


# যোগাযোগ Communication



## ভূমিকা

ধরুন, সকালে মায়ের ডাকে আপনার ঘুম ভাঙ্গল। মায়ের সাথে আপনার যোগাযোগ হল। নাস্তা খেয়ে টিউটোরিয়াল সেন্টারে যাওয়ার জন্য রিক্সাচালকের সাথে ভাড়া চুকিয়ে রিক্সায় উঠে বসলেন। এখানে রিক্সাওয়ালার সাথে আপনার যোগাযোগ হল। টিউটোরিয়াল ক্লাসে পৌঁছে টিউটরের সাথে যোগাযোগ হল। আমরা যেখানেই থাকিনা কেন, যাহা কিছু করি না কেন, যোগাযোগের সাথে আমাদের একটি সম্পর্ক রয়েছে। যোগাযোগ ছাড়া কোন কাজ আমাদের পক্ষে করা সম্ভব হয় না। ব্যবসায় জগতেও যোগাযোগ প্রতিটি কাজের সাথে সম্পৃক্ত। আনুষ্ঠানিক ও অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ ছাড়া ব্যবসা করা সম্ভব নয়।

এই ইউনিটে যোগাযোগের ধারণা, পরিধি, উদ্দেশ্য, গুরুত্ব, নীতিমালা, যোগাযোগ প্রক্রিয়া এবং কার্যাবলী ইত্যাদি সম্পর্কে বিস্তারিত জানতে পারবেন। এ ছাড়াও, এ ইউনিটে তথ্য-প্রযুক্তির মাধ্যমে যোগাযোগের বিষয়ের উপরে আলোকপাত করা হবে। তাহলে আসুন, ইউনিটের প্রতিটি পাঠ শেষ করে যোগাযোগের নানা বিষয় সম্পর্কে জেনে নিই।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
--	---------------------	---------------------------------------

## এই ইউনিটের পাঠসমূহ

- পাঠ-১ : যোগাযোগের ধারণা, প্রক্রিয়া ও গুরুত্ব
- পাঠ-২ : যোগাযোগের প্রকারভেদ
- পাঠ-৩ : যোগাযোগের কার্যাবলী
- পাঠ-৪ : ব্যবসায় যোগাযোগে আইসিটি

## পাঠ-৮.১

## যোগাযোগের ধারণা, প্রক্রিয়া ও গুরুত্ব

## Concept, Process and Importance of Communication



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগের ধারণা বর্ণনা করতে পারবেন।
- যোগাযোগের প্রক্রিয়া ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- যোগাযোগের গুরুত্ব সম্পর্কে বলতে পারবেন।

## যোগাযোগের ধারণা (Concept of Communication)

ইউনিটের শুরুতে বলেছি, মায়ের ডাকে আপনার ঘুম ভাঙল। এখানে মায়ের সাথে আপনার ভাবের আদান প্রদান হল। রিক্সাচালকের সাথে টিউটোরিয়াল সেন্টারে এক মাইল রাস্তা রিক্সায় যাওয়ার তথ্য আদান-প্রদান হল। আবার টিউটর আপনাকে যোগাযোগের তাত্ত্বিক বিষয় বিস্তারিত বিষয় বুঝিয়ে দিলেন। এখানে টিউটরের সাথে আপনার যোগাযোগ ধারণার আদান-প্রদান হল। সুতরাং সহজ কথায় ভাব, ধারণা ও তথ্য আদান-প্রদান বা বিনিময়কে যোগাযোগ বলে। বিস্তারিতভাবে বলতে গেলে বলতে হবে যে, ব্যাপক অর্থে যোগাযোগ হল উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য পরস্পরের মধ্যে কোন বিষয়ে ভাব, ধারণা, মতামত, তথ্য, নির্দেশনা ইত্যাদির বিনিময়। যোগাযোগ সম্পর্কে বিভিন্ন মনীষী নানা ধরনের সংজ্ঞা দিয়েছেন। আসুন সেগুলো সম্পর্কে জেনে নিই:

নিউম্যান ও সামার-এর মতে ‘যোগাযোগ হচ্ছে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, অভিমত বা আবেগ-অনুভূতির বিনিময়’। কুঞ্জ এবং উয়িরিচের মতে, যোগাযোগ হলো প্রেরকের নিকট থেকে প্রাপকের নিকট তথ্য স্থানান্তর, যে তথ্য দ্বারা প্রাপক কোন কিছু অবগত হতে পারে। এখানে শুধু তথ্যের উপর জোর দেওয়া হয়েছে।

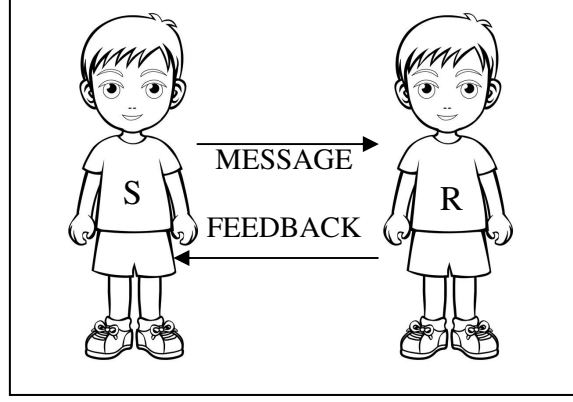
ব্যক্তির পাশাপাশি কিছু সংগঠনও যোগাযোগের সংজ্ঞা দিয়েছে। উদাহরণস্বরূপ, আমেরিকান ব্যবস্থাপনা সমিতি যোগাযোগের নিম্নোক্ত সংজ্ঞা দিয়েছে: ‘যোগাযোগ বলতে এমন সব আচরণই আমরা বুঝে থাকি যা কোন অর্থ বা ভাবের বিনিময় ঘটায়’। এ সংজ্ঞাটি অনেক ব্যাপক। কেননা এটিতে আচরণের বিষয়টিও গুরুত্ব পেয়েছে।

উপরের আলোচনার ভিত্তিতে আমরা বলতে পারি যে, বিশেষ কোন উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য একজনের নিকট থেকে অন্য জনের নিকট তথ্য, ভাব, ধারণা, সংবাদ বা মতামত প্রেরণের প্রক্রিয়াই হলো যোগাযোগ। এটি মৌখিক হতে পারে, লিখিত হতে পারে, আকার-ইঙ্গিতে হতে পারে আবার প্রযুক্তির মাধ্যমেও হতে পারে। এ পাঠে ব্যবসায়ের বিষয়টি প্রাধান্য দিয়ে যোগাযোগের প্রক্রিয়া ও গুরুত্বের বিষয়গুলো আলোচনা করা হবে।

ব্যবসায়ের উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের সংশ্লিষ্ট পক্ষের ব্যক্তিদের সাথে ভাব, ধারণা ও তথ্যের বিভিন্ন প্রকার আদান-প্রদানকে ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। ব্যবসায়ের সার্বিক সফলতা সূষ্ঠ যোগাযোগের উপরই নির্ভর করে। এবার আসুন আমরা যোগাযোগের প্রক্রিয়া সম্পর্কে জেনে নিই।

## যোগাযোগের প্রক্রিয়া (Communication Process)

যে কোন প্রক্রিয়া ইনপুট দিয়ে শুরু হয় এবং আউটপুট দিয়ে শেষ হয়। যোগাযোগেও একটি নির্ধারিত প্রক্রিয়া রয়েছে। সাধারণভাবে যে পদ্ধতিতে বার্তা পাঠানো হয় তাকে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বলে। এ প্রক্রিয়ায় দু’টি পক্ষ থাকে: প্রেরক ও প্রাপক। প্রেরক বার্তা (message) প্রেরণ করে এবং প্রাপক বার্তা গ্রহণের পর নিজস্ব মতামতের মাধ্যমে প্রতিউত্তর দেয়, যাকে বলা হয় ‘ফিডব্যাক’ (feedback)।



এবার বলুনতো, যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় ইনপুট ও আউটপুট কী? একটি ইন্টার ভিউর ইনপুট হল ‘মাটি’, আর আউটপুট হল পাকা ইট। ইনপুট ও আউটপুট পুরোপুরি ভিন্ন। এবার প্রশ্নের উত্তর বলে দিচ্ছি। যোগাযোগ প্রক্রিয়ার ইনপুট-আউটপুট একই - যেটি হল বার্তা বা Message। আমরা সকলেই শব্দটির সাথে পরিচিত। Message শব্দটির সাথে পরিচিত না হলেও SMS এর সাথে পরিচিত। কেননা প্রতিনিয়ত মোবাইলে SMS করি। SMS-এর পূর্ণাঙ্গ রূপ হল Short Message Service। এবার আসুন যোগাযোগের প্রক্রিয়া সম্পর্কে জেনে নিই।

সহজ কথায় তথ্য, সংবাদ বা ধারণা প্রেরণ থেকে শুরু করে গ্রহণ পর্যন্ত যে প্রক্রিয়া অনুসরণ করা হয়, তাকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়া বলা হয়। এ বিষয়ে নানা লেখক নানা ধরনের সংজ্ঞা দিয়েছেন। নিচে সেগুলো দেওয়া হল:

অধ্যাপক Koontz & Weihrich বলেছেন, যে নির্বাচিত চ্যানেলের মাধ্যমে প্রেরক তার বার্তা প্রাপকের কাছে প্রেরণ করে তাকে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বলে (Communication Process involves the sender who transmits a message through a selected channel to the receiver)। Kreitner-এর মতে, “Communication process is a chain made up of identifiable links. This chain includes sender, encoding, message, receiver, decoding and feedback.” অর্থাৎ যোগাযোগ প্রক্রিয়া কতিপয় বিষয়ের সাথে একটি শিকলের মতো সম্পর্কযুক্ত। এর মধ্যে রয়েছে প্রেরক, প্রেরক কর্তৃক প্রেরিতব্য বিষয় অনুধাবন (এনকোডিং), প্রেরণযোগ্য বার্তা (মেসেজ), বার্তা প্রেরণের জন্য চ্যানেল বা মাধ্যম, প্রাপক, প্রাপক কর্তৃক প্রাপ্ত বার্তা বুঝে নেওয়া (ডিকোডিং) ও প্রাপক কর্তৃক প্রয়োজনবোধে প্রেরকের নিকট পুনরায় বার্তা প্রেরণ (ফিডব্যাক)। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় কতগুলো পদক্ষেপ রয়েছে।

### যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপাদান (Elements of Communication Process)

যে কোন প্রক্রিয়ার কতিপয় উপাদান থাকে। যোগাযোগ যেহেতু একটি প্রক্রিয়া, সেহেতু এরও কতিপয় উপাদান রয়েছে। তাহলে আসুন সেগুলো জেনে নিই।

নিচে যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপাদানসমূহের বিস্তারিত বিবরণ তুলে ধরা হল:

১. **প্রেরক (Sender) :** যিনি বার্তা, ধারণা বা তথ্য অন্যের নিকট পাঠান, তাকে প্রেরক বলা হয়। তিনি চিন্তাভাবনা করে প্রাপকের কাছে কী প্রেরণ করবেন তা স্থির করেন। প্রেরকের নিকট থেকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়া শুরু হয়।
২. **প্রেরণযোগ্য করে সাজানো (Encoding) :** তথ্যকে প্রেরণযোগ্য করে সাজানোই হলো এনকোডিং (encoding)। প্রেরণযোগ্য করে সাজানোর পর ভাব, ধারণা বা তথ্য প্রেরকের নিকট প্রেরণ করা হয়।
৩. **বার্তা (Message) :** বার্তা হলো যোগাযোগের প্রাণ বা মূল বিষয়। বার্তা ছাড়া যোগাযোগ হয় না। যোগাযোগ সার্থক হতে হলে বার্তা বা সংবাদ পরিপূর্ণ হতে হবে এবং উপস্থাপন এমন হবে যেন প্রাপক সহজেই বুঝতে পারেন। আবার বার্তাটি এমন হতে হবে যাতে বিষয়টি প্রাপক ও প্রেরকের নিকট একই অর্থ বহন করে। অন্যথায় যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।

৪. **মাধ্যম (Channel) :** তথ্য, সংবাদ বা ধারণা একটি চ্যানেল বা মাধ্যম দিয়ে প্রেরক থেকে প্রাপকের কাছে প্রেরণ করা হয়। এটি লিখিত হতে পারে, মুখে-মুখে হতে পারে অথবা যন্ত্রের মাধ্যমেও হতে পারে। মাধ্যম হলো প্রাপকের কাছে সংবাদ পৌঁছানোর পথ বা উপায়। যেমন সরাসরি মুখোমুখি বার্তা প্রেরণ করা যায় কিংবা টেলিফোন ও মোবাইল দ্বারা বা চিঠি, টেলিগ্রাম, টেলিপ্রিন্টার, ফ্যাক্স দ্বারা লিখিতভাবেও বার্তা প্রেরণ করা যায়। আবার টিভি, রেডিও ও পত্র-পত্রিকার মাধ্যমেও যোগাযোগ করা যায়। প্রেরক স্বীয় সুবিধা মতো ফলপ্রসূ চ্যানেল বা মাধ্যম বেছে নিবে। চ্যানেল যথাপোযুক্ত না হলে বার্তা যতো ভালোই হোক না কেন তা ব্যর্থ হতে পারে।
৫. **প্রাপক (Receiver) :** যাকে উদ্দেশ্য করে সংবাদ প্রেরিত হয় তিনি হলেন প্রাপক। সংবাদ পাওয়া মাত্রই তিনি তা নিজের মতো করে সাজিয়ে নেন বা decode করেন। প্রাপকের নিকটই সংবাদ প্রেরণ করা হয়। তার হাতে সংবাদ পৌঁছানো মাত্রই একমুখীযোগাযোগ প্রক্রিয়া সমাপ্ত হয়।
৬. **গ্রহণযোগ্য করে সাজানো (Decoding) :** সংবাদ পাবার পর প্রাপক তা বোঝার চেষ্টা করেন। এজন্য তিনি গ্রহণযোগ্য করে, নিজের করে, স্বীয় ধ্যান-ধারণার আলোকে প্রাপ্ত বার্তা আপন মনে সাজিয়ে নেন। অর্থাৎ পুরো ব্যাপারটি তিনি অনুধাবনের চেষ্টা করেন। এটিকে বলা হয় প্রাপক কর্তৃক ডিকোডিং করা।
৭. **ফলাবর্তন (Feedback) :** প্রেরকের বার্তা প্রাপক পেয়েছেন কিনা, অর্থ বুঝেছেন কিনা এবং প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা নিয়েছেন কিনা জানার জন্য ফলাবর্তন প্রয়োজন। ফলাবর্তনের মাধ্যমে তথ্য অনুধাবন, তথ্য প্রেরণ ও গ্রহণ সম্পর্কে প্রাপকের মনোভাব সম্পর্কে জানা যায়, বোঝা যায় এবং নিশ্চিত হওয়া যায়। এ ছাড়া ফলাবর্তনের মাধ্যমে প্রাপক কি ধরনের পদক্ষেপ নিচ্ছে তাও বোঝা যায়। গৃহীত তথ্য পুরোপুরি আত্মস্থ করার পর তিনি চিন্তা করেন, প্রেরককে কি জানাবেন। ‘হ্যাঁ’ বা ‘না’ বা বার্তা সংশোধন করার অনুরোধ করে প্রেরকের কাছে তিনি তার প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করেন, যাকে বলা হয় ফলাবর্তন। ফলাবর্তন করার পর দ্বিমুখী যোগাযোগ প্রক্রিয়া সম্পন্ন হয়। প্রতিক্রিয়া জানানোর মধ্যে দিয়ে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বৃত্তাকারে ঘুরে থাকে। ফলাবর্তন ছাড়া প্রেরক বুঝতে পারে না তার সংবাদ প্রাপক পেয়েছে কিনা, পেলেও যথাযথ ব্যবস্থা নিয়েছে কিনা।
৮. **গোলযোগ (Noise) :** যোগাযোগ প্রক্রিয়ার যে কোন স্তরে বিভিন্ন কারণে সমস্যার সৃষ্টি হতে পারে যাকে যোগাযোগের ভাষায় ‘গোলযোগ’ বলা হয়। শব্দ, অন্যদের কথাবার্তা, আশেপাশের আওয়াজ ইত্যাদি যোগাযোগে ‘গোলযোগ’ সৃষ্টি করে। গোলযোগ যোগাযোগ প্রক্রিয়াকে অপ্রত্যাশিতভাবে প্রভাবিত করে। তাই সতর্ক থাকতে হবে যাতে গোলযোগ দ্বারা সংবাদ গ্রহণ বা প্রেরণে সমস্যার সৃষ্টি না হয়।


### যোগাযোগের গুরুত্ব (Importance of Communication)


মানবজীবনের প্রয়োজন পূরণের জন্য যেমন যোগাযোগ আবশ্যিক, তেমনি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের জন্যও যোগাযোগ প্রয়োজন। যোগাযোগের মাধ্যমে প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত যথাস্থানে পৌঁছে দেয়া হয়। সে কারণে ব্যক্তিজীবন, ব্যবসা ও সমাজ জীবন, ধর্মীয় এবং জাতীয় জীবনে যোগাযোগের গুরুত্ব অপরিসীম।

নিচে যোগাযোগের গুরুত্বকে বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হলো :-

১. **লক্ষ্য অর্জনে সাহায্য :** যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্যের কথা বিভিন্ন পক্ষকে জানিয়ে দেওয়া হয়। এতে সবাই উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য সম্মিলিতভাবে কাজ করে এবং ফলে কাম্য ফলাফল নিশ্চিত করা যায়।
২. **পরিকল্পনা বাস্তবায়ন :** ব্যবস্থাপনার উপরের স্তরে যে পরিকল্পনা নেওয়া হয় তা বাস্তবায়নের জন্য অধস্তন কর্মীদের মাঝে বিতরণ করা হয়। আর এ বিতরণের কার্যটি যোগাযোগের মাধ্যমে করা হয়। যথাযথ যোগাযোগ ব্যতীত প্রতিষ্ঠান পরিকল্পনা বাস্তবায়ন করতে পারে না।
৩. **সমন্বয়সাধন :** প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্য নিশ্চিত করার জন্য প্রতিষ্ঠানের সর্বস্তরের নিয়োজিত কর্মী এবং তাদের কার্যের মধ্যে সুষ্ঠু সমন্বয়সাধনের জন্য প্রয়োজন শক্তিশালী যোগাযোগ ব্যবস্থা।
৪. **নির্দেশনা :** উচ্চ পর্যায়ের ব্যবস্থাপকদেরকে নানা প্রকার নির্দেশনা মধ্যস্তর ও নিম্নস্তরের কর্মীদের নিকট প্রেরণ করতে হয়। কারণ যোগাযোগ ছাড়া কোন নির্দেশ বিভিন্ন স্থানে প্রেরণ সম্ভব নয়।

৫. বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনায় ভূমিকা : বর্তমান যুগে প্রতিষ্ঠানে বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনার উপর গুরুত্ব দেওয়া হয়। বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনা কর্মীদের মানবীয় দিকের প্রতি গুরুত্ব দিয়ে থাকে। যেমন, কর্মীদের প্রেষণা প্রদান, চিন্তা বিনোদন, খেলাধুলা, শিল্প সম্পর্ক উন্নয়ন এবং কারখানার কার্য পরিবেশের উন্নয়নের প্রতি যথেষ্ট গুরুত্ব দেয়া হয়। এতে প্রতিষ্ঠানের উৎপাদনশীলতা বেড়ে যায়। যথাযথ যোগাযোগ বিদ্যমান থাকলে বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনা ফলপ্রসূ হয়।
৬. কর্মীদের দক্ষতা বৃদ্ধি : সুষ্ঠু যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীরা তাদের দায়িত্ব, কর্তব্য ও তা সম্পাদনের উত্তম পদ্ধতি ও প্রক্রিয়া সম্পর্কে আগে থেকেই অবহিত হতে পারে। ফলে কর্মীদের কার্যদক্ষতা, কার্যের পরিমাণ ও গুণগতমান বৃদ্ধি পায়।
৭. মনোবল বৃদ্ধি : নিয়মিত যোগাযোগের মাধ্যমে ব্যবস্থাপনা ও কর্মীদের সাথে সংগঠনের সম্পর্ক নিবিড় হয়। সংগঠনের উদ্দেশ্য সাধনে তাদের কার্যের গুরুত্ব এবং অবদান সম্পর্কে জানতে পারে। এতে তাদের মনোবল বৃদ্ধি পায়।
৮. নেতৃত্বদান : প্রতিষ্ঠানের প্রধানকে নেতা হিসেবে আখ্যায়িত করা হয়। সবক্ষেত্রেই দক্ষ নেতা থাকা সত্ত্বেও সুষ্ঠু যোগাযোগ ছাড়া নেতৃত্ব ব্যর্থ হতে বাধ্য। তিনি যোগাযোগের মাধ্যমে তার পরামর্শ ও নির্দেশ অধীনস্তদের মধ্যে প্রচার করে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জন নিশ্চিত করতে পারেন।
৯. কর্মসম্প্রতি বিধান : নিয়মিত যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের সর্বোচ্চ কর্মসম্প্রতি বিধান করা যায়। কারণ, যোগাযোগের মাধ্যমে মালিক বা ব্যবস্থাপনার ইচ্ছা, আকাঙ্ক্ষা, কর্মপদ্ধতি ইত্যাদি কর্মীরা জানতে পারে। ফলে কর্মীদের মধ্যে উত্তম মানবিক সম্পর্ক গড়ে উঠে। উভয়ের সর্বোচ্চ স্বার্থ সংরক্ষণ সম্ভব হয়। ফলে কার্যের প্রতি আগ্রহ ও আনুগত্য বৃদ্ধিসহ কর্মীদের কর্মসম্প্রতি বৃদ্ধি পায়।
১০. পারস্পরিক সহযোগিতা বৃদ্ধি : কর্মীদের মধ্যে যোগাযোগের ফলে পারস্পরিক সহযোগিতা ও সমঝোতা বৃদ্ধি পায়। যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীরা তাদের অভাব-অভিযোগ ব্যবস্থাপকদেরকে জানাতে পারে। ফলে ব্যবস্থাপক ও কর্মীদের মধ্যে সম্পর্ক নিবিড় হয়।

	<b>শিক্ষার্থীর কাজ</b>	যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপাদানগুলো আপনার একটি খাতায় লিখুন।
---	------------------------	---

	<b>সারসংক্ষেপ:</b>
<p>ব্যবসায়ের উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রতিষ্ঠানের সংশ্লিষ্ট পক্ষের ব্যক্তিদের সাথে ভাব, ধারণা ও তথ্যের বিভিন্ন প্রকার আদান-প্রদানকে ব্যবসায় যোগাযোগ বলে। সহজ কথায়: ভাব, ধারণা ও তথ্য আদান প্রদান বা বিনিময়কে যোগাযোগ বলে। নিউম্যান ও সামার-এর মতে, যোগাযোগ হচ্ছে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, অভিমত বা আবেগ-অনুভূতির বিনিময়। আমেরিকান ব্যবস্থাপনা সমিতির মতে, যোগাযোগ বলতে এমন সব আচরণই আমরা বুঝে থাকি যা কোন অর্থ বা ভাবের বিনিময় ঘটায়। কুঞ্জ এবং উয়িরিচের মতে, যোগাযোগ হলো প্রেরকের নিকট থেকে প্রাপকের নিকট তথ্য স্থানান্তর, যে তথ্য দ্বারা প্রাপক কোন বিষয় অবগত হতে পারে।</p>	

	<b>পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.১</b>
---	-------------------------------

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন-

১. ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের তথ্যের আদান-প্রদান করা হয় তাকে কী বলে?
 

ক) যোগাযোগ	খ) তথ্য বিনিময়
গ) আদান-প্রদান	ঘ) ব্যবসায় যোগাযোগ
২. ব্যবসায় যোগাযোগের উদ্দেশ্য কোনটি?
 

ক) তথ্য আদান-প্রদান	খ) পরিকল্পনা
গ) সংগঠন	ঘ) নিয়ন্ত্রণ

৩. প্রাপ্ত সংবাদের প্রত্যুত্তর প্রদানকে কী বলে?

ক) সংবাদ

গ) অবহিতকরণ

খ) ফলাফল

ঘ) ভাষণ

৪. যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রথম উপাদান কি?

ক) প্রেরক

গ) সংবাদ

খ) মাধ্যম

ঘ) প্রাপক

৫. প্রাপ্ত সংবাদের প্রত্যুত্তর প্রদানকে কী বলে?

ক) সংবাদ

গ) অবহিতকরণ

খ) ফলাফল

ঘ) ভাষণ

৬. যার মাধ্যমে তথ্য, ধারণা, সংবাদ প্রেরকের নিকট থেকে গ্রাহকের নিকট প্রেরণ করা হয়, তাকে বলা হয় ....

ক) যোগাযোগ

গ) ফলাফল

খ) যোগাযোগ প্রক্রিয়া

ঘ) সবক'টি

## পাঠ-৮.২

## যোগাযোগের প্রকারভেদ

## Types of Communication



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগের শ্রেণীবিন্যাস করতে পারবেন।
- বিভিন্ন যোগাযোগের সুবিধা এবং অসুবিধা আলোচনা করতে পারবেন।

## যোগাযোগের প্রকারভেদ

## Types of Communication

ব্যক্তি জীবন থেকে শুরু করে রাষ্ট্র এবং আন্তর্জাতিক পর্যায়ে তথ্য বা ভাব বিনিময় ও সিদ্ধান্তগ্রহণে যোগাযোগ একটি অত্যাবশ্যক উপাদান হিসেবে বিবেচিত। ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান বা ব্যবহারকারীর প্রয়োজন অনুযায়ী যোগাযোগের ব্যক্তি ও ক্ষেত্র নির্ধারিত হয় এবং তথ্য ও সংবাদ আদান-প্রদানের জন্য বিভিন্ন প্রকার যোগাযোগ ব্যবস্থা ব্যবহার করা হয়। বিভিন্ন প্রকার যোগাযোগ ব্যবস্থা নিম্নে আলোচনা করা হলোঃ

(ক) **আনুষ্ঠানিকতার ভিত্তিতে যোগাযোগ (Classification on the basis of formality):** আনুষ্ঠানিকতার ভিত্তিতে যোগাযোগকে নিম্নোক্ত দুই ভাগে ভাগ করা যায়:

১. **আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ (Formal communication):** প্রতিষ্ঠানের প্রতিষ্ঠিত চ্যানেলের মাধ্যমে এবং অফিসিয়াল নিয়মানুযায়ী স্থাপিত যোগাযোগকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মূল উদ্দেশ্য হলো প্রাতিষ্ঠানিক উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য পরিকল্পনা বাস্তবায়ন। কথোপকথন, রিপোর্ট, মেমোরেণ্ডাম, বুলেটিন ইত্যাদি আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যম।
২. **অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ (Informal communication):** প্রতিষ্ঠিত নিয়ম-কানুন প্রতিপালন ব্যতিরেকে প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বিভিন্ন পক্ষের মধ্যে যে যোগাযোগ স্থাপিত হয়, তাকে অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। সাধারণত কেবিনে, ক্লাবে, যাতায়াতকালীন গাড়িতে কিংবা অন্য কোথাও আলাপ-আলোচনার মধ্য দিয়ে এ জাতীয় যোগাযোগ সংঘটিত হয়। আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের পাশাপাশি অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের অনেক গুরুত্ব রয়েছে।

(খ) **প্রতিষ্ঠানের পরিবেশভিত্তিক যোগাযোগ (Organisational environment-based communication):** প্রতিষ্ঠানের পরিবেশের ভিত্তিতে যোগাযোগকে দুই ভাগে ভাগ করা যায়। যথা:

১. **অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ (Internal communication):** একই প্রতিষ্ঠানের ভিতরে বিভিন্ন পক্ষের মধ্যে তথ্য বা ভাবের বিনিময়কে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ বলে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে কর্মরত কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের মধ্যে এ জাতীয় যোগাযোগ সংঘটিত হয়। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের কর্মকাণ্ডকে গতিশীল রাখে। প্রাতিষ্ঠানিক কর্মকাণ্ডের দক্ষতা এবং সাফল্য অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের উপর অনেকাংশে নির্ভরশীল।
২. **বাহ্যিক যোগাযোগ (External communication):** প্রতিষ্ঠানের বাইরে কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সাথে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে বহিঃযোগাযোগ বা বাহ্যিক যোগাযোগ বলে। প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন প্রয়োজনে অন্যান্য প্রতিষ্ঠান, সরকার, দেনাদার, পাওনাদার, গ্রাহক, ব্যাংকার, বীমাকারী, শেয়ারহোল্ডার প্রভৃতি বিভিন্ন পক্ষের সাথে যোগাযোগ রক্ষা করতে হয়। বিভিন্ন পক্ষের সাথে যে যোগাযোগ স্থাপিত হয়, তাই-ই হলো বাহ্যিক যোগাযোগ।

(গ) **তথ্য প্রবাহের ভিত্তিতে যোগাযোগ (Communication on the basis of flow of message):** তথ্য প্রবাহের ভিত্তিতে যোগাযোগকে নিম্নোক্ত চারভাগে ভাগ করা যেতে পারে:

১. **নিম্নগামী যোগাযোগ (Downward communication):** সংগঠনের উপরের স্তরের কর্মরত নির্বাহীদের নিকট থেকে বার্তা নিচের স্তরে কর্মরত ব্যক্তিদের নিকট প্রেরিত হলে তাকে নিম্নগামী যোগাযোগ নামে অভিহিত করা হয়। এ জাতীয় যোগাযোগ ব্যবস্থায় উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষ অধস্তনদের নিকট প্রয়োজনীয় আদেশ-নির্দেশ, কর্মসূচি ইত্যাদি প্রেরণ করে।
২. **উর্ধ্বগামী যোগাযোগ (Upward communication):** অধস্তন কর্মীরা উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের প্রেরিত বার্তার ফলাবর্তন হিসেবে, অভাব-অভিযোগ জ্ঞাপনের লক্ষ্যে, প্রয়োজনীয় পরামর্শ অথবা আদেশ-নির্দেশ পাওয়ার জন্য উর্ধ্বতন নির্বাহীদের সাথে যে যোগাযোগ করে থাকে, তাকে উর্ধ্বগামী যোগাযোগ বলে।
৩. **সমান্তরাল যোগাযোগ (Horizontal communication):** কোনো প্রতিষ্ঠানে উর্ধ্বতন থেকে অধস্তন এবং অধস্তন থেকে উর্ধ্বতনের মধ্যেই যোগাযোগ সীমাবদ্ধ থাকে না। সমপদে অধিষ্ঠিত এবং সমপর্যায়ের ব্যক্তি ও কর্তৃপক্ষের মধ্যেও যোগাযোগ স্থাপিত হয়। সমপর্যায়ের বা সমপদে অধিষ্ঠিত ব্যক্তিদের মধ্যে স্থাপিত যোগাযোগকে সমান্তরাল যোগাযোগ বলে।
৪. **কৌণিক যোগাযোগ (Diagonal communication):** কৌণিক যোগাযোগ হলো এমন এক ধরনের যোগাযোগ যেখানে তথ্যের প্রবাহ খাড়াখাড়া কিংবা সমান্তরাল কোনোভাবে না হয়ে আঁকাবাঁকা ভাবে হয়ে থাকে। এ জাতীয় যোগাযোগ খুব বেশি ব্যবহৃত হয় না। তবে জরুরী পরিস্থিতিতে কিংবা দ্রুত কোনো তথ্য বা সংবাদ আদান-প্রদানের ক্ষেত্রে এ জাতীয় যোগাযোগ খুবই কার্যকর। উদাহরণ হিসেবে বলা যায় যে, হিসাব বিভাগের ক্যাশিয়ারের নিকট থেকে যদি প্রশাসন বিভাগের ম্যানেজার ক্যাশ সংক্রান্ত কোনো তথ্য জানতে চান এবং ক্যাশিয়ার যদি যথাযথ চ্যানেলে তথ্য না পাঠিয়ে প্রশাসনের নিকট সরাসরি তথ্য প্রেরণ করে, তাহলে এরূপ তথ্য প্রবাহকে কৌণিক যোগাযোগ নামে অভিহিত করা হয়।

(ঘ) **কার্যভিত্তিক যোগাযোগ (Communication on the basis of function):** প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন বিভাগে নানাবিধ কার্য সম্পাদিত হয়। কোনো প্রতিষ্ঠানের বিভাগগুলোর মধ্যে বিভিন্ন কার্য সম্পাদন করতে গিয়ে যে যোগাযোগ করার প্রয়োজন পড়ে, তাকেই কার্যভিত্তিক যোগাযোগ বলে। কার্যভিত্তিক যোগাযোগের ভিত্তিতে যোগাযোগকে নিম্নোক্ত কয়েকভাগে ভাগ করা যায় :

১. **সাংগঠনিক যোগাযোগ (Organizational communication):** প্রাতিষ্ঠানিক দলিলপত্র প্রণয়ন, উদ্দেশ্য/লক্ষ্য নির্ধারণ, পলিসি প্রণয়ন, নির্দেশ প্রদান ও নির্দেশ বাস্তবায়ন ইত্যাদি সাংগঠনিক প্রয়োজনে সংঘটিত যোগাযোগ হলো সাংগঠনিক যোগাযোগ।
২. **নৈমিত্তিক বা রুটিন যোগাযোগ (Routine communication):** কোনো প্রতিষ্ঠান পরিচালনার জন্য প্রতিনিয়ত যেসব তথ্যাদি বিনিময় হয়, সেগুলো রুটিন যোগাযোগ। এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য হলো চিঠিপত্র লেখা, টেলিফোন করা, ফাইল ওয়ার্ক, নির্দেশ প্রদান ইত্যাদি।
৩. **বিশেষায়িত বিভাগীয় যোগাযোগ (Specialized departmental communication):** প্রতিষ্ঠানের অন্তর্গত বিভাগগুলোতে তাদের নিজস্ব লিখিত স্মারক, রিপোর্ট ও চিঠিপত্রকে বিশেষায়িত যোগাযোগ বলে।
৪. **উন্নয়নমূলক যোগাযোগ (Development-oriented communication):** ব্যবসায়ের উন্নতির জন্য যে সব বিষয়ে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ সংঘটিত হয়, সেগুলোকে উন্নয়নমূলক যোগাযোগ বলে।

### যোগাযোগের পদ্ধতি (Methods of Communication)

১. **লিখিত যোগাযোগ (Written Communication):** যোগাযোগের বার্তা যখন লিখিতভাবে প্রকাশ করা হয়, তখন তাকে লিখিত যোগাযোগ বলে। লিখিত যোগাযোগ সবচেয়ে ফলদায়ক পদ্ধতি। কারণ এটি বিকৃত হয় না, নিয়ন্ত্রণ সহজ হয় এবং রেকর্ড থাকে। তাই এটি দীর্ঘস্থায়ী রেফারেন্স হিসেবে ব্যবহার করা যায়। লিখিত যোগাযোগ আইনগত নিরাপত্তা প্রদান করে।

**লিখিত যোগাযোগের সুবিধা (Advantages of Written Communication):** লিখিত যোগাযোগ ব্যবহারের ক্ষেত্রে অনেক সুবিধা রয়েছে। আসুন সেগুলো জেনে নিই—



১. স্থায়ী রেকর্ড : লিখিত যোগাযোগ একটি স্থায়ী রেকর্ড। প্রয়োজন হলে যে কোন সময়ে, যে কোন বিষয়ে অতীতে কি যোগাযোগ হয়েছিল তা রেকর্ড থেকে খুঁজে বের করে দেখা যায়। অন্য কোন মাধ্যমে এটা সম্ভব নয়।
২. প্রামাণ্য দলিল : মৌখিক যোগাযোগ প্রামাণ্য দলিল হিসেবে অর্থহীন। কোন বিষয়ে আইনের আশ্রয় নিতে হলে আদালতে প্রামাণ্য দলিলপত্র দাখিল করতে হয়। লিখিত যোগাযোগে এটা খুব সহজে করা সম্ভব হয়।
৩. সহজবোধ্য ও গ্রহণযোগ্য : লিখিত যোগাযোগ সহজবোধ্য ও গ্রহণযোগ্য মাধ্যম। প্রয়োজনবোধে বারবার পাঠ করে বক্তব্য উদ্ধার করা যায়।
৪. সহজতরভাবে নির্ভুলতা যাচাইঃ লিখিত যোগাযোগের নির্ভুলতা নিশ্চিত করার জন্য একে পরীক্ষা-নিরীক্ষা করা যেতে পারে।
৫. শক্তিশালী ও নির্ভরযোগ্যতা : গুরুত্বপূর্ণ যোগাযোগ লিখিত হওয়াই উচিত। লিখিত যোগাযোগ মৌখিক যোগাযোগের চেয়ে অনেক বেশি নির্ভরযোগ্য।
৬. সহজ উপস্থাপনা : জটিল বিষয়সমূহ লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমে সহজেই তুলে ধরা যায়।
৭. বিকৃতির সম্ভাবনা কম : লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমে কোন সংবাদ বা ঘটনা বিকৃত করার সুযোগ থাকে না।
৮. বাহুল্য বর্জন ও সময়ের অপচয় কম হয় : লিখিত যোগাযোগে বাহুল্য বর্জন হয় এবং সময় কম ব্যয় হয়। এক্ষেত্রে অনাবশ্যক যুক্তিতর্কের অবতারণা বাদ দিয়ে সংক্ষিপ্তাকারে বক্তব্য পেশ করা যায়।
৯. কর্তৃত্বার্পণ সহজ : কর্তৃত্বার্পণের ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ অত্যাবশ্যক। এই প্রকার যোগাযোগে স্পষ্টভাবে কর্মীর কর্মদক্ষতা ও কর্তব্যসমূহের সংজ্ঞা নিরূপণ করা হয়। কর্মীরা স্পষ্টভাবে তাদের কর্মপরিধি ও ক্ষমতা সম্পর্কে জানতে পারে।
১০. বক্তব্য পেশের সুবিধা : অনেক ব্যবস্থাপক তার বক্তব্য ভালভাবে বলতে পারেন না। কিন্তু তিনি তা সাজিয়ে-গুছিয়ে লিখতে পারেন।
১১. প্রচার মাধ্যম : লিখিত যোগাযোগ কোম্পানির প্রচারণার কাজ করে। অনেক সময় এটা বাজারে প্রতিষ্ঠানের সুনাম প্রতিষ্ঠায় সহায়তা করে।
১২. ব্যক্তিগত সংযোগের বিকল্প : লিখিত যোগাযোগ ব্যক্তিগত সংযোগের প্রয়োজনীয়তাকে পরিহার করতে একটি উপযুক্ত বিকল্প হিসেবে কাজ করে। এর ফলে একজন ব্যক্তির নির্বাহী লিখিত যোগাযোগের বিভিন্ন মাধ্যমে অসংখ্য অধীনস্তদের সাথে অতি স্বল্প সময়ে যোগাযোগ স্থাপন করতে পারেন।
১৩. গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে অধিক কার্যকর : প্রতিষ্ঠানের নীতি, লক্ষ্য, ক্রয়-বিক্রয় ও উৎপাদন পদ্ধতি বর্ণনা, নির্দেশ প্রদান, প্রণোদনা বা অন্য যে কোন গুরুত্বপূর্ণ বা দীর্ঘস্থায়ী বিষয়ে লিখিত যোগাযোগ সর্বোত্তম।
১৪. কার্যকর নিয়ন্ত্রণ : নিয়ন্ত্রকের তত্ত্বাবধায়কদের কাছে লিখিত যোগাযোগ খুবই কার্যকর। এটা তদারক ও নিয়ন্ত্রণ কার্যকর করতে সহায়তা করে।
১৫. কার্যকর উপস্থাপনা : এই পদ্ধতির যোগাযোগে প্রথমেই বক্তব্যটির খসড়া লিখা হয়। ফলে পরিকল্পনা অনুযায়ী বিষয়বস্তু প্রস্তুত করে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করা যায়।

**লিখিত যোগাযোগের অসুবিধা (Disadvantages of Written Communication):** লিখিত যোগাযোগের কিছু কিছু ত্রুটি-বিচ্যুতি আছে। নিম্নে তা আলোচনা করা হলোঃ

১. ব্যয়বহুল : লিখিত যোগাযোগ ব্যয়বহুল। লিখিত যোগাযোগ প্রস্তুত করতে কাগজ, কালি, কলম, কম্পিউটার, টাইপরাইটার, টাইপলিখক, সাইক্লোস্টাইল মেশিন, প্রিন্টিং মেশিন ইত্যাদি ব্যবহারের দরকার হয়। তাই লিখিত যোগাযোগে ব্যয় অনেক বেশি হয়।
২. সময়ের অপচয় : লিখিত যোগাযোগ স্থাপনে অধিক সময় ব্যয় হয়। মৌখিক যোগাযোগ সামনা-সামনি বা টেলিফোনে আলাপ-আলোচনা করে অল্পক্ষণেই সম্পন্ন করা যায়। লিখিত যোগাযোগ রচনা ও প্রেরণের ব্যাপারে কিছু আনুষ্ঠানিকতা পালন করতে হয়, যার জন্য এতে অধিক সময় ব্যয় হয়।

৩. **নির্বাহীর স্বার্থ রক্ষা :** ব্যবসায় সংগঠনের সদস্যদের অনেকেই একে অন্যের উপর দোষ চাপিয়ে থাকে। এজন্য অনেকে নিজেকে নিরাপদ অবস্থানে রেখে যোগাযোগ লিপি তৈরি করে। ফলে সে অনেক সময় অনেক প্রয়োজনীয় কথা বাদ দিয়ে অনেক অপ্রয়োজনীয় কথা লিখে নিজের অবস্থান ঠিক রাখার চেষ্টা করে। এরূপ করা হলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হয়।
৪. **পরোক্ষ সম্পর্ক স্থাপন :** লিখিত যোগাযোগে বার্তা প্রেরক ও বার্তা প্রাপকের মধ্যে সরাসরি বা প্রত্যক্ষ সম্পর্ক স্থাপিত হয় না। সুতরাং প্রাপকের নিকট হতে অনেক বিলম্বে প্রতি-উত্তর পাওয়া যায়। কাজেই যোগাযোগে কোন প্রকার ত্রুটি-বিচ্যুতি হলে সাথে সাথে সংশোধনমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ করা যায় না।
৫. **অশিক্ষিত গ্রাহকের নিকট অর্থহীন :** বার্তা প্রাপক সর্বদা শিক্ষিত হবে তা বলা যায় না। বার্তা গ্রাহক অশিক্ষিত হলে লিখিত যোগাযোগ সম্পূর্ণরূপে অকেজো হয়ে পড়ে।
৬. **গতিশীলতার অভাব :** অনেক সময় লিখিত বক্তব্যের পুনঃব্যখ্যা ও বিশ্লেষণ প্রয়োজন হয় এবং সেক্ষেত্রে যোগাযোগ গতিশীলতা ও দ্রুত প্রয়োগের শক্তি হারিয়ে ফেলে।
৭. **গোপনীয়তার অভাব :** ব্যবসায়ের গোপনীয়তার ক্ষেত্রে এটা একটি অবাঞ্ছিত মাধ্যম। যোগাযোগ লিপি গোপন তথ্য ফাঁস করতে সহায়তা করে।
৮. **সহজে ঐকমত্যে পৌঁছান যায় না :** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে বক্তব্য বিষয়ে বক্তা ও শ্রোতা যত সহজে ঐকমত্যে আসতে পারে, লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে তা অনেক সময়ই সম্ভব হয় না।
৯. **জটিলতা ও দীর্ঘসূত্রতা :** লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে ঝুঁকি হ্রাসের জন্য উর্ধ্বতন দায়িত্বশীল কর্মকর্তাগণ বিধিবদ্ধ পদ্ধতি অনুসরণের দ্বারা যোগাযোগ করেন। এতে যোগাযোগে জটিলতা ও সমস্যা দেখা দেয় এবং যোগাযোগের প্রক্রিয়া দীর্ঘসূত্রতা দোষে দুষ্ট হয়।
১০. **অপরিবর্তনশীল :** লিখিত যোগাযোগের প্রেরিত বার্তার প্রয়োজনীয় সংযোজন, বিয়োজন, সংশোধন বা বিশ্লেষণের কোন অবকাশ থাকে না। ফলে তাৎক্ষণিক কোন ভুল পরিহার বা সংশোধন সম্ভব হয় না।

### মৌখিক যোগাযোগ (Oral Communication)

এক কথায়, মৌখিক কথা-বার্তা বা আলাপ-আলোচনার মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। ব্যাপক অর্থে, উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রেরক যখন তার মনের ভাব, ধারণা, বার্তা, অনুভূতি, তথ্য ইত্যাদি কথা-বার্তা বা আলোচনার মাধ্যমে প্রাপককে জানায়, তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। যোগাযোগের ক্ষেত্রে এটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম।

প্রতিষ্ঠানের অধিকাংশ যোগাযোগই মৌখিকভাবে হয়ে থাকে। মৌখিক যোগাযোগের অধিকাংশ ক্ষেত্রেই বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে প্রত্যক্ষ বা সরাসরি যোগাযোগ স্থাপিত হয়। পারস্পরিক আলোচনার দ্বারা সহজেই প্রতিক্রিয়া বুঝা যায় এবং সমঝোতায় পৌঁছা যায়। কৌশল হিসেবে প্রত্যক্ষ আলোচনা, টেলিফোন, মোবাইল, ইন্টারকম, রেডিও, টেলিভিশন, গণ সম্বোধন ইত্যাদি ব্যবহৃত হয়। এই যোগাযোগের সাধারণত কোন রেকর্ড রাখা হয় না। দীর্ঘমেয়াদী যোগাযোগে এই পদ্ধতি উপযুক্ত নয়। তবে অশিক্ষিত শ্রোতার জন্য এই যোগাযোগ মাধ্যম সর্বোত্তম।

### মৌখিক যোগাযোগ কৌশল (Techniques of Oral Communication)

মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে অনেক কৌশল ব্যবহার করা হয়; যার মধ্যে রয়েছে -

১. **কথোপকথন (Conversation) :** আনুষ্ঠানিকতা ছাড়াই কিছু সংখ্যক লোকের সাথে যে আলাপ-আলোচনা করা হয়, তাকে কথোপকথন বলা হয়। বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে সুসম্পর্ক ও সমঝোতা আনার জন্য এটাই সর্বোত্তম পন্থা। কথোপকথন সার্থক করার জন্য কিছু নিয়ম মেনে চলা আবশ্যিক, যথাঃ
  - ক) কোন আনুষ্ঠানিকতা থাকবে না, আলোচনা আকর্ষণীয় ও আমোদপূর্ণ করে তুলতে হবে;
  - খ) অন্যান্য বক্তাদের বক্তব্যের প্রতি আগ্রহ দেখাতে হবে, মনোযোগ দিতে হবে, বাধা দেয়া যাবে না;
  - গ) সৌজন্য, সম্মান (শিষ্টাচার) প্রদর্শনের নিয়ম পালন করতে হবে; এবং
  - ঘ) সুচিন্তিত মতামত ব্যক্ত করতে হবে।

২. **টেলিফোন (Telephone) :** মৌখিক যোগাযোগের গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম হলো টেলিফোন। কারবারী সম্পর্ক স্থাপন ও সম্প্রসারণের ব্যাপারে এ মাধ্যমটি ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত হয়। এ মাধ্যমের ব্যবহার ছাড়া আধুনিক কারবার পরিচালনা চিন্তাই করা যায় না। টেলিফোন দূরত্বের বাধা অতিক্রমে সাহায্য করে। এর মাধ্যমে লেনদেনের সূত্রপাত ও নিষ্পত্তি করা যায়।  
টেলিফোনিক যোগাযোগ সফল করার জন্য-
- ক) ভালোভাবে কথা বলার অভ্যাস থাকতে হবে;  
খ) নিজের এবং প্রতিষ্ঠানের পরিচয় দিয়ে কথার সূচনা করতে হবে;  
গ) ভদ্রতা ও বিনয়ের সাথে অপর পক্ষের প্রশ্নের সঠিক উত্তর দিতে হবে; এবং  
ঘ) সময়ের প্রতি খেয়াল রাখতে হবে।
৩. **মোবাইল ফোন (Mobile Phone) :** সনাতন টেলিফোনের (বা ল্যান্ড ফোনের) আধুনিক সংস্করণ হলো মোবাইল ফোন। এর দ্বারা যখন খুশি তখনই প্রেরক প্রাপকের সাথে যোগাযোগ করতে পারে। ভাব, তথ্য আদান-প্রদান করতে পারে। ফলে যোগাযোগ দ্রুততর হয়। সনাতন টেলিফোনের চেয়ে যোগাযোগ ক্ষেত্রে মোবাইল ফোনের ব্যবহার অনেক বেশী।
৪. **ইন্টারকম (Intercom) :** বৃহদায়তন অফিসে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের ক্ষেত্রে ইন্টারকম ব্যবহার করা হয়। ইন্টারকমের মাধ্যমে স্বীয় স্থানে থেকেই দ্রুত আলাপ করা যায়। এটি ব্যবহারের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় যন্ত্রপাতির স্থাপন-ব্যয় ছাড়া বিশেষ কোন খরচ নেই।
৫. **সাক্ষাৎকার (Interview) :** পূর্ব ঘোষিত বিষয়/উদ্দেশ্য নিয়ে কথোপকথনই হলো সাক্ষাৎকার। এই প্রক্রিয়ায় নির্দিষ্ট সময়ে বার্তা প্রেরক-প্রাপক একত্র হয়ে আলোচনা করে। কারবারী জগতে এই পদ্ধতি প্রতিনিয়তই ব্যবহৃত হয়। সাক্ষাৎকার বিভিন্ন প্রকারের হয়ে থাকে। এগুলো নিম্নে আলোচনা করা হলো:
- ক. **নির্বাচন ও নিয়োগ সাক্ষাৎকার :** প্রতিষ্ঠানে কর্মী নিয়োগ, কার্য মূল্যায়ন, স্থায়ীকরণ, পদোন্নতি বা বিশেষ নির্দেশনার জন্য এটা করা হয়।
- খ. **গবেষণা সংক্রান্ত সাক্ষাৎকার :** গবেষণা কার্যের প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহণের জন্য সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়।
- গ. **অভিযোগ সাক্ষাৎকার :** কর্মী ও গ্রাহকদের অভাব-অভিযোগ, চাহিদা, দাবী ইত্যাদি সম্পর্কে জ্ঞান লাভ এবং সমন্বয় সাধনের জন্য অভিযোগ সাক্ষাৎকার নেয়া হয়।
- ঘ. **শৃঙ্খলাবোধ সাক্ষাৎকার :** কর্মীদের সতর্ক করা, নিষ্ঠাবান করা, কাজকর্মে আগ্রহী করা এবং সংশোধন করার জন্য শৃঙ্খলাবোধ সাক্ষাৎকার নেয়া হয়।
- ঙ. **বোর্ড সাক্ষাৎকার :** প্রার্থী বাছাই বা প্রকৃত তথ্য বের করার জন্য কমিটি গঠন করে এই সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়। বিভিন্ন প্রশ্ন করে প্রকৃত তথ্য ও প্রকৃত প্রার্থী যাচাই-বাছাই করার জন্য এই পদ্ধতি বেশ উপযোগী।
- চ. **দলীয় সাক্ষাৎকার :** নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য সাধনের জন্য এবং কোন ব্যাপারে কোন দলকে জিজ্ঞাসাবাদ করার জন্য দলীয় সাক্ষাৎকারের ব্যবস্থা করা হয়।

### মৌখিক যোগাযোগের সুবিধা :

আজকাল অধিকাংশ ম্যানেজার মৌখিক যোগাযোগকে অধিক গুরুত্ব প্রদান করেন। কারণ মৌখিক যোগাযোগের নানাবিধ সুবিধা রয়েছে। এই প্রকার যোগাযোগের সুবিধাগুলো নিচে আলোচনা করা হলো:

১. **সফল যোগাযোগ মাধ্যম:** পৃথিবীর সর্বত্র আজ যোগাযোগের ফলপ্রসূ মাধ্যম হিসেবে মৌখিক যোগাযোগকে প্রাধান্য দেওয়া হয়ে থাকে। কারণ অধিকাংশ ম্যানেজারই এরূপ মতামত প্রকাশ করেন যে, মৌখিক যোগাযোগ লিখিত যোগাযোগের তুলনায় উন্নত ও সফল যোগাযোগ মাধ্যম।
২. **সংশোধনের ব্যবস্থা:** মৌখিক যোগাযোগে দুটি পক্ষ সরাসরি যোগাযোগ করেন বিধায় তথ্যে কোনো প্রকার ভুল থাকলে বা কোনো কিছু বাদ পড়লে তা তাৎক্ষণিকভাবে শুধরে নেয়া যায়।
৩. **সহজ পরিবর্তনযোগ্যতা:** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে বক্তা পরিবেশ-পরিস্থিতি অনুযায়ী প্রয়োজনবোধে বক্তব্য পরিবর্তন করতে পারেন। এ জন্য কোনো আনুষ্ঠানিকতার প্রয়োজন পড়ে না।

৪. **খরচ হ্রাস:** মৌখিক যোগাযোগে আনুসঙ্গিক উপকরণের খরচ না থাকায় এরূপ যোগাযোগে তুলনামূলকভাবে কম খরচ হয়ে থাকে।
৫. **সময়ের অপচয় রোধ:** মৌখিক কথাবার্তার মাধ্যমে অতি অল্প সময়ের মধ্যেই দূরবর্তী স্থানের লোকের সাথে যোগাযোগ স্থাপন করা সম্ভব হয়। ফলে সময়ের অপচয় হয় না।
৬. **সৌহার্দ্য বৃদ্ধি:** প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তা বা ব্যবস্থাপক যদি ব্যক্তিগতভাবে কর্মীদের সাথে আলাপ-আলোচনা করেন, কর্মীদের ব্যক্তিগত এবং পারিবারিক সমস্যাদির খোঁজ-খবর করেন, তাহলে কর্মীদের মনোবল বৃদ্ধি পায় এবং কাজের প্রতি আন্তরিকতা সৃষ্টি হয়। এতে উভয় পক্ষের মধ্যে সৌহার্দ্যও বৃদ্ধি পেয়ে থাকে।
৭. **আনুষ্ঠানিকতার অনুপস্থিতি:** মৌখিক যোগাযোগে কোনো আনুষ্ঠানিকতা পালনের ঝামেলা নাই, যা লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে কঠোরভাবে পালন করতে হয়।
৮. **দীর্ঘসূত্রতা পরিহার:** মৌখিক যোগাযোগে শ্রোতাদের প্রতিক্রিয়া তাৎক্ষণিকভাবে জানা যায়। কাজেই এরূপ যোগাযোগে দীর্ঘসূত্রতা পরিহার করা সম্ভব হয় বলে বক্তা সহজে তার অতীষ্ট লক্ষ্য অর্জন করতে পারে।
৯. **সমন্বয়সাধন:** বিভিন্ন কর্মী এবং বিভাগের কাজের মধ্যে মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে সমন্বয়সাধন করা সহজ হওয়ায় প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জন সহজতর হয়।
১০. **শ্রোতার প্রতিক্রিয়া অনুধাবন:** মৌখিক যোগাযোগে তাৎক্ষণিকভাবে বক্তা ও শ্রোতা প্রতিক্রিয়া জানতে পারে। ফলে শ্রোতার প্রতিক্রিয়া বা মতামতের উপর ভিত্তি করে বক্তব্যের প্রয়োজনীয় সংযোজন করা সম্ভব।

### মৌখিক যোগাযোগের অসুবিধাঃ


মৌখিক যোগাযোগের নিম্নের অসুবিধাগুলো পরিলক্ষিত হয়:


১. **সংরক্ষণের সমস্যাঃ** মৌখিক যোগাযোগের কোন রেকর্ড থাকে না বিধায় শ্রেক ও প্রাপক কেউই তা সংরক্ষণ করতে পারে না। অবশ্য প্রযুক্তির উন্নয়নের কারণে আজকাল অনেক প্রতিষ্ঠান মৌখিক যোগাযোগের বিষয়বস্তু পেন ড্রাইভে বা হার্ড ড্রাইভে সংরক্ষণ করে রাখে। ইচ্ছা করলে ইন্টারনেটের ব্যবহার করে 'ক্লাউড'-এ সংরক্ষণ করে রাখা যায়।
২. **ব্যস্ততাঃ** পূর্বাপর চিন্তা না করে ব্যস্ততার মধ্যে বক্তব্য পেশ করলে ভুল হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। এমনকি গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্টও বাদ পড়তে পারে। এরূপ হলে বক্তব্য অস্পষ্ট ও গুরুত্বহীন হয়ে পড়তে পারে।
৩. **পরিকল্পনার অভাবঃ** অনেক সময় যোগাযোগ করার পূর্বে যোগাযোগের বিষয়/বক্তব্য সম্পর্কে অগ্রিম চিন্তাভাবনা করে পরিকল্পিতভাবে বক্তব্য প্রকাশ করা হয় না। দ্রুততা, অবহেলা, বেশি আত্মবিশ্বাস ইত্যাদি কারণে এমনটি হয়ে থাকে।
৪. **স্পষ্ট চিন্তার অভাবঃ** যোগাযোগের পূর্বে স্পষ্ট চিন্তার অভাবে মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হতে পারে। অনেক ব্যস্ততার কারণে গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্ট উপস্থাপন, কৌশল ও ভাষার ব্যবহার, প্রতিক্রিয়া (অনুকূল বা প্রতিকূল) ইত্যাদি নিয়ে চিন্তার সুযোগ থাকে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৫. **অন্যের বক্তব্য না শোনাঃ** অনেক সময় বক্তা শ্রোতাদের বক্তব্যের প্রতি দৃষ্টি দেন না। স্বীয় মর্যাদা, যুক্তি, অভিজ্ঞতা ইত্যাদি প্রদর্শন নিয়ে ব্যস্ত থাকেন। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয় এবং প্রতিকূল প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হয়।
৬. **সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির অভাবঃ** সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির উপর মৌখিক যোগাযোগের ফলপ্রসূতা বহুলাংশে নির্ভর করে। যুক্তিযুক্ত ও সঠিকভাবে উপস্থাপন করা না হলে মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৭. **ব্যক্তিত্বঃ** শ্রোতার অনেক সময় বক্তার ব্যক্তিত্বকে প্রাধান্য দেয়। এমন ক্ষেত্রে তাদের চোখে বক্তা ব্যক্তিত্বহীন বলে মনে হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৮. **আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণের অভাবঃ** যোগাযোগের ক্ষেত্রে আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ করতে না পারলে উল্টো-পাল্টা বক্তব্য পেশ বা বেঁফাস কথা বলা হতে পারে। এতে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়। এজন্য গুরুত্বপূর্ণ ও যুক্তিযুক্ত বক্তব্যে বেশি জোর দিতে হবে এবং আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণে রাখতে হবে।
৯. **কণ্ঠস্বরের হ্রাস-বৃদ্ধিঃ** অযথা বা প্রয়োজন ছাড়া আকস্মিকভাবে হঠাৎ কণ্ঠস্বরের হ্রাস-বৃদ্ধি করা হলে শ্রোতার বিরক্তি বোধ করে, তাদের মনোযোগ নষ্ট হয় এবং যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১০. **বক্তব্যের দীর্ঘসূত্রতাঃ** সামান্য বিষয় নিয়ে দীর্ঘ সময় বক্তব্য উপস্থাপন বা গুরুত্বপূর্ণ বিষয় নিয়েও প্রয়োজনের বেশি বক্তব্য অর্থহীন। কেননা শ্রোতার সংক্ষেপে এবং স্বল্প সময়ে বক্তব্য শুনতে চায়। অন্যথায় ধৈর্য হারিয়ে ফেলে।

১১. **বার্তা গ্রাহকের প্রতিবন্ধকতাঃ** বার্তা-গ্রাহক বক্তার সকল বক্তব্যই নিজের ভাব-আবেগ দ্বারা বুঝার চেষ্টা করে। এতে বক্তব্যের মূল বিষয় অনেক সময় ভিন্নভাবে ধরা পড়ে।
১২. **বক্তব্যের ফলপ্রসূতা পর্যালোচনার অভাবঃ** মৌখিক যোগাযোগ করার পর বক্তা তার বক্তব্য গ্রাহক বুঝেছে কিনা এবং ফলপ্রসূ হচ্ছে কিনা সেদিকে অনেক সময় নজর দেয় না। মূল্যায়ন ও পর্যালোচনার অভাবে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১৩. **পদমর্যাদাজনিত অহংবোধঃ** অনেক সময় বক্তা তার বক্তব্যে স্বীয় পদমর্যাদা ও সম্মানকে বেশি গুরুত্ব দেয়। কিন্তু শ্রোতাদের প্রাপ্য সম্মান ও শ্রদ্ধা প্রদর্শন করে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১৪. **বিষয়ের ত্রুটিপূর্ণ উপস্থাপনঃ** যোগাযোগের ক্ষেত্রে উচ্চ নির্বাহীর নির্দেশ, বার্তা, সংবাদ ইত্যাদি অধীনস্তদের নিকট ভুলভাবে উপস্থাপন করা হলে তা অন্যদের নিকট বোধগম্য হয় না। সহজ-সরল ভাষায় এবং প্রয়োজনে উদাহরণসহ বক্তব্য উপস্থাপন করা না হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।

### মৌখিক যোগাযোগে সফলতার পূর্বশর্ত (Preconditions for the Success of Oral Communication)

১. **সংবাদ গ্রাহকের আস্থা :** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে গ্রাহকের শিক্ষা, জ্ঞান, অভিজ্ঞতা, ইচ্ছা, গ্রহণ ক্ষমতা, উপলব্ধি প্রভৃতির প্রতি গুরুত্ব দিতে হবে। তবেই যোগাযোগ সফল হবে।
২. **প্রেরিত সংবাদের স্পষ্টতা :** সংবাদ/তথ্য সহজ, সরল ভাষায় স্পষ্ট করে উপস্থাপন করতে হবে।
৩. **সঠিক তথ্য প্রেরণ :** প্রেরিত তথ্য অবশ্যই সঠিক, নির্ভুল, ত্রুটিমুক্ত হতে হবে। কোন মতেই শ্রোতাকে ভুল তথ্য দেয়া যাবে না।
৪. **আবেগের চেয়ে যুক্তির প্রতি গুরুত্ব :** যোগাযোগ ক্ষেত্রে আবেগ-অনুভূতি সম্পূর্ণ পরিহার করতে হবে এবং বিষয়বস্তুর যুক্তিযুক্ত দিকগুলোর প্রতি অধিক গুরুত্ব প্রদান করতে হবে। বক্তব্য যুক্তিযুক্ত হবার অর্থই হলো, বক্তব্য ধারাবাহিক হবে এবং বিষয়বস্তুর প্রতি শ্রোতা বেশি মনোযোগী হবে।
৫. **নিয়মিত অনুশীলন :** বক্তব্য স্পষ্ট ও সুষ্ঠুভাবে তুলে ধরার জন্য বক্তব্যের বিষয় নিয়ে বক্তাকে নিয়মিত অনুশীলন করতে হবে। কেননা নিয়মিত অনুশীলন বক্তব্যের সুষ্ঠু উপস্থাপনার জন্য অতি জরুরি।
৬. **বিষয়বস্তুর প্রতি গুরুত্ব প্রদান :** বক্তা ও শ্রোতা উভয়কেই বক্তব্যের বিষয়বস্তুর উপর খেয়াল রাখতে হবে, গুরুত্ব দিতে হবে। বক্তাকে বক্তব্য স্পষ্ট করে তুলে ধরতে হবে এবং সাথে সাথে শ্রোতাকেও বক্তব্য স্পষ্ট করে বুঝতে হবে।
৭. **পূর্ব ধারণা না করা :** বক্তার বক্তব্য সম্পর্কে শ্রোতা কখনোই পূর্ব ধারণা/অনুমান করা চলবে না। বক্তার দৃষ্টিকোণ থেকে বক্তব্য বুঝার চেষ্টা করতে হবে।
৮. **অমনোযোগী না হওয়া :** মনযোগ সহকারে বক্তব্য শুনতে হবে। শ্রবণকালে অমনোযোগী হওয়া চলবে না। এরূপ হলে বক্তব্য বুঝা যাবে না। যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।
৯. **নিরপেক্ষ থাকা :** বক্তব্য শ্রবণ ক্ষেত্রে শ্রোতাকে সবসময়ই নিরপেক্ষতা বজায় রাখতে হবে। বক্তার বক্তব্যকে কখনো অহেতুক ও অপ্রাসঙ্গিক বলা যাবে না এবং নিরপেক্ষতার দৃষ্টিকোণ থেকে বিচারের চেষ্টা করতে হবে।
১০. **পূর্ব সিদ্ধান্ত :** বক্তব্য না শুনে বা না বুঝে পূর্ব-সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা চলবে না যা বক্তার বক্তব্যকে প্রভাবিত করতে পারে। এরূপ হলে অন্যান্য শ্রোতাকেও তা প্রভাবিত করবে এবং সঠিক সিদ্ধান্ত নেয়া যাবে না।
১১. **প্রেরণ কৌশল :** বক্তব্য প্রেরণের অনেক কৌশল আছে। তাই প্রয়োজন, পরিস্থিতি ও শ্রোতার প্রয়োজন বিবেচনা করে যুক্তিযুক্ত কৌশল ব্যবহার করতে হবে।
১২. **যোগাযোগের উদ্দেশ্য :** যোগাযোগের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বক্তার স্পষ্ট ধারণা না থাকলে সে সুষ্ঠুরূপে বক্তব্য উপস্থাপনে ব্যর্থ হয়।
১৩. **অনুসন্ধান ও পর্যবেক্ষণ :** যোগাযোগ করার পর তা অনুসন্ধান ও পর্যবেক্ষণ করতে হবে। এর মাধ্যমে গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া ও গ্রহণযোগ্যতা জানা যাবে। প্রয়োজনে পুনঃবর্ণনা ও বিশ্লেষণ দেয়া যাবে।
১৪. **পূর্ব পরিকল্পনা :** বক্তা বা যোগাযোগকারীর বক্তব্যের বিষয়, শ্রোতাদের অবস্থা, উপস্থাপন পদ্ধতি, যোগাযোগ কৌশল সম্পর্কে পূর্ব-পরিকল্পনা অবশ্যই থাকতে হবে।
১৫. **সহনশীলতা :** বক্তব্য পেশের সময় সহনশীল হতে হবে এবং শ্রোতাদের বক্তব্যও ধৈর্য ও আত্মসহকারে শুনতে হবে। মৌখিক যোগাযোগ করার পূর্বেই এসকল বিষয়গুলো চিন্তাভাবনা করতে হবে। তবেই তা সার্থক ও ফলদায়ক হবে।

	<b>শিক্ষার্থীর কাজ</b>	বিভিন্ন প্রকার যোগাযোগের নামগুলো খাতায় লিখুন এবং আপনার অর্জিত জ্ঞান ঝালাই করে নিন।
---	------------------------	---

	<b>সারসংক্ষেপ:</b>
<p>যোগাযোগের বার্তা যখন লিখিতভাবে প্রকাশ করা হয়, তখন তাকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বা লিখিত যোগাযোগ বলে। লিখিত যোগাযোগ সবচেয়ে ফলদায়ক পদ্ধতি। কারণ এটি বিকৃত হয় না, নিয়ন্ত্রণ সহজ হয় এবং রেকর্ড থাকে। এক কথায়, মৌখিক কথা-বার্তা বা আলাপ-আলোচনার মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। ব্যাপক অর্থে, উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রেরক যখন তার মনের ভাব, ধারণা, বার্তা, অনুভূতি, তথ্য ইত্যাদি কথাবার্তা বা আলোচনার মাধ্যমে প্রাপককে জানায়, তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। ধারাবাহিকতা বজায় রেখে এবং সর্বক্ষেত্রে সঠিক গুরুত্ব দিয়ে তথ্য উপস্থাপন করতে হবে। কোথাও কম, কোথাও বেশি বা কমের স্থলে বেশি, বেশির স্থলে কম গুরুত্ব দিয়ে বক্তব্য উপস্থাপন করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হবে। মৌখিক যোগাযোগ একটি ফলদায়ক যোগাযোগ মাধ্যম হলেও অনেক ক্ষেত্রে তা ব্যর্থতায় পর্যবসিত হয়, বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি করে। লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ ছাড়াও চেহারার ভাবভঙ্গি, অঙ্গভঙ্গি, নীরবতা, কার্যের মাধ্যম ইত্যাদি পন্থায় যোগাযোগ করা যায়। সাধারণ অর্থে, উর্ধ্বতন কর্মকর্তা তার অধীনস্থ কর্মচারীদের সাথে যে যোগাযোগ করে, তাকে নিম্নগামী যোগাযোগ বলা হয়। সুবিধার পাশাপাশি নিম্নগামী যোগাযোগের বেশ কিছু অসুবিধা রয়েছে। বিভিন্ন প্রকার যোগাযোগের মধ্যে নিম্নগামী ও উর্ধ্বগামী যোগাযোগ বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের ন্যায় বাহ্যিক যোগাযোগও একটি প্রতিষ্ঠানে সমান গুরুত্বপূর্ণ। প্রত্যেক প্রতিষ্ঠানই বাইরের পৃথিবীর সাথে নানা কারণে যোগাযোগ করে থাকে।</p>	

	<b>পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.২</b>
--	-------------------------------

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন-

১. লিখিত যোগাযোগের সুবিধা কোন্টি?

ক. সময়ের সাশ্রয়

খ. তাৎক্ষণিক ফলাবর্তন

গ. আনুষ্ঠানিকতার অনাবশ্যিকতা

ঘ. অস্বীকৃতি রোধ

২. মৌখিক যোগাযোগ বহির্ভূত বিষয় কোন্টি?

ক. সাক্ষাতকার

খ. বুলেটিন বোর্ড

গ. কনফারেন্স

ঘ. টেলিফোন

৩. লিখিত যোগাযোগের মাধ্যম বহির্ভূত কোন্টি?

ক. সার্কুলার

খ. পত্রিকা

গ. ক্ষুদ্রে বার্তা সেবা

ঘ. সাক্ষাতকার

৪. অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের বিভিন্ন মাধ্যম হলো-

i. সমান্তরাল যোগাযোগ

ii. গণ যোগাযোগ

iii. নিম্নমুখী যোগাযোগ

কোন্টি সঠিক?

ক. i ও ii

খ. i ও ii

গ. ii ও iii

ঘ. i, ii ও iii

## পাঠ-৮.৩

## যোগাযোগের কার্যাবলি ও নীতিমালা

## Functions and Principles of Communication



## উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগের কার্যাবলি বর্ণনা করতে পারবেন।
- যোগাযোগের নীতিমালা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

## যোগাযোগের কার্যাবলি (Functions of Communication)

আমরা জেনেছি, যোগাযোগের দু'টি লক্ষ্য থাকে। যোগাযোগের মাধ্যমে দু'টি পক্ষের মধ্যে তথ্যের আদান-প্রদান ঘটে। ফলে এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানে সমন্বয়সাধনের বিষয়টি খুব সহজ হয়। এ কারণে যোগাযোগের কাজকে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ হিসেবে বিবেচনা করা হয়। নিচে যোগাযোগের কার্যাবলির বিবরণ তুলে ধরা হল:

১. **অবহিতকরণ:** যোগাযোগের প্রথম কাজ হল লিখিত বা মৌখিকভাবে কার্যসম্পাদনের জন্য বার্তা পৌঁছিয়ে দেওয়া। যোগাযোগের মাধ্যমে ব্যবস্থাপকেরা নির্দেশনা বাস্তবায়ন করে। ব্যবস্থাপনার সিদ্ধান্তকে অধঃস্তনের কাছে বিস্তরণ করা যোগাযোগের অন্যতম কাজ।
২. **প্ররোচিত করা :** যোগাযোগ অবশ্যই অন্যকে প্ররোচিত করে। ব্যবস্থাপকেরা কর্মীদের কার্যসম্পাদনের জন্য টার্গেট নির্ধারণ করে দেন। পরে তা বাস্তবায়নের জন্য তাদের কাছে বার্তা এমনভাবে প্রেরণ করা হয় যাতে কর্মীগণ উৎসাহ পায় এবং টার্গেট পূরণ করতে পারে।
৩. **সমস্যার সমাধান :** প্রতিষ্ঠানে অনেক সমস্যা দেখা দিতে পারে। এগুলো সমাধানের জন্য প্রয়োজনীয় যোগাযোগের মাধ্যমে সংশ্লিষ্টদের কাছ থেকে তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করার প্রয়োজন হয়।
৪. **শিল্প-সম্পর্কের উন্নয়ন :** মালিক এবং কর্মীর সম্পর্কে শিল্প সম্পর্ক বলে। এই দুইয়ের মধ্যে কোন বিরোধ দেখা দিলে তা যথাযথ যোগাযোগের মাধ্যমে নিষ্পত্তি করা যায়।
৫. **সিদ্ধান্ত গ্রহণ :** ব্যবস্থাপকেরা কোন বিষয়ে সিদ্ধান্ত নেওয়ার আগে সংশ্লিষ্ট বিষয়ে বিভিন্ন ব্যক্তির সাথে যোগাযোগ করে এবং প্রয়োজনীয় তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করে। সিদ্ধান্তগ্রহণে সহায়তা করা যোগাযোগের একটি অন্যতম কাজ।
৬. **সম্পর্ক সৃষ্টি ও উন্নয়ন :** ব্যবসায়ের নানা ধরনের সম্পর্ক বিদ্যমান থাকে। যেমন মালিক-কর্মীর সম্পর্ক, ব্যবস্থাপনা-কর্মী সম্পর্ক, ঋণদাতা-ঋণগ্রহীতার সম্পর্ক ইত্যাদি। সম্পর্কের উন্নয়ন এবং নতুন নতুন সম্পর্ক তৈরি করার ক্ষেত্রে যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।
৭. **ব্যবস্থাপনার কাজ সম্পাদন :** ব্যবস্থাপনার প্রতিটি কাজ প্রক্রিয়ার মাধ্যমে পরিচালিত হয়। উৎপাদনের কথাই ধরুন। টার্গেট দেওয়া হল: ২০১৮ সালে ২০ হাজার পিস সার্ট তৈরি করা হবে। ব্যবস্থাপকেরা উৎপাদন প্রক্রিয়ার সাথে সম্পৃক্ত প্রতিটি ব্যক্তির সাথে কোন-না-কোনভাবে যোগাযোগ স্থাপন করে এবং টার্গেট হাসিলের জন্য প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ গ্রহণ করে।
৮. **সমন্বয়সাধন :** একটি প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন বিভাগ এবং বিভিন্ন স্তরের কর্মী থাকে। ব্যবস্থাপকেরা তাদের সাথে যথাযথ যোগাযোগের মাধ্যমে সমন্বয়সাধন করে। সমন্বয়সাধনে সহায়তা করা যোগাযোগের অন্যতম কাজ।
৯. **কর্মদক্ষতাবৃদ্ধি :** ব্যবস্থাপনা যদি কর্মীদের সাথে কার্যকর যোগাযোগ স্থাপন করে তাহলে তাদের আগ্রহ বেড়ে যায় এবং উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি পায়। এভাবে যোগাযোগ কর্মদক্ষতা বৃদ্ধিতে সহায়তা করে।
১০. **গবেষণা ও উন্নয়ন :** প্রতিষ্ঠানের প্রতিটি কাজের প্রক্রিয়ার প্রতিটি ধাপে সৃজনশীলতা বৃদ্ধি করা প্রয়োজন। এতে চাই প্রয়োজনীয় গবেষণা। যথাযথ যোগাযোগ ছাড়া গবেষণার জন্য তথ্য সংগ্রহ করা যায় না। তাই গবেষণা ও উন্নয়ন কাজে যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।


উপরের আলোচনায় দেখা যায় যে, যোগাযোগ দু'পক্ষের স্বার্থরক্ষা করে এবং প্রতিষ্ঠানে ইতিবাচক পরিবর্তন আনে।

## মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালা (Principles of Oral Communication)

মৌখিক যোগাযোগকে সুন্দর, সার্থক এবং ফলদায়ক করার মাধ্যমে উদ্দেশ্য অর্জন নিশ্চিত করতে হলে কিছু নীতিমালা অনুসরণ করতে হবে। সেগুলো হলোঃ

১. **পূর্ব-প্রস্তুতি (Pre-plan)** : মৌখিক যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বেই ভালোভাবে বক্তব্য পেশ করার জন্য পূর্ব-প্রস্তুতি গ্রহণ করতে হবে। তবেই যোগাযোগ সফল হবে।
২. **বলার দক্ষতা (Speaking Efficiency)** : গ্রাহকের নিকট স্পষ্ট ও বোধগম্য করার জন্য প্রস্তাবিত বিষয়ে কথা বলার মতো দক্ষতা, যোগ্যতা ও অভিজ্ঞতা থাকতে হবে। শব্দের উচ্চারণ সঠিক ও সুস্পষ্ট হতে হবে।
৩. **বক্তৃতা তৈরি (Drafting the Speech)** : মৌখিক যোগাযোগ শুরুর পূর্বেই বক্তাকে বক্তব্যের বিষয়বস্তু সুস্পষ্ট, সুন্দর এবং শ্রুতিমধুর ভাষায় তৈরি করে নিতে হবে।
৪. **কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ (Voice Control)** : বক্তব্যকে আকর্ষণীয় ও হৃদয়গ্রাহী করার জন্য বলার সময় কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণে রাখতে হবে। বক্তব্যের ভাব অনুযায়ী বক্তা তার কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণে রাখলে তা শ্রোতার উপর অনুকূল প্রভাব ফেলে।
৫. **আবেগ অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ (Control of Emotion)** : আবেগ-অনুভূতিকে নিয়ন্ত্রণে রেখে যোগাযোগকারীকে মৌখিক যোগাযোগ করতে হবে। অন্যথায় শ্রোতা বিরক্ত হতে পারে। এরূপ হলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হতে পারে। তাই নিজ আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণে রেখে শ্রোতার আবেগ-অনুভূতির প্রতি সাড়া দিয়ে বক্তব্য পেশ করতে হবে।
৬. **অঙ্গভঙ্গি নিয়ন্ত্রণ (Control of Gesture)** : ফলদায়ক যোগাযোগের জন্য অযথা ও অযৌক্তিক অঙ্গভঙ্গি বাদ দিতে হবে। দৃষ্টিকটু বা বেহুদা অঙ্গভঙ্গি কারণে শ্রোতার মনোযোগ নষ্ট হতে পারে।
৭. **সরলতা (Simplicity)** : যোগাযোগ যাতে বোধগম্য হয় সেদিকে খেয়াল রাখতে হবে। এজন্য শ্রোতার প্রতি লক্ষ্য রেখে বক্তব্যকে সহজ, সরল ও স্পষ্টরূপে উপস্থাপন করতে হবে।
৮. **যুক্তিযুক্ততা (Reasonableness)** : যোগাযোগের বিষয় অবশ্যই যৌক্তিকভাবে উপস্থাপন করতে হবে। আইনগত দিক খেয়াল রেখে প্রতিটি কথার পেছনে যুক্তি রেখে তা উপস্থাপন করতে হবে। তবে তা সর্বত্র গ্রহণযোগ্য হবে।
৯. **সঠিকতা ও নিপুণতা (Accuracy and Efficiency)** : বক্তব্যকে সঠিক ও নিপুণভাবে এবং সাথে সাথে পূর্বাপর ধারাবাহিকতা বজায় রেখে উপস্থাপন করতে হবে। এজন্য বক্তব্য লিখিত হলে ভাল হয়। বক্তব্য সুসংগঠিত ও সুলিখিত হলে উপস্থাপনায় ধারাবাহিকতা বজায় রাখা সহজ হয়।
১০. **ব্যক্তিত্ব বজায় (Maintaining Personality)** : শ্রোতার নিকট বক্তব্য আকর্ষণীয় ও কার্যকরভাবে উপস্থাপনে ব্যক্তিত্ব একটি বিশেষ উপাদান। ব্যক্তিত্ব সাধারণত হাব-ভাব, চাল-চলন, কথা বলা, পোষাক, সৌজন্যবোধ ইত্যাদি নিয়ে গঠিত হয়। তাই এগুলোর প্রতি লক্ষ্য রাখলেই ব্যক্তিত্ব আকর্ষণীয় হবে।
১১. **ইতিবাচক মনোভাব (Positive Attitude)** : বক্তব্য উপস্থাপনে, শ্রোতাকে স্পষ্টকরণে, শ্রোতাকে রাজি বা একমতে আনার ব্যাপারে ইতিবাচক মনোভাব থাকতে হবে।
১২. **সঠিক গুরুত্বারোপ (Proper Importance)** : ধারাবাহিকতা বজায় রেখে এবং সর্বক্ষেত্রে সঠিক গুরুত্ব দিয়ে তথ্য উপস্থাপন করতে হবে। কোথাও কম, কোথাও বেশি বা কন্ঠের স্থলে বেশি, বেশির স্থলে কম গুরুত্ব দিয়ে বক্তব্য উপস্থাপন করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হবে।

এ সব নীতিমালা মেনে চললে যোগাযোগ সার্থক ও ফলপ্রসূ হবে।

	শিক্ষার্থীর কাজ	যোগাযোগের ১০টি কার্যাবলী খাতায় লিখুন।
---	-----------------	--





## সারসংক্ষেপ:

যোগাযোগের মাধ্যমে দু'টি পক্ষের মধ্যে তথ্যের আদান-প্রদান ঘটে। ফলে এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানে সমন্বয়সাধনের বিষয়টি খুব সহজ হয়। এ কারণে যোগাযোগের কাজকে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ হিসেবে বিবেচনা করা হয়। অবহিতকরণ, প্ররোচিত করা, সমস্যার সমাধান, শিল্প-সম্পর্কের উন্নয়ন, সিদ্ধান্তগ্রহণ, সম্পর্ক সৃষ্টি ও উন্নয়ন ইত্যাদি হলো ব্যবস্থাপনার কাজ।



## পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন-

১. কোনটি যোগাযোগের কাজ?

ক. সমন্বয় সাধনে সহায়তা

খ. হিসাব কাজে সহায়তা করা

গ. কর্মির ব্যক্তিগত উন্নয়ন করা

ঘ. মুনাফা অর্জন করা

২. যোগাযোগ ব্যবসায়ের কাজে কী বৃদ্ধি করে?

ক. গ্রহণযোগ্যতা

খ. শৃঙ্খলা

গ. সম্পৃক্ততা

ঘ. দক্ষতা

৩. যোগাযোগ কার্যাবলির মধ্যে পড়ে-

i. অবহিতকরণ

ii. তথ্যের আদান-প্রদান

iii. উদ্বুদ্ধকরণ

কোনটি সঠিক?

ক. i ও ii

খ. i ও iii

গ. ii ও iii

ঘ. i, ii ও iii

## পাঠ-৮.৪

## ব্যবসায়িক যোগাযোগে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির ব্যবহার

### Use of Information and Communications Technology (ICT) in Business Communication



#### উদ্দেশ্য

#### এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগে আইসিটির ধারণা বর্ণনা করতে পারবেন।
- যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় আইসিটির ব্যবহার ব্যাখ্যা করতে পারবেন।
- যোগাযোগে আইসিটির গুরুত্ব সম্পর্কে বলতে পারবেন।

বর্তমান যুগকে বলা হয় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির (আইসিটি) যুগ। তথ্য প্রযুক্তি ছাড়া বর্তমান সময়ে একদিনও চলা সম্ভব নয়। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির কল্যাণে জীবনের সর্বক্ষেত্রেই এসেছে বৈপ্লবিক পরিবর্তন। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবহার করে তাৎক্ষণিকভাবে যোগাযোগ করা যায়, ই-কমার্সের মাধ্যমে ঘরে বসেই অনলাইনে শপিং করা যায়, ই-গভর্নেন্সের মাধ্যমে সরকার বিভিন্ন মন্ত্রণালয় ও দপ্তরসমূহের মধ্যে কাজের সমন্বয় ঘটাতে পারে, সিটিজেন চার্টারের মতো নাগরিক সুবিধাগুলো ঘরে বসেই পাওয়া সম্ভব হয় এবং এমনকি ঘরে বসে ই-লার্নিং-এর মাধ্যমে শিক্ষা গ্রহণ করা যায়।

#### তথ্য যোগাযোগ বলতে আমরা আসলে কী বুঝি? (What do we mean by ICT?)

কম্পিউটারের মাধ্যমে তথ্য (ডাটা) প্রক্রিয়াকরণের সাথে তথ্য প্রযুক্তি জড়িত। ‘তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি’ হলো তথ্য প্রযুক্তির বর্ধিত রূপ। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি টেলিকমিউনিকেশন ও কম্পিউটারের সাথে অন্যান্য প্রয়োজনীয় সফটওয়্যার, স্টোরেজ ও অডিও-ভিজুয়াল সিস্টেমের সমন্বিত রূপ। এ সমন্বিত রূপের কারণেই ব্যবহারকারীরা তথ্য পাওয়া থেকে শুরু করে স্টোর করা, বিতরণ করা ও প্রয়োগ করার সাথে নিজেরা সম্পৃক্ত হতে পারে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির কোন সর্বজনগ্রাহ্য সংজ্ঞা নেই। প্রতিনিয়তই এর মধ্যে নতুন নতুন চিন্তাভাবনার অনুপ্রবেশ ঘটছে এবং ফলে সংজ্ঞার পরিধিও বাড়ছে। এখনও পর্যন্ত মনে করা হয় যে, কম্পিউটার ও ডিজিটাল প্রযুক্তির সকল উপাদানের সমষ্টিই হলো তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি। নিম্নের সংজ্ঞাটিকে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির ব্যাপক সংজ্ঞা হিসেবে গণ্য করা হয়:

“Information and communications technology (ICT) refers to all the technology used to handle telecommunications, broadcast media, intelligent building management systems, audiovisual processing and transmission systems, and network-based control and monitoring functions.”

#### ব্যবসায় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির গুরুত্ব (Importance of ICT in Business)


আধুনিক জীবন-যাপনে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির গুরুত্ব অপরিসীম। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি মানুষের জীবনকে করেছে উন্নত, জীবনযাত্রাকে করেছে সহজ। তথ্যপ্রযুক্তির ক্রমবিকাশের ফলে পরিবর্তন এসেছে বিভিন্ন স্তরে। এ পরিবর্তনের হাওয়া লেগেছে ব্যবসা-বাণিজ্যে। যেকোনো ব্যবসার মূল উদ্দেশ্য থাকে কম সময়ে এবং কম খরচে পণ্য বা সেবা উৎপাদন করা। একই সঙ্গে দ্রুততম সময়ে তা ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেওয়া। পণ্যের জন্য কাঁচামাল সংগ্রহ থেকে শুরু করে কর্মী ব্যবস্থাপনা, কর্মীদের দক্ষতার মানোন্নয়ন, উৎপাদন ব্যবস্থাপনা, বিপণন ও সেবার বিনিময় মূল্য প্রাপ্তির ক্ষেত্রে আইসিটি গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখছে। বর্তমানে উন্নত বিশ্বের ব্যবসা প্রতিষ্ঠানে ভৌত ঠিকানা ব্যবহারের পরিবর্তে ওয়েব ঠিকানা ব্যবহার করা হচ্ছে। আইসিটির কারণে ব্যবসায় জগতে ব্যাপক পরিবর্তন এসেছে। এবার আসুন, আইসিটির সুবিধাগুলো জেনে নিই।


## ব্যবসায় ক্ষেত্রে আইসিটির সুবিধাবলি (Advantages of ICT in Business)

আইসিটির সহায়তায় ব্যবসায় নিম্নলিখিত সুবিধাগুলো অর্জিত হয়:

১. আইসিটি নিয়ন্ত্রিত বিভিন্ন যন্ত্রপাতি ব্যবহার করে কম সময়ে অধিক উৎপাদন করা যায়। তাতে উৎপাদন খরচ হ্রাস পায়।
২. মোবাইল ফোনের মাধ্যমে ব্যবসা সম্পর্কিত সব ধরনের যোগাযোগ দ্রুত সম্ভব হয়। এমনকি লেনদেনও সম্ভব।
৩. ব্যবসা সম্পর্কিত লিখিত যোগাযোগ ইমেইলের মাধ্যমে দ্রুত করা সম্ভব। এমনকি দলিলপত্র স্ক্যান করে অন্যদের কাছে পাঠানো যায়।
৪. ইন্টারনেটে ওয়েবসাইটের মাধ্যমে পণ্য ও সেবার খবর সারা পৃথিবীতে ছড়িয়ে দেওয়া যায়। সামাজিক যোগাযোগ সাইটের মাধ্যমে স্বল্পমূল্যে কিংবা বিনামূল্যে পণ্য বা সেবার বিজ্ঞাপন প্রচার করা যায়।
৫. ডাটাবেইস সফটওয়্যারের মাধ্যমে পণ্যের মজুদ, কর্মীদের তথ্যাবলি, গ্রাহকের তথ্যাবলি এবং সঠিক হিসাব সংরক্ষণ করা যায়।
৬. ব্যবসায়ীরা তাদের পণ্যের মূল্য নগদে না নিয়ে নিজের ব্যাংক হিসাবে সরাসরি সংগ্রহ করতে পারে।

উপরোক্ত আলোচনা থেকে বোঝা যায়, সঠিকভাবে ব্যবহার করতে পারলে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ব্যবসা-বাণিজ্যের প্রভূত কল্যাণ সাধন করতে পারে।

	শিক্ষার্থীর কাজ	মোবাইলের মাধ্যমে যে সকল যোগাযোগ করা যায় তার নামগুলো খাতায় লিখুন।
---	-----------------	--

	সারসংক্ষেপ:
<p>বর্তমান সময়কে বলা হয় তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির সময়। তথ্য প্রযুক্তি ছাড়া বর্তমান সময়ে একদিনও চলা সম্ভব নয়। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির কল্যাণে জীবনের সর্বক্ষেত্রেই এসেছে বৈপ্লবিক পরিবর্তন। আর এগুলো সম্ভব হয়েছে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির উন্নয়নের ফলে। এই তথ্য প্রযুক্তিকে সহজ ও আকর্ষণীয় করে তোলার জন্য যুক্ত হয়েছে ওয়েব প্রোগ্রামিং এবং ওয়েব ডিজাইনিং। যার ফলে আমরা এখন একই ওয়েব পেজের মধ্যে বিভিন্ন ধরনের তথ্যের সমন্বয় ঘটাতে পারি। আধুনিক জীবনযাপনে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির (আইসিটি) গুরুত্ব অপরিসীম। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি মানুষের জীবনকে করেছে উন্নত, জীবনযাত্রাকে করেছে সহজ। তথ্যপ্রযুক্তির ক্রমবিকাশের ফলে পরিবর্তন এসেছে বিভিন্ন স্তরে। জীবনের অন্য সব ক্ষেত্রের মতো তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি বা আইসিটির প্রয়োগ ব্যবসা-বাণিজ্যে আমূল পরিবর্তন এনেছে। যেকোনো ব্যবসার মূল উদ্দেশ্য থাকে কম সময়ে এবং কম খরচে পণ্য বা সেবা উৎপাদন করা। প্রায়ুক্তিক উৎকর্ষের এই যুগে এসে মানুষ ক্রমাগত সম্মিলিত হচ্ছে ইন্টারনেটের ছায়াতলে। বিজ্ঞান-মনস্করা তৈরি করেছে ইন্টারনেট নামক এক চমকপ্রদ পরিস, যে পরিসরে সাম্প্রতিক কালে যুক্ত হওয়া একটি ধারার নাম সোশ্যাল নেটওয়ার্কিং সাইট বা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম।</p>	

	পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.২
---	------------------------

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন-

১. ফ্যাক্স কোন্টির সাথে সংযুক্ত থাকে?
  - ক. Telex-এর সাথে
  - গ. Computer -এর সাথে

- খ. মোবাইলের সাথে
- ঘ. টেলিফোন লাইনের সাথে

২. কোনটি পৃথিবীকে হাতের মুঠোয় এনেছে?  
ক. ইন্টারনেট  
খ. কম্পিউটার  
গ. ফ্যাক্স  
ঘ. মডেম
৩. SMS-এর পূর্ণ রূপ কী?  
ক. Small Message Service  
খ. Short Message Service  
গ. Short Media Service  
ঘ. Secure Message Service
৪. e-Commerce-এর পূর্ণ রূপ কী?  
ক. Electronic Commerce  
খ. Electric Commerce  
গ. Effective commerce  
ঘ. Emergency Commerce

## চূড়ান্ত মূল্যায়ন

## সংক্ষিপ্ত প্রশ্নাবলী (Short Questions)

- ১। লিখিত যোগাযোগের সুবিধাগুলো কি কি?
- ২। মৌখিক যোগাযোগের সংজ্ঞা লিখুন।
- ৩। মৌখিক যোগাযোগের অসুবিধাগুলো কি কি?
- ৪। মৌখিক যোগাযোগের সফলতা কি কি বিষয়ের উপর নির্ভর করে?
- ৫। শ্রবণ ও দর্শন যোগাযোগ বলতে কি বুঝায়?
- ৬। যোগাযোগ ও ব্যবসায় যোগাযোগ কি?
- ৭। যোগাযোগ প্রক্রিয়ার চিত্রটি অংকন করুন।
- ৮। ফলদায় যোগাযোগের গুণাবলী কি কি?

## রচনামূলক প্রশ্নাবলী (Descriptive Questions)

- ১। কারবারী যোগাযোগের পরিধি ও উদ্দেশ্যগুলো বর্ণনা করুন।
- ২। ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব বর্ণনা করুন।
- ৩। যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা এবং প্রতিকারগুলো আলোচনা করুন।
- ৪। লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
- ৫। মৌখিক যোগাযোগের কৌশলগুলো বর্ণনা করুন।
- ৬। মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালাগুলো আলোচনা করুন।

## গ. সৃজনশীল প্রশ্ন (Creative Questions)

১. হারুন সাহেব একজন প্রসাধন সামগ্রীর আমদানিকারক। বিদেশ থেকে বিভিন্ন ধরনের প্রসাধন সামগ্রী আমদানি করে দেশের বিভিন্ন জেলা শহরে নিজস্ব দোকান প্রতিষ্ঠা করে বিক্রয় করেন। প্রতিটি বিক্রয় কেন্দ্রেই বিক্রয়ের রেকর্ড এন্ট্রি করা হয়। কেন্দ্রীয় অফিসে সংরক্ষিত সার্ভারের সাথে সংযুক্তির মাধ্যমে বিক্রয়ের বর্তমান অবস্থা সম্পর্কে হারুন সাহেব জানতে পারেন। পণ্য সম্পর্কে ক্রেতার কোনো অভিযোগ থাকলে তাও জানতে পারেন। প্রয়োজনে যে কোন নির্দেশনাও জারি করতে পারেন। সকল বিক্রয়কেন্দ্র সেই নির্দেশনা অনুযায়ী কাজ করে থাকে।
  - ক. টেলেক্স কী?
  - খ. বাজেটীয় নিয়ন্ত্রণ বলতে কী বোঝেন?
  - গ. উদ্দীপকে উল্লিখিত যোগাযোগ কার্যক্রমকে কোন্ ধরনের যোগাযোগ বলে আখ্যায়িত করবেন? ব্যাখ্যা করুন।
  - ঘ. হারুন সাহেবের উল্লিখিত পদ্ধতিতে বিক্রয় কার্য পরিচালনা ও বর্তমানে সময়ের চাহিদার পেক্ষাপটে উদ্দীপকের আলোকে আপনার মতামত দিন।
২. রজনীকান্ত বিদেশ থেকে কসমেটিকস সামগ্রী আমদানি করে দেশের বিভিন্ন মার্কেটে সরবরাহ করেন। তার প্রতিষ্ঠানের প্রধান হিসেবে তিনি অধীনস্তদের যাবতীয় আদেশ-নির্দেশ প্রদান করেন। অধীনস্তরা তার নির্দেশ মোতাবেক কার্যসম্পাদন করে। সম্প্রতি তিনি নতুন কিছু কসমেটিকস আমদানির উদ্দেশ্যে বিদেশ যান। বিদেশে থাকা অবস্থায় তিনি মার্কেটিং অফিসারদের সাথে টেলিফোনের মাধ্যমে আলাপ-আলোচনা করেন। এ আলোচনায় দেশের বিভিন্ন অঞ্চলে থাকা মার্কেটিং অফিসারগণ একত্রে তার সাথে আলোচনায় অংশ নিয়েছিলেন।
  - ক. যোগাযোগ কী?
  - খ. টেলেক্সের মাধ্যমে কীভাবে তথ্য আদান-প্রদান করা হয়?
  - গ. মি. রজনীকান্ত অধীনস্তদের আদেশ-নির্দেশ প্রদানের মাধ্যমে কোন্ প্রকারের যোগাযোগ করেছেন? ব্যাখ্যা করুন।
  - ঘ. মি. রজনীকান্ত মার্কেটিং অফিসারদের সাথে যে কৌশল অবলম্বন করে যোগাযোগ করেছেন, ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে তার গুরুত্ব বিশ্লেষণ করুন।

৩. মালেক মালয়েশিয়ায় যাওয়ার প্রস্তুতি নিচ্ছেন। মালয়েশিয়া বিমানবন্দর অনেক বড়। সে বিমানবন্দর দিয়ে কীভাবে গন্তব্যে যাওয়ার জন্য বের হবেন, সে বিষয়ে বেশ চিন্তিত। সদ্য মালয়েশিয়া থেকে ঘুরে আসা ফরহাদ বললেন যে, বিমানবন্দরের বিভিন্ন ডিসপ্লে বোর্ডে লিখিতভাবে নির্দেশনা দেয়া হয় এবং সাউন্ড সিস্টেমের মাধ্যমে কিছুক্ষণ পর পর ঘোষণা দেয়া হয়। এসব শুনে মালেক আশ্বস্ত হলেন। একেবারে অক্ষরজ্ঞানহীন মালেক চিত্রের মাধ্যমে দেওয়া নির্দেশনা দেখে সুন্দরভাবে বিমানবন্দর পার হলেন।
- ক. ব্যবসায় যোগাযোগ কী?  
খ. যোগাযোগের ক্ষেত্রে ই-মেইলের কার্যকারিতা ব্যাখ্যা করুন।  
গ. মালেকের সাথে বিমান বন্দরের যোগাযোগের ধরনটি ব্যাখ্যা করুন।  
ঘ. ফরহাদের বক্তব্য অনুযায়ী বিমানবন্দরের যোগাযোগ মাধ্যমটি কী মালেকের মতো অক্ষরজ্ঞানহীন বিমানযাত্রীদের জন্য সহজ? মূল্যায়ন করুন।
৪. মি. খালেদ নাভানা ফ্যাশন ডিজাইন লিঃ-এর ব্যবস্থাপনা পরিচালক। তিনি তার প্রতিষ্ঠানের কর্মীদের কাজকর্মে ব্যাপক উৎসাহ-উদ্দীপনা সৃষ্টি করে কাজ করিয়ে নেন। তিনি কর্মীদের ভ্রমণ, গানশোনা ও বিভিন্ন ধরনের অনুষ্ঠান উপভোগ করার ব্যবস্থা করেন। ভবিষ্যতে প্রতিষ্ঠানের উন্নতির জন্য তথ্য সরবরাহের ক্ষেত্রে নতুন প্রযুক্তি ব্যবহারের চিন্তা করছেন।
- ক. যোগাযোগ প্রক্রিয়া কী?  
খ. অবাচনিক যোগাযোগ বলতে কী বোঝায়?  
গ. মি. খালেদ কর্মীদের উৎসাহদানের ক্ষেত্রে কোন্ ধরনের যোগাযোগ প্রক্রিয়া ব্যবহার করছেন? ব্যাখ্যা করুন।  
ঘ. নাভানা ফ্যাশন ডিজাইন লিঃ কর্তৃক ভবিষ্যতে উন্নতির জন্য নতুন প্রযুক্তি ব্যবহারের যথার্থতা মূল্যায়ন করুন।
৫. হোসনে আারা হামিদ বৈদেশিক বাণিজ্যের সাথে জড়িত। তার উৎপাদিত পণ্য বিশ্বব্যাপী বিক্রি হচ্ছে। কাজের প্রয়োজনে তিনি কম্পিউটার, ওয়েব ক্যামেরা ও ইন্টারনেট প্রযুক্তির সাহায্য নেন। এগুলোর মাধ্যমে তিনি ভিন্ন স্থানে অবস্থান করেও বিভিন্ন পক্ষের সাথে মুখোমুখি কথাবার্তা বলে ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে থাকেন। এতে তার ব্যবসায়িক অগ্রগতি আরও ত্বরান্বিত হচ্ছে।
- ক. ভাববাচক যোগাযোগ কাকে বলে?  
খ. ই-মেইল এর ধারণা ব্যাখ্যা করুন।  
গ. উদ্দীপকে কোন্ ধরনের যোগাযোগ পদ্ধতির উল্লেখ করা হয়েছে? ব্যাখ্যা করুন।  
ঘ. 'প্রযুক্তি মানুষের মধ্যকার দূরত্বকে হ্রাস করেছে'- উদ্দীপকের আলোকে উক্তিটি ব্যাখ্যা করুন।
৬. 'বেঙ্গল প্লাস্টিক' কোম্পানি লিমিটেডের উৎপাদন যে হারে বাড়ছে সে হারে বিক্রয় বাড়ছে না। তাই বাধ্য হয়ে পণ্য গুদামজাত করা হচ্ছে। উৎপাদন ব্যবস্থাপক বিষয়টি অবহিত করে বিক্রয় ব্যবস্থাপককে চিঠি দেন। বিক্রয় ব্যবস্থাপক উর্ধ্বতনের সাথে পরামর্শ করে ১ মাসের জন্য ক্রেতা প্রতিষ্ঠানগুলোকে ৫% অতিরিক্ত বিক্রয় কমিশন দেয়ার সিদ্ধান্ত বিক্রয়-সুপারভাইজারদের অবহিত করলেন। বিষয়টি ক্রেতা প্রতিষ্ঠানগুলোকে বিক্রয় বিভাগের পক্ষ থেকে চিঠি মারফত জানানো হয়।
- ক. ফলাবর্তন কী?  
খ. টেলিকনফারেন্স বলতে কী বোঝায়?  
গ. উৎপাদন ব্যবস্থাপক ও বিক্রয় ব্যবস্থাপকের মধ্যকার যোগাযোগ-বার্তা প্রবাহ বিবেচনায় কোন্ ধরনের? ব্যাখ্যা করুন।  
ঘ. সংশ্লিষ্ট পক্ষদের বিবেচনায় রেখে চিঠি লিখে যে যোগাযোগ করা হয়েছে, বিক্রয় বৃদ্ধিতে তার যথার্থতা বিশ্লেষণ করুন।

৭. মায়ের দোয়া ইলেকট্রনিক্স কর্ণার ইংল্যান্ডের সামিট ইলেকট্রনিক্স হতে পণ্য আমদানি করতে চায়। প্রতিষ্ঠানটির ব্যবস্থাপনা পরিচালক জনাব সফি সাদিক পণ্যের তালিকা তৈরি করে কম্পিউটারের মাধ্যমে ফরমায়েশ পাঠান। সামিট ইলেকট্রনিক্স ফরমায়েশ পাওয়ার ১০ দিনের মধ্যে পণ্য প্রেরণের আশ্বাস দেন।
- ক. টেলিকনফারেন্স কী?
- খ. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলতে কী বোঝেন?
- গ. 'মায়ের দোয়া ইলেকট্রনিক্স কর্ণার' কোন্ পদ্ধতিতে ফরমায়েশ প্রদান করেছে? ব্যাখ্যা করুন।
- ঘ. উক্ত পদ্ধতির ব্যবহার মায়ের দোয়া ইলেকট্রনিক্স কর্ণারের জন্য কতটুকু সময়োপযোগী বলে মনে করেন?
৮. মেসার্স রাজু এন্টারপ্রাইজ সিলেটের সীমান্তবর্তী এলাকা থেকে বালু ও পাথর সংগ্রহ করে বিক্রি করে। প্রতিষ্ঠানটির সিলেট প্রতিনিধি মি. জামাল ঢাকার সাথে মোবাইল নেটওয়ার্কে লিখিত বার্তা প্রেরণের মাধ্যমে যোগাযোগ রাখেন। কেননা দুর্গম অঞ্চলগুলোতে এ নেটওয়ার্ক সম্প্রসারিত হয় নি।
- ক. মাল্টিমিডিয়া কী?
- খ. যোগাযোগের ক্ষেত্রে দিন দিন ই-মেইলের গুরুত্ব বৃদ্ধি পাচ্ছে কেন?
- গ. মি. জামাল কোন্ পদ্ধতিতে যোগাযোগ করেন? ব্যাখ্যা করুন।
- ঘ. মি. জামাল ব্যবসায়িক যোগাযোগে তথ্য প্রযুক্তির যথাযথ ব্যবহার করতে পারছেন কী? যুক্তি দিন।
৯. মি. সুবির একটি প্রতিষ্ঠানের সুপারভাইজার। উৎপাদন বিভাগে সে দায়িত্ব পালন করে। প্রায়ই তাকে উৎপাদন সংক্রান্ত তথ্য তার ওপরে দায়িত্বপ্রাপ্ত নির্বাহীর নিকট প্রেরণ করতে হয়। তিনি আবার হেড অফিসে ব্যবস্থাপনা পরিচালকের নিকট তথ্য প্রেরণ করেন। এ ক্ষেত্রে টেলিফোনের সাথে সংযুক্ত একটি যন্ত্রের মাধ্যমে সকল তথ্য ছবছ প্রেরণ করতে পারেন।
- ক. ই-মেইল কী?
- খ. টেলিকনফারেন্স বলতে কী বোঝায়?
- গ. উদ্দীপকে তথ্য প্রবাহের দিক বিচারে কোন্ প্রকারের যোগাযোগের কথা তুলে ধরা হয়েছে? ব্যাখ্যা করুন।
- ঘ. উদ্দীপকে আইসিটির যে মাধ্যমটি ব্যবহার করা হয়েছে, ব্যবসায় জগতে তার অপরিহার্যতা মূল্যায়ন করুন।

### উত্তরমালা

- পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.১ : ১।ক ২।ক ৩।খ ৪।ক ৫।খ ৬।ক
- পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.২ : ১।খ ২।ঘ ৩।খ
- পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.৩ : ১।ক ২।গ ৩।ঘ
- পাঠোত্তর মূল্যায়ন-৮.৪ : ১।ক ২।ক ৩।খ ৪।ক