

## सूचना, शिक्षा और संप्रेषण

### 7.1 प्रस्तावना

सार्वजनिक नीति एवं संप्रेषण कार्यनीतियां व्यक्तिगत एवं सामूहिक दोनों परिवर्तनों को प्रभावित करती हैं। इन दोनों संघटकों के बीच तालमेल आचरण संबंधी परिवर्तन लाने के लिए ढांचा उपलब्ध करता है। दूसरे शब्दों में संप्रेषण और नीति के बीच संतुलन से स्वस्थ रहने के आचरण को विकसित करने में सहायता मिलती है। विगत वर्षों में इस विभाग का बल सूचना, शिक्षा एवं संप्रेषण को राष्ट्रीय ग्रामीण स्वास्थ्य मिशन (एनआरएचएम) और भारत सरकार द्वारा जन स्वास्थ्य के अधीन शुरू की जा रही विभिन्न स्कीमों के अंतर्गत अनेक सेवाओं के लिए मांग पैदा करने हेतु एक कार्यकलाप साधन के रूप में स्थापित करने पर रहा है।

संप्रेषण कार्यनीति का लक्ष्य जागरूकता, हमारी सार्वजनिक स्वास्थ्य प्रणाली के तहत गुणवत्तायुक्त स्वास्थ्य परिचर्या की उपलब्धता एवं उसकी पहुंच को सुकर बनाना है। इस कार्यनीति का मुख्य उद्देश्य वर्तमान स्थिति में रह रहे लोगों में बेहतर स्वास्थ्य आचरण को बढ़ावा देना है। यह कार्यनीति स्वास्थ्य सेवाओं को अपनाने वालों को सिर्फ सेवाओं का प्रयोक्ता नहीं बल्कि सेवाओं की मांग को सृजित करने में मुख्य भागीदार के रूप में देखती है।

वर्ष के दौरान, संप्रेषण कार्यनीति ने मल्टी मीडिया साधनों के जरिए मुख्य स्वास्थ्य मुद्दों पर व्यवहार परिवर्तन को बनाए रखने पर अपना ध्यान केन्द्रित किया है। उल्लेखनीय है कि ग्राम परिदृश्य में आशा के आने से ग्रामवासियों तथा एएनएम जैसे स्वास्थ्य कर्मियों के बीच अब तक विद्यमान संप्रेषण अंतराल भर गया है। आशा जो समुदाय के साथ ग्राम में रहती है, की वजह से अंतर वैयक्तिक संप्रेषण का स्तर दिन दूनी रात चौगुनी बढ़ा है। वर्तमान कार्यनीति सभी संभावित साधनों—प्रत्यक्ष जैसे कि फोल्डर, लिफलेट, पोस्टर, मास मीडिया साधन जैसे कि टीवी, समाचार-पत्र, विज्ञापन, बाह्य मीडिया जैसे कि बस स्टाप पर प्रचार पट्ट/बस के नीचे फलक, इत्यादि तथा मीडिया की तरह गीत एवं नाटक तथा क्षेत्र प्रचार कार्यकलापों के निष्पादन के साथ आशा के लिए सहायता में वृद्धि करने पर लक्षित रही है।

आम जनता के लिए स्वास्थ्य परिचर्या सुलभ कराने और स्वास्थ्य

मुद्दों पर जागरूकता फैलाने के लिए आईईसी गतिविधियों का समर्थन करने के लिए मानकों की रूपरेखा भी तैयार की गई है। कार्य ढांचे में समुदाय एवं मीडिया को शामिल करते हुए अनेक कार्यकलापों को समाहित किया गया है। वर्ष के दौरान निम्नलिखित साधनों का इस्तेमाल किया गया: अंतर वैयक्तिक संप्रेषण, सामुदायिक माध्यम, लोक प्रचार माध्यम, लोक तथा परंपरागत मीडिया, आउटडोर मीडिया, हिमायत, गतिविधियां, इमेज प्रबंधन, पीआर तथा प्रचार-प्रसार।



लक्षित दर्शकों में विभिन्न आयु वर्गों में भारत के नागरिक किशोर, वयस्क, विवाहित, अविवाहित, माता-पिता (सगे संबंधी, रोगी), बुनियादी स्वास्थ्य परिचर्या प्रदानकर्ता (एएनएम, आशा, एडब्ल्यूडब्ल्यू), स्वास्थ्य परिचर्या प्रबंधक/प्रशासकीय कार्यकर्ता, स्वास्थ्य संचारकर्मी, अन्य सरकारी विभाग, अर्थात् पंचायती राज, डब्ल्यूसीडी, जल एवं सफाई, गैर-सरकारी संगठन, सिविल सोसायटी स्टेकहोल्डर्स तथा मीडिया शामिल थे।

वर्ष के दौरान, मल्टी मीडिया साधनों के जरिए निम्नलिखित मामलों पर विशेष जोर दिया गया है: जननी एवं शिशु सुरक्षा योजना, आशा की भूमिका, अवसंरचना, शादी के समय उम्र, नेमीरोग प्रतिरक्षण, पल्स पोलियो अभियान, पीएनडीटी एवं बालिका परिवार नियोजन के विकल्प, गर्भनिरोधक विकल्प एवं जन्म में अंतराल, स्तनपान, नवजातों की परिचर्या, संस्थागत प्रसव, किशोरों का स्वास्थ्य, तम्बाकू रोधी अभियान। कैंसर,

मधुमेह। हृदयवाहिका रोग, दृष्टिहीनता नियंत्रण, मलेरिया, डेंगू, चिकनगुनिया, कुष्ठ।

आईईसी हेतु वर्ष 2011-2012 के लिए 180 करोड़ रूपए का बजटीय आबंटन प्रदान किया गया था। 2011-12 के दौरान प्रमुख पहलों में निम्नलिखित शामिल थे:

- मल्टी मीडिया साधनों के लिए नई-संशोधित अंतर्वस्तु।
- समेकित आईईसी प्रबंधन ईएजी राज्यों एवं असम राज्य से प्रसार-भारती के जरिए कल्याणी कार्यक्रम न्यूज मैगजीन फार्मेट का प्रसारण हो रहा है।
- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के अधीन उपलब्धियों पर विशेष प्रकाशन।
- उत्तर प्रदेश तथा आंध्र प्रदेश राज्यों में राज्य परिवहन के बसों में फलकों के जरिए अभियान।
- केबल एवं सैटेलाइट टीवी चैनलों एवं निजी एफएम रेडियों में मजबूत उपस्थिति।
- दिल्ली मेट्रो में स्वास्थ्य मुद्दों पर समेकित अभियान।
- एनआरएचएम न्यूजलेटर हेतु विशेष थीम आधारित अंक।
- बस पड़ावों तथा रेलवे स्टेशनों पर विज्ञापन पट्टों, बिलबोर्ड जैसे आउटडोर मीडिया का इस्तेमाल करते हुए दिल्ली में विशेष अभियान।

## 7.2 दूरदर्शन

- (i) दूरदर्शन एनआरएचएम, आरसीएच मुद्दों पर मुख्य समय में वीडियो स्पॉट प्रसारित करता है। अपने राष्ट्रीय नेटवर्क और दूरदर्शन एवं प्रसार भारती के क्षेत्रीय केंद्रों के जरिए दूरदर्शन ने वीडियो स्पॉट प्रसारित किए।
- (ii) दूरदर्शन द्वारा एनआरएचएम से संबंधित पैनल परिचर्चा, साक्षत्कार सहित विभिन्न कार्यक्रमों को प्रसारित किया गया।
- (iii) कल्याणी-i एवंii मैगजीन आधारित आधे घंटे का कार्यक्रम गुवाहाटी सहित पूर्वोत्तर राज्यों सहित 9 राज्यों में भी प्रसारित किया गया। कल्याणी को डीडी भारती पर भी दुबारा प्रसारित किया गया।



लोक-नृत्य तथा गीत का प्रदर्शन करते रांची के कलाकार

- (iv) पूर्वोत्तर क्षेत्र के लिए क्षेत्रीय भाषाओं में स्पाट्स को विशेष अभियान के लिए प्रसारण हेतु डब किया गया। आपाती गोली, एनएसवी एवं कॉपर-टी380ए के बारे में भी वीडियो स्पॉट्स प्रसारित किए गए।

## 7.3 डीएवीपी

- i) डीएवीपी को विभिन्न चैनलों के जरिए इलेक्ट्रॉनिक माध्यम द्वारा टेलिकास्ट/प्रसारण के लिए एनआरएचएम संबंधी दृश्य एवं श्रव्य झलकियां तैयार करने का कार्य सौंपा गया है।
- ii) डीएवीपी ने अनेक प्रेस विज्ञापन जारी किए हैं।
- iii) डीएवीपी ने आकाशवाणी के जरिए प्रसारण हेतु "टेन टीन टू एटिन" नामक कार्यक्रम तैयार किया है।
- iv) डीएवीपी को सभी प्राथमिक चैनलों, पूर्वोत्तर स्टेशनों सहित विविध भारती से आकाशवाणी के जरिए प्रसारण के लिए "एक कदम खुशहाल जिंदगी की ओर" कार्यक्रम तैयार करने का कार्य भी सौंपा गया है।
- v) मंत्रालय डीएवीपी दरों पर डीएवीपी के साथ पैनलबद्ध निर्माताओं द्वारा डीएवीपी के जरिए कार्यक्रम तैयार करने की योजना भी बना रहा है।

## 7.4 एनएफडीसी

- i) झलकियां सैटेलाइट चैनलों के एनएफडीसी के जरिए डीएवीपी दरों पर डीएवीपी के साथ पैनलबद्ध एफएम चैनलों के जरिए दिखाई तथा प्रसारित की जाती हैं।

- ii) अनुमोदित झलकियों को देश भर में सभी भाषाओं में विशेषतौर पर ग्रामीण क्षेत्रों में उच्च दृश्यता के लिए फिल्म के शुरू होने से पूर्व तथा फिल्म के मध्यान्तर के दौरान सिनेमा थियेटर्स में स्क्रीन भी किया गया।
- iii) एनएफडीसी ने ईएजी राज्यों में स्थानीय भाषा में लोक संगीत संबंधी कार्यक्रम तथा पूर्वोत्तर भाषाओं सहित देश की सभी भाषाओं में मातृ स्वास्थ्य पर आधारित जेएसवाई संबंधी रेडियो कार्यक्रम के निर्माण एवं प्रसारण का कार्य भी लिया है।
- iv) एनएफडीसी को राज्य स्तर पर दिखलाने/प्रसारण के लिए झलकियों की भाषा को डब करने तथा राज्य आईईसी अधिकारियों को झलकियों के वितरण का कार्य भी सौंपा गया है।

### 7.5 आकाशवाणी

- i) मंत्रालय के उच्च दृश्यता के लिए आरसीएच संबंधी झलकियां लोकप्रिय कार्यक्रमों जैसे कि ग्रामीण कार्यक्रम, महिला कार्यक्रम, फिल्म संगीत तथा क्षेत्रीय समाचार के पहले तथा बाद में 18 अधिक ध्यान दिए जाने वाले राज्यों में प्रसारित की गई।
- ii) अनुमोदित झलकियां प्रातः 8 बजे राष्ट्रीय समाचार के पहले तथा संध्या 8.45 बजे राष्ट्रीय समाचार से पूर्व तथा इसके बीच में भी आकाशवाणी से प्रसारित की गई।

- iii) मंत्रालय ने स्थानीय भाषा में आरसीएच संबंधी कार्यक्रम के निर्माण एवं प्रसारण के लिए आकाशवाणी, पटना तथा कानपुर की भी सहायता की है।
- vi) आकाशवाणी ने पूर्वोत्तर की भाषाओं सहित 19 भाषाओं में 189 प्राथमिक चैनलों से पत्रिका आधारित कार्यक्रम 'एक कदम खुशहाल जिंदगी की ओर' का भी प्रसारण किया।
- v) डीएवीपी द्वारा किशोरावस्था स्वास्थ्य संबंधी कार्यक्रम तैयार किया गया जिसे आकाशवाणी के सभी एफएम स्टेशनों नामतः रेनबो तथा गोल्ड से प्रसारित किया गया।

### 7.6 गीत एवं नाटक प्रभाग

विभाग ने स्वास्थ्य मुद्दों पर सूचना शिक्षा संप्रेषण अभियान चलाने के लिए जागरूकता सृजित करने हेतु गीत एवं नाटक प्रभाग का उपयोग किया। 16 राज्यों के 363 जिलों में 7000 से अधिक कार्यक्रमों का लक्ष्य था। कवर किए गए राज्यों में उत्तर प्रदेश, बिहार, मध्य प्रदेश, राजस्थान, उड़ीसा, छत्तीसगढ़, उत्तराखंड तथा पूर्वोत्तर राज्य जैसे कि मणिपुर, मिजोरम, नागालैंड, त्रिपुरा शामिल थे। अभियान के लिए शामिल मुद्दे परिवार नियोजन, मातृ तथा बाल स्वास्थ्य, रोग प्रतिरक्षण एवं क्षयरोग थे।

### 7.7 क्षेत्र प्रचार

क्षेत्र प्रचार निदेशालय का उपयोग विशेषतौर पर उप जिला स्तरों पर जागरूकता पैदा करने के लिए आम लोगों तक पहुंचने हेतु अंतर-वैयक्तिक संप्रेषण के तहत किया गया। उत्तर प्रदेश, बिहार, मध्य प्रदेश, राजस्थान, उड़ीसा, छत्तीसगढ़, उत्तराखंड तथा मणिपुर, मिजोरम, नागालैंड, त्रिपुरा जैसे पूर्वोत्तर राज्यों सहित नौ राज्यों में परिवार नियोजन, मातृ तथा बाल स्वास्थ्य तथा क्षयरोग के संबंध में लोगों के बीच जागरूकता पैदा करने के लिए व्याख्यान, प्रतियोगिता, कार्यशालाएं इत्यादि उपयोग में लाई गई।



रांची के लोक कलाकारों द्वारा सांस्कृतिक कार्यक्रम

## 7.8 प्रिंट, बाह्य मीडिया

### प्रेस विज्ञापन:

प्रेस विज्ञापनों के जरिए आईईसी अभियान ने मंत्रालय की राष्ट्रीय और क्षेत्रीय दोनों मीडिया में प्रमुख पहलों को उजागर करने में मदद की। राष्ट्रीय और क्षेत्रीय प्रेस के माध्यम से कई अभियान शुरू किए गए। विशेष रूप से डिजाइन किया गया विश्व स्वास्थ्य दिवस के अवसर पर आधे पृष्ठ का एक रंगीन विज्ञापन देश के समाचार-पत्रों में प्रकाशित किया गया ताकि जनसंख्या के स्थिरीकरण के प्रति व्यापक जागरूकता लाई जा सके। विश्व स्वास्थ्य दिवस, स्वतंत्रता दिवस, गांधी जयंती, बाल दिवस, गणतंत्र दिवस इत्यादि के अवसर पर विभिन्न उपलब्धियों एवं पहलों तथा वृद्धावस्था स्वास्थ्य परिचर्या, रोग प्रतिरक्षण, सुरक्षित मातृत्व, को उजागर करते हुए रंगीन विज्ञापन भी जारी किए गए थे।

आईईसी प्रभाग ने आईआईटीएफ, 2011 में स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मण्डप में, मातृ व बाल-स्वास्थ्य परिचर्या, स्तनपान आदि जैसे संकेन्द्रित विषयों पर आधारित विज्ञापन भी जारी किया। इस प्रभाग ने राष्ट्रीय ग्रामीण स्वास्थ्य मिशन से संबंधित विषयों के बारे में कई मुद्दों को एक समेकित सूचना, शिक्षा व संप्रेषण अभियान के भाग के रूप में कवर किया जिसने सूचना

के प्रचार-प्रसार के लिए और प्रिंट मीडिया के माध्यम से समर्थन बनाने/जुटाने की जागरूकता के लिए एक मंच प्रदान किया।

### मुद्रित प्रचार-प्रसार सामग्री:

मंत्रालय के निरंतर प्रयासों को उजागर करने के उद्देश्य से कई दस्तावेज प्रकाशित किए गए। प्रत्येक दस्तावेज में मंत्रालय के विभिन्न कार्यक्रमों के महत्वपूर्ण क्षेत्रों का उल्लेख किया गया। इन दस्तावेजों का वितरण प्रमुख अनुसमर्थन बैठकों और कार्यक्रमों के दौरान सभी स्टेकहोल्डरों को किया गया। वर्ष के दौरान मुख्य प्रकाशित दस्तावेज हैं।

- (i) मंत्रालय की दो वर्षों में उपलब्धियों एवं पहलों पर पुस्तक
- (ii) भारत में ग्रामीण स्वास्थ्य सांख्यिकी पर पुस्तक
- (iii) भारत में परिवार कल्याण सांख्यिकी पर पुस्तक
- (iv) वृद्धावस्था स्वास्थ्य परिचर्या के लिए प्रचालनात्मक दिशानिर्देश
- (v) चिकित्सा अधिकारियों के लिए गैर-संचारी रोगों से संबंधित मैनुअल
- (vi) चिकित्सा अधिकारियों के लिए स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं से संबंधित मैनुअल



भारत अंतर्राष्ट्रीय व्यापार मेला-2011 के दौरान स्वास्थ्य पवेलियन से स्कूली बच्चों की चित्रकारी प्रतियोगिता

- (vii) गैर-संचारी रोगों के संबंध में प्रचालनात्मक दिशा निर्देश
- (viii) जननी शिशु सुरक्षा कार्यक्रम संबंधी पोस्टर
- (ix) स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण विभाग का जाना-माना हाउस जर्नल "हमारा घर" निचले स्तर के कार्यकर्ताओं के लिए स्वास्थ्य एवं परिवार कार्यक्रमों को बढ़ावा देने के लिए पिछले 40 वर्षों से प्रकाशित किया जा रहा है।

#### एनआरएचएम न्यूजलैटर:

एनआरएचएम न्यूजलैटर अब एनआरएचएम के तहत कार्यक्रमों को बढ़ावा देने/स्वास्थ्य मुद्दों पर जागरूकता पैदा करने के लिए एक महत्वपूर्ण प्रकाशन के रूप में स्थापित है। उप केंद्र, प्राथमिक स्वास्थ्य केंद्र, सामुदायिक स्वास्थ्य केंद्र और जिला स्तर पर कार्यरत स्वास्थ्य पदाधिकारियों तथा गैर सरकारी संगठनों के लिए एनआरएचएम न्यूजलैटर को हिंदी, अंग्रेजी, असमी, उर्दू, उड़िया, पंजाबी, मराठी, कन्नड़, बंगला और तमिल में प्रकाशित किया जा रहा है। इस न्यूज लैटर में गैर सरकारी संगठनों, दाता अभिकरणों आदि जैसे सभी विकास सहभागियों के विचार प्रकाशित किए जाते हैं। यह देशभर में बुनियादी स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं तक पहुँचने का सर्वोत्तम माध्यम है।

वर्ष के दौरान गैर-संचारी रोगों, वृद्धावस्था स्वास्थ्य परिचर्या, जनसंख्या स्थिरीकरण एवं परिवार नियोजन इत्यादि के संबंध में न्यूजलेटर अंक प्रकाशित किए गए। विभिन्न क्षेत्रों से विशेष तौर पर बुनियादी स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं से न्यूजलेटर को जोरदार अनुक्रिया प्राप्त हुई। पाठकों की प्रतिक्रिया के रूप में अनेक स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों पर इन न्यूजलेटर संस्करणों में चर्चा की गई है।

#### वार्षिक दीवार-कैलण्डर

स्वास्थ्य और परिवार कल्याण विभाग ने स्कूली बच्चों की चित्रकारी

पर आधारित दीवार-कैलण्डर प्रकाशित किया जिसमें स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों को उजागर किया गया था। कैलण्डर 2012 में प्रकाशित चित्रों को इस विभाग द्वारा भारत अंतरराष्ट्रीय व्यापार मेला-2011 में इसके खेमे में आयोजित स्कूली बच्चों की चित्रकारी प्रतियोगिता से चुना गया था। मंत्रालय के एक समेकित विषय के रूप में स्वास्थ्य मुद्दों पर संदेश फैलाने के लिए इस वर्ष के कैलण्डर जैसे दृश्य प्रचार के जरिए विशेष प्रयास भी किए गए। यह कैलण्डर विभिन्न स्वास्थ्य संगठनों को वितरित किया गया।

#### हैंडबुक डायरी

प्रति वर्ष की भांति हैंडबुक डायरी 2012 जिसमें मंत्रालय के अधीन विगत दो वर्षों में विभिन्न कार्यक्रमों में उपलब्धियों एवं पहलों के संबंध में सूचना शामिल थी, सुलभ एवं उपयोगी रूप में प्रकाशित की गई। प्रत्येक पृष्ठ पर विभिन्न स्वास्थ्य मुद्दों से संबंधित नारे जागरूकता अभियान को उजागर करते हैं।

#### 7.9 बाह्य प्रचार अभियान

आईईसी प्रभाग ने दिल्ली बस पड़ावों में विज्ञापन पट्टियों/यूनिपोल, मेट्रो स्टेशनों पर बैकलिट/फ्रंटलिट, उत्तर प्रदेश एवं आंध्र प्रदेश के सड़कमार्गों के बस फलकों को लगाकर विभिन्न स्वास्थ्य मुद्दों पर सशक्त बाह्य प्रचार अभियान चलाया है। आईईसी प्रभाग ने भी स्वास्थ्य मुद्दों को बढ़ावा देने के लिए देश के विभिन्न भागों में चलने वाली रेलगाड़ियों के बहिर्भाग पर विज्ञापन अभियान भी शुरू किया। दिल्ली मेट्रो में विभिन्न स्वास्थ्य मुद्दों को उजागर करते हुए रेल कम्पार्टमेंट के भीतर फलकों के जरिए जागरूकता अभियान भी शुरू किया गया।

वर्ष के दौरान राजधानी में पट्टों, यूनिपोल, मेट्रो के खम्भों, बस स्टैंडों तथा कियोस्क से संबंधित गहन आईईसी अभियान चलाया गया। इस बाह्य प्रचार अभियान में शामिल क्षेत्र एनडीएमसी तथा

## Make the Mother & Baby Safe

Register Pregnancy in Hospital / Health Centre



**At least 4 check-ups including registration must during pregnancy**

Take TT Immunization, Iron & Folic Acid tablets, 2 check-ups after delivery

**Opt for delivery only at hospital or by a Skilled Birth Attendant**



Issued by IEC Division  
Ministry of Health & Family Welfare, Government of India

दिल्ली के विभिन्न भागों के एमसीडी क्षेत्रों में फ्रंट लिट/बैकलिट पट्टियों वाले 57 बस स्टैंड दिल्ली मेट्रो के विभिन्न मेट्रो स्टेशनों में 44 मेट्रो प्लैटफॉर्म फलक/युनिपोल/बिलबोर्ड, 9 बैकलिट/फ्रंटलिट, कियोस्क तथा 2 बड़े आईएसबीटी फलक शामिल थे। यह अभियान उत्तर प्रदेश तथा आंध्र प्रदेश सड़कमार्ग के बसों के फलकों पर भी चलाया गया। इस गहन बाह्य प्रचार अभियान में शामिल स्वास्थ्य मुद्दे नवजात परिचर्या, रोग प्रतिरक्षण, जन्म अंतराल विधियां, जनसंख्या स्थिरीकरण, कन्या भ्रूणहत्या, छोटे परिवार, विवाह की सही आयु, आपातकालीन गर्भनिरोधन, दृष्टिहीनता नियंत्रण, हाथ की स्वच्छता, क्षयरोग, तम्बाकू रोधी इत्यादि थे।

उत्तर प्रदेश तथा आंध्र प्रदेश राज्य में राज्य परिवहन बसों में विज्ञापनों के जरिए एक अभियान भी चलाया गया। बस गांवों के आंतरिक भागों या निकटवर्ती क्षेत्रों से गुजरती है। ग्रामवासी इस सार्वजनिक परिवहन का इस्तेमाल अत्यंत नियमित रूप से करते हैं। यह गांवों तक पहुँचने की कोशिश के लिए एक अच्छा अभियान है।

इसके अलावा, स्वास्थ्य के चुनिंदा विषयों पर श्रीनगर के हवाई अड्डे के भीतर एवं बाहर एक छोटा अभियान चलाया गया। श्रीनगर सभी एयरक्राफ्ट कंपनियों जो दैनिक आधार पर श्रीनगर के लिए उड़ान परिचालित करती है, के साथ एक महत्वपूर्ण हवाई अड्डा बन गया है। कुछ की एक से अधिक उड़ानें होती हैं। अब बंगलौर, मुम्बई से श्रीनगर के लिए उड़ानें परिचालित की जा रही हैं। श्रीनगर के एक सामान्य नगर बनने के कारण पर्यटन क्षेत्र पहली बार जोरदार लाभ कमाने लगा है। इन लक्षित दर्शकों के लिए विभाग ने इस स्थान पर मधुमेह, छोटे परिवार, रोग प्रतिरक्षण, विवाह की सही आयु तथा माता एवं बच्चे की सुरक्षा के लिए अस्पताल में प्रसव के संबंध में एक छोटा अभियान चलाया तथा अनुक्रिया बहुत ही अच्छी रही है।

**कंप्यूटरीकृत रेलव आरक्षण टिकट:** कंप्यूटरीकृत रेल आरक्षण टिकटों के पीछे तथा आगे स्वास्थ्य संदेश मुद्रित किए गए हैं तथा इन्हें देश में पश्चिमी रेलवे, उत्तरी रेलवे, पूर्वी मध्य रेलवे, पूर्वी तटीय रेलवे, दक्षिणी मध्य रेलवे तथा पश्चिमी रेलवे के लगभग सभी प्रमुख रेलवे स्टेशनों पर उपलब्ध करा दिया गया है। कंप्यूटरीकृत रेलवे आरक्षण टिकटों पर मुद्रित स्वास्थ्य संदेश नवजात परिचर्या, स्तनपान, रोग प्रतिरक्षण, जन्म में अंतराल रखने के तरीकों, जनसंख्या स्थिरीकरण, कन्या भ्रूण हत्या, छोटे परिवार, विवाह की सही आयु, आपातकालीन गर्भनिरोधन, हाथ की स्वच्छता, क्षयरोग, तम्बाकू रोधी इत्यादि से संबंधित थे।

स्वास्थ्य मुद्दों से संबंधित लाईफ-साइज बैनर के साथ रेलगाड़ियों के बाह्य भाग संबंधी अभियान:- यह उत्तर प्रदेश, राजस्थान तथा मध्य प्रदेश के हिंदी प्रदेश से गुजरने वाली रेलगाड़ियों पर लगाई जाती है। रेलगाड़ियों के बहिर्भाग पर चलाए गए अभियान में उजागर किए

गए स्वास्थ्य के मुद्दे नवजात परिचर्या, रोग प्रतिरक्षण, जन्म में अंतराल रखने की विधियां, जनसंख्या स्थिरीकरण, कन्या भ्रूणहत्या, छोटे परिवार, विवाह की सही आयु, आपातकालीन गर्भनिरोधक, दृष्टिहीनता नियंत्रण, हाथ की स्वच्छता, क्षयरोग तम्बाकू रोधी इत्यादि थे।

तीर्थ केंद्रों पर नवाचार प्रचार-प्रसार योजना के अंतर्गत तिरुपति देवस्थानम के प्रवेश कार्डों पर स्वास्थ्य के संदेश मुद्रित किए जाते हैं। प्रवेश कार्डों पर मुद्रित स्वास्थ्य के संदेश नवजात परिचर्या, स्तनपान, रोग प्रतिरक्षण, जन्म में अंतराल की विधियां, जनसंख्या स्थिरीकरण, कन्या भ्रूण हत्या, छोटे परिवार, विवाह की सही आयु, आपातकालीन गर्भनिरोधन, हाथ की स्वच्छता, क्षयरोग, तम्बाकू रोधी इत्यादि से संबंधित थे। करीब 50000 तीर्थयात्री प्रतिदिन देवस्थानम आते हैं, विशेष दिवसों पर यह संख्या 1 लाख से अधिक हो जाती है।

मेट्रो ट्रेन के भीतरी फलकों के जरिए आईईसी अभियान:- ट्रेन के डिब्बों के भीतर फलकों के जरिए हुडा सिटी सेंटर से जहांगीरपुरी, दिलशाद गार्डन से रिठाला तथा द्वारका से आनन्द विहार/नौएडा के बीच चलने वाली दिल्ली मेट्रो ट्रेन में भी स्वास्थ्य संबंधी मुद्दों पर आईईसी अभियान चलाया गया था। इन प्रचार अभियानों के कुछ महत्वपूर्ण स्वास्थ्य मुद्दे नवजात परिचर्या, स्तनपान, रोग प्रतिरक्षण, जन्म में अंतराल की विधियां, जनसंख्या स्थिरीकरण, कन्या भ्रूणहत्या, छोटे परिवार, विवाह की सही आयु, आपातकालीन गर्भनिरोधन, दृष्टिहीनता नियंत्रण, हाथ की स्वच्छता, क्षयरोग, तम्बाकू रोधी इत्यादि थे।

बाह्य प्रचार अभियान के इन सभी रूपों को सभी आयु वर्ग के दर्शकों से आशावर्धक अच्छा प्रत्युत्तर प्राप्त हुआ।

### 7.10 मास मेलिंग यूनिट

मास मेलिंग यूनिट (प्रत्यक्ष मेल सम्प्रेषण) जिसका मुख्य उद्देश्य देश के विभिन्न भागों में आम आदमी के बीच जागरूकता लाने और मनोवृत्ति में बदलाव लाने के लिए सेवाओं के उपयोग के विचार से गणमान्य नेताओं की एक प्रभावी मेलिंग सूची निर्मित करना है।

वर्तमान में मास मेलिंग यूनिट, स्वास्थ्य और परिवार कल्याण विभाग, मंत्रालय की नियमित एनआरएचएम न्यूजलेटर का अंग्रेजी, हिंदी और अनेक क्षेत्रीय भाषाओं में द्विमासिक आधार पर, हमारा घर हाउस जर्नल तिमाही आधार पर और दीवार कलैण्डरों का वार्षिक आधार पर प्रचार प्रसार कर रहा है। इसके नेमी प्रेषण के अलावा, मास मेलिंग यूनिट ने देश भर में निचले स्तर के स्वास्थ्य कर्मियों को मंत्रालय के विभिन्न अनुभागों द्वारा प्रदान की गई प्रचार सामग्री जैसे स्वास्थ्य और परिवार कल्याण कार्यक्रमों संबंधी पोस्टर, लीफलेट्स, पम्फलेट भेजे हैं।