

দূর থেকে কমিউনিটির সবার সাথে যোগাযোগ

উন্নয়ন ও মানবিক সহায়তা প্রদানকারী সংস্থাগুলো কিভাবে সামনাসামনি কথা না বলেও 'কোভিড ১৯' এর ঝুঁকিগুলো সম্পর্কে কমিউনিটির সবার সাথে যোগাযোগ করতে এবং তাদেরকে এ বিষয়ক বিভিন্ন কর্মকাণ্ডে সম্পৃক্ত করতে পারে সে বিষয়ে সহায়তা করার জন্যই এই সংক্ষিপ্ত নির্দেশিকাটি তৈরি করা হয়েছে। দূর থেকে কাজ করার এই প্রক্রিয়াগুলো অনুসরণ করার মাধ্যমে সংস্থাগুলো তাদের নিজেদের এবং তাদের সহযোগী সংগঠনগুলোর কর্মী ও স্বেচ্ছাসেবকদের স্বাস্থ্য নিরাপত্তার বিষয়টি ঠিক রেখেই কমিউনিটির সবার জন্যই সঠিক ও হালনাগাদ তথ্য পাওয়ার বিষয়টি নিশ্চিত করতে পারবেন। এছাড়া কমিউনিটির সাথে যোগাযোগের মাধ্যমে ও উপকরণগুলো নিজেদের কাজে ব্যবহারের সুযোগ এবং বিষয়গুলো সম্পর্কে তাদের কোনো মন্তব্য, মতামত বা দুশ্চিন্তার বিষয় থাকলে সেগুলোও এই প্রক্রিয়ায় সহজেই জানানো যাবে।

আপনি যদি অন্যান্য সময়ে/সাধারণত: উঠান বৈঠক বা দলগত আলোচনা পরিচালনা করে থাকেন...

...তাহলে আপনার গড়ে তোলা বিশ্বস্ত
কোনো নেটওয়ার্ক বা দলের সাহায্য
নিয়ে ফোনে বা অনলাইনে প্রয়োজনীয়
তথ্যগুলো শেয়ার করতে পারেন।

আপনার কাছে হয়তোবা এরই মধ্যে স্থানীয় এ রকম কোনো দলের সদস্যদের নম্বর কিংবা কমপক্ষে দলনেতার নম্বর আছে। কাজেই এই যোগাযোগটিকে কাজে লাগিয়ে আপনি তাদের কাছে সঠিক তথ্যগুলো এসএমএস বা অডিও বার্তার (এমএমএস) মাধ্যমে পাঠিয়ে দিতে পারেন। পরবর্তী সময়ে দলনেতা বা দলের যেসব সদস্যদের কাছে আপনি এই তথ্য দিচ্ছেন তাদেরকে তথ্যগুলো এলাকার অন্যদের জানাতে উৎসাহিত করুন। যদিও এ ধরনের যোগাযোগের ক্ষেত্রে তারা যেন সরাসরি একে অন্যের সাথে দেখা করে বা সামনা সামনি তথ্য দিতে যেয়ে নিজেদের ঝুঁকিতে না ফেলে সেটি নিশ্চিত করতে হবে।

কোনো সদস্যদের যদি মোবাইলের মাধ্যমে ইন্টারনেট ব্যবহারের সুযোগ থাকে তাহলে যোগাযোগের এইমাধ্যমটি কাজে লাগিয়েও তথ্য দেওয়া যেতে পারে। তবে মনে রাখতে হবে যে, বাংলাদেশের অধিকাংশ ব্যবহারকারীরই মোবাইলে ইন্টারনেট ব্যবহারের ক্ষেত্রে বেশি ডাটা খরচ হচ্ছে কি না তা নিয়ে এক ধরনের চিন্তায় থাকেন। কাজেই আপনার দেওয়া তথ্য বা কনটেন্টগুলো যেন কম রেজুলুশনের কোনো ফরম্যাটে (যেগুলো দেখতে বা শেয়ার করতে বেশি ডাটা খরচ হয় না) বানানো হয় সেদিকে লক্ষ্য রাখতে হবে। এভাবে সম্ভব সবচেয়ে কম ফাইল সাইজের কোনো কিছু তৈরি করা হলে মানুষ সেটি সহজেই মোবাইল ইন্টারনেট বা এমএমএস (মাল্টিমিডিয়া ম্যাসেজ) এরমাধ্যমে শেয়ার করতে পারে।

এছাড়া প্রতিটি দলের দলনেতাকে তাদের মতামত এবং কোনো বিষয় নিয়ে মানুষের কোনো দুশ্চিন্তা থাকলে তা আপনাদের জানাতে উৎসাহিত করুন। সেই সাথে আপনার সংস্থার পক্ষ থেকে যেন এভাবে পাওয়া মতামতগুলো লিপিবদ্ধ করা এবং তাদের মতামতের আলোকে পরবর্তী পদক্ষেপ নেওয়ার একটি প্রক্রিয়া থাকে সেটিও নিশ্চিত করুন।



আপনি যদি সাধারণত: অন্যান্য সময়ে
মোবাইল মাইকিং/ড্রাম্যমাণ মাইকিং/
ঘুরে ঘুরে মাইকিং করে থাকেন...

...তাহলে এলাকার কোনো একটি
নির্দিষ্ট স্থানে (স্থায়ী) লাউডস্পিকার
বসানোর বিষয়টি ভেবে দেখতে পারেন।

এ সময়ে ঘুরে ঘুরে মাইকিং করা হলে বিষয়টি যারা মাইকিং করছেন, যারা তার সাথে
আছেন বা যারা গাড়ি চালাচ্ছেন তাদের ঝুঁকিতে ফেলতে পারে। এছাড়া এতে করে 'সবাইকে
যতটা সম্ভব বাড়িতে থাকার' কেন্দ্রীয় সরকারি পরামর্শও কিছুটা উপেক্ষা করা হয়।
কাজেই ঘুরে ঘুরে মাইকিং করার পরিবর্তে এলাকার/কমিউনিটির বিভিন্ন স্থানে স্থায়ী কিছু
লাউডস্পিকার বসানোর কথা ভাবা যেতে পারে। বিশেষ করে, লাউডস্পিকারগুলো এমন
কিছু জায়গায় স্থাপন করা যেতে পারে যেসব জায়গায় কর্মী বা স্বেচ্ছাসেবকরা তাদের ঘর
থেকে না বেরিয়েই লাউডস্পিকারগুলো ব্যবহার করতে পারবেন। এছাড়া মসজিদের মাইক
ব্যবহার করে সবাইকে তথ্য দেওয়া যায় কিনা সেটিও কমিউনিটিতে আপনার পরিচিত বা
স্থানীয়দের মাধ্যমে চেষ্টা করে দেখতে পারেন। আর এসব ক্ষেত্রে প্রচারিত তথ্যগুলো যেন
নির্ভুল হয় সেটি নিশ্চিত করতেও মসজিদগুলোর সাথে কাজ করুন।



আপনি যদি অন্যান্য সময়ে/সাধারণত: সরাসরি বা মুখোমুখি কথা বলার মাধ্যমে স্বাস্থ্য সেবা ও পরামর্শ দিয়ে থাকেন...

...তাহলে আপনাদের যেসব মাঠকর্মী বা 'ফ্রন্ট লাইন কর্মী' এখনও কাজ করছেন তারা যেন ভালোভাবে আন্তঃবাস্তবিক যোগাযোগ করতে পারদর্শী হয় সেটি নিশ্চিত করুন

বিভিন্ন 'হেলথ ফ্যাসিলিটি' বা স্বাস্থ্য সেবা কেন্দ্রে (অথবা অন্যান্য জরুরি কাজে) যেসব কর্মী এখনও কাজ করে যাচ্ছেন তারা স্বভাবতই খুব ব্যস্ত সময় কাটাচ্ছেন। তবে কমিউনিটির মানুষেরা যেন সঠিক ও প্রয়োজনীয় তথ্যগুলো পান তা নিশ্চিত করতে এই কর্মীরা এখনও বেশ কিছু ভূমিকা রাখতে পারেন। এজন্য আপনার সংস্থার মাঠকর্মী বা যে দলগুলো সরাসরি কমিউনিটির সাথে কাজ করছে সেই 'ফ্রন্ট-লাইন' কর্মীদেরকে ভালো আন্তঃবাস্তবিক যোগাযোগের মূল বিষয়গুলো সম্পর্কে বুঝিয়ে বলুন। এছাড়া এই কর্মীরা যেন সবসময় সঠিক ও হালনাগাদ তথ্যগুলো জানতে পারেন এবং সে অনুযায়ী কমিউনিটির সবার কাছে তথ্য পৌঁছান সেটিও নিশ্চিত করুন। এছাড়া সেবা গ্রহীতারা কোনো মতামত, উদ্বেগ বা অভিযোগের কথা জানালে সেটি কিভাবে লিপিবদ্ধ/নথিভুক্ত করতে হবে এবং এই বিষয়গুলোতে কখন কী পদক্ষেপ নিতে হবে সেই বিষয়টিও এই মাঠকর্মী বা 'ফ্রন্ট-লাইন' কর্মীদের ভালোভাবে জানাতে হবে।

স্বাস্থ্য সেবাকেন্দ্রগুলোতে অডিও ও ভিডিও বার্তা চালানো হলে সাধারণত মানুষজন এগুলো দেখার জন্য সেখানে ভিড় করে, যা এখনকার সময়ে ভালো কিছু না হওয়ার সম্ভাবনাই বেশি। কাজেই এর পরিবর্তে এসব জায়গায় সর্বশেষ ও হালনাগাদ তথ্য ও পরামর্শ সংবলিত পোস্টার ব্যবহারের কথা ভাবতে পারেন। এক্ষেত্রে পোস্টারগুলো যে প্রিন্ট করাই হতে হবে এমন কোনো কথা নেই; বরং হোয়াইট বোর্ড বা ফ্লিপ চার্টে তথ্যগুলো হাতে লিখে ঝুলাতে পারলেও তা সমানভাবে কাজে আসতে পারে।



আপনি যদি সাধারণত টেলিফোন বা মোবাইল
হটলাইন পরিচালনা করে থাকেন তাহলে...

... সর্বশেষ তথ্য ও বিভিন্ন সেবার জন্য যেসব
জায়গায় রেফার করা হয় সেই বিষয়গুলো
ঠিক আছে কিনা তা নিশ্চিত হয়ে নিন।

কমিউনিটির মানুষ এরই মধ্যে যে হটলাইন নম্বরগুলোর কথা জানেন সেই হটলাইনগুলো তাদের সাথে যোগাযোগ রক্ষার একটি দারুণ উপায় হতে পারে। যদিও এ ধরনের হটলাইন চালাতে আপনার কোনো কর্মীকে যেন কমিউনিটিতে যেতে না হয় বা তারা যেন কোনো ধরনের ঝুঁকি না নেন সেদিকে অবশ্যই লক্ষ্য রাখতে হবে। এছাড়া যেসব কর্মী বা স্বেচ্ছাসেবকরা এই হটলাইনগুলো পরিচালনা করছেন তারা যেন সঠিক ও নিয়মিতভাবে হালনাগাদ করাতথ্যগুলো সম্পর্কে জানেন এবং তারা যেন আপনার সংস্থার নিয়মানুযায়ী মানুষের মতামত বা অভিযোগগুলো লিপিবদ্ধ করা ও প্রয়োজন অনুযায়ী ব্যবস্থা নিতে পারেন সেটি নিশ্চিত করতে হবে। মনে রাখবেন, আপনাদের পরিচালনা করা হটলাইনগুলো হয়তো এই সময়ে অনেক বেশি ব্যস্ত হয়ে উঠতে পারে। কাজেই কীভাবে কর্মী বাড়ানোর মাধ্যমে আরো বেশি সংখ্যক ফোন কল রিসিভ করা যায় সে সম্পর্কে ভাবতে পারেন। সেই সাথে এই বিষয়টি অবশ্যই নিশ্চিত করতে চেষ্টা করুন যে, আপনার যে কর্মীরা ফোন ধরছেন তারা যেন স্থানীয় ভাষাতেই কথা বলেন। এতে করে কমিউনিটি থেকে যারা ফোন করছেন তাদেরকে তারা স্পষ্টভাবে/পরিষ্কারভাবে যেকোনো সমাধান দিতে পারবেন।

যেহেতু ইতিমধ্যে ফোনের মাধ্যমে জনসাধারণকে তথ্য এবং পরামর্শ দেওয়ার জন্য সরকারের পক্ষ থেকে বেশ কয়েকটি উদ্যোগ নেয়া হয়েছে এবং সেগুলোর যথেষ্ট প্রচার-প্রচারণাও হচ্ছে, তাই নতুন কোনো হটলাইন স্থাপন করার সিদ্ধান্ত এই মুহুর্তে না নেওয়াই ভালো।



আপনি যদি সাধারণত ইন্টারনেট বা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করে থাকেন তাহলে...

...এই মাধ্যমগুলো দ্বি-মুখী যোগাযোগের জন্য (তথ্য জানানো এবং একইসাথে ব্যবহারকারীর মতামত জানার জন্য) ব্যবহার করতে চেষ্টা করুন

এই মুহূর্তে ইন্টারনেট ও সোশ্যাল মিডিয়া যেকোনো তথ্য শেয়ার করার জন্য বেশ ভালো একটি জায়গা; বিশেষ করে আপনার যদি ইতিমধ্যেই উল্লেখযোগ্য সংখ্যক মানুষের অংশগ্রহণ রয়েছে এবং সকলের কাছে বিশ্বাসযোগ্য এমন কোনো পেইজ বা চ্যানেল থেকে থাকে। এসব ক্ষেত্রে আপনার নিজস্ব কন্টেন্ট তৈরির পেছনে সম্পদ ও সময় অপচয় করার আগে ভেবে দেখুন আপনার আশেপাশেই এমন অনেক ভিডিও ও অডিও কন্টেন্ট রয়েছে কিনা যা আপনি শেয়ার করতে পারেন। তবে আপনার শেয়ার করা কন্টেন্ট-এর তথ্য যথাযথ এবং হালনাগাদ কিনা তা অবশ্যই যাচাই করে তারপর শেয়ার করুন। আপনার পক্ষে যাচাই করা সম্ভব না হলে অন্যদের সাহায্য নিন। একইভাবে বলা যায়, এই সময়টি সম্ভবত নতুন কোনো পেইজ বা চ্যানেল তৈরির সঠিক সময় নয় – তাই জরুরি অবস্থা শুরুর আগেই, অনেক বেশি অডিয়েন্সের সাথে সম্পৃক্ত এমন বিশ্বাসযোগ্য বিদ্যমান চ্যানেলগুলোর মাধ্যমে মানুষের কাছে সঠিক তথ্যটি পৌঁছানোতে মনোযোগ দিলেই আপনি আরো বেশি সাফল্য পেতে পারেন।

মনে রাখা জরুরি, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে বিভিন্ন বার্তা অন্যদের জানানোর জন্যই শুধু নয়, বরং দ্বিমুখী যোগাযোগের মাধ্যমে জনসাধারণকে সম্পৃক্ত করারও চমৎকার একটি জায়গা হয়ে উঠতে পারে। এজন্য আপনার অডিয়েন্সকে কীভাবে বিষয়গুলো নিয়ে আলোচনায় উৎসাহিত করতে পারেন এবং কীভাবে তাদের করা প্রশ্নগুলোর উত্তর দিতে পারেন সেটি নিয়ে ভাবুন। তথ্য-প্রমাণ বিশ্লেষণ করে দেখা যায় যে, যারা শুধুমাত্র কোনো কিছু দেখেন বা শোনে তাদের তুলনায় যারা দেখা বা শোনার পরে সে বিষয়ে আলোচনায় অংশ নেন তারা তুলনামূলকভাবে বেশি লাভবান হন। এছাড়া এই মাধ্যমগুলো থেকে পাওয়া মতামতগুলো আপনি কীভাবে লিপিবদ্ধ করতে পারেন বা এই মতামতগুলোতে কীভাবে সাড়া দিতে পারেন সেটিও আগে থেকে ভেবে রাখুন।

বাংলাদেশে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারকারীদের মধ্যে সাধারণত বয়সে তরুণ, পুরুষ এবং শহুরে নাগরিকদের সংখ্যাই বেশি। কাজেই শুধুমাত্র এই একটি মাধ্যম ব্যবহার করে সবার কাছে পৌঁছাতে চাইলে সেটি আদর্শ নাও হতে পারে। তবে আপনি চাইলেই আপনার সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারকারীদেরকে উৎসাহিত করতে পারেন যেন তারা আপনার দেওয়া তথ্যগুলো তাদের পাড়া-মহল্লা, গ্রামের বাড়ির মানুষ- বিশেষত, নারী ও বয়স্ক ব্যক্তিদের কাছে পৌঁছে দেয়। এর ফলে আপনার তথ্য বা বার্তাগুলো যারা সরাসরি দেখছেন তাদের বাইরেও আরও বেশি সংখ্যক মানুষের কাছে পৌঁছে যাওয়ার সুযোগ তৈরি হবে।



সর্বোপরি, মনে রাখবেন...

- ◆ আপনার প্রতিটি যোগাযোগ কার্যক্রমের লক্ষ্য সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা রাখুন। কী অর্জন করতে চান সে সম্পর্কে যদি আপনার স্পষ্ট ধারণা থাকে, তাহলে আপনার সফল হওয়ার সম্ভাবনাও বাড়বে।
- ◆ যেকোনো যোগাযোগের আগেই কিছু বিষয় ভালো করে ভাবুন। যারা তথ্যগুলো পাচ্ছেন তাদের জন্য কি এটি কার্যকর বা আপনি যা কিছু করার পরামর্শ দিচ্ছেন সেগুলো কি তাদের পক্ষে করা সম্ভব? যাদের জন্য পরামর্শ দিচ্ছেন তাদের পরিবেশ-পরিস্থিতির সাথে কি আপনার দেওয়া পরামর্শগুলো মানানসই? অথবা এ থেকে কি কারও কোনো ক্ষতি হতে পারে?
- ◆ তথ্যগুলো স্পষ্ট এবং সংক্ষিপ্ত রাখুন। এজন্য আপনার দেওয়া তথ্যগুলোতে যেন কোনো কারিগরী ভাষা বা শব্দ না থাকে এবং তথ্যগুলো যেন কমিউনিটির মানুষেরা বোঝেন এমন প্রতিদিনের ব্যবহার করা ভাষায় হয়, সেটি নিশ্চিত করুন।
- ◆ আপনার দেওয়া তথ্যগুলো যেন হালনাগাদ ও নির্ভুল হয় এবং সেটি যেন কোনো কাল্পনিক বা ভুল ধারণাকে উৎসাহিত না করে সেজন্য কোনো একটি বিষয়ে সর্বশেষ কী তথ্য আছে তা সবসময় জেনে রাখুন। মনে রাখবেন, আপনার দেওয়া তথ্যগুলোকে যদি মানুষ ভুল ভাবে বা অসম্পূর্ণ ভাবে, তাহলে আপনিও তথ্যগ্রহণকারী শ্রোতা-দর্শকের আস্থা হারাবেন এবং এতে মানুষের ভালোর চেয়ে খারাপই বেশি হতে পারে।
- ◆ আপনি জনগণকে অসঙ্গত বা পরস্পরবিরোধী কোনো তথ্য দিচ্ছেন কিনা তা নিশ্চিত হতে অন্যান্য যোগাযোগকারী, যেমন: স্থানীয় কর্তৃপক্ষ, এনজিও এবং কমিউনিটি সংগঠনগুলোর সাথে পরামর্শ করে নিন। যদি কোনো বার্তায় কোনো অসঙ্গতি আপনার চোখে পড়ে তাহলে এর কারণ খুঁজে বের করুন এবং সেগুলো ঠিক করে নিন।



আরও তথ্যের জন্য যোগাযোগ করুন:

- ◆ এশিয়া-প্যাসিফিক আরসিসিই ওয়ার্কিং গ্রুপ – [ইনক্লুডিং মার্জিনালাইজড অ্যান্ড ভালনারেবল পিপল ইন রিস্ক কমিউনিকেশন অ্যান্ড কমিউনিটি এংগেজমেন্ট](#)
- ◆ বিবিসি মিডিয়া অ্যাকশন – [গাইডেন্স অ্যান্ড টুলকিটস](#)
- ◆ বিবিসি মিডিয়া অ্যাকশন – রিসার্চ অ্যান্ড এভিডেন্স অন [কমিউনিকেশন ইন ইমারজেন্সিস](#)
- ◆ বিবিসি মিডিয়া অ্যাকশন / আইএফআরসি গাইড ফর দ্য [মিডিয়া অন কমিউনিকেশন ইন পাবলিক হেলথ ইমারজেন্সিস](#)
- ◆ বিভিন্ন কমিউনিকেশন টুলস, সহায়িকা ও তথ্যভাণ্ডারের জন্য [সংযোগ ওয়েবসাইট](#)
- ◆ কোভিড-১৯ এর জন্য [সিডাক \(সিডিএসি\) নেটওয়ার্ক রিসোর্সেস](#)

এই নির্দেশিকাটি বাংলাদেশে কমিউনিটির সাথে যোগাযোগের জাতীয় প্ল্যাটফর্ম 'সংযোগ'-এর পক্ষ থেকে বিবিসি মিডিয়া অ্যাকশন তৈরি করেছে।