# অধ্যায় ৯ ঃ ব্যক্তিগত খণ্ডৰ উপক্রমবোৰত জনসম্পর্ক

## অধ্যায় গাঁথনি

৯.১ উদ্দেশ্য
৯.২ পৰিচয়
৯.৩ ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্য
৯.৪ ব্যক্তিগত খণ্ডৰ কোম্পানীত জনসম্পর্ক
৯.৫ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ
৯.৬ অধিক জানিবলৈ
৯.৭ অগ্রগতিৰ খতিয়ান
৯.৮ আৰ্হি প্রশ্ন

## ৯.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টি পঢ়ি উঠাৰ পাচত আপুনি ঃ

- ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ মুখ্য উদ্দেশ্যসমূহ বর্ণনা কৰিব পাৰিব।
- ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ গুৰুত্ব সন্দভৰ্ত সম্যক জ্ঞান লাভ কৰিব
- ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কই পালন কৰা বিভিন্ন ভূমিকাৰ বিষয়ে জানিব পাৰিব।
- কোম্পানী যোগাযোগ ব্যৱস্থা সন্দর্ভত সম্যক জ্ঞান লাভ কৰিব।

## ৯.২পৰিচয়

এটা সংস্থা আৰু ইয়াৰ অংশীদাৰসকলৰ মাজত সম্ভাৱনা সৃষ্টি ততা বর্তাই ৰখাৰ ক্ষেত্রত জনসম্পর্কৰ গুৰুত্ব সন্দর্ভত পূর্বৰ অধ্যায়সমূহত আলোচনা কৰা হৈছে। ইয়াত টো মন কৰিবলগীয়া কথা হ'ল যে, যিকোনো এটা সংস্থাত জনসম্পর্কৰ ভূমিকা কি হ'ব সেইয়া বিভিন্ন কাৰকৰ ওপৰত নির্ভৰ কৰে। যেনে— সংস্থাটোৰ ধৰণ আৰু আকাৰ, সংস্থাটোৰ শীর্ষ কর্তৃপক্ষৰ ভিন ভিন দৃষ্টিভংগী ৰু জনসম্পর্ক বিষয়াসকলৰ দক্ষতা তথা ক্ষমতা আদি।

বৃহৎ সংস্থাসমূহত জনসম্পর্ক বিভাগটো শীর্ষ কর্তৃপক্ষৰ সমান্তৰালভাৱে নীতিনির্ধাৰণ প্রক্রিয়াৰ অংশীদাৰ পর্যায়লৈকে সম্প্রসাৰিত। টাটা গ্রুপৰ দৰে কোম্পানীয়ে অতি উচ্চ প্রতিযোগিতামূলক পৰিৱেশত দৈনন্দিন কাম-কাজসমূহ পৰিচালনা কৰে। সেয়েহে নীতি নির্ধাৰণ সংক্রান্তীয় বিষয়, জনসাধাৰণৰ মনোভাৱ আৰু মতামত তথা কোম্পানীৰ মর্যাদাৰলৈ তেওঁলোক সদা সচেতন আৰু অধিক সংবেদনশীল। এনে ধৰণৰ সংস্থাত জনসম্পর্ক বিভাগে পৰম্পৰাগত আৰু নিউ মিডিয়া উভয়ৰ সংমিশ্রনেৰে কর্মপন্থা গ্রহণ কৰে। লগতে বিভিন্ন অনুষ্ঠানত সহযোগিতা আগবঢ়ায়

(sponsorship),কার্যবাহী সকলৰ বাবে বক্তৃতা লিখে আৰু যিকোনো অংশীদাৰৰ ওপৰত প্রভাৱ পেলাব পৰা বিষয়সমূহৰ ক্ষেত্রত দিহা পৰামর্শ আগবঢ়ায়। এনে সংস্থাসমূহত জনসম্পর্ক বিভাগৰ বৃহৎ স্বাধীনতা আৰু ক্ষমতা থাকে।

ইয়াৰ বিপৰীতে ক্ষুদ্র সংস্থাসমূহে জনসাধাৰণৰপৰা ন্যুনতম হেঁচা তথা চৰকাৰৰ পৰাও কম বাধা লাভ কৰে। এনে সংস্থাসমূহত জনসম্পর্কৰ কাম-কাজ সীমিত। এনে কোম্পানীত জনসম্পর্কৰ কাম- কাজসমূহ কোম্পানীৰ প্রতিবেদন আৰু নিয়মীয়াপ্রেছ বিজ্ঞাপ্তি লিখাতেই সীমাবদ্ধ। কর্তৃপক্ষৰ সিদ্ধান্ত আৰু  নীতি নির্ধৰণৰ ক্ষেত্রত এনে কোম্পনীত জনসম্পর্কৰ ভূমিকা নাই। ফৰচুন আলোচনীয়ে প্রকাশ কৰা বিশ্বৰ ৫০০ টা উচ্চ প্রসংসিত কোম্পানীৰ ক্ষেত্রতো ইয়াৰ মর্যাদা আৰু জনসম্পর্কক টো ৰণকৌশল সম্পর্কীয় পৰিচালনা মাধ্যম হিচাপে গ্রহণ কৰা দিশটোত গুৰুত্ব আৰোপ কৰা হৈছে। দক্ষিণ কেলিফর্ণিয়া বিশ্ববিদ্যালয়ৰ এন্নেনবার্গ ৰণকৌশলমূলক জনসম্পর্ক কেন্দ্রৰ (Anneberg Strategic Public Relations Centre) এটা সমীক্ষাত প্রকাশ পোৱা মতে এই কোম্পানীসমূহে অন্য কোম্পানীৰ তুলনাত মুঠ ৰাজহৰ এটা বৃহৎ অংশ জনসম্পর্কমূলক কাম-কাজত ব্যৱহাৰ কৰে। এই কোম্পানী সমূহে নিজৰ বৃহৎ সংখ্যক কর্মচাৰীৰ বাবে বাহিৰা জন সম্পর্ক সংস্থাৰ সহায় লয়। লগতে এনে কোম্পানীত জনসম্পর্ক বিভাগৰ কর্মচাৰীসকল বিপনন বিভাগৰ প্রতি দায়বদ্ধ নহয়। এই সমীক্ষাটো বর্ণনা কৰা (PR Week) নামৰ সংস্থাটোৱে কৈছে যে, "কোম্পানীৰ ৰণকৌশলমূলক ব্যৱসায়িক উদ্দেশ্য আৰু নিজা লক্ষ্যক একীকৃত কৰি আগবঢ়া জনসম্পর্ক বিভাগসমূহে  কার্যবাহীৰ পৰা অধিক সমর্থন লাভ কৰাৰ  লগতে বর্ধিত বাজেটআৰু সংশ্লিষ্ট কোম্পানীটোৰ সফলতাৰ ক্ষেত্রত যথেষ্ট বৰঙণি আগবঢ়ায়।"

ৰাজহুৱা আৰু ব্যক্তিগত উভয় খণ্ডতে জনসম্পর্ক বিভাগ থাকে। এই অধ্যায়তআমি ব্যক্তিগত খণ্ডৰ কোম্পানীতজনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্য আৰু কাম-কাজ সম্পর্কে আলোচনা কৰিম।

## ৯.৩ ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্য

ৰাজহুৱা আৰু ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চাকৰিৰ মুলপার্থক্যটো হ'ল- ৰাজহুৱা খণ্ডৰ চাকৰিসমূহ এটা সংস্থাৰ অধীনত থাকে আৰু ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চাকৰিসমূহত কর্মচাৰীসকলে বে-চৰকাৰী সংস্থাৰবাবে কাম কৰে। ইয়াত ব্যক্তিহত ব্যৱসায় তথা আন কেতবোৰ কোম্পানীও অন্তর্ভুক্ত হৈ আছে। বর্তমানৰ প্রতিযোগিতামূলক ব্যৱসায়িক প্রেক্ষাপটত জনসম্পর্ক বিষয়াসকলৰ বাবে লক্ষ্যসিদ্ধিৰ লগতে সক্ষমতাৰ বাবে জনসম্পর্কৰ পৰিকল্পনা কেনেকৈকৰিব লাগিব, সেয়া বুজি পোৱাটো যথেষ্ট জটিল। জনসম্পর্ক  বিষয়াসকল প্রত্যাহ্বানমূলক আৰু জটিল সমস্যাসমূহ সমাধানৰ বাবে সক্ষম হ'ব লাগিব। লগতে কোম্পানীৰ লক্ষ্য-উদ্দেশ্যসমূহ নির্ধাৰণ আৰু পূৰণ কৰিব পাৰিব লাগিব। তেওঁলোকে জনসমাধাৰণৰ মতামত,বিশ্বাস আৰু দৃষ্টিভংগীকঅনুধাৱন কৰিব পাৰিব লাগিব। ই আকাংক্ষিত ফলাফল লাভ কৰাৰবাবে কার্যসূচীৰ ৰণকৌশল যুগুত কৰা  সহায় কৰিব।

জনসম্পর্ক পৰিচালনাৰক্ষেত্রত এটা সুপকিল্পিত গৱেষণামূলক কার্যসূচী থকাৰ পাছতেহে সফলতা সুনিশ্চিত কৰিব নোৱাৰিব পাৰে। কিন্তু জনসম্পর্ক বিষয়াসকলক ই সর্বাত্মক ৰূপত নিজৰ দক্ষতা প্রদর্শনৰ সুযোগ দিব। অধিক ৰণকৌশলমূলক পৰিচালনাৰ এটা আৰ্হিয়ে যিকোনো পৰিস্থিতিনিয়ন্ত্রণত সহায় কৰাৰ লগতে জনসম্পর্ক বিষয়াজনকো লক্ষ্যপ্রাপ্তিৰ ক্ষেত্রত সহায় কৰে।

জনসম্পর্ক হ'ল তথ্য, বিভিন্ন উদ্দেশ্যৰে ব্যক্তি তথা সংস্থা সন্দর্ভত ধাৰণা আদিৰ সংমিশ্রন। ই হ'ল মনোযোগ আকর্ষম মর্যাদা আহৰণ,ুৎপাদিত সামগ্রীৰ জনপ্রিয়কৰণ, অথবা ব্যক্তি তথা কোনো এটা সংস্থাৰ ৰাজহুৱা স্বার্থক সন্তুষ্ট কৰাৰ এটা প্রক্রিয়া। ব্যক্তিগত খণ্ডত বর্ধিত প্রতিযোগিতামূলক পৰিৱেশত এই খণ্ডত জনসম্পর্কৰ গুৰুত্বপূর্ণ উদ্দেশ্যসমূহ বুজি উঠাটো ভৱিষ্যতৰ জনসম্পর্কৰ পেছাদাৰী লোকসকলৰ বাবে অতি গুৰুত্বপূর্ণ।

সংস্থাসমূহ সামাজিক ব্যৱস্থাৰ এটা অংশ। ইয়াতকর্মচাৰী বিনিয়োগকাৰী, যোগানকাৰী বিতৰক আদি ব্যক্তি তথা জনসাধাৰণ জড়িত হৈ থাকে। জনসম্পর্কৰভূমিকা হ'ল— কোম্পানীটোৰ লক্ষ্যতউপনীত হ'ব পৰাকৈ বিভিন্ন গোটৰ মাজত সম্পর্ক বজাই ৰখা আৰু উন্নত কৰা। জেম্ছ গ্রুনিগ আৰু ট'জ হাণ্টে কৈছে যে সংস্থাসমূহে এটা আনুষ্ঠানিক যোগাযোগৰ প্রক্রিয়া বিকশিত কৰে " যেতিয়া কোনো সংস্থা অথবা জনসাধাৰণমে পৰস্পৰৰ ওপৰত ফলাফলনির্ভৰ হৈ আচৰণ কৰে।" যদি এই ফলাফলসমূহ ব্যৰক হয় তেনেহ'লে জনসম্পর্কৰ ক্ষেত্রত সমস্যাৰ সৃষ্টি হয়। এফ জেফ্ কিন্ছৰ মতে জনসম্পর্কই বাহিৰ আৰু ভিতৰ উভয় ক্ষেত্রতে এটা পৰিকল্পিত যোগাযোগ ব্যৱস্থা গঢ় দিয়ে। পাৰস্পৰিক বুজাবুজি থকা কেতবোৰ বিশেষ উদ্দেশ্য পূৰণৰ ক্ষেত্রত সংস্থা আৰু জনসাধাৰণৰ মাজত এই ব্যৱস্থাৰ গঢ় দিয়া হয়। ইয়াৰদ্বাৰা এটা কথা বুজিব পাৰি যে, এটা সংস্থা আৰু জনসাধাৰণৰ মাজত সম্ভাৰ সৃষ্টিয়েই জনসম্পর্কৰ মূল উদ্দেশ্য নহয়, বৰং ব্যক্তিগত খণ্ডৰ কোম্পানীতবিশেষ লক্ষ্যত উপনীত হোৱাৰ ক্ষেত্রতো ই অতি গুৰুত্বপূর্ণ।

লক্ষ্য আৰু উদ্দেশ্যক একীকৃত কৰিব নোৱাৰি। উদাহৰণস্বৰূপে জেম্ছ গ্রুনিং আৰু ট'ড হাণ্টে কৈছে যে লক্ষ্য আৰু উদ্দেশ্যপ্রায় একেই। কিন্তু উদ্দেশ্যতকৈ তেওঁলোকে ৰ্ক্ষ্যক অধিক ব্যাপক। আৰু বিস্তৃত বুলি ব্যাখ্যা আগবঢ়াইছে। লক্ষ্যসমূহ সর্বাত্মক পৰিসমাপ্তি, যি সিদ্ধান্ত গ্রহণ আৰু আচৰণৰ টো পৰিকাঠামো যুগুত কৰে। কিন্তু লক্ষ্যসমূহ বিস্তৃত, হোৱাৰ বাবে দৈনন্দিন সিদধান্ত গ্রহণতই সহায় কৰিব নোৱাৰে। আনহাতে উদ্দেশ্যসমূহে দৈনন্দিন সম্যাসমূহৰ সমাধানৰ পথ প্রদর্শন কৰে। লগতে সমস্যাসমূহত সমাধানৰ বিভিন্ন দিশ ব্যাখ্যা কৰে।

বৃহৎ পৰিষৰৰ সংস্থাসমূহত যোগাযোগ বিষয়াসকলে সাধাৰণতে ব্যৱহাৰ কৰা মাধ্যমটো হ'ল 'উদ্দেশ্যৰে পৰিচালনা'। সাধাৰণ ব্যৱসায়িকক্ষেত্রত উদ্দেশ্য বুলিলে 'উদ্দেশ্যৰে পৰিচালনা'কে বুজা যায়। অভিযানমূলক কার্যসূচী সমূহ বিকশিত কৰাৰ ক্ষেত্রত ই এক প্রভাৱভিত্তিক প্রক্রিয়া। যিকোনো জনসম্পর্ক বিষয়াই 'উদ্দেশ্যৰে পৰিচালনা' নীতি গ্রহণ কৰিবলৈ হ'লে ৰণকৌশল মূলক সিদ্ধান্ত গ্রহণ কৰিব লাগিব। MBO দৃষ্টিভংগীয়ে জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত ব্যক্তিক আপোচ কৰিব নোৱাৰা অভিযানৰ বিভিন্ন দিশ সন্দর্ভত সম্যক জ্ঞান আহৰণত সহায় কৰিব। ইয়াৰোপৰি

এি দৃষ্টিভংগীয়ে অভিযানৰ বিভিন্ন উপাদানৰ ক্ষেত্রত শীর্ষ কর্তৃপক্ষৰ দৰে গুৰুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্ত গ্রহণ কৰোতাসকলক পতিয়ন নিয়াব পৰাকৈ জনসম্পর্ক বিষয়াগৰাকীক আস্থাযোগ্য তর্ক তথা যুক্তিৰ যোগান ধৰিব। চমুকৈ ক'বলৈ গ'লে MBO দৃষ্টিভংগীয়ে জনসম্পর্ক বিষয়াজনক বিশ্বাস যোগ্যতা নমনীয়তা আৰু নিয়ন্ত্রণৰ সামর্থ প্রদান কৰে।

এই কথা বুজাটো প্রয়োজন যে উদ্যোগ আৰু সংস্থাসমূহ উচ্চ প্রতিযোগিতামূলক পর্যায়ত থকাৰ পৰিপ্রেক্ষিতত এনে সংস্থাসমূহৰ লক্ষ্য প্রাপ্তিৰ ক্ষেত্রত জনসম্পর্ক বিষয়াজনৰ পৰম্পৰাগত ভূমিকা ফলপ্রসূ নহ'বও পাৰে। পূর্বে পৰম্পৰাগত জনসম্পর্ক বিষয়াসকলে যোগাযোগৰ ভালেখিনি কার্যকলাপ কৰিবলগীয়া হৈছিল। তাৰ ভিতৰত কেম্পানীৰ প্রতিবেদন পুস্তিকা প্রেছ বিজ্ঞাপ্তি আৰু বিশেষ কার্যসূচী যেনে সংবাদমেল আদিৰ আয়োজন কৰিছিল। আনহাতে MBOজনসম্পর্ক ব্যৱসথাৰ অধীনত ভালেসংখ্যক লক্ষ্যত উপনীত হোৱাৰ বাবে পৰিকল্পনা যুগুত কৰা হয়। তেওঁলোকৰ দৃষ্টিভংগী অধিকসামগ্রিক হয় । ইয়াৰ ফলস্বৰূপে সকলোতে এটা স্পষ্ট াৰু প্রভাৱভিত্তিক উদ্দেশ্য জড়িত থাকে। ফলাফলৰ ওপৰত ভিত্তি কৰি জনসম্পর্ক বিষয়াগৰাকীয়ে কাম-কাজসমূহৰ পৰিকল্পনা কৰে। পৰম্পৰাগত জনসম্পর্ক বিষয়া অগৰাকীতকৈ তেওঁলোকে অতি সহজে প্রতিটো প্রয়াসৰ প্রয়োজনীয়তা আৰু ফলাফলসমূহ প্রদর্শন কৰিব পাৰে। প্রতিটো প্রতিবেদন পুস্তিকা প্রেছ বিবৃতি আৰু বিশেষ অনুষ্ঠানসমূহে একোটা স্পষ্ট উদ্দেশ্য বহন কৰে আৰু ই বৃহৎ পৰিকল্পিতভাবে এটা অংশ।

ডব্লিউ পি এইলিঙে যিকোনো এটা সংস্থাত জনসম্পর্ক বিষয়াসকলৰ বাবে ছটা উদ্দেশ্যৰ কথা বর্ণনা কৰিছে।

**১। অৱধাৰণা (Conceptualization)** ঃ জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত ব্যক্তি-সকলে জনসম্পর্কৰ বৃহঞ প্রতিচ্ছবিখন শক্তিশালীভাবে ধৰি ৰাখি সৰু সৰু উপাদানসমূহক চিনাক্ত কৰি পৰিকল্পিতভাবে ইয়াত সংযাজিত কৰিব লাগিব। এটা সংস্থা আৰু জনসাধাৰমৰ মাজত পাৰস্পৰিক স্বার্থজড়িত সম্পর্ক বাহাল ৰখাৰ বাবে বিশেষ কার্যআঁচনি আৰু দায়িত্ব নির্ধাৰণ কৰাটো বিষয়াগৰাকীৰ লক্ষ্য হ'ব লাগিব। ইয়াৰ ওপৰত ব্যয় নির্ধাৰণ, লক্ষ্য নির্ধাৰণ, ৰণ কৌশলমূলক পন্দ্রৰকল্পনা, প্রশাসন, মূল্যায়ন আদিৰ সফলতা নির্ভৰ কৰে।

**২। নীৰিক্ষণ (Monitoring) ঃ** নীৰিক্ষনতক অন্য অর্থাৎ গৱেষমা বুলিও ক'ব পাৰি। প্রচলিত বিষয়সমূহক লৈ আগবাঢ়ি থাকিব পৰাকৈ, লগতে ইয়াৰ ফলত সৃষ্টি হচ্ব পৰা সম্ভাব্য সংকট ৰোধ কৰিব পৰাকৈজনসম্পর্ক বিষয়াগৰাকীয়ে বিভিন্ন বিষয়ত ব্যাপক গৱেষণা কৰিব লাগিব। ইয়াত জনসম্পর্ক বিষয়াজনৰ উদ্দেশ্য হ'ব অন্য সংস্থা আৰু সমিতিৰ সৈতে সংস্থাটোৰ মত বিনিময় আৰু সম্পর্কৰ পৰা উদ্ভূত সুযোগ আৰু প্রত্যাহ্বানসমূহৰ বিশ্লেষণ আৰু মূল্যাংকন কৰা।

**৩। পৰিকল্পনা (Planning) ঃ** নীৰিক্ষন প্রক্রিয়াত চিনাক্ত কৰা সুযোগ আৰু প্রত্যাহ্বানসমূহৰ যোগেদি জনসম্পর্ক বিষয়াজনে সংস্থাটোক আগবঢ়াই নিব পৰাকৈ নীতি নির্ধাৰণ কৰাৰ যোগ্যতাথাকিব লাগিব। উদ্দেশ্য হ'ব— নীৰিক্ষন প্রক্রিয়াত চিনাক্ত কৰা প্রয়োজনসমূহ পূৰণ কৰিব পৰাকৈ নির্ধাৰিত ফলপ্রাপ্তি সুনিশ্চিত কৰা।

**৪। সংস্থা আৰু সমন্বয় (Organisation and Coordination)** ঃ জনসম্পর্ক বিষয়াজনে উপলবধ সম্পদসমূহৰ ফলপ্রসু প্রয়োগ কৰিব লাগবি। পাৰম্ভৰিক লাভজড়িত ফলাফল প্রাপ্তিৰ ক্ষেত্রত সহায় হোৱাকৈঅন্য সংস্থাৰ সৈতে সমন্বয়মূলক সহযোগিতাৰ বাবে সুযোগৰ সদ্যৱহাৰ আৰু সংস্থাৰ অভ্যন্তৰত বাজেট আৰু কর্মচাৰীৰ উচিত ব্যৱহাৰ কৰিব পাৰিব লাগিব। উদ্দেশ্য হ'ব- পৰিকল্পনা প্রক্রিয়াত বিকশিত কৰা যোগাযোগ কার্যসূচীৰ বাবে ফলপ্রসু আৰু সঠিক নীতিৰূপায়ন কৰা।

**৫। প্রশাসন (Administration) ঃ** পৰিকল্পনা প্রক্রিয়াত নির্ধৰণ কৰা উদ্দেশ্যসমূহ জনসম্পর্ক বিষয়াজনে পূৰণ কৰিব পাৰিব লাগিব। যোগাযোগৰ কার্যসূচীসমূহ সক্রিয় আৰু কার্যকৰী কৰাৰ ক্ষেত্রত জনসম্পর্ক বিষয়াগৰাকীৰ তত্ত্বাৱধানত কার্যআঁচনি যুগুত কৰা হ'ব। সম্পদ আৰু পৰিৱেশ পৰিৱর্তনশীল হোৱাৰ পৰিপ্রেক্ষিতত পৰিকল্পনা মতে কামবোৰ নহ'বও পাৰে। সেয়ে, প্রতিটো কার্যসূচীৰ ৰূপায়নৰ দ্বাৰা জনসম্পর্ক বিষয়াজনে অনুপ্রাণিত কৰাৰ উপৰি উদ্ভাৱনী নেতৃত্ব বজাি ৰাখিব পাৰিব লাগিব।বাজেট আৰু নির্ধাৰিত সময়ৰ ভিতৰত যোগাযোগৰ কার্যসূচীসমূহ ৰূপায়ন কৰাই হ'ব এি পর্যায়ৰ মূল উদ্দেশ্য।

**৬। মূল্যাংকন (Evaluation) ঃ** প্রতিটো যোগাযোগৰ কার্যকলাপৰ একোটা স্পষ্ট উদ্দেশ্য আৰু আকাংক্ষিত ফলাফল থাকিব লাগিব। অধিক ফলপ্রসূ ভৱিষ্যৎ কার্যপন্থা গ্রহণ কৰিব পৰাকৈ নীৰিক্ষণ প্রক্রিয়াতে জনসম্পর্ক বিষয়াজনে কার্যসূচীৰ সক্ষলতা আৰু বিফলতা সমূহ অনুধাৰন তথা বিশ্লেষণ কৰিব লাগিব। বিষয়াজনে ফলাফল প্রদর্শন কৰিব লাগিব। উদ্দেশ্য হ'ব— অধিক সক্ষমতাৰে ভৱিষ্যতে যোগাযোগৰ কার্যসূচী যুগুত কৰিব পৰাকৈ দায়বদ্ধতা, বিশ্বাসযোগ্যতা, আৰু নেতৃত্ব প্রদান সুনিশ্চিত কৰা।



**অগ্রগতি নীৰিক্ষণ**

**প্রশ্ন নং ১ ঃ** ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্যসমূহ বর্ণনা কৰক।

.....

.....

.....

**(ক) ব্যক্তিগত খণ্ডৰ কোম্পানীত জনসম্পর্ক**

জনসম্পর্ক বিভাগক কোম্পানী যোগাযোগ বিভাগ বা অন্য নামেৰেও জন যায়। ই গোলকীয় প্রেক্ষাপটত উদ্যোগ জনগতৰ এটা গুৰুত্বপূর্ণ অংশ। যদিহে পূর্বৰ জনসম্পর্কৰ অধ্যায়সমূহ পঢ়িছে তেনেহ'লে এই কথা সকলোৰে জ্ঞাত যে পূর্বে জনসম্পর্ক বিভাগটো প্রসাৰ আৰু প্রচাৰৰ সৈতেহে জড়িত আছিল। সময়ৰ পৰিৱর্তনৰ লগে লগে জনসম্পর্কৰ ভূমিকাৰো পৰিৱর্তন হ'ল। জনসম্পর্কই ইয়াৰ প্রভাৱ, সংস্থা এটাৰ শীর্ষ কর্তৃপক্ষৰ ওপৰতো প্রদর্শন কৰে। বিভিন্ন পক্ষৰ পৰা অহা হেঁচা তথাঅন্য উপাদানে এই কথা প্রমাম কৰিলে যে জনসম্পর্ক কেৱলপ্রচাৰ আৰু একপক্ষীয় যোগাযোগ নহয়, বৰং জনসাধাৰণৰ সৈতে আলোচনা আৰু আপেচৰকে জটিল আৰু ক্রীয়াশীল প্রক্রিয়া। সঁচা অর্থত বর্তমান সময়ত পেছাদাৰী জনসম্পর্ক বিষয়সকলে নীতি নির্ধাৰণ আৰু জনসাধাৰণৰ সৈতে যোগা যোগ ৰক্ষাৰ ক্ষেত্রতশীর্ষ কর্তৃপক্ষক সহযোগ কৰে।

ডেনিছ উইলক্সে তেওঁৰ 'পাব্লিক ৰিলেছন্ছ' নামৰ গ্রন্থত যিকোনো এটা সংস্থাৰ কার্যকল্পক দুটা ভাগত বিভক্ত কৰা Line function আৰু staff Function ৰ সবিশেষ, পৰম্পৰাগত পৰিচালনা তত্বত বিশ্লেষণ কৰিছে। তেওঁকৈছে- "এজন লাইন মেনেজাৰে উদাহৰণস্বৰূপে এটা সংস্থাৰ নির্মাণ খণ্ডৰ  উপাধ্যক্ষ গৰাকীয়ে উৎপাদনৰ লক্ষ্য স্থিৰকৰিব পাৰে কর্মচাৰী নিয়োগ কৰিব পাৰে, নীতি নির্ধাৰণ কৰিব পাৰে আৰু যথেষ্ট ক্ষমতাও থাকে। ইয়াৰ বিপৰীতে staff কর্মচাৰীসকলৰ সীমিত ক্ষমতা থাকে। তথাপি বিভিন্ন পৰামর্শৰে তেওঁলোকে পৰোক্ষভাৱে আনৰ কাম-কাজক প্রভাৱিত কৰে।" সহনযোগ্য পৰিচালনা তত্ব অনুসৰি জনসম্পর্ক এটা staff Function । জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত লোকসকল যোগাগে ৰক্ষাৰক্ষেত্রত অতি পার্গত। লাইন মেনেজাৰ বিশেষকৈ মুখ্যকার্যবাহী বিষয়াৰ দৰে ব্যক্তিয়ে সংস্থাৰ উদ্দেশ্যসমূহ পূৰণ কৰাৰ দিশত তথ্য প্রস্তুত আৰু ব্যৱহাৰৰ ক্ষেত্রত তেওঁলোকৰ দক্ষতাৰ সহায় লোৱাৰ লগতে পৰামর্শ গ্রহণ আৰু যোগাযোগৰ কার্যসূচীসমূহ ৰূপায়নৰ ক্ষেত্রত তেওঁলোকৰ আস্থাত আগবাঢ়ে। উদাহৰণস্বৰূপে, জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত লোকসকলো এটা সমীক্ষাৰ দ্বাৰা অনুধাৱন কৰিলে যে, কোম্পানীটোৰ নির্ধাৰিত জনসাধাৰণে ইয়াৰ উৎপাদিত সামগ্রীৰ বিষয়ে ভালকৈ নাজানে। ৰাইজৰ অংশগ্রহণ বৃদ্ধি কৰাৰ লগতে তেওঁলোকক সম্যক ধাৰণা দিবৰ বাবে জনসম্পর্ক বিভাগটোৱে শীর্ষ কর্তৃপক্ষক এখন ৰাজহুৱা সভা অনুষ্ঠিত কৰিবলৈ পৰামর্শ আগবঢ়াব পাৰে।

জনসম্পর্কৰ বিশেষজ্ঞ এজনৰ কাম-কাজসমূহ

কোনো নিগম, সংস্থা, চৰকাৰী অথবা ৰাজহুৱা খণ্ডৰ জনসম্পর্ক বিভাগ বা জনসম্পর্কৰ পৰামর্শদাতা সংস্থা যিয়েই নহওক, এটা কথা নিশ্চিতযে সকলো জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত লোকৰ বাবে কেতবোৰ উমৈহতীয়া কাম-কাজ থাকে। ব্যক্তিগত খণ্ডৰ জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িত লোকৰ বাবে থকা কেতবোৰ কার্যকলাপ তলত উল্লেখ কৰা হৈছে—

- সংস্থা আৰু ইয়াৰ শাখাসমূহৰ বাবে সংবাদ মাধ্যমেৰে সম্পৰ্কৰ সমন্বয় সাধন।
- সংস্থাৰ জনসম্পৰ্ক জনসেৱা আৰ ৰাজহুৱা স্বাৰ্থজড়িত কাৰ্যসূচী সমূহৰ পৰিকল্পনা আৰু ৰূপায়ন।
- কাৰ্যবাহীৰ বাবে বক্তৃতা লিখা আৰু বাণিজ্য তথা গ্ৰাহক আৰু সংবাদ মাধ্যমৰ বাবে প্ৰেছ বিজ্ঞাপ্তি লিখা।
- বক্তা, সভা, সংবাদ মেল, সংবাদ মাধ্যমৰ আগত কথাকোৱা আৰু বিভিন্ন অনুষ্ঠানৰ আয়োজন কৰা।
- সংস্থাৰ প্ৰতিবেদন লিখা আৰু সম্পাদনা কৰা আৰু কৰ্মচাৰীৰ সৈতে যোগাযোগ ৰক্ষা কৰা।
- দুৰ্ঘটনা আৰু দুৰ্যোগৰ সময়ত সংস্থাৰ মুখপাত্ৰ হিচাপে কাম কৰা।
- বিক্ৰীৰ বিভিন্ন সভা আৰু বিত্তীয় তথ্য পাতি প্ৰকাশৰ ক্ষেত্ৰত দৃশ্যশ্ৰব্য সামগ্ৰী পৰ্যবেক্ষন কৰা।
- বিভিন্ন সভা-সমিতিৰ আয়োজন কৰাৰ বাবে ব্যৱসায়িক যাত্ৰাসমূহত মূখ্য কাৰ্যবাহী বিষয়া আৰু অন্য শীৰ্ষ বিষয়াসকলক সংগ দিয়া।
- বাৰ্ষিকআৰু ত্ৰৈমাসিক প্ৰতিবেদন প্ৰকাশৰ ক্ষেত্ৰত বিত্তীয় বিষয়া-কৰ্মচাৰীসকলৰ সৈতে কাম কৰা।
- কোম্পানীৰ মৰ্যাদাৰ ক্ষেত্ৰত গৱেষমা আৰু স্থিতি নিৰ্ধাৰণৰ ব্যৱস্থা কৰা।
- জনকল্যানকামী বিনিয়োগৰ বাবে পৰামৰ্শ আৰু পৰিকল্পনা কৰা।
- গ্ৰাহকৰ বাবে বৈদ্যুতিন, অনলাইন আৰু ছপা মাধ্যমত সুযোগৰ সন্ধান কৰা।
- গুৰুত্বপূৰ্ণ বিজ্ঞাপসন্মতআৰু ৰাজনৈতিক সন্মিলনৰ আয়োজন কৰা।
- গ্ৰাহকৰ ৰাজহুৱা পৰিক্ৰমামূলক উদ্দেশ্যৰ অংশৰূপে ৰাজনীতিক আৰু অন্য গুৰুত্বপূৰ্ণ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণ কৰোতাসকলক লক্ষ্য কৰি লোৱা।

ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পৰ্ক অথবা কোম্পানী যোগাযোগ বিভাগ বা জনসম্পৰ্ক সংস্থাৰ কাম কাজসমূহ—

- যোগাযোগৰ বিপনন (Marketing Communications) ঃ জনসম্পৰ্ক বিষয়াসকলে ইয়াৰ সৈতে জড়িত গ্ৰাহকসকলৰ সেৱা আৰু সামগ্ৰীৰ প্ৰসাৰৰ বাবে বিভিন্ন সংবাদ মাধ্যমৰ সৈতে থকা সম্পৰ্ক আৰু জনসম্পৰ্কৰ মাধ্যম (প্ৰেছ বিজ্ঞপ্তি, প্ৰেছ টুৰ, পুস্তিকা) আদিৰ সহায় ল'ব পাৰে।
- গৱেষণা আৰু মূল্যায়ন (Research and Evaluation) ঃ জনসাধাৰণৰ মনোভাৱ আৰু দৃষ্টিভংগীৰ বিষয়ে অৱগত হ'বলৈ জনসম্পৰ্ক বিভাগে বিজ্ঞানসন্মত মতামত সমীক্ষা চলাব পাৰে।

- সংকটকালীন যোগাযোগ(Crisis Communication) ঃ জৰুৰীকালীন আৰু ক্ষয়-ক্ষতিৰ সময়ত কি ক'ব আৰু কৰিব লাগে কৰ্তৃপক্ষক এই বিষয়ে পৰামৰ্শ আগবঢ়োৱা হয়. জনসম্পৰ্ক বিষয়াসকলে সংকটকালত নিৰ্ধাৰিত জনসাধাৰণৰ সৈতে সম্পৰ্ক স্থাপন আৰু তেওঁলোককসৈমান কৰোৱাৰ ক্ষেত্ৰত গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা পালন কৰে। সংকটকালত জনসম্পৰ্ক বিষয়াজনৰ বাবে মৰ্যাদা পৰিচালনা আটাইতকৈ গুৰুত্বপূৰ্ণ বিষয়।

- সংবাদ মাধ্যমৰ বিশ্লেষণ (Media Analysis) ঃ নিৰ্ধাৰিত বাৰ্তাসমূহ যাতে ইয়াৰ আওতাত পৰালোকসকলে লাভ কৰে সেয়া সুনিশ্চিত কৰিবলৈ জনসম্পৰ্ক বিভাগৰ দলটোৱে ছ'চিয়েল মিডিয়াকৈ ধৰি উপযুক্ত সংবাদ মাধ্যমসমূহ পৰীক্ষা কৰে।

- সমূহীয়া সম্পৰ্ক (Community Relations) ঃ কোনো কাৰখানা নিৰ্মান আৰু সম্প্ৰসাৰণৰ দৰে প্ৰকল্পৰ বাবে চৰকাৰী আৰু ৰাজহুৱা সমৰ্থন আদায় কৰাৰ ক্ষেত্ৰত কৰ্তৃপক্ষক পৰামৰ্শ আগবঢ়ায়।

- অনুষ্ঠান পৰিচালনা (Events Management) ঃ জনসম্পৰ্কৰ সৈতে জড়িত লোকসকলে সংবাদমেল, বাৰ্ষিকী অনুষ্ঠান, জনসভা, আলোচনা আৰু ৰাষ্ট্ৰীয় সম্মিলনসমূহৰ পৰিকল্পনা আৰু আয়োজন কৰে। প্ৰচাৰ, প্ৰসাৰ আৰু ব্ৰেণ্ড চিনাক্তকৰণৰ ক্ষেত্ৰত তেওঁলোকৰ ভূমিকা অপৰিসীম।

- কৰ্মচাৰী যোগাযোগ (Employee Communication) ঃ এটা সংস্থাৰ কাম কাজ সুচাৰুৰূপে পৰিচালনা কৰাৰ বাবে শীৰ্ষ কৰ্তৃপক্ষই ইয়াৰ কৰ্মচাৰীসকলৰ সৈতে এটা ভাল পাৰস্পৰিক লাভজড়িত সম্পৰ্ক বৰ্তাই ৰখাটো নিতান্তই প্ৰয়োজন। সংস্থাৰ অভ্যন্তৰত যদি কৰ্মচাৰীসকলে তেওঁলোকৰ প্ৰয়াসৰ বাবে স্বীকৃতি নাপায় আৰু সন্তুষ্ট নহয় তেনেহ'লে ভয়াৱহ সমস্যাৰ সৃষ্টি হ'ব পাৰে।

- ৰাজহুৱা পৰিক্ৰমা (Public Affairs) ঃ চৰকাৰী শুনানী আৰু নিয়ামক সংস্থাৰ বাবে জনসম্পৰ্কৰে জড়িত লোকসকলে তথ্য-পাতি আৰু সাক্ষ্যৰ ব্যৱস্থা কৰে। লগতে ইয়াৰ সবিশেষ যুগুত কৰে। তেওঁলোক যিকোনো সংস্থাৰগুৰুত্বপূৰ্ণ অংশ।

- ব্ৰেণ্ডিং আৰু কোম্পানীৰ মৰ্যদা (Branding and Corporate Reputation) ঃ উন্নত মান ৰক্ষাৰ বাবে কোম্পানীৰ ব্ৰেণ্ড প্ৰতিষ্ঠা কৰাৰ লগতে ইয়াৰ মৰ্যাদা অক্ষুন্ন ৰাখিবলৈ বিভিন্ন কাৰ্যসূচীৰ পৰামৰ্শ আগবঢ়োৱা হয়। এটা অনুকূল আৰু ইতিবাচক পৰিচয় আৰু কোম্পানীৰ এটা সুস্থ ভাৱমূৰ্তি বৰ্তাই ৰখাৰ ক্ষেত্ৰত জনসম্পৰ্কৰ সৈতে জড়িত ব্যক্তি অথবা যোগাযোগৰ পেছাদাৰী ব্যক্তিসকলে গুৰুত্বপূৰ্ণ ভূমিকা পালন কৰে। জনসম্পৰ্ক বিষয়াৰ বাবে ব্ৰেণ্ডৰ মৰ্যাদা ৰক্ষা কৰাটো এটা গুৰুত্বপূৰ্ণ বিষয়।

- বিত্তীয় সম্পৰ্ক (Financial Relations) ঃ অন্য কোম্পানীৰ অধীনলৈ অহাৰ পৰা

কেতবোৰ ক্ষেত্রত বিৰত থাকিবলৈ কর্তৃপক্ষক পৰামর্শ আগবঢ়োৱা হয়। অংশীদাৰ নিৰাপত্তা পর্যবেক্ষক আৰু বিনিয়োগ-কাৰীসকলৰ সৈতে ফলপ্রসূভাৱে যোগাযোগ ৰক্ষা কৰা হয়।



**অগ্রগতি নিৰীক্ষণ**

**প্রশ্ন নং ২ ঃ** জনসম্পর্ক বিভাগৰ ৫টা কার্যৰ বিষয়ে লিখক।

.....

.....

.....

১.৪.১ জনসম্পর্কৰ সৈতে জড়িতসকলৰ কোম্পানীৰযোগাযোগৰ ক্ষেত্রত থকা ভূমিকা লিখা।

বহু সময়ত জনসম্পর্ক আৰু কোম্পানী যোগাযোগ ব্যৱস্থাক একে হিচাপে গণ্য কৰা হয়। পূর্বে কোম্পানী যোগাযোগ জনসম্পর্কৰ টো শাখা হিচাপে গন্য কৰা হৈছিল যদিও বর্তমান সময়ত কোম্পানী যোগাযোগৰ ভূমিকা পৰম্পৰাগত জনসম্পর্কতকৈ যথেষ্ট সম্প্রসাৰিত আৰু বিচিত্র। কোম্পানী যোগাযোগে কেৱল বাহিৰা ভাৱসুতি উন্নীত কৰাৰ ওপৰতে গুৰুত্ব আৰাপ নকৰে, বৰং কর্মচাৰীসকলক একেলগে কাম কৰাৰ বাবে উৎসাহিত কৰে আৰু কোম্পানীৰ সামগ্রিক উদ্দেশ্যৰ প্রতি সমর্থন আগবঢ়োৱাৰ বাবেও অনুপ্রাণিত কৰে। অর্থাৎ কেৱল কার্যকৰিতামূলক দিশটোতে ই সীমাবদ্ধ নাথাকে।

Cees B.M.Van hiel আৰু J.Fombrun এ তেওঁলোকৰ গ্রন্থত লিখিছে যে, কোম্পানীৰ যোগাযোগৰ প্রয়োজনীয় দিশসমূহে বুলিলে সকলো আভ্যন্তৰিন আৰু বহিঃ যোগাযোগৰ পৰিচালনা আৰু পৰিকল্পনাক বুজায়। ইয়াৰ উদ্দেশ্য হ'ল অংশীদাৰসকলৰ সৈতে এটা অনুকূল আৰম্বনিৰে আগবঢ়া আৰু ইয়াৰ ওপৰতে কোম্পানীৰ বহুদিশ নির্ভৰ কৰে। কোম্পানী যোগাযোগৰ অধীনত বিভিন্ন ক্ষেত্রৰ বিশেষজ্ঞ আৰু বিশ্লেষকে প্রয়োজনীয় তথ্য -পাতি আগবঢ়ায়। ইয়াৰ লক্ষ্য হ'ল সংস্থাৰ পৰিচালনাৰ অনুজ্ঞা অক্ষুণ্ণ ৰাখিব পৰাকৈ সামর্থ বৃদ্ধি কৰা। দুয়োগৰাকী লেখকে কোম্পানী যোগাযোগৰ সৈতে জড়িত ব্যক্তিসকলৰ দায়িত্বসমূহৰ বিষয়ে উল্লেখ কৰিছে। সেইসমূহ হ'ল—

- কোম্পানীৰ ব্রেণ্ডৰ নেপথ্যত (Company behind the brand) ইয়াৰ ৰূপৰেখা প্রকাশ কৰা।
- কোম্পানীৰ আকাংক্ষিত পৰিচয় আৰু ব্রেণ্ডৰ মাজত থকা বিভিন্ন বিষয় তথা প্রত্যাহ্বান হ্রাস কৰাৰবাবে কার্যব্যৱস্থা গ্রহণ কৰা।

- যোগাযোগৰ ক্ষেত্রখনত কোনে কি কাম কৰা উচিত সেয়া অৱগত কৰোৱা।
- যোগাযোগৰ সৈতে জড়িত বিষয়সমূহক লৈ সিদ্ধান্ত গ্রহণৰ ক্ষেত্রত ফলপ্রসু প্রক্রিয়া গ্রহণ তথা কার্যৰূপায়ন কৰা।
- কোম্পানীৰ উদ্দেশ্যসমূহক লৈ বহিঃ আৰু আন্তঃসমর্থনক গতি প্রদান কৰা।



**অগ্রগতি নিৰীক্ষণ**

**প্রশ্ন নং ৩ ঃ** কোম্পানী যোগাযোগকাৰীসকলৰ দায়িত্বসমূহৰ বিষয়ে লিখক।

.....

.....

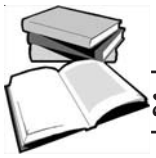


## ৯.৪ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

- ৰাজহুৱা আৰু ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চাকৰিৰ মূল পার্থক্যটো হ'ল ৰাজহুৱা খণ্ডৰ চাকৰিসমূহ এটা সংস্থাৰ অধীনত থাকে আৰু ব্যক্তিগত খণ্ডৰ চাকৰিসমূহত কর্মচাৰীসকলে বে-চৰকাৰী সংস্থাৰ বাবে কাম কৰে।
- উদ্দেশ্যসমূহে দৈনন্দিন সমস্যাসমূহৰ সমাধানৰ পথ প্রদর্শন কৰে। লগতে সমস্যাসমূহ সমাধানৰ বিভিন্ন দিশ ব্যাখ্যা কৰে।
- ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্যসমূহ হ'ল- অৱধাৰণা, নীৰিক্ষণ, প্রশাসন, সংস্থা আৰু সমন্বয়, পৰিকল্পনা, মুল্যাংকন আদি।
- অভিযানমূলক কার্যসূচীসমূহ বিকশিত কৰাৰ ক্ষেত্রত 'উদ্দেশ্যৰে পৰিচালনা' (Management By Objectives-MBO) এটা প্রভাৱভিত্তিক প্রক্রিয়া। যিকোনো জনসম্পর্ক বিষয়াই এই নীতি গ্রহণ কৰিবলৈ হ'লে ৰনকৌশলমূলক সিদ্ধান্ত গ্রহণ কৰিব লাগিব। MBOদৃষ্টিভংগীয়ে জনসম্পর্কৰ সৈতেজড়িত ব্যক্তিক আপোচ কৰিব নোৱাৰা অভিযানৰ বিভিন্ন দিশ সন্দর্ভত সম্যক জ্ঞান আহৰণত সহায় কৰে। ইয়াৰোপৰি এই দৃষ্টিভংগীয়ে অভিযানৰ বিভিন্ন উপাদানৰ ক্ষেত্রত শীর্ষ কর্তৃপক্ষৰ দৰে গুৰুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্ত গ্রহন কৰোতাসকলক পতিয়ন নিয়াৰ পৰাকৈ জনসম্পর্ক বিষয়া গৰাকীক আস্থাযোগ্য তর্ক তথা যুক্তিৰ যোগান ধৰে। চমুকৈ ক'বলৈ গ'লে। MBO দৃষ্টিভংগীয়ে জনসম্পর্ক

বিষয়াগৰাকীক বিশ্বাস-যোগ্যতা, নমনীয়তা আৰু নিয়ন্ত্রণৰ সামর্থ প্রদান কৰে।

- জনসম্পর্ক বিশেষজ্ঞৰকেতবোৰ কার্যকলাপঃ সংস্থা আৰু ইয়াৰ শাখাসমূহৰ বাবে সংবাদ মাধ্যমেৰে সম্পর্কৰ সমন্বয় সাধন কৰা। সংস্থাৰ জনসম্পর্ক, জনসেৱা আৰু ৰাজহুৱা স্বার্থজড়িত কার্যসূচী সমূহৰপৰিকল্পনা আৰু ৰূপায়ন। কার্যবাহীৰ বাবে বক্তৃতা লিখা আৰু বাণিজ্য তথা গ্রাহক আৰু সংবাদ মাধ্যমৰ বাবে প্রেছ বিজ্ঞপ্তি লিখা। বক্তা, সভা, সংবাদমেল, সংবাদমাধ্যমৰ আগত কথা কোৱা আৰু বিভিন্ন অনুষ্ঠানৰ আয়োজন কৰা। সংস্থাৰ প্রতিবেদন লিখা আৰু সম্পাদনা কৰা আৰু কর্মচাৰীৰ সৈতে যোগাযোগ ৰক্ষ্য কৰা। দুর্ঘটনা আৰু দুর্যোগৰ সময়ত সংস্থাৰ মুখপাত্র হিচাপে কাম কৰা।
- কোম্পানী যোগাযোগ হ'ল সংস্থাৰ আভ্যন্তৰিন আৰু বহিঃ যোগাযোগৰ পৰিকল্পনা আৰু পৰিচালনাৰ সৈতে জড়িত কার্যকলাপসমূহ। ইয়াৰ উদ্দেশ্য হ'ল অংশীদাৰসকলৰ সৈতে এটা অনুকূল আৰম্ভনিৰে আগবঢ়া আৰু ইয়াৰ ওপৰতে কোম্পানীৰ বহু দিশ নির্ভৰ কৰে। কোম্পানী যোগাদ্রোগৰ অধীনত বিভিন্ন ক্ষেত্রৰ বিশেষজ্ঞ আৰু বিশ্লেষকে প্রয়োজনীয় তথ্য পাতি আগবঢ়ায়। ইয়াৰ লক্ষ্য হ'ল সংস্থা পৰিচালনাৰ অনুজ্ঞা অক্ষুণ্ণ ৰাখিব পৰাকৈ সামর্ন্থ বৃদ্ধি কৰা।



## ৯.৫ অধিক জানিবলৈ

**ইংৰাজী গ্রন্থ**


1. Newsom, Doug, Turk V, Judy, Kruckeberg, Dean (2000). This is PR: The Realities of Public Relations. Seventh Edition. Singapore: Wadsworth Thomson Learning.
2. Wilcox, Dennis, Cameron, Glen, Reber, Bryan (2015). Public Relations: Strategies and Tactics. Eleventh Edition. Essex: Pearson.




## ৯.৬ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

**১ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** ব্যক্তিগত খণ্ডত জনসম্পর্কৰ উদ্দেশ্যসমূহ হ'ল- অৱধাৰণা, নীৰিক্ষণ, প্রশাসন, সংস্থা আৰু সমন্বদ্য পৰিকল্পনা, মুল্যাংকন আদি।

**২ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** জনসম্পর্ক বিভাগৰ ৫ টা কার্যাৱলী হ'ল—

- যোগাযোগৰ বিপনন

- গৱেষণা আৰু মূল্যায়ন
- সংকটকালীন যোগাযোগ
- সংবাদ মাধ্যমৰ বিশ্লেষণ
- সামূহিক সম্পর্ক

**৩ নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ** কোম্পানী যোগাযোগৰ সৈতে জড়িত ব্যক্তিসকলৰ দায়িত্বসমূহ হ'ল কোম্পানীৰ ব্রেণ্ডৰ নেপথ্যত ইয়াৰ ৰূপৰেখা প্রকাশ কৰা। কোম্পানীৰ আকাংক্ষিত পৰিচয় আৰু ব্রেণ্ডৰ মাজত থকা বিভিন্ন বিষয় তথা প্রত্যাহ্বান হ্রাস কৰাৰ বাবে কার্যব্যৱস্থা গ্রহণ কৰা। যোগাযোগৰ ক্ষেত্রখনত কোনে কি কাম কৰা উচিত সেয়া অৱগত কৰোৱা। যোগাযোগৰ ক্ষেত্রখনত কোনে কি কাম কৰা উচিত সেয়া অৱগত কৰোৱা। যোগাযোগৰ সৈতে জড়িত বিষয়সমূহক লৈ সিদ্ধান্ত গ্রহণৰ ক্ষেত্রত ফলপ্রসু প্রক্রিয়া গ্রহণ তথা কার্যৰূপায়ন কৰা আৰু কোম্পানীৰ উদ্দেশ্যসমূহক লৈ বহিঃ আৰু আন্তঃ সমর্থনক গতি প্রদান কৰা।



## ৯.৭ আৰ্হি প্রশ্ন

**(ক) বস্তুধর্মী প্রশ্ন-**

**প্রশ্ন ১ ঃ** ডব্লিউ পি এহলিঙে আগবঢ়োৱা জনসম্পর্ক বিষয়াৰ দুটা উদ্দেশ্য লিখা।

**প্রশ্ন ২ ঃ** কোম্পানী যোগাযোগ বুলিলে কি বুজা?

**(খ) চুটি প্রশ্নঃ** (প্রায় ১৫০ টা শব্দৰ ভিতৰত দিয়ক)

**প্রশ্ন ১ ঃ** লক্ষ্য আৰু উদ্দেশ্যৰ মাজৰ পার্থক্য লিখক।

**প্রশ্ন ২ ঃ** ব্যক্তিগত আৰু ৰাজহুৱা খণ্ডৰ মাজৰ পার্থক্য কি?

**প্রশ্ন ৩ ঃ** জনসম্পর্ক আৰু কোম্পানী যোগাযোগ একে নেকি? যুক্তি দর্শোৱা

**(গ) ৰচনাধর্মী প্রশ্ন ঃ** (প্রায় ৩০০-৫০০ শব্দৰ ভিতৰত)

**প্রশ্ন ১ ঃ** জনসম্পর্ক বিষয়াসকলে পূৰণ কৰিবলগীয়া বিভিন্ন উদ্দেশ্যৰ বিষয়ে বহলাই লিখক।

**প্রশ্ন ২ ঃ** জনসম্পর্ক বিশেষজ্ঞসকলৰ কাম-কাজসমূহ বর্ণনা কৰক।