অধ্যায় ১১ ঃ জনসম্পর্ক ৰক্ষা বাবে ব্যৱহৃত প্রচাৰ মাধ্যম

অধ্যায় গাঁথনি

১১.১ উদ্দেশ্য

১১.২ পৰিচয়

১১.৩ প্রচাৰৰ ধাৰণা আৰু সংজ্ঞা

১২.৪ প্রচাৰ মাধ্যমৰ প্রকাৰ

১১.৫ এটা সংহত জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আৰ্হি

১১.৬ জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যমৰ শেহতীয়া ধাৰা

১১.৭ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

১১.৮ অধিক জানিবলৈ

১১.৯ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

১১.১০ আৰ্হি প্রশ্ন

১১.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টি অধ্যয়ন কৰি আপুনি —

- প্রচাৰৰ ধাৰণা আৰু সংজ্ঞা বুজিব পাৰিব
- প্রচাৰ মাধ্যমৰ প্রকাৰবোৰ জানিব পাৰিব
- এটা সংহত জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আৰ্হিৰ বিষয়ে বুজিব পাৰিব
- জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যমৰ শেহতীয়া ধাৰাবোৰৰ বিষয়ে জ্ঞঙ্গত হ'ব।

১১.২ পৰিচয়

ইয়াৰ আগৰ অধ্যায়টিত আমি সংকটৰ সময়ত স্থাপন কৰা সংযোগ আৰু কোনো সংকটাৱস্থাত জনসম্পর্কই কেনেদৰে কাম কৰে সেই বিষয়ে পঢ়ি আহিছো। এই অধ্যায়টিত আমি জৰুৰী অৱস্থাত ব্যৱহৃত বিভিন্ন ধৰণৰ জনসম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী আহিলাৰ বিষয়ে বুজাৰ চেষ্টা কৰিম। ইয়াৰ উপৰি অধ্যায়টিত সংকট ব্যৱস্থাপনাৰ ভাৱ প্রকাশপূর্ণ আৰু সমাজ বিজ্ঞান ভিত্তিক পন্থাবোৰৰ বিষয়েও আলোচনা কৰা হ'ব।

অধ্যায়টি পঢ়াৰ পাচত আপুনি প্রচাৰৰ ধাৰণা আৰু প্রচাৰ কার্যত ব্যৱহৃত জনসম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী বিভিন্ন প্রকাৰৰ আহিলা সম্পর্কে অৱগত হ'ব।

সাধাৰণ মানুহে 'প্রচাৰ' বোলা অভিধাটো প্রায়েই নেতিবাচক অর্থত ব্যাখ্যা কৰে। কিন্তু গণসংযোগৰ শিক্ষার্থী হিচাপে আপুনি প্রচাৰ সম্পর্কে আৰু প্রচাৰৰ আহিলা হিচাপে কেনেদৰে বিভিন্ন মাধ্যম বেলেগ বেলেগ ধৰণে ব্যৱহাৰ কৰা হয় সেই বিষয়ে স্পষ্ট আৰু প্কৃত ধাৰণা

আয়ত্ব কৰিব লাগিব।

অধ্যায়টি পঢ়ি আপুনি সাধাৰণ মানুহৰহ দৃষ্টিভংগীৰে প্ৰচাৰ সম্পৰ্কে জনাৰ লগতে এগৰাকী জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াৰ দৃষ্টিভংগীৰেও বিষয়টো জানিব । আমি আশা কৰোঁ, অধ্যায়টি পঢ়ি আপোনাৰ প্ৰচাৰ সম্পৰ্কীয় মৌলিক ধাৰণাবোৰ স্পষ্ট হ'ব। এতিয়া তলৰ শিতানবোৰ পঢ়ি চাওঁ আহক।

১১.৩ প্ৰচাৰ ধাৰণা আৰু সংজ্ঞা

প্ৰচাৰৰ ধাৰণা

প্ৰচাৰ হ'ল গণসংযোগৰ এটা উপায়। কিন্তু ই গণসংযোগৰ এটা ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া ৰূপ নহয়। ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া প্ৰচাৰৰ জৰিয়তে গণ মাধ্যমবোৰত ব্যৱসায়িক ভাবে তাৎপৰ্যপূৰ্ণ সংবাদ প্ৰচাৰ কৰি ক্ৰেতাৰ পৰা অনুকূল সঁহাৰি আদায়ৰ চেষ্টা কৰা হয়। প্ৰচাৰৰ বাবে এটা অনুষ্ঠান নাইবা প্ৰতিষ্ঠানে কাকো ধন পৰিশোধ নকৰে। সংবাদদাতা, স্তম্ভলেখক আৰু সাংবাদিকসকলে প্ৰচাৰত অৱদান আগবঢ়ায়। ইয়াক জনসম্পৰ্কৰ এটা অংশ বুলি ধৰিব পাৰি।

প্ৰচাৰত ৰাজহুৱা বক্তৃতা, সাক্ষাৎকাৰ, আলোচনা চক্ৰ, দাতব্য সংস্থালৈ আগবঢ়োৱা দান-বৰঙণি, কথাছবিৰ নায়ক-নায়িকা অথবা ৰজানীতিক অথবা জনপ্ৰিয় ব্যক্তিয়ে উদ্বোধন কৰা কোনো বিশেষ আৰু বৃহৎ সাংস্কৃতিক কাৰ্যসূচী অথবা বিভিন্ন মঞ্চ অনুষ্ঠানক সামৰি লোৱা হয়। এনেবোৰ কথাই গণ মাধ্যমৰ দৃষ্টি আকৰ্ষণ কৰে আৰু মাধ্যমবোৰত ইয়াৰ সংবাদ প্ৰকাশিত / প্ৰচাৰিত হয়।

বিভিন্ন ধৰণৰ উদ্দেশ্যত প্ৰচাৰ চলোৱা হ'ব পাৰে। কোনো নতুন সামগ্ৰীৰ পৃষ্ঠপোষকতাৰ অথবা প্ৰচলিত সামগ্ৰীৰ বিক্ৰী বৃদ্ধিৰ বাবে আৰু অন্য কাৰণত প্ৰচাৰৰ সহায় লোৱা হয়। প্ৰচাৰৰ দ্বাৰা কৰ্মচাৰীৰ সফলতা, কোম্পানীৰ নাগৰিক কল্যাণমুখী কাৰ্যকলাপ, প্ৰদূষণ নিয়ন্ত্ৰণ ব্যৱস্থা, গৱেষণা, উন্নয়নকেন্দ্ৰিক সফলতা, বিত্তীয় পাৰদৰ্শিতা, অগ্ৰগতি, যিকোনো ধৰণৰ সমাজ কল্যাণমূলক অভিযান অথবা সামাজিক অৰিহণাত আলোকপাত কৰা হয়।

বিশ্বায়নৰ যুগত যিকোনো অনুষ্ঠান নাইবা প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে প্ৰত্যেকৰে সৈতে সু-সম্পৰ্ক ৰক্ষা কৰি চলাটো গুৰুত্বপূৰ্ণ হৈ পৰিছে। নিজ নিজ ব্যৱসায়িক লক্ষ্যত উপনীত হ'বলৈ আৰু ব্যৱসায় সম্প্ৰসাৰণৰ স্বাৰ্থত অনুষ্ঠান- প্ৰতিষ্ঠানবোৰে সৌহাৰ্দপূৰ্ণ বাহ্যিক আৰু আভ্যন্তৰীণ সম্পৰ্ক বৰ্তাই ৰখা দৰকাৰ। ইয়াৰ বাবে সকলো অনুষ্ঠান প্ৰতিষ্ঠানকেই প্ৰচাৰৰ প্ৰয়োজন। তেতিয়াহে তেওঁলোকৰ বিষয়ে সাধাৰণ ৰাইজে গম পাব।

প্ৰচাৰৰ সংজ্ঞা

মেৰিয়াম-ৱেবষ্টাৰ অভিধানৰ মতে ঃ প্ৰচাৰ হ'ল ''ৰাজহুৱা আগ্ৰহ আকৰ্ষণ কৰিব পৰাকৈ প্ৰস্তুত কৰা কোনো কাৰ্য নাইবা আহিলা; বিশেষকৈঃ প্ৰচাৰ হ'ল ৰাজহুৱা মনোযোগ নাইবা সমৰ্থন আদায়

কৰাৰ উপায় হিচাপে জাৰি কৰা সংবাদ মূল্য সম্বলিত তথ্য। লগতে ঃ প্ৰচাৰ হ'ল তথ্য নাইবা পোষকতাকাৰী সামগ্ৰী বিয়পোৱাৰ উপায়।"

ৱিলিয়াম জে. ষ্টেণ্ট'নৰ মতে ঃ "প্ৰচাৰ হ'ল কোনো এক অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠান আৰু / নাইবা ইয়াৰ সামগ্ৰীৰ বিষয়ে কৰা যিকোনো পৃষ্ঠপোষকতাৰী সংযোগ য'ত এই কাৰ্যৰ দ্বাৰা উপকৃত হোৱা অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠান এটাই বাৰ্তা প্ৰচাৰৰ নামত কোনো ধন ব্যয় নকৰে।"

ফিলিপ কোট্‌লাৰৰ সংজ্ঞা অনুসৰি ঃ প্ৰচাৰ হ'ল "কোনো ৰাজহুৱা মাধ্যমত কোনো সামগ্ৰী, সেৱা নাইবা ব্যৱসায়িক গোটৰ দ্বাৰা ব্যৱসায়িক দৃষ্টিকোণেৰে তাৎপৰ্যপূৰ্ণ সংবাদ প্ৰচাৰ কৰি ইয়াৰ চাহিদা বৃদ্ধি কৰাৰ নৈৰ্ব্যক্তিক উদ্দীপনা অথবা পৃষ্ঠপোষকে কোনো ধৰণৰ ধন ব্যয় নকৰাকৈ ৰেডিঅ', টেলিভিছন অথবা মঞ্চত এনে সামগ্ৰী সেৱা নাইবা ব্যৱসায়িক গোটৰ অনুকূল উপস্থাপনৰ সুযোগ লাভ কৰা কাৰ্য।"

সহজ ভাষাত প্ৰচাৰ মানে হ'ল কোনো এবিধ সামগ্ৰী, কোনো ব্যক্তি, কোনো অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠান অথবা কোনো ঘটনা প্ৰচাৰ মাধ্যম যোগে সদৰি কৰা কাৰ্য অথবা ইয়াৰ প্ৰতি মনোযোগ আকৰ্ষণ কৰাৰ উপায়।

প্ৰচাৰৰ বৈশিষ্ট্য

প্ৰচাৰৰ প্ৰধান বৈশিষ্ট্যসমূহ তলত চমুকৈ আলোচনা কৰা হ'ল-

(১) অৰ্থ

প্ৰচাৰ মানে গণ মাধ্যমত ব্যৱসায়িক দিশেৰে তাৎপৰ্যপূৰ্ণ সংবাদ উপস্থাপনৰ দ্বাৰা ক্ৰেতাৰ অনুকূল সঁহাৰি লাভৰ চেষ্টা চলোৱা ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া গণসংযোগ পদ্ধতি নহয়। প্ৰচাৰ মানে হ'ল ৰেডিঅ', বাতৰিকাকত, টেলিভিছন নাইবা মঞ্চত লাভ কৰা অনুকূল উপস্থাপন সুযোগ। ইয়াৰ বাবে পৃষ্ঠপোষকে কাকো কোনো ধন পৰিশোধ নকৰে।

(২) ধন পৰিশোধ কৰিব নলগা ৰূপ

প্ৰচাৰ সংযোগৰ ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া ৰূপ নহয়। প্ৰচাৰৰ বাবে উৎপাদকে কোনো ধৰণৰ প্ৰত্যক্ষ ব্যয় নকৰে। অৱশ্যে ইয়াৰ সৈতে নানা পৰোক্ষ বছ্যয় জড়িত। যেনে- কোনো এটা ব্যৱসায়িক প্ৰতিষ্ঠানে কোনো সাংস্কৃতিক সভা নাইবা প্ৰেছ মেলৰ আয়োজন কৰাৰ নামত, প্ৰখ্যাত ব্যক্তিত্বক আমন্ত্ৰণ কৰাৰ নামত, মঞ্চসজ্জাৰ নামত অথবা অন্য প্ৰাসংগিক ব্যয়ৰ নামত কিছু ধন খৰছ কৰিবলগীয়া হয়।

(৩) বিভিন্ন মাধ্যম ব্যৱহাৰ কৰাৰ সুবিধা

সাধাৰণতে বাতৰিকাকত, আলোচনী, ৰেডিঅ' অথবা টেলিভিছনৰ মাধ্যমেৰে প্ৰচাৰ চলোৱা হয়। যেনে- যদি কোনো এবিধ সামগ্ৰী কোনো এক জাকজমকপূৰ্ণ অনুষ্ঠানত কোনো জনপ্ৰিয় ব্যক্তিয়ে মুকলি কৰে, তেন্তে সেই সংবাদটো বাতৰিকাকত, টেলিভিছন, ৰেডিঅ' আৰু আলোচনীৰ দৰে গণমাধ্যমবোৰে নিশ্চয়কৈ প্ৰকাশ কৰিব।

(৪) উদ্দেশ্য

বিভিন্ন উদ্দেশ্যত প্ৰচাৰমূলক কাৰ্য হাতত লোৱা হয়। কোনো নতুন সামগ্ৰীৰ পৃষ্ঠপোষকতা, প্ৰদূষণ নিয়ন্ত্ৰণ সম্পৰ্কীয় প্ৰচাৰ, কৰ্মচাৰীৰ বিশেষ স ফলতা, নতুন নীতিৰ প্ৰচাৰ, বিক্ৰী বৃদ্ধি প্ৰয়াস আদিৰ বাবে প্ৰচাৰ চলোৱা হয়। কিন্তু প্ৰচাৰৰ প্ৰধান কাম হ'ল কোনো এটা কোম্পানীৰ কাৰ্যকলাপ আৰু সামগ্ৰীবোৰৰ কথা প্ৰকাশ কৰা নাইবা কোনো বিশেষ দিশত আলোকপাত কৰা। প্ৰচাৰৰ উদ্দেশ্য হ'ল কোম্পানীৰ ভাৱমূৰ্তি গঢ়িতোলা। প্ৰচাৰৰ দীৰ্ঘম্যাদী সুফল হ'ল সামগ্ৰী বিক্ৰীৰ হাৰ বৃদ্ধি পোৱা।

(৫) প্ৰযোজকৰ নিয়ন্ত্ৰণ

বাৰ্তা, সময়, পুনৰাবৃত্তি প্ৰক্ৰিয়া, তথ্য আৰু মাধ্যম ব্যৱহাৰৰ ক্ষেত্ৰত কোম্পনীৰ কোনো নিয়ন্ত্ৰণ নাথাকে। ৰেডিঅ', বাতৰিকাকত, টেলিভিছন আৰু সংযোগৰ অন্য মাধ্যমৰ জৰিয়তে প্ৰচাৰ চলোৱা হয়। তৃতীয় পক্ষই স্বতন্ত্ৰভাৱে প্ৰচাৰ চলায়। ইয়াক বিশেষ উদ্দেশ্য নিহিত প্ৰচাৰ (Propoganda) ৰ সলনি সংবাদৰূপে উপস্থাপন কৰা হয়।

(৬) ভাৰসাযোগ্যতা /সামাজিক তাৎপৰ্য

প্ৰচাৰ যিহেতু গণ মাধ্যমৰ জৰিয়তে স্বতন্ত্ৰভাৱে বিয়পি পৰে, সেয়েহে ইয়াৰ ভাৰসাযোগ্যতাৰ পৰিমান সবাতোকৈ অধিক। ইয়াক সামাজিক স্বাৰ্থজড়িত সংবাদৰূপে উপস্থাপন কৰা হয়। বজাৰ পৃষ্ঠপোষকতাৰ অন্য উপায়বোৰৰ তুলনাত প্ৰচাৰৰ সামাজিক তাৎপৰ্য অধিক।

(৭) জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাকাৰী কাৰ্যকলাপৰ অংশ

প্ৰচাৰ হ'ল জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাকাৰী ব্যাপক প্ৰয়াস আৰু কাৰ্যকলাপৰ এটা অংশ। জনসম্পৰ্কই সকলো শ্ৰেণীৰ ৰাইজৰ সৈতে প্ৰত্যক্ষ সম্পৰ্ক উন্নত কৰা, স্থাপন কৰা আৰু বৰ্তাই ৰখাৰ বাবে চলোৱা আটাইবোৰ প্ৰয়াসক সামৰি লয়। প্ৰচাৰে জনসম্পৰ্ক উন্নত কৰাত সহায় কৰিব পাৰে।

(৮) ব্যয়

বিজ্ঞাপনতকৈ যথেষ্ট কম খৰছত প্রচাৰ চলাব পাৰি। কোম্পানীবোৰে সভা-সমিতি অথবা বিশেষ অনুষ্ঠান আয়োজনৰ নামত কিছু ধন খৰছ কৰিব লাগে।

(৯) প্রভাৱ

প্রচাৰ বার্তাবোৰ পাঠক দর্শকে পঢ়িব, চাব, শুনিব আৰু প্রতিক্রিয়া প্রকাশ কৰিব পাৰে। ইয়াৰ ভাৰসাযোগ্যতাৰ মাত্রা অধিক। কাৰণ, তৃতীয় পক্ষৰ দ্বাৰা প্রচাৰ চলোৱা হয়।

(১০) পুনৰাবৃত্তি

গণমাধ্যমত কোনো প্রচাৰৰ পুনৰাবৃত্তি প্রচাৰটোৰ সামাজিক তাৎপর্য অথবা সংবাদ মূল্যৰ ওপৰত নির্ভৰশীল। বেছিভাগ সময়তে প্রচাৰ মাত্র এবাৰেই ঘটে।

প্রচাৰ সাধাৰণতে ইতিবাচক। ই প্রচাৰকৰ আত্মবিশ্বাস দাবী কৰে। ই কোনো সামগ্রী বিক্রীৰ পৃষ্ঠপোষকতাকাৰী কার্য নহয়। ই হ'ল ব্যাপক জনসম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী কার্যকলাপৰ এক অংশ। প্রচাৰে কোনো ব্যক্তি অথবা অনুষ্ঠান-প্রতিষ্ঠানৰ ভাৰমুর্তি প্রতিষ্ঠা কৰে।



চিন্তা চর্চা কৰক ১১.১

পাৰ হৈ যোৱা দুটা দিনৰ বাতৰিকাকত সংগ্রহ কৰক। কাকততপ্রকাশিত যিকোনো ১০ টা প্রধান ঘটনা লওক। ঘটনাকেইটা প্রচাৰ নে সংবাদৰ ৰূপত প্রকাশ কৰা হৈছে চিনাক্ত কৰক।



অগ্রগতি নিৰীক্ষণ

প্রশ্ন নং ১ ঃ প্রচাৰ মানে কি?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ২ ঃ প্রচাৰৰ বৈশিষ্ট্যবোৰ কি কি?

.....

.....

.....

১১.৪ প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ প্ৰকাৰ

ওপৰৰ আলোচনাৰ পৰা আপুনি গম পালে যে প্ৰচাৰৰ মৌলিক লক্ষ্যবোৰ হ'ল-

- ৰাজহুৱা মনোযোগ আকৰ্ষণ কৰা
- ৰাইজৰ বিশ্বাস জয় কৰা
- ৰাইজৰ সৈতে বুজাপৰাত উপনীত হোৱা
- ৰাইজৰ সদিচ্ছা লাভ কৰা

কিন্তু এই কথাবোৰ কেনেদৰে বাস্তৱ কৰা হয়? ইয়াৰ উত্তৰ বিচাৰি চাওঁ আহক।আপুনি ইতিমধ্যে জ্ঞাত যে প্ৰচাৰ প্ৰক্ৰিয়া এটাত ব্যৱহৃত বাৰ্তা এটা এক নিৰ্দিষ্ট শ্ৰেণীৰ শ্ৰোতা /পাঠক / দৰ্শকক লক্ষ্য কৰি প্ৰচাৰ কৰা হয়। এগৰাকী বিদ্যালয় অধ্যক্ষৰ উদাহৰণ এটালৈ চাওক। অধ্যক্ষগৰাকীয়ে পৰীক্ষাৰ আগমূহুৰ্ততে ছাত্ৰ-ছাত্ৰীক উদ্দেশ্যি কিবা অলপ ক'ব খুজিছে। তেওঁ ছাত্ৰ-ছাত্ৰীক উৎসাহী আৰু অনুপ্ৰাণিত কৰি তুলিব পৰা ভাষণ এটা প্ৰস্তুত কৰিব লাগিব। আন এটা উদাহৰণলৈ চাওক। এটা বাৰ্তাৰ জৰিয়তে নগৰ এখন পৰিষ্কাৰ কৰি ৰখাৰ অভিযানত অংশগ্ৰহণ কৰিবলৈ বাসিন্দসকললৈ আহ্বান জনোৱা হৈছে। এই বাৰ্তাটো ৰেডিঅ' অথবা টেলিভিছনৰ মাধ্যমেৰে সম্প্ৰচাৰিত কৰা হ'ব পাৰে।

ৰেবচাইটৰ জৰিয়তেও তথ্য প্ৰচাৰ কৰিব পৰা যায়। আপুনি এখন বিশ্ববিদ্যালয়ৰ ৰেবচাইটৰ পৰা বিশ্ববিদ্যালয়খনত অধ্যয়ন কৰিব পৰা পাঠ্যক্ৰম, আবেদন প্ৰক্ৰিয়া আদিৰ দৰে গুৰুত্বপূৰ্ণ তথ্য জানিব পাৰিব। এইবোৰ হ'ল প্ৰচাৰত ব্যৱহৃত আহিলা অথবা মাধ্যমৰ উদাহৰণ।

ৰাইজৰ সৈতে সংযোগ স্থাপন কৰিবলৈ ব্যৱহৃত প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰক বহলভাৱে তলত দিয়া ধৰণে শ্ৰেণীবিভক্ত কৰিব পাৰি-

- মৌখিক সংযোগ
- ছপা আৰু বিভিন্ন চিত্ৰৰ মাধ্যমেৰে স্থাপন কৰা সংযোগ
- ছপা মাধ্যম
- বহিঃ মাধ্যম (বৈদ্যুতিক ফলক, হোৰ্ডিং, পোষ্টাৰ)
- সম্প্ৰচাৰ মাধ্যম (ৰেডিঅ', টেলিভিছন, কথাছবি)
- অন্য মাধ্যম (ৰেবছাইট, এন্‌ডোচছ্ৰমেণ্টচ্‌, প্ৰদৰ্শনী)

মৌখিক সংযোগ (Oral Communication)

শিতানটোৰ আৰম্ভণিতে আপুনি আন্তঃব্যক্তিক সংযোগৰ কথা মনত পেলাওক। ই এক দ্বিমুখী সংযোগ। এগৰাকী চিকিৎসক আৰু এগৰাকী ৰোগীৰ মাজত চলা কথোপকথনৰ উদাহৰণ এটালৈ চোৱা যাওক।

ধৰা হ'ল, ৰোগীগৰাকী গুৰুতৰভাৱে অসুস্থ। চিকিৎসকগৰাকীয়ে তেওঁৰ সৈতে কথা পাতি অসুস্থতাৰ কাৰণ বিচাৰি উলিয়াব খুজিছে। ৰোগীক সেয়েহে স্বাস্থ্যজনিত সমস্যাবোৰ প্ৰকাশ কৰাৰ সুযোগ দিয়া হয়। সমস্যাবোৰ শুনাৰ পাচত চিকিৎসকে ৰোগীক সান্ত্বনা আৰু পৰামৰ্শ দিয়ে। ৰোগীয়ে সেইমৰ্মে নিজৰ স্বাস্থ্যৰ যত্ন লয়। ই হ'ল ৰোগী আৰু চিকিৎসকৰ মাজত স্থাপন হোৱা মৌখিক সংযোগৰ উদাহৰণ।

মৌখিক সংযোগৰ আন্তঃব্যক্তিক সংযোগৰ সৈতে সাদৃশ্য আছে। মৌখিক সংযোগতো দ্বিমুখী আন্তঃক্ৰিয়াৰ প্ৰক্ৰিয়া চলে। এনে সংযোগক মুখামুখি সংযোগ অথবা দুগৰাকী ব্যক্তিৰ মাজত স্থাপন হোৱা সংযোগ বোলে। এই সংযোগত আধুনিক সংযোগৰ আন কোনো উপায় ব্যৱহৃত নহয়। মৌখিক সংযোগ হ'ল প্ৰশ্ন কৰাৰ আৰু খোকোজা আঁতৰোৱাৰ সুবিধা থকা এটা ফলপ্ৰসূ প্ৰচাৰ মাধ্যম।

ভাষণ আৰু সাক্ষাৎকাৰ

আপুনি নিশ্চয় নিৰ্বাচনৰ দৰে বিশেষ সময়ত প্ৰধানমন্ত্ৰী নাইবা ৰাষ্ট্ৰপতিয়ে ৰেডিঅ' নাইবা টেলিভিছনৰ জৰিয়তে ৰাইজক সম্বোধি ভাষণ দিয়া শুনিছে নাইবা দেখিছে। আপুনি তেওঁলোকৰ ভাষণ প্ৰভাৱশালী বুলি ভাবেনে? এনেবোৰ ভাষণ/ বাৰ্তাৰ পৰা আপুনি কিবা শিকিব পাৰেন?

এই ভাষণবোৰ হ'ল মৌখিক সংযোগৰ মৌলিক ৰূপৰ একেটা উদাহৰণ। এটা ভাল ভাষণে মানুহৰ সৈতে ফলপ্ৰসূ আন্তঃক্ৰিয়া সম্পন্ন কৰে। যদি ভাষণটো কোনো ৰে'লী আদিত সমবেত হোৱা ৰাইজৰ আগত পোণপটীয়াভাৱে প্ৰদান কৰা হয়, তেন্তে ই এক দ্বিমুখী সংযোগ প্ৰক্ৰিয়াৰ সৃষ্টি কৰে।

এনে ভাষণৰ উপৰি আপুনি নিশ্চয় ৰেডিঅ' নাইবা টেলিভিছনত কোনো অভিনেতা / অভিনেত্ৰী অথবা জনপ্ৰিয় তাৰকাৰ সাক্ষাৎকাৰ শুনিছে অথবা দেখিছে। এইখিনিতে 'সাক্ষাৎকাৰ'ৰ অৰ্থ সম্পৰ্কে কিছু কথা আলোচনা কৰোঁ আহক। সাক্ষাৎকাৰ হ'ল মৌখিক সংযোগৰ আন এটা ৰূপ। ইয়াত এগৰাকী সাক্ষাৎকাৰ গ্ৰহণ কৰোঁতা থাকে। তেওঁ আনগৰাকী ব্যক্তিক নানা প্ৰশ্ন সোধে। সাক্ষাৎকাৰ দিওঁতা গৰাকীয়ে প্ৰশ্নবোৰৰ উত্তৰ দিয়ে। এই পদ্ধতিত সাক্ষাৎকাৰ দিওঁতাগৰাকীয়ে নিজৰ উত্তৰেৰে শ্ৰোতা দৰ্শকক প্ৰভাৱিত কৰাৰ সুযোগ পায়। সাক্ষাৎকাৰে জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ এটা উদ্দেশ্য পূৰণ কৰে।



চিন্তা চৰ্চা কৰক ১১.২

আপোনাৰ চহৰৰ এগৰাকী প্ৰখ্যাত ব্যক্তিৰ এটা সাক্ষাৎকাৰ লওক।

ছপা মাধ্যম

আপুনি নিশ্চয় এই বিষয়ে জ্ঞাত যে বাতৰিকাকত আৰু আলোচনী আদি ছপা মাধ্যমৰ অংশ। এতিয়া জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ বাবে ছপা মাধ্যমক কেনেদৰে এটা প্ৰচাৰ মাধ্যমৰূপে ব্যৱহাৰ কৰা হয় চাওঁ আহক। আপুনি নিশ্চয় দেখিছে- বাতৰিকাকত আৰু আলোচনীত বিভিন্ন বিজ্ঞাপন প্ৰকাশিত হয়। এই বিজ্ঞাপনবোৰত কি থাকে? এনে বিজ্ঞাপনত শ্লোগানৰ দৰে লিখিত বার্তা আৰু কিছুমান দৰ্শনসাধ্য উপাদান অথবা ছবি আদি থাকে। এই বিজ্ঞাপনবোৰ হ'ল ছপা মাধ্যমত ব্যৱহৃত জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাকাৰী আহিলাৰ কিছুমান উদাহৰণ।

পাঠকৰ মনোযোগ আকর্ষণ কৰিব পৰাকৈ এই বিজ্ঞাপনবোৰ প্ৰস্তুত কৰা হয়। বিজ্ঞাপনত উপৰি জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্ৰচাৰৰ বাবে ছপা মাধ্যমৰ আন কিছুমান আহিলাও ব্যৱহাৰ কৰে।

ফ্লায়াৰ (Flyer)

আপুনি কেতিয়াবা পথৰ দাঁতিত বৈ থকা ব্যক্তিয়ে পথচাৰীৰ হাতত তুলি দিয়া এক পৃষ্ঠাৰ প্ৰকাশিত কাগজ দেখিছেনে? তেনে কাগজবোৰকে ফ্লায়াৰ বোলে। ফ্লায়াৰত কোনো আসন্ন অনুষ্ঠান, দোকান নাইবা বিদ্যালয়ৰ শুভাৰম্ভৰ দিন আদিৰ তথ্য থাকে। কেতিয়াবা এনে ফ্লায়াৰত আপোনাৰ এলেকাৰ বিভিন্ন সেৱাৰ বিষয়ে নানা লাগতিয়াল তথ্য থাকে।

তথ্য সমৃদ্ধ বিজ্ঞাপনৰ এনে পৃষ্ঠাবোৰক ফ্লায়াৰৰ উপৰি হেণ্ডবিল অথবা পাম্‌ফ্লেটচ্ নামেৰেও জনা যায়।



জানি থোৱা ভাল

- ফ্লায়াৰ আছিল জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাত ব্যৱহৃত প্ৰথম লিখিত সামগ্ৰী।
- বার্তা বিয়পাই প্ৰচাৰ চলোৱাৰ ই হ'ল সৰলতম আৰু সবাতোকৈ সহজ আহিলা
- ফ্লায়াৰৰ পৃষ্ঠা ভাঁজ নকৰাকৈ বুলেটিন ফলকবোৰত আঠা লগোৱা হয়, ডাকযোগে প্ৰেৰণ কৰা হয় অথবা হাতেৰি বিলোৱা হয়।
- ফ্লায়াৰত পৃথক পৃথক একাধিক বার্তা শৃংখলা প্ৰকাশ কৰা নহয়। ইয়াত মাত্ৰ এটাহে বার্তা থাকে।
- ফ্লায়াৰবোৰ সময় নির্দিষ্ট আৰু ইয়াত কোনো এটা বিশেষ ঘটনাৰ উল্লেখ থাকে।
- ফ্লায়াৰে তথ্যৰ জৰিয়তে সজাগতা সৃষ্টিৰ উদ্দেশ্য ফলৱতী কৰে।

ব্ৰোছাৰ্চ (Brochures)

পাঠক দৰ্শকৰ মনত দীৰ্ঘদিন ধৰি ৰৈ যোৱাকৈ কোনো এটা বাৰ্তা সদৰি কৰিব খুজিলে ফ্লায়াৰৰ দৰে মাত্ৰ এপৃষ্ঠাজোৰা তথ্য পৰ্যাপ্ত নহ'বও পাৰে। তেতিয়া একাধিক পৃষ্ঠাৰ তথ্য প্ৰকাশ কৰাৰ প্ৰয়োজন হ'ব পাৰে। যিবোৰ একাধিক পৃষ্ঠাৰ ছপা সামগ্ৰীক জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ আহিলা ৰূপে ব্যৱহাৰ কৰা হয় সেইবোৰকে ব্ৰোছাৰ (প্ৰচাৰ পুস্তিকা) বোলে। আকাৰ আৰু প্ৰস্তুত কৰাৰ আঁৰৰ উদ্দেশ্যৰ ভিত্তিত কেতিয়াবা ব্ৰোছাৰবোৰক লিফ্‌লেট, ফোল্ডাৰ অথবা পাম্‌ফ্লেট বুলিও কোৱা হয়।

ব্ৰোছাৰৰ দুটামা উদাহৰণলৈ মন কৰক ঃ

কোনো অনা-চৰকাৰী সংস্থা (NGO) ই প্ৰকাশ কৰা ব্ৰোছাৰত ইয়াৰ লক্ষ্য জনসমষ্টি, পৰিকল্পনা, চলাই থকা কাৰ্যসূচী, সফলতাৰ কাহিনী, অংশীদাৰ কোম্পানী আদিৰ উল্লেখ থাকিব। এইবোৰ তথ্যৰ দ্বাৰা সংস্থাটোৱে কাম কৰি থকা ক্ষেত্ৰখনৰ বিভিন্ন ধৰণৰ লোক উপকৃত হ'ব। একেদৰে, কোনো এটা আন্তঃৰাষ্ট্ৰীয় কোম্পানী (MNC) এ প্ৰকাশ কৰা ব্ৰোছাৰত ইয়াৰ ষ্টেক হোল্ডাৰসকলৰ জ্ঞাতাৰ্থে সামগ্ৰী তথা সফলতাৰ বিভিন্ন তথ্য থাকিব।

প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি

এইবাৰ প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি (Press Release) ৰ বিষয়ে কিছু কথা আলোচনা কৰোঁ আহক। আপুনি এতিয়ালৈকে অধ্যয়ন কৰা ছপা মাধ্যমৰ অন্য ৰূপবোৰতকৈ প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তি কিছু পৃথক। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াসকলে ব্যৱহাৰ কৰা সবাতোকৈগুৰুত্বপূৰ্ণ লিখিত সংযোগবিধ হ'ল প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তি। ইয়াৰ জৰিয়তে তেওঁলোকে প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰৰ আগত কিবা বিশেষ কথা ঘোষণা কৰে। প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি ব্যক্তিগতভাৱে দিব নাইবা ডাকযোগে পোৱাৰ ব্যৱস্থা কৰিব পৰা যায়। ফেক্স নাইবা ই-মেইলৰ জৰিয়তেও প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰলৈ প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তি প্ৰেৰণ কৰা হয়।

প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিবোৰ সদায় সংক্ষিপ্ত আৰু কোনো সংবাদৰ সংকলিত ৰূপ হ'ব পাৰে। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি লিখিব লাগে। ইয়াৰ উদ্দেশ্য হ'ল সাংবাদিক অথবা প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ সৈতে জড়িত বৃত্তিজীৰীসকলৰ মাজত আগ্ৰহৰ উদ্ৰেক ঘটোৱা। এটা প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিত সাংবাদিকসকলৰ কোন, কি, ক'ত, কেতিয়া, কেনেকৈ আৰু কিয় জড়িত থকা প্ৰশ্নবোৰৰ উত্তৰ উলিয়াব পৰাকৈ সকলো ধৰণৰ প্ৰয়োজনীয় তথ্য থাকিব লাগে যাতে সাংবাদিকে এনে প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিৰ পৰাই সহজে তেওঁলোকৰ নিজা সংবাদ প্ৰস্তুত কৰিব পাৰে।

চিন্তা চৰ্চা কৰক ১১.৩



দেশ অথবা ৰাজ্যত উদ্ভৱ হোৱা যিকোনো এটা জৰুৰী পৰিস্থিতি বোধ কৰাৰ দিক্ নিৰ্দেশনা প্ৰদান কৰিবলৈ ৰাজ্য চৰকাৰে আয়োজন কৰা কৰ্মশালা এখনৰ বিষয়ে জনাই এটা প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি লিখক।

বহিঃ মাধ্যম (Outdoor Media)

আপুনি কোনো এটা বিশেষ কোম্পানীৰ দুচকীয়া বাহন অথবা ধুনীয়া মহিলাৰ মুখৰয়বৰ চিত্ৰৰে সৈতে কোনো প্ৰসাধন সামগ্ৰীৰ বৰ্ণনা থকা ডাঙৰ ডাঙৰ ফলকবোৰ দেখা নাই জানো? এই বিজ্ঞাপন ফলকবোৰক হোৰ্ডিং (Hoarding) বুলি কোৱা হয়। আজিকালি বহুতো হোডিং বিজুলী শক্তিৰে সক্ৰিয় কৰি ৰখা হয়। এইবোৰক 'ইলেক্ট্ৰ'নিক হোৰ্ডিং' বোলে। এনে হোৰ্ডিংবোৰ অধিক আকৰ্ষণীয় আৰু এইবোৰে সহজে দৰ্শকৰ দৃষ্টি আকৰ্ষণ কৰে।

এই হোডিংবোৰ হ'ল, জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াবোৰে বহুলভাৱে ব্যৱহাৰ কৰা বহিঃমাধ্যমৰ সৰ্বশ্ৰেষ্ঠ উদাহৰণবোৰৰ এটা।

একেদৰে, আপুনি নিশ্চয় বাছৰ দৰে বিভিন্ন যান-বাহনৰ বহিঃপৃষ্ঠত চকলেট অথবা তেনেধৰণৰ খোৱাবস্তুৰ বিজ্ঞাপন অংকিত কৰা /আঠা লগোৱা দেখিছে। এনে বিজ্ঞাপন বাছ আস্থান, বিমান বন্দৰ আৰু ৰেলৰে' ষ্টেশ্যনতো দেখিবলৈ পোৱা যায়। এনে লিখিত বাৰ্তাৰ ৰূপটোক 'পোষ্টাৰ' () বোলা হয়। এনে পোষ্টাৰবোৰৰ বিশেষত্ব হ'ল ইয়াত দৰ্শনসাধ্য বাৰ্তাটো অধিক আকৰ্ষণীয় ৰূপত উপস্থাপন কৰাত গুৰুত্ব দিয়া হয় যাতে ই তৎক্ষণাত দৰ্শকৰ দৃষ্টি আকৰ্ষণ কৰিব পাৰে। পোষ্টাৰ বাৰ্তাবোৰত সুন্দৰ ছবি আৰু মনোযোগ আকৰ্ষণকাৰী শিৰোনাম একোটা থাকে। সংযোগৰ এই ৰূপটো দৰ্শকক কোনো এবিধ নিৰ্দিষ্ট সামগ্ৰী অথবা ধাৰণাৰ বিষয়ে সোঁৱৰাই থাকিবলৈ ব্যৱহাৰ কৰা হয়।

সম্প্ৰচাৰ মাধ্যম

আপুনি নিশ্চয় ৰেডিঅ' আৰু টেলিভিছ্নৰ দৰে মাধ্যমবোৰক যে সম্প্ৰচাৰ মাধ্যম বোলা হয় সেয়া জানে। এইবাৰ আমি জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্ৰচাৰৰ কামত কেনেদৰে এই সম্প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰ ব্যৱহাৰ কৰে সেই বিষয়ে আলোচনা কৰিম। টেলিভিছ্নৰ উদাহৰণটোলৈকে চাওক। আপুনি নিশ্চয় এই মাধ্যমটোৰ জৰিয়তে সম্প্ৰচাৰিত হোৱা বিভিন্ন তথ্য দেখা পাইছে। এই মাধ্যমটোৰ বৈশিষ্ট্য হ'ল- ই এটা দৃশ্য-শ্ৰব্য মাধ্যম। ইয়াত বিভিন্ন ধৰণৰ বিশেষ প্ৰভাৱ সৃষ্টি কৰিব পাৰি। তথ্যৰ সৈতে সংযোজিত এনে প্ৰভাৱবোৰে দৰ্শকক আকৰ্ষিত আৰু মনোযোগী কৰি তোলে। দৰ্শনসাধ্য আৰু শ্ৰৱনসাধ্য দুয়োধৰণৰ উপাদান মিহলি কৰি প্ৰস্তুত কৰা বিজ্ঞাপনবোৰ হ'ল জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাত ব্যৱহৃত এবিধ সাধাৰণ আহিলা।

এইবাৰ নব্য মাধ্যমৰ উদাহৰণটোলৈ মন কৰক। এনে মাধ্যমত ছবি দেখা পোৱাৰ লগতে বাৰ্তা অথবা সংগীত শুনাৰো সুবিধা আছে। এনে মাধ্যমত ব্যৱহৃত ছবিবোৰৰ কিছুমান বৈশিষ্ট্য আছে। এনে ছবি গতিশীল হোৱাৰ লগতে ছবিবোৰত ধ্বনিও সংযোজন কৰিব পৰা যায়। এনে ধৰণৰ কথা কোৱা আৰু জীৱন্ত যেন লগা ছবিবোৰে দৰ্শকক গভীৰভাৱে প্ৰভাৱিত কৰে। সংগীত অথবা নৃত্যৰ 'ৰিয়েলিটী শ্ৱো' (হুবহু প্ৰদৰ্শন), ক্ৰিকেট খেলৰপোনপটীয়া সম্প্ৰচাৰ আদিয়ে বৰ্তমান বৃহৎ বৃহৎ ব্যৱসায়িক সংস্থাবোৰৰ পৃষ্ঠপোষকতা লাভ কৰে। এনে অনুষ্ঠানবোৰ নব্য মাধ্যমৰ উদাহৰণ। এনে অনুষ্ঠানবোৰত প্ৰচাৰিত বিজ্ঞাপনৰ জৰিয়তে কোনো এবিধ বিশেষ সামগ্ৰীৰ প্ৰতি

ৰাজহুৱা মনোযোগ সৃষ্টি কৰিব পৰা যায়।

এতিয়া এই মাধ্যমবোৰক মৌখিক তথা ছপা মাধ্যমৰ বিভিন্ন ৰূপৰ সৈতে তুলনা কৰি চাও আহক। সম্প্রচাৰ মাধ্যমৰ তুলনাত ছপা মাধ্যম সম্পূর্ণ স্থবিৰ। নব্য মাধ্যমত ছবিআৰু কথা একেসময়তেদেখা আৰু শুনা পোৱা যায়। কিন্তু ছপা মাধ্যমত বার্তাবোৰ কেৱল লিখিত ৰূপতহে প্রকাশ।

ওপৰৰ আলোচনাৰ পৰা গম পোৱা গ'ল যে সম্প্রচাৰ মাধ্যমবোৰে আন্তঃক্রিয়াৰ সম্ভাৱনীয়তা বহন কৰে। এই বিশেষত্বটোৰ বাবে সম্প্রচাৰ মাধ্যমৰ জৰিয়তে লক্ষ্য দর্শকৰ সন্মুখত সৃজনাত্মাক আৰু আকর্ষণীয় বার্তা উপস্থাপন কৰিব পৰা যায়। ছবিৰ গতিশীল ৰূপ আৰু শব্দ সংযোজন কৰিব পৰা সুবিধাটোৰ বাবে এই মাধ্যমটো সংযোগৰ এক আকর্ষণীয় আহিলাত পৰিণত হৈছে।

প্রচাৰ মাধ্যমৰ আন কেইটামান ৰূপ

জনপ্রিয় তাৰকা / ব্যক্তিত্ব থকা বিজ্ঞাপন (Celebrity Endorsements)

আপুনি নিশ্চয় ৰেডিঅ' অথবা টেলিভিছন বিজ্ঞাপনত কোনো এগৰাকী জনপ্রিয় তাৰকা অথবা ব্যক্তিত্বই কোনো এবিধ বিশেষ পণ্যদ্রব্যৰ ব্রেণ্ড অথবা সুগন্ধি দ্রব্য অথবা দন্তমঞ্জনৰ বিষয়ে কোৱা শুনিছে অথবা দেখিছে। এনে বিজ্ঞাপনৰ বাবে কোম্পানীবোৰে সদায় দর্শকৰ মাজত জনপ্রিয় তাৰকা /ব্যক্তিত্বক বাছনি কৰে। তেওঁলোকৰ কথাই শ্রোতা /দর্শকক সামগ্রীবিধ কিনিবলৈ উৎসাহিত কৰে।

এনে ধৰণৰ পোষকতাকাৰী প্রচাৰকেই 'চেলিব্রিটি এন্দ'র্চমেণ্ট' বোলে। এনে বিজ্ঞাপনবোৰ হ'ল জনসম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী এবিধ আহিলা। এনে বিজ্ঞাপনে শীতল পানীয়, চাবোন, খাদ্য সামগ্রী, বস্ত্র, দন্তমঞ্জন, অন্য পেয় পদার্থ আদিৰ বিষয়ে লক্ষ্য দর্শক গোটক সজাগ কৰি তোলে আৰু সামগ্রীবিধ কিনিবলৈ এনে গোটবোৰক প্রভাৱিত নাইবা উৎসাহিত কৰে।

প্রদর্শনী (Exhibitions)

আপুনি কেতিয়াবা কোনো প্রদর্শনী চাবলৈ গৈছেনে? এনে প্রদর্শনীৰ বাবে কোনো মুকলি অঞ্চল অথবা ডাঙৰ সভাগৃহ আদি বাছি লোৱা হয়। ইয়াত বিভিন্ন ধৰণৰ সামগ্রী দর্শকে চাব পৰাকৈ মুকলি ৰখা হয় অথবা বিক্রী কৰা হয়। আপুনিও নিশ্চয় এনে প্রদর্শনীৰ পৰা কেতিয়াবা কিবা সামগ্রী কিনিছে। এনে প্রদর্শনীত বিভিন্ন নতুন সামগ্রীৰ তথ্য পোৱা যায় নাইবা অনতিপলমে বজাৰ আহি পাবলগীয়া সামগ্রীৰ বিষয়ে গম পোৱা যায়।

এই বৈশিষ্ট্যবোৰৰ আধাৰত আমি ক'ব পাৰোঁ যে-

- প্রদর্শনী হ'ল জনসম্পর্ক ৰক্ষাকাৰী কার্যকলাপ উন্নত কৰাৰ এবিধ গুৰুত্বপূর্ণ আহিলা।
- প্রদর্শিত সামগ্রীবোৰে দর্শকৰ মনত দীর্ঘদিনীয়া প্রভাৱ পেলায়।
- প্রদর্শনীত বৃহৎ সংখ্যক লোকে অংশগ্রহণ কৰে।
- প্রদর্শনীবোৰে ব্যৱসায় বৃদ্ধি কৰাৰ নতুন পথ মুকলি কৰি দিয়ে।



অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ১ ঃ প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ প্ৰধান ৰূপবোৰ কি কি?

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৪ ঃ প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি মানে কি?

.....

.....

১১.৫ এটা সংহত জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আৰ্হি

এতিয়ালৈকে আপুনি জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াই প্ৰচাৰৰ কামত ব্যৱহাৰ কৰা প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ বিভিন্ন আহিলাৰ বিষয়ে বহুতো কথা জানিব পাৰিলে। এইখিনিতে আপোনাৰ মনত উদয় হ'ব পৰা প্ৰশ্নটো হ'ল- কেনেধৰণৰ প্ৰচাৰৰ বাবে কেনেধৰণৰ মাধ্যম উপযুক্ত? এই প্ৰশ্নটোৰ উত্তৰ আমি এটা সংহত জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আৰ্হিত বিচাৰি উলিয়াব পাৰোঁ।

যিকোনো জনসম্পৰ্কৰক্ষী কাৰ্যসূচী পৰিকল্পনাকাৰীয়ে পোন প্ৰথমে জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ পৰম্পৰাগত পন্থাবোৰৰ বিষয়ে জানি লোৱা উচিত। যিবোৰ পন্থা বহল আৰু কৌশলপূৰ্ণ ভাৱে প্ৰয়োগ কৰা হৈ আহিছে সেইবোৰৰ বিষয়ে ভালদৰে জানিলেহে এক ফলপ্ৰসূ প্ৰচাৰ পৰিকল্পনা যুগুতাব পৰা যায়। এক প্ৰভাৱশালী জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাকাৰী কাৰ্যসূচী যুগুত কৰাৰ সময়ত পৰম্পৰাগত গণ মাধ্যমবোৰৰ কৌশলৰ লগতে সম্পূৰ্ণ ব্যক্তিগতকৃত আন্তৰ্ব্যক্তিক সংযোগ কৌশলবোৰৰ উপযুক্ত সমন্বয় সাধন কৰা উচিত।

এই কথাটোক বাস্তৱ ৰূপ দিবলৈ কিৰ্ক হালাহান (Kirk Hallahan) এ এটা সংহত জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আৰ্হি উপস্থাপন কৰিছি। তেওঁ কৈছিল যে এই আৰ্হিটো ব্যৱহাৰ কৰি জনসম্পৰ্ক ৰক্ষী বিষয়াসকলে কৌশলগতবাৱে প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰক কামত খটুৱাব পাৰে আৰু কাৰ্যসূচী পৰিকল্পনা ফলপ্ৰসূ কৰি তুলিব পাৰে। এই আৰ্হিটোৱে বিভিন্ন প্ৰকাৰৰ প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ মাজৰ পৰা উপযুক্ত প্ৰচাৰ মাধ্যমটো কেনেদৰে বাছি উলিয়াব পাৰি মুখ্যতঃ সেই দিশত মনোনিৱেশ কৰে। আৰ্হিটোৰ মতে জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ বাবে ব্যৱহৃত সকলোবোৰ প্ৰচাৰ মাধ্যমকে পাঁচটা প্ৰধান ভাগত ভগাব পাৰি।

১) **ৰাজহুৱা মাধ্যম** (Public Media)

২) **আন্তঃক্ৰিয়াশীল মাধ্যম** (Interactive Media)

৩) **নিয়ন্ত্ৰিত মাধ্যম** (Centrolled Media)

৪) **বিশেষ অনুষ্ঠান আৰু দল** (Events and Groups)

৫) **মুখামুখি সংযোগ** (One to one communication)

বৈশিষ্ট্য	ৰাজহুৱা মাধ্যম	আন্তঃক্রিয়াশীল মাধ্যম	নিয়ন্ত্রিতমাধ্যম	বিশেষ অনুষ্ঠান /দল	মুখামুখি সংযোগ
প্রধান প্রয়োগ	সজাগতা সৃষ্টি	প্রশ্নৰ উত্তৰ, তথ্যৰ আদান-প্রদান	প্রচাৰ; বিস্তৃত তথ্য উপস্থাপন	অংশগ্রহণকাৰীক উৎসাহ প্রদানকাৰী মনোভাৱ সুদৃঢ়কাৰী	প্রতিশ্রুতি আহৰণকাৰী সমস্যা সমাধান -কাৰী
উদাহৰণ	বাতৰিকাকত, ৰেডিঅ',টিভি	কম্পিউটাৰ ভিত্তি; ডব্লিউ ডব্লিউ ডব্লিউ ডেটাবেৰ্চ ই-মেইল তালিকা চার্ভাৰ; সংবাদ গোট; চেট ৰুম; বুলেটিন বোৰ্ড	ব্ৰ'চছাৰ, সংবাদ পত্ৰ, পৃষ্ঠাপোষ -কতাকাৰীৰ আলোচনা, বার্ষিক প্রতিবেদন, কিতাপ, পোনপটীয়া মেইল ক্রয় কৰিবলগীয়া বৈশিষ্ট্য উল্লেখ থকা বিজ্ঞাপন প্রদর্শন;ভিজিঅ'	ভাষণ,প্রদর্শনী মেল-মিটিং অধিৱেশন, প্রদর্শন, ৰেলী, পৃষ্ঠপোষকতাবাদ বিভিন্ন ধৰণৰ বার্ষিকী উদ্‌যাপন	ব্যক্তিগত ভাৱে লগধৰা, ল'বি সৃষ্টি ব্যক্তিগত ভাৱে চিঠি লিখা, টেলিফোন কৰা বার্তা লাপ,টেলি মার্কেটিং
সংযোগৰ	অ-ব্যক্তিগত	অ-ব্যক্তিগত	অ-ব্যক্তিগত	অর্ধ-ব্যক্তিগত	ব্যক্তিগত
সংযোগৰ দিশ	একমুখী	ঈষৎ দ্বি-মুখী	একমুখী	ঈষৎ দ্বি-মুখী	দ্বি-মুখী
প্রযুক্তিগত আধুনিকতা	উচ্চ	উচ্চ	মধ্যমীয়া	মধ্যমীয়া	নিম্ন
চেনেলৰ মালিকী স্বত্ব	প্রচাৰ মাধ্যম প্রতিষ্ঠান	উমৈহতীয়া বাহক অথবা অনুষ্ঠান	পৃষ্ঠপোষক	পৃষ্ঠপোষক অ থবা অন্য সংস্থা	মালিক বিনীন
বার্তা বাছনিকর্তা	তৃতীয় পক্ষ প্রযোজক	গ্রাহক	পৃষ্ঠপোষক অথবা যুটীয়া	পৃষ্ঠপোষক নাই **সংস্থা**	বাছনিকর্তা
শ্রোতা উচ্চ পাঠক দর্শকৰ অংশগ্রহণ	নিম্ন	উচ্চ	মধ্যমীয়া	মধ্যমীয়া	
প্রসাৰ	বিস্তৃত	মধ্যমীয়া-নিম্ন	মধ্যমীয়া-নিম্ন	নিম্ন	নিম্ন
প্রতিটো প্রচাৰৰ বিপৰীতে হোৱা ব্যয়	উচ্চ	মধ্যমীয়া-নিম্ন	মধ্যমীয়া-নিম্ন	নিম্ন	নিম্ন
ফল প্রসূতাৰ প্রধান চালনশক্তি	প্রতিযোগিতা প্রচাৰ মাধ্যমৰ ভিৰসুচলতা	সহজলভ্যতা,	আৰ্হি, বিতৰণ	অংশগ্রহণকাৰীৰ সংখ্যা, পৰিৱেশ	সবলীকৰণ ব্যক্তিগত
প্রত্যাহ্ব					

এই আৰ্হিটোৰ পৰা বুজা যায় যে প্ৰচাৰ মাধ্যম পৰিকল্পনাৰ উপযুক্ত মাধ্যম কৌশলগত ব্যৱহাৰৰ সৈতে জটিল সম্পৰ্ক আছে। এই সম্পৰ্কক উপযুক্ত ধৰণে সংহত কৰিহে এটা জনসম্পৰ্কৰক্ষী কাৰ্যসূচী প্ৰস্তুত কৰা হয়। পৰিকল্পনা কালত বিবেচনা কৰিবলগীয়া গৌণ দিশেবোৰ হ'ল প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ উপযুক্ত বৈশি,ট্য অথবা বিশেষ আহিলাবোৰৰ সুফল অধ্যয়ন।



চিন্তা-চৰ্চা কৰক

যিকোনো এবিধ সামগ্ৰী অথবা যিকোনো এটা বহুজাতিক কোম্পানী অথবা যিকোনো এটা আন-চৰকাৰী সংস্থাৰ বাবে উপযুক্ত প্ৰচাৰ মাধ্যম ব্যৱহাৰৰ এটা কৌশলগত পৰিকল্পনা প্ৰস্তুত কৰক।

১১.৬ জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমৰ শেহতীয়া ধাৰা

সংযোগ স্থাপনৰ উপায়বোৰৰ ক্ৰমবিকাশ ঘটাৰ লগে লগে পাঠক/ শ্ৰোতা/ দৰ্শকৰ প্ৰয়োজনীয়তা আৰু অগ্ৰাধিকাৰৰ তালিকাখনো সলনি হৈছে। জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ অনুশীলনবোৰলৈ নাটকীয় পৰিৱৰ্তন আহিছে। প্ৰযুক্তিৰ এই নতুন যুগত চোছিয়েল মিডিয়া, অনলাইন মাৰ্কেটিং আৰু জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ জগতবোৰৰ কাম-কাজ ক্ষিপ্ৰ হৈ পৰাৰ লগতে ক্ষেত্ৰকেইখন অবিৰত বিৱৰ্তনৰ মাজেৰে গতি কৰি আছে। এই ক্ষেত্ৰকেইখনত প্ৰতিদ্বন্দ্বিতা আগবঢ়াব পৰাকৈতিষ্ঠি থাকিবলৈ শেহতীয়া সংবাদ আৰু ঘটনাৰাজিৰ বিষয়ে অহৰহ তথ্য সংগ্ৰহ কৰি থকাটো প্ৰয়োজনীয় হৈ পৰিছে।

এইবোৰ কাৰণতে প্ৰকাশন আৰু প্ৰচাৰ মাধ্যম গোষ্ঠীবোৰে আজিকালি ৰাজহ সংগ্ৰহৰ আৰ্হি সলনি কৰিবলৈ সক্ষম হৈছে। সংযোগৰ নতুন চেনেলৰ আত্মপ্ৰকাশ ঘটিছে আৰু আগতকৈ অধিক ব্যৱসায়িক নেতৃত্বই উদ্যোগ জগতত নিজকে প্ৰতিষ্ঠা কৰিছে।

ব্যৱসায়-বাণিজ্যৰ দ্ৰুত বিকাশে জনসম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ উপায়বোৰৰো বিকাশ ঘটাইছে। জন সম্পৰ্ক ৰক্ষাৰ আহিলা আৰু কৌশলবোৰৰো ক্ৰমবিকাশ ঘটিছে আৰু কিছু কিছু ক্ষেত্ৰত নতুন নিয়মে পুৰণি নিয়মৰ স্থান দখল কৰিছে। বৰ্তমানৰ জনসম্পৰ্ক ৰক্ষী বৃত্তিজীৱীসকলে কৰ্প,ৰেট সংযোগ আৰু বিপণন কাৰ্যসূচী গ্ৰহণ কৰিছে আৰু নিজৰ বৃত্তিৰ পৰিধি সম্প্ৰসাৰিত কৰিছে। আগলৈ এই অৱস্থা আৰু সলনি হৈ গৈ থাকিব।

ব্যৱসায়ৰ শীৰ্ষস্থানত আৰু প্ৰতিদ্বন্দ্বিতকৈ আগত থাকিবলৈ জনসম্পৰ্ক ৰক্ষী বৃত্তিজীৱীসকলে নিজৰ পৰিশ্ৰমক মূৰ্ত ৰূপ দিয়াৰ অনুশীলনত ব্ৰতী হৈ আছে। তলত কেইটামান প্ৰধান ডিজিটেল জনসম্পৰ্কৰক্ষী ধাৰাৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰা হ'ল। এই ধাৰাবোৰ অনুসৰণ কৰি বৃত্তিজীৱীসকলে নিজৰ কোম্পানী অথবা ষ্টেক হোল্ডাৰৰ সৈতে সম্পৰ্ক ৰক্ষা কৰে।

১) পৰম্পৰাগত প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিক ডিজিটেল প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তিৰ ৰূপ দিয়া হৈছে।

২) অনলাইন জগতত সুপ্ৰতিষ্ঠিত হোৱাৰ বাবে উপযুক্ত ব্যৱস্থাপনা গ্ৰহণ প্ৰয়োজনীয় হৈ পৰিছে।

৩) ধন পৰিশোধৰ বিনিময়ত প্ৰচাৰ লাভ কৰা আৰু সামাজিক বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰৰ ধাৰা অবিৰতভাৱে উৰ্দ্ধগামী হ'ব।

৪) অনলাইন সুৰক্ষাৰ গুৰুত্ব বৃদ্ধি পাব।

৫) বিভিন্ন প্ৰৱন্ধ আৰু কৰ্প'ৰেট আনুষ্ঠানিক তথ্যবোৰ তৎক্ষণাত প্ৰকাশ কৰা হ'ব।

জনসম্পৰ্কৰক্ষী বৃত্তিজীৱীৰ কৰ্তব্য দুটামান হ'ল-

১) সংকটকালীন সংযোগ ব্যৱস্থাপনা

২) ৰাজহুৱা সমস্যা অথবা প্ৰসংগৰ ব্যৱস্থাপনা

৩) সামগ্ৰী ঘটনাৰ ফলপ্ৰসূ প্ৰচাৰ

৪) প্ৰচাৰ মাধ্যম সম্পৰ্ক দক্ষতাৰে বৰ্তাই ৰখা

৫) কোম্পানী সেৱা গ্ৰহণকাৰীৰ ৰাজহুৱা দৃশ্যমানতা বৰ্তাই ৰখাত সহায় কৰা

৬) ইতিবাচক তথ্যেৰে নেতিবাচক প্ৰচাৰ ৰোধ কৰা।



অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ৫ ঃ কোনো এটা সংস্থা নাইবা প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰচাৰ বিপণন কৌশল কোনে প্ৰস্তুত কৰে?

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৬ ঃ একবিংশ শতিকাত প্ৰচলিত জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমবোৰৰ প্ৰধান ধাৰাবোৰ কি কি?

.....

.....



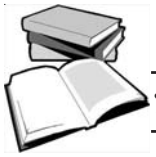
১১.৭ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

এই অধ্যায়টিত আপোনাক জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যমৰ প্ৰাথমিক কথা কিছুমান জনোৱা হ'ল। তলত অধ্যায়টিৰ কেইটামান প্ৰধান আলোচিত বিষয় চমুকৈ পুনৰ স্মৰণ কৰা হ'ল-

- প্ৰচাৰ হ'ল গণসংযোগৰ এটা উপায়। কিন্তু ই গণসংযোগৰ এটা ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া ৰূপ নহয়। ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া প্ৰচাৰৰ জৰিয়তে গণ মাধ্যমবোৰত ব্যৱসায়িকভাৱে

তাৎপর্যপূর্ণ সংবাদ প্রচাৰ কৰি ক্রেতাৰ পৰা অনুকূল সঁহাৰি আদায়ৰ চেষ্টা কৰা হয়।

- জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্রচাৰ মাধ্যমৰ বিভিন্ন ৰূপ ব্যৱহাৰ কৰে। এনে ৰূপ দুটামান হ'ল- মৌখিক সংযোগ, ছপা কার্য আৰু চিত্রৰ সহায়ত স্থাপন কৰা সংযোগ, ছপা মাধ্যম, বহিঃ মাধ্যম (বৈদ্যুতিক ফলক, হোর্ডিং, পোষ্টাৰ), সম্প্রচাৰ মাধ্যম (ৰেডিঅ', টেলিভিছন, কথাছবি), অন্য মাধ্যম (ৰেবচাইট, এন্দ'ৰ্চমেণ্ড, প্রদর্শনী) ইত্যাদি।
- প্রেছ বিজ্ঞপ্তি হ'ল জনসম্পর্কৰক্ষী বৃত্তিজীৰীয়ে প্রস্তুত কৰা চুটি আৰু সংকলিত ৰূপৰ সংবাদ।
- কির্ক হালাহানে এটা সংহত জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যমৰ আর্হি প্রস্তুত কৰিছিল।
- সংহত জনসম্পর্কৰক্ষী মাধ্যম আর্হিটোৱে বিভিন্ন প্রচাৰৰ বাবে কেনেদৰে উপযুক্ত মাধ্যম বাছনি কৰিব লাগে সেয়া নির্ণয় কৰাৰ উপায় আগবঢ়ায়।
- শেহতীয়াভাৱে জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে নব্য মাধ্যম অথবা ইণ্টাৰনেটক প্রচাৰৰ সবাতোকৈ ফলপ্রসূ আহিল্য হিচাপে ব্যৱহাৰ কৰিবলৈ লৈছে।



১১.৮ অধিক জানিবলৈ

ইংৰাজী গ্রন্থ

1. Aggarwal, Vir Bala and Gupta, V.S (2001). Handbook of Journalism and Mass Communication. New Delhi : Concept Publishing Company.

2. Heath, Robert L (2000). Handbook of Public Relation.U.S.A : Sage Publication.

3. Reddi, C.V. Narshimha (2010). Effective Public Relation and Media Strategy. New Delhi: PHI Learning Pvt.Ltd.



১১.৯ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

১ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ প্রচাৰ মানে গণ মাধ্যমত ব্যৱসায়িক দিশেৰে তাৎপর্যপূর্ণ সংবাদ উপস্থাপনৰ দ্বাৰা ক্রেতাৰ অনুকূল সঁহাৰি লাভৰ চেষ্টা চলোৱা ধন পৰিশোধ কৰিবলগীয়া গণসংযোগ পদ্ধতি নহয়। প্রচাৰ মানে হ'ল ৰেডিঅ', বাতৰিকাকত, টেলিভিছন নাইবা মঞ্চত লাভ কৰা অনুকূল উপস্থাপন সুযোগ। ইয়াৰ বাবে পৃষ্ঠপোষকে কাকো কোনো ধন পৰিশোধ নকৰে।

২ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ প্রচাৰৰ প্রধান বৈশিষ্ট্যবোৰ হ'ল- ধন পৰিশোধ কৰিব নলগা উপায়, উদ্দেশ্যধর্মিতা, কমখৰছী, ফলপ্রসূতা আৰু পুনৰাবৃত্তি ঘটাব পৰা সুবিধা।

৩ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ প্ৰধান ৰূপবোৰ হ'ল-

মৌখিক সংযোগ, ছপা কার্য আৰু চিত্ৰৰ সহায়ত স্থাপন কৰা সংযোগ, ছপা মাধ্যম, বহিঃ মাধ্যম (বৈদ্যুতিক ফলক, হোর্ডিং, পোষ্টাৰ), সম্প্ৰচাৰ মাধ্যম (ৰেডিঅ', টেলিভিছন, কথাছবি), অন্য মাধ্যম (ৰেবচাইট, এন্দ'চমেণ্ড, প্ৰদর্শনী) ইত্যাদি।

৪ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে ব্যৱহাৰ কৰা সবাতোকৈগুৰুত্বপূর্ণ লিখিত সংযোগবিধ হ'ল প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তি। ইয়াৰ জৰিয়তে তেওঁলোকে প্ৰচাৰ মাধ্যমবোৰৰ আগত কিবা বিশেষ কথা ঘোষণা কৰে। প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিবোৰ সদায় সংক্ষিপ্ত আৰু কোনো সংবাদৰ সংকলিত ৰূপ হ'ব পাৰে। জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়াসকলে প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি লিখিব লাগে। ইয়াৰ উদ্দেশ্য হ'ল সাংবাদিক অথবা প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ সৈতে জড়িত বৃত্তিজীৱীসকলৰ মাজত আগ্ৰহৰ উদ্ৰেক ঘটোৱা। এটা প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিত সাংবাদিকসকলৰ কোন, কি, ক'ত, কেতিয়া, কেনেকৈ আৰু কিয় জড়িত থকা প্ৰশ্নবোৰৰ উত্তৰ উলিয়াব পৰাকৈ সকলো ধৰণৰ প্ৰয়োজনীয় তথ্য থাকিব লাগে যাতে সাংবাদিকে এনে প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিৰ পৰাই সহজে তেওঁলোকৰ নিজা সংবাদ প্ৰস্তুত কৰিব পাৰে।

৫ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ জনসম্পর্কৰক্ষী বিষয়া অথবা বিভাগবোৰে কোনো এটা সংস্থা নাইবা প্ৰতিষ্ঠানৰ প্ৰচাৰ বিপণন কৌশলবোৰ প্ৰস্তুত কৰে।

৬ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ একবিংশ শতিকাত প্ৰচলিত জনসম্পর্ৰক্ষী মাধ্যমবোৰৰ প্ৰধান ধাৰাবোৰ হ'ল-

i) পৰম্পৰাগত প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তিক ডিজিটেল প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তিৰ ৰূপ দিয়া হৈছে।
ii) অনলাইন জগতত সুপ্ৰতিষ্ঠিত হোৱাৰ বাবে উপযুক্ত ব্যৱস্থাপনা গ্ৰহণ প্ৰয়োজনীয় হৈ পৰিছে।
iii) ধন পৰিশোধৰ বিনিময়ত প্ৰচাৰ লাভ কৰা আৰু সামাজিক বিজ্ঞাপন প্ৰচাৰৰ ধাৰা অবিৰতভাৱে উর্দ্ধগামী হ'ব।
iv) অনলাইন সুৰক্ষাৰ গুৰুত্ব বৃদ্ধি পাব।
v) বিভিন্ন প্ৰৱন্ধ আৰু কর্প'ৰেট আনুষ্ঠানিক তথ্যবোৰ তৎক্ষণাত প্ৰকাশ কৰা হ'ব।



১১.১০ আৰ্হি প্ৰশ্ন

(ক) বস্তুধর্মী প্ৰশ্ন-

প্ৰশ্ন ১ ঃ প্ৰচাৰ কি?

প্ৰশ্ন ২ ঃ প্ৰচাৰৰ বাবে ব্যৱহৃত মাধ্যমবোৰ কি কি?

প্ৰশ্ন ৩ ঃ 'ফ্লায়াৰ' মানে কি?

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

প্ৰশ্ন ১ ঃ এটা সংহত জনসম্পৰ্কৰক্ষী মাধ্যম পৰিকল্পনা যুগুত কৰি লোৱাটো কিয় প্ৰয়োজনীয়?

প্ৰশ্ন ২ ঃ ফ্লায়াৰ আৰু ব্ৰোচ্ছাৰ্চৰ মাজত কি পাৰ্থক্য আছে?

প্ৰশ্ন ৩ ঃ ছপা মাধ্যম আৰু মৌখিক মাধ্যমৰ মাজত কি পাৰ্থক্য আছে?

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

প্ৰশ্ন ১ ঃ 'প্ৰচাৰ হ'ল যিকোনো ধৰণৰ পৃষ্ঠপোষকতাকাৰী সংযোগ'- আলোচনা কৰক।

প্ৰশ্ন ২ ঃ প্ৰচাৰ মাধ্যম বুলিলে কি বুজে? প্ৰচাৰৰ কামত ব্যৱহৃত মাধ্যমবোৰৰ বিষয়ে চমুকৈআলোচনা কৰক।

প্ৰশ্ন ৩ ঃ সংহত জনসম্পৰ্কৰক্ষী আৰ্হিটো ব্যাখ্যা কৰক।

****