

যোগাযোগ পরিচিতি (Introduction to Communication)

আমরা যেখানেই থাকি না কেন, যাহাই কিছু করি না কেন, যোগাযোগের সাথে রয়েছে আমাদের আত্মার আত্মিক সম্পর্ক। যোগাযোগ ছাড়া কোন কাজ, ব্যবসায় বা অন্য কোন কিছু কখনই আমাদের পক্ষে করা সম্ভব নয়। তাই ব্যবসায়সহ সর্বক্ষেত্রে যোগাযোগের গুরুত্ব অপরিসীম।

এই ইউনিটে রয়েছে যোগাযোগ, ব্যবসায় যোগাযোগ, যোগাযোগের পরিধি, উদ্দেশ্য, গুরুত্ব, নীতিমালা, ফলদায়ক যোগাযোগ ও ইহার পূর্বশর্ত, যোগাযোগ প্রক্রিয়া এবং যোগাযোগের বাধাসমূহ।



যোগাযোগ ও ব্যবসায় যোগাযোগের সংজ্ঞা, আওতা এবং উদ্দেশ্য

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি -

- যোগাযোগ ও ব্যবসায় যোগাযোগের সংজ্ঞা ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- যোগাযোগের আওতা বা পরিধি বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- যোগাযোগের উদ্দেশ্য বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

যোগাযোগ (Communication)

সহজ কথায় ভাব, ধারণা ও তথ্য আদান প্রদান বা বিনিময়কে বলা হয় যোগাযোগ। ব্যাপক অর্থে উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য পরস্পরের মধ্যে কোন বিষয়ে ভাব, ধারণা, মতামত, তথ্য, নির্দেশনা ইত্যাদির বিনিময়কে বলা হয় যোগাযোগ। যোগাযোগ সম্পর্কে ক'টি সংজ্ঞা আপনার অবগতির জন্য নিম্নে উল্লেখ করা হলো :

নিউম্যান ও সামার এর মতে যোগাযোগ হচ্ছে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে তথ্য, ভাব, অভিমত বা আবেগ-অনুভূতির বিনিময়।

আমেরিকান ব্যবস্থাপনা সমিতির মতে যোগাযোগ বলতে এমন সব আচরণই আমরা বুঝে থাকি যা কোন অর্থ বা ভাবের বিনিময় ঘটায়।

কুঞ্জ এবং উয়িচরিচের মতে যোগাযোগ হলো প্রেরকের নিকট থেকে প্রাপকের নিকট তথ্য স্থানান্তর, যে তথ্য দ্বারা প্রাপক অবগত হতে পারে।

সুতরাং মূল উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য একজনের নিকট থেকে অন্য জনের নিকট তথ্য, ভাব, ধারণা, সংবাদ, মতামত প্রেরণ প্রক্রিয়াই হলো যোগাযোগ। মৌখিক, লিখিত, আকার-ইঙ্গিত, টেলিফোন, ফ্যাক্স, এসএমএস, টেলেক্স, চিঠিপত্র, পত্র-পত্রিকা, সংবাদ ইত্যাদি যে কোন মাধ্যমে যোগাযোগ হতে পারে। তবে যোগাযোগের উদ্দেশ্য নিশ্চিতকরণের জন্য প্রাপকের নিকট তা বোধগম্য হতে হবে এবং প্রত্যুত্তর থাকতে হবে।

কারবার যোগাযোগ (Business Communication)

যোগাযোগের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশই হলো কারবার যোগাযোগ। এককথায় কারবার পরিচালনা সংক্রান্ত যোগাযোগকে কারবার যোগাযোগ বলে। ব্যাপক অর্থে কারবার পরিচালনায় উৎপাদন, বণ্টন ও এদের সহায়ক কার্যক্রম পরিচালনার জন্য প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে ভাব, ধারণা ও তথ্যের আদান-প্রদানকে কারবার যোগাযোগ বলা হয়।

কারবার যোগাযোগ সম্পর্কে কতিপয় গুরুত্বপূর্ণ সংজ্ঞা এবার আমরা জানার চেষ্টা করবো -

অধ্যাপক জে. হাস্ট বলেন- সুষ্ঠুভাবে কারবার পরিচালনা ও সংগঠনের জন্য দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে যে যোগাযোগ সংঘটিত হয়, তাকে কারবার যোগাযোগ বলে।

অধ্যাপক ব্রেনান বলেন শিল্প ও বাণিজ্য সংক্রান্ত ধারণার প্রকাশ, প্রেরণ, সংগ্রহ ও পারস্পরিক আদান-প্রদানই হলো কারবার যোগাযোগ।

অধ্যাপক চেস্টার আই বার্নার্ড বলেন, যোগাযোগ হলো কারবার পরিচালনার কেন্দ্র বিন্দু। আর ব্যবস্থাপকের সকল কার্যই হলো যোগাযোগ কেন্দ্রীয়।

উপরের আলোচনার আলোকে আমরা বলতে পারি যে উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য কারবারের সকল পক্ষের ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে ভাব, ধারণা ও তথ্যের বিভিন্ন প্রকার আদান-প্রদানই হলো কারবার যোগাযোগ। কারবারের সার্বিক সফলতা সুষ্ঠু কারবার যোগাযোগের উপরই নির্ভর করে।

কারবার যোগাযোগের উদ্দেশ্য (Objectives of Business Communication)

কারবার যোগাযোগের উদ্দেশ্য হলো প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য নিশ্চিতের জন্য সকল পক্ষের সাথে কার্যকর ও ফলদায়ক যোগাযোগ রক্ষা করা। কারবার যোগাযোগের উদ্দেশ্যকে আমরা নিম্নরূপে আলোচনা করতে পারি :-

১. **তথ্য, ভাব, ধারণার আদান-প্রদান :** ব্যবস্থাপনা কার্য সুষ্ঠুরূপে পরিচালনার জন্য ব্যবস্থাপনার কাজই হলো তথ্য, ভাব, ধারণা সংগ্রহ, বিচার-বিশ্লেষক এবং বিনিময়। সঠিক সময়ে সঠিক তথ্য সংগ্রহ ও সঠিক স্থানে বিনিময় করতে না পারলে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জন সম্ভব নয়। কারবার যোগাযোগের মাধ্যমে তা সঠিকরূপে নিশ্চিত করা সম্ভব।
২. **নির্দেশনা ও পরামর্শ দান :** কারবার যোগাযোগের মাধ্যমে অধীনস্থদের নির্দেশনা এবং সহকর্মীদের পরামর্শ দেয়া যায়। ফলে সঠিক নির্দেশনা ও পরামর্শ পেয়ে সকলেই যার যার কার্য সম্পাদনে অবদান রাখতে পারে।
৩. **দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কে সচেতনতা :** কারবার যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের সকল স্তরের কর্মীদের দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কে সচেতন করা যায়। ফলে সকলে সকল বিষয় জানতে পারে এবং সর্বস্তরের সচেতনতা বৃদ্ধি পায়।
৪. **অংশগ্রহণমূলক ব্যবস্থাপনায় সহায়তা :** যোগাযোগ ছাড়া অংশগ্রহণমূলক ব্যবস্থাপনা অসম্ভব। উত্তম যোগাযোগের মাধ্যমে শ্রমিক ও ব্যবস্থাপনার মধ্যে বিদ্বেষ ও দ্বিধা-দ্বন্দ্ব দূর করা সম্ভব হয় এবং অংশগ্রহণমূলক ব্যবস্থাপনা নিশ্চিত করা যায়।
৫. **সিদ্ধান্তগ্রহণ ও বাস্তবায়ন :** সঠিক সিদ্ধান্তগ্রহণ ও তা বাস্তবায়নের ক্ষেত্রে যোগাযোগ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। কেননা, বাহ্যিক বিভিন্ন ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান এবং অভ্যন্তরীণ বিভিন্ন স্তরের স্টাফদের সাথে যোগাযোগ ছাড়া যথাযথভাবে সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণ এবং তা সঠিকরূপে বাস্তবায়ন করা যায় না।
৬. **সমন্বয়সাধন :** ব্যবস্থাপনা কার্য সুষ্ঠুরূপে সম্পাদনের জন্য প্রতিষ্ঠানে বিভিন্ন বিভাগ, উপ-বিভাগ এবং শাখা-প্রশাখা থাকে। এগুলোর মধ্যে সুষ্ঠু সমন্বয়ের জন্য যোগাযোগই একমাত্র পন্থা।
৭. **উদ্দেশ্য ও নীতিমালা কর্মীদের জ্ঞাত করানো :** প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্য ও নীতিমালা কর্মীদের জানাতে হয়। এক্ষেত্রে যোগাযোগ অতি আবশ্যিক। যোগাযোগ ছাড়া কর্মীদের উদ্দেশ্য ও নীতিমালা জানানো সম্ভব নয়।
৮. **কর্মীদের প্রশিক্ষণ, তত্ত্বাবধান ও প্রেষণা প্রদান :** কর্মীদের প্রশিক্ষণ, তত্ত্বাবধান ও প্রেষণা প্রদান ছাড়া উদ্দেশ্য অর্জন নিশ্চিত করা যায় না। কিন্তু যোগাযোগ ছাড়া প্রশিক্ষণ, তত্ত্বাবধান ও প্রেষণা প্রদানের কথা চিন্তাই করা যায় না।
৯. **শিল্প সম্পর্ক উন্নয়ন :** শ্রমিক-মালিকের মধ্যে সম্পর্কই হলো শিল্প সম্পর্ক। এই সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা ও উন্নয়নের জন্য যোগাযোগ অপরিহার্য। যোগাযোগ যতো ভাল হবে, এই সম্পর্কও ততো ভালো হয়ে থাকে।

১০. পরিকল্পনা ও নিয়ন্ত্রণে সহায়তা : পরিকল্পনা প্রণয়নের জন্য বিভিন্ন স্থান থেকে যোগাযোগের মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ করতে হয়। অপরদিকে নিয়ন্ত্রণ নিশ্চিতের জন্যও সর্বত্র যোগাযোগ রাখতে হয়। তাই সুষ্ঠু পরিকল্পনা প্রণয়ন এবং নিয়ন্ত্রণে যোগাযোগ আবশ্যিক।

১১. যে কোন সমস্যা দ্রুত সমাধান : প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন স্তরে সর্বদাই কোন না কোন সমস্যা লেগে থাকে। এ সকল সমস্যা দ্রুত সমাধানের ক্ষেত্রে যোগাযোগ অত্যন্ত প্রয়োজন।

উপরের আলোচনা থেকে আমরা বলতে পারি যে, প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক উভয় ক্ষেত্রেই যোগাযোগ অতি আবশ্যিক।

যোগাযোগের পরিধি (Scope of Communication)

যোগাযোগের পরিধি প্রতিষ্ঠানের প্রকৃতি, কাজের ধারা, আয়তন, অবস্থান প্রভৃতির প্রকৃতি অনুযায়ী ক্ষুদ্র বা বৃহৎ যে কোন ধরনের হতে পারে। নিম্নে বিভিন্ন দৃষ্টিকোণ হতে যোগাযোগের পরিধি বা আওতা আলোচনা করা হলো :

১. ব্যক্তিগত জীবনে যোগাযোগ : মানুষের জন্ম থেকে মৃত্যু পর্যন্ত জীবনের সকল স্তরে যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। ব্যক্তিগতভাবে বাল্যকাল হতে শুরু করে ছাত্রজীবন, কর্মজীবন, রাজনৈতিক জীবন বা অন্য যে কোন পেশায় জড়িত থাকুক না কেন, তাকে সর্বসময়ই যোগাযোগ রক্ষা করতে হয়। এই সব স্তর বা সময়ে যে যোগাযোগ করা হয়ে থাকে, এর সবটাই যোগাযোগের আওতাভুক্ত।
২. ধর্মীয় জীবনে যোগাযোগ : যোগাযোগ মানুষের ধর্মীয় জীবনেও সম্পর্কযুক্ত। বিভিন্ন ধর্ম প্রচারকগণ যোগাযোগের মাধ্যমেই স্ব স্ব ধর্মের বাণী এবং মূলমন্ত্র স্রষ্টার নিকট হতে প্রাপ্ত হয়েছেন, আবার যোগাযোগের মাধ্যমেই তা সাধারণ মানুষের নিকট প্রচার করেছেন।
৩. সামাজিক ক্ষেত্রে যোগাযোগ : মানুষ সামাজিক জীব এবং তাকে সমাজবদ্ধ হয়ে বাস করতে হয়। তাই তাকে সমাজের বিভিন্ন ব্যক্তি, পরিবার, প্রতিষ্ঠান ছাড়াও বিভিন্ন অনুষ্ঠানাদি ও কর্মকাণ্ডের সাথে সম্পৃক্ত থেকে সর্বক্ষণ যোগাযোগ রক্ষা করে চলতে হয়।
৪. রাষ্ট্রীয় জীবনে যোগাযোগ : রাষ্ট্রের বিভিন্ন মন্ত্রণালয়, বিভাগ, দপ্তর এবং পরিদপ্তরে বিভিন্নমুখী কর্মকাণ্ড সচল রাখার এবং সমন্বয় করার জন্য যোগাযোগ প্রয়োজন। রাষ্ট্রীয় যোগাযোগ দুই প্রকার যথা : (ক) অভ্যন্তরীণ ও (খ) বৈদেশিক। অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ রাষ্ট্রের অভ্যন্তরে সকল সরকারি অফিস ও প্রতিষ্ঠানের মধ্যে হয়ে থাকে এবং বৈদেশিক যোগাযোগ দেশের বাইরের কোন রাষ্ট্রের সাথে হয়ে থাকে। তাই বলা যায় সরকারের সকল পর্যায়ের কর্মকাণ্ড সচল রাখার জন্য যোগাযোগ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।
৫. ব্যবসায় জগতে যোগাযোগ : ব্যবসায় ক্ষেত্রে যোগাযোগ অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ এবং প্রতিটি প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য নির্ধারণ এবং তা বাস্তবায়নে উৎপাদন, বণ্টন এবং এদের সহায়তাকারী ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে সর্বসময়ই যোগাযোগ করতে হয়। ব্যবসায় যোগাযোগ বিভিন্ন প্রকার হতে পারে :-
 - ক) উৎপাদনের ক্ষেত্রে : কোন পণ্য উৎপাদন করতে কাঁচামাল সংগ্রহ ও কাঁচামাল মজুত করতে হয়। মজুতকৃত কাঁচামাল ও অন্যান্য উপকরণের সাহায্যে উৎপাদন আরম্ভ হয়। এজন্য উৎপাদন পরিকল্পনা, কারখানার যন্ত্রপাতি বিন্যাস, উৎপাদন নিয়ন্ত্রণ ইত্যাদি ক্ষেত্রে যোগাযোগের সাহায্য নিতে হয়।
 - খ) বণ্টনের ক্ষেত্রে : পণ্য বা সেবা উৎপাদনের পর তা প্রকৃত ভোক্তার নিকট পৌঁছে দিতে হয়। উৎপাদিত পণ্য ভোক্তার কাছে পৌঁছে দেয়ার লক্ষ্যে বিজ্ঞাপন, প্রচার এবং বণ্টনে সাহায্যকারী প্রতিষ্ঠানের সাথে চুক্তি সম্পাদন ইত্যাদি সর্বক্ষেত্রে যোগাযোগের প্রয়োজন হয়।

- গ) উৎপাদন ও বণ্টনের সহায়তামূলক কার্যকলাপে যোগাযোগ : উৎপাদন ও বণ্টনে সহায়তাকারী কার্যকলাপ যেমন, ব্যাংক, বীমা, পরিবহণ ও গুদামজাতকরণ প্রভৃতি ক্ষেত্রে নিয়ত যোগাযোগের সাহায্য নিতে হয়। অন্যথায় ব্যবসায় ঠিকমত পরিচালনা করা যায় না।
৬. ব্যবস্থাপনায় যোগাযোগ : আধুনিক ব্যবস্থাপনার সবচেয়ে বড় হাতিয়ার হলো যোগাযোগ। ব্যবস্থাপনায় সকল কার্যক্রমের সুষ্ঠু বাস্তবায়ন যোগাযোগের উপর নির্ভরশীল। যেমন :-
- ক) পরিকল্পনায় : ব্যবস্থাপনার প্রথম কাজ হলো পরিকল্পনা প্রণয়ন। পরিকল্পনা প্রণয়নে বিভিন্ন প্রকার উপাত্ত ও তথ্যাদির উপর নির্ভর করতে হয়। এই সব তথ্যের সংগ্রহ, বিচার-বিশ্লেষণ ও প্রয়োগের জন্য যোগাযোগের প্রয়োজন।
- খ) সংগঠন : সংগঠন বলতে উৎপাদনের উপকরণাদি, যেমন - ভূমি, শ্রম, মূলধন, প্রযুক্তি প্রভৃতির সংগ্রহ করাকে বুঝায়। আর এটা সম্ভব হয় উত্তম যোগাযোগের মাধ্যমে।
- গ) নির্দেশনায় : উৎপাদনের উপকরণাদি যোগাড় করার পর উচ্চস্তর থেকে নিম্নস্তরে কার্য শুরু করার নির্দেশ প্রদান করা হয়। এরূপ নির্দেশ প্রদানের ক্ষেত্রে ব্যবস্থাপনাকে যোগাযোগের উপরই নির্ভর করতে হয়।
- ঘ) সমন্বয় : কার্যের সুবিধা এবং দক্ষতা নিশ্চিত করতে কাজকে কাজের প্রকৃতি অনুযায়ী বিভক্ত করে দেয়া হয়। সংগঠনের মূল লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য আবার এগুলোর সংহতি ও সংযোজনেরও প্রয়োজন হয়। এই প্রক্রিয়াকে বলা হয় সমন্বয় সাধন। তাই বলা যায় কার্য বিভক্তি ও সমন্বয় সাধনের জন্য যোগাযোগের ভূমিকা অত্যাবশ্যিক।
- ঙ) প্রণোদনায় : শ্রমিক কর্মীদের মনোবল, ইচ্ছা, আগ্রহ, কর্মশক্তি এবং উদ্দীপনা বৃদ্ধির একটি কৌশল হলো প্রণোদনা। তারা যখন কাজ করতে করতে ক্লান্ত, অবসন্ন হয় তখন তাদের প্রণোদিত করতে হয়। শ্রমিক-কর্মীদের মধ্যে সুষ্ঠু প্রণোদনা প্রদান যোগাযোগ দ্বারাই সম্ভব।
- চ) নিয়ন্ত্রণ : ব্যবস্থাপনার শেষ প্রক্রিয়া হলো নিয়ন্ত্রণ। পূর্ব পরিকল্পিত লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য হাসিল হচ্ছে কি না তা নিশ্চিত করার জন্য যোগাযোগ প্রয়োজন। উৎপাদনকারী পণ্য ও সেবার মান ঠিক রাখার জন্য নিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে বিভিন্ন ব্যবস্থা গ্রহণ করে থাকে। তাই বলা যায় সুষ্ঠু নিয়ন্ত্রণের জন্য উন্নত যোগাযোগের দরকার।
৭. শিল্প সম্পর্ক রক্ষায় যোগাযোগ : ব্যবসায়ের মালিক-মজুরে সৌহার্দ্যপূর্ণ সম্পর্কের উপর আধুনিক ব্যবসায় ব্যবস্থাপনায় যথেষ্ট গুরুত্ব প্রদান করা হয়ে থাকে। কাজেই মালিক-শ্রমিকে সুষ্ঠু শিল্প সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা ও উন্নয়নের জন্য যোগাযোগ ব্যবস্থা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।
- তাছাড়া আধুনিক ব্যবসায়ের জনসংযোগ বিভাগ, গণতথ্য বিভাগ ইত্যাদি যোগাযোগ রক্ষণের জন্য খোলা হয়ে থাকে। তথ্য সংগ্রহ ও সরবরাহ করাই এদের মূল কাজ।
৮. বাহ্যিক ও আন্তর্জাতিক সম্পর্ক প্রতিষ্ঠায় যোগাযোগ : যে কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে বাহ্যিক ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান, তথা সরবরাহকারী সংস্থা, সরকারি বিভাগ ইত্যাদির সাথে যোগাযোগ স্থাপন করতে হয়। অপরদিকে আন্তর্জাতিক সম্পর্ক প্রতিষ্ঠায়ও যোগাযোগের ভূমিকা অনস্বীকার্য। বিভিন্ন আন্তর্জাতিক সংস্থার সাথে (কূটনৈতিক, অর্থনৈতিক, বাণিজ্যিক ও তথ্য বা সংবাদ এজেন্সি প্রভৃতি) যোগাযোগ রক্ষা করা ছাড়া চলা যায় না। এক্ষেত্রে যোগাযোগ ব্যবস্থা যত উন্নত হবে, ততই মঙ্গলজনক।

উপরের আলোচনা থেকে বলা যায়, বিভিন্ন ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের সাথে ভাব, তথ্য, ধারণার আদান-প্রদানের জন্য যোগাযোগ সংঘটিত হয়। তাই যোগাযোগ একটি সার্বজনীন বিষয় এবং ইহার পরিধিও ব্যাপক।

পাঠ সংক্ষেপ

উদ্দেশ্য অর্জনের তথ্য, ভাব, ধারণার আদান-প্রদানই হলো যোগাযোগ। আর একাজ যখন কারবার বা ব্যবসায় পরিচালনার জন্য করা হয় তখন তাকে বলা হয় কারবার যোগাযোগ। কারবার যোগাযোগের উদ্দেশ্য হলো তথ্য, ভাব ধারণার আদান-প্রদান, নির্দেশনা ও পরামর্শ দান, দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কে সচেতনতা, অংশগ্রহণমূলক ব্যবস্থাপনায় সহায়তা, সিদ্ধান্তগ্রহণ ও বাস্তবায়ন, সমন্বয়সাধন, উদ্দেশ্য ও নীতিমালা কর্মীদের জ্ঞাত করানো, কর্মীদের প্রশিক্ষণ, তত্ত্বাবধান ও প্রেষণা প্রদান এবং শিল্প সম্পর্ক উন্নয়ন। যোগাযোগের পরিধিও ব্যাপক। যার মধ্যে রয়েছে ব্যক্তিজীবনে যোগাযোগ, ধর্মীয় যোগাযোগ, সামাজিক ক্ষেত্রে যোগাযোগ, রাষ্ট্রীয় জীবনে যোগাযোগ, ব্যবসায় জগতে যোগাযোগ (উৎপাদন, বণ্টন, উৎপাদন ও বণ্টনে সহায়তামূলক কার্যকলাপ), ব্যবস্থাপনায় যোগাযোগ (পরিকল্পনা, সংগঠন, নির্দেশনা, সমন্বয়, প্রণোদনা, নিয়ন্ত্রণ), শিল্প সম্পর্ক রক্ষায় যোগাযোগ এবং বাহ্যিক ও আন্তর্জাতিক সম্পর্ক প্রতিষ্ঠায় যোগাযোগ।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১.১

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন।

- ব্যবসায় পরিচালনার জন্য যখন ভাব, ধারণা ও তথ্যের আদান-প্রদান করা হয় তাকে বলা হয় -
 - যোগাযোগ
 - তথ্য বিনিময়
 - আদান-প্রদান
 - ব্যবসায় যোগাযোগ
- কারবার যোগাযোগের উদ্দেশ্য হলো -
 - তথ্য আদান-প্রদান
 - পরিকল্পনা
 - সংগঠন
 - নিয়ন্ত্রণ
- যোগাযোগের পরিধি অত্যন্ত -
 - সংকীর্ণ
 - ব্যাপক
 - মধ্যম প্রকৃতির
 - সবকটি
- ব্যক্তি, সমাজ, ধর্মীয়, রাষ্ট্রীয় জীবনসহ সর্বক্ষেত্রে রয়েছে কিসের প্রয়োজনীয়তা?
 - তথ্য প্রযুক্তির
 - যোগাযোগের
 - চিন্তাধারার
 - সবকটি।



ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব ও নীতিমালা
(Importance and Principles of Business Communication)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি-

- ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব বর্ণনা কতে পারবেন; এবং
- ব্যবসায় যোগাযোগের নীতিমালা বুঝতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

যোগাযোগের গুরুত্ব (Importance of Communication)

মানবজীবনের সকল স্তরেই যোগাযোগ ঘনিষ্ঠ ভাবে সম্পৃক্ত। জন্ম থেকে মৃত্যু পর্যন্ত প্রতিটি মানুষেরই প্রয়োজন পূরণের জন্য যেমন যোগাযোগ আবশ্যিক, তেমনি ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের শুরু থেকে উদ্দেশ্যের সার্থক বাস্তবায়নের জন্যও যোগাযোগ প্রয়োজন। যোগাযোগের দ্বারাই ভাব, তথ্য, সংবাদ, মতামত, অভাব-অভিযোগ পরিবেশন করা হয়। প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ/সিদ্ধান্ত নেয়া হয় এবং তা যথাস্থানে পৌঁছে দেয়া হয়। তাই ব্যক্তিজীবন, ব্যবসা ও সমাজ জীবন, ধর্মীয় এবং জাতীয় জীবনে যোগাযোগের গুরুত্ব অপরিসীম।

নিম্নের পয়েন্টগুলোর আলোকে যোগাযোগের গুরুত্বকে বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হলো :-

১. লক্ষ্য অর্জনে সাহায্য
২. দক্ষ ব্যবস্থাপনা
৩. সমন্বয় সাধন
৪. নির্দেশনা
৫. বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনায় ভূমিকা
৬. কর্মির দক্ষতা বৃদ্ধি
৭. প্রেষণা ও মনোবল বৃদ্ধি
৮. নেতৃত্ব প্রদান
৯. কার্য সন্তোষ্টি বিধান
১০. পারস্পরিক সহযোগিতা ও সমঝোতা বৃদ্ধি
১১. তথ্যানুসন্ধান ও গবেষণা
১২. দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ
১৩. প্রচার ইত্যাদি।

নিম্নে এগুলো বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হলো :

১. **লক্ষ্য অর্জনে সাহায্য** : যোগাযোগের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের মূল লক্ষ্যের আলোকে বিভিন্ন ব্যক্তি ও দলের লক্ষ্য সম্পর্কে অবহিত করা হয় এবং তাদের অনুপ্রাণিত করার মাধ্যমে তাদের সম্মিলিত প্রচেষ্টার কাম্য (optimum) নিয়োগ নিশ্চিত করা হয়। ফলে লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য অর্জন নিশ্চিত হয়।
২. **দক্ষ ব্যবস্থাপনা** : ব্যবস্থাপনাকে দক্ষ করার জন্য যোগাযোগ আবশ্যিক। সুষ্ঠু ও শক্তিশালী যোগাযোগ ছাড়া ব্যবস্থাপনা কার্যাবলি (যথা : পরিকল্পনা, সংগঠন, পরিচালনা, প্রেষণা, সমন্বয় ও নিয়ন্ত্রণ) সুসম্পন্ন হতে পারে না। প্রতিটি কার্যের সার্থক বাস্তবায়নেই ব্যবস্থাপনা দক্ষ হয় এবং এজন্য যোগাযোগ অপরিহার্য।
৩. **সমন্বয়সাধন** : প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্য নিশ্চিত করার জন্য প্রতিষ্ঠানের সর্বস্তরের নিয়োজিত কর্মি এবং তাদের কার্যের মধ্যে সুষ্ঠু সমন্বয় একান্ত দরকার এবং এজন্য প্রয়োজন শক্তিশালী যোগাযোগ ব্যবস্থা।

৪. **নির্দেশনা :** উচ্চ ব্যবস্থাপনার পরিকল্পনা, কর্মসূচি প্রভৃতি বাস্তবায়নের জন্য নানা প্রকার নির্দেশনা, পরামর্শ ও উপদেশাবলী মধ্য ও নিম্নস্তরের কর্মীদের নিকট প্রেরণ করতে হয়। কারণ, উচ্চ ব্যবস্থাপনার নির্দেশ না পেলে তারা যথাযথভাবে কার্য সম্পাদন করতে পারে না। যোগাযোগ ছাড়া কোন নির্দেশ এবং পরামর্শই উপযুক্ত স্থানে প্রেরণ সম্ভব নয়।
৫. **বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনায় ভূমিকা :** বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনায় কর্মীদের মানবীয় দিকের প্রতি গুরুত্ব দিয়ে থাকে যথা : কর্মীদের প্রেরণা প্রদান, চিন্তা বিনোদন, খেলাধুলা, শিল্প সম্পর্ক উন্নয়ন এবং এক্ষেত্রে ভুল বুঝাবুঝির অবসান করে সহযোগিতার ভাব প্রতিষ্ঠা ও কারখানার কার্য পরিবেশের উন্নয়নের প্রতি যথেষ্ট গুরুত্ব দেয়া হয়। এক্ষেত্রে সুষ্ঠু যোগাযোগের ভূমিকা সর্বাঙ্গে।
৬. **কর্মির দক্ষতা বৃদ্ধি :** সুষ্ঠু যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মির উচ্চ ও মধ্য ব্যবস্থাপনার প্রয়োজনীয় নির্দেশাবলী ছাড়া তাদের দায়িত্ব, কর্তব্য ও তা সম্পাদনের উত্তম পদ্ধতি ও প্রক্রিয়া সম্পর্কে পূর্বেই অবহিত হতে পারে। ফলে কর্মীদের কার্য দক্ষতা, কার্যের পরিমাণ ও গুণগতমান বৃদ্ধি পায়।
৭. **প্রণোদনা ও মনোবল বৃদ্ধি :** সুষ্ঠু ও নিয়মিত যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মীদের সাথে সংগঠনের সম্পর্ক নিবিড় হয়। সংগঠনের উদ্দেশ্য সাধনে তাদের কার্যের গুরুত্ব এবং অবদান সম্পর্কে জানতে পারে। এতে তাদের নৈকট্য, অনুগত্য, মনোবল ও প্রণোদনা বৃদ্ধি পায়।
৮. **নেতৃত্ব দান :** সবক্ষেত্রেই দক্ষ নেতা সত্ত্বেও সুষ্ঠু যোগাযোগ ছাড়া নেতৃত্ব ব্যর্থ হতে বাধ্য। প্রতিষ্ঠানের নেতা যোগাযোগের মাধ্যমে তার চিন্তা-চেতনা, ধ্যান-ধারণা, আবেগ-অনুভূতি, পরামর্শ, নির্দেশ অধীনস্থদের মধ্যে প্রচার করে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্য অর্জন নিশ্চিত করতে পারে।
৯. **কার্য সন্তোষ্টি বিধান :** সুষ্ঠু, দক্ষ ও নিয়মিত যোগাযোগের দ্বারা কর্মীদের সর্বোচ্চ কার্য সন্তোষ্টি বিধান করা যায়। কারণ, যোগাযোগের মাধ্যমে মালিক বা ব্যবস্থাপকদের ইচ্ছা, আকাঙ্ক্ষা, বাঞ্ছিত কর্ম, কর্ম পদ্ধতি কর্মির জানতে পারে। ফলে মালিক ও শ্রমিকের মধ্যে উত্তম মানবিক সম্পর্ক গড়ে উঠে। উভয়ের সর্বোচ্চ স্বার্থ-সংরক্ষণ সম্ভব হয়। ফলে কার্যের প্রতি আগ্রহ ও আনুগত্য বৃদ্ধিসহ কর্মীদের সর্বাধিক কার্য সন্তোষ্টি বৃদ্ধি পায়।
১০. **পারস্পরিক সহযোগিতা ও সমঝোতা বৃদ্ধি :** স্বীয় মনের ভাব আদান প্রদানের মাধ্যমে যোগাযোগের ব্যবস্থা কর্মীদের পারস্পরিক সহযোগিতা ও সমঝোতা বৃদ্ধি করে। যোগাযোগের মাধ্যমে কর্মির তাদের অভাব-অভিযোগকে ব্যবস্থাপনাকে জানাতে পারে। ফলে ব্যবস্থাপনা ও কর্মীদের সম্পর্ক নিবিড় হয়। যা প্রতিষ্ঠানের সাফল্য বয়ে আনে।
১১. **তথ্য অনুসন্ধান ও গবেষণা :** প্রতিষ্ঠানকে বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে টিকতে হলে প্রতিযোগীদের অবস্থান, সংখ্যা, বাজার পরিধি, ক্রেতাদের মনোভাব ইত্যাদি সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য সংগ্রহ করতে হয়। যোগাযোগ ব্যবস্থা এ সকল তথ্য অনুসন্ধান, সংগ্রহ এবং গবেষণা বা বিচার-বিশ্লেষণ করে ব্যবস্থাপনাকে সঠিক পদক্ষেপ ও সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করে। ফলে, প্রতিষ্ঠানের উন্নতির পথ সুগম হয়।
১২. **দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ :** আধুনিক জটিল ও পরিবর্তনশীল বাজার ব্যবস্থায় নিত্য নতুন সমস্যার সৃষ্টি হয়। ফলে ব্যবস্থাপনাকে যোগাযোগের মাধ্যমে বিষয়াদি অবগত হয়ে দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ এবং বাস্তবায়নের মাধ্যমে পরিবর্তিত অবস্থার মোকাবেলা করে বাজারে টিকে থাকতে পারে।
১৩. **প্রচার :** প্রতিষ্ঠানের পণ্য দ্রব্যের প্রচার ও বাজার সৃষ্টি ছাড়াও যোগাযোগ ব্যবস্থা প্রতিষ্ঠানের সুনাম প্রকাশে অন্যতম মাধ্যম হিসাবে কাজ করে। ফলে সমাজের সর্বস্তরের জনগণ তথা গ্রাহক, অনুগ্রাহক, পৃষ্ঠপোষক ও সম্ভাব্য ক্রেতাদের নিকট প্রতিষ্ঠানের সুনাম বৃদ্ধি পায়।

উপরের আলোচনা থেকে আমরা বলতে পারি কর্মি ও কার্যের মধ্যে সমন্বয় সাধন করে, সৌহার্দ্যপূর্ণ শিল্প সম্পর্ক বজায়সহ কর্মীদের সর্বোচ্চ প্রচেষ্টা নিয়োগের মাধ্যমে মিতব্যয়িতার সাথে কাম্য গতি কার্য অব্যাহত রেখে উৎপাদন ও উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি ছাড়াও বস্তুনে সর্বাধিক মিতব্যয়িতা অর্জনের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের মূল উদ্দেশ্য সর্বোচ্চ ও সার্থক বাস্তবায়নের জন্য যোগাযোগের ভূমিকা অপরিসীম।

যোগাযোগ শুধু কারবার জগতেই নয়, ব্যক্তিগত ও সামাজিক জীবনেও তা গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। ইহা ব্যক্তিতে-ব্যক্তিতে, সমাজে-সমাজে, শিক্ষা, সংস্কৃতি ও ভাবের আদান-প্রদানের মাধ্যমে ব্যক্তি, সমাজ তথা জাতির উৎকর্ষ ও শ্রীবৃদ্ধিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করছে এবং ফলশ্রুতিতে ব্যক্তি, সমষ্টি, সমাজ ও জাতি দিন-দিন সভ্যতার আলোকে উদ্ভাসিত হচ্ছে।

ব্যবসায় যোগাযোগের নীতিমালা (Principles of Business Communication)

যোগাযোগকে সঠিক, বাধাহীন ও ফলপ্রসূ করার জন্য কতকগুলো নীতি অনুসরণ করতে হয়। নিম্নে আদর্শ বা উত্তম যোগাযোগের নীতিমালাগুলো আলোচনা করা হলো :

১. **পরিকল্পনার নীতি (Principle of Planning) :** কার্যকরভাবে যোগাযোগ করে লক্ষ্য অর্জনের জন্য পূর্ব পরিকল্পনা অত্যন্ত প্রয়োজন। কারণ, যোগাযোগ কেন করা হবে, কখন করা হবে, কার সাথে করা হবে, কিভাবে করা হবে এ প্রশ্নগুলো সম্পর্কে যোগাযোগকারীকে পূর্বেই পরিকল্পনা প্রণয়ন করে অগ্রসর হতে হবে।
২. **স্পষ্টতা ও সরলতার নীতি (Principle of Clarity and Simplicity) :** সার্থক যোগাযোগ অবশ্যই সুস্পষ্ট ও প্রত্যক্ষ হবে। এতে কোনরূপ অস্পষ্টতা, দ্ব্যর্থবোধকতা ও জটিলতা থাকবে না। এটা অবশ্যই সহজ সরল হবে। সহজ শব্দাবলি ও ভাষার ব্যবহার যোগাযোগের সারল্য নিশ্চিত করে। গ্রাহকের বুঝার উপযোগী ভাষায়ই যোগাযোগ করতে হবে।
৩. **মনোযোগের নীতি (Principle of Attention) :** সংবাদের বিষয়বস্তু ও এর উদ্দেশ্যের প্রতি পূর্ণ মনোযোগ প্রদান আদর্শ যোগাযোগের একটি নীতি। বার্তার স্পষ্টতা সত্ত্বেও পূর্ণ মনোযোগের অভাবে এটা বিকৃত হতে পারে। এ নীতি বক্তা এবং শ্রোতা উভয়ের জন্য প্রযোজ্য। বক্তা ও শ্রোতা উভয়েরই ধৈর্য ও মনোযোগ সহকারে যোগাযোগ গুনতে হবে।
৪. **ভাষা ব্যবহার নীতি (Principle of Using Language) :** যোগাযোগের ভাষা হবে অত্যন্ত সহজ সরল সর্বজনবোধ্য। তবে প্রয়োজনে সাংকেতিক ভাষা ব্যবহার করা যেতে পারে। ভাষা সহজ সরলের সাথে বক্তব্যকে স্পষ্ট করে প্রকাশ করতে হবে। অর্থাৎ যোগাযোগের ভাষা হবে গতিশীল ও স্পষ্ট এবং সাধু ও চলিত বা আঞ্চলিক ভাষার মিশ্রণ বর্জন করতে হবে।
৫. **সংহতির নীতি (Principle of Integrity) :** যোগাযোগের উদ্দেশ্য সর্বদাই প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্যাবলির পরিপূরক হতে হবে। প্রতিষ্ঠানের উদ্দেশ্যাবলির সমঝোতা ও সামঞ্জস্য বিধান যোগাযোগ কার্যকর করার ক্ষেত্রে বিশেষ ভূমিকা পালন করে।
৬. **আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ ব্যবহারের নীতি (Principle of Use of Informal Organisation) :** আনুষ্ঠানিক যোগাযোগকে স্পষ্ট, পূর্ণাঙ্গ ও কার্যকর করার জন্য আনুষ্ঠানিক যোগাযোগের পাশা-পাশি অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ ব্যবহার করতে হবে। এতে যোগাযোগের ফলপ্রসূতা বৃদ্ধি পায়।
৭. **ঐক্য ও সম্পূর্ণতার নীতি (Principle of Unity and Completeness) :** যোগাযোগের প্রতিটি বক্তব্যকে প্রয়োজনীয় তথ্য ও ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণসহ ঐক্যবদ্ধ, সুবিন্যস্ত, সুশৃঙ্খল ও স্বয়ংসম্পূর্ণভাবে প্রেরণ করতে হবে। এতে কোনরূপ ঘাটতি থাকলে যোগাযোগের বোধগম্যতা ব্যাহত হবে।
৮. **উভয় পক্ষের অস্তিত্বের নীতি (Principle of Presence of Both the Parties) :** যোগাযোগে অবশ্যই দুই পক্ষের অস্তিত্ব থাকবে। যার এক পক্ষ সংবাদ প্রেরক ও অপর পক্ষ সংবাদ গ্রাহক। সংবাদ গ্রাহকের অবর্তমানে প্রেরকের যোগাযোগ সংবাদ হবে নিরর্থক এবং ব্যর্থ।
৯. **উপযুক্ত মাধ্যম ব্যবহারের নীতি (Principle of Using Suitable Media) :** উপযুক্ত মাধ্যম ব্যবহার যোগাযোগের একটি গুরুত্বপূর্ণ নীতি। যোগাযোগ বার্তা নির্দিষ্ট মাধ্যম দ্বারা গ্রাহকের নিকট প্রেরণ করা হয়। তাই যোগাযোগ স্থাপনে জন্য উপযুক্ত মাধ্যম নির্বাচন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

১০. **ভাব বিনিময়ের নীতি (Principle of Exchange of Ideas) :** যোগাযোগ ক্ষেত্রে অর্থ বা ভাব বিনিময় করা হয়। ব্যবস্থাপক তাঁর অধীনস্থদের নিকট অর্থ বা ভাব বিনিময় করে থাকে। এতে অধিক যোগাযোগ থেকে বেশি সুফল লাভ করা সম্ভব হয়।
১১. **গতিশীলতার নীতি (Principle of Dynamism) :** যোগাযোগ হবে গতিশীল, অন্যথায় গতিশীল পৃথিবীর সাথে মিল রাখা যাবে না। প্রয়োজনে ভাষা ও পদ্ধতির পরিবর্তন করতে হবে। যেমন, ইলেকট্রনিক ডাটা প্রসেসিং, টেলিযোগাযোগ এবং স্যাটেলাইট যোগাযোগ ব্যবস্থা ব্যবহার করা যেতে পারে। ফলে যোগাযোগের গতিশীলতা বৃদ্ধি পাবে।
১২. **সমন্বয়ের নীতি (Principle of Co-ordination) :** যোগাযোগের অন্যতম নীতি হলো প্রতিষ্ঠানের প্রত্যেক বিভাগের সাথে সমন্বিতভাবে যোগাযোগ রক্ষা করা। এতে যোগাযোগের লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য অর্জন সহজ হয়।
১৩. **প্ররোচনার নীতি (Principle of Persuasion) :** যোগাযোগের মূল লক্ষ্য হলো গ্রাহকের নিকট বক্তব্য গ্রহণীয় করে তোলা। তাই যোগাযোগকারীকে অত্যন্ত কৌশলে বার্তাগ্রাহককে প্ররোচিত করতে হবে।
১৪. **ফলাবর্তনের নীতি (Principle of Feedback) :** বার্তা প্রেরকের তথ্য, সংবাদ, বার্তা গ্রাহক পেয়েছেন কিনা, বুঝেছেন কিনা এবং এর আলোকে তার প্রতিক্রিয়া কি ইত্যাদি জানার জন্য ফলাবর্তনের নীতি অনুসরণ করা অতি জরুরী।

যোগাযোগকারী ও যোগাযোগ গ্রহীতা উল্লিখিত নীতিগুলো অনুসরণ করে তাদের যোগাযোগ কার্যক্রম সম্পাদন করলে দুই পক্ষেরই ব্যবসায়িক সাফল্য নিশ্চিত হবে।

পাঠ সংক্ষেপ

ব্যবসায়ে যোগাযোগের গুরুত্ব অনেক। যার মধ্যে রয়েছে তথ্য, ধারণা ও ভাব বিনিময়, পরিকল্পনা ও নির্দেশনা, সৌহার্দ্যপূর্ণ শ্রম ব্যবস্থাপনা সম্পর্ক, লক্ষ্য অর্জনে সহায়ক, দক্ষ ব্যবস্থাপনা, সমন্বয় সাধন, বৈজ্ঞানিক ব্যবস্থাপনার ভূমিকা, কর্মির দক্ষতা বৃদ্ধি, প্রণোদনা ও মনোবল বৃদ্ধি, নেতৃত্ব প্রদান, পারস্পরিক সহযোগিতা ও সমঝোতা বৃদ্ধি, তথ্য অনুসন্ধান ও গবেষণা, দ্রুত সিদ্ধান্ত গ্রহণ, প্রচার ও আন্তর্জাতিক সম্পর্ক ইত্যাদি। আবার যোগাযোগকে ফলপ্রসূ করার জন্য কতিপয় নীতিমাল মেনে চলা প্রয়োজন যথা :- পরিকল্পনা নীতি, স্থপিত্য ও সরলতার নীতি, মনোযোগের নীতি, ভাষা ব্যবহার নীতি, সংহতির নীতি, অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ ব্যবহার নীতি, ঐক্য ও সম্পূর্ণতার নীতি, উভয় পক্ষের অস্তিত্বের নীতি, উপযুক্ত মাধ্যম ব্যবহারের নীতি, ভাব বিনিময়ের নীতি, গতিশীলতার নীতি, সমন্বয়ের নীতি, প্ররোচনার নীতি এবং ফলাবর্তনের নীতি।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১.২

১. জন্ম থেকে মৃত্যু পর্যন্ত মানুষের প্রতিটি ক্ষেত্র কিসের উপর নির্ভরশীল-

ক) যোগাযোগ	খ) পরিকল্পনা
গ) সংহতি	ঘ) সবগুলো
২. সৌহার্দ্যপূর্ণ শ্রম-ব্যবস্থাপনা সম্পর্ক কিসের উপর নির্ভরশীল?

ক) পরিকল্পনা	খ) যোগাযোগ
গ) দক্ষ ব্যবস্থাপনা	ঘ) আনুগত্য
৩. যোগাযোগ সঠিক, বাধাহীন ও ফলপ্রসূ করার জন্য কতিপয় কি মেনে চলা উচিত?

ক) নীতি	খ) কার্যক্রম
গ) ধ্যান-ধারণা	ঘ) সবগুলো।



ফলদায়ক যোগাযোগের অপরিহার্য গুণাবলী এবং যোগাযোগ প্রক্রিয়া (Essential Qualities of Effective Communication and Communication Process)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি

- ফলদায়ক যোগাযোগের গুণাবলী বর্ণনা করতে পারবেন;
- যোগাযোগ প্রক্রিয়া আলোচনা করতে পারবেন; এবং
- যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় অপরিহার্য উপাদান বুঝতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

ফলদায়ক যোগাযোগের অপরিহার্য গুণাবলী (Essential Qualities of Effective Communication)

আদর্শ এবং কার্যকর যোগাযোগের কতকগুলো শর্ত রয়েছে। যোগাযোগের সফলতা এবং কার্যকারিতার জন্য এ শর্তগুলো অপরিহার্য। প্রখ্যাত যোগাযোগ বিজ্ঞান-বিশারদ মেরীহু (Merrihue), লরেন্স (Lawrence), জর্জ বাটন, হচকিশ ও এডওয়ার্ড জোনস [1], আমেরিকার ব্যবস্থাপনা সমিতি এবং জাতীয় যোগাযোগ অধ্যয়ন সমিতির (American Management Association & National Society for the Study of Communication) মতামত পর্যালোচনা করে নিম্নলিখিত উপায়ে উত্তম বা ফলদায়ক যোগাযোগের শর্ত বা বৈশিষ্ট্য বা গুণাবলীর উল্লেখ করা হলো -

১. ধারণার শ্রেণীবিন্যাস
২. উদ্দেশ্য নির্ধারণ
৩. সংক্ষিপ্ততা এবং ভুলত্রুটি মুক্ততা
৪. সহজ উপস্থাপনা
৫. উপযুক্ত সময় এবং পরিবেশ
৬. মাধ্যম নির্বাচন
৭. গ্রাহকের শিক্ষা ও জ্ঞান সনাক্তকরণ
৮. যোগাযোগ পরিকল্পনার পূর্বে পরামর্শ
৯. কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ
১০. প্রেরক ও প্রাপকের সম্পর্ক পরিমাপ
১১. পারস্পরিক স্বার্থ সংরক্ষণ
১২. ফলাবর্তন
১৩. কথা ও কাজের সংহতি
১৪. উত্তম শ্রোতার ভূমিকা
১৫. যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রয়োগ
১৬. চিন্তাধারা
১৭. ভাষা নিয়ন্ত্রণ
১৮. বক্তব্যের স্পষ্টতা

১৯. প্ররোচনা

২০. সম্পূর্ণত; এবং

২১. সুনাম সৃষ্টি ও সংরক্ষণ।

১. ধারণার শ্রেণীবিন্যাস : যোগাযোগের পূর্বেই যোগাযোগকারীকে ইহার অর্থ বা বাব সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণার্জন করতে হবে। অতঃপর অর্জিত ধারণাকে নিয়মমাফিক এবং সুচারুরূপে শ্রেণীবিন্যাস করতে হবে।
২. উদ্দেশ্য নির্ধারণ : যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বেই যোগাযোগকারীকে কেন বা কার সাথে বা কি কাজের বা কি উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য যোগাযোগ করা হবে তা পরীক্ষা-নিরীক্ষা করে যোগাযোগের লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য নির্ধারণ করতে হবে।
৩. সংক্ষিপ্ত এবং ভুলত্রুটি মুক্ততা : দীর্ঘ বক্তৃতা ও দীর্ঘ নির্দেশনা বা বিবরণ যোগাযোগের মান ক্ষুণ্ণ করে এবং এতে যোগাযোগের মূল বিষয়বস্তু স্তিমিত হয়ে পড়ে। তাই সর্বদাই যোগাযোগ সংক্ষিপ্ত এবং ভুলত্রুটি মুক্ত হবে। অন্যথায় তা প্রাপকের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি করতে পারে।
৪. সহজ উপস্থাপন : স্পষ্টরূপে এবং সহজ-সরলভাবে বার্তাগ্রাহকের উপযোগী করে যোগাযোগ উপস্থাপন করতে হবে, যাতে প্রেরক যা বুঝতে চাচ্ছেন, প্রাপক তাই বুঝতে পারেন। তবে উপস্থাপন কখনো জটিল ও দুর্বোধ্য হবে না, হবে সহজ-সরল।
৫. উপযুক্ত সময় এবং পরিবেশ : যোগাযোগের ক্ষেত্রে বিশেষ সময় এবং পারিপার্শ্বিক পরিবেশের প্রতি লক্ষ্য রাখতে হবে। সময় ও পরিবেশ মতো যোগাযোগ স্থাপন করতে না পারলে তা লক্ষ্য অর্জনে ব্যর্থ হবে। তাই লক্ষ্য বা সাফল্য অর্জনের জন্য যোগাযোগকারীকে সর্বদাই সময়, নৈসর্গিক ও মানবিক অনুভূতি বিবেচনা করতে হবে।
৬. মাধ্যম নির্বাচন : অনেক মাধ্যম ব্যবহার করে যোগাযোগ করা যায়। যথা - মৌখিক ও লিখিত, শাব্দিক ও শব্দহীন, চিঠিপত্র, দূরলাপনী, দলীয় সভা, সংবাদপত্র, প্রচার পত্র, হ্যান্ডবিল ইত্যাদি। তাই যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বে সুদক্ষ যোগাযোগকারীকে সবদিক বিচার-বিবেচনা করে উপযুক্ত মাধ্যম নির্বাচন করতে হবে।
৭. গ্রাহকের শিক্ষা ও জ্ঞান সনাক্তকরণ : অত্যন্ত বিচক্ষণতার সাথে নাম, পদমর্যাদা, যোগ্যতা, চিন্তাধারা, পূর্ব ইতিহাস পর্যালোচনার মাধ্যমে যোগাযোগগ্রহীতার শিক্ষা ও জ্ঞান সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা অর্জন করে তার বোধগম্যভাবে ভাষায় যোগাযোগ রচনা করতে হবে। অন্যথায় অনুকূল প্রত্যুত্তর পাওয়া যাবে না।
৮. যোগাযোগ পরিকল্পনার পূর্বে পরামর্শ : যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বে সংশ্লিষ্ট বিষয়ে খুঁটিনাটি জ্ঞাত এবং ভুলত্রুটি মুক্ত হওয়া আবশ্যিক। এজন্য প্রয়োজনে বিষয় সম্পর্কিত সকলের সাথে পরামর্শ করে প্রয়োজনীয় তথ্য ও যুক্তি সংগ্রহ করতে হবে এবং ত্রুটি দূর করতে হবে।
৯. কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ : যোগাযোগ স্থাপনকালে যোগাযোগকারীকে তার কণ্ঠস্বরের প্রতি লক্ষ্য রাখতে হবে। অন্যথায় তা শ্রোতার/গ্রহীতার মনে বিরক্তির উদ্বেক করতে পারে।
১০. প্রেরক ও প্রাপকের সম্পর্ক পরিমাপ : বার্তা প্রেরক ও বার্তা প্রাপকের মধ্যে সম্পর্ক কিরূপ তা বিবেচনা করে যোগাযোগ লিপি বা বার্তা প্রণয়ন করতে হবে। এতে দ্রুত এবং কার্যকর প্রত্যুত্তর লাভ করা যায়।
১১. পারস্পরিক স্বার্থ সংরক্ষণ : প্রত্যেকেই স্বীয় স্বার্থ নিয়ে ব্যস্ত থাকে। তাই যোগাযোগের উদ্দেশ্য হাসিলের জন্য যেমন প্রাপকের স্বার্থ সংশ্লিষ্ট এবং তার নিকট মূল্যবান হতে হবে। ঠিক তেমনি তা প্রেরকের স্বার্থ সংশ্লিষ্টও হতে হবে।

১২. ফলাবর্তন : যোগাযোগ স্থাপনের পরই তা কতটুকু সফল বা ব্যর্থ হলো তা অনুধাবনের জন্য ফলাবর্তন প্রক্রিয়ার প্রয়োগ করতে হবে। গ্রাহক বার্তার অর্থ বা তাৎপর্য বুঝেছে কিনা, এ ব্যাপারে তার প্রতিক্রিয়া জানা এবং প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ গ্রহণের মাধ্যমে যোগাযোগকে কার্যকর করতে ফলাবর্তন সাহায্য করে।
১৩. কথা ও কাজের সংহতি : যোগাযোগকারীকে তার কথার সাথে বাস্তব কার্যের সংগতি বা মিল রাখতে হবে। কথায় ও কাজে মিল না থাকলে যোগাযোগ দুর্বল এবং হালকা হবে। অপর দিকে যোগাযোগগ্রহীতার মনে বীতশ্রদ্ধ ভাব জাগবে, বিশ্বাস হ্রাস পাবে এবং ভবিষ্যতের সকল যোগাযোগকেই সে হালকাভাবে গ্রহণ করবে।
১৪. উত্তম শ্রোতার ভূমিকা : যোগাযোগ প্রদানকালে যোগাযোগকারীকে ভালো শ্রোতাও হতে হবে। মিস্টার ডেল কার্ণেগী বলেছেন - যদি আপনি জনপ্রিয় হতে চান, অন্যদের কথা বলতে উৎসাহ দিন। তাই মৌখিক যোগাযোগের সময় অন্যান্যরা কিছু বলছে কিনা বা বলতে চাচ্ছে কিনা, তা লক্ষ্য করে শ্রোতার প্রতিক্রিয়া বুঝতে হবে তবেই আশানুরূপ সুফল পাওয়া যাবে।
১৫. যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রয়োগ : মিঃ লরেন্স বর্ণিত যোগাযোগের সাতটি স্তরের মধ্যে এটি একটি। বার্তাপ্রেরক, প্রেরণমাধ্যম, বার্তাগ্রাহক, প্রত্যুত্তর ইত্যাদি প্রক্রিয়ার সাথে যোগাযোগকে খাপ খাওয়াতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ ফলপ্রসূ হবে না।
১৬. চিন্তাধারা বা ধারণা : চিন্তা হতেই যোগাযোগের সৃষ্টি এবং উত্তম চিন্তা উত্তম যোগাযোগের সহায়ক। তাই যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বেই যোগাযোগকারীকে এর বিষয়বস্তু, মাধ্যম, ভাষা, বক্তব্য, উপস্থাপন ভঙ্গি এবং প্রক্রিয়ার নিয়ন্ত্রণ ইত্যাদি ব্যাপারে সঠিকরূপে চিন্তা-ভাবনা করে নিতে হবে।
১৭. ভাষা নিয়ন্ত্রণ : ভাষা নিয়ন্ত্রণ কার্যকর যোগাযোগের পূর্বশর্ত। যোগাযোগকারীকে ভাষার মাধ্যমেই চিন্তা করে, তথ্য সংগ্রহ করে এবং প্রকাশ করে। অপর দিকে গ্রাহকও ভাষার মাধ্যমে সংবাদ গ্রহণ করে, অনুধাবন/হৃদয়ঙ্গম করে এবং প্রত্যুত্তর প্রদান করে। তাই যোগাযোগে ভাষা নিয়ন্ত্রণের গুরুত্ব অত্যাধিক। ভাষার সামান্য একটু ব্যবহারগত ও উপস্থাপনগত প্রভেদের জন্য যোগাযোগের অর্থ ব্যাপক রদ-বদল হয়ে যেতে পারে।
১৮. বক্তব্যের স্পষ্টতা : গ্রাহকের ভাষা জ্ঞানের প্রতি দৃষ্টি রেখে এবং কোন প্রকার ভুল বুঝা-বুঝির সুযোগ না দিয়ে সহজ-সরল ভাষায় স্পষ্ট করে গ্রাহকের নিকট যোগাযোগের বিষয়বস্তু উপস্থাপন করতে হবে। কেননা বিষয়বস্তু পরিষ্কার না হলে বার্তা গ্রাহকের নিকট থেকে প্রত্যুত্তর আশা করা অসম্ভব। এজন্য দুবোধ্য, দ্ব্যর্থবোধক ও কাব্যিক ভাষা স্বেচ্ছা পরিহার করতে হবে।
১৯. প্ররোচনা : প্রত্যাশিত সুফল পেতে হলে যোগাযোগে প্ররোচনার উপাদান থাকতে হবে। যোগাযোগে প্ররোচনার উপাদানকে অনেকে বিক্রয়িকতা বা Salesmanship বলে অভিহিত করেছেন। অনেক সময় যোগাযোগকারী গ্রাহককে অভিভূত করার জন্য আবেগপ্রবণ ভাষা ব্যবহার করে থাকে। এতে নিশ্চিতভাবেই গ্রাহকের নিকট থেকে প্রত্যুত্তর পাওয়া যায়।
২০. সম্পূর্ণতা : যোগাযোগকে সার্থক করতে হলে ইহা সম্পূর্ণরূপে তুলে ধরতে হবে। বার্তার আংশিক উপস্থাপন গ্রাহককে সঠিক প্রত্যুত্তর প্রদানে বিরত রাখে।
২১. সুনাম প্রতিষ্ঠা ও সংরক্ষণ : যোগাযোগে সাফল্যার্জনে সুনাম একটি মূল্যবান উপকরণ। এজন্য প্রত্যেক যোগাযোগকারীকেই যোগাযোগে সুনাম প্রতিষ্ঠা ও সংরক্ষণ করা উচিত। যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সুনাম ভাব বিনিময়ে সহায়তা করে এবং সর্বদাই হৃদয়তাপূর্ণ সহযোগিতা ও প্রত্যুত্তর নিশ্চিত করে। এজন্য যোগাযোগে সুনাম প্রতিষ্ঠা ও সংরক্ষণ একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক।
- সুনাম প্রতিষ্ঠা ও সংরক্ষণে কতিপয় গুণাবলী আদর্শ উপাদান হিসেবে কাজ করে, যথা : -
- ক) সহায়ক সেবার মনোবৃত্তি খ) সৌজন্য প্রকাশ গ) আশাবাদ

ঘ) প্রগতিশীলতা

ঙ) কলা-কৌশল প্রয়োগ

চ) সততা

ছ) অকপটতা

জ) সৌন্দর্য

ঝ) বন্ধুত্ব

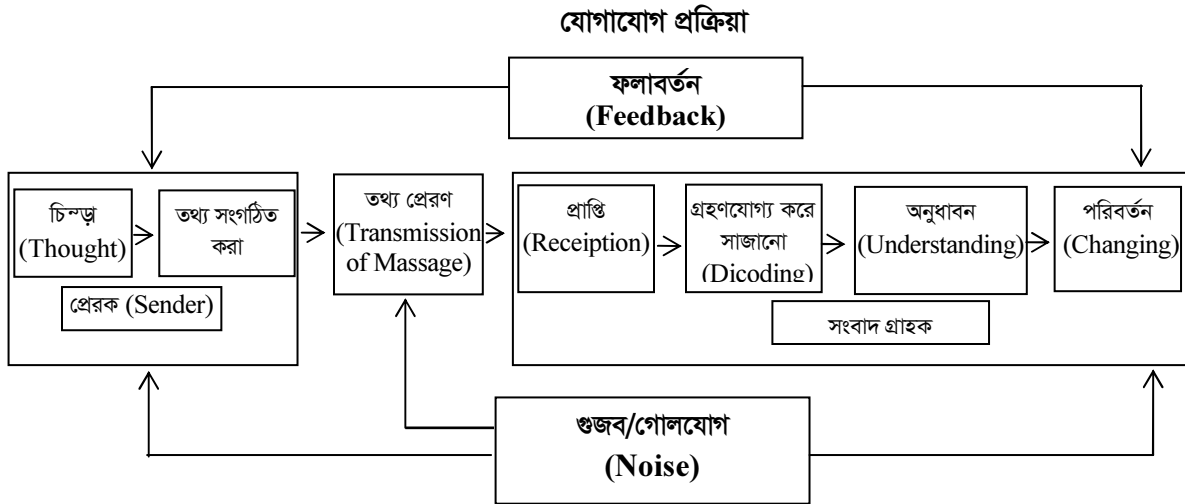
ঞ) মানবতা ।

এসকল গুণাবলী মেনে যোগাযোগ করা হলে তা অবশ্যই ফলপ্রসূ ও সার্থক হবে ।

যোগাযোগের প্রক্রিয়া (The Communication Process)

সহজ কথায় তথ্য, সংবাদ, ধারণা প্রেরণ থেকে শুরু করে গ্রহণ পর্যন্ত যে প্রক্রিয়া অনুসরণ করা হয় তাকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়া বলা হয় ।

অধ্যাপক Koontz & Wehrich এর মতে যে নির্বাচিত চ্যানেলের মাধ্যমে প্রেরক তার সংবাদ প্রাপকের নিকট প্রেরণ করে তাকে যোগাযোগ প্রসেস বলে (Communication Process involves the sender who transmits a message through a selected channel to the receiver) । তাহলে আমরা বলতে পারি যে, প্রেরক থেকে গ্রাহক এর নিকট তথ্য পৌঁছান যে গতি পথ, সেটাই হলো যোগাযোগ প্রক্রিয়া । যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় কতগুলো পদক্ষেপ রয়েছে । চিত্রের সাহায্যে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বর্ণনা করা হলো :



- সংবাদ প্রেরক (The Sender of the Message) :** সংবাদ প্রেরকের নিকট থেকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উৎপত্তি হয়। সংবাদের বিষয়টি/ধারণাটি সংবাদ প্রেরকের মনের মধ্যে প্রথম উদ্ভব হয়। তিনি তথ্য/সংবাদ/ধারণাটি নিয়ে চিন্তা করেন এবং তাকে সংগঠিত করেন। অতঃপর স্থির করেন কার নিকট এবং কি রূপে প্রেরণ করবেন। সর্বশেষে তিনি প্রাপকের বুঝার উপযোগী করে সংবাদটি তৈরি করেন।
- তথ্য প্রেরণে চ্যানেল ব্যবহার (Use of a Channel to Transmit the Message) :** তথ্য, সংবাদ, ধারণা একটি চ্যানেল দিয়ে প্রেরক থেকে প্রাপকের নিকট প্রেরণ করা হয়। ইহা হতে পারে লিখিত, মুখে-মুখে, ফোনে, মোবাইলে, টেলিপ্রিন্টারে, টেলিগ্রামে, টিভি, রেডিওতে। অফিসিয়াল কায়দায়ও সংবাদটি প্রেরণ করা যায়। আবার একই সাথে একাধিক চ্যানেলও ব্যবহার করা যায়। কেননা প্রতি চ্যানেলেরই কিছু দোষত্রুটি আছে। তাই সুবিধা-অসুবিধা বিবেচনা করে ফলদায়ক যোগাযোগের চ্যানেলটি বেছে নিতে হবে। কারণ চ্যানেল ভালো না হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়ে যায়।
- সংবাদ প্রাপক/সংগ্রাহক (The Receiver of the Message) :** সংবাদ প্রাপক বা গ্রাহক সংবাদ পাবার জন্য সর্বদাই তৈরি থাকেন। তাকে উদ্দেশ্য করেই সংবাদ প্রেরিত হয়। তিনি তা মনোযোগ সহকারে শোনেন

বা লিখিত হলে আত্মসহকারে পড়েন। সংবাদ পাওয়া মাত্রই তিনি তা নিজের মতো করে সাজিয়ে নেন বা decode করেন। সঠিক যোগাযোগের শর্ত হলে প্রেরক ও প্রাপকের নিকট সংবাদটি পরিষ্কার হওয়া বা একই অর্থ প্রকাশ করা। প্রকৃত অনুধাবনের পূর্বে কোন যোগাযোগই পরিপূর্ণ হয় না। এই অনুধাবন শুধু গ্রাহকের নয়, প্রাপকের জন্যও আবশ্যিক। প্রাপককে পুরো সংবাদ অনুধাবন করতে হবে এবং তার আলোকে কি করণীয় তা স্থির বা সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে হয়। অপরদিকে প্রেরককে অনুধাবন করতে হবে সংবাদটি প্রাপক পেয়েছে এবং প্রত্যুত্তর করেছেন। এজন্য চাই Feed back।

৪. **যোগাযোগ গোলযোগ/গুজব (Noise in Communication) :** প্রেরক কর্তৃক সংবাদ প্রেরণ ক্ষেত্রে অথবা গ্রাহক কর্তৃক সংবাদ গ্রহণের ক্ষেত্রে Noise দ্বারা যোগাযোগ অপ্রত্যাশিতভাবে প্রভাবিত হয়। যেমন -

- ক) একটি গুজব বা সীমাবদ্ধ পরিবেশ সুস্পষ্ট চিন্তাধারার উন্নয়নে বাধা দেয়;
- খ) সংযুক্ত সন্দেহজনক বা অনিশ্চিত শব্দ, প্রতীক বা চিহ্ন ব্যবহারের ফলে Encoding এবং Decoding ত্রুটি যুক্ত হতে পারে;
- গ) চ্যানেলের গতিশুন্যতায় সংবাদ প্রেরণ বাধার সৃষ্টি হতে পারে। যেমন- অপারেটরের অভিজ্ঞতা কম হলে টেলিফোন সংযোগে সমস্যার সৃষ্টি হবে;
- ঘ) অমনোযোগিতার কারণে অসম্পূর্ণ সংবাদ/তথ্য গ্রহণ হতে হবে;
- ঙ) পূর্বধারণার দ্বারা অনুধাবন বাধাপ্রাপ্ত হতে পারে; এবং
- চ) পরিবর্তনের সম্ভাব্য প্রভাবের কারণে প্রত্যাশিত পরিবর্তন নাও হতে পারে।

উল্লেখিত সর্বক্ষেত্রে সতর্ক থাকতে হবে যাতে গুজব দ্বারা সংবাদ গ্রহণ বা প্রেরণে সমস্যার সৃষ্টি না হয়।

৫. **ফলাবর্তন (Feed back) :** প্রেরকের সংবাদ প্রাপক পেয়েছেন কিনা, একই অর্থে বুঝেছেন কিনা এবং প্রত্যুত্তর করেছেন কিনা ইত্যাদি জানার জন্য চাই ফলাবর্তন। যোগাযোগের ফলপ্রদতা পরীক্ষার জন্য ফলাবর্তন অত্যাবশ্যিক। ফলাবর্তন দ্বারা সংবাদ সংগঠিত, তথ্য অনুধাবন, তথ্য প্রেরণ, গ্রহণ সম্পর্কে প্রাপকের মনোভাব সম্পর্কে জানা, বুঝা এবং নিশ্চিত হওয়া যায়। ইহা ছাড়া ফলাবর্তন দ্বারা বুঝা যায় প্রাপক (ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান) কি ধরনের পদক্ষেপ নিচ্ছে।

যোগাযোগ প্রক্রিয়ার আবশ্যিকীয় উপাদান (Essential Elements of Communication Process)

যোগাযোগ প্রক্রিয়ার কতকগুলো আবশ্যিকীয় উপাদান রয়েছে, যথা :

১. তথ্যের উৎস (Source of Information)
২. প্রেরক (Sender)
৩. প্রেরণযোগ্য সাজানো (Encoding)
৪. সংবাদ (Message)
৫. মাধ্যম (Channel)
৬. গ্রাহক/প্রাপক (Receiver)
৭. গ্রহণযোগ্য করে সাজানো (Decoding)
৮. ফলাবর্তন (Feedback)
৯. গুজব (Noise)

১. **তথ্যের উৎস (Source of Information) :** তথ্য ছাড়া যোগাযোগ করা যায় না। ভালো যোগাযোগ করতে গেলে ভালো তথ্য আবশ্যিক। কোন না কোন উৎস থেকে তা সংগ্রহ করতেই হবে। উৎস হতে পারে ব্যক্তি, প্রতিষ্ঠান, পত্রিকা, টিভি, রেডিও প্রভৃতি। উল্লেখ্য যে, তথ্যই হলো যোগাযোগ এর প্রথম উপাদান। তথ্য ছাড়া আমাদের অবস্থান হয় অন্ধকারের ন্যায়।
২. **প্রেরক (Sender) :** যোগাযোগকারী বা প্রেরকই সংবাদ, ধারণা ও তথ্য সংগ্রহ করেন, তা নিয়ে চিন্তা ও কাজ করেন এবং কোন্ কোন্ ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সাথে যোগাযোগ করবেন তাও স্থির করেন। প্রেরকের নিকট থেকেই যোগাযোগ প্রক্রিয়া শুরু হয়।
৩. **প্রেরণযোগ্য সাজানো (Encoding) :** যোগাযোগকারীর চিন্তা-চেতনা, ধ্যান-ধারণাকে প্রাপকের উদ্দেশ্যে প্রেরণযোগ্য করে সাজানো হয়। যোগাযোগ কথায় হলে কি কি কথা বললে পুরো বুঝানো যাবে, যোগাযোগ লিখিত হলে কোনটার পর কোনটা এবং কিভাবে লিখা হবে ইত্যাদি স্থির করাই হলো Encoding বা গ্রহণযোগ্য করে সাজানো।
৪. **সংবাদ (Message) :** তথ্য বা সংবাদই যোগাযোগ এর প্রাণ বা মূল বিষয়। মুখে বা লিখে যা কিছু পাঠানো হয়, তাই সংবাদ। সংবাদ ছাড়া যোগাযোগ হয় না। যোগাযোগ সার্থক হতে হলে সংবাদ পরিপূর্ণ হতে হবে এবং উপস্থাপন এমন হবে যেন প্রাপক সহজেই বুঝতে পারেন। আবার সংবাদের বিষয়টি প্রাপক ও প্রেরকের নিকট তা একই অর্থ প্রকাশ করতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।
৫. **মাধ্যম (Channel) :** প্রাপকের কাছে সংবাদ পৌঁছার পথই হলো মাধ্যম। সরাসরি, মৌখিক, টেলিফোন, মোবাইল দ্বারা, লিখিতভাবে চিঠি, টেলিগ্রাম, টেলিপ্রিন্টার, ফ্যাক্স দ্বারা, আবার টিভি, রেডিও ও পত্র-পত্রিকার মাধ্যমেও যোগাযোগ করা যায়। কিন্তু প্রতিটি মাধ্যমেরই কিছু সুবিধা-অসুবিধা রয়েছে। তাই প্রেরককে স্বীয় সুবিধা মতো সার্থক ও ফলদায়ক চ্যানেল বেছে নেবে। চ্যানেল যথপযুক্ত না হলে যোগাযোগ বা সংবাদ যতো ভালোই হউক তা ব্যর্থ হতে পারে।
৬. **গ্রাহক (Receiver) :** গ্রাহকের উদ্দেশ্যেই সংবাদ প্রেরণ করা হয়। তিনি সংবাদ গ্রহণের জন্য সদা প্রস্তুত থাকেন। তার হাতে সংবাদ পৌঁছা মাত্রই যোগাযোগ প্রক্রিয়া সমাপ্ত হয়।
৭. **গ্রহণযোগ্য করে সাজানো (Decoding) :** সংবাদ পাবার পর তিনি তা বুঝার চেষ্টা করেন। এজন্য গ্রহণযোগ্য করে, নিজের করে, স্বীয় ধ্যান-ধারণার আলোকে সাজিয়ে নেন। অর্থাৎ পুরো ব্যাপারটি তিনি বুঝার চেষ্টা করেন।
৮. **ফলাবর্তন (Feedback) :** গৃহীত তথ্য পুরো বুঝার পর তিনি চিন্তা করেন প্রেরককে কি জানাবেন। 'হ্যাঁ' বা 'না' বা সংশোধন করার অনুরোধ করে প্রেরকের নিকট তিনি স্বীয় প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করেন, যাকে বলা হয় ফলাবর্তন। প্রতিক্রিয়া জানানোর মধ্যে দিয়ে যোগাযোগ প্রক্রিয়া বৃত্তাকারে ঘুরে থাকে। ফলাবর্তন ছাড়া প্রেরক বুঝতে পারে না তার সংবাদ প্রাপক পেয়েছে কিনা, পেলেও প্রস্তুতবে রাজী হয়েছে কিনা। তাই সার্থক যোগাযোগের জন্য ফলাবর্তন অত্যাাবশ্যিক।
৯. **গুজব (Noise) :** গুজব বা গোলযোগ হলো যোগাযোগ প্রক্রিয়ার অদৃশ্য, অস্পর্শনীয়, ধরা ছোয়ার বাইরের উপাদান। তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্র থেকে ফলাবর্তন গ্রহণ পর্যন্ত সর্বত্রই এর অদৃশ্য বিচরণ। এটা দ্বারা যোগাযোগ অপ্রত্যাশিতভাবে প্রভাবিত হয়। তাই তথ্য সংগ্রহ থেকে সর্বক্ষেত্রে একে এড়ানোর জন্য সজাগ দৃষ্টি দিতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।

যোগাযোগ প্রক্রিয়া সঠিক, সার্থক ও কার্যকর করতে হলে উল্লিখিত অপরিহার্য উপাদানগুলো মেনে চলতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ থেকে প্রকৃত সুফল পাওয়া যাবে না।

পাঠ সংক্ষেপ

প্রকৃত উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য ফলদায়ক যোগাযোগের রয়েছে কতিপয় গুণাবলী, যথা- ধারণার শ্রেণী বিন্যাস, উদ্দেশ্য নির্ধারণ, সংক্ষিপ্ততা ও ভুলত্রুটি মুক্ততা, সহজ উপস্থাপন, উপযুক্ত সময় ও পরিবেশ, মাধ্যম নির্বাচন, গ্রাহকের শিক্ষা ও জ্ঞান সনাক্তকরণ, পূর্ব পরামর্শ, কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ, প্রেরক-প্রাপকের সম্পর্ক পরিমাপ, পারস্পরিক স্বার্থ সংরক্ষণ, ফলাবর্তন, কথা ও কাজের সংগতি, উত্তম শ্রোতার ভূমিকা, যোগাযোগ প্রক্রিয়ার প্রয়োগ, চিন্তাধারা, ভাষা নিয়ন্ত্রণ, বক্তব্যের স্পষ্টতা, প্ররোচনা, সম্পূর্ণতা এবং সুনাম সৃষ্টি ও সংরক্ষণ। যার মাধ্যমে সংবাদ, তথ্য, ধারণা, প্রেরকের নিকট হতে প্রাপকের নিকট প্রেরণ করা হয় তাকে বলা হয় যোগাযোগ প্রক্রিয়া। যোগাযোগ প্রক্রিয়ার রয়েছে প্রধানত ষেটি ধাপ, যথা : প্রেরক, সংবাদ, প্রাপক, গুজব এবং ফলাবর্তন। যোগাযোগ প্রক্রিয়া ফলদায়ক হতে হলে ইহাতে কতগুলো উপাদান বিদ্যমান থাকতে হবে। যথা : তথ্যের উৎস, প্রেরক, প্রেরণযোগ্য করে সাজানো, সংবাদ মাধ্যম, প্রাপক/গ্রাহক গ্রহণযোগ্য করে সাজানো, ফলাবর্তন এবং গুজব।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন।

- প্রকৃত উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য ফলদায়ক যোগাযোগের কতিপয় কি থাকার উচিত?

ক) গুণাবলী	খ) কার্যক্রম
গ) উদ্দেশ্য	ঘ) তথ্য
- যার মাধ্যমে তথ্য, ধারণা, সংবাদ প্রেরকের নিকট থেকে গ্রাহকের নিকট প্রেরণ করা হয়, তাকে বলা হয়

ক) যোগাযোগ	খ) যোগাযোগ প্রক্রিয়া
গ) ফলাবর্তন	ঘ) সবক'টি
- যোগাযোগ প্রক্রিয়ার কটি উপাদান রয়েছে?

ক) ৬টি	খ) ৭টি
গ) ৯টি	ঘ) ১৩টি



যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা এবং প্রতিকার (Barriers and Overcome of Communication)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি -

- যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতাগুলো বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- প্রতিবন্ধকতা প্রতিকারের পন্থা আলোচনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

যোগাযোগের বাধা বা প্রতিবন্ধকতা (Barriers/Problems of Communication)

যোগাযোগের ব্যর্থতা ব্যবস্থাপনার একটি প্রধান সমস্যা। যে সব কারণে যোগাযোগ ব্যর্থ হয় সেগুলো নিম্নরূপ :

১. **সুষ্ঠু পরিকল্পনার অভাব :** সার্থক ও ফলপ্রসূ যোগাযোগ এর জন্য প্রয়োজন পরিকল্পনা। কিন্তু ব্যবস্থাপনা সবসময় যোগাযোগের ক্ষেত্রে সুষ্ঠু পরিকল্পনার গুরুত্ব অনুধাবন করেন না। ফলে যোগাযোগ কাজিষ্ঠত লক্ষ্য অর্জন করতে ব্যর্থ হয়।
২. **অস্পষ্ট অনুমিতি :** প্রেরিত তথ্যের মূল ধারণা ও বক্তব্যসমূহ গ্রাহকের কাছে অস্পষ্ট বা অব্যক্ত থাকলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য অনুধাবনে ব্যর্থ হয়। ফলে যোগাযোগও ব্যর্থ হয়।
৩. **শব্দার্থগত বিকৃতি :** শব্দার্থগত বিকৃতি কোন পক্ষের গোচরে বা অগোচরে হতে পারে। এমতাবস্থায় প্রত্যুত্তর একইরূপ বা আশানুরূপ হয় না। ফলে এতে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৪. **বার্তার দুর্বোধ্যতা :** বার্তা প্রেরক ও গ্রাহকের নিকট বার্তার অর্থ বোধগমা না হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।
৫. **দুর্বল শ্রবণ, দ্রুত মূল্যায়ন ও খাম-খেয়ালীপনা :** গ্রাহক বার্তার সঠিক অর্থ মনোযোগ দিয়ে না শুনলে বা বার্তার মূল্যায়ন না করলে বা খাম খেয়ালী করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য স্পষ্ট হবে হবে না। ফলে তা ব্যর্থ হবে।
৬. **সুষ্ঠু পরিবেশের অভাব :** বার্তা পরিবেশনের সময় যদি খোলামেলা বা মুক্ত পরিবেশ বজায় না থাকে, তবে যোগাযোগ বাধাগ্রস্থ হবে, ব্যর্থ হবে।
৭. **অবিশ্বাস, হুমকি ও ভীতি :** অবিশ্বাস, হুমকি ও ভীতি যোগাযোগের ফলপ্রসূতাকে ব্যাহত করে। সচরাচর উচ্চস্ভরের সামঞ্জস্যহীন আচরণে এসব অনাকাঙ্ক্ষিত সমস্যার সৃষ্টি হয়।
৮. **মনিবকে খুশি করতে বার্তার বিকৃতি :** অধীনস্থরা মনিবের আনুকূল্য ও অনুগ্রহ পাবার আশায় মনিবের পছন্দমত বক্তব্য কাটছাট করে, তার কথা বলার ঢং, ভাবভঙ্গি, নীরবতা ইত্যাদিকে গুরুত্ব প্রদান করে। ফলে মূল বক্তব্য উপস্থাপিত হয় না, বার্তার বিকৃতি হয়। তাই যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৯. **মাত্রাতিরিক্ত তথ্য :** অনেক সময় সংশ্লিষ্ট সংবাদে মাত্রাতিরিক্ত তথ্যের অন্তর্ভুক্তির কারণেও যোগাযোগ ব্যর্থতায় পর্যবসিত হয়।

১০. পরিবর্তনে প্রতিবন্ধকতা : মানুষ স্বাভাবিকভাবেই পরিবর্তনকে, নতুন কোন কিছুকে গ্রহণ করতে চায় না। সুতরাং, হঠাৎ করে কোন পরিবর্তন আসলে সে সর্বশক্তি দিয়ে বাধা দেয়। ফলে যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রতিবন্ধকতার সৃষ্টি হয়।
১১. কর্মব্যস্ততার বাধা : ব্যবস্থাপকগণ সব সময়ই গুরুত্বপূর্ণ কাজ নিয়ে ব্যস্ত থাকেন। ফলে অধীনস্থরা ঠিকমত তাদের সাথে যোগাযোগ করতে পারে না। সুতরাং ব্যবস্থাপনার কর্মব্যস্ততার জন্য যোগাযোগ ব্যাহত হয়।
১২. ব্যবস্থাপনা স্তরের আধিক্য : বৃহদায়তন কারবার সংগঠনে ব্যবস্থাপনা স্তরের সংখ্যাধিক্য, দীর্ঘ যোগাযোগ লাইন, জটিল লাইন স্টাফ সম্পর্ক থাকে। ফলে ব্যবস্থাপনা ও শ্রমিকদের দূরত্ব বেশি হয়, যোগাযোগ জটিল হয়।
১৩. নির্দেশনা ও দায়িত্ব বণ্টন : সংগঠন কাঠামোতে কি ভাবে যোগাযোগ করা হবে তার সঠিক দিক নির্দেশনা এবং অধীনস্থদের মধ্যে এ সম্পর্কিত কর্তৃত্ব ও দায়িত্ব সুষ্ঠুরূপে বণ্টনের অভাবে স্বার্থক ও দক্ষ যোগাযোগ স্থাপনে বাধার সৃষ্টি হয়।
১৪. তত্ত্বাবধান ও সমন্বয়ের অভাব : ব্যবস্থাপক ও শ্রমিক-কর্মীদের মধ্যে সুষ্ঠু তত্ত্বাবধান ও সমন্বয়ের অভাবে যোগাযোগ বাধার সম্মুখীন হয়। ফলে তা সফল হয় না।
১৫. আঞ্চলিক ও সাংকেতিক শব্দ ব্যবহার : বক্তা বা শ্রোতার যদি আঞ্চলিক ভাষা বা সাংকেতিক শব্দ দ্বারা যোগাযোগ স্থাপন করে, তবে অধিকাংশ ক্ষেত্রে তা ব্যর্থ হয়। কারণ, বক্তার আঞ্চলিক বা সাংকেতিক ভাষা হয়তো শ্রোতার বুঝবে না, আবার শ্রোতাদের আঞ্চলিক ভাষাও বক্তা অনুধাবন করতে পারবে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১৬. ব্যক্তিগত ও সামাজিক বাধাসমূহ : শ্রোতাদের রুচি, শিক্ষা, ভাষাজ্ঞান, আচার-আচরণ ইত্যাদির বিভিন্নতার কারণে যোগাযোগে বাধার সৃষ্টি হয়। এ ছাড়াও ব্যক্তিগত দ্বন্দ্ব-বিদ্বেষ, মনোমালিন্য, পক্ষপাতিত্ব, কপটতা ইত্যাদি যোগাযোগে সুষ্ঠু বাধার সৃষ্টি করে।
১৭. অন্যান্য বাধা : উপরোক্ত বাধাগুলো ছাড়াও আরো বহু ধরনের বাধা যোগাযোগের ক্ষেত্রে বিঘ্ন সৃষ্টি করে, যথা - আবেগ-অনুভূতির প্রতিক্রিয়া, বাহ্যিক পরিস্থিতি, বক্তব্যের অমিল, সময়ের অভাব, প্রশিক্ষণ, গোলমাল বা হৈ-চৈ ইত্যাদি।

যোগাযোগের বাধা দূর/নিরসন করার উপায় (Means of Overcoming/Removing Barriers of Communication)

যোগাযোগ যত সহজ, সরল, সাবলিল, প্রাণবন্ত ও দক্ষ হবে সংগঠনের সমৃদ্ধিও ততবেশি বৃদ্ধি পাবে। যোগাযোগের বাধাসমূহ দূর করার জন্য ব্যবস্থাপক বিশেষ কতগুলো কৌশল অবলম্বন করেন, যা নিম্নরূপ :-

১. সুষ্ঠু পরিকল্পনা গ্রহণ : যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বেই এর বিষয়বস্তু নির্ধারণ, উপযুক্ত মাধ্যম নির্বাচন এবং উপস্থাপনের ক্ষেত্রে সুনির্দিষ্ট পরিকল্পনা গ্রহণ করতে হবে।
২. সংগঠন কাঠামো সহজীকরণ : সংগঠন কাঠামোতে তত্ত্বাবধান স্তরের সংখ্যাধিক্য, কর্তৃত্ব ও দায়িত্বের অসামঞ্জস্যতা দূর করে একে সহজ-সরল করতে হবে।

৩. **যোগাযোগ কৌশল/মাধ্যম প্রশিক্ষণ** : স্বার্থক যোগাযোগের জন্য কর্মীদেরকে যোগাযোগের কলা-কৌশল, ভাব বিনিময়, বিষয়বস্তু, মাধ্যম, উপস্থাপন ভঙ্গি, কার্যকর শ্রবণ ইত্যাদি বিষয়ে পূর্বেই প্রশিক্ষণ প্রদান করতে হবে।
৪. **কাজ বেশি, কথা কম** : যোগাযোগে বড় বড় আফালন ও বাগাড়ম্বর পূর্ণ কথা বললে কাজের চেয়ে অকাজই হবে বেশী। কারণ কথার সাথে কাজের মিল না থাকলে শ্রোতার আস্থা ও বিশ্বাস হারিয়ে ফেলে। এ অবিশ্বাস দূর করার জন্য যোগাযোগকারীকে কথার চেয়ে কাজ বেশি করতে হবে এবং কথায় ও কাজে মিল রাখতে হবে।
৫. **কঠম্বর নিয়ন্ত্রণ** : যোগাযোগকারীর কঠম্বর শ্রুতিমধুর হতে হবে। কারণ কঠম্বর নিয়ন্ত্রণ করতে পারলেই বিষয়বস্তুর প্রতি শ্রোতা মনোযোগী, উৎসাহী ও আকৃষ্ট হবে।
৬. **সঠিক অঙ্গভঙ্গি** : যোগাযোগের বাহন হিসেবে বক্তার অঙ্গ-প্রত্যঙ্গের সঠিক ও উপযুক্ত সঞ্চালন দ্বারা যোগাযোগের বাধা দূর করা যায়।
৭. **ভুল ধারণা পরিহার** : বক্তব্যের ব্যাপারে যদি কোন অবিশ্বাস, অলীক বা ভ্রান্ত ধারণা থাকে তবে তা বক্তব্যের বিকৃতি ঘটায়। এজন্যই প্রথমে প্রকৃত ঘটনা বর্ণনা করে তা প্রচার করতে হবে।
৮. **অস্বীকৃতি পরিহার** : প্রেরকের ইচ্ছামত প্রত্যুত্তর পাওয়া না গেলে অথবা তা সাথে সাথে অস্বীকার করলে গ্রাহকের মনে বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি হতে পারে। কাজেই অত্যন্ত বিনীতভাবে ও কৌশলে প্রেরক তা পরিহার করবে।
৯. **অনানুষ্ঠানিক সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা** : অনানুষ্ঠানিক উপায়ে যেমন - পারিবারিক অনুষ্ঠান, প্রীতিভোজ ইত্যাদি অনুষ্ঠানে ব্যবস্থাপক কর্মচারীদের বিভিন্ন সমস্যা নিয়ে আলোচনা করে একটা সমঝোতায় পৌঁছতে পারে। ফলে যোগাযোগ সফল হয়।
১০. **নিয়মিত কর্মি সম্মেলন** : নিয়মিতভাবে কর্মচারীদের সম্মেলন আহ্বান করে পারস্পরিক মত বিনিময়ের মাধ্যমে জটিল বিষয়েও খুব সহজে মতৈক্যে পৌঁছা সম্ভব হয়। কারণ এ ধরনের সম্মেলনে কর্মীরা স্বাধীন ও মুক্ত মন নিয়ে খোলামেলা আলোচনা করে। ফলে যোগাযোগের সফলতা ও গতিশীলতা বৃদ্ধি পায়।
১১. **ব্যবস্থাপনা উন্নয়ন** : ব্যবস্থাপনা উন্নয়ন সাধন করে সংগঠনের যোগাযোগের উন্নয়ন সাধন করা সম্ভব। বিকেন্দ্রীকরণের মাধ্যমে ক্ষমতা অর্পণ করে কর্মীদের দক্ষতা বৃদ্ধি করা সম্ভব।
১২. **তথ্য প্রক্রিয়াকরণ** : কম্পিউটার এবং আধুনিক অন্যান্য যন্ত্রের মাধ্যমে তথ্য প্রক্রিয়াজাত করে সিদ্ধান্ত গ্রহণে নিয়োজিত ব্যক্তিদের মধ্যে তা প্রেরণ করা যায়। ফলে যোগাযোগের গতি ও সফলতা বৃদ্ধি পায়।
১৩. **ফলাবর্তন** : একমাত্র ফলাবর্তনের ব্যবস্থা থাকলেই প্রেরক যোগাযোগগ্রহীতার প্রতিক্রিয়া জানতে পারে এবং সে মতে পরবর্তী পদক্ষেপ নেয়া সহজ হয়।
১৪. **ভাষা বা শব্দ ব্যবহার** : আঞ্চলিক বা টেকনিক্যাল ভাষা বা শব্দ ব্যবহার না করে যোগাযোগকে শ্রোতার বোধগম্য করে সহজ, সরল ও প্রাঞ্জল করে তুলতে হবে। তবেই তা ব্যর্থ না হয়ে সফল হবে।

১৫. যোগাযোগ নিরীক্ষণ : যোগাযোগ নিরীক্ষণ বলতে যোগাযোগের পলিসি, নেটওয়ার্ক, কার্যাবলী ইত্যাদির পরীক্ষা-নিরীক্ষা করাকে বুঝায়। উল্লেখ্য যে, প্রতিষ্ঠানের উন্নয়ন ও কার্যকারিতা বহুলাংশে যোগাযোগ নিরীক্ষণের উপরই নির্ভরশীল।

১৬. অন্যান্য বাধা : কোম্পানীর উদ্দেশ্য, নীতি, পদ্ধতি, কার্যক্রম ইত্যাদির সাথে পরিচয় করা, গোলমাল ও হেঁচকি দূর করা, গ্রাহকের জীবন ও জগত সম্পর্কে ধারণা নেয়া, তথ্য ভারাক্রান্ত অবস্থান নিরসন করা প্রভৃতি পদক্ষেপ যোগাযোগের বাধা দূর করতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকে।

পাঠ সংক্ষেপ

সুষ্ঠু ও ফলদায়ক যোগাযোগের ক্ষেত্রে অনেকগুলো বাধা বা প্রতিবন্ধকতা রয়েছে। যথা : (১) সুষ্ঠু পরিকল্পনার অভাব (২) অস্পষ্ট অনুমতি (৩) শব্দার্থগত বিকৃতি (৪) বার্তার দুর্বোধ্যতা (৫) দুর্বল শ্রবণ ও দ্রুত মূল্যায়ন ও খামখেয়ালীপনা (৬) সুষ্ঠু পরিবেশের অভাব (৭) অবিশ্বাস, হুমকি ও ভীতি (৮) মনিবকে খুশি করতে বার্তার বিকৃতি (৯) মাত্রাতিরিক্ত তথ্য (১০) পরিবর্তনে প্রতিবন্ধকতা (১১) কর্মব্যস্ততার বাধা (১২) ব্যবস্থাপনা স্তরের আধিক্য (১৩) নির্দেশনা ও দায়িত্ব বণ্টন (১৪) তত্ত্বাবধান ও সমন্বয়ের অভাব (১৫) আঞ্চলিক ও সাংকেতিক শব্দ ব্যবহার (১৬) ব্যক্তিগত ও সামাজিক বাধাসমূহ। এই প্রতিবন্ধকতাগুলোর প্রতিকার না হলে যোগাযোগ সফল ও কার্যকর হয় না। প্রতিবন্ধকতাগুলো দূর করার উপায় হলো : (১) সুষ্ঠু পরিকল্পনা গ্রহণ (২) সংগঠন কাঠামো সহজীকরণ (৩) যোগাযোগ কৌশল/মাধ্যম প্রশিক্ষণ (৪) কাজ বেশি, কথা কম (৫) কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ (৬) সঠিক অঙ্গভঙ্গি (৭) ভুল ধারণা পরিহার (৮) অস্বীকৃতি পরিহার (৯) অনানুষ্ঠানিক সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা (১০) নিয়মিত কর্মি সম্মেলন (১১) ব্যবস্থাপনা উন্নয়ন (১২) তথ্য প্রক্রিয়াকরণ (১৩) ফলাবর্তন (১৪) ভাষা বা শব্দ ব্যবহার (১৫) যোগাযোগ নিরীক্ষণ ইত্যাদি।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ১.৪

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন।

১. সুষ্ঠু ও ফলদায়ক যোগাযোগের ক্ষেত্রে অনেকগুলো কি রয়েছে?

- | | |
|-----------------|-----------|
| ক) প্রতিবন্ধকতা | খ) নীতি |
| গ) উদ্দেশ্য | ঘ) লক্ষ্য |

২. যোগাযোগের প্রধান প্রতিবন্ধকতা হলো --

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| ক) সুষ্ঠু পরিকল্পনার অভাব | খ) কর্মব্যস্ততার বাধা |
| গ) দুর্বল শ্রবণ | ঘ) পরিবর্তন প্রতিবন্ধকতা |

৩. কি দূর না হলে যোগাযোগ ফলপ্রসূ হয় না?

- | | |
|-----------------|-------------|
| ক) প্রতিবন্ধকতা | খ) ব্যর্থতা |
| গ) অস্পষ্টতা | ঘ) সবগুলো |

৪. যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা দূর করার প্রধান পন্থাই হলো-

- | | |
|-----------------------|----------------------------|
| ক) সংগঠন সহজ করা | খ) কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ |
| গ) তথ্য প্রক্রিয়াকরণ | ঘ) সুষ্ঠু পরিকল্পনা গ্রহণ। |

চূড়ান্ত মূল্যায়ন

সংক্ষিপ্ত প্রশ্নাবলী

- ১। যোগাযোগ ও ব্যবসায় যোগাযোগ কি?
- ২। যোগাযোগ প্রক্রিয়ার চিত্রটি অংকন করুন।
- ৩। ফলদায় যোগাযোগের গুণাবলী কি কি?

রচনামূলক প্রশ্নাবলী

- ১। কারবারী যোগাযোগের পরিধি ও উদ্দেশ্যগুলো বর্ণনা করুন।
- ২। ব্যবসায় যোগাযোগের গুরুত্ব বর্ণনা করুন।
- ৩। যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতা এবং প্রতিকারগুলো আলোচনায় করুন।

উত্তরমালা

পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১.১ :	১। খ	২। ক	৩। খ	৪। খ
পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১.২ :	১। ক	২। খ	৩। ক	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১.৩ :	১। ক	২। খ	৩। ৫টি	
পাঠোত্তর মূল্যায়ন-১.৪ :	১।	২।	৩।	৪।