকে নিজেদের প্রয়োজনীয় সমস্যা সম্পর্কে সচেতন করা
- সেবা গ্রহীতাকে প্রয়োজনীয় তথ্য দেয়া
- এলাকার ব্যক্তি ও দলকে উদ্বুদ্ধ করা
- সেবা গ্রহীতাকে সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করা বা সেবা গ্রহীতার সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণের মানসিকতা তৈরী করা
- কর্মসূচী বাস্তবায়নে সেবা গ্রহীতার প্রয়োজনীয় দক্ষতা বৃদ্ধি করা
- উন্নয়ন কর্মসূচীতে জনগণের অংশগ্রহণ নিশ্চিত করা।

স্বাস্থ্য পরিবার কল্যাণ কর্মসূচীতে যোগাযোগের প্রয়োজনীয়তা ঃ

স্বাস্থ্য পরিবার পরিকল্পনা একটি জন কল্যাণমূলক কাজ। এই কাজে সফলতা আনতে হলে জনগণ ও কর্মসূচী বাস্তবায়নের মধ্যে সম্পৃক্ততা প্রয়োজন। এই সম্পৃক্ততা তখনই সম্ভব যখন জনগণের মধ্যে স্বাস্থ্য ও পরিবার পরিকল্পনা সেবার জন্য চাহিদা সৃষ্টি করা যাবে। যোগাযোগের মাধ্যমে সচেতনতা বৃদ্ধি করে এই কর্মসূচীর চাহিদা সৃষ্টি করা সম্ভব।

কর্মকর্তা/কর্মচারীগণ বিভিন্ন পদ্ধতিতে যোগাযোগ করে নিম্নলিখিত কাজগুলো সম্পাদনের মাধ্যমে কর্মসূচীকে সফলতার দিকে এগিয়ে নিয়ে যেতে সহায়তা করেন।

- উদ্দিষ্ট বা ব্যাপক জনগণকে কর্মসূচী সম্পর্কে তথ্য ও ধারণা প্রদান করা
- কর্মসূচীর প্রতি জনগণের আস্থা ও বিশ্বাস গড়ে তোলা
- সেবা গ্রহণে জনগণকে উদ্ধুদ্ধ করা
- সিদ্ধান্ত গ্রহণে পরামর্শ প্রদান করা
- জনগণকে প্রতিরোধমূলক কাজে অংশগ্রহণ করানো
- কর্মসূচী বাস্তবায়নে জনগণের সক্রিয় অংশগ্রহণে উদ্বুদ্ধ করা
- সেবা ও ফলাফল সম্পর্কে জনগণের প্রতিক্রিয়া জানা

- কর্মসূচীর বিরোধিতাকারীদের বক্তব্য যুক্তি দিয়ে খন্ডন করা
- কর্মসূচীর সুফল ভোগকারীদেরকে সমাজের অন্যদের উদ্বুদ্ধ করতে উৎসাহিত করা।

যোগাযোগের কাজ ঃ

- তথ্য প্রদান করা (TO INFORM)
- সচেতন করা (TO AWARE)
- শিক্ষিত করা (TO EDUCATE)
- পরামর্শ প্রদান করা (TO COUNSEL)
- উদ্বুদ্ধ করা (TO MOTIVATE)
- সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করা (TO HELP IN DECISION MAKING)

কমিউনিটি প্যারামেডিককে কার কার সাথে যোগাযোগ করতে হয়?

- কোন ব্যক্তি তথা সেবা গ্রহীতার সাথে একক পদ্ধতিতে ব্যক্তিগত যোগাযোগ করতে হয়।
- একের অধিক অর্থাৎ দলের সাথে যোগাযোগের মাধ্যমে দলীয় স্বাস্থ্য শিক্ষা এবং দলীয় আলোচনা করতে হয়।
- উদ্দিষ্ট বা ব্যাপক জনগোষ্ঠির সাথে যোগাযোগ করতে হয়।

যোগাযোগের বিভিন্ন কাজের মধ্যে পার্থক্য ঃ

যোগাযোগ ব্যতীত আর কোন প্রক্রিয়ায় সেবা গ্রহীতাকে কোন তথ্য প্রদান করা যায় না। শিক্ষা প্রদানের জন্য যেমন- সেবা গ্রহীতার সাথে যোগাযোগ করতে হয় আবার উদ্বুদ্ধ করার জন্যও যোগাযোগ করতে হয়। সচেতন করা, পরামর্শ প্রদানের জন্যও যোগাযোগের প্রয়োজন। অতএব এই সবগুলো কাজই যোগাযোগ জাতীয় কাজ। যোগাযোগ না করে এই দায়িত্ব সমূহ পালন সম্ভব নয়। যদিও এদের মধ্যে কিছু পার্থক্য রয়েছে। যেমন- তথ্য প্রদান করা একতরফাভাবে হতে পারে। এখানে তথ্যটা সেবা গ্রহীতার মনে কোন প্রতিক্রিয়া বা সাড়া জাগালো কি না তা বোঝা যায় না। কিন্তু সচেতন করা, পরামর্শ দেয়া, উদ্বুদ্ধ করা ইত্যাদি কাজে সেবা গ্রহীতা ও কর্মী দুজনেরই সক্রিয় অংশগ্রহণ করা অবশ্য প্রয়োজন। অর্থাৎ দুজনের অংশগ্রহণই যদি নিশ্চিত করা যায় তবেই সঠিক পরামর্শ বা সিদ্ধান্ত দেয়া যায় এবং এই কাজগুলোতে সেবা গ্রহীতা প্রতিক্রিয়া বোঝা যায়। ফলে সেই অনুসারে সেবা গ্রহীতার অবস্থা সঠিকভাবে জেনে তার জন্য সঠিক ব্যবস্থা বা পরামর্শ দেয়া যায়। এই সঠিক অবস্থা জানার জন্য ও কর্মীর সঙ্গে ভাবের বা তথ্যের আদান প্রদান বা যোগাযোগ করতে হয়।

যোগাযোগকারী হিসেবে কমিউনিটি প্যারামেডিকদের ভূমিকা বা দায়িত্বসমূহ ঃ

- মায়েদের তথ্য প্রদান, সচেতন করা, শিক্ষিত করা ও উদ্বুদ্ধ করা

- জনগনকে বিভিন্ন প্রতিরোধমুলক কাজে অংশ গ্রহণ করানো
- সেবা প্রদানকারী, সহকর্মী ও উর্ধতন কর্তৃপক্ষের সাথে যোগাযোগ করা
- পদ্ধতি নির্বাচনের ক্ষেত্রে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করা
- স্বাস্থ্য ও পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ে পরামর্শ দেয়া
- টিকার গুরুত্ব সম্পর্কে মা ও পরিবারের সদস্যদের সচেতন করা ও পরামর্শ দেয়া।
- সেবার চাহিদা সৃষ্টি করা
- স্বাস্থ্য জ্ঞান ও সচেতনতার অভাব দুর করা

পাঠ -২
যোগাযোগের উপাদান ও প্রক্রিয়া

যোগাযোগের সংজ্ঞাকে ব্যাখ্যা করলে বলা যায়- "যোগাযোগ হলো এমন একটা প্রক্রিয়া যেখানে প্রেরক বিশেষ উদ্দেশ্যে কোন মাধ্যমের সাহায্যে প্রাপকের কাছে এমন বার্তা পাঠায় বা প্রাপকের মধ্যে প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি করে ও সাড়া জাগায়"। অর্থাৎ যোগাযোগ হলো একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে মানুষ তথ্য, জ্ঞান, অভিজ্ঞতা ও ধারণা বিনিময় করে এবং উদ্বুদ্ধ করে। প্রতিটি প্রক্রিয়ায় কিছু উপাদান থাকে যা পরস্পরের সাথে সম্পর্কিত হয়ে নতুন কিছু সৃষ্টি

করে। অনুরূপভাবে যোগাযোগ প্রক্রিয়া সম্পূর্ণ হওয়ার জন্যও কয়েকটি উপাদান কাজ করে। যে কোন যোগাযোগের ক্ষেত্রে ৫টি উপাদান অবশ্যই থাকতে হবে। এগুলো হচ্ছে-

১) প্রেরক
২) বার্তা
৩) মাধ্যম
৪) প্রাপক
৫) ফিরতি বার্তা/প্রতিবার্তা

প্রেরক (Sender) ঃ যিনি কোন বিশেষ উদ্দেশ্য নিয়ে অন্যের সাথে যোগাযোগ করেন তিনিই প্রেরক বা যোগাযোগকারী। প্রেরকই যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রধান উপাদান। তাকে বাদ দিয়ে যোগাযোগ সংগঠিত হতে পারে না। প্রেরকের বার্তা পাওয়ার পর প্রাপক যখন সাড়া দেন বা প্রতিক্রিয়া জানান তখন প্রাপকই হন প্রেরক এবং পূর্ববর্তী প্রেরক হন প্রাপক।

বার্তা (Message) ঃ যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় প্রেরক যে বিষয়টি অপরকে জানাতে ইচ্ছুক সেই বিষয়টিকে বার্তা বলে। অধিকাংশ যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় বার্তাটি লিখিত বা মৌখিকভাবে প্রেরণ করা হয়।

মাধ্যম (Media) ঃ মাধ্যম হলো যোগাযোগের বাহক। যার সাহায্যে প্রেরক প্রাপকের কাছে বার্তা পাঠায় তাকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়ার মাধ্যম বলে। প্রেরক কথা বলে, লিখে, ছবি দেখিয়ে, ইঙ্গিতে প্রাপকের কাছে নিজেই বার্তাটি পাঠাতে পারেন। এছাড়াও প্রেরক অন্যান্য মাধ্যমের সাহায্য নিতে পারেন। যেমন রেডিও, টিভি, সিনেমা, সংবাদপত্র, বইপত্রের মাধ্যমেও বার্তাটি পাঠাতে পারেন। মাধ্যমগুলোর মূখ্য কাজ হলো যোগাযোগকারীর বার্তাকে প্রেরণ করা।

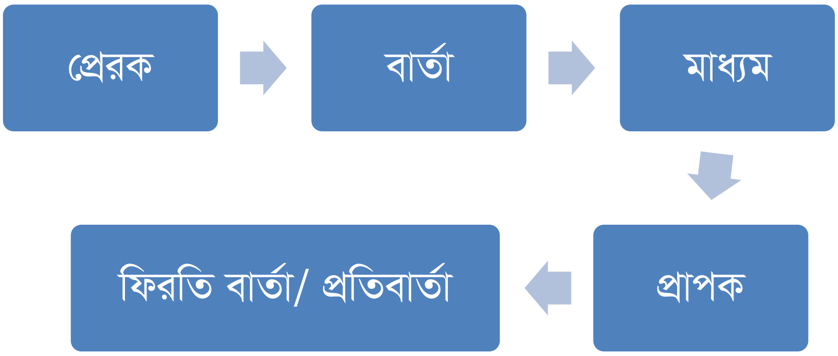
প্রাপক (Receiver) ঃ যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় প্রেরকের মূখ্য বিবেচ্য বিষয় হলো শ্রোতা। প্রেরক যার কাছে বার্তা পাঠান বা উপস্থাপন করেন যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় তিনিই প্রাপক। সব প্রাপকের নতুন বার্তা গ্রহণ করার ক্ষমতা সমান নয়। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সাধারণতঃ তিন ধরণের প্রাপক থাকে। যেমন- ব্যক্তি, দল ও ব্যাপক জনগোষ্ঠি। প্রাপক যখন বার্তা পাওয়ার পরে তার প্রতিক্রিয়া প্রতিবার্তা হিসেবে ফেরত পাঠায় তখন সে প্রেরক হিসেবে কাজ করে। দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় এভাবে প্রেরক ও প্রাপক পর্যায়ক্রমে স্থান বা ভূমিকা পরিবর্তন করে।

ফিরতি বার্তা/ প্রতিবার্তা (Feedback) ঃ প্রেরকের বার্তা পাওয়া পর প্রাপক যে প্রতিক্রিয়া প্রকাশ করে সেটাই হল প্রতিবার্তা। অনেকেই এটাকে যোগাযোগের অত্যাবশ্যক উপাদান হিসেবে মনে করেন না। কিন্তু উন্নয়ন কর্মসূচীতে যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রতিবার্তা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বার্তা প্রেরণ যোগাযোগের এক-তৃতীয়াংশ কাজ কেবলমাত্র। সাড়া বা প্রতিবার্তা না পাওয়া পর্যন্ত যোগাযোগ সম্পূর্ণ হতে পারে না। প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রেরক জানতে পারেন তার বার্তা প্রাপকের কাছে কতটুকু বোধগম্য বা গ্রহণযোগ্য হয়েছে। তাই সফল যোগাযোগের জন্য প্রতিবার্তা একটি গুরুত্বপূর্ণ অত্যাবশ্যক উপাদান।

যে কোন নতুন বিষয় মানুষকে শিখতে সাহায্য করার ক্ষেত্রে যোগাযোগ দক্ষতার বিশেষ গুরুত্ব রয়েছে। কমিউনিটি প্যারামেডিকদের একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ হলো তথ্য প্রদান করা। কাজেই তার কাজের সফলতা নির্ভর করে ফলপ্রসূ যোগাযোগ প্রতিষ্ঠা ও দক্ষতার উপর।

যোগাযোগকারী হিসেবে আপনি হচ্ছেন তথ্য প্রেরক এবং উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠি হলো তথ্য প্রাপক। ফলপ্রসূ যোগাযোগের জন্য প্রেরক হিসেবে আপনার একটি বার্তা এবং মাধ্যম থাকবে যার মাধ্যমে আপনি বার্তাটি পাঠাবেন। বার্তাটি উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠির কাছে যখন পৌছে যায় তখন স্বভাবতইঃ আপনি একটি প্রতিবার্তা বা ফিরতি বার্তা প্রত্যাশা করেন। যে কোন যোগাযোগের ক্ষেত্রে উপরোক্ত পাঁচটি উপাদান অবশ্যই থাকতে হবে। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় উপাদানগুলো কিভাবে কাজ করে তার একটি সহজ মডেল দেখানো হলো ঃ

যোগাযোগের উপাদান ও প্রক্রিয়া



উপরের মডেলে দেখা যাচ্ছে প্রেরক প্রাপকের কাছে বার্তা প্রেরণ করছে একটা মাধ্যমের সাহায্যে। প্রাপক ঐ বার্তা পাওয়ার পর সাড়া বা উত্তর দিচ্ছে যা ফিরতি বার্তা/প্রতিবার্তা হিসেবে প্রেরকের কাছে যাচ্ছে। প্রেরক ফিরতিবার্তা/ প্রতিবার্তা পাওয়ার পর আবার নতুন, সংশোধিত বা পরিবর্তিত বার্তা পাঠাচ্ছে প্রাপকের কাছে। প্রাপক আবার সাড়া দিবে। এভাবে যোগাযোগ একটি অবিরত চলমান প্রক্রিয়া।

কার্যকর যোগাযোগ প্রক্রিয়া ঃ

বিভিন্ন উপাদানের বৈশিষ্ট্য

১. প্রেরককে হতে হবে

- সচেতন / সতর্ক
- যতদূর সম্ভব নির্ভুল
- আস্থাভাজন
- নিরপেক্ষ
- স্পষ্টভাষী

২. একইভাবে প্রাপককে করে তুলতে হবে

- বন্ধুসুলভ
- বার্তার ধারণা সম্পর্কে বুঝতে সক্ষম
- ফিরতিবার্তা / প্রতিবার্তা প্রেরণে সক্ষম

৩. বার্তাটি হতে হবে

- সুনির্দিষ্ট
- স্পষ্ট
- সহজবোধ্য
- উপযুক্ত
- আবেদন সৃষ্টিকারী
- উদ্দিষ্ট জনগোষ্টির জন্য প্রাসঙ্গিক
- একই রকম

৪. মাধ্যমটি হতে হবে

- সহজলভ্য
- বিশ্বাসযোগ্য
- জনগোষ্ঠির জন্য উপযুক্ত
- বার্তার জন্য উপযুক্ত
- সময়োপযোগী

৫. ফিরতি বার্তা / প্রতিবার্তা

- ফিরতি বার্তা / প্রতিবার্তা যোগাযোগকে একটি দ্বিমুখী প্রক্রিয়ায় পরিণত করে
- ফিরতিবার্তা / প্রতিবার্তা থেকেই প্রেরক বুঝতে পারেন প্রাপকের কাছে বার্তাটি সঠিকভাবে পৌঁছেছে কি না।
- ফিরতিবার্তা / প্রতিবার্তা থেকেই প্রেরক ও প্রাপক পরস্পরের অনুভূতিসমূহ (মানসিক অবস্থা, মূল্যবোধ, চিন্তা, চাহিদা ইত্যাদি) বুঝতে পারেন।
- ফিরতিবার্তা/ প্রতিবার্তা থেকেই প্রেরক বুঝতে পারেন বার্তাটি প্রাপক বুঝতে পেরেছেন কিনা
- ফিরতিবার্তার/ প্রতিবার্তার মাধ্যমেই প্রাপক কোন অস্পষ্ট বার্তার ব্যাখ্যা চাইতে পারেন
- প্রাথমিক ধারণা বা চিন্তা-ভাবনাকে স্বচ্ছ ও স্পষ্ট করতে ফিরতিবার্তা/ প্রতিবার্তা সাহায্য করে।

ফলপ্রসূ ফিরতিবার্তা / প্রতিবার্তা পাওয়ার জন্য উপযুক্ত আচরণ ঃ

- খোলা মন নিয়ে শুনুন
- ফিরতিবার্তা অস্পষ্ট হলে উদাহরণ ও ব্যাখ্যা দেয়ার জন্য অনুরোধ করুন
- নিজের মতামত অন্যের উপর চাপিয়ে দেবেন না
- অন্যেরা যা বলেছেন সে সম্পর্কে নিজের ব্যাখ্যা নিন
- বিষয়টি জানাবার জন্য প্রেরকের প্রশংসা করুন
- সমস্যাটির কারণ ও সমাধান সম্পর্কে অন্যদের মতামত জেনে নিন।

যোগাযোগের ধরণ ঃ

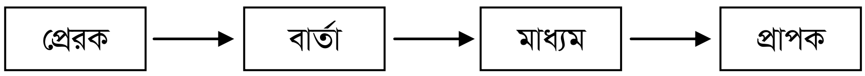
যোগাযোগ দুই ধরনের

- একমুখী যোগাযোগ
- দ্বিমুখী যোগাযোগ

একমুখী যোগাযোগ ঃ

যে যোগাযোগে প্রেরক কেবল একাই তথ্য প্রদান করেন, শ্রবণ করা ছাড়া প্রাপকের আর কোন ভূমিকা থাকে না, তাকে একমুখী যোগাযোগ বলে। নীচে চিত্রের মাধ্যমে একমুখী যোগাযোগ দেখানো হলো ঃ

ক) একমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া

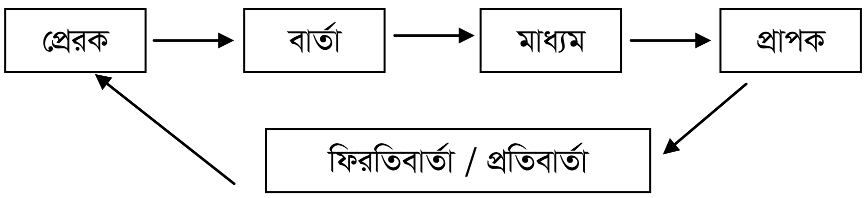


একমুখী যোগাযোগে প্রাপক বার্তা ঠিকমতো পেল কিনা বা বার্তা তার কাছে বোধগম্য হল কিনা তা বুঝা যায় না। এজন্য একমুখী যোগাযোগের ক্ষেত্রে সফল যোগাযোগ নাও হতে পারে। তবে একমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় গণমাধ্যম যেমন- রেডিও, টেলিভিশন ও খবরের কাগজসহ অন্যান্য লিখিত উপকরণ ব্যবহার করে একসাথে বহু সংখ্যক প্রাপককে বার্তা প্রদান করা যায়। শিক্ষিত লোকের বেলায় একমুখী যোগাযোগ বিশেষ কার্যকরী। কিন্তু এই বিষয়ে ধারণা কম এমন লোকের বেলায় একমুখী যোগাযোগ ফলপ্রসূ নাও হতে পারে। একমুখী যোগাযোগে খরচ কম হয়। দিনের যে কোন সময় এই যোগাযোগ করা সম্ভব। এই যোগাযোগ গণমাধ্যম হিসাবে উপযুক্ত। একমুখী যোগাযোগে তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা নেওয়ার কোন সুযোগ নাই।

দ্বিমুখী যোগাযোগ ঃ

যে যোগাযোগে প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে বার্তার আদান প্রদান হয়, প্রেরক ও প্রাপক উভয়ের ভূমিকা প্রাধান্য পায় তাকে দ্বিমুখী যোগাযোগ বলে।

খ) দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া



দ্বিমুখী যোগাযোগে প্রাপক বার্তা গ্রহণের কোন পর্যায়ে আছেন তা বুঝা যায়। ফলে প্রয়োজনে প্রাপককে বার্তা বুঝানোর বা ব্যাখ্যা করার সুযোগ পান এবং প্রাপককে বার্তা গ্রহণে সাহায্য করতে পারেন। কোন বিষয়ে যাদের ধারণা কম তাদের বেলায় এই যোগাযোগ বার্তা প্রদানে ফলপ্রসূ ভূমিকা রাখে। দ্বিমুখী যোগাযোগে প্রতিবার্তা গ্রহণের সুযোগ রয়েছে।

একমুখী ও দ্বিমুখী যোগাযোগের পার্থক্য

একমুখী যোগাযোগ	দ্বিমুখী যোগাযোগ
• প্রেরক একা বক্তব্য রাখেন এবং শ্রবণ করা ছাড়া প্রাপকের কোন ভূমিকা থাকে না।	• প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে বার্তার আদান প্রদান হয়।
• যোগাযোগের সফলতা নিরূপন করা যায় না।	• যোগাযোগের সফলতা নিরূপন করা যায়
• তাৎক্ষণিক ফিরতি বার্তা/ প্রতিবার্তার সুযোগ থাকে না।	• তাৎক্ষণিক প্রতিক্রিয়া পাওয়া যায়, সে অনুযায়ী নতুন তথ্য দেয়া যায়।
• অল্প সময়ে বা বহু লোককে তথ্য প্রদানের জন্য যোগাযোগ করা যায়।	• বহু লোকের সাথে অল্প সময়ে যোগাযোগ করা যায় না।
• যোগাযোগের চারটি উপাদান কাজে লাগে।	• যোগাযোগের পাঁচটি উপাদান কাজে লাগে।

যোগাযোগের শ্রেণী বিভাগ ঃ

বিভিন্ন বৈশিষ্ট্য ও নির্ণায়কের উপর ভিত্তি করে যোগাযোগ প্রক্রিয়াকে বিভিন্নভাবে ভাগ করা যায়।

ক) একমুখী ও দ্বি-মুখী যোগাযোগ

একমুখী যোগাযোগে প্রতিবার্তা গ্রহণের সুযোগ থাকে না। প্রেরক প্রধান ভূমিকা পালন করে থাকে। বিভিন্ন গণমাধ্যমে প্রচারিত যোগাযোগ সাধারণত একমুখী যোগাযোগের অন্তর্ভূক্ত।

দ্বিমুখী যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রতিবার্তা গ্রহণের সুযোগ থাকে। এই জাতীয় যোগাযোগকে কার্যকর যোগাযোগও বলা হয়।

খ) আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ ও গণযোগাযোগ

আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগে প্রেরক ও প্রাপকের সরাসরি যোগাযোগ করার সুযোগ থাকে। আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগকে কার্যকর যোগাযোগ বলা হয়। এ জাতীয় যোগাযোগের বেলায় ফিরতিবার্তা/ প্রতিবার্তা গ্রহণের সুযোগ আছে। আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগের প্রধান দুটি উপায় হলো- (১) একান্ত আলোচনা ও (২) দলীয় আলোচনা।

গণযোগাযোগের ক্ষেত্রে গণমাধ্যম ব্যবহার করার সুযোগ থাকে। প্রেরক এক্ষেত্রে ব্যক্তি, দল বা প্রতিষ্ঠান হতে পারে। যেমন- টিভি, রেডিও, সংবাদপত্র বা বিরাট জনসভা, মাইকিং গণযোগাযোগের কয়েকটি উদাহরণ।

গ) মৌখিক ভাষার ব্যবহার করে যখন প্রেরক প্রাপককে বার্তা প্রদান করে তাকেই মৌখিক যোগাযোগ বলা হয়। মৌখিক ভাষার ব্যবহার ছাড়া লিখিত ভাষা, ধ্বনি, সংকেত, চিহ্ন ব্যবহার করেও যোগাযোগ করা হয় যা সাংকেতিক যোগাযোগ।

কার্যকর ও সফল যোগাযোগের প্রয়োজনীয় শর্তসমূহ ঃ

কার্যকর ও সফল উন্নয়ন প্রক্রিয়ায় প্রয়োজনীয় যোগাযোগের প্রধান কাজ হলো মানুষকে কোন নির্দিষ্ট বিষয়ে সচেতন, আগ্রহী ও উদ্বুদ্ধ করা। এই উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য দরকার ফলপ্রসূ যোগাযোগ। সফল কার্যকর যোগাযোগ কতগুলো শর্তের উপর নির্ভরশীল। যেমন-

ভাষা ঃ মানুষের ভাব বিনিময়ের প্রধান মাধ্যম হলো ভাষা। তাই ভাষাকে কেন্দ্র করে গড়ে উঠেছে যোগাযোগ প্রক্রিয়া। ভাষার মধ্যে থাকে প্রতীকী অর্থ যা শ্রোতা বা প্রাপককে উদ্দীপ্ত করে এবং তার উত্তরের গতি, প্রকৃতি নির্ণয়

করে। তাই যোগাযোগ সফল হওয়ার জন্য বার্তার ভাষা প্রাপকের কাছে সহজবোধ্য ও উদ্দীপ্তকারক হতে হবে। একই ভাষার মধ্যে শিক্ষিত-অশিক্ষিত, গ্রাম-শহর এবং অঞ্চল ভেদে পার্থক্য রয়েছে। যেমন, হুপিং কাশি রোগটি গ্রামের লোকের কাছে লতা কাশ বা মেয়াদী কাশ হিসেবে পরিচিত। আবার সিলেট ও রংপুরের আঞ্চলিক ভাষা এক নয়। কার্যকরী যোগাযোগের জন্য প্রাপকের ভাষা, উচ্চারণ, শব্দ ও অর্থের সাথে মিল রেখে বক্তব্য প্রকাশ করতে হবে। তবেই প্রাপকের কাছে বার্তা সহজ, অর্থবহ ও গ্রহণীয় হবে এবং যোগাযোগের উদ্দেশ্য সফল হবে।

চিন্তাধারা ঃ প্রত্যেক মানুষের একটা নিজস্ব চিন্তাধারা আছে। শিক্ষা, পরিবেশ, ধর্ম, পেশা, আর্থ-সামাজিক অবস্থান এসবের ভিত্তিতেই গড়ে উঠে মানুষের চিন্তাধারা। একজন শিক্ষক আর একজন সাধারণ কৃষকের চিন্তাধারা এক নয়। দেখা গেছে, টিকা ইনজেকশন দিয়ে কিভাবে রোগ প্রতিরোধ করা যায় সে ব্যাপারে দু'জনের চিন্তাধারা ভিন্ন। তাই আমরা যখন একজন সাধারণ কৃষক বা গ্রামের মাকে শিশুরোগ প্রতিরোধ ব্যবস্থা সম্পর্কে সচেতন করতে চাইব তখন তার চিন্তাধারার সাথে মিল রেখে বক্তব্য উপস্থাপন করতে হবে।

অভিজ্ঞতা ঃ মানুষের জীবন কোন শূন্য পাত্র নয় বরং অনেকগুলো অভিজ্ঞতার সমষ্টি। মানুষ তার দৈনন্দিন জীবনে যেসব অভিজ্ঞতা অর্জন করে সেগুলো তার মনে অনেক দাগ কাটে। তাই নতুন কোন ধারণা প্রাপকের কাছে তুলে ধরার সময় যদি ঐ ধারণার সাথে তার অভিজ্ঞতার সামঞ্জস্য বিধান করা যায় তাহলে বিষয়টি তার কাছে সহজে গ্রহণযোগ্য হয়। যেমন- ছোট বাচ্চা যখন ইনজেকশন নিতে ভয় পায় তখন তাকে রাজী করানোর জন্য বলা হয় "পিপড়া কামড়ানোর মতো একটু ব্যথা পাবে"। যেহেতু পিপড়া কামড়ানোর ব্যথা সম্পর্কে তার অভিজ্ঞতা আছে।

বিশ্বাস ও মূল্যবোধ ঃ প্রতিটি মানুষের নিজস্ব কিছু বিশ্বাস ও মূল্যবোধ থাকে। পরিবেশ, জ্ঞান, বুদ্ধি, ধর্মীয় অনুভূতি, অভিজ্ঞতা ইত্যাদির ভিত্তিতে এই বিশ্বাস ও মূল্যবোধ গড়ে উঠে। দীর্ঘদিন ধরে যে প্রচলিত বিশ্বাস ও মূল্যবোধ গড়ে উঠেছে আমরা একদিনে তা দূর করতে পারবনা। আবার এই বিশ্বাস ও মূল্যবোধকে অবজ্ঞা না করে, বিশ্বাসের প্রতি শ্রদ্ধা দেখিয়ে যুক্তি ও উদাহরণের মাধ্যমে আপনার বক্তব্যকে প্রতিষ্ঠিত করার চেষ্টা করতে হবে। যেমন- গ্রামের সাধারণ মানুষের মধ্যে প্রচলিত আছে যে, ডায়রিয়া রোগীকে পানি বা তরল জিনিস খেতে দিলে তার পায়খানা আরো বেড়ে যাবে। এই বিশ্বাসকে অবজ্ঞা না করে একটা ছিদ্র কলসিতে পানি ঢালা বা চারা গাছে পানি না দিলে কি হবে সে উদাহরণ ও যুক্তি দিয়ে তাদের কাছে আপনার বক্তব্য গ্রহণযোগ্য করে তুলতে হবে।

আকাঙ্খা ঃ আমাদের নিজেদের যেমন আকাঙ্খা আছে তেমনি যাদের সাথে আমরা যোগাযোগ করি তাদেরও আশা, আকাঙ্খা আছে। মানুষ তার আশা-আকাঙ্খা পূরণের জন্য সময়, শ্রম ও অর্থ ব্যয় করে। তাই স্বাস্থ্য উন্নয়ন কর্মী যদি তাদের বক্তব্যকে মানুষের আশা-আকাঙ্খার সাথে মিলিয়ে উপস্থাপন করতে পারেন তবে স্বাভাবিকভাবেই তা গ্রহণযোগ্য হবে। যেমন একজন মা চায় তার সন্তান রোগমুক্ত, সুস্থ ও সবল থাকুক। আমরা যদি মাকে বলি অতি সামান্য কষ্ট স্বীকার করে টিকা-ইনজেকশন দিলে তার এই আশা আকাঙ্খা অনেকখানি পূরণ হবে তাহলে সে বক্তব্য মায়ের কাছে সহজে গ্রহণযোগ্য হবে।

সফল যোগাযোগের মূল বার্তা ঃ

- আন্তরিক ও সহজ সম্পর্ক স্থাপন
- সহজ ও সরল ভাষার ব্যবহার
- চাহিদা অনুযায়ী বার্তা প্রদান
- ধৈর্য সহকারে শোনা/ শ্রবণ দক্ষতা
- অন্যের আকাঙ্খা, অভিজ্ঞতা, বিশ্বাস ও মূল্যবোধকে সম্মান করা
- প্রতিবার্তা

পাঠ-৩
বার্তা ও যোগাযোগ পদ্ধতি

বার্তা

বার্তা হচ্ছে সুনির্দিষ্ট কোন তথ্য, ধারণা, অভিপ্রায়, দৃষ্টিভঙ্গি, বিশ্বাস, নির্দেশ বা অনুরোধ যা প্রেরক প্রাপকের কাছে পাঠান। বার্তার রূপ বিভিন্ন রকম হতে পারে। যেমন- মৌখিক ও লিখিত। এছাড়া বার্তা ধ্বনি বা সাংকেতিকও হতে পারে। তবে বার্তা যেমনই হোক না কেন তা প্রাপক যেন সহজে বুঝতে পারেন।

ভাল বার্তার কি কি গুণাবলী থাকা প্রয়োজন ঃ

একটি ভাল শ্রোতার কাছে তখনই বার্তা বোধগম্য হয়ে উঠে যখন সেই বার্তাকে শ্রোতার নিজস্ব ভাষা, চিন্তাধারা, শিক্ষা অভিজ্ঞতা, বিশ্বাস ও মূল্যবোধ প্রভৃতির সাথে সংগতি রেখে তৈরী করা হয়। শ্রোতা সম্পর্কিত এই সকল গুরুত্বপূর্ণ তথ্য বার্তা তৈরীর পূর্বেই সংগ্রহ করতে হবে ও বার্তা তৈরীর সময় এই সকল তথ্যকে গুরুত্ব সহকারে বিবেচনায় নিতে হবে। এই পদ্ধতিতে তৈরী একটি বার্তা শ্রোতার কাছে সহজেই বিশ্বাসযোগ্য ও গ্রহণীয় হয়ে উঠতে পারে।

একটি ভাল বার্তার কয়েকটি সাধারণ গুণাবলী থাকা অপরিহার্য। এগুলো হচ্ছে-

- সহজ ও শ্রোতা উপযোগী ভাষা
- বিষয়গত নির্ভুলতা
- উদ্দেশ্যের সাথে সংগতিপূর্ণ
- সংক্ষিপ্ত কিন্তু সম্পূর্ণ
- গ্রহণীয় ও পালনযোগ্য
- স্মরণযোগ্য
- আবেদন সমৃদ্ধ
- স্বব্যাখ্যায়িত
- সুস্পষ্ট

বার্তা নির্বাচনের উদ্দেশ্য ঃ

বার্তা প্রণয়ন কৌশল মূলত: নির্ভর করে তিনটি বিষয় ও এ সম্পর্কিত বিভিন্ন তথ্যাবলীর উপর।

এগুলো হচ্ছে-

- **কর্মসূচীর উদ্দেশ্য**

কার্যক্রমের উদ্দেশ্য বার্তা নির্বাচনের প্রধান সহায়ক। মনে রাখতে হবে যে কার্যক্রমের উদ্দেশ্য বাস্তবায়নের জন্যই বার্তার ব্যবহার। বার্তাকে তাই এই উদ্দেশ্যের সাথে সম্পূর্ণরূপে সংগতিপূর্ণ ও উদ্দেশ্য বাস্তবায়নের উপযোগী হতে হবে।

- **সেবাগ্রহীতা বিশ্লেষণ**

একদিকে যেমন কার্যক্রমের উদ্দেশ্য বার্তা প্রণয়নকে নিয়ন্ত্রণ করে অপরদিকে সেবা গ্রহীতা বা জনগোষ্ঠি সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্যাবলীও এক্ষেত্রে বিশেষ সাহায্য করে। বার্তা যাদের জন্য তৈরী করা হচ্ছে তাদের সম্পর্কে ভালভাবে জানা না থাকলে এর উপযোগিতা ক্ষুন্ন হয়। কারণ, এই সকল তথ্যাবলীর উপর ভিত্তি করেই সেবা গ্রহীতা উপযোগী বার্তা প্রণয়ন সম্ভব। বার্তাকে সেবা গ্রহীতার চাহিদা ও প্রয়োজন পূরণে সমর্থ হতে হবে। বার্তা সম্পর্কিত স্থানীয় তথ্য, জ্ঞান, সংস্কৃতিকে কাজে লাগাতে হবে। এই সকল তথ্যাবলী সংগ্রহের বিভিন্ন ব্যবস্থা ও পদ্ধতি রয়েছে যার সাহায্যে তথ্য সংগ্রহ করে তা বার্তা প্রণয়নের কাজে ব্যবহার করা হয়ে থাকে।

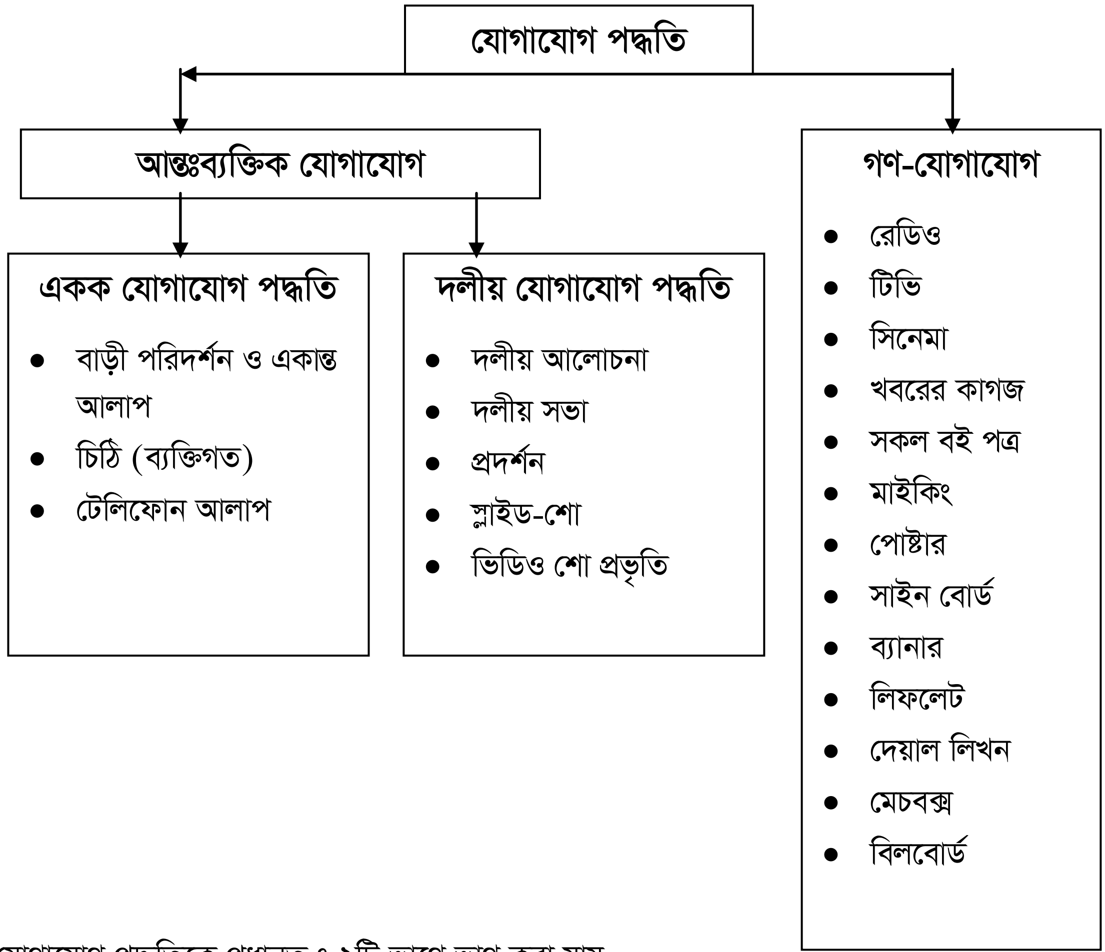
- **মাধ্যম**

মাধ্যম সম্পর্কিত জ্ঞান হচ্ছে বার্তা প্রণয়ন কৌশলের আর একটি প্রয়োজনীয় বিষয়। যে ধরণের বার্তাই প্রণয়ন করা হোক না কেন তা প্রেরণের জন্য কোন না কোন মাধ্যমের আশ্রয় নিতে হয়। বিভিন্ন মাধ্যম ও সেগুলো সম্পর্কে তথ্যাবলী সংগ্রহ করতে হবে। বার্তা প্রণয়নের সময় এই সকল তথ্যাবলীর উপর ভিত্তি করে মাধ্যম নির্বাচন করতে হবে। সকল ধরণের বার্তা সকল মাধ্যমের জন্য উপযোগী নয়। তেমনিভাবে সব মাধ্যমের জন্য একই ধরণের বার্তা প্রণয়ন যথাযথ নয়। মাধ্যমের বৈশিষ্ট্যানুসারে বার্তার প্রকারভেদ হয়ে থাকে, তেমনিভাবে বার্তার বৈশিষ্ট্যানুসারে ভিন্ন ভিন্ন মাধ্যম ব্যবহারের প্রয়োজনীয়তা রয়েছে।

যোগাযোগ পদ্ধতি ও পদ্ধতি নির্বাচনের সূচক ঃ

সফল যোগাযোগের ক্ষেত্রে যোগাযোগ পদ্ধতি নির্বাচন গুরুত্বপূর্ণ। যোগাযোগকারী হিসেবে তাই যোগাযোগের বিভিন্ন উপায় বা প্রকার ভেদ ও পদ্ধতিসমূহের বৈশিষ্ট্য জানতে হবে। তবেই সঠিক পদ্ধতি নির্বাচন করা সম্ভব।

যোগাযোগ পদ্ধতির শ্রেণী বিভাগ ঃ



যোগাযোগ পদ্ধতিকে প্রধানত ঃ ২টি ভাগে ভাগ করা যায়

ক) আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ

খ) গণ যোগাযোগ

ক) আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ

ব্যক্তিতে ব্যক্তিতে যে যোগাযোগ হয় তাকে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ বলে। একজন ব্যক্তির সাথে অপর একজন ব্যক্তির বা একটি দলের সাথে অপর দলের সাধারণতঃ (১০ থেকে ১২ জনরে বেশী নয়) মুখোমুখি যোগাযোগ হচ্ছে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ। আবার দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে মুখোমুখি বা সরাসরি কোন তথ, ধারণা ও অনুভূতির আদান প্রদানকেও আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ বল যায়।

- সুনির্দিষ্ট
- স্পষ্ট
- সহজবোধ্য
- উপযুক্ত
- জনগণের উপকারে আসে এমন

- বিশ্বাসযোগ্য

আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগের বৈশিষ্ট্য ঃ

- সরাসরি যোগাযোগের কারণে বার্তার বিকৃতি হয় না
- সহজ ও কার্যকরীভাবে বার্তা ও প্রতিবার্তার বিনিময় হয়
- গ্রহীতার সমস্যা জানা যায় ও সমাধান দেয়া যায়
- গ্রহীতাকে সহজেই উদ্বুদ্ধ করা যায়
- বার্তা প্রদানের পাশাপাশি বিভিন্ন যোগাযোগ উপকরণ ব্যবহার করা সম্ভব হয়
- গ্রহীতার সংগে সরাসরি কথা বলে কর্মসূচী সংক্রান্ত বিভিন্ন তথ্য প্রদান করা যায়।

আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ দুই প্রকার ঃ

১। একান্ত যোগাযোগ ঃ একজন ব্যক্তির সাথে অপর একজন ব্যক্তির মুখোমুখি যোগাযোগ হচ্ছে একান্ত যোগাযোগ। একান্ত যোগাযোগে যেগাযোগকারী ও প্রাপক মুখোমুখি ও সরাসরি যোগাযোগ করতে পারেন, ফলে তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা পাবার সুযোগ থাকে।

২। দলীয় যোগাযোগ ঃ একজন ব্যক্তির সাথে একটি দলের বা একটি দলের সাথে অপর দলের যোগাযোগই হচ্ছে দলীয় যোগাযোগ। দলীয় যোগাযোগে মুখোমুখি ও সরাসরি যোগাযোগের সুযোগ থাকে। এক্ষেত্রে দলের কথা খেয়াল রেখে বার্তা প্রদান করা হয়। দলীয় যোগাযোগেও প্রতিবার্তা পাবার সুযোগ থাকে। তবে একান্ত যোগাযোগের তুলনায় কম।

খ) গণ যোগাযোগ

সরাসরি যোগাযোগের পরিবর্তে বিভিন্ন গণ মাধ্যমের সাহায্যে যোগাযোগকে গণ যোগাযোগ বলে। যেমন- রেডিও, টেলিভিশন, খবরের কাগজ, সিনেমা, মাইকিং, পোষ্টার, সাইনবোর্ড, লিফলেট প্রভৃতি। গণযোগাযোগ পদ্ধতিতে যোগাযোগকারী এক বিরাট জনগোষ্ঠির সঙ্গে যোগাযোগ করে। এই পদ্ধতিতে প্রতিবার্তা পাবার সুযোগ কম থাকলেও তাৎক্ষণিক নয়।

যোগাযোগ পদ্ধতিতে নির্বাচনের সূচক বা নির্ণায়ক ঃ

(১) যোগাযোগের উদ্দেশ্য ঃ কেন যোগাযোগ করছি? সচেতন করার জন্য, না শিক্ষিত করার জন্য, না উদ্বুদ্ধকরণের জন্য?

(২) উদ্দীষ্ঠ গোষ্ঠি বা লক্ষ্য দল ঃ যাদের সাথে যোগাযোগ করছি তাদের বয়স, শিক্ষাগত যোগ্যতা, সামাজিক অবস্থান, মন-মানসিকতা, অভিজ্ঞতা, অর্থনৈতিক অবস্থান, নারী পুরুষ, ধর্ম ও আচার-অনুষ্ঠান।

(৩) সময় ঃ মোট সময় কতটুকু পাওয়া যাবে? এই সময়ের মধ্যে কতজনের সাথে যোগাযোগ করতে হবে?

(৪) ব্যয় ঃ কিছু পদ্ধতি ব্যবহারে ব্যয় বেশী। পদ্ধতির সাথে উপকরণ অঙ্গাঙ্গীভাবে জড়িত।

(৫) প্রাতিষ্ঠানিক কাঠামো ঃ যেমন প্রতিষ্ঠানের কর্মী সংখ্যা কত? প্রতি কর্মী কত জনগোষ্ঠির মধ্যে কাজ করবে? তার কর্ম এলাকা কতখানি? তার যানবাহনের সুবিধা কি? এছাড়াও অন্যান্য কি কি সুযোগ সুবিধা রয়েছে। যেমন- যোগাযোগ উপকরণ, অফিস ঘর, গাড়ী প্রভৃতির ব্যবস্থা রয়েছে কিনা।

আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ পদ্ধতির ধাপসমূহ ঃ

১. প্রথমেই যোগাযোগের উদ্দেশ্য ঠিক করা।

২. যোগাযোগের পরিকল্পনা করা।

- পূর্ব যোগাযোগের ফলাফল মূল্যায়ন করা
- প্রয়োজনীয় তথ্যাবলী ঠিক করা
- পরিদর্শনের সময় ও স্থান ঠিক করা
- প্রয়োজনীয় উপকরণ বা অন্যান্য সামগ্রী ঠিক করা
- কেন্দ্রর বাইরে হলে কর্মসূচী তৈরী করা

৩. সুসম্পর্ক স্থাপন করা

- বন্ধুত্বপূর্ণ, সমঝোতাপূর্ণ ও সৌজন্যমূলক বার্তার আদান প্রদান করা
- সাক্ষাৎদানকারীর আত্মবিশ্বাস অর্জন করা।

৪. বিষয় অনুযায়ী বার্তা প্রদান করা

- যোগযোগের উদ্দেশ্য উপস্থাপন করা
- উৎসাহ সৃষ্টি ও কাজ করার আকাঙ্খা সৃষ্টি করা
- প্রকৃত সেবা/তথ্য প্রদান করা
- প্রতিবার্তা গ্রহণ করা
- শ্রোতাকে বলার সুযোগ দেয়া
- সময়ের অপচয় পরিহার করা

৫. সমাপ্তি টানাঃ ধন্যবাদ জানিয়ে পরবর্তীতে আবার দেখা হবে বলে বিদায় নেয়া।

দলীয় ও গণযোগাগের ধাপসমূহ ঃ

দলীয় ও গণযোগাযোগের ধাপ তিনটি-

ক) দলীয় স্বাস্থ্য শিক্ষা প্রদানের জন্য পূর্ব প্রস্তুতি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ধাপ। আমরা জানি শিক্ষা প্রদান একটি পরিকল্পিত ও সু-সংগঠিত কার্যাবলী। এই ধাপে যোগাযোগ কর্মীকে সেসব প্রস্তুতি নিতে হবে।

- পূর্বেই অংশগ্রহণকারীদের সময়, স্থান, তারিখ জানিয়ে দেবার ব্যবস্থা করা
- অংশ গ্রহণকারীদের স্বাস্থ্য চাহিদা সম্পর্কে প্রাথমিক তথ্যাবলী সংগ্রহ করা ও সে বিষয়ে অবগত হওয়া।

- অধিবেশন পরিচালনার জন্য মাঠ পরিকল্পনা প্রণয়ন করা।
- প্রয়োজনীয় শিক্ষা উপকরণ সংগ্রহ করা।

খ) অধিবেশন পরিচালনা পর্ব-

- অংশগ্রহণকারীদের বসার সুবন্দোবস্ত করা
- সময় মতো অধিবেশন আরম্ভ করা
- সম্ভাষণ করে ও হাসিমুখে সবাইকে স্বাগত জানানো
- অধিবেশনের উদ্দেশ্য সহজ ও বোধগম্য ভাষায় অংশগ্রহণকারীদের জানিয়ে দেয়া
- সহজ ও বোধগম্য ভাষায় বিষয়বস্তু উপস্থাপন করা। চাহিদার সাথে সম্পর্কযুক্ত করে দেয়া
- যথাযথ উপকরণ ব্যবহার করা ও অংশগ্রহণকারীদের সক্রিয় অংশগ্রহণে উৎসাহিত করা
- প্রতিটি উদ্দেশ্য শেষে অংশগ্রহণকারীদের ফিডব্যাক গ্রহণ করা
- ফিডব্যাকের ভিত্তিতে পুনরালোচনা করা।

গ) সার-সংক্ষেপ করা, সমাপ্তি টানা ও ফলো-আপের ব্যবস্থা-

- শিক্ষার্থীদের দিয়ে অধিবেশনের মূল বিষয়বস্তু পুনরুল্লেখ করানো
- আলোচনার শিক্ষণীয় জ্ঞান ব্যবহারে উৎসাহিত করা
- তাদের সময় ও ধৈর্য্য ধরে অংশগ্রহণের জন্য সবাইকে ধন্যবাদ প্রদান করা
- পরবর্তীতে কিভাবে এই বিষয় সম্পর্কিত জ্ঞানের ফলো-আপ করা হবে তা জানিয়ে দেয়া।

পাঠ-৪
যোগাযোগ মাধ্যম ও উপকরণ

যোগাযোগ মাধ্যম

প্রেরকের কাছ থেকে যার সাহায্যে বার্তা প্রাপকের কাছে পৌঁছায় তাকেই বলে যোগাযোগ মাধ্যম। মাধ্যম হলো যোগাযোগের বাহন। আমরা অনেকভাবেই একে অপরের কাছে মনের ভাব প্রকাশ করি। মুখোমুখি কথা বলে, ছবি দেখিয়ে, পত্র লিখে আমরা একে অপরের কাছে মনোভাব ব্যক্ত করি। এক্ষেত্রে ব্যক্তি বার্তার মাধ্যম হিসেবে বিবেচিত। আবার টেলিফোন, রেডিও ও টেলিভিশনের মাধ্যমেও যোগাযোগ করা যায়।

প্রাচীনকালে মানুষ বিভিন্ন সংকেত, চিত্রকলা, দেয়াল ও পাহাড়ের গায়ের বাণী, শিলালিপি, মুদ্রায় আঁকা ছবি ইত্যাদির মাধ্যমে যোগাযোগ করত। ক্রমশঃ যুগের পরিবর্তনের সাথে সাথে যোগাযোগ অনেক ক্ষেত্রে যন্ত্রের উপর

নির্ভরশীল হয়ে পড়েছে। বর্তমানে বিজ্ঞানের উন্নতির ফলে যোগাযোগের পরিধি বেড়েছে ফলে নতুন নতুন মাধ্যমের আবির্ভাব হয়েছে।

যোগাযোগ উপকরণ

মনোভাবের আদান প্রদান করতে গিয়ে আমরা যেসব সামগ্রী বা বস্তুর সহায়তা নিয়ে থাকি সেগুলোকে উপকরণ বলে। উপকরণ বার্তাকে গ্রহণ বা বুঝতে সাহায্য করে। উপকরণ নিজে যোগাযোগ করতে পারে না কিন্তু যোগাযোগের মাধ্যমকে সহায়তা বা সমৃদ্ধ করে।

যোগাযোগ মাধ্যম ও উপকরণের পার্থক

- উপকরণ বার্তাকে ইন্দ্রিয় গ্রাহ্য করে এবং মাধ্যম বার্তাকে প্রাপকের কাছে পৌছে দেয়। একজন শিক্ষক ব্লাকবোর্ডে লিখে ছাত্রদের শিক্ষা দিলেন, এক্ষেত্রে ব্লাকবোর্ড একটি উপকরণ, শিক্ষক হলেন মাধ্যম।
- একজন উন্নয়ন কর্মী একটি ফ্লিপচার্ট দেখিয়ে গ্রামের জনগণকে উদ্বুদ্ধ করেন এক্ষেত্রে ফ্লিপচার্ট একটি উপকরণ, উন্নয়ন কর্মী হলেন মাধ্যম।
- একটি পোষ্টার যখন রাস্তার দেয়ালে টাংগানো থাকে তখন পোষ্টারটি মাধ্যম হিসাবে কাজ করে। কিন্তু ওই পোষ্টারটি যখন কোন উন্নয়ন কর্মী তার উদ্বুদ্ধকরণের কাজে দলীয় আলোচনার সময় প্রদর্শন করেন তখন এটি যোগাযোগ উপকরণ হিসেবে ব্যবহার করা হয়।

যোগাযোগ উপকরণ ব্যবহারের প্রয়োজনীয়তা ঃ

১) শ্রোতা তথা সেবা গ্রহীতার আগ্রহ বাড়িয়ে দেয়।

২) প্রকৃত তথ্য বর্ণনা করে। ভুল ধারণার অবকাশ থাকে না।

৩) বুঝতে সাহায্য করে শিক্ষার সময় বাঁচিয়ে দেয়।

৪) মনে রাখতে তথা সৃষ্টিশক্তিকে সহযোগিতা করে।

৫) আলোচনার সুযোগ সৃষ্টি করে।

যোগাযোগ মাধ্যম-এর প্রকারভেদ ঃ

যোগাযোগ মাধ্যমগুলোকে ৩টি শ্রেণীতে ভাগ করা যায় ঃ-

- শ্রবণ মাধ্যম (Audio-Media)
- দর্শন মাধ্যম (Visual-Media)
- শ্রবণ দর্শন মাধ্যম (Audio- Visual Media)

শ্রবণ মাধ্যম ঃ যখন মুখে কথা বলে, কানে শুনে এবং শোনা যায় এমন কোন জিনিসের সাহায্যে যোগাযেগ করা হয় তাকে “শ্রবণ মাধ্যম” বলে। যেমন- রেডিও, অডিও ক্যাসেট প্লেয়ার, গ্রামোফোন রেকড, টেলিফোন আলাপ, মাইকিং ইত্যাদি।

দর্শন মাধ্যম ঃ যে মাধ্যমগুলোর সাহায্যে প্রেরিত বার্তাকে আমরা চোখের সাহায্যে গ্রহণ করি তাকেই "দর্শন বলে"। যেমন- পত্র, পত্রিকা, সাইনবোর্ড, বই, পোষ্টার ইত্যাদি।

শ্রবণ-দর্শন মাধ্যম ঃ চোখে দেখে ও কানে শুনে যে মাধ্যমগুলো দ্বারা প্রেরিত বার্তাকে আমরা গ্রহণ করি সেগুলোকে " শ্রবণ-দর্শন মাধ্যম" বলে। যেমনঃ টেলিভিশন, ভিডিও, চলচ্চিত ইত্যাদি।

যোগাযোগ মাধ্যম **(Media)**/ উপকরণ		
শ্রবণ মাধ্যম (Audio Media) ও ব্যবহৃত উপকরণ	দর্শন মাধ্যম (Visual Media) ও ব্যহৃত উপকরণ	শ্রবণ-দর্শন মাধ্যম (Audio-Visual Media) ও ব্যবহৃত উপকরণ
• রেডিও • ক্যাসেট প্লেয়ার • প্রামোফোন রেকর্ড • বক্তৃতা • মাইকিং • টেলিফোন	• বইপত্র/পুস্তিকা • ফ্লানেল গ্রাফ • খবরের কাগজ • ফ্লাশ কার্ড • কার্টুন • ফ্লিপ চার্ট • ছবি/ ফটোগ্রাফ • ম্যাপ • পোষ্টার • বিলবোর্ড/সাইনবোর্ড • দেয়াল লিখন	• টেলিভিশন • ভিডিও • ফিল্ম • সাউন্ড স্লাইড • যাত্রা/ নাটক

উপকরণের ব্যবহার ঃ

উপকরণ ব্যবহার কৌশল

উপকরণ ব্যবহারের কৌশল জানা থাকলে উন্নয়নকর্মী নিপূণভাবে যোগাযোগ করতে পারেন। উপকরণের প্রকারভেদে তার ব্যবহার বিধির তারতম্য হতে পারে। নিচে একটি ফ্লিপচার্ট ও ফ্লাশ কার্ড ও পোষ্টার ব্যবহারের কৌশল বর্ণনা করা হলো।

প্রস্তুতি পর্ব ঃ উপকরণ ব্যবহারের আগে শ্রোতাদের উপস্থিতি, উপকরণগুলো সঠিকভাবে রাখা হয়েছে কিনা, প্রদর্শন স্থানে উপযুক্ত আলো-বাতাসের ব্যবস্থা রয়েছে কিনা ইত্যাদি দেখা দরকার।

শ্রোতাদের মনোযোগ আকর্ষণ ঃ উপকরণ উপস্থাপনের আগে আলোচ্য বিষয় সম্পর্কে শ্রোতাদের মনোযোগ আকর্ষণ করা যোগাযোগকর্মীর প্রধান দায়িত্ব। উপকরণ প্রদর্শনের পূর্বে যোগাযোগকর্মী সংশ্লিষ্ট বিষয় সম্পর্কে আলোকপাত করবেন এবং কৌশলে তাদেরকে উপকরণের বার্তার প্রতি আকৃষ্ট করবেন।

উপকরণ প্রদর্শনের উপযুক্ত স্থান নির্বাচন ঃ উপকরণগুলো এমন স্থানে রাখতে হবে যাতে সবাই ভালোমতো দেখতে পারে। সেজন্য আলোচনার পূর্বেই এ বিষয়ে সচেতন থাকতে হবে।

প্রদর্শন ঃ প্রথমে যোগাযোগ কর্মী নির্বাচিত উপকরণটি প্রদর্শন করবেন। এই পর্যায়ে যোগাযোগকর্মী উপকরণের মূল বার্তাটি বলবেন না, কিন্তু শ্রোতারা কোন বিষয়ে প্রশ্ন করলে তিনি তাদের বুঝতে সহায়তা করবেন।

বিষয়বস্তুর সংগে বাস্তব জীবনের সামঞ্জস্য খুঁজে বের করা ঃ যোগাযোগ কর্মী উপকরণের বিষয়বস্তুর সংগে শ্রোতাদের বাস্তব জীবনের কতটুকু সম্পর্ক আছে তা খুজে বের করার জন্য শ্রোতাদেরকে অনুরোধ জানাবেন। শ্রোতারা এই সময় সংশ্লিষ্ট বার্তাটি নিয়ে চিন্তার সুযোগ পাবেন এবং মনে মনে বার্তাটির সংগে তাদের প্রাত্যহিক জীবনের মিল-অমিল খুঁজে দেখতে চেষ্টা করবেন।

সমস্যা চিহ্নিতকরণ ঃ এরপর শ্রোতাদেরকে উপকরণের বার্তা অনুসারে সমস্যা চিহ্নিত করার জন্য অনুরোধ জানাতে হবে। সমস্যা সম্পর্কে ধারণা লাভের জন্য যোগাযোগকর্মী এই পর্যায়ে প্রাসঙ্গিক নানা ধরণের প্রশ্ন করবেন এবং সমস্যাটি খুঁজে বের করতে উৎসাহিত করবেন।

সম্যসার কারণ খুজেঁ বের করা ঃ সমস্যা চিহ্নিত হবার পর, সমস্যাটির কারণ খুঁজে বের করতে হবে। সমস্যার কারণ যদি উপকরণের বার্তায় না বলা হয়ে থাকে তবে যোগাযেগকর্মী অংশগ্রহণকারীদেরকে এ বিষয়ে চিন্তা করতে অনুরোধ করবেন। অংশগ্রহণকারী দলবদ্ধভাবে আলোচনার মাধ্যমে সমস্যার কারণ খুঁজে বের করবেন।

সমস্যার সমাধান খুঁজে বের করা ঃ সমস্যার কারনগুলো চিহ্নিত হলে সমাধানও চিহ্নিত করা যায়। শ্রোতাদেরকে তখন সমাধানের উদ্দেশ্যে সমবেতভাবে উদ্যোগ নেবার জন্য উদ্বুদ্ধ করতে হয়। তাদের অংশ গ্রহণ যে এ ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ও মূল্যবান সে কথা উপস্থাপন করলে তারা অবশ্যই উৎসাহিত হবেন। তখন আলোচনা করতে হবে সমস্যা সমাধানে কিভাবে অংশগ্রহণ করা যায়, কি কি পদক্ষেপ নেয়া যায় এবং এতে কি কি পরিবর্তন আসতে পারে ইত্যাদি।

কি কর্মসূচী নেয়া যেতে পারে তা খুঁজে বের করা ঃ যোগাযোগকর্মী সমস্যা সমাধানের জন্য কি কার্যক্রম হাতে নেয়া যায় তা খুঁজে বের করতে অংশগ্রহণকারীদের অনুরোধ করবেন। কার্যক্রম চিহ্নিত হলে সেগুলো সমবেত প্রচেষ্টায় কিভাবে বাস্তবায়ন করা সম্ভব সে সম্পর্কে স্থির সিদ্ধান্তে আসতে হবে।

উপকরণ ব্যবহারের সময় লক্ষ্যণীয় দিকসমূহ ঃ

- এমন আকারের উপকরণ ব্যবহার করুন যেন প্রত্যেক অংশগ্রহণকারী দেখতে পারেন অর্থাৎ দূর থেকে যেন উপকরণটি ভালোভাবে দেখা যায় এবং সম্ভব হলে যেন পড়তে পারে সে দিকে লক্ষ্য রাখতে হবে।
- সবাই যেন ঠিকমত শুনতে পায় সে ব্যাপারে সচেতন থাকতে হবে।
- অংশগ্রহণকারীরা প্রত্যেকেই যেন উপকরণটি ভালোমত দেখার সাথে সাথে বক্তাকেও দেখতে পারেন।
- এক সংগে অনেকগুলো উপকরণ প্রদর্শণ করবেন না।
- উপকরণ প্রদর্শনের সময় দর্শকদের দেখার সময় দিতে হবে। উপকরণটির বিষয়বস্তু নিয়ে চিন্তাভাবনা করার অবসর না দিলে অংশগ্রহণকারীরা বার্তার মর্ম অনুধাবন করতে সক্ষম হবেন না।

- পোষ্টার অথবা চার্ট চিরস্থায়ীভাবে কোথাও ঝুলিয়ে না রাখাই ভাল। এতে উপকরণগুলোর আর্কষণ ক্ষমতা নষ্ট হতে পারে।
- আপনার ধারণাগুলো যুক্তিসংগত হলো কিনা সে বিষয়ে সচেতন হোন।
- উপকরণের ছবিগুলো দর্শকদের মাঝে কোন ভুল বুঝাঝুঝির সৃষ্টি করে কিনা সে বিষয়ে মাঠ পর্যায়ের ধারণা সম্পর্কে সচেতন হতে হবে।
- শ্রোতাদের দিকে ফিরে তাকান, উপকরণের দিকে নয়
- উপকরণের যে অংশটি আপনি শ্রোতাদের সামনে থেকে সরিয়ে ফেলবেন তার বর্ণনা দেবেন না। এতে তারা উৎসাহ হারিয়ে ফেলতে পারে।
- উপকরণ যদি প্রয়োজনীয় ফলাফল দিতে না পারে তবে তা ব্যবহার না করাই উচিত।
- এমন কোন উপকরণ ব্যবহার করা উচিত নয় যেগুলো বিরক্তি ডেকে আনে। উপকরণ সম্বন্ধে শ্রোতাদের ধারণা জেনে নেয়া ভালো।

উপকরণ ব্যবহারের নিয়মাবলী ঃ

- **প্রস্তুতি গ্রহণ ঃ** সেবা গ্রহীতার উপস্থিতি, সঠিকভাবে বসতে দেয়া ও মানসিকভাবে তৈরী কি না তা জেনে নেয়া ।
- **সেবা গ্রহীতার মনোযোগ আকর্ষণ ঃ** উপকরণ ব্যবহারের পূর্বে আলোচ্য বিষয়টি উপস্থাপন করে সেবা গ্রহীতার মনোযোগ আকর্ষণ করে নেয়া।
- **উপকরণ প্রদর্শনের উপযুক্ত স্থান নির্বাচন ঃ** অর্থাৎ সেবা গ্রহীতার যেন উপকরণটি ঠিক মতো দেখতে পায় সে ব্যবস্থা করে নেয়া।
- **উপকরণ সম্পূর্ণভাবে প্রদর্শন করা ঃ** কর্মী প্রথমেই মূল বার্তাটি না বলে সেবা গ্রহীতাকে উপকরণ থেকে বার্তাটি বের করে আনতে সাহায্য করবেন। ছোট ছোট প্রশ্ন করে সেবা গ্রহীতাকে উপকরণের বিভিন্ন অংশের প্রতি মনোযোগ আর্কষণ করতে সাহায্য করবেন।
- **উপকরণ ব্যবহারে তাড়াহুড়া না করা ঃ** উপকরণটি দেখতে বা বুঝতে সেবা গ্রহীতাকে প্রয়োজনীয় সময় দিতে হবে। তাড়াহুড়া করলে সেবা গ্রহীতার মনোযোগ নষ্ট হবে।
- **উপকরণটি সেবা গ্রহীতাকে ধরতে দিন ঃ** এর ফলে সেবা গ্রহীতার আগ্রহ ও আস্থা উভয়ই বাড়ার সম্ভাবনা থাকে।

পাঠ-৫
ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা/ফিরতিবার্তা

ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা/ ফিরতিবার্তা ঃ

প্রেরকের বার্তা পাওয়ার পর প্রাপক যে প্রতিক্রিয়া প্রকাশ করে সেটাই হলো প্রতিবার্তা বা ফিডব্যাক। প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রেরক জানতে ও বুঝতে পারেন যে তার বার্তা প্রাপকের কাছে কতটুকু পৌঁছালো, ঠিকমত পৌঁছালো কি না বা গ্রহণযোগ্য হলো কি না। সফল যোগাযোগের জন্য তাই প্রতিবার্তা অপরিহার্য। অনেকেই মনে করেন যে প্রতিবার্তা যোগাযোগের তেমন কোন প্রয়েজানীয় উপাদান নয় কিন্তু সাড়া বা প্রতিবার্তা না পাওয়া পর্যন্ত কি আমরা জানতে পারি যে যোগাযোগের উদ্দেশ্য কতটুকু অর্জিত হয়েছে।

প্রতিবার্তা/ ফিরতি বার্তা দুই ধরনের হতে পারে-

তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা ঃ বার্তা প্রেরণের সঙ্গে সঙ্গে শ্রোতা বা প্রাপকের কাছ থেকে যে সাড়া পাওয়া যায় তাকেই "তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা" বলা হয়। যেমন- মুখোমুখি দুজন কথা বললে যে যোগাযোগ হয় তাতে তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা পাওয়া যায়। দলে আলোচনা করার সময়ও তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা পাওয়া সম্ভব। অর্থাৎ একান্ত ও দলীয় আলোচনা পদ্ধতিতে তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা পাওয়া যায়।

বিলম্বিত প্রতিবার্তা/ ফিরতি বার্তা ঃ যখন প্রাপকের সংখ্যা অনেক এবং তারা বিভিন্ন জায়গায় ছড়িয়ে আছেন, তখন আমরা গণযোগাযোগ পদ্ধতি ব্যবহার করি। তখন প্রতিবার্তা পেতে দেরী বা বিলম্ব হয়। এই ধরণের যোগাযোগের প্রতিবার্তাকে "বিলম্বিত প্রতিবার্তা" বলে। যেমন- রেডিও, সংবাদপত্র ও টেলিভিশনের কোন অনুষ্ঠানের প্রতিবার্তা তাৎক্ষণিক হয় না। তবে বিলম্বিত প্রতিবার্তা পাওয়া যায় অনেক দর্শক শ্রোতার কাছ থেকে।

যোগাযোগ প্রক্রিয়া এবং প্রতিবার্তা ঃ

প্রেরক প্রাপককে একটি মাধ্যমের সাহায্যে বার্তা প্রেরণ করে। প্রাপক ঐ বার্তা পাওয়ার পর সাড়া দিচ্ছে যা প্রতিবার্তা হয়ে প্রেরকের কাছে ফিরে যায়। প্রেরক প্রতিবার্তা পাওয়ার পর তার উপর ভিত্তি করে আবার নূতন সংশোধিত বা পরিবর্ধিত বার্তা পাঠায় প্রাপকের কাছে। প্রাপক আবার সাড়া দেয়। এভাবে যোগাযোগ একটি অবিরত চলমান প্রক্রিয়া। এতএব একথা সত্য যে প্রতিবার্তা ছাড়া যোগাযোগ প্রক্রিয়া কার্যকর হতে পারে না। দ্বিমুখী যোগাযোগে প্রতিবার্তা অবশ্যই থাকতে হবে। স্বাস্থ্য কর্মীদের কাছে তাই প্রতিবার্তা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিবেচ্য বিষয় হওয়া প্রয়োজন।

ফিডব্যাকের/ ফিরতি বার্তার প্রয়োজনীয়তা ও ভূমিকা ঃ

- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা যোগাযোগকে দ্বি-মুখী করে।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার সাহায্যে বার্তার বিষয়বস্তু প্রাপকের কাছে বোধগম্য করে উপস্থাপন করা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার সাহায্যে প্রাপকের সামাজিক ও অর্থনৈতিক সমস্যা জানা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রাপক বার্তাটি গ্রহণের কোন পর্যায়ে বা স্তরে রয়েছে তা জানা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রাপকের মনোভাব জানা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রাপকের চাহিদাকে জানা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা গ্রহণের মাধ্যমে প্রাপকের বিশ্বাস, চিন্তাধারা, মূল্যবোধ ও আকাঙ্খাকে জানা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার সাহায্যে বার্তার যথার্থতা যাচাই করা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার মাধ্যমে প্রাপকের বোঝার সামর্থ্য সম্পর্কে ধারণা করা যায়।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তার মাধ্যমে কোন অস্পষ্ট বার্তার ব্যাখ্যা চাওয়া যায়।
- প্রাথমিক ধারণা বা চিন্তা-ভাবনাকে স্বচ্ছ ও স্পষ্ট করা যায়।

রোল-প্লের জন্য ঘটনা ঃ

সালমা বেগমের বয়স ২১ বছর। নিম্ন মধ্যবিত্ত ঘরের বৌ। নিরক্ষর। প্রথম বাচ্চা হবার পরই টিটেনাস হয়ে মারা যায়। এখন আবার ৫ মাসের গর্ভবতী। পায়ে বেশ পানি এসেছে। বাড়ীতে শ্বাশুড়ী আছে। সারাদিন সালমাকে প্রচুর খাঁটুনির কাজ করতে হয়। বিশ্রাম নেওয়ার ফুরসৎ নেই। পাশের বাড়ীর ভাবী তাঁকে পরামর্শের জন্য কমিউনিটি প্যারামেডিক এর কাছে পাঠিয়েছেন। এর আগে তিনি কখনো পরামর্শ নিতে কমিউনিটি প্যারামেডিক এর কাছে আসেননি। সালমার স্বামী একজন দিন মজুর।

১ নং চরিত্র ঃ সালমা বেগম একজন গর্ভবতী মা।

২ নং চরিত্র ঃ কমিউনিটি প্যারামেডিক উপরে উল্লেখিত ঘটনা অনুসারে গর্ভবতী মাকে গর্ভকালীন যত্ন সম্পর্কে পরামর্শ দেবেন এবং পরামর্শ শেষে ফিডব্যাক গ্রহণ করবেন।

ফলপ্রসূ ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা পাওয়ার জন্য উপযুক্ত আচরণ ঃ

- খোলা মন নিয়ে এবং সক্রিয়ভাবে শুনুন।
- ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা অস্পষ্ট হলে উদাহরণ ও ব্যাখ্যা দেয়ার জন্য অনুরোধ করুন।

- নিজের মতামত অন্যের উপর চাপিয়ে দেবেন না।
- বিষয়টি জানাবার জন্য প্রেরকের প্রশংসা করুন।
- সমস্যাটির কারণ ও সমাধান সম্পর্কে অন্যের মতামত জেনে নিন।
- যত তাড়াতাড়ি সম্ভব ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা দিন/ নিন।
- স্ব-বিরোধী ফিডব্যাক বা প্রতিবার্তা যেন না হয় সে দিকে খেয়াল রাখুন।

পাঠ-৬
যোগাযোগের বাঁধা/ প্রতিবন্ধকতা

যোগাযোগের বাঁধা বা প্রতিবন্ধকতা ঃ

যে সমস্ত কারণ সফল যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি করে, সেগুলোই হলো যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা বা বাঁধা।

যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় বক্তা কোন বক্তব্য বা বার্তা গ্রহীতার কাছে গ্রহণীয় করতে সচেষ্ট থাকেন। আমরা জানি যে, যথার্থ যোগাযোগ হলো সেই যোগাযোগ যেখানে শ্রোতা/ গ্রহীতা বক্তার সমস্ত বার্তা মুল অর্থসহ বুঝতে পারবেন। যেখানে বার্তা বা তথ্যের উপর শ্রোতার প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত হবে। কারণ প্রতিক্রিয়া বা প্রতিবার্তা সৃষ্টি যোগাযোগের অবিচ্ছেদ্য অংশ। তাই যে কোন কারণে বক্তা শ্রোতা/ গ্রহীতার মনে কোন প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি করতে না পারলে সফল যোগাযোগ সম্ভব নয়। কিন্তু অনেক ক্ষেত্রে দেখা যায় বক্তা নানাভাবে শ্রোতা/ গ্রহীতার উদ্দেশ্যে বার্তা পাঠান কিন্তু সকলেই তা সফলভাবে শ্রোতার কাছে গ্রহণীয় করতে পারেন না। এর কারণ নানা ধরণের বাঁধা বা প্রতিবন্ধকতা। এই প্রতিবন্ধকতাগুলো বার্তা, প্রেরক (বক্তা), প্রাপক (গ্রহীতা), মাধ্যম ও বার্তার গঠন ইত্যাদি প্রতিটি ক্ষেত্রেই হতে পারে। আর প্রতিটি ক্ষেত্রেই বাঁধার কারণ ভিন্ন ভিন্ন।

৩ দিক থেকে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগে বাঁধা হতে পারে-

সেবাদানকারী	সেবাগ্রহণকারী	পরিবেশগত
• বয়স • মহিলা/পুরুষ/লিঙ্গ • শিক্ষা • সংস্কৃতি • অর্থনৈতিক অবস্থা • ভাষা/ব্যবহৃত শব্দ • দৃষ্টিভঙ্গি/ মনোভাব • সময়জ্ঞান • সরবরাহ সামগ্রী বা • লজিষ্টিকস • নৈপুন্যের অভাব	• মানসিক অবস্থা (বিশ্বাস, চিন্তাধারা, মূল্যবোধ ইত্যাদি) • ইচ্ছার বিরুদ্ধে/ অনাগ্রহ • ভয়, লজ্জা • উগ্রতা • অনেক জানি বা সব জান্তার মনোভাব • বোধগম্যতা • অগ্রহণীয়তা/ দৃষ্টিকটু • অসচেতনতা	• গোলমাল বা অন্য শব্দের প্রভাব • সময় বা ঋতু • যোগাযোগের স্থান • কথার মাঝখানে বাধা/ অন্যের হস্তক্ষেপ • বাধা ধরা সময় • ভৌগলিক অবস্থান • তাড়াহুড়া করা • কাজে ব্যস্ততা • কর্মীর কর্মব্যস্ততা

	• অপছন্দনীয় • বিরক্তিকর	

একজন ভালো যোগাযোগকারীর জন্য যোগাযোগের বাঁধাসমূহ কিভাবে অতিক্রম করা যায় তা জানা খুবই প্রয়োজনীয়।

যোগাযোগের বাঁধাসমূহ কাটিয়ে উঠার কৌশল ঃ

বয়স ঃ

যাদের সাথে যোগাযোগ করা হচ্ছে তাদের বয়স যাই হোক না কেন তাদেরকে সঠিকভাবে সম্মান দেখাতে হবে। বয়স্ক ব্যক্তিদের আলোচনায় অন্তর্ভূক্ত করতে হবে।

পুরুষ/মহিলা ঃ

পারিপার্শ্বিকতা রক্ষণশীল হলে পরিবার পরিকল্পনা এবং এস.টি.ডি/এইডস এর মত স্পর্শকাতর বিষয়গুলো পুরুষের সঙ্গে পুরুষ এবং মহিলার সঙ্গে মহিলা আলোচনা করা ভাল।

শিক্ষা ঃ

সেবাগ্রহীতাদের চেয়ে সেবাদানকারী যদি বেশী শিক্ষিত হন তাহলে খেয়াল রাখতে হবে সেবাদানকারীর উচ্চশিক্ষা যেন যোগাযোগের কাজে বাঁধা সৃষ্টি না করে। সেবাদানকারী যদি বেশী লেখাপড়া জানেন সে কথা সেবা গ্রহীতাকে বুঝতে দেয়া ঠিক নয়। তাকে সহজ ও স্বাভাবিক বোধ করার পরিবেশ সৃষ্টি করতে হবে।

সংস্কৃতি ঃ

একটি ছোট সম্প্রদায়ের মধ্যে সাংস্কৃতিক মূল্যবোধের পার্থক্য থাকতে পারে। সেবাদানকারী মূল্যবোধ দিয়ে সেবাগ্রহীতাদের উপর প্রভাব খাটানো ঠিক নয়। একটি সাধারণ সমতা খুঁজে নিতে হবে। ধর্মীয় বিশ্বাসের বেলায়ও একই নিয়ম পালন করতে হবে। যদি একটি বাড়িতে লোকজন পর্দা মেনে চলেন তা স্বল্প সময়ের জন্য হলেও সেবাদানকারী মাথায় কাপড় তুলে ঘোমটা দিতে হবে।

অর্থনৈতিক অবস্থা ঃ

যদি গরীবই হোক না কেন সেবাগ্রহীতাকে সম্মান দেখাতে হবে। সৌখিন পোশাক না পরাই ভাল। দূরে না দাঁড়িয়ে বা আলাদা হয়ে বসে না থেকে বাড়ীর সদস্যদের সাথে বা দলের সদস্যদের সাথে বসে কথা বলতে হবে। যাদের সাথে কথা বলছেন, তাদের পরিবারের অর্থনৈতিক অবস্থার কথা বিবেচনা করে সঙ্গতিপূর্ণ উপদেশ দিতে হবে।

ভাষা/ব্যবহৃত শব্দ ঃ

সহজ ভাষায় অর্থাৎ সেবাগ্রহীতার ভাষায় কথা বলতে হবে। যদি সেবাদানকারী আঞ্চলিক ভাষায় কথা বলতে না পারেন, তবে সহজ বোধ্য ভাষায় কথা বলতে হবে। এক্ষেত্রে সম্ভব হলে স্থানীয় শিক্ষিত লোকজনের সহায়তা নেয়া যেতে পারে।

জ্ঞান ঃ

সেবাদানকারীর নিশ্চিত হতে হবে যে বিষয়টি সম্পর্কে তার হাল নাগাদ জ্ঞান রয়েছে। তবুও আলোচনার সময় যদি মনে হয় কোন বিষয় সম্পর্কে সঠিক জানা নেই তবে সেবা গ্রহীতাকে বলতে হবে যে পরবর্তী তারিখে সঠিক বিষয় বলতে পারবেন। কিন্তু পরে এই তথ্যটি দিতে হবে।

দৃষ্টিভঙ্গী/ মনোভাব ঃ

করুণা করা বা সবজান্তা ভাব দেখানো উচিত হবে না। কখনো গর্বিত বা উদ্ধত ভাব দেখানো বা সেবাগ্রহীতার প্রতি অবহেলা বা অবজ্ঞা করা ঠিক নয়। মনোযোগ দিয়ে সেবা গ্রহীতার কথা শুনতে হবে। তার সাথে বন্ধুত্বপূর্ণ এবং আন্তরিকতার সাথে কথা বলতে হবে। যদি সেবাগ্রহীতা নেতিবাচক হন তবে আস্তে আস্তে তার সাথে কথা বলে একটি সুসম্পর্ক তৈরী করতে হবে।

সরবরাহ সামগ্রী বা লজিষ্টিকস ঃ

সম্ভব হলে সেবা গ্রহীতার সুবিধা অনুযায়ী আলোচনার সময় বেছে নিতে হবে। মনে রাখতে হবে সফল যোগাযোগের জন্য সঠিক সময় বেছে নেয়া খুবই প্রয়োজন। সামগ্রীটি সেবা গ্রহীতার নিকট অপরিচিত হলে তা তাকে ভালভাবে বুঝিয়ে দিতে হবে।

যোগাযোগের বাঁধাসমূহ কাটিয়ে ওঠার সাধারণ উপায় ঃ

- জনগোষ্ঠিকে জানাতে হবে- তাদের কি চাহিদা আছে বলে তারা মনে করেন। কোন কোন ব্যাপারে তাঁদের আগ্রহ রয়েছে। সম্মান দেখানোর উপায় কি? বার্তা জনগোষ্ঠির কাছে কার্যকরভাবে পৌঁছে দেয়ার ক্ষেত্রে কি ধরনের প্রস্তুতি সহায়ক হবে ইত্যাদি বিষয় ভালোভাবে জানতে হবে।
- সঠিক বিষয়ে আলোচনা করতে হবে- যে সব বিষয়ে জনগোষ্ঠির আগ্রহ রয়েছে প্রথমে সে সব বিষয়ে তাদের সঙ্গে আলোচনা শুরু করতে হবে। তারপর প্রয়োজন হলে অন্য বিষয়ে আলোচনা করতে হবে। নিশ্চিত হতে হবে, যে সব বিষয়ে কথা বলা হচ্ছে তা তাদের জন্য উপযোগী কি না।
- বক্তব্য স্পষ্ট করতে হবে- নিশ্চিত হয়ে নিতে হবে যে, উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠি সহজেই কর্মীর ভাষা বুঝতে পারে এবং তেমন ভাবেই যোগাযোগ করা বা বক্তব্য রাখা হচ্ছে।
- সঠিক উদ্যোগটি বেছে নিতে হবে- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠি গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন স্তরে রয়েছে তা নির্ণয় করতে হবে। তারপরই প্ররোচণা, নির্দেশনা, তথ্য প্রদান ও আনন্দ দানের একটি উপযুক্ত উদ্যোগ গ্রহণ করতে হবে।

পাঠ -৭
আত্মবিশ্লেষণ, উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী, সেবাগ্রহীতা বিশ্লেষণ

আত্ম-বিশ্লেষণ ঃ

১। মানুষ বা অন্যান্য প্রাণীর স্বভাব/অভ্যাস পরিবর্তনের ক্ষমতা রয়েছে।

২। নিজ স্বভাব/অভ্যাস পরিবর্তনে পরিবারের অন্যান্য সদস্যদের শিক্ষা ও অভ্যাসের প্রভাব।

৩। অভ্যাস পরিবর্তনের পদ্ধতি-

- অপরকে যা বলবো তা নিজে করবো এবং যোগাযোগকারী (কমিউনিটি প্যারামেডিক) হিসেবে এর গুরুত্ব বুঝবো। অর্থাৎ কর্মক্ষেত্রে এর প্রয়োজনীয়তা উপলব্ধি করা।
- আত্ম-বিশ্লেষণ
  - আমি এখন কি করি?
  - কেন করি?
  - আমি যা করি তা আমার কর্ম জীবনের কথা ও কাজের সাথে কতটুকু সঙ্গতিপূর্ণ?
  - আমি কি আমার জীবনের বাকি সময়ে এই কাজগুলো এই ভাবেই করে যাব?
  - যদি স্বভাবে পরিবর্তন আনতে হয়, তবে কিভাবে পরিবর্তন আনা যাবে?

স্বাস্থ্য বার্তার উপর আত্ম-বিশ্লেষণ ঃ

কমিউনিটি প্যারামেডিক হিসেবে আপনি কিছু স্বাস্থ্য বার্তা আপনার সেবা গ্রহীতাদেরকে দিবেন। এই স্বাস্থ্য বার্তাগুলোর উপর আপনার নিজস্ব ধারণা কি এবং আপনি এগুলো পালন করেন কিনা তা আপনি নিম্নের উদাহরণ ও প্রশ্নগুলোর মাধ্যমে বিশ্লেষণ করে যাচাই করুন।

১। হোষ্টেলে যারা থাকছেন তাদের মধ্যে যাতে ঠান্ডা ও কফ ছড়িয়ে না পড়ে তার জন্য রোগী তার নাকের শ্লেষ্মা কাপড়ের টুকরা দিয়ে মুছে ফেলবেন এবং উক্ত কাপড়ের টুকরা সোডা বা সাবান পানিতে সিদ্ধ করে পরিস্কার করবেন। নাক পরিস্কার করার পর মাঝে মাঝে সাবান দিয়ে হাত পরিস্কার করবেন।

ক) আমি এখন কি করি?

খ) কেন করি?

গ) আমি যা করি তা আমার বাস্তব জীবনের সাথে কতটুকু মিল আছে?

ঘ) এমনিভাবে আমার জীবনের বাকি সময়ে কাজগুলো করে যাব কি?

ঙ) যদি স্বভাবে পরিবর্তন আনতে হয়, তবে কিভাবে পরিবর্তন আনা যাবে?

২। প্রতি বেলা খাবারের সময় তিন প্রকার খাদ্যের কিছু না কিছু খেতে হবে। যেমন-

শক্তিদায়ক খাবার	শরীর বর্ধক খাবার	রোগ প্রতিরোধক খাবার

• চাল • রুটি • নারিকেল	• মাংস • মাছ • ডিম • ডাল • দুধ • সীমের বীচি	• শাক-সব্জি • ফল

৩। এক বৎসরের সকল শিশুকে প্রয়োজনীয় সকল টিকা দিতে হবে।

৪। ডায়রিয়া থেকে রক্ষা পাওয়ার জন্য সকলকেই টিউবওয়েলের পানি বা ফুটানো পানি পান করতে হবে।

৫। একজন গর্ভবতী মহিলা প্রতিবেলা খাবারের সময় এক মুঠো খাবার বেশী খাবেন।

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী বিশ্লেষণ ঃ

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী কাকে বলে?

যে কোন উন্নয়ন কর্মসূচী যখন কোন বিশেষ জনগোষ্ঠীর উদ্দেশ্যে আয়োজিত হয়, তখন সেই জনগোষ্ঠীকে উক্ত কর্মসূচীর "উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী" বলে। উদাহরণ স্বরুপ বলা যায়, আমরা যখন কোন কর্মসূচীতে গর্ভবতী মায়েদের গুরুত্ব দেব তখন স্বভাবতই আমাদের সামনে বিশাল জনসংখ্যার ভিতর থেকে শুধুমাত্র গর্ভবতী মায়েদের চিত্র ফুটে উঠে। সুতরাং এই ক্ষেত্রে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী হলো গর্ভবতী মা।

বার্তা প্রদানের বিষয়টি বিবেচনায় রেখে উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীকে আবার ২ ভাগে ভাগ করা যায়। যেমন-

১। প্রাথমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী (Primary Audience)

২। মাধ্যমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী (Secondary Audience)

কোন বার্তা সরাসরি যাদের জন্য, তারা বার্তাটির প্রাথমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী, কিন্তু অন্য একটি জনগোষ্ঠীকে বার্তাটি জানানো প্রয়োজন তারা হল মাধ্যমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী। যেমন- গর্ভকালীন সময়ে স্বাভাবিকের চেয়ে বেশী খাবার খেতে হবে। এই বার্তার প্রাথমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী হলো গর্ভবতী মহিলা এবং মাধ্যমিক উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী হলো গর্ভবতীর শাশুড়ী। কারণ গর্ভবতীর বাড়তি খাবার খাওয়া গর্ভবতীর পাশাপাশি তা শাশুড়ীর উপরও অনেকাংশে নির্ভর করে।

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী বিশ্লেষণ কেন প্রয়োজন ঃ

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী বিশ্লেষণ যে কোন কর্মসূচীর জন্য অপরিহার্য। কারণ এই বিশ্লেষণ প্রয়োগের মাধ্যমে-

- কর্মসূচীর কার্যকারিতা বাড়ে
- কর্মসূচী ব্যয় সাশ্রয়ী হয়
- কর্মসূচীটি যাদের জন্য বিশেষভাবে প্রয়োজন শুধু তাদের মধ্যেই বাস্তবায়ন করা যায়;
- কর্মসূচীর ফলাফল সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া যায় এবং কর্মসূচীর প্রভাব মূল্যায়ন সহজ হয়।

উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী বিশ্লেষণ ঃ

- বয়স ভিত্তিক (শিশু, কিশোর, প্রাপ্তবয়স্ক, বৃদ্ধ ইত্যাদি)
- অবস্থান ভিত্তিক
- আর্থ-সামাজিক অবস্থান ভিত্তিক
- ঝুঁকিপূর্ণ গর্ভ ভিত্তিক
- স্বাস্থ্য সেবা চাহিদা ভিত্তিক
- শিক্ষা ভিত্তিক
- সমাজের অবহেলিত/সুবিধা বঞ্চিত জনগোষ্ঠী ভিত্তিক

সেবাগ্রহীতা বিশ্লেষণ ঃ

সহজ ভাষায় সেবাগ্রহীতা বিশ্লেষণ মানে হলো সেবাগ্রহীতাকে জানা ও বোঝা।

ক) যোগাযোগ প্রক্রিয়ার অন্যতম একটি উপাদান হচ্ছে প্রাপক বা গ্রাহক/শ্রোতা বা সেবা গ্রহীতা। আমরা জানি সেবা গ্রহীতার বা গ্রাহকের আচরণগত পরিবর্তন আনয়নের লক্ষ্যেই যোগাযোগ করা হয়। বার্তাকে সেবা গ্রহীতার কাছে গ্রহণ করানোর মাধ্যমেই সেবাগ্রহীতার আচরণগত পরিবর্তন আনা সম্ভব নতুবা নয়।

আমরা জানি প্রতিটি মানুষের মধ্যেই একটি ব্যক্তিত্ব গড়ে উঠে যা অন্যদের চেড়ে স্বতন্ত্র। একজনের সাথে আর একজনের ব্যক্তিত্বের মিল থাকলেও একরকম নয়। আর এই ব্যক্তির চিন্তা ভাবনা তখন এই ব্যক্তিত্বকে ঘিরেই আবর্তিত হয়। নিজের সম্পর্কে একটি ধারণা গড়ে ওঠে যা তার ব্যক্তিত্বেরই অংশ। যেমন- একজন মানুষের খুব ক্ষিধে পেয়েছে কিন্তু খাবার কিনবার মতো পয়সা নেই। কিন্তু সে খাবার চুরি করতে পারছে না। যেহেতু সে নিজেকে একজন সৎ মানুষ হিসেবে জানে ও ভাবে তাই তার সমস্ত কার্যকলাপ তার এই ভাবনা দ্বারাই নিয়ন্ত্রিত।

খ) যেহেতু প্রতিটি ব্যক্তিই আলাদা স্বত্তার অধিকারী। তার চিন্তাভাবনা সবকিছুই তার মতো। তাই তার কাছে কোন কিছু গ্রহণযোগ্য করে তোলার জন্য প্রয়োজন তাকে জানা, তার ব্যক্তিত্বের বৈশিষ্ট্যকে জানা, তার নিজের সম্পর্কে ধারণা পাওয়া ও চিন্তা ভাবনাকে জানা। তবেই আমরা তার কাছে কোন তথ্য, ধারণা বা বিশ্বাসকে গ্রহণযোগ্য করে উপস্থাপনের চেষ্টা করতে পারি। আমরা যদি জানি কোন এক ব্যক্তি মিষ্টি খেতে একদম পছন্দ করে না। তবে তাকে দাওয়াত করে মিষ্টি জাতীয় খাবার না দিয়ে তার পছন্দমতো ঝাল বা নোনতা যা তার পছন্দ তা পরিবেশন করলে সে তা সহজেই গ্রহণ করবে অনুরূপভাবে যোগাযোগকারীকেও তার সেবা গ্রহীতা সম্পর্কে বিস্তরিতভাবে জানতে হবে বার্তাকে গ্রহণযোগ্যভাবে উপস্থাপনের জন্য। এই জানাকে আমরা প্রধান দু'ভাগে ভাগ করতে পারি-

প্রথমত ঃ সেবা গ্রহীতার মনোজগত অর্ধাৎ চিন্তাধারা, আকাঙ্খা, স্বপ্ন, চাহিদা, ভাল লাগা, মন্দলাগা, তার নিজের সম্পর্কে ধারণা, বিশ্বাস-অবিশ্বাস, সংস্কার, কুসংস্কার প্রভৃতি।

দ্বিতীয়ত ঃ সেবা গ্রহীতার বহিঃজগত- যেমন তার আর্থ-সামাজিক অবস্থা, বয়স, লিঙ্গ, ধর্ম, শিক্ষা, পেশা, বৈবাহিক অবস্থা, সন্তান সংখ্যা, সামাজিক অবস্থান ও মর্যাদা প্রভৃতি।

যোগাযোগকারী সেবা গ্রহীতার সাথে যত ঘনিষ্ট ও সুসম্পর্ক গড়ে তুলতে পারবে সে তত ভাল বিশ্লেষণ করতে পারবে। আবার অন্যভাবে বলা যায় সেবা গ্রহীতা সম্পর্কে আমরা যত বেশী জানতে পারব সেবা গ্রহীতার সাথে

ততবেশী ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক গড়া সম্ভব। সেবা গ্রহীতা সম্পর্কে এই উভয় প্রকার ধারণা ও তথ্য থাকলে তবে যোগাযোগকারী উপযুক্ত বার্তা প্রদান করতে পারবে। এবং তার কাছে তা গ্রহণযোগ্য হয়ে উঠবে। যোগাযোগকারী যদি জানে সেবা গ্রহীতার ভাষা কেমন, সামাজিক ও অর্থনৈতিক অবস্থা কেমন, ধর্ম কি, তা যেমন সাহায্য করবে বার্তা নির্বাচন ও উপস্থাপনে, ঠিক তেমনিভাবে তার আকাঙ্খা, পছন্দ-অপছন্দ, বিশ্বাস, মূল্যবোধ ও সংস্কার জানা থাকলে তাও সাহায্য করবে সেবা গ্রহীতার নিকট বার্তাকে গ্রহণযোগ্য করে উপস্থাপনে জন্য।

গ) সেবা গ্রহীতা বিশ্লেষণের কাজটি তত সহজ নয়। বিশেষ করে তার মনোজগতের বিশ্লেষণ। তবে বহিঃজগত অর্থাৎ আর্থ-সামাজিক অবস্থান ও এ সর্ম্পকিত অন্যান্য তথ্য আমরা যেসব পদ্ধতির মাধ্যমে জানতে পারি তা হলো-

- প্রশ্ন করে (Interview)
- পর্যবেক্ষণ করে (Observation)
- আলোচনা করে (Discussion)

সেবা গ্রহীতার মনোজগতের বিশ্লেষণের পদ্ধতি বেশ জটিল। তবে কিছুটা সহজ ও বর্তমানে বহুল প্রচলিত ২টি পদ্ধতি হচ্ছে-

- আন্তরিক ও গভীর কথোপকথন (In-depth Interview)
- ফোকাস গ্রুপ আলোচনা (Focus group Discussion)

পাঠ-৮
যোগাযোগকারীর গুণাবলী ও যোগাযোগের দক্ষতা

স্বাস্থ্যকর্মী হিসেবে একজন কমিউনিটি প্যারামেডিককে সেবা গ্রহীতা ও জনগণের সাথে সবসময়ই যোগাযোগ করতে হয়। স্বাস্থ্য সম্পর্কিত বিভিন্ন তথ্য, ধারণা ও পরামর্শ প্রদান তার কাজের একটি বিশেষ অংশ। সেবা গ্রহীতাকে উদ্বুদ্ধকরণ তার আর একটি অন্যতম দায়িত্ব। এগুলো কাজের জন্যই তাকে সেবা গ্রহীতার সাথে যোগাযোগ করতে হচ্ছে। কিন্তু এই দায়িত্ব পালনের জন্য তার প্রয়োজনীয় জ্ঞান, দক্ষতা তথা কিছু যোগ্যতা অর্জন করা দরকার। এই যোগ্যতা অর্জনের জন্য তাকে একদিকে যেমন যোগাযোগ প্রক্রিয়া ও এর ব্যবহার সম্পর্কে বিভিন্ন জ্ঞান ও তথ্য জানতে হবে অন্যদিকে প্রয়োজনীয় দক্ষতা ও তার মধ্যে কিছু বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গী গড়ে তুলতে হবে যা যোগাযোগকারী হিসেবে তার দায়িত্ব পালনে সহায়ক হবে। যেমন- একজন যোগযোগকারীকে জানতে হবে কিভাবে, কোন পদ্ধতিতে যোগাযোগ করলে তথ্য বা বার্তাটি শ্রোতার কাছে বোধগম্য এবং গ্রহণযোগ্য হবে। সেই সাথে একজন

যোগাযোগকারীর দৃষ্টিভঙ্গী আর একজন অন্য পেশাজীবির দৃষ্টিভঙ্গী এক রকম হলে চলবে না। তাকে বন্ধুত্বপূর্ণ, সহানুভুতিশীল আচরণ করতে হবে। সর্বোপরি যোগযোগের কাজটি সুষ্ঠুভাবে করার জন্য প্রয়োজন কিছু যোগাযোগ দক্ষতা। যেমন- আলোচনা শুরু করার দক্ষতা, প্রশ্ন করার দক্ষতা, শোনার দক্ষতা, ব্যাখ্যা প্রদানের দক্ষতা ও আলোচনা সমাপ্তি টানার দক্ষতা।

এইসব যোগ্যতা অর্জনের মাধ্যমেই তিনি একজন ভাল যোগাযোগকারীর গুণাবলী অর্জন করতে পারবেন। নীচে গুণাবলীসমূহকে তিনটি ভাগে ভাগ করে দেখানো হলো। তবে মনে রাখতে হবে একটি অন্যটির সাথে ওতপ্রোতভাবে জড়িত।

যোগাযোগকারীর গুণাবলী ঃ

ক) জ্ঞানমূলক (Knowledge-related)

খ) মনোভাবমূলক (Attitude-related)

গ) দক্ষতামূলক (Skill-related)

ক) জ্ঞানমূলক (Knowledge-related) ঃ যোগাযোগের বিভিন্ন দিক সম্পর্কিত জ্ঞানকেই জ্ঞানমূলক গুণাবলী বলা হয়। যেমনঃ-

- যোগাযোগ প্রক্রিয়া সম্পর্কিত জ্ঞান
- বার্তা প্রণয়নের নিয়মাবলী সম্পর্কে জ্ঞান
- মাধ্যম ও উপকরণ নির্বাচন ও ব্যবহার সম্পর্কে জ্ঞান
- জনগণকে উদ্বুদ্ধ করার কলা-কৌশল সম্পর্কে জ্ঞান
- কর্ম এলাকার পরিবেশ সম্পর্কিত তথ্যাবলী ও জ্ঞান
- এলাকার আর্থ-সামাজিক অবস্থান সম্পর্কিত ধারণা

খ) মনোভাবমূলক (Attitude-related) ঃ যে সব মানবিক গুণাবলী যোগাযোগকারীর মানসিক দৃষ্টিভঙ্গীর সাথে জড়িত। যেমনঃ-

- বন্ধুত্ব পরায়নতা
- দায়িত্ব সচেতনতা
- সামাজিক মূল্যবোধের প্রতি শ্রদ্ধাশীল
- নির্দিষ্ট জনের কাছ থেকে আস্থা অর্জনের চেষ্টা
- সহানুভূতিশীলতা
- সকল মানুষের যোগ্যতার প্রতি শ্রদ্ধাশীলতা

গ) দক্ষতামূলক (Skill-related) ঃ যোগাযোগকারীর যে সব গুণ সক্রিয় কাজের মাধ্যমে প্রকাশ পায়। যেমনঃ-

- কথা বলার দক্ষতা
- যোগাযোগ উপকরণ ব্যবহার করার দক্ষতা

- সভা পরিচালনা করার দক্ষতা
- শ্রবণ দক্ষতা
- প্রশ্ন করার দক্ষতা
- ব্যাখ্যা প্রদানের দক্ষতা
- পর্যবেক্ষণের দক্ষতা
- সিদ্ধান্ত নেয়া বা দেয়ার দক্ষতা
- সূচনা ও সমাপ্তি টানার দক্ষতা

যোগাযোগের বিভিন্ন দক্ষতা ঃ

সফল যোগাযোগের জন্য একজন যোগাযোগকারীকে যে সকল দক্ষতা ব্যবহার করতে হয় তা যোগাযোগকারীর প্রয়োজনীয় দক্ষতা। এর মাধ্যমে কমিউনিটি প্যারামেডিকগণ সাফল্যজনকভাবে সেবা গ্রহীতাদের সঙ্গে বা সহকর্মীদের সঙ্গে বা সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের সঙ্গে যোগাযোগ করতে পারে। এগুলিই কমিউনিটি প্যারামেডিকদের যোগাযোগকারী হিসেবে দক্ষতা। যোগাযোগকারীর প্রয়োজনীয় দক্ষতাসমূহ অর্জন যোগাযোগকারীর অন্যতম গুণ।

যোগাযোগকারীর প্রয়োজনীয় প্রধান প্রধান দক্ষতা হচ্ছে-

- পর্যবেক্ষণের দক্ষতা
- বিষয়ের/বিষয়বস্তুর ভূমিকা প্রদানের দক্ষতা
- প্রশ্ন করার দক্ষতা
- শ্রবণের দক্ষতা
- ব্যাখ্যা প্রদানের দক্ষতা
- সমাপ্তি টানার দক্ষতা

এছাড়া দক্ষতার তালিকায় আরো কিছু সংযোজন করা যায়- কিন্তু কমিউনিটি প্যারামেডিকদের যোগাযোগ কাজের জন্য উপরোক্ত দক্ষতা সমূহ বিশেষ ভাবে উল্লেখযোগ্য এবং কার্যকরী।

উল্লেখ্য যে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ অর্থাৎ একজনের সাথে একজনের মুখোমুখী যোগাযোগ- (যেমনঃ কমিউনিটি প্যারামেডিক যখন কোন সেবা গ্রহীতাকে একান্তভাবে পরামর্শ দেন) অথবা একজন কর্মী কয়েকজনের সাথে যোগাযোগ করেন (যেমনঃ কমিউনিটি প্যারামেডিক যখন দলীয় স্বাস্থ্য শিক্ষা দেন) তখন তাকে যোগাযোগের কয়েকটি দক্ষতার প্রয়োগ অবশ্যই করতে হয়। অতএব এ সম্পর্কে যথাযথ ধারণা লাভ এবং তার উপর দক্ষতা অর্জন করার চেষ্টা একজন কমিউনিটি প্যারামেডিক এর যোগাযোগকারীর ভূমিকা পালনকে অধিক কার্যকর ও সফল করে তুলতে পারবে। যোগাযোগের সেই তিনটি দক্ষতা হলোঃ **"পর্যবেক্ষণ, প্রশ্ন ও শ্রবণ দক্ষতা"**।

পর্যবেক্ষণ এর দক্ষতা ঃ

যখন যোগাযোগকারী তার উদ্দেশ্যের সাথে সম্পর্কিত করে প্রত্যক্ষভাবে কোন কাজ দেখেন তখন তাকে "পর্যবেক্ষণ দক্ষতা" বলে। সেই দেখা থেকে তার কাজের পরবর্তী পদক্ষেপ শুরু হয়। সেই দেখা থেকে তিনি অনেক কিছু

জানতে চেষ্টা করেন এবং তা পরবর্তী আলোচনায় কাজে লাগান। কার্যকর যোগাযোগের জন্য পর্যবেক্ষণ দক্ষতা বিশেষ ভূমিকা রাখে।

প্রশ্ন করার দক্ষতা ঃ

- যোগাযোগের কাজটিকে কার্যকর করার ক্ষেত্রে 'প্রশ্ন করার' দক্ষতাটি বিশেষ ভূমিকা পালন করে। যোগাযোগকারী এ সম্পর্কে জ্ঞান লাভ ও চর্চার মাধ্যমে এই দক্ষতাটি অর্জন করতে পারেন।
- এ সম্পর্কে তাকে যা জানতে এবং চর্চা করতে হবে তা হলো-
    - 'প্রশ্ন করা' (Questioning) এর উপাদান কি কিঃ
    - বিভিন্ন প্রকার প্রশ্ন ও তার বৈশিষ্ট্যসমূহ
    - উদ্দেশ্য অনুসারে যথাযথ প্রশ্ন নির্বাচন ও ব্যবহার করার দক্ষতা।
- প্রশ্ন করার ক্ষেত্রে আরো যে বিষয়টি বিশেষ বিবেচনায় নিতে হবে তা হলো প্রশ্নগুলোর মধ্যে সামঞ্জস্যতা ও ধারাবাহিকতা বজায় রাখা। যার ফলে প্রশ্নগুলোর মধ্যে একটি ধারাবাহিকতা লক্ষ্য করা যাবে।

প্রশ্নের উপাদান কি কি?

প্রতিটি প্রশ্নের তিনটি উপাদান বা অংশ থাকা দরকার এগুলো হচ্ছে-

১) প্রশ্নটি যুক্তি নির্ভর কিনা, সত্য নির্ভর কিনা, বাস্তব কিনা, সেবা গ্রহীতার আগ্রহ সৃষ্টিকারী কিনা। তাতে ফিডব্যাক পাওয়ার সম্ভাবনা থাকে।

২) প্রশ্নের মূল অংশ অর্থাৎ (Statement) যার মাধ্যমে উদ্দেশ্যটি উপস্থাপিত হয় এক্ষেত্রে যা দেখতে হবে-

ক) প্রথমত- প্রশ্নটিতে শব্দের ব্যবহার শ্রোতা উপযোগী কিনা।

খ) দ্বিতীয়ত- প্রশ্নটির গঠন কেমন। প্রশ্নের গঠনের ক্ষেত্রে প্রতিটি প্রশ্নের মধ্যেই সম্ভাব্য উত্তরটি নিহিত থাকে এবং প্রশ্নের গঠনটি উত্তরকে প্রভাবিত করে। যেমন প্রশ্নটি যদি বর্ণনাধর্মী হয় তবে উত্তরটিও তাই হবে। আবার প্রশ্নটি উত্তরটিকে বেধে দিতে পারে। যেমন তুমি কি বিবাহিত? তোমার ছেলেমেয়ে কয়টি? উভয় প্রশ্নের উত্তরটি প্রশ্নের মধ্যেই পাওয়া যায়।

গ) তৃতীয়তঃ প্রশ্নটির প্রকাশ ভঙ্গি (expression) অর্থাৎ প্রশ্নটি কিভাবে করা হলো। প্রকাশের ক্ষেত্রে অনেকগুলো বিষয় বিবেচনায় আনতে হবে। প্রধান ২টি দিক হলো- গতি ও প্রশ্নকারীর দৃষ্টিভঙ্গী (Flow and attitude)।

- গতি (Flow) বলতে এখানে বুঝানো হচ্ছে কতবার (rate), কতক্ষণ পরপর (frequency) এবং কোন ধারাবাহিকতায় প্রশ্নটি করা হলো (sequence)।
  অভিজ্ঞতায় দেখা গেছে যে কেউই একাধারে অনেক প্রশ্নের সম্মুখীন হতে চান না। বিশেষভাবে দ্রুতগতিতে যদি প্রশ্ন করা হয় তাতে যে কেউ অস্বস্তিবোধ করেন।

- মনোভাব এর (attitude) বেলায় বলা যায় প্রশ্নকারী নিজেকেই প্রশ্ন করতে পারেন যে আমি প্রশ্নটি কেন করছি? কি আশা করছি? এবং এর দৃষ্টিভঙ্গীটি তৈরী করে নিতে হবে।

৩) প্রশ্নের তৃতীয় উপাদানটি হলো উত্তর (Answer)। প্রশ্নের উত্তরটি কি সে সম্পর্কে ভাল ধারণা প্রশ্নটি বুঝতে ও প্রশ্নটি প্রণয়নে সাহায্য করে। উত্তরটি পরিষ্কার থাকলে এবং তা গঠিত প্রশ্নের মধ্যে প্রকাশ হলে পরবর্তীতে প্রাপ্ত উত্তরের সাথে তা সহজেই মিলিয়ে নেয়া যায়।

সাধারণভাবে আমরা যেভাবে প্রশ্ন করে থাকি তাতে সেবা গ্রহীতাগণ ধরাবাধা উত্তর দিয়ে থাকে "হ্যাঁ-না" এক্ষেত্রে সেবা গ্রহীতাদের চিন্তাশক্তিকে কাজে লাগানোর সুযোগ থাকে না।

অতএব, প্রশ্ন করার আগে লক্ষ্য রাখতে হবে যে,

- বিষয় সম্বন্ধে প্রশ্নকারীর যথেষ্ট দখল আছে।
- সেবাগ্রহীতা ঐ বিষয়ের সঙ্গে কতখানি সম্পর্কযুক্ত।
- প্রথমে সহজ প্রশ্ন করে পরিবেশ ঠিক করে নিয়ে পরে মতামত সংক্রান্ত প্রশ্ন করা।
- প্রশ্ন করার সময় সেবাগ্রহীতাকে যথেষ্ট সময় দিতে হবে যাতে তিনি/তারা সঠিক উত্তর খুজে পান বা দিতে পারেন।

প্রশ্ন করার ক্ষেত্রে দু'টো দিকে বিশেষ গুরুত্ব দিতে হবেঃ

- আমি কেন প্রশ্নটি করছি?
- উত্তরটির মাধ্যমে কি তা অর্জন হয়েছে?

প্রশ্নের শ্রেণীকরণ ঃ

- **বদ্ধ প্রশ্ন ঃ** (Close-ended question)- যেমনঃ আপনি কি এই পুকুরের পানি খানঃ আপনার কি একটি ছেলে?
- **খোলা প্রশ্ন ঃ** (Open-ended question)- যেমনঃ যে পুকুরে সব রকম কাজ করা হয় সেখানকার পানি খেলে কি হয় আপনি কি জানেন? জন্মনিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি সম্পর্কে আপনি কি জানেন?
- **অনুসন্ধানী প্রশ্ন ঃ** (Probing question)- যেমনঃ কেন আপনি মনে করছেন যে সকলের এক সঙ্গে চুলকানীর চিকিৎসা করা খুবই অসুবিধা? কেন আপনি মনে করছেন যে, খাবার বড়ি ব্যবহার অসুবিধাজনক?
- **অগ্রবর্তী প্রশ্ন ঃ** (Leading questions)- যেমনঃ আপনি কি এই পদ্ধতিটি পছন্দ করেন না।

শ্রবণ দক্ষতা

প্রশ্ন করার সঙ্গে ওতপ্রোতভাবে জড়িত শ্রবণ দক্ষতা- কারণ সক্রিয়ভাবে প্রশ্নের সঙ্গে উত্তরের সম্পর্ক এবং উত্তর ভালভাবে না শুনলে সে সম্বন্ধে সঠিক পরবর্তী পদক্ষেপ নেয়া যায় না বা পরবর্তী প্রশ্নও করা যায় না।

শ্রবণ দক্ষতাটি যোগাযোগের ভিত্তি স্বরূপ। চর্চার মাধ্যমে এই দক্ষতাটি অর্জন করা যায় ঃ

- অনেকেই আমরা শোনার (Hearing) সাথে শ্রবণকে (Listening) মিলিয়ে ফেলি। মনে করি যে, শ্রবণ বুঝি স্বতঃস্ফুর্তভাবেই ঘটে থাকে। অপরের কথা শোনার জন্য কোন রকম প্রচেষ্টা নেবার দরকার নেই। কিন্তু ধারণাটি ভুল। কেবলমাত্র শব্দের তরঙ্গ ও তার ঝংকার শ্রবণ (Listening) না। আমরা যদি সেই শব্দের তরঙ্গ বা ঝংকারের অর্থকে উপলব্ধি করতে না পারি তবে তা শ্রবণ হবে না।

প্রথমেই প্রশ্ন আসতে পারে আমরা কেন শ্রবণ করি?

- তথ্য সংগ্রহের জন্য
- অপরের অনুভূতির সাথে একাত্মতা প্রকাশের জন্য
- মূল্যায়ন করার জন্য
- স্বীকৃতি বা প্রশংসা পাবার জন্য
- ইতিবাচক পরিবর্তন বা বিকাশের জন্য

ভাল শ্রোতা হবার জন্য যা যা করণীয়-

- শ্রবণের মনোভাব থাকতে হবে
- বার্তা গ্রহণ করার মনোভাব থাকতে হবে
- বার্তার প্রতি মনোযোগ দিতে হবে
- বার্তাকে সুসংবদ্ধ ও বিশ্লেষণ করার দক্ষতা তৈরী করতে হবে
- নীরবতা পালন করতে হবে
- একমতে উপনীত হবার ইচ্ছে থাকতে হবে
- ধৈর্য্যশীল হতে হবে
- মানসিক ও পারিপার্শ্বিক বাধাসমূহকে দূর করতে হবে
- কার্যকর ফিডব্যাক প্রদানের দক্ষতা ও কৌশল ব্যবহার করে বার্তা প্রদানকারীকে বুঝতে দিতে হবে যে বার্তাটি বোধগম্য হয়েছে।

বার্তা প্রেরণকারী হিসেবে অন্যের শ্রবণ (Listening) ক্ষমতাকে উৎসাহিত করার জন্য আপনি যা যা করতে পারেন তা হচ্ছে-

- বর্ণনামূলক বার্তা প্রদান
- সমস্যা বা চাহিদা নির্ভর বার্তা প্রদান
- স্বতঃস্ফূর্তভাবে বার্তা প্রদান
- সহানুভূতিপূর্ণ বার্তা প্রদান।

ব্যাখ্যা প্রদানের দক্ষতা ঃ

যোগাযোগের অপর একটি দক্ষতা হলো ব্যাখ্যা প্রদানের দক্ষতা। যদিও এই বিষয়টির উপর এখন পর্যন্ত যথাযথ গুরুত্ব প্রদান এবং গবেষণা তেমন হয়নি। এর কারণ হিসেবে প্রধানতঃ ২টি বিষয় চিহ্নিত করা হয়।

প্রথমতঃ ধরে নেয়া হয় যে ব্যাখ্যা প্রদানের কাজটি স্বতস্ফুর্ত বা যথাযথভাবে করা হয়। অর্থাৎ take for granted।

দ্বিতীয়তঃ অধিকাংশ পেশাজীবি দল ব্যাখ্যা প্রদান আর নির্দেশনাকে একত্র করে দেখেন। ফলে ব্যাখ্যা প্রদানের কাজটি উপেক্ষিত থেকে যায় অনেক ক্ষেত্রেই।

- যারাই যোগাযোগের কাজটি প্রতিনিয়ত করে থাকেন তাদের এই দক্ষতাটি অর্জন করতে হবে এবং তার যথাযথ ব্যবহারকে নিশ্চিত করতে হবে। তার জন্য প্রথমেই যা বলতে হবে তা হলো কি করে ব্যাখ্যা প্রদান করতে হয় তা জানা এবং কখন ব্যাখ্যা প্রদান করতে হবে তা জানা।
- ব্যাখ্যার মূল উদ্দেশ্য হলো অন্যের কাছে বিষয়টিকে বোধগম্য করে তোলা। তা করতে হলে ব্যাখ্যাকারীকে ব্যাখ্যা গ্রহণকারীর সমস্যা জানতে হবে। এবং সমস্যার আলোকেই তার ধারণাকে সহজ ও পরিষ্কার করতে হবে। তার জন্য ব্যাখ্যাকারীকে ব্যাখ্যা গ্রহণকারীর স্থানে নিজেকে স্থাপন করতে হবে এবং তার দৃষ্টিকোণ থেকে সমস্যাকে দেখতে হবে।

ব্যাখ্যার প্রকারভেদ ঃ ব্যাখ্যার তিনটি প্রকারভেদ চিহ্নিত করা হয়-

১) ব্যাখ্যামূলক

২) বর্ণনামূলক

৩) কারণ নির্দেশমূলক

সংক্ষেপে বলা যায় কি, কিভাবে এবং কেন?

ভূমিকা প্রদান দক্ষতা ঃ

প্রথম আলাপ বা যোগাযোগ যে কোন সম্পর্কের ক্ষেত্রেই অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। যোগাযোগকারীর গ্রহণযোগ্যতা বহুলাংশে নির্ভর করে প্রথম পরিচয় এবং আলোচনার সমাপ্তি টানার দক্ষতার উপর। কারো হৃদয়ে বা মনে দাগ কাটার উপযুক্ত সময় এই দুটি পর্যায়ের উপর। এর উপরই নির্ভর করে ভবিষ্যৎ সম্পর্ক এবং সহযোগিতার বিষয়টি। তবুও এই পর্যায় দুটি বিশেষভাবে উপেক্ষিত যোগাযোগকারীদের কাছে। অনেকে ভাবেন এটা সময়ের অপচয়। কিন্তু তারা হয়ত ভাবেন না যে এই দুটি পর্যায়ে ব্যয় করা সময়ের বিনিময়ে ভবিষ্যতে আপনি অনেক বেশী কার্যকর ফল পেতে পারেন। অনেকেই ভাবেন এটা সচেতনভাবে করার দরকার নেই। স্বতঃস্ফুর্তভাবেই ঘটে এবং সেভাবেই চলতে দেয়া উচিত। অনেকে আবার পরিচয় ও আলোচনার সমাপ্তি টানাকে খুব সাধারণ ব্যাপার/বিষয় মনে করেন। কিন্তু আসলে তা নয়। এই দুটি পর্যায় সহজ নয়। সাধারণও নয়। এর জন্য প্রয়োজন প্রস্তুতি গ্রহণ, দক্ষতা অর্জন এবং যথাযথ চর্চার মাধ্যমেই কেবল তা অর্জন করা সম্ভব।

ভূমিকা বা সূচনা পর্ব ঃ এটিকে পরিচয় পর্বও বলা যায়। এই পর্যায়ে আমরা সম্ভাষণ করি, পরিচিত হই, পরস্পর পরস্পরের নৈকট্য লাভের চেষ্টা করি, বিশ্বাসযোগ্যতা অর্জনের চেষ্টা করি। তবে এটা আবার নির্ভর করে সময় ও পরিবেশের উপর। যেমন- কার সাথে বা কি ধরণের যোগাযোগ তার উপর। এছাড়াও রয়েছে ব্যক্তি ও তার সামাজিক মর্যাদা, ব্যক্তিত্ব, লিঙ্গ এবং কতটুকু পরিচিতি রয়েছে তার উপর।

ভূমিকা প্রদানের কাজটির বিভিন্ন পর্যায় ঃ

ক) সামাজিক সম্ভাষণ ও মনোযোগ আকর্ষণ ঃ এক্ষেত্রে প্রথমেই গ্রহণকারীর মনোযোগ লাভ করতে হবে। এর জন্য পছন্দ ও শ্রদ্ধার বিষয়টি গুরুত্বপূর্ণ। যোগাযোগকারীকে গ্রহীতার কাছে পছন্দনীয় করে উপস্থিত হতে হবে এবং সেই সঙ্গে শ্রদ্ধা অর্জনের উপযোগী আচরণেরও প্রকাশ থাকতে হবে। এই পর্যায়ে Eye contact, touch, handshake প্রভৃতি কার্যকরভাবে ব্যবহার করতে হবে।

খ) দ্বিতীয় ধাপে সম্পর্ক স্থাপন ঃ এই পর্যায়ের প্রধান লক্ষ্য পরস্পর পরস্পরের কাছে সহজ ও গ্রহণযোগ্য হওয়া। এটি এমন বিষয় হওয়া উচিত যা শ্রোতার কাছে আকর্ষণীয় বা গ্রহণযোগ্য হবে। যেমন- ছেলেমেয়েদের লেখাপড়া, বর্তমান সময়ের কোন ঘটনা, দেশের পরিস্থিতি প্রভৃতি নিয়ে আলোচনা আরম্ভ করা।

গ) তৃতীয় পর্যায়ে বার্তা গ্রহণ উপযোগী পরিবেশ তৈরী করা ঃ যেমন- বসার জায়গাটি কতটুকু আরামদায়ক তা লক্ষ্য করা। স্বাগত জানানো। আন্তরিক আচরণ ও শব্দের ব্যবহার সব মিলিয়ে আন্তরিক ও সৌহার্দ্যপূর্ণ পরিবেশ তৈরী করা।

সমাপ্তি টানার দক্ষতা ঃ

এই দক্ষতাটি বহুলাংশে ভূমিকা প্রদানেরই সম্পুরক। তবে পার্থক্য হলো, ভূমিকা প্রদানের কাজটি কিছুটা প্রস্তুতি নিয়ে করা হয় এবং ভালভাবে করার চেষ্টা থাকে। অপরদিকে সমাপ্তি টানার ব্যাপারে তেমন কোন পরিকল্পনা থাকে না। অন্যদিকে ভূমিকা সম্পর্ককে তৈরীর লক্ষ্যে দেখা হয় কিন্তু সমাপ্তি টানা অনেকটা সম্পর্ক শেখ করা বোঝায়।

- সমাপ্তি টানার বিষয়টি আবার অনেক বিষয়ের উপর নির্ভর করে। যেমনঃ অংশগ্রহণকারীর সংখ্যা, স্থান, সময়, অংশগ্রহণকারীর ব্যক্তিগত বৈশিষ্ট্য, ব্যক্তিত্ব, বুদ্ধিমত্তা, অভিজ্ঞতা এবং সামাজিক ও অর্থনৈতিক অবস্থান।

সমাপ্তি টানার কার্যাবলী ঃ

- আলোচনা বা সাক্ষাৎকার সম্পর্কে অংশগ্রহণকারীর মনোভাব জানা।
- যোগাযোগকারী সম্পর্কে তার সার্বিক মনোভাব জানা।
- কতটুকু উপকৃত হয়েছে বা বুঝেছে তা জেনে নেওয়া ও সার-সংক্ষেপ করা। প্রশ্ন আছে কিনা তা জেনে নেয়া।
- যোগাযোগকারীর মতামত অংশগ্রহণকারীকে জানতে দেয়া। যেমন- আলোচনায় আমি খুব তৃপ্ত বা উপকৃত।
- পরবর্তীতে বিষয় বর্হিভূত আলোচনা করা। যেমন- বাপের বাড়ী বেড়াতে যাবেন কবে? ছেলে মেয়ের স্কুল কবে ছুটি হবে?
- এরপর অংশগ্রহণকারীকে ধন্যবাদ জানানো ও কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করা অংশগ্রহণের জন্য।
- সবশেষে পুনরায় তার সাথে কবে ও কখন যোগাযোগ করা হবে সে সম্পর্কে অবগত করা।
- বিদায় সম্ভাষণ জানানো।

প্রশ্ন করা ও শ্রবণ অনুশীলনের পর্যবেক্ষণ ছক

ক্রমিক নং	প্রশ্ন ও শ্রবণের বিষয় সমূহ	হ্যাঁ	না
১।	প্রশ্ন করার আগে সেবা গ্রহীতার সঙ্গে সম্পর্ক স্থাপন বা পরিবেশ তৈরী করেছেন কি?		
২।	প্রশ্নগুলো সেবা গ্রহীতার ভাষা অনুযায়ী ছিলো কি?		
৩।	প্রশ্নগুলো যুক্তি নির্ভর বা বাস্তব ছিলো কি?		
৪।	প্রশ্নগুলো উদ্দেশ্য উপযোগী ছিলো কি?		
৫।	প্রশ্নগুলো মতামত গ্রহণে সহায়ক ছিলে কি?		
৬।	যোগাযোগকারীর বার্তা গ্রহণ করার মনোভাব ছিলো কি?		
৭।	তিনি ধৈর্য্যশীল ছিলেন কি?		
৮।	সময়োপযোগী নীরবতা পালন করেছেন কি?		
৯।	কার্যকর ফিডব্যাক দিয়েছেন কি?		

পাঠ-৯

যোগাযোগের মাধ্যমে জনগণকে উৎসাহিত করা, প্রশ্ন করতে সাহায্য করা এবং ফিডব্যাক গ্রহণ

১। জনগণকে প্রশ্ন করতে এবং ফিডব্যাক দিতে সাহায্য করা ও তার প্রয়োজনীয়তা ঃ

কমিউনিটি প্যারামেডিক এর কর্ম এলাকায় জনগণকে স্বাস্থ্য সেবা দিতে হলে কমিউনিটি প্যারামেডিককে জনগণের সংগে যোগাযোগ করতে হয়। এই যোগাযোগের মাধ্যমে কমিউনিটি প্যারামেডিককে জনগণের স্বাস্থ্য সমস্যা চিহ্নিত করতে হলে তার প্রস্তাবনার প্রেক্ষিতে জনগণ যদি তাদের মনের দ্বিধা, দ্বন্দ্ব, জিজ্ঞাসা, সমস্যা সমাধানের প্রকার, সুবিধা-অসুবিধা প্রভৃতি সম্বন্ধে তাকে প্রশ্ন না করেন তাহলে তার পক্ষে সেবা গ্রহীতাকে সঠিকভাবে স্বাস্থ্য সেবা দিয়ে সাহায্য করা সম্ভব হবে না। তাই জনগণকে প্রশ্ন করার জন্য উৎসাহিত করতে হবে। তাছাড়া তার কথা তারা বুঝতে পেরেছেন কিনা বা সেই অনুযায়ী কাজ করার ব্যাপারে কোন অসুবিধা আছে কিনা সে ব্যাপারে জনগণের ফিডব্যাক একান্ত আবশ্যক।

২। কোন ধরণের প্রশ্ন-পাল্টা প্রশ্ন ও ফিডব্যাক দিতে সাহায্য করে?

কমিউনিটি প্যারামেডিক এর প্রশ্ন এরকম হলে জনগণ অবশ্যই আরো প্রশ্ন করতে বা উত্তর দিতে উৎসাহিত হবেঃ-

- আপনার কোলের বাচ্চার স্বাস্থ্য ভাল রাখার জন্য আপনি কি জানতে চান বলুন?
- বাড়ীর এক কোনে গর্ত করে ময়লা আবর্জনা ফেলার কথা বলেছিলাম এতে আপনার মতামত কি? আপনি কোথায় ময়লা ফেলেন?
- খাবার বড়ি সম্পর্কে আপনি আর কি কি জানতে চান বলুন।
- আপনার বাচ্চার দ্বিতীয় ডোজ টিকা নেবার তারিখটা কবে? সেদিন আপনি কিভাবে পরিবার কল্যাণ কেন্দ্রে যাবেন?
- গর্ভবতী মায়ের যে সব বিষয়ে যত্ন না নিলে বিশেষ অসুবিধা হতে পারে তা নিশ্চয় আপনি জানেন। দয়া করে বলবেন কি?

৩। জনগণকে প্রশ্ন করার ও ফিডব্যাক দেয়ার জন্য উৎসাহিত করতে হলে যে সব বিষয় লক্ষ্য রাখা দরকারঃ

- বিষয়ের সঙ্গে সেবা গ্রহীতার ভালমন্দের সম্পর্ক কতখানি?
- সেবা গ্রহীতা যাতে কর্মীপ কথা ভালোভাবে বুঝতে পারে।
- সেবা গ্রহীতাকে কথা বলতে উৎসাহিত করা।

  সেবা গ্রহীতার মন্তব্য যে মূল্যবান এবং পরবর্তী সিদ্ধান্ত নিতে খুবই প্রয়োজন অন্যথায় ভুল ব্যবস্থা নেয়া হতে পারে যা সেবা গ্রহীতার জন্য অসুবিধা সৃষ্টি করতে পারে সেটা উল্লেখ করা।
- সেবা গ্রহীতা নিজে তার অবস্থা যতটা জানে কর্মী ততটা জানেন না, সেটা স্বীকার করে সেবা গ্রহীতাকে সাহায্য করার মনোভাব প্রকাশ করা।
- কর্মীর কাজের পরিধি জানানো।

- সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন করা।

প্রশ্ন করা ও ফিডব্যাক নেয়ার জন্য উৎসাহিত করার পর্যবেক্ষণ ছক

ক্রমিক নং	প্রশ্ন ও শ্রবণের বিষয় সমূহ	হ্যাঁ	না
১।	বর্তমান অবস্থার সংগে সেবা গ্রহীতার ভালমন্দের সম্পর্ক বিবেচনা করে প্রশ্ন করেছেন কি?		
২।	সেবা গ্রহীতা যাতে কর্মীর কথা ভালভাবে বুঝতে পারে সেভাবে কথা বলেছেন কি?		
৩।	সেবা গ্রহীতাকে কথা বলতে উৎসাহিত করেছেন কি?		
৪।	সেবা গ্রহীতার মন্তব্য যে মূল্যবান সেটা তাকে বুঝতে সাহায্য করেছেন কি?		
৫।	সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন করেছেন কি?		
৬।	সেবা গ্রহীতাকে সাহায্য করার মনোভাব দেখিয়েছেন কি?		
৭।	কর্মীর কাজের পরিধি সেবা গ্রহীতাকে জানিয়েছেন কি?		

পাঠ-১০
উদ্বুদ্ধকরণ

উদ্বুদ্ধকরণ (Motivation) ঃ

"উদ্বুদ্ধকরণ" যোগাযোগ প্রক্রিয়ার একটি কাজ বা অংশ। ইপ্সিত লক্ষ্য অর্জনের উদ্দেশ্যে সুষ্ঠুভাবে কার্য সম্পাদনের জন্য যোগাযোগ প্রক্রিয়ার মাধ্যমে সেবা গ্রহীতাকে কোন বিষয়ে আগ্রহী করে তুলতে সাহায্য সহযোগীতা ও প্রভাবিত করা হয়, তাকেই "উদ্বুদ্ধকরণ" বলা হয়।

গ্রহীতাদের মনে যদি আগ্রহ সৃষ্টি করা যায় তা হলে তারা খুব সহজেই বার্তা (স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা) গ্রহণ করে। এই চাহিদা বা আগ্রহ সৃষ্টি করাই হচ্ছে উদ্বুদ্ধকরণ (Motivation)।

উদ্বুদ্ধকরণের গুরুত্ব ঃ

স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা কার্যক্রমের আওতায় অভীষ্ট লক্ষ্য অর্জন এবং সেবা গ্রহণের জন্য জনগণের সম্পৃক্ততা বাড়ানোর লক্ষ্যে উদ্বুদ্ধকরণ একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রক্রিয়া। এক্ষেত্রে স্বাস্থ্য কর্মীর কর্মদক্ষতার পাশাপাশি কর্মস্পৃহাই হচ্ছে তার বড় সম্পদ, যার মাধ্যমে সে সেবা গ্রহণকারী জনগণকে স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনার বার্তা প্রদান করে সম্পৃক্ত জনগণকে উদ্বুদ্ধ করতে পারে। সঠিক এবং কার্যকরী বার্তা প্রদানের মাধ্যমে স্বাস্থ্য কর্মী জনগণের মনোভাব পরিবর্তন করতে পারে। কারণ উদ্বুদ্ধ হওয়াটা সম্পুর্ণ মানসিক ব্যাপার এবং তার পাশাপাশি স্বীকৃতি অনিবার্যভাবে প্রয়োজন।

উদ্বুদ্ধকরণ প্রক্রিয়ার বৈশিষ্ট্য ঃ

- সেবা গ্রহীতাকে তার নিজের সম্পর্কে তথা সেবা গ্রহীতার নিজস্ব চাহিদা ও তার বিভিন্ন চাহিদার মধ্যে কোন চাহিদা অগ্রাধিকার পাবে সে সম্পর্কে সচেতনতা বৃদ্ধির লক্ষ্যে সহযোগিতা প্রদান।
- সেবা গ্রহীতার জ্ঞান, দৃষ্টিভংগী ও আবেগ সম্পর্কিত বিভিন্ন প্রতিবন্ধকতা দূর করার ব্যাপারে সাহায্য সহযোগীতা প্রদান।
- সেবা সম্পর্কিত আগ্রহটি সেবা গ্রহীতার চাহিদা ও আকাঙ্খাকে পূরণ করতে সমর্থ হবে, সেই বিশ্বাস অর্জনে সেবা গ্রহীতাকে সাহায্য সহযোগীতা প্রদান।

উদ্বুদ্ধকরণের কৌশল ঃ

- সেবা গ্রহীতার সাথে আন্তরিক ও বন্ধুত্বপূর্ণ সম্পর্ক স্থাপন করা।
- সেবা গ্রহীতার মনোভাব, চাহিদা ও আকাংখা সম্পর্কে জানা।
- সেবা গ্রহীতার চাহিদা, আকাঙ্খা ও প্রয়োজনের সাথে মিল রেখে তথ্য সমূহকে উপস্থাপন করা।
- তথ্যকে গল্প, উদাহরণ ও ছবির মাধ্যমে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করে আগ্রহ সৃষ্টি করা।
- গ্রহীতাদের মধ্যে প্রতিযোগীতার মনোভাব সৃষ্টি করা।
- নির্দিষ্ট বিষয় সঠিকভাবে প্রদর্শন বা ডেমোনস্ট্রেশন প্রদান করা।
- ভাল বক্তব্যের স্বীকৃতি স্বরূপ পুরস্কার প্রদান করা।
-

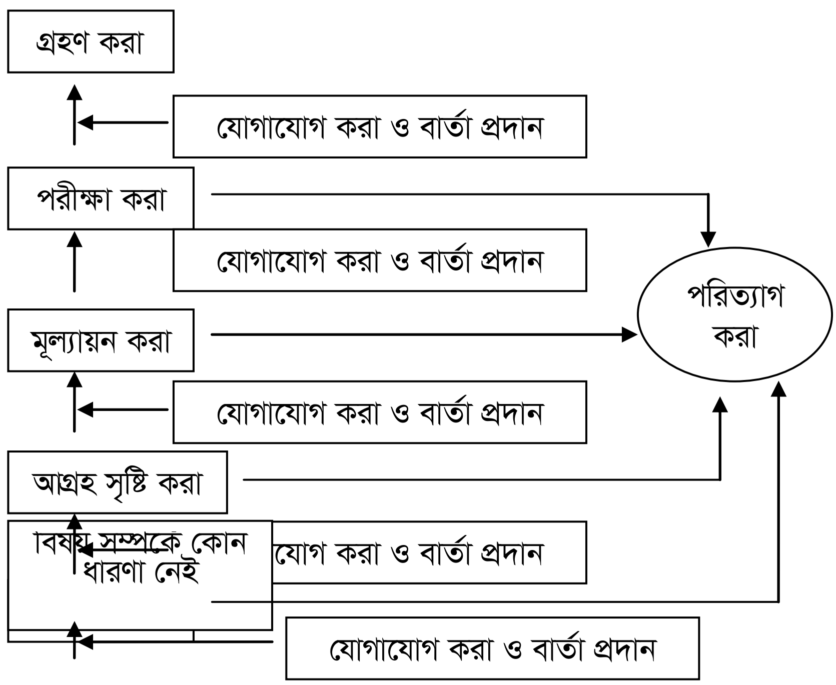
গ্রহণ প্রক্রিয়া (Adoption) ঃ

কোন ব্যক্তি যখন নতুন ধারণার সাথে পরিচিত হন, তখন তা মানসিকভাবে গ্রহণ করতে তাকে বেশ কিছু ধাপ অতিক্রম করতে হয়। অনেকগুলো ধাপ অতিক্রম করে ব্যক্তি নতুন শিক্ষণীয় বিষয়কে নিজ জীবনে গ্রহণ করেন। মানুষের মানসিক এই পরিবর্তনের ধাপকে "গ্রহণের বিভিন্ন পর্যায়" বলা হয়। স্বাস্থ্য সেবাদানকারীকে অবশ্যই এই

পর্যায়গুলো জানতে হবে। কোন ব্যক্তি সহসাই কোন নতুন অভিমত গ্রহণ করতে প্রস্তুত থাকেন না। তাই যোগাযোগকারীকে অপেক্ষা করতে হয় এবং বিভিন্ন পর্যায়ের জন্য তাকে বিভিন্ন যোগাযোগ উদ্বুদ্ধকরণ কৌশল অবলম্বন করতে হয়।

উদ্বুদ্ধকরণের ধাপ ঃ

- সচেতন হওয়া (Awareness)
- আগ্রহী (Interest)
- মূল্যায়ন (Evaluation)
- পরীক্ষা করা (Trial)
- গ্রহণ (Adoption)



বিষয় সম্পর্কে তেমন কোন ধারণা নেই ঃ

মানুষ সমস্যার মধ্যে থেকেও যখন সমস্যা সমাধানের পথ খোঁজে না তখন বোঝা যায় যে, সম্ভবতঃ সমস্যা সম্পর্কে তার কোন ধারণা নেই। এই পর্যায়ে নির্দিষ্ট সমস্যা সমাধানের সম্ভাব্য উপায় যা সেবা গ্রহীতার নাগালের মধ্যে সে সম্পর্কে তথ্য প্রদান করার এবং সমস্যা ও সমাধান সম্পর্কে সচেতন করার জন্য যোগাযোগ করতে হবে।

সচেতনতা ঃ সেবা গ্রহীতা যখন প্রথমেই কোন বিষয় সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা লাভ করেন বা জানতে পারেন তখন এর ভাল দিক সম্পর্কে তার তেমন কোন জ্ঞান থাকে না। তাই এটি তার জন্য মঙ্গলজনক কিনা, সে সম্পর্কে তিনি নিশ্চিত হতে পারেন না। সচেতনতার এই পর্যায়ে বিভিন্ন তথ্য ও জ্ঞান প্রদান করে সেবা গ্রহীতাকে বিষয়টি সম্পর্কে সচেতন করে তোলা হয়।

আগ্রহী ঃ এই পর্যায়ে এসে সেবা গ্রহীতা শুধু বিষয় বা সেবার অস্তিত্ব সম্পর্কে জেনেই সন্তুষ্ট থাকেন না। তিনি এ সম্পর্কে আরো তথ্য জানতে চান যা তার আগ্রহকে তৃপ্ত করতে পারে। যেমন- এটা কি? এটা কি করে? কিভাবে এটা কাজ করে? তিনি এ সম্পর্কে শুনতে চাইবেন, জানতে চাইবেন অথবা এ বিষয়ে কিছু পড়তে চাইবেন। এই পর্যায়ে যোগাযোগ ও উদ্বুদ্ধকরণের কৌশল এমনভাবে সাজাতে হবে যা তার এইসব আগ্রহকে তৃপ্ত করতে সক্ষম হবে এই অবস্থায় কর্মী, সেবা গ্রহীতাকে বিশদভাবে নির্দিষ্ট বিষয়ে সঠিক তথ্য দিবেন।

মূল্যায়ন ঃ এই পর্যায়ে সেবা গ্রহীতা আরো ভাল করে বিষয়টি সম্বন্ধে জেনে নিশ্চিত হবার জন্য মূল্যায়ন করতে চাইবেন যে প্রকৃতভাবে বিষয়টি ভালো না খারাপ। তাই তিনি বিষয়টি সম্পর্কে বিভিন্ন লোকজনের বা পুরাতন গ্রহণকারীদের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করবেন এবং ব্যবহারিক দোষগুণ সম্পর্কে ধারণা লাভের চেষ্টা করবেন। এই পর্যায়ে সেবা দানকারী পুরাতন সেবা গ্রহণকারীদের অনুসরণ করবেন এবং এলাকার নেতৃবৃন্দের সাথে যোগাযোগ রক্ষা করবেন যাতে মূল্যায়ন পর্যায়ের সেবা গ্রহীতা এদের কারো কাছে নির্দিষ্ট বিষয়ের/ পদ্ধতির দোষগুণ জানতে চাইলে সঠিক উত্তর পান।

পরীক্ষা করা ঃ এরপর যদি সেবা গ্রহীতা মনে করেন যে বিষয়টি ভাল এবং তার জন্য মঙ্গলজনক, তখন তিনি বিষয়টি পরীক্ষা করে দেখতে চাইবেন। এজন্য বেশ কিছু সময় লাগতে পারে। এক্ষেত্রে উদ্বুদ্ধকারী নির্দিষ্ট পদক্ষেপ ও কৌশল গ্রহণ করে সেবা গ্রহীতাকে উদ্বুদ্ধকরণের শেষ ধাপ, গ্রহণ পর্যায়ে নিয়ে যেতে সাহায্য করবেন।

গ্রহণ ঃ মূল্যায়ন ও পরীক্ষণের পর যদি বিষয়টি সেবা গ্রহীতার মনোপুতঃ হয় এবং তিনি যদি সেটা তার জন্য মঙ্গলজনক মনে করেন তাহলে তিনি এ বিষয়টি গ্রহণে উদ্বুদ্ধ হবেন এবং অপরকে গ্রহণ করতে উৎসাহিত করবেন।

মনে রাখা দরকারঃ গ্রহণের যে কোন পর্যায়েই গ্রহীতা তার সিদ্ধান্ত পরিত্যাগও করতে পারেন।

একজন স্বাস্থ্য সেবাদানকারীর জন্য গ্রহণের প্রতিটি স্তরই গুরুত্বপূর্ণ। কারণ এক এক স্তরে উদ্দিষ্ট জনগণের প্রশ্ন এবং প্রয়োজন এক এক রকম। সব স্তরেই সেবা গ্রহীতাকে মানসিক ও বস্তুগত সহযোগীতা যোগানো স্বাস্থ্য সেবাদানকারীর দায়িত্ব। স্বাস্থ্য সেবাদানকারী যে এলাকায় কাজ করতে যাচ্ছেন, সেখানে গ্রহণের বিভিন্ন পর্যায়ে অনেক ব্যক্তি রয়েছেন। স্বাস্থ্য সেবাদানকারীকে প্রাথমিক আলাপ আলোচনার মাধ্যমে তা বুঝতে হবে যে নির্দিষ্ট সেবা গ্রহীতা কোন পর্যায়ে আছে।

যে কোন ব্যক্তি উপরোক্ত পর্যায়গুলো একের পর এক অতিক্রম করে তবেই উদ্বুদ্ধ হন, আবার কেউ ধীরে ধীওে উদ্ধুদ্ধ হন। মানুষের শিক্ষা, অর্থনৈতিক অবস্থা, পরিবেশ, বিশ্বাস, মূল্যবোধ ইত্যাদি অনেক কিছুর উপর নির্ভর করে গ্রহণ প্রক্রিয়ার গতি।

উদ্বুদ্ধকরণের বিভিন্ন পর্যায় ও জেন্ডার ভিত্তিক আলোচনা

উদ্বুদ্ধকরণের (Motivation) পর্যায়	**জেন্ডার ভিত্তিক অসুবিধা বা বাধাসমূহ**	**জেন্ডার চাহিদা**
অসচেতন ⟶	• নিজেদের অবস্থা ও অবস্থান সম্পর্কে অথবা বিশেষ করে	• ধৈর্য্য ধরে শুনুন,

সচেতন করা হবে	তথ্য সম্পর্কে অসচেতন থাকে বলে নতুন তথ্য, ব্যবস্থাদি নিয়ে অনেক দ্বিধাদ্বন্দ্ব থাকে। এ ছাড়া সমাজের দৃষ্টিভঙ্গির আলোকে নিজেকে দেখে বলে সহসা কোন তথ্য গ্রহণ করবে কি না এবং সমাজ তা অনুমোদন করবে কি না সে বিষয়ে আশংকা থাকে। অন্যের সাথে অভিজ্ঞতা মিলিয়ে অর্জন করতে চায় নতুন অভিজ্ঞতা জানতে চায় তথ্যের গ্রহণযোগ্যতা কতটুকু। প্রথম অবস্থায় সমাজ অপেক্ষা বাড়ীর লোকদের সহায়তা প্রয়োজন হয় যা সচেতন প্রক্রিয়াকে সহায়তা করে।	একবারে সফল হতে চাইবেন না, বরঞ্চ দ্বিধাদ্বন্দ্ব ক্ষুদ্রই হোক সেটা এক এক করে দূর করুন। ● একান্তে যোগাযোগ ছাড়াও দলীয় সভার আয়োজন করুন। ● বাড়ির অন্যান্য সদস্য বিশেষ করে সিদ্ধান্ত গ্রহণকারীদের সচেতন করুন।
আগ্রহী	● সচেতন হওয়ার পর অনেক তথ্য জানতে চায় এবং সে অনুযায়ী বাড়ি ও সমাজের কাছ থেকে সহযোগিতা পায় না। ● আগ্রহী পর্যায়ে তথ্যকে জটিলাকারে উপস্থাপন করলে আগ্রহ কমে যায়। ● মূল্যবোধ ও বিশ্বাসের মধ্যে অসংগতি দেখা দিলে আগ্রহ হারায়।	● তথ্যের চাহিদা পূরণ করুন। সম্ভব হলে, ঘন ঘন পরিদর্শন অথবা বেশী সময় ধরে পরিদর্শন করুন। ● সহজ সরল ভাষায় তথ্যের চাহিদা পূরণ করুন। ● নেতিবাচক মূল্যবোধ ও বিশ্বাস পরিবর্তনে সকলকে সচেতন করুন।
মূল্যায়ন	● নেতিবাচক মনোভাব ও দৃষ্টিভঙ্গির অবকাশ থাকতে পারে। কারণ বিষয়টির কোন খারাপ দিক চোখে পড়তে পারে। এ বিষয়ে পুরুষ সিদ্ধান্তগ্রহণকারী দ্বারা প্রভাবান্বিত হতে পারে। ● এই পর্যায়ে সেবা গ্রহীতা হিসেবে আত্মবিশ্বাসের অভাব থাকে যে, প্রদত্ত তথ্য অনুযায়ী আচরণ দেখাতে পারবে কি না।	● নেতিবাচক মনোভাব কেন তৈরী হলো তা পরীক্ষা করে দেখুন। তারপর সুবিধা ও অসুবিধা ব্যক্ত করুন। পরিবারের অন্যান্য সদস্য বিশেষ করে পুরুষ সদস্যকে সচেতন করুন, যাতে নারী সেবা গ্রহীতা অসুবিধার সময় সহযোগিতা পায়। ● আত্মবিশ্বাসী করে তুলুন।

		• সমাজে যারা স্বাস্থ্য ও পরিবার পরিকল্পনার সেবা গ্রহণ করেছেন তাঁদের উদাহরণ তুলে ধরুন এবং প্রত্যেক সেবা গ্রহীতাকে তাঁর অবস্থা অনুযায়ী সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করুন।
পরীক্ষা করা	• নিজের জীবনের একক সিদ্ধান্তে কোন বিষয় পরীক্ষা করতে পারে না।	• জেনে, শুনে ও বুঝে সিদ্ধান্ত নিতে সেবা গ্রহীতাকে আগ্রহী করুন।

পুরুষ উদ্বুদ্ধকরণ ঃ

ভূমিকা ঃ

বিশ্বব্যাপী পুরুষ শাসিত সমাজের মত বাংলাদেশের পারিবারিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে পুরুষের প্রাধান্য বজায় রয়েছে। তাই পারিবারিক স্বাস্থ্য ও পরিবারের আকার নির্ধারণে পুরুষের সিদ্ধান্ত বেশীর ভাগ ক্ষেত্রে কার্যকরী হয়ে থাকে। বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে পরিকল্পিত পরিবার গঠনে পুরুষের সম্পৃক্ততা একান্ত জরুরী। যেহেতু মেয়েদের তুলনায় পুরুষের জন্য বর্তমানে প্রাপ্ত পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতিও কম, কেবলমাত্র কনডম ও ভ্যাসেকটমী তাই তারা প্রায়ই তাদের পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি গ্রহণের দায়িত্ব এড়িয়ে যান। পরিবার পরিকল্পনা কার্যক্রমের বিভিন্ন কাজের মধ্যে পরিকল্পিত পরিবার গঠনে পুরুষকে উদ্বুদ্ধকরণ ও সম্পৃক্তকরণ একটি প্রধান কাজ।

উদ্দেশ্য ঃ

সমাজের নেতৃস্থানীয় ব্যক্তিগণ বেশীর ভাগই পুরুষ এবং সমাজে তাদের অভিমতের মূল্য আছে তাই পুরুষ উদ্বুদ্ধকরণের কাজে তাদের সম্পৃক্ত করণের চেষ্টা করা।

১) পরিবারে পুরুষই সব বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে থাকেন।

২) সমাজে বিভিন্ন আচার অনুষ্ঠানে পুরুষদের ভূমিকা অগ্রগণ্য।

৩) পুরুষ আয়ের প্রধান উৎস। ফলে বড় পরিবারের মৌলিক চাহিদা মেটানো খরচের বিষয়ে বা পরিবারের উন্নতির জন্য সঞ্চয়ের বিষয়ে ছোট পরিবার গঠনের সুবিধা সম্পর্কে পুরুষের সচেতনতা বিশেষভাবে সহায়ক।

৪) পরিবারে ছেলে মেয়েদের লেখাপড়া ও বিবাহের সিদ্ধান্ত পুরুষেরাই দিয়ে থাকে।

৫) পরিবারের আকার নির্ধারণে পুরুষের সিদ্ধান্তই কার্যকরী হয়ে থাকে, তাই সিদ্ধান্ত নেয়ার পূর্বে পুরুষের ব্যবহার উপযোগী পদ্ধতি বেছে নেয়ার সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করা।

৬) পরিবার পরিকল্পনা কার্যক্রমে বৃহত্তর পুরুষ সমাজকে সম্পৃক্তকরণ কাজে মহিলা অপেক্ষা পুরুষের দ্বারা অধিকতর সহজসাধ্য বলে পরিবার পরিকল্পনা কাজে নিয়োজিত পুরুষ কর্মকর্তাদের উদ্বুদ্ধকরণে সক্রিয় অংশগ্রহণ করতে হবে।

৭) পুরুষদের জন্য নির্ধারিত পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি সমূহের জটিলতা ও পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া মহিলাদের পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি সমূহের তুলনায় কম। এ ব্যাপারে পুরুষ সমাজকে অধিকতর সচেতন করা।

পুরুষ উদ্বুদ্ধকরণ পদ্ধতিসমূহ ঃ

নিম্নলিখিত উপায়ে কমিউনিটি প্যারামেডিকগণ পুরুষদেরকে উদ্বুদ্ধ করতে পারেন-

- সেবাদানের পূর্বে স্বামী স্ত্রীকে যৌথভাবে পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি ব্যবহার সম্পর্কে উদ্বুদ্ধকরণের মাধ্যমে।
- নিয়মিত সেবাদানের পর শুধুমাত্র পুরুষদের নিয়ে পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ক আলোচনার মাধ্যমে।
- হাটে-বাজারে, চায়ের দোকানে দলীয় আলোচনার মাধ্যমে।
- কমিউনিটি লিডারদের সাথে বিশেষ আলোচনার মাধ্যমে।
- অবসর সময়ে বিকেলে বা সন্ধ্যার পরে আলোচনা করে।
- অবিবাহিত পুরুষদের ছোট পরিবারের সুবিধা ও বড় পরিবারের অসুবিধা বর্ণনার মাধ্যমে।
- দলীয় সভায় সর্বস্তরে পুরুষদের প্রতিনিধিত্ব নিশ্চিত করার মাধ্যমে।
- শিক্ষক, মসজিদের ইমাম, পুরোহিত, ধর্মীয় নেতাদের উদ্বুদ্ধকরণের কাজে ব্যবহার করা নিশ্চিত করে।
- পরিবারের মহিলাদের জন্মনিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি ব্যবহারের সিদ্ধান্তকে পুরুষ কর্তৃক সমর্থন দান করার ব্যাপারে সহায়তা করে।
- স্থানীয় পর্যায়ে পুরুষদেরকে জন্মনিয়ন্ত্রণ সম্পর্কে তথ্য আদান প্রদানের উৎস হিসেবে ব্যবহার করে।

গ্রহণ প্রক্রিয়ার ধাপ চিহ্নিতকরণ ও বার্তা নির্বাচন

সেবা গ্রহীতা ঃ

সেবার নাম ঃ

গ্রহণের ধাপ	বার্তা নির্বাচন
সচেতন করা	
আগ্রহ সৃষ্টি করা	
মূল্যায়ন করা	
পরীক্ষা করা	

অনুশীলন (সেবা গ্রহীতা গ্রহণের কোন পর্যায়ে আছে তা নির্ণয় করা)

একটি ঘটনার মাধ্যমে সেবা গ্রহীতা গ্রহণের কোন পর্যায়ে আছে সেটা অনুশীলন-

যেমনঃ রসুলপুর গ্রামের আছিয়া খাতুন। তার স্বামী একজন মুদি দোকানদার। গতমাসে তাদের প্রথম মেয়ের জন্ম হয়েছে তাদের এলাকার কমিউনিটি প্যারামেডিক সালেহা আপার কাছে সে নিয়মিত গর্ভকালীন পরামর্শের জন্য গিয়েছে। আছিয়া খাতুন গত সপ্তাহে সালেহা আপার সাথে দেখা হবার পর তিনি আছিয়া বেগমকে শিশুর টিকা সম্পর্কে এবং টিকা নেবার প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে জানিয়েছেন। টিকা কত বয়সে নিতে হবে, এই টিকা শিশুকে কি কি রোগের হাত থেকে রক্ষা করে তিনি তা আছিয়া বেগমকে জানিয়েছিলেন। আছিয়া খাতুন শুনেছিলেন কিন্তু তার শিশুকে টিকা দেবার প্রয়োজনীয়তা তার তেমন মনে হয়নি। তার দুদিন পর আছিয়া খাতুন পাশের মেম্বার বাড়ীতে টিভিতে নাটক দেখতে যান। নাটক শুরু হবার আগে টিকার উপর একটি মজাদার পুতুল শো দেখেন তা দেখে তার মনে টিকা সম্পর্কে উৎসাহ জন্মে। তারপর দিন FWA জমিলা আপা তাদের পাশের বাড়ীতে আসার খবর জেনে আছিয়া বেগম সেখানে যান FWA জমিলা আপার কাছে টিকা দিলে কোন অসুবিধা হয় কিনা এবং টিকা কোথায় দেয়া হয়, পয়সা লাগে কিনা প্রভৃতি জানতে। জমিলা বেগম আছিয়া খাতুনের সব প্রশ্নের উত্তর দেন। সেই সাথে আরো জানান যে তিনি নিজে তার দুটি ছেলে-মেয়েকেই সময়মত টিকা দিয়েছিলেন এবং তাতে কোনরকম অসুবিধা হয়নি। বরং তার ছেলে ও মেয়ে ভয়েই সুস্থ আছে এবং তাদের হাম, পোলিও, যক্ষা, হুপিং কাশ, ডিপথেরিয়া প্রভৃতি কোন রোগই আক্রমণ করতে পারেনি। জমিলা বেগম আছিয়া খাতুনের পরিচিত আরো কয়েকজনের নাম বলেন যারা তাদের ছেলে-মেয়েদের এই টিকা দিয়েছেন। জমিলা বেগমের কথা শুনে আছিয়া খাতুনের মনে বিশ্বাস জন্মে, তবুও তিনি আরও কয়েকজনকে টিকা সম্বন্ধে জিজ্ঞেস করেন। স্বামীকেও জিজ্ঞেস করেন। সবাই তাকে উৎসাহিত করে। এরপর যখন আছিয়া বেগমের মেয়ের বয়স দেড়মাস হয় তখন তিনি তার মেয়েকে নিকটবর্তী EPI Camp- এ নিয়ে টিকা দিয়ে আসেন।

ঘটনাটি পড়ে নীচের প্রশ্নগুলোর উত্তর বের করতে হবে ঃ

- কমিউনিটি প্যারামেডিক সালেহা বেগম আছিয়া খাতুনকে কি কি বার্তা দেয় এবং এই বার্তাসমূহ গ্রহণের কোন পর্যায়ের বার্তা ছিলো?
- কার বার্তা এবং কি বার্তা আছিয়া বেগমকে উৎসাহের পর্যায়ে আনে?
- আছিয়া বেগম মূল্যায়ন পর্যায়ে কি করে?
- কি বার্তা আছিয়া বেগমকে মূল্যায়নের পর্যায় অতিক্রম করে গ্রহণের পর্যায়ে নিয়ে যায়?
- গ্রহণের পর্যায়ে আছিয়া বেগম কি করে?

অনুশীলন পত্রঃ সেবাগ্রহীতা গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছেন?

অনুশীলন-১

এক পরিবার একটি পায়খানা তৈরী করেছে। বাড়ীর কর্তা ও ছেলে মেয়েরা উক্ত পায়খানাটি ব্যবহার করেন কিন্তু বাড়ীর কর্তী মহিলা তা ব্যবহার করেন না।

- স্বাস্থ্য চাহিদা তথা বিষয়টি কি? অর্থাৎ এক্ষেত্রে কোন বিষয়ে পরামর্শ দিতে হবে?
- এই মহিলা এই বিষয়ে গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছেন?

অনুশীলন-২

একজন মহিলা তার প্রতিবেশীর কাছে জানতে চাইলেন যে তার বাচ্চাকে টিকা দেবার পর কি ধরণের প্রতিক্রিয়া হয়েছিলো? মহিলাটি তার বাচ্চাকে টিকা দিতে নিয়ে যাবেন কিনা তা ঠিক করতে পারছেন না।

- মহিলাটি গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছে?
- স্বাস্থ্য চাহিদা বা বিষয়টি কি?

অনুশীলন-৩

১৫ বৎসরের অবিবাহিত একটি মেয়ে তার মাকে সাথে করে টিটি টিকা নিতে টিকাদান কেন্দ্রে এসেছে।

- মেয়েটি গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছেন?
- স্বাস্থ্য চাহিদা বা বিষয়টি কি?

অনুশীলন-৪

সোনাপুর গ্রামের আমেনা বিবির বাড়ীতে কোন টিউবওয়েল নেই। পুকুর রয়েছে তবে পুকুরের পানি বিশুদ্ধ নয় একথা তিনি শুনেছেন স্বাস্থ্য শিক্ষা ক্লাসে। কিন্তু আমেনা বিবি এখনও পুকুরের পানিই ব্যবহার করছেন।

- আমেনা বিবি গ্রহণের কোন পর্যায়ে আছেন?
- স্বাস্থ্য চাহিদা বা বিষয়টি কি?

পাঠ -১১
ফলো-আপের প্রয়োজনীয়তা ও উদ্বুদ্ধকারী সেবা গ্রহীতার ভূমিকা

ফলো-আপের ধারণা ঃ

ফলো-আপ একটি প্রক্রিয়া যেখানে সম্পাদিত কাজের অগ্রগতি সহ সার্বিক দিক পর্যবেক্ষণ করা হয়, প্রয়োজনীয় সহায়তা ও পরামর্শ প্রদান এবং স্থানীয়ভাবে সমাধান সম্ভব না হলে উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের সহায়তায় সমাধানের চেষ্টা নেয়া এবং সেবা গ্রহীতাকে উদ্বুদ্ধ করা হয়।

ফলো-আপের প্রয়োজনীয়তা ঃ

- সম্পাদিত কাজের সার্বিক মূল্যায়ন করা যায়।
- সেবা গ্রহীতা যথাযথভাবে অনুসরণ করছে কিনা জানা যায়।
- উদ্ভূত সমস্যা চিহ্নিত করা যায় ও সমাধানের ব্যবস্থা নেয়া যায়।
- নতুন চাহিদা চিহ্নিত করা যায় ও তদানুযায়ী ব্যবস্থা নেয়া যায়।
- সেবা গ্রহীতার সঙ্গে যোগাযোগের ফলে সম্পর্ক দৃঢ় হয় এতে স্বাস্থ্য কর্মীর প্রতি সেবা গ্রহীতার আস্থা বা বিশ্বাস বৃদ্ধি পায়।
- সর্বোপরি কাজের গুণগত মান যাচাই করা যায়।

উদ্বুদ্ধকরণের মাধ্যমে কোন স্বাস্থ্য বিষয়ে সেবা গ্রহীতাকে গ্রহণ পর্যায়ে নিয়ে যাওয়া সেবা দানকারী তথা যোগাযোগকারীর অন্যতম দায়িত্ব। শুধু তাই নয় গ্রহণ পর্যায়ে উন্নীত সেবা গ্রহীতার পরিবর্তিত আচরণকে ধরে রাখার প্রতিও যোগাযোগকারীকে সচেতন থাকতে হবে। তার জন্য প্রয়োজন নিয়মিত ফলোআপের ব্যবস্থা করা। ফলোআপের অভাবে দেখা যায় অনেক ক্ষেত্রে সেবা গ্রহীতা কোন পরামর্শ গ্রহণ করে তা ধরে না রেখে ছেড়ে দেয় বা অনিয়মিত হয়ে পড়ে। তাই যোগাযোগকারী সেবা গ্রহীতাকে গ্রহণ পর্যায়ে উন্নীত করেই যেন তার দায়িত্ব শেষ মনে না করেন এবং ফলোআপের প্রতি সজাগ থাকেন।

সেবা গ্রহীতা যাতে তার পরিবর্তিত নতুন আচরণের সুফল সম্পর্কে অন্যদের উৎসাহিত করেন তার কয়েকটি উপায় নিচে দেয়া হলো।

ফলোআপের মাধ্যমে সেবা গ্রহীতার পরিবর্তিত আচরণকে ধরে রাখার জন্য উৎসাহ প্রদান করতে হবে। সেই সাথে প্রয়োজনীয় সমস্যাবলীর সমাধানের লক্ষ্যে সহযোগিতা প্রদান করতে হবে। বিভিন্ন ধরনের প্রতিবন্ধকতা দূরীকরণে সাহায্য প্রদান ফলো-আপের গুরুত্বপূর্ণ কাজ।

কেবল সেবা গ্রহীতাকে গ্রহণে উৎসাহ প্রদানই যথেষ্ট নয়। যোগাযোগকারীকে মনে রাখতে হবে যে সেবা গ্রহীতাকে অন্যদের গ্রহণে উৎসাহিত তথা উদ্বুদ্ধকরণে অত্যন্ত কার্যকর ভূমিকা পালন করতে পারে। তাই সে বিষয়ে ও উৎসাহিত করতে হবে এবং তার গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা বুঝিয়ে দিতে হবে।

মনে রাখতে হবে একজন উদ্বুদ্ধকারী সেবা গ্রহীতা (যিনি নিজে গ্রহণ ও ব্যবহার করেছের) তার বিশ্বাসযোগ্যতা অনেকক্ষেত্রে যোগাযোগকারীর চেয়েও বেশী।

জেন্ডার সচেতন ফলো-আপ ঃ

- ফলো-আপের সময় বিশেষভাবে দেখতে হবে যে কেন নারীরা পরামর্শ অনুযায়ী আচরণ করতে পারছেন না। এ ব্যাপারে পরিবারের অন্যান্য সদস্য বিশেষতঃ স্বামী, শাশুড়ীর সহযোগিতা পাচ্ছেন কি না। না হলে, বাড়ীর সকলকে উদ্বুদ্ধকরণের প্রয়োজন রয়েছে।
- ফলো-আপের সময়ে পুরাতন সমস্যা ছাড়াও নারীর নতুন কোন স্বাস্থ্য সমস্যা যদি থাকে বিবেচনায় আনতে হবে।
- ফলো-আপের সময় ও পদ্ধতি সঠিকভাবে রক্ষা করে চলতে হবে, তা না হলে সেবা গ্রহীতাকে ধরে রাখা সম্ভব হবে না। বিশেষতঃ নারীদের সহজেই অন্য নুতন সেবা গ্রহণের সুযোগ সুবিধা কম থাকায় তারা সেবা প্রদানকারীর অনুসরণের উপর বিশেষভাবে নির্ভরশীল। অনেক ক্ষেত্রে বাধ্য হয়ে ক্ষতিকর জেনেও প্রদত্ত চিকিৎসা ব্যবস্থা তাকে মেনে নিতে হয়।
- ফলো-আপের সময়ে পরিবার পরিকল্পনার পদ্ধতির জটিলতা, পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া কিংবা অন্য স্বাস্থ্য সমস্যা এবং পার্শ্ব প্রতিক্রিয়াকে কোন অবস্থাতেই এড়িয়ে যাবেন না। ভাববেন না যে, আপনার ব্যর্থতা প্রকাশের সম্ভাবনা রয়েছে কিংবা সেবাগ্রহীতার আস্থা হারাবার সুযোগ সৃষ্টি হচ্ছে। মনে রাখবেন, এ ধরনের এড়িয়ে যাওয়া কর্মসূচীর ফলাফল অটুট রাখার জন্য ক্ষতিকর।

ভূমিকা পালন ঃ

গদ দুইটি অধিবেশনের দিকে তাকানো যাক। মনে করা যাক আপনারা যে পরামর্শ দিয়েছেন তা তারা মেনে চলছেন। এখন আপনি তাদের কিভাবে উৎসাহিত করবেন যাতে তারা অন্যদের সে বিষয়ে বলেন। এবারে ভূমিকা পালন করা যাক। নিচের তিনটি কেস রেড কার্ড-এ লিখে তিন দলকে দেবেন এবং সেই অনুসারে দলকে যথাযথ বার্তা নির্বাচন করে ভূমিকা পালন করতে বলবেন।

কেইস নং-১

একজন মহিলা তার শিশুকে টিকা দিতে নিয়ে গেছেন।

এই মহিলা যেন তার শিশুটিকে অন্যান্য টিকা দেওয়ার জন্য নিয়ে যান এবং তিনি যাতে অন্যদের এই রকম কাজ করতে বলেন সে বিষয়ে আপনি কিভাবে এই মহিলাকে উৎসাহিত করবেন?

কেইস নং-২

একজন মহিলা প্রথমে তার ১৫ বৎসর বয়সের অবিবাহিত বোনকে টিটি টিকা দেওয়ার জন্য এনেছিলেন পরে তিনি অন্য আরো তিনজন মেয়েকে টিটি টিকা দিতে নিয়ে আসেন।

এই মহিলা যেন টিটি টিকা দেওয়ানোর জন্য আরো বেশী করে মেয়েদের নিয়ে আসেন এবং পরিবার পরিকল্পনা কার্যক্রমে বেশী করে অংশ নিতে পারে সেজন্য তাকে আপনি কিভাবে উৎসাহিত করবেন?

কেইস নং-৩

যে মহিলার বাচ্চার নিউমোনিয়া হয়েছিলো তিনি, তার শ্বাশুড়ীর নিষেধ সত্ত্বেও বাচ্চাটির জ্বরের সময় তার শরীর স্পঞ্জ করে দিয়েছিলেন। অন্যান্য মহিলা যাদের ছোট বাচ্চা আছে তাদের যদি জ্বর হয় তবে তারা যেন তাদের শিশুদের স্পঞ্জ করান সে বিষয়ে এই মহিলা কিভাবে উৎসাহিত করবেন? রোল-প্লে শেষে তার উপর আলোচনা ও মতামত প্রদান করুন।

পাঠ-১২

সেবা গ্রহীতার সাথে সম্পর্ক স্থাপন করা

ভাল যোগাযোগের অন্যতম শর্ত হচ্ছে সেবা গ্রহীতার নিকট যোগাযোগকারীর গ্রহণযোগ্যতা। এই গ্রহণযোগ্যতা অনেকাংশেই নির্ভর করে সেবা গ্রহীতার সাথে সুসম্পর্ক স্থাপনের মধ্য দিয়ে। তাই কমিউনিটি প্যারামেডিক কে সেবা গ্রহীতার সাথে সুসম্পর্ক গড়ে তোলার প্রতি যত্নবান হতে হবে। সুসম্পর্ক স্থাপনের মাধ্যমেই কমিউনিটি প্যারামেডিক নিজেকে সেবা গ্রহীতার কাছে গ্রহণযোগ্য করে তুলতে সক্ষম হবেন এবং এর ফলে তার বার্তা ও পরামর্শ এজন সেবা গ্রহীতা সহজেই গ্রহণ করবেন।

সেবা গ্রহীতাদের সাথে সম্পর্ক স্থাপনে পদক্ষেপ ঃ

১। সফল যোগাযোগের জন্য সঠিক পরিবেশের ব্যবস্থা করুন ঃ

- আরামদায়কভাবে সেবা গ্রহীতা যাতে বসতে পারে এবং কমিউনিটি প্যারামেডিক এর সাথে কথা বলতে পারে তেমনভাবে টেবিল চেয়ার রাখতে হবে। (কমিউনিটি প্যারামেডিক এর একপাশে সেবা গ্রহীতা বসবে, টেবিলের অপর পাশে নয়।)
- কমিউনিটি প্যারামেডিক যেখানে বসেছে তার একপাশ থেকে যেন আলো আসে, পেছন থেকে না।
- টেবিলে শুধুমাত্র প্রয়োজনীয় জিনিসপত্র থাকবে। টেবিল সুন্দরভাবে গোছানো ও পরিস্কার থাকবে।

২। সামাজিকভাবে গ্রহণযোগ্য সম্ভাষণ ব্যবহার করুন ঃ

- অল্প বয়স্ক মহিলা সেবা গ্রহীতা হলে বোন, ভাবী বলে সম্ভাষণ করা যায়। একটু বয়স্ক হলে খালা বা বেশী বয়স্ক হলে নানী, দাদী ইত্যাদি বলা যায়। অবশ্য কমিউনিটি প্যারামেডিক এর বয়স কত তাও খেয়াল রাখা দরকার।
- সেবা গ্রহীতা আসলে উঠে দাড়িয়ে তাকে সম্ভাষণ করতে হবে। আন্তরিকতা পূর্ণ ও হাসিমুখে সেবা গ্রহীতাকে সম্ভাষণ করতে হবে।

৩। গ্রহণযোগ্য শারীরিক অঙ্গভঙ্গীর ব্যবহার ও সেবা গ্রহীতার মনোভাব বোঝার জন্য সেবা গ্রহীতার অঙ্গভঙ্গীকে অনুসরণ করুন ঃ

এতে কমিউনিটি প্যারামেডিক সেবা গ্রহীতার মনোভাব বুঝতে পারবেন এবং যোগাযোগ সফল হবে। এ ছাড়া কমিউনিটি প্যারামেডিক এর শারীরিক অঙ্গভঙ্গী এমন করতে হবে যা গ্রহণীয়, মনোগ্রাহী। যেমন হাসিমুখ, মুখমন্ডলে আন্তরিকতার ছাপ, সম্ভব হলে হাত দিয়ে কাঁধ বা হাত স্পর্শ করে কাছে টেনে নেয়া।

৪। সহানুভুমির সাথে প্রশ্ন করুন ঃ

কিছু কিছু প্রশ্ন আছে যা করলে সেবা গ্রহীতা খুশী হয় এবং কমিউনিটি প্যারামেডিক এর সহানুভূতি প্রকাশ পায়। যেমন-

- কেমন আছেন? বাড়ীর সবাই কেমন আছে?
- এত কষ্ট করে এতদূর থেকে এসেছেন কি অসুবিধা আপনার বলুন?
- রোগী কে? আপনি না আপনার বাচ্চা?

৫। সহানভূতি পূর্ণ ব্যবহার বা যথাযথ ফিডব্যাক দিন ঃ

সাধারণত আমাদের দেশে সেবা গ্রহীতা বা রোগীগণ সুন্দরভাবে কমিউনিটি প্যারামেডিক এর প্রশ্নের উত্তর দিয়ে থাকেন। সেবা গ্রহীতা যাতে আরো সহজ বোধ করেন সেজন্য প্রয়োজনে-

- মায়ের কাঁধে/পিঠে হাত বুলিয়ে দিন যাতে তিনি বুঝতে পারেন যে আপনি খুবই সহানুভূতিশীল।
- সেবা গ্রহীতা যা বললেন তা আপনি আবার বলুন যাতে তিনি বুঝতে পারেন যে আপনি ঠিক মত সব শুনেছেন এবং ধরতে ও বুঝতে পেরেছেন।

যেমন-আমি বুঝতে পারছি যে গায়ের খোস-পাঁচড়া নিয়ে আপনি খুব চিন্তা করছেন। তাছাড়া আপনি নিমপাতা ব্যবহার করেও তেমন কোন ভাল ফল পাচ্ছেন না।

অথবা আপনি ভেবেছেন যে আপনার বুকের দুধে "বাতাস লেগেছে" আর তাই আপনার বাচ্চা অসুস্থ, তাই না?

পাঠ-১৩
কাউন্সেলিং

কাউন্সেলিং ঃ

আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগের একটি বিশেষ উপায় হচ্ছে কাউন্সেলিং। এ ধরণের আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগের মাধ্যমে একান্তভাবে গৃহীত সমস্যা সমাধানের চেষ্টা করা হয়।

কাউন্সেলিং কি?

কাউন্সেলিং হচ্ছে মুখোমুখি যোগাযোগের একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রহীতা জেনে শুনে ও বুঝে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করেন এবং সেই অনুযায়ী কাজ করার জন্য কাউন্সেলর গ্রহীতাকে তার সমস্যা চিহ্নিত করতে, ব্যাখ্যা করতে ও তা সমাধানে সাহায্য করেন।

কাউন্সেলিং এর প্রয়োজনীয়তা ঃ

অনেক মহিলা পরিবার পরিকল্পনা, স্বাস্থ্য ও পুষ্টি সম্পর্কে বার্তা জানতে চান কিন্তু তারা এ সম্বন্ধে আগে থেকে কিছু জানেন না বলে তাঁদের কোন পছন্দ অপছন্দ থাকে না। বন্ধু, প্রতিবেশী এবং আত্মীয়রা এক্ষেত্রে তাদেরকে বার্তা গ্রহণে প্রভাবিত করেন। অনেক সময় ভুল তথ্য অনেক মহিলাকে বিভ্রান্ত করে এবং তারা সঠিক বার্তা নিজের জন্য বাছাই করতে পারেন না। কাউন্সেলর গ্রহীতাকে সঠিক তথ্য সরবরাহ করে গ্রহীতার পছন্দমত পদ্ধতি গ্রহণে সহায়তা করেন।

- কাউন্সেলিং এর মাধ্যমে কাউন্সেলর মহিলার স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা সম্পর্কিত বিভিন্ন দিক জানাতে পারেন, যা অন্য সময় হয়তো জানা সম্ভব নয়।
- ভাল কাউন্সেলিং এর ফলে মহিলারা স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি/বার্তা সংক্রান্ত সমস্যা মোকাবেলার জন্য কমিউনিটি প্যারামেডিকগণের কাছে এসে পরামর্শ নিতে উৎসাহিত বোধ করেন।
- একজন গ্রহীতা কাউন্সেলরের কাছ থেকে বার্তা/পদ্ধতি সম্পর্কে প্রাপ্ত সঠিক তথ্য দিয়ে, অন্যান্য মহিলাদের কাছে নিজেই কাউন্সেলরের ভূমিকা পালন করতে পারেন।

কাউন্সেলিং এর উদ্দেশ্য ঃ

- গ্রহীতা যে ভাষায় বুঝতে পারেন সেই ভাষায় তাকে সম্পুর্ণ সঠিক তথ্য সরবরাহ করা।
- গ্রহীতার ভয়ভীতি চিহ্নিত করা এবং সঠিক পদ্ধতি/বার্তা নির্বাচনে সহায়তা করা।
- গ্রহীতাকে বিভিন্ন গর্ভনিরোধক পদ্ধতি, স্বাস্থ্য ও পুষ্টি বার্তা গ্রহণের কার্যকারিতা, প্রতিক্রিয়া, সুবিধা, ঝুঁকি ইত্যাদি অবহিত করা।
- ব্যবহার বিধি সম্পর্কে বিস্তারিত জানানো। ক্লিনিকে আসার তারিখ ঠিক করতে সাহায্য করা বা অন্য কোথাও ব্যবস্থার জন্য পাঠানো। গ্রহীতা বর্তমানে যে পদ্ধতি/বার্তা নিয়েছেন বা জেনেছেন তা যদি অনুপযোগী হয় তা হলে তাকে অন্য পদ্ধতি/বার্তা পছন্দ করতে সাহায্য করা।

কাউন্সেলিং এর প্রকারভেদ ঃ

- **ব্যক্তিগত কাউন্সেলিং**

  এই পদ্ধতিতে একই সময়ে একজনকে কাউন্সেলিং করায় গ্রহীতার সঙ্গে ভালো সম্পর্ক স্থাপন করা যায় এবং গোপনীয়তা অবলম্বন করে গ্রহীতার সকল কথা মনোযোগ সহকারে শুনে তাকে পরামর্শ ও উপদেশ দেয়া যায়। এতে গোপনীয়তা বজায় থাকে।

- **দলগত কাউন্সেলিং ঃ**

এই কাউন্সেলিং এর মাধ্যমে একই সময়ে এক সাথে বেশ কয়েকজনকে পরামর্শ দেয়া যায়। এই পদ্ধতিতে দলের সদস্যদের সক্রিয় অংশগ্রহণের মাধ্যমে আলোচনাটি প্রাণবন্ত ও সফল হয়। এতে ব্যক্তিগত কাউন্সেলিং এর তুলনায় সময় অপেক্ষাকৃত কম লাগে এবং একই তথ্য সকলকে এক সাথে সরবরাহ করা যায়। সব কিছু নির্ভর করে কাদের পরামর্শ দেবেন এবং কি বিষয়ে পরামর্শ দেবেন তার উপর।

কাউন্সেলিং পদ্ধতি ব্যবহারের ছয়টি ধাপ-

GATHER	
G = Greet	গ্রহীতাকে বিনীত ও উষ্ণ স্বাগত সম্ভাষণ জানান।
A = Ask & Access	গ্রহীতাকে তার নিজের অনুভূতি, সমস্যা ও পরিবার সম্পর্কে প্রশ্ন করুন ও চাহিদা যাচাই করুন।
T = Tell	এ অবস্থায় কি কি সমাধান আছে তা বিস্তারিত বলুন
H = Help	গ্রহীতাকে সর্বতোভাবে সাহায্য করুন। তিনি যেন স্বাচ্ছন্দ্যবোধ করেন এবং সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে পারেন।
E = Explain	প্রসব পুর্ব, প্রসবকালীন এবং প্রসব পরবর্তী যত্ন বা করণীয়, ব্যবহার-বিধি, ওষুধের পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া, স্থানীয় খাবারে পুষ্টিমান, পুষ্টিকর খাবারের প্রয়োজনীয়তা ইত্যাদি সম্পর্কে বিস্তারিত ব্যাখ্যা করুন।
R = Return for follow-up	পরবর্তীতে কবে, কোথায় আসতে/ Referral and/or follow up এ যেতে হবে তা গ্রহীতা এবং তার আত্মীয় স্বজনদের বুঝিয়ে বলুন।

পরামর্শদানের সময় তথ্য, শিক্ষা ও যোগাযোগের উপর লক্ষ্য রেখে সেবা গ্রহীতাকে যে কোন সেবা নেয়ার জন্য উদ্বুদ্ধ করতে হবে। পদ্ধতি গ্রহণের আগে (Pre counseling) এবং পরে (Post counseling) পরামর্শদান করলে সেবার গুণগত মান বৃদ্ধি পায়।

সম্ভাষণ পর্বে ঃ কমিউনিটি প্যারামেডিক গ্রহীতার সঙ্গে এমনভাবে সম্পর্ক স্থাপন করবেন যাতে পরবর্তীতে সেবা গ্রহীতা তার মতামত সহজভাবে ব্যক্ত করতে পারেন। এই পর্ব অত্যন্ত সংক্ষিপ্ত কিন্তু এই পর্বের সফলতাই পরবর্তী পদক্ষেপকে এগিয়ে নিতে সাহায্য করবে। সেবা গ্রহীতার সঙ্গে সু-সম্পর্ক স্থাপনের জন্য লক্ষ্য রাখতে হবে-

- যোগাযোগ পরিবেশ ঠিক কি না?
- সামাজিকভাবে গ্রহণযোগ্য সম্ভাষণ ব্যবহার করা হয়েছে কি না?

প্রশ্ন করা বা চাহিদা ঃ এই পর্বে কমিউনিটি প্যারামেডিক স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনার সকল সেবা সম্পর্কে সেবা গ্রহীতাকে প্রশ্ন করে তার জ্ঞান যাচাই করবেন (পদ্ধতির সুবিধা অসুবিধা বিষয়)। যাতে করে সেবা গ্রহীতা যে নির্দিষ্ট পদ্ধতি নিতে আগ্রহী, সেটা তার জন্য উপযুক্ত কিনা কর্মী সে বিষয়ে নিশ্চিত হতে পারে।

সেবা সম্পর্কে বলা ঃ এই পর্বে কমিউনিটি প্যারামেডিক পদ্ধতি/বার্তা সম্পর্কিত সেবা গ্রহীতার জ্ঞানের মধ্যে কোন অপূর্ণতা থাকলে সঠিক তথ্য প্রদানের মাধ্যমে তা পূর্ণ করবেন। পদ্ধতি/বার্তা সমূহের সুবিধা অসুবিধা, কার্যকারিতা, প্রয়োগ বা ব্যবহার পদ্ধতি সঠিকভাবে বলতে হবে।

সাহায্য করা ঃ পরামর্শ প্রদানের ক্ষেত্রে এই পর্ব অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এই পর্বেই কমিউনিটি প্যারামেডিক সেবা গ্রহীতাকে তার চাহিদা অনুযায়ী পদ্ধতি/বার্তা গ্রহণের সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করবেন। নির্দিষ্ট পদ্ধতি/বার্তা সম্পর্কে সকল তথ্য প্রদানের পরেও সেবা গ্রহীতার অন্য কোন কিছু জানার আছে কিনা প্রশ্ন করে জেনে তার উত্তর দিবেন।

ব্যাখ্যা করা ঃ এই পর্বে কমিউনিটি প্যারামেডিক সেবা গ্রহীতাকে তার পছন্দের এই পদ্ধতি কিভাবে ব্যবহার করতে হবে, কি কি নিয়ম পালন করতে হবে- তা পরিস্কারভাবে ব্যাখ্যা করবেন। এই ব্যাখ্যার মধ্যে অবশ্যই সম্ভাব্য পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া, বিপদ সংকেত সম্পর্কে বলবেন এবং এই সমস্ত অসুবিধার ক্ষেত্রে সেবা গ্রহীতার এবং কমিউনিটি প্যারামেডিক এর করণীয় কি তা সঠিকভাবে ফিডব্যাক (প্রতিবার্তা) নিয়ে বুঝিয়ে দেবেন। পদ্ধতি প্রয়োগের আগে ও পরে সেবাগ্রহীতাকে কি কি করতে হবে তাও বলে দেবেন।

পরবর্তী পরিদর্শন ঃ

এই পর্বে কমিউনিটি প্যারামেডিক সেবা গ্রহীতাকে ফলো-আপ ভিজিটে আসার তারিখ জানিয়ে দেবেন এবং সেবা নিতে আসতে উদ্বুদ্ধ করবেন।

কাউন্সেলিং ও উপদেশ এর মধ্যে পার্থক্য ঃ

কাউন্সেলিং	উপদেশ (এডভাইস)
কাউন্সেলিং একটি মুখোমুখি যোগাযোগ প্রক্রিয়া	উপদেশ সব সময় মুখোমুখি যোগাযোগের মাধ্যমে নাও হতে পারে। লিখিত বা অন্য কোনো উপায়েও উপদেশ দেয়া যেতে পারে।
কাউন্সেলিং এ গ্রহীতার ব্যক্তিগত পছন্দ/অপছন্দকে গুরুত্ব দেয়া হয়।	উপদেশের ক্ষেত্রে ব্যক্তিগত পছন্দ অপছন্দকে গুরুত্ব দেয়ার তেমন সুযোগ থাকে না। যেমন- টাইফয়েড শনাক্ত হলে ডাক্তার যে ওষুধ খাওয়ার উপদেশ দেবেন সেটা অবশ্যই খাওয়াতে হবে।
কাউন্সেলিং এ গ্রহীতার সিদ্ধান্ত কে প্রভাবিত না করে তাকে একটি সেবা বেছে নিতে সাহায্য করা হয়। কাউন্সেলিং এর মাধ্যমে গ্রহীতা জেনে শুনে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে পারেন।	উপদেশের ক্ষেত্রে গ্রহীতার করণীয় বিষয় সম্পর্কে সেবা প্রদানকারী সিদ্ধান্ত দিয়ে থাকেন যেমন- গুরুতর নিউমোনিয়ায় আক্রান্ত ব্যক্তিকে বিশেষ এন্টিবায়োটিক দেয়া হয়। এখানে রোগীর ওষুধ পছন্দ করার কোনো সুযোগ নেই।
একটি আদর্শ ও পরিপূর্ণ কাউন্সেলিং সেশনে GATHER এর ছয়টি ধাপ মেনে চলা হয়।	উপদেশ দেয়ার সময় (GATHER) এর সব কয়টি ধাপ ব্যবহার না ও করতে পারে।

কার্যকর কাউন্সেলিং এর জন্য ৫টি উপাদান ঃ **ROLES**

R = Relax	স্বচ্ছন্দে বসুন
O = Open up	খোলাখুলি কথা বলুন
L = Lean forward	সামনের দিকে ঝুঁকে বসুন
E = Eye contact	গ্রহীতার প্রতি দৃষ্টি নিবদ্ধ রাখুন
S = Sit squarrly and smile where appropiat	মুখো মুখি বসুন এবং পরিবেশ অনুযায়ী মাঝে মাঝে মৃদু হাসুন

কার্যকর কাউন্সেলিং এর জন্য ৬টি কৌশল ঃ **(CLEAR)**

C = Clarify	ব্যাখ্যা করুন
L = Listen	গ্রহীতার বক্তব্য মনোযোগ দিয়ে শুনুন
E = Encourage	উৎসাহ দিন
A = Acknowledge	গ্রহীতার অভিজ্ঞতা/সমস্যা বুঝতে চেষ্টা করুন
R = Reflect & respect	প্রতিফলন এবং পুনরাবৃত্তি করুন

সার্বিকভাবে যা মনে রাখা দরকার তা হচ্ছে ঃ

১) আন্তরিকতার সাথে বন্ধুত্বপূর্ণ মনোভাব নিয়ে গ্রহীতার সংগে আলাদাভাবে আলোচনা করতে হবে।

২) গ্রহীতা স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা বার্তা/পদ্ধতি সম্পর্কে কি জানেন এবং কি বার্তা/পদ্ধতি নিতে চান তা তাঁর কাছ থেকে জানতে হবে। গ্রহীতার শারীরিক, পারিবারিক ইত্যাদি বিষয়ও আলোচনার মাধ্যমে জানতে হবে ।

৩) গ্রহীতাকে প্রচলিত বিভিন্ন বার্তা/পদ্ধতির কার্যকারিতা, পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া, সুবিধা, অসুবিধা ইত্যাদি বিষয়ে সঠিক তথ্য দিতে হবে।

৪) গ্রহীতার প্রয়োজন ও পছন্দ অনুযায়ী সুবিধাজনক বার্তা/পদ্ধতি গ্রহণে তাকে সহায়তা করতে হবে।

৫) যে বার্তা/পদ্ধতিটি গ্রহীতা গ্রহণ করবেন তার বিভিন্ন দিক বিস্তারিত ভাবে তাকে অবহিত করতে হবে।

৬) পরবর্তীতে গ্রহীতা কখন, কোন ক্লিনিকে আসবেন তা তাকে বিশদভাবে বুঝিয়ে দিতে হবে।

৭)

কাউন্সেলরের দক্ষতা ও গুণাবলী ঃ

একজন আদর্শ কাউন্সেলরের নিম্নলিখিত গুণ থাকা উচিত

একজন কাউন্সেলর-

- গ্রহীতার সম্পর্কে আগ্রহী, গ্রহীতা ও পরিস্থিতি সম্পর্কে জ্ঞানসম্পন্ন।
- সমস্যা জানতে আগ্রহী ও ভালো শ্রোতা।
- ধৈর্য্যশীল, তথ্য জানার জন্য প্রয়োজনীয় সময় ব্যয় করার মানসিকতা
- হাসিখুশি এবং ব্যক্তিত্বসম্পন্ন সহানুভূতিশীল
- সত্যবাদী
- আস্থা অর্জনে সক্ষম
- গোপনীয়তা রক্ষা করতে সক্ষম এবং নির্ভরযোগ্য
- মতামত, অনুভূতি ও সময়ের ব্যবহার সম্পর্কে নমনীয়।

একজন আদর্শ কাউন্সেলরের যা পরিহার করা উচিত-

- ভাবাবেগ
- অনাবশ্যক কৌতুহলী হওয়া
- সব জানেন এমন ভাব দেখানো
- গ্রহীতাকে সিদ্ধান্ত চাপিয়ে দেয়া
- অতিরিক্ত সখ্যতা (বিশেষ করে পুরুষ-মহিলার মধ্যে)
- সহানুভূতিহীনতা
- ধৈর্য্যহীনতা
- জ্ঞানার্জনে অনীহা
- গোপনীয়তা রক্ষায় অক্ষমতা

একজন আদর্শ কাউন্সেলরের জ্ঞান থাকা উচিত-

- উদ্দিষ্ট জনগোষ্ঠী সম্পর্কে
- কর্মসূচী সম্পর্কে
- কর্মসূচীর লক্ষ্য ও উদ্দেশ্যসমূহ অর্জিত না হওয়ার কারণ সম্পর্কে
- কর্মসূচীর সমস্যা ও সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে
- কর্ম এলাকা/দেশ সম্পর্কে

কার্যকর কাউন্সেলিং দক্ষতা-

- গ্রহীতার কথা মনোযোগ দিয়ে শোনা
- কার্যকর প্রশ্ন করা

- বাচনিক ও অবাচনিক উৎসাহ এবং সহজ ভাষার ব্যবহার
- গ্রহীতার কথা সহজবোধ্য করা, সহজ ভাষার ব্যবহার এবং ব্যাখ্যা করে বুঝিয়ে দেয়া
- যথাযথভাবে ফিডব্যাক দেয়া ও নেয়া।

১. সেবাগ্রহীতার কথা মনোযোগ দিয়ে শোনা ঃ

শেখার জন্য শুনুন শুনতে শিখুন Listen to Learn Learn to Listen

কেন কাউন্সেলর কার্যকরভাবে শুনবেন ঃ

- গ্রহীতাকে কথা বলতে উৎসাহিত করতে;
- কাউন্সেলর যে প্রকৃতই গ্রহীতার বিষয়ে আগ্রহী তা বোঝাতে
- তথ্য সংগ্রহ করতে কারণ যে কাউন্সেলর ভালো করে শোনেন তিনি তাঁর গ্রহীতার কাছ থেকে প্রয়োজনীয় সকল তথ্য, পটভূমি ও ইতিহাস জেনে নিতে পারেন এবং তিনি এমনভাবে সম্পর্ক গড়ে তুলতে পারেন যা তাঁর এবং গ্রহীতার মধ্যে আস্থা সৃষ্টি করে।
- গ্রহীতাকে কাউন্সেলরের কথা মনোযোগ দিয়ে শুনতে উৎসাহিত করতে হবে।

কার্যকরভাবে শোনার জন্য যে সকল বিষয় আপনাকে মনে রাখতে হবে-

- গ্রহীতা যা বলেছেন, তার প্রতি সম্মান ও সক্রিয়তা দেখানো
- গ্রহীতার জন্য স্বাচ্ছন্দ্য বোধ সৃষ্টি করা এবং সহজ হওয়ার ব্যবস্থা করা
- তাদের কথা শেষ না করা পর্যন্ত চুপ থাকা। (গবেষণা থেকে দেখা গেছে গ্রহীতা তার সমস্যা বর্ণনা শুরু করার ১৯ সেকেন্ডের মধ্যে অধিকাংশ সেবাদানকারী সুপারিশ বা ট্রিটমেন্ট করার জন্য ব্যস্ত হয়ে পড়েন)।
- গ্রহীতার বক্তব্যের মূল বিষয় তুলে ধরা। সেগুলো আপনার নিজের ভাষায় সংক্ষেপে বলা
- তাদের আচরণ ও অনুভূতি বিচার করতে না যাওয়া
- তাদের অনুভূতি এবং তারা যেসব তথ্য দেন সেগুলো অনুধাবন করা ও বর্ণনা করা। যে অনুভূতি প্রকাশ করতে বা যে কথা বলতে তাদের দ্বিধা রয়েছে তা বোঝার মত ইঙ্গিত পাওয়ার জন্য বিভিন্নভাবে চেষ্টা করা।

২. কার্যকর প্রশ্ন করা ঃ

আমরা কেন গ্রহীতাকে বিভিন্ন রকমের প্রশ্ন করবো

- গ্রহীতাদের চাহিদা পরিমাপ করার জন্য
- গ্রহীতা সেবা সম্পর্কে ইতোমধ্যে কতটুকু জানেন তা জানার জন্য
- গ্রহীতার অনুভূতি জানা বা বোঝার জন্য
- কোনো নির্দিষ্ট সেবা গ্রহণ করলে তার ফলাফল সম্পর্কে আগাম ভাবতে গ্রহীতাকে সাহায্য করার জন্য
- গ্রহীতাকে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে সাহায্য করার জন্য
- সিদ্ধান্ত অনুযায়ী কাজ করতে সাহায্য করার জন্য।

৩। বাচনিক ও অবাচনিক উৎসাহ ও সহজ ভাষা ব্যবহার ঃ

ভাষার দক্ষতা : সহজ ভাষার ব্যবহার

উদাহরণ-

জটিল ভাষা:

অস্ত্রোপচারের মাধ্যমে স্বেচ্ছায় গর্ভরোধ (ভলান্টারী সার্জিকেল কন্ট্রাসেপশন) হলো এক প্রকার শল্যচিকিৎসা পদ্ধতি যার মাধ্যমে স্থায়ীভাবে গর্ভরোধ করা যায়। মহিলাদের ক্ষেত্রে এরকম অস্ত্রোপচার করে দুটি ডিম্ববাহীনালী (ফেলোপিয়ান) টিউব-ই বন্ধ করা বা কেটে ফেলা হয় যা ডিম্ব ও শুক্রের মিলন রোধ করে।

সহজ ভাষা ঃ

কোন মহিলা যদি আর বাচ্চা নিতে না চান তাহলে লাইগেশন পদ্ধতি বেছে নিতে পারে। এ পদ্ধতিতে মহিলার ডিম্বনালী কেটে বেঁধে দেয়া হয় ফলে, ডিম্ব এবং শুক্র মিলিত হতে পারে না।

তথ্য প্রদানের সময় কাউন্সেলরের উচিত গ্রহীতাকে সবসময়

- সঠিক তথ্য দেয়া
- পূর্ণ তথ্য দেয়া
- সহজ ভাষায় তথ্য দেয়া

সঠিক তথ্য নিশ্চিত করতে

- ছোট ছোট শব্দ ও বাক্য ব্যবহার করুন
- গ্রহীতা বুঝতে পারে এরকম সহজ শব্দ ব্যবহার করুন
- প্রয়োজনে ছবি ও ছাপানো সামগ্রী ব্যবহার করুন
- মাঝে মাঝেই কথা বন্ধ করুন এবং প্রশ্ন করে দেখুন গ্রহীতা বুঝতে পারছেন কি না
- তাদের কোন প্রশ্ন আছে কি না জেনে নিন
- কোন নির্দেশ/ করণীয় থাকলে তা বার বার বলুন

- নির্দেশ করণীয়গুলো গ্রহীতাকে বলতে বলুন।

৪। সহজবোধ্য করে ও ব্যাখ্যা করে বুঝিয়ে দেয়া ঃ

সহজবোধ্যকরণ (Paraphrasing)

গ্রহীতার কথাকে সহজ করে তাকে পুনরায় বলাই হলো “সহজ বোধ্যকরণ”।

গ্রহীতার মূল বক্তব্য নিজের ভাষায় পুনরায় বলার মাধ্যমে সেবাদানকারী বোঝাতে চান যে তিনি গ্রহীতার বক্তব্য শুনেছেন বা বুঝেছেন, এই পুনরাবৃত্তি গ্রহীতাকে তাদের সংগঠিত করতে সাহায্য করে।

যেমন-

গ্রহীতাঃ আমি আইইউডি নিতে চাই। কিন্তু আমার স্বামী বলেছেন যে এটি তোমার শরীরে ঘুরে বেড়াতে পারে এবং গর্ভের সন্তানের মাথার সাথে লেগে যেতে পারে।

কাউন্সেলর ঃ আপনি এ সম্পর্কে যা শুনেছেন তা নিয়ে আপনার মনে প্রশ্ন রয়েছে এবং আপনি বুঝতে চাচ্ছেন আসল ঘটনা কি?

ব্যাখ্যাকরণ (Clarifying) :

ব্যাখ্যাকরণ হচ্ছে গ্রহীতার বক্তব্য সম্পর্কে অভিজ্ঞতা ভিত্তিক অনুমান, গ্রহীতা যার যথার্থতা সমর্থন বা প্রত্যাখ্যান করেন।

যেমন- গ্রহীতা ঃ আমি বড়ি খাচ্ছি। এটা আমার ভালো লাগে। কিন্তু আমার বোন বলছে ইমপ্ল্যান্ট এর কথা। ইমপ্ল্যান্ট ব্যবহার করলে রোজ খাবার বড়ির কথা মনে রাখার দরকার হয়না।

কাউন্সেলর ঃ দেখি আমি আপনার কথা বুঝতে পেরেছি কিনা। আপনি বড়ি ছেড়ে ইমপ্ল্যান্ড নেবার কথা ভাবছেন। কেননা ইমপ্ল্যান্ট আপনার জন্য বেশি সুবিধার হবে, তাই কি?

৫। ফিডব্যাক/ ফিরতিবার্তা ঃ

ফিডব্যাক নেয়া বা দেয়ার মাধ্যমে প্রেরক বুঝতে পারেন বার্তাটি প্রাপক বুঝতে পেরিছেন কি না।

ফলপ্রসূ ফিডব্যাক বা ফিরতিবার্তা পাওয়ার জন্য করণীয়

- খোলা মন নিয়ে শুনুন
- ফিরতিবার্তা অস্পষ্ট হলে উদাহরণ ও ব্যাখ্যা দেয়ার জন্য অনুরোধ করুন
- নিজের মতামত অন্যের উপর চাপিয়ে দিবেন না
- বিষয়টি জানানোর জন্য প্রেরকের প্রশংসা করুন
- সমস্যাটির কারণ ও সমাধান সম্পর্কে অন্যদের মতামত জেনে নিন।

একজন কাউন্সেলরের বৈশিষ্ট্য

সফল কাউন্সেলিং পরিস্থিতিতে একজন কাউন্সেলর গ্রহীতাদেরকে শুধুমাত্র সঠিক তথ্যই দেন না, গ্রহীতাদের সাথে বিশ্বস্ততা ও আস্থার সম্পর্ক গড়ে তোলেন। এ জন্য তার যে সব গুণ থাকা দরকার তা হচ্ছে-

সহমর্মিতা (Empathy) :

একজন ভালো কাউন্সেলর/আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগকারী হন বিনয়ী, বন্ধুসুলভ, আন্তরিক এবং তিনি গ্রহীতার অনুভূতির প্রতি সহমর্মিতা প্রকাশ করে থাকেন।

সম্মান (Respect) :

গ্রহীতার অনুভূতি বা দৃষ্টিভঙ্গি একজন কাউন্সেলর/আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগকারীর অনুভূতি বা দৃষ্টিভঙ্গি থেকে ভিন্ন হলেও তিনি গ্রহীতার মতামত ও চিন্তা-ভাবনার প্রতি গুরুত্ব, সম্মান ও মূল্য দিয়ে থাকেন।

সততা (Honesty) :

সততা বলতে শুধুমাত্র সঠিক তথ্য দেয়াই বোঝায় না, পূর্ণাঙ্গ তথ্য দেয়া বোঝায়। একজন ভালো কাউন্সেলর/আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগকারী বাস্তব ও পূর্ণাঙ্গ তথ্য দিয়ে থাকেন।

R = সঠিক তথ্য দেয়ার মাধ্যমে	(Giving Right Message)
R = সঠিক ব্যক্তিকে	(To Right Person)
R = সঠিক মাধ্যমের সাহায্যে	(Through Right Channel)
R = সঠিক সময়ে	(At Right Time)

অর্থাৎ সঠিক সময়ে সঠিক ব্যক্তিকে সঠিক বার্তা সঠিক মাধ্যমে দেয়া সম্ভব হলেই যোগাযোগ সফল হয়।

সফল কাউন্সেলিং এর জন্য অনুসরণীয় মূলনীতি

কাউন্সেলিং এর সময় যে সব বিষয় মনে রাখতে হবে-

গ্রহীতার সামর্থ এবং সীমাবদ্ধতা মেনে নেয়া

- কাউন্সেলরের উচিত গ্রহীতাকে সম্মান দেখানো, এবং তার আচরণ ও মেধার সামর্থ্য এবং সামাজিক অবস্থান মেনে নিয়ে তাকে গুরুত্ব দেয়া। তাহলে গ্রহীতা এবং কাউন্সেলরের মধ্যে পারস্পরিক আস্থা ও সমঝোতার পরিবেশ সৃষ্টি করে।

ব্যক্তি পর্যায়ে গুরুত্ব দেয়া

- প্রত্যেক গ্রহীতাকে সকল পর্যায়ে গুরুত্ব দিতে হবে। তার বিভিন্ন গুণ ও সামর্থ্য এবং তার অবস্থার যে স্বাতন্ত্র্য রয়েছে তা বিবেচনায় নিতে হবে।

গোপনীয়তা রক্ষা করা

- গ্রহীতার গোপনীয়তা অবশ্যই কাউন্সেলরকে বজায় রাখতে হবে এবং তার প্রতি সম্মান দেখাতে হবে। একজন গ্রহীতার সমস্যা অন্যের কাছে কখনই প্রকাশ করা ঠিক না।

ব্যক্তিগত পছন্দ চাপিয়ে না দেয়া

- কাউন্সেলরের নিজস্ব মতামত কখনও গ্রহীতার উপর চাপিয়ে দেয়া উচিত হবে না বরং গ্রহীতাকে সমস্ত তথ্য ভালোভাবে জানাতে হবে এবং তার ব্যক্তিগত পছন্দ অপছন্দকে যথাসম্ভব মূল্য দিতে হবে।

গ্রহীতার অনুভুতির প্রতি সহানুভূতিশীল হওয়া

- কাউন্সেলরের এমন কিছু বলা বা করা উচিত হবে না যা গ্রহীতার মনে আঘাত করে বা তার অনুভূতিতে লাগে। কাউন্সেলিং এর সময় গ্রহীতার প্রতি সহানুভূতি প্রদর্শন করার চেষ্টা করতে হবে।

ব্যক্তিগত পক্ষপাত না থাকা ঃ

- আলোচ্য বিষয় বা গ্রহীতা সম্পর্কে কাউন্সেলর কোনো রকম পক্ষপাতিত্ব প্রকাশ করতে পারবেন না। তার কোনো পূর্ব ধারণাকে প্রশ্রয় দেয়াও ঠিক না।

জেন্ডার সচেতন কাউন্সেলিং ঃ

- কাউন্সেলর হিসেবে আপনার জানতে হবে কি কি সামাজিক কারণে নারীদের অবাধে পদ্ধতি গ্রহণ ব্যহত হচ্ছে, সে অনুযায়ী আপনাকে পরামর্শ প্রদানের লক্ষ্য ঠিক করতে হবে।
- কাউন্সেলর হিসেবে আপনাকে নারীদের সমস্যার গোপনীয়তা রক্ষা ও অন্যান্য বাস্তব সুবিধাদির প্রতি সজাগ দৃষ্টি রাখতে হবে।
- নারীদেরকে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সক্রিয় ভূমিকা পালন করতে দেয়া হয় না বলে আপনার পরামর্শ অনুযায়ী নারী সেবা গ্রহীতা স্বাস্থ্য ব্যবস্থা গ্রহণ করতে পারবে সে বিষয়ে নিশ্চিত হতে পারেন না, নারীকে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করা ছাড়াও অন্যান্যদের বিশেষত স্বামীর অথবা পরিবারের পুরুষ প্রধানের অনুকুল সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করুন।

কাউন্সেলিং দক্ষতা অনুশীলন (ব্যবহারিক)

রোল-প্লে এর জন্য কেস ঃ

কেস - ১	একটি দম্পতির ২টি সন্তান আছে। দম্পতিটি কোনো পদ্ধতি ব্যবহার করেন না। ছোট সন্তানের বয়স দুই বছর। শিশুটির পাতলা পায়খানা হয়েছে। পাতলা পায়খানার চিকিৎসার জন্য এই দম্পতি স্যাটেলাইট ক্লিনিকে এসেছেন। স্বামীটি পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি পছন্দ করেন না।
কেস - ২	একটি দম্পতি পরিবার পরিকল্পনার একটি পদ্ধতি নিতে চান। তাঁদের ছোট সন্তানের বয়স পাঁচ মাস। এই দম্পতির মোট ৪টি সন্তান রয়েছে।
কেস - ৩	একটি মা স্বাস্থ্যসেবা নিতে ক্লিনিকে এসেছেন। তার চার বছরের ছেলেটি রাতে চোখে দেখতে পায়না। এ বিষয়ে চিকিৎসা ও পরামর্শ চাচ্ছেন।
কেস - ৪	একজন মা একটি ৩ বছর বয়সী বাচ্চা নিয়ে ক্লিনিকে এসেছেন। বাচ্চাটির জ্বর ও সেই সাথে শ্বাসকষ্টে ভুগছে।
কেস - ৫	একজন আইইউডি ব্যবহারকারী এসেছেন। আইইউডি ব্যবহারের পর তার পার্শ্ব-প্রতিক্রিয়া দেখা দিয়েছে যার ফলে তিনি খুব ভীত।
কেস - ৬	একজন মহিলা আরটিআই সমস্যা নিয়ে এসেছেন। এ ব্যাপারে তিনি খুব ভীত। এ মহিলা পরিবার পরিকল্পনার কোনো পদ্ধতি ব্যবহার করে না।

কাউন্সেলিং দক্ষতা পর্যবেক্ষণের জন্য চেকলিষ্ট

১. কাউন্সেলর কিভাবে সেবা গ্রহীতাকে গ্রহণ করেছেন?

২. কাউন্সেলর সেবা গ্রহীতা সম্পর্কে প্রশ্ন করেছেন কি না?

- তার চাহিদা ও প্রয়োজন সম্পর্কে
- সেবা গ্রহীতার ইতিহাস/বৃত্তান্ত সম্পর্কে
- সেবা গ্রহীতা এ বিষয় সম্পর্কে কতটুকু জানে।

৩. গ্রহীতাকে কাউন্সেলর বলেছেন কি না?

- তিনি কি সেবা দিতে পারেন
- গ্রহীতার আগ্রহের বিষয়ে সংক্ষিপ্ত বর্ণনা
- গ্রহীতা কোন সেবা সম্পর্কে আগ্রহী।

৪. গ্রহীতাকে কিভাবে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করেছেন

- সিদ্ধান্ত চাপিয়ে দিয়েছেন
- জেনে শুনে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করেন।

১) সেবা সম্পর্কে বিস্তারিত ব্যাখ্যা করেছেন কি না?

২) ফলো-আপ সম্পর্কে বলেছিলেন কি না?

৩) কাউন্সেলরের বাচনিক ও অবাচনিক উৎসাহ দেবার দক্ষতা কেমন ছিল?

৪) কাউন্সেলরের ভাষা গ্রহীতার পক্ষে বুঝতে সহজ ছিল কি না?

৫) গ্রহীতার কথা সহজবোধ্য করেছিলেন কি?

৬) কাউন্সেলর গ্রহীতার বক্তব্য ব্যাখ্যা করেছিলেন কি না?

৭) কাউন্সেলরের ফিডব্যাক দেবার ও নেবার দক্ষতা কেমন ছিল?

৮) তথ্য দেবার ক্ষেত্রে কাউন্সেলরের সততা ছিল কি?

৯) কাউন্সেলর গ্রহীতার প্রতি যথাযথ শ্রদ্ধাশীল ছিলেন কি না?

১০) কাউন্সেলর গ্রহীতার প্রতি সহমর্মী ও আন্তরিক ছিলেন কি না?

১১) কাউন্সেলর মিসড অপরচুনিটি কাজে লাগানোর চেষ্টা করেছেন কি না?

কাউন্সেলিং দক্ষতা অনুশীলন (ব্যবহারিক)

কাউন্সেলিং দক্ষতা অনুশীলনের জন্য অংশগ্রহণকারী দলগুলোর মধ্যে নীচের কেসগুলো দিন-

কেস - ১	মরিয়ম সাড়ে চার মাসের গর্ভবতী। স্বামীসহ ক্লিনিকে স্বাস্থ্যসেবা নিতে এসেছে। এটি তাদের দ্বিতীয় সন্তান। প্রথম সন্তানের বয়স দুই বছর। মরিয়ম খুবই দুর্বল। প্রথম সন্তানের জন্ম হয়েছিল বাড়ীতে। এই দম্পতিকে কাউন্সেলিং করুন।
কেস - ২	আব্দুল রহিম ক্লিনিকে এসেছেন। দুই সপ্তাহ আগে তিনি বিয়ে করেছেন। তিনি একটি পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি নিতে চান। কাউন্সেলিং করুন ও প্রয়োজনীয় তথ্য দিন।
কেস - ৩	মমতার বেশ কিছু দিন যাবৎ তলপেটে ব্যথা ও প্রস্রাবে জ্বালাপোড়া হয়। মমতার দু'টি সন্তান আছে। মমতার স্বামী দূরে থাকেন এবং মাসে একবার বাড়ীতে আসেন। মমতার স্বামীও মাঝে মাঝে জ্বালাপোড়ার কথা বলেন। কাউন্সেলিং করুন ও প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা নিন।
কেস - ৪	হালিম তার ১০ মাস বয়সী ছেলেকে হামের টিকা দিতে ক্লিনিকে এসেছেন। সাথে তার ৩ বছর বয়সী মেয়েও এসেছে। মেয়েটিকে তিনি কখনও ভিটামিন 'এ' ক্যাপসুল খাওয়াননি। এ বিষয়ে কাউন্সেলিং করুন ও যথাযথ ব্যবস্থা নিন।

কেস - ৫	সেলিম তার স্ত্রী ও ১ বছর বয়সী বাচ্চাকে নিয়ে ক্লিনিকে এসেছেন। সেলিমের স্ত্রী নিয়মিত ডোজ এর ইনজেকশন গ্রহণ করবেন। তাদের বাচ্চাটি জ্বর ও খুব বেশী সর্দি-কাশিতে ভুগছে। বাচ্চাটির কিছুটা শ্বাসকষ্টও আছে। কিন্তু তারা এই অবস্থাকে তেমন গুরুত্ব দেন নি। এই দম্পতিকে কাউন্সেলিং করুন ও প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা নিন।
কেস - ৬	হামিদা তার শাশুড়ীকে নিয়ে ক্লিনিকে এসেছেন, কারণ তার দু'বছরের ছেলেটি গত ২ দিন ধরে ডায়রিয়ায় ভুগছে। এদের পরামর্শ দিন ও প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা গ্রহণ করুন।

রোল-প্লে পর্যবেক্ষণ চেকলিষ্টঃ (কেস-২ এর জন্য)

১) সেবা গ্রহীতাকে কিভাবে গ্রহণ করেছেন?

২) সেবা গ্রহীতার প্রয়োজন/চাহিদা জানার জন্য প্রয়োজনীয় প্রশ্ন করেছেন কি না?

৩) সেবা গ্রহীতাকে তার প্রয়োজন অনুযায়ী তথ্য দিয়েছেন কি না?

- তথ্য সঠিক ছিল কি না?
- তথ্য সম্পূর্ণ ছিল কি না?

৪) সেবা গ্রহীতাকে জেনে শুনে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করেছেন কি না?

৫) সেবা গ্রহীতাকে ফলো-আপের বিষয়ে কিভাবে নিশ্চিত করেছেন?

৬) কাউন্সেলরের কাউন্সেলিং দক্ষতা কেমন ছিল?

৭) সেবা গ্রহীতার অবাচনিক যোগাযোগ দক্ষতা কেমন ছিল?

রোল-প্লে পর্যবেক্ষণ চেকলিষ্ট ঃ (কেস-৩ এর জন্য)

১) সেবা গ্রহীতাকে কিভাবে গ্রহণ করেছেন?

২) রোগীর প্রয়োজন/সমস্যা কিভাবে জেনেছেন?

৩) রোগীর ঝুঁকি নির্ধারণ

- ব্যক্তিগত যৌন আচরণ
- অন্যান্য ব্যক্তিগত বিষয়
- ওষুধ/ড্রাগ ব্যবহার করেন কি না?
- কি ধরণের রক্ষণাত্মক আচরণ করেন? যেমন- কনডম ব্যবহার করেন কি না?
- সঙ্গীর যৌন ও অন্যান্য আচরণ

৪) রোগীর সাথে কথা বলার সময় তিনি এবং রোগী স্বাচ্ছন্দ্য ছিলেন কি না?

৫) প্রতিরোধের জন্য কি কি তথ্য দিয়েছেন?

৬) চিকিৎসা গ্রহণের জন্য পরামর্শ সঠিক ছিল কি?

৭) কনডম ব্যবহারের উপর কতটা জোর দিয়েছেন? ব্যবহার পদ্ধতি ব্যাখ্যা করেছেন কি না?

৮) কন্ট্যাক্ট ট্রেসিং এর বিষয়ে কতটা যত্নশীল ছিলেন?

৯) সেবা গ্রহীতাকে ফলো-আপের বিষয়ে কিভাবে নিশ্চিত করেছেন?

১০) কাউন্সেলরের কাউন্সেলিং দক্ষতা কেমন ছিল?

১১) সেবা গ্রহীতার অবাচনিক যোগাযোগ দক্ষতা কেমন ছিল?

রোল-প্লে পর্যবেক্ষণ চেকলিষ্ট ঃ (কেস-৪, ৫ ও ৬ এর জন্য)

১) কাউন্সেলর সেবা গ্রহীতাকে কিভাবে গ্রহণ করেছেন?

২) সেবা গ্রহীতার প্রয়োজন ও সমস্যা কিভাবে চিনেছেন?

৩) সেবা গ্রহীতার ঝুঁকি নির্ধারণ করতে কি কি বিষয়ে তথ্য জেনেছেন?

৪) সেবা গ্রহীতাকে তার জন্য প্রয়োজনীয় ও উপযোগী বার্তা দিয়েছেন কি না?

৫) বাড়ীতে চিকিৎসার ব্যবস্থা গ্রহণের জন্য কি কি তথ্য দিয়েছেন?

৬) চিকিৎসা ও প্রতিকারের বিষয়ে সিদ্ধান্ত নিতে কিভাবে সহায়তা করেছেন?

৭) কাউন্সেলরের কাউন্সেলি দক্ষতা কেমন ছিল?

৮) সেবা গ্রহীতার অবাচনিক যোগাযোগ দক্ষতা কেমন ছিল?

৯) ফলো-আপের বিষয়ে কিভাবে নিশ্চিত করেছেন?

পাঠ-১৪

আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তনে যোগাযোগ/ বিসিসি

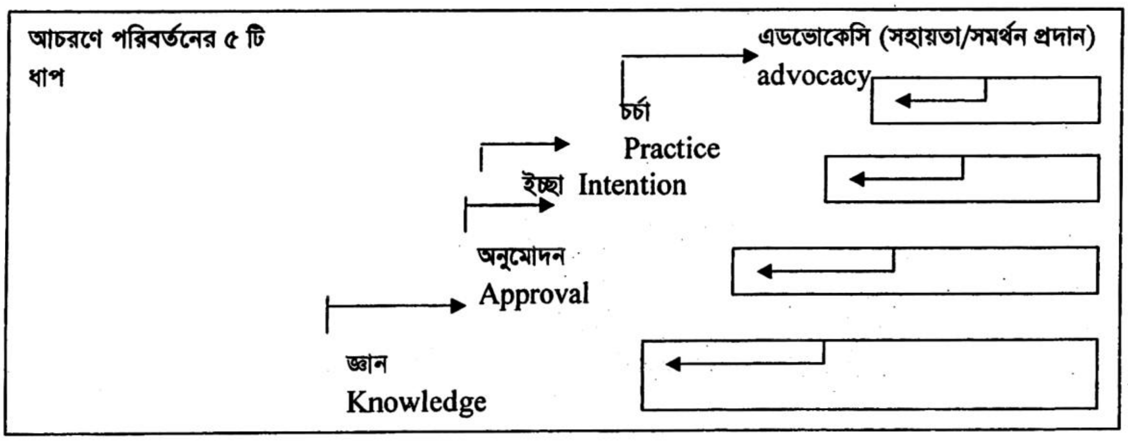
আচরণ ঃ মানুষের প্রতিদিনের ব্যবহার বা অভ্যাসকে আচরণ বলা হয়। কথাবার্তা, অঙ্গভঙ্গী ও নানান কাজের মধ্যে দিয়ে আচরণ বা অভ্যাস প্রকাশ পায়। সময়, পরিবেশ ও পরিস্থিতির ভিন্নতার মাধ্যমে আচরণের প্রকারভেদ ঘটে। মানুষ তার জ্ঞান-বুদ্ধি ও অভিজ্ঞতার আলোকে নিজের আচরণ বা অভ্যাসকে নিয়ন্ত্রণ করে। শারীরিক, মানসিক, আর্থিক ও সামাজিক অবস্থা বা পরিমন্ডলের উপরও ব্যক্তির আচরণ বা অভ্যাস নির্ভরশীল। ভিন্ন পরিস্থিতিতে ভিন্ন আচরণ, এটাই মানুষের ধর্ম বা সর্বজন গ্রাহ্য। তাই বড় হয়ে ওঠার সাথে সঙ্গতি রেখে প্রতিটি মানুষকে জেনে নিতে

হয় কোথায় কোন আচরণ বা ব্যবহার গ্রহণযোগ্য। একের সঙ্গে অন্যের সম্পর্ক মূলতঃ এই আচরণ বা অভ্যাসের উপর নির্ভরশীল।

যোগাযোগ ঃ আমাদের জানা তথ্য, ধারণা, বিশ্বাস, অভিজ্ঞতা ও মতামত সঠিকভাবে ও অর্থসহকারে অন্যের কাছে গ্রহণযোগ্য ভাবে বিনিময় করতে পারার প্রক্রিয়াই হলো যোগাযোগ। এই প্রক্রিয়ায় শুধুমাত্র অন্যকে জানানোর বিষয়টিই অন্তর্ভূক্ত থাকে না বরঞ্চ অন্যের মতামত জানারও সুযোগ থাকে।

পরিবর্তন ঃ তথ্য, ধারণা, বিশ্বাস, অভিজ্ঞতা ও মতামত সঠিক ও গ্রহণযোগ্যভাবে বিনিময়ের ফলে গ্রহীতার আচরণের বা অভ্যাসের যে স্থায়ী বা অস্থায়ী লক্ষণ পরিলক্ষিত হয় তাকে পরিবর্তন বলা হয়।

আচরণের পরিবর্তন ঃ কোন ব্যক্তিকে উন্নত পর্যায়ে পৌছার জন্য ক্রম পর্যায়ের পরিবর্তনের ধারার মধ্য দিয়ে অগ্রসর হতে হয়। এই পরিবর্তনের ধারা ট্রানজিশনাল রোল (Transitional Role) বা মধ্যবর্তী সময় বলে। কৌশলগত যোগাযোগ পরিকল্পনা প্রণয়নের লক্ষ্যে যোগাযোগ তত্ত্বগত যে কাঠামোটি ব্যবহৃত হয় তাকে আচরণ পরিবর্তনের স্তর বা ধাপ বলা হয়। এই কাঠামোটি পাঁচটি স্তরে বিভক্ত।



সূত্রঃ জে এইচ ইউ/সিসিপি, বাল্টিমোর, ইউ, এস.এ.

জ্ঞান (Knowledge) ঃ

- স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা সেবার যে কোন বার্তা স্মরণ করা
- স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি অথবা অন্য কোন সেবা সরবরাহের উৎস সম্পর্কে বলতে পারা।

২। অনুমোদন (Approval) ঃ

- স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা অথবা বার্তার পক্ষে সাড়া দেওয়া
- স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা অথবা বিষয় সম্পর্কে বন্ধুবান্ধব অথবা পরিবারের সদস্যদের সাথে আলোচনা করা
- বার্তার বিষয় সম্পর্কে পরিবার, বন্ধুবান্ধব অথবা কমিউনিটির অনুমোদন আছে কিনা তা চিন্তা করা

- স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা অথবা বার্তার বিষয় অনুমোদন করা।

৩। ইচ্ছা (Intention) ঃ

- চিন্তা করা যে স্বাস্থ্য, পুষ্টি এবং পরিবার পরিকল্পনা অথবা বার্তার বিষয়টি পরিবারের প্রয়োজন মেটাতে পারে।
- বিষয়টি নিয়ে সেবা প্রদানকারীর সাথে আলোচনার ইচ্ছা পোষণ করা।
- স্বাস্থ্য পুষ্টি এবং পরিবার পরিকল্পনা সেবা গ্রহণ করা বা সেবা গ্রহণ করার ইচ্ছা রাখা।

৪। চর্চা (Practice) ঃ

- তথ্য সরবরাহ ও সেবা গ্রহণের জন্য চাওয়া
- পদ্ধতি বা সেবা নির্ধারণ ও ব্যবহার শুরু করা
- পদ্ধতি ব্যবহার বা সেবা গ্রহণ চালিয়ে যাওয়া।

৫। এডভোকেসি (Advocacy সহায়তা/সমর্থন দান) ঃ

- অভিজ্ঞতা বর্ণনা করা ও সেবাটির সুবিধা স্বীকার করা
- অন্যান্যদেরকে ব্যবহার করতে বলা
- কমিউনিটির সেবা কর্মসূচীতে সহায়তা করা।

ব্যক্তি এবং দলের আচরণ, জ্ঞান (Knowledge) স্তর থেকে কিভাবে এডভোকেসির স্তরে পৌঁছায়, আচরণ পরিবর্তনে যোগাযোগের ধাপের মাধ্যমে তা বোঝা যায়। মূলতঃ আচরণ পরিবর্তন একটি ধারাবাহিক নিয়ম। মানুষের আচরণ পরিবর্তন করা হচ্ছে যোগাযোগের মূল লক্ষ্য। কিন্তু এই আচরণ পরিবর্তনের আগে সাধারণতঃ কতগুলো মাধ্যমিক স্তর অতিক্রম করতে হয়।

সময়ের ব্যবধানে এবং অভিজ্ঞতার আলোকে বর্তমান SBC (social behavioural change/সামাজিক আচরণ পরিবর্তন) এর ধাপ সমূহ পরিমার্জিত হয়েছে।

সব মানুষ একইভাবে একই গতিতে অথবা একই সময়ে আচরণ বা অভ্যাসের পরিবর্তনের সব ধাপ অতিক্রম করতে পারে না। যেমন, কেউ কেউ পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি সম্পর্কে বিস্তারিত জানার আগেই পরিবার সীমিত রাখে। অপর দিকে কেউ কেউ পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি সম্পর্কে জানে, অনুমোদন করে, কিন্তু অনেক পরে তারা অনুশীলন বা ব্যবহার করে। আবার অনেকে পর্যায়ক্রমে বিভিন্ন ধাপ হতে পরিবার পরিকল্পনা জ্ঞান লাভ করে। এরা বিভিন্ন উৎস হতে তথ্য পায় বলে একটি আচরণ গ্রহণ করে তা অনুশীলন করে এবং কখনো কখনো তা ব্যবহার করে নতুন আচরণ গ্রহণ করার চেষ্টা করে।

সাফল্যের সাথে কাজ চলছে এমন কর্মসূচীতে দেখা যায় জনগণের আচরণ পরিবর্তনের জন্য জ্ঞান অনুমোদন স্তরে থাকে। এ ধরণের অবস্থায় কর্মসূচীতে পরবর্তী স্তর যেমন ইচ্ছা, চর্চা ও এডভোকেসি এর জন্য বেশী জোর দেয়া

হয়। কর্মসূচীর এ অবস্থায় সেবার গুণগত মান বৃদ্ধি, সেবা গ্রহণকারীর হার বাড়ানো, বাধা খুঁজে বের করা ও তা দূর করা ইত্যাদি বিষয়ে জোর দেয়া হয়।

সামাজিক নিয়মনীতি ব্যক্তির আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তনে প্রভাবিত করে এর জন্য গণযোগাযোগ, আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ ও সামাজিক সমর্থন আদায় করতে হয়। রাজনৈতিক নেতা, নীতি নির্ধারক এবং স্থানীয় জনসাধারণ আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তনে গুরুত্বপূর্ণ জনগোষ্ঠী হতে পারেন।

জনগণের স্বীকৃতি, সন্তুষ্টি গ্রহণকারীদের দ্বারা প্রচারণা ও সহযোগিতার মাধ্যমে আচরণ পরিবর্তনের জন্য এডভোকেসি হচ্ছে আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তন প্রক্রিয়ার শেষ ধাপ। ব্যবহারকারীরা কোনো সেবা গ্রহণ করে সন্তুষ্ট হলে তিনি ঐ সেবার পক্ষে কথা বলেন।

আচরণ বা অভ্যাস পরিবর্তনে যোগাযোগের ভূমিকা

যোগাযোগের যে বিষয়গুলো মানব আচরণকে প্রভাবিত করতে পারে সেগুলোঃ

- সংশ্লিষ্ট বার্তা সম্পর্কে আগ্রহ সৃষ্টি করে;
- বন্ধুসুলভ ও খোলা মনের পরিবেশ সৃষ্টি করে;
- হাতে কলমে দেখিয়ে এবং আসল ঘটনার উদাহরণ দিয়ে;
- সুফল ও স্বীকৃতি নিশ্চিত করে;
- প্রতিযোগিতার মাধ্যমে।

কার্যকর যোগাযোগের ক্ষেত্রে ৭টি (C)

Command Attention (মনোযোগ আকর্ষণ)

কার্যকর যোগাযোগ এমন হতে হবে যাতে সহজেই অন্যান্যদের মনোযোগ আকর্ষণ করে।

Clarify the Message (পরিষ্কার তথ্য)

তথ্য হতে হবে সহজ ও স্পষ্ট, কারণ তথ্য বুঝতে সমস্যা হলে তা মনে রাখতে কষ্ট হয়।

Creat Trust (বিশ্বাস তৈরী করা)

যোগাযোগের মাধ্যমে যদি সেবা গ্রহীতার বিশ্বাস তৈরী করা না যায় তবে সেবা গ্রহীতা সেবা গ্রহণ করবে না। তাই যোগাযোগ বা বার্তাকে অবশ্যই বাস্তবসম্মত হতে হবে।

Cater to the Heart and Head (মনে বা চিন্তায় দাগ কাটে)

কার্যকর যোগাযোগে মানুষের আবেগ ও মূল্য বোধকে মূল্য দেয়া উচিত-এতে সহজেই জনগণের মনে দাগ কাটে ও চিন্তায় স্থান করে নেয়।

Communicate a Benefit (উপকার বা কি লাভ বোঝানো)

যাদের জন্য বার্তাটি তৈরী করা হবে তারা যেন এ বার্তা অনুসরণ করে। তাদের আচরণ পরিবর্তনে কি লাভ তা সহজে বুঝতে পারে।

Call for Action (কিছু করার জন্য আহ্বান করা)

যোগাযোগ ভাষার ধরণ এমন হওয়া উচিত যাতে জনগণকে সরাসরি কিছু করতে আহ্বান করা হয়।

Consistency (সামঞ্জস্যতা)

একটি বিষয় বারবার শুনে বা জেনে মানুষ শিক্ষালাভ করে। তাই কোন বিষয়ে বিভিন্ন মাধ্যমে বা বিভিন্ন সময় যোগাযোগ করা হবে তার মধ্যে অবশ্যই সামঞ্জস্যতা বজায় রাখতে হবে। এতে জনগণ সহজেই বিষয়টি বুঝতে ও মনে রাখতে পারে।

আচরণ পরিবর্তণ পরিবর্তনে যোগাযোগ প্রভাবের ক্রমোস্তর (Hierarchy of Effect) ঃ

যে কোন যোগাযোগ প্রচেষ্টা বিভিন্ন ব্যক্তির উপর বিভিন্নভাবে প্রভাব রাখে। যেমন একটি বার্তা পেয়ে কেউ কেউ শুধুমাত্র নতুন কিছু শেখে আবার কেউ কেউ আচরণ পরিবর্তন করার জন্য কাজ শুরু করে। যোগাযোগের ক্ষেত্রে মূলতঃ এই ধারণাকেই "যোগাযোগ প্রভাবের ক্রমোস্তর" (Hierarchy of Effect) বলা হয়ে থাকে। যোগাযোগের প্রভাব মানুষের আচরণে কয়েকটি ক্রমোস্তরে (Hierarchy of Effect) হ্রাস পায়। এগুলো হচ্ছেঃ

- নতুন বার্তা শোনা/জানা
- বার্তা সঠিকভাবে বোঝা
- বার্তাটির সাথে একমত হওয়া
- আচরণ পরিবর্তনে ইচ্ছা প্রকাশ করা
- আচরণ পরিবর্তন করা

এই ধাপগুলোর প্রতিটি ক্ষেত্রে প্রভাবকের ক্রমোস্তর প্রভাব হ্রাস পেতে থাকে। বিষয়টি একটি আনুমানিক উদাহরণ দিয়ে স্পষ্ট হওয়া যেতে পারে, যেমন- একটি বার্তা ১০০ জনের উদ্দেশ্যে দেয়া হলে তা সবার কাছে নাও পৌছাতে পারে। ধরে নেয়া গেল তা ৮০% লোকের কাছে পৌছালো। ৮০% লোকের কাছে পৌঁছালেও ৬০% লোক বার্তাটির মূল অর্থ অনুধাবন করতে পারে। ৬০% লোক বার্তাটি বুঝতে পারলেও ৪০% লোক হয়তো বার্তাটির সাথে একমত পোষণ করেন। তবে কার্যক্ষেত্রে দেখা যায় ২০% লোক বার্তাটির মাধ্যমে উদ্বুদ্ধ হয়ে আচরণ পরিবর্তনের ইচ্ছা প্রকাশ করেছে। তবে চূড়ান্ত পর্যায়ে দেখা যায় যে, এদের মধ্যে মাত্র ৩%-৭% তা চর্চা করেছে।

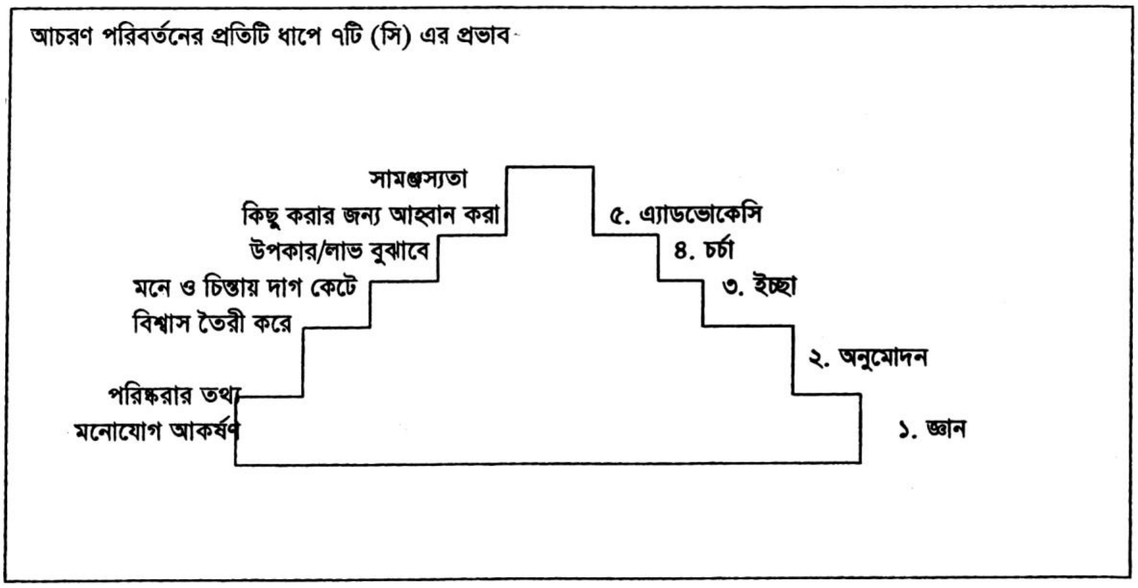
আচরণ পরিবর্তনের যোগাযোগ প্রভাবে ফলাফল

১০০%	৮০%	৬০%	৪০%	২০%	৩-৭%
বার্তাটি দেয়া হয়েছে।	বার্তাটি জানে শুনেছে	বার্তাটি বুঝেছে	বার্তার সাথে একমত	আচরণ পরিবর্তনে ইচ্ছুক	চর্চা করে

সূত্রঃ জে এইচ ইউ/সিসিপি, বাল্টিমোর, ইউ.এস.এ.

বার্তা যত বেশী পরিস্কার (Clear) এবং সামঞ্জস্যপূর্ণ (Consistant) হবে তত বেশী উদ্দীষ্ট জনগোষ্ঠী তা বুঝবে। পাশাপাশি বার্তাটি যত বেশী লাভ (Benefit) বুঝাবে এবং শ্রোতা/জনগোষ্ঠী এর মনে ও চিন্তায় দাগ কাটবে তত বেশী শ্রোতা/জনগোষ্ঠী বার্তার সাথে একমত প্রকাশ করবে। বার্তাটি বিশ্বাসযোগ্য (Creat Trust) হলে আরো বেশী শ্রোতা/জনগোষ্ঠী আচরণ পরিবর্তনে ইচ্ছা প্রকাশ করবে। উপরোক্ত বৈশিষ্ট্যগুলোর পাশাপাশি বার্তাতে যদি কিছু করার জন্য আহ্বান থাকে (Call for Action) তবে তত বেশী শ্রোতা/জনগোষ্ঠী বার্তার পক্ষে সাড়া দেবে।

কার্যকর যোগাযোগের ৭টি (C) এর মাধ্যমে প্রতিটি ধাপে আচরণ পরিবর্তনের লক্ষ্যে যোগাযোগের প্রয়োজনীয়তা পূরণ-করার মাধ্যমে যদি বিশ্বাস করেন যে আপনি পরিবর্তন আনতে পারবেন তবে নিশ্চয়ই তা পারবেন। (Believe you can make a difference and you will)



সূত্র: জে এইচ ইউ/সিসিপি, বাল্টিমোর, ইউ.এস.এ

বিসিসি এর কার্যক্রম টিকে থাকার সামর্থ্যদানের কৌশলঃ

- যোগাযোগের প্রতি সজাগ দৃষ্টি রাখা এবং যোগ্যতা ও কার্য্যকারিতার ক্রমাগত উন্নতি বিধান করা।
- মূল্যায়ন করা এবং তার ফলাফল যোগাযোগের বিষয়াদির গুণগতমান বৃদ্ধির জন্যে জানানো।

- স্বাস্থ্য, মা-শিশু স্বাস্থ্য, পুষ্টি, পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ের জন্যে একসাথে যোগাযোগের প্রচেষ্টার উপর গুরুত্ব দেয়া, বিশেষ করে যৌনবাহিত রোগ, প্রজননতন্ত্রের সংক্রামক রোগ এবং এইডস সহ প্রজনন স্বাস্থ্যের যত্নের বিষয়ে জোর দেওয়া।
- সচেতনতা গড়ার চেয়ে উন্নত স্বাস্থ্য মান বজায় রাখার জন্যে আচরণ পরিবর্তন মানসে উদ্বুদ্ধকরণ শিক্ষার বিষয়বস্তু এর উপর জোর দেওয়া।
- যোগাযোগ কর্মসূচীর ডিজাইন এমনভাবে করা যাতে সেবাদানকারী, গ্রাহকদের মধ্যেকার অংশগ্রহণ মূলক সম্পর্ক বৃদ্ধি করতে পারে।
- বিকেন্দ্রীকরণ প্রচেষ্টা এমনভাবে করা যা স্থানীয় পর্যায়ে যোগাযোগের কৌশল নির্ধারণে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করবে।

আচরণ পরিবতণ ধাপ নির্ণয় ঃ (ব্যবহারিক)

আচরণ পরিবর্তনে ধাপ নির্ণয়

কেস - ১	এক মহিলার পাঁচটি সন্তান রয়েছে। তারা সবাই অপুষ্টি এবং বিভিন্ন রোগে ভুগছে। বাচ্চার জন্য স্যালাইন নিতে তিনি ক্লিনিকে এসেছেন। এই মহিলা কোন পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি ব্যবহার করেন না।
কেস - ২	গ্রামের একজন মহিলা সচেতন যে তার যে কোনো একটি পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি গ্রহণ করা প্রয়োজন। তবে পরিবার পরিকল্পনা সম্পর্কে তার ভীতি/দ্বিধা/অনিশ্চয়তা রয়েছে।
কেস - ৩	মহিলা পরিবার পরিকল্পনা পদ্ধতি গ্রহণ করতে ক্লিনিকে এসেছেন। সেবা প্রদানকারী বিভিন্ন পদ্ধতির সুবিধা এবং পার্শ্ব প্রতিক্রিয়ার কথা পরিষ্কার ও সহজবোধ্য ভাষায় মহিলাকে বুঝিয়ে বললেন। মহিলাকে তার স্বামীর সংগে এবং পদ্ধতি ব্যবহারকারীদের সংগে কথা বলতে বললেন। ঘন ঘন সন্তান প্রসবের কারণে তাকে যে সব সমস্যার সম্মুখীন হতে হয়, সেগুলোর তুলনায় পদ্ধতিগুলোর সুবিধাসমূহ বিচার করতে সেবাপ্রদানকারী তাকে উৎসাহিত করলেন।
কেস - ৪	মহিলাকে একটি পদ্ধতি সরবরাহ করা হল, ধরা যাক পদ্ধতিটি খাবার বড়ি। তাকে পরিষ্কারভাবে নির্দেশনাও দেয়া হল। তিনি বড়ি খাওয়া শুরু করলেন। এদিকে সেবাপ্রদানকারী তার ফলো-আপ ভিজিট চালিয়ে গেলেন।

নিচের প্রশ্নের উত্তরগুলো লিখুন ঃ

(ক) সেবা গ্রহীতা আচরণ পরিবর্তনের কোন স্তরে রয়েছেন?

(খ) কেন এই স্তরে রয়েছে বলে আপনারা মনে করেন? যুক্তি দেখান।

(গ) সেবা গ্রহীতার আচরণ পরিবর্তন করতে আর কি কি করা প্রয়োজন?

পাঠ-১৫
বিসিসি চাহিদা নির্ণয় ও উপযুক্ত বার্তা প্রদান

ক্লায়েন্টের স্বাস্থ্য সম্পর্কিত চাহিদা নির্ণয় করা ঃ

চাহিদা বলতে সাধারণত যা আমাদের প্রয়োজন তাকেই বোঝায়। এই প্রয়োজনীয়তা অনেক সময় সরাসরি অনেকেই বুঝতে পারেন না। বিশেষ করে যাদের রয়েছে সচেতনতা ও শিক্ষার অভাব। বিশ্লেষণের মাধ্যমে আমরা আমাদের চাহিদাসমূহ নির্ণয় করতে পারি। কিন্তু এই বিশ্লেষণের জন্য প্রয়োজন সচেতনতা বৃদ্ধি করা, শিক্ষিত করা।

স্বাস্থ্য চাহিদা বলতে মানুষকে সুস্থ, নিরোগ ও সুন্দরভাবে বাঁচবার জন্য যা যা প্রয়োজন তাকেই বলা যায়। এই প্রয়োজন হতে পারে বিভিন্ন প্রকার স্বাস্থ্য সেবা গ্রহণের যেমন-জন্মনিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি গ্রহণ অথবা শিশুর টিকা দেয়া, নিরাপদ প্রসবের ব্যবস্থা করা প্রভৃতি। তেমনি এই প্রয়োজন হতে পাারে স্বাস্থ্য অভ্যাস পরিবর্তন করা। যেমন- পরিষ্কার থাকা, বিশুদ্ধ পানির ব্যবহার করা, স্বাস্থ্যসম্মত পায়খানার ব্যবহার, পরিবেশ পরিচ্ছন্ন রাখা প্রভৃতি।

স্বাস্থ্য চাহিদা নির্ণয়ের প্রয়োজনীয়তা ঃ

আমরা জানি মানুষের সহজাত প্রবৃত্তি হলো চাহিদা পূরণের চেষ্টা। অপরদিকে চাহিদা না থাকলে মানুষ কোনকিছুই স্বতঃস্ফুর্তভাবে গ্রহণ করে না। একজন যোগাযোগকারী হিসাবে কমিউনিটি প্যারামেডিক এর অন্যতম দায়িত্ব হলো সেবা গ্রহীতার ভাল স্বাস্থ্য অভ্যাস গড়ে তোলা। তার জন্য প্রয়োজন সেবা গ্রহীতার আচরণের পরিবর্তন। নতুন আচরণটি সেবা গ্রহীতা গ্রহণ না করলে পরিবর্তন আনা সম্ভব নয়। অপরদিকে সেবা গ্রহীতা তখনই গ্রহণ করবে যখন তার চাহিদা থাকবে। তাই যোগাযোগকারীর অন্যতম দায়িত্ব হলো সেবা গ্রহীতার স্বাস্থ্য চাহিদা জেনে নেয়া এবং চাহিদার অগ্রাধিকার নির্ণয় করা। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, একজন সেবা গ্রহীতার অনেকগুলো চাহিদা থাকতে পারে যেমন- বিশুদ্ধ পানি ব্যবহারের অভ্যাস, শিশুর টিকাদান, স্বাস্থ্যসম্মত পায়খানার ব্যবহার জানা, ডায়রিয়া রোগীর চিকিৎসা, জন্মনিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থা গ্রহণ। কিন্তু যোগাযোগকারী একসাথে এতগুলো চাহিদা পুরণের লক্ষ্যে কাজ করতে পারবে না। তাই তাকে তখন সেবা গ্রহীতার চাহিদাগুলোর অগ্রাধিকার নির্ণয় করতে হবে। এক কথায় বলা যায় যে চাহিদা নির্ণয় ব্যতীত যোগাযোগ ও বার্তা প্রদান কোনক্রমেই কার্যকর ফল বয়ে আনবে না। অর্থাৎ সেবা গ্রহীতা তা সহজে গ্রহণ করবে না।

সেবা গ্রহীতার স্বাস্থ্য চাহিদা নির্ণয়ের উপায় হচ্ছে-

- সেবা গ্রহীতাকে প্রশ্ন করে
- পর্যবেক্ষণ করে
- সুসম্পর্ক স্থাপন করে, আন্তরিক আলোচনার মাধ্যমে।

এর কোন একটি নয়, ভাল হয় যদি সব কয়টি উপায় একসাথে ব্যবহার করা হয়। চাহিদা নির্ণয়ই যথেষ্ট নয়। সেবা গ্রহীতা কে তার চাহিদা উপলব্ধি করতে পারলে তবেই সেবা গ্রহীতা তা পূরণের লক্ষ্যে পদক্ষেপ নেবে।

উপযুক্ত বার্তা প্রদান

১) **চাহিদা নির্ণয় ঃ** সেবা গ্রহীতার প্রয়োজন উপযোগী বার্তা নির্বাচনের জন্য তার স্বাস্থ্য সম্পর্কিত চাহিদা নির্ণয়ের প্রয়োজনীয়তা।

২) **পুনরালোচনা ঃ** স্বাস্থ্য বিষয়ক নতুন অভ্যাস তৈরীর লক্ষ্যে সেই বিষয়ে সেবা গ্রহীতার বর্তমান অবস্থা জানার প্রয়োজনীয়তা এবং গ্রহণ প্রক্রিয়ার ধাপভেদে বার্তা পরিবর্তন।

৩) **উপযুক্ত বার্তা নির্বাচন ঃ** সেবা গ্রহীতার গ্রহণ প্রক্রিয়ার ধাপ বা পর্যায় অনুযায়ী অগ্রাধিকার ভিত্তিতে বার্তা নির্বাচন করা। এছাড়াও বার্তা নির্বাচনের সময় সেবা গ্রহীতার সামাজিক মূল্যবোধ, ধর্মীয় চেতনা, বিশ্বাস, অভ্যাস, অভিজ্ঞতার প্রতি লক্ষ্য রাখতে হবে।

৪) **যোগাযোগ উপকরণ ব্যবহার ঃ** যোগাযোগ উপকরণ ব্যবহার করে সেবা গ্রহীতার সঙ্গে দ্বি-মুখী যোগাযোগ করা (স্বাস্থ্য শিক্ষার চেকলিষ্ট ব্যবহার করে তা পর্যবেক্ষণ করতে হবে)।

অনুশীলন ঃ উপযুক্ত বার্তা নির্বাচন

প্রশিক্ষক-প্রশিক্ষণার্থীদের তিনটি দলে ভাগ করবেন। তিনি গত অধিবেশনের অনুশীলনের "সেবা গ্রহীতার প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছেন" তা নির্ণয় করার বিষয় উল্লেখ করবেন।

তিনি প্রশিক্ষণার্থীদের ঐ অনুশীলনের সেবা গ্রহীতার জন্য একটি করে উপযুক্ত বার্তা নির্বাচন করতে বলবেন।

১। একজন মহিলা বরিশালের লবণাক্ত এলাকায় বাস করেন। তিনি পানি ফুটিয়ে খাওয়ার উপকারিতা জানেন কিন্তু জ্বালানি জোগাড় করতে পারেন না।

এই মহিলা গ্রহণ প্রক্রিয়ায় কোন পর্যায়ে আছেন?

- সচেতনতার পর্যায়

বিষয়টি কি? অর্থাৎ স্বাস্থ্য চাহিদা কি?

- বিশুদ্ধ পানি

এখানে নির্দিষ্ট বার্তাটি কি হতে পারে?

- বৃষ্টির পানি সংগ্রহ করুন। পানি সংরক্ষণের পাত্রটি ঢেকে রাখুন। সবসময় পরিষ্কার মগ বা পাত্র ব্যবহার করে সংরক্ষিত পাত্র থেকে পানি ব্যবহার করুন।

২। একটি পরিবার পায়খানা তৈরী করেছেন। পায়খানাটি রাস্তার ধারে এবং বাড়ীর সামনের দিকে। শুধুমাত্র পুরুষরাই এই পায়খানা ব্যবহার করতে পারেন মেয়েদের জন্য এই পায়খানা ব্যবহার খুব সংকোচের ব্যাপার।

এই পরিবারের মহিলারা গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায়ে আছেন?

- পরীক্ষামূলক

বিষয়টি কি? অর্থাৎ সেবা গ্রহীতার স্বাস্থ্য সম্পর্কিত চাহিদা কি?

- এখানে নির্দিষ্ট বার্তাটি কি হতে পারে
    - স্বাস্থ্যসম্মত পায়খানার ব্যবহার তখনই কার্যকর হবে যখন পবিারের সকল সকল সদস্যই তা ব্যবহার করবে। একটি পরিবারে পায়খানা বানানোর পরও যদি মহিলারা মাঠে বা কাঁচা পায়খানায় মলত্যাগ করেন তাহলে সেই পরিবেশে বাস করা অত্যন্ত ঝুকিপূর্ণ। মলগুলো শুকিয়ে যায়। এর জীবাণু এবং কৃমির ডিমগুলো মাটি এবং বাতাসের সাথে মিশে যায় এবং রোগ ছড়ায়। মাছি ঐ মলে বসে এবং জীবাণু বহণ করে বাড়ীতে আনে এবং খাবারকে দুষিত করে। বাইরের পায়খানা ব্যবহারে মহিলাদের সংকোচন হলে মহিলাদের ব্যবহারের জন্য অন্য একটি স্বাস্থ্যসম্মত পায়খানা তৈরী করুন।

৩। একজন মা তার প্রতিবেশীকে জিজ্ঞাসা করলেন তিনি তার শিশুকে টিকা দিলে কি ধরণের প্রতিক্রিয়া হয়েছিলো? এই মহিলা তার বাচ্চাকে টিকা দিতে নিয়ে যাবেন কি না তা এখনও ঠিক করতে পারছেন না।

এই মহিলাটি গ্রহণ প্রক্রিয়ার কোন পর্যায় আছে?

- মূল্যায়ন পর্যায়ে

বিষয়টি কি? অর্থাৎ স্বাস্থ্য চাহিদা কি?

শিশুকে টিকা দান

বার্তাটি কি হতে পারে?

টিকা দিলে সামান্য প্রতিক্রিয়া হয়। কিন্তু অল্প সময়েই তা ভাল হয়ে যায়। তবে মারাত্মক রোগে ভোগার তুলনায় তা প্রতিরোধের জন্য টিকা নিলে যে সামান্য প্রতিক্রিয়া হয় তা মোটেই গুরুতর নয়।

৪। একজন মহিলা তার ১৫ বৎসর বয়স্ক একটি অবিবাহিত বোনকে টিটি টিকা দিতে নিয়ে এসেছেন।

এই মহিলা গ্রহণ প্রক্রিয়ায় কোন পর্যায়ে আছেন?

- গ্রহণ পর্যায়

বিষয়টি কি? অর্থাৎ স্বাস্থ্য চাহিদা কি?

- মহিলাদের টিটি টিকা

এই মহিলাকে কি বার্তা দিতে হবে অর্থাৎ বার্তাটি কি হতে পারে?

অনেকে মনে করেন টিটি টিকা শুধুমাত্র গর্ভবতী মহিলাদের জন্য। আপনার বোনকে টিটি টিকা দিয়ে আপনি খুব ভাল কাজ করেছেন। আপনার এলাকার অন্য মেয়েদেরও যাদের মাসিক শুরু হয়েছে টিটি টিকা নিয়ে নিতে বলবেন। মেয়েদের বিয়ে হয়েছে কিনা তার সাথে টিটি টিকা দেবার কোন সম্পর্ক নেই। যেমন রাখবেন, সামান্য কাঁটা বা ছেড়া ধনুস্টংকারের কারণ হতে পারে। এবং একজন অবিবাহিতা মায়ের শরীর ও কেটে যেতে পারে। তাই বিবাহিতা ও বিবাহিতা সকল ১৫-৪৫ বছর বয়সী মেয়েদেরকে এই টিকা নিতে উৎসাহিত করুন।

পাঠ-১৬

কমিউনিটি মবিলাইজেশন, জনঅংশগ্রহণ ও এডভোকেসি

কমিউনিটি মবিলাইজেশন

কমিউনিটি মবিলাইজেশন করে সমাজের কোন কল্যাণকর কর্মসূচীর সফল বাস্তবায়নের জন্য সম্ভাব্য স্বল্পতম সময়ের মধ্যে উদ্বুদ্ধকরণের মাধ্যমে বৃহৎ জনগোষ্ঠীর আচরণগত পরিবর্তন আনা যায়। এখানে দুটো বিষয় লক্ষ্যণীয়। প্রথমটি-বৃহৎ জনগোষ্ঠীর আচরণ পরিবর্তন। দ্বিতীয়টি-নির্ধারিত সময়ের মধ্যে পরিবর্তন আনা।

কমিউনিটি মবিলাইজেশনের উদ্দেশ্য হলো-

- বৃহৎ জনগোষ্ঠী কর্মসূচী সম্পর্কে সঠিক ধারণা পাবে
- কর্মসূচীর প্রয়োজনীয়তা সঠিকভাবে বুঝতে পারবে
- কর্মসূচীর সেবা ও ফল লাভের জন্য আন্তরিকভাবে আগ্রহী হবে
- কর্মসূচী বাস্তবায়নের জন্য সামর্থ অনুযায়ী সহযোগিতা দিতে এগিয়ে আসবে এবং আত্মীয়স্বজন, পাড়া-প্রতিবেশী ও সমাজের অন্যান্যদেরও কর্মসূচীর সেবা গ্রহণ ও সহযোগিতা যোগানোর জন্য স্বতঃস্ফুর্তভাবে উদ্বুদ্ধ করবে।

নিম্নলিখিত উপায়ে কোন কর্মসূচীর জন্য উৎসাহিত করা যেতে পারে-

- জনগণকে তাদের পরিতৃপ্তির বিষয় সম্পর্কে অন্যদের কাছে বলার জন্য উৎসাহিত করে
- প্রচারের বিষয় সম্পর্কে বিভিন্ন প্রশ্নোত্তর প্রচারকারীকে জানিয়ে
- প্রচার হওয়ার জন্য জনগণকে প্রশংসা করে
- প্রচার কার্যক্রমে এডভোকেসিকে একটি নিয়ম হিসেবে প্রতিষ্ঠা করে।

স্থানীয় পর্যায়ে কর্মসূচীর পক্ষে যারা সমর্থন দিতে পারেন-

- নীতি নির্ধারক ও অন্যান্যরা
- পরিবার, বন্ধু ও আত্মীয়স্বজন
- কমিউনিটি নেতাগণ
- ধর্মীয় নেতাগণ
- পরিবার পরিকল্পনা কর্মী বা স্বাস্থ্যকর্মীগণ
- সন্তুষ্ট গ্রহীতাগণ
- অন্যান্য উন্নয়ন সংস্থার কর্মীগণ
- দরিদ্র জনগোষ্ঠী

জনঅংশগ্রহণ (Community Participation)

জনঅংশগ্রহণ বলতে আমরা এমন একটি প্রক্রিয়া বুঝি যার মাধ্যমে সমাজের সকল স্তরের মানুষকে তাদের স্বতঃস্ফুর্ত অংশগ্রহণকে নিশ্চিত করা হয়। এই সচেতনতা ও উৎসাহ তাদেরকে নিজের ক্ষমতা ও সামর্থ্যের প্রতি আত্মবিশ্বাসী

করে তোলে এবং যা পরবর্তী সময় তাদেরকে নিজেদের সমস্যা চিহ্নিতকরণ ও তার সমাধানের লক্ষ্যে কাজ করতে সাহসী ও আস্থাশীল করে তোলে।

মোট কথা যাদের উন্নয়নের জন্য কার্যক্রম গৃহীত হয় তাদেরকে মূল পরিকল্পনা ও বাস্তবায়ন প্রক্রিয়ার বাইরে বা অন্য প্রান্তে না রেখে তাদেরকে শুরু থেকেই সাথে নিয়ে, তাদের সচেতন সহযোগিতার মাধ্যমে কার্যক্রমকে বাস্তব রূপদান করাই হলো জনঅংশগ্রহণের উদ্দেশ্য।

স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা সেবা কার্যক্রমে জনঅংশগ্রহণের প্রয়োজনীয়তা

- এলাকায় স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা সমস্যা চিহ্নিত করা যায়
- এভাবে চিহ্নিত সমস্যগুলোর সমাধানের লক্ষ্যে স্থানীয় তথ্য সংগ্রহ করা যায়
- সমস্যা সমাধানের পথ জনগণের মাধ্যমেই খুঁজে নেয়া যায়
- সেবা গ্রহণে একে অপরকে উদ্বুদ্ধ করা যায়
- স্থানীয় সম্পদ খুঁজে বের করে তা কাজে লাগানো যায়
- সমাজের স্বার্থকে সমুন্নত রাখা যায়
- উন্নয়ন কর্মসূচীকে জনগণের কর্মসূচীতে পরিণত করা যায়
- উন্নয়ন কর্মসূচীকে সুদূরপ্রসারী করে তোলা যায়।

এডভোকেসি

নতুন কোন কর্মসূচীতে কমিউনিটি মবিলাইজেশনের জন্য সমাজের বিভিন্ন স্তরে এডভোকেসি করতে হয়। কোন ব্যক্তি কোন সমস্যা সমাধানের ফলে পরিতৃপ্ত হয়ে বা কর্মসূচীর গুরুত্ব বুঝে ঐ কর্মসূচীর ফল লাভের জন্য অন্যান্যদের উদ্বুদ্ধ করার উদ্দেশ্যে নিজে স্বতঃস্ফুর্তভাবে নিয়োজিত হলে তাকে এডভোকেসি বলা হয়। এডভোকেসিকে বিশ্লেষণ করলে আমরা নিচের বিষয়গুলো পাই-

- পরিতৃপ্ত ব্যক্তির দ্বারা সম্পাদন
- স্বতঃস্ফুর্ত অংশগ্রহণ
- অন্যদের আচরণ পরিবর্তন/সমস্যা সমাধানে নিবেদিত।

কখনও কখনও দেখা যায়, সেবাদানকারীরা অনেকে কাউন্সেলিং বা পরামর্শ দিয়েও সেবা গ্রহণ করাতে পারেনা, সেবা না গ্রহণ করার ফলে সেই ব্যক্তি ভুক্তভোগী হয়। ভুক্তভোগী হওয়ার ফলে সে উপলব্ধি করতে পারে যে সেবাটি তার গ্রহণ করা উচিত ছিল। তখনও সে সেবার পক্ষে এডভোকেসি করতে পারে। সে অন্যকে বোঝাতে পারে যে নিজে যে ভুল করেছে অন্যরা যেন সেই ভুল না করে।

স্বাস্থ্য, পুষ্টি ও পরিবার পরিকল্পনা কর্মসূচীতে সমাজের বিভিন্ন স্তর ও ষ্টেকহোল্ডারদের মধ্য থেকে এডভোকেসি নিশ্চিত করে কর্মসূচীর ব্যাপক সাফল্য আনা যায়। এ ধরণের কর্মসূচীর জন্য সবচেয়ে ভালো এডভোকেট হতে পারেন সন্তুষ্ট গ্রহীতা যারা অন্যান্যদের কাছে তাদের অভিজ্ঞতা ও মতামত ব্যক্ত করতে পারেন।

এডভোকেসির তিনটি পর্যায়ঃ

তিনটি পর্যায়ে এডভোকেসি করা যায়-

১।	ব্যক্তিগত	সঙ্গী, পরিবার এবং বন্ধুদের সাথে
২।	কমিউনিটি	প্রতিবেশী, প্রভাবশালী ব্যক্তিবর্গ, স্থানীয় গণমাধ্যম এবং বিভিন্ন গণঅনুষ্ঠানাদির মাধ্যমে।
৩।	প্রাতিষ্ঠানিক	নীতি নির্ধারক এবং অন্যান্য মিডিয়া প্রভাবশালীদের কাছে পৌঁছানোর জন্য সংস্থার মাধ্যমে

কমিউনিটি মবিলাইজেশন, জনঅংশগ্রহণ ও এডভোকেসি সম্পর্কিত কেস পর্যালোচনা

কেস

কমিউনিটি প্যারামেডিক সুফিয়া তার কর্ম এলাকার বিভিন্ন বিষয়ে কয়েকটি দলীয় সভার আয়োজন করেছেন। বিদ্যালয়ের শিক্ষকদের সাথেও সুফিয়া গর্ভজনিত জটিলতা এবং এ সময় করণীয় সম্পর্কে একাধিক দলীয় সভার আয়োজন করেছেন দলীয় সভায় শিক্ষকগণ এ ব্যাপারে সামর্থ্য অনুযায়ী সাহায্যের প্রতিশ্রুতি দিয়েছিলেন।

সুফিয়ার কর্ম এলাকায় ফজর আলী একজন রিক্সাচালক। ফজর আলীর বাড়ী তার কর্ম এলাকার শেষ প্রান্তে অবস্থিত। ভৌগলিক কারণে এলাকাটির যাতায়াত ব্যবস্থা অনুন্নত। শহরে আসতে নদী পাড়ি দিতে হয়। তার স্ত্রী হাজেরা দ্বিতীয়বারের মত গর্ভবতী। হাজেরার প্রথম সন্তান তার শাশুড়ীর হাতে প্রসব হয়েছিল। তখন কোন অসুবিধা হয়নি। এবারও হাজেরার শাশুড়ির ইচ্ছা তার দ্বিতীয় নাতিও তার হাতে ভূমিষ্ট হবে। যথা সময়ে হাজেরার প্রসব ব্যথা দেখা দিলে শাশুড়ি ব্যস্ত হয়ে উঠেন। তার অভিজ্ঞতালব্ধ সব দক্ষতা কাজে লাগিয়েও সন্তান প্রসব করানো সম্ভব হয়নি। অগত্যা হাতুড়ে ডাক্তার লোকমান আলীকে ডাকা হয়। লোকমান হাজেরাকে স্যালাইন প্রদান করে। এভাবে ৮-১০ ঘন্টা সময় পর্যন্ত প্রচন্ড প্রসব ব্যথায় হাজেরা কষ্ট পেতে থাকে। দীর্ঘ এ সময় গ্রামের অনেকেই ফজর আলীর স্ত্রী হাজেরার প্রসব ব্যথার কথা জেনে যায়। ইতোমধ্যে শিবপুর হাইস্কুলের সহকারী শিক্ষক আনিস আহমেদ হাজেরার কথা জানতে পারেন। তিনি তৎক্ষণাৎ ফজর আলীর বাড়িতে আসেন। সুফিয়ার দলীয় সভায় আলোচিত গর্ভকালীন বিপদ সংকেতগুলো তিনি হাজেরার মধ্যেও দেখতে পান। কাল বিলম্ব না করে ফজর আলীকে বলেন যে রোগীকে এই মুহূর্তে FWC-তে নিয়ে যেতে হবে। কিন্তু রিক্সা করে হাজেরাকে নেয়া সম্ভব না।

নৌকার খোঁজ করতে হবে। টাকা পয়সারও দরকার। ফজর আলীর হাতে কোন টাকা নেই। আনিস আহমেদ ফজর আলীকে নিয়ে প্রতিবেশী মহিলা মেম্বার পার্বতী দাসের কাছে যান। তিনি তাকে বলেন যে ফজর আলীর বিপদে সকলের সহযোগীতা করা দরকার। পার্বতী গনী মাঝিকে ডেকে এনে তাড়াতাড়ি তার নৌকায় করে হাজেরাকে FWC-তে নিয়ে যেতে বলেন। সেখান থেকে যদি রোগীকে উপজেলা হাসপাতালেও নিয়ে যেতে হয় তাও যেন সে নিয়ে যায়। মেম্বার গনী মাঝির সাথে তার একজন লোকও পাঠায় নৌকা চালানো জন্য। আনিস এবং পার্বতী এলাকায় উপস্থিত লোকজনের কাছ থেকে কিছু টাকা তুলে মোট সাতশত (৭০০/-) টাকা ফজর আলীকে দেয় ওষুধ ও চিকিৎসার জন্য। বাড়ির ঘাট থেকে নৌকা ছাড়ার প্রাক্কালে নদীর ঘাটে তখন অনেক মানুষ। সবাই হাজেরার প্রতি সহানুভূতিশীল। হাজেরাকে তাড়াতাড়ি পার করে দেয়ার জন্য সবাই সহযোগীতা করলো। তারা সবাই হাজেরার জন্য দোয়া করছে।

হাজেরার অবস্থা একবারেই জটিল পর্যায়ে চলে যায়। তাই কমিউনিটি প্যারামেডিক সুফিয়া হাজেরাকে সদর হাসপাতালে রেফার করে। সাথে মোবারকও যায়। হাসপাতালে হাজেরাকে সিজার করে সন্তান প্রসব করানো হয়। পাঁচদিন পর হাজেরা যখন সন্তান সহ তার বাড়ীতে আসে তখন প্রতিবেশী সবার মুখে হাসি। পার্বতী তার চেয়ারম্যান সামছুর রশীদকে ঘটনাটি বিস্তারিত জানান। চেয়ারম্যান রশীদ যানবাহনের ব্যবস্থা হিসেবে FWC-তে একটি ভ্যান গাড়ি প্রদান করেন। গর্ভবতী মায়েদের নিরাপদ প্রসবের ব্যাপারে সচেতনতা বৃদ্ধির জন্য তিনি কমিউনিটি প্যারামেডিক সুফিয়ার প্রশংসা করেন এবং এ ব্যাপারে তাকে ভবিষ্যতেও সার্বিক সহযোগীতার আশ্বাস দেন।

ঘটনাটি বিশ্লেষণ করে অংশগ্রহণকারীদের নীচের প্রশ্নগুলোর উত্তর খুঁজতে বলুন-

১) সমস্যা সমাধানে কে উদ্যোগী ছিলেন?
২) সমস্যা সমাধানে কমিউনিটি মবিলাইজেশন ঘটেছিল কিনা? ঘটে থাকলে তা কিভাবে ঘটেছিল?
৩) এই ঘটনায় কারা এডভোকেসি করেছে?
৪) সমস্যা সমাধানে আর কি কি পদক্ষেপ নেয়া যেতে পারত?

অধ্যায় ২ ঃ তথ্য প্রযুক্তি

পাঠ-১

ভূমিকা

বাংলাদেশের জনসংখ্যার প্রায় ৭৭% গ্রামাঞ্চলে বাস করে এবং আর্থ-সামাজিক দিক দিয়ে তারা যথেষ্ট নয়। দেশের যোগাযোগ ও তথ্য ব্যবস্থার উন্নতি বাংলাদেশ সরকারের অর্থাৎ স্বাস্থ্য ও পরিবার কল্যাণ (MoHFW) মন্ত্রণালয়ের একটি অন্যতম উদ্দেশ্য। স্বাস্থ্য অধিদপ্তর (DGHS) ও পরিবার পরিকল্পনা (DGFP) অধিদপ্তর এর অধীনে তৃণমূল পর্যায়ে স্বাস্থ্য সেবা পৌঁছে দেওয়ার যে প্রচেষ্টা তারই অন্যতম মাধ্যম হল স্বাস্থ্য সেবায় প্রযুক্তির ব্যবহার। বর্তমানে এনজিও বা বেসরকারি খাত উন্নত স্বাস্থ্য সেবা প্রদানের উদ্দেশ্যে আধুনিক প্রযুক্তি ব্যবহার করে বিশেষ অবদান রাখছে। অন্য দিকে সরকারি স্বাস্থ্য সেবা কেন্দ্রগুলো আধুনিক বা আইটি যন্ত্রপাতি ব্যবহারে পিছিয়ে আছে। এছাড়া পর্যাপ্ত স্বাস্থ্য কেন্দ্র থাকা সত্ত্বেও আমাদের মোট জনসংখ্যার তুলনায় কম দক্ষ স্বাস্থ্য কর্মীদের তীব্র ঘাটতি

আছে। তাই এই কোর্সের মাধ্যমে সরকার বিশ্বমানের কমিউনিটি প্যারামেডিক হিসাবে তৈরি করার প্রচেষ্টা হাতে নিয়েছে। এই দক্ষতা স্বাস্থ্য কর্মীবাহিনীর মধ্যে ধরে রাখার জন্য তাদের উদ্বুদ্ধ করা হয় এবং এরই পাশাপাশি এই প্রশিক্ষণ এর উপযুক্ত ব্যবহার নিশ্চিত করতে কমিউনিটি প্যারামেডিকগন সাহায্য করবে। এই প্রশিক্ষণের মাধ্যমে কমিউনিটি প্যারামেডিকরা কম্পিউটার ও মৌলিক কম্পিউটিং সম্পর্কে জ্ঞান অনুশীলনে সুযোগ পাবেন। তাদের অর্জিত অভিজ্ঞতা থেকে তারা স্বাস্থ্য সেবা প্রদানে প্রযুক্তি ও স্বাস্থ্য যোগাযোগের আধুনিক যন্ত্রপাতি সম্পর্কে একটি বাস্তব ধারণা লাভ করবে।

একুশ শতকের মধ্যে স্বাস্থ্য সেবা চাহিদা পূরণের একটি অন্যতম কৌশল হল তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি (আইসিটি) ব্যবহার করে মানুষের দোর গোড়ায় স্বাস্থ্য সেবা পৌঁছে দেয়া। এটা ক্রমবর্ধমান চাহিদা, ক্রমবর্ধমান খরচ, সীমিত সম্পদ, উভয়ই সংকট কাটিয়ে উঠে জাতীয় ও আন্তর্জাতিক পর্যায়ে স্বাস্থ্য সেবার চাহিদা পূরণ করতে সাহায্য করে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি স্বাস্থ্য সেবা ছাড়াও স্বাস্থ্য ব্যবস্থাপনার মধ্যে দক্ষতা ও কার্যকারিতা নিশ্চিত করতে পারে।

গবেষণায় দেখা গেছে, তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি যে শুধুমাত্র মানুষের স্বাস্থ্য সেবার মান উন্নয়ন করে তা নয়, অদক্ষ জনশক্তিকে দক্ষ করে তোলা এবং কিছু স্বাস্থ্য সেবার ঝুকি খুঁজে বের করে তা এড়াতেও সহায়তা করে। সরকার বাংলাদেশের স্বাস্থ্য খাতে আইসিটি জোরদার করতে স্বাস্থ্য নীতি, আইনি কাঠামো ও প্রশিক্ষণ উন্নতি শুভেচ্ছা সঙ্গে অতিরিক্ত পদক্ষেপ গ্রহণ করেছে।

এই বিষয় এর উদ্দেশ্যঃ

- স্বাস্থ্যের বিভিন্ন তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির ব্যবহার
- কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশের বর্ণনা করুন
- মৌলিক কম্পিউটার প্রশিক্ষণ
- ইন্টারনেট ব্রাউজিং পদ্ধতি
- ই-মেইল এর মাধ্যমে যোগাযোগ

স্বাস্থ্য সেবায় তথ্য প্রযুক্তির ব্যবহার

স্বাস্থ্য ও পরিবার কল্যাণ মন্ত্রণালয়ের উদ্যোগে স্বাস্থ্য তথ্য পদ্ধতির বর্তমান অবস্থা মূল্যায়ন এর প্রতি জোর দেয়া হচ্ছে এবং মূল্যায়নের ফলাফল ভবিষ্যতে স্বাস্থ্য তথ্য পরিকল্পনা উন্নয়নের ভিত্তি হিসেবে বিবেচনা করা হবে।

স্বাস্থ্য তথ্য প্রযুক্তিঃ যার মাধ্যমে স্বাস্থ্য তথ্য উন্নয়ন ও স্বাস্থ্য সেবা প্রদানকারীর সেবাদানের আধুনিক প্রযুক্তি সেবা নিশ্চিত করা এবং তা নিয়মিত পরিচালনা। স্বাস্থ্য তথ্য প্রযুক্তি ক্রমবর্ধমান স্বাস্থ্য সেবা নিশ্চিতকরন ও ব্যবস্থার সার্বিক মান উন্নয়ন, নিরাপত্তা ও দক্ষতা উন্নত করার জন্য সবচেয়ে আশাপ্রদ হাতিয়ার হিসাবে বর্তমানে স্বীকৃত।

স্বাস্থ্য তথ্য প্রযুক্তির মাধ্যমেঃ

- স্বাস্থ্যের মান উন্নত হতে পারে
- চিকিৎসাবিদ্যা ত্রুটি কমতে পারে

- স্বাস্থ্য খরচ কমতে পারে
- প্রশাসনিক দক্ষতাসম্পন্ন বৃদ্ধি হবে
- প্রাথমিক ভাবে সংক্রামক রোগের প্রাদুর্ভাব সনাক্তকরণ
- ক্রনিক রোগ ব্যবস্থাপনা উন্নত করন

পাঠ- ২
কম্পিউটার পরিচিতি

কিভাবে আপনার ওয়ার্কষ্টেশন ওপেন করতে হয়:

আপনার সুবিধার্থে এই অংশে আমরা দুই ধরণের ওয়ার্কস্টেশন যথাঃ ১। ডেক্সটপ কম্পিউটার ও ২। ল্যাপটপ কম্পিউটার সম্পর্কে আলোচনা করবো।

ডেক্সটপ কম্পিউটার নীচের ছবিটা লক্ষ্য করুন:

উপরের ছবিটা লক্ষ্য করুন, একটি ডেস্কটপ কম্পিউটারের মুল পাঁচটি অংশ এই ভাগে আমরা আলোচনা করব। তার আগে জেনে নিন– যে কোন কম্পিউটারের মুল তিনটি অংশ হল–(১) প্রসেসিং ইউনিট , (২) ইনপুট ডিভাইজ ও (৩) আউটপুট ডিভাইস।

(১) সিস্টেম ইউনিট: ডেস্কটপ কম্পিউটারের মুল চালিক শক্তি হল এই সিস্টেম ইউনিট। আপনাকে প্রথমেই দেখে নিতে হবে যে এর পাওয়ার ক্যাবলটি " প্লাগ–ইন" করা হয়েছে ইলেকট্রিক সাপ্লাইয়ের জন্য। এই সিস্টেম ইউনিট হচ্ছে প্রসেসিং ইউনিট ।

(২) মনিটর: এই স্ক্রিনটিতেই আপনি্ আপনার করা সব কাজের প্রতিফলন দেখতে পাবেন। সেইজন্য এটি হল আপনার আউটপুট ডিভাইস যাতে আপনি আপনার কাজের আউটপুট দেখতে পাবেন।

(৩) কি-বোর্ড: এইকি-বোর্ড হল আপনার ইনপুট ডিভাইস। এর মাধমেই আপনি আপনার কম্পিউটারকে বিবিধ নির্দেশ দিবেন। এখানে অ-ত , ০-৯ এবং অন্যান্য বিভিন্ন চিহ্ন দেখতে পাবেন।

(৪) **মাউস:** এটি আরেকটি ইনপুট ডিভাইস, যার মাধ্যমে আপনি ছোট্ট ক্লি করই আপনার কম্পিউটারের অনেক ইন্সট্রাকশন দিতে পারবেন। সাধারনত: একটা মাউসে আপনি দুইটি বাটন দেখতে পাবেন, বা–পাশের বাটন দিয়ে ইন্সট্রাকশন দিতে হয়, আর ডান–পাশের বাটন ক্লিক কোন অবজেক্টের উপর রাখে ক্লিক করলে সেই অবজেক্টের অন্যান্য অনুষঙ্গ (প্রপারটিজ)দেখতে পাবেন ও প্রয়োজন বোধে বাম–পাশের বাটন চেপে ইন্সট্রাকশন দিয়ে কাজ করে নিতে পারেন।

(৫) **প্রিন্টার:** প্রিন্টার হল আপনার আরেকটি আউটপুট ডিভাইস। আপনার প্রয়োজনীয় ফাইল, ডকুমেন্ট, রিপোর্ট এই প্রিন্টার ব্যবহার করে কাগজে প্রিন্ট করে নিতে পারবেন।

এখন নীচের ল্যাপটপ কম্পিউটারটি দেখে নিন:

ল্যাপটপ কম্পিউটার: উপরের ছবিটা দেখতেই আপনি বুঝতে পারছেন যে ল্যাপটপ কম্পিউটার এমন এক কম্পিউটার যাতে একটি ইউনিটের মধ্যেই ইনপুট ডিভাইস অর্থাৎ কিবোর্ড ও মাউস ,প্রসেসিং ইউনিট অর্থাৎ সিস্টেম ইউনিট ও আউটপুট ডিভাইস অর্থাৎ মনিটর দেয়া আছে। একই সাথে আছে শক্তিশালী ব্যাটারী যা, অনবরত ইলেকট্রিক সাপ্লাই ছাড়াও অনেকক্ষণ চলতে পারে।

মনে রাখবেন: উপরে আমরা যা আলোচনা করলাম তার সবই হার্ডওয়্যার বিষয়ক, কিন্তু সফটওয়ার ছাড়া আপনার কম্পিউটার কিছুই করতে সক্ষম নয়। জেনে নিন, হার্ড ওয়্যার হল তাই যা আপনি হাত দিয়ে ধরে দেখতে পারছেন। আর সফটওয়্যার হল সেই সমস্ত প্রোগ্রাম যা আপনি ধরে দেখতে পারছেন না, কিন্তু সেই সফটওয়্যার–ই আপনার ইনষ্ট্রাকশান প্রসেসিং ইউনিট পর্যন্ত পৌঁছে দেয়।

সুইচিং অন: নীচের বাটন লক্ষ্য করুন:

ইলেকট্রিক /পাওয়ার কানেকশান দেয়ার পর আপনার ল্যাপটপ বা ডেস্কটপ কম্পিউটারের পাওয়ার বাটন প্রেস করুন। প্রসেসিং ইউটি কিছু রেগুলার প্রোগ্রাম রান করার পর আপনি আপনার মনিটরের নীচের মত একটা স্ক্রিন দেখতে পাবেন।

আপনি উপরের স্ক্রীনে দুইটা ঘর দেখতে পাচ্ছেন, প্রথম ঘরে আপনার ইউজার নেম ও পরের ঘরে পাসওয়ার্ড দিতে হবে। পাসওয়ার্ড দিতে হবে। পাসওয়ার্ড দেয়ার পর"ডানে নির্দেশিত তীর" চিহ্নে ক্লিক করুন মাউস দিয়ে অথবা আপনার কিবোর্ড এর "এন্টার" এ।

আপনি এখন আপনার কম্পিউটারে কাজ করার জন্য প্রস্তুত।

পাঠ-৩
মাইক্রোসফট অফিস ওয়ার্ড ২০০৭ অপারেশন

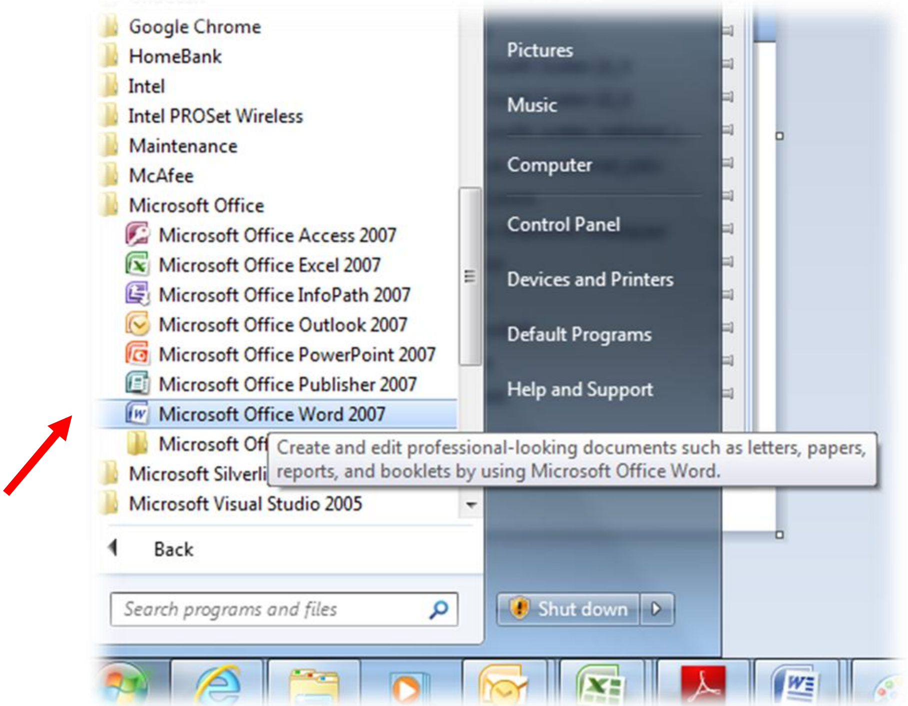
ওয়ার্ড প্রসেসিং

একটা সময় ছিল যখন প্রয়োজনীয় দাপ্তরিক নথিপত্র টাইপ রাইটারে টাইপ করে ব্যবহার করা হত ও ফাইলবন্দি করে তা সংরক্ষণ করা হতো। কম্পিউটার আসার পরে এই লেখালেখি ও সংরক্ষণের কাজ এখন অনেকগুন সহজ হয়ে গেছে। লেখালেখি করার জন্য কম্পিউটারে যে এ্যাপ্লিকেশন সফট্ওয়ার তৈরী হয়েছে তার নাম ওয়ার্ড প্রসেসর। যখন তোমরা কম্পিউটারে ওয়ার্ড প্রসেসর ব্যবহার করে কোন কিছু লিখবে তখন এর খুটিনাটি অনেক কিছুই যেনে যাবে যেগুলো শুধু বই পড়ে জানা যায় না। সাধারন লেখালেখি বা টাইপ রাইটারের সাথে ওয়ার্ড প্রসেসরের বড় পার্থক্য হচ্ছে ওয়ার্প প্রসেস এডিটিং বা এডিটিং বা পরিবর্তন/পরিমার্জন করা যায়; কিন্তু টাইপরাইটারে লেখার সময় ভুল হলে নতুন করে আবার তা লিখতে হয় কিন্তু ওয়ার্ড প্রসেসরে যে কোন ভুল শুদ্ধ করা বা যে কোন পরিবর্তন করা খুব সহজ কাজ। প্রয়োজনে পুরাতন অংশ বাদ দিয়ে নতুন অংশ জুড়ে দেয়া যায়। লেখালেখি বা টাইপরাইটারের সাথে দ্বিতীয় বড় পার্থক্যটি হল ডকুমেন্টটি সংরক্ষণ। ওয়ার্ড প্রসেসওে লেখা যে কোন ফাইল হার্ড ড্রাইভে সহজেই সংরক্ষণ করা যায়, এমনকি দরকার হলে ফাইলটি পেনড্রাইভ বা সিডি-তে কপি করে রাখা বা বহন করা যায়।

যেহেতু ওয়ার্ড প্রসেসর সবার জন্য প্রয়োজনীয় আর খুব জনপ্রিয় সফটওয়্যার তাই সফটওয়্যার তৈরীর বড় বড় কোম্পানিই চমৎকার সব ওয়ার্ড প্রসেসর তৈরী করেছে। যেমন, মাইক্রোসফট কোম্পানির মাইক্রোসফট ওয়ার্ড সেরকম একটি এ্যাপ্লিকেশন সফটওয়্যার। কেউ যদি বিনামূল্যে ওয়ার্ড প্রসেসর সংগ্রহ করতে চায়, তাহলে তার জন্যেও সফটওয়্যার আছে আর সেটি হলো ‘ওপেন অফিস রাইটার’।

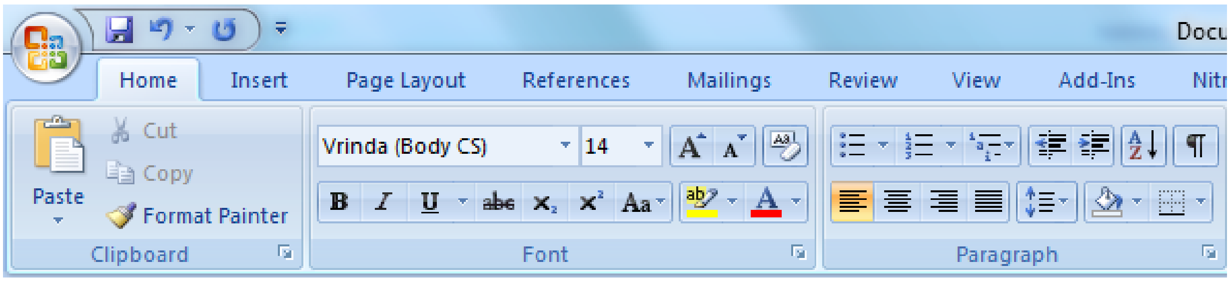
মাইক্রোসফট ওয়ার্ডে কাজ করার পদ্ধতি

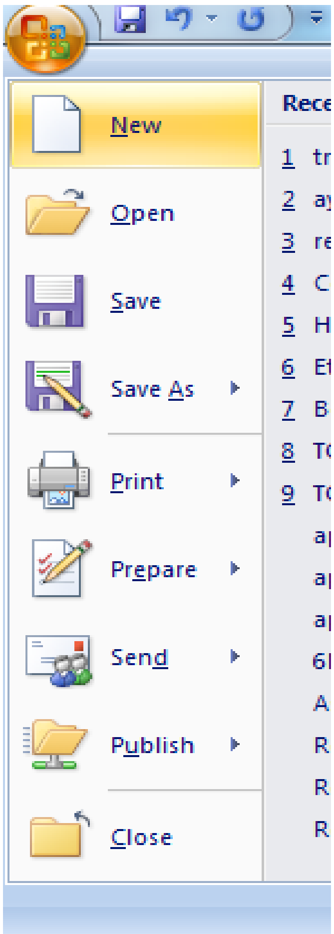
(১) প্রথমে আপনার কম্পিউটার ওপেন করে স্টার্ট মেন্যুতে যান ও নীচের ছবির পথ অনুসরণ করুন।



(২)এম এস ওয়ার্ড ওপেন হওয়ার পর আপনি মেনু বার চেনার চেষ্টা কর্ন। নীচের ছবিটি আপনাকে সাহায্য করবে। তীর চিহ্ন দেয়া বাটনে ক্লিক করুন।

উপরে ছবি দেখে আপনি তীর–চিহ্নিত ছবিটি লক্ষ্য করুন, এটি আপনাকে মূল অপারেশনে নিয়ে যাবে। ওই চিহ্নে মাউস ক্লিক করুন, আপনি নীচের ছবিটা পাবেন।





ওপরের অপশনগুলো লক্ষ্য করুন, প্রতিটি অপশনই তার কার্যকারিতা ব্যাখ্যা করছে।

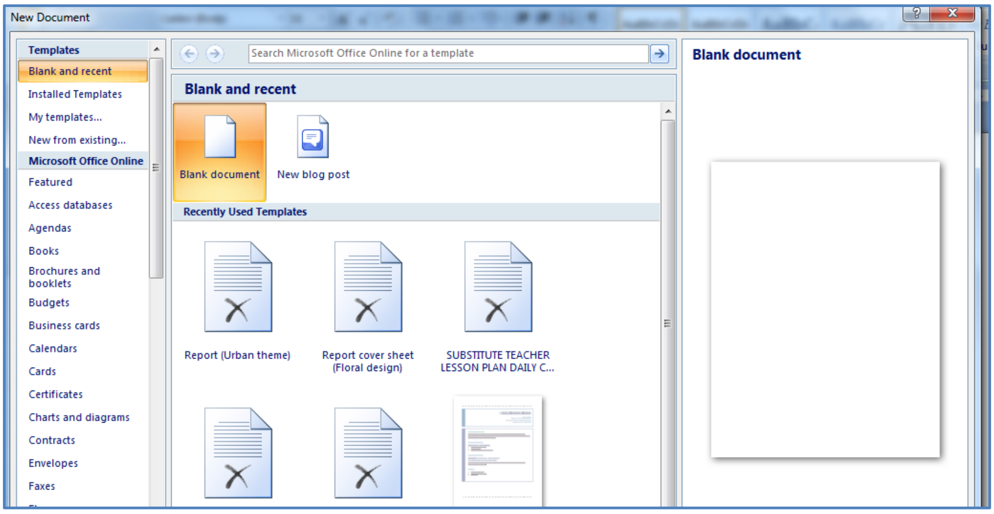
একটি নতুন ওয়ার্ড ফাইল তৈরির করার জন্য প্রথমেই আপনাকে ‘নিউ’ অপশন–এ ক্লিক করতে হবে। ক্লিক করার পর আপনি নীচের ছবির মত উইন্ডোটি দেখতে পাবেন:

‘নিউ অপশন’ এ গেলে আপনি ব-্যাংক ডকুমেন্ট’ সিলেক্ট কর্ন। এছাড়া আপনি যেই অপশনগুলো দেখছেন তা হলো মাইক্রোসফটের কিছু বিষয়ভিত্তিক টেমপ্লেট। কিন্তু এমনও হতে পারে যে, আপনি পূর্বের ডেভেলপ করা একটা ফাইল এডিট করতে চান, সেই ক্ষেত্রে ওপেন লেখা অপশন ক্লিক করলেই আপনি ফাইল লোকেশন দেখিয়ে দেয়ার অপশন পাবেন। সেখান থেকে ফাইলটি বের করে ডাবল ক্লিক করুন অথবা সিলেক্ট করে নীচের ওপেন লেখা বাটনও ক্লিক করুন।

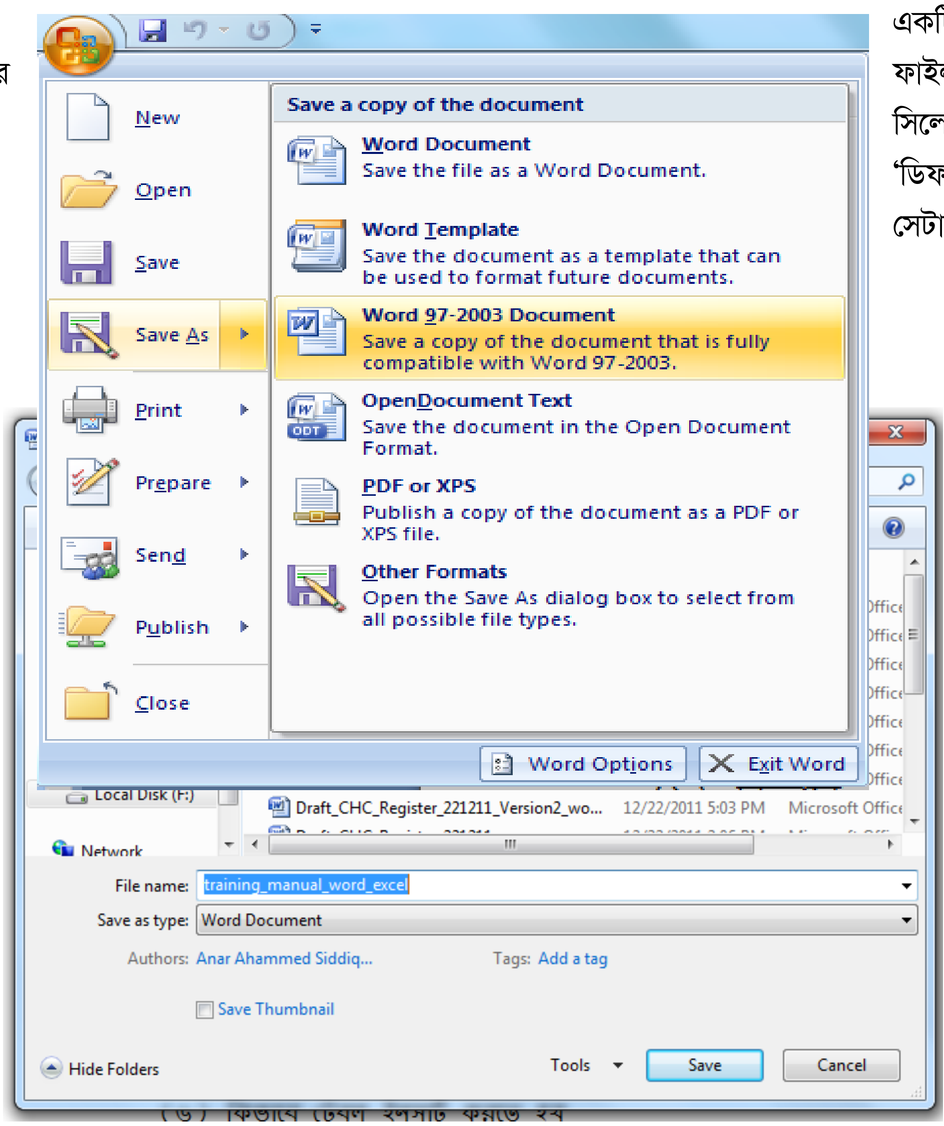
এখন নীচের ছবিটির দিকে লক্ষ্য করুন, এইখানে মূলতঃ কিভাবে একটা ফাইল সেভ করতে হয়, তা’ দেখানো হয়েছে। নতুন একটা ফাইল সেভ করতে হলে শুধু সেভ বাটন–এ ক্লিক করতে হবে, নতুবা এমন যদি হয় যে আপনি পুরানো কোন ফাইলে কাজ করেছেন এবং সেটি সেভ করতে চান অন্য কোন না কিংবা অন্য কোন ফাইল

টাইপ’ এ–হাহলে

আপনি “সেভ এজ” লেখা বাটন–এ ক্লিক করুন ও পরবর্তী ছবি অনুসরণ করে তা সেভ করুন।

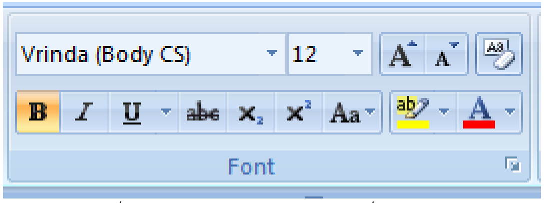


নীচের ছবিটি আপনি মূলত: পাবেন সেভ অথবা " সেভ এজ " বাটন ক্লিক করলে। এখন "ফাইল নেম" এর ঘরে ফাইলটির একটি নাম দিন এবং নিচের ঘরে ফাইল টাইপ জানা থাকলে সিলেক্ট করুন অথবা 'ডিফল্ট' অপশন যা আসে সেটাই রেখে দিন।



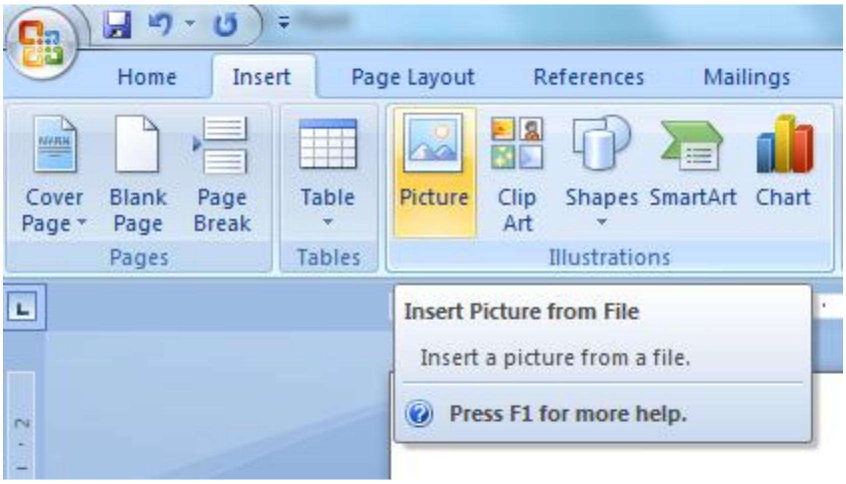
এই হল ফাইল সেভ করার পদ্ধতি।

এখন আমরা আলোচনা করব আপনার লেখা ফাইলে সৌন্দর্য বর্ধন করা যায়। “বি”, “আই”, এবং “ইউ” লেখা তিনটা বাটন আপনার প্রায়শ: কাজে আসবে । এখানে বি হলো “বোল্ড”, আই হলো “ইটালিক”” আর ইউ হলো “আন্ডার লাইন” এর জন্য।

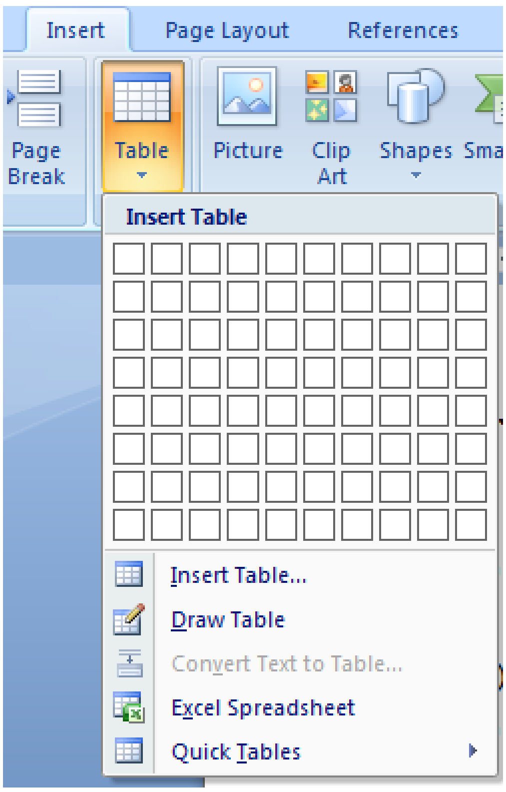


আপনি যেই লেখাটা বোল্ড করতে চান তা সিলেক্ট করুন এবং ‘বি’ বাটনে ক্লিক করুন। অন্যগুলোও একইভাবে কাজ করবে।

আপনার লেখার কোন অংশ যদি লিস্ট আকারে দেখাতে চান তবে, “বুলেট” অপশন আপনার এই ক্ষেত্রে কাজে আসবে। উপরের ছবিটি দেখুন, ওখানে নর্মাল বুলেট, নাম্বারিং এবং লেয়ারড নাম্বারিং এ অপশন আছে। আপনার লেখা সিলেক্ট করে “বুলেট” কিংবা “নম্বর” এ ক্লিক করুন । এই লিস্ট–ই যদি মাল্টি –লেয়ার হয় তবে আপনাকে নম্বর অপশন সিলেক্ট করতে হবে।

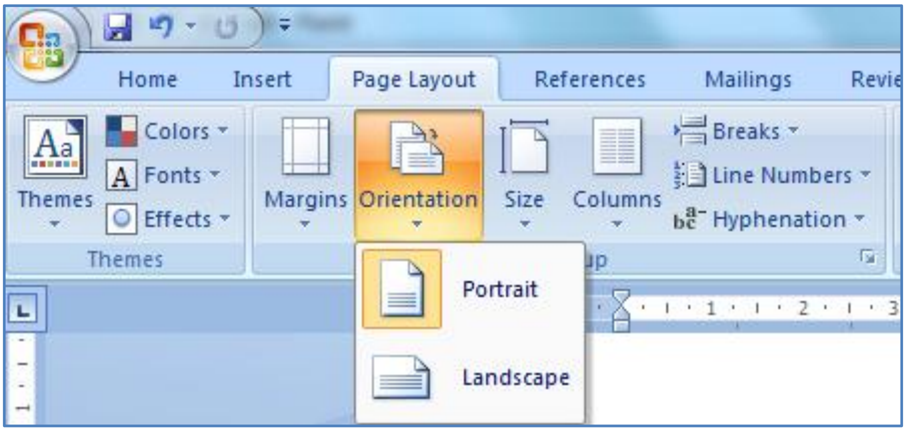


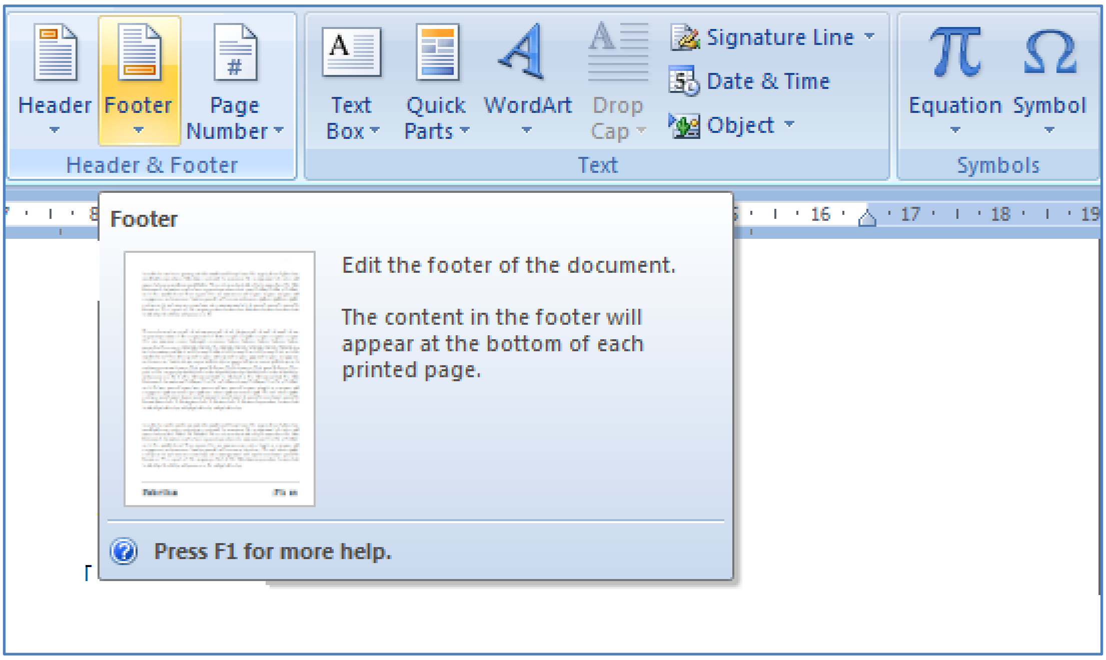
আপনার রিপোর্টে কিংবা ফাইলে যদি আপনি কোন ছবি সংযোজন করতে চান তবে আপনি উপরের ছবিটির মত “হোম” এর পাশে “ইনসার্ট” বাটন এ ক্লিক করুন ও “পিকচার” লেখা বাটন–এ ক্লিক করুন। যে নতুন উইন্ডো আসবে তাতে লোকেশান অনুযায়ী ফাইল খুঁজে বের করে সিলেক্ট করুন এবং “ইনসার্ট ”বাটন – এ ক্লিক করুন পেয়ে গেলেন আপনার ছবিটি।



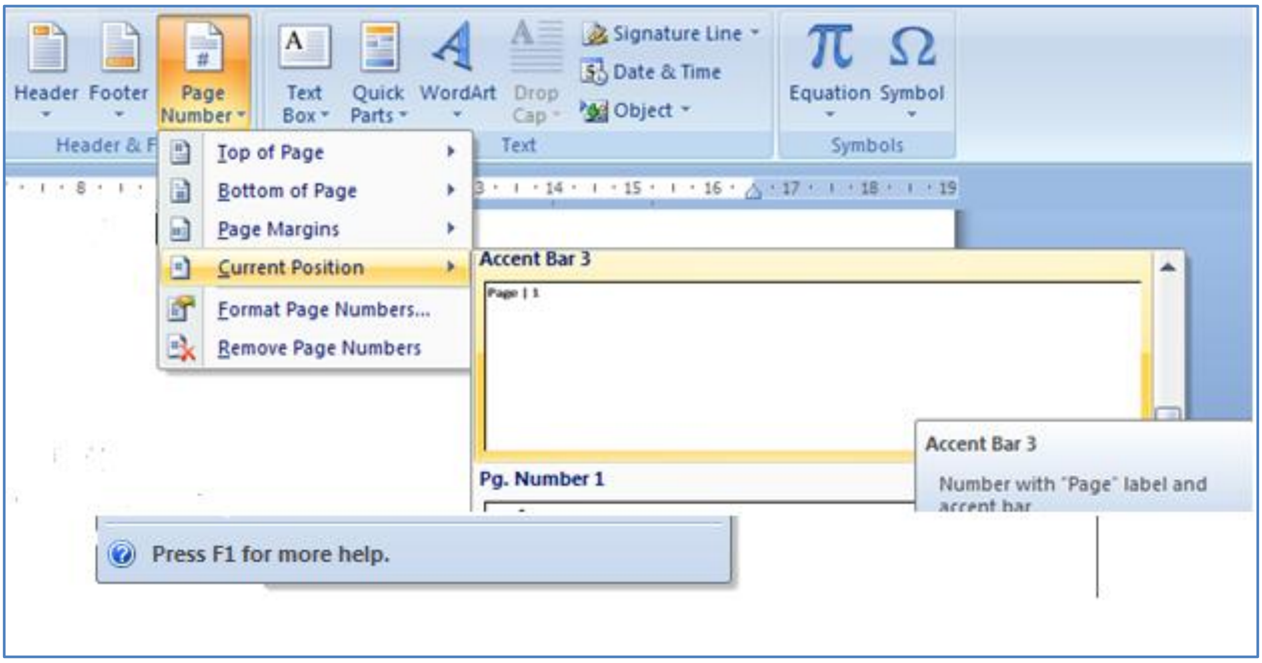
ছবি ইনসার্ট এর মতোই চাইলে আপনার ফাইল-ই টেবিল ইনসার্ট করতে পারেন। উপরের ছবির মত করে আপনি আপনার কাঙ্খিত টেবিল সাইজ ঠিক করে টেবিল তৈরি করতে পারেন।

এখন আমরা কথা বলব আপনার ফাইল-এর ওরিয়েন্টেশন নিয়ে। মনে রাখবেন, আপনার ফাইল এর ওরিয়েন্টেশন হতে পারে দুই রকম; (১) ল্যান্ডস্কেপ বা আড়াআড়ি, (২) পোর্ট্রেইট বা খাড়া। পেজ লে, আউট অপশন থেকে সিলেক্ট করে নিন।





আপনি চাইলে আপনার ফাইলে একটা কমন "হেডার" ও "ফুটার" ইনসার্ট করে নিতে পারেন। উপরের ছবিটি দেখুন। আপনি ফাইলের উপরের অংশে যে লেখাটা রিপিট করাতে চান তা' "হেডার" অংশে লিখুন।



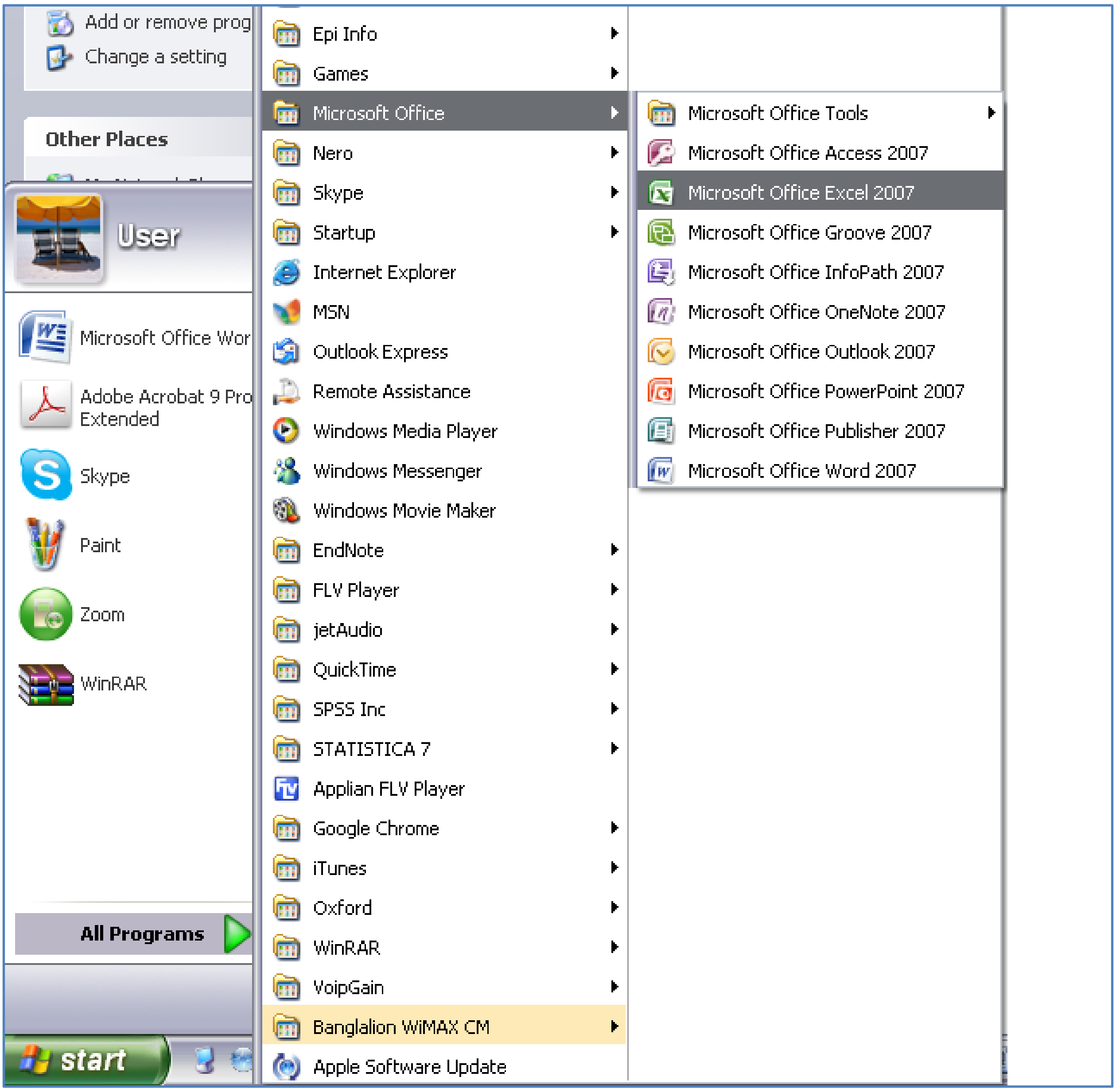
মূলত: ফুটার অংশে আমরা পেজ নাম্বার দিয়ে থাকি। উপরের ছবিটি লক্ষ্য করলে আপনি বুঝতে পারবেন যে বিভিন্ন স্টাইল- এ এই পেজ নাম্বার দেয়ার অপশন আছে।

আলোচনার সারাংশ: এমএস অফিস ওয়ার্ড ২০০৭ কিভাবে ওপেন করতে হয় তা আমরা জানি। একইসাথে আমরা আজ শিখলাম কিভাবে একটা নতুন ওয়ার্ড ফাইল এডিট/ফরম্যাট করতে হয়। আমরা আরো শিখেছি, কিভাবে একটা ওয়ার্ড ফাইলে ছবি /টেবিল ইনসার্ট করতে হয়। আমরা এখন জানি, পেজ লে- আউট সম্পর্কে। হেডার/ফুটারের ব্যবহারও আমরা শিখে গেছি।

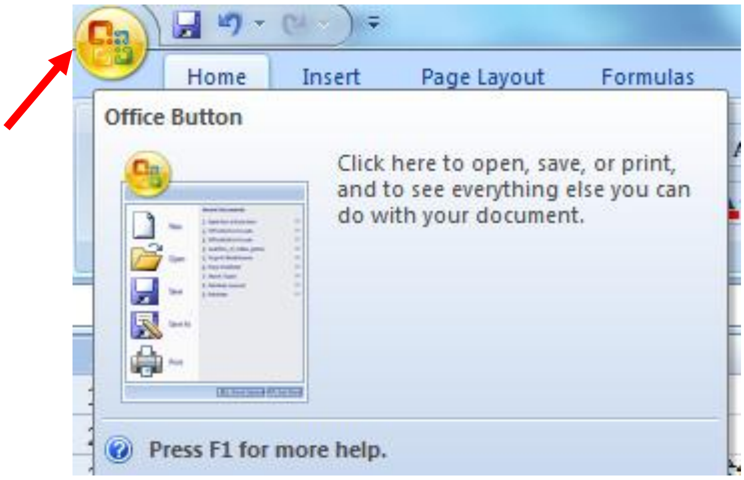
পাঠ -৪

এম এস এক্সেল (২০০৭) অপারেশন এবং ই-মেইল এর মাধ্যমে যোগাযোগ

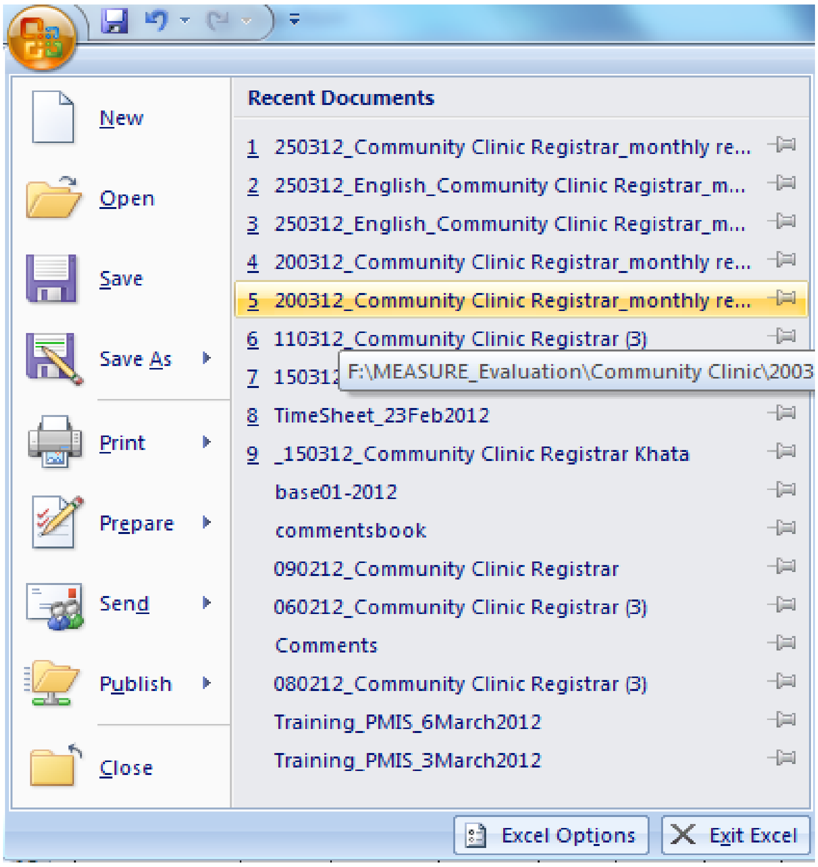
(১) প্রথমে আপনার কম্পিউটার ওপেন করে স্টার্ট মেনুতে যান ও নিচের ছবির পথ অনুসরণ করুন।



(২)এম এস এক্সেল ওপেন হওয়ার পর আপনি মেনু বার চেনার চেষ্টা করুন। নীচের ছবিটি আপনাকে সাহায্য করবে।

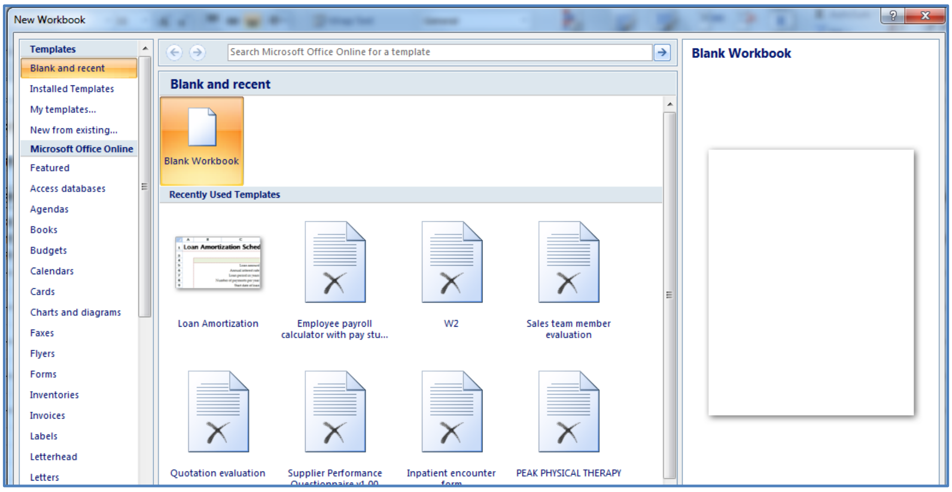


ওপরের ছবি দেখে আপনি তীর-চিহ্নিত ছবিটি লক্ষ্য করুন। এটি আপনাকে মূল অপারেশনে নিয়ে যাবে। ওই চিহ্নে মাউস ক্লিক করুন, আপনি নীচের ছবিটি পাবেন।



ওপরের অপশন গুলো লক্ষ্য করুন প্রতিটি অপশনই তার কার্যকারিতা ব্যাখ্যা করছে।

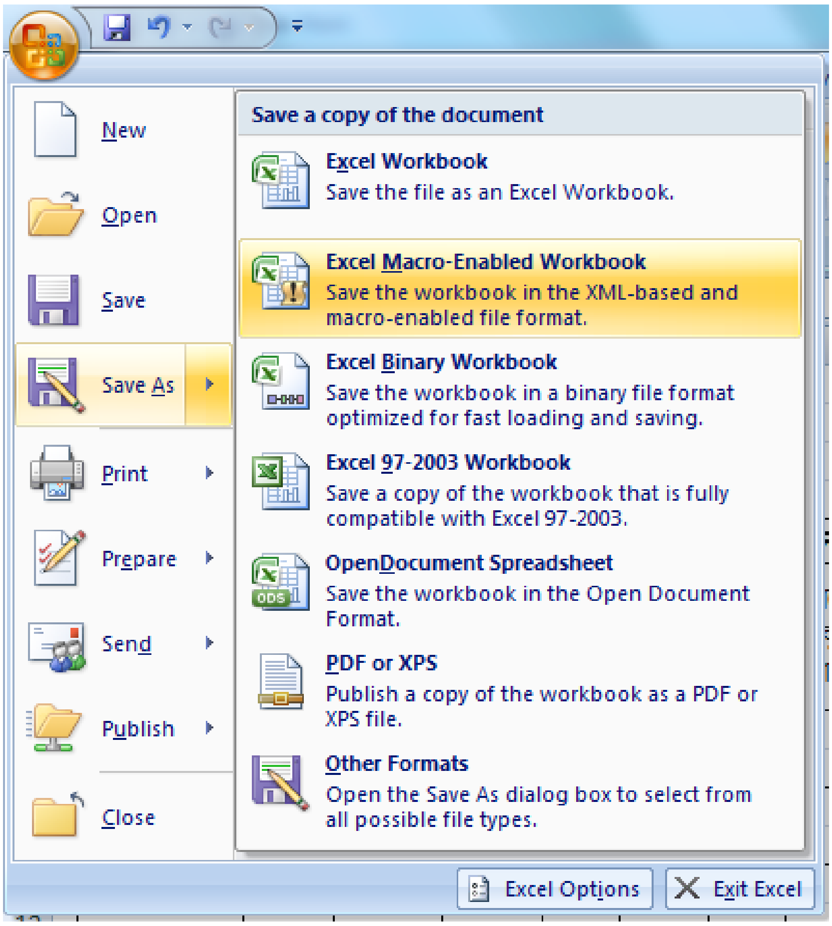
একটি নতুন এক্সেল ফাইল তৈরী করার জন্য প্রথমেই আপনাকে নিউ অপশন, এ ক্লিক করতে হবে। ক্লিক করার পর আপনি দেখতে পাবেন:

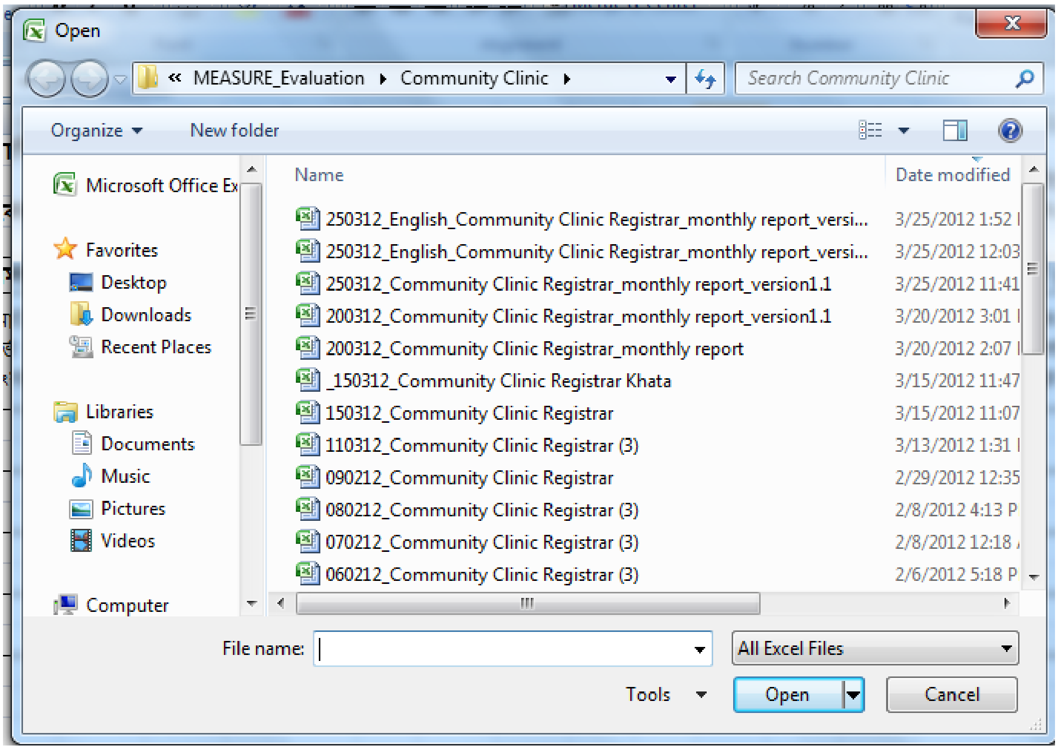


ওপেন অপশন–এ গেলে আপনি 'ব্যাংক ওয়ার্কবুক' সিলেক্ট করুন। এছাড়া আপনি যেই অপশনগুলো দেখছেন তা'হলো মাইক্রোসফটের কিছু বিষয়ভিত্তিক টেমপ্লেট।

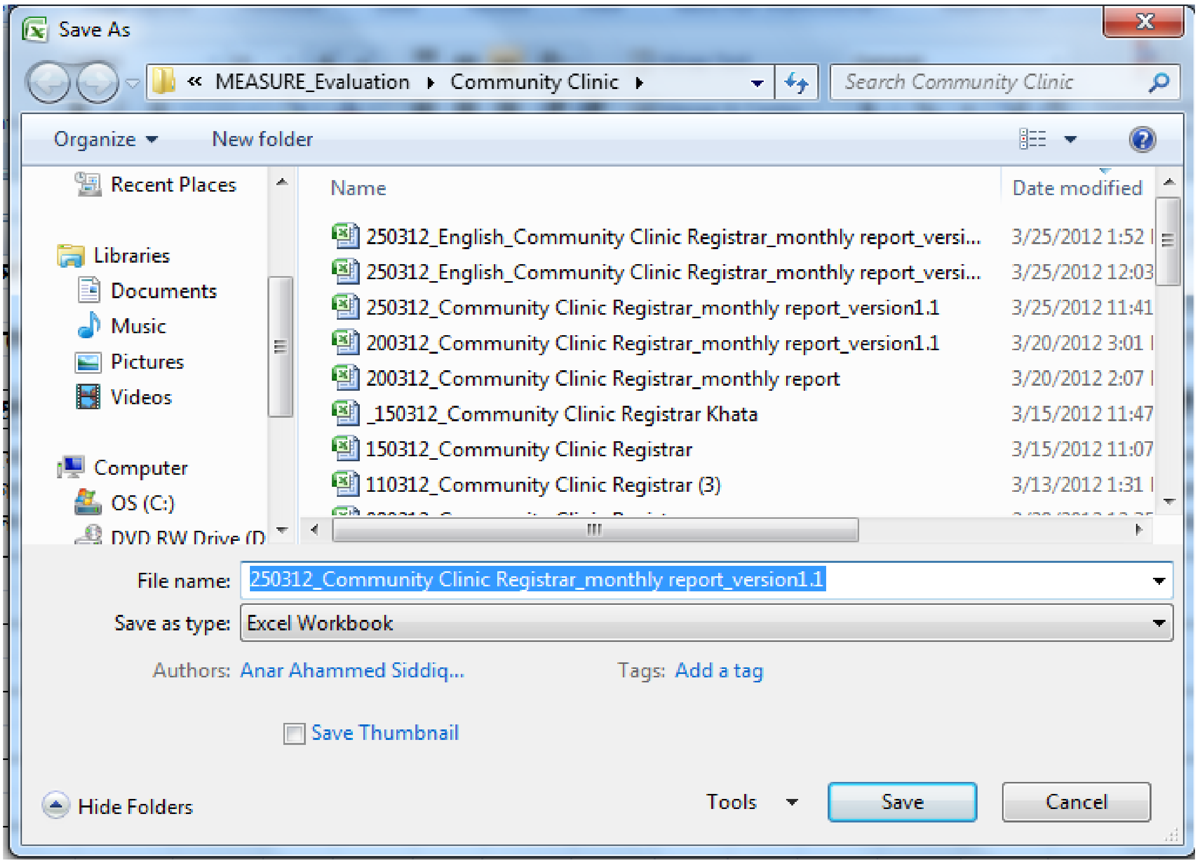
কিন্তু,এমনও হতে পারে যে, আপনি পূর্বের ডেভেলপ করা একটি ফাইল এডিট করতে চান, সেই ক্ষেত্রে নীচের ছবিটি লক্ষ্য করুন, ওপেন লেখা অপশন ক্লিক করলেই আপনি ফাইল লোকেশন দেখিয়ে দেয়ার অপশন পাবেন, সেখান থেকে ফাইলটি বের করে ডাবল ক্লিক করুন অথবা সিলেক্ট করে নীচের ওপেন লেখা বাটন–এ ক্লিক করুন।

এখন নিচের ছবিটির দিকে লক্ষ্য করুন এইখানে মূলত: কিভাবে একটা ফাইল সেভ করতে হয়, তা দেখানো হয়েছে। নতুন একটা ফাইল সেভ করতে হলে শুধু সেভ বাটন-এ ক্লিক করতে হবে নতুবা এমন যদি হয় যে আপনি পুরনো কোন ফাইলে কাজ করেছেন ও তা সেভ করতে চান অন্য কোন নামে কিংবা অন্য কোন ফাইল টাইপ-এ তাহলে; আপনি 'সেভ এজ' লেখা বাটন-এ ক্লিক করুন ও পরবর্তী ছবি অনুসরণ করে তা সেভ করুন।



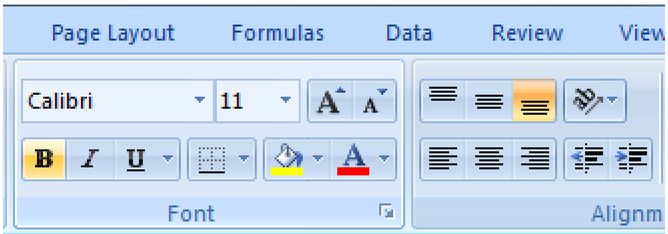


সেভ/সেভ এজ বাটন ক্লিক করে আপনি নিচের ছবি অনুযায়ী কাজ করুন।



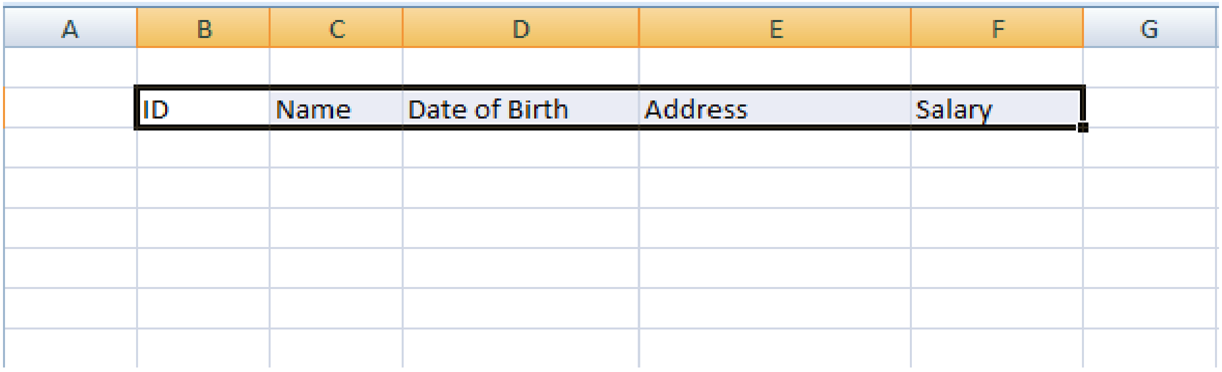
এভাবেই ফাইল সেভ করতে হবে।

এখন আমরা আলোচনা করব কিভাবে আপনার লেখা ফাইলে সৌন্দর্য বর্ধন করা যায়। “বি”, “আই” এবং “ইউ” লখা তিনটা বাটন আপনার প্রায়শঃ কাজে আসবে। এখানে, বি হলো “বোল্ড”, আই হলো “ইটালিক” আর ইউ হলো “আন্ডারলাইন” এর জন্য।

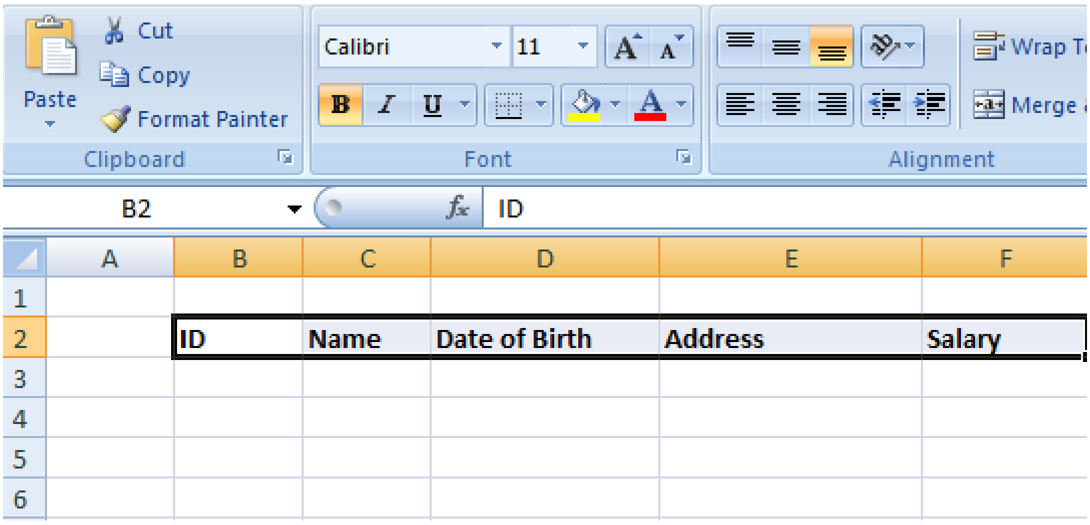


আপনি যে লেখাটা বোল্ড করতে চান তা সিলেক্ট করুন এবং “বি” বাটনে ক্লিক করুন। অন্যগুলোও একইভাবে কাজ করবে।

এবার আমরা কাজ করবো একটা টেবিল নিয়ে, যাতে করে আমরা সেল প্রপার্টিজ সম্পর্কে একটা পরিপূর্ণ ধারণা পেতে পারি।

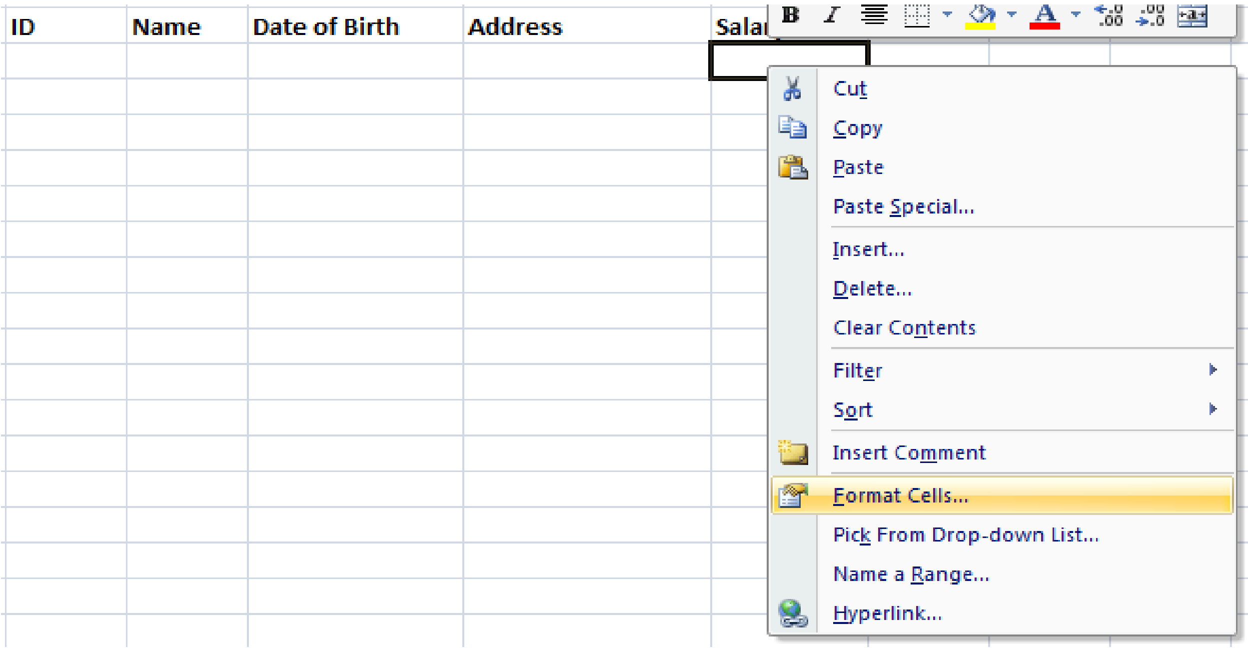


যথাক্রমে আমরা বি, সি, ডি, ই, এফ সেল-এ কিছু হেডিং লিখেছি। আইডি থেকে শুরু করে স্যালারি পর্যন্ত আমরা ড্র্যাগ করে সিলেক্ট করেছি। এইবার যদি ফরম্যাট এর অপশনে গিয়ে ‘বি’-তে ক্লিক করি, তা’হলে কি হবে? দেখুন ....

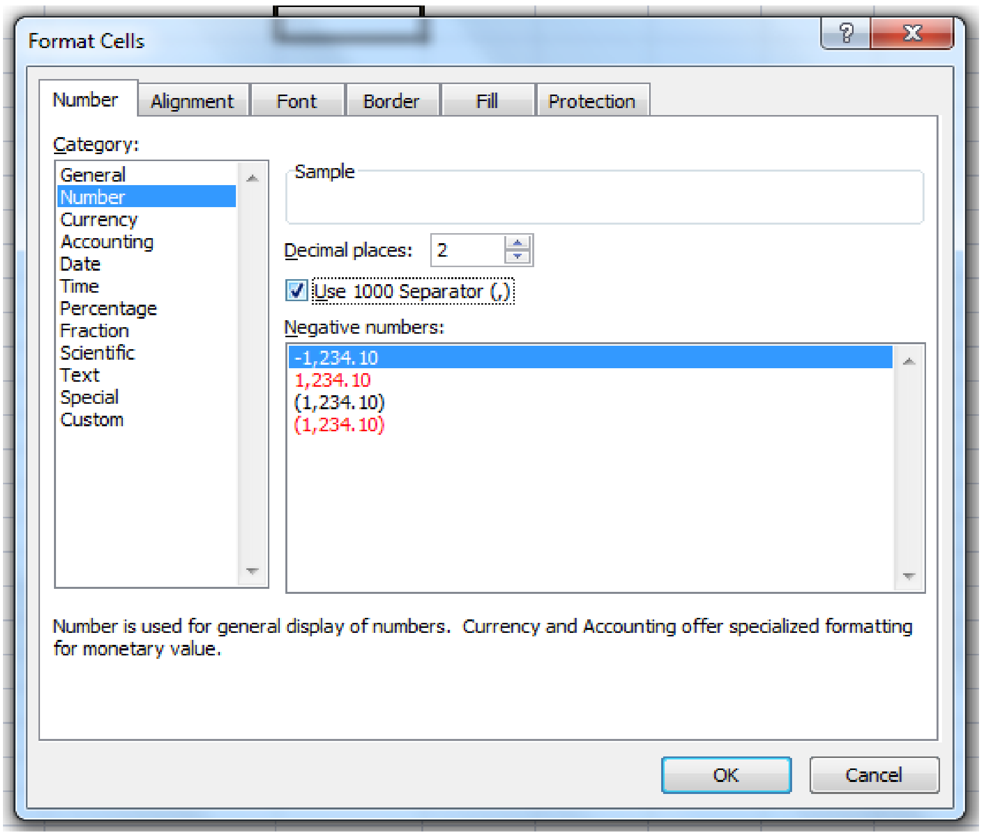


দেখুন , বি-২, সি-২, ডি-২, ই-২ এবং এফ-২ এর লেখাগুলো বোল্ড হয়েছে। আপনি নিশ্চয় এখন সেল লোকেশন বুঝে গেছেন। এখন আমরা আরও ডিটেইল লেভেল এ অর্থাৎ বিস্তারিত ভাবে সেল প্রপার্টিজ সম্বন্ধে জানব।

আপনি যে কোন একটা সেল-এ কারসার রেখে রাইট মাউস বাটন ক্লিক করুন। কি পেলেন ?



নতুন পপ-আপে আপনি 'ফরমেট সেল' এ ক্লিক করুন। দেখুন একটা নতুন উইন্ডো এসেছে।

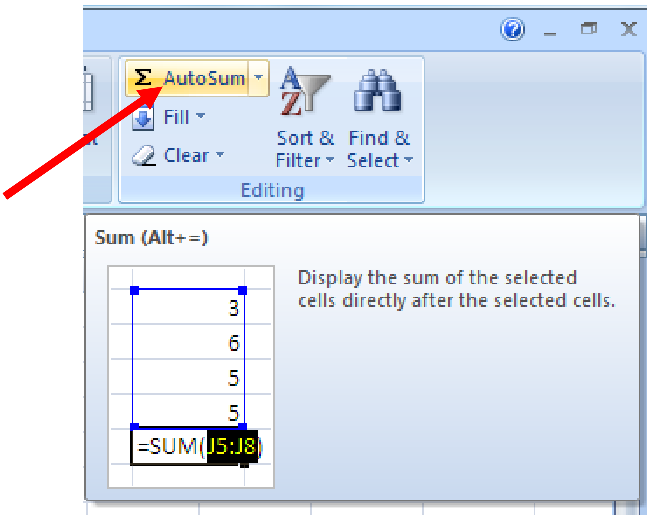


এই

উইন্ডোটাতে আপনি অনেক গুলো অপশন দেখতে পাচ্ছেন। (১) নাম্বার , (২) এলাইনমেন্ট, (৩) ফন্ট , (৪) বর্ডার, (৫) ফিল , এবং (৬) প্রটেকশন। এইখান থেকে আপনি সেল –এর ডাটাগুলো ফরম্যাট ঠিক করে দিতে পারবেন। এলাইনমেন্ট –এ অপনি ঠিক করতে পারবেন কিভাবে ডাটা সেল –এর মধ্যে থাকবে। ফন্ট এ গিয়ে আপনি ফন্ট রি–ডিফাইন করতে পারবেন এবং বর্ডার এ আপনি কি টাইপের বর্ডার ইউজ করতে চান তা ঠিক করে দিতে পারবেন। আমরা প্র্যাকটিস সেশান–এ আরো বিস্তারিত দেখবো।
একল আসুন আমরা বেসিক ডাটা এন্ট্রি প্র্যাকটিস করি। এই জন্য আমরা আমাদের পূর্বেই তৈরী করা টেবিলটা ইউজ করব।

ID	Name	Date of Birth	Address	Salary
A001	M. Subhan	1/1/1980		4500
A002	A. Mridha	12/7/1982		4500
A130	S. Kumar Roy	6/2/1981		3800
B301	Jashim Mia	12/12/1985		5200
B312	Uttom Dey	9/1/1982		3600
B313	Smriti Rani	3/2/1984		5100
				=SUM(F3:F8)
				SUM(number1, [number2], ...)

লক্ষ্য করুন: আমরা অটোসাম করছি। অটসাম করার জন্য আমরা নীচের পদ্ধতি অনুসরণ করব–



তীর চিহ্নিত বাটনে আমরা ক্লিক করব কিন্তু তার আগেই আমাদরকে কার্সার নিয়ে যেতে হবে সেই সেল –এ যাতে আমরা যোগ ফলটা চাই। তার পর দুইবার 'এন্টার' বাটন ক্লিক করুন। স্বয়ংক্রিয় ভাবে এই যোগ হয়ে যাবে। এরপর যতবার আপনি সেলারি পরিবর্তন করবেন ততবারই ফলাফল স্বয়ংক্রিয়ভাবে পরিবর্তন হয়ে যাবে।
আলোচনার সারাংশ: এই আলোচনার পর এখন আমরা এম এস অফিস এক্সেল ব্যবহার করত পারি। কিভাবে একটি নতুন ফাইল ওপেন/সেভ করতে হয় তা আমরা আজকের আলোচনা থেকে শিখতে পেরেছি। আমরা একটা পুরনো ফাইল ওপেন ও এডিট করতে পারি। আমরা শিখেছি বেসিক সেল ফরমেটিং। সেল প্রোপার্টিজ সম্পর্কে আরা ডিটেইল আলোচনা করেছি। তদুপরি আমরা শিখেছি কিভাবে অনেকগুলো সেলের ডাটা অন্য একটা সেল' এ এড/যোগ করতে হয়।

পাঠ- ৫

ইন্টারনেট ব্রাউজিং পদ্ধতি

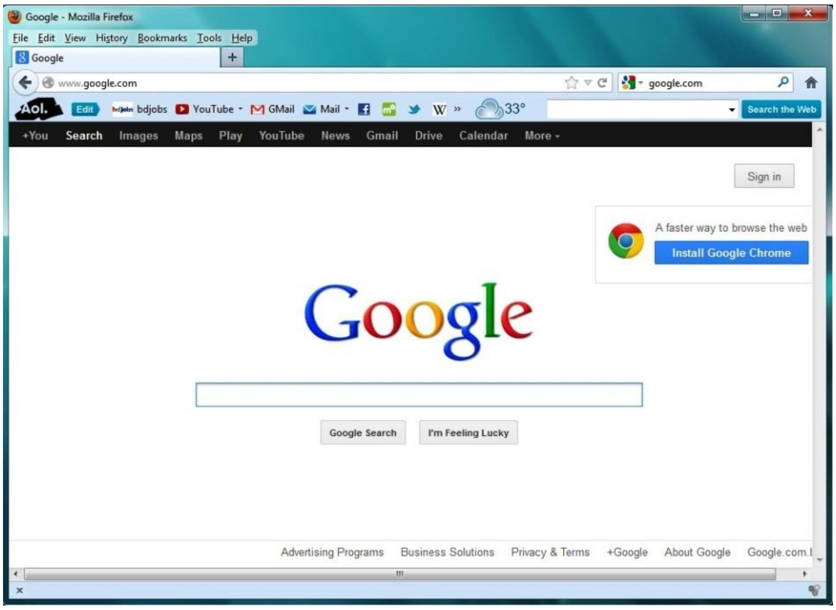
মডেম সংযুক্ত করে ইন্টারনেট ব্রাউজিং পদ্ধতি

যে কোন কম্পিউটারে বা ল্যাপটপে যদি একটি সচল ইউএসবি পোর্ট থাকে তাহলে সেই কম্পিউটারে ইন্টারনেট মডেম কাজ করবে। ইউএসবি পোর্ট হলো কম্পিউটারে এমন একটি সংযোগপথ যেখানে মডেমটি লাগানো যেতে পারে। একটি ইউএসবি ক্যাবল এর সাহায্যে মডেম কম্পিউটারে যোগ করা হলে প্রয়োজনে মডেমটি স্থান পরিবর্তন করে ইন্টারনেটের ভালো গতি পাওয়া যেতে পারে। মডেমটি প্রথমবার লাগালে স্বয়ংক্রিয় ভাবে মডেমের ড্রাইভার সফটওয়্যার ইনস্টল হবে। সফটওয়্যার ইনস্টলের সময় কম্পিউটার আপনার অনুমতি চাইতে পারে; অনুমতি দিন। সফটওয়্যার ইনস্টল শেষ হলে পাশের ছবির মতো একটি আইকণ ডেক্সটপে দেখা যাবে। পরবর্তীতে একই কম্পিউটারে মডেমটি লাগালে আর সফটওয়্যার ইনস্টল করতে হবে না। মডেম লাগানো অবস্থায় উক্ত আইকণে ডাবল ক্লিক করলে নীচের ছবির মত একটি উইন্ডো খুলবে।

উইন্ডোটির 'Connect' লেখা বাটনে ক্লিক করুন। সংযোগে কোন সমস্যা না থাকলে কম্পিউটারে ইন্টারনেট সংযোগ স্থাপিত হবে এবং ইন্টারনেট ব্যবহারের জন্য ইন্টারনেট ব্রাউজার (Internet Explorar) সফটওয়্যার চালু হবে। এবার আপনি ইচ্ছে মত ইন্টারনেট ব্রাউজ করতে পারেন বা ই-মেইল একাউন্ট খুলতে পারেন। যে কোন ওয়েবসাইটে ঢুকলে ওয়েবসাইটের বিভিন্ন শব্দ বা লাইনের উপর মাউস পয়েন্টার নিয়ে গেলে কিছু কিছু শব্দ বা লাইনের উপর পয়েন্টারটি হাতের মত আকার ধারন করে। ওই শব্দ বা লাইনগুলোকে লিংক বলে। লিংক অর্থ অন্য তথ্য বা ওয়েব সাইটের লিংক বা সূত্র। এ সকল লিংকে ক্লিক করলে সেই লিংকগুলো খুলবে এবং জানা যাবে সেখানে কি আছে। উদাহরণস্বরূপ বাংলাদেশ স্বাস্থ্য ও পরিবার কল্যান মন্ত্রণালয়ের ওয়েব সাইট www.mohfw.gov.bd ভিজিট করে দেখুন।

ইন্টারনেটে তথ্য খোঁজার পদ্ধতি

ইন্টারনেটে তথ্য খুঁজে পেতে ইন্টারনেট সার্চ ইঞ্জিন ব্যবহার করতে হয়। Google, Yahoo বা MSN এ ধরনের এক একটি সার্চ ইঞ্জিন। তবে গুগল সার্চ ইঞ্জিনই বেশী জনপ্রিয় সার্চ ইঞ্জিন। ইন্টারনেট চালু অবস্থায় ব্রাউজারের এড্রেস বক্সে www.google.com টাইপ করে এন্টার কী-তে চাপ দিলে নীচের উইন্ডোটি খুলবে।



এই উইন্ডোর সার্চ বক্সে যে তথ্য পেতে চান তার এক বা একাধিক শব্দ টাইপ করলে (শব্দ সংখ্যা কম হলেই ভালো) সে বিষয়ের তথ্যের তালিকা আসবে। তালিকা থেকে যেখানে চাহিদার সবচেয়ে কাছাকাছি তথ্য থাকতে পারে বলে মনে হবে সেখানে ক্লিক করুন। সে লিংকটি খুলবে এবং আপনি পুরো তথ্য পড়তে পারবেন। যদি প্রয়োজনীয় তথ্য এখানে না পান তবে গুগল সার্চ বক্সে বিকল্প শব্দ টাইপ করে পুনরায় সার্চ দিতে পারেন। আপনার চিন্তা ও বুদ্ধিমত্তা খাটিয়ে আপনি যে কোন বিষয়ে উপযুক্ত ও মূল্যবান তথ্য, ছবি, মুভি বা সফটওয়্যার খুঁজে বের করতে পারবেন।

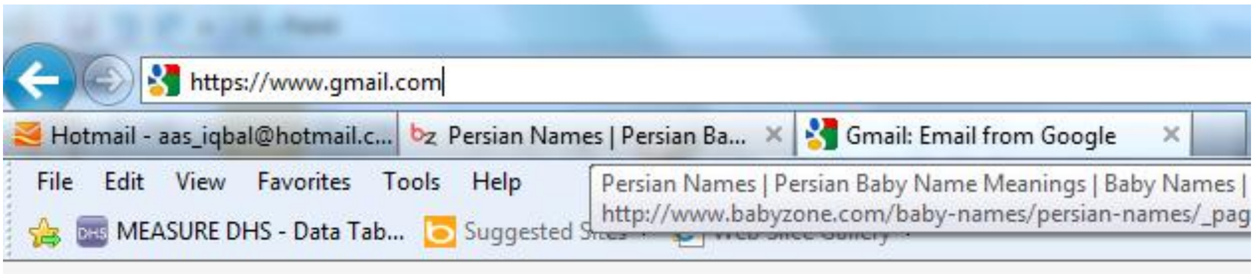
পাঠ- ৬

ই-মেইল এর মাধ্যমে যোগাযোগ

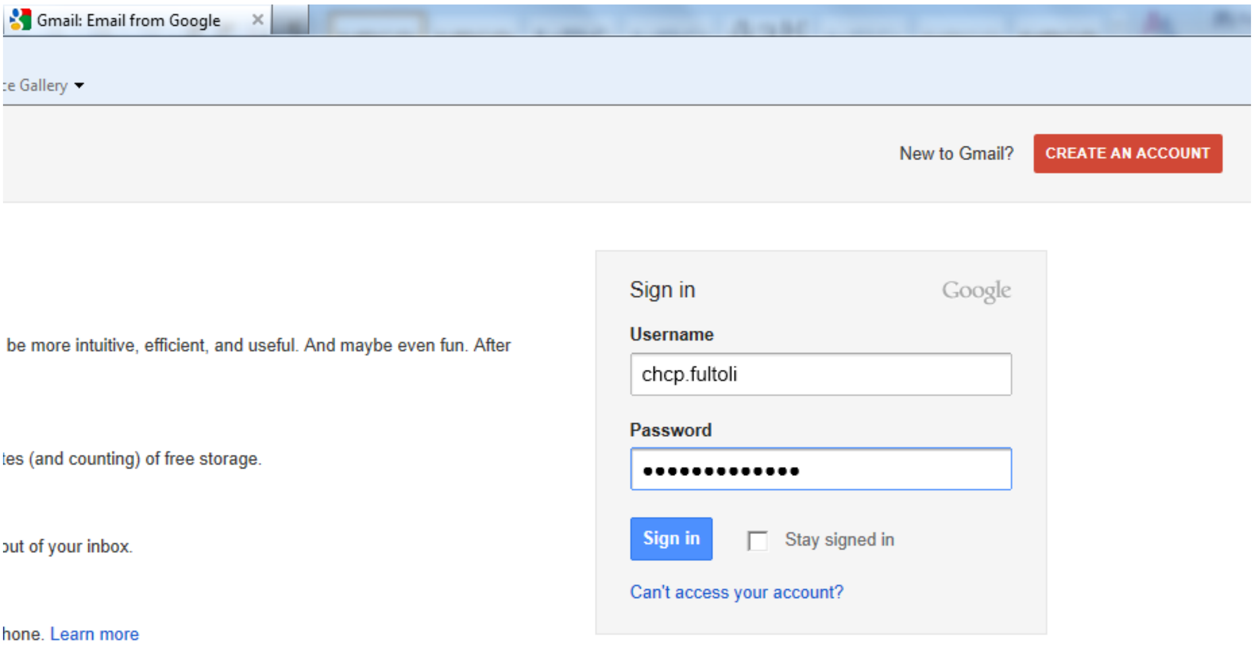
ভূমিকা:

ইন্টারনেট ব্যবহার জানাটাই আপনার সামনে খুলে দিতে পারে সম্ভাবনার এক অপার দুয়ার । সারা বিশ্ব চলে আসবে আপনার হাতের মুঠোয়। আপনি ধরেই নিতে পারেন, এই পাঠ আপনার স্বপ্ন পূরণের প্রথম পাঠ। ই–মেইল পাঠানার সহজ কয়েকটি ধাপ আপনার আস্থা বাড়িয়ে দেবে বহুগুন। মজিলা ফায়ারফক্স ও ইন্টারনেট এক্সপ্লোরার এমনই দুটো এপি-কেশন যার মাধ্যমেই আপনি ইন্টারনেট ব্যবহার শুরু করবেন।

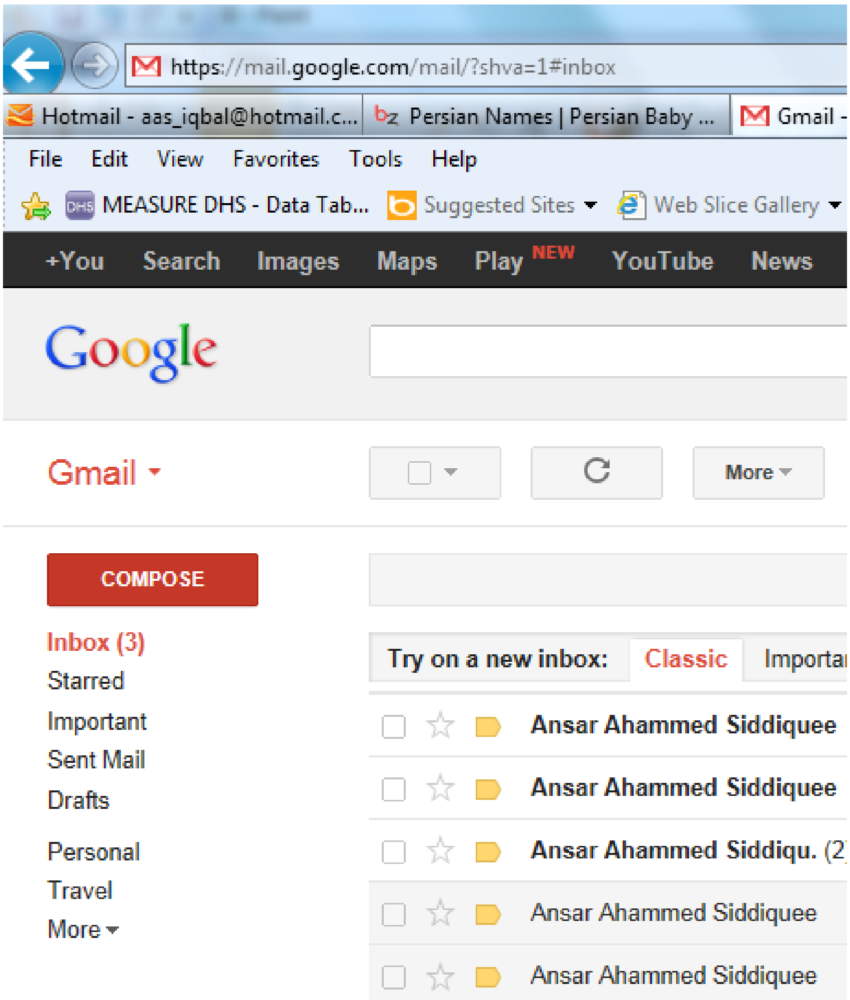
আপনি প্রথমে ইন্টারনেট ব্রাউজার (ইন্টারনেট এক্সপ্লোরার) ওপেন করুন ও ঠিকানার ঘরে জি –মেইল বা আপনার



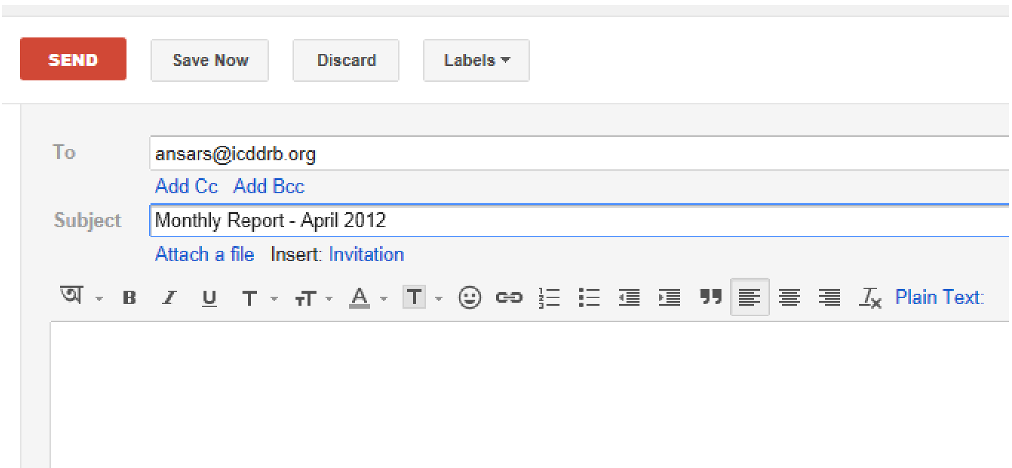
মেইল এর ঠিকানা লিখুন। আপনি নীচের ছবিটির মতই একটা পেজ পাবেন।



এই পেজ–এ মূলত: আপনাকে দিতে হবে ইউজার নেম ও পাসওয়ার্ড। আপনি যখন "সাইন–ইন" ক্লিক করবেন, আপনি ঠিক নীচের ছবিটির মত একটা উইন্ডো পাবেন যেখানে আপনি আপনার ই–মেইলসমূহ দেখতে পাবেন।

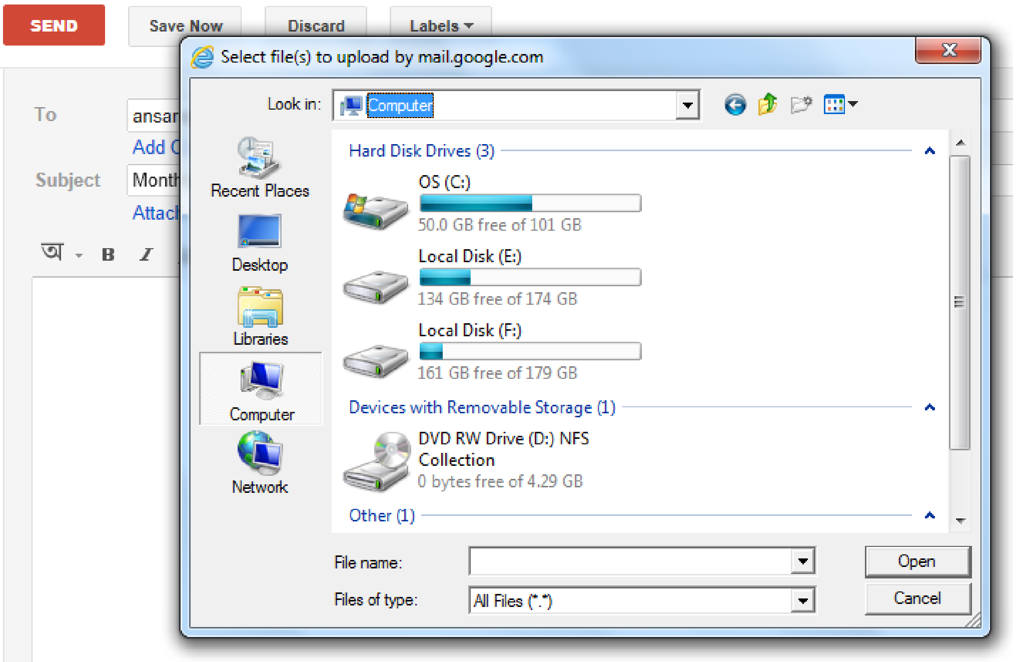


লাল যে বাটনটি আপনি দেখছেন "কম্পোজ" লেখা, সেটাই হলো আপনার নতুন মেইল লেখার বাটন। এই "কম্পোজ" বাটন ক্লিক করলেই আপনি নিচের মত একটা পেজ পাবেন, যেখানে আপনাকে আপনার ইমেইল টাইপ করতে হবে।



"টু" লেখা জায়গায় আপনাকে প্রাপকের ই-মেইল ঠিকানা লিখতে হবে। সাবজেক্ট এর ঘরে আপনি লিখতে পারেন মেইলের বিষয়। অত:পর আপনি মূল বডিতে মেইলে কম্পোজ করুন। আপনি লক্ষ্য করুন সাবজেক্ট লাইনের

ঠিক নীচেই‘এটাচ এ ফাইল’ লিখা আছে। আপনি যে ফাইলটি এই ই –মেইলের সাথে এটাচ করতে চান তার লোকেশনে যেয়ে ‘সিলেক্ট’ করুন ও ‘এটা’ বাটনে এ ক্লিক করুন। আপনার ফাইল এটাচ হয়ে গেল।



ফাইল এটাচ; হয়ে যাওয়ার পর ‘সেন্ড’ বাটন এ ক্লিক করুন। আপনার মেইল এটাচমেন্ট–সহ চলে যাবে।

পাঠ- ৭

ই-হেলথ (e-health)

১৯৯৯ সাল থেকে ই-স্বাস্থ্য (e-health) ইলেকট্রনিক মিডিয়ার সাহায্যে এক জায়গা থেকে অন্য জায়গায় সাধারণ মানুষের অসুস্থতা বা রোগ নির্ণয়ে দারুন ভূমিকা পালন করে আসছে। ই-স্বাস্থ্য বাংলাদেশে গ্রামীণ জনগোষ্ঠীর কাছে হাসপাতাল ও স্বাস্থ্যকেন্দ্রকে কম সময়ের মধ্যে পৌঁছে দিয়েছে।

স্বাস্থ্য অধিদপ্তরের অধীনে ম্যানেজমেন্ট ইনফরমেশন সিস্টেম (এমআইএস) স্বাস্থ্য ও পরিবার কল্যাণ এর সেবা ডাটাবেস সিস্টেম উন্নত এবং অন্যান্য মন্ত্রণালয়ের সঙ্গে যুক্ত করার জন্য নিরলস কাজ করছে। এছাড়া ই-হেলথ স্ট্যান্ডার্ডস এবং অভ্যন্ড়রীণ প্রক্রিয়ার কাঠামো বিকশিত করার উদ্যোগও নিয়েছে। এতে স্বাস্থ্য সংস্থা , এনজিও, উন্নয়ন সহযোগী ও বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের কর্মসূচীর মান এবং অভ্যন্ড়রীণ প্রক্রিয়া বৃদ্ধি পাবে।

বাংলাদেশের গ্রামাঞ্চলে অবস্থিত বিভিন্ন কমিউনিটি ক্লিনিকসমূহ ইন্টারনেট সুবিধাসহ ল্যাপটপ কম্পিউটার পাচ্ছে। ২০১২ সাল শেষ হবার আগেই আরও ৩,৫০০ ল্যাপটপ বাকি কমিউনিটি ক্লিনিকগুলোতে সরবরাহ করা হবে। কমিউনিটি ক্লিনিক স্থাপনা বর্তমান সরকারের মুখ্য কর্মসূচীগুলোর মধ্যে অন্যতম।

প্রতি ৬,০০০ জনসংখ্যার জন্য একটি কমিউনিটি ক্লিনিক তৈরির পরিকল্পনা করা হয়েছে এবং দেশের সর্বস্তরের গ্রামীণ জনসংখ্যার জন্য স্বাস্থ্যসেবা নিশ্চিত করতে ১৮,০০০ কমিউনিটি ক্লিনিক স্থাপনের প্রকল্প হাতে নেয়া হয়েছে। স্বাস্থ্য অধিদপ্তরের এমআইএস বিভাগ হতে এই কমিউনিটি ক্লিনিকসমূহে বিভিন্ন উদ্দেশ্য বাস্ড়বায়নের জন্যে ল্যাপটপ দেয়া হচ্ছে, যেমনঃ টেলিমেডিসিন, লোকাল হেলথ বুলেটিনে ডাটা হালনাগাদকরণ, সাধারণ নাগরিককে স্বাস্থ্য শিক্ষা এবং স্বাস্থ্য কর্মকর্তাদের জন্য প্রশিক্ষণ প্রদান ইত্যাদি। এই ল্যাপটপগুলোতে তারহীন ইন্টারনেট সংযোগ এবং অর্ন্তগ্রথিত ওয়েব ক্যামেরা ও অডিও সিসটেম আছে। এই কমিউনিটি ক্লিনিকসমূহে সিএইচসিপিগণ স্বাস্থ্যসেবা দিয়ে থাকেন। যদি কোন রোগীর একজন চিকিৎসকের নিকট থেকে সরাসরি স্বাস্থ্যসেবা সংক্রান্ত পরামর্শ দরকার হয় তবে এক্ষেত্রে টেলিমেডিসিন গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখতে পারে। কাছের যে কোন উপজেলা হাসপাতালে উপস্থিত ডাক্তার ভিডিও কনফারেন্সিং-এর মাধ্যমে এই সেবা দিতে পারবেন। এর ফলে কমিউনিটি ক্লিনিকসমূহে ডাক্তারের অনুপস্থিতি পূরণ করা সম্ভব হবে।

স্বাস্থ্য অধিদপ্তরের এমআইএস শাখার উদ্যোগে বাংলাদেশের স্বাস্থ্য তথ্য ব্যবস্থার জন্য মানদন্ড নির্ধারণ ও একই বা ভিন্ন ভিন্ন প্রতিষ্ঠানের ডাটাবেইজসমূহের মধ্যে আন্তঃযোগাযোগ ব্যবস্থা (inter-operability) নিশ্চিত করার লক্ষ্যে একটি খসড়া গাইডলাইন তৈরি করা হয়েছে। এ বিষয়ে সংশ্লিষ্ট বিভিন্ন মন্ত্রণালয়, সংস্থা ও প্রতিষ্ঠান যেমন স্বাস্থ্য ও পরিবার কল্যাণ মন্ত্রণালয় ও এর অধীনস্থ সংস্থা ও কর্মসূচিসমূহ; অন্যান্য মন্ত্রণালয়ভূক্ত স্বাস্থ্য সংক্রান্ড় প্রতিষ্ঠান ও স্বাস্থ্য বিষয়ক তথ্য সংগ্রহ ও ব্যবহারকারী প্রতিষ্ঠাসমূহ; বেসরকারি সংস্থাসমূহ ও উন্নয়ন-সহযোগী প্রতিষ্ঠানসমূহ এই উদ্যোগ থেকে উপকৃত হবে।

মোবাইল স্বাস্থ্য (mHealth)

মোবাইল স্বাস্থ্য (mHealth) সেবা হল এমন একটি মাধ্যম যেটি স্বাস্থ্য সমস্যা হলে তার সমাধানের উদ্দেশ্যে চিকিৎসকের কাছে স্বাস্থ্য কেন্দ্রে না যেয়ে মোবাইল এর মাধ্যমে পরামর্শ পাওয়া যায়। এটি প্রধানমন্ত্রীর কার্যালয়ের ই-গভর্নেন্স সেল স্বার্থে স্বাস্থ্য মন্ত্রণালয়ের প্রস্তাব একটি উদ্ভাবনী প্রযুক্তি ভিত্তিক স্বাস্থ্য সেবা । এটা দেশের প্রতিটি উপজেলায় হাসপাতালে ভিত্তিক কমিউনিটি মানুষের জন্য একটি টেলি-স্বাস্থ্য সেবা হিসাবেও পরিচিত। এই কার্যক্রম বাস্তবায়নের উদ্দেশ্যে সরকারি সহযোগিতায় প্রতিটি উপজেলা এবং জেলা হাসপাতালগুলোকে মোবাইল ফোন (হটলাইন) সরবরাহ করা হয়েছে এবং এসব ফোন নম্বর স্থানীয় সরকার, শিক্ষা ও ধর্মীয় প্রতিষ্ঠান, এনজিও, সামাজিক, ধর্মীয় ও অন্যান্য যোগাযোগের চ্যানেল মাধ্যমে স্থানীয়ভাবে প্রচারিত হয়েছে। এর ফলে স্বাস্থ্য সেবা ঘন্টার মধ্যে, নিকটস্থ এলাকায় বসবাসকারী মানুষের মধ্যে ছড়িয়ে পড়ছে। একজন ডাক্তার জনগনের স্বাস্থ্য সমস্যা শুনবেন এবং তাতক্ষণিক চিকিৎসা বা পরামর্শ দিবেন। এছাড়া মোবাইল ফোনের মাধ্যমে স্বাস্থ্য সম্পর্কিত তথ্য ও নির্দেশনাও পাওয়া যায়। যেমন, পোলিও দিবসে সরকার বা কোন সংস্থা বিভিন্ন মূল্যবান তথ্য মোবাইল ব্যবহারকারীদের নম্বরে প্রেরণ করে থাকেন, যাতে জনগন এই সেবা নিয়ে উপকৃত হতে পারে। এইজন্য মোবাইলে আসা বিভিন্ন প্রয়োজনীয় ম্যাসেজ পড়ুন এবং সেই মোতাবেক পালন করুন। মোবাইল স্বাস্থ্য সেবা (mHealth) জনগণের আস্থা নির্মাণের মাধ্যমে ডাক্তার-রোগী সম্পর্ক উন্নত, জনস্বাস্থ্য উন্নতি এবং রোগীদের স্বাস্থ্য সচেতন হতে উৎসাহিত করে। এই প্রযুক্তি ভিত্তিক সেবা, প্রযুক্তি থেকে পিছিয়ে পড়া মানুষগুলকে যারা প্রত্যন্ত অঞ্চলে বসবাস করে তাদের কাছে স্বাস্থ্য সেবা পৌঁছানার ব্যবস্থা করে দিয়েছে।

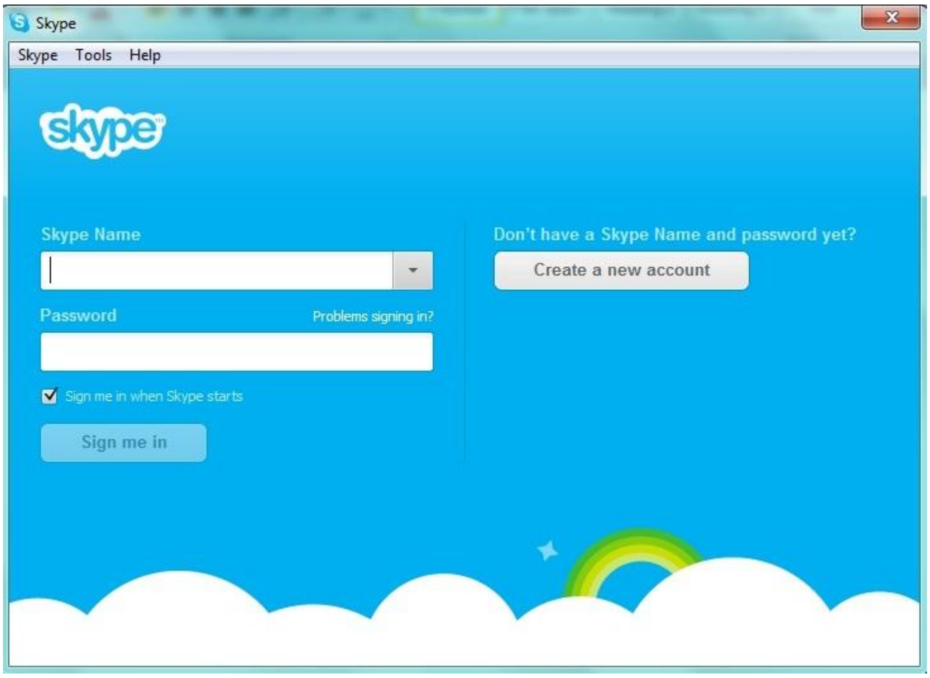
মোবাইল হেলথ এর গুরুত্বঃ

- জরুরী পদক্ষেপ গ্রহণ
- মানব সম্পদ সমন্বয়, ব্যবস্থাপনা, এবং তত্ত্বাবধান
- মোবাইল এ স্বাস্থ্য তথ্য (ভয়েস) ও (এসএমএস) এবং দূরবর্তী চিকিৎসকদের মাধ্যমে টেলিমেডিসিন ডায়াগনস্টিক এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণ
- ফার্মাসিউটিক্যাল সাপ্লাই চেইন বজায় রাখা ও রোগীর সুরক্ষা বৃদ্ধি করা
- ক্লিনিকের পরিচর্যা ও দূরবর্তী রোগীকে পর্যবেক্ষণ
- স্বাস্থ্য সম্প্রসারণ সেবা
- স্বাস্থ্য সেবা পর্যবেক্ষণ ও প্রতিবেদন
- স্বাস্থ্য-সম্পর্কিত সাধারণ জনসাধারণের জন্য শিক্ষা
- স্বাস্থ্যসেবা কর্মী প্রশিক্ষণ ও অব্যাহত পেশাগত উন্নয়ন
- স্বাস্থ্য উন্নয়ন এবং কমিউনিটি সংহতি বৃদ্ধি

পাঠ- ৮

Skype এর মাধ্যমে ভিডিও কনফারেন্সিং

ইন্টারনেট সংযোগ চালু থাকলে ভিডিও কনফারেন্সিং এর মাধ্যমে রিয়েল টাইম কথা বলা এবং ছবি দেখা যায়। এজন্য একটি ওয়েব ক্যামেরা লাগবে। কমপক্ষে পাঁচ মেগাপিক্সেলের একটি ওয়েব ক্যামেরা হলে ভালো হয়। এ ধরনের ওয়েব ক্যামেরা হাজার দুয়েক টাকার মধ্যে পাওয়া যায়। ওয়েব ক্যামেরাটি কম্পিউটারের সাথে সংযুক্ত করতে হবে।এরপর ওয়েব ক্যামেরার সাথে দেয়া সিডি থেকে সফটওয়্যার ইনস্টল করে ক্যামেরাটিকে ওই কম্পিউটারে ব্যবহারের উপযোগী করতে হবে। শব্দ শোনা ও প্রেরনের জন্য একটি হেডফোন ও মাইক্রোফোন লাগবে। এখন একই ডিভাইসের মধ্যে হেডফোন ও মাইক্রোফোন একসংগে পাওয়া যায়। ২০০ থেকে ৫০০ টাকার মধ্যে এই ডিভাইসটি কিনতে পাওয়া যায়। এ ডিভাইসটি কম্পিউটারের নির্দিষ্ট পোর্টের সাথে শুধু সংযুক্ত করলেই চলে; কোন সফটওয়্যার ইনস্টলের প্রয়োজন পড়েনা। এধরনের ডিভাইসকে প্লাগ এন্ড প্লে ডিভাইস বলে। ইন্টারনেটের মাধ্যমে ভিডিও কনফারেন্সিং এর জন্য একটি ভিডিও কনফারেন্সিং সফটওয়্যার ও সার্ভার লাগবে। যদিও অনেক রকমের সফটওয়্যার ও সার্ভার আছে তবু এক্ষেত্রে Skype নামে একটি সফটওয়্যার ও সার্ভার সিষ্টেমকে সহজ মনে করা হয়। গুগল সার্চ ইঞ্জিনের সার্চ বক্সে Download Skype টাইপ করুন। লিংক পেলে Skype ডাউনলোড করুন। Skype ইনস্টল করুন। আপনার ইউজার নাম, পছন্দমতো পাসওয়ার্ড ও ইমেইল ঠিকানা দিয়ে Skype কনফিগার করতে হবে। আপনারে ডেস্কটপে প্রদত্ত চিত্রের মত একটি আইকণ দেখাযাবে। Skype ব্যবহার করতে হলে ইন্টারনেট সংযোগ চালু খে উক্ত আইকণে ক্লিক করলে নীচের ছবির মত একটি উইন্ডো খুলবে।



আপনার ইউজার নাম ও পাসওয়ার্ড দিয়ে Skype এ লগইন করতে হবে। দেশে বা বিদেশে যার সাথে ভিডিও কনফারেন্সিং করতে চান

তাকেও একই ভাবে Skype –এ লগড্ইন থাকতে হবে। সেজন্য ভালো উপায় হলো কম্পিউটার চালুর সাথে সাথে সয়ংক্রিয়ভাবে যেন Skype চালু হয়ে লগইন হয়ে যায় সে ব্যবস্থা চালু রাখা। আপনার একটি কন্টাক্ট লিষ্ট তৈরী করে রাখতে হবে। Skype র মেনু লিস্ট থেকে কন্টাক্টস্ নির্বাচন করে যাদের সাথে ভিডিও কনফারেসিং করতে চান তাদের একটি ইমেইল ঠিকানা টাইপ করে তাদেরকে আপনার লিস্টে সংযুক্ত করুন। ওই সকল ব্যক্তিগণ Skype -এ লগড্ইন থাকলে লিস্টে তাদের ইমেইল ঠিকানা সমূহ সবুজ রঙের দেখাবে। Skype সফটওয়্যার ভালোভাবে রপ্ত করতে Skype - র হেল্প মেনুতে ক্লিক করুন এবং কিভাবে সুবিধাগুলো নেয়া যায় তা জানুন।

ভিডিও কনফারিন্সিং সেশন শুরু করার জন্য অনলাইনে থাকা যে কোন একটি কন্টাক্ট নির্বাচন কওে তাকে ভিডিও কল দিন। আমন্ত্রিত কন্টাক্ট অডিও বা ভিডিও কলের মাধ্যমে জবাব দিতে পারেন। সে অনুযায়ী আপনি তার কথা শুনতে পাবেন বা একই সংগে তার ছবি দেখতে পাবেন। অপর প্রান্ত থেকেও ভিডিও বা অডিও কল দিতে পারে তখন আপনাকে উত্তর দিতে হবে। এ সব কিছুই আপনি করতে পারেবেন বিনামূল্যে। Skype - ব্যবহার করে দেশে বা বিদেশে যে কোন স্থানে অডিও বা ভিডিও কল করা যায়। এমকি কম্পিউটার থেকে সাধারন ফোনেও কথা বলা যায় তবে সে জন্য অর্থ গুনতে হবে।

সংযুক্তি

কমিউনিটি প্যারামেডিকদের জন্য স্বাস্থ্য সেবায় তথ্য প্রযুক্তি (আইটি) বিষয়ক প্রশিক্ষণ

প্রশিক্ষণ পূর্ব/পরবর্তী মূল্যায়ণ

সময়ঃ ২০ মিনিট তারিখঃ ....../....../.......

প্রশিক্ষণার্থীর নামঃ... ইনিষ্টিটিউটঃ......................................

---

১. স্বাস্থ্যখাতে কম্পিউটার ও ইন্টারনেট প্রযুক্তির ব্যবহার হল -
- ক. ই-হেলথ
- খ. সাইবার মেডিসিন
- গ. হেলথ ইনফরমেশন টেকনোলজি
- ঘ. টেলিমেডিসিন

২. টেলিহেলথ প্রযুক্তি ব্যবহার করলে
- ক. অত্যন্ত দামী যন্ত্রপাতির ব্যবহার করতে হয়
- খ. স্বাস্থ্যসেবার খরচ অনেক বেড়ে যায়
- গ. শুধুমাত্র শহর এলাকায় স্বাস্থ্য সেবা দেয়া যায়
- ঘ. কম খরচে পল্লী এলাকায় মান সম্পন্ন স্বাস্থ্যসেবা দেয়া যায়

৩. টেলিমেডিসিন হল
- ক. দূরত্বের বাধা অতিক্রম করে ক্লিনিক্যাল সেবা প্রদান
- খ. দূরত্বের বাধা অতিক্রম করে নন্‌ক্লিনিক্যাল সেবা প্রদান
- গ. ক্লিনিক্যাল ও নন্‌ক্লিনিক্যাল উভয় ধরনের সেবা প্রদান
- ঘ. উপরের কোনটিই নয়

৪. আইটি ইন হেলথ যে যে ক্ষেত্রে প্রয়োগ করা যায়
- ক. হেলথ রেকর্ড ম্যানেজমেন্ট
- খ. ঔষধ বিপনন
- গ. দুর্যোগকালীন স্বাস্থ্য ব্যবস্থাপনা
- ঘ. প্রানি সম্পদ ব্যবস্থাপনা

৫. রিমোট পেশেন্ট মনিটরিং সেবাটি গ্রহন করতে
- ক. রোগীকে অবশ্যই হাসপাতালে ভর্তি হতে হয়
- খ. রোগীকে বিশেষ ধরনের যন্ত্রপাতি ব্যবহার করতে হয়
- গ. রোগীকে সারা দিনই কম্পিটারের সামনে বসে থাকতে হয়
- ঘ. উপরের সবগুলিই সঠিক

৬. মোবাইল হেলথ (এম-হেলথ) প্রযুক্তি
- ক. শুধুমাত্র জনস্বাস্থ্য উন্নয়নে ব্যবহার করা যায়
- খ. শুধুমাত্র রোগের নিরাময়ে ব্যবহার করা যায়
- গ. রোগ নিরাময় ও জনস্বাস্থ্য উন্নয়ন উভয় ধরনের কাজে ব্যবহার করা যায়
- ঘ. ই-হেলথ সহায়ক প্রযুক্তি হিসাবে ব্যবহার করা যায়

৭. কম্পিউটার বিষয়ে নীচের কোন কথাটি সত্য
- ক. কম্পিউটারের বাংলা নাম হল গনক যন্ত্র
- খ. কম্পিউটার মূলতঃ ৪ ধরনের
- গ. কম্পিউটার গঠিত হয় মূলত হার্ডওয়্যার ও সফটওয়্যার দ্বারা
- ঘ. ১০২৪ গিগাবাইট সমান এক টেরাবাইট মেমোরী

৮. মাইক্রোসফট ওয়ার্ড হল
- ক. একটি এ্যাপ্লিকেশন সফটওয়্যার
- খ. একটি ওপেন সোর্স সফটওয়্যার
- গ. কম্পিউটারে লেখালেখি করার জন্য এ সফটওয়্যারটি ব্যবহৃত হয়
- ঘ. উপরের সবগুলিই সঠিক

৯. নীচের কোন উক্তিটি সত্য
- ক. বাংলাদেশ সরকার স্বাস্থ্যখাতে আইটি প্রযুক্তিকে নিরুৎসাহিত করে
- খ. শুধুমাত্র এনজিওগুলোই আইটি ইন হেলথ বাস্তবায়ন করছে
- গ. স্বাস্থ্য খাতে প্রযুক্তির ব্যবহার করতে হলে সেবাগ্রহীতার ক্ষমতার উন্নয়ন অত্যন্ত জরুরী
- ঘ. স্বাস্থ্যখাতে প্রযুক্তির বব্যহার অপচিকিৎসার সম্ভাবনা বাড়িয়ে দেয়

১০. আইটি ইন হেলথ সেক্টরে কাজ করতে কমিউনিটি প্যারামেডিকগণের যা দরকার হবে
- ক. এই সেক্টরে কাজ করার মানসেকতা থাকতে হবে
- খ. স্বাস্থ্য যোগাযোগ প্রযুক্তি সম্পর্কে ধারনা থাকতে হবে
- গ. এই সেক্টরে শিক্ষা গ্রহণ ও চাকুরির সুযোগগুলো অনুসন্ধান করতে হবে।
- ঘ. এই সেক্টরে কাজকরে এমন প্রতিষ্টান সমূহের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করতে হবে