
इकाई 6 जागरुकता अभियान*

*डॉ. अर्चना कौशिक

रूपरेखा

- 6.0 उद्देश्य
- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2 जागरुकता अभियान: अर्थ, अवधारणा, क्षेत्र
- 6.3 दृष्टिकोण और आदर्श/प्रतिमान
- 6.4 जागरुकता अभियान के सिद्धांत
- 6.5 प्रक्रिया, साधन, और तकनीक
- 6.6 समाज कार्य की अन्य प्रणालियों के साथ संबंध
- 6.7 सारांश
- 6.8 संकेत शब्द
- 6.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

6.0 उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य आपको समाज कार्य प्रक्रिया के समकालीन तरीकों में से एक के बारे में अवधारणात्मक समझ प्रदान करना है—जागरुकता अभियान। इस इकाई में आप जागरुकता अभियान के अर्थ, परिभाषाओं और मूल तत्वों की ओर अभिमुख होंगे। आप जागरुकता अभियान के नियमों के बारे में भी जानकारी प्राप्त

* डॉ. अर्चना कौशिक, समाज कार्य विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, नई दिल्ली।

करेंगे। आप रूपांकित जागरुकता अभियानों के कुछ प्रमुख साधनों और तकनीकों तथा विधि की प्रक्रिया का मूल्यांकन करेंगे। इस इकाई का अध्ययन करने के पश्चात् आप यह जानने में सक्षम होंगे:

- जागरुकता अभियान की परिभाषा;
- जागरुकता अभियान की प्रक्रिया और प्रासंगिकता को जानना / समझना;
- जागरुकता अभियान के नियमों के बारे में जानना;
- जागरुकता अभियान में प्रयोग होने वाले साधनों और तकनीकों की व्याख्या करने; और
- जागरुकता अभियान और समाज कार्य के अन्य पारंपरिक तरीकों के बीच संबंध को समझना।

6.1 परिचय

आपने अपने क्षेत्र में या प्रकाशित और संचार केन्द्रों में बहुत से जागरुकता अभियान देखें होंगे। पोलियो, एक खतरनाक बीमारी, हाल ही में भारत से, 'दो बूंद जिंदगी की', 'पोलियो रविवार' आदि की तरह अभियान रणनीतियों के शुभारंभ के जरिए सरकार के ठोस और जोरदार प्रयासों से समाप्त हो गई थी। 1999 में, उड़ीसा में सुपर चक्रवात ने दस हजार से अधिक जीवों को मृत्यु दी थी। 2013 में, लगभग समान तीव्रता के साथ, फैलिन चक्रवात, 100 की भी जिंदगी का दावा नहीं कर सका और श्रेय जागरुकता अभियान को चला जाता है। भारत एक संकट अद्योमुख देश है और प्रायः कहा जाता है कि पूरी तरह से अवगत, अच्छी तरह से सूचित और ठीक से प्रशिक्षित आबादी किसी भी आपदा की सुरक्षा और सफल प्रतिक्रिया की सर्वोत्तम गारंटी है। जागरुकता अभियान समुदाय से बाहर तक पहुंचने और इसे आपदाओं से निपटने के लिए तैयार करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है, जिससे विनाशकारी प्रभावों को काफी हद तक कम किया जा सकता है। चाहे वह एक आपदा प्रबंधन या सार्वजनिक स्वास्थ्य कार्यक्रम (जैसे कि सार्वभैमिकरण प्रतिरक्षण, आई.एम.आर.ए. एम.एम.आर., को कम करना) शैक्षिक

पहल (शिक्षा अभियान, लड़की-बाल शिक्षा) और चुनाव में सुधार हो, जागरुकता अभियान ने व्यवहार को प्रभावित करने और स्थायी सामाजिक परिवर्तन को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण पहला कदम उठाया है। जागरुकता उन स्तम्भों में से एक है, जिस पर सार्वजनिक भागीदारी का निर्माण किया जा सकता है। इसके अतिरिक्त, यह सही विकल्प लेने और उचित निर्णय लेने का आधार है। सार्वजनिक जागरुकता का उद्देश्य सूचना और शिक्षा के प्रसार द्वारा ज्ञान, समझ और प्राकृतिक तथा सांस्कृतिक वातावरण की सुरक्षा के लिए कार्य करने और व्यवहार के लिए कौशलों का विकास करना है और स्थायी विकास को प्रोत्साहित करना है।

6.2 जागरुकता अभियान: अर्थ, अवधारणा, क्षेत्र

जागरुकता अभियान एक ऐसी प्रक्रिया के रूप में लिया जाता है जो सामाजिक दृष्टिकोण और व्यवहार में बदलाव को सक्षम करने के लिए आवश्यक दक्षताओं और कौशल को समझने और विकसित करने के लिए जानकारी एकत्र करने के अवसर प्रदान करता है। सेयरस ने 2006 में सटीक रूप में कहा था कि किसी चीज की जागरुकता को बढ़ाना अच्छी, बुरी या साधारण समाज या समुदाय के भीतर विश्वसनीयता और अपनी स्पष्टता को प्रोत्साहित करने के लिए होती है। यह लोगों को एक विषय या विषय के बारे में सूचित करना और उन्हें शिक्षित करना है ताकि उनके दृष्टिकोण, व्यवहार और विश्वासों को प्रभावित उद्देश्य या लक्ष्य की उपलब्धि के प्रति प्रभावित किया जा सके। यह एक रचनात्मक और उत्प्रेरक बल है, जो लक्षित लोगों के व्यवहार और कार्यों में सकारात्मक परिवर्तन लाने के इरादे से है। यह लक्षित लोग व्यक्तिगत, समूह, संगठन समुदाय या समाज भी हो सकते हैं।

जबकि जागरुकता बढ़ाना एक तरफ किसी विषय पर लक्षित लोगों के बीच सूचना या ज्ञान के स्तर को बढ़ा रहा है, जागरुकता अभियान एक विधि है जिसके अपेक्षाकृत बड़े दर्शकों के बीच जागरुकता पैदा करने या बढ़ाने का निर्देश है। यह

एक सामाजिक कारण के लिए एक विचार/ मनोवृत्ति/ व्यवहार/ कार्रवाई को प्रोत्साहित कर रहा है। जागरुकता अभियान प्रायः श्रोताओं को नई सेवाएं, कार्यक्रमों, सुविधाओं या कार्यों से अवगत करने का पहला कदम होता है। इसका उद्देश्य वांछनीय व्यवहार को परिचित बनाने, कहने, टीकाकरण को बढ़ावा देने या सार्वजनिक स्वास्थ्य में सुधार करना है। इस प्रकार जागरुकता बढ़ाने का उद्देश्य एक समुदाय के दृष्टिकोण, व्यवहार और विश्वासों को एक परिभाषित उद्देश्य है। (सेयरस 2006)।

जागरुकता बढ़ाना वैसा नहीं है जैसे कि जनता को कहना कि क्या करना है—यह लोगों के लिए ज्ञान का प्रसार और मामलों की व्याख्या करना है। ताकि वे अपने निर्णय स्वयं ले सकें, फिर भी मुद्दे पर जागरुकता पैदा करना और सूचना प्रदान करना स्वचालित रूप से व्यवहार परिवर्तन का नेतृत्व नहीं करता। मानसिक और व्यवहारिक परिवर्तन बेहद कठिन और जटिल प्रक्रिया है, जिसके लिए मानव व्यवहार की समझ आवश्यक है और फिर लोगों के व्यवहार में वांछित परिवर्तन लाने के लिए लगातार चरणों से आगे बढ़ने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए जहाँ नए व्यवहार को बनाकर रखा जा सके। जनता में जागरुकता को बढ़ाने के विभिन्न तरीके हैं। जागरुकता अभियानों को विशिष्ट योजनाबद्ध घटनाओं, पोस्टर अभियान, वेबसाइट, वृत्तचित्र, समाचारपत्रों के लेख आदि द्वारा प्रकट किया जा सकता है। जागरुकता अभियान की रणनीतियों को लक्ष्य समूह की सामाजिक-जनसांख्यिकीय रूपरेखा और क्षेत्र के सांस्कृतिक और राजनीतिक सदर्थ को ध्यान में रखते हुए सावधानीपूर्वक चुना जाता है। मास मीडिया ने जागरुकता अभियान का प्रचार करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। जबकि परंपरागत रूप से सूचना एक से दूसरे के पास तक जाती है, जैसे चिकित्सक से रोगी तक बड़े पैमाने पर मास मीडिया के आगमन ने जागरुकता अभियानों की पहुंच गुंजाइश ने कई गुना विस्तार किया है। यहाँ तक कि 'सीमित पहुंच' प्रिंट मीडिया जैसे ब्रोशर, पर्चे, पोस्टर और समाचारपत्रों ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया चालित रणनीतियों जैसे टेलीविजन, वीडियो-कान्फ्रेंसिंग, ब्लॉग स्पॉट, वेब परिसंचरण, एस.

एम.एस. इत्यादि को रास्ते दिए हैं। वास्तव में, इन जागरुकता अभियानों के द्वारा मीडिया समाज में सामाजिक, राजनीतिक और वैधानिक परिवर्तनों के लिए वकालत करते हुए एक साधन बन गया है।

समाज कार्य का क्षेत्र सर्वव्यापी है ताकि अभियान के बारे में जागरुक हों समाज कार्य के हस्तक्षेप निवारक, रोगग्रस्त, सुधार, पुनर्वास, प्रबंधन और प्रबंधन के स्तर हैं और जागरुकता अभियान भी कुछ हानिकारक व्यवहारों को रोकने, स्वस्थ व्यवहारों को बढ़ावा देने, हानि कटौती के लिए अभिनय कार्यों का प्रबंधन करने वाले नकारात्मक कृत्यों को रोकने के लिए निर्देश देते हैं। स्वास्थ्य और स्वच्छता, शिक्षा और कौशल विकास, सुरक्षा और रक्षा, आपदा प्रबंधन—दुर्व्यवहार, असमानता, शोषण और सीमांतता से निपटने के क्षेत्र में समाज कार्य के हस्तक्षेप और जागरुकता अभियानों को आम तौर पर देखा जाता है। दोनों समाज कार्य और जागरुकता अभियानों का लक्ष्य लक्षित व्यक्तियों, समूहों और समुदायों के व्यवहार और मनोवृत्तियों में वांछनीय और सकारात्मक परिवर्तन लाना है।

बोध प्रश्न I

टिप्पणी: अ) उत्तर हेतु नीचे दिए गए स्थान का उपयोग कीजिए।

आ) इस इकाई के अन्त में दिए गए उत्तरों से अपने उत्तर का मिलान कीजिए।

1) अपने शब्दों में जागरुकता अभियान को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

.....

6.3 दृष्टिकोण और आदर्श / प्रतिमान

जागरुकता अभियान में आमतौर पर उपयोग होने वाले विभिन्न दृष्टिकोणों पर विचार करते हैं। इन्हें पांच विशाल वर्गों में वर्गीकृत किया जा सकता है:

- 1) व्यक्तिगत संप्रेषण / संचार
- 2) सार्वजनिक संप्रेषण / संचार
- 3) शिक्षा
- 4) जन संपर्क
- 5) वकालत

व्यक्तिगत संप्रेषण / संचार

एक व्यक्तिगत दृष्टिकोण आमतौर पर एक अच्छी योजना का प्रचार करने का सर्वोत्तम प्रभावपूर्ण साधन है, विशेष रूप से यदि संदेश भेजने वाले ने विश्वसनीयता / मान्यता प्राप्त की है। व्यक्तिगत संचार अभियान के संदेश से दर्शकों को और अधिक जूड़ने में सहायता करता है और अपने जीवन के संबंध में उस संदेश के महत्त्व को समझते हैं।

व्यक्तिगत संप्रेषण / संचार के उदाहरण निम्नलिखित हैं :-

- मुंह से शब्द : वह है, व्यक्ति से व्यक्ति, ए.एन.एम. और आंगनवाड़ी कार्यकर्ता इस विधि द्वारा समुदाय में मातृ एवं शिशु स्वास्थ्य पर जागरुकता पैदा करते हैं।

- समुदाय और हितधारकों की बैठकें: विस्तार कार्यकर्ता किसानों को कृषि में अभिनव तकनीकों के बारे में बताते हैं जो इसका एक उदाहरण है।
- सार्वजनिक मंच, प्रस्तुतीकरण और कार्यशालाएं: गैर-सरकारी संगठनों द्वारा सामुदायिक लोगों के लिए आयोजित लिंग संवेदीकरण कार्यशालाओं को इसमें शामिल किया जा सकता है।
- सामाजिक कार्यक्रम: बहुत से एन.जी.ओ., एच.आई.वी./एड्स की जागरुकता और रोकथाम पर कार्य कर रहे हैं. दंपतियों के लिए 'कंडोम पार्टी' कंडोम प्रयोग और सुरक्षित यौन प्रक्रियाओं को जनसंप्रदाय में प्रसारित करते हैं।
- जन साधन: कुछ विशेष समाजों में, जहाँ मौखिक परंपराएं शासन करती हैं, समूह स्थितियों में विशेष मुद्दों पर भूमिका निभाई जाती है, कहानी सुनाई जाती है, नृत्य करते हैं और नाटक तथा कविताएं प्रस्तुत की जाती हैं। उदाहरण के लिए, विश्वविद्यालय के विद्यार्थी बड़े-बड़े शोषण पर जागरुकता पैदा करने के लिए नुक्कड़ नाटक और मंच का इस्तेमाल मीडिया के रूप में करते हैं।

सार्वजनिक संप्रेषण/संचार

यद्यपि व्यक्तिगत संचार को छोटे समूहों और समुदायों के मामलों पर जागरुकता पैदा करने का सबसे प्रभावपूर्ण साधन माना जाता है, परंतु यह सन्देश को विस्तृत रूप से संचारित करने के लिए हमेशा सबसे कुशल रणनीति नहीं है। सूचना के विस्तृत प्रसार के लिए, जन संचार जन साधन का उपयोग करते हैं जो उपयुक्त है। यह दृष्टिकोण मुद्रित पदार्थों के उपयोग में जागरुकता सर्जन को व्यक्त करता है (जैसे बिल बोर्ड, कार्टून, विवरण-पुस्तिका, पैम्फलेट, पोस्टर, संसाधन किताबें, समाचार पत्र, पत्रिका आदि), दृश्य-श्रव्य संसाधन (जैसे कि पूर्व रिकार्ड की हुई कैसेट, वीडियो, सी.डी. और डी.वी.डी.) और इलैक्ट्रानिक साधन (रेडियो,

टेलीविजन सामाजिक मुद्दों पर जागरुकता पैदा करने में प्रसिद्ध साधन है)। इंटरनेट हाल ही का है परंतु जागरुकता पैदा करने का सबसे शक्तिशाली और लागत प्रभावी माध्यम है, जैसे वेबसाइट के माध्यम से ईमेल पर विचार-विमर्श, वेब-लॉग आदि। ये अपेक्षाकृत अभी का नवाचार है परंतु जहाँ इंटरनेट उपलब्ध है इन समुदायों और क्षेत्रों में जागरुकता पैदा करने वाले अभियानों की बहुत सहायता करने की क्षमता है। मोबाइल भी नए युग के सर्वव्यापी साधन की तकनीक है। सामाजिक कारणों सहित मोबाइल टेलीफोन पर एस.एम.एस. भेजना और व्यक्तिगत डिजीटल सहायक संदेश फैलाने में प्रभावकारी उपकरणों की तरह ख्याति प्राप्त कर रहे हैं।

शिक्षा

यह दोहराया जा सकता है कि किसी मुद्दे/सामाजिक कारणों पर जागरुकता बढ़ाने से आवश्यक नहीं कि दृष्टिकोण/विश्वासों और व्यवहार में स्थायी बदलाव लाए जाए। दीर्घ-कालीन लाभों को प्राप्त करने के लिए, जागरुकता अभियानों को इस प्रकार आयोजित करना चाहिए कि ग्राहकों को अपनी आदतें/व्यवहारों को बदलने के लिए प्रोत्साहन राशि और दक्षताएं प्रदान की जा सकें। शिक्षा जागरुकता पैदा करने में पूर्णतया प्रभावशाली दृष्टिकोण हो सकता है यदि प्रवृत्तियों और अनुकूल व्यवहारों में आवश्यक परिवर्तन लाता है।

जागरुकता पैदा करने वाले अभियानों के लिए दो प्रकार की शिक्षा उचित है:

- 1) **औपचारिक शिक्षा** : विषय-वस्तु और दक्षताएं जो स्कूल के पाठ्यक्रम में सम्मिलित हों और स्थानीय आवश्यकताओं और मामलों के प्रसंग में सिखाया जाए।
- 2) **अनौपचारिक शिक्षा** : कार्यशालाएं, प्रस्तुतीकरण और अन्य दृष्टिकोण, वयस्कों को जानकारी और कौशलताएं देने के लिए मुख्य रूप से बनाई जाएं।

जागरुकता अभियान नीतियों में शिक्षा का दृष्टिकोण इस प्रकार होता है— प्रशिक्षार्थियों को प्रशिक्षण, कार्यशालाएं, औपचारिक और अनौपचारिक शैक्षिक कार्यक्रमों की स्थानीय विद्यालयों, विश्वविद्यालयों, व्यस्क शिक्षा केन्द्रों और पुस्तकालयों, स्थिर और चल-प्रदर्शनी और प्रदर्शन में प्रस्तुत करना। इसके अतिरिक्त प्रस्तुतीकरण और कौशलताओं के साधनों का प्रशिक्षण हो और वहाँ पर पुस्तकालय सग्रह और अस्थिर/परिवर्तनशील पुस्तकालय हों।

जन-संपर्क

जागरुकता अभियानों की विश्वसनीयता की स्थापना और उसे बनाए रखने के लिए जो गतिविधियां बनाई जाती हैं उसका मोटे तौर पर संबंध जन संपर्क से होता है। ब्रिटेन में जन संपर्कों की चाटर्ड संस्था ने पी.आर.की व्याख्या इस प्रकार की है, 'एक संगठन और उसकी जनता (ग्राहक और पणधारी) के बीच सद्भावना और आपसी समझ स्थापित करने और बनाए रखने के लिए नियोजित और निरंतर प्रयास का विकास करना है। पी. आर, में जनता की अभिरुचियों के साथ सामंजस्य में संगठन की नीति/कार्यक्रमों की रूपरेखा को प्रस्तुत करना/रूपांतरित करना, जनता के प्रत्यक्ष ज्ञान का विश्लेषण सम्मिलित होता है और फिर जनता के साथ संचार/संप्रेषण के लिए कार्यक्रमों को प्रस्तुत किया जाता है/कार्यान्वित किया जाता है। संगठन जनसंपर्क के लिए विभिन्न साधनों को उपयोग में लाती है जैसे प्रैस, टेलीविजन, रेडियो, पोस्टर, विवरण पुस्तिका, जमाखोरी, फिल्में कठपुतली का नाच, नुक्कड़ नाटक आदि। व्यक्तिगत संपर्क, दृष्टि-साधन, मुद्रित या लिखित शब्द और मौखिक शब्द भी पी.आर. के महत्वपूर्ण साधन हैं।

वकालत

वकालत और लॉबी करना (किसी राजनेता या सरकार को किसी मुद्दे के पक्ष या विपक्ष में सहमत कराने का प्रयत्न करना) कई बार इनकी उपेक्षा की जाती है जब

योजना जागरुकता अभियान की हो। परंतु सरकारों और सभ्य सामाजिक संगठनों से सहायता के समर्थन को सुनिश्चित करना अनिवार्य हो सकता है। वकालत विभिन्न स्तरों पर की जा सकती है – व्यक्तिगत स्तर पर (दैनिक जीवन से संबंधित मामलों पर), पारिवारिक स्तर पर (लिंग भेदभाव, आयु संबंधी मुद्दे जैसे बच्चों के साथ दुर्व्यवहार, बुजुर्गों के साथ दुर्व्यवहार पर आदि) सामुदायिक स्तर पर (समुदाय के किसी भी भाग में जाति आधार, धर्म, गैर जातीय के कारण उत्पन्न भेदभाव के विरुद्ध न्याय न प्राप्त करने पर) राष्ट्र (नीति हस्तक्षेप, मानव अधिकारों को प्रभावित करना) और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर (विश्व व्यापार समझौते, अंतर्राष्ट्रीय ऋण, ग्लोबल वार्मिंग, गैसों में वृद्धि के कारण पृथ्वी के वायुमंडल के तापमान में वृद्धि आदि)।

जागरुकता अभियान के आदर्श/प्रतिमान

इस भाग में हम जागरुकता अभियान के तीन मुख्य आदर्शों का मूल्यांकन करते हैं—जागरुकता पैदा करना, सामाजिक विपणन और व्यवहारिक परिवर्तन।

जागरुकता पैदा करना : इस आदर्श में, अभियान का प्रमुख संदेश, विभिन्न दृष्टिकोणों और तकनीकों का उपयोग करते हुए चुनिन्दा लक्षित श्रोताओं के साथ संचार/संप्रेषण करना है। मिश्रित संचार/संप्रेषणसंदेश की बेहतर ग्रहणशीलता को सुनिश्चित करने के लिए अनिवार्य है। अभियान में जागरुकता पैदा करने के चार प्रभावशाली घटक हैं: संदेश, श्रोता, रणनीति और समय।

व्यवहारिक परिवर्तन संचार/संप्रेषण

व्यवहार परिवर्तन संचार प्रभावपूर्ण संचार रणनीतियों के उपयोग द्वारा लोगों के व्यवहार में वांछित परिवर्तन ला रहा है। लोगों के स्वास्थ्य और रहने की स्थिति में सकारात्मक परिवर्तन लाने के लिए संचार का सामरिक उपयोग है। नील मक्की ने बी.सी.सी. की संक्षिप्त परिभाषा/ठोस परिभाषा प्रस्तुत की है—समूह और मास—मीडिया चैनल, सहभागिता के तरीकों सहित पारस्परिक के उपयुक्त मिश्रण

का उपयोग करते हुए यह एक शोध आधारित, कार्यक्रमों में दर्शकों और प्रतिभागियों को पहचानने, उनका विश्लेषण करने और विभाजित करने और अच्छी तरह से परिभाषित. रणनीतियों के माध्यम से प्रासंगिक जानकारी और प्रेरणा प्रदान करने की प्रक्रिया है।

बी.सी.सी. (व्यवहार परिवर्तन संचार) की अवधारणा से पूर्व, सूचना शिखा संचार (आई.ई.सी.) संचार का विकास करने की प्रसिद्ध रणनीति थी। हम इन दोनों शब्दों को अलग करते हैं। आई.ई.सी. व्यक्तियों और समुदायों के बीच सकारात्मक व्यवहारों को प्रोत्साहित करने के लिए आवेदन संचार रणनीतियां और विकास हैं तो दूसरी तरफ, बी.सी.सी. व्यवहार परिवर्तन में बाधाओं को पहचानने और उसी पर काबू पाने के बारे में अधिक है। जिसमें व्यवहार होता है, उस पर्यावरण, संदर्भों और समुदायों को समझने के विषय में है। साक्ष्य दिखाते हैं कि केवल लोगों को सूचित करना कि कौन सा व्यवहार उचित है और उसे अपनाया जाना चाहिए, व्यवहार परिवर्तन को लाने के लिए पर्याप्त नहीं है।

सामाजिक बाजारीकरण: यह व्यावसायिक विपणन की अवधारणाओं और सिद्धांतों के उपयोग से सामाजिक परिवर्तन लाने के लिए तैयार किए गए कार्यक्रमों की योजना कार्यान्वयन है। विश्व भर में सामाजिक बाजारीकरण के नियमों का उपयोग समुदाय स्वास्थ्य को सुधारने के लिए विशाल रूप से रहा है। कोटलर (1975) ने सामाजिक बाजारीकरण को इस प्रकार परिभाषित किया है, 'लक्षित समूहों में एक सामाजिक विचार या अभ्यास की स्वीकार्यता बढ़ाने के लिए कार्य की तैयारी, कार्यान्वयन और नियंत्रण है। यह बाजार विभाजन, उपभोक्ता अनुसंधान, विचार विन्यास, संचार, सरलीकरण, सुगमता, प्रोत्साहन और लक्ष्य समूह प्रतिक्रिया को अधिकतम करने के लिए विनिमय सिद्धांत जसा अवधारणाओं का प्रयोग/उपयोग करते हैं। एनडरेसन के अनुसार (1995), 'सामाजिक बाजारीकरण विपणन कार्यक्रमों का विश्लेषण, योजना, निष्पादन और कार्य विश्लेषण, योजना, निष्पादन और कार्यक्रमों के मूल्यांकन के लिए लक्षित दर्शकों के

स्वैच्छिक व्यवहार को प्रभावित करने के लिए है, ताकि उनका व्यक्तिगत कल्याण हो सके और उनके समाज में सुधार हो सके।

यह ध्यान दिया जा सकता है कि सामाजिक बाजारीकरण सामाजिक विज्ञापन नहीं है; यह केवल प्रचार या पदोन्नति या मीडिया की पहुंच से बाहर से भी बहुत अधिक है। यह बहुआयामी और गतिशील दृष्टिकोण है, जिससे सकारात्मक व्यवहार में उन्नति हो रही है और समाज में अच्छी तरह से बढ़ रहा है। 'विनिमय' सामाजिक बाजारीकरण का मुख्य कारक है, जहाँ वांछित व्यवहार/उत्पाद को अपनाने के लाभों को उजागर किया गया है और बाधाओं को महत्व नहीं दिया गया है। यह इस तथ्य पर आधारित है कि किसी भी नए व्यवहार/उत्पाद को अपनाने से पहले मानव मस्तिष्क विनिमय के मामले में पेशेवरों और विपक्षों की गणना या वजन करती है। उदाहरण के लिए, खरीदी गई पेप्सी की लागत 15 रुपये होगी (एक प्यास बुझाने वाला + अच्छा स्वाद + मनोरंजन + युवा अनुभव + दुःसाहस)। कंडोम खरीदने का दूसरा उदाहरण लेते हैं – कंडोम की लागत (5 रुपये + खरीदने के समय शर्मिंदगी + खुशी का नुकसान) और लाभ (गर्भाधारण से सुरक्षा + एस.टी. + एच.आई.वी. + नियंत्रण की भावना + मन की शांति)। लोग 'कीमत – लाभ' द्वारा मूल्यांकन करते हैं, जब वे एक नया उत्पाद/व्यवहार खरीदने के समय एक विकल्प बनाते हैं। जब कथित लाभ कथित कीमत/लागत से अधिक होता है, तो ग्राहकों को वांछित/व्यवहार उत्पाद अपनाते हैं।

बोध प्रश्न II

टिप्पणी: अ) उत्तर हेतु नीचे दिए गए स्थान का उपयोग कीजिए।

आ) इस इकाई के अन्त में दिए गए उत्तरों से अपने उत्तर का मिलान कीजिए।

- 1) व्यवहारिक परिवर्तन संचार की आधारभूत विशेषताओं की व्याख्या करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.4 जागरुकता अभियान के सिद्धांत

जागरुकता अभियान कुछ निश्चित सिद्धांतों पर आधारित है जो निम्नलिखित हैं:

1) समाज कार्य मूल्यों के सिद्धांत

समाज कार्य मूल्य जैसे समानता, सामाजिक न्याय और सशक्तिकरण जागरुकता अभियानों की नींव बनाते हैं।

2) समुदाय और ग्राहक आवश्यकताओं के सिद्धांत

जागरुकता अभियान समुदाय के लोगों की आवश्यकताओं (बल्कि आवश्यकताओं को अनुभव किया जाना) पर आधारित होते हैं यह अभियानों को स्वीकार्यता के लिए महत्त्वपूर्ण है।

3) सांस्कृतिक संदर्भों के सिद्धांत

समाज कार्यकर्ताओं को समुदाय की सामाजिक सांस्कृतिक स्थापना को समझने को आवश्यकता है क्योंकि यह सेवा स्वीकृति को बहुत प्रभावित

करता है और वास्तव में अभियानों की सफलता या असफलता को भी प्रभावित करता है।

4) ग्राहक-केंद्रित दृष्टिकोण का सिद्धांत

जागरुकता अभियान को आंतरिक रूपरेखा ग्राहक या लक्षित श्रोता के इर्द-गिर्द घूमती है। ग्राहकों के मनोवैज्ञानिक स्वभाव और सामाजिक-सांस्कृतिक के बारे में ज्ञान, एक तरफ उनके दृष्टिकोण और मुद्दों पर विश्वास प्रणाली अभियान की रूपरेखा तैयार करने के लिए अपेक्षित गुणधर्म आवश्यक गुण अनिवार्य हैं।

5) लक्ष्य स्पष्टता का सिद्धांत

अभियान की सफलता या असफलता लक्ष्यों को स्पष्टता पर निर्भर होती हैं कार्रवाई और जागरुकता लक्षित दर्शकों को विशेष रूप से और स्पष्ट रूप से परिभाषित किए जाने चाहिए।

6) योजना के सिद्धांत

एक तकनीकी घटक के रूप में, सतत योजना की प्रक्रिया सार्थक अभियान के विकास का आधार है। समाज कार्य के संदर्भ में, योजना उपयोगकर्ताओं को शामिल करना चाहिए, जहाँ तक संभव हो, सेवा उपयोगकर्ताओं को भी शामिल करना चाहिए।

7) संदेश विशिष्टता के सिद्धांत

संदेश विकास अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह वांछित परिवर्तन या परिणाम लाता है और लक्षित दर्शकों के लिए निवेदन करता है।

8) भाग लेने के सिद्धांत

लोगों की सक्रिय भागीदारी जागरुकता अभियान की जड़ है उन्हें सूचना के निष्क्रिय अभिग्राहकों के रूप में माना जाना चाहिए।

9) संचार के सिद्धांत

सांस्कृतिक अति संवेदनशील, औरदो-तरफा संचार प्रभावपूर्ण जागरुकता अभियानों के लिए आवश्यक है। दृश्य-श्रव्य और प्रैक्टिकल प्रस्तुति प्रभावपूर्ण संचार के दो साधन हैं।

10) स्थायी और सकारात्मक परिवर्तन के सिद्धांत

‘सकारात्मक दिशा में सामाजिक परिवर्तन’ का मार्गदर्शक जागरुकता अभियान का लक्ष्य है। अभियानों को समाज के सभी विभागों में सकारात्मक परिवर्तन और संपूर्णता के लिए नेतृत्व करते हुए तैयार करना चाहिए। अभियान को तदर्थ आधार पर नहीं होना चाहिए या कुछ चुनिंदा लोगों की भलाई के लिए सीमित नहीं होना चाहिए।

11) सैद्धांतिक ढांचे का सिद्धांत

जो अभियान सैद्धांतिक ढांचे द्वारा निर्देशित होते हैं वह उन सिद्धांतों की अपेक्षा अधिक सफल होते हैं जो सिद्धांत या अभ्यास पर आधारित होते हैं।

12) लागत-प्रभावशीलता के सिद्धांत

सामाजिक-सांस्कृतिक संदर्भ और संसाधन उपलब्धता के आधार पर, माध्यम चैनलों को ध्यान से सबसे अधिक दक्षता और लागत-प्रभावशीलता के साथ चुना जाना चाहिए। कई वितरण चैनलों का उपयोग करने वाले अभियान अधिक सफल होते हैं।

13) प्रतिक्रिया के सिद्धांत

सफल अभियान के लिए अंतर्दृष्टि प्राप्त करने के लिए निरंतर निगरानी और प्रतिक्रिया के लिए योजनाएं बनाना महत्वपूर्ण है।

6.5 प्रक्रिया, साधन, और तकनीक

जागरुकता अभियान की रूपरेखा प्रस्तुत करने की प्रक्रिया के लिए बहुत से चरणों की आवश्यकता है। जिसे निम्न रूप में चित्रित किया गया है:

योजना चरण

इस चरण में, पहला कदम, स्थिति विश्लेषण है। जो आधार रेखा आंकड़ों के संकलन से किया जाता है। प्रभावपूर्ण अभियान की रूपरेखा प्रस्तुत करने के लिए 'लक्षित श्रोताओं' का ज्ञान होना आवश्यक है। सामाजिक समस्याएं बहुत तरह की होती हैं उदाहरण के लिए—बाल विवाह और विविध परिणामों के विभिन्न कारण होते हैं। पर्यावरणीय दृष्टिकोण के उपयोग से, स्थिति के पूर्णतावादी विश्लेषण के लिए सभी कारणों का अध्ययन किया गया है। पृष्ठभूमि—संबंधी अध्ययन किए जाते हैं ताकि प्रासंगिक और यथार्थवादी जानकारी एकत्रित हो सके, आवरक आयाम जैसे राजनीतिक परिदृश्य, नीतियों कानूनों और कार्यक्रमों, वित्तीय और अन्य संसाधनों के पास सामाजिक सांस्कृतिक परिवेश, भौगोलिक स्थिति अभाव या प्रयाप्त बुनियादी ढांचे और परिष्कृत की उपस्थिति आदि।

जागरुकता अभियान के विषय पर अगला कदम 'सूचना/समस्या का विश्लेषण है। विभिन्न साधन जैसे समस्या उत्पत्ति स्थान, समस्या वृक्ष विश्लेषण आदि इसके लिए आवेदित किए जा सकते हैं।

रूपांकन चरण

पिछले चरण में एकत्रित जानकारी और विश्लेषण के आधार पर, जागरुकता अभियान के ठोस, मापनीय उद्देश्यों को तैयार किया गया है। इसे स्पष्ट किया जाना चाहिए कि क्या जागरुकता अभियान केवल सूचना प्रसारित करने तक ही

सीमित होगा या व्यवहार परिवर्तन का उद्देश्य है। इस प्रकार निर्धारित उद्देश्य, अभियान के दृष्टिकोण और आदर्शों का निर्णय करेंगे। आधार रेखा आंकड़ा संकलन के चरण में किए गए समुदाय की विस्तृत रूपरेखा को देखते हुए, आयामों जैसे उनकी आयु-समूह, शिक्षा स्तर, व्यवसायिक स्थिति आदि को सम्मिलित करके लक्षित समूह श्रोता को स्पष्ट रूप से सूचीबद्ध किया जाना चाहिए।

उद्देश्यों को स्थापित करने और लक्षित दर्शकों की संख्या तय करने के पश्चात, अगल चरण कुंजी संदेश को संरचित कर रहा है। उपर्युक्त संदेशों को प्रत्येक लक्षित समूह, सामाजिक संस्कृतिक परिवेश के सामाजिक-जनसांख्यिकीय रूपरेखा के आधार पर परिभाषित किया गया है; मुद्दों को संबोधित किया जाना चाहिए और व्यवहार/आदतों को बदलना होगा, 'स्वस्थ-व्यवहार' और उपलब्ध मानवीय और वित्तीय संसाधनों को अपनाने में बड़ी बाधाएं आती हैं, उन्हें समाप्त करना होगा।

जागरुकता अभियान की सफलता के लिए सही संदेशों का संचार करना और पहचानना कठिन है। आमतौर पर, एक अभियान का या तो एक केन्द्रीय संदेश होता है या निकट संबधित सहायक संदेश का एक समूह होता है जो एक साधारण विषय से जुड़ा होता है, जैसे-परिवार नियोजन, मां और बाल स्वास्थ्य। प्रायः नारों के साथ संदा या छोटे वाक्यांश (10 शब्दों से कम) योजित किए जाते हैं ताकि लक्षित श्रोतागण आसानी से याद रख सकें। संदेश भी संक्षिप्त होने चाहिए और गलतफहमी के लिए न्यूनतम गुंजाइश हो। इसके अतिरिक्त, उन्हें झूठी उम्मीदें नहीं बढ़ानी चाहिए। श्रोताओं, को शामिल होने का महसूस कराने के लिए, संदेश में कुछ वैयक्तिकरण होना चाहिए। अधिक बार, संदेश में सकारात्मक स्वर होने चाहिए। सेयर और रिचार्ड ने 2006 में दो तरह के संदेशों को स्थापित किया है – जागरुकता संदेश (जानकारी देना ताकि व्यावहारिक परिवर्तन (कार्य) और सूचित कार्य के महत्त्व को सुदृढ़ करके उपयोग किया जा सके) और व्यवहार

संदेश (व्यवहारों/कार्यों की विस्तृत व्याख्या की जाए ताकि विशेष व्यवहारों को अपनाया जाए)।

अगला चरण संदेश के संचार के लिए चैनल का चुनाव करना है। उपलब्ध संसाधनों, लक्षित श्रोताओं की रूपरेखा, लक्ष्य पर पहुंचना और जागरुकता अभियान के विस्तार आदि पर निर्भर होकर ही चैनलों को निश्चित किया जाता है। जागरुकता अभियान में कुछ साधारण रणनीतियों और उपकरणों का उपयोग किया जाता है जो इस प्रकार है मास मीडिया (जन साधन)— टेलीविजन, रेडियो, समाचारपत्र और पत्रिकाएं। आजकल, बहुत से कार्यक्रम और वृत्तचित्र, विशेष रूप से लेख और चर्चाएं व्यापक जागरुकता अभियान को पूरा करते हैं। समुदाय रेडियो हाल ही की नई खोज है जिसका उपयोग समुदाय के विशेष मामलों पर जागरुकता पैदा करने के लिए किया जा रहा है।

दृश्य—श्रव्य साधन

सूचना पत्र, किताबें और पैम्फलेट, विवरण पुस्तिका, पोस्टर चार्ट, आंकड़ों का चार्ट, सी. डी., वी.सी.डी., डी.वी.डी. आदि साधारणतया जागरुकता अभियान में उपयोग होते हैं। वे लागत प्रभावी होते हैं परंतु इनकी सीमित पहुंच होती है।

प्रदर्शनियों, रैलियों, मोबाइल लाइब्रेरी, साईकिल थियेटर, सामुदायिक सभाओं आदि का उपयोग

एक से एक आधार पर जागरुकता पैदा करने के लिए किया जाता है। ये बहुत अधिक प्रभावशाली रणनीतियां हैं परंतु इनका विस्तार सीमित होता है।

बिक्री उत्पाद : जैसे कैलेंडर, एजेंडा, मुद्रित कपड़े, बैग, बिल्ला आदि का उपयोग आजकल जन संपर्क पदार्थों के रूप में होता है, इसके अतिरिक्त यह जागरुकता अभियान के लिए प्रभावपूर्ण रणनीतियां हैं।

जागरुकता अभियान की रूपरेखा बनाने में निगरानी एक महत्त्वपूर्ण चरण है। यद्यपि यह अभियान के शुभारंभ होने के पश्चात आरंभ होती है परंतु निगरानी और मूल्यांकन के संकेतक नियोजन चरण में ही तैयार किए जाते हैं। उद्देश्यों पर आधारित, संकेतक की सफलता या अभियान के सकारात्मक प्रभाव प्राप्त होते हैं। कई बार, अभियान से पहले और बाद में लक्षित समूहों के जागरुकता स्तरों की मामलों पर सोच-विचार आर तुलना की जाती है। अधिकतर गण वाचक और परिणाम वाचक आंकड़े संकलन तकनीका का उपयोग जागरुकता अभियान के मूल्यांकन में किया जाता है।

संदेश की पूर्व जांच करना आवश्यक कार्य है और जांच-पड़ताल होने पर, याद आवश्यकता हो तो संदेश अवश्य ही बदलना चाहिए इससे पहले कि उसका बड़े स्तर पर शुभारंभ किया जाए। प्रणालियों को लक्षित सदस्यों सहित विभिन्न पणधारिया का प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए जागरुकता अभियान को दृढ़ बनाना चाहिए।

बोध प्रश्न I

टिप्पणी: अ) उत्तर हेतु नीचे दिए गए स्थान का उपयोग कीजिए।

आ) इस इकाई के अन्त में दिए गए उत्तरों से अपने उत्तर का मिलान कीजिए।

1) जागरुकता अभियान के सिद्धांतों को सूचीबद्ध करें।

.....

.....

.....

.....

6.6 समाज कार्य की अन्य प्रणालियों के साथ संबंध

अधिकतर सभी समाज कार्य हस्तक्षेपों में, समाज कार्यकर्ताओं का प्रमुख कार्य जागरुकता उत्पन्न करना है। यद्यपि पारंपरिक रूप से समाज कार्य हस्तक्षेप छः 22 विधियों में वर्गीकृत है। तीन प्रमुख हैं— केस वर्क (मुकदमा कार्य), समूह कार्य और . समुदाय संगठन और तीन गौण हैं—सहायक, सामाजिक कल्याण प्रशासन, समाज कार्य अनुसंधान और समाज कार्य। जागरुकता अभियान इन सभी छः प्रणालियों के साथ आन्तरिक रूप से संबंधित है। व्यवहार परिवर्तन संचार जो जागरुकता अभियान का आदर्श है, विस्तृत रूप से केस कार्य और समूह-कार्य स्थितियों में प्रयोग किया जाता है। वास्तव में, व्यवहार परिवर्तन संचार एक से एक और एक से समूह स्थितियों में एच.आई.वी. रोकथाम और प्रबंधन के लिए लक्षित हस्तक्षेपों में कार्य करता है। समुदाय संगठन व्यापक रूप से शिक्षा दृष्टिकोणों और सूचना संचार शिक्षा में प्रयोग होता है। समुदाय में जागरुकता उत्पन्न होने से वह सामाजिक बाजार की रणनीतियों को प्रायः अपना लेते हैं। सरकार से सहायता लेना और वैधानिक, वकालत, जागरुकता अभियान के अन्य दृष्टिकोण नीति स्तर परिवर्तनों के लिए सामाजिक व्यवहारों द्वारा नियोजित किए जाते हैं। आधार रेखा आंकड़ा संकलन और मूल्यांकन शोध समाज कार्य शोध का हिस्सा बनते हैं जैसे समाज कल्याण प्रशासन, जागरुकता अभियान योजना, संगठन, कर्मचारियों निर्देशक, सहसंबंध, संवाददाता, और बजट सिद्धांतों का प्रयोग करते हैं। जागरुकता अभियान सहित समाज कार्य की सभी प्रणालियां, समाज कार्य के मूल्यों, नैतिकताओं और सिद्धांतों पर निर्भर करती है और इसका लक्ष्य बेहतर, न्यायवादी और समानतावादी समाज की स्थापना करना होता है।

6.7 सारांश

इस इकाई में, समाज कार्य प्रक्रिया की प्रणाली के रूप में आप जागरुकता अभियान को समझ पाए हैं। जागरुकता अभियान के अर्थ और धारणा की रूपरेखा प्रस्तुत की गई है। जागरुकता अभियान के सिद्धांतों और रूपरेखा को बनाने की प्रक्रिया के बारे में जानकारी प्राप्त की है। जागरुकता अभियान के कुछ मुख्य आदर्शों और दृष्टिकोणों की व्याख्या की गई है।

6.8 संकेत शब्द

जागरुकता अभियान – यह एक प्रकार का हस्तक्षेप है जहाँ पर जनता की भलाई को बढ़ाने के उद्देश्य से सामाजिक कारणों के मामलों पर जनता के बीच जागरुकता पैदा करने के लिए उपयुक्त मीडिया/साधन का प्रयोग किया जाता है।

व्यवहार परिवर्तन संचार – यह प्रमाणित सिद्धांतों और व्यवहार परिवर्तन के आदर्शों के आधार पर स्वास्थ्य और भलाई को बढ़ावा देने के लिए संचार के रणनीतिक उपयोग के रूप में परिभाषित किया गया है।

जन संपर्क – यह संगठनों और जनता के बीच पारस्परिक लाभदायक संबंधों को बनाने के लिए रणनीतिक संचार प्रक्रिया है।

वकालत – यह व्यक्तिगत या समूह की गतिविधि है जिसका लक्ष्य राजनीतिक, आर्थिक और सामाजिक व्यवस्थाओं और संस्थाओं के भीतर निर्णयों को प्रभावित करना है।

6.9 कुछ उपयोगी पुस्तकें

क्लिफ्ट ई. (2001) सूचना, शिक्षा और संचार: भूतपूर्व से पाठ, वर्तमान से परिप्रेक्ष्य. जिनिवा; विश्व स्वास्थ्य संगठन।

संचार के नेटवर्क का विकास (2001) नाइजीरिया में पुनः उत्पादन स्वास्थ्य प्रोत्साहन के लिए मास मीडिया संचार रणनीतियां।

दोनोवन, आर.जे. एंड कार्टर, ओबीजे (2003) मीडिया आधारित सार्वजनिक शिक्षा अभियानों से व्यवहार परिवर्तन के मामले. कूरटिन विश्वविद्यालय: सीबीआरसीसी रिपोर्ट 031106।

किनकेड डीएल, जारा जे आर, कोलीमेन पीएल, सेगुरा एफ. (1988) संदेश प्राप्त करना: युवा लोगों के लिए विशेष परियोजना नं. 56 वाशिंगटन, डीसी:यू.एस. द्वारा अंतर्राष्ट्रीय विकास संस्थान।

सेयरस, रिचर्ड (2006) सूचना/जानकारी लिटरेसी के लिए जागरुकता पैदा करने के सिद्धांत, मुकद्मा अध्ययन, थाईलैंड; सूचना संचार. यूनेस्को।

6.10 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न I

- 1) जागरुकता अभियान को ऐसी प्रक्रिया के रूप में लिया जाता है, जो सामाजिक दृष्टिकोण और व्यवहार में बदलाव को सक्षम करने के लिए आवश्यक दक्षताओं और कौशल को समझने और विकसित करने के लिए जानकारी एकत्र करने का अवसर प्रदान करता है।

बोध प्रश्न II

- 1) व्यवहार परिवर्तन संचार (बी.सी.सी.) प्रभावपूर्ण संचार रणनीतियों के उपयोग द्वारा लोगों के व्यवहार में वांछित परिवर्तन ला रहा है। बी.सी.सी., व्यवहार परिवर्तन में बाधाओं को पहचानने और उसी पर काबू पाने के बारे में अधिक है, जिसमें व्यवहार होता है, उस पर्यावरण, संदर्भों और समुदाय को समझते के विषय में है।

बोध प्रश्न III

1) जागरुकता अभियान के सिद्धांत

- समाज कार्य मूल्यों के सिद्धांत
- समुदाय और ग्राहक आवश्यकताओं के सिद्धांत
- सांस्कृतिक सन्दर्भों के सिद्धांत
- ग्राहक-केन्द्रित दृष्टिकोण का सिद्धांत
- लक्ष्य-स्पष्टता का सिद्धांत
- योजना के सिद्धांत
- सन्देश विशिष्टता के सिद्धांत
- भाग लेने के सिद्धांत
- संचार के सिद्धांत
- स्थायी और सकारात्मक परिवर्तन के सिद्धांत
- सैद्धांतिक ढाँचे का सिद्धांत
- लागत-प्रभावशीलता के सिद्धांत
- प्रतिक्रिया के सिद्धांत