


যোগাযোগের প্রকারভেদ

Types of Communication



ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে এক এক সময়ে বিভিন্ন প্রয়োজনে নানা ধরনের যোগাযোগ করা হয়। কোনো কর্মীকে নির্দেশনা দেওয়া আবার উৎসাহিত কর্মকর্তাকে প্রতিবেদন উপস্থাপন ইত্যাদি অভ্যন্তরীণ কাজে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগ করা হয় আবার সরবরাহকারীর কাছ থেকে কাঁচামাল সংগ্রহ করা, বা ক্রেতা বা ভোক্তার নিকট পণ্য বিক্রয়ের জন্য প্রদান ইত্যাদি কাজে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের বাহ্যিক বহুবিধ ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে নিয়মিত যোগাযোগ করতে হয়। যোগাযোগের এই বিভিন্নতার কারণে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন ধরনের যোগাযোগ করা হয়। ইউনিট দুই এ চারটি পাঠ রয়েছে। প্রথম পাঠে যোগাযোগের চ্যানেলসমূহ আলোচনা করা হয়েছে। দ্বিতীয় পাঠে ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ সম্পর্কে ধারণা দেওয়া হয়েছে। তৃতীয় ও চতুর্থ পাঠে অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগ সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
এ ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ - ১ : যোগাযোগের চ্যানেলসমূহ পাঠ - ২ : ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ পাঠ - ৩ : অভ্যন্তরীণ ব্যবসায় যোগাযোগ পাঠ - ৪ : বাহ্যিক ব্যবসায় যোগাযোগ		

পাঠ-২.১

যোগাযোগের চ্যানেলসমূহ
Communication Channels

উদ্দেশ্য

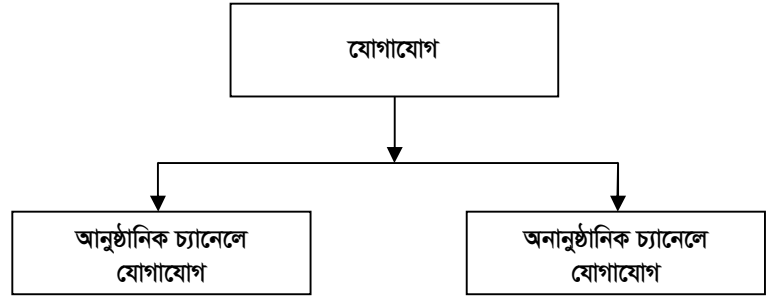
এ পাঠ শেষে আপনি

- যোগাযোগের চ্যানেল কী জানতে পাবেন;
- আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পাবেন;
- আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের সুবিধা ও সীমাবদ্ধতাসমূহ বর্ণনা করতে পাবেন;
- অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পাবেন;
- অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সুবিধাসমূহ ব্যাখ্যা করতে পাবেন; এবং
- অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহ বর্ণনা করতে পাবেন।

যোগাযোগের চ্যানেলসমূহ

Communication Channels

বড় বা ছোট যেকোনো প্রতিষ্ঠানে বার্তা বা সংবাদ আদান-প্রদানের জন্য অভ্যন্তরীণ বা বাহ্যিক যোগাযোগ করা হয়। যে ধরনের যোগাযোগই হোক নাকেন যোগাযোগগুলো দুইটি চ্যানেলে হয়ে থাকে (চিত্র ২.১)। এই চ্যানেল ব্যবহার করে প্রতিষ্ঠিত পদ্ধতি ব্যবহার করে প্রতিষ্ঠানের ভিতরে উচ্চপদস্থ কর্মকর্তার কাছ থেকে নির্দেশনা আসতে পারে আবার কোনো রকম পদ্ধতি ব্যবহার না করেও স্বাধীনভাবে তথ্য প্রবাহিত হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, কোনো বিক্রয়কর্মী তার সাপ্তাহিক বিক্রয় প্রতিবেদন ব্যবস্থাপকের কাছে লিখিতভাবে জমা দিতে পারে। এই বিক্রয় প্রতিবেদন প্রতিষ্ঠানের সকল বিক্রয়কর্মী নির্দিষ্ট কাঠামো অনুসরণ করে তৈরি করে থাকে। এটি আনুষ্ঠানিক চ্যানেল ব্যবহার করে যোগাযোগ। আবার, ব্যবস্থাপক প্রতিবেদনটি পেয়ে মৌখিকভাবে সাথে সাথে উৎসাহ ও প্রেরণা দিয়ে বিক্রয়কর্মীকে তার কর্মদক্ষতার জন্য সাথে সাথে প্রশংসা করতে পারেন। এটি অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ।



চিত্র ২.১: যোগাযোগের চ্যানেলসমূহ

১. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ

Formal Communication

প্রতিষ্ঠানের পূর্ব প্রতিষ্ঠিত নিয়ম, নীতি, পদ্ধতি ইত্যাদি আনুষ্ঠানিকতা অনুসরণ করে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বা বাহ্যিক পক্ষসমূহের মধ্যে সংগঠিত হতে পারে। একটি প্রতিষ্ঠানে প্রতিটি বিভাগ একটি আরেকটির সাথে নেটওয়ার্ক তৈরি করে প্রাতিষ্ঠানিক লক্ষ্য অর্জনের জন্য কাজ করে থাকে। সংগঠনের অভ্যন্তরে এই ধরনের যোগাযোগ নিম্নগামী, উর্ধ্বগামী বা সমান্তরালভাবে হতে পারে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বা বাহ্যিক পক্ষসমূহের মধ্যে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ করার জন্য মৌখিক, লিখিত বা অন্যান্য পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। পদ্ধতিগুলোর মধ্যে রয়েছে ভাষণ, মেমো, নির্দেশনা, সভা, সমাবেশ, কার্যভার অর্পণ, সংবাদলিপি, বার্ষিক প্রতিবেদন ইত্যাদি।

১.১. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের সুবিধাসমূহ

Advantages of Formal Communication

আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান নিম্নোক্ত সুবিধাগুলো অর্জন করে থাকে-

১. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ হলে সংবাদ প্রেরক ও গ্রহীতার মধ্যে মনোযোগ ও সচেতনতা সৃষ্টি হয় ও তা বৃদ্ধি পায়।
২. এ ধরনের যোগাযোগ স্থায়ী দলিল হিসেবে কাজ করে এবং ভবিষ্যতে এর সংবাদ সূত্র প্রয়োজনের সময় ব্যবহার করা যায়।
৩. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে আদান-প্রদানকৃত বার্তার নির্ভরশীলতা বেশি।
৪. যেহেতু সুনির্দিষ্ট নিয়ম-নীতি ও পদ্ধতি ব্যবহার করে এ যোগাযোগ করা হয় তাই এখানে তথ্যের সত্যতা থাকে ও তথ্য বিকৃতিমুক্ত থাকে।
৫. আনুষ্ঠানিক কাঠামো অনুযায়ী এ যোগাযোগ করা হয় বলে উর্ধ্বতন ও অধস্তনদের মধ্যে সহজ ও সুন্দরভাবে তথ্য ও দায়িত্ব হস্তান্তর সহজ হয় আবার বাইরের প্রতিষ্ঠানের সাথেও কার্যক্রম ভালোভাবে সম্পন্ন করা যায় ও সুসম্পর্ক বৃদ্ধি পায়।

১.২. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহ

Limitations of Formal Communication

১. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগে সংগঠনের কাঠামো ও নিয়মনীতি মেনে করতে হয় বলে অনেক সময় যোগাযোগ প্রক্রিয়া দেরি হয়, এতে সময়ের অপচয় হয়।
২. এ যোগাযোগ পূর্বনির্ধারিত পদ্ধতি ব্যবহার করে হয় বলে নমনীয়তার অভাব থাকে।
৩. এ ধরনের যোগাযোগে আনুষ্ঠানিকতা থাকে বলে কর্তৃত্বসুলভ আচরণ বেশি থাকে যার কারণে অনেকসময় বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হতে পারে।
৪. আনুষ্ঠানিকতা পালন করতে হয় বলে এ ধরনের যোগাযোগে অনেকসময় অপ্রয়োজনীয় খরচ বহন করতে হয়।

২. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ

Informal Communication

যে ধরনের যোগাযোগে পূর্বনির্ধারিত কোনো নিয়ম-নীতির অনুসরণ ছাড়া দুই বা ততোধিক ব্যক্তি বা পক্ষের মধ্যে বার্তা বা তথ্যের আদান-প্রদান ঘটে তাকে অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বা বাইরের বিভিন্ন পক্ষের মধ্যে সংগঠিত হতে পারে। এইধরনের যোগাযোগ স্বতঃস্ফূর্তভাবে যেকোনো অবস্থানে সংঘটিত হতে পারে। অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে আঙ্গুরলতা যোগাযোগ (Grapevine communication) একটি প্রচলিত যোগাযোগ মাধ্যম। এক্ষেত্রে দেখা যায় যে, একজন ব্যক্তি আরেক ব্যক্তিকে কোনো তথ্য বা বার্তা প্রদান করছে কোনো রকম দ্বিধা বা বাধা ছাড়াই। আবার দেখা যায়, একজন ব্যক্তি কয়েকজনকে একই সাথে কোনো তথ্য দিচ্ছে এবং সেই তথ্য স্বাভাবিকভাবে একজন থেকে আরেকজনের কাছে চলে যাচ্ছে কোনো রকম প্রণোদনা ছাড়া।

২.১. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সুবিধাসমূহ

Advantages of Informal Communication

আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান নিম্নোক্ত সুবিধাগুলো অর্জন করে থাকে-

১. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে আদান-প্রদানকৃত বার্তার প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা প্রদান করা সম্ভব হয় অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে।

২. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের ব্যক্তিগত অনুভূতি, মতামত, ভালোলাগা বা খারাপ লাগা ইত্যাদি একে অপরকে জানানো যায়।
৩. কোনো পূর্ব নির্ধারিত নিয়ম-নীতি অনুসরণ করে এই ধরনের যোগাযোগ সংঘটিত হয় না বলে অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে অনেক কম সময়ে দ্রুত তথ্য প্রচার করা সম্ভব হয়।
৪. এ যোগাযোগে যেকোনো গতিতে বা যে কারো সাথে যে কোনো সময়ে তথ্য বিনিময় করা সম্ভব হয়।
৫. এ যোগাযোগের মাধ্যমে দ্রুত ফলাবর্তন/ প্রতিক্রিয়া লাভ করা যায়।

২.২. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহ

Limitations of Informal Communication

১. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগে তথ্য বা বার্তার বিকৃতি ঘটতে পারে যার কারণে ভুল বোঝাবুঝির সৃষ্টি হতে পারে।
২. এ ধরনের যোগাযোগে গোপনীয়তার অভাব থাকে বলে সংবেদনশীল বা গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রদানের জন্য অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ কার্যকর হয় না।
৩. কোনো নির্ভরযোগ্য যোগাযোগ মাধ্যম না হবার জন্য অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগে প্রকৃত তথ্য অতিরঞ্জিত হতে পারে আবার প্রকৃত তথ্য বিকৃত হয়ে অসত্য তথ্য প্রচারিত বা বিনিময় হতে পারে।
৪. এ ধরনের যোগাযোগে বার্তা বা সংবাদ প্রচার নিয়ন্ত্রণে জটিলতা দেখা যায়।
৫. অধিকাংশ সময়ই এই যোগাযোগের মাধ্যমে বিনিময়কৃত তথ্যকে সংবাদ সূত্র হিসাবে ব্যবহার করা যায় না।



সারসংক্ষেপ:

প্রতিষ্ঠানের পূর্ব প্রতিষ্ঠিত নিয়ম, নীতি, পদ্ধতি ইত্যাদি আনুষ্ঠানিকতা অনুসরণ করে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে বা বাহ্যিক পক্ষসমূহের মধ্যে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ করার জন্য মৌখিক, লিখিত বা অন্যান্য পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ হলে সংবাদ প্রেরক ও গ্রহীতার মধ্যে মনোযোগ ও সচেতনতা সৃষ্টি হয় ও তা বৃদ্ধি পায়। এই ধরনের যোগাযোগ স্থায়ী দলিল হিসেবে কাজ করে এবং ভবিষ্যতে এর সংবাদ সূত্র প্রয়োজনের সময় ব্যবহার করা যায়। আবার দেখা যায় যে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ ব্যবহারে কিছু সীমাবদ্ধতা রয়েছে যোগাযোগ প্রক্রিয়া দেরি হয় বলে সময়ের অপচয় হয় ও নমনীয়তার অভাব থাকে। যে ধরনের যোগাযোগে পূর্বনির্ধারিত কোনো নিয়ম-নীতির অনুসরণ ছাড়া দুই বা ততোধিক ব্যক্তি বা পক্ষের মধ্যে বার্তা বা তথ্যের আদান-প্রদান ঘটে তাকে অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে। অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে আঙ্গুরলতা যোগাযোগ (Grapevine communication) একটি প্রচলিত যোগাযোগ মাধ্যম। এক্ষেত্রে দেখা যায় যে, একজন ব্যক্তি আরেক ব্যক্তিকে কোনো তথ্য বা বার্তা প্রদান করছে কোনো রকম দ্বিধা বা বাধা ছাড়াই। অনেক কম সময়ে দ্রুত তথ্য প্রচার করা সম্ভব হয়; আবার, অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের ব্যক্তিগত অনুভূতি, মতামত, ভালোলাগা বা খারাপ লাগা ইত্যাদি একে অপরকে জানানো যায়। অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহের মধ্যে রয়েছে ভুল বোঝাবুঝির সৃষ্টি হতে পারে; প্রকৃত তথ্য অতিরঞ্জিত হতে পারে আবার প্রকৃত তথ্য আড়ালে যেয়ে অসত্য তথ্য প্রচারিত বা বিনিময় হতে পারে; আবার বার্তা বা সংবাদ প্রচার নিয়ন্ত্রণে জটিলতা দেখা যায়।

পাঠ-২.২

ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ

Types of Business Communication



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

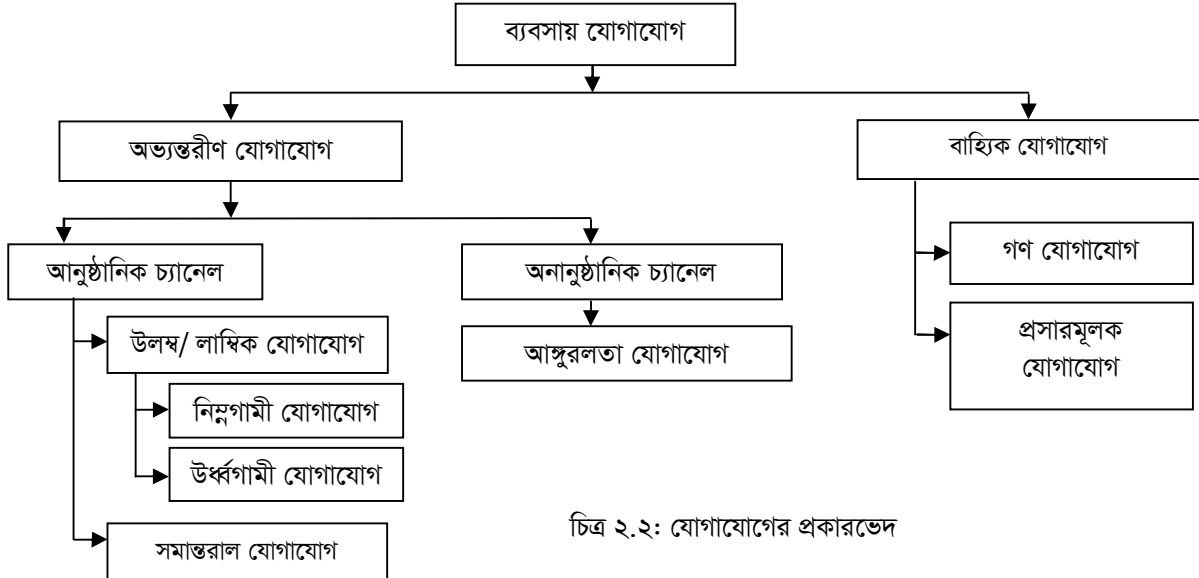
- ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ সম্পর্কে ধারণা করতে পাবেন।

ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ

Types of Business Communication

সাধারণত একটি প্রতিষ্ঠানের কাজের ধরণ, আকার, আয়তন এবং শ্রমিক-কর্মীদের উপর ভিত্তি করে যোগাযোগ বিভিন্ন রকমের হতে পারে। আবার অনেক সময় একই প্রতিষ্ঠানকে একই সময়ে বিভিন্ন ধরণের যোগাযোগ পদ্ধতি ব্যবহার করতে হতে পারে। এই সকল কারণে যোগাযোগ ব্যবস্থা বিভিন্ন রকমের হতে পারে।

কোনো ব্যবসায় সংগঠনের উদ্দেশ্য অর্জন, নিয়ম-নীতি প্রণয়ন ও পরিচালনা সংক্রান্ত ব্যাপারে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে সাংগঠনিক যোগাযোগ বলে। সাংগঠনিক বিষয়ে যে যোগাযোগ প্রতিষ্ঠা করা হয়, তাকে সাংগঠনিক যোগাযোগ (**Organizational communication**) বলে। এরূপ যোগাযোগ দলগতভাবে তথ্য বিনিময়ের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠিত হয়ে থাকে। অর্থাৎ যখন একজন ব্যক্তি অন্য কোন ব্যক্তির সাথে কিংবা একদল অন্য কোন দলের সাথে সাংগঠনিক কোন বিষয়ে



চিত্র ২.২: যোগাযোগের প্রকারভেদ

তথ্য বিনিময় করে, তখন ঐ যোগাযোগকে সাংগঠনিক যোগাযোগ বলা হয়। এ যোগাযোগ একই প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন ব্যক্তি বা দল কিংবা বাইরের বিভিন্ন পক্ষের সাথে সংঘটিত হয়ে থাকে। আবার, কোন একক ব্যক্তির মধ্যে সচেতন বা সচেতনভাবে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে **আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ (Intrapersonal communication)** বলে। এক্ষেত্রে ব্যক্তি নিজে একই সাথে তথ্যের প্রেরক ও গ্রাহকের ভূমিকা পালন করে। ব্যক্তির সংবেদন সৃষ্টিকারী ইন্দ্রিয় তার মস্তিষ্কে সংবাদ প্রেরণের পর মস্তিষ্ক তাকে বিশেষ কার্য সম্পাদনে উদ্বুদ্ধ করে থাকে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, যখন কোন ব্যক্তি অপর ব্যক্তির দুঃখ-কষ্ট দেখে তখন তার মস্তিষ্ক ঐ বিষয়ে সংবাদ গ্রহণ করে ঐ ব্যক্তিকে দুঃস্থ ব্যক্তির জন্য কিছু করার তাগিদ দেয়। ব্যক্তির মধ্যে এভাবে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয় তাকে আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ বলে। আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ ব্যবস্থায় ব্যক্তি তার পারিপার্শ্বিক জগতের উদ্দীপকসমূহ হতে তার আবেগ, অনুভূতি, প্রয়োজন, স্বপ্রণোদনা,

পছন্দ, আকাঙ্ক্ষা, শিক্ষা, দক্ষতা, অভিজ্ঞতা ইত্যাদির আলোকে বিশেষ কোন উদ্দীপক চিহ্নিত করে। এরপর সে সেই বিষয়ে আন্তঃব্যক্তিক ধারণা গঠন ও সে অনুযায়ী কার্য ব্যবস্থা গ্রহণ করে থাকে।

ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে যোগাযোগকে দুইটি প্রধান ভাগে ভাগ করা যায়; তা হলো অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগ। এই দুই ধরনের যোগাযোগ আনুষ্ঠানিক ও অনানুষ্ঠানিক দুইটি চ্যানেল ব্যবহার করে হতে পারে। নিম্নে ব্যবসায় যোগাযোগের প্রকারভেদ আলোচনা করা হলো-

১. **অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ (Internal Communication):** ব্যবসায় সংগঠন কাঠামোর মধ্যকার সদস্যদের মধ্যে যে যোগাযোগ বা প্রতিষ্ঠানের ভেতরকার যোগাযোগকে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ বলা হয়। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ উল্লম্ব, সমান্তরাল, উর্ধ্বগামী, নিম্নগামী বা কৌণিক হতে পারে। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ সম্পর্কে পাঠ ২.৩ এ বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।
২. **বাহ্যিক যোগাযোগ (External Communication):** ব্যবসায় সংগঠন ও বাইরের অন্যান্য বিভিন্ন পক্ষ, ব্যক্তি, বা প্রতিষ্ঠানের সাথে ভাব বা বার্তার আদান-প্রদান সংক্রান্ত কোনো যোগাযোগ করা হলে তাকে বাহ্যিক যোগাযোগ বলে। যেমন- চুক্তিপত্র, বাণিজ্যিক পত্র ইত্যাদি। বাহ্যিক যোগাযোগ সম্পর্কে পাঠ ২.৪ এ বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।
৩. **আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ (Formal Communication):** পূর্বনির্ধারিত নিয়ম-কানুন অনুসরণ করে যে যোগাযোগ করা হয় তাকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে।
৪. **অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ (Informal Communication):** যখন পূর্ব নির্ধারিত নিয়ম-কানুন অনুসরণ না করে হঠাৎ করে বা জরুরী প্রয়োজনে কোনো যোগাযোগ করা হয় তাকে অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ বলে।
৫. **গণযোগাযোগ (Mass Communication):** বিভিন্ন অবস্থানে ছড়িয়ে ছিটিয়ে জনগোষ্ঠীর কাছে একই সাথে অভিন্ন সংবাদ প্রেরণের প্রক্রিয়াকে গণযোগাযোগ বলে।
৬. **প্রচারমূলক যোগাযোগ (Promotional Communication):** ব্যবসায়ের সুনাম ও পণ্যের গুণগত মান ঠিক রাখার জন্য যে যোগাযোগ করা হয় তাকে প্রচারমূলক যোগাযোগ বলা হয়।



সারসংক্ষেপ:

একটি প্রতিষ্ঠানের কাজের ধরণ, আকার, আয়তন এবং শমিক-কর্মীদের উপর ভিত্তি করে যোগাযোগ বিভিন্ন রকমের হতে পারে। যোগাযোগের প্রকারভেদের মধ্যে রয়েছে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ, বাহ্যিক যোগাযোগ, আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ, অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ, গণযোগাযোগ, সাংগঠনিক যোগাযোগ, ও প্রচারমূলক যোগাযোগ।

পাঠ-২.৩

অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ Internal Communication



উদ্দেশ্য

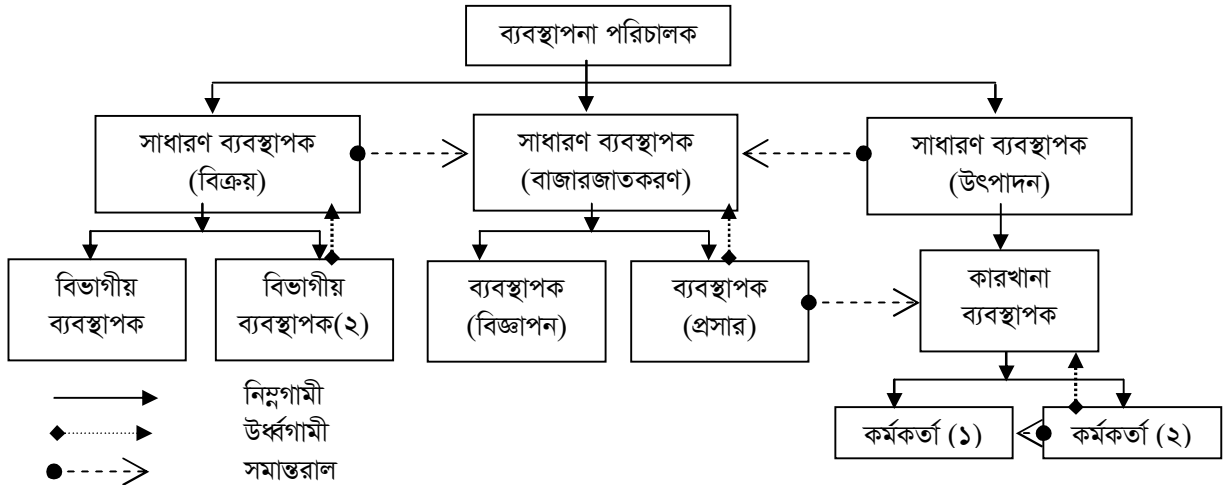
এ পাঠ শেষে আপনি

- অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পাবেন;
- উলম্ব যোগাযোগ কী জানতে পারবেন;
- নিম্নগামী যোগাযোগ বলতে কি বুঝায় জানতে পাবেন;
- নিম্নগামী যোগাযোগের উদ্দেশ্য, পদ্ধতিসমূহ ও সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে জানতে পাবেন;
- উর্ধ্বগামী যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পাবেন;
- উর্ধ্বগামী যোগাযোগের গুরুত্ব, পদ্ধতি ও অসুবিধাসমূহ সম্পর্কে জানতে পাবেন; এবং
- সমান্তরাল ও কৌণিক যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পাবেন।

অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা

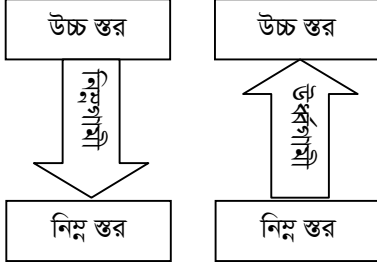
Concept of Internal Communication

প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরে এক ব্যক্তির সাথে অন্য ব্যক্তির অথবা এক বিভাগের সাথে অন্য বিভাগের উর্ধ্বতন বা অধস্তন কর্মীদের মধ্যে সাংগঠনিক বিভিন্ন বিষয়ে, নীতিমালার বিষয়ে অথবা প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জনের জন্য যে যোগাযোগ করা হয়ে থাকে তাকে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ বলা হয়। চিত্র ২.৩ থেকে একটি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন ধরনের অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায়। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের মাধ্যমে একই প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন ব্যক্তির মধ্যে বিভিন্ন সময়ে নানা প্রয়োজনে যোগাযোগ করা হয়। যেমন- স্মারকপত্র, নির্দেশনা বই, টেলিফোন, ইন্টারকম, সাক্ষাৎকার, কথোপকথন, প্রতিবেদন ইত্যাদি। ব্যবসায় সংগঠনের মধ্যে বিভিন্ন পদে কর্মরত ব্যক্তিদের মধ্যে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাকে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ বলে। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ আনুষ্ঠানিক, অনানুষ্ঠানিক আবার উলম্ব, সমান্তরাল হতে পারে। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানে উর্ধ্বতন ও অধঃনস্থদের মধ্যে দায়িত্ব, আদেশ, নির্দেশ, উপদেশ, পরামর্শ, সুপারিশ আদান-প্রদানের মাধ্যমে সংগঠনের সকল কার্যাবলির মধ্যে সমন্বয় সাধন করা হয়।



চিত্র ২.৩: আনুষ্ঠানিক চ্যানেল ব্যবহার করে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ

- আনুষ্ঠানিক চ্যানেল ব্যবহার করে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগকে চারটি ভাগে ভাগ করা যায়। যথা- উলম্ব, নিম্নগামী, উর্ধ্বগামী ও সমান্তরাল যোগাযোগ। নিচে তা আলোচনা করা হলো-



চিত্র ২.৩: উলম্ব যোগাযোগ

১. উলম্ব যোগাযোগ

Vertical Communication

কোনো সংগঠনের মধ্যে উর্ধ্বতন ও অধস্তনদের মধ্যে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাকে উলম্ব যোগাযোগ বলে। এ ধরনের অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ দুই ধরনের হতে পারে (চিত্র ২.৩):

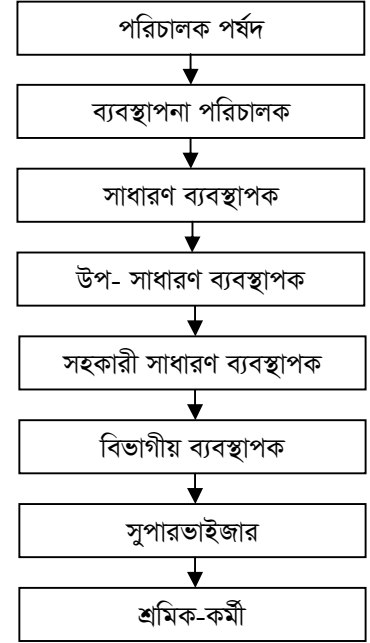
- ক. নিম্নগামী যোগাযোগ; এবং
- খ. উর্ধ্বগামী যোগাযোগ।

ক. নিম্নগামী যোগাযোগ

Downward Communication

নিম্নগামী যোগাযোগ হলো প্রতিষ্ঠানের যে কোনো তথ্য উচ্চ স্তর থেকে নিম্ন স্তর পর্যন্ত পৌঁছানোর প্রক্রিয়া (চিত্র ২.৪)। নিম্নগামী যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় যে কোনো ধরনের তথ্য উচ্চস্তর হতে মধ্যস্তর ঘুরে ক্রমান্বয়ে নিম্নস্তরে পৌঁছে। অর্থাৎ, যে যোগাযোগ উপর হতে ক্রমান্বয়ে নিচের দিকে ধাবিত বা প্রবাহিত হয়, তাকে নিম্নগামী যোগাযোগ বলে। নিম্নগামী যোগাযোগের মাধ্যমে একটি প্রতিষ্ঠানের প্রধান নির্বাহী তার অধীনস্থ কর্মীদের নিকট প্রতিষ্ঠানের যে কোনো তথ্য, উদ্দেশ্যাবলি, নীতি, পরিকল্পনা এবং অন্যান্য সিদ্ধান্ত প্রেরণ করে থাকে।

- **নিম্নগামী যোগাযোগের উদ্দেশ্য (Objectives of Downward Communication):** বিভিন্ন কারণের প্রতিষ্ঠানে নিম্নগামী যোগাযোগ করা হয়। নিম্নগামী যোগাযোগে এর মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষ কর্তৃক গৃহীত সকল সিদ্ধান্তসমূহ বাস্তবায়নের জন্য বিভিন্ন বিভাগের সকল কর্মীদেরকে নির্দেশ দেয়া হয়। প্রতিষ্ঠানের যাবতীয় পরিকল্পনা, নীতি, পদ্ধতি, কর্মসূচি ইত্যাদি নিম্নগামী যোগাযোগের মাধ্যমে নিম্নস্তরের কর্মীদের অবগত করানো হয়। নিম্নগামী যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের কাজের মূল্যায়ন করে তার সাফল্য অথবা ব্যর্থতা সম্পর্কে কর্মীদেরকে জানানো হয়। এতে কর্মীরা কাজে উৎসাহ ও উদ্দীপনা পায়। প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য, নীতি ইত্যাদি সম্পর্কে অধস্তন কর্মীদের নিকট প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা- বিশ্লেষণ প্রদান করা আবশ্যিক। ব্যবস্থাপনার এ লক্ষ্য অর্জনের জন্য যোগাযোগের যে ধরন ব্যবহার করে তা হলো নিম্নগামী যোগাযোগ। প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগে নিয়োজিত কর্মীদের মধ্যে দায়িত্ব ও কর্তৃত্ব বণ্টন করা হয়। অর্থাৎ, কর্মীদের কে, কী কাজ করবে এবং তাদের দায়দায়িত্ব কীরূপ হবে তা নিম্নগামী যোগাযোগের মাধ্যমে বণ্টন করে দেয়া হয়। সুতরাং বলা যায় যে, একটি প্রতিষ্ঠানের উর্ধ্বতন ও অধস্তনদের মধ্যে কার্যবিষয়ক সেতুবন্ধন হলো নিম্নগামী যোগাযোগ। এর যথাযথ প্রয়োগ ও ব্যবহারের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠান সহজেই উল্লিখিত উদ্দেশ্যাবলি অর্জন করতে পারবে।



চিত্র ২.৪: নিম্নগামী যোগাযোগ

- **নিম্নগামী যোগাযোগের পদ্ধতিসমূহ (Methods of Downward Communication):** নিম্নগামী যোগাযোগের তথ্য পরিবেশনে ভিন্ন ভিন্ন পদ্ধতি ব্যবহৃত হয়। নিম্নে এগুলো সম্পর্কে আলোচনা করা হলো:

মৌখিক পদ্ধতি (Oral method)	লিখিত পদ্ধতি (Written method)	অন্যান্য পদ্ধতি (Other methods)
সামনাসামনি কথোপকথন, টেলিফোন বার্তা, সভা, কনফারেন্স, বক্তৃতা ইত্যাদি।	চিঠিপত্র, মেমো, নীতির বিজ্ঞপ্তি, জ্ঞাপনপত্র, নির্দেশিকা ইত্যাদি।	রেডিও, টেলিভিশন, চিহ্ন, গ্রাফ বা চিত্র ইত্যাদি।

- **মৌখিক পদ্ধতি (Oral Method):** এ পদ্ধতিতে অধস্তন কর্মীদেরকে মৌখিকভাবে যাবতীয় আদেশ বা নির্দেশ প্রদান করা হয়। ছোটখাট প্রতিষ্ঠান যেখানে তদারকি স্তরের সংখ্যা খুবই কম থাকে এবং সীমিতসংখ্যক বা হাতে গোনা কয়েকজন কর্মী কাজ করে সেখানে এ পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়। এ পদ্ধতিতে প্রধান নির্বাহী অধস্তন কর্মীদেরকে ডেকে এনে সকলের সাথে আলাপ-আলোচনা করে তাদেরকে কাজ করার নির্দেশ দেয়। তাছাড়া, বড় বড় প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রেও প্রধান নির্বাহী ইচ্ছা করলে যে কোনো এক বা একাধিক অধস্তন কর্মীকে ডেকে মৌখিকভাবে কাজ করার নির্দেশ দিতে পারে।
 - **লিখিত পদ্ধতি (Written Method):** নিম্নগামী যোগাযোগের আনুষ্ঠানিক পদ্ধতি হলো লিখিত যোগাযোগ। এ পদ্ধতিতে প্রতিষ্ঠানের যাবতীয় গুরুত্বপূর্ণ আদেশ অধস্তন কর্মীদেরকে অবহিত করা হয়। সাধারণত প্রতিষ্ঠানের নীতি, পদ্ধতি, কর্মসূচি ইত্যাদি সম্পর্কিত বিষয়গুলো লিখিত আকারে কর্মীদেরকে জ্ঞাত করানো হয়। তাছাড়া, প্রতিষ্ঠান সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ ও জরুরি বিষয় আনুষ্ঠানিক চ্যানেলের অবহিত করার উদ্দেশ্যেও কর্তৃপক্ষ লিখিত যোগাযোগ পদ্ধতি অনুসরণ করে থাকে।
 - **অন্যান্য পদ্ধতি (Other Methods):** নিম্নগামী যোগাযোগের প্রধান দুটি পদ্ধতি হিসেবে মৌখিক ও লিখিত পদ্ধতি ব্যবহৃত হলেও অনেক সময় প্রতিষ্ঠানের প্রয়োজনে চাক্ষুস বা দৃশ্যমান, শ্রবণ-দর্শন, কার্যসম্পাদন, নীরবতা, আকার ইঙ্গিত ইত্যাদি পদ্ধতিও ব্যবহৃত হতে দেখা যায়।
- **নিম্নগামী যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাসমূহ (Limitations of Downward Communication):** ব্যবহারিক ক্ষেত্রে নিম্নগামী যোগাযোগের বেশকিছু অসুবিধা পরিলক্ষিত হয়। যে সকল কারণে নিম্নগামী যোগাযোগ ব্যর্থ হতে পারে সেগুলো নিম্নে আলোচনা করা হলো:
- অধীনস্থরা আন্তরিকতার সাথে তথ্য গ্রহণ না করলে নিম্নগামী যোগাযোগ ব্যর্থ হতে পারে।
 - নিম্নগামী যোগাযোগের নানাবিধ ত্রুটি-বিচ্যুতির জন্য কর্মচারীদের কর্মদক্ষতা হ্রাস পায়। যার কারণে নিম্নগামী যোগাযোগ কখনো কখনো ফলপ্রসূ যোগাযোগ মাধ্যম হিসেবে পরিগণিত হয় না।
 - অনেক সময় নিম্নগামী যোগাযোগ অসম্পূর্ণ ও অস্পষ্ট হতে পারে ফলে অধীনস্থরা বার্তা বা সংবাদের অর্থ সঠিকভাবে বুঝে উঠতে পারে না। পরবর্তীতে
 - নিম্নগামী যোগাযোগ একতরফা। এর সাথে যদি স্বতঃস্ফূর্ত ফলাবর্তনকে উৎসাহিত না করা হয়, তাহলে যোগাযোগের আসল উদ্দেশ্য ব্যর্থ হতে পারে।
 - নিম্নগামী যোগাযোগ অনেক সময় যোগাযোগ গ্রহীতার নিকট অস্পষ্ট হয়ে থাকে। কারণ, নিম্নগামী যোগাযোগে প্রায়শই উর্ধ্বতন কর্তাব্যক্তির আদেশ-নির্দেশ বা পলিসির ব্যাখ্যা প্রদান করেন না। ফলে, এরূপ যোগাযোগের ক্ষেত্রে সংবাদ বা তথ্যের পুনঃব্যাখ্যার প্রয়োজন হয়।
 - শ্রমিক-কর্মচারীরা সাধারণত ব্যবস্থাপনাকে সন্দেহের চোখে দেখে। ব্যবস্থাপকদের কোনো আদেশ-নির্দেশকেই তারা সহজভাবে মেনে নিতে পারে না। ফলে, প্রতিষ্ঠানে বিশৃঙ্খলা দেখা দেয়।
 - নিম্নগামী যোগাযোগে বিলম্বের সৃষ্টি হলে কর্মীরা উৎসাহ এবং কর্মস্পৃহা হারিয়ে ফেলে। ফলে, কাজের ধারা ব্যাহত হয়।
 - নিম্নগামী যোগাযোগে নির্বাহীদের যোগাযোগে অদক্ষতা থাকলে বার্তাগ্রাহকদের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হয়। এ অবস্থায় উভয়পক্ষের মধ্যে শ্রদ্ধাভাব হ্রাস পায়। ফলে, ব্যবস্থাপন ও কর্মীদের মধ্যে সম্পর্কের অবনতি ঘটে।
 - নিম্নগামী যোগাযোগে নির্বাহীদের যোগাযোগে অদক্ষতা থাকলে বার্তাগ্রাহকদের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হয়। এ অবস্থায় উভয়পক্ষের মধ্যে শ্রদ্ধাভাব হ্রাস পায়। ফলে, ব্যবস্থাপনা ও কর্মীদের মধ্যে সম্পর্কের অবনতি ঘটে।

- নিম্নগামী যোগাযোগ সাংগঠনিক কাঠামোর বিভিন্ন স্তর স্পর্শ করে সর্বনিম্ন পর্যায়ে পৌঁছায়। তাই, বিভিন্ন স্তর অতিক্রম করতে বেশ সময় ব্যয় হয়। এতে কাজের ধারাও ব্যাহত হয়।
- বিভিন্ন সাংগঠনিক স্তর অতিক্রম করে নিম্নগামী যোগাযোগ কর্মীদের নিকট পৌঁছায় বলে, প্রায়ই দেখা যায় প্রকৃত প্রেরিত তথ্যের বিবৃতি ঘটে। বিশেষ করে এ যোগাযোগ মৌখিক হলে এ ধরনের বিকৃতি নিশ্চিতভাবে ঘটে থাকে।
- নিম্নগামী যোগাযোগে তথ্য বা সংবাদের প্রবাহ বিলম্বিত হয়। ফলে, কর্মচারীদের উৎসাহ, উদ্দীপনা ও মনোবল হ্রাস পায়।

খ. উর্ধ্বগামী যোগাযোগ

Upward Communication

যে যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সংবাদ বা তথ্যাদি নিম্নস্তর থেকে উপরের দিকে প্রবাহিত হয় অর্থাৎ, প্রতিষ্ঠানের অধস্তন কর্মচারীরা তাদের উর্ধ্বতন কর্মকর্তাদের সাথে যে যোগাযোগ স্থাপন করে, তাকে উর্ধ্বগামী যোগাযোগ বলে। এই যোগাযোগের মাধ্যমে অধস্তন কর্মচারীরা সাধারণত তাদের মতামত, পরামর্শ, সুপারিশ, অভিযোগ ইত্যাদি উর্ধ্বতনদের জানাতে পারে।

- **উর্ধ্বগামী যোগাযোগের গুরুত্ব (Importance of Upward Communication):** আধুনিক ব্যবসায় জগতে উর্ধ্বগামী যোগাযোগ ব্যবস্থার মাধ্যমে কর্মচারীদের নিকট থেকে নতুন নতুন ব্যবসায়িক ধারণা লাভ করা সম্ভব হয়। এধরনের যোগাযোগের বিশেষ কিছু সুবিধা নিয়ে আলোচনা করা হলো। আধুনিক ব্যবস্থাপনার একটি অন্যতম কৌশল হলো পরামর্শমূলক নির্দেশনা। এক্ষেত্রে, যে কোনো পরিকল্পনা প্রণয়নের পূর্বে উর্ধ্বগামী যোগাযোগের মাধ্যমে সংশ্লিষ্টদের মতামত নিয়ে পরবর্তী পর্যায়ে গৃহীত পরিকল্পনা বাস্তবায়ন করা হয়। উর্ধ্বগামী যোগাযোগের মাধ্যমে কোনো প্রতিষ্ঠানের সকলের মতামত গ্রহণ করা হয়। প্রতিষ্ঠানের যে কোনো সিদ্ধান্ত গ্রহণ করার ক্ষেত্রে সকলের মতামত ব্যাপক ভূমিকা পালন করে। এরফলে, সংগঠনে সকলের সমন্বয়ে যৌথ সিদ্ধান্ত গ্রহণ নিশ্চিত হয়। এই ধরনের যোগাযোগ প্রতিষ্ঠানের শ্রমিক-কর্মী ও ব্যবস্থাপনার মধ্যে উন্নত সম্পর্ক প্রতিষ্ঠার সহায়ক। এর মাধ্যমে কর্তৃপক্ষ শ্রমিক-কর্মীদের বিভিন্ন সমস্যা সম্পর্কে জ্ঞাত হয়ে সেগুলো সমাধানে আন্তরিক হয়। আবার, উর্ধ্বগামী যোগাযোগ গণতান্ত্রিক ব্যবস্থাপনার পরিচায়ক। কর্তৃপক্ষ মূলত সকল কর্মচারীর সাথে যোগাযোগ স্থাপন এবং তাদের মতামত গ্রহণ করে গণতান্ত্রিক ব্যবস্থাপনার ভিত্তিকে সৃষ্টি করে। মূলত, ব্যবস্থাপনার সফলতা নির্ভর করে কর্মীদের কর্ম সম্পাদনে স্বতঃস্ফূর্ত সাড়া প্রদানের উপর। আর কর্মীদের উৎসাহ প্রদান করতে উর্ধ্বগামী যোগাযোগের কোনো বিকল্প নেই।
- **উর্ধ্বগামী যোগাযোগের পদ্ধতি (Methods of Upward Communication):** কোনো সংগঠন বা প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিষয়ে নিম্নস্তরের কর্মচারীরা তাদের উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের সাথে যোগাযোগ করে থাকে। আর এ যোগাযোগের কাজটি কর্মচারীরা বিভিন্ন পদ্ধতিতে সম্পন্ন করে থাকে। নিম্নে এ ধরনের যোগাযোগের উল্লেখযোগ্য কয়েকটি পদ্ধতি গেলে ধরা হলো:

মৌখিক পদ্ধতি (Oral method)	লিখিত পদ্ধতি (Written method)	অন্যান্য পদ্ধতি (Other methods)
কর্মকর্তা-কর্মচারী সভা, যৌথ উদ্দেশ্য নির্ধারণ সভা, অভিযোগ মিমাংসা, সরাসরি টেলিফোন, মতামত গ্রহণ সভা ইত্যাদি।	প্রত্যক্ষ চিঠিপত্র, প্রতিবেদন, মেমো, পরামর্শ ও অভিযোগ বাস্তব, প্রশ্নমালা পূরণ ইত্যাদি।	খোলা দরজা নীতি ইত্যাদি।

- **উর্ধ্বগামী যোগাযোগের অসুবিধাসমূহ (Disadvantages of Upward Communication):** উর্ধ্বগামী যোগাযোগের সুবিধার পাশাপাশি বেশ কিছু অসুবিধাও রয়েছে। এর অসুবিধাগুলোর মধ্যে রয়েছে- উর্ধ্বগামী যোগাযোগের প্রধানতম সমস্যা হলো অধস্তনরা যে তথ্য প্রদান করে পরিবর্তিত হয়ে ভিন্নভাবে উচ্চপদস্থ কর্মীর কাছে পৌঁছে। অধস্তন কর্মী সর্বদাই কর্তৃপক্ষের সুনজরে থাকতে চায় বলে কর্তৃপক্ষকে আনন্দিত করার জন্য অনেক

ক্ষেত্রে তারা মনগড়া তথ্য পরিবেশন করে। এতে, সাময়িকভাবে কর্তৃপক্ষকে খুশী করা গেলেও তা প্রতিষ্ঠানের জন্য ক্ষতির কারণ হয়ে দাঁড়ায়। অনেক সময় কর্তৃপক্ষ উর্ধ্বগামী যোগাযোগের বার্তা বা তথ্যকে সাদরে গ্রহণ করে না বরং অভিযোগ হিসেবে ধরে নেয়। এতে কর্মীদের মধ্যে বার্তা প্রদানে উৎসাহ থাকে না।

২. সমান্তরাল যোগাযোগ

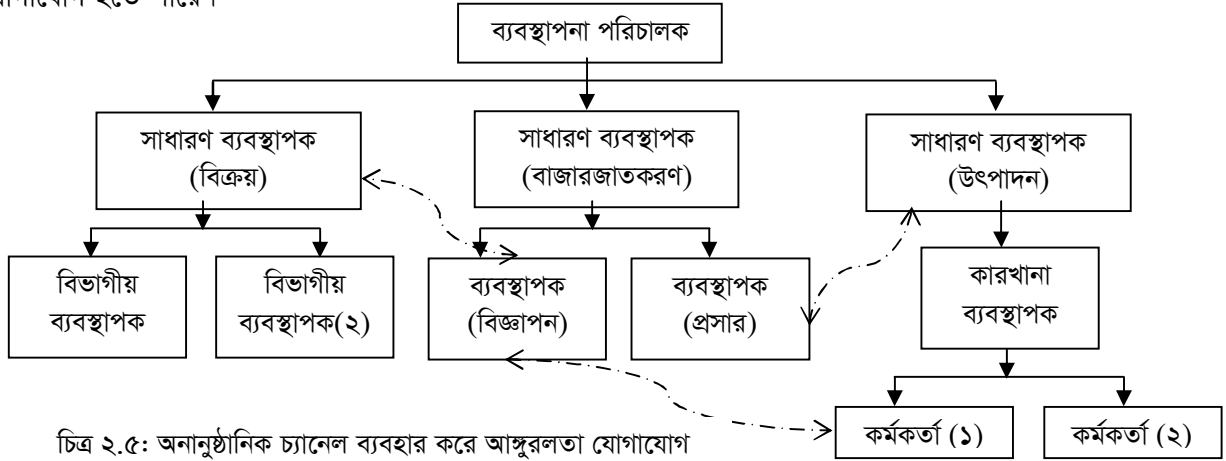
Horizontal Communication

সাধারণভাবে কোনো প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগে একই পদমর্যাদায় কর্মরত ব্যক্তিদের মধ্যে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয়, তাকে সমান্তরাল যোগাযোগ বলে। এরূপ যোগাযোগ পারস্পরিক বুঝাপড়া এবং আন্তঃবিভাগীয় কর্মকাণ্ডের সমন্বয়সাধনে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। অর্থাৎ কোনো প্রতিষ্ঠানে কর্মরত সমপদমর্যাদা সম্পন্ন ব্যক্তিরা যখন নিজেদের মধ্যে তথ্যাদি আদান-প্রদান বা যোগাযোগ স্থাপন করে, তখন তাকে সমান্তরাল যোগাযোগ বলে।

○ আঙ্গুরলতা যোগাযোগ

Grapevine communication

অনানুষ্ঠানিক চ্যানেল ব্যবহার করে যে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ করা হয় তাকে আঙ্গুরলতা যোগাযোগ বলা হয়। প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন পর্যায়ে, বিভিন্ন ব্যক্তির মধ্যে এই যোগাযোগ ছড়ানো থাকে বলে এর নাম আঙ্গুরলতা যোগাযোগ (চিত্র ২.৫)। এক্ষেত্রে দেখা যায় যে, কোনো রকম বাধা ছাড়াই প্রতিষ্ঠানের একজন কর্মী আরেকজনের সাথে তথ্য বা বার্তা আদান প্রদান করছে। ব্যবস্থাপককে এই ধরনের যোগাযোগে সতর্কতা অবলম্বন করতে হয়। যেকোনো দিকে বা যেকোনো পর্যায়ের কর্মকর্তা ও কর্মচারীর মধ্যে এই যোগাযোগ হয়ে থাকে। মৌখিকভাবেই এই যোগাযোগ বেশি হয়ে থাকে। কিন্তু বর্তমানে বিভিন্ন তথ্য প্রযুক্তি ব্যবহার করে এসএমএস (SMS) টুইটিং, (Twitting), চ্যাটের (Chat) মাধ্যমেও লিখিতভাবেও যোগাযোগ হতে পারে।



চিত্র ২.৫: অনানুষ্ঠানিক চ্যানেল ব্যবহার করে আঙ্গুরলতা যোগাযোগ



সারসংক্ষেপ:

ব্যবসায় সংগঠনের মধ্যে বিভিন্ন পদে কর্মরত ব্যক্তিদের মধ্যে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাকে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ বলে। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ আনুষ্ঠানিক বা অনানুষ্ঠানিক আবার উল্লম্ব বা সমান্তরাল হতে পারে। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানে উর্ধ্বতন ও অধঃস্তনের মধ্যে দায়িত্ব, আদেশ, নির্দেশ, উপদেশ, পরামর্শ, সুপারিশ আদান-প্রদানের মাধ্যমে সংগঠনের সকল কার্যবলীর মধ্যে সমন্বয় সাধন করা হয়। কোন সংগঠনের মধ্যে উর্ধ্বতন ও অধঃস্তনের মধ্যে যে যোগাযোগ সংগঠিত হয় তাতে উল্লম্ব যোগাযোগ বলে। এই ধরনের অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ তিন ধরনের হতে পারে: নিম্নগামী যোগাযোগ; উর্ধ্বগামী যোগাযোগ; এবং কৌণিক যোগাযোগ। নিম্নগামী যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় যে কোনো ধরনের তথ্য উচ্চস্তর হতে মধ্যস্তর ঘুরে ক্রমান্বয়ে নিম্নস্তরে পৌঁছে। প্রতিষ্ঠানের অধস্তন কর্মকর্তাগণ তাদের উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের সাথে যে যোগাযোগ স্থাপন করে, তাকে উর্ধ্বগামী যোগাযোগ বলে। সাধারণভাবে কোনো প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগে একই পদমর্যাদায় কর্মরত ব্যক্তিদের মধ্যে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয়, তাকে সমান্তরাল যোগাযোগ বলে। সাধারণভাবে কোনো প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগে ভিন্ন ভিন্ন সাংগঠনিক পর্যায়ে যোগাযোগ প্রতিষ্ঠিত হয় তখন তাকে কৌণিক যোগাযোগ বলে।

পাঠ-২.৪

বাহ্যিক যোগাযোগ

External Communication



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- বাহ্যিক যোগাযোগ সম্পর্কে জানতে পারবেন;
- বাহ্যিক যোগাযোগের উদ্দেশ্য বর্ণনা করতে পারবেন;
- বাহ্যিক যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন; এবং
- অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য করতে পারবেন।

বাহ্যিক যোগাযোগ সম্পর্কে ধারণা

Concept of Internal Business Communication

ব্যবসায়িক সংগঠনের সাথে প্রতিষ্ঠানের বাইরের কোন পক্ষের সাথে যোগাযোগ হলে তাকে বাহ্যিক যোগাযোগ বলে। ব্যবসায়িক প্রয়োজনে সবসময়ই প্রতিষ্ঠানকে বাহ্যিক বিভিন্ন পক্ষ যেমন- ক্রেতা, ভোক্তা, বিনিয়োগকারী, সরবরাহকারী ইত্যাদির সাথে সংযুক্ত থাকতে হয়।

বাহ্যিক যোগাযোগের গুরুত্ব

Importance of Internal Business Communication

ব্যবসায় সংগঠনের কার্য সম্পাদন ও লক্ষ্যার্জনের জন্য অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের সাথে সাথে বাহ্যিক যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ। নিম্নে তা আলোচনা করা হলো-

১. প্রতিষ্ঠানে উৎপাদিত নতুন পণ্যের সংবাদ, নতুন সেবার খবর, নতুন শাখা, পদ শূণ্যতা বা অর্থনীতিতে অবদান ইত্যাদি তথ্য বাহ্যিক বিভিন্ন পক্ষের কাছে জানাতে বাহ্যিক যোগাযোগ প্রয়োজন।
২. সরকারী বিভাগসমূহ যেমন- শুল্ক কর্তৃপক্ষ, আয়কর, লাইসেন্স প্রদানকারী ইত্যাদির সাথে প্রতিষ্ঠানের নিজেদের স্বার্থ রক্ষা ও আইনগত বাধ্যবাধকতার জন্য বাহ্যিক যোগাযোগ করতে হয়।
৩. সরবরাহকারী, বণ্টনকারী, খুচরা ব্যবসায়ী, ক্রেতা, ভোক্তা ইত্যাদি প্রতিষ্ঠানের সাথে যোগাযোগ রক্ষার মাধ্যমে ব্যবসায়িক সম্পর্ক ধরে রাখা।
৪. বাহ্যিক বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান যারা প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ডে জড়িত তাদের সাথে বাহ্যিক যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিযোগিতার মোকবেলা করা সম্ভব।
৫. প্রতিষ্ঠানের প্রসার ও ইতিবাচক ভাবমূর্তি অর্জন ও রক্ষা করার জন্য বিভিন্ন সভা, সমাবেশ, সেমিনার, কনফারেন্স ইত্যাদির আয়োজন করা হয়।

বাহ্যিক পক্ষ বা প্রতিষ্ঠানগুলোর সাথে সুসম্পর্ক তৈরি ও বজায় রাখার জন্য যেকোনো প্রতিষ্ঠানকে গুরুত্বের সাথে বাহ্যিক যোগাযোগের জন্য কাজ করে যেতে হয়।

বাহ্যিক যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ

Methods of External Communication

বাহ্যিক যোগাযোগ করার জন্য বিভিন্ন মৌখিক, লিখিত বা অন্যান্য পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। তা নিম্নরূপ:

মৌখিক পদ্ধতি (Oral method)	লিখিত পদ্ধতি (Written method)	অন্যান্য পদ্ধতি (Other methods)
সামনাসামনি কথোপকথন, টেলিফোন, সেমিনার, উপস্থাপনা, সভা ইত্যাদি।	ওয়েবসাইট, লিফলেট, চিঠিপত্র, টেলিপ্রিন্টার, টেলেক্স, নোটিশ, ইমেইল ইত্যাদি।	বিজ্ঞাপন, প্রচার, গণমাধ্যম ইত্যাদি।

অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্যসমূহ

Differences between Internal and External Communication

অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য নিম্নরূপ:

অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ	বাহ্যিক যোগাযোগ
১. সংগঠনের অভ্যন্তরীণ পক্ষসমূহের মধ্যে সংঘটিত যোগাযোগ।	১. সংগঠনের বাহ্যিক পক্ষসমূহের মধ্যে সংগঠিত যোগাযোগ।
২. প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ পক্ষসমূহের মধ্যে সীমাবদ্ধ।	২. এই যোগাযোগের আওতা প্রতিষ্ঠানের বাইরের বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের মধ্যে ব্যাপ্ত।
৩. অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ উলম্ব বা সমান্তরাল হতে পারে।	৩. বাহ্যিক যোগাযোগে এরূপ কোন ভেদ নেই।
৪. সংগঠনের লক্ষ্য অর্জন ও কর্মকাণ্ড সম্পাদন করাই এই যোগাযোগের মূল লক্ষ্য।	৪. বাহ্যিক বিভিন্ন পক্ষের সাথে সম্পর্ক তৈরি ও সুসম্পর্ক বজায় রাখা এর উদ্দেশ্য।
৫. এই ধরনের যোগাযোগ প্রতিদিন বার বার সম্পাদিত হয়।	৫. এই ধরনের যোগাযোগ স্বল্প সংখ্যক বার সংঘটিত হয়।



সারসংক্ষেপ:

ব্যবসায়িক প্রয়োজনে সবসময়ই প্রতিষ্ঠানকে বাহ্যিক বিভিন্ন পক্ষ যেমন- ক্রেতা, ভোক্তা, বিনিয়োগকারী, সরবরাহকারী ইত্যাদির সাথে সংযুক্ত থাকতে হয় এরজন্য যে যোগাযোগ করা হয় তাকে বাহ্যিক যোগাযোগ বলে। প্রতিষ্ঠানের নতুন তথ্য প্রদান, আইনগত বাধ্যবাধকতা, বিভিন্ন পক্ষের সাথে সুসম্পর্ক তৈরি ও বজায় রাখতে এই যোগাযোগ করা হয়। বাহ্যিক যোগাযোগ মৌখিক, লিখিত বা অন্যান্য পদ্ধতিতে হতে পারে। অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে মূল পার্থক্য হলো সংগঠনের অভ্যন্তরীণ পক্ষসমূহের মধ্যে সংঘটিত যোগাযোগকে অভ্যন্তরীণ এবং সংগঠনের বাহ্যিক পক্ষসমূহের মধ্যে সংগঠিত যোগাযোগকে বাহ্যিক যোগাযোগ বলে।



ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

১. চ্যানেলের ভিত্তিতে যোগাযোগের প্রকারভেদ উদাহরণসহ আলোচনা করুন।
২. অভ্যন্তরীণ যোগাযোগকে কতভাগে ভাগ করা যায়? আলোচনা করুন।
৩. অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য করুন।
৪. নিম্নগামী যোগাযোগ কাকে বলে? নিম্নগামী যোগাযোগের প্রধান উদ্দেশ্যগুলো বর্ণনা করুন।
৫. নিম্নগামী যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
৬. নিম্নগামী যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো আলোচনা করুন।
৭. নিম্নগামী যোগাযোগের কার্যকর উপাদানসমূহ বর্ণনা করুন।
৮. উর্ধ্বগামী যোগাযোগ কাকে বলে? উর্ধ্বগামী যোগাযোগের গুরুত্ব আলোচনা করুন।
৯. উর্ধ্বগামী যোগাযোগের পদ্ধতিগুলো আলোচনা করুন।
১০. উর্ধ্বগামী যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো বর্ণনা করুন।
১১. উর্ধ্বগামী যোগাযোগের কার্যকর উপাদানগুলো বর্ণনা করুন।
১২. সমান্তরাল যোগাযোগ কাকে বলে?
১৩. বাহ্যিক যোগাযোগ কী?
১৪. বাহ্যিক যোগাযোগের মাধ্যমসমূহ আলোচনা করুন।
১৫. অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্যগুলো লিখুন।
১৬. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ কাকে বলে?
১৭. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
১৮. আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো আলোচনা করুন।
১৯. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ কাকে বলে?
২০. অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের সীমাবদ্ধতাগুলো বর্ণনা করুন।
২১. আনুষ্ঠানিক ও অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগের গুরুত্ব বর্ণনা করুন।

রেফারেন্স বইসমূহ

- Zahed Mannan, Business Communication, University Grants Commission of Bangladesh.
- Raymon V. Lesikar, John D. Pettit, Jr., Marie E. Flatley, Lesikar's, Basic Business Communication (Iwin & McGraw-Hill).
- Rajendra Pal & J.S. Korlahalli, Essentials of Business Communication, Sultan Chand Sons.