U3S2B " కమ్యూనికేషన్ కార్యచరణ ప్రణాళిక మరియు బడ్జెట్'

ఈ విభాగం లక్ష్యాలు:

1. కమ్యూనికేషన్ కార్యచరణ ప్రణాళికలోని దశలను జాబితా చేయగలగడం
2. జిల్లాస్థాయి బడ్జెట్ సిద్ధం చేయగలగడం

ANEMIA MUKT BHARAT(AMB) కమ్యూనికేషన్ ప్యాకేజీ ఒక వన్ స్టాప్ షాప్. ఇది AMB డాష్ బోర్డు లోని క్రింది URLలోఉంచబడింది;

https://anemiamuktbharat.info/resources/

AMB మెటీరియల్ లాంచ్ AVని ప్లే చేయండి

(https://anemiamuktbharat.info/wp-content/uploads/2019/11/Material-Launch.mp4)

మనము మునుపటి విభాగంలో కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ యొక్క కొన్ని నమూనాలను చూసాము. AMB కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ ఇంటర్ పర్సనల్ కమ్యూనికేషన్ లో లక్ష్య ప్రేక్షకులు, రక్తహీనతతో బాధపడే వివిధ లబ్దిదారుల కోసం ఉద్దేశించినవని మనము చూశాము.

ఈ కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ ఇలా వర్గీకరించబడ్డాయి:

1. అవగాహన పెంపొందించేవి
2. ఇంటర్ పర్సనల్ కమ్యూనికేషన్ (IPC)
3. మిడ్ మీడియా
4. మాస్ మీడియా
5. సోషల్ మీడియా
6. T 3 శిబిరాలు

మహిళా స్వయంసహాయక సంఘాల సమావేశాలు, అంగన్వాడి కేంద్రాలు, గ్రామ ఆరోగ్య, పారిశుధ్య మరియు పోషకాహార దినోత్సవంలు, గ్రామ సభ సమావేశాలు, యువజన సంఘాలు, కమ్యూనిటీ ఆధారిత ఈవెంట్లు, మతపరమైన మరియు సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలలో అవగాహన పెంపొందించవచ్చు.

పాఠశాలలలో అవగాహన కల్పించే కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ లో

- NAME SLIPS -నేమ్ స్లిప్స్
- BADGE – బ్యాడ్జ్
- POSTER – పోస్టర్
- COOKERY BOOKLET -కుకరి బుక్ లెట్ (వంటల పుస్తకం)
- జాబ్ ఎయిడ్
- కరపత్రాలు

కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ గర్భిణీ స్త్రీలను, పాలిచ్చే తల్లులను, కౌమార బాలికలను, సమాజంలోని సభ్యులను, పంచాయతీరాజ్ సంస్థలను, ప్రభావశీలులను, అత్తలను, భర్తలను, మతపరమైన నాయకులను మరియు పాఠశాలల పిల్లలను లక్ష్యంగా చేసుకుంటాయి.

గృహ సందర్శనలలో, VHSNDలలో, అంగన్వాడి కేంద్రాలలో, కౌమారులకు సంబంధించిన వేదికలో, చిన్న గ్రూపు సమావేశాలలో ఇంటర్ పర్సనల్ కమ్యూనికేషన్ అత్యంత ప్రభావవంతంగా ఉంటాయి.

AMB కమ్యూనికేషన్ కిట్ లో వివిధ లబ్దిదారులు కోసం (6-59 నెలలు, 5-9 సంవత్సరాలు, 10-19 సంవత్సరాలు, పునరుత్పత్తి వయస్సులోనున్న మహిళలు, గర్భిణీ స్త్రీలు, పాలిచ్చే మహిళలు) పోస్టర్లను ఉంచాయి. ఇంకా కరపత్రాలు, లీఫ్ లెట్ లు, 4 తరహ బుక్ లెట్ లు కూడా ఉన్నాయి.

డైలాగ్ కార్డులు, ప్లేయింగ్ కార్డులు. సామాజిక కార్యక్రమాలలో మిడ్-మీడియా కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్స్ అత్యంత ప్రభావవంతంగా పనిచేస్తాయి. ఇవి సంప్రదాయంలో భాగంగా జరుపుకునే మతపరమైన లేదా సాంస్కృతిక కార్యక్రమాలు లేదా పెద్ద సమావేశాలు అవ్వవచ్చు. రక్తహీనతని అరికట్టడానికి నిర్వహించే వీధి నాటకాలు వంటి కార్యక్రమాలు కూడా కావచ్చు.

I E C వ్యాన్లు, జానపద పాటలు, కళలు మరియు గోడ మీద పెయింటింగ్లు సమాజాన్ని లక్ష్యంగా పెట్టుకుంటాయి. తద్వారా గర్భిణీ స్త్రీలు, పాలిచ్చే తల్లులు, కౌమార బాలికలు, సమాజంలోని సభ్యులు, ప్రభావశీలులు, తల్లిదండ్రులు, కుటుంబసభ్యులు, అత్తలు, భర్తలు మొదలగు సామాజిక పర్యావరణ సంబంధిత మాడ్యూల్ (SEM) యొక్క మొదటి మూడు స్థాయిలను కవర్ చేస్తుంది.

పెద్ద ఎత్తున సమాచారం మరియు అవగాహన పెంచడానికి మాస్ మీడియా ఉపయోగించబడుతుంది. టీవీ, రేడియో, రేడియో ఎపిసోడ్లతో కూడినవి మాస్ మీడియాగా పేర్కొనచ్చు. కౌమారులు, గర్భిణీ స్త్రీలు, పాలిచ్చే తల్లులు, సమాజంలోని సభ్యులు, ప్రభావశీలులు, తల్లిదండ్రులు, కుటుంబ సభ్యులు, అత్తలు, భర్తలు మొదలగు జనాభాలకు సాధారణ అవగాహనను తెలియజేయడానికి మరియు పెంచడానికి మాస్ మీడియాగా ఉపయోగపబడుతుంది.

సోషల్ మీడియా అనేది ఇప్పుడు మనందరికీ తెలిసిన కొత్త మాధ్యమం. ఇందులో WhatsApp, Twitter, YouTube మొదలైనవి ఉంటాయి. దీనిని సర్వీస్ ప్రొవైడర్లు, కుటుంబాలు, ప్రభావశీలులు మరియు ఉపాధ్యాయులు సమర్థవంతంగా ఉపయోగించుకోవచ్చు. అయితే ఇక్కడ చదువుకుని ఉండడం అవసరం.

AMB క్రింద నిర్వహించబడుతున్న T3 క్యాంపుల కోసం ప్రత్యేకమైన కమ్యూనికేషన్ మెటీరియల్ అభివృద్ధి చేయబడింది. ఇందులో బ్యానర్, మార్గదర్శకాలు, స్లిప్పులు, స్టాండీలు, మార్గదర్శకాలపై చేసిన చలన చిత్రాలు, శిక్షణ కొరకై అభివృద్ధి చేసిన వీడియోలు మొదలైనవి ఉన్నాయి. సర్వీస్ ప్రొవైడర్లను, కౌమార

బాలికలను, పునరుత్పత్తి వయస్సు గల మహిళలను, గర్భిణీ స్త్రీలను, పాలిచ్చే మహిళలను, సమాజంలోని సభ్యులను ఇవి లక్ష్యంగా చేసుకుంటాయి.

కమ్యూనికేషన్ కొరకు ప్రణాళిక:

ఇప్పుడు మనం చర్చించిన వివిధ కమ్యూనికేషన్ సాధనాలు AMB డాష్ బోర్డ్ ద్వారా అందరికీ అందుబాటులో ఉన్నప్పటికీ, రాష్ట్ర స్థాయిలో నిర్దేశిత జనాభాలో ప్రవర్తన మార్పును ప్రోత్సహించే కమ్యూనికేషన్ దిశగా క్రింది దశలను తీసుకోవలసి ఉంది:

రాష్ట్ర కమ్యూనికేషన్ లేదా IEC ప్రణాళిక

- AMB కమ్యూనికేషన్ ప్యాకేజీ రాష్ట్ర భాషలో అందుబాటులో ఉండాలి.
- AMB కమ్యూనికేషన్ ప్యాకేజీ ప్రింట్ చేయబడి, స్థానిక వైద్యశాలకు మరియు ANMలు, ఆశా కార్యకర్తలకి పంపిణీ చేయబడాలి.
- రాష్ట్ర మీడియా ప్రణాళిక అంటే ఎలక్ట్రానిక్, ప్రింట్ మీడియా ఆమోదించబడి సంవత్సరం అంతా అమలు చేయబడాలి
- జిల్లా స్థాయిలో ఔట్ డోర్ మీడియా ప్లాన్ అనగా గోడలపై వ్రాతలు, బస్ లపై సందేశాలు, హోర్డింగ్ లు ఆమోదించబడి సంవత్సరం అంతా అమలుచేయబడాలి.
- కష్టతరమైన ప్రదేశాలలో ఉన్న వివిధ లక్ష్య లబ్ధిదారులను చేరుకొనడానికి లోకల్ రేడియో స్టేషన్, కళాజాతాలు పనికొస్తాయి కావున ఇవి జిల్లా స్థాయిలో ఆమోదించబడి అమలు చేయబడాలి,
- స్థానిక భాషలో AMB ప్యాకేజీని స్వీకరించడం కోసం రాష్ట్ర మరియు జిల్లా I E C ప్రణాళిక మరియు బడ్జెట్ ను P I P లో ప్రతిపాదించుకోవాలి. తద్వారా సరియైన కమ్యూనికేషన్ సాధనాలను ఉపయోగించి రక్తహీనతను గురించి చర్చించడానికి, అవగాహన పెంచడానికి, భాగస్వాములను పాల్గొనేల చేయడానికి, ప్రవర్తన మార్పును రాబట్టడానికి వివిధ వేదికల ద్వారా సాధ్యమవుతుంది,

ప్రవర్తన శైలి లక్ష్యంగా నెలవారీ SBCC ప్రణాళిక చూద్దాం

- 1వ నెలలో శిశువు మరియు చిన్న పిల్లల ఆహారం మీద అవగాహన పెట్టాలి

గృహ సందర్శనలలో, అన్నప్రాసన వంటి గ్రూపు ఆధారిత కార్యక్రమాలలో, ఆశా నెలవారీ సమావేశాలలో, వంటకాల ప్రదర్శనలలో, మాస్ మీడియాలలో, సోషల్ మీడియా మొదలగు వాటిల్లో శిశువు మరియు చిన్న పిల్లల ఆహారం మీద అవగాహన కలిగించడంపై దృష్టి.

- 2వ నెలలో ఆహారం మీద దృష్టి పెట్టాలి

ఇది గృహ సందర్శనలలో, శ్రీమంతం, పోషన్ దివస్ వంటి పురుషులు పాల్గొనగలిగే సమూహ ఆధారిత కార్యక్రమాలలో, పాఠశాల సమావేశాలలో, మాస్ మీడియా, సోషల్ మీడియా, గ్రూపు మీడియాల ద్వారా ఆహారపు అలవాట్లపై దృష్టి పెంపొందించాలి..

- మళ్ళీ 3వ నెలలో లక్ష్యలబ్దిదారులు సందేశాల ఆచరణకై గృహ సందర్శనలు, అన్నప్రాసన, శ్రీమంతం, పోషణ్ దివాస్ వంటి గ్రూపు ఆధారిత కార్యక్రమాలు, సామూహిక కార్యక్రమాలు, మాస్ మీడియా, సోషల్ మీడియా, టెలివిజన్, రేడియా స్పాట్స్ ఉపయోగించాలి

జిల్లా స్థాయి కమ్యూనికేషన్ కార్యాకలాపాలకు బడ్జెట్:

దృశ్య, జానపద మాధ్యమాలను ఉపయోగించి సమాజం మరియు పాఠశాలస్థాయిలలో అవగాహన పెంపొందించడం, రక్తహీనత నివారణ సందేశాలను సంవత్సరం పొడవునా ప్రసారం చేయడం కోసం ఒక సంవత్సరం వరకు జిల్లా స్థాయి AMB కమ్యూనికేషన్ ప్రణాళిక పట్టికను చూద్దాం.

- మాస్ మీడియా, సోషల్ మీడియా మరియు రేడియో స్పాట్స్ కోసం రాష్ట్ర స్థాయి బడ్జెట్ లో ప్రతిపాదించబడుతుందని ఇక్కడ మనం గమనించాలి.
- పైన పేర్కొన్న నమూనా SBCC ప్రణాళిక మరియు జిల్లా స్థాయిలో సూచించిన యూనిట్ ఖర్చుల ఆధారంగా ఇప్పుడు బడ్జెట్ ను గణిద్దాం.

- ఒక జిల్లాలో 1000 ప్రాథమిక పాఠశాలలు ఉన్నట్లు అనుకుందాం.

  మీరు మీ జిల్లా గణాంకాల ఆధారంగా యూనిట్ ల సంఖ్యను మార్చవచ్చు మరియు బడ్జెట్ ను లెక్కించవచ్చు.

మనము ఈ సెషన్ ముగింపుకు వచ్చాము. తదుపరి సెషన్‌కు వెళ్లే ముందు ఈ సెషన్ నుండి నేర్చుకున్న కీలక అంశాలను చూద్దాం

- AMB కమ్యూనికేషన్ ప్యాకేజీ అనేది ఒక వన్ స్టాప్ షాప్.
- కమ్యూనికేషన్ కార్యచరణకి సంబంధించి ఆరు నిర్దిష్ట పనులు ఉన్నాయి. కావలసిన ప్రవర్తన మార్పును ప్రోత్సహించడానికి మరియు సులభతరం చేయడానికి సమర్థవంతమైన కమ్యూనికేషన్ కోసం వాటిని సమయానికి పూర్తి చేయాలి.
- ప్రతి కమ్యూనికేషన్ కార్యాచరణకి ప్రణాళిక మరియు బడ్జెట్ అవసరం.

ధన్యవాదాలు