

আপনজন

সংখ্যা: ২ | জানুয়ারি - মার্চ ২০১৩

বার্তা

- গণমাধ্যমে আপনজন! • গণমাধ্যমে আপনজনের উপস্থিতির মাধ্যমগুলো • আপনজন টিভি বিজ্ঞাপনের সফলতা • আপনজনের সহায়তায় ব্র্যাক • কর্মসূত্রে আপনজন টিম • লাল-তীর হয়ে উঠেছে আপনজনের কণ্ঠ • বহিরাঙ্গনে আপনজন • আপনজন বার্তা • আপনজন অভিজ্ঞতা • মাঠের কথা!



গণমাধ্যমে আপনজন!

আপনজন জাতীয়ভাবে কার্যক্রম শুরু করে ২০১২ সালের ডিসেম্বর মাস নাগাদ। এর পূর্ব পর্যন্ত মাঠপর্যায়ের স্বাস্থ্যকর্মীরা বাড়ি বাড়ি ঘুরে গ্রাম-বাংলার প্রত্যন্ত গৃহকোণে পৌঁছে দিয়েছে আপনজন সেবার কথা এবং নিবন্ধন করেছে দশ হাজারেরও বেশি গ্রাহক। জাতীয় পর্যায়ে আপনজনের কার্যক্রম চালু হওয়া একটি বিশাল ধাপ জনমানুষের মাঝে আপনজন ছড়িয়ে দেবার পথে। এবারে দরকার হয়ে পড়লো বৃহত্তর জনগোষ্ঠীর কাছে আপনজনের নাম ও এর সুফল সম্পর্কে খবর পৌঁছে দেয়া। তাই কোমর বেঁধে কাজ শুরু হলো গণমাধ্যমে আপনজনের প্রচার শুরু করার জন্য। বেশ কয়েক দিনের প্রতীক্ষার পর আপনজনের গণমাধ্যমে যাত্রা অর্থাৎ এটিএল (এবাত দ্যা লাইন) ক্যাম্পেইন শুরু হলো ২৩শে জানুয়ারী ২০১৩, আর কয়েক দিনের মধ্যে বেশ সাড়া ফেলে দিলো। গণমাধ্যমে আপনজনের উপস্থিতির মধ্যে আপনজনের বিজ্ঞাপন প্রচারিত হল বিভিন্ন টিভি চ্যানেল ও এফএম রেডিওতে, দেশের প্রথম সারির চারটি দৈনিক সংবাদপত্রে ছাপা হলো আপনজনের রংবেরং বিজ্ঞাপন, আর দেশের বড় বড় বিভাগীয় শহরগুলোর জনবহুল জায়গায় তিন মাসব্যাপী শোভা পেতে লাগলো আপনজনের মনোমুগ্ধকর বিলবোর্ড।

গণমাধ্যমে আপনজনের এ উপস্থিতির উদ্দেশ্য ছিল মোবাইল ফোন ভিত্তিক গর্ভকালীন এবং প্রসব পরবর্তী মা ও শিশুর স্বাস্থ্য তথ্যভিত্তিক সেবা সম্পর্কে বাংলাদেশের আপামর জনগণকে জানানো। এছাড়া সেবাটির সুফল সম্পর্কে মানুষকে জানানো, আপনজন সেবার অনন্য শর্ট কোড ১৬ ২২ ৭ নম্বরটি মানুষকে জানিয়ে দেয়া এবং মানুষের কাছে আপনজন ব্র্যান্ডটির পরিচিতি ঘটানোও ছিলো গণমাধ্যমে আপনজনের এই উপস্থিতির উদ্দেশ্য। গণমাধ্যমে আপনজনের এ উপস্থিতি গর্ভবতী নারী ও শিশুর পরিবারগুলোতে যথেষ্ট সাড়া ফেলে।

গণমাধ্যমে আত্মপ্রকাশ করার পর পরই আপনজন গ্রাহক সেবাকেন্দ্রে আগ্রহীরা ফোন করতে থাকেন ১৬ ২২ ৭ এ ডায়াল করে। গ্রাহক সেবাকেন্দ্রের সহায়তায় অনেকেই নিবন্ধন করেন আপনজন সেবায়। দেখা গেছে, আপনজনের গণমাধ্যমে প্রচারণার ফলে ১৬ ২২ ৭ এ পূর্বের তুলনায় প্রায় ৪৪ গুণ বেশি কল এসেছে আর কল করে নিবন্ধন করার সংখ্যা বেড়েছে ৪০ গুণ। প্রচারাভিযান চলাকালীন সময়ে ফেব্রুয়ারী মাসে সর্বোচ্চ

সংখ্যক গ্রাহক (৫,৯১৯ জন নারী এবং ৫,২৭০ জন অভিভাবক) নিবন্ধিত হয়। প্রচারাভিযানের সময় নিবন্ধিত অভিভাবকের সংখ্যা অন্যান্য যেকোনো সময়ের তুলনায় অনেক বেশি হিসেবে পরিগণিত হয়।

গণমাধ্যমে আপনজনের উপস্থিতির মাধ্যমগুলো

টেলিভিশনঃ গণমাধ্যমে উপস্থিতির সব ক্ষেত্রগুলোর মাঝে সবচেয়ে বর্ণিল আর আকর্ষণীয় ছিলো এই মাধ্যমে। সুচারুরূপে তৈরি করা একটি বিজ্ঞাপন কোন সেবার ব্যাপারে জনমানুষের আগ্রহ তৈরিতে বিরাট ভূমিকা রাখতে পারে। দুটি ৫০ সেকেন্ড দৈর্ঘ্যের আর দুটি ২০ সেকেন্ড দৈর্ঘ্যের টিভি বিজ্ঞাপন (গর্ভবতী মায়ের ও নতুন শিশুর মায়ের আবহ ঘিরে তৈরি করা) দেখানো হয় দেশের চারটি টেলিভিশন চ্যানেলে। জাতীয় টেলিভিশন চ্যানেল, বাংলাদেশ টেলিভিশন, যার বিস্তার রয়েছে দেশের শতকরা ৮০ ভাগ জনগণের মাঝে, বিজ্ঞাপনগুলো দেখিয়েছে। এছাড়াও জনপ্রিয় আরও কিছু স্যাটেলাইট টিভি চ্যানেল, এটিএন বাংলা, বাংলা ভিশন এবং মাই টিভিও বিজ্ঞাপনগুলো প্রচার করে। টেলিভিশন বিজ্ঞাপনগুলো বিভিন্ন চ্যানেলে দেখেছে ৪৯ লক্ষেরও বেশি দর্শক।

রেডিওঃ আরেকটি জনসমাদৃত গণমাধ্যম রেডিও-ও বাদ যায়নি আপনজনের উপস্থিতি মাধ্যম থেকে। দুটি ৩০ সেকেন্ডের আপনজন রেডিও বিজ্ঞাপন তৈরি করা হয় এবং সেগুলো প্রচারিত হয় জনপ্রিয় এফএম রেডিও চ্যানেল, রেডিও টুডেতে। এখানেও একটি বিজ্ঞাপন ছিলো গর্ভবতী মায়ের ঘিরে, আরেকটি ছিলো নবজাতকের মায়ের নিয়ে। শুধু বিজ্ঞাপনই নয়, আরজে (রেডিও জকি) এন্ডোর্সমেন্ট অর্থাৎ রেডিও উপস্থাপকদের মাধ্যমে প্রচারও চালানো হয়েছে চ্যানেলটিতে। মিডিয়া রিপোর্ট অনুযায়ী প্রায় ২,০০,০০০ শ্রোতা এই রেডিও বিজ্ঞাপনগুলো শুনেছে।

খবরের কাগজঃ সকালের খবরের কাগজে চোখ বুলাতে থাকলে সুন্দর ও নান্দনিক কোন বিজ্ঞাপন প্রকাশিত হলে তাতে চোখ আটকে যাওয়া বেশ স্বাভাবিক। মাতৃ ও শিশু বিষয়ভিত্তিক সুন্দর কিছু বিজ্ঞাপন ছাপা হয় দেশের প্রথম সারির ৪টি দৈনিকে। প্রথম আলো, বাংলাদেশ প্রতিদিন, দ্যা ডেইলী স্টার এবং দৈনিক সমকাল আপনজনের বিজ্ঞাপন এবং পাশাপাশি ১৬ ২২ ৭ নম্বরের মাধ্যমে এই সেবায় নিবন্ধনের পদ্ধতি সবিস্তারে ছাপায়। বিজ্ঞাপনগুলো অভূতপূর্ব আর সৌম্যতার আশ্বাদন

দেয় সংবাদপাঠকদের। প্রায় সাড়ে ২৩ লক্ষ পাঠক সংবাদপত্রে এই বিজ্ঞাপন দেখার সুযোগ পায়। বিজ্ঞাপনগুলো আপনজনের মূলমন্ত্র ছড়িয়ে দেয়ার

বিলবোর্ডগুলোয়। এদিক ওদিক তাকিয়ে একঘেয়ে বিজ্ঞাপনগুলোর মাঝে হঠাৎই যদি চোখে পড়ে যায়, সুন্দর, বর্ণিল, প্রশান্তিমাখা একটি বিজ্ঞাপনের বিলবোর্ড?

আপনজনের যেই বিলবোর্ডগুলো দেশের বিভিন্ন জায়গায় শোভা পেয়েছে, সেগুলো এমনি কিছু অনুভূতি দিয়েছে পথের ক্লান্ত মানুষগুলোকে। ঢাকা, চট্টগ্রাম, খুলনা ও সিলেট এই ৪ বড় শহরে মোট ৮টি বিলবোর্ড বিজ্ঞাপন দিয়েছে আপনজন। প্রায় ৮ লক্ষ মানুষ এই বিজ্ঞাপনগুলো দেখবার সুযোগ পেয়েছে। বিলবোর্ডগুলো বসানো হয়েছিল ঢাকার তাঁতিবাজার, সায়েদাবাদ ও গাবতলীতে, চট্টগ্রামের অলঙ্কার মোড়, প্রবর্তক ও আশ্রাবাদে, খুলনার রয়্যাল হোটেল মোড় আর সিলেটের হুমায়ুন রশিদ চত্বর ও বন্দরবাজারে।



Charge for each message is Tk. 2/- (VAT applicable)

The baby at 19 weeks can bend its arms and legs and even do somersaults in the womb!

With such hundreds of important and lifesaving information, a nationwide Health Information Service program, 'Aponjon' has started. Expecting Mothers and Mothers of newborns, as well as anyone from the family can register to the service at 16227. The service will provide authentic health information every week from the very beginning of pregnancy through delivery and until the child turns one.

SMS Registration is Free
Check inside for more details



পাশাপাশি আপনজনের শর্ট কোড ১৬ ২২ ৭ সম্পর্কে বিশেষভাবে জোর দিয়ে জানায়। মাতৃ ও শিশুস্বাস্থ্য ভিত্তিক আপনজনের কিছু স্বাস্থ্য তথ্যও ছিলো সুন্দর বিজ্ঞাপনগুলোর অন্যতম আকর্ষণ।

পথে-ঘাটে: বাংলাদেশে রাস্তাঘাটে চলাফেরা করতে প্রতিনিয়ত যেই অবধারিত নিয়তির মুখোমুখি হতে হয়, তা হচ্ছে যানজট। যানজটে বসে কিছুই যখন করার থাকে না, তখন চোখ পড়ে রাস্তার চারপাশে, বিশেষ করে বিজ্ঞাপনের



মোবাইল ফোনের মাধ্যমে গর্ভবতী ও নতুন মায়ীদের স্বাস্থ্য-পরামর্শ সেবা রেজিস্ট্রেশন করতে কল করুন ১৬২২৭-এ

অন্যান্য প্রচার ভাবনাঃ

আপনজন আরও কিছু দূরদর্শী প্রচার কৌশলের ব্যাপারেও ভাবছে যা দিয়ে আপনজনের দীর্ঘস্থায়ী প্রচার ও প্রসার ঘটতে পারে। ডাক্তারের সাথে টেলিভিশন চ্যানেলে লাইভ টকশো'র ব্যাপারেও ভাবছে আপনজন; এই টকশোতে গর্ভবতী ও নবজাতকের মায়েদের স্বাস্থ্যের ব্যাপারে প্রশ্ন করার সুযোগ থাকবে ১৬ ২২ ৭ নম্বরে ফোন করে। এই অনুষ্ঠানে স্ক্রীনে পপ আপ

অ্যাড হিসেবে আপনজনের শর্টকোড ১৬ ২২ ৭ এর প্রচারণা চলারও সুযোগ আছে।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমঃ

আজকের গণযোগাযোগের এই যুগে প্রচারণার কোন উদ্যোগই সম্পূর্ণ মনে হয় না যতক্ষণ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে উপস্থিতি দেখা যায়। আজকাল গণমাধ্যমে চোখ রাখুক আর নাই রাখুক, ফেসবুকে সবাই যায়। আপনজন

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে এর উপস্থিতি শুরু করে ফেসবুকে একটি পেইজ ও বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে। মার্চ ২০১৩তে এই পেইজ ও বিজ্ঞাপন চালু হবার পর মাস খানেক সময়ের মধ্যে এই পেইজের ইম্প্রেশন পাওয়া গেছে ৪৫ লক্ষ বারেরও বেশি, পেইজটিতে ক্লিক পড়েছে ১১,০০০ এরও বেশি, আর পেইজটি লাইক পেয়েছে ৫০০০ এরও বেশি।

The image shows a Facebook post from the page 'Aponjon : Mobile Alliance for Maternal Action - MAMA Bangladesh'. The post features a collage of photos of women and children, with the text 'Aponjon reaches 50,000 lives and counting...'. The page has 5,364 likes and 1,048 people talking about it. A green speech bubble on the right says 'আপনজন ফেসবুক বিজ্ঞাপন' and a pink speech bubble at the bottom right says 'কয়েক দিনেই ৫০০০+ লাইক'.

www.aponjon.com.bd/sponsor-mother

আপনজন টিভি বিজ্ঞাপনের সফলতা

শ্ৰে অ্যাডভার্টাইজিং এজেন্সীর সহায়তায় ২৩ জানুয়ারী
আপনজন একযোগে বিভিন্ন মাধ্যমে পরিচালনা করে প্রচারণা।

এক মাস ব্যাপী এ প্রচারাভিযানে আপনজনের টিভি বিজ্ঞাপন
গুলো সবচেয়ে বেশি প্রশংসা কুড়ায়।

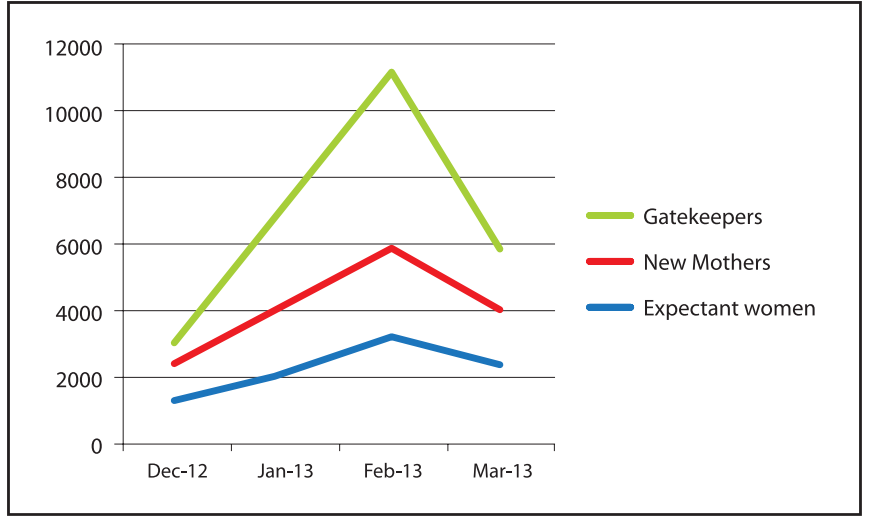


ছবিঃ টেলিভিশন বিজ্ঞাপনগুলোর একটির শেষ দৃশ্যে পরিবারের সবাইকে আপনজনের শর্ট কোড ১৬ ২২ ৭ এর প্রচার করতে দেখা যাচ্ছে

এক নজরে	আপনজন টেলিভিশন বিজ্ঞাপন
বিজ্ঞাপনের দৈর্ঘ্য	৫০ সেকেন্ড ও ২০ সেকেন্ড
গ্রাহক	ডিনেট মামা বাংলাদেশ
এজেন্সী	শ্ৰে অ্যাডভার্টাইজিং লিমিটেড, বাংলাদেশ
ক্রিয়েটিভ ডিরেক্টর	গাউসুল শাওন
ডিরেক্টর	সরাফ আহমেদ জীবন
এক্সিকিউটিভ ডিরেক্টর	সৈয়দ গোলাম দস্তগীর

টিভি বিজ্ঞাপন দুটি নির্মিত হয় নবজাতকের আনাড়ি পিতা-মাতা এবং গর্ভবতী নারীর বিপদের কথা মাথায় রেখে। ৬০ সেকেন্ড দীর্ঘ বিজ্ঞাপন দুটিতে ছিল হালকা কৌতুক আর ঠাট্টার ছোঁয়া, তার মাঝেও ফুটে উঠেছে গর্ভবতী নারী এবং শিশুর যত্নে সঠিক স্বাস্থ্য পরামর্শের প্রয়োজনীয়তা। টিভি বিজ্ঞাপন দুটির শ্যুটিং হয় গ্রামীণ প্রেক্ষাপটে। বিজ্ঞাপনের কলাকুশলীরা চমৎকারভাবে ফুটিয়ে তুলেছেন আপনজন সেবার মূলমন্ত্রঃ

মোবাইল ফোনের মাধ্যমে গর্ভবতী ও নতুন মায়েদের স্বাস্থ্য-পরামর্শ সেবা
রেজিস্ট্রেশন করতে কল করুন ১৬২২৭-এ



গ্রাফঃ সেলফ রেজিস্ট্রেশন বেডে গিয়েছিল অনেক বেশি টেলিভিশন প্রচারণার সময় (জানুয়ারী ২৩, ফেব্রুয়ারী ৮) ছবি-বিহাইন্ড দ্যা সিন অফ টিভিসি, আপনজন বিলবোর্ডের ছবি, নিউজ পেপার অ্যাডএর ছবি ইত্যাদি।

গর্ভবতী নারী ও শিশুর মায়েদের সাথে সাথে তাদের অভিভাবকদেরও এই সেবার আওতায় স্বাস্থ্যপরামর্শ দেয়া হয় বলে টিভি বিজ্ঞাপনগুলোতে প্রচার করা হয়। আপনজন গ্রাহক সেবায় অনেক অভিভাবক কল করে গর্ভবতী ও শিশু স্বাস্থ্যের জন্য নিবন্ধন করেন। মাতৃ ও শিশু মৃত্যুরোধে অভিভাবকদের সমন্বয়যোগী পদক্ষেপ গ্রহণে অভিভাবকদের এ সেবায় অন্তর্ভুক্তির বিকল্প নেই।

টিভি বিজ্ঞাপনের গর্ভবতী নারীর ভূমিকায় অভিনয় করেছেন শান্তা। তিনি বলেনঃ

“আমি ৪/৫ মাসের একজন গর্ভবতীর ভূমিকায় অভিনয় করেছি, যে কিনা এ সময়ের একটি সমস্যা নিয়ে তার পরিবার-পরিজন (জা, শ্বাশুড়ী, দাদি-শ্বাশুড়ী) বিভিন্ন জনের কাছে যায়। বিভিন্ন জনের কাছে সে বিভিন্ন রকম সমাধান পেয়ে কিংকর্তব্যবিমূঢ় হয়ে পড়ে। বিজ্ঞাপনটির স্ক্রিপ্ট অসাধারণ। আমি মনে করি, আপনজনের এ সেবার মাধ্যমে উপকৃত হবে গর্ভবতী নারী এবং মায়েরা”



দুটি ৫০ সেকেন্ড ও ২০ সেকেন্ডের টেলিভিশন বিজ্ঞাপন (গর্ভবতী মা সংক্রান্ত একটি ও নবজাতকের মা সংক্রান্ত একটি) দেখানো হয় ৪টি টেলিভিশন চ্যানেলে। জাতীয় টেলিভিশন চ্যানেল, বাংলাদেশ টেলিভিশন, যার বিস্তার রয়েছে দেশের শতকরা ৮০ ভাগ জনগণের মাঝে, বিজ্ঞাপনগুলো দেখিয়েছে পীক আওয়ারে বিশেষ করে যেই সময়ে একটি জনপ্রিয় টি-টুয়েন্টি ক্রিকেট টুর্নামেন্ট চলছিলো। এছাড়াও জনপ্রিয় আরও কিছু স্যাটেলাইট টিভি চ্যানেল, এটিএন বাংলা, বাংলাভিশন এবং মাই টিভিও বিজ্ঞাপনগুলো প্রচার করে। টেলিভিশন বিজ্ঞাপনগুলো বিভিন্ন চ্যানেলে দেখেছে ৪৯ লক্ষেরও বেশী দর্শক। তাই তো যত মানুষ গ্রাহক সেবা কেন্দ্রে কল করে রেজিস্ট্রেশন করেছেন, তার শতকরা ৯৪ ভাগই অনুপ্রাণিত হয়েছেন টেলিভিশন বিজ্ঞাপন দেখে।

আপনজনের সহায়তায় ব্র্যাক

২০১১ সালে আপনজন সেবা পরীক্ষামূলকভাবে পরিচালিত হয় ঢাকা, চট্টগ্রাম, সিলেট এবং গাইবান্ধার ১৩টি স্থানে। এ বিষয়ে সেসময় ডিনেটকে সহায়তার হাত বাড়িয়ে দেয় ব্র্যাক। গাইবান্ধা সদর এবং ঢাকার মিরপুরে ভাষানটেক বস্তিতে ব্র্যাক মানসীর কর্ম এলাকায় ১২ জন স্বাস্থ্যকর্মী সেসময় আপনজন সেবার প্রশিক্ষণ নেয় এবং গর্ভবতী ও শিশুর মায়েদের আপনজন সেবায় নিবন্ধন করে। পরীক্ষাকালীন সময়ে ব্র্যাকের স্বাস্থ্যকর্মী এবং মাঠ পর্যায়ে কর্তব্যরত কর্মকর্তাগণ সেবাটির মানোন্নয়নে বিভিন্ন পরামর্শ দেন যা সেবাটিকে জাতীয়করণের আগে গুরুত্বপূর্ণ বলে বিবেচিত হয়।

সহায়তাকারী সংস্থা হিসেবে ব্র্যাক অংশগ্রহণ করেছে আপনজন আয়োজিত বিভিন্ন কর্মশালা এবং সম্মেলনে। আপনজন উপদেষ্টা পরিষদ (Advisory Board) এর সদস্য হিসেবে বিভিন্ন সময়ে আপনজনের দিকনির্দেশনার কাজটিও করে থাকে ব্র্যাক। ২০১২ এর আগস্ট মাসে জাতীয় পর্যায়ে আপনজনের কর্মপ্রসারে স্বাস্থ্যকর্মীদের মাধ্যমে সহায়তা প্রদানের নিমিত্ত ডিনেটের সাথে চুক্তিবদ্ধ হয় ব্র্যাক।

বর্তমানে আপনজনের প্রশিক্ষণ নিয়ে ব্র্যাকের ৩৩৭ জন স্বাস্থ্যকর্মী ৭টি জেলায় আপনজন সেবায় নিবন্ধন ও প্রচারের কাজ করছে। স্বাস্থ্যকর্মীদের

মাঠপর্যায়ের কার্যক্রম নিরীক্ষণ করেন ব্র্যাকের স্থানীয় পর্যায়ের ব্যবস্থাপক এবং কর্মকর্তাবৃন্দ। স্বাস্থ্যকর্মীরা তাঁদের নিজ নিজ কর্মএলাকায় ঘুরে ব্র্যাকের সেবাভুক্ত গ্রাহক (গর্ভবতী ও প্রসূতি মা) যাদের বাড়িতে মোবাইল ফোন আছে তাঁদের এ সেবা সম্পর্কে জানান এবং তাঁদের অনুমতি সাপেক্ষে এ সেবায় নিবন্ধন করেন। এভাবে ব্র্যাকের সহায়তায় আপনজন সুবিধাবঞ্চিত মায়েদের কাছে পৌঁছাবার প্রয়াস অব্যাহত রেখেছে।



মোবাইল ফোনের মাধ্যমে গর্ভবতী ও নতুন মায়েদের স্বাস্থ্য-পরামর্শ সেবা
রেজিস্ট্রেশন করতে কল করুন ১৬২২৭-এ

মোবাইল ফোন এখন আমাদেরকে এমন একটি প্ল্যাটফর্ম দিচ্ছে যার মাধ্যমে পরিবার পরিকল্পনাসহ বিভিন্ন বিষয়ে কাজ করার সুযোগ তৈরি হচ্ছে। একটা গবেষণায় দেখা গেছে বাংলাদেশের প্রায় ৮২ শতাংশ গৃহস্থালিতে মোবাইল ফোন পৌঁছে গেছে, এতে সুবিধা হল প্রত্যন্ত অঞ্চলে বিশেষ করে পাহাড়ি জনপদে যেখানে যাওয়া কষ্টকর, সেখানে মোবাইল ফোনের প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করে স্বাস্থ্যসেবা পৌঁছে দেয়া সম্ভব। আর মামা উদ্যোগের “আপনজন” সেবাটি এ কাজটি করছে খুব ভালভাবে। আমি মনে করি গর্ভবতী নারী ও মায়াদের কাছে এ সেবাটি ক্রমেই হয়ে উঠবে তাদের একান্ত আপনজন।

- ডাঃ কাওসার আফসানা, পরিচালক, ব্র্যাক হেলথ



www.aponjon.com.bd/sponsor-mother

কর্মযজ্ঞে আপনজন টিম

আপনজনের গণমাধ্যমে প্রচারাভিযানের প্রস্তুতিস্বরূপ গ্রাহকসেবাকেন্দ্রে সাজানো হয় যত্নের সাথে। গ্রাহক সেবাকেন্দ্রের সদস্যরা সব ধরনের কল বিষয়ভিত্তিক উত্তর দেবার জন্য

সেবাকার্যক্রম চলার এ পর্যায়ে আপনজন টিম ১৬ ২২ ৭ এ নিয়মিত গ্রাহক সেবার পাশাপাশি গর্ভকালীন ও শিশু বিষয়ক পরামর্শ প্রদানের জন্য ডাক্তার প্যানেল গঠনের কর্মসূচী হাতে নেয়। খুব শীঘ্রই



পর্যাপ্ত প্রস্তুতি গ্রহণ করে। গণমাধ্যমে প্রচারণার সময় গ্রাহক সেবাকেন্দ্রে অনেক গ্রাহক এবং নিবন্ধনে আগ্রহী ব্যক্তিবর্গ গর্ভকালীন ও নবজাতকের অসুখ-বিসুখে তাৎক্ষণিক পরামর্শের জন্য ডাক্তারের সাথে সরাসরি কথা বলার প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করে। উলেখ্য, পরীক্ষামূলক পর্যায়ে আপনজনের সেবা কার্যক্রম চলাকালীন সময়েও গ্রাহকগণ হটলাইনে ডাক্তারের সাথে কথা বলার সুযোগ কামনা করেন। জাতীয় পর্যায়ে

আপনজন গ্রাহকগণ তাদের গর্ভকালীন এবং শিশুর স্বাস্থ্যসংক্রান্ত বিষয়ে ১৬ ২২ ৭ এ কল করে ডাক্তারের সাথে কথা বলতে পারবেন।

লাল-তীর হয়ে উঠেছে আপনজনের কণ্ঠ

২০১২ সালের ১৭ ডিসেম্বর লালতীর সীড লিমিটেডের সাথে চুক্তি স্বাক্ষরিত হয় আপনজনের। চুক্তি অনুসারে, লালতীর সীড লিমিটেড তাদের ক্যালেন্ডার, লিফলেট, ব্যানার, পথনাটক ইত্যাদি প্রচারমাধ্যমে আপনজনের কথা ছড়িয়ে দেবেন কৃষক সমাজে যাতে তাঁরা অন্তর্ভুক্ত হন এই সেবায়। লালতীর সীড লিমিটেড ইতিমধ্যেই চুক্তির বাস্তবায়ন



শুরু করেছে- ২০১৩ সালে লালতীর হতে প্রকাশিত ক্যালেন্ডারের প্রতি পাতায় আপনজনের শর্টকোড ১৬ ২২ ৭ এবং সেবার দিক সম্পর্কে জানানো হয়। এই ক্যালেন্ডার ইতিমধ্যেই গ্রাম-বাংলার কৃষক, বীজ ক্রেতা এবং বিক্রেতাদের মাঝে বিতরণ করা হয়েছে।

মোবাইল ফোনের মাধ্যমে গর্ভবতী ও নতুন মায়াদের স্বাস্থ্য-পরামর্শ সেবা
রেজিস্ট্রেশন করতে কল করুন ১৬২২৭-এ

বহিরাঙ্গনে আপনজন

জানুয়ারি মাসে রংপুর, রাজশাহী এবং খুলনায় সিসিমপুর কর্তৃক আয়োজিত মেলায় অংশগ্রহণ করে আপনজন পরিবার। ১৯৬৬ সালে সর্বপ্রথম শিশুদের জন্য একটি ব্যতিক্রমধর্মী টেলিভিশন ভিত্তিক শিক্ষণীয় অনুষ্ঠান হিসেবে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে ‘সিসেম স্ট্রিট’ এর জয়যাত্রা শুরু হয়। ২০০৫ সালে ‘সিসেম স্ট্রিট’ এর আদলে বাংলাদেশে ‘সিসিমপুর’ অনুষ্ঠানটি সম্প্রচারিত হতে থাকে যুক্তরাষ্ট্র আন্তর্জাতিক সাহায্য সংস্থার অর্থায়নে। প্রতিবছর সিসিমপুর সারা বাংলাদেশে আয়োজন করে মেলার যেখানে উপস্থিত হয় কোমলমতি শিশু এবং তাদের বাবা-মায়েরা।

এবছর সিসিমপুরের মেলা কার্যক্রমে স্টল দিয়ে অংশগ্রহণ করে ‘আপনজন’। প্রতিটি মেলাতেই বিপুল জনসমাগম হয়। ৪-৫ জানুয়ারি রংপুর জেলা স্কুলে অনুষ্ঠিত মেলায় জড়ো হয় ১৫ হাজার দর্শনার্থী, ১১-১২ জানুয়ারি রাজশাহী কলিজিয়েট স্কুলে জড়ো হয় ১২ হাজার জন এবং সর্বশেষ ১৮-১৯ জানুয়ারী খুলনার সেন্ট যোসেফ স্কুলে অনুষ্ঠিত মেলায় প্রায় ৩৫ হাজার লোক সমাগম ঘটে। এই তিনটি মেলাতেই উপস্থিত দর্শনার্থীবৃন্দ আপনজন স্টলে ভিড় করেন, সেবাটি সম্পর্কে আগ্রহ প্রকাশ করেন এবং অনেকে নিবন্ধনও করেন।



আপনজন বার্তা

গর্ভাবস্থার স্বাস্থ্যপরামর্শঃ

আপনার এখন ৩২ সপ্তাহ চলছে

আমি আপনার ডাক্তার আপা বলছি। আপনি কেমন আছেন? বাচ্চার জন্য মায়ের বুকের দুধই সবচেয়ে ভালো খাবার। প্রথম দিকের দুধ থাকে ঘন আর হলদে রঙের। একে বলে শালদুধ। এই দুধ বাচ্চাকে অনেক রোগবালাই থেকে রক্ষা করে। আপনার বাচ্চা হওয়ার এক ঘণ্টার মধ্যে বাচ্চাকে বুকের দুধ খাওয়ানো শুরু করবেন। এসময় অনেকে বলতে পারে বাচ্চা হওয়ার পর মুখে মধু দিতে হয়। মধু, ঘি বা তেল বাচ্চার জন্য ক্ষতিকর হতে পারে। বাচ্চার বেড়ে ওঠার জন্য যা যা দরকার বুকের দুধে তার সব কিছু আছে। প্রথম ছয়মাস বুকের দুধ ছাড়া আর কোনো খাবার দরকার নেই।

আপনজন অভিজ্ঞতা

মানুষের কল্যাণে নিবেদিত প্রাণ-স্বাস্থ্যকর্মী তাসলিমা খাতুন তাসলিমা খাতুন ব্র্যাকের একজন স্বাস্থ্যকর্মী। তাঁর বাড়ি বাগেরহাট সদরের যাত্রাপুর ইউনিয়নের মোশিতপুর গ্রামে। তাসলিমার শিক্ষাগত যোগ্যতা এস এস সি। ৩৬ বছর বয়সী তাসলিমা মানুষের কল্যাণে নিবেদিত প্রাণ। শৈশবে অধিকাংশ সময় তাঁর অতিবাহিত হয়েছে কিভাবে মানুষের জীবনের মান উন্নয়ন করা যায়, কীভাবে আর্তের সেবায় পাশে দাঁড়ানো যায় সে চিন্তায়। তাই শিক্ষাজীবনের অধ্যায় শেষ হলে তিনি ব্র্যাকে অংশ গ্রহণ করেন এবং বাড়ি বাড়ি ঘুরে গর্ভবতী নারী ও প্রসূতি মা-নবজাতককে দেন প্রয়োজনীয় স্বাস্থ্যপরামর্শ। ২০১২ সালের এপ্রিল মাসে তাসলিমা আপনজন সেবার প্রশিক্ষণ লাভ করেন, এ পর্যন্ত তাঁর এলাকায় তিনি ১৪৯ জন গর্ভবতী ও ১ বছরের কম বয়সী বাচ্চার মাকে এ সেবার আওতায় নিবন্ধন করেন।

তাসলিমা বলেন “মানুষতো মোবাইল ফোন ব্যবহার করেই, সুতরাং মোবাইল ফোন ব্যবহার করে অতি অল্প খরচে তারা যদি তাদের স্বাস্থ্য সম্পর্কে জানতে পারে তার থেকে ভাল আর কি হতে পারে?” তাসলিমা মনে করেন আপনজন সেবার স্বাস্থ্যপরামর্শগুলো গর্ভবতী ও শিশুর মায়েরদের তাদের আগামী প্রজন্মের সুন্দর স্বাস্থ্য গড়ে তুলতে অনন্য ভূমিকা পালন করবে।

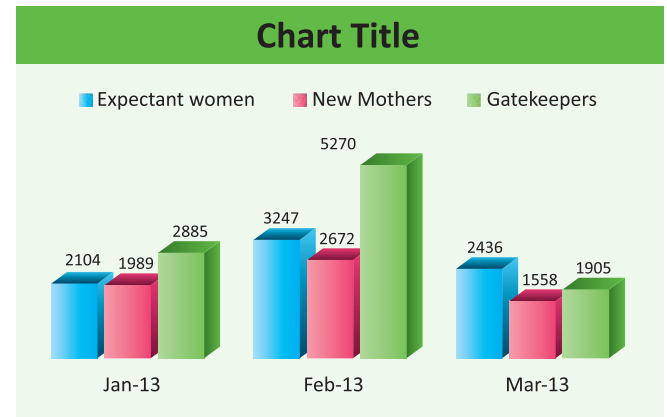
মাঠের কথা!

জানুয়ারি থেকে মার্চ মাস নাগাদ ঢাকার বিভিন্ন অঞ্চল ছাড়াও রাজশাহী, ব্রাহ্মণবাড়িয়া, কুড়িগ্রাম, লালমনিরহাট, ভুরুঙ্গামারী, রংপুর, পঞ্চগড়, জয়পুরহাট, নাটোর, বগুড়া, মতলব, গোপালগঞ্জ, কুষ্টিয়া জেলায় আপনজন মাঠপর্যায়ে কর্মরত ব্র্যাক এবং সূর্যের হাসির ৫৭৬ জন স্বাস্থ্যকর্মী ও কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণ দেয়। প্রশিক্ষণ কর্মসূচীগুলোতে তুলে ধরা হয় বাংলাদেশের স্বাস্থ্যক্ষেত্রে চিত্র এবং আপনজন কিভাবে সেখানে ভূমিকা রাখতে অঙ্গীকারবদ্ধ সে বিষয়ে। মাঠ পর্যায়ের কর্মীরা পরিচিত হন আপনজনের জন্য ব্যবহৃত নিবন্ধন ফর্মের সাথে এবং তাঁদের তদারককারীরা কর্মকর্তারা সেবাটির নিবন্ধনের রিপোর্টিং বিষয়েও অবহিত হন উক্ত প্রশিক্ষণ কর্মশালাগুলোয়।

স্বাস্থ্যকর্মীদের নির্বাচনে এবং তাদের কর্মক্ষমতা বাড়াতে সহযোগী প্রতিষ্ঠানসমূহের উর্ধ্বতন কর্মকর্তাদের আপনজন সেবার ধরন ও প্রকৃতি জানা অত্যন্ত জরুরী। সে লক্ষ্যে, আপনজন টিম সহযোগী সংস্থা সমূহের উপজেলা ও জেলা পর্যায়ের কর্মকর্তাদের সাথে আলাপ-আলোচনা ও ওয়ার্কশপের পরিকল্পনা করেছে যার আংশিক বাস্তবায়ন শুরু হয়ে গেছে মার্চ মাসে। গোপালগঞ্জে ব্র্যাকের সবকটি উপজেলা পর্যায়ের ব্যবস্থাপক নিয়ে অনুষ্ঠিত হয় একটি আলোচনা সভা যেখানে দক্ষ স্বাস্থ্যকর্মী নির্বাচন ও তাদের কর্মদক্ষতা বাড়ানোর ব্যাপারে মত বিনিময় হয়। একই ভাবে, চাঁদপুরে মতলব এলাকায় কর্মরত ব্র্যাকের ব্যবস্থাপকদের নিয়ে আয়োজন করা হয় আলোচনা সভা। ধীরে ধীরে সকল সহযোগী সংস্থাসমূহের ব্যবস্থাপকদের সাথে মত বিনিময় সভার আয়োজন করবে ডিনেট।

বর্তমানে আপনজন সেবা

আপনজন গ্রাহক এখন ৪১,০০০!



এই নিউজস্টোরে প্রকাশিত বিষয়বস্তুর সঙ্গে ইউএসএআইডি বা যুক্তরাষ্ট্র সরকারের মতের মিল নাও থাকতে পারে।

মোবাইল ফোনের মাধ্যমে গর্ভবতী ও নতুন মায়েরদের স্বাস্থ্য-পরামর্শ সেবা
রেজিস্ট্রেশন করতে কল করুন ১৬২২৭-এ

গ্লোবাল পার্টনার্স



USAID
আমাদের মন্ত্রণালয়কে সহায়তা করে

Johnson & Johnson

UNITED NATIONS
FOUNDATION

mHealth Alliance

babycenter

ন্যাশনাল পার্টনার্স



Ministry of Health & Family Welfare

আউটরিচ পার্টনার্স

brac



iCHIP

Maternal and Child Health
Integrated Program



Smiling Sun Franchise Program



কর্পোরেট ফাউন্ডিং পার্টনার

BEXIMCO
PHARMA

কর্পোরেট পার্টনার



রিটেইল পার্টনার



একটি **MAMA** উদ্যোগ
Mobile Alliance for Maternal Action

বাস্তবায়নে **dnet**

এই নিউজলেটারে প্রকাশিত বিষয়বস্তুর সঙ্গে ইউএসএআইডি বা যুক্তরাষ্ট্র সরকারের মতের মিল নাও থাকতে পারে।