# অধ্যায়-১২ ঃ জনসম্পর্কৰ আহিলা

## অধ্যায় গাঁথনি

১২.১ উদ্দেশ্য
১২.২ পৰিচয়
১২.৩ জনসম্পর্কৰ আহিলা
১২.৪ গৃহ আলোচনী (House Journal)
১২.৪.১ অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনী
১২.৪.২ বাহ্যিক গৃহ আলোচনী
১২.৪.৩ বাণিজ্য আলোচনী (Trade Journal)
১২.৫ জনসম্পর্কৰ অন্যান্য প্রকাশনসমূহ
১২.৬ জনসম্পর্কৰ আন কেইটামান গুৰুত্বপূর্ণ আহিলা
১২.৬.১ মৌখিক যোগাযোগ (Oral Communication)
১২.৬.২ জাননী ফলক (বুলেটিন ব'র্ড)
১২.৬.৩ মুক্ত গৃহ (Open House)
১২.৬.৪ ভিডিঅ' আলোচনী
১২.৭ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ
১২.৮ অধিক জানিবলৈ
১২.৯ অগ্রগতিৰ খতিয়ান
১২.১০ আৰ্হি প্রশ্ন

## ১২.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টি অধ্যায়ন কৰি আপুনি—

- জনসম্পর্কৰ বিভিন্ন আহিলাৰ বিষয়ে জানিব পাৰিব।
- গৃহ আলোচনী আৰু ইয়াৰ বিভিন্নপ্রকাৰ সম্পর্কে আলোচনা কৰিব পাৰিব।
- গৃহ আলোচনী এখন প্রস্তুত কৰাৰ পর্যায়সমূহৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰিব পাৰিব।
- বিভিন্ন প্রকাশনৰ বিৱৰণ দিব পাৰিব।
- বুলেটিন ব'র্ডৰ ধাৰণাটো ব্যাখ্যা কৰিব পাৰিব।

- মুক্ত গৃহ ৰ ধাৰণাটো বিশ্লেষণ কৰিব পাৰিব।
- ভিডিঅ' আলোচনীৰ সুবিধাবোৰ বহলাই ব্যাখ্যা কৰিব পাৰিব।

## ১২.২ পৰিচয়

আপুনি ইতিমধ্যে জনসম্পর্কৰ কিছুমান মৌলিক ধাৰণা, ইয়াৰ উদ্ভৱ আৰু বিকাশ, উদ্দেশ্যধর্মী আৰু মনোযোগ আকর্ষণকাৰী প্রচাৰ, প্রতিষ্ঠান এটাত জনসম্পর্ক প্রণালী, প্রচাৰ অভিযানকে ধৰি ইয়াৰ বিভিন্ন কাম-কাজ, প্রতিষ্ঠান এটাত ইয়াৰ পৰিকল্পনা প্রক্রিয়া ইত্যাদি বিষয়ৰ সৈতে পৰিচিত হৈছে। আমি সংকট ব্যৱস্থাপনাত জনসম্পর্কৰ ভূমিকাৰ বিষয়েও আলোচনা কৰিলো।

জনসম্পর্ক হ'ল কোনো প্রতিষ্ঠান, সংগঠন, ব্র্যাণ্ড (Brand), ব্যক্তি বিশেষ, ধাৰণা নাইবা অন্য কোনো সত্ত্বাৰ (Entity) এটা গ্রহণযোগ্য ভাৱমূর্তিৰ পৃষ্ঠপোষকতা ক ৰাৰ প্রয়াস। বিপণনৰ (Marketing) সৈতে ইয়াৰ যথেষ্ট বৈসাদৃশ্য আছে। কোনো এক পণ্যদ্রব্যৰ বিক্রীৰ হাৰ উন্নত কৰাটো জনসম্পর্ক বিভাগৰ কর্মতালিকাৰ অন্তর্ভুক্ত বিষয় নহয়। পণ্য দ্রব্যবিধৰ সামগ্রিক ভাৱমূর্তিৰ পৃষ্ঠপোষকতা কৰি ইয়াৰ বাবে এক সদিচ্ছাপূর্ণ পৰিৱেশ সৃষ্টি ক ৰাটোহে জনসম্পর্ক বিভাগৰ দায়িত্ব। এই লক্ষ্যত উপনীত হ'বলৈ আমি জনসম্পর্কৰ বিভিন্ন আহিলাৰ সহায় ল'ব লাগে। এই অধ্যায়ত আমি জনসম্পর্কৰ এই আহিলাবোৰ কি আৰু কেনেধৰণৰ সেই বিষয়ে আলোচনা কৰিম।

পৰৱর্তী অধ্যায়ত (অধ্যায়-৬) আমি জনসম্পর্কৰ কিছুমান জৰুৰী বিষয়; যেনে— প্রেছ টোকা (Press Briefing), প্রত্যুত্তৰ লেখন (Rejoinder), প্রেছ বিজ্ঞপ্তি (Press Release) কেনেদৰে লিখিব লাগে, সংবাদ মেলৰ আয়োজন কেনেকৈ কৰা হয় ইত্যাদিৰ বিতং আলোচনা কৰিম। এই বিষয়বোৰে প্রচাৰ মাধ্যমৰ সৈতে সম্পর্ক স্থাপন কৰাৰ সময়ত গুৰুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন কৰে।

## ১২.৩ জনসম্পর্কৰ আহিলা

জনসম্পর্ক হ'ল কোনো এটা প্রতিষ্ঠানৰ ব্যৱস্থাপনা বিভাগ আৰু বিভিন্ন শ্রেণীৰ জনগোষ্ঠীৰ মাজত থকা যোগসূত্র। সকলোপ্রকাৰৰ যোগাযোগৰ ভিতৰত আন্তঃব্যক্তি যোগাযোগ (interpersonal communications) সম্ভৱতঃ শ্রেষ্ঠতম যোগাযোগৰ মাজৰে এটা। ইয়াক মুখামুখি যোগাযোগ (face to face communication) নাইবা চকুৰ মণিত ৰাখি কৰা যোগাযোগ (Eyeball to Eyeball Communication) বুলিও জনা যায়। কিন্তু কেতিয়াবা বিভিন্ন কাৰণত এনেধৰণৰ যোগাযোগ স্থাপন কৰিব পৰা নাযায়।

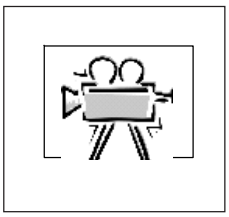
এটা প্রতিষ্ঠান বৃহদাকাৰৰ, বহু-বৃত্তিমূলক (multi-vocational) বহু পৰিচালনাত্মক (multi-

directional) প্ৰকৃতিৰ হ'ব পাৰে। সেয়েহে বিভিন্ন শ্ৰেণীভুক্ত জনগোষ্ঠীৰ কাষ চাপিবলৈ যোগাযোগৰ সঠিক মাধ্যম এটা সৃষ্টি কৰাটো অতি জৰুৰী। এই জনগোষ্ঠীসমূহৰ যোগাযোগ প্ৰয়োজনীয়তা বুজা, সঠিক যোগাযোগপ্ৰণালী বাচনি কৰা, সময়ে সময়ে পাৰদৰ্শিতা তথা প্ৰভাৱ মূল্যায়ন কৰিবলৈ প্ৰাসংগিক আন্তঃনিৰ্ভৰশীল যোগাযোগ ব্যৱস্থা (relevant communication packages) গঢ়ি তোলা আদি কামৰ দায়িত্ব জনসম্পৰ্ক বিভাগৰ বাবে সবাতোকৈ গুৰুত্বপূৰ্ণ কাম। এতিয়া জনসম্পৰ্কৰ বিভিন্ন আহিলাসমূহৰ ওপৰত চকু ফুৰাওঁ আহক।

তলত জনসম্পৰ্কৰ কিছুমান গুৰুত্বপূৰ্ণ আহিলা উল্লেখ কৰা হ'ল—

**১. প্ৰচাৰ মাধ্যম (Publicity Media)**

ক) ছপা মাধ্যম (Print Media)
খ) আনাতাঁৰ আৰু অন্যান্য শ্ৰব্য মাধ্যম (Radio & other Audio Media)
গ) টেলিভিছন
ঘ) কথাছবি
ঙ) ভিডিঅ'
চ) নতুন মাধ্যম (New Media)



**২. মৌখিক যোগাযোগ** (Oral Communication)

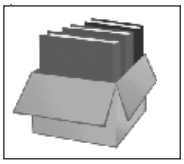
ক) সভা
খ) বক্তৃতা
গ) দলীয় আলোচনা (Group Discussion)



**৩. প্ৰকাশন** (Publication)

ক) গৃহ আলোচনী
খ) দিনপঞ্জী (Diary)
গ) কেলেণ্ডাৰ
ঘ) ক্ষুদ্ৰ সংবাদ পত্ৰ (News Letter)
ঙ) বাৰ্ষিক প্ৰতিবেদন
চ) ফটোগ্ৰাফ
ছ) ছবি থকা এলবাম (Pictorial album)
জ) কিতাপ
ঝ) ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকা (Booklet)
ঞ) ইস্তাহাৰ পুস্তিকা (Pamphlet)
ট) প্ৰচাৰ পুস্তিকা (Brochure)
ঠ) ইস্তাহাৰ (Leaflet)



ড) ফ'ল্ডাৰ

৪. **বিজ্ঞাপন** (Advertising)

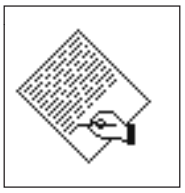


ক) পোনপটীয়া পত্ৰ (Direct Mail)

খ) বহিঃবিজ্ঞাপন (Outdoor Advertising)

গ) আন্তঃবিজ্ঞাপন (Indoor advertising) (ছপা, অনাতাঁৰ, টেলিভিছন, নতুন মাধ্যম ইত্যাদি)

**৫. সংবাদ মাধ্যমৰ সৈতে সম্পর্ক**

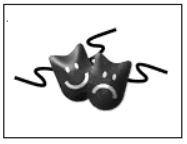


ক) প্ৰেছ মেল (Press Conference)

খ) প্ৰেছ টোকা (Press Briefing)

গ) প্ৰেছ ভ্ৰমণ (Press Tour)

৬. **অনুষ্ঠান** (Events)



ক) প্ৰদৰ্শনী

খ) মুক্ত গৃহ (Open House)

গ) সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠান

ঘ) বিশেষ অনুষ্ঠান



**অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ**

প্ৰশ্ন নং ১ ঃ জনসম্পর্কৰ আহিলা বুলিলে কি বুজে?

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ২ ঃ তলৰ উক্তিবোৰৰ শুদ্ধ উত্তৰ দিয়ক—

ক) বিজ্ঞাপন জনসম্পর্ক বিভাগৰ এটা আহিলা। হয়/নহয়

খ) ইণ্টাৰনেট নতুন মাধ্যমৰ এটা অংশ। হয়/নহয়

গ) জনসম্পর্ক ব্যৱস্থাপনা বিভাগ আৰু বিভিন্ন জনগোষ্ঠী-সমূহৰ মাজৰ যোগসূত্ৰ নহয়। হয়/নহয়



**অনুশীলনী ঃ ১২.১**

১. নিকটৱৰ্তী শিক্ষানুষ্ঠান এখনলৈ যাওক। এখন জনসম্পর্কআঁচনি প্ৰস্তুত কৰক।

নিজৰ পছন্দমতে জনসম্পর্ক আহিলাবোৰৰ এখন তালিকা যুগুত কৰক।

## ১২.৪ গৃহ আলোচনী (House Journal)

বিভিন্ন প্ৰতিষ্ঠানে প্ৰকাশ কৰা নিজস্ব গৃহ আলোচনীবোৰে জনসম্পর্ক ৰক্ষা কৰাত এক উল্লেখযোগ্য অৱদান আগবঢ়াই আহিছে। নিয়োগকৰ্তা আৰু কৰ্মচাৰীৰ মাজত দ্বৈত যোগাযোগ প্ৰক্ৰিয়াটোত গৃহ আলোচনীয়ে এক গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা পালন কৰে। ৰাজহুৱা আৰু ব্যক্তিগত উভয় খণ্ডৰে বেছিভাগ প্ৰতিষ্ঠানে, বিশেষকৈ উদ্যোগ প্ৰতিষ্ঠানসমূহে নিজা গৃহ আলোচনী প্ৰকাশ কৰে। এনে আলোচনী প্ৰকাশৰ মূল উদ্দেশ্য হ'ল প্ৰতিষ্ঠানৰ ব্যৱস্থাপনা বিভাগে গ্ৰহণ কৰা বিভিন্ন নীতি আৰু কাৰ্যসূচীৰ বিষয়ে ব্যাখ্যা কৰি কৰ্মচাৰীসকলক উন্নত কৰ্মকুশলতাৰ পৰিচয় দিবলৈ অনুপ্ৰাণিত কৰা। এনেধৰণৰ প্ৰকাশনে দলীয় মেজাজ (Team Spirit) সৃষ্টি তথা ব্যৱস্থাপনা বিভাগ আৰু কৰ্মচাৰীৰ মাজৰ পাৰস্পৰিক বুজাবুজি বৃদ্ধি কৰাত যথেষ্ট সহায় কৰে। ই কৰ্মচাৰী-সকলক তেওঁলোকৰ প্ৰতিভা আৰু সৃজনীশীল লেখনি তথা মতামত ব্যক্ত ক ৰাৰ সুযোগ দিয়ে। এনে আলোচনীয়ে যোগাযোগ ব্যৱধান আঁতৰ কৰাটো সহায় কৰে। গৃহ আলোচনীবোৰৰ জৰিয়তে ব্যৱস্থাপনা বিভাগে সাধাৰণ ৰাইজ আৰু ই কায চাপিব খোজা জনগোষ্ঠীসমূহৰ সৈতে সৌহাৰ্দপূৰ্ণ সম্পর্ক স্থাপন কৰিব পাৰে।

এখন গৃহ আলোচনী সাধাৰণতে নিৰ্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰালত নিয়মীয়াকৈ প্ৰকাশ কৰা হয়। গৃহ আলোচনী সাধাৰণতে তিনিপ্ৰকাৰৰ ঃ

ক) অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনী।

খ) বাহ্যিক গৃহ আলোচনী।

গ) বাণিজ্য আলোচনী।

### ১২.৪.১ অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনী

অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনীৰ পঢ়ুৱৈসকল হ'ল প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ ভিতৰ চ'ৰাৰ সদস্যসকল। এওঁলোকৰ ভিতৰত আছে কৰ্মচাৰী, শ্বেয়াৰ হ'ল্ডাৰ ইত্যাদি। সৎ, কৰ্মদক্ষতা, কঠোৰ পৰিশ্ৰম, অপচয় ৰোধ, সুৰক্ষা সাৱধানতা ইত্যাদি বিভিন্ন বিষয়ত

কর্মচাৰীসকলক শিকাই-বুজাই তুলি তেওঁলোকৰ সহযোগিতা আদায় কৰিবলৈ এনে আলোচনীসমূহে প্ৰয়াস কৰে। একে সময়তে কর্মচাৰীবৃন্দই আলোচনীখনক তেওঁলোকৰ মতামত আৰু সৃজনীশীলতা প্ৰকাশৰ এখন মঞ্চ হিচাপে ব্যৱহাৰ কৰিব পাৰে যাতে প্ৰতিষ্ঠানৰ ব্যৱস্থাপনা বিভাগে তেওঁলোকৰ প্ৰতিভাৰ উমান পায়। কোনো বিষয় অথবা নীতি সন্দৰ্ভত অভ্যন্তৰীণ জনগোষ্ঠীৰ মত-অমতৰ বিষয়েও এই আলোচনীবোৰৰ পৰাই জানিব পৰা যায়।

## ১২.৪.২ বাহ্যিক গৃহ আলোচনী

এনেধৰণৰ আলোচনী বাহ্যিক জনগোষ্ঠী; যেনে— ছেলছ্‌মেন, ছেলছ এজেণ্ট, বিত্তীয় সম্প্ৰদায়, সাংবাদিক, সংবাদ মাধ্যমৰ কার্যালয়, বিধান পৰিষদৰ সদস্য, ডীলাৰ, গ্ৰাহক আদি পঢ়ুৱৈৰ বাবে প্ৰকাশ কৰা হয়। সহজ অর্থত ই হ'ল এক বিপণন প্ৰকাশন (marketing publication)। ইয়াত উৎপাদনৰ বিষয়ে আৰু তেনে উৎপাদনে গ্ৰাহকৰ কেনে উপকাৰ সাধিব সেই বিষয়ে উল্লেখ থাকে। এনে আলোচনীয়ে বিক্ৰী আৰু ব্যৱসায় বৃদ্ধিৰ ওপৰত জোৰ দিয়ে। ইয়াতেই প্ৰতিষ্ঠানৰ ভৱিষ্যৎ পৰিকল্পনাবোৰৰ তথ্য লাভ কৰিব পাৰে। এনে আলোচনী পঢ়ি বাহ্যিক জনগোষ্ঠীয়ে প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ প্ৰকৃতি স্পষ্টকৈ বুজিব পাৰে।

## ১২.৪.৩ বাণিজ্য আলোচনী

বাণিজ্য আলোচনীবোৰে কোনো প্ৰতিষ্ঠানৰ বাণিজ্য, সা-সঁজুলি, কাৰিকৰী উন্নতি আদি বিষয়ৰ তথ্য প্ৰকাশ কৰে। গৃহ আলোচনীবোৰৰ দৰে বাণিজ্য আলোচনীবোৰে প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ ভাৱমূৰ্তি গঢ়াৰ কামটোৱে কেৱল নকৰে। বাণিজ্য আলোচনীবোৰ বাণিজ্য আৰু গৃহ আলোচনী দুয়োটাৰে সংমিশ্ৰণত প্ৰকাশ পায়। এনে আলোচনীয়ে বাণিজ্য বিষয়ক কাৰিকৰী তথ্যৰ লগতে কর্মচাৰী তথা প্ৰতিষ্ঠানটোৰ তথ্যও প্ৰকাশ কৰে।

### গৃহ আলোচনী প্ৰকাশৰ উপায়

গৃহ আলোচনী প্ৰকাশ কৰাৰ লক্ষ্য আৰু উদ্দেশ্য হ'ল কর্মচাৰীসকলৰ মাজৰ সম্পর্ক নিকপকপীয়া কৰা আৰু তেওঁলোকক একতাৰ ডোলেৰে বান্ধি ৰখা। গৃহ আলোচনী এখন প্ৰকাশ কৰাৰ সিদ্ধান্ত লোৱাৰ পাছত কৰিবলগীয়া প্ৰথম কামটো হ'ল নাম পঞ্জীয়ন। 'প্ৰেছ আৰু কিতাপ পঞ্জীকৰণ আইন'ৰ (Press and Registration of Books Act) অধীনত প্ৰেছ পঞ্জীয়কৰ কার্যালয়ত সকলো আলোচনীৰে পঞ্জীয়ন কৰাব লাগে। পঞ্জীয়ন কার্যালয়ে আলোচনীৰ নামটোক সেউজ সংকেত দিলেহে

সেই নামেৰে আলোচনী প্ৰকাশ কৰিব পৰা যায়। নাম পঞ্জীকৰণৰ পৰ্যায় শেষ হোৱাৰ পাছত আলোচনীখনৰ মুদ্ৰক আৰু প্ৰকাশকে এগৰাকী উপায়ুক্ত (Deputy Commissioner) নাইবা মহকুমা দণ্ডাধীশৰ (Sub-Divisional Magistrate) আগত এখন ঘোষণাপত্ৰ দাখিল কৰিব লাগে। আলোচনীখন এই বিষয়া দুগৰাকীৰ নিয়ন্ত্ৰণাধীন এলেকাৰ ভিতৰত পৰা প্ৰকাশিত হ'ব লাগিব। ঘোষণা-পত্ৰত আলোচনীখনৰ সবিশেষ তথ্য; যেনে— নাম, ভাষা, লক্ষ্য আৰু উদ্দেশ্য প্ৰকাশৰ নিৰ্ধাৰিত সময় ইত্যাদি উল্লেখ কৰিব লাগে।

কৰ্মচাৰীসকলে, বিশেষকৈ বৰ্তমান প্ৰজন্মৰ কৰ্মচাৰীসকলে সেৱা আগবঢ়াই থকা প্ৰতিষ্ঠান-টোৰ কাৰ্যকলাপৰ প্ৰতি আগ্ৰহ দেখুওৱা পৰিলক্ষিত হৈছে। কোম্পানীটোৱে কেনেধৰণৰ সমস্যাৰ সৈতে যুঁজি আছে, কিমান লাভ আহৰণ কৰি আছে ইত্যাদি কথা কৰ্মচাৰীসকলে হয়তো জানিব খোজে। বিভিন্ন দিশত ইয়াৰ উন্নতিৰ সম্ভাৱনা বিস্তাৰ আৰু বিকাশৰ পৰিকল্পনা আদি বিষয় জানিবলৈ তেওঁলোক আগ্ৰহী হ'ব পাৰে। আলোচনীখনত এনেবোৰ বিষয়ৰ তথ্য প্ৰকাশ কৰাটো অতি জৰুৰী। বিষয়সূচীত কেৱল ব্যৱস্থাপনা বিভাগক লৈ লেখা লেখনিকে স্থান দিব নালাগে। বিবাহ, জন্ম, খেল-ধেমালি, সাংস্কৃতিক কাৰ্যসূচী, জ্ঞানৱৰ্ধক বিষয়, সফলতা ইত্যাদি কৰ্মচাৰীৰ আগ্ৰহ বৃদ্ধিকাৰক বিষয়ৰ ওপৰত লেখা লেখনিকো স্থান দিয়া উচিত। আলোচনীখনে কৰ্তৃপক্ষ আৰু কৰ্মচাৰী উভয়কে শিক্ষা আৰু মনোৰঞ্জনৰ খোৰাক যোগাব পাৰিব লাগিব। সেয়েহে ইয়াৰ মনোৰঞ্জনকাৰী শিতানত কার্টুন, চুটিগল্প, কুইজ, প্ৰবন্ধ ইত্যাদি অন্তৰ্ভুক্ত কৰিব লাগে। পৰিয়াল পৰিকল্পনা, সুৰক্ষা, সঞ্চয় আদিৰ দৰে গুৰুত্বপূৰ্ণ শিক্ষামূলক বিষয় জনপ্ৰিয় শৈলীত লিখি প্ৰকাশ কৰাৰ দিহা কৰিব লাগে। নিয়োগকৰ্তা আৰু কৰ্মচাৰী দুয়োপক্ষই আলোচনীখন প্ৰকাশৰ কামত হাত উজান দিব লাগে।

## আৰ্হি (Format)

প্ৰকাশন ক্ষেত্ৰত দুইধৰণৰ ফৰমেটৰ ব্যৱহাৰ হয়—

ক) টেবলয়ড আৰু

খ) আলোচনী

আলোচনী ফ'ৰমেটৰ পৃষ্ঠাৰ আকাৰ সাধাৰণতে (৮×১১) ইঞ্চি নাইবা প্ৰায় (৬×৯) জোখৰ হয়। প্ৰতিটো পৃষ্ঠাতে দুটা নাইবা তিনিটা ক'লাম (Column) থাকে। ফাইন হাফ টোন (Fine Half Tone)এৰে ক'টেড ষ্টকত (Coated Stock) ছপা কৰা হয়।

**ক'টেড ষ্টক ঃ** বোকাৰ পাতল প্ৰলেপযুক্ত কাগজ নাইবা কাগজৰ ব'ৰ্ড। বোকাৰ প্ৰলেপে মুদ্ৰণত উজ্জ্বল ৰঙবোৰৰ প্ৰতিৰূপ সৃষ্টি কৰাত সহায় কৰে।

**হাফ টোন ঃ** ই এটা ৰিপ্ৰ'গ্ৰাফিক কৌশল। ৰিপ্ৰ'গ্ৰাফিক মানে হ'ল বৈদ্যুতিক মাধ্যমেৰে চিত্ৰলেখৰ প্ৰতিৰূপ সৃষ্টি কৰা।

**নিউজপ্ৰিণ্ট ঃ** ঈষৎ হালধীয়া মিশ্ৰিত (Off White) নাইবা পাতল বাদামী (Light Brown) ৰঙৰ, কোমল কাগজৰ মণ্ড (Woodpulp paper) যি বাতৰিকাকতৰ বাবে ব্যৱহৃত হয়।

টেবলয়ড বাতৰিকাকত নাইবা সচিত্ৰ আলোচনী ফ'ৰমেট সাধাৰণতে প্ৰায় (১২×১৫) ইঞ্চি প্ৰতি পৃষ্ঠা জোখৰ হয়। খহটা স্ক্ৰীণ হাফ টোন-এৰে নিউজপ্ৰিণ্ট ষ্টক-ত (Coarse screen half tones) ছপা কৰা হয়। এনেপ্ৰকাৰৰ প্ৰকাশনৰ প্ৰধান বৈশিষ্ট্য হ'ল, সামগ্ৰিকভাৱে ইয়াত লেখনিসমূহ আকৰ্ষণীয় ৰূপত ফীচ্চাৰ ট্ৰিটমেণ্ট (Feature Treatment) শৈলীত ছপা কৰা হয়। ডাঙৰ ডাঙৰ চিত্ৰ ব্যৱহাৰ কৰা হয়। বহুতে টেব্লয়ড পদ্ধতি পছন্দ কৰাৰ প্ৰধান কাৰণ হ'ল চিলাই, বাইণ্ডিং আৰু বেটুপাত তৈয়াৰ কৰাৰ সমস্যাৰ পৰা হাত সৰা। কাৰণ, এনেবোৰ কামত খৰছ অধিক হয় আৰু পৃথককৈ মনোযোগ দিবলগীয়া হয়।

প্ৰত্যেক প্ৰতিষ্ঠানে আলোচনী এখন প্ৰকাশ কৰাৰ প্ৰধান উদ্দেশ্য, পঢ়ুৱৈ সমাজ আৰু কিমান সময়ৰ অন্তৰালত আলোচনীখন প্ৰকাশ কৰা হ'ব ইত্যাদি বিষয় বিবেচনা কৰি অনুকূল ফ'ৰমেট এটা গ্ৰহণ কৰিব লাগে।

## প্ৰকাশ কাল (Periodicity)

এনে আলোচনী মাহেকীয়া হোৱা ভাল। মাহেকীয়া আলোচনী এখনে সংবাদ খৰতকীয়া-ভাৱে প্ৰচাৰিত হোৱাটো সুনিশ্চিত কৰে। কৰ্মচাৰীসকলেও নিয়মীয়াকৈ শেহতীয়া গতি-বিধিৰ উমান পাই থাকে।

## সংবাদ সংগ্ৰহ

এগৰাকী জনসম্পৰ্কৰক্ষী কৰ্মীৰ প্ৰধান দায়িত্ব হ'ল তেওঁ কাম কৰি থকা প্ৰতিষ্ঠানটোৰ বিষয়ে বাতৰি সংগ্ৰহ কৰা। বিভিন্ন বিভাগ তথা শাখাসমূহৰ মুৰব্বীৰ জৰিয়তে সংবাদ সংগ্ৰহ কৰিব পৰা যায়। অথবা বাতৰি সংগ্ৰহ বাবে সংবাদদাতা নিয়োগ কৰিব পাৰি। কিন্তু বিভাগ আৰু শাখাসমূহৰ মুৰব্বীয়ে সংবাদদাতাজনলৈ সমৰ্থন আগবঢ়াইছেনে নাই তালৈ লক্ষ্য ৰখাতো দৰকাৰ। তেওঁলোকে সংবাদদাতাজনক সভা-সমিতিত উপস্থিত থাকি বিস্তৃত বাতৰি যুগুত কৰাৰ আৰু সন্মিলন আদিত অংশগ্ৰহণ কৰাৰ সুবিধা দি বাতৰি লিখাৰ সুবিধা কৰি দিব লাগিব।

গৃহ আলোচনী প্ৰকাশনৰ দ্বিতীয়টো প্ৰধান কাম হ'ল গোট খোৱা বাতৰিবোৰ সম্পাদনা ক ৰা। প্ৰথমে লেখা এটা খৰছি মাৰি পঢ়ি ল'ব লাগে। তাৰ পাছত লেখাবোৰ

অগ্রাধিকাৰ-ভিত্তিত সজাব লাগে কাৰণ, স্থানৰ অভাৱত কোনো গুৰুত্বপূর্ণ লেখা বাদ পৰি যোৱা উচিত নহয়। লেখনিবোৰ সম্পাদনা কৰোঁতে প্রতিষ্ঠানৰ সকলোবোৰ বিভাগে গুৰুত্ব লাভ কৰিছেনে নাই, এটা সুসম স্থিতি লাভ কৰিছে নে নাই তালৈও দৃষ্টি ৰাখিব লাগে। যদি কোনো প্রতিষ্ঠানৰ দেশৰ বিভিন্ন স্থানত বহুকেইটা শাখা আছে, তেন্তে প্রতিটো শাখাৰ বা-বাতৰি তথা লেখনিয়ে যাতে আলোচনীখনত প্রাপ্য স্থান লাভ কৰে তালৈ গুৰুত্ব দিব লাগে।

## মুদ্রণ প্রক্রিয়া (Printing Process)

'লেটাৰপ্রেছ' আজিকালি এটা পুৰণিকলীয়া মুদ্রণ প্রক্রিয়াত পৰিণত হৈছে। বর্তমান 'অফছেট' মুদ্রণৰ চাহিদা বাঢ়িছে। তুলনামূলকভাৱে এই পদ্ধতিটো দ্রুত আৰু মিতব্যয়ী। গৃহ আলোচনী প্রকাশৰ সময়ত কোনো প্রতিষ্ঠানে সময়ত কোনো প্রতিষ্ঠানে দুইধৰণৰ কাগজ ব্যৱহাৰ কৰিব পাৰে—

১) প্রলেপযুক্ত (Coated Periodicity) অথবা আর্ট পেপাৰ

আৰু

২) অনা-প্রলেপযুক্ত কাগজ (Uncoated)

## প্রুফ ৰিডিং (Proof Reading)

প্রকাশনে মুদ্রণৰ সময়ত হোৱা ভুল-ভ্রান্তিবোৰ আঁতৰাবলৈ প্রুফ ৰিডিং জনা উচিত। এটা-দুটা শব্দ সংযোজন অথবা কর্তনে মুদ্রণ বিন্যাসকৰ (composition) কামত যথেষ্ট পৰিবর্তন সাধিব পাৰে। মাজে-সময়ে লেখনিবোৰৰ সম্পূর্ণ পেৰাগ্রাফ একোটাৰ পুনৰ-বিন্যাস কৰিবলগীয়া হয়। এনেধৰণৰ সমস্যাবোৰ নোহোৱা কৰিবলৈ টাইপ কৰা লেখনিসমূহ 'কেমেৰা ৰেডি কপি' (Camera Ready Copy/CRC) প্রস্তুত কৰিবলৈ প্রেৰণ কৰাৰ আগতে খুব সাৱধানে পৰীক্ষা কৰিব লাগে। টাইপ কৰা লেখনিসমূহৰ সমস্ত শব্দ সংযোজন, কর্তন আৰু শুধৰণি যিমানদূৰ সম্ভৱ সিমান নিখুঁতকৈ কৰা উচিত। এই সাৱধানতাসমূহ অৱলম্বন কৰি যথেষ্ট সময় আৰু অর্থ ৰাহি কৰিব পৰা যায়।

## বিতৰণ (Distribution)

গৃহ আলোচনী প্রকাশৰ দায়িত্বত থকা ব্যক্তিজনৰ কাম আলোচনীখন প্রকাশ হোৱাৰ লগে লগে শেষ হৈ নাযায়। আলোচনীখন অনতিপলমে পঢ়ুৱৈৰ হাতত পৰাতো সুনিশ্চিত কৰাৰ দায়িত্বও তেওঁৰেই। এইক্ষেত্রত কৰিব পৰা গুৰুত্বপূর্ণ কাম এটা হ'ল ছপাশালত ঠিকনা সম্বলিত বিতৰণ তালিকা (distribution list) এখন জমা দিয়া। ছপাশালৰ পৰা আলোচনীসমূহ যাতে পোনে পোনে বিভিন্ন বিভাগলৈ প্রেৰণ কৰা হয়। সেয়া

সুনিশ্চিত কৰা উচিত। আলোচনী বিতৰণ ব্যৱস্থাটোত যাতে অযথা পলম নহয় আৰু কোনো প্রতিবন্ধকতাৰ সৃষ্টি নহয় তাৰ প্রতি অহৰহ চকু দিয়া উচিত।

## সঁহাৰি (Feed Back)

আলোচনীখনৰ জৰিয়তে ব্যৱস্থাপনা বিভাগে ইয়াৰ বিভিন্ন সিদ্ধান্ত আৰু নীতি সন্দর্ভত কর্মচাৰীসকলৰ দৃষ্টিভংগী আৰু প্রতিক্রিয়া জনাৰ সুযোগ লাভ কৰে। কর্মচাৰীসকলক নিজৰ মতামত প্রকাশ কৰি সম্পাদকলৈ চিঠি লিখিবলৈ অনুপ্রেৰণা যোগাব লাগে। এনে কৰিলেহে প্রতিষ্ঠান এটাই কর্মচাৰীৰ মনোভাৱ সুনিশ্চিত কৰিব পাৰিব। একেধৰণে ব্যৱস্থাপনা বিভাগৰ সঁহাৰিও গোটাব পৰা যায়। অর্থাৎ, গৃহ আলোচনী এখনে কর্তৃপক্ষ, ব্যৱস্থাপনা আৰু কর্মচাৰীৰ মাজৰ ব্যৱধান আঁতৰ কৰাত সেঁতু সদৃশ ভূমিকা পালন কৰে। এনে আলোচনীয়ে প্রতিষ্ঠান এটাৰ অভ্যন্তৰীণ আৰু বাহ্যিক জনগোষ্ঠীৰ মাজতো সৌহার্দ স্থাপন কৰে।



**অগ্রগতি নিৰীক্ষণ**

প্রশ্ন নং ৩ ঃ এখন গৃহ আলোচনী বুলিলে কি বুজে?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ৪ ঃ গৃহ আলোচনীৰ প্রকাৰবোৰ কি কি ?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ৫ ঃ বাণিজ্য আলোচনীৰ প্রধান কাম কি?

.....

.....

.....

**অনুশীলনী ১২.২**

১. আপুনি যিকোনো ক্লাব, সমিতি অথবা সংগঠনৰ সদস্য হ'ব পাৰে। আপুনি নিজৰ অঞ্চলৰ বিহু উদ্‌যাপন সমিতিৰ সদস্য হ'ব পাৰে। সমিতিৰ তৰফৰ পৰা এখন আলোচনী প্ৰকাশ কৰিবলৈ চেষ্টা কৰক। আপুনি এখন হাতে লিখা আলোচনীও প্ৰস্তুত কৰিব পাৰে।

## ১২.৫ জনসম্পৰ্কৰ অন্যান্য প্ৰকাশনসমূহ

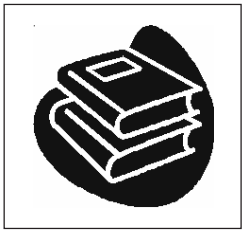
ইতিমধ্যে আমি গৃহ আলোচনী এখনৰ গুৰুত্ব আৰু অন্যান্য জৰুৰী বিষয়সমূহ বহলাই আলোচনা কৰিছোঁ। ইয়াৰ উপৰি জনসম্পৰ্ক বিভাগে নিজ লক্ষ্যত উপনীত হ'বলৈ আন কেতবোৰ প্ৰকাশনৰ ব্যৱস্থাও গ্ৰহণ কৰে। এনে প্ৰকাশনৰ ভিতৰত আছে কিতাপ, ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকা, ইস্তাহাৰ পুস্তিকা, প্ৰচাৰ পুস্তিকা, ব্ৰডশ্বীট (Broad sheet), ফল্ডাৰ (Folder) ইস্তাহাৰ, পিক্টৰিয়েল এলবাম (Pictorial Album), দিনপঞ্জী (Dairies) কেলেণ্ডাৰ আৰু বাৰ্তালোচনী ইত্যাদি। এনে প্ৰকাশনে বাৰ্তা আৰু তথ্য বহন কৰে, পাঠকক পতিয়ন নিয়ায়, নীতি-নিৰ্দেশনা আগবঢ়ায়, প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে সদিচ্ছা গঢ়ি তোলে। অন্য অৰ্থত গৃহ আলোচনীসমূহে কৰ্মচাৰী, গ্ৰাহক, ছেলছমেন আৰু সৰ্বসাধাৰণক প্ৰভাৱিত কৰিবলৈ চেষ্টা কৰে। এই প্ৰকাশনবোৰৰ বিষয়ে কিছু বহলকৈ আলোচনা কৰোঁ আহক।

### ১. কিতাপ (Book)



সহজ অৰ্থত কিতাপ হ'ল একাধিক মুদ্ৰিত পৃষ্ঠাৰ সংগ্ৰহ। পৃষ্ঠাবোৰ থুপ খুৱাই লৈ বন্ধা হয়। ই বিস্তৃত প্ৰকৃতিৰ আৰু বিষয় এটাৰ সকলো দিশ সামৰি লয়। কিতাপক ডাঠ বেটুপাত এটাই সুৰক্ষা প্ৰদান কৰে। ভৱিষ্যৎ প্ৰয়োগৰ বাবে তথ্যৰূপে কিতাপ সংৰক্ষণ কৰিব পাৰি।

### ২. ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকা (Booklets)



ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকা নামটোৱেই বুজায় যে ই হ'ল সৰু কিতাপ। ইয়াত মাত্ৰ কেইটামান পৃষ্ঠা থাকে। ইয়াৰ বেটুপাত ডাঠ। ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকাবোৰ অতি আকৰ্ষণীয় প্ৰকৃতিৰ।

### ৩. ইস্তাহাৰ পুস্তিকা (Pamphlets)

ইস্তাহাৰ পুস্তিকাও সৰু কিতাপ। এনে কিতাপ চিলাই কৰা হয় কিন্তু বন্ধা নহয়। এনে প্ৰকাশনৰ বেটুপাতত ফ্লাশ্ব পেপাৰ (Flush paper) প্ৰয়োগ কৰা হয়। প্ৰায়েই তীর্যক অথবা দুয়োখন



বকলাৰ মাজৰ পৃষ্ঠাত চিলাই কৰা হয়। সাধাৰণতে ইস্তাহাৰ পুস্তিকাত বিশেষ বিষয় একোটা প্ৰকাশ কৰা হয় আৰু তাৎক্ষণিকভাৱে বিতৰণ কৰা হয়। আকৃতিৰ ফালৰ পৰা ইস্তাহাৰ পুস্তিকা এখন কিতাপতকৈ বেলেগ। চিলাই আৰু জনপ্ৰিয় বিষয় আদিৰ ফালৰ পৰাও পাৰ্থক্য আছে। কোনো সংকটে দেখা দিয়া অৱস্থাত ইস্তাহাৰ পুস্তিকা ছপা কৰাৰ কামটো উজু হয়। কম সময়তে ইয়াত বহুতো তথ্য সন্নিবিষ্ট কৰিব পৰা যায়।

### ৪. ফ'ল্ডাৰ (Folder)



ইস্তাহাৰ পুস্তিকাৰ পিছতেই জনসম্পৰ্ক আহিলাৰ আন এটা জনপ্ৰিয় ৰূপ হ'ল ফ'ল্ডাৰসমূহ। ফল্ডাৰ হ'ল এক অথবা একাধিক জাপৰ এখন ছপা কাগজ। ইয়াক চিলাই কৰা নহয়। খোলাৰ পাছত ছপা বিষয়সমূহ ক্ৰমানুসাৰে ওলাই পৰে। ফ'ল্ডাৰ সাধাৰণতে গধুৰ কাগজত ছপা কৰা হয় যাতে দীৰ্ঘদিন ধৰি নষ্ট নোহোৱাকৈ থাকে। ইয়াৰ আকৃতি সম্পৰ্কে কোনো ধৰা বন্ধা জোখ নাই। (৪×৮) ইঞ্চিৰ ফ'ল্ডাৰ এখন দেখাত শুৱনী হয়। কাগজৰ আকৃতি অনুসৰি অপচয় ৰোধ কৰিবলৈ দীঘ-পুতলৰ ১ঃ১ অনুপাত কৰিলে ভাল। ফ'ল্ডাৰ কাটি সমান কৰাৰ সময়ত হোৱা অপচয় ৰোধ কৰিবলৈ কাগজৰ আকৃতি আৰু ছপা আখৰৰ পৰিমাণৰ প্ৰতি লক্ষ্য ৰাখিব লাগে। ফ'ল্ডাৰ আকৰ্ষণীয় কৰি তুলিবলৈ চিত্ৰ আৰু ৰেখাংকন ব্যৱহাৰ কৰা হয়। পৰ্যটকৰ সুবিধাৰ বাবে গুৰুত্বপূৰ্ণ চহৰবোৰৰ দিক-নিৰ্দেশক মানচিত্ৰবোৰ ফ'ল্ডাৰ শৈলীত ছপা কৰা হয়। উদাহৰণস্বৰূপে ভাৰত চৰকাৰৰ পৰ্যটন বিভাগে ছপা কৰা ভাৰতৰ পৰ্যটন মানচিত্ৰখনৰ কথাই ক'ব পৰা যায়।




### ৫. ইস্তাহাৰ (Leaflets)

ইস্তাহাৰ হ'ল মাত্ৰ এখন পৃষ্ঠাৰ ছপা কৰা প্ৰকাশন। ইয়াক বিপুল পৰিমাণে বিতৰণ কৰিবলৈ ছপা কৰা হয়। ইস্তাহাৰৰ বিষয় চমু আৰু ভাষা সহজ-সৰল হয়। কোনো নিৰ্দিষ্ট বিষয় সম্পৰ্কে ইস্তাহাৰত সঠিক আৰু নিৰ্দিষ্ট তথ্যৰ যোগান ধৰা হয়।ই এটা মিতব্যয়ী মাধ্যম (Cost effective medium)।

### ৬. পিক্টৰিয়েল এলবাম (Pictorial Album)



এলবাম মানে কি? এলবাম হ'ল উকা পৃষ্ঠাৰ বহী অথবা কিতাপসদৃশ সামগ্ৰী য'ত বিভিন্নজনৰ চহী (autographs), নানাধৰণৰ কাটি ৰখা তথ্য, ফটোগ্ৰাফ ইত্যাদি সজাই ৰখা হয়। একে শৈলীৰে পিক্টৰিয়েল এলবাম তৈয়াৰ কৰা হয়। এনে এলবামত একোটা কাহিনী চিত্ৰ আৰু ৰেখাংকন আদিৰ সহায়ত উপস্থাপন কৰা হয়। নিচেই কম শব্দৰ সৈতে সচিত্ৰ প্ৰকাশন এটাকে পিক্টৰিয়েল এলবাম বুলি ক'ব পৰা যায়। প্ৰত্যেক প্ৰতিষ্ঠানে নিজ নিজ কাৰ্যকলাপ আৰু সফলতাৰ বিষয়ে প্ৰচাৰ কৰিবলৈ এনে প্ৰকাশনৰ দিহা কৰিব পাৰে। প্ৰতিখন চিত্ৰৰ সৈতে একোটা আকৰ্ষণীয় শিৰোনাম (Caption) থাকে। প্ৰকাশন বিভাগে ছপা কৰা 'চিত্ৰত ১৯৭১ৰ যুদ্ধ' (1971 War

in Pictures) পিক্চ'ৰিয়েল এলবামৰ এক উৎকৃষ্ট উদাহৰণ।

### ৭. কেলেণ্ডাৰ আৰু দিনপঞ্জী (Calenders and Diaries)



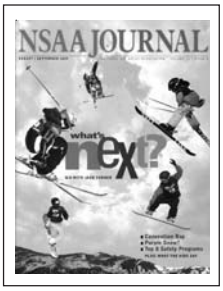
ৰাজহুৱা আৰু ব্যক্তিগত দুয়োটা খণ্ডৰ প্ৰতিষ্ঠানেই ভাল জনসম্পৰ্ক গঢ়ি তুলিবলৈ নিজা নিজা কেলেণ্ডাৰ আৰু দিনপঞ্জী প্ৰকাশ কৰে। দেৱাল কেলেণ্ডাৰ (Wall Calenders) এটা অতি প্ৰভাৱশালী সদিচ্ছা সৃষ্টিকাৰক মাধ্যম বুলি বিশ্বই মানি লৈছে। অৱশ্যে এনে কেলেণ্ডাৰ আকৰ্ষণীয় আৰু উন্নত মানৰ হোৱা বাঞ্ছনীয়। ঘৰ অথবা কাৰ্যালয়ৰ বেৰত ওলমি থকা কেলেণ্ডাৰৰ এটা উল্লেখযোগ্য বৈশিষ্ট্য হ'ল এইবোৰে গোটেই বছৰ ধৰি অপৰিৱৰ্তনীয়ভাৱে লিখিত বাৰ্তা সোঁৱৰাই দি থাকে। সেয়েহে কেলেণ্ডাৰক গোটেই বছৰ ধৰি অপৰিৱৰ্তনীয়ভাৱে লিখিত বাৰ্তা সোঁৱৰাই দি থাকে। সেয়েহে কেলেণ্ডাৰক গোটেই বছৰ জুৰি সক্ৰিয় হৈ থকা প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ জনসম্পৰ্ক কাৰ্যকলাপ প্ৰচাৰৰ উৎকৃষ্ট মাধ্যম বুলি অভিহিত কৰিব পাৰি। কেলেণ্ডাৰ সাধাৰণতে সৰ্বত্ৰ বিনামূলীয়াকৈ বিতৰণ কৰা হয়।

### ৮. পোনপটীয়া-পত্ৰ (Direct Mail)



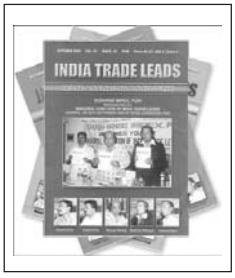
নামটোৱে ইংগিত কৰাৰ দৰেই পোনপটীয়া-পত্ৰ হ'ল প্ৰত্যেক্ষ যোগাযোগৰ এক মাধ্যম। জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়া এগৰাকীয়ে (PRO) নিজৰ বাৰ্তাৰ প্ৰতি কাৰোবাৰ পোনপটীয়া মনোযোগ আকৰ্ষণ কৰিবলৈ পত্ৰ প্ৰেৰণ কৰে। কোনো কোনো ক্ষেত্ৰত বিষয়াগৰাকীয়ে ব্যক্তিগতভাৱে এনে পত্ৰ প্ৰদান কৰে। ই এটা ব্যক্তিগতকৃত যোগাযোগ (Personal communication) যালৈ পত্ৰ লিখা হয় তেওঁৰ নাম প্ৰত্যেক্ষভাৱে উল্লেখ কৰা হয় যাতে বিষয় অথবা বস্তুটোৰ প্ৰতি তেওঁৰ মনোযোগ আকৰ্ষণ কৰিব পৰা যায়।

### ৯. বাৰ্তালোচনী (Journals)




বাৰ্তালোচনী নিৰ্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰালত প্ৰকাশ কৰা হয়। কোনো প্ৰতিষ্ঠানৰ ই হ'ল আনুষ্ঠানিক প্ৰকাশন। ইয়াত প্ৰতিষ্ঠানটোৰ নীতি আৰু কাৰ্যসূচীসমূহক প্ৰাধান্য দিয়া হয়। বাৰ্তালোচনী সাপ্তাহিক, পখেকীয়া, মাহেকীয়া, দ্বি-মাসিক আদি প্ৰকাৰৰ হ'ব পাৰে। প্ৰতিখন ৰাজ্য চৰকাৰে নিজা বাৰ্তালোচনী প্ৰকাশ কৰে।

### ১০. ক্ষুদ্ৰ সংবাদ-পত্ৰ (News Letters)




পূৰ্বৱৰ্তী শিতানত আমি গৃহ আলোচনীৰ বিষয়ে খৰছি মাৰি আলোচনা কৰিছোঁ। ক্ষুদ্ৰ সংবাদ পত্ৰসমূহ গৃহ আলোচনীৰ দৰেই জনসম্পৰ্ক প্ৰকাশন। অৱশ্যে ক্ষুদ্ৰ সংবাদ-পত্ৰসমূহ অনানুষ্ঠানিক প্ৰকৃতিৰ হয়। কোনো প্ৰতিষ্ঠান অথবা এজেন্সীয়ে সময়ে সময়ে ইয়াক প্ৰকাশ কৰে। এচাম বিশেষ পাঠকক তথ্যৰ যোগান ধৰিবলৈ ইয়াক প্ৰকাশ কৰা হয়। ক্ষুদ্ৰ সংবাদ-পত্ৰ বাহ্যিকভাৱেও

বিতৰণ কৰিব পাৰি। নাইবা অভ্যন্তৰীণ যোগাযোগ প্ৰক্ৰিয়াৰ সহায়ক হিচাপে ইয়াক এখন ঘৰুৱা ক্ষুদ্ৰ সংবাদ-পত্ৰৰ (in-house news letters) ৰূপ দিব পাৰে। বৰ্তমান ইলেক্ট্ৰ'নিক মাধ্যমত এনে পত্ৰ জাৰি কৰাটো নিয়মৰ দৰে হৈ পৰিছে।



**অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ**

প্ৰশ্ন নং ৬ ঃ কিতাপ মানে কি? কিতাপ আৰু ক্ষুদ্ৰ পুস্তিকৰ মাজৰ মৌলিক পাৰ্থক্য কি?

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৭ ঃ এলবাম মানে কি?

.....

.....

.....

প্ৰশ্ন নং ৮ ঃ বাৰ্তালোচনীৰ (journal) সংজ্ঞা দিয়ক?

.....

.....

.....



**অনুশীলনী ১২.৩**

১. আপোনাৰ নিকটৱৰ্তী বেংক এটাই গ্ৰহণ কৰা জনসম্পৰ্ক কাৰ্যকলাপবোৰ নিৰীক্ষণ কৰক।

## ১২.৬ জনসম্পৰ্কৰ আন কেইটামান গুৰুত্বপূৰ্ণ আহিলা

জনসম্পৰ্ক আৰু মনোযোগ আকৰ্ষণকাৰী প্ৰচাৰ (Publicity) একে নহয় যদিও বহুতো জনসম্পৰ্ক অভিযানত বিজ্ঞাপন আৰু আন বিভিন্নধৰণৰ মনোযোগ আকৰ্ষণকাৰী প্ৰচাৰ অন্তৰ্ভুক্ত কৰা হয়। মনোযোগ আকৰ্ষণকাৰী প্ৰচাৰ মানে হ'ল কোনো সামগ্ৰী, ব্যক্তি, সেৱা, উদ্দেশ্য, প্ৰতিষ্ঠান সম্পৰ্কে জন-সজাগতা (Public Awareness) গঢ়ি তুলিবলৈ তথ্য বিয়পাবলৈ কৰা প্ৰচেষ্টা। ইয়াক এটা দক্ষ জনসম্পৰ্ক আঁচনিৰ ফল বুলি গণ্য কৰিব পাৰি। আমি ইতিমধ্যে

জনসম্পর্কৰ বিভিন্ন পদ্ধতি আৰু আহিলাৰ বিষয়ে আলোচনা কৰিছোঁ। এতিয়া আৰু দুটামান আহিলাৰ বিষয়ে জানি থওঁ আহক। এই আহিলাকেইটাকো এটা প্ৰভাৱশালী জনসম্পর্ক প্ৰচাৰ অভিযানৰ গুৰুত্বপূৰ্ণ অংশ বুলি বিবেচনা কৰা হয়।

## ১২.৬.১ মৌখিক যোগাযোগ

দুগৰাকী ব্যক্তিৰ মাজৰ বার্তালাপ আস্থা আৰু পাৰস্পৰিক সদিচ্ছাৰ ওপৰত আধাৰিত। দুজন ব্যক্তিয়ে কোনো কথাত সন্মত হ'ব পাৰে। অসন্মতি ব্যক্ত কৰিব পাৰে নাইবা অন্য এদিন বিষয়টো পুনৰ আলোচনা কৰিব পাৰে।

মৌখিক যোগাযোগ হ'ল আন্তঃ ব্যক্তি যোগাযোগৰ এটা প্ৰকাৰ। ই এক প্ৰত্যেয়জনক যোগাযোগ (persuasive communication)। কোনো প্ৰতিষ্ঠানৰ অভ্যন্তৰীণ জনগোষ্ঠীৰ মাজত বিভিন্ন নীতি-কার্যসূচীৰ বিষয়ে তথ্য প্ৰচাৰ কৰিবলৈ আৰু বাহ্যিক জনগোষ্ঠীৰ সৈতে মত বিনিময় কৰিবলৈ এই যোগাযোগৰ সহায় লোৱা হয়।

মৌখিক যোগাযোগৰ দুটামান প্ৰধান আহিলাৰ বিষয়ে তলত উল্লেখ কৰা হ'ল।

**(ক) সভা ঃ** সভা মানে হ'ল নির্দিষ্ট উদ্দেশ্যৰ বাবে দুজন অথবা ততোধিক ব্যক্তি এঠাইত গোট খোৱা কার্য। বিভিন্ন উদ্দেশ্যত সভা এখন আহ্বান ক ৰা হ'ব পাৰে। পৰিকল্পনা, সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ, সমস্যা সমাধান, যোগাযোগ নাইবা তথ্য বিনিময়ৰ দৰে উদ্দেশ্য আগত ৰাখি সভা এখন অনুষ্ঠিত হ'ব পাৰে। সভাৰ প্ৰকৃতি অনানুষ্ঠানিকো হ'ব পাৰে। উদাহৰণস্বৰূপে কেইজনমান লোকে বিভিন্ন ধাৰণাক লৈ আলোচনাত বহিলে তেনে সভা অনানুষ্ঠানিক প্ৰকৃতিৰ হ'ব। আনুষ্ঠানিক সভাবোৰত কঠোৰ নীতি-নিয়ম পালন কৰা হয়। এনে সভাত আগতে ঠিক কৰি থোৱা কর্মসূচী অনুসৰি অধ্যক্ষ এগৰাকীয়ে পৰিচালনা কৰে। সভাৰ কার্যক্ৰমৰ সম্পূৰ্ণ খতিয়ান ৰখা হয়। কোম্পানীৰ ব'র্ড সভা আৰু বার্ষিক অধিৰেশনৰ দৰে বৈধ প্ৰয়োজনীয়তাসম্পন্ন সভাবোৰ নিয়মীয়াকৈ অনুষ্ঠিত হয়।

**তলত এখন ৰাজহুৱা সভা আয়োজন কৰাৰ দুটামান কৌশল উল্লেখ কৰা হ'ল—**

১) **স্থান আৰু সময় ঃ** ৰাইজৰ বাবে সুবিধাজনক স্থান এডোখৰ আৰু সময় এটা বাচনি কৰিব লাগে। অসময়ত আয়োজন কৰা সভা এখন আৰু সভা এখন একেবাৰেই আয়োজন নকৰাৰ মাজত কোনো পার্থক্য নাই।

২) **দর্শক ঃ** সভা অনুষ্ঠিত হোৱা স্থানৰ পৰিস্থিতি আৰু কাংক্ষিত দর্শক, অর্থাৎ যিধৰণৰ শ্ৰোতাৰ বাবে ভাষণ এটা তৈয়াৰ কৰা হয়— এই দুয়োটা কথা সভা এখনৰ গুৰুত্বপূৰ্ণ অংশ। ইয়াৰ বাবে তেনেধৰণৰ ভাষণ শুনাৰ বাবে আগ্ৰহী লোকহে

নিমন্ত্রণ যাঁচিব লাগে। বাতৰি কাকত আৰু অন্য মাধ্যমৰ দ্বাৰা আগতীয়া প্ৰচাৰ এইক্ষেত্ৰত সহায়ক হ'ব পাৰে। বাতৰি কাকতৰ বিভিন্ন সভা-সমিতিৰ সংবাদ প্ৰকাশ কৰা শিতানত (Engagement column) সভাখনৰ বিষয়ে প্ৰকাশ কৰিব লাগে। দৰ্শকৰ উপস্থিতি আশানুৰূপ কৰাৰ ক্ষেত্ৰত ব্যক্তিগত যোগাযোগৰ ভূমিকাও গুৰুত্বপূৰ্ণ।

৩) **বক্তা মণ্ডলী ঃ** (Panel of Speakers) জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াগৰাকীয়ে বিভিন্ন বিষয়ৰ সুযোগ্য বক্তাসকলৰ তালিকা এখন সাজু কৰি ৰাখিব লাগে যাতে তেনে ব্যক্তিক সভাৰ বক্তা হিচাপে আমন্ত্রণ কৰি আনিব পাৰে। তালিকাখনে পৰিস্থিতি সাপেক্ষে বিভিন্ন সভাৰ বাবে উপযুক্ত বক্তা বাচনি কৰাত সহায় কৰে।

৪) **ক'বলগীয়া বিষয় ঃ** (Talking Point) বক্তাসকলক ক'বলগীয়া বিষয় ধৰি দিয়াতো কোনো ক্ষতিকাৰক কথা নহয়। প্ৰয়োজনতকৈ অধিক বক্তাই সভা এখন আমনিদায়ক কৰিব পাৰে। সেয়েহে এখন সভাৰ বাবে সুযোগ্য বক্তাৰ সংখ্যা নিৰ্ধাৰণ কৰি লোৱা উচিত। বক্তাৰ ভাষণে দৰ্শক শ্ৰোতাক আপ্লুত কৰা দৰকাৰ। দীঘলীয়া বক্তৃতা পৰিহাৰ কৰি চলা উচিত। দৰ্শক-শ্ৰোতাৰ উপস্থিতি সাপেক্ষে 'দৰ্শক সম্বোধন পদ্ধতি'টো অৰ্থাৎ মাইক্ৰফ'ন-স্পীকাৰ আদি যন্ত্ৰ (Public address system) যাতে সঠিক আৰু সক্ৰিয় হৈ থাকে তালৈ চোকা দৃষ্টি ৰখাতো অতি প্ৰয়োজন।

৫) **অন্যান্য প্ৰচাৰ মাধ্যম ঃ** প্ৰচাৰ মাধ্যমসমূহ; যেনে— প্ৰেছ, সংগীত-নাটক, প্ৰদৰ্শনী, অন্যান্য কথাছবি, মুদ্ৰিত শব্দ ইত্যাদিও প্ৰয়োগ কৰিব লাগে। ইয়াৰ ফলত সভা এখন অধিক আকৰ্ষণীয় হৈ পৰে।

৬) **কাৰ্যসূচী ঃ** সভাখনৰ কাৰ্যসূচী ক্ৰম অনুসৰি সজাই লৈ সুন্দৰকৈ টাইপ কৰি পৰিচালক-গৰাকী বহিবলগীয়া স্থানত সাজু কৰি থ'ব লাগে। অনুষ্ঠান আৰম্ভ হোৱাৰ সময়ত সাংবাদিকসকলকো কাৰ্যসুচীৰ প্ৰতিলিপি একোটা দিব পৰা যায়।

সভা এখনৰ ভাল প্ৰচাৰ সুনিশ্চিত কৰিবলৈ সাংবাদিকসকলক আমন্ত্রণ কৰিব লাগে। সংবাদ মাধ্যমৰ লোকসকলৰ সা-সুবিধাৰ প্ৰতি জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াগৰাকীয়ে লক্ষ্য ৰখা উচিত। বাতৰি লিখাৰ সুবিধাৰ্থে তেওঁলোকৰ বাবে বহাৰ সুবিধা থকা সুকীয়া স্থান সংৰক্ষিত ৰাখিব পাৰিলে ভাল।

দৰ্শকক কেৱল ভাষণে আকৰ্ষণ নকৰিবও পাৰে। ভাষণৰ অন্তত সাংস্কৃতিত অনুষ্ঠান নাইবা কথাছবি প্ৰদৰ্শনী এখনৰো আয়োজন কৰিব পাৰে। ইস্তাহাৰ আৰু অন্য ছপা সামগ্ৰী বিতৰণ কৰিলেও সভাখনৰ আকৰ্ষণ বৃদ্ধি পাব।

ওপৰত উল্লেখ কৰা চৰ্তসমূহ পূৰণ হ'লে মৌখিক যোগাযোগৰ প্ৰচাৰৰ (Oral communication publicity) প্ৰধান উপাদান হিচাপে ভাষণে নিজ উদ্দেশ্য সাধনত সফলতা লাভ কৰিব। নিৰ্ধাৰিত দৰ্শকৰ আগত ই বাৰ্তা সদৰি কৰিবলৈ সক্ষম হ'ব।

(খ) **বক্তৃতা ঃ** বিপুলসংখ্যক লোকৰ আগত কোনো বাৰ্তা সদৰি কৰাৰ দ্ৰুততম উপায় হৈছে আনুষ্ঠানিক বক্তৃতা অথবা ভাষণ। ভাষণ প্ৰস্তুত কৰা আৰু মাজেসময়ে নিৰ্দিষ্ট জনগোষ্ঠীসমূহৰ আগত তেনে ভাষণ দিয়াতো জনসম্পৰ্ক বিভাগৰ গুৰুত্বপূৰ্ণ দায়িত্ববোৰৰ অংশ।

(গ) **দলীয় আলোচনা (Group Discussion) ঃ** দলীয় আলোচনা হ'ল এটা গৱেষণা কৌশল। একাধিক ব্যক্তিৰ দল একোটাই কোনো উৎপাদন নাইবা প্ৰতিষ্ঠান সন্দৰ্ভত তেওঁলোকৰ দৃষ্টিভংগী আলোচনা কৰাকে দলীয় আলোচনা বোলে।

## ১২.৬.২ বুলেটিন ব'ৰ্ড (জাননী ফলক)

বুলেটিন ব'ৰ্ড অথবা জাননী ফলক হ'ল এবিধ আঁৰি থোৱা ফলি য'ত মানুহে ৰাজহুৱা খবৰ-বাতৰিবোৰ লিপিবদ্ধ কৰি থৈ যাব পাৰে। বস্তু বেচা-কিনা কৰাৰ বিজ্ঞাপন, কোনো ঘটনা-অনুষ্ঠানৰ ঘোষণা নাইবা কোনো তথ্য এনে বুলেটিন ব'ৰ্ডত লগাই থ'ব পাৰি। বৃটিছ ইংৰাজীত বুলেটিন ব'ৰ্ডক 'পিন ব'ৰ্ড' নাইবা 'নোটিছ ব'ৰ্ড' বুলিও কোৱা হয়। আনুষ্ঠানিক প্ৰেক্ষাপটত বুলেটিন ব'ৰ্ডখনক কৰ্মচাৰীৰ সৈতে জড়িত বিভিন্ন সংবাদ, তথ্য আৰু বাৰ্তাৰ অবিৰত স্ৰোত প্ৰবাহিত হৈ থকা এখন মঞ্চ আখ্যা দিব পাৰি। কোনো প্ৰতিষ্ঠানৰ কাৰখানা থকা মহলাত স্থাপন কৰা এই বুলেটিন ব'ৰ্ডসমূহ বিভিন্ন আকাৰ-আকৃতিৰ হ'ব পাৰে। কেতিয়াবা এনে ব'ৰ্ড থিয়, কেতিয়াবা পথালি আৰু কেতিয়াবা বৰ্গাকৃতিৰ হয়। কিছুমান প্ৰতিষ্ঠানৰ বুলেটিন ব'ৰ্ডবোৰ অনুজ্জ্বল আৰু উকা হয়। আনহাতে আন কিছুমান ব'ৰ্ড ৰং-বিৰঙৰ হয়। কাগজবোৰ ব'ৰ্ডত পিন মাৰি আঁৰি থোৱা হয়। বহুতো প্ৰতিষ্ঠানত বুলেটিন ব'ৰ্ডৰ শক্তিশালী স্থিতি দেখিবলৈ পোৱা যায়। সমূহীয়া শয়নকক্ষৰ বুলনিত (Dormitory Corridors), বাট চ'ৰা (Hallways), প্ৰতীক্ষা কক্ষ (Loffies) আৰু মুকলিকৈ থকা সন্মুখভাগ খোলা বিপণিত (Freestanding Kiosks) প্ৰায়েই কুঁহিলা ব'ৰ্ড আঁৰি বিভিন্ন জাননী লগোৱা হয়। আনুষ্ঠানিক ব'ৰ্ডৰ নাটনি হোৱা ঠাইত লাইটৰ খুঁটা, স্তম্ভ, গছ আৰু বেৰতো আকস্মিকভাৱে জাননী অঁৰা হয়। প্ৰত্যেক কাৰ্যালয়তে বুলেটিন ব'ৰ্ডৰ প্ৰধান উদ্দেশ্য হ'ল আনুষ্ঠানিক বিষয়সমূহত কৰ্মচাৰীসকলৰ সৈতে মত বিনিময় কৰাৰ প্ৰণালী এটা গঠন কৰা। এজন কৰ্মচাৰীৰ কৰ্মজীৱনৰ এৰাব নোৱাৰা অংশ হ'ল চাৰ্কুলাৰ (Circular) আৰু মেম' (Memo)সমূহ। অধিকাংশ কৰ্মচাৰীৰ বাবে প্ৰাসংগিক চাৰ্কুলাৰ আৰু মেম'সমূহত চাকৰি সম্পৰ্কীয়, কৰ্মচাৰী কল্যাণমূলক কাম-কাজ, নীতিত ঘটা সালসলনি আদিৰ বিষয়ে নানা তথ্য সন্নিৱিষ্ট থাকে।

## ৫.৬.৩ মুক্ত গৃহ (Open House)

প্ৰতিষ্ঠান এটা যি ঠাইত অৱস্থিত সেই স্থানৰ সম্প্ৰদায় অথবা চুবুৰীয়াসকলৰ সৈতে সৌহাৰ্দপূৰ্ণ সম্পৰ্ক স্থাপন কৰিবলৈ মুক্ত গৃহ এটা গুৰুত্বপূৰ্ণ আহিলা। কৰ্মচাৰী আৰু তেওঁলোকৰ পৰিয়ালবোৰৰ মাজত গৰ্ববোধ জগাই তুলিবলৈ আৰু মনোবল সুদৃঢ় কৰিবলৈ ব্যৱহৃত ই এক পৰম্পৰাগত শৈলী। সাধাৰণতে ই হ'ল প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ বিষয়ে ইয়াৰ কৰ্মচাৰীসকলক সম্পূৰ্ণ তথ্য যোগান সুনিশ্চিত ক ৰা যোগাযোগ নীতি।

### বিশেষ অনুষ্ঠান

বিশেষ অনুষ্ঠানৰ পৰিকল্পনা কৰোঁতে, অনুষ্ঠানটোৰ সম্পূৰ্ণ দায়িত্ব বহন কৰিব পৰা ব্যৱস্থাপনা গাঁথনি এটা তৈয়াৰ কৰি লোৱাতো অতি জৰুৰী। লক্ষ্য শ্ৰোতাৰ পৰা আশানুৰূপ সঁহাৰি পাবলৈ এনে বিশেষ অনুষ্ঠানৰ বাবে বিস্তৰ প্ৰচাৰৰ প্ৰয়োজন হয়। এনে বিশেষ অনুষ্ঠানৰ উদাহৰণ হ'ল এখন ফেশ্যন শ্ব' নাই বা নিউজ লাইভ এক্সট্ৰাভেগেঞ্জাৰ দৰে সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠান (News Live Extravaganza)।

এক কথাত মুক্ত গৃহ আৰু বিশেষ অনুষ্ঠানবোৰে বিভিন্ন শ্ৰেণীৰ শ্ৰোতাক সামৰি ল'ব পাৰে। কৰ্মচাৰী, সামাজিক অনুষ্ঠানৰ লগত জড়িত সদস্য, প্ৰেছ, অনুষ্ঠানৰ লগত জড়িত সাংসদ আৰু বিধানসভাৰ নিৰ্বাচিত সদস্য আদি সকলোকে সামৰি লৈ এনে অনুষ্ঠানৰ জৰিয়তে তেওঁলোকৰ সৈতে সৌহাৰ্দপূৰ্ণ সম্পৰ্ক স্থাপন কৰিব পৰা যায়।

## ১২.৬.৪ ভিডিঅ' আলোচনী

সাধাৰণ অৰ্থত আলোচনী হ'ল নিৰ্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰালত প্ৰকাশ হোৱা মুদ্ৰিত আখৰ সম্বলিত কাগজ। কাগজবোৰ মাজতে ভাঁজ কৰি পৃষ্ঠাৰ ৰূপ দিয়া হয় আৰু ভাজত পিনেৰে চিলাই ক ৰা হয়। কিন্তু যেতিয়া বা কোনো অনুষ্ঠান অথবা কাৰ্যসূচীৰ ভিডিঅ' ফ'ৰমেট ফটো উঠাই ৰখা হয় আৰু পাছত ইয়াক ক্ৰম অনুসৰি সজাই লৈ কোনো প্ৰতিষ্ঠানে নিৰ্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰে অন্তৰে ইয়াৰ জনসাধাৰণৰ আগত উপস্থাপন কৰিবলৈ লয়, তেতিয়াই ইয়াক ভিডিঅ' আলোচনী বোলা হয়। এখন ভিডিঅ' আলোচনী প্ৰস্তুত ক ৰাৰ তিনিটা পৰ্যায় আছে। প্ৰি-প্ৰডাকশ্যন অথবা পূৰ্ব-প্ৰস্তুতি প্ৰডাকশ্যন অথবা প্ৰস্তুতি আৰু পোষ্ট-প্ৰডাকশ্যন অথবা পৰৱৰ্তী-প্ৰস্তুতি পৰ্যায়। প্ৰথম পৰ্যায়ত সাধাৰণতে প্ৰতিষ্ঠান এটাই আলোচনীখন প্ৰস্তুত কৰাৰ পৰিকল্পনা কৰে, তথ্য সংগ্ৰহ কৰে আৰু চুড়ান্ত পাণ্ডুলিপি (Final Script) তৈয়াৰ কৰে। দ্বিতীয় পৰ্যায়ত প্ৰতিষ্ঠানটোৱে নতুবা ইয়াৰ জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিভাগে অনুষ্ঠান নাইবা ঘটনাৰ সৈতে জড়িত দৃশ্যসমূহ ৰেকৰ্ড কৰে। তৃতীয় পৰ্যায়ত দৃশ্যসমূহ বিভিন্ন ৰৈখিক (Linear) আৰু অৰৈখিক (Non-linear) সম্পাদন পদ্ধতিৰে সম্পাদন কৰি নিৰ্দিষ্ট দৰ্শকৰ হাতত বিতৰণ কৰা হয়।

কিছুমান জনসম্পর্ক প্রতিষ্ঠানে ভিডিঅ' সংবাদ বিজ্ঞপ্তি (Video News Release/ VNRs) সংবাদ মাধ্যমলৈ প্রেৰণ কৰে। (VNRs) এনে সংবাদবোৰ সাধাৰণতে আগতীয়াকৈ ৰেকর্ড কৰি থোৱা ভিডিঅ' কার্যসূচী। টেলিভিছন সংবাদশৈলীত তৈয়াৰ কৰা অথবা ৰেবছাইটত প্রচাৰ কৰিবৰ বাবেও প্রস্তুত কৰা হয়।



## অগ্রগতি নিৰীক্ষণ

প্রশ্ন নং ৯ ঃ মৌখিক যোগাযোগৰ দুটা পদ্ধতি উল্লেখ কৰক।

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ১০ ঃ বুলেটিন ব'র্ড মানে কি?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ১১ ঃ সমাজৰ সৈতে সৌহার্দ কেনেকৈ গঢ়ি তুলিব পাৰি?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ১২ ঃ আলোচনী মানে কি?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ১৩ ঃ দৃশ্য-শ্রব্য প্রকাশনৰ প্রস্তুতি পর্যায় তিনিটা কি?

.....

.....

.....

প্রশ্ন নং ১৪ ঃ ৰাজহুৱা সভা এখন কেনেকৈ অনুষ্ঠিত কৰিব পাৰি?

.....

.....

.....



**অনুশীলনী ১২.৪**

১. আপোনাৰ পছন্দৰ বিষয় এটাৰ ওপৰত সভা এখনত ভাষণ দিয়াৰ চেষ্টা কৰক। মনত ৰাখিব, সভাৰ উদ্দেশ্যৰ সৈতে আপোনাৰ নির্বাচিত বিষয়টো মিলিব লাগিব।



## ১২.৭ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

জনসম্পর্ক হ'ল কোনো এটা প্রতিষ্ঠানৰ ব্যৱস্থাপনা বিভাগ আৰু বিভিন্ন শ্রেণীৰ জনসাধাৰণৰ মাজত থকা যোগসূত্র। সকলো প্রকাৰৰ যোগাযোগৰ ভিতৰত আন্তঃব্যক্তি যোগাযোগ সম্ভৱতঃ শ্রেষ্ঠতম যোগাযোগবোৰৰ মাজৰে এটা। ইয়াক 'মুখামুখি যোগাযোগ' নাইবা 'চকুৰ মণিত চকুৰ মণি ৰাখি কৰা যোগাযোগ' বুলিও জনা যায়। জনগোষ্ঠীসমূহৰ যোগাযোগ প্রয়োজনীয়তা বুজা, সঠিক যোগাযোগ প্রণালী বাচনি ক ৰা, সময়ে সময়ে পাৰদর্শিতা তথা প্রভাৱ মূল্যায়ন কৰিবলৈ 'প্রাসংগিক আন্তঃনির্ভৰশীল যোগাযোগ ব্যৱস্থা' গঢ়ি তোলা আদি কামৰ দায়িত্ব জনসম্পর্কৰক্ষী বিভাগৰ হাতত ন্যস্ত থাকে। নিম্ন উল্লিখিত বিষয়সমূহ হ'ল জনসম্পর্কৰ কেইটামান গুৰুত্বপূর্ণ আহিলা। প্রচাৰ মাধ্যম ঃ ছপা মাধ্যম অনাতাঁৰ আৰু অন্যান্য শ্রব্য মাধ্যম, টেলিভিছন, কথাছবি, ভিডিঅ', নতুন মাধ্যমসমূহ; মৌখিক যোগাযোগ ঃ সভা, বক্তৃতা, দলীয় আলোচনা; প্রকাশনঃ গৃহ আলোচনী দিনপঞ্জী, কেলেণ্ডাৰ, ক্ষুদ্র সংবাদ পত্র, বার্ষিক প্রতিবেদন, ফটোগ্রাফ, পিক্চ'ৰিয়েল এলবাম, কিতাপ, ক্ষুদ্র পুস্তিকা, ইস্তাহাৰ পুস্তিকা, প্রচাৰ পুস্তিকা, ইস্তাহাৰ; পোনপটীয়া পত্র, বহিঃবিজ্ঞাপন, আন্তঃ বিজ্ঞাপন; প্রেছ মেল, প্রেছ টোকা, প্রেছ ভ্রমণ, প্রদর্শনী, মুক্ত গৃহ, সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠান, বিশেষ অনুষ্ঠান ইত্যাদি।



## ১২.৮ অধিক জানিবলৈ

**ইংৰাজী গ্রন্থ ঃ**

1. Applied Public Relations and Communication by KR Balan, Publisher: Sultan Chand & Sons, Delhi.
2. Public Relations - An Introduction By Shirley Harrison, Thomson, UK



## ১২.৯ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

**১ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** জনসম্পর্কৰ আহিলা মানে হ'ল জনসাধাৰণৰ সৈতে ভাল জনসম্পর্ক গঢ়ি তুলিবলৈ আৰু তথ্য প্রচাৰ কৰিবলৈ গঢ়ি তোলা কিছুমান প্রণালী।

**২ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** তলৰ উক্তিবোৰৰ শুদ্ধ উত্তৰ দিয়ক—

ক) বিজ্ঞাপন জনসম্পর্ক বিভাগৰ এটা আহিলা। হয়

খ) ইণ্টাৰনেট নতুন মাধ্যমৰ এটা অংশ। হয়

গ) জনসম্পর্ক ব্যৱস্থাপনা বিভাগ আৰু বিভিন্ন জনগোষ্ঠীসমূহৰ মাজৰ যোগসূত্র। নহয়

**৩ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** গৃহ আলোচনী হ'ল কোনো প্রতিষ্ঠান নাইবা এজেন্সীয়ে এক নির্দিষ্ট পাঠক সমাজৰ তথ্য যোগান ধৰিবৰ বাবে নির্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰে অন্তৰে কৰা প্রকাশন। এখন গৃহ আলোচনী প্রতিষ্ঠানটোৰ বাহিৰৰ পটুৱৈৰ মাজত বিতৰণ কৰা হ'ব পাৰে। নাইবা ইয়াক এখন ঘৰুৱা আলোচনীৰ ৰূপ দিব পৰা যায়। ঘৰুৱা আলোচনীখনে অভ্যন্তৰীণ যোগাযোগ প্রক্রিয়াৰ সহায়ক হিচাপে কাম কৰে।

**৪ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** গৃহ আলোচনী সাধাৰণতে তিনিপ্রকাৰৰ—

i) অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনী।

ii) বাহ্যিক গৃহ আলোচনী।

iii) বাণিজ্য আলোচনী।

**৫ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** বাণিজ্য আলোচনীবোৰে কোনো প্রতিষ্ঠানৰ বাণিজ্য, সা-সঁজুলি, কাৰিকৰী উন্নত আদি বিষয় সম্পর্কীয় তথ্য প্রকাশ কৰে।

**৬ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** কিতাপ হ'ল একেলগে বান্ধি থোৱা ছপা কাগজৰ সংগ্রহ। ক্ষুদ্র কিতাপ হ'ল নিচেই কম পৃষ্ঠা সম্বলিত প্রকাশন।

**৭ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** এলবাম হ'ল উকা পৃষ্ঠাৰ বহী য'ত বিভিন্নজনৰ চহী, কাটিং, ফটোগ্রাফ ইত্যাদি সজাই ৰখা হয়।

**৮ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** 'বার্তালোচনী' হ'ল নির্দিষ্ট সময়ৰ ব্যৱধানত ওলোৱা প্রকাশন।

**৯ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** মৌখিক যোগাযোগৰ দুটা মাধ্যম হ'ল— ক) সভা, খ) বক্তৃতা

**১০ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** বুলেটিন ব'ৰ্ডক পিন ব'ৰ্ড নাইবা নোটিছ ব'ৰ্ড বুলিও কোৱা হয়। বুলেটিন ব'ৰ্ডত মানুহে ৰাজহুৱা খবৰ-বাতৰি লিপিৱদ্ধ কৰিব পাৰে। উদাহৰণস্বৰূপে বস্তু বেচা-কিনা কৰাৰ বিজ্ঞাপন, কোনো ঘটনা অনুষ্ঠানৰ ঘোষণা নাইবা কোনো তথ্য আদি বুলেটিন ব'ৰ্ডত লগাব পৰা যায়।

**১১ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ** সমাজৰ বিভিন্ন শ্ৰেণীৰ লোকৰ সৈতে সৌহাৰ্দপূৰ্ণ সম্পৰ্ক স্থাপন কৰিবলৈ কোনো প্ৰতিষ্ঠানত মুক্ত গৃহ নাইবা দিৱসৰ (Open day) আয়োজন কৰিব পাৰি।

**১২ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ** আলোচনী হ'ল নিৰ্দিষ্ট সময়ৰ অন্তৰালত প্ৰকাশ হোৱা মুদ্ৰিত আখৰ সম্বলিত কাগজ। কাগজবোৰ মাজতে ভাঁজ কৰি পৃষ্ঠাৰ ৰূপ দিয়া হয় আৰু ভাঁজত পিনেৰে চিলাই কৰা হয়।

**১৩ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ** দৃশ্য-শ্ৰব্য প্ৰকাশনৰ প্ৰস্তুতি পৰ্যায় তিনিটা হ'ল— প্ৰি-প্ৰডাকশ্যন অথবা পূৰ্ব-প্ৰস্তুতি, প্ৰ'ডাকশ্যন অথবা প্ৰস্তুতি আৰু পোষ্ট-প্ৰডাকশ্যন পৰৱৰ্তী প্ৰস্তুতি।

**১৪ নং প্ৰশ্নৰ উত্তৰ ঃ** ৰাজহুৱা সভা এখন অনুষ্ঠিত কৰিবলৈ তলত দিয়া কথাকেইটা পালন কৰিব লাগে—

ক) ৰাইজৰ বাবে সুবিধাজনক স্থান এডোখৰ আৰু সময় এটা বাচনি কৰিব লাগে।

খ) প্ৰেছ আৰু বিভিন্ন মাধ্যমত সভাখনৰ বিষয়ে আগতীয়া প্ৰচাৰ কৰাতো ভাল।

গ) জনসম্পৰ্কৰক্ষী বিষয়াগৰাকীয়ে সভাত ভাষণ দিবলৈ আমন্ত্ৰণ কৰিব পৰা যোগ্য বক্তামণ্ডলীৰ তালিকা এখন সাজু কৰি ৰাখিব লাগে।

ঘ) সভাখনৰ কাৰ্যসূচী ক্ৰম অনুসৰি সজাই লৈ সুন্দৰকৈ টাইপ কৰি সভা পৰিচালনা কৰাজনৰ সমুখত টেবুলত সাজু কৰি থ'ব লাগে।



## ১২.১০ আৰ্হি প্ৰশ্ন

**ক ) বস্তুধৰ্মী প্ৰশ্ন-**

**প্ৰশ্ন ১ ঃ** এখন অভ্যন্তৰীণ গৃহ আলোচনীৰ মূল কাৰ্য কি?

**প্ৰশ্ন ২ ঃ** ভিডিঅ' আলোচনী বুলিলে কি বুজা?

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

**প্ৰশ্ন ১ ঃ** চমুটোকা লিখক—

ক) ভিডিঅ' আলোচনী। খ) পিক্টৰিয়েল এলবাম। গ) বুলেটিন ব'ৰ্ড।

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

**প্ৰশ্ন ১ ঃ** জনসম্পৰ্কৰ আহিলা মানে কি? বিভিন্ন আহিলাৰ বিষয়ে উদাহৰণসহ আলোচনা কৰক।

**প্ৰশ্ন ২ ঃ** আপোনাৰ প্ৰতিষ্ঠানৰ বাবে গৃহ আলোচনী এখন কেনেকৈ প্ৰকাশ কৰিব?

**প্ৰশ্ন ৩ ঃ** জনসম্পৰ্ক বিভাগৰ বিভিন্ন প্ৰকাশনৰ তালিকা এখন যুগুত কৰক। প্ৰতিষ্ঠান এটাৰ জনগোষ্ঠীৰ সৈতে সৌহাৰ্দ স্থাপন কৰাত কেলেণ্ডাৰ আৰু দিনপঞ্জীয়ে কেনেদৰে সহায় কৰে।