

नेपाल

खोप पुस्तिका

कोभिड-१९ खोप कार्यक्रमका लागि सहयोगी पुस्तिका



COMMON THREAD



Illustration by [Icons8](#)

विषयसूची

०१

परिचय

०२

नेपालमा खोप ग्रहण
तथा विश्वस्ताताको
सम्बन्धमा रहेका
प्रमुख चुनौतीहरू

०३

खोपको साइड
इफेक्टबारे चिन्तित
मानिसका लागि
सुभाव

०८

धर्मगुरुहरूबाट
समर्थन खोजिरहेका
मानिसका लागि
सुभाव

०५

आफूले चाहेको
खोपको पर्खाइमा
रहने मानिसका लागि
सुभाव

०६

समयमै खोप
लगाउन जान नसक्ने
मानिसका लागि
सुभाव

०७

खोप कार्यक्रमको
प्रक्रियाबारे अनिश्चित
रहेका मानिसका लागि
सुभाव

०८

खोपप्रति विश्वस्त
नभएका मानिसका
लागि सुभाव

०९

कार्यान्वयन सम्बन्धी
सुभावहरू

१०

अनुसन्धानका प्रमुख
नतिजाहरू

११

निष्कर्ष

परिचय

“द लिटिल ज्याब बुक नेपाल” मार्गदर्शक खोप पुस्तकहरूको हाम्रो श्रृंखलामध्येको एक हो ।

“ज्याब” खोपको लागि प्रयोग हुने बोलीचालीको शब्द हो ।

हामीले पुस्तकहरू खोज्न र प्राप्त गर्न सजिलो होस् भनेर सबै मार्गदर्शक खोप पुस्तकहरूको एउटै नाम राख्ने निर्णय गर्यौं ।



परिचय



Photo by Kabita Darlamis on Unsplash

कोभिड-१९ ले विश्वभर आर्थिक र स्वास्थ्य क्षेत्रमा बहुत नकारात्मक प्रभाव पारेको छ । सन् २०२० को जनवरी ३ देखि सन् २०२२ को जनवरी ३ सम्म कोभिडबाट नेपालमा ११,६०१ जनाको मृत्यु भइसकेको छ । यस अवधिमा कूल ८३०,००२ जना सङ्क्रमित भइसकेका छन् । कोभिड-१९ सँग लड्ने र समुदायमा यसलाई फैलनबाट रोक्ने सबभन्दा राप्रो उपाय भनेको खोप लगाउनु नै हो । विश्व स्वास्थ्य संगठनको सन् २०२२ जनवरी ३ सम्मको तथ्याङ्क अनुसार नेपालमा १ करोड ७ लाख १० हजार ७२१ जना मानिसहरूले पूर्ण खोप लगाइसकेका छन् । यो भनेको कुल जनसङ्ख्याको ३६.७६ प्रतिशत हो । रोगहरू व्यापक फैलनबाट रोक्ने कार्यमा खोपको सफलताका लागि पहिलो कुरा भनेको खोपको पर्याप्त आपूर्ति हुनु नै हो र दोस्रो महत्वपूर्ण कुरा खोप लिने मानिसहरूको सङ्ख्या हो ।

जति धेरै मानिसहरूले खोप लगाउँछन्, त्यति नै धेरै खोपले सफलता हासिल गर्न सक्दछ । खोपको ग्रहण (अपटेक) लक्षित स्तरभन्दा तल किन छ भनेमा धेरै कारणहरू छन् । यसमा खोपको उपलब्धताको अवस्था र खोप लगाउन व्यक्तिको अनिच्छा वा खोपप्रति विश्वासको कमी जस्ता कुरा रहन्छन् ।

यो पुस्तिकाले नेपालमा अभिभावक र युवाहरू खोप लगाउन किन हिचकिचाउने गरेका छन् भने कुरालाई खोतल्ने र कोभिड-१९ खोपको ग्रहण बढाउने, स्थानीय समाधान खोजे प्रयास गरेको छ । बुसारा सेन्टर फर विहेभिअरल इकोनोमिक्स, कमन थ्रेड र सेभ द चिल्डनले खोप लिने सन्दर्भमा रहेका अवरोधक र प्रेरक तत्वहरू खोजन प्रदेश २ मा २४ जना वयस्कहरूमा गहन अन्तर्वार्ता सञ्चालन

गर्नुको साथै खोप नलगाएका ५०० जना मानिसहरूसँग परिमाणात्मक सर्वेक्षण कार्य पूरा गरेका छन् ।

यस पुस्तिकाको प्रारम्भिक खण्डमा नेपालमा खोपप्रतिको विश्वासमा अवरोध गर्ने कुराहरू के के रहेका छन् र यस्ता अवरोधहरू हटाउँदै खोप ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वास वृद्धि गर्न के कस्ता गतिविधिहरू गर्नुपर्नेछ भने कुरा उल्लेख गरिएको छ । यस पुस्तिकाले नेपालमा अभिभावक, युवा र स्वास्थ्यकर्मी लक्षित व्यवहार विज्ञानमा आधारित १२ वटा सुझावहरू समावेश गरेको छ । हामीले यी रणनीतिक अवधारणाहरूमा प्रदेश २ का अभिभावक र स्वास्थ्यकर्मीबाट पृष्ठपोषण समेत लिएर त्यसलाई सामेल गरेका छौं ।

यो सहयोगी पुस्तिका कसरी तयार गरियो ?

पूर्वकार्यको समीक्षा

(डेस्क रिसर्च)

नेपालमा हालको कोभिड-१९ अवस्था, खोप सञ्चालन योजना, खोपको ग्रहणमा अवरोधक र प्रेरक तत्वहरूबाटे रहेका तथ्याङ्को समीक्षा गर्न्हैं।

नैतिक स्वीकृति

हामीले यो अनुसन्धान सुरु गर्नका लागि नैतिक स्वीकृति लिन सेभ द चिल्ड्रेन युएस इथिक्स इभ्यू कमिटी र नेपाल स्वास्थ्य अनुसन्धान परिषदमा आवेदन गरी स्वीकृति लियौं।

सहडिजाइन कार्यशाला

हामीले प्रमुख सरोकारवालासँग मिलेर तीनवटा सहडिजाइन तथा प्राथमिकीकरण कार्यशाला सञ्चालन गरी १५० भद्रा बढी अवधारणा निर्माण गर्न्हैं। यी अवधारणाहरूलाई समीक्षा गरी अन्तमा १२ वटा पूर्ण डिजाइन अवधारणा बनायौं।

पुस्तिकाको अन्तिम रूप तयार

अनुसन्धान र सहडिजाइन चरणहरूमा गरिएका प्रयासले अन्तत यो सहयोगी पुस्तिकाले साकार रूप लिएको छ। यसले नेपालमा कोभिड-१९ खोप ग्रहण वृद्धि गर्नका लागि १२ वटा प्रमाणमा आधारित गतिविधि प्रस्तुत गरेको छ। यस पुस्तिकालाई स्थानीय स्तरका प्रमुख सरोकारवालामा समीक्षाका लागि साभा गरियो र आएका पृष्ठपोषणलाई अन्तिम संस्करणमा समावेश गरियो।



सरोकारवालासँग अन्तर्वार्ता

हामीले नेपालका ५ सरोकारवालाहरूसँग अर्धसंरचित अन्तर्वार्ता गर्न्हैं। यसमा स्वास्थ्य तथा जनसङ्ख्या मन्त्रालय, राष्ट्रिय स्वास्थ्य शिक्षा, सूचना तथा सञ्चार केन्द्रका प्रतिनिधि, सामुदायिक तथा धार्मिक अगुवाहरू, मिडियाकर्मी, संयुक्त राष्ट्रसंघीय निकायका प्रतिनिधि र स्थानीय स्वास्थ्यकर्मीहरू हुनुहुन्न्यौ।

गुणात्मक अनुसन्धान

हामीले फोन र अन्य विद्युतीय माध्यमको प्रयोग गरी प्रदेश २ मा बसोबास गर्ने २४ जना वयस्क मानिसहरूसँग गहन अन्तर्वार्ता लियौं (११ महिला र १३ पुरुष)।

परिमाणात्मक र गुणात्मक अनुसन्धान

खोपप्रतिको विश्वासमा रहेका अवरोधकहरूको सञ्चालनमा हामीले विकास गरेको प्राकल्पनालाई पुरीकरण गर्न प्रदेश २ मा बसोबास गर्ने खोप नलगाएका वयस्क मानिसहरूको (५०० जना) फोनबाट परिमाणात्मक सर्वेक्षण गर्न्हैं। डिजाइनका अवधारणामा पृष्ठोषण संकलन गर्न हामीले १३ जना मानिससँग फोनमार्फत् गुणात्मक अन्तर्वार्ता पनि गर्न्हैं।

यो पुस्तिका कसले प्रयोग गर्ने ?

यो पुस्तिकालाई नेपालमा कोभिड-१९ को खोप कार्यक्रम सञ्चालनमा कार्यरत सबै सरोकारवालाले प्रयोग गर्न सक्नेछन्। स्वास्थ्य तथा जनसङ्ख्या मन्त्रालय र राष्ट्रिय स्वास्थ्य शिक्षा सूचना तथा सञ्चार केन्द्रका पदाधिकारी, सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी, गैरसरकारी संस्था एवम् संयुक्त राष्ट्रसंघीय निकायहरू, समुदाय एवम् धार्मिक अगुवा र तिनका संघसंस्थाहरू र मानवीय सहयोगका क्षेत्रमा कार्यरत निकाय तथा संघसंस्थाहरू सबैका लागि यो पुस्तक उपयोगी हुनेछ।

यो पुस्तिका कसरी प्रयोग गर्ने ?

यो पुस्तिका प्रयोगका लागि व्यवहार विज्ञानका बारेमा कुनै प्रकारको पूर्व ज्ञान चाहिँदैन।

यसमा नेपाली परिवेश अनुसारकै गतिविधि रहेका छन्। यी गतिविधिलाई खोपको माग, ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वास बढाउन प्रयोग गर्न सकिन्छ। खोप कार्यक्रम सञ्चालनको योजना बनाउँदा वा पर्हित्यै सञ्चालित कार्यक्रममा आवश्यक सुधार गर्नको लागि यस पुस्तिकालाई सन्दर्भको रूपमा प्रयोग गर्न सकिनेछ।

यस पुस्तिकालाई स्थानीय परिवेश अनुकूल हुनेगरी परिमार्जन गरेर कार्यान्वयन र प्रयोग गरिनुपर्छ। यस पुस्तिकामा भएका गतिविधिहरूले तपाईंकी क्षेत्रमा कसरी काम गर्न सक्छन्, परिवेशअनुरूप उपयुक्त बनाउन यी

परिचय

गतिविधिमा के कस्ता परिवर्तन गर्नुपर्ने देखिन्छ र समुदायले यी गतिविधिलाई कसरी लिन्छन् भन्ने कुरामा विचार गर्नु महत्वपूर्ण हुन्छ।

यो पुस्तिकाको विकास नेपालको प्रदेश २ मा मात्र गरिएको अनुसन्धानमा आधारित रहेर गरिएको छ। यसका लागि ज्यादै थोरै नमुना (सङ्ख्या ५००) लिइएको थियो। त्यसैले, यसमा सुझाइएका गतिविधि नेपालका सबै जनसङ्ख्याका लागि उपयुक्त वा प्रभावकारी नहुनसक्छ। तर पनि, यसलाई प्रेरणा र सुरुवाती बिन्दुको रूपमा लिन सकिन्छ। अन्य क्षेत्रहरूमा यस पुस्तिकामा भएका गतिविधि कार्यान्वयन गर्नुभन्दा पहिले थप अनुसन्धान, परीक्षण र अनुकूलन गरिनुपर्छ।



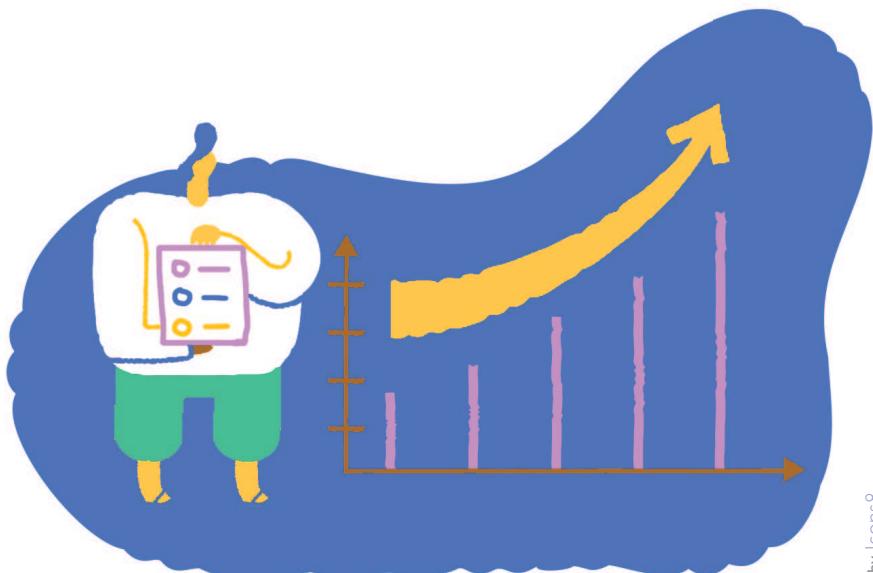
Photo by Melanie Lim on Unsplash

यस पुस्तिकाको संरचना

यो पुस्तिका मुख्यगरी नेपालमा अभिभावक, युवा र स्वास्थ्यकर्मीहरूमा खोप ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वास बढाउनमा लक्षित छ । यसलाई हाम्रो अनुसन्धानमा पहिचान भएका खोप ग्रहण तथा विश्वासप्रति देखिएका ६ वटा मुख्य अवरोधकहरूलाई ध्यानमा राखी तयार गरिएको छ ।

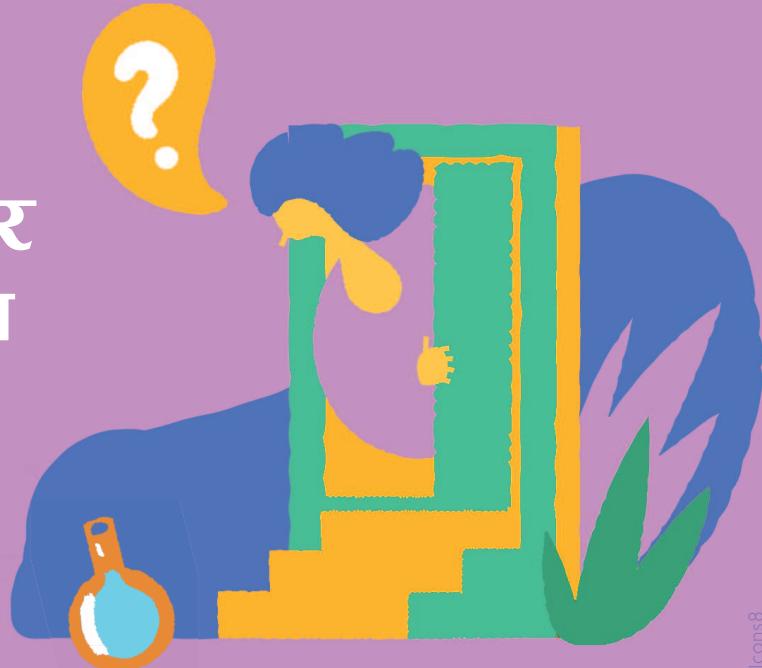
खोपको ग्रहण वृद्धि गर्न सर्वप्रथम खोपको आपूर्ति वृद्धि हुनु जरुरी छ । त्यसैगरी, यस पुस्तिकामा रहेका व्यवहारमूलक गतिविधिहरू खोपको माग बढाउने, खोप लगाउने मनसायलाई पूर्णता दिने प्रक्रियामा सुधार गर्ने र खोपहरू एवम् तीनीहरूको सुरक्षा तथा प्रभाव क्षमतामा विश्वास निर्माण गर्ने कुराहरूमा केन्द्रित छन् । तपाईंले खोप सञ्चालन गर्ने स्थान वा खोपको उपलब्धता जस्ता आपूर्ति पक्षका समस्या अनुभव गरिरहनुभएको छ भने खोपहरूको माग र अपेक्षा निर्माण गर्नुभन्दा पहिले ती समस्याहरूको सम्बोधन गरिएको सुनिश्चित गर्नुपर्छ ।

तल उल्लेख गरिएका ६ वटा प्रमुख व्यवहारमूलक अवरोधहरूको सम्बोधन गर्नु नेपालमा सबैका लागि पूर्ण खोप लगाउने मार्गमा एउटा महत्वपूर्ण कदम हुनेछ ।



नेपालमा खोप ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वासमा देखिएका प्रमुख चुनौतीहरू

तल प्रस्तुत गरिएका समस्याहरू हाम्रो अनुसन्धानका क्रममा पहिचान भएका खोप ग्रहणका सम्बन्धमा देखिएका ६ वटा प्रमुख चुनौतीहरू हुन्। यी समस्याहरूलाई कुनै खास क्रमबद्ध तरिकाले प्रस्तुत गरिएका छैनन्। तिनीहरू छुड्छुड्छै वा सँगसँगै पनि हुन सक्नेछन्।



नेपालमा खोप ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वासमा देखिएका प्रमुख चुनौतीहरू

यी विश्वास भएका मानिसहरूका हकमा देखिएका प्रमुख अवरोधहरू :

**मानिसहरू साइड इफेक्टबारे चिन्तित छन् -
खोप लगाएका अरुबारे थाहा नभएसम्म**

यो महामारीको सुरुवाती समयमा खोपको बारेमा गलत सूचना र भ्रामक हल्ला धेरै चलेका थिए। कतिपय माहिलाहरू खोपले आफ्झो प्रजनन क्षमतामा पार्ने असरबारे चिन्तित थिए। खोप लगाउने दर न्यून रहेका समुदायहरूमा खोपबारेको हल्ला र साइड इफेक्टको चिन्ता अझै पनि रहेको देखिन्छ। तर छिमेकी, साथी र परिवारका सदस्यहरूले खोप लगाएका देखेहरू भने साइड इफेक्टबारे खासै चिन्तित देखिवैनन्।

मैले कोरोनाको खोप कोरोना भाइरसबाट बनेको हो र यसबाट मान्छे मर्हन् अरे भन्ने सुनेको थिएँ। तर डाक्टरहरूले पनि खोप लगाए। त्यसैले मैले पनि लगाएँ। ४७ वर्षीय पुरुष, सहरी क्षेत्र

**धर्म र संस्कृतिका गुरुहरूबाट खोपको लागि
समर्थन कम रहेको छ**

धैरेजसो धर्मगुरुहरूले खोप कार्यक्रमलाई खुलेर विरोध नगरे पनि यसलाई सक्रिय रूपमा समर्थन गरेका छैनन्। खोपको बारेमा थाहा नभएकाहरू वा खोपको सुरक्षा तथा प्रभाव क्षमताको बारेमा विश्वस्त नभएकाहरूको हकमा धर्मगुरुहरूले प्रेरणाको रूपमा काम गर्न सकेका र आफ्झो समुदायलाई खोप लगाउने कुरामा प्रोत्साहित गर्न सकेका छैनन्।

उनीहरूले कुनै पनि भ्रामक हल्ला फिँजाएका छैनन्। यहाँ ओम शाति, भागवत छ, तर कसैले पनि खोप नलगाउनु भनेका छैनन्। अनि खोप लगाउनु पनि भन्दैनन्। ६५ वर्षीय पुरुष, सहरी क्षेत्र



**आफूले लाउन चाहेको खोपको प्रकार
नपाउदा मानिसहरूले खोप लगाएका छैनन्**

कोभिड-१९ का खोपहरू चीन, भारत र अमेरिका लागायत अन्य देशहरूबाट आयात गरिन्छ। विशेष प्रकारका खोपहरूको उपलब्धता सीमित रहेको हुन्छ र पछिल्लोपटक जुन आयात गरिएका छन् त्यही खोप मात्रै पाइन्छन्। कुन खोप लिने भने कुरामा यसबारे रहेको रुदी मान्यता र मानिसक रूपमा निर्धारण गरिएको धारणाले फरक पार्दछ। विशेषगरी आफूलाई कोभिड-१९ सङ्क्रमणको उच्च जोखिममा रहेको नटान्ने कतिपय मानिसहरूले आफूले चाहेको खोप नआएसम्मको लागि पर्खन चाहेको देखिन्छन्।

मलाई लाग्छ चिनियाँ र नेपालीहरू उस्ता उस्तै छन्, उचाई, तौल सबैमा.... त्यसैले यो चैंस राम्रो हो। अब, कन्दुम भन्ने कुरा अमेरिकाबाट आएको हो, यो उनीहरूले आप्नो साइज अनुसार बनाए। त्यसलाई प्रयोग गर्नहरू सबै.... सङ्क्रमित भए। तिनीहरू दूलो आकारका लागि हुन्। त्यसैले अमेरिकाको खोप अमेरिकीहरूका लागि नै हो। पुरुष, ७२ वर्ष, सहरीक्षेत्र

नेपालमा खोप ग्रहण र खोपप्रतिको विश्वासमा देखिएका प्रमुख चुनौतीहरू

यी विश्वास भएका मानिसहरूका हकमा देखिएका प्रमुख अवरोधहरू :

**खास समूह वा वर्गका मानिसहरूको समयमै
र सहज रूपमा खोपमा पहुँच हुँदैन।**

खोपहरूको सीमित आपूर्तिका कारण खोपहरू खास दिन, समय र स्थानहरूमा मात्र उपलब्ध छन्। दिउँसो काम गर्ने वा कलेज जानेहरूका लागि समयमै खोप केन्द्रहरूमा पुग्न कठिन हुँच। वृद्धवृद्धा वा यातायातका साधन प्रयोग गर्न नसकेहरूका लागि खोप लगाउनका लागि टाढाको खोप केन्द्रसम्म जानुपर्ने एउटा दूलो अवरोधक हो।

गाउँमा स्वास्थ्यकर्मी टोली आएर मानिसलाई खोप लगाइदिए थेरै रास्तो हुनेथियो। गाउँमा अपाइता भएका मानिस छन् हिडडल गर्न नसनने मानिस छन्, तिनीहरूको लागि स्वास्थ्यकर्मी आफौ आएर खोप लगाइदिए हुन्थयो। २५ वर्षीय महिला, ग्रामीण क्षेत्र

**मानिस खोप लगाउन चाहन्छन्, तर प्रक्रिया
र खोपको उपलब्धताबारे थाहा छैन**

खोप लगाउने चाहना सामान्यतया उच्च छ। तर यो महामारीको समयभारि खोपको आपूर्ति सीमित रहैदै आएको छ। साथै धेरै मानिसहरूलाई आफू खोप लगाउन योग्य वा खोप लगाउन पाउने वर्गमा पर्ने नपर्ने, कहाँ गएर खोप लगाउने, खोप केन्द्रसम्म पुग्ना खोप रहन्छ वा रहैदैन भन्ने थाहा हुँदैन। धेरै उत्तरदाताहरूले खोप केन्द्रमा पुगेपछि खोप सकिएको भन्ने जवाफ पाउँदा आफू दिक्क भएको बताए।

**म खोप लगाउन चाहन्छैं, तर अब गएर खोप लगाउनेछू भनेर
गएको दिन खोप सकियो भनेर हामीलाई भनियो। हामीले
खोप आउने प्रतीक्षा गरिरहेका छौं र आएपछि लगाउनेछौं।
६० वर्षीया महिला, सहरी क्षेत्र।**



**मानिसले खोपसम्बन्धी मापदण्डहरू पालना
गर्नन्, तर खोपप्रति विश्वस्त छैनन्**

नेपालका धेरै मानिसहरूले अनिवार्य खोप लगाउनुपर्ने हुँच। कामको प्रकृति अर्थात् अग्रपक्तिमा रहेर काम गर्नुपर्ने वा विदेश भ्रमण गर्न चाहने वा गर्नुपर्नेहरूले अनिवार्य खोप लगाउनुपर्छ। अरुले खोप लगाउनु सामाजिक दायित्व रहेको ठानेर खोप लगाएका छन्। तर पनि खोप लगाएका कतिपय मानिसहरू खोपको सुरक्षा वा प्रभाव क्षमतामा विश्वस्त हुन सकेका छैनन् र बुस्टर डोज लगाउन वा आफ्ना बालबालिकालाई खोप लगाउन उनीहरू हिचकिचाउने गर्दछन्।

मैलो खोप लगाएको छु। यो रास्तो पनि हो, नरास्तो पनि हो। खोप लगाउनेलाई पनि रुद्धाखोकी लागिरहेकै छ। खोप नलगाउनेलाई पनि रुद्धाखोकी लागिरहेकै छ। म चैं कुनै फाइदा देखिन्नैं। यो मन बुझाउनको लागि मात्र हो। ग्रामीण क्षेत्रका ३० वर्षीय पुरुष, अल्पसङ्घ्यक समुदाय

गतिविधि भलक

पहिचान गरिएका ६ वटा प्रमुख समस्यामा प्रत्येक समस्यालाई सम्बोधन गर्न हामीले स्थानीय सरोकारवालाहरूसँग मिलेर गतिविधि धारणाहरूको डिजाइन गर्याएँ। यी धारणालाई प्रभाव र सम्भाव्यताको आधारमा १२ वटा अन्तिम गतिविधिमा प्राथमिकीकरण गरियो। यी प्रत्येक गतिविधि र तिनीहरूले कुन कुन प्रमुख अवरोधहरूको सम्बोधन गर्नु भन्नेबारे संक्षिप्त भलक तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ।

**मानिसहरू साइड इफेक्टबारे चिन्तित छन् -
खोप लगाएका अरुबारे थाहा नभएसम्म**

खोपप्रतिको प्रचलनबारे बताउने

खोपप्रति परिवर्तन भइहेका मान्यताबारे पछिल्ला ताजा जानकारी बताउने र साथै अन्य सन्दर्भ समूहमा भएका परिवर्तनको समेत उदाहरण दिने।

**साइड इफेक्टहरूको तुलनात्मक जानकारी तयार गर्ने
कोभिड-१९, संक्रमण र अन्य खोपहरूसँग तुलना गर्दै
कोभिड-१९ खोपको साइड इफेक्टहरूबारेको जानकारी
प्रस्तुत गर्न स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई सक्षम बनाउने।**

खोप सञ्चालन र अन्य स्वास्थ्य सेवाहरूलाई सँगै लैजाने

अन्य स्वास्थ्य सेवाहरूसँगै खोप सेवा र परामर्शलाई आवद्ध गर्ने।

**धर्म र संस्कृतिका गुरुहरूबाट खोपको लागि
समर्थन कम रहेको छ**

स्थानीय प्रभावशाली र प्रेरक व्यक्तिहरूको उपयोग गर्ने

खोप लगाउने कुरामा प्रोत्साहित गर्न प्रचलित धार्मिक उत्सव तथा कार्यक्रमको उपयोग गर्दै धर्म र संस्कृतिका गुरुहरूबाट सन्देश दिन लगाउने।

खोप सञ्चालनलाई सामाजिक बनाउने

धार्मिक केन्द्रहरूमा खोप कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने
र मन्दिर तथा प्रार्थनाका अन्य स्थलहरूमा रहेका
मानिसलाई सबैसामु खोप लगाउने प्रतिबद्धता व्यक्त
गर्न भन्ने।

**आफूले लाउन चाहेको खोपको प्रकार
नपाउँदा मानिसले खोप लगाएका छैनन्**

खुनै खास प्रकारका खोपबारेको मानसिक धारणालाई परिवर्तन गर्ने

खोप नलगाउनुभन्दा जुनसुकै भए पनि खोप
लगाउनु धेरै राम्रो हो भन्नेबारे बताउँदै सबै खोपको
सकारात्मक पक्ष तिनीहरूबीच रहेका समान
विशेषताहरूबारे बताउने।

गतिविधि भलक

पहिचान गरिएका ६ वटा प्रमुख समस्यामा प्रत्येक समस्यालाई सम्बोधन गर्न हामीले स्थानीय सरोकारवालाहरूसँग मिलेर गतिविधि धारणाहरूको डिजाइन गर्याएँ। यी धारणालाई प्रभाव र सम्भाव्यताको आधारमा १२ वटा अन्तिम गतिविधिमा प्राथमिकीकरण गरियो। यी प्रत्येक गतिविधि र तिनीहरूले कुन कुन प्रमुख अवरोधहरूको सम्बोधन गर्नु भनेबाबरे संक्षिप्त भलक तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ।

खास समूह वा वर्गका मानिसहरूको समयमै र सहज रूपमा खोपमा पहुँच हुँदैन।

खोप सञ्चालनलाई व्यक्तिविशेष अनुसारको बनाउने खोप कार्यक्रमलाई मानिसहरू उपलब्ध हुने समयअनुसार सञ्चालन गर्ने। खास वर्ग वा समूहका मानिसलाई उनीहरूको लागि खोप लगाउने निर्दिष्ट समय तय गरी खोप छुट्याएर राखिएको छ भन्ने जानकारी दिने।

मानिस रहने ठाउँमै खोप कार्यक्रम लैजाने

मानिसहरू काम गर्ने कार्यस्थल र अध्ययन गर्ने शिक्षण प्रतिष्ठानमा खोप कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने। त्यहाँ रहेका सबैलाई खोप लगाउने समय लेखिएको पास प्रदान गर्ने। सबैले ती पासलाई त्यहाँ लेखिएको समयअनुसार काम वा कक्षाबाट आफ्नो पालोमा निस्केर आउन प्रयोग गर्नेछन्।

मानिस खोप लगाउन चाहन्छन्, तर प्रक्रिया र खोपको उपलब्धताबाबरे थाहा छैन

समयमै जानकारी प्रवाह गर्ने

खोपको उपलब्धताबाबरे ताजा जानकारी दिन हाटबजारहरूमा जनहितका सूचना बजाउने।

सामुदायिक स्वामित्वको भावना विकास गर्ने

खोपको उपलब्धताको बारेमा जानकारी दिन प्रचलित सामुदायिक भेलाहरूको उपयोग गर्ने र स्थानीय सचेतना निर्माणका लागि समुदायलाई नै समाधानका उपाय विकास गर्ने क्रियाशील बनाउने।

मानिसले खोपसम्बन्धी मापदण्डहरू पालना गर्ने, तर खोपप्रति विश्वस्त छैनन्

मानिसको सकारात्मक अनुभवहरूको उपयोग गर्ने खोपका हिरोहरू पहिचान गर्ने : खोप लगाएका मानिसहरूलाई खोप लगाउनका लागि के कुराले प्रेरित गर्न्यो भन्ने कुरा समुदायमा बताउन लगाउने।

स्वास्थ्यकर्मीहरूको हिचकिचाहट दूर गर्ने

सेवाग्राहीको खोपप्रतिको चिन्ताबाबरे निर्धारक भएर छलफल गर्न स्वास्थ्यकर्मीहरूको सीप बढाउने।

खोपको साइड इफेक्टप्रति चिनित मानिसका लागि गतिविधि



खोपप्रतिको बदलिँदो प्रचलन बारेमा ताजा जानकारी बताउने र साथै सन्दर्भ समूहहरूमा रहेका उदाहरण समेत प्रस्तुत गर्ने

लक्षित जनसञ्चया

खोप लगाउने दर न्यून रहेका ग्रामीण क्षेत्रमा
बसोबास गर्ने मानिस

प्रजनन उमेरका महिला (जो प्रजनन क्षमताबारे
(चिन्तित छन्)

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

साइड इफेक्टको डर

केही समुदायमा खोप लगाउने चलन नरहेको

गतिविधिको विवरण

कर्तिजना मानिसले खोप लगाउँदैछन् (खोप लगाउनेको बढ्दो सझौत्या देखाउन) कर्तिजना मानिसले खोप लगाए भन्ने बारेमा तलका तरिकाहरूमार्फत सन्देशहरू प्रचाप्रसार गर्ने :

- सामाजिक सञ्जाल र समुदायका मानिसहरूको सम्पर्क वा आउजाउ हुने ठाउँहरू जस्तै कपाल काट्ने ठाउँ, चियापसल, तरकारी पसल र आमा समूहका बैठकहरू आदिमा प्रगतिको लाइभ काउन्टर राखेर प्रचाप्रसार गर्न सकिन्छ ।
- धैर्यभन्दा धेरै मानिसमा पुगोसु भनेर हरेक बिहान रेडियोबाट ताजा तथ्याङ्क प्रशारण गर्ने ।
- सहरी र ग्रामीण क्षेत्र दुवैमा जनहितका सूचनाहरू दिने ।
- खोप लगाएका मानिसलाई उनीहरूको अनुभव सुनाउन रेडियोमा बोलाउने ।

खोप लगाउने दर न्यून रहेका समुदायका मानिसका लागि सन्दर्भ समूह परिवर्तन गर्दै उनीहरूजस्तै मानिस रहेका अन्य ठाउँको खोप लगाउने दर बारेको तथ्याङ्क बताउने (जस्तै खोप लगाएका महिला, विद्यार्थी, कामदार आदिको सदृश्या) ।

प्रजननमा समस्या आउने भनेबारे रहेका चिन्ताहरूको सम्बोधन गर्नका लागि खोप लगाइसकेपछि गर्भवती बनेका महिलाहरूको अनुभवहरू संकलन गरी प्रचाप्रसार गर्ने ।

चिन्तित मानिसका लागि गतिविधि

१४

त्यसैगरी, डर हटाउन खोप लगाउनुका फाइदा र खोप लगाइसकेपछि अनुभव गरिएका साइड इफेक्टहरू सम्बन्धी सन्देशहरू समावेश गर्ने ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

सामाजिक प्रमाणः आफ्ना साथी वा सहकर्मीहरूले खोप लगाएका छन् भन्ने विश्वास भएमा मानिसहरूले खोप लगाउन तत्पर रहने सम्भावना धेरै रहन्छ । यदि छरिछमेकीमा खोप लगाउने दर अझै पनि न्यून रहेको छ भने वैकल्पिक सन्दर्भ समूहमा रहेका चलनहरूको बारेमा देखाउनु उपयोगी हुन्छ (जस्तै अन्य महिला वा अन्य नेपाली युवा वर्ग) ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- खोप लगाउने प्रचलनबाटे रहेका जानकारी प्रचाप्रसार गर्नका लागि समुदायमा मानिसहरूको सम्पर्क र आउजाउ हुने सबभन्दा सान्दर्भिक र उपयुक्त ठाउँबाटे विचार गर्ने ।
- रेडियो स्टेसन, टीभी प्रस्तोता, स्वास्थ्य मन्त्रालयका सूचना अधिकारी आदिलाई विभिन्न सन्दर्भ समूहहरू मध्येबाट (जस्तै विद्यार्थी, श्रमिक, आमाहरू आदि) खोप लगाएका मानिसहरूको सझौत्या सम्बन्धी पछिल्लो ताजा जानकारी दिने ।

गतिविधिको नमुना

- खोप लगाएका
मानिसहरूबारे रेडियो
जानकारी



२.

कोभिड-१९ संक्रमण र अन्य खोपहरूसँग तुलना गर्दै खोपको साइड इफेक्टबारे जानकारी प्रस्तुत गर्ने स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई सक्षम बनाउने

लक्षित जनसञ्चया

**खोप लगाउने दर व्यून रहेका ग्रामीण क्षेत्रमा
बसेबास गर्ने मानिस**

**प्रजनन उमेरका महिला (जो प्रजनन क्षमताबारे
(चिन्तित छन्)**

स्वास्थ्यकर्मी

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

साइड इफेक्टको डर

**खोपबाट हुने जोखिम र साइड इफेक्टबारे पूर्ण
जानकारीको कमी**

गतिविधिको विवरण

सामान्य प्रकारको कार्य सहयोगी सामग्रीहरू बनाउने । यी सामग्रीले कोभिड-१९ खोप लगायत अन्य रोगका विभिन्न खोपहरूबाट हुनसक्ने साइड इफेक्ट र कोभिड-१९ सँग समेत तुलना गर्दै कोभिड-१९ खोपबाट देखिने साइड इफेक्टहरू सामान्य हुन् र साइड इफेक्टहरूको जोखिमभन्दा कोभिड-१९ को जोखिम धेरै उच्च हुन्छ भन्ने कुरा देखाउनुपर्छ ।

कोभिड-१९ खोपहरूको साइड इफेक्टहरू बताउनु धेरै उपयोगी हुन्छ किनभने यस्ता साइड इफेक्टहरूबाटे चर्चा भएको हुँदैन । खोपको बारेमा खुला तथा पारदर्शी वार्तालापहरू र मानिसलाई पहिलै थाहा भएका कुरासँग यसले गर्ने तुलनात्मक मापनले खोपको ग्रहण बढाउन सक्छ । त्यसैगरी, साइड इफेक्टहरूको सम्बन्धमा गरिने छलफलले स्थानीय रूपमा फैलिएका हल्लाहरूको सम्बोधनलाई समेत लक्षित गर्नुपर्छ ।

यो जानकारी स्वास्थ्यकर्मी र महिला सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी लगायतका विश्वसनीय स्रोतहरूमार्फत प्रवाह गर्नुहोस् । यसले सन्देशको विश्वसनीयता बढाउँछ र स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई चिन्ता र हल्लाहरूको सम्बोधन गर्न सजितो हुन्छ । समुदायका मानिसहरूले स्थानीय स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई धेरै कुरा थाहा भएको व्यक्तिको रूपमा लिन्छन् र उनीहरूलाई सूचनाको लागि विश्वास गर्दछन् ।

चिन्तित मानिसका लागि गतिविधि

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

संज्ञानात्मक असहमति सिर्जना हुने : मानिसले संज्ञानात्मक असहमतीको अनुभव गर्दा वा दिमागमा प्रतिस्पर्धात्मक सोचहरू रहेंदा असहज महसुस गर्दछन् । मानिसहरूले कोभिड-१९ खोपहरूलाई अन्य खोपहरूसँग तुलना गरी अन्य खोपहरूप्रतिको आफूमा रहेको सकारात्मक दृष्टिकोणसँग कोभिड-१९ खोपहरूसम्बन्धी रहेको दृष्टिकोणलाई दाँजेर हेर्न सक्छन् ।

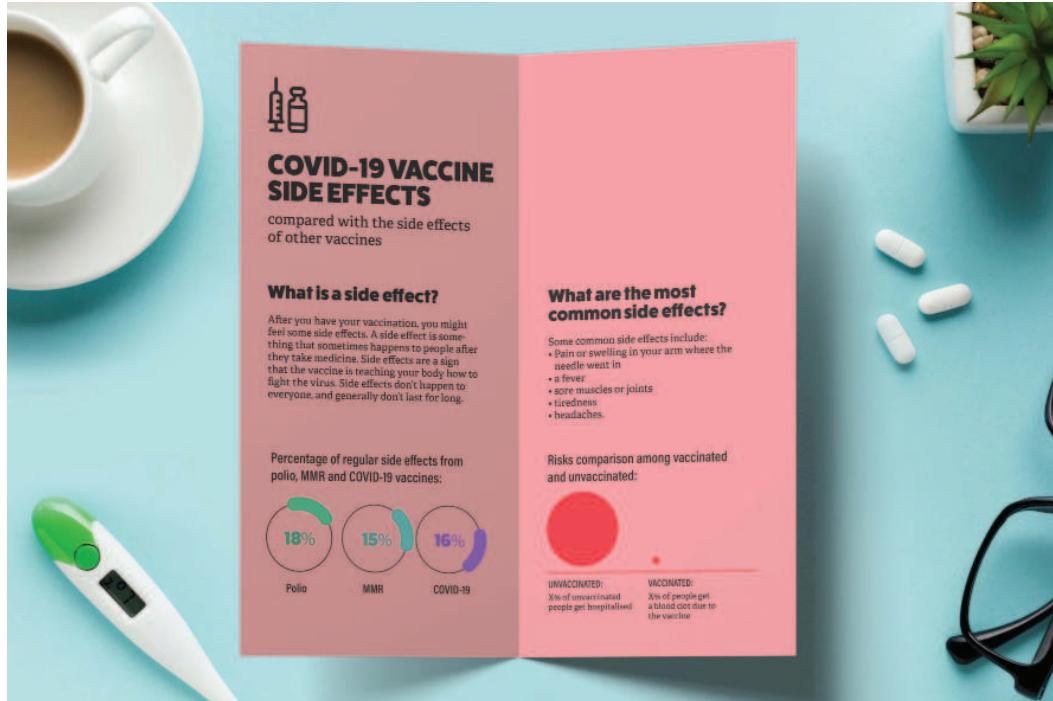
सापेक्षता : मानिसलाई अमूर्त वा भावात्मक सूचनाहरूको प्रशोधन गर्न कठिन हुन्छ । जोखिमलाई अझ बढी स्पष्ट बनाउनका लागि यी जोखिमहरूलाई थाहा भएका अन्य अनुभवहरूसँग तुलना गर्नुपर्छ ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप

उपयोग गर्न सकिने सम्भावित सन्देशवाहकहरूको बारेमा विचार गर्नुहोस् :

- पत्रकारहरू । पत्रकारहरू अग्रपक्तिमा रहन र विभिन्न माध्यमबाट रिपोर्ट गर्ने सक्छन् ।
- खोप लगाएका मानिसहरू । यी मानिसले स्वास्थ्यकर्मीहरूसँगै टीभी वा रेडियोबाट आफ्नो अनुभव सुनाएर जनमानसमा चेतना फैलाउन सक्नेछन् ।

गतिविधि नमुना -
लघु कार्यसहयोगी
सामग्री



३.

अन्य स्वास्थ्य सेवाहरूसँगै खोप सेवा र परामर्शलाई आबद्ध गर्ने

लक्षित जनसङ्ख्या

प्रजनन उमेरका महिला (जो प्रजनन क्षमताबाटे
(चिन्तित छन्))

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

साइड इफेक्टको डर

गतिविधि विवरण

परिवार नियोजन, बच्चा जन्माउनु अघिको सेवा, बच्चा जन्माइसकेपछिको सेवा, बालबालिकाको खोप र आमा समूहलाई दिइने परामर्श जस्ता नियमित स्वास्थ्य सेवा प्रदान गर्ने ऋत्तमा खोप लगाउनुको फाइदाहरूबाटे संक्षिप्त जानकारी प्रदान गर्ने र खोप लगाउन के गर्नुपर्छ भनेबाटे बताउने। खोप लगाउने अवसर सोही दिन वा परिवार नियोजनका सेवासँगै दिनु उपयुक्त हुन्छ, वा खोप लगाउने मनसायको कार्यान्वयन गर्ने कार्ड प्रदान पनि गर्न सकिन्छ जसले व्यक्तिलाई कहिले खोप लगाउने भन्ने कुराको योजना बनाउन मद्दत गर्छ।

स्वस्थ रहन र आफ्झो परिवारको रेखदेख गर्नको लागि खोप लगाउनु अत्यावश्यक कुरा हो भन्ने देखाउने।

सेवाग्राहीलाई खोप लगाउने प्रक्रियाको बारेमा जानकारी दिन खोप योजना फारामको प्रयोग गर्ने र उनीहरूले के के गर्नुपर्छ भन्ने कुरा स्परण गराउने।

ध.

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

प्रभावहरू प्रस्तुत गर्ने र पहिचानको लागि अपील गर्ने : मानिसले सूचनालाई कसरी व्याख्या गर्नु भन्ने कुराभन्दा महत्वपूर्ण भनेको सूचनालाई कसरी प्रस्तुत गरिन्छ भन्ने हो। खोप लगाउनु आफ्झो स्वास्थ्यको लागि मात्र नभए परिवारको लागि पनि हो भन्ने कुरा प्रस्तुत गर्नु आमाहरूको पहिचानलाई अपील गर्नको लागि पनि उपयोगी हुनसक्छ।

कार्यान्वयन मनसाय : मानिसहरूले आफ्झो मनसायलाई तब पूर्णता दिने धैरै सम्भावना हुन्छ जब उनीहरूले कुनै कार्य कसरी र कहिले गर्ने भन्नेमा खास योजना बनाउँछन् (जस्तै खोप लगाउने)।

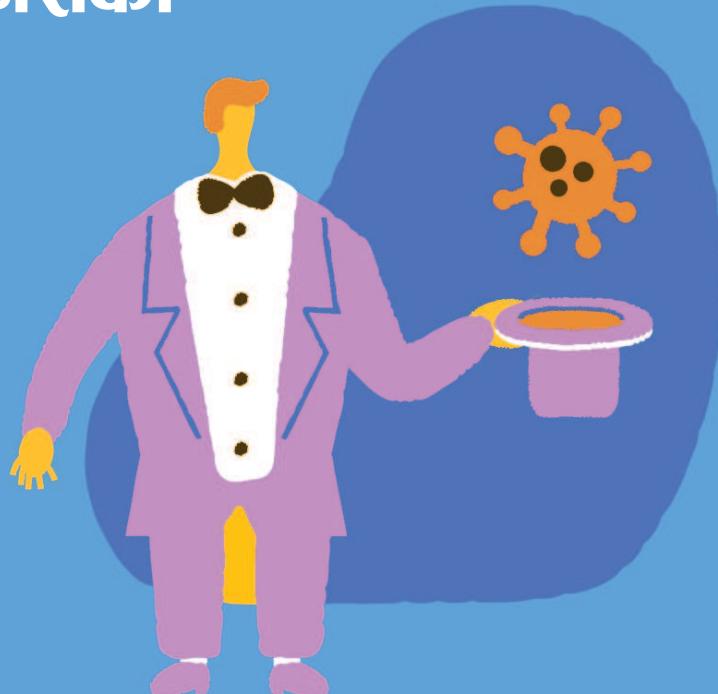
कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- खोपको फाइदाका बारेमा जानकारी साभा गर्न स्वास्थ्यकर्मीहरूले प्रयोग गर्न सक्ने छोटो दृश्यात्मक सामग्रीहरू तयार गर्ने।
- स्वास्थ्य केन्द्र वा स्वास्थ्य चौकीहरूसँग मिलेर खोप योजना फाराम तयार गरी साभा गर्ने।
- सेवाग्राहीलाई खोप योजना फाराम भर्न सहयोग गर्ने उपयुक्त स्वास्थ्यकर्मी वा स्वयंसेवीहरूको पहिचान गर्ने (ताकि स्वास्थ्यकर्मीहरूमा धैरै बोक्ख नपरोस्न)।

गतिविधि नमुना-
कोभिड-१९ खोप
योजना कार्ड



धर्म वा संस्कृतिका गुरुहस्बाट
**समर्थन खोज्ने मानिसका
लागि गतिविधि**



खोप लगाउने कुरामा प्रोत्साहित गर्ने प्रचलित धार्मिक उत्सव तथा कार्यक्रमको उपयोग गर्दै धर्म र संस्कृतिका गुरुहरूबाट सन्देश दिन लगाउने ।

लक्षित जनसङ्ख्या

सबै वयस्कहरू (ग्रामीण र सहरी दुवै क्षेत्रका)

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

साइड इफेक्टको डर

आमक हल्ला तथा गलत सचना

धार्मिक गुरुबाट समर्थनको कमी

गतिविधि विवरण

धर्मगुरुहरूसँग मिलेर खोप लगाउनुपर्ने सम्बन्धमा उनीहरूको तर्कसंहितको छोटो सदेश तयार गर्नुहोस् वा धार्मिक गुरुहरूबाट खोप लगाउने कुराको वृहत समर्थन देखाउने खुला पत्रमा हस्ताक्षर लिनुहोस् । यसलाई फोनमार्फत, स्वचालित अन्तर्क्रियात्मक आवाजबाट वा प्रचलित धार्मिक भेला वा चाडपर्व (जस्तै तिहारमा हुने देउसी भैलो कार्यक्रम) आदि मार्फत प्रचारप्रसार गर्न सकिन्छ । यी सन्देशलाई धार्मिक उत्सवमा गाइने छोटो गीत वा भजनमा समेल गर्नुहोस् ।

यी सन्देशपालि स्थानीय मन्दिर वा पुजास्थलहरूमा स्वास्थ्यकर्मी र विज्ञाहरूलाई बोलाएर खोप अभियानको आयोजना गर्नु राग्नो हुनेछ । यसरी स्वास्थ्य सूचनाको विश्वसनीय स्रोतहरूको उपयोग गर्न सकिन्छ । यो कार्य यी ठाउँहरूमा धेरै मानिसहरू भेला हुने दिनमा गर्नु धेरै उपयुक्त हनेछ (जस्तै एकादशी, शिवरात्री, सरस्वतीपूजा, छठ जस्ता चाडपर्वको दिनहरूमा) ।

समर्थन खोज्ने मानिसका लागि गतिविधि

२१

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

सन्देश वाहकको प्रभावहरू : सर्वसाधारणले सन्देशमा विश्वास गर्ने मुख्य आधार भनेको सन्देश कसले प्रवाह गरिएहोको छ त्यसमा भर पर्दछ । धर्मगुरुहरूमा समुदायले उच्च विश्वास गर्ने कुरालाई ध्यानमा राख्दै उनीहरूबाट खोप कार्यक्रमको समर्थन गराउन सकिएमा यसले खास जनसङ्ख्या वर्ग र समूहमा विश्वास वृद्धि गर्नेछ ।

भफ्टलाई कम गर्ने : मानिसहरूको पहिले नै जमघट भएको धार्मिक कार्यक्रमहरूमा खोप कार्यक्रम सञ्चालन गर्दा यसले मानिसहरूलाई छुट्टै खोप केन्द्रहरूको खोजी गरी खोप लगाउन जाने भफ्टलाई कम गर्दछ ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

कुनै खास परिवेश वा स्थानमा सबभन्दा विश्वसनीय सूचना स्रोत को हुन भनेमा विचार गर्नुहोस् :

- डाकटर, नर्स वा सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी लगायतका स्वास्थ्य सम्बन्धी जानकार व्यक्तिहरूलाई बढी रुचाइन्छ ।
- तपाईं केन्द्रित हुन चाहेको क्षेत्रमा कुन माध्यम बढी प्रयोगमा आउँछ भन्ने कुरालाई ध्यानमा राख्दै सन्देशहरू प्रसारण गर्ने सबभन्दा उपयुक्त माध्यम पाहिचान गर्ने ।

गतिविधि नमुना -
सचेतना जगाउन
सामुदायिक
अगुवाबाट गरिएको
सार्वजनिक कार्यक्रम



यो महामारीबाट हाम्रो समुदायलाई जोगाउन हामीले सबै सबै गर्नुपर्छ । खोप वा खोप कार्यक्रमको बरेमा तपाईंले सुन्ने सबै भुटो सूचनाहस्तलाई वेवास्ता गर्न म सबैलाई आग्रह गर्दछु ।

खोप कार्यक्रमले तपाईं र तपाईंको समुदायलाई रक्षा गर्दैछ । मैले खोप लगाएको छु र के विश्वास गर्नु भने एउटा समाजको नाताले यो भाइरससँग लड्ने एकमात्र उपाय भनेको हामी सबैले खोप लगाउनु नै हो ।

धार्मिक केन्द्रहरूमा खोप कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने र मन्दिर तथा प्रार्थनाका अन्य स्थलहरूमा रहेका मानिसलाई सबैसामु खोप लगाउने प्रतिबद्धता व्यक्त गर्ने भन्ने ।

लक्षित जनसङ्ख्या

धार्मिक समुदायका सबै वयस्कहरू

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

धार्मिक गुरुबाट समर्थनको कमी

साइड इफेक्टको डर

खोप कार्यक्रम सम्मको दूरी

गतिविधि विवरण

धार्मिक सेवाका कार्यहरूको दोरान, विशेषगरी मानिसहरूलाई चन्द्राको वाचा गर्न आग्रह गर्ने परम्पराहरू सँगसँगै खोप लगाउनेबारे सूचना भएका साना प्रतिबद्धता कार्डहरू वितरण गरी भेलाका सहभागीहरूलाई आफ्नो धार्मिक समुदायको सुरक्षाका लागि खोप लगाउने वाचा गर्न आग्रह गर्न सकिन्छ । धर्मानुहरूले खोप लगाउनुको महत्वको बारेमा बोल्चन् र खोप लगाउनु भनेको धार्मिक समुदायको जिम्मेवार सदस्य हुनु हो भन्ने कुरा प्रस्तुत गर्दछन् । मानिसहरूलाई आफ्नो प्रतिबद्धताहरू सार्वजनिक रूपमा अरुलाई देखाउनका लागि ठाउँ सिर्जना गर्नुहोस् ।

सम्भव भएका स्थानमा, पूजा गर्ने ठाउँ वा सो नजिकै खोप सञ्चालन गर्ने र त्यहाँ खोप लगाउने प्रतिबद्धता गराउने कुराको अनुगमन गर्नुहोस् र धार्मिक गुरुहरूले मानिसलाई प्रतिबद्धताको बारेमा स्परण गराउने कुराको सुनिश्चित गर्नुहोस् ।

समर्थन खोज्ने मानिसका लागि गतिविधि

२३

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

प्रतिबद्धता पत्रहरू : मानिसले निजी वा सार्वजनिक रूपमा कुै कार्य गर्ने प्रतिबद्धता गरेका छन् भन्ने त्यस कार्यलाई पूर्णता दिन अघि बढ्ने बढी सम्भावना हुन्छ ।

प्रभावहरूलाई प्रस्तुत गर्ने र पहिचानलाई अपील गर्ने : मानिसले सूचनालाई कसरी व्याख्या गर्न्छ भन्ने भन्दा महत्वपूर्ण भनेको सूचनालाई कसरी प्रस्तुत गरिन्छ भन्ने हो । खोप लगाउने कुरालाई आफ्नो स्वास्थ्यको लागि मात्र नभएर धार्मिक समुदायको एउटा जिम्मेवार सदस्य हुनु हो भन्ने कुरा प्रस्तुत गर्नुहोस् मानिसलाई खोप लाउन प्रोत्साहित गर्न सक्छ किनभने यो व्यक्तिको धार्मिक पहिचानसँग जोडिएको हुन्छ ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- प्रतिबद्धता कार्डको ढाँचा तयार गर्ने, जसलाई धार्मिक संघसंस्थाहरूमा वितरण गर्न सकिन्छ ।
- उपयुक्त समयमा सञ्चालन गरिने खोप अभियानको लागि पैरवी गर्ने (धार्मिक सेवा वा कार्यक्रमहरू लगातै, तर तिनीहरूलाई बाधा गर्ने किसिमते होइन)

गतिविधि नमुना-
प्रतिबद्धता कार्ड



आफूले लगाउन चाहेको खोपको प्रकार
**नपाउँदा खोप लगाउन
ठिलाइ गरिरहेका
मानिसहरूका लागि
गतिविधि**



६.

खोप नलगाउनु भन्दा जुनसुकै भए पनि खोप लगाउनु धेरै राम्रो हो भन्नेबारे बताउँदै सबै खोपको सकारात्मक पक्ष तिनीहरूबीच रहेका समान विशेषताहरूबारे बताउने ।

लक्षित जनसङ्ख्या

वयस्क पुरुष (चाहेको खोपको प्रकार पाएमा खोप
लगाउन चाहनेहरू)

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

छनौट सीमित रहेको छ भन्ने बुझाइ
कुनै खास खोपको प्रकार अन्यभन्दा बढी प्रभावकारी
छ भन्ने मानसिक धारणा

गतिविधि विवरण

सबै खोपहरूको प्रभाव क्षमताको बारेमा बताउन प्रचारप्रसारको बहुमाध्यम निर्माण गर्ने र कुनै पनि खोप लगाउनु भनेको खोप नै नलगाउनुभन्दा धेरै लाभदायक हुने कुरामा जोड दिने । खोप लगाएका (जुनसुकै खोप) र नलगाएकाहरूबीच तुलना गर्दै जोखिम/मृत्यु/काम गर्न वा काममा जान नसकेका दिनहरूको दृश्य तथ्याङ्क प्रस्तुत गर्ने ।

खोपहरूभित्र पनि सामाजिक प्रमाणको उपयोग गर्ने र सबै खोपहरूमा रहेका समानता देखाउने, जस्तै सबै खोपहरूले विश्व स्वास्थ्य संगठनबाट स्वीकृत भएका छन्, र यी सबै खोपहरू यति सझेख्यान्दा धेरै मानिसलाई दिइएको छ । तथ्याङ्क छ भने खोप लगाइनु भन्दा पहिलेको र खोप पछिको मृत्युदरको छोटो दृश्यात्मक तथ्याङ्क प्रस्तुत गर्ने ।

चाहेको खोपको लागि पर्खने भनी खोप नलगाई बस्ता के कुरा गुम्न सक्छ भन्ने कुरा जोड दिन नोकसानीबाट बच्ने अवधारणाको उपयोग गर्ने । पछि कोभिड-१९ लागेर अस्पताल नै भर्ना हुनुपर्यो भने खोपको लागि पर्खिदाको कुरामा हुने पछुतोमा जोड दिन पछुतोबाट बच्ने अवधारणाको उपयोग गर्ने ।

यस अभियानको नकारात्मक र सकारात्मक दुवै पक्षको समीक्षा गरी प्रस्तुत गर्ने कुरामा विचार गर्ने । कतिपय मानिसले नकारात्मक पक्षमा राम्रो प्रतिक्रिया दिन सक्छन्, जस्तै खोप नलगाउँदा हुने जोखिम वा खोप नलगाएकामध्येबाट भएका मृत्युहरूको सझेख्या बताउने आदि । त्यसैगरी, अन्य मानिसले खोप लगाउँदा हुने फाइदाको बारेमा राम्रो प्रतिक्रिया दिन सक्छन्, जस्तै

खोपको प्रकार नपाउँदा खोप लगाउन ढिलाइ

कोभिड गम्भीर हुनबाट रोक्ने वा रोगप्रतिरक्षा प्रणाली बलियो हुने कुरा भन्न सक्छन् ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

सापेक्षता : जोखिमहरू छुट्टै रूपमा प्रशोधन गर्न मानिसलाई कठिन हुन्छ । प्रत्येक खोपहरूसँग सम्बन्धित छुट्टै जोखिमहरू बताउनुभन्दा खोप नलगाउँदाको जोखिम र खोप लगाउँदाको जोखिमलाई तुलनात्मक रूपमा प्रस्तुत गर्नुहोस् ।

नोकसानबाट बच्ने : मानिसहरू लाभभन्दा नोकसानप्रति बढी सतर्क हुन्छन् । त्यसैले, खोप लगाइनुलाई लाभको पक्षबाट मात्र प्रस्तुत गर्नुको साटो खोप नलगाउँदा के कुरा गुम्न सक्छ भन्ने नोकसानको पक्षबाट पनि खोपलाई प्रस्तुत गर्नुपर्छ ।

पछुतो हुनबाट बच्ने : पछि पछुतो नहोसु भनेर मानिसहरूले निर्णयहरू गर्न्छन् । खोप लगाउन ढिलो गरेमा पछि कोभिड-१९ भएर बिरामी हुँदा पछुताउनुपर्ने पनि हुनसक्छ भन्ने सन्देशलाई जोड दिनुहोस् ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

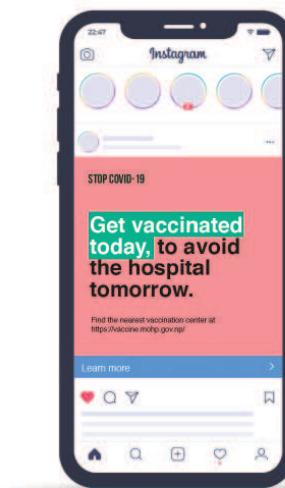
सूचनाहरू प्रवाह गर्न उपयुक्त माध्यमहरू पहिचान गर्नुहोस्, यसमा :

- सामाजिक सञ्जाल (फेसबुक, टिकटक, इन्स्टाग्राम)
- समाचार कार्यक्रमहरू (रेडियो र टिभी)
- सबैले देखन सक्ने ठाउँमा टाँसनका लागि जोखिम सम्बन्धी सामान्य तर सही दृश्य सामग्रीहरू बनाउने (यो बजार, बसहरू आदिमा टाँसन सकिन्छ) ।

गतिविधि नमुना -
सूचना प्रशारणका
बहुमाध्यम



Photo: Lucien Alexe from Unsplash



समयमै र सहज रूपमा

खोपमा पहुँच नहुने मानिसका लागि गतिविधि



मानिसको उपलब्धता अनुसार खोप कार्यक्रमको समय तालिका बनाउने

लक्षित जनसङ्ख्या

कलेज पढ्ने विद्यार्थी

दैनिक ज्यालादारी कामदार

अभिभावक

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

खोप कार्यक्रमको लागि असहज समय

प्रतिस्पर्धात्मक प्राथमिकताहरू

भीडभाड भएको स्वास्थ्य केन्द्रमा जान डर

गतिविधि विवरण

विभिन्न वर्ग (विद्यार्थी, दैनिक ज्यालादारी गर्ने श्रीमिक, अभिभावक)का लागि उनीहरूलाई अनुकूल हुने समय पहिचान गर्ने । यो विहान वा बेलुका वा शनिवार वा अन्य छुट्टीका दिन हुन सक्छ । यसरी खोपका लागि छुट्याइएको समयबाटे उनीहरूलाई जानकारी गराउने र उनीहरूजस्तै अन्य कामदार, विद्यार्थी वा अभिभावकले यी समयमा खोप लगाउन जान सहज महसुस गर्न सक्नेछन् भनी बताउने ।

सम्भव भएका ठाउँमा खोप कार्यक्रमलाई सोभै कलेज, विश्वविद्यालय वा काम गर्ने ठाउँमा सञ्चालन गर्ने ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि :

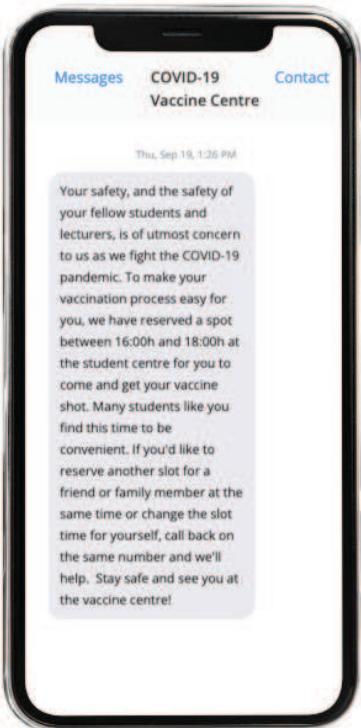
भफ्भट कम गर्ने : खोपलाई मानिसहरू रहने ठाउँमा नै पुऱ्याएर खोपसम्बन्धी प्रक्रियाको भफ्भटलाई कम गर्ने । खोप कहिले र कहाँ लगाउने होला भन्ने निर्णय गर्ने सम्बन्धमा रहने संज्ञानात्मक दुविधापन हटाउने ।

पारस्परिकता र दूर्लभता : मानिसलाई उनीहरूको लागि खोप छुट्याएर राखिएको छ भन्ने थाहा दिएपा यसले उनीहरूलाई खोप लगाउन प्रोत्साहित गर्दछ भन्ने कुरा अनुसन्धानले देखाएको छ । खोप केन्द्रले उनीहरूको लागि खोप छुट्याएर राखेको छ भन्ने जानकारी भएपा खोप केन्द्र जानुपर्छ भन्ने दायित्व महसुसले यसलाई प्रेरित गरेको हुन सक्छ ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- खास जनसङ्ख्या समूहका प्रतिनिधिसँग मिलेर अनुसन्धान गरी खोपको लागि सबभन्दा उपयुक्त समय पहिचान गर्ने । हाप्रो अनुसन्धानले दैनिक ज्यालादारी कामदारका लागि बेलुकाको समय सबैभन्दा सहज र उपयुक्त हुने देखाएको छ ।
- ती मानिसहरूलाई उनीहरूको लागि खोप कृन समयका लागि र कहाँ छुट्याइएको छ भन्ने थाहा दिन एसएमएस सन्देशहरू पठाउने ।
- खोप लगाउने बुथहरू देखिने ठाउँमा रहेको र उनीहरूले सजिलै भेट्नसक्ने र यसबाट सामाजिक प्रमाण सिर्जना हुने सुनिश्चित गर्ने ।

गतिविधि नमुना -
खोप आरक्षण सन्देश



८.

काम गर्ने ठाउँ र शिक्षण संस्थाहरूमा खोप सञ्चालन गर्ने

लक्षित जनसङ्ख्या

शिक्षण संस्थाका विद्यार्थी

दैनिक ज्यालादारी कामदार

अफिसमा कार्यरत कर्मचारीहरू

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

**खोप लगाउने ठाउँमा पुन वा प्रक्रिया पालना
गर्न असहज हुने**

प्रतिस्पर्धात्मक प्राथमिकताहरू

**खोप लगाउनका लागि भीडभाड हुने
स्वास्थ्य केन्द्रमा जान डर**

गतिविधि विवरण

कलेज र काम गर्ने स्थलमा (कारखाना वा कार्यालय भवन) घुम्टी खोप कार्यक्रम आयोजना गर्ने । यी संस्थाहरूलाई उनीहरूको प्रयासको बारेमा प्रवर्द्धनात्मक भिडियो निर्माण गर्न सहयोग गर्ने, ताकि शिक्षाकर्मी/रोजगारदाताहरूलाई यो कार्यक्रम एउटा सहुलियतको रूपमा प्रदान गर्नका लागि नियम बनाउन सकियोस् । रोजगारदाता र विश्वविद्यालयहरूले विद्यार्थी/कामदारहरूलाई खोप लगाउन खास समय छुट्याएर काम/कक्षाबाट छुट्टी दिन सक्नेछ । क्याम्पसमा खोपसम्बन्धी जानकारी बुथ सञ्चालन गरी त्यहाँ विज्ञ र खोपसम्बन्धी अन्य पैरवीकर्ताहरूबाट साइड इफेक्ट वा भ्रामक हल्लाहरूका बारेमा रहेका कुनै पनि चिन्ताको सम्बोधन गर्ने ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

लघु सहुलियत : मानिसलाई सानो सहुलियत (जस्तै विद्यालय वा कामबाट छुट्टी दिन्दा) क्याम्पस वा कार्यालयमा खोप लगाउनको लागि प्रोत्साहनको रूपमा कार्य गर्दछ ।

भन्भट कम गर्ने : सम्भव भएका ठाउँमा खोप केन्द्रसम्म जान हुने भन्भटहरू घटाउने उपाय खोज्नुहोस् ।

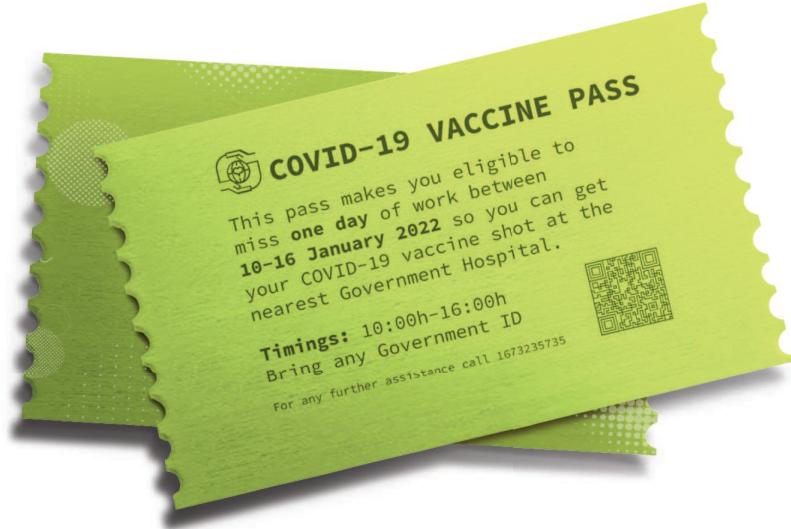
समयमै र सहज रूपमा खोपमा पहुँच

ठीक समयमा जानकारी दिने : मनसाय उच्च रहेको बेलामा त्यसमा कार्य गर्ने मानिसहरू उत्साहित र तत्पर रहेका हुन्छन् । जानकारी बुथबाट खोपको बारेमा सकारात्मक जानकारी प्राप्त गरेपछि लगतै खोप लगाउने अवसर प्रदान गर्नुहोस् ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- बुथहरूलाई रमाइलो र दृश्यात्मक रूपमा अपील गर्ने खालको आकर्षक बनाउनुहोस् । सजावट रंगीन रहेको, संगीत बजेको र खोपको समयमा वा खोपपछि निःशुल्क खाजाको व्यवस्था गरेको सुनिश्चित गर्नुहोस् ।
- खोप लगाउनका लागि अपोइन्टमेन्ट प्रणाली बनाउने र विद्यार्थी वा कामदारका लागि एसएमएसबाट अपोइन्टमेन्ट समय पठाउने ताकि खोप लगाउनका लागि उनीहरूले लापो लाइनमा बस्नु नपरोस् ।

गतिविधि नमुना -
कोभिड-१९ खोपको
लागि पासहरू
व्यवस्था गर्ने



खोप लगाउने प्रक्रिया र
**खोपको उपलब्धताबाटे
थाहा नभएका
मानिसका लागि
गतिविधि**



९.

खोपको उपलब्धताबारे पछिल्लो ताजा जानकारी दिन हाटबजारमा जनहितका सूचना प्रशारण गर्ने

लक्षित जनसङ्ख्या

**वयस्क र युवा मानिसहरू (सहरबाहिर र
ग्रामीण क्षेत्रमा रहेका)**

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

**खोप लगाउने प्रक्रिया र खोपको उपलब्धिता
बारेको अनिश्चितता**

गतिविधि विवरण

कोभिड खोप कहाँ र कहिले उपलब्ध हुनेछ, कति दिनका लागि उपलब्ध हुनेछ, कुन उमेर समूह/जनसङ्ख्याका लागि र परिचय प्रमाणित हुनका लागि बोक्नुपर्ने कागजातका प्रकारबारे जनकारी प्रदान गर्ने हाटबजारहरूमा माइक्रोट सूचना तथा संदेश प्रवाह गर्ने। सामुदायिक स्वयंसेवीहरूले कार्यान्वयन मनसाय कार्ड (खोप मनसाय कार्ड) वितरण गर्नेछन् र त्यसमा मानिसहरूले खोप लगाउन सक्ने निश्चित समय र मितिका लागि योजना बनाउन सक्छन्।

एउटा बुथले मेहन्दी लगाउने कार्यक्रम गर्नेछ। त्यहाँ मानिसले आफ्नो हातमा खोप लगाउने दिनको बारेमा स्मरण गराउने समय राख्न सक्नेछन्। बुथहरूले खोप लगाइसकेकाहरूका लागि पनि खास मेहन्दी लगाउने कार्यक्रम गर्न सक्छन् र खोप लगाएकोमा गर्व गर्ने कुरा उनीहरूले लेख्न सक्छन्। अन्य बुथहरूले मानिसलाई खोप लगाउनेबाबे स्मरण गराउन स्टिकर र बिल्लाहरू प्रदान गर्न सक्छ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

स्मरण गराउन स्पष्ट देखिने कुराहरू : मानिसले कतिपय कुरामा त्याति ध्यान दिने गर्दैनन्। मानिसलाई उनीहरूको मनसायलाई पूर्णता दिन प्रोत्साहित गर्न सांस्कृतिक रूपमा सान्दर्भिक स्मरण गराउने कुराहरू (जस्तै मेहन्दी) प्रयोग गर्नेबरेमा विचार गर्ने। यसले उनीहरूलाई अन्य

खोप लगाउने प्रक्रिया र खोपको उपलब्धता

प्राथमिकताका कुराहरू र जीवनका घटनाक्रमले अन्यत्र ध्यान मोडिने अवस्थामा पनि स्मरण गराउन सहयोग गर्दछ।

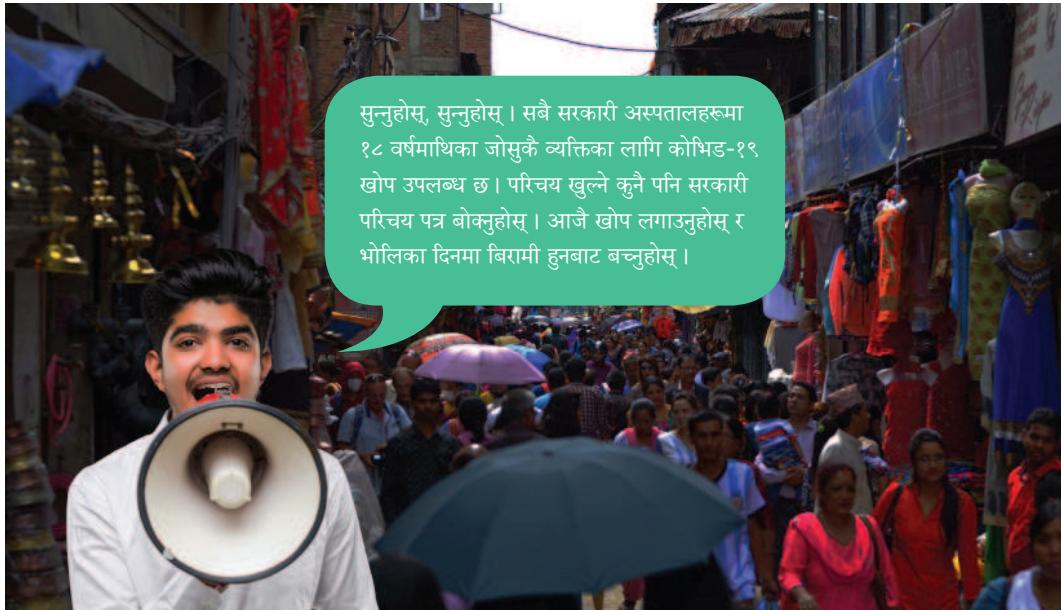
कार्यान्वयन मनसायहरू :

मानिसहरूले आफ्नो मनसायलाई तब पूर्णता दिने धेरै सम्भावना हुन्छ जब उनीहरूले कुनै कार्य कसरी र कहिले गर्ने भनेमा खास योजना बनाउँछन् (जस्तै खोप लगाउने)।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- संदेशहरू प्रवाह गर्नका लागि विश्वास गरिने संदेशवाहक प्रयोग गर्ने कुरामा विचार गर्ने, जस्तै स्वास्थ्यकर्मी, धार्मिक गुरु र समुदायभित्रका खोप लगाएका व्यक्ति।
- मानिसहरूलाई मनसाय कार्ड वितरण गरी भर्न लगाउने।
- तपाईंको लक्षित समुदायमा सांस्कृतिक रूपमा उपयुक्त सम्भन्ना दिलाउन कुन दृश्य सामग्रीले (स्टिकर, बिल्ला, कार्ड आदिले) काम गर्ने भनेमा विचार गर्ने।

गतिविधि नमुना -
खोपको उपलब्धता
र कहाँ लगाउने
भन्नेबारे जानकारी
माइकबाट दिने



१०.

खोप कार्यक्रममा समुदायको स्वामित्व सिर्जना गर्ने सामुदायिक भेलाको उपयोग गर्ने

लक्षित जनसङ्ख्या

वयस्क र युवा मानिस

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

खोप लगाउने प्रक्रिया र खोपको उपलब्धता
बारेमा अनिश्चितता

गतिविधि विवरण

समुदायमा कहिले, कहाँ र कसरी खोपहरू उपलब्ध हुनेछन् वा उपलब्ध रहेका छन् भने बारेमा समुदायको नियमित भेलाहरूमा (जस्तै टोल सरसफाइ कार्यक्रममा) सूचना प्रवाह गर्न स्थानीय बडा अध्यक्षहरूलाई अनुरोध गर्ने। समुदाय भित्र खोप लगाउन कुन कुरा बाधक रहन सक्छ भन्ने कुरामा समुदायलाई सोच्च प्रोत्साहित गर्ने।

टोल सरसफाइ कार्यक्रम बाहेक, समुदायका सदस्यहरूले खोप केन्द्र जाने बाटो देखाउने संकेतहरू बनाउन र समुदायलाई सुरक्षित राख्न खोप लगाउने कुरामा प्रोत्साहित गर्ने भित्रे लेखनहरू तयार गर्न सक्छन्।

मानिसहरूलाई स्मरण गराउन र खोप लगाउने उत्साह कायम राखिएको सुनिश्चित गर्न यी भेलाहरूमा भएका छलफलहरूको सारांशलाई एसएमएस वा हवाट्सएप मेसेजहरूबाट पनि पठाउन सकिन्छ।

खोप लगाउने प्रक्रिया र खोपको उपलब्धता

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

सामाजिक प्रमाण : मानिसहरूले आफ्ना साथी र सहकर्मीहरूले पनि खोप राप्रोसँग लगाइरहेका छन् भनेमा विश्वस्त भएमा खोप लगाउने सम्भावना बढी हुन्छ। खोपको लागि सामाजिक नियमलाई सबैले देखासक्ने बनाउन छरिमेकमा हुने भेलाहरूलाई अवसरको रूपमा उपयोग गर्ने।

“आइकिया” प्रभाव : मानिसहरू आफैले बनाएका कुराहरू मन पराउँछन्। खोप लगाउने ठाँसम्म जाने सजिलो बाटो संकेत आफैले निर्माण गर्न समुदायलाई अनुरोध गर्नुले यस प्रक्रियामा स्वामित्वको भावना पैदा गर्छ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- तपाईंको समुदायमा भेला हुने उपयुक्त स्थानहरू पहिचान गर्ने (विद्यमान सामुदायिक भेलाका स्थानहरू)
- कोभिड-१९ खोप कार्यक्रमबाटे विश्वसनीय सन्देशवाहकले सही सूचनाहरू प्रवाह गर्ने कुराको सुनिश्चित गर्ने।
- खोप उपलब्धता र आपूर्ति सम्बन्धी पर्छिल्लो ताजा जानकारी राख्ने, ताकि तपाईंले समुदायमा कहिले र कहाँ खोपहरू उपलब्ध हुनेछन् भनी स्पष्ट बताउन सक्नुहुनेछ।

गतिविधि नमुना

-सडक छेउका

पर्खालमा भित्ति चित्र

र लेखन



खोपप्रति विश्वस्त नभएका
**मानिसका
लागि गतिविधि
(मापदण्डहरू पालना
गर्न तत्पर भए पनि)**



११.

समुदायका अन्य मानिसहरूलाई प्रेरित गर्ने खोपका हिरोहरू पहिचान गर्ने

लक्षित जनसङ्ख्या

सबै वयस्क र युवा मानिसहरू । यसमा पनि विशेषगरी
 युवा पृष्ठ (जो मापदण्डहरू पालना गर्न तत्पर भए
 पनि खोपप्रति विश्वस्त नहुने हुनसक्छन्) ।

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

खोप लगाउने कुरामा विश्वस्तताको कमी

गतिविधि विवरण

खोप केन्द्रमा खोप लगाउन आएका मानिसलाई छोटो तर विश्वस्त गराउने सूचनाहरू दिनुहोस् (यसमा खोप लगाउनु किन महत्वपूर्ण छ, र खोप लगाएका मानिसहरूको उदाहरण सहितको समर्थन सन्देश वा छोटो भिडियोहरूको प्रयोग गर्नु उपयोगी हुन सकछ) । त्यसपछि मानिसहरूलाई उनीहरू खोप किन लगाउँदैछन् भनेबारे छोटो भनाइ लेख्न वा आवाजमा रेकर्ड गरी कम्तीमा एकजना साथीलाई पठाउन अनुरोध गर्नुहोस् ।

मानिसहरूलाई मैले त कोभिट-१९ बिरुद्धको खोप लगाएँ, हजुरले नि ? लेखिएको बिल्ला बाँडनुहोस् । मानिसहरूलाई यी बिल्लाहरू लगाउन प्रोत्साहित गर्नुहोस् र खोप किन लगाउनुभयो (अरुले पनि किन लगाउनुपर्छ) भनेबारे कुराकानी गर्न उत्प्रेरित गर्नुहोस् ।

व्यवहार अन्तर्दृष्टि :

उत्प्रेरणामूलक अन्तर्वात्ता : यो विधि मानिसले व्यवहार परिवर्तनलाई उत्प्रेरित गर्ने कुराहरूमा चिन्तन गर्न र व्यवहार परिवर्तनमा रहेका दुविधा हटाउन प्रोत्साहित गर्न प्रयोग गरिन्छ । यसौ प्रकारका समान सिद्धान्तहरूको उपयोगले चिन्तन गर्ने कार्यमा प्रोत्साहित गर्दै खोपप्रतिको विश्वस्ततालाई बढाउन सकछ ।

खोपप्रति विश्वस्त नभएका मानिसका लागि

सन्देशवाहकको प्रभाव : आफ्ना साथी वा सहकर्मीहरूबाट आएका जानकारीमा मानिसले बढी विश्वास गर्ने हुन्छन् । खोप लगाउने छनौट गरेका साथीहरूबाट उत्प्रेरणामूलक सन्देशहरू साभा गर्दा करितपय मानिसहरूलाई सामान्य जानकारीमूलक सन्देशले भन्दा बढी प्रेरित गर्न सकछ ।

कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- मानिसहरूले खोप लगाउने छनौट किन गरे भन्ने कुराहरूमा जोड दिने स-साना भिडियो र अडियो सन्देशहरू बनाउने र त्यसलाई स्वास्थ्य संस्थाहरूमा वितरण गर्ने ।
- खोप पछिका अनुभवमूलक सन्देशहरू लेख्न वा रेकर्ड गर्न आवश्यक सामग्री सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी वा स्वयंसेवीहरूसँग रहेको सुनिश्चित गर्ने ।

गतिविधि नमुना -

खोप लगाएकाहरूका
लागि पिन भएका
ब्याचहरू



१२.

सेवाग्राहीको खोप प्रतिको चिन्ताबारे निर्धक भएर छलफल गर्न स्वास्थ्यकर्मीहरूको सीप बढाउने।

लक्षित जनसङ्ख्या

**स्वास्थ्यकर्मीहरू (उनीहरूका सेवाग्राहीहरू,
विशेषगरी महिला)**

हटाउनुपर्ने अवरोधहरू

खोपप्रति विश्वस्त नहुनु

खोपहरू बारेको जानकारीको कमी

गतिविधि विवरण

कुनै अन्तेरो बिना एक अकासँग प्रश्नहरू सोध्न र परामर्श गर्न सहयोग हुनेगरी साथी-साथीहरू बीच च्यानल बनाउने र यस च्यानललाई खोपसम्बन्धी जानकार व्यक्तिबाट सहजीकरण गर्ने। यस च्यानलले स्वास्थ्यकर्मीहरूको हिचकिचाहटको समेत सम्बोधन गर्नुपर्छ। हरेक हप्ता एकजना स्वास्थ्यकर्मीलाई मनोनित गरी सेवाग्राहीको चिन्ताको सम्बोधनमा सफल हुन उनीहरूलाई सहयोग गरेको खास रणनीतिबाटे छोटो भिडियो वा श्रव्य सन्देशहरू साझा गर्न लगाउने। कार्यक्रम सञ्चालकले कुनै पनि चिन्ता वा गलत सूचना प्रभावकारी रूपमा सम्बोधन गर्दछन् गर्ने कुराको सुनिश्चितता गर्ने।

यस साथी-साथी बीचको सिकाइ च्यानललाई स्वास्थ्य संस्थाहरूमा हुने साप्ताहिक बैठक वा छलफलमा एकीकृत गर्ने।

खोपप्रति विश्वस्त नभएका मानिसका लागि

व्यवहार अन्तर्दृष्टि

सामाजिक प्रमाण : स्वास्थ्यकर्मीहरू ताजा र अद्यावधिक सूचनाको लागि आफ्ना साथी वा सहकर्मीमा निर्भर रहन्छन्। स्वास्थ्यकर्मीमा हुने हिचकिचाहट दूर गर्न उनीहरूलाई आफ्नो विषयवस्तु सम्बोधन गर्न सक्षम बनाउने।

अनुमानी हुने : स्वास्थ्यकर्मीहरू व्यवस्त हुन्छन्। सेवाग्राहीसँग खोप कार्यक्रमबाटे छलफल गर्न लाने प्रयास र समयलाई कम गर्न उनीहरूलाई सरल, प्रभावकारी रणनीति प्रदान गर्ने। यसले उनीहरूलाई सबै भेटहरूमा खोपसम्बन्धी परामर्श पनि निर्धक भएर दिन सक्षम छन् भन्ने सुनिश्चित गर्दछ।

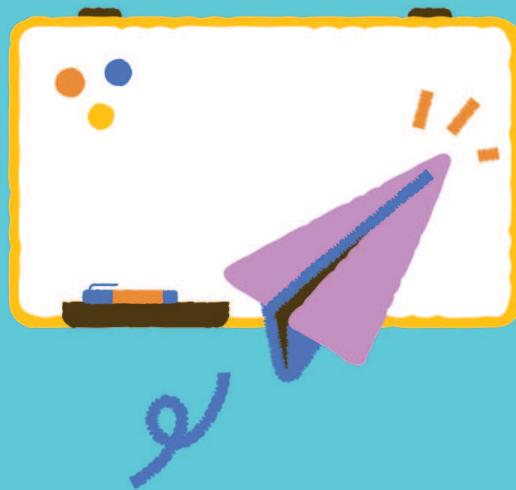
कार्यान्वयनका लागि क्रियाकलाप :

- प्रभावकारी सूचना प्रवाहका लागि सिकाइ र चुनौतीहरू विषयमा अन्तर अस्पताल (वा अन्तर स्वास्थ्यचौकी) छलफल सुरु गरी त्यसलाई निरन्तरता दिन प्रोत्साहित गर्ने।
- साथी-साथीहरू बीचको च्यानलहरूको प्रभावकारी अनुगमन र सञ्चालन गर्दै तिनीहरूले थप गलत सूचना फैलाउने माध्यम नबनेको सुनिश्चित गर्ने।

गतिविधि नमुना -
स्वास्थ्यकर्मीहरूबीच
साथी-साथी प्रश्नोत्तर



कार्यान्वयन सुभ्रातहरु



वर्कसीट

यस सहयोगी पुस्तिका पढ्दै जाँदा तपाईंले गर्ने निर्णयलाई अन्तिम रूप दिन यस वर्कसीटको प्रयोग गर्नुहोस् ।

अन्तमा, तपाईंले आफ्नो गतिविधि कार्यान्वयन गर्न सुरु गर्दा यो कार्यपुस्तिका एउटा सजिलो सन्दर्भ सामग्री बन्न सक्नेछ ।

खाली ठाउँ भर्नुहोस् ।

म क्षेत्रमा रहेका (जनसङ्ख्याको) लागि समाधान गर्दैछु ।

मैले (टूलो जनसङ्ख्या आकार/कोभिड-१९ को उच्च फैलावट) को कारणले गर्दा यो जनसङ्ख्या समूह रोजँ ।

मेरो जनसङ्ख्याले (क समस्या) सामना गर्नु परिहेको छ, विशेषगरी उनीहरूले (क अवरोध) सामना गरिरहेका छन् ।

यो समस्याको समाधान गर्न हामीले (यो पुस्तिकामा रहेको क गतिविधि) प्रयोग गर्दैछौं ।

हामीलाई विश्वास छ को कारणले गर्दा यो गतिविधि उच्च / मध्यम / न्यून प्रभावको हुनेछ ।

हामीलाई लाग्छ यो गतिविधिले धेरै/थोरै प्रयास लिनेछ ।

हाम्रो गतिविधि कार्यान्वयन गर्न हामीलाई (क, ख, ग कुराहरू) चाहिन्छ ।

यो गतिविधिलाई स्थानीय समुदायमा हामीले गरेका छलफलको आधारमा स्थानीय परिवेश अनुकूल बनाइनेछ ।

यदि जनसंख्याको % लाई पूर्ण आंशिक रूपमा (..... मिति सम्म) खोप लगाइयो भने सफलता मानिनेछ ।

हाम्रो गतिविधि भन्दा पहिले र पछि खोप लगाउने दरमा आएको परिवर्तन मापन गरेर यो गतिविधिको प्रभावकारिता मापन गरिनेछ ।

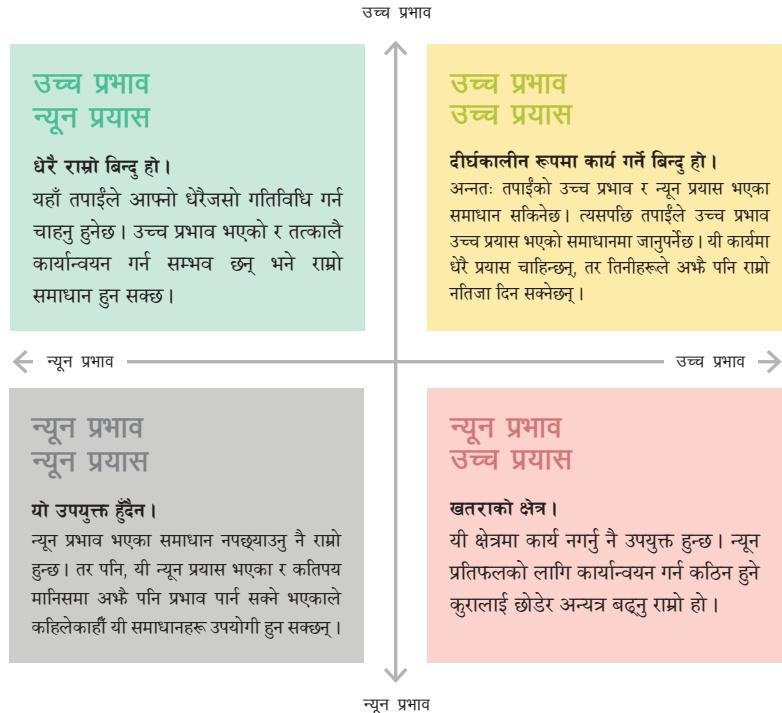
यो निर्देशिका प्रयोग गदा आफूलाई सोधनुपने प्रश्नहरू

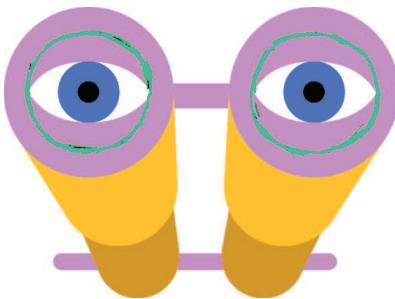
सही गतिविधि कसरी छनौट गर्ने

गतिविधिको गहिराइमा जानुभन्दा पहिले तपाईंले लक्षित गर्न खोजेको प्रमुख वर्ग र तिनीहरूले कुन अवरोधहरूको अनुभव गर्दछन् भन्ने कुरा बुझ्नु महत्वपूर्ण हुन्छ, तबमात्र तपाईंले उनीहरूको लागि प्रभावकारी गतिविधि विकास गर्न सक्नुहुन्छ।

धेरै अनुसन्धानमूलक अध्ययन र कार्यक्रमहरूमा देखिए भै सबभन्दा सफलतम गतिविधिले खास समयमा खास अवरोधहरूलाई लक्षित गर्दछ। यस पुस्तकाले १२ वटा गतिविधि सुझाए पनि यी गतिविधिहरू लक्षित जनसङ्ख्याको हुन, कहाँ सञ्चालन हुनेछ र कहिले हुनेछ भन्नेबाटे तपाईं आफूमा भएको ज्ञान अनुसार छनौट गर्नुपर्छ।

तपाईंले आफ्नो परिवेश अनुसार सम्भाव्य वा कार्यान्वयन गर्न सजिलो गतिविधि पनि छनौट गर्न सक्नुहुन्छ। तपाईंले परिमार्जन गरे पनि नियन्त्रण गर्न नसकिने छ वा सजिले कार्यान्वयन गर्न नसकिने छ भने तपाईंले फरक गतिविधि छनौट गर्नुपर्ने हुन्छ।





**तपाईंको छनौट प्रक्रियालाई
सहयोग गर्न यहाँ एउटा
जाँच सूची रहेको छ । यसमा
प्रत्येक गतिविधि समीक्षा
गर्दा तपाईंले आफूलाई
सोधन सबने केही मार्गदर्शन
प्रश्नहरू छन् ।**

गतिविधिको प्रभाव मापन गर्न प्रश्नहरू

१. के तपाईंले लक्षित जनसङ्ख्या छनौट गर्नुभयो ?

- हो होइन

२. तपाईंले छनौट गरेको जनसङ्ख्या दूलो छ ?

(अर्थात् २५ प्रतिशत वा सोभन्दा बढी जनसङ्ख्या)

- हो होइन

३. तपाईंले छनौट गरेको जनसङ्ख्याले यो क्षेत्रमा कोभिड-१९ को उच्च फैलावटलाई योगदान गरिरहेको छ वा उच्च मृत्युदर रहेको छ ?

- हो होइन

४. तपाईंले छनौट गरेको जनसङ्ख्याले यस पुस्तकामा प्रस्तुत गरिएको कुनै अवरोधहरू अनुभव गर्दछन् ?

- हो होइन

५. तपाईंले छनौट गरेको यो गतिविधि कार्यान्वयन गरिने भयो भने, के यसले खोप लगाउने दर धेरै बढाउँछ भन्ने लाम्छ ?

- हो होइन

रोकिनुहोस् । यी मध्ये धेरैजसो प्रश्नको उत्तर होइन आयो भने, तपाईंको गतिविधि न्यून प्रभावको हो । अरु नै कुनै छनौट गर्नुहोस् ।

यस तालिकामा तपाईंको गतिविधि कहाँ पर्दछ (कुनै एउटा छनौट गर्नुहोस्) ?

- उच्च प्रभाव न्यून प्रभाव

गतिविधिको प्रभाव मापन गर्न प्रश्नहरू

१. यो गतिविधि कार्यान्वयन गर्ने तपाईंसँग मोतहरू कुनै ?

- छ छैन

२. यो गतिविधिका लागि आवश्यक पर्सक्से परिवर्तनमाथि तपाईंको नियन्त्रण छ ?

- छ छैन

३. के यो गतिविधि तपाईंको क्षेत्रमा कार्यान्वयन छिटो र सहज हुनेछ ?

- छ छैन

रोकिनुहोस् । यी मध्ये धेरैजसो प्रश्नको उत्तर छैन भन्ने आयो भने तपाईंको गतिविधि उच्च प्रयास लाग्ने हो । गतिविधिको प्रभावले आवश्यक पर्से प्रयासको औचित्य सिद्ध गर्दछ वा गर्दैन भन्ने कुरा विचार गर्नुहोस् ।

यस तालिकामा तपाईंको गतिविधि कहाँ पर्दछ (कुनै एउटा छनौट गर्नुहोस्) ?

- उच्च प्रभाव न्यून प्रभाव

परिवेशगत तत्वहरूलाई तपाईंले कसरी ध्यान दिनुहुनेछ ।

कुनै पनि गतिविधि कार्यान्वयन गर्नुभन्दा पहिले त्यस गतिविधिसँग सम्बन्धित परिवेशगत तत्वहरूबाटे विचार गर्नु जरुरी हुन्छ । यो गर्नका लागि तपाईंले यस पुस्तिकामा प्रस्तुत गरिएका गतिविधिहरूलाई थप आकार दिन र परिमार्जन गर्न स्थानीय समुदायसँग कार्य गरेको सुनिश्चित गर्नुपर्ने हुनसक्छ । यहाँ सोधन सकिने प्रश्न र गतिविधिहरूलाई परिवेश अनुरूप बनाउँदा विचार गर्नुपर्ने पक्षहरूका केही उदाहरण छन् :

खोप नलगाउनुभन्दा कुनै पनि खोप लगाउनु राम्रो हो भन्ने जोड दिए सबै खोप राम्रो रहेको देखाउने र खोपहरूबीचको समानतामा जोड दिने
(विश्व स्वास्थ्य संगठनको स्वीकृति समेत)

स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई सक्षम बनाउने कोभिड-१९ र अन्य खोपहरूसँग तुलना गर्दै खोपको साइड इफेक्टबाटे जानकारी प्रस्तुत गर्नसक्ने बनाउने ।

पछिला ताजा जानकारी साभा गर्ने हल्ला विरुद्ध कार्य गर्ने विद्यार्थी समुहहरू परिचालन गरी युवाहरूमा सूचना प्रवाह गर्ने ।

खोप सेवा

र अन्य स्वास्थ्य सेवासम्बन्धी परामर्शलाई सँगसँगे लैजाने ।

खास समुदायमा पुन सबभन्दा राम्रो सन्देशवाहक को हुन सक्छन् ? धार्मिक गुरु, स्थानीय/परम्परागत अगुवाहरू, स्वास्थ्यकर्मी (सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी समेत), अभिभावक संघ वा नागरिक समाजका अन्य कुनै संस्थाहरूबाटे विचार गर्ने ।

सान्दर्भिक सन्दर्भ समूह को हुन् ? मानिसहरूसँग कस्तो प्रकारका साभा पहिचान रहेका छन् ?

समुदायका खास वर्ग वा समुहमा प्रभावकारी रूपमा पुन उपयुक्त र प्रभावकारी सम्पर्क स्थल कुन हो ?

परिवेशगत तत्वहरूलाई तपाईंले कसरी ध्यान दिनुहुनेछ ।

खोप कार्यक्रम सञ्चालनको समयलाई अनुकूल बनाउने

मानिसको उपलब्धतासँग मिलाउन र निश्चित समूहका मानिसलाई कुनै खास समयमा लगाउन खोप छुट् याएँ राखिएको जानकारी दिने ।

कार्यस्थल र कलेजहरूमा सञ्चालन गर्ने

र खोप लगाउन खास समयमा कक्षा वा कामबाट निस्कनका लागि पासहरू वितरण गर्ने ।

जनहितका सूचना र सन्देशहरू प्रवाह गर्ने

हाटबजारहरूमा खोपको उपलब्धताबाट उपचार दिने ।

प्रचलित सामुदायिक भेलाहरू र टोल सरसफाई दिवसको उपयोग गर्ने

खोपको उपलब्धताबाट जानकारी साभा गर्ने र स्थानीय सचेतना वृद्धिमा समुदायलाई नै समाधानहरू निर्माण गर्न सक्षम बनाउने ।

भीडभाड कम गर्न कस्तो प्रकारको अपौङ्टपेन्ट प्रणाली वा समय तालिका आवश्यक र उपयुक्त हुन्छ?

खोप कार्यक्रमको लागि उपयुक्त हुनसक्ने उच्चे आउजाउ हुने स्थानहरू कुन हुन? खोप सञ्चालनका लागि दिनको कुन समय सबभन्दा सहज हुन्छ?

काम गर्ने ठाउँ र विद्यालयका समय तालिका, साथै अन्य सम्भावित प्रतिस्पर्धी प्राथमिकताहरूलाई विचार गर्ने ।

प्रतिबद्धताका सामान्य (कमन) संकेतहरू के के हुन? वाला, स्टिकर वा ब्याच तपाईंको ठाउँको लागि उपयुक्त हुन्छ?

जनसङ्ख्याका प्रमुख वर्गमा प्रभावकारी रूपमा युनका लागि सबभन्दा उपयुक्त र प्रभावकारी सम्पर्क बिन्दु कुन हो?

परिवेशगत तत्वहरूलाई तपाईंले कसरी ध्यान दिनु हुनेछ ।

मानिसहरूलाई दृश्य प्रतिबद्धता गर्न अनुरोध गर्ने

पुजा प्रार्थना गर्ने ठाउँहरूमा खोप लगाउन, पुजा स्थलहरूबाटै खोप लगाउने कुराको वाचा गर्न लगाउने ।

खोपका हिरोहरू पहिचान गर्ने

खोप लगाएकाहरूलाई खोप लगाउन के कुराले उत्प्रेरित गच्छो भन्ने कुरा समुदायसँग साझा गर्न अनुरोध गर्ने

स्वास्थ्यकर्मीहरूको सीप विकास गर्ने

सेवाग्राहीको खोपबारेको चिन्तालाई निर्धक्क भएर छलफल गर्नसक्ने बनाउने

धार्मिक अगुवाबाट मन्त्रव्य वा सन्देश प्रवर्द्धन गर्ने

खोप लगाउन प्रोत्साहित गर्ने, भजन कीर्तन, देउसी भैलो र अन्य विभिन्न प्रचलित चाडपर्व र उत्सवहरूको उपयोग गर्ने

प्रतिबद्धताका प्रमुख संकेतहरू के के हुन्? बाला, स्टिकर वा बिल्ला तपाईंको ठाउँको लागि उपयुक्त हुन्छ?

प्रमुख लक्षितवर्गमा प्रभावकारीरूपमा पुग्नका लागि सबभन्दा उपयुक्त र प्रभावकारी सम्पर्क बिन्दु कुन हो?

अनुसन्धानको प्रमुख नतिजाहरू

यी सिफारिसहरू विकास गर्न हामीले सरोकारवालासँग अन्तर्वार्ता, लक्षित वर्गसँग गहन स्वतन्त्र अन्तर्वार्ता, एउटा परिमाणात्मक सर्वेक्षण र सरोकारवालाहरूसँग सह-डिजाइन कार्यशालाहरू सञ्चालन गर्न्यो ।



सरोकारवालाहरूको अन्तर्वार्ता

विधि

- हामीले स्वास्थ्य तथा जनसङ्ख्या मन्त्रालयका पदाधिकारी, युनिसेफका कर्मचारी, सञ्चारकर्मी र स्थानीय स्वास्थ्यकर्मी लगायतका नेपाली सरोकारवालाहरूसँग अर्ध-संरचित अन्तर्वार्ताहरू सञ्चालन गर्याएँ।
- अन्तर्वार्ताहरू फोनमार्फत गरिएको थियो र लगभग ४५ मिनेटदेखि १ घण्टासम्म चलेको थियो।
- फोनबाट संकलन गरिएका तथ्याङ्क र आएका मुख्य बुँदाहरूलाई विषयगत विश्लेषण प्रयोग गरेर विश्लेषण गरियो र अनुसन्धानका आगामी चरणहरूलाई मार्ग निर्देशन गर्न प्रयोग गरियो।

प्रमुख नितजाहरू

- नियमित खोप कार्यक्रमका सम्बन्धमा विगतका सकारात्मक अनुभवहरूको कारणले मानिसहरूमा समान्यतया खोप लगाउने कुराप्रति सकारात्मक दृष्टिकोण रहेको छ।
- खोपमा थोरै मानिसहरूको पहुँच रहेको छ र असमान शक्ति संरचनाहरूले कठिपय मानिसलाई आफूले चाँडै खोप पाउँदिन भने महसुस गराएर निरुत्साहित गर्दछ।
- अधिकांश मानिसहरूलाई कोभिड-१९ का लक्षण, सुरक्षा उपाय र खोप कार्यक्रमको उद्देश्यबाबरे सामान्य ज्ञान छ। तर पनि, खोपसम्म कसरी पुने र खोप लगाउनुका फाइदा के छन् भन्नेबारे जानकारी धेरैजसो नेपाली भाषामा मात्र उपलब्ध छ र यसले प्रदेश २ मा ठूलो भाषागत अवरोध सिर्जना गरेको छ।
- खोपले कसरी काम गर्दै भने बोरिको मानिसको मानसिक मोडेल परिलेका विश्वास, अनुमानी धारणा र समान प्रकारका अनुभवहरूद्वारा प्रेरित छन्। कठिपय मानिसहरूले चीनबाट आएका अन्य सामग्रीहरूको गुणस्तरलाई विगतमा अनुभव गरेका आधारमा चिनियाँ खोप (भेरोसेल) कम गुणस्तर भएको विश्वास गर्दैन्। कठिपयले भारतमा कोभिड ज्यादै फैलाएकोले भारतीय खोप कम प्रभावकारी हुनसक्ने विश्वास गर्दैन्।

- खोप लगाउने मानिसहरूको मनसायलाई सामाजिक प्रमाणद्वारा बढाउन सकिन्छ। सामुदायिक अगुवा, परिवारका सदस्य वा साथी/सहकर्मीहरूले खोप लगाएको देखेहरूमा खोप लगाउने बलियो मनसाय र आत्मविश्वास हुन्छ। मानिसहरूले धैरै विश्वास गर्ने स्वास्थ्यकर्मीहरूले खोप लगाउने कुरालाई सक्रिय रूपमा प्रोत्साहित गरेर मानिसहरूको खोप लगाउने मनसायलाई बढाउन सक्छन्।
- ग्रामीण समुदायका लागि खोप केन्द्रहरू टाढा बजारकेन्द्र/शहरहरूमा छन् र मानिसहरूले खोप लगाउने कुरालाई त्यक्ति कै छोइछन्, विशेषगरी उमीहरू त्यहाँ पुढा खोप उपलब्ध हुन्छन् वा हुँदैनन् भने कुरामा उमीहरू अनिश्चित हुँदा।
- प्रदेश २ मा मानिसहरूले आमसञ्चारका माध्यमभन्दा सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मीहरूमा (विशेष गरी महिला स्वास्थ्यकर्मीहरूमा) बढी विश्वास गर्दैन् - स्वास्थ्यकर्मीहरूले स्थानीय भाषाहरू (अर्थात, मैथिली) बोल्ने कारणले पनि यसो भएको हो।

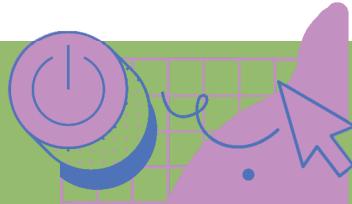
गहन अन्तर्वार्ता

विधि

- गहन अन्तर्वार्ताहरू प्रदेश २ का विभिन्न जिल्लाहरूमा सञ्चालन गरिएको थियो। विभिन्न फरक-फरक दृष्टिकोणहरू लिनका लागि हामीले ग्रामीण र शहरी दुवै क्षेत्रहरूलाई समेट्यौ।
- गहन अन्तर्वार्ताहरू फोनमार्फत सञ्चालन गरियो र प्रत्येक अन्तर्वार्तामा लगभग ४५ मिनेट देखि १ घन्टा समय लायो।
- सहभागीहरूलाई सेभ द चिल्डेन नेपालको डाटाबेसबाट चुनिएको थियो। उनीहरू हामीले निर्धारण गरेको मापदण्डभित्र पर्छै पर्दैनन भने सुनिश्चित गर्नका लागि आवश्यक जाँच गरिएको थियो - अर्थात्, प्रदेश २ मा बसेबास गर्ने, र ५५+ भन्दा माथि उमेरका वा २५ र ३० वर्ष अमेर बीचका हुनुपर्ने।
- कुल २४ जनाको अन्तर्वार्ता लिइयो (११ महिला र १३ पुरुष) र यसमा १२ जना शहरी समुदायका र १२ जना ग्रामीण क्षेत्रका थिए।
- फोनबाट आएका कुराहरूको हामीले विषयगत विश्लेषण गर्न्हौं। फोनबाट टिप्पणिका कुराहरूलाई बुसारा र क्युबिक संस्थाबाट आएका विज्ञ अनुसन्धानकर्ताहरूबाट विश्लेषण गरियो र यस कार्यमा अन्तर्वार्ता लिने स्थलगत कर्मचारीबाट आवश्यक सहयोग गरिएको थियो।

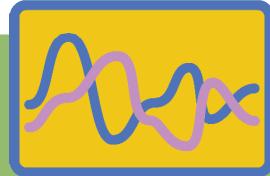
प्रमुख नतिजाहरू

- कोभिड-१९ को बारेमा सामान्य सचेतना उच्च थियो। अधिकांश नेपालीहरूले कोभिड-१९ लाई गम्भीरतापूर्वक लिएका छन् र आफू एवम् आफ्नो समुदायलाई सुरक्षित राख्न कदम चाल्छन्।
- अधिकांश सहभागीहरू खोप लगाउने कुराप्रति खुल्ला छन् र महामारीको अन्त्य गर्न खोपहरू महत्वपूर्ण छन् भनी विश्वास गर्न्छन्। तिनीहरू आफ्ना स्वास्थ्यकर्मीहरूलाई विश्वास गर्न्छन् र खोप उपलब्ध भएपछि खोप लगाउन इच्छुक छन्।
- जनहितका सार्वजनिक सूचना तथा सन्देशहरू; बडाध्यक्ष, छिमेकी, परिवार/साथीहरूबाट दिइने मौखिक सल्लाह; महिला सामुदायिक स्वास्थ्यकर्मी र डाक्टर लगायतका स्वास्थ्यकर्मी; र स्वास्थ्य चौकीहरूलाई धैरै विश्वास गरिन्छ। खोप लगाएका व्यक्तिहरूबाट सकारात्मक अनुभवको प्रसारले पनि विश्वसनीयता सिर्जना गर्दछ।
- धैरेजसो गलत सूचनाहरू खोपबाट साइड इफेक्टसँग सम्बन्धित थियो र यो गलत सूचना सन् २०२० को अन्त्यतिर र २०२१ को प्रारम्भीतर बढी थियो, किनकि



त्योबेला कोभिड र खोपहरू नयाँ थिए। तर, अहिले यस्ता गलत सूचना दूलो समस्या जस्तो देखिँदैन।

- यो अनुसन्धान सञ्चालन हुँदाको समयमा कोभिड-१९ विरुद्धको खोप थेरै मात्र पहुँचयोग्य थियो; धैरै सहभागीहरूले लामो प्रतीक्षा गर्नुपर्ने वा उनीहरूको समुदायमा खोप थेरै मात्र उपलब्ध रहेको बताए। विशेषगरी ग्रामीण क्षेत्रका उत्तरदाताहरूले खोप केन्द्रसम्म पुन टाढा र खर्चिलो रहेको बताए। खर्चले पनि उनीहरूको स्वास्थ्य उपचारको छनौटमा दूलो भूमिका खेल्ने सहभागीहरूले बताए।
- कोभिड-१९ बाट नेपालको अर्थतन्त्रमा निकै दूलो प्रभाव परेको छ र दैनिक ज्यालादारी कामदारहरू विशेषगरी धैरै प्रभावित छन्। बालबालिकाको पढाइ अवरुद्ध भएको छ। मानिसहरू महामारीको अन्त्य हुनेवारे आशावादी छन् र खोपहरूले सामान्य जीवनमा फर्कन महत्वपूर्ण भूमिका खेल्ने विश्वास गर्न्छन्।



परिमाणात्मक सर्वेक्षण

विधि

- अनुसन्धान नेपालको प्रदेश २ का ६ जिल्लाका जनसङ्ख्यामा गरिएको थियो ।
- ७ जना प्रशिक्षित गणकहरूद्वारा फोन सर्वेक्षणमार्फत डाटा सङ्कलन गरिएको थियो । सर्वेक्षण सन् २०२१ को नोभेम्बर १० देखि २७ सम्म गरिएको थियो ।
- उत्तरदाताहरूलाई विभिन्न माध्यमबाट छोट गरिएको थियो । हामीले सेम्प द चिल्ड्रेनको डाटाबेस प्रयोग गर्न्है । त्यसैरी जिल्ला, नगरपालिका, वडा कार्यालय र स्थानीय स्वास्थ्य चौकीहरूबाट समुदायमा खोप नलगाएका व्यक्तिहरूको नाम सङ्कलन गर्न २ जना स्थलगत कर्तव्यारी पनि परिचालन गर्न्है । छोट हुने उत्तरदाताहरूले समावेशीकरणका तीनवटा मापदण्डहरू पूरा गर्नुपर्ने थियो - कोभिड-१९ विरुद्ध खोप नलगाइएको, १८ वर्षदेखि ८० वर्षको उमेरका हुनुपर्ने, र प्रदेश २ मा बसोबास गर्ने हुनुपर्ने । छोट गरेपछि, उनीहरूलाई सांयोगिक हिसाबले नियन्त्रण समूह वा २ वटा उपचारात्मक समूहमध्ये कुनै एउटामा हुनेगरी तोकिएको थियो ।
- नमूनाको कुल आकारमा १८ उत्तरदाताहरू थिए । यो सहजमूलक नमूना हो र यसले समग्र नेपाली जनसङ्ख्याको प्रतिनिधित्व गर्दैन ।

प्रमुख नतिजाहरू

- हाम्रो नमूनाले कोभिड-१९ खोपका लागि धेरै बलियो समर्थन र विश्वास रहेको देखायो । यो वर्तमान उत्साहलाई परिवर्तनशील सन्दर्भमा खोप लगाउने दर बढाउन उपयोग गर्न सकिन्छ ।
- खोप लगाउने मनसाय (९६%) र प्रदेश २ (२६%) र नेपाल (४६%) मा हालको खोप दर बीच अन्तर रहेको देखिन्छ । खोप लगाउने सम्बन्धमा सामाजिक मान्यताहरू सकारात्मक छन् । यसले खोप अभियानमा थप बाधाहरू छन् भने संकेत गर्दछ जुन हाम्रो अनुसन्धानले खोज्न सकेन ।
- मेरो समुदायमा कोभिड छैन र कोभिड भनेको फ्लू/चिगो जस्तै हो भन्ने कुरा व्यापक देखिएन र केही उत्तरदाताहरूले मात्र यस्तो भनेका थिए ।
- यस नमूनामा कोभिड-१९ को सङ्क्रमण बारेको चिन्ता र लक्षणहरूको गम्भीरता मध्यमदेखि न्यून थियो, र यसले नेपालीहरू अहिले कोभिड-१९ को बारेमा धेरै चिन्तित नरहेको हुनसक्ने सङ्केत गर्दछ ।

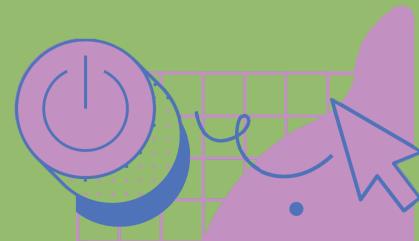
सहडिजाइन कार्यशालाहरू

विधि

- हामीले सरकारी सरोकारवाला, कार्यान्वयन साफेदार, सामुदायिक अगुवा र स्वास्थ्यकर्मीहरूसँग मिलेर तीनवटा दुईघण्टे सह-डिजाइन र प्राथमिकीकरण कार्यशालाहरू सहजीकरण गर्याँ।
- यी तीनवटा सह-डिजाइन कार्यशालाहरूले १५० भन्दा बढी धारणाहरू सिर्जना गरायो ।
- यी धारणाहरू पहिले नेपाली सरोकारवालाहरूसँग र त्यसपछि कमन थ्रेड, बुसारा, र सेभ द चिल्ड्रेनका व्यवहार सम्बन्धी विज्ञहरूसँग मिलेर हेरियो ।
- १२ अन्तिम धारणाहरूलाई प्राथमिकीकरण गरी थप विकास गरिएको थियो ।

प्रमुख नितिजाहरू

- सिफारिसका लागि सबैमा मिल्ने एकल आकारको विधि थिएन । सबै सिफारिसहरूलाई स्थानीय सन्दर्भ र जनसाधारणीकीय विशेषता, सहर र ग्रामीण जनसङ्ख्या, उमेर, लिङ्ग र गतिशीलतामा रहेका भिन्नताहरू अनुसार परिष्कृत र परिमार्जन गर्ने ।
- वृहत वर्गमा पुम सूचना प्रवाहका विभिन्न च्यानलहरू प्रयोग गर्दा सरल भाषा प्रयोग गरेर संदेशहरू प्रस्तुत गर्ने ।
- सामाजिक सञ्जालको तुलनामा अफलाइन च्यानल र परम्परागत मिडियाहरू धेरै प्रभावकारी छन् र वृहत वर्गमा पुग्न ।



प्रयोगकर्ता परीक्षण

विधि

- नेपालमा खोप ग्रहण र विश्वस्तता बढाउनका लागि छ्नौट गरिएका अन्तिम १२ वटा डिजाइन अवधारणामा प्रयोगकर्ता परीक्षण गर्न १३ गहन अन्तर्वार्ता सञ्चालन गर्याँ।
- तथ्याङ्क संकलन फोन सर्वेक्षण मार्फत गरिएको थियो। उत्तरदाताहरू १८ देखि ४० वर्ष बीचका पुरुष र महिलाहरू थिए। केही विशेष गतिविधिको व्यवहारिकता परीक्षण गर्न हामीले उत्तरदाताको सूचीभित्र दुईजना स्वास्थ्यकर्मीहरू समावेश गर्याँ।
- हामीले प्रत्येक विचारको सम्भाव्यता, वाञ्छनीयता र व्यवहारिकतामा पृष्ठपोषण सङ्कलन गर्याँ।
- प्रयोगकर्ता परीक्षणका आधारमा अन्तिम १२ वटा धाराणाहरूलाई परिष्कृत गरियो।

प्रमुख नतिजाहरू

- अधिकांश सिफारिसहरू उत्तरदाताहरूले राप्रोसेंग लिए र नेपालमा खोप ग्रहणलाई प्रोत्साहित गर्न प्रभावकारी गतिविधिहरूको रूपमा हेरियो।
- खोप लगाउने स्वीकार्यताको सुनिश्चित गर्न मानिसहरूमा कोभिड-१९, खोप लगाउने प्रक्रिया र खोपसँग सम्बन्धित साइड इफेक्टहरूबारे गहिरो बुझाइ रहेको सुनिश्चित गर्नु महत्वपूर्ण छ।
- स्वास्थ्यकर्मी, धार्मिक अगुवा र जानकार व्यक्तिहरू लगायतका सन्देश वाहकहरूको उपयोगले यस प्रक्रियामा विश्वासको निर्माण गरी हिचकिचाहट कम गराउँछ।
- लाभ देखाउने सन्देशभन्दा मृत्यु वा कोभिडबाट गम्भीर प्रभाव पर्ने जस्ता नोकसानी देखाउने सन्देशहरूले उत्तरदाताहरूलाई बढी अपील गर्दछ।

निष्कर्ष



**हाल्मो अनुसन्धानका अनुसार
नेपालमा खोपको पूर्ण पहावमा
खोप बारेको संसया, प्रक्रियाहरू
चुस्त र स्पष्ट नहुनु र पूर्ण
विस्वस्तताको कमी लगायत
थुपै अवरोधहरू छन् । यी
तीनवटा समस्याहरू समाधान
गरेर खोप ग्रहण अर्थात्
खोप लिने दर बढाउने धेरै
अवसरहरू देखा पर्छन् ।**



Photo by Vickey Goh on Unsplash

यो पुस्तकाले यी समस्याहरू उजागर गरी समाधान गर्ने प्रमाण-आधारित सिफारिसहरू प्रस्तुत गर्दछ । यसले कार्यान्वयन गतिविधिहरूमा सुभावहरू प्रदान गर्दछ । त्यसैगरी यी सिफारिसहरू कसरी मुरु गर्न सकिन्छ भन्नेबारे प्रेरणा दिन्छ । यो निर्देशनात्मक प्रकारको भए पनि यसले जनसङ्ख्या र स्थानीय परिवेशअनुरूप सिफारिसहरूलाई परिमार्जन गर्न सहयोग गर्दछ । उदाहरणका लागि, प्रदेश २ मा कार्यान्वयन गरिएको सिफारिस काठमाडौंमा कार्यान्वयन गरिएको सोही सिफारिस भन्दा फरक हुन सक्छ र हुनुपर्दछ । यसमा संलग्न सिफारिसहरूलाई परिवेशअनुरूप ढाल्नु आवश्यक छ र यी सिफारिसहरूलाई केवल सुरुवात बिन्दुको रूपमा प्रयोग गरिनु पर्छ ।

तपाईंले खोप कार्यक्रमलाई निरन्तरता दिने क्रममा यहाँ दिइएका कुनै एउटा सिफारिस कार्यान्वयन गर्नुभयो वा स्पष्टीकरणको लागि प्रश्न भए हाम्रो टोलीलाई सम्पर्क गर्नुहोस । यदि हामीले निरन्तर सहकार्य गर्छौं, हाम्रो समाधानको केन्द्रमा जनतालाई राख्छौं, कुन कुराले काम गर्छ भने मापन गर्छौं र काम नगरेको समाधानबाट सिक्छौं भने मात्र स्वास्थ्य कार्यक्रमहरू प्रभावकारी हुन सक्छन् ।

हाम्रो बारेमा



बुसारा

बुसारा सेन्टर फर विहेभिअरल इकोनोमिक्स अनुसन्धान र परामर्शको क्षेत्रमा कार्यरत एउटा फर्म हो। यसले भारत र अफ्रिकी क्षेत्रमा चुनौतीपूर्ण विकासात्मक समस्याहरू सम्बोधन गर्न व्यवहार वैज्ञानिको प्रयोग र प्रवर्द्धन गर्दछ। बुसाराले प्राज्ञिक, नीति निर्माता र संस्थाहरूसँग मिलेर व्यवहार तथा सामाजिक गतिविधिको मूल्यांकन र कार्यान्वयन गर्दै आएको छ। बुसाराले आफ्ना साझेदारहरूको समग्री, कार्यक्रमलाई सुधार गर्न र विभिन्न विषयगत क्षेत्रमा (जस्तै वित्तीय समावेशी, स्वास्थ्य, कृषि र शासन) नीतिगत प्रभाव सिर्जना गर्न सहयोग गर्दछ।

Contact us at chaning.jang@busaracenter.org

busaracenter.org



कमन थ्रेड

कमन थ्रेडले जनस्वास्थ्यका गम्भीर समस्याहरूका लागि मानव केन्द्रित समाधानहरू खोज्दछ। हाम्रो ग्लोबल टीममा रहेका स्वास्थ्य विशेषज्ञ, व्यवहार वैज्ञानिक, डिजाइनर र सञ्चारकर्ताहरूका अनुसार रोकथाम गर्ने एकमात्र मार्ग भनेको मानव व्यवहारको मार्ग हो। हामी समुदाय र परिवर्तनको लागि लक्षित वर्गहरूसँग मिलेर कार्य गर्दछौं।

Contact us at mike@gocommonthread.com

gocommonthread.com



सेभ द चिल्ड्रेन, नेपाल

सेभ द चिल्ड्रेन बालबालिकाहरूको हक, हित र संरक्षणका लागि कार्य गर्ने एउटा प्रमुख स्वतन्त्र संगठन हो। यो विश्वभर ११७ देशहरूमा कार्यरत छ। होके बालबालिकाको सुनौलो भविष्य जीउन पाउने अधिकार हुँच भन्ने कुरामा सेभ द चिल्ड्रेन विश्वास गर्दछ। नेपाल र अन्य मुलुकमा बालबालिकाको स्वस्थ जीवन, सिकाइको अवसर र हानिबाट संरक्षणमा हामीले सहयोग गर्दै आएका छौं। बालबालिकाको लागि होके दिन र संकटका समयहरूमा उनीहरूको जीवन रूपान्तरण र भविष्य निर्माण गर्न आवश्यक सबै कुराहरू गर्दैँ।

Contact us at ayush.joshi@savethechildren.org

nepal.savethechildren.net

सेन्टर फर युटिलाइजिङ विहेभिअरल इन्साइट्स फर चिल्ड्रन

यो सेभ द चिल्ड्रनले सन् २०२० अप्रिलमा गठन गरेको एउटा टीम हो। यो विश्वकै पहिलो प्रायोगिक व्यवहार विज्ञान सम्बन्धी टीम हो र यसले विश्वका सबभन्दा सीमान्तकृत बालबालिकाको अधिकार र कल्याणलाई हेर्दछ। हाम्रो ध्येय भनेको बालबालिकाहरूका लागि सकारात्मक परिवर्तन निर्माण गर्न व्यवहार विज्ञानलाई प्रयोगमा ल्याउनु हो।

Contact us at allison.zelkowitz@savethechildren.org

savethechildren.net/cubic

कृतशाता

प्रमुख लेखकहरू

लिंडिया द्व्युप, एलिना ओफा, पृथिका मोहन, र गेल वेल्स्टेड ।

सहयोगी अनुसन्धानकर्ताहरू

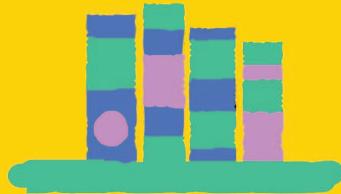
आयुष जोशी, डा. अधिष्ठा हुङ्गाना, अमिस पौडेल, अभिलेश कर्ण, इन्द्रजीत घाट्गे, अशोक शाह र कोरी क्यामरुन

प्रमुख डिजाइनरहरू

क्याटिना वरलाम र संयुक्ता साम

बुसारा, सेभ द चिल्ड्रेन, नेपाल कार्यलय, सेभ द चिल्ड्रेन क्युबिक र कमन थ्रेड टोलीहरूलाई उनीहरूको कडा परिश्रम र यस परियोजनालाई सहयोग गरेकोमा धैरै धैरै धन्यवाद । हामी विशेषगरी एलिसन जेल्कोविद्रस, आयुष जोशी, इन्द्रजीत घाट्गे, अन्ना यालोरिस, चेनिङ यांग, शेरिन गुइरगुइस र माइकल कोलम्यान प्रति उनीहरूको मार्गदर्शन र समर्थनको लागि आभारी छौं ।





खोप पुस्तिका:

कोभिड-१९ खोप कार्यक्रमका लागि सहयोगी पुस्तिका



COMMON THREAD



Illustration by [Icons8](#)