



যোগাযোগ মাধ্যম/পদ্ধতি (Channels / Methods of Communication)

ভাব, তথ্য বা ধারণা, চিন্তাধারা, আবেগ-অনুভূতি আদান-প্রদানের ক্ষেত্রে প্রয়োজন হয় মাধ্যম বা পদ্ধতি। মাধ্যম ছাড়া যোগাযোগ করাই যায় না। মাধ্যম দ্বারা প্রেরক প্রাপকের সাথে যোগাযোগ করে এবং মাধ্যম দ্বারাই প্রাপক তার প্রত্যুত্তর করে থাকেন। প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে বিভিন্ন মাধ্যমে এই যোগাযোগ করা হয়ে থাকে। যেমন- লিখিত, মৌখিক এবং অন্যান্য। এই ইউনিটের তিনটি পাঠে আমরা যোগাযোগ মাধ্যমগুলো জানার চেষ্টা করবো।



যোগাযোগ মাধ্যম ও লিখিত যোগাযোগ (Channel of Communication and Written Communication)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি -

- যোগাযোগ মাধ্যম এর সংজ্ঞা বলতে পারবেন;
- লিখিত যোগাযোগ ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- লিখিত যোগাযোগের শ্রেণীবিন্যাস বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- লিখিত যোগাযোগের সুবিধা এবং অসুবিধা আলোচনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

মাধ্যম : প্রেরক তার মনের ভাব, ধারণা, অনুভূতি, সংকেত যে প্রক্রিয়া বা উপায় দ্বারা প্রাপককে অবহিত করেন, তাকে বলা হয় মাধ্যম। মাধ্যম ছাড়া কখনোই প্রেরক তার নির্ধারিত প্রাপকের সাথে যোগাযোগ করতে পারে না। সঠিক মাধ্যমের দ্বারাই প্রাপক তথ্য, সংবাদ, অনুভূতি জানতে পারেন এবং এর আলোকেই নিজের মতামত ব্যক্ত করতে পারেন। মাধ্যম ছাড়া প্রেরক ও প্রাপকের মধ্যে ফলদায়ক যোগাযোগ কখনোই সম্ভব নয়। যোগাযোগের সফলতা মূলত সঠিক মাধ্যম ব্যবহারের উপর নির্ভর করে। যোগাযোগ মাধ্যম প্রধানত ৩ (তিন) প্রকার। যথা -

১. লিখিত যোগাযোগ;
২. মৌখিক যোগাযোগ; এবং
৩. অন্যান্য যোগাযোগ।

এই তিনটি মাধ্যমের মধ্যে কখন কোনটি ব্যবহৃত হবে তা নির্ভর করে মূলত পরিবেশ ও পরিস্থিতির উপর।

১. লিখিত যোগাযোগ (Written Communication) : যোগাযোগ এর বিষয়/ধারণা, অনুভূতিকে যখন লিখিতভাবে প্রকাশ করা হয়, তখন তাকে আনুষ্ঠানিক যোগাযোগ বা লিখিত যোগাযোগ বলে। নির্দেশনামূলক যোগাযোগ মূলত লিখিত হয়ে থাকে। আবার নিম্নগামী বা উর্ধ্বগামী যোগাযোগও লিখিত হতে পারে। বড় প্রতিষ্ঠানে এর প্রচলন বেশি। লিখা একটি আর্ট, এজন্য দরকার - সুশিক্ষা, দক্ষতা, অভিজ্ঞতা, সুন্দর কলা-কৌশল বা হস্তান্তর। লিখিত যোগাযোগ সবচেয়ে ফলদায়ক পদ্ধতি। কারণ ইহা বিকৃত হয় না, নিয়ন্ত্রণ সহজ হয় এবং রেকর্ড হিসাব থাকে। তাই ইহা দীর্ঘ স্থায়ী রেফারেন্স হিসেবে ব্যবহার করা যায় এবং আইনগত নিরাপত্তা প্রদান করে। একারণে প্রতিষ্ঠানের গুরুত্বপূর্ণ সব যোগাযোগ লিখিত হওয়া উচিত। প্রতিষ্ঠানে নীতি ও পদ্ধতি, পরিকল্পনা ও নির্দেশনার মধ্যে সামঞ্জস্যতা আনার ক্ষেত্রে এই যোগাযোগ সর্বোত্তম। লিখিত যোগাযোগ ফলদায়ক এবং মিতব্যয়ী। সাধারণত চিঠি, রিপোর্ট, টেলিগ্রাম, বিবৃতি প্রভৃতি দ্বারা এই যোগাযোগ করা যায়। তবে প্রাপক অশিক্ষিত হলে এই যোগাযোগ সম্পূর্ণরূপে ব্যর্থ হবে।

লিখিত যোগাযোগের শ্রেণী বা পদ্ধতি (Types/Methods of Written Communication) : লিখিত

যোগাযোগ পদ্ধতি মূলত দুই প্রকার

ক) ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগ (Written Communication for Management)

খ) কর্মীদের জন্য লিখিত যোগাযোগ (Written Communication for Employees)

ক) ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগ (Written Communication for Management) : যে সব যোগাযোগ ব্যবস্থাপনার সাথে জড়িত ব্যক্তি বা নির্বাহীদের জন্য লিখিত হয় বা তাদের সাথেই সম্পৃক্ত, তাকে ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগ বলে। এরূপ যোগাযোগের উপায়গুলো হলো :-

১. সাংগঠনিক বিষয়াদি যোগাযোগ (Organization Matters Communication) : সংগঠনের ঘোষণা, নীতি, পদ্ধতি, কার্যক্রম ও নির্দেশনাবলী সংক্রান্ত যোগাযোগ লিখিত হতে হবে। কারণ, এগুলো প্রতিষ্ঠানের নিম্নস্তর পর্যন্ত পাঠাতে হয়। দীর্ঘদিন এগুলো যাতে বিকৃত না হয়, সেজন্যই লিখিত আকারে এগুলো করা হয়।
২. বিশেষ ব্যবস্থাপনা বুলেটিন (Special Management Bulletins) : লিখিত যোগাযোগ বিশেষ ব্যবস্থাপনা বুলেটিন দ্বারাও হতে পারে। এজন্য ব্যবস্থাপনা সাময়িকী প্রকাশ করা যেতে পারে। আবার জরুরী বিবৃতি ও সমালোচনাও বিবৃতি প্রকাশ করা যেতে পারে। সাধারণত : প্রকৃত তথ্য বিকৃতি ছাড়া এবং দ্রুত ব্যবস্থাপনা সদস্যদের নিকট যোগাযোগ এর প্রয়োজন হলে, এই পদ্ধতির আশ্রয় নেয়া হয়।
৩. ব্যবস্থাপনা সংবাদ লিপি (Management News Letter) : এর মাধ্যমে সাধারণত কম গুরুত্বপূর্ণ বিষয়াদি সাধারণ কর্মীদের জানানোর পূর্বে ব্যবস্থাপনা সদস্যদের মাধ্যমে জানানো হয়। এই চিঠি সাপ্তাহিক হয়ে থাকে।
৪. আনুষ্ঠানিক ব্যবস্থাপনা রিপোর্ট (Formal Management Report) : পরিকল্পনা, সংগঠন এবং সমন্বয়ের সাথে জড়িত ব্যক্তি বা নির্বাহীগণ তাদের উৎসর্গ কর্তৃপক্ষের নিকট যোগাযোগ রক্ষা করার জন্য এই পস্থা অবলম্বন করে থাকেন। যেমন - বিভাগীয় প্রধানগণ তাদের উৎপাদন, ক্রয়, বিক্রয়, ব্যয় ও অপচয় ইত্যাদির উপর প্রধান নির্বাহীর নিকট নিয়মিত রিপোর্ট দিয়ে থাকেন। আবার তদন্ত কমিটি তার অনুসন্ধানের উপরও এই মাধ্যমে রিপোর্ট দিয়ে থাকেন।
৫. তত্ত্বাবধায়কের হ্যান্ডবুক (Supervisor's Handbook) : প্রতিষ্ঠানের দৈনন্দিন কার্যক্রম পরিচালনার এবং ছোট খাট বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করার জন্য তত্ত্বাবধায়কদের নির্দেশনা পুস্তক দেয়া হয়। এই পুস্তক তার দৈনন্দিন কার্য পরিচালনা ও সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়ক বা পথ নির্দেশক। ইহাতে থাকে প্রতিষ্ঠানের নানা প্রকার আইন-কানুন, কার্য-পদ্ধতি, কার্যের সুবিধা, শ্রমিক সংঘের কর্তব্য, অধিকার, শ্রমিক সংঘের সাথে যোগাযোগ স্থাপন পদ্ধতি এবং তাদের অভিযোগ পদ্ধতি উল্লেখ থাকে।
৬. তত্ত্বাবধায়কের জন্য বিশেষ প্রকাশনা (Special Publication for Supervisors) : অনেক সময় বড়-বড় প্রতিষ্ঠানগুলোতে তত্ত্বাবধায়কের জন্য বিশেষ প্রকাশনার ব্যবস্থা করে থাকে। ইহাতে থাকে ব্যয়-অপচয় হ্রাস করা, পণ্যের মান উন্নয়ন, দুর্ঘটনা হ্রাস এবং এড়ানোর, সঠিক নিরাপত্তা পদ্ধতি ইত্যাদি সংক্রান্ত বিষয়ে সঠিক নির্দেশাবলী। এগুলো তত্ত্বাবধায়ককে তার কার্য সম্পাদনে সহায়তা করে থাকে।

খ) কর্মচারীদের জন্য লিখিত যোগাযোগ (Written Communication for Employees) : কর্মচারীদের সাথে লিখিত যোগাযোগের অনেক পদ্ধতি রয়েছে। যথা :-

১. কর্মি বুলেটিন (Employees Bulletins) : কোন জরুরী এবং গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে স্বল্প সময়ে এবং অতিদ্রুত (২/১ ঘন্টার মধ্যে) কর্মীদের জানানো জন্য এই পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়। তত্ত্বাবধায়কগণ এই বুলেটিন বিলি করেন বা বুলেটিন বোর্ডে লাগিয়ে দিয়ে থাকেন।

২. **কর্মীদের জন্য সংবাদ-সাময়িকী (Employees News Paper) :** এটাও বহুল প্রচলিত মাধ্যম। এ ধরনের সংবাদ সাময়িকী প্রতি সপ্তাহে প্রকাশ করা হয়। এর মাধ্যমে কর্মীদের জানানো হয় :-
 - ক) প্রতিষ্ঠানের পলিসি, উদ্দেশ্য, পরিকল্পনা, সমস্যা সম্পর্কে;
 - খ) তাদের কার্যাবলি ও উৎপাদিত পণ্য-দ্রব্য সম্পর্কে; এবং
 - গ) তাদের সাথে জড়িত অর্থনৈতিক, সামাজিক ও রাজনৈতিক ঘটনাবলী সম্পর্কে।
৩. **মাসিক গৃহ পত্রিকা প্রকাশ (Published the Monthly Inhouse Journal) :** অনেক সময় বড়-বড় কোম্পানি নিজস্ব মাসিক পত্রিকা প্রকাশ করে থাকে। ইহাতে প্রতিষ্ঠানের ভূমিকা, পরিকল্পনা ও অন্যান্য বিষয় সম্পর্কে মূল্যবান এবং সুচিন্তিত প্রবাদ ও সংবাদ পরিবেশন করা হয়।
৪. **দৈনিক সংবাদ সংক্ষেপ (Abstract of Daily News) :** বৃহদায়তন অনেক প্রতিষ্ঠান এটা করে থাকে। ইহা শ্রমিক-ব্যবস্থাপনা বিরোধ হ্রাস এবং সম্পর্কের উন্নয়নে গুরুত্বপূর্ণ অবদান রাখে। এর মাধ্যমে শ্রমিক সংঘের অভাব অভিযোগের উত্তর, কার্যের অগ্রগতি, সমস্যা সম্পর্কে লিখিত নোটিশ প্রধান গেটে লাগিয়ে দেয়া হয়।
৫. **নতুন কর্মীদের নিকট চিঠি (Letters to New Employees) :** কর্মি ও ব্যবস্থাপনার মধ্যে পারস্পরিক সম্পর্কের উন্নয়নের জন্য অনেক সময় প্রতিষ্ঠানের তরফ থেকে এটা করা হয়। এর মাধ্যমে নতুন কর্মীদের নিকট স্বাগত/অভিনন্দন পত্র পাঠানো হয়।
৬. **কর্মীদের গৃহে পত্র-প্রেরণ (Letter to Employees Houses) :** অনেক সময় প্রধান নির্বাহী কর্তৃক কর্মীদের বাসভবনে প্রতিমাসে বা প্রতি পনের দিনে বা যে কোন সময়ে বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ তথ্য দিয়ে পত্র প্রেরণ করা হয়। সাধারণত এর কোন উত্তর চাওয়া হয় না।
৭. **কর্মচারীদের জন্য পুস্তিকা (Booklets for Employees) :** অনেক প্রতিষ্ঠান তার প্রতিটি কর্মিকে কর্মে যোগদানের সময় একটি করে booklet প্রদান করে থাকে, যাকে বলা হয় কর্মীদের জন্য পুস্তিকা। এতে থাকে প্রধান নির্বাহীর অভিনন্দন, প্রতিষ্ঠানের ইতিবৃত্ত বা ইতিহাস, পরিকল্পনা, পলিসি, পদ্ধতি, নিয়মিত প্রশিক্ষণ পদ্ধতি এবং স্ব-উন্নয়নের সুবিধা ইত্যাদি।
৮. **পঠন-তাক (Reading Pack) :** অনেক প্রতিষ্ঠান তাদের অভ্যন্তরীণ র‍্যাক বা তাকে কিছু পত্রিকা, বই, দলিল সাজিয়ে রাখে। ফলে কর্মিরা এগুলো দেখতে পারে এবং ইচ্ছে ও সময়মতো পাঠ করতে পারে।
৯. **সংক্ষিপ্ত বার্ষিক রিপোর্ট (Short Annual Report) :** প্রতিষ্ঠানের পক্ষ থেকে কর্মীদের নিকট সহজ ও প্রাঞ্জল ভাষায় বার্ষিক রিপোর্ট প্রকাশ করা হয়। যাতে কর্মিরা প্রতিষ্ঠানের প্রকৃত অবস্থা জানতে পারে। ফলে সংগঠনের প্রতি তাদের আস্থা ও বিশ্বাস বৃদ্ধি পায় এবং শ্রম ব্যবস্থাপনা সম্পর্কের উন্নয়ন হয়।
১০. **বুলেটিন বোর্ড (Bulletin Board) :** এটি অতি পুরাতন পদ্ধতি। এর মাধ্যমে বুলেটিন, বিল বা তথ্য সম্পৃক্ত পোস্টার লাগানো হয়। নির্দিষ্ট একটি স্থানে ইহা স্থাপিত থাকে। সাধারণত এই বোর্ডে দৈনন্দিন সংবাদ, নির্দেশ, নোটিশ লাগানো হয়।
১১. **চাক্ষুষ মাধ্যম (Visual Method) :** লিখিত যোগাযোগের পরিপূরক হিসেবে অনেক কোম্পানিতে চাক্ষুষ মাধ্যম ব্যবহার করা হয়। যেমন- চলচ্চিত্র, টিভি, প্রজেক্টর, স্লাইড, মাল্টিমিডিয়া ইত্যাদির মাধ্যমে তথ্যাদি কর্মীদের অবহিত করা যায়।

১২. **উপদেশ পদ্ধতি (Suggestion Method) :** উর্ধ্বগামী লিখিত যোগাযোগে এটা ব্যবহৃত হয়। অধীনস্থরা কার্য সম্পর্কে বাস্তব সমস্যা বা অভিজ্ঞতার দ্বারা প্রকৃত তথ্যাদি বসের নিকট উপদেশ/পরামর্শ আকারে প্রদান করে থাকে। ফলে তারা সিদ্ধান্ত গ্রহণে অবদান রাখতে পারে।
১৩. **প্রশ্ন-বাক্স (Question Box) :** লিখিত যোগাযোগে এটি একটি বিশেষ বা অতিরিক্ত পদ্ধতি। যে কেহ যে কোন প্রশ্ন এর মধ্যে রাখার সুযোগ পায় এবং তাদের উত্তর দেয়া হয়।
১৪. **রচনা প্রতিযোগিতা (Essay Competition) :** এটাও কর্মীদের মধ্যে লিখিত যোগাযোগ এর একটি অতিরিক্ত মাধ্যম। এর মাধ্যমে সমস্যা, বিষয় সম্পর্কে রচনা আহ্বান করা হয়।
১৫. **স্মারকপত্র (Memorandum) :** সাধারণত কর্মীদের চাকুরি সংক্রান্ত পদোন্নতি, ইনক্রিমেন্ট, ছুটি, শৃঙ্খলা ভঙ্গের শাসিড় ইত্যাদি সম্পর্কে বিস্তারিত জানানোর জন্য এই পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়ে থাকে।
১৬. **বিজ্ঞপ্তি (Notice) :** প্রতিষ্ঠানে নিয়োজিত কর্মীদের বিশেষ সভায় উপস্থিতি থাকার জন্য এবং বিশেষ বিষয়ের উপর বক্তব্য রাখার জন্য এই পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়।
১৭. **নোট শীটের ব্যবহার (Use of Note Sheet) :** অধীনস্থ কর্মীদের বিশেষ কোন কাজ করার জন্য নোট শীটের মাধ্যমে নির্দেশ প্রদান করা হয়।
১৮. **বিশেষ প্রতিবেদন (Special Report) :** সাধারণত বিশেষ ঘটনা উপলক্ষে বিস্তারিত বিবরণ লিপিবদ্ধ ভাবে ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষের তরফ থেকে এটা প্রকাশ ও প্রচার করা হয়।
১৯. **কৃতজ্ঞতামূলক বিবৃতি (Thankfulness Statement) :** সকল কর্মির সর্বাঙ্গিক সহযোগিতা ও ঐকান্তিকতায় উদ্দেশ্য অর্জনের পর কর্মীদের কৃতজ্ঞতা জানিয়ে, ব্যক্তিগত নামে নামে পাঠানো হয়।
২০. **অভিযোগ খাতা (Complain Book) :** প্রতি বিভাগে বা কেন্দ্রীয়ভাবে একটি স্থানে এটা রাখা হয়। প্রত্যেক কর্মি তাতে তার অভাব, অভিযোগ লিখে জমা দেয়। প্রতিমাসে বা নির্দিষ্ট সময় পর পর ব্যবস্থাপনা ঐ খাতা পর্যালোচনা করেন এবং তার আলোকে প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ গ্রহণ করেন।
২১. **অভ্যন্তরীণ সার্কুলার (Internal Circular) :** কোন বিশেষ বিষয়ে সকল কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের জানানোর প্রয়োজন হলে এর আশ্রয় নেয়া হয়। সাধারণত ইহা নোটিশ বোর্ডে লাগানো হয় বা বিভাগে পাঠানো হয়। পরবর্তীতে বিভাগীয় প্রধান অধীনস্থদের তা জানিয়ে দেন।
২২. **কার্যতালিকা ও কার্য সম্পাদন পদ্ধতি বর্ণনা (Statement on Worth List and Work Performance) :** এটা একটি গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম। এর দ্বারা কর্মীদের জানানো হয়, তাদের কোন কাজ কখন ও কিভাবে করতে হবে। ফলে কর্মীদের দক্ষতা ও উৎপাদন বৃদ্ধি এবং ব্যয়, অপচয় হ্রাস পায় এবং সামগ্রিকভাবে প্রতিষ্ঠানের সুনাম বৃদ্ধি পায়।

লিখিত যোগাযোগের সুবিধা এবং অসুবিধা (Advantages and Disadvantages of Written Communication)

আধুনিক ব্যবস্থাপনায় লিখিত যোগাযোগ একটি গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম। এই মাধ্যম ব্যবহারের ক্ষেত্রে কিছু সুবিধা এবং অসুবিধা রয়েছে। নিম্নে সুবিধা এবং অসুবিধা বিস্তারিত আলোচনা করা হলো :

লিখিত যোগাযোগের সুবিধা (Advantages of Written Communication) : লিখিত যোগাযোগ ব্যবহারের ক্ষেত্রে অনেক সুবিধা রয়েছে, যা নিম্নে আলোচনা করা হলো :

১. স্থায়ী রেকর্ড : লিখিত যোগাযোগ একটি স্থায়ী রেকর্ড। প্রয়োজন হলে যে কোন সময়ে, যে কোন বিষয়ে অতীতে কি যোগাযোগ হয়েছিল তা রেকর্ড থেকে খুঁজে বের করে দেখা যায়। অন্য কোন মাধ্যমে এটা সম্ভব নয়।
২. প্রামাণ্য দলিল : মৌখিক যোগাযোগ প্রামাণ্য দলিল হিসেবে অর্থহীন। কোন বিষয়ে আইনের আশ্রয় নিতে হলে আদালতে প্রামাণ্য দলিলপত্র দাখিল করতে হয়। লিখিত যোগাযোগে এটা খুব সহজে করা সম্ভব হয়।
৩. সহজবোধ্য ও গ্রহণযোগ্য : মৌখিক যোগাযোগ অপেক্ষা লিখিত যোগাযোগই সহজবোধ্য ও গ্রহণযোগ্য মাধ্যম। প্রয়োজনবোধে বারবার পাঠ করে বক্তব্য উদ্ধার করতে পারে।
৪. নির্ভুলতা যাচাই করা যায় : লিখিত যোগাযোগের নির্ভুলতা নিশ্চিত করার জন্য একে পরীক্ষা-নিরীক্ষা করা যেতে পারে।
৫. শক্তিশালী ও নির্ভরযোগ্যতা : বস্তুতপক্ষে গুরুত্বপূর্ণ ও নির্ভরযোগ্য যোগাযোগ লিখিত হওয়াই উচিত।
৬. সহজ উপস্থাপনা : জটিল বিষয়সমূহ লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমে সহজেই তুলে ধরা যায়।
৭. সংবাদ বিকৃতির সম্ভাবনা কম : লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমে কোন সংবাদ বা ঘটনা বিকৃত করার সুযোগ থাকে না।
৮. বাহুল্য বর্জন ও সময়ের অপচয় কম হয় : লিখিত যোগাযোগে বাহুল্য বর্জন হয় এবং সময় কম ব্যয় হয়। এক্ষেত্রে অনাবশ্যিক যুক্তিতর্কের অবতারণা বাদ দিয়ে সংক্ষিপ্তাকারে বক্তব্য পেশ করা যায়।
৯. কর্তৃত্বার্পণ সহজ : কর্তৃত্বার্পণের ক্ষেত্রে লিখিত যোগাযোগ অত্যাৱশ্যক। এই প্রকার যোগাযোগে পরিষ্কাররূপে কর্মির কর্মদক্ষতা ও কর্তব্যসমূহের সংজ্ঞা নিরূপণ করা হয়। কর্মিরা পরিষ্কাররূপে তাদের কর্মপরিধি ও ক্ষমতা সম্পর্কে জানতে পারে।
১০. বক্তব্য পেশের সুবিধা : অনেক ব্যবস্থাপক তার বক্তব্য ভালভাবে বলতে পারেন না। কিন্তু তিনি তা সাজিয়ে গুছিয়ে লিখতে পারেন।
১১. প্রচার মাধ্যম : লিখিত যোগাযোগ কোম্পানির প্রচারণার কাজ করে। অনেক সময় এটা বাজারে কোম্পানির সুনাম প্রতিষ্ঠায় সহায়তা করে।
১২. ব্যক্তিগত সংযোগের বিকল্প : লিখিত যোগাযোগ ব্যক্তিগত সংযোগের প্রয়োজনীয়তাকে পরিহার করতে একটি উপযুক্ত বিকল্প হিসেবে কাজ করে। এর ফলে একজন ব্যক্ত নির্বাহী লিখিত যোগাযোগের বিভিন্ন মাধ্যমে অসংখ্য অধীনস্থদের সাথে অতি স্বল্প সময়ে যোগাযোগ স্থাপন কতে পারেন।
১৩. গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে অধিক কার্যকর : প্রতিষ্ঠানের নীতি, লক্ষ্য, ক্রয়-বিক্রয় ও উৎপাদন পদ্ধতি বর্ণনা, নির্দেশ প্রদান, প্রণোদনা বা অন্য যে কোন গুরুত্বপূর্ণ বা দীর্ঘস্থায়ী বিষয়ে লিখিত যোগাযোগ সর্বোত্তম।
১৪. কার্যকর নিয়ন্ত্রণ : নিম্নস্তরের তত্ত্বাবধায়কদের কাছে লিখিত যোগাযোগ খুবই কার্যকর। এটা তদারক ও নিয়ন্ত্রণ কার্যকর করতে সহায়তা করে।
১৫. কার্যকর উপস্থাপনা : এই পদ্ধতির যোগাযোগে প্রথমেই বক্তব্যটির খসড়া লিখা হয়। ফলে পরিকল্পনানুযায়ী বক্তব্য বিষয়কে প্রস্তুত করে আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করা যায়।

লিখিত যোগাযোগের অসুবিধা (Disadvantages of Written Communication) : লিখিত যোগাযোগের কিছু কিছু ত্রুটি-বিচ্যুতি আছে। নিম্নে তা আলোচনা করা হলো :-

১. **ব্যয়বহুল :** লিখিত যোগাযোগ ব্যয়বহুল। লিখিত যোগাযোগ প্রস্তুত করতে কাগজ, কালি, কলম, কম্পিউটার, টাইপরাইটার, টাইপ লিখক, সাইক্লোস্টাইল মেশিন, প্রিন্টিং মেশিন ইত্যাদি ব্যবহারের দরকার হয়। তাই লিখিত যোগাযোগে ব্যয় অনেক বেশি হয়।
২. **সময়ের অপচয় :** লিখিত যোগাযোগ স্থাপনে অধিক সময় ব্যয় হয়। মৌখিক যোগাযোগ সামনা-সামনি বা টেলিফোনে আলাপ-আলোচনা করে অল্পক্ষণেই সম্পন্ন করা যায়। লিখিত যোগাযোগ রচনা ও প্রেরণের ব্যাপারে কিছু আনুষ্ঠানিকতা পালন করতে হয়, যার জন্য এতে অধিক সময় ব্যয় হয়।
৩. **নির্বাহীর স্বার্থ রক্ষা :** ব্যবসায় সংগঠনের সদস্যদের অনেকেই একে অন্যের উপর দোষ চাপিয়ে থাকে। এজন্য লোকে নিজেকে স্থানে রেখে যোগাযোগ লিপি তৈরি করে, এতে সে অনেক সময় অনেক প্রয়োজনীয় কথা বাদ দিয়ে অনেক অপ্রয়োজনীয় কথা লিখে নিজের অবস্থান ঠিক রাখার চেষ্টা করে। ফলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হয়।
৪. **পরোক্ষ সম্পর্ক স্থাপন :** লিখিত যোগাযোগে বার্তা প্রেরক ও বার্তা প্রাপকের মধ্যে সরাসরি বা প্রত্যক্ষ সম্পর্ক স্থাপিত হয় না। সুতরাং প্রাপকের নিকট হতে অনেক বিলম্বে প্রতি উত্তর পাওয়া যায়। কাজেই যোগাযোগে কোন প্রকার ত্রুটি-বিচ্যুতি হলে সাথে সাথে সংশোধনমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ করা যায় না।
৫. **অশিক্ষিত গ্রাহকের নিকট অর্থহীন :** বার্তা প্রাপক সর্বদা শিক্ষিত হবে তা বলা যায় না। বার্তা গ্রাহক অশিক্ষিত হলে লিখিত যোগাযোগ সম্পূর্ণরূপে অকেজো হয়ে পড়ে।
৬. **গতিশীলতার অভাব :** লিখিত বক্তব্যের অনেক সময় পুনঃব্যখ্যা ও বিশ্লেষণ প্রয়োজন হয় এবং সেক্ষেত্রে যোগাযোগ গতিশীলতা ও দ্রুত প্রয়োগের শক্তি হারিয়ে ফেলে।
৭. **গোপনীয়তার অভাব :** ব্যবসায়ের গোপনীয়তার ক্ষেত্রে এটা একটি অবাঞ্ছিত মাধ্যম। যোগাযোগ লিপি গোপন তথ্য ফাঁস করতে সহায়তা করে।
৮. **সহজে ঐকমত্যে পৌছান যায় না :** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে বক্তব্য বিষয়ে বক্তা ও শ্রোতা যত সহজে ঐকমত্যে আসতে পারে, লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে তা অনেক সময়ই সম্ভব হয় না।
৯. **জটিলতা ও দীর্ঘসূত্রতা :** লিখিত যোগাযোগের ক্ষেত্রে ঝুঁকি হ্রাসের জন্য উর্ধ্বতন দায়িত্বশীল কর্মকর্তাগণ বিধিবদ্ধ পদ্ধতি অনুসরণের দ্বারা যোগাযোগ করেন। এতে যোগাযোগে জটিলতা ও সমস্যা দেখা দেয় এবং যোগাযোগের প্রক্রিয়া দীর্ঘসূত্রতা দোষে দুষ্ট হয়।
১০. **অপরিবর্তনশীল :** লিখিত যোগাযোগের প্রেরিত বার্তা সংবাদের প্রয়োজনীয় সংযোজন, বিয়োজন, সংশোধন বা বিশ্লেষণের কোন অবকাশ থাকে না। ফলে তাৎক্ষণিক কোন ভুল পরিহার বা সংশোধন সম্ভব হয় না।

পাঠ সংক্ষেপ

যে প্রকিয়ার মধ্যে দিয়ে ভাব, ধারণা, অনুভূতি প্রেরকের নিকট থেকে প্রাপকের নিকট পৌঁছে তাকে যোগাযোগ মাধ্যম বলা হয়। যোগাযোগ লিখিত, মৌখিক এবং অন্যান্য মাধ্যমে হতে পারে। প্রেরক যখন লিখিত আকারে তার তথ্য, ভাব, ধারণা, অনুভূতি গ্রাহকের নিকট প্রেরণ করেন, তাকে বলা হয় লিখিত যোগাযোগ। লিখিত যোগাযোগ ব্যবস্থাপনা ও কর্মীদের জন্য হতে পারে। ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগের মধ্যে রয়েছে : (১) সাংগঠনিক বিষয়াদি যোগাযোগ, (২) বিশেষ ব্যবস্থাপনা বুলেটিন, (৩) ব্যবস্থাপনা সংবাদ লিপি, (৪) আনুষ্ঠানিক ব্যবস্থাপনা রিপোর্ট, (৫) তত্ত্বাবধায়কের হ্যান্ডবুক, (৬) তত্ত্বাবধায়কের জন্য বিশেষ প্রকাশনা ইত্যাদি। আবার কর্মীদের জন্য লিখিত যোগাযোগের মধ্যে রয়েছে (১) কর্মি বুলেটিন, (২) কর্মীদের জন্য সংবাদ সাময়িকী, (৩) মাসিক গৃহ পত্রিকা প্রকাশ, (৪) দৈনিক সংবাদ সংক্ষেপ, (৫) নতুন কর্মীদের নিকট চিঠি প্রেরণ, (৬) কর্মীদের গৃহে পত্র প্রেরণ, (৭) কর্মীদের জন্য পুস্তিকা, (৮) পঠন তাক, (৯) সংক্ষিপ্ত বার্ষিক রিপোর্ট, (১০) বুলেটিন বোর্ড, (১১) চাক্ষুষ মাধ্যম, (১২) উপদেশ পদ্ধতি, (১৩) প্রশ্ন বাক্স, (১৪) রচনা প্রতিযোগিতা, (১৫) স্মারকপত্র, (১৬) বিজ্ঞপ্তি, (১৭) নোট শীটের ব্যবহার, (১৮) বিশেষ প্রতিবেদন, (১৯) কৃতজ্ঞতামূলক বিবরণী, (২০) অভিযোগ খাতা, (২১) অভ্যন্তরীণ সার্কুলার, (২২) কার্যতালিকা ও কার্য-সম্পাদন পদ্ধতি বর্ণনা।

লিখিত যোগাযোগের কিছু সুবিধা রয়েছে, যথা : (১) স্থায়ী রেকর্ড, (২) প্রামাণ্য দলিল, (৩) সহজবোধ্য ও গ্রহণযোগ্য, (৪) নির্ভুলতা যাচাই, (৫) শক্তিশালী ও নির্ভরযোগ্য, (৬) সহজ উপস্থাপনা, (৭) সংবাদ বিকৃতি সম্ভাবনা কম, (৮) বাহুল্য বর্জন ও সময়ের অবচয় কম, (৯) কর্তৃত্বপূর্ণ সহজ, (১০) বক্তব্য পেশের সুবিধা, (১১) প্রচার মাধ্যম, (১২) ব্যক্তিগত সংযোগের বিকল্প, (১৩) গুরুত্বপূর্ণ বিষয় অধিক কার্যকর, (১৪) কার্যকর নিয়ন্ত্রণ, (১৫) কার্যকর উপস্থাপনা।

লিখিত যোগাযোগের অনেক সমস্যা রয়েছে, যথা : (১) ব্যয় বহুল, (২) সময়ের অপচয়, (৩) নির্বাহীর স্বার্থ রক্ষা, (৪) পরোক্ষ সম্পর্ক স্থাপন, (৫) অশিক্ষিত গ্রাহকের নিকট অর্থহীন, (৬) গতিশীলতার অভাব, (৭) গোপনীয়তার অভাব, (৮) সহজে ঐক্যমতে পৌঁছা যায় না, (৯) জটিলতা ও দীর্ঘ সূত্রতা, (১০) অপরিবর্তনশীল।

পাঠ্যের মূল্যায়ন : ২.১

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন (✓) দিন।

১. যে প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে ভাব, ধারণা, অনুভূতি প্রেরকের নিকট হতে প্রাপকের নিকট প্রেরিত হয় তাকে বলা হয় -

| | |
|-------------------|-----------------|
| ক) যোগাযোগ মাধ্যম | খ) যোগাযোগ সাধন |
| গ) যোগাযোগ বাহন | ঘ) পরিবহণ |
২. যোগাযোগের মাধ্যম প্রধানত কত প্রকার?

| | |
|-------------|-------------|
| ক) ২ প্রকার | খ) ৩ প্রকার |
| গ) ৪ প্রকার | ঘ) ৫ প্রকার |
৩. লিখিত আকারে যখন তথ্য, ভাব অনুভূতি প্রেরিত হয় তাকে বলে -

| | |
|--------------------|------------------|
| ক) নীরব যোগাযোগ | খ) লিখিত যোগাযোগ |
| গ) শাব্দিক যোগাযোগ | ঘ) সবক'টি |
৪. যে যোগাযোগ ব্যবস্থাপনার সাথে জড়িত ব্যক্তি/নির্বাহীদের জন্য লিখিত হয় তাকে বলা হয় যোগাযোগ।

| | |
|------------------|----------------------|
| ক) কর্মীদের জন্য | খ) ব্যবস্থাপনার জন্য |
| গ) লিখিত | ঘ) উচ্চ পর্যায়ের |
৫. যে লিখিত যোগাযোগ দ্বারা ব্যবস্থাপনা কর্মীদের সাথে যোগাযোগ রক্ষা করে, তাকে বলা হয় লিখিত যোগাযোগ।

| | |
|------------------|----------------------|
| ক) কর্মীদের জন্য | খ) ব্যবস্থাপনার জন্য |
| গ) নিম্নস্তরের | ঘ) উচ্চ স্তরের |
৬. ব্যবস্থাপনার জন্য লিখিত যোগাযোগের প্রধান মাধ্যম হলো যোগাযোগ।

| | |
|------------------------|------------------------|
| ক) সাংগঠনিক বিষয়াদি | খ) ব্যবস্থাপনা বুলেটিন |
| গ) ব্যবস্থা সংবাদ লিপি | ঘ) সবক'টি |
৭. কর্মীদের জন্য লিখিত যোগাযোগের প্রধান মাধ্যম হলো।

| | |
|------------------------|------------------|
| ক) ব্যবস্থাপনা বুলেটিন | খ) কর্মি বুলেটিন |
| গ) পাঠক তাক | ঘ) বুলেটিন বোর্ড |
৮. লিখিত যোগাযোগের প্রধান সুবিধা হলো.....

| | |
|-------------------|----------------------|
| ক) স্থায়ী রেকর্ড | খ) কর্তৃত্বপূর্ণ সহজ |
| গ) প্রচার মাধ্যম | ঘ) সহজ উপস্থাপনা |
৯. লিখিত যোগাযোগের প্রধান অসুবিধা হলো ..

| | |
|-------------------|---------------------|
| ক) ব্যয়বহুল | খ) অপরিবর্তনশীল |
| গ) গতিশীলতার অভাব | ঘ) গোপনীয়তার অভাব। |



মৌখিক যোগাযোগ (Oral Communication)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি -

- মৌখিক যোগাযোগের সংজ্ঞা বলতে পারবেন;
- মৌখিক যোগাযোগের কৌশল বর্ণনা করতে পারবেন;
- মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালা বর্ণনা করতে পারবেন;
- মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থতার কারণ বর্ণনা করতে পারবেন;
- মৌখিক যোগাযোগ সফলতার পূর্বশর্ত বুঝতে পারবেন;
- মৌখিক যোগাযোগের উপযুক্ত ক্ষেত্র বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- মৌখিক যোগাযোগের সুবিধা-অসুবিধা আলোচনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

মৌখিক যোগাযোগের সংজ্ঞা (Definition of Oral/Verbal Communication)

এক কথায় মৌখিক কথা-বার্তা বা আলাপ-আলোচনার মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয়। তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। ব্যাপক অর্থে উদ্দেশ্য অর্জনের জন্য প্রেরক যখন তার মনে ভাব, ধারণা, বার্তা, অনুভূতি, তথ্য, কথা-বার্তা বা আলোচনার মাধ্যমে গ্রাহককে জানায়, তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলে। যোগাযোগ ক্ষেত্রে এটা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম।

প্রতিষ্ঠানের অধিকাংশ যোগাযোগই মৌখিকভাবে হয়ে থাকে। কৌশল হিসেবে এক্ষেত্রে শব্দ, কণ্ঠস্বর, ভাষার ব্যবহার করা হয়। কাগজ-কলমের ব্যবহার এই যোগাযোগে নেই। যোগাযোগই মৌখিক ভাবে হয়ে থাকে। কৌশল হিসেবে এক্ষেত্রে শব্দ, কণ্ঠস্বর, ভাষার ব্যবহার করা হয়। কাগজ-কলমের ব্যবহার এই যোগাযোগে নেই। মিঃ লরেন্স বলেন বৃহদায়তন প্রতিষ্ঠানের গুরুত্বপূর্ণ লিখিত দলিল পত্রসমূহ প্রায়ই শ্রুতিলিখনের দ্বারা তৈরি করা হয়।

বরম্যান ব্যবসায় যোগাযোগ অনুশীলনের উপর গবেষণা করে দেখেছেন যে, মৌখিক যোগাযোগ ধীরে ধীরে অধিক থাকে অধিকতর গুরুত্ব লাভ করেছে। আবার পাওয়েল ও গুডিন বলেন যে, মৌখিক যোগাযোগে ব্যবস্থাপনায় নিযুক্ত ব্যক্তিবর্গ বেশির ভাগ সময় ব্যয় করেন।

মৌখিক যোগাযোগের অধিকাংশ ক্ষেত্রেই বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে প্রত্যক্ষ বা সরাসরি যোগাযোগ স্থাপিত হয়। পারস্পরিক আলোচনার দ্বারা সহজেই প্রতিক্রিয়া বুঝা যায় এবং সমঝোতায় পৌঁছা যায়। কৌশল হিসেবে প্রত্যক্ষ আলোচনা, টেলিফোন, মোবাইল, ইন্টারকম, রেডিও, টেলিভিশন, গণ সম্বোধন ইত্যাদি ব্যবহৃত হয়। এই যোগাযোগে কোন রেকর্ড রাখা হয় না। দীর্ঘ মেয়াদী যোগাযোগে এই পদ্ধতি উপযুক্ত নয়। তবে অশিক্ষিত শ্রোতার জন্য এই যোগাযোগ মাধ্যমে সর্বোত্তম।

মৌখিক যোগাযোগ কৌশল (Techniques of Oral Communication)

মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে অনেক কৌশল ব্যবহার করা হয়। যার মধ্যে রয়েছে -

১. **কথোপকথন (Conversation) :** আনুষ্ঠানিকতা ছাড়াই কিছু সংখ্যক লোকের সাথে যে আলাপ-আলোচনা করা হয়, তাকে কথোপকথন বলা হয়। বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে সুসম্পর্ক ও সমঝোতা আনায় এটাই সর্বোত্তম পন্থা। কথোপকথন সার্থক করার জন্য কিছু নিয়ম মেনে চলা আবশ্যিক, যথা :
 - ক) কোন আনুষ্ঠানিকতা থাকবে না, আকর্ষণীয় ও আমোদপূর্ণ করে তোলতে হবে;
 - খ) অন্যান্য বক্তাদের বক্তব্যের প্রতি আগ্রহ দেখাতে হবে, মনোযোগ দিতে হবে বাধা দেয়া যাবে না;
 - গ) সৌজন্যতা সম্মান (শিষ্টাচার) প্রদর্শনের নিয়ম পালন করতে হবে; এবং
 - ঘ) সুচিন্তিত মতামত ব্যক্ত করতে হবে।
২. **টেলিফোন (Telephone) :** মৌখিক যোগাযোগ গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম হলো টেলিফোন। কারবারী সম্পর্ক স্থাপন ও সম্প্রসারণের ব্যাপারে ইহা ব্যাপক ব্যবহৃত হয়। ইহার মাধ্যম বা ব্যবহার ছাড়া আধুনিক কারবার পরিচালনা চিন্তাই করা যায় না। টেলিফোন দূরত্বের বাধা অতিক্রমে সাহায্য করে। ইহার মাধ্যমে লেনদেনের সূত্রপাত ও নিষ্পত্তি করা যায়।
 - ক) টেলিফোন যোগাযোগ সফল করার ক্ষেত্রে খেয়াল রাখতে হবে;
 - খ) ভালো বলার অভ্যাস থাকতে হবে;
 - গ) স্বীয় এবং প্রতিষ্ঠানের পরিচয় প্রথমে প্রদান করতে হবে;
 - ঘ) ভদ্রতা ও বিনয়ের সাথে সঠিক উত্তর দিতে হবে; এবং
 - ঙ) সময়ের প্রতিও খেয়াল রাখতে হবে।
৩. **মোবাইল ফোন (Mobile Phone) :** টেলিফোনের আধুনিক সংস্করণ হলো মোবাইল ফোন। এর দ্বারা যখন খুশি তখনই প্রেরক প্রাপকের সাথে যোগাযোগ করতে পারে। ভাব, তথ্য আদান-প্রদান করতে পারে। ফলে যোগাযোগ দ্রুততর হয়। টেলিফোনের চেয়ে যোগাযোগ ক্ষেত্রে মোবাইল এর ব্যবহার অনেক বেশী।
৪. **ইন্টারকম (Intercom) :** বৃহদায়তন অফিসে অভ্যন্তরীণ যোগাযোগের ক্ষেত্রে প্রায়ই এই পদ্ধতি ব্যবহার হয়। ইন্টারকমের মাধ্যমে স্বীয় স্থানে থেকে দ্রুত আলাপ করা যায়। স্থাপনা সংক্রান্ত ব্যয় ছাড়া এতে কোন খরচ নেই।
৫. **সাক্ষাৎকার (Interview) :** পূর্ব ঘোষিত বিষয়/উদ্দেশ্য নিয়ে কথোপকথনই হলো সাক্ষাৎকার। এই প্রক্রিয়ায় নির্দিষ্ট সময়ে বার্তা প্রেরক-প্রাপক একত্র হয়ে আলোচনা করে। কারবারী জগতে এই পদ্ধতি প্রতিনিয়তই ব্যবহৃত হয়।

সাক্ষাৎকারের প্রকারভেদ (**Types of Interview**) :

 - ক. **নির্বাচন ও নিয়োগ সাক্ষাৎকার :** প্রতিষ্ঠানে নিয়োগ, কার্য মূল্যায়ন, স্থায়ীকরণ, পদোন্নতি বা বিশেষ নির্দেশনার জন্য এটা করা হয়।
 - খ. **গবেষণা সংক্রান্ত :** গবেষণা কার্যের প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহণের জন্য এটা করা হয়।
 - গ. **অভিযোগ সাক্ষাৎকার :** কর্মি ও গ্রাহকদের অভাব অভিযোগ, চাহিদা, দাবি ইত্যাদি সম্পর্কে জ্ঞান লাভ এবং সমন্বয় সাধনের জন্য অভিযোগ সাক্ষাৎকার দেয়া হয়।
 - ঘ. **শৃঙ্খলাবোধ সাক্ষাৎকার :** কর্মীদের সতর্ক করা, নিষ্ঠাবান করা, কাজ কর্মে আগ্রহী করা এবং সংশোধন করার জন্য এ ধরনের সাক্ষাৎ নেয়া হয়।

- ঙ. **বোর্ড সাক্ষাৎকার :** প্রকৃত প্রার্থী বাছাই বা প্রকৃত তথ্য বের করার জন্য কমিটি গঠন করে এই সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়। বিভিন্ন প্রশ্ন করে প্রকৃত তথ্য ও প্রকৃত প্রার্থী যাচাই-বাছাই করার জন্য এই পদ্ধতি গ্রহণ করা হয়।
- চ. **দলীয় সাক্ষাৎকার :** নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য সাধনের জন্য এবং কোন ব্যাপারে কোন দলকে জিজ্ঞাসাবাদ করার জন্য এটা করা।

সাক্ষাৎকার গ্রহণ কৌশল (Techniques of Interview) : সাক্ষাৎকার গ্রহণের অনেক কৌশল রয়েছে।
উল্লেখ- খয়োগ্য ৩টি হলো :-

- ক. **সরাসরি প্রশ্ন পদ্ধতি :** এই কৌশল অবলম্বনের ক্ষেত্রে সাক্ষাৎপ্রদানকারীকে সরাসরি একের পর এক প্রশ্ন করা হয়। তবে, তাকে কোন প্রতিক্রিয়া প্রদর্শনের সুযোগ দেয়া হয় না।
- খ. **নির্দেশবিহীন ও খোলা সাক্ষাৎকার পদ্ধতি :** এই পদ্ধতিতে সাক্ষাৎ প্রদানকারীকে কোন প্রশ্ন না করে স্বতঃস্ফূর্তভাবে তার মত প্রকাশের স্বাধীনতা প্রদান করা হয়। সাক্ষাৎ প্রদানকারী যা ভালো বলে করে তাই সে স্বাধীনভাবে বলতে পারে।
- গ. **নির্দেশিত সাক্ষাৎকার :** এই পদ্ধতিতে সাক্ষাৎ প্রদানকারীকে প্রতিক্রিয়া প্রদর্শন ও মতামত প্রদানের সুযোগ দেয়া হয়।
- ঙ. **মঞ্চ বক্তৃতা (Dias Speech) :** ব্যবসায় জগতে অনেক সময় ব্যবসায়ী বা ব্যবস্থাপনা জনসমক্ষে কোন তথ্য তুলে ধরার জন্য মঞ্চ বক্তৃতা প্রদান করে থাকে। এই পন্থায় যোগাযোগকারী মঞ্চে দাঁড়িয়ে একসাথে অনেক লোকের উদ্দেশ্যে বক্তব্য দিতে পারে। শ্রোতার সাথে সরাসরি মত বিনিময়ের সুযোগ কম থাকে। এই পন্থা অবলম্বনে খেয়াল রাখতে হবে যোগাযোগকারীর পূর্ব প্রস্তুতি আবশ্যিক। বিষয় সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা দরকার। বক্তৃতা তথ্যমূলক হবার সাথে সাথে হাস্য-রসাত্মক হওয়া উচিত এবং তা দীর্ঘ না হওয়া উত্তম।
৭. **দলবদ্ধ আলোচনা (Group Meeting) :** কোন বিষয়ে দলগত আলোচনার মাধ্যমে সমস্যা সমাধানের জন্য দলবদ্ধ আলোচনা করা হয়। সকলেই আলোচনার সুযোগ পায় বলে বাস্তবধর্মী সিদ্ধান্ত গৃহীত হয়। তাই যোগাযোগ ক্ষেত্রে এটা দ্রুত জনপ্রিয়তা লাভ করছে। নিম্নের ৫টি উদ্দেশ্য হাসিলের জন্য এটা করা হয় :-
- ক. মানবীয় সম্পর্ক উন্নয়ন;
- খ. ধারণা যাচাই;
- গ. ধারণা সৃষ্টি;
- ঘ. সমস্যা সমাধান; এবং
- ঙ. প্রশিক্ষণ।
৮. **রেডিও-টিভি কথিকা (Radio-Television Talk) :** রেডিও-টেলিভিশন কথিকা পাঠের মাধ্যমে বার্তা প্রেরক বিপুল জনগোষ্ঠীর নিকট তারা বার্তা দ্রুত পৌঁছে দিতে পারে। পূর্ব থেকেই ইহার তৈরি বিষয়বস্তু প্রচার করা হয়। পরিচালক বা উচ্চ ব্যবস্থাপনা এতে অংশ নেয়। এটা মূলত একমুখি। ইহার মাধ্যমে গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া বুঝা যায় না। উল্লেখ্য রেডিও কথিকা হলো শ্রবণ যোগাযোগ এবং টিভি কথিকা হলো শ্রবণ দর্শন যোগাযোগ।
৯. **আনুষ্ঠানিক প্রশিক্ষণ কোর্স (Formal Training Course) :** প্রতিষ্ঠানে এর মাধ্যমে কার্যকরভাবে যোগাযোগ স্থাপন করা যায়। প্রতিষ্ঠানে দক্ষ কর্মি বাহিনী গড়ে তোলার জন্য এবং হাতে নাতে প্রশিক্ষণ

প্রদানের জন্য আনুষ্ঠানিক প্রশিক্ষণ কোর্সের ব্যবস্থা করা হয়। কার্যের বিভিন্ন দিক সম্পর্কে বার্তাগ্রহীতাকে জানানো হয়। কথা বলার সুযোগ দেয়া হয় এবং কখনো পরীক্ষা নেয়া হয়। তাই এটি একটি ফলপ্রসূ পদ্ধতি।

১০. **ঘরোয়া উৎসব (Family Festival) :** প্রতিষ্ঠানের কর্মি ও ব্যবস্থাপকদের মধ্যে একটি নির্দিষ্ট বিষয়ে ঘরোয়া আলোচনায় একত্রিত করাই-এ উৎসবের উদ্দেশ্য। সম্পূর্ণ ঘরোয়া পরিবেশে সবাই আলোচনা করার এবং ব্যক্তিগতভাবে পরিচিত হবার সুযোগ পায়। যেমন বার্ষিক ভোজ সভা এর প্রকৃত উদাহরণ। এই উৎসবের কর্মসূচির মধ্যে রয়েছে :
- ক. প্রধান নির্বাহী কর্তৃক স্বাগত ভাষণ
 - খ. আপ্যায়ন
 - গ. কর্মীদের ক'জন এবং ব্যবস্থাপনার ক'জনের বক্তৃতা
 - ঘ. সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠান এবং
 - ঙ. পুরস্কার বিতরণ।
১১. **নির্বাচিত কর্মীদের সাথে মধ্যাহ্ন ভোজন (Feast Within Selected Employees) :** মূল উদ্দেশ্যে সামনে রেখে প্রধান নির্বাহী মাঝে মধ্যে কিছু কর্মকর্তাদের সাথে মধ্যাহ্ন ভোজ করেন। ফলে খাবার টেবিলে আনুষ্ঠানিকতা ছাড়াই গুরুত্বপূর্ণ বা ব্যবসায়িক আলোচনা হয়ে থাকে। এতে কাজের গতি ও আন্তরিকতা বৃদ্ধি পায়।
১২. **বিশেষ পুরস্কার অনুষ্ঠান (Special Prize Giving) :** কৃতিত্বপূর্ণ কাজের জন্য কর্মীদের বিশেষ পুরস্কার প্রদানের উদ্দেশ্য এটি করা হয়। এখানে ব্যবস্থাপনা ও কর্মিরা একত্রিত হতে পারেন এবং আনুষ্ঠানিকতা ছাড়া আলাপ-আলোচনা করতে পারে। এরূপ পুরস্কার বিতরণের ফলে কর্মীদের মধ্যে কর্মস্পৃহা ও মনোবল বৃদ্ধি পায়।
১৩. **নিরাপত্তা সভা (Security Meeting) :** নিরাপত্তা বিষয়ে সাধারণত তত্ত্বাবধায়ক অধীনস্থদের নিয়ে এই বৈঠক করেন। এই সভার মূল্য উদ্দেশ্য হলো কর্মীদের মধ্যে নিরাপত্তা বিষয়ে যোগাযোগ উন্নয়ন এবং তত্ত্বাবধায়কের যোগ্যতা বৃদ্ধিকরণ। স্বল্প সময়ের জন্য এবং কারখানায় যে কোন এক কোণেই এই সভা হতে পারে।
১৪. **উপদেশী সভা (Advisory Meeting) :** উচ্চ, মধ্য এবং নিম্ন এই ৩টি ব্যবস্থাপনা নিয়ে এরূপ সভা অনুষ্ঠিত হয়। বিভিন্ন সময়ে সদস্যদের নিয়ে এরূপ সভা অনুষ্ঠিত হয়। সদস্যগণ এই সভার মাধ্যমে নিজ নিজ অধীনস্থদের মধ্যে কার্যকর যোগাযোগের জন্য পরামর্শ ও উপদেশ দিয়ে থাকেন।
১৫. **কমিটি পর্যালোচনা সভা (Committee Discussion) :** কমিটি মূলত বিভাগীয় প্রধানদের নিয়ে বা নির্দিষ্ট কার্যের সাথে জড়িত ব্যক্তিবর্গের দ্বারা গঠিত একটি গ্রুপ গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণের জন্য এটা করা হয়। এর মাধ্যমে সদস্যদের পারস্পরিক সামনা-সামনি আলাপে সহযোগিতা, সমঝোতা, সমন্বয় বৃদ্ধি পায়।
১৬. **পরামর্শদান (Counselling) :** শিল্প মনোবিজ্ঞানী বা অতিদক্ষ ব্যক্তিকে এই দায়িত্ব প্রদান করা হয়। সে প্রয়োজনে কর্মি, সুপারভাইজর, কারখানা ব্যবস্থাপক ও বিভাগীয় প্রধানদের কার্য-প্রক্রিয়া ও নীতি-পদ্ধতি নিয়ে পরামর্শ প্রদান করেন। ফলে প্রত্যেকে নিজ নিজ কার্য সম্পাদনে দক্ষ হয়।
১৭. **তত্ত্বাবধায়ক কর্তৃক পরিদর্শন (Inspection by Supervisor) :** অনেক সময় তত্ত্বাবধায়ক অধীনস্থ কর্মীদের অফিস ও বাসস্থান পরিদর্শন করেন। এতে করে তাদের মধ্যে পারস্পরিক মানবিক সম্পর্কের উন্নয়ন হয়।

১৮. **আনুষ্ঠানিক কর্মি যোগাযোগ (Informal Employees Communication) :** অনেক সময় পূর্ব পরিকল্পনা ছাড়া নির্বাহী বা তত্ত্বাবধায়ক তাঁর অধীনস্থদের ব্যক্তিগত, পারিবারিক, সামাজিক খোঁজ-খবর নেয়। এতে মানবিক সম্পর্কে উন্নয়ন হয়।

মৌখিক যোগাযোগের সুবিধাসমূহ (Advantages of Oral Communication)

মৌখিক যোগাযোগই সর্বাপেক্ষা ফলপ্রসূ এবং সর্বাধিক ব্যবহৃত পদ্ধতি তারপরও ইহার কিছু অসুবিধা রয়েছে। নিম্নে এর সুবিধাগুলো আলোচনা করা হল :

১. **বক্তব্য অনুধাবন :** মৌখিক যোগাযোগ ব্যবস্থায় শ্রোতা নানাবিধ প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করে বক্তার নিকট হতে বক্তব্যের তাৎপর্য পরিষ্কাররূপে বুঝে নিতে পারে।
২. **সমঝোতা ও সদ্ভাব অর্জন :** এটা বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে সমঝোতা ও সদ্ভাব বৃদ্ধি করে।
৩. **শ্রোতার প্রতিক্রিয়া বুঝা :** বক্তা শ্রোতার নিকট বক্তব্য পেশ করার কালে তার হাব-ভাব দেখে তার প্রতিক্রিয়া বুঝতে পারে।
৪. **ভুলত্রুটি সংশোধন :** দুই পক্ষ সামনাসামনি উপস্থিত থাকার ফলে বক্তব্য বা তথ্যের কোন রকম ভুল বা ত্রুটি হলে বা বক্তব্যের কোন কিছু বাদ পড়লে তা ধরা পড়ে।
৫. **অশিক্ষিতের জন্য ফলদায়ক :** অশিক্ষিত ব্যক্তিদের নিকট মৌখিক কথাবার্তার দ্বারা যোগাযোগ স্থাপন করা বাধ্যজনীয়। কেননা লেখাপড়া জানে না বলে তাদের নিকট লিখিত যোগাযোগ মূল্যহীন ও অর্থহীন।
৬. **সহজে পরিবর্তনযোগ্য :** মৌখিক যোগাযোগ প্রয়োজনবোধে হঠাৎ করে পরিবর্তন করা যায়। এতে সময়ের দরকার হয় না বা কোন আনুষ্ঠানিকতারও প্রয়োজন পড়ে না।
৭. **মনোবল বৃদ্ধি করে :** মৌখিক যোগাযোগ অধীনস্থদের মনোবল বৃদ্ধি করে। ব্যবস্থাপক বা পরিচালক সরাসরি শ্রমিক-কর্মচারীদের সাথে আলাপ-আলোচনা করে নির্দেশাবলির ব্যাখ্যা প্রদান করলে এবং সমস্যাটির সমাধান প্রদান করলে তারা অধিক সন্তুষ্ট হয়। এতে তাদের মনোবল ও কর্মস্পৃহা বৃদ্ধি পায়।
৮. **সময়ের মিতব্যয়িতা :** মৌখিক যোগাযোগ ব্যবস্থা সময়ের অপচয় রোধ করে। অল্প সময়ের মধ্যে মৌখিক আলাপ-আলোচনা করে ও টেলিফোনে কথাবার্তা বলে যোগাযোগ স্থাপন করা যায়।
৯. **বক্তব্যের বিকৃতি রোধ :** মৌখিক যোগাযোগ বক্তা ও শ্রোতার সামনা-সামনি অবস্থান বক্তব্যের বিকৃতি রোধ করে।
১০. **সহজ ও অল্প ব্যয় :** ইহা দ্রুততম, সহজ ও স্বল্পব্যয়ী যোগাযোগ পদ্ধতি। বক্তা বা প্রেরক প্রয়োজনে ইচ্ছা করলেই শ্রোতা বা গ্রাহকের নিকট তার বক্তব্য পেশ করতে পারে। এই পদ্ধতিতে কোন আনুষ্ঠানিকতা পালন বা যোগাযোগের বিভিন্ন স্তর পার হওয়ার জন্য সময় ব্যয় করতে হয় না। টেলিফোন, মোবাইল ফোন এর ব্যবহার এই প্রক্রিয়াকে আরো সহজ করেছে।
১১. **সহজ সমন্বয় ও সংযোগ সাধন :** এটা বক্তার সাথে শ্রোতার আনুষ্ঠানিক সম্পর্ক স্থাপন করে। তাছাড়া প্রতিষ্ঠানের বিভিন্ন বিভাগ ও স্তরের মধ্যে অধিকতর সমন্বয় ও সংযোগ স্থাপনে সাহায্য করে।
১২. **বক্তব্যের সহজ সংশোধন :** মৌখিক যোগাযোগের দ্বারা বক্তা দ্রুত শ্রোতার প্রতিউত্তর পায় বা প্রতিক্রিয়া লক্ষ্য করতে পারে। ফলে বক্তা প্রয়োজনে তার বক্তব্যের প্রয়োজনীয় সংশোধন করতে সক্ষম হয়।

১৩. নির্দেশের পরিবর্তনশীলতা : পরিস্থিতির পরিবর্তনের সাথে সাথে যে সকল নির্দেশ বাতিল বা সংশোধন একান্ত প্রয়োজন হয়, সেই সকল ক্ষেত্রে মৌখিক যোগাযোগ অত্যন্ত কার্যকর। কেননা এই সকল ক্ষেত্রে মৌখিক নির্দেশ সহজেই পরিবর্তন বা বাতিল করা যায়।
১৪. ঐক্যমত প্রতিষ্ঠা : মৌখিক যোগাযোগের মাধ্যমে বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে সহজেই ঐক্যমত প্রতিষ্ঠিত হয়। কারণ উভয়েই সামনা-সামনি থেকে পারস্পরিক বুঝা-পড়ার মাধ্যমে আলাপ-আলোচনা করতে পারে।
১৫. ব্যাপক মানবিক সম্পর্ক : এটি ব্যক্তিগত, মানবিক এবং ব্যাপক গণসম্পর্ক স্থাপন ও উন্নয়নে সাহায্য করে। ফলে পারস্পরিক সৌহার্দ্য বৃদ্ধি পায়।
১৬. প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্যার্জন : এটা কর্মি ও ব্যবস্থাপনার মধ্যে পারস্পরিক মৌখিক আলোচনার মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের লক্ষ্যার্জন সহজ করে তোলে।

মৌখিক যোগাযোগের অসুবিধা বা ত্রুটি-বিচ্যুতি (Disadvantages of Oral Communication)

মৌখিক বা বাচনিক যোগাযোগের কতকগুলো ত্রুটি-বিচ্যুতি রয়েছে। নিম্নে সেগুলো আলোচনা করা হলো :

১. স্মরণশক্তির সীমাবদ্ধতা : মৌখিক যোগাযোগের কোন রেকর্ড থাকে না। মানুষের স্মরণশক্তির সীমাবদ্ধতার দ্রুণ সে দীর্ঘদিন সবকিছু স্মৃতিপটে ধরে রাখতে পারে না। এজন্য মৌখিক যোগাযোগকে অফিসিয়াল রেকর্ড বা দলিল হিসেবে ব্যবহার করা যায় না। অনেক ক্ষেত্রে অসাধু ব্যক্তি স্বার্থসিদ্ধির জন্য আলাপ-আলোচনার বিষয়বস্তু বিকৃতও করতে পারে। ফলে বক্তা ও শ্রোতার মধ্যে বিরোধ দেখা দিতে পারে।
২. ত্রুটিপূর্ণ ও দ্ব্যর্থবোধক : দীর্ঘমেয়াদি ও স্থায়ী যোগাযোগ স্থাপনের ক্ষেত্রে মৌখিক যোগাযোগের ভূমিকা গুরুত্বহীন। দীর্ঘমেয়াদি নীতিমালা, পরিকল্পনা ইত্যাদি লিখিত হওয়াই বাঞ্ছনীয়। এ ক্ষেত্রে এটা নিশ্চিতভাবেই লিখিত যোগাযোগ অপেক্ষা অধিক ভ্রান্তিপূর্ণ ও দ্ব্যর্থবোধক।
৩. সিদ্ধান্ত গ্রহণে বিলম্ব ঘটায় : অনেক ক্ষেত্রে মৌখিক যোগাযোগ সময়ের অপচয় বৃদ্ধি করে এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণ বিলম্বিত করে। শ্রোতারা অনেক সময় বক্তাকে আবোল-তাবোল প্রশ্ন করে নাজেহাল করার চেষ্টা করে। এতে সময়ের অপচয় হয় এবং বিষয়বস্তু দুর্বোধ্য থেকে যায়।
৪. বক্তব্যের দুর্বোধ্যতা : মৌখিক যোগাযোগকালে অনেক ক্ষেত্রে মূল বিষয় বাদ দিয়ে ছোটখাটো ও গুরুত্বহীন বিষয়ের উপর অধিক আলোচনা হয়। এতে মূল বিষয় শ্রোতাদের নিকট দুর্বোধ্য থেকে যায়।
৫. বক্তব্য উপস্থাপনের উপর অধিক গুরুত্ব : বক্তৃতা প্রদান কালে বক্তা অনেক সময় যোগাযোগের গুরুত্বের উপর জোর না দিয়ে তার বক্তৃতা সৌন্দর্যের দিকে অধিক জোর দেয়। এতে যোগাযোগের আসল উদ্দেশ্য শিথিল হয়ে যায়।
৬. ব্যয়বহুল : মৌখিক যোগাযোগ অনেক ক্ষেত্রে ব্যয়বহুল। শ্রোতাদের আসা-যাওয়া, খাওয়া ও বসার ব্যবস্থা করার জন্য অনেক খরচ হতে পারে।
৭. খুব বেশি সহজবোধ্য হয় না : ব্যক্তিগত যোগাযোগ অনেক ক্ষেত্রেই সহজসাধ্য হয় না। বক্তা ও শ্রোতাকে সময় করে একসঙ্গে বসে আলাপ-আলোচনা করতে হয়। অনেক সময় প্রয়োজন হলেও অধীনস্থ অনুমতির অভাবে মনিবের কক্ষে প্রবেশ করে যোগাযোগ স্থাপন করতে সক্ষম হয় না।
৮. ক্ষেত্র বিশেষে কার্যকর : কোন বিশেষ সময়ে কতকগুলো সংবাদ তথ্য, সিদ্ধান্ত, বিষয়বস্তু বিনিময়ের জন্য মৌখিক যোগাযোগ কার্যকর হলেও অন্য সময়ে তা অকেজো বলে প্রমাণিত হয়।

৯. **অস্পষ্ট বক্তব্য ভুল ধারণার সৃষ্টি করে :** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে বক্তব্যের বর্ণনা কালে অনেক সময় বক্তার ব্যক্তিগত ভাবাবেগ, উচ্ছ্বাস, বক্তব্যের ব্যাকুলতা ও পুনরোক্তি লক্ষ্য করা যায়। ইহা বক্তব্যের মূল বিষয়বস্তুকে ঢেকে দূরত্ব করে তোলে। ফলে শ্রোতার নিকট বক্তব্য অস্পষ্ট ও বিরক্তিকর হয়ে ওঠে, যা বক্তার ব্যক্তিত্ব সম্পর্কে শ্রোতাকে ভুল ধারণা দেয়।
 ১০. **গুরুত্বহীনতা :** অধিকাংশ ক্ষেত্রে মৌখিক বক্তব্য, নির্দেশ ও আদেশ কম গুরুত্বের সাথে গ্রহণ করা হয়।
 ১১. **সিদ্ধান্ত বাস্তবায়নে জটিলতা :** ছাটাই, বরখাস্ত, লক্-আউট, লেঅফ, নিষ্কৃতি, বদলি ইত্যাদি অপ্রিয় এবং কঠোর নির্দেশ ও পদক্ষেপসমূহ মৌখিক না হয়ে লিখিত হতে হয়।
 ১২. **অপব্যখ্যা :** মৌখিক আলোচনার বিষয়বস্তু ও গৃহীত সিদ্ধান্ত সম্পর্কে যোগাযোগকারী পক্ষদ্বয়ের যে কেউ পরবর্তীতে অপব্যখ্যার আশ্রয় নিতে পারে। স্বার্থসিদ্ধির খাতিরে অথবা নিজ সম্মান বাঁচানোর জন্য তাদের যে কেউ মিথ্যার আশ্রয় নিয়ে গৃহীত সিদ্ধান্তকে বিকৃত করতে পারে।
 ১৩. **আইনানুগ ভিত্তিহীনতা :** মৌখিক যোগাযোগের কোন লিখিত ও স্থায়ী রেকর্ড থাকে না বলে এর কোন আইনানুগ ভিত্তি নেই। এ কারণেই মৌখিক আলোচনাকে আইনের আদালতে প্রামাণ্য দলিল হিসেবে প্রতিষ্ঠা করা কঠিন।
 ১৪. **অসমঝোতা :** মৌখিক যোগাযোগ অনেক সময় সহযোগিতার পরিবর্তে যোগাযোগকারীদের মধ্যে মনোমালিন্য, কথা কাটাকাটি ও তর্ক-বিতর্কের সৃষ্টি করে। ফলে তাদের মধ্যে সম্প্রীতি বিনষ্ট হয়।
- মৌখিক যোগাযোগের সুফল পেতে হলে অসুবিধাসমূহকে কাটিয়ে তুলতে হবে। তবেই মৌখিক যোগাযোগ সফল হবে।

মৌখিক যোগাযোগ ব্যবহারের ফলদায়ক অবস্থা/পরিস্থিতি/পরিবেশ

(More Effective Situation/ Conditions/Circumstances for the use of Oral Communication)

১. অতি দ্রুত কারো সাথে যোগাযোগ প্রয়োজন হলে;
২. কোন নির্দেশনা (পলিসি, নীতি, পদ্ধতি) মৌখিকভাবে ব্যাখ্যার প্রয়োজন হলে;
৩. বার্তা গ্রাহকের সাথে সরাসরি সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা জরুরী হলে;
৪. বার্তা/তথ্যের গোপনীয়তা রক্ষা করা অপরিহার্য হলে;
৫. তাৎক্ষণিক প্রত্যুত্তর প্রয়োজন হলে;
৬. পারস্পরিক সমঝোতা সৃষ্টির দরকার হলে;
৭. বার্তাগ্রাহক অশিক্ষিত হলে;
৮. আনুষ্ঠানিকতা বাদ দিয়ে প্রাণ খোলা আলাপের ইচ্ছা হলে;
৯. দীর্ঘসূত্রতা পরিহার প্রয়োজন হলে; এবং
১০. শ্রমিক ব্যবস্থাপনা সম্পর্কের উন্নয়ন আবশ্যিক হলে।

মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালা (Principles of Oral Communication)

মৌখিক যোগাযোগকে সুন্দর, সার্থক এবং ফলদায়ক করার মাধ্যমে উদ্দেশ্য অর্জন নিশ্চিত করতে হলে কিছু নীতিমালা অনুসরণ করতে হবে, তা হলো -

১. পূর্ব প্রস্তুতি
২. ঐক্য, সংহতি ও গুরুত্বপ্রদান
৩. বলার দক্ষতা
৪. বক্তৃতা তৈরি
৫. কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ
৬. আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ
৭. অঙ্গসঞ্চালন নিয়ন্ত্রণ
৮. সরলতা
৯. যুক্তিযুক্ততা
১০. সঠিকতা ও নিপুণতা
১১. ব্যক্তিত্ব বজায়
১২. ইতিবাচক মনোভাব গ্রহণ
১৩. সাবধানতা অবলম্বন
১৪. সঠিক গুরুত্ব প্রদান।

১. **পূর্ব প্রস্তুতি (Pre-plan) :** মৌখিক যোগাযোগ স্থাপনের পূর্বেই ভালো বলার জন্য, লক্ষ্য অর্জনের জন্য পূর্ব চিন্তা, পরিকল্পনা, প্রস্তুতি গ্রহণ করতে হবে। তবেই যোগাযোগ সফল হবে।
২. **ঐক্য, সংহতি ও গুরুত্বপ্রদান (Unity, Coherence and importance) :** ভালো বলার মধ্যে উদ্দেশ্যের ঐক্য, সঙ্গতি ও মিল থাকতে হবে। আবার মূল বক্তব্যের উপর গুরুত্ব দিয়ে বক্তব্য সাজাতে এবং পেশ করতে হবে।
৩. **বলার দক্ষতা (Speaking Efficiency) :** গ্রাহকের নিকট স্পষ্ট ও বোধগম্য করার জন্য প্রস্তুতবিষয়ে কথা বলার মতো দক্ষতা, যোগ্যতা ও অভিজ্ঞতা থাকতে হবে। শব্দের উচ্চারণ সঠিক ও সুস্পষ্ট হতে হবে।
৪. **বক্তৃতা তৈরি (Drafting the Speech Matter) :** মৌখিক যোগাযোগ গুরুত্ব পূর্বেই বক্তাকে বক্তব্যের বিষয়বস্তু সুস্পষ্ট, সুন্দর এবং শ্রুতিমধুর ভাষায় তৈরি করতে হবে।
৫. **কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ (Voice Control) :** বক্তব্যকে আকর্ষণীয় ও হৃদয়গ্রাহী করার জন্য বলার সময় কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ রাখতে হবে। ফলে ইহার শ্রোতা অনুকূল প্রভাব ফেলত।
৬. **আবেগ অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ (Control of Emotion) :** আবেগ-অনুভূতিকে নিয়ন্ত্রণে রেখে যোগাযোগকারীকে মৌখিক যোগাযোগ করতে হবে। অন্যথায় শ্রোতা বিরক্তি হতে পারে। ফলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হতে পারে। তাই নিজ আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণে রেখে শ্রোতার আবেগ-অনুভূতির প্রতি সারা দিয়ে বক্তব্য পেশ করতে হবে।
৭. **অঙ্গভঙ্গি নিয়ন্ত্রণ (Control of Gesture) :** ফলদায়ক যোগাযোগের জন্য অযথা ও অযৌক্তিক অঙ্গ সঞ্চালন বাদ দিতে হবে। কেননা ইহা দ্বারা শ্রোতার মনোযোগ নষ্ট হতে পারে।
৮. **সরলতা (Simplicity) :** যোগাযোগ যাতে বোধগম্য হয় সেদিকে খেয়াল রাখতে হবে। এজন্য শ্রোতার প্রতি লক্ষ্য রেখে বক্তব্যকে সহজ, সরল ও স্পষ্টরূপে উপস্থাপন করতে হবে।

৯. **যুক্তিযুক্ততা (Reasonable/Logical) :** যোগাযোগের বিষয় অবশ্যই যৌক্তিকভাবে উপস্থাপন করতে হবে। আইনগত দিক খেয়াল রেখে প্রতিটি কথাই পেছনে যুক্তি রেখে তা উপস্থাপন করতে হবে। তবে তা সর্বত্র গ্রহণযোগ্য হবে।
 ১০. **সঠিকতা ও নিপুণতা (Accuracy and Efficiency) :** বক্তব্যকে সঠিক ও নিপুণভাবে এবং সাথে সাথে পূর্বাঙ্গ ধারাবাহিকতা বজায় রেখে উপস্থাপন করতে হবে। এজন্য বক্তব্য লিখিত হতে হবে। উল্লেখ্য যদি বক্তব্য সুসংগঠিত ও সুলিখিত হয় তবেই উপস্থাপনায় ধারাবাহিকতা বজায় থাকবে।
 ১১. **ব্যক্তিত্ব বজায় (Ensure Personality) :** শ্রোতার নিকট বক্তব্য আকর্ষণীয় ও কার্যকরভাবে উপস্থাপনে ব্যক্তিত্ব একটি বিশেষ উপাদান। ব্যক্তিত্ব সাধারণত হাব-ভাব, চাল-চলন, কথা বলা, পোশাক, সৌজন্যবোধ ইত্যাদি নিয়ে গঠিত হয়। তাই এগুলোর প্রতি লক্ষ্য রাখলেই ব্যক্তিত্ব আকর্ষণীয় হবে।
 ১২. **ইতিবাচক মনোভাব গ্রহণ (Accept Positive Attitude) :** বক্তব্য উপস্থাপনে, শ্রোতাকে স্পষ্টকরণে, শ্রোতাকে রাজি বা একমতে আনার ব্যাপারে ইতিবাচক মনোভাব থাকতে হবে।
 ১৩. **সাবধানতা অবলম্বন (Maintenance of Carefulness) :** তথ্য সংগ্রহ, পরিকল্পনা, উপস্থাপন ইত্যাদি সবক্ষেত্রে যথেষ্ট সাবধানতা অবলম্বন করতে হবে। এক ক্ষেত্রের অসাবধানতা সর্বক্ষেত্রের সাবধানতাকে খর্ব করতে পারে। যা উদ্দেশ্যকে ব্যাহত করতে পারে। তাই সর্বত্রই সতর্ক থাকতে হবে।
 ১৪. **সঠিক গুরুত্বারোপ (Proper Importance) :** ধারাবাহিকতা বজায় রেখে এবং সর্বক্ষেত্রে সঠিক গুরুত্ব দিয়ে তথ্য উপস্থাপন করতে হবে। কোথাও কম, কোথাও বেশি বা কমেই স্থলে বেশি, বেশির স্থলে কম গুরুত্ব দিয়ে বক্তব্য উপস্থাপন করলে যোগাযোগের উদ্দেশ্য ব্যাহত হবে।
- এ সব নীতিমালা মেনে চললে যোগাযোগ সার্থক ও ফলপ্রসূ হবে।

মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থতার কারণ (Causes of Failure of Oral Communication) : মৌখিক যোগাযোগ একটি ফলদায়ক যোগাযোগ মাধ্যম হলেও অনেক ক্ষেত্রে তা ব্যর্থতায় পর্যবসিত হয়, বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি করে। মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থতার কারণসমূহ নিম্নরূপ :-

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ১. আস্থাধিক্য | ৯. স্বরের হ্রাস-বৃদ্ধি |
| ২. ব্যস্ততা | ১০. বক্তব্যের দীর্ঘসূত্রিতা |
| ৩. পরিকল্পনাহীনতা | ১১. বার্তাগ্রাহকের প্রতিবন্ধকতা |
| ৪. স্পষ্ট চিন্তার অভাব | ১২. বক্তব্যের ফলপ্রসূতা পর্যালোচনার অভাব |
| ৫. অন্যের বক্তব্য না শুনানো | ১৩. পদমর্যাদাজনিত অসুবিধা |
| ৬. সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির অভাব | ১৪. ত্রুটিপূর্ণ উপস্থাপন |
| ৭. ব্যক্তিত্ব | ১৫. পর্যবেক্ষণ ও অনুসন্ধানের অভাব |
| ৮. আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণের অভাব | |

নিম্নে এগুলো আলোচনা করা হল :-

১. **আস্থাধিক্য (Over Confidence) :** বক্তার বক্তব্যের উপর বেশি আস্থাশীল হওয়া যাবে না। যেমন জি হুজুর, হ্যা হুজুর, আর বলা দরকার নেই বুঝেছি। এসব চলবে না। শ্রোতাদের প্রতিও বেশি আস্থা রাখা যাবে না, তাদের একটু ধারণা দিলেই বুঝতে পারবে, এসব চিন্তা পরিবর্তন করতে হবে। কিন্তু বাস্তবে পরিবর্তন করা হয় না বলেই মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

২. **ব্যস্ততা (Emgorssment) :** পূর্বাপার চিন্তা না করে ব্যস্ততার মধ্যে বক্তব্য পেশ করলে চলবে না। এতে ভুল হতে পারে, গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্ট বাদ পড়তে পারে। বক্তব্য স্পষ্ট ও গুরুত্বহীন হয়ে পড়তে পারে। তাই এসব বিষয়ে খেয়াল রাখতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ প্রত্যাশিত প্রতিক্রিয়া সৃষ্টিতে ব্যর্থ হবে।
৩. **পরিকল্পনার অভাব (Lack of Planing) :** অনেক সময় যোগাযোগ করার পূর্বে যোগাযোগের বিষয়/বক্তব্য সম্পর্কে পরিকল্পনা করা হয় না। এর অনেক কারণ থাকতে পারে। যেমন মনে করা হয় সরাসরি দেখা সাক্ষাৎ হবে। আবার পরিকল্পনা কেন? উল্লেখ্য দ্রুততা, অবহেলা, বেশি আত্মবিশ্বাস ইত্যাদি কারণে এমনটি হয়ে থাকে।
৪. **স্পষ্ট চিন্তার অভাব (Absence of Proper Thinking) :** যোগাযোগের পূর্বে পরিকার ও স্পষ্ট চিন্তার অভাবে ইহা ব্যর্থ হবে। অনেক ব্যস্ততার কারণে গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্ট উপস্থাপন কৌশল ও ভাষার ব্যবহার, প্রতিক্রিয়া (অনুকূল বা প্রতিকূল) এবং তার পদক্ষেপ নিয়ে চিন্তার সুযোগ থাকে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৫. **অন্যের বক্তব্য না শুনান (Inattention to Others Presentation) :** অনেক সময় বক্তা শ্রোতাদের বক্তব্যের প্রতি দৃষ্টি দেন না। স্থায়ী মর্যাদা, যুক্তি, অভিজ্ঞতা ইত্যাদি প্রদর্শন নিয়ে ব্যস্ত থাকেন ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয় এবং প্রতিকূল প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি করে।
৬. **সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির অভাব (Lack of Good Manner of Speaking) :** সুষ্ঠু বাচনভঙ্গির দ্বারা বিদ্যা-বুদ্ধি প্রয়োগের উপর ফলপ্রসূতা নির্ভর করে। আবার বিদ্যা-বুদ্ধি ভালো থাকলেও যুক্তিযুক্ত ও সঠিকভাবে উপস্থাপন করা না হলে তা ব্যর্থ হয়।
৭. **ব্যক্তিত্ব (Personality) :** শ্রোতার অর্থাৎ অনেক সময় বক্তার ব্যক্তিত্বকে প্রাধান্য দেয়। এমন ক্ষেত্রে তাদের চোখে বক্তা ব্যক্তিত্বহীন বলে মনে হলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
৮. **আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণের অভাব (Lack of Control of Emotions) :** এটা অতি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় যোগাযোগের ক্ষেত্রে আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণ করতে না পারলে উল্টো-পাল্টা বক্তব্য পেশ বা বেঁফাস কথা বলা হতে পারে। এতে যোগাযোগ ব্যর্থ হবে। এজন্য গুরুত্বপূর্ণ ও যুক্তিযুক্ত বক্তব্যে বেশি জোর দিতে হবে এবং আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণে রাখতে হবে।
৯. **কণ্ঠস্বরের হ্রাস-বৃদ্ধি (Fluctuation of Voice) :** অযথা বা প্রয়োজন ছাড়া আকস্মিকভাবে হঠাৎ কণ্ঠস্বরের হ্রাস-বৃদ্ধি করা যাবে না। এরূপ হলে শ্রোতার বিরক্তি বোধ করে, তাদের মনোযোগ নষ্ট হয় এবং যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১০. **বক্তব্যের দীর্ঘসূত্রিতা (Procrastination of Speech) :** সামান্য বিষয় নিয়ে দীর্ঘ সময় বক্তব্য উপস্থাপন বা গুরুত্বপূর্ণ বিষয় নিয়েও প্রয়োজনের বেশি বক্তব্য অর্থহীন। কেননা শ্রোতার সংক্ষেপে এবং স্বল্প সময়ে বক্তব্য শুনতে চায়। অন্যথায় ধৈর্য হারিয়ে ফেলে। কারণ দীর্ঘ সময় তাদের হাতে থাকে না।
১১. **বার্তা গ্রাহকের প্রতিবন্ধকতা (Barrier of Receiver) :** গ্রাহক বক্তার সকল বক্তব্যই নিজের বৈশিষ্ট্য ভাব-আবেগ দ্বারা বুঝার চেষ্টা করে, এতে বক্তব্যের মূল বিষয় অনেক সময় বিকৃত হয়ে ধরা পড়ে।
১২. **বক্তব্যের ফলপ্রসূতা পর্যালোচনার অভাব (Lack of Evaluation of Results) :** যোগাযোগ করার পর বক্তা তার বক্তব্য গ্রাহক বুঝেছে কিনা এবং ফলপ্রসূ হছে কিনা সেদিকে নজর দেয় না। এ কারণে বক্তব্যের কার্যকারিতা মূল্যায়ন হয় না। মূল্যায়ন ও পর্যালোচনার অভাবে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।

১৩. **পদমর্যাদাজনিত অসুবিধা (Egoism of Status) :** অনেক সময় বক্তা তার বক্তব্যের স্বীয় পদমর্যাদা ও সম্মানকে বেশি গুরুত্ব দেয়। কিন্তু শ্রোতাদের প্রাপ্য সম্মান ও শ্রদ্ধা প্রদর্শন করে না। ফলে যোগাযোগ ব্যর্থ হয়।
১৪. **বিষয়ের ত্রুটিপূর্ণ উপস্থাপন (Defective Presentation of Content) :** যোগাযোগের ক্ষেত্রে উচ্চ নির্বাহীর নির্দেশ, বার্তা, সংবাদ ইত্যাদি এমনভাবে অধীনস্থদের নিকট উপস্থাপন করতে হবে যাতে সকলের নিকট তা পরিষ্কার ও বোধগম্য হয়। উল্লেখ্য যে সহজ সরল ভাষায় প্রয়োজনে উদাহরণসহ উপস্থাপন করতে হবে। অন্যথায় যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।
১৫. **পর্যবেক্ষণ ও অনুসন্ধানের অভাব (Lack of Observation and Investigation) :** সব সময়ই যোগাযোগ করার পর ইহার কার্যকারিতা প্রয়োগ, প্রতিক্রিয়া, বোধগম্যতা ইত্যাদি পর্যবেক্ষণ, অনুসন্ধান ও পর্যালোচনা করা দরকার। কারণ বক্তার কাছে ইহা পরিষ্কার হলেও শ্রোতার কাছে নাও হতে পারে। তাই যোগাযোগের সাথে সাথে অনুসন্ধান না করলে পরবর্তীতে প্রচুর সময়, অর্থ ও ক্ষতি স্বীকার করে নিতে হবে। এসব কারণে মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থ হয়। এগুলো প্রতি সুদৃষ্টি দিলেই ব্যর্থতা কাটিয়ে উঠা যাবে এবং যোগাযোগ সফল ও ফলপ্রসূ হবে।

মৌখিক যোগাযোগ সফলতার পূর্বশর্ত (Preconditions for the Success of Oral Communication)

১. **সংবাদ গ্রাহকের আস্থা :** মৌখিক যোগাযোগের ক্ষেত্রে গ্রাহকের শিক্ষা, জ্ঞান, অভিজ্ঞতা, ইচ্ছা গ্রহণ ক্ষমতা, উপলব্ধি প্রভৃতির প্রতি গুরুত্ব দিতে হবে। তবেই যোগাযোগ সফল হবে।
২. **প্রেরিত সংবাদের স্পষ্টতা :** সংবাদ/তথ্য সহজ, সরল ভাষায় স্পষ্ট করে উপস্থাপন করতে হবে।
৩. **সঠিক তথ্য প্রেরণ :** প্রেরিত তথ্য অবশ্যই সঠিক, নির্ভুল ত্রুটিমুক্ত হতে হবে। কোন মতেই শ্রোতাকে ভুলতথ্য দেয়া যাবে না।
৪. **আবেগের চেয়ে যুক্তির প্রতি গুরুত্ব :** যোগাযোগ ক্ষেত্রে আবেগ-অনুভূতি সম্পূর্ণ পরিহার করতে হবে এবং বিষয়বস্তুর ভালো যুক্তিযুক্ত দিকগুলোর প্রতি অধিক গুরুত্ব প্রদান করতে হবে। বক্তব্য যুক্তিযুক্ত হবার অর্থই হলো - বক্তব্য ধারাবাহিক হবে এবং বিষয়বস্তুর প্রতি শ্রোতা বেশি মনোযোগী হবে।
৫. **নিয়মিত অনুশীলন :** বক্তব্য স্পষ্ট ও সুষ্ঠুভাবে তুলে ধরার জন্য বক্তব্যে বিষয় নিয়ে বক্তাকে নিয়মিত অনুশীলন করতে হবে। কেননা নিয়মিত অনুশীলন বক্তব্যের সুষ্ঠু উপস্থাপন অতি জরুরী।
৬. **বিষয়বস্তুর প্রতি গুরুত্বপ্রদান :** বক্তা ও শ্রোতা উভয়েই বক্তব্যের বিষয়বস্তুর উপর খেয়াল রাখতে হবে, গুরুত্ব দিতে হবে। বক্তাকে বক্তব্য স্পষ্ট করে তুলে ধরতে হবে এবং সাথে সাথে শ্রোতাকেও বক্তব্য স্পষ্ট করে বুঝতে হবে।
৭. **পূর্ব ধারণা না করা :** বক্তার বক্তব্য সম্পর্কে শ্রোতা কখনোই পূর্ব ধারণা/অনুমান করা চলবে না। বক্তার দৃষ্টিকোণ থেকে বক্তব্য বুঝার চেষ্টা করতে হবে।
৮. **অমনোযোগী না হওয়া :** মনযোগ সহকারে বক্তব্য শুনতে হবে। শ্রবণকালে অমনোযোগী হওয়া চলবে না। এরূপ হলে বক্তব্য বুঝা যাবে না। যোগাযোগ ব্যর্থ হবে।
৯. **নিরপেক্ষ থাকা :** বক্তব্য শ্রবণ ক্ষেত্রে শ্রোতাকে সবসময়ই নিরপেক্ষতা বজায় রাখতে হবে। বক্তার বক্তব্যকে কখনো অহেতুক ও অপ্রাসঙ্গিক বলা যাবে না এবং নিরপেক্ষতার দৃষ্টিকোণ থেকে বিচারের চেষ্টা করতে হবে।
১০. **পূর্ব সিদ্ধান্ত :** বক্তব্য না শুনে বা না বুঝে পূর্ব সিদ্ধান্ত গ্রহণ করা চলবে না-যা বক্তার বক্তব্যকে প্রভাবিত করতে পারে। এরূপ হলে অন্যান্য শ্রোতাকেও তা প্রভাবিত করবে এবং সঠিক সিদ্ধান্ত নেয়া যাবে না।

১১. প্রেরণ কৌশল : বক্তব্য প্রেরণের অনেক কৌশল আছে। তাই প্রয়োজন, পরিস্থিতি ও শ্রোতার প্রয়োজন বিবেচনা করে যুক্তিযুক্ত কৌশল ব্যবহার করতে হবে।
১২. যোগাযোগের উদ্দেশ্য : যোগাযোগের উদ্দেশ্য সম্পর্কে বক্তার স্পষ্ট ধারণা না থাকলে সে সুষ্ঠুরূপে বক্তব্য উপস্থাপনে ব্যর্থ হয়।
১৩. অনুসন্ধান ও পর্যবেক্ষণ : যোগাযোগ করার পর তা অনুসন্ধান ও পর্যবেক্ষণ করতে হবে। এর মাধ্যমে গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া ও গ্রহণযোগ্যতা জানা যাবে। প্রয়োজনে পুনঃ বর্ণনা ও বিশ্লেষণ দেয়া যাবে।
১৪. পূর্ব পরিকল্পনা : বক্তা বা যোগাযোগকারীকে বক্তব্যের বিষয়, শ্রোতাদের অবস্থা, উপস্থাপন পদ্ধতি, যোগাযোগ কৌশল সম্পর্কে পূর্ব পরিকল্পনা অবশ্যই থাকতে হবে।
১৫. সহনশীলতা : বক্তব্য পেশের সময় সহনশীল হতে হবে এবং শ্রোতাদের বক্তব্যও ধৈর্য ও আগ্রহসহকারে শুনতে হবে।

মৌখিক যোগাযোগ করার পূর্বেই এসকল বিষয়গুলো চিন্তাভাবনা করতে হবে। তবেই তা সার্থক ও ফলদায়ক হবে।

পাঠ সংক্ষেপ

মৌখিক কথা-বার্তা বা আলাপ আলোচনার মাধ্যমে যে যোগাযোগ করা হয়, তাকে মৌখিক যোগাযোগ বলা হয়। মনের ভাব, ধারণা, বার্তা, অনুভূতি, তথ্য ইত্যাদি কথা-বার্তা বা আলাপ-আলোচনার মাধ্যমেই মৌখিক যোগাযোগে গ্রাহককে জানানো হয়। মৌখিক যোগাযোগ কৌশলের মধ্যে রয়েছে কথোপকথন, টেলিফোন, মোবাইল, ইন্টারকম, সাক্ষাৎকার, মঞ্চবক্তৃতা, দলবদ্ধ আলোচনা, রেডিও-টিভি কথিকা, আনুষ্ঠানিক প্রশিক্ষণ কোর্স ইত্যাদি প্রধান।

মৌখিক যোগাযোগের প্রধান সুবিধা হলো- বক্তব্য অনুসাধাবন, সমঝোতাও সম্ভাব অর্জন। শ্রোতাদের প্রতিক্রিয়া বুঝা, ভুলত্রুটি সংশোধন, অশিক্ষিতের জন্য ফলদায়ক, সহজে পরিবর্তনযোগ্য, মনোবল বৃদ্ধি করে, সময়ের মিতব্যয়িতা, বক্তব্যের বিকৃতিরোধ ইত্যাদি প্রধান। আবার অসুবিধার মধ্যে রয়েছে স্মরণশক্তির সীমাবদ্ধতা, ত্রুটিপূর্ণ ও দ্ব্যর্থবোধক, সিদ্ধান্ত গ্রহণে বিলম্ব, বক্তব্যের দুর্বোধ্যতা, বক্তব্য উপস্থাপনের উপর অধিক গুরুত্ব, ব্যয়বহুল ইত্যাদি প্রধান।

মৌখিক যোগাযোগের প্রধান প্রধান নীতিমালা হলো পূর্ব প্রস্তুতি, ঐক্য, সংহতি ও গুরুত্বপ্রদান, বলার দক্ষতা, বক্তৃতা তৈরি, কণ্ঠস্বর নিয়ন্ত্রণ, আবেগ অনুভূতির নিয়ন্ত্রণ, অঙ্গসঞ্চালন নিয়ন্ত্রণ ইত্যাদি। মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থতার কারণের মধ্যে রয়েছে আস্থাধিক্য, ব্যস্ততা, পরিকল্পনাহীনতা, স্পষ্ট চিন্তার অভাব, অন্যের বক্তব্য না শুনানো, সুষ্ঠু বাচন ভঙ্গির অভাব, ব্যক্তিত্ব, আবেগ-অনুভূতি নিয়ন্ত্রণের অভাব ইত্যাদি। মৌখিক যোগাযোগ সফলতার পূর্ব শর্তের মধ্যে রয়েছে :- সংবাদ গ্রাহকের আস্থা, প্রেরিত সংবাদের স্পষ্টতা, সঠিক তথ্য প্রেরণ, আবেগের চেয়ে যুক্তির প্রতি গুরুত্ব, নিয়মিত অনুশীলন, বিষয়বস্তুর প্রতি গুরুত্বপ্রদান, পূর্ব ধারণা না করা ইত্যাদি। মৌখিক যোগাযোগ ব্যবহারের ফলদায়ক পরিস্থিতির মধ্যে রয়েছে :- দ্রুত যোগাযোগ প্রয়োজন, নির্দেশনা প্রয়োজন, সরাসরি সম্পর্ক স্থাপন, তথ্যের গোপনীয়তা রক্ষা, তাৎক্ষণিক প্রত্যুত্তর, সমঝোতা সৃষ্টি, বার্তা গ্রাহক অশিক্ষিত, খোলা-মেলা আলাপ প্রয়োজন ইত্যাদি।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ২.২

সঠিক উত্তরের পাশে টিক (✓) চিহ্ন দিন :

১. মৌখিক কথা-বার্তা বা আলাপ আলোচনার মাধ্যমে যে যোগাযোগ হয়, তাহলো
ক) যোগাযোগ
খ) মৌখিক যোগাযোগ
গ) লিখিত যোগাযোগ
ঘ) হাবভাব যোগাযোগ
২. মৌখিক যোগাযোগের প্রধান কৌশল হলো -
ক) কথোপকথন
খ) সাক্ষাৎকার
গ) ইন্টারকম
ঘ) মোবাইল ফোন
৩. মৌখিক যোগাযোগের প্রধান সুবিধা হলো -
ক) বক্তব্য অনুধাবন
খ) মনোবল বৃদ্ধি
গ) গ্রাহক অশিক্ষিত
ঘ) সময়ের মিতব্যয়িতা
৪. মৌখিক যোগাযোগের প্রধান অসুবিধা হলো -
ক) স্মরণ শক্তির সীমাবদ্ধতা
খ) ত্রুটিপূর্ণতা
গ) ব্যয়বহুল
ঘ) বক্তব্য দূর্বোধ্যতা
৫. কোনটি মৌখিক যোগাযোগ নীতি নয়?
ক) পূর্ব প্রস্তুতি
খ) সহযোগিতা
গ) ঐক্য, সংহতি
ঘ) আবেগ নিয়ন্ত্রণ
৬. মৌখিক যোগাযোগ ব্যর্থতার মূল কারণ কি?
ক) স্পষ্ট চিন্তার অভাব
খ) আস্থাধিক্য
গ) সঠিক তথ্য প্রেরণ
ঘ) পূর্ব ধারণা না থাকা



অন্যান্য যোগাযোগ (Others Communication)

উদ্দেশ্য

এই পাঠ শেষে আপনি -

- অন্যান্য যোগাযোগের সংজ্ঞা বলতে পারবেন;
- চেহারার ভাবভঙ্গি ও চাক্ষুষ যোগাযোগ ব্যাখ্যা করতে পারবেন;
- শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ আলোচনা করতে পারবেন; এবং
- অন্যান্য যোগাযোগের অপরাপর মাধ্যমগুলো বর্ণনা করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

অন্যান্য যোগাযোগ (Others Communication)

লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ ছাড়াও চেহারার ভাবভঙ্গি, অঙ্গভঙ্গি, নীরবতা, কার্যের মাধ্যম ইত্যাদি পছন্দীয় যোগাযোগ করা যায়। এ সকল মাধ্যমে যোগাযোগ হলে তাকে অন্যান্য যোগাযোগ বলা হয়। এই যোগাযোগের ব্যবহার বেশ প্রচলিত। তবে এক্ষেত্রে ভুল বুঝাবুঝির অবকাশ থাকে এবং আইনগত মূল্য খুব কম। কেননা প্রমাণ না থাকলে আইনগতভাবে তা প্রতিষ্ঠা করা যায় না।

শ্রেণী বিভাগ (Types) : অন্যান্য যোগাযোগকে আমরা বিভিন্ন শ্রেণীতে বিভক্ত করতে পারি। যথা :-

১. চেহারার ভাবভঙ্গিতে যোগাযোগ (Communication Through Facial Expression)
২. অঙ্গসঞ্চালনে যোগাযোগ (Communication Through Gesture/Body Movement)
৩. চাক্ষুষ বা দর্শন যোগাযোগ (Visual Communication)
৪. শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ (Audio-visual Communication)
৫. ইলেকট্রনিক্স যোগাযোগ (Electronics Communication)
৬. নীরবতার মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Passive)
৭. কার্যের মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Action)
৮. অনুমানের মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Implication); এবং
৯. পরোক্ষ যোগাযোগ (Indirect Communication)

নিম্নে এগুলো সম্পর্কে আলোচনা করা হলো :

১. **চেহারার ভাবভঙ্গিতে যোগাযোগ (Communication Through Facial Expression) :** চেহারার ভাবভঙ্গি দ্বারা খুব সহজেই অন্যের সাথে যোগাযোগ করা যায়। মুখে কথা না বলে চেহারা পরিবর্তন করেই এটা করা যেতে পারে। যেমন - চোখ বড় করে তাকানো, কপালের চামড়া কুচকিয়ে, ভুরু নেড়ে, হঠাৎ চেহারা কালো বা হাস্যোজ্জ্বল করে, নাক ফুলিয়ে ইত্যাদি মাধ্যমে অতি দক্ষতার সাথে অন্যের কথার উত্তর দেয়া যায় বা মনের ভাব প্রকাশ করা যায়। তবে এই যোগাযোগের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মাধ্যম হলো 'চোখ'। চোখ হলো মনের আয়না। আমাদের মনের কথাই চোখে ভেসে উঠে।
২. **অঙ্গ-সঞ্চালনে যোগাযোগ (Communication Through Gesture/Body Movement) :** দেহের বিভিন্ন অঙ্গ সঞ্চালন করেও যোগাযোগ করা যেতে পারে। যখন কোন কথাবার্তা না বলে শুধু আকার ইঙ্গিতে মনের ভাব প্রকাশ করা হয় তাকেই অঙ্গ সঞ্চালন যোগাযোগ বলা হয়। যেমন - হাত নেড়ে, ডাস্টার দ্বারা

টেবিল টোকা দিয়ে, জানালা দিয়ে হাত বের করে পেছনের গাড়িকে সাইড দেয়া বা না দেয়া, ট্রাফিক পুলিশের হাত উঠানো বা নামানো, হাতে বা পায়ে বাজনার সুর তোলা, কথার মাঝে মুষ্টিবদ্ধ হাত করা ইত্যাদি মাধ্যমে সার্থকভাবে এই যোগাযোগ করা যায়। উল্লেখ্য যে, মৌখিক যোগাযোগের সময় যদি অঙ্গ সঞ্চালন যোগাযোগ যুক্ত হয় তবে যোগাযোগের মূল্য বৃদ্ধি পায় এবং তা ফলদায়ক হয়।

৩. **চাক্ষুষ বা বা দর্শন যোগাযোগ (Visual Communication) :** দৃশ্যমান কোন কিছুর সাহায্যে যে যোগাযোগ করা হয়। তাকে চাক্ষুষ বা দর্শন বা দৃশ্যমান যোগাযোগ বলা হয়। সাধারণত চিত্র, ছবি, নকশা, ম্যাপ, প্রতীক, পোস্টার ইত্যাদির মাধ্যমে অতি সহজে এবং দক্ষতার সাথে এই যোগাযোগ সমন্বিত হলে যোগাযোগের ফলপ্রসূতা বৃদ্ধি পায়। বার্তাগ্রাহক যখন অশিক্ষিত বা অল্প শিক্ষিত হয় তখন এই যোগাযোগই সর্বোত্তম।

এই পদ্ধতিতে পণ্যের উৎপাদন, ক্রয়-বিক্রয়, চাহিদা, সরবরাহ, দ্রব্যমূল্য হ্রাস-বৃদ্ধি ইত্যাদি বিষয়াদি অত্যন্ত সহজ ও সুন্দরভাবে উপস্থাপন করা যায় এবং বার্তা গ্রাহককে জানানো যায়। ফলে দুই পক্ষেরই সময় কম লাগে।

৪. **শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ (Audio-visual Communication) :** যে যোগাযোগ পদ্ধতিতে লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগের সাথে দর্শন বা দৃশ্যমান যোগাযোগের সমন্বয় ঘটে, তাকে শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ বলা হয়। প্রতিষ্ঠানের কোন নির্দেশনা, তথ্য, তত্ত্ব, সংবাদকে প্রথমে মুদ্রিত করে বার্তা গ্রাহকের মধ্যে বণ্টন করা হয়। পরবর্তীতে বার্তাগ্রাহক প্রাপ্ত যোগাযোগকে প্রয়োজনের আলোকে শ্রোতাদের নিকট বিলি বণ্টন করেন। এই যোগাযোগের সেহেতু চিত্র, চার্ট, নকশা, গ্রাফ ইত্যাদির ব্যবহৃত হয়, ফলে প্রকৃত শ্রোতা তা সহজেই বুঝতে পারে। এই যোগাযোগের মাধ্যমে লিখিত, মৌখিক ও দর্শন যোগাযোগ পদ্ধতিগুলোর ত্রুটিগুলো দূর করা যায় এবং সুবিধাগুলো অর্জন করা যায়। তাই অন্যান্য যোগাযোগ পদ্ধতির তুলনায় এই পদ্ধতি অধিক কার্যকর এবং ফলপ্রসূ। একারণে বাংলাদেশে Audio-Visual এবং School Broadcasting Programme চালু করা হয়েছে। শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ পদ্ধতির মাধ্যমগুলো হলো -

- ক) সিনেমা, সিনেমা স্লাইড, নিয়ন সাইন
খ) টিভি ও ভিসিআর; এবং
গ) ডেমোনেস্ট্রেশন।

৫. **ইলেকট্রনিক্স যোগাযোগ (Electronics Communication) :** ইলেকট্রনিক প্রক্রিয়া/মাধ্যম ব্যবহার করে যখন যোগাযোগ সম্পন্ন করা হয়, তখন তাকে ইলেকট্রনিক্স যোগাযোগ বলা হয়। যেমন - রেডিও, টিভি, ফোন, মোবাইল ফোন, ফ্যাক্স, ই-মেইল ইত্যাদি। আধুনিক বিশ্বে এ মাধ্যমটি খুবই জনপ্রিয়। কারণ এই মাধ্যমে যে কোন সময় পৃথিবীর যে কোন প্রান্তে অবস্থিত গ্রাহকের সাথে অতি দ্রুত যোগাযোগ করা এবং প্রত্যন্তর পাওয়া যায়।

৬. **নীরবতার মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Passive) :** নীরবতার মাধ্যমে বার্তা প্রাপক ও বার্তা গ্রাহকের মধ্যে যোগাযোগ করা সম্ভব। যেমন - অফিসের বড় সাহেবের গম্বীর চেহারা দেখে অধীনস্থরা বুঝতে পারে তিনি সমস্যায় আছেন। ক্লাসে শিক্ষার্থীদের মলিন ও বিষণ্ণ চেহারা দেখে শিক্ষক বুঝতে পারেন তারা শিক্ষকের কথা বুঝতে পারছে না; অধীনস্থদের বিষন্ন মুখ দেখে ব্যবস্থাপনা বুঝতে পারেন তারা সমস্যায় রয়েছে বা সৌহার্দ্যমূলক সম্পর্কের অভাব রয়েছে ইত্যাদি। আবার নীরবতা সম্মতির লক্ষণ বলেও একটি কথা প্রচলিত রয়েছে। তবে এটা শুধু পাত্র-পাত্রী বাছাইয়ের ক্ষেত্রে বেশি ব্যবহৃত হয়।

৭. **কার্যের মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Action) :** কার্যের মাধ্যমেও অনেক সময় যোগাযোগ স্থাপন করা যায়। যেমন ব্যবস্থাপনার মধ্যে যদি সততা, সহনশীলতা, ন্যায় পরায়ন এবং কর্তব্য নিষ্ঠা থাকে, তবে তার অধীনস্থরাও এসকল গুণ অর্জন করার চেষ্টা করে থাকে। আবার ব্যবস্থাপনার মধ্যে এগুলোর অভাব দেখা দিলে অধীনস্থদের মধ্যেও এগুলোর অভাব দেখা দেয়। তাই কার্য সম্পাদনের মাধ্যমেও যোগাযোগ স্থাপন করা যায়।

৮. **অনুমানের মাধ্যমে যোগাযোগ (Communication Through Implication) :** অনুমানের উপর ভিত্তি করে অনেক সময় বিভিন্ন ব্যক্তির মধ্যে আপনা-আপনি যোগাযোগ স্থাপিত হয়ে থাকে। এই পদ্ধতিতে বার্তা প্রেরক কোন বার্তা গ্রাহককে প্রেরণ করেন না। কিন্তু বার্তা গ্রাহক প্রেরকের ব্যক্তিত্ব, চলাফেরা, কথা বলার ধরন, পছন্দ-অপছন্দ ইত্যাদি অনুমান করে বার্তা প্রেরক সম্পর্কে ধারণা পোষণ করেন। যেমন অধীনস্থরা বসের, সম্প্রদানের পিতা-মাতার, শিক্ষার্থীরা শিক্ষকের ব্যক্তিত্ব, চলাফেরা, কথা বলার ধরন, পছন্দ-অপছন্দ ইত্যাদি দেখে এবং অনুকরণ করে থাকে।
৯. **পরোক্ষ যোগাযোগ (Indirect Communication) :** যখন বার্তাপ্রেরক বার্তাগ্রাহকের সাথে সরাসরি যোগাযোগ না করে অন্য মাধ্যমে ব্যবহার করে, তাকে পরোক্ষ যোগাযোগ বলা হয়। যেমন শ্রেণী কক্ষে পড়াশুনা বিষয়ে শিক্ষার্থী শিক্ষকের সাথে কথা না বলে সমন্বয়কারীর সাথে কথা বলতে পারেন। এটা পরোক্ষ যোগাযোগ, তবে এই যোগাযোগ অনেক সময় ভুল বুঝাবুঝির সৃষ্টি হয়।

পাঠ সংক্ষেপ

লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ ছাড়া অন্য পন্থায় যে যোগাযোগ স্থাপিত হয়, তাকে অন্যান্য যোগাযোগ বলা হয়। যার মধ্যে রয়েছে চেহারার ভাবভঙ্গি, অঙ্গসঞ্চালন, চাক্ষুষ বা দর্শন, শ্রবণ-দর্শন, ইলেকট্রনিক্স, নীরবতা, কার্যের মাধ্যমে, অনুমানের মাধ্যমে এবং পরোক্ষ যোগাযোগ।

চেহারার ভাবভঙ্গি : চেহারার মাধ্যমে অর্থাৎ চোখ বড় করে তাকানো, ভুরু নেড়ে, কপালের চামড়া কুচকিয়ে এই যোগাযোগ করা যায়।

অঙ্গ সঞ্চালন : হাত পা নেড়ে, ডাস্টার দ্বারা টেবিল আঘাত করে এই যোগাযোগ করা যায়।

চাক্ষুষ বা দর্শন : দৃশ্যমান কোন কিছুর সাহায্যে যে যোগাযোগ করা হয়, তাকে চাক্ষুষ বা দর্শন যোগাযোগ বলে।

শ্রবণ-দর্শন : লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগের সাথে দর্শন যোগাযোগের সমন্বয়ে এই যোগাযোগ সম্পন্ন হয়। এই যোগাযোগের কার্যকারিতা ও ফলপ্রসূতা সবচেয়ে বেশি। আবার ইলেকট্রনিক প্রক্রিয়া ব্যবহার দ্বারা, নীরবতার দ্বারা, কার্যের মাধ্যমে, অনুমানের মাধ্যমে এবং পরোক্ষভাবেও যোগাযোগ করা যেতে পারে।

পাঠোত্তর মূল্যায়ন : ২.৩

সঠিক উত্তরের পাশে টিক চিহ্ন (✓) দিন।

- লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগ ছাড়া অন্য মাধ্যমে যে যোগাযোগ হয়, তাকে বলা হয়?

| | |
|---------------------|-------------------|
| ক) অন্যান্য যোগাযোগ | খ) বিকল্প যোগাযোগ |
| গ) গণ যোগাযোগ | ঘ) আচরণ যোগাযোগ |
- চেহারার ভাবভঙ্গি বা মূলত চোখের মাধ্যমে যে যোগাযোগ স্থাপিত হয়, তাকে বলা হয় -

| | |
|-------------------------------|-------------------|
| ক) চেহারার ভাবভঙ্গিতে যোগাযোগ | খ) চোখ যোগাযোগ |
| গ) চাক্ষুষ যোগাযোগ | ঘ) আচরণিক যোগাযোগ |
- হাত-পা-মাথা নেড়ে যে যোগাযোগ স্থাপিত হয়, তাকে বলা হয় -

| | |
|------------------|------------------------|
| ক) অঙ্গভঙ্গি | খ) অঙ্গসঞ্চালন যোগাযোগ |
| গ) দর্শন যোগাযোগ | ঘ) সবক'টি |
- লিখিত ও মৌখিক যোগাযোগের সাথে যখন দর্শন পদ্ধতি যুক্ত হয়, তখন তাকে বলা হয় -

| | |
|------------------------|--------------------|
| ক) সকল যোগাযোগ | খ) ফলপ্রসূ যোগাযোগ |
| গ) শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ | ঘ) সবক'টি |
- বিভিন্ন যোগাযোগ পদ্ধতি বা মাধ্যমের মধ্যে কার্যকারিতা এবং ফলপ্রসূতা বেশি কোন যোগাযোগের?

| | |
|------------------------|------------------|
| ক) শ্রবণ-দর্শন যোগাযোগ | খ) লিখিত যোগাযোগ |
| গ) মৌখিক যোগাযোগ | ঘ) সবক'টি। |

চূড়ান্ত মূল্যায়ন

সংক্ষিপ্ত প্রশ্নাবলী

- ১। লিখিত যোগাযোগের সুবিধাগুলি কি কি?
- ২। মৌখিক যোগাযোগের সংজ্ঞা লিখুন।
- ৩। মৌখিক যোগাযোগের অসুবিধাগুলো কি কি?
- ৪। মৌখিক যোগাযোগের সফলতা কি কি বিষয়ের উপর নির্ভর করে।
- ৫। শ্রবণ ও দর্শন যোগাযোগ বলতে কি বুঝায়?

রচনামূলক প্রশ্নাবলী

- ১। লিখিত যোগাযোগের মাধ্যমগুলো আলোচনা করুন।
- ২। মৌখিক যোগাযোগের কৌশলগুলো বর্ণনা করুন।
- ৩। মৌখিক যোগাযোগের নীতিমালাগুলো আলোচনা করুন।

উত্তরমালা

| | | | | | | |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| পাঠোত্তর মূল্যায়ন-২.১ : | ১। ক | ২। খ | ৩। খ | ৪। খ | ৫। ক | |
| | ৬। ক | ৭। খ | ৮। ক | ৯। ক | | |
| পাঠোত্তর মূল্যায়ন-২.২ : | ১। খ | ২। ক | ৩। ঘ | ৪। ক | ৫। খ | ৬। খ |
| পাঠোত্তর মূল্যায়ন-২.৩ : | ১। ক) | ২। ক) | ৩। খ) | ৪। খ) | ৫। ক) | |