অধ্যায়-১৩ ঃ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া আৰু অনুষ্ঠানসমূহ

অধ্যায় গাঁথনি

১৩.১ উদ্দেশ্য
১৩.২ পৰিচয়
১৩.৩ একপক্ষীয় বা উদ্দেশ্যধর্মী
১৩.৩.১ একপক্ষীয় বা উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ
১৩.৩.২ প্রচাৰ
১৩.৪ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া
১৩.৪.১ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ কর্তব্য আৰু দায়িত্ব
১৩.৪.২ এজন উত্তম জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ গুণাৱলী
১৩.৫ ভাৰতৰ জনসম্পর্ক সংস্থাসমূহ
১৩.৫.১ ভাৰতীয় জনসম্পর্ক সমিতি
১৩.৫.২ ভাৰতীয় জনসম্পর্ক পৰিষদ
১৩.৫.৩ ভাৰতীয় জনসম্পর্ক বৃত্তিধাৰী সন্মিলন
১৩.৬ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ
১৩.৭ অধিক জানিবলৈ
১৩.৮ অগ্রগতিৰ খতিয়ান
১৩.৯ আৰ্হি প্রশ্ন

১৩.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টি অধ্যয়ন কৰি আপুনি—

- একপক্ষীয় প্রচাৰ (Propaganda) আৰু প্রচাৰ (Publicity) এই দুই পাৰিভাষিক শব্দৰ অর্থ নিৰূপণ কৰিব পাৰিব।
- কোনো এটি সংস্থাৰ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ ভূমিকা সন্দর্ভত আলোচনা আগবঢ়াব পাৰিব
- জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ কর্তব্য আৰু দায়িত্বৰ আঁচনি প্রস্তুত কৰি উলিয়াব পাৰিব।
- এজন ভাল জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ গুণসমূহ ব্যাখ্যা কৰিব পাৰিব।
- ভাৰতৰ জনসম্পর্ক বৃত্তিৰ ক্ষেত্রত ভাৰতীয় জনসম্পর্ক সমিতি (PRCI)ৰ ভূমিকাৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিব পাৰিব
- কিছুমান গুৰুত্বপূর্ণ জনসম্পর্ক সংস্থা হিচাপে 'ভাৰতীয় জনসম্পর্ক পৰিষদ' (PRCI)

আৰু 'ভাৰতীয় জনসম্পর্ক বৃত্তিধাৰী সন্মিলন (PRCAI) আদিৰ বিষয়ে ব্যাখ্যা আগবঢ়াব পাৰিব।

১৩.২ পৰিচয়

আপুনি ইতিপূর্বে জনসম্পর্কৰ মূল ধাৰণাৰ লগত পৰিচিত হৈছে আৰু বর্তমান কালত ইয়াৰ গুৰুত্বৰ কথাও জানিব পাৰিছে। আমি আধুনিক জনসম্পর্কৰ উদ্ভৱ আৰু ক্রমবিকাশৰ কথাও ইতিমধ্যে আলোচনা কৰিছোঁহক। এতিয়া এই অধ্যায়ত জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ বিভিন্ন কর্তব্য আৰু দায়িত্বৰ উপৰি জনসম্পর্কৰ লগত জড়িত দুটি গুৰুত্বপূর্ণ ধাৰণা হিচাপে 'একপক্ষীয় প্রচাৰ' আৰু 'প্রচাৰ'ৰ ব্যাখ্যা দাঙি ধৰিবলৈ চেষ্টা কৰা হৈছে। লগতে কিছু পৰামর্শও সংযোগ কৰা হৈছে যিবোৰৰ দ্বাৰা এজন লোকে নিজকে এজন উপযুক্ত জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া হিচাপে গঢ়ি তুলিব পাৰে।

আধুনিক শাসন পৰিচালনাৰ ক্ষেত্রত (কর্মজীৱন সূচীত) জনসম্পর্ক এটা আৱশ্যকীয় আহিলা ৰূপে পৰিগণিত। কোনো এটি সংস্থাৰ জনসম্পর্ক কার্যক্রমৰ সার্থকতা আৰু সফলতা বহুক্ষেত্রত কামটোৰ প্রতি থকা ব্যক্তিগত ৰুচি তথা দক্ষতাৰ ওপৰত নির্ভৰশীল হয়। জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া-জনক সংস্থাটোৰ এজন চালক হিচাপে উচিত ভাৱেই তুলনা কৰিব পাৰি। মূলতঃ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াগৰাকী এজন খুব ভাল যোগাযোগকাৰী হোৱা উচিত। তেওঁ সংস্থাটোৰ লগত প্রত্যক্ষ আৰু পৰোক্ষভাৱে জড়িত জনগোষ্ঠীৰ লগত যোগাযোগ ৰক্ষা কৰিব লাগে।

এই অধ্যায়টিয়ে এজন জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ কামকাজ আৰু দায়িত্বৰ ওপৰত মনোযোগ দিব, যিজনে সংস্থাটিৰ এটি ভাল ভাৱমূর্তি প্রতিষ্ঠাৰ বাবে বাৰেমিহলি কার্যৰ লগত জড়িত হৈ থাকে আৰু সংস্থাটোৰ লগত জড়িত জনগোষ্ঠীৰ লগত সুস্থ জনসম্পর্ক ৰক্ষা কৰে। ইয়াৰ পৰৱর্তী অধ্যায়ত অর্থাৎ তৃতীয় অধ্যায়ত আমি এটি সংস্থাৰ জনসম্পর্ক গঠন (PR setup) আৰু সংকটাৱস্থাত জনসম্পর্ক —এই দুটি বিষয় আলোচনা কৰিম।

১৩.৩ একপক্ষীয় প্রচাৰ আৰু প্রচাৰ (Propaganda & Publicity)

১৩.৩.১ একপক্ষীয় প্রচাৰ বা উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ

ৰাজহুৱা মন্তব্যৰ ক্ষেত্রত প্রভাৱ বিস্তাৰ কৰা এটি প্রধান বিষয় হৈছে একপক্ষীয় প্রচাৰ বা উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ। ই এটি বিশেষ মত, ভাৱ বা নীতি গ্রহণ কৰিবলৈ জনসাধাৰণৰ মনভুলুৱা এক ইচ্ছা অনুযায়ী ক্রমবিকশিত আৰু পৰিচালিত প্রচাৰ কার্য (W.Schramm, 'Process and Effect of Mass Communication')। একপক্ষীয় প্রচাৰ পদ্ধতিত বিৰোধী মতবোৰ দলিয়াই পেলোৱা হয়। ই যুক্তিনির্ভৰ বা

নৈতিক ক্ষতিবোৰৰ (moral insinuations) কথা চিন্তা নকৰি যোগাত্মক ভাব সৃষ্টিৰ বাবে সর্বসাধাৰণৰ ওপৰত প্রয়োগ কৰা এটি হেঁচাস্বৰূপ। সাধাৰণভাৱে ক'ব পাৰি যে একপক্ষীয় প্রচাৰ হৈছে— বিজ্ঞতা, বিশ্বাসযোগ্য কৌশল বা উৎসর্গাকৃত ধর্ম, ৰাজনৈতিক আৰু সমাজসেৱা প্রতিষ্ঠানৰদ্বাৰা নিজৰ স্বার্থ অনুযায়ী আনৰ চিন্তাধাৰা আৰু কার্যৰ ওপৰত প্রভাৱ বিস্তাৰৰ বাবে এক পৰিকল্পিত যোগাযোগ পদ্ধতি। একপক্ষীয় প্রচাৰে মানুহৰ আৱেগ-অনুভূতিৰ ওপৰত ক্রিয়া কৰি জনগণৰ আচৰণ সলনি বা পৰিৱর্তন কৰে। স্বাভাৱিকেই হওক বা যুক্তিপূর্ণই হওক মানুহৰ মনত এটা ভাব দৃঢ়ৰূপে স্থাপন কৰাই হৈছে ইয়াৰ উদ্দেশ্য। একপক্ষীয় প্রচাৰে সমূহীয়া কার্যক আগবঢ়াই নিয়ে। ই বিজ্ঞাপনতকৈ এইটো অর্থতে পৃথক যে, বিজ্ঞাপনে ব্যক্তিগত কার্য আৰু চিন্তা পদ্ধতিৰ ওপৰত প্রভাৱ বিস্তাৰ কৰিবলৈ চেষ্টা কৰে; কিন্তু একপক্ষীয় প্রচাৰে এটা সমূহৰ চিন্তাপদ্ধতিৰ ওপৰতহে প্রভাৱ বিস্তাৰ কৰে। সেই কাৰণে বিখ্যাত সংযোগবিদ উইলবাৰ প্রানে মত পোষণ কৰিছে যে একপক্ষীয় প্রচাৰে সতর্ক চিন্তা আৰু আলোচনাৰ এটা সমাপ্তি প্রকাশ কৰিবলৈ কার্য চলায়। আপোনালোকে নিশ্চয় দেখিছে যে নির্বাচনৰ সময়ত বিপক্ষৰ ভাবমূর্তি বিনষ্ট কৰিবলৈ ৰাজনৈতিক দলসমূহে একপক্ষীয় প্রচাৰ অভিযানৰ আশ্রয় লয়। উইলবাৰ শ্রামে (W. Schramm) একপক্ষীয় প্রচাৰৰ কিছুমান পদ্ধতিৰ কথা উল্লেখ কৰিছে। সেইবোৰ এনেধৰণৰ—

১। **সত্যৰ ব্যাখ্যা ঃ** একপক্ষীয় প্রচাৰৰ জৰিয়তে জনসাধাৰণক সত্যৰ ভুল ধাৰণা দিয়া আৰু ভুল তথ্যৰ যোগান ধৰা

২। **দলীয়-বহির্দলীয় আচৰণৰ ব্যৱহাৰ ঃ** দুটা বিৰোধী দলে ভিন্ন মত পোষণ কৰে। দলসমূহে নিজৰ সদস্যসকলক আন দলসমূহক বিদ্বেষ কৰিবলৈও শিকায়। ইয়াকে দলীয়- বহির্দলীয় আচৰণ বুলি কোৱা হয়। একপক্ষীয় প্রচাৰ চলাওঁতা গৰাকীয়ে দলসমূহৰ মনত যোগাত্মক ভাব সৃষ্টি কৰে।

৩। **আবেগিক আচৰণৰ প্রয়োগ ঃ** একপক্ষীয় বা উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ চলাওঁতা গৰাকীয়ে মানুহৰ মাজত থকা আবেগিক ভাব আচৰণ আৰু কু-সংস্কাৰবোৰ চিনাক্ত কৰিব পাৰে। যদি তেওঁ জনসাধাৰণৰ অনুকূল আচৰণ আৰু কু-সংস্কাৰৰ লগত নিজৰ মত আৰু প্রতিকূল আচৰণৰ লগত বিৰোধীৰ মতবোৰ জড়িত কৰিব পাৰে তেন্তে জনসাধাৰণে বিৰোধীৰ মতবোৰ এৰাই চলিব। সেয়ে উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ চলাওঁতা গৰাকীয়ে নিজৰ চিন্তাধাৰা প্রভাৱশালী কৰিবৰ বাবে জনসাধাৰণৰ মনৰ মাজত পূর্বৰে পৰা থকা মতবাদ আৰু ভাবাবেগবোৰ চতুৰতাৰে প্রশ্নৰ মাধ্যমেৰে কামত লগায়।

'Encarta Encyclopedia'ত থকা বর্ণনা মতে একপক্ষীয় প্রচাৰ হৈছে— নির্দিষ্ট ভাব আৰু কার্য প্রভাৱিত আৰু তীব্রতৰ কৰাৰ উদ্দেশ্যেৰে ধাৰণা আৰু তথ্যবোৰ বিয়পাই দিয়া এটি আহিলা। ব্যক্তি, ব্যৱসায়িক সংস্থা, নৃগোষ্ঠীয় সংগঠন, ধর্মীয় সংগঠন,

ৰাজনৈতিক সংগঠন আৰু চৰকাৰে নিজেই বা নিজৰ হকে ব্যাপক পৰিসৰ উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰ চলাব পাৰে। ইয়াৰ লক্ষ্য যিয়েই নহওঁক কিয়, উদ্দেশ্যধর্মী প্রচাৰে যুক্তিযুক্ত বা আবেগিক আহ্বানেৰে বা জনমত গঠনেৰে নিজৰ কার্য সমাধা কৰিবলৈ প্রয়াস কৰে। এনে প্রয়াস কার্যকৰী কৰাত যোগাযোগ মাধ্যমে কেন্দ্রীয় ভূমিকা পালন কৰে।

১৩.৩.২ প্রচাৰ

প্রচাৰ হ'ল সম্পাদিত কর্মৰ গুণাত্মক দিশ প্রদর্শনেৰে জন স্বীকৃতি আৰু প্রশংসা লাভ। আধুনিক কালৰ বহুতো সংগঠনে সিবিলাকৰ আদর্শ, ধাৰণা বা উৎপাদিত দ্রব্য জনাজাত কৰোঁতে প্রচাৰৰ (Publicity) সহায় লয়। প্রচাৰ জনসম্পর্কৰ এটা অপৰিহার্য কার্য হৈ পৰিছে। গণ মাধ্যমৰ জন সম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে বাতৰিৰ বিষয়বস্তুৰ তালিকাৰ যোগান ধৰে। গণ মাধ্যমৰ সিদ্ধান্ত গ্রহণকাৰী কর্তৃপক্ষই এই তথ্যসমূহ ব্যৱহাৰ কৰিবও পাৰে নকৰিবও পাৰে। জনসম্পর্ক বিশেষজ্ঞ কাটলিপে (cutlip) প্রচাৰৰ সংজ্ঞা আগবঢ়াই কৈছে যে ই হ'ল "...বাহ্যিক উৎসৰ পৰা অহা তথ্য যি গণ মাধ্যমৰ দ্বাৰা ব্যৱহৃত হয় কাৰণ সেই তথ্যৰ বাতৰি হিচাপে মূল্য আছে (News Value)। ই গণ মাধ্যমক বাতৰি যোগান ধৰা এটা অনিয়ন্ত্রিত পদ্ধতি কাৰণ উৎসটোৱে (Source) নিযুক্তি (Placement) ৰ বাবে গণ মাধ্যমক টকা-পইচা নিদিয়ে।" জনসাধাৰণৰ দৃষ্টিত ভাল হিচাপে ধৰা দিয়া প্রদর্শনী (Performance)ৰ পৰাই উত্তম জনসম্পর্ক গঢ় লৈ উঠে। ই যোগাযোগৰ এনেকুৱা এটা আহিলা যাৰ প্রধান উদ্দেশ্য হ'ল কোনো সংগঠনৰ লগত জড়িত তথ্য সিঁচৰতি কৰা যাতে জনসাধাৰণৰ যিটো অংশক লক্ষ্য হিচাপে বাচি উলিওৱা হয় (Target Public), সেই অংশটোক দৃষ্টি আকর্ষণ কৰাৰ লগতে তাৰ পৰা স্বীকৃতি লাভ কৰি ভাৱমূর্তি নির্মাণৰ মাধ্যমেদি জনসাধাৰণৰ পৰা ইতিবাচক সহাৰি লাভ কৰিব পৰাতো।

'দ্য হেণ্ডবুক অফ জার্ণেলিজম এণ্ড মাছ কমিউনিকেশ্বন'ৰ মতে প্রচাৰক আমি বহলভাৱে সাতটা ভাগত ভাগ কৰিব পাৰোঁ ঃ

১। বাতৰি ঃ স্থানীয়, আঞ্চলিক আৰু ৰাষ্ট্রীয় গুৰুত্ব থকা বাতৰিয়েই হৈছে প্রচাৰৰ আটাইতকৈ চিনাকি সাধাৰণ ভাগটো। বাতৰি প্রচাৰ (News Publicity)ৰ ভাগ দুটা স্বতঃ স্ফুর্ত বাতৰি (Spontaneous News) আৰু পৰিকল্পিত বাতৰি (Planned News)। স্বতঃস্ফুর্ত বাতৰি অপৰিকল্পিত ঘটনা এটাৰ পৰা উদ্ভৱ হয়; যেনে— এটা সংগঠনত হোৱা ধর্মঘট, গুৰুতৰ দুর্ঘটনা যেনে- জুই লগা, বিস্ফোৰণ, বানপানী বা দুর্ভিক্ষ ইত্যাদি। সংবাদ মাধ্যম সমূহলৈ জাননী পঠিওৱা হয় আৰু তেওঁলোকে বাতৰিৰ উৎসলৈ সংবাদদাতা, ফটোগ্রাফাৰ আৰু কেমেৰাসহ দলটো পঠিয়াই দিয়ে। পৰিকল্পিত বাতৰিৰ প্রচাৰ (Planned News Publicity) সংগঠনৰ অভ্যন্তৰত সংঘটিত হোৱা

দৈনন্দিন ঘটনাচক্ৰৰ পৰা উদ্ভৱ হয় যিবিলাক বাতৰিৰ বাতৰি মূল্য (News Value) আৰু জনহিতকৰ দিশ (Public Interest) থাকে। মুখ্য কার্যালয়ত জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি প্ৰস্তুত আৰু বিতৰণ কৰে।

২। ব্যৱসায়িক আলেখ্য ৰচনা ঃ ব্যৱসায়িক আলেখ্য ৰচনা হৈছে নিজৰ বিপণন সামগ্ৰীৰ সমর্থনৰ অর্থে ঔদ্যোগিক প্ৰতিষ্ঠানসমূহে লিখি উলিওৱা ব্যৱসায়, বাণিজ্য আৰু কাৰিকৰী গণমাধ্যমৰ দ্বাৰা প্ৰকাশিত এটি গুৰুত্বপূর্ণ প্ৰচাৰ প্ৰক্ৰিয়া। ব্যৱসায়িক আলেখ্য ৰচনা এটিয়ে উদ্যোগ এটাৰ সাধাৰণ সমস্যা ব্যাখ্যা কৰাৰ উপৰি সমস্যাসমূহৰ সমাধানৰ উপায়ো বর্ণনা কৰে। উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ প্ৰয়োগ বা ব্যৱহাৰ —এই বিষয়ে হোৱা আলোচনা, বক্তৃতা আদিৰ ভিত্তিত এটি ব্যৱসায়িক আলেখ্য ৰচিত হ'ব পাৰে। জনসম্পর্কৰ কর্মচাৰী এজনৰ দ্বাৰা কামকাজ পৰিচালিত কোনো স্বনিয়োজিত বা কোনো প্ৰতিষ্ঠানত চাকৰি নকৰা ব্যক্তি, লেখক আৰু আলোক-চিত্ৰকাৰসকলেই বেছি সংখ্যক ব্যৱসায়িক আলেখ্য প্ৰস্তুত কৰে।

৩। সেৱা ভিত্তিক লেখা (Service Feature Article) ঃ আলোচনী আৰু বাতৰি কাকত পঢ়ুৱৈৰ বাবে ৰচিত— ঘৰুৱা বয়বস্তু, ফেশ্বন, স্বাস্থ্য, খাদ্য, সৌন্দর্য চর্চা ইত্যাদি বিষয়ৰ তথ্য, উপদেশ তথা পৰামর্শ সম্বলিত ৰচনাই হৈছে সেৱাভিত্তিক লেখা।

৪। বিত্তীয় প্ৰচাৰ ঃ দৈনিক বাতৰি কাকত আৰু আলোচনীবোৰৰ বিত্তীয় পৃষ্ঠাবোৰত পৰিবেশিত বিবিধ সংবাদ তথা আলেখ্যবোৰ; যেনে— বিত্তীয় সংবাদ আলেখ্য, বার্ষিক আৰু তিনিমহীয়া প্ৰতিবেদন, ব ছেৰেকীয়া সভা, নব্য উৎপাদিত সামগ্ৰী আৰু অন্যান্য বিত্তীয় সংবাদ —এইবোৰেই একধৰণৰ বিত্তীয় প্ৰচাৰ।

৫। উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ প্ৰচাৰ ঃ উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ প্ৰচাৰ ব্যৱস্থাই জটিল কাৰিকৰী প্ৰক্ৰিয়াৰে উৎপাদিত সামগ্ৰী আৰু সেৱাৰ বিষয়ে তথ্যৰ যোগান ধৰে; যাতে গ্ৰাহকে বজাৰৰ বিবিধ সামগ্ৰীৰ মাজৰপৰা নিজৰ প্ৰয়োজনীয় বস্তুটি সঠিকভাৱে বাছি উলিয়াব পাৰে।

৬। সচিত্ৰ প্ৰচাৰ ঃ ই হৈছে বাতৰি কাকত আৰু আলোচনীৰ দ্বাৰা স্থিৰ আলোকচিত্ৰৰ মাধ্যমেৰে কৰা প্ৰচাৰ। বহুতো ব্যৱসায়িক প্ৰতিষ্ঠানে কোনো বিশেষ ঘটনাৰ আলোকচিত্ৰত ৰূপায়ণৰ বাবে চিত্ৰগ্ৰহণকাৰী নিয়োগ কৰে।

৭। জৰুৰী প্ৰচাৰ ঃ জৰুৰী অৱস্থাত গণসংযোগ ব্যৱস্থা যাতে সঠিকভাৱে পৰিচালিত হয় সেয়া নিশ্চিত কৰিবলৈ জনসম্পর্কৰক্ষী বিভাগে যত্ন সহকাৰে জৰুৰী প্ৰচাৰ অনুষ্ঠান এটি আগতীয়াকৈ প্ৰস্তুত কৰি থোৱা উচিত।

প্ৰচাৰ মাধ্যম ঃ বাতৰিকাকত প্ৰচাৰৰ এটি প্ৰধান মাধ্যম। গৰিষ্ঠসংখ্যক জনসাধাৰণে বাতৰিকাকত পঢ়ে আৰু জনসাধাৰণৰ মতৰ ওপৰত বাতৰিকাকতে প্ৰভাৱ বিস্তাৰো কৰে। বাতৰিকাকতে উৎপাদিত সামগ্ৰীৰ প্ৰচাৰ ব্যৱস্থাৰ সুবিধা প্ৰদান কৰে। বাতৰি, আলেখ্য, গল্প আৰু সচিত্ৰ প্ৰচাৰৰ ক্ষেত্ৰত আন এটি প্ৰয়োজনীয় মাধ্যম হৈছে আলোচনী। আলোচনীয়ে সম্পূৰ্ণ কথা বা কাহিনীভাগ প্ৰকাশ কৰিবলৈ প্ৰয়োজনীয় স্থানৰ যোগান ধৰে। আলোচনীবোৰ চাকৰি বা শিক্ষামূলক প্ৰচাৰ প্ৰবন্ধবোৰ প্ৰকাশৰ বাবে বিশেষভাৱে উপযোগী। অতি আকৰ্ষণীয় বাহ্যিক ৰূপেৰে গঢ়া, ভাল কাগজ আৰু সপ্তৰং সম্বলিত আলোচনীবোৰ চিত্ৰ প্ৰচাৰৰ ক্ষেত্ৰত আদৰ্শ মাধ্যম হিচাপে স্বীকৃত।

বৰ্তমান ভাৰতত ৰেডিঅ' (অনাতাঁৰ যন্ত্ৰ) আৰু টেলিভিচন প্ৰচাৰ মাধ্যম (দুৰদৰ্শন) হিচাপে ক্ষিপ্ৰতাৰে বিকশিত হৈছে। ৰেডিঅ' আৰু টেলিভিচনে ক্ৰমে ৯৫ শতাংশ আৰু ৮০ শতাংশ ভৌগোলিক অঞ্চলজুৰি বিস্তৃতি লাভ কৰিছে। দৃশ্য শ্ৰব্য চৰিত্ৰটিৰ বাবেই টেলিভিচন এতিয়া আটাইতকৈ সফল প্ৰচাৰ মাধ্যম ৰূপে পৰিগণিত হৈছে।

প্ৰচাৰ লাভ কৰিবলৈ সম্পাদক, সম্পাদকীয় স্তম্ভ লেখক, প্ৰকাশক, বিশেষ স্তম্ভ লেখক আৰু বাতৰি সম্প্ৰচাৰকৰ লগত এটা অতি ভাল সম্পৰ্ক ৰক্ষা কৰাটোও সমানে গুৰুত্বপূৰ্ণ। ব্যক্তিগত যোগাযোগ, সংবাদমেল, বিশেষভাৱে সংবাদ গ্ৰহণকাৰী (বাতৰি পঢ়ুৱৈ)সকল, সংবাদ প্ৰদৰ্শনী মাধ্যম (media previews), মাধ্যম পৰিচালনা ব্যৱস্থাপক (media management launchers) আৰু মাধ্যম সঁজুলি (media kits) আদিবোৰ প্ৰচাৰৰ বাবে অতি উপযুক্ত আহিলা।



অগ্ৰগতিৰ নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ১। উদ্দেশ্যধৰ্মী বা একপক্ষীয় প্ৰচাৰ বুলিলে কি বুজায়?

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ২। প্ৰচাৰৰ তিনিটা ধৰণ বা প্ৰকাৰ ব্যাখ্যা কৰক।

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৩। বাতৰি মানে কি?

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৪। প্ৰচাৰ বুলিলে কিহক বুজা যায়?

.....

.....

.....



চিন্তা চৰ্চা কৰক ১৩.১

১। এখন দৈনিক বাতৰি কাকতৰ পৰা প্ৰচাৰ হিচাপে প্ৰকাশিত বাতৰিসমূহ বাছি উলিয়াওক।

২। ওচৰৰ ব্যক্তিগতখণ্ডৰ শিক্ষানুষ্ঠান এটিলৈ গৈ তেওঁলোকৰ প্ৰচাৰ সম্পৰ্কীয় তথ্য-সমূহ সংগ্ৰহ কৰি এটি টোকা / প্ৰতিবেদন যুগুত কৰক।

১৩.৪ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া (Public Relations Officer)

প্ৰথমতেই জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজন হৈছে এজন সংযোগকাৰী বা সৰবৰাহকাৰী। প্ৰেছ, ৰেডিঅ', কথাছবি, মৌখিক সংযোগ, প্ৰদৰ্শনী ইত্যাদি বিবিধ গণমাধ্যমৰ জৰিয়তে তেওঁ সংস্থাটোৰ আদৰ্শ আৰু কৰ্ম পৰিকল্পনা জনসাধাৰণৰ মাজলৈ সৰবৰাহ কৰিব লাগে। বা জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজনৰ গণসংযোগ মাধ্যম ব্যৱস্থাটোৰ বিষয়ে বিশদ জ্ঞান আৰু অভিজ্ঞতা থাকিব লাগে যাতে তেওঁ সেয়া সাৰ্থকতাৰে পৰিচালনা কৰিব পাৰে।

জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজন বাতৰিকাকত, আলোচনী বা অন্যান্য ছপা মাধ্যমত লেখামেলা কৰা অতি অভিজ্ঞতাপুষ্ট লোক হ'ব পাৰে। দৰাচলতে তেওঁ সকলোবোৰ গণমাধ্যমৰ ক্ষেত্ৰত সম্পূৰ্ণ দখল থকা এজন পাৰ্গত লোক হোৱা উচিত। সফলতা লাভ কৰিবলৈ কেনেদৰে মাধ্যমবোৰ প্ৰয়োগ কৰিব লাগে তেওঁ সেয়াও জনা উচিত। তদুপৰি, নিজৰ কামৰ বাবে বেছি মাত্ৰাত উপযোগী

সকলোবোৰ জনসংযোগ আহিলা (P.R.tools) সহায়ত পৰিকল্পনা প্ৰস্তুত কৰি সেয়া কাৰ্যকৰী কৰিব পৰাৰ দক্ষতাও তেওঁৰ থাকিব লাগিব।

১৩.৪.১ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ কর্তব্য আৰু দায়িত্ব (Duties and Responsibilities of a PRO)

আধুনিক শাসন পৰিচালনাৰ ক্ষেত্ৰত জনসম্পৰ্ক এটা অতি আৱশ্যকীয় আহিলা। কোনো এটি সংস্থাৰ জনসম্পৰ্ক কাৰ্যক্ৰমৰ সাৰ্থকতা আৰু সফলতা বহুক্ষেত্ৰত নিৰ্ভৰ কৰে কামটোৰ প্ৰতি থকা ব্যক্তিগত ৰুচি তথা দক্ষতাৰ ওপৰত। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এজনক এজন চালকৰ লগত তুলনা কৰিব পাৰি। এজন ভাল চালকে গাড়ী চলোৱাৰ নিপুণ কৌশল আয়ত্ব কৰে, কিন্তু তেওঁ গাড়ীখন চলি যোৱাৰ আঁৰত থকা জটিল যান্ত্ৰিক প্ৰক্ৰিয়াটোৰ সবিশেষ কথা নাজানিবও পাৰে। সেইদৰে এজন ভাল জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াই সকলোবোৰ গণমাধ্যম ব্যৱস্থাৰ সকলোবোৰ কৰ্ম আৰু নিৰ্মাণ পদ্ধতি নাজানিবও পাৰে। কিন্তু ভাল চালক এজনৰ দৰে তেওঁ কি দৰে প্ৰক্ৰিয়াটো আগবঢ়াই নি ইয়াৰ পৰা অতি বেছি লাভ আদায় কৰিব পাৰি সেয়া জনাতো আৱশ্যক।

ভাল সৰবৰাহকাৰী ব্যক্তি হিচাপে এজন জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া (Public Relations Officer as a good Communicator)

জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজন মূলতে এজন সৰবৰাহকাৰী ব্যক্তি। তেওঁ এটি সংস্থাৰ আদৰ্শ আৰু কৰ্ম পৰিকল্পনা বিবিধ গণমাধ্যম; যেনে— প্ৰেছ, ৰেডিঅ', কথাছৱি, মৌখিক যোগাযোগ, প্ৰদৰ্শনী, ইত্যাদিৰ মাধ্যমেৰে জনসাধাৰণৰ মাজলৈ সৰবৰাহ কৰিব লাগে। সেইবাবেই জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এজনৰ গণসংযোগ মাধ্যম ব্যৱস্থাটোৰ বিষয়ে বিশদ জ্ঞান আৰু অভিজ্ঞতা থাকিব লাগে যাতে তেওঁ সেয়া সফলতাৰে কামত লগাব পাৰে। PRO এজনে এটি বিষয় সম্পৰ্কে ক'বলগীয়া কথাখিনি যোগাযোগ ব্যৱস্থাৰ বিবিধ মাধ্যমৰ জৰিয়তে এনেকুৱা ধৰণে প্ৰকাশ কৰিব লাগে যাতে তেওঁৰ কথাই যোগাত্মক আৰু বিয়োগাত্মক দুয়োটা দিশ সামৰি লয়। সফল জনসম্পৰ্কৰ ক্ষেত্ৰত আগতীয়াকৈ প্ৰভাৱী তথ্য প্ৰত্যয়জনক ৰচনা লিখাৰ কৌশল আয়ত্ব কৰাটো প্ৰয়োজনীয় আহিলাস্বৰূপ। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজনে বাতৰি কাকত, আলোচনী আৰু অন্যান্য ছপা মাধ্যমৰ লিখা মেলাৰ যথাসম্ভৱ অভিজ্ঞতা আয়ত্ব কৰিব লাগে। অৱশ্যে প্ৰদৰ্শনীৰ ৰূপাংকন, চলচিত্ৰৰ প্ৰযোজনা বা ৰেডিঅ'ত অনুষ্ঠান পৰিবেশন কৰাৰ ক্ষেত্ৰত অভিজ্ঞ তথা দক্ষ হ'বই লাগিব বুলি কিন্তু কোনো বাধ্যবাধকতা নাই। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াজনৰ পক্ষে অৱশ্যে বিবিধ অনুষ্ঠান আয়োজন বা প্ৰস্তুত কৰাটো সম্ভৱ।

উচ্চ ব্যৱস্থাপকৰ লগত সম্বন্ধ (Association with top Management)

আগতে উল্লেখ কৰাৰ দৰে জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া এজনে নিজে জড়িত হৈ থকা সংস্থাটোৰ কেৱল তথ্যৰ উৎস ৰূপেই নহয়, তেওঁ জনসাধাৰণৰ বাবে সংস্থাটোৰ কর্মপৰিকল্পনা ব্যাখ্যাকাৰীৰূপেও কার্যনির্বাহ কৰে। এনেবোৰ দায়িত্ব নিয়াৰিকৈ সম্পাদন কৰিবলৈ তেওঁ সদায় উচ্চ ব্যৱস্থাপকৰ লগত সম্পর্ক ৰক্ষা কৰি সিদ্ধান্ত গ্ৰহণৰ লগত জড়িত হোৱা উচিত। উচ্চ ব্যৱস্থাপকে যাতে জনসাধাৰণৰ আগ্ৰহক গুৰুত্ব দিয়ে তাৰ বাবে তেওঁ নিশ্চিত হ'ব লাগে। সেইবাবেই PROজনক জনসাধাৰণৰ 'চকু' আৰু 'কাণ' বুলি অভিহিত কৰিব পাৰি।

এনেবোৰ কাৰণতে PROজন অন্যান্য মধ্যস্থ বিষয়াৰ পৰিৱর্তে পোনপটীয়াভাৱে সংস্থাটোৰ প্ৰধান কার্যপালিকাৰ অধীন হ'ব লাগে বুলি বিবেচনা কৰা হয়। এনে হ'লে PROজনে উচ্চ ব্যৱস্থাপকৰ লগত অন্তৰংগ সম্পর্ক ৰক্ষা কৰাৰ পর্যাপ্ত সুবিধা পায় আৰু লগতে বিভিন্ন বিভাগৰ মুৰব্বীৰ লগত সম্পর্ক ৰক্ষা কৰি উচ্চতম পর্যায়ত কার্যক্ৰম সমাধাৰ সুবিধা পায়।

কার্যব্যৱস্থাপকৰ বিশ্বাসভাজন হ'বলৈ PROজনে যথেষ্ট চেষ্টা কৰিবলগীয়া হয়। একে সময়তে, কার্যব্যৱস্থাপকেও PROজনক বিশ্বাসত ল'ব লাগে। ব্যৱস্থাপকৰ স্বার্থ ৰক্ষা কৰি কার্য সফলভাৱে চলাই যাবলৈ এনেকুৱা এটি পাৰস্পৰিক আস্থা আৰু বিশ্বাসৰ বাতাবৰণ অতিকে প্ৰয়োজনীয়।

গণমাধ্যমৰ লগত সম্পর্ক ৰক্ষা

PROজনে এহাতে বিভিন্ন গণমাধ্যমৰ লগত আৰু আনহাতে নিজে জড়িত সংস্থাটোৰ সৈতে সু-সম্পর্ক গঢ়ি বর্তাই ৰাখিব লাগে। দৰাচলতে PROজনেই সংস্থাটো আৰু সংবাদ মাধ্যমৰ মাজৰ প্ৰথম যোগসূত্ৰ। PROজনেই সংবাদ মাধ্যমৰ পৰা বিবিধ প্ৰশ্ন আৰু প্ৰতিক্ৰিয়াবোৰ সংগ্ৰহ কৰে আৰু তেৱেঁই জনগণৰ স্বার্থৰ বাবে প্ৰাথমিক তথ্যবোৰ সেইবোৰক অৱগত কৰে। সংবাদ মাধ্যম আৰু তেওঁলোকৰ সংবাদদাতাৰ লগত বিষয়ৰ আদান প্ৰদান কৰিবলৈ যাওঁতে PROজনে সঘনে আমনিদায়ক অথবা আপত্তিজনক প্ৰশ্নৰ সন্মুখীন হ'বলগীয়াত পৰে। এনেকুৱা সময়ত তেওঁ সূক্ষ্ম ঔচিত্যবোধ ৰক্ষাৰে প্ৰশ্নৰ মুখামুখি হ'ব লাগে। PROজনে কেতিয়াও আপত্তিজনক আৰু স্পর্শকাতৰ বিষয়ৰ ক্ষেত্ৰত নিজৰ মস্তিস্কৰ শীতলতা হেৰুৱাব নালাগে। সন্তোষজনক শান্ত ভাব এটা বর্তাই ৰখা আৰু কেতিয়াও মনৰ ওপৰত নিজৰ নিয়ন্ত্ৰণ হেৰুৱাই নেপেলোৱাৰ ক্ষমতাটো PRO এজনৰ বাবে আটাইতকৈ ডাঙৰ সম্পদ। লগতে নিৰৱচ্ছিন্ন অধ্যৱসায় আৰু কার্যালয়ৰ নীতি-নিয়মৰ কথা দোহাৰি গা-এৰা দিয়া মনোভাৱ ত্যাগ —এই দুয়োটাই সমানে প্ৰয়োজনীয়।

সংস্থাটোৰ উজ্জল ভাবমূৰ্তি নিৰ্মাণ ঃ

PRO এজনৰ অন্যতম প্ৰধান কাৰ্য হৈছে সাফল্য বা কৃতিত্বৰ ভিত্তিত সংস্থাটিৰ এটি উজ্জল ভাৱমূৰ্তি প্ৰতিষ্ঠা কৰা। বিভাগবোৰৰ বিবিধ কাৰ্যাৱলী আৰু সামগ্ৰীকভাৱে তেওঁলোকে জনসাধাৰণৰ লগত কি ধৰণৰ সম্পৰ্ক ৰক্ষা কৰি চলিছে তাৰ ওপৰতে সংস্থা এটিৰ ভাল ভাৱমূৰ্তিত প্ৰতিষ্ঠাৰ কথাটো নিৰ্ভৰ কৰে। এজন সফল ভাৱমূৰ্তি প্ৰতিষ্ঠাপক হ'বলৈ PROজনে প্ৰথমে নিজৰ ভাবমূৰ্তি, নিজৰ পেছাৰ ভাৱমূৰ্তি সংস্থাটোৰ বাহিৰে ভিতৰে ভালভাৱে প্ৰতিষ্ঠা কৰা উচিত।

এগৰাকী উত্তম জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াই মানি চলিবলগীয়া নীতিসমূহ (The Commandments for a Good Pro)

১। সাৰ্থকভাৱে ভাব প্ৰকাশিত হোৱাকৈ লিখা আৰু ৰাজহুৱা স্থানত বক্তৃতা দিবলৈ সিদ্ধি লাভ কৰিব লাগিব।

২। বহল প্ৰেক্ষাপটত পঢ়াৰ অভ্যাস কৰা আৰু শক্তিশালী শব্দৰ প্ৰতি কৌতুহলী হোৱা। এজন লোকে বিবিধ বিষয়ৰ জ্ঞান আৰু আত্মবিশ্বাসেৰে সমস্যা সমাধান কৰাৰ প্ৰতিভা কেৱল মাত্ৰ বহুল অধ্যয়নৰ জৰিয়তেহে লাভ কৰিব পাৰে।

৩। প্ৰতিটো গণমাধ্যম ব্যৱস্থাৰ পৰ্যাপ্ত জ্ঞান আয়ত্ব।

৪। সাংগঠনিক ক্ষমতাৰ বিকাশ আৰু সকলো স্তৰৰে বন্ধু-বান্ধৱ থকা।

৫। উদ্যমী আৰু বিনয়ী হোৱা।

৬। কষ্ট সহিষ্ণুতা আৰু কঠিন কাম কৰাৰ যথাসম্ভৱ সক্ষমতা।

৭। প্ৰত্যয়জনক বিচাৰ ক্ষমতাৰ জৰিয়তে জনগণৰ মনত বিশ্বাস ওপজাই তোলাৰ ক্ষমতা।

৮। জনগণৰ মেজাজ অনুধাৱন কৰি অৱস্থা এটিৰ ধাৰণা দিব পৰাকৈ মানুহ, বস্তু, ঠাই আদিৰ বিষয়ে একেলগে কোনো ব্যক্তিৰ মনত কোনো জিজ্ঞাসু ভাব ক্ৰমশঃ সুমাই দিব পৰা।

৯। কল্পনা শক্তি, জীৱন্ত জিজ্ঞাসু এটি মন আৰু ৰসবোধ থকা ।

১০। সাধু আৰু দায়িত্বশীল হোৱা।

১১। মানৱীয় আচৰণ বুজি পৰামৰ্শ আগবঢ়োৱা আৰু ভৱিষ্যৎ ৰূপ বিশ্লেষণ আৰু তাৰ পৰিণতি অনুধাৱন কৰা।

১২। জনগণৰ মত, আচৰণ আৰু প্ৰত্যাশা পুনৰ বিবেচনা কৰি উচিত পদক্ষেপ লবলৈ পৰামৰ্শ দিয়া।

১৩। সত্য আৰু সম্পূৰ্ণ তথ্যৰ আলমত দ্বি-পন্থা যোগাযোগ ব্যৱস্থাৰ প্ৰতিষ্ঠা আৰু পৰিচালনা।

১৪। দ্বন্দ্ব আৰু ভুল বুজাবুজি প্রতিৰোধ কৰা আৰু পাস্পৰিক সন্মান আৰু সামাজিক দায়বদ্ধতাৰ প্রতি নজৰ দিয়া।

১৫। কর্মচাৰী, যোগান ধৰোঁতা আৰু গ্রাহকৰ মাজত বন্ধুত্ব বর্তাই ৰাখি- ব্যক্তিগত আৰু জনগণৰ মতৰ মাজত সংগতি স্থাপন কৰা।

১৬। ঔদ্যোগিক সম্পর্ক উন্নতকৰণ।

১৭। উৎপন্ন দ্রব্য আৰু সেৱাৰ সুবিধা প্রদান।

১৮। যৌথ পৰিচয়জ্ঞাপক তথ্য প্রকল্প আঁচনি প্রস্তুতেৰে আর্জিত লাভ সর্বাধিক মাত্রালৈ বৃদ্ধি কৰা।

১৩.৪.২ এজন উত্তম জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ গুণাৱলী

PRO এজন নিয়োগৰ ক্ষেত্রত বেছিভাগ সংস্থাই Journalism বা জনসম্পর্কৰ ডিপ্লমাধাৰী স্নাতক প্রার্থীক অগ্রাধিকাৰ দিয়ে। ৰাসায়নিক উদ্যোগ আৰু বিত্তীয় খণ্ডৰ ব্যৱসায়িক প্রতিষ্ঠানবোৰে ক্রমে বিজ্ঞান আৰু বাণিজ্যৰ স্নাতক প্রার্থী বিচাৰে।

কিছুমান সংস্থাই PR practitioner নিয়োগৰ ক্ষেত্রত কিছুমান অতিৰিক্ত অর্হতা বিচাৰে; যেনে— প্রার্থীজন—

ক) বৌদ্ধিকভাৱে মেধাসম্পন্ন

খ) বিবিধ অভিজ্ঞতালব্ধ ব্যক্তি

গ) সাধাৰণভাৱে সকলোতে উপযুক্ত আৰু PR দায়িত্ববোৰৰ ক্ষেত্রত বিশেষজ্ঞ

ঘ) অপৰিহার্যভাৱে উদ্যোগী ব্যক্তি

ঙ) ৰচনা লিখাত চোকা হোৱা

চ) মনোৰম ব্যক্তিত্ব, অগ্রণী আৰু উদ্যমী

ছ) মৌখিক আৰু লিখিত যোগাযোগৰ ক্ষেত্রত দক্ষতা

জ) লিখা আৰু কোৱা দুয়োতে সুচলতা

ঝ) সার্থকভাৱে যোগাযোগ ৰক্ষা কৰিব পৰা দক্ষতা

(ৰাজহুৱাভাৱে হাতত লোৱা) জনসম্পর্ক আৰু প্রচাৰ সমিতিয়ে ৰাজহুৱা খণ্ডৰ প্রতিষ্ঠান-বোৰৰ ক্ষেত্রত PRO এজনৰ নিম্নতম যোগ্যতা নির্ধাৰণ কৰিছে এনেদৰে—

ক) বিশ্ববিদ্যালয়ৰ উচ্চ ডিগ্রী; ইতিহাস, সাহিত্য (humanities) আদি বিষয়ত অগ্রাধিকাৰ

খ) সংস্থাটিৰ ভিতৰে বাহিৰে বিভিন্ন স্তৰত বিভিন্ন মানুহৰ লগত সার্থকভাৱে যোগাযোগ ৰক্ষা কৰিব পৰা ব্যক্তিত্ব

গ) পৰিশ্রম কৰিব পৰা আৰু বিভিন্ন মানৰিক আৰু সাংগঠনিক সমস্যাৰ লগত মুখামুখি হোৱাৰ সামর্থ

ঘ) সংবাদ, আলেখ্য আৰু প্ৰবন্ধ লিখা আৰু সম্পাদনা কৰা; বিজ্ঞাপন সংস্থা/বিভাগ এটিত কাম কৰাৰ অভিজ্ঞতা থকা; চলচিত্ৰ আৰু সম্প্ৰচাৰণৰ বাবে পাণ্ডুলিপি, ধাৰাভাষ্য, টিপ্পনী আদি প্ৰস্তুত কৰিব পৰা; বিবিধ গণসংযোগ মাধ্যম, প্ৰেছ, ছপা সামগ্ৰী (ঘৰুৱা আলোচনী, পুস্তিকা, প্ৰচাৰ পত্ৰিকা আৰু প্ৰতিষ্ঠানবোৰৰ প্ৰকাশন), ৰেডিঅ', চলচিত্ৰ, দৃশ্য-শ্ৰব্য অনুষ্ঠান ইত্যাদিৰ গুৰুত্ব বুজা আৰু প্ৰয়োগ কৰিব পৰা দক্ষতা থকা।

ঙ) জনসম্পৰ্ক বিষয়ত প্ৰশিক্ষণপ্ৰাপ্ত হোৱাটো প্ৰয়োজনীয় অৰ্হতা।

চ) জনসম্পৰ্ক গঠনৰ শীৰ্ষত থাকিব বিচৰা ব্যক্তিৰ সৃষ্টিশীল লেখক, চিত্ৰকৰ, শিল্পীক বাট দেখুৱাব পৰা আৰু নেতৃত্ব দিব পৰা ক্ষমতা থকাটো বাঞ্ছনীয়, এই গুণ সকলোৰে মাজত উত্তমৰূপে পৰিগণিত।

অভিজ্ঞতা ঃ যেতিয়া ব্যৱসায়িক প্ৰতিষ্ঠানবোৰে জ্যেষ্ঠ P.R. ব্যক্তিৰ বাবে প্ৰাৰ্থী বিচাৰে তেতিয়া প্ৰাৰ্থীজন সুনাম থকা কোনো চৰকাৰী বা ব্যক্তিগত সংস্থাৰ প্ৰচাৰ, সাংবাদিকতা আৰু জনসম্পৰ্ক বিভাগত ৩-৭ বছৰ অভিজ্ঞতাসম্পন্ন হোৱাটো বিচাৰে। অৱশ্যে জনসম্পৰ্কৰ লগত জড়িত কামৰ ক্ষেত্ৰত সাংবাদিকতাৰ অভিজ্ঞতা থকাটো বহুত বেছি লাভদায়ক যদিও কেৱল সাংবাদিক এজনেহে যে ভাল PRO হ'ব পাৰে সেইটো সঁচা নহয়।

বয়স ঃ প্ৰাৰ্থীৰ বয়স ২৫ৰ পৰা ৪০ বছৰৰ ভিতৰত হ'ব লাগে।

দৰমহা ঃ সংস্থা অনুযায়ী জনসম্পৰ্ক বৃত্তিধাৰী লোকৰ দৰমহাৰ গাঁথনি ভিন ভিন হয়। আৰম্ভণিৰ দৰমহা নিৰ্ভৰ কৰে— অন্তৰ্ভুক্তিৰ সময়ত প্ৰাৰ্থীৰ শিক্ষাগত অৰ্হতা, অভিজ্ঞতা আদিৰ লগতে সংস্থাটিৰ বিত্তীয় অৱস্থা অনুসৰি।

জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এজনৰ দায়িত্ব ঃ

১। জনসাধাৰণৰ লগত সম্পৰ্ক

২। সাংবাদিক সম্প্ৰদায় (press)ৰ লগত সম্পৰ্ক

৩। প্ৰকাশন নিয়ন্ত্ৰণ

৪। স্থানীয় লোকৰ লগত সম্পৰ্ক

৫। বিত্তীয় অৱস্থা নিয়ন্ত্ৰণ

৬। চৰকাৰৰ লগত সম্পৰ্ক

৭। বাৰ্ষিক প্ৰতিবেদনৰ বিষয়ে চিন্তা কৰা দায়িত্ব গ্ৰহণ

৮। সংবাদ মেলৰ আয়োজন

৯। সংকটাৱস্থা নিয়ন্ত্রণ

১০। অতিথিৰ আপ্যায়ন

১১। সংস্থাটিৰ উন্নতি সাধন আৰু উজ্জ্বল ভাৱমূর্তি সৃষ্টিৰ বাবে যথাসম্ভৱ প্রচেষ্টা গ্রহণ

১২। সংস্থাটি আৰু জনসাধাৰণৰ মাজত সমন্বয় স্থাপন কৰা আৰু যদি কিবা যোগাযোগৰ অসুবিধা আছে সেয়া দূৰ কৰা।



জানি থোৱা ভাল

এজন ভাল জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াৰ গুণসমূহ—

১। ভাল যোগাযোগকাৰী-

২। বুধিয়ক তথা প্রাণচঞ্চল

৩। বিবিধ ভাষাৰ দখল

৪। সময়ানুৱর্তী

৫। উপস্থিত বুদ্ধি

৬। সংস্থাটিৰ বিষয়ে জ্ঞান

৭। ৰাষ্ট্রীয় তথা ৰাজ্যিক আঁচনিবোৰৰ লগত সুপৰিচয়

৮। ভাল ব্যাখ্যাকাৰী (দোভাষী)

৯। সংবাদ সচেতন

১০। শান্ত, ধীৰ-সুস্থিৰ

১১। ব্যক্তিত্ব

১২। সূক্ষ্ম ঔচিত্যবোধ

১৩। দূৰদৃষ্টি

১৪। পৰিশ্রমী

১৫। সাংগঠনিক ক্ষমতা



অগ্রগতি নিৰীক্ষণ

প্রশ্ন নং ১। জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া কোন?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ২। জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া এজনৰ কমেও পাঁচটা কর্তব্য আৰু দায়িত্ব উল্লেখ কৰক।

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ৩। এজন ভাল জনসম্পর্কৰক্ষী ব্যক্তিৰ প্রাথমিক গুণবোৰ কি কি?

.....

.....

.....



চিন্তা চর্চা কৰক ১৩.২

১। এটি সংঘবদ্ধ সংস্থা আৰু এটি চৰকাৰী কার্যালয়লৈ গৈ তাৰ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াজনক লগ ধৰক। এতিয়া দুয়োগৰাকী বিষয়াৰ কর্ম আৰু দায়িত্ব-বোৰৰ তুলনা কৰি আলোচনা প্রস্তুত কৰক।

২। ওচৰৰ ভাৰতীয় ষ্টেট বেংকৰ এটি শাখালৈ গৈ তাৰ 'গ্রাহক মিত্র' গৰাকীক লগ ধৰি তেওঁৰ জনসম্পর্ক কৌশল (PR Strategis)ৰ বিষয়ে অৱগত হওক।



চিন্তা চর্চা কৰক ১৩.৩

১। আপুনি যদি ইণ্টাৰনেট মাধ্যমটি জানে তেন্তে তলৰ ঠিকনাকেইটা বিচাৰি চাওক।

ক) www.prsi.co.in

খ) www.prcai.org

গ) www.ipra.org



১৩.৬ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

এই অধ্যায়টি অধ্যয়নৰ অন্তত আমি গম পালো যে—

উদ্দেশ্যধর্মী বা একপক্ষীয় প্রচাৰ হৈছে গৰিষ্ঠ সংখ্যক জনসাধাৰণৰ মতামত আৰু ভাবজগতৰ ওপৰত প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি কৰিব পৰা কিছুমান পূর্বপৰিকল্পিত খবৰ বা বার্তা। ই প্রধানতঃ জনসাধাৰণৰ মত কৌশলেৰে ব্যৱহাৰ কৰা এটি আক্রমণাত্মক যোগাযোগ প্রক্রিয়া। এটা দিশৰ সপক্ষে বা বিপক্ষে বিশ্বাস জন্মাবলৈ সাধাৰণতে জনসাধাৰণৰ ওচৰ চাপিব পৰা প্রচাৰ মাধ্যমৰ জৰিয়তে একপক্ষীয় প্রচাৰ কার্যকৰী কৰা হয়। আনহাতে প্রচাৰ হৈছে এটা বিষয়ত জনগণৰ উপলব্ধিক গভীৰ চিন্তাৰে আলোড়িত কৰা প্রক্রিয়া।

জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াজন মূলতে এজন সৰবৰাহকাৰী ব্যক্তি। তেওঁ এটি সংস্থাৰ আদর্শ আৰু কর্ম পৰিকল্পনা বিবিধ গণ মাধ্যম, যেনে প্রেছ, ৰেডিঅ', চলচ্চিত্র, মৌখিক যোগাযোগ, প্রদর্শনী, ইত্যাদিৰ মাধ্যমেৰে জনসাধাৰণৰ মাজলৈ সৰবৰাহ কৰিব লাগে। তেওঁ সংস্থাটিৰ সন্মান তথা ভাৰমূর্তি প্রতিষ্ঠাৰ অর্থে বিবিধ গণ মাধ্যম ব্যৱস্থাৰ লগত সততে যোগাযোগ ৰক্ষা কৰি চলে।

দেশৰ জনসম্পর্কৰ বৃত্তিৰ উন্নতি আৰু বিকাশ সাধনৰ উদ্দেশ্য আগত ৰাখি ভাৰতবর্ষত কেইবাটিও জনসম্পর্ক সংস্থাৰ প্রতিষ্ঠা হৈছে। এইবিলাকৰ ভিতৰত ভাৰতীয় জনসম্পর্ক সমিতি, ভাৰতীয় জনসম্পর্ক পৰিষদ, ভাৰতীয় জনসম্পর্ক বৃত্তিধাৰী সংস্থা ইত্যাদি উল্লেখযোগ্য।



১৩.৭ অধিক জানিবলৈ

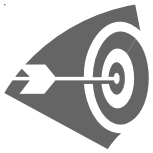
ইংৰাজী গ্রন্থ ঃ

1. Applied public Relations and Communication by KR Balan, publisher : Sultan Chand & Sons, Delhi.

2. Management of public Relations and Communication by S. Sengupta, publisher : Vikas publishing House Pvt. Ltd. Delhi.

অসমীয়া গ্রন্থ ঃ

১। জনসম্পর্ক— অংকুৰণ দত্ত, অনামিকা ৰায়, বীণা লাইব্রেৰী, গুৱাহাটী



১৩.৮ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

ক) ১। একপক্ষীয় প্রচাৰ হৈছে এটি বিশেষ মত, ভাব বা মূল্যবোধ গ্রহণ কৰিবলৈ জনসাধাৰণক প্রভাৱিত কৰা কিছুমান বিশেষ ধাৰণা বা তথ্য বিয়পাই দিয়া এটি অংগ।

২। প্রচাৰৰ তিনিটা প্রকাৰ হৈছে--

ক) **বাতৰি ঃ**

আটাইতকৈ বেছি প্রয়োগ হোৱা প্রচাৰ হৈছে স্থানীয়, ৰাজ্যিক আৰু ৰাষ্ট্রীয় বাতৰিবোৰ। সংবাদ প্রচাৰৰ দুটা প্রকাৰ আছে—এটা স্বতঃস্ফূর্ত সংবাদ আৰু আনটো পৰিকল্পিত সংবাদ।

খ) **Service Feature Article :**

আলোচনী আৰু বাতৰিকাকত পদুৱৈৰ বাবে ৰচিত— ঘৰুৱা বয়বস্তু, স্বাস্থ্য, খাদ্য সৌন্দর্যচর্চা, ইত্যাদি বিষয়ৰ তথ্য, উপদেশ, পৰামর্শ সম্বলিত ৰচনা।

গ) **বিত্তীয় প্রচাৰ ঃ**

বিত্তীয় পৃষ্ঠাবোৰত পৰিবেশিত বিবিধ সংবাদ তথা আলেখ্যসমূহ, যেনে- বিত্তীয় সংবাদ আলেখ্য, বার্ষিক আৰু তিনিমহীয়া প্রতিবেদন, বছৰেকীয়া সভা, নব্য উৎপাদিত সামগ্রী আৰু অন্যান্য বিত্তীয় সংবাদ।

৩। বাতৰি হৈছে কিছুমান তথ্য; সেয়া সমাজত সংঘটিত এটি ঘটনাৰ তথ্য, যিয়ে সমাজত বসবাস কৰা ব্যক্তিৰ জীৱনত প্রভাৱ বিস্তাৰ কৰিছে বা কৰাৰ সম্ভাৱনা আছে, বা যাৰ তাৎক্ষণিক মূল্য সমাজৰ সকলোৰে বাবে আছে।

৪। প্রচাৰ হৈছে এটি বিষয়ৰ ওপৰত জনসাধাৰণৰ যি ধাৰণা সেয়া গভীৰভাৱে পৰিচালিত কৰা প্রক্রিয়া। ই হৈছে সংবাদ মূল্য থকা বাবে প্রচাৰ মাধ্যমসমূহে গ্রহণ কৰা বহির্সূত্রৰ পৰা উপলব্ধ কিছুমান তথ্য।

খ) ১। PRO জন মূলতে এজন সৰবৰাহকাৰী যোগাযোগকাৰী ব্যক্তি। তেওঁ এটি সংস্থাৰ উজ্বল ভাবমূর্তি প্রতিষ্ঠাৰ বাবে সংস্থাৰ আদর্শ আৰু কর্মপৰিকল্পনা বিবিধ গণ মাধ্যম; যেনে— প্রেছ, ৰেডিঅ', কথাছবি, মৌখিক যোগাযোগ, প্রদর্শন, ইত্যাদিৰ মাধ্যমেৰে জনসাধাৰণৰ মাজলৈ সৰবৰাহ কৰিব লাগে।

২। PROজনৰ কিছুমান কর্তব্য আৰু দায়িত্ব হৈছে এনেধৰণৰ—

- ⇨ জনসাধাৰণৰ লগত ভাল সম্পর্ক ৰক্ষা কৰা
- ⇨ সাংবাদিক সম্প্রদায়ৰ (Press-ৰ) লগত সম্পর্ক উন্নতকৰণ
- ⇨ প্রকাশন নিয়ন্ত্রণ
- ⇨ স্থানীয় লোকৰ লগত সম্পর্ক ৰক্ষা
- ⇨ বিত্তীয় ব্যৱস্থা নিয়ন্ত্রণ
- ⇨ চৰকাৰৰ লগত সম্পর্ক ৰক্ষা

৩। PRO এজনৰ বাবে প্রয়োজনীয় কেতবোৰ গুণ হৈছে এনেধৰণৰ—

- ⇨ তেওঁ এজন ভাল যোগাযোগকাৰী হোৱা উচিত
- ⇨ তেওঁ বুধিয়ক তথা প্রাণচঞ্চল হোৱা উচিত
- ⇨ তেওঁ কেইবাটাও ভাষা জানিব লাগে
- ⇨ সময়ানুৱর্তী হ'ব লাগে
- ⇨ উপস্থিত বুদ্ধিসম্পন্ন হ'ব লাগে।

গ) ১। PRSI ৰ প্ৰধান উদ্দেশ্যসমূহ হৈছে—

⇨ জনসম্পৰ্কক এটা বৃত্তি হিচাপে স্বীকৃতি প্ৰদান।

⇨ PR practitionerসকলৰ কাৰ্য, উদ্দেশ্য আৰু সম্ভাৱনাসমূহ জনসাধাৰণৰ অৰ্থে পৃষ্ঠপোষকতা কৰা, বিধিবদ্ধ কৰা আৰু ব্যাখ্যা কৰা।

⇨ PR practitionerসকলৰ মাজত ধাৰণা, অভিজ্ঞতা আৰু তথ্যৰ আদান প্ৰদান।

⇨ জনসম্পৰ্ক বিষয়ত অধ্যয়ন আৰু গৱেষণা কৰিবলৈ উৎসাহিত কৰা।

২। ১৯৫৮ চনত ভাৰতীয় জনসম্পৰ্ক সমিতি (PRSI) প্ৰতিষ্ঠিত হয় আৰু ই ১৯৬১ চনৰ Indian Societies Act XXVIৰ অধীনত ১৯৬৬ চনত পঞ্জীয়নভুক্ত হৈছিল।

৩। ১৯৬৮ চনৰ ২১ এপ্ৰিল তাৰিখে দিল্লীত প্ৰথমখন সৰ্বভাৰতীয় জনসম্পৰ্ক অধিৱেশন অনুষ্ঠিত হৈছিল। এই অধিবেশনখনৰ মূল বিষয় (Theme) আছিল Professional Approach। জনসম্পৰ্কৰ দিশত বৃত্তিমুখী ধাৰণা এটাৰ প্ৰসংগ উত্থাপনৰ ক্ষেত্ৰত এইখন জনসম্পৰ্কৰ অধিৱেশন বিশেষভাৱে উল্লেখযোগ্য। দৰাচলতে ভাৰতত বৃত্তিমুখী বা পেছা হিচাপে জনসম্পৰ্কৰ আৰম্ভণি এই অধিৱেশনখনিৰ জৰিয়তেই প্ৰথমতে হৈছিল। সেয়ে ১৯৮৬ চনৰ পৰা সমগ্ৰ দেশে ২১ এপ্ৰিলৰ দিনটো 'ৰাষ্ট্ৰীয় জনসম্পৰ্ক দিৱস' হিচাপে পালন কৰি আহিছে।

৪। IPRA মানে হৈছে— International Public Relations Association. (আন্তঃৰাষ্ট্ৰীয় জনসম্পৰ্ক সন্মিলন / সংস্থা)



১৩.৯ আৰ্হি প্ৰশ্ন

ক) বস্তুধৰ্মী প্ৰশ্ন ঃ

১ নং প্ৰশ্নঃ এজন ভাল জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া কোন?

(খ) চমু প্ৰশ্নঃ (প্ৰায় ১৫০ টা শব্দৰ ভিতৰত দিয়ক)

১ নং প্ৰশ্নঃ উদ্দেশ্যধৰ্মী বা একপক্ষীয় প্ৰচাৰ মানে কি? ইয়াক একধৰণৰ প্ৰচাৰ বুলি অভিহিত কৰিব পাৰিনে?

২ নং প্ৰশ্নঃ উদ্দেশ্যধৰ্মী প্ৰচাৰ আৰু প্ৰচাৰ— এই দুয়োৰে মাজৰ প্ৰধান পাৰ্থক্য কি কি?

(গ) ৰচনাধৰ্মী প্ৰশ্ন ঃ (প্ৰায় ৩০০-৫০০ শব্দৰ ভিতৰত)

১ নং প্ৰশ্নঃ কোনজন ব্যক্তিক জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া বোলা হয়? এটি সংস্থাত তেওঁৰ কৰ্তব্য আৰু দায়িত্ব কি কি ? জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এজনৰ প্ৰয়োজনীয় গুণবোৰ ব্যাখ্যা কৰক।

২ নং প্ৰশ্নঃ জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এজন ভাল সৰবৰাহকাৰী ব্যক্তি —এই বিষয়ে এটি প্ৰবন্ধ যুগুত কৰক।

৩ নং প্ৰশ্নঃ ভাৰতৰ কিছুমান PR সংস্থাৰ পৰিচয় দিয়ক।