



কার্যকরী যোগাযোগ এবং প্রচারণার জন্য ডিজিটাল দক্ষতা প্রশিক্ষণ নির্দেশিকা

কোস্টাল এসোসিয়েশন ফর সোশ্যাল ট্রান্সফরমেশন ফাউন্ডেশন



প্রকাশকাল
নভেম্বর ২০২৩

ভূমিকা

শুরুটা হয়েছিল জোহানেস গুটেনবার্গের মুদ্রণযন্ত্র আবিষ্কারের মধ্য দিয়ে। মুদ্রণযন্ত্রের আবিষ্কারের ফলে সংবাদপত্রের যুগে প্রবেশ করে মানবজাতি। এরপর থমাস আলভা এডিসন বিদ্যুৎ আবিষ্কারের মধ্যে দিয়ে মানবজাতির উন্নয়নের ধারাকে কয়েক ধাপ এগিয়ে নিয়ে যান। বলা হয়ে থাকে, বিদ্যুৎ মানবজাতির ইতিহাস পাল্টে দিয়েছে। এরপর ১৮৩০-এর দশকে কম্পিউটার আবিষ্কার, ১৯২৬ সালে টেলিভিশন আবিষ্কার ছিল এই যাত্রায় যুগান্তকারী সংযোজন। ১৯৭৩ সালে আবিষ্কার হয় মোবাইল ফোন। ছোট একটি টেলিকম কোম্পানি “মোটরোলা”-এর ইঞ্জিনিয়ার মার্টিন কুপার স্বপ্ন দেখেছিলেন যে এমন ছোট, সহজে বহনযোগ্য যোগাযোগের মাধ্যম হিসেবে মোবাইল ফোন একদিন সবার হাতে হাতে থাকবে। তাঁর সেই স্বপ্ন যে কতটা তীব্রভাবে সত্যি হয়েছে সেটা আমাদের হাতের কাছে থাকা মোবাইল ফোনটির দিকে তাকালেই বোঝা যায়।

তবে প্রযুক্তিগত উৎকর্ষতার ক্ষেত্রে সবচেয়ে বড় চমকটি ছিল ইন্টারনেট। ৬০-৭০ এর দশকের ইন্টারনেটের যে প্রাথমিক ধারণা তৈরি হয়, সেটি আজ বিস্তার লাভ করে পুরো বিশ্বকে এক জালের মধ্যে আটকে রেখেছে- যেটিকে মার্শাল ম্যাকলুহান বলেছেন “গ্লোবাল ভিলেজ” বা “বিশ্বগ্রাম”।

এই বিশ্বগ্রামের অংশ হিসেবে আমরাও আজ কোনো অংশে পিছিয়ে নেই। বাংলাদেশে বর্তমানে প্রায় ১৮ কোটি মোবাইল সিম ব্যবহারকারী রয়েছে, যাদের মধ্যে প্রায় ১৩ কোটি মানুষ ইন্টারনেট ব্যবহার করে। সংখ্যাটি কিন্তু আমাদের দেশের প্রেক্ষাপটে বিশাল। মানুষ প্রযুক্তির এত কাছে থাকা সত্ত্বেও আমাদের জনগোষ্ঠীর প্রযুক্তিগত দক্ষতা নিয়ে প্রশ্ন রয়েছে। কেননা, প্রযুক্তির উৎকর্ষতা আজ আর গাণিতিক হারে নয়, বরং বাড়ছে জ্যামিতিক হারে। তাই উন্নত বিশ্বের সাথে তাল মিলিয়ে চলা একটা চ্যালেঞ্জ হয়ে দাঁড়িয়েছে।

এখন যোগাযোগের সবচেয়ে বড় মাধ্যম হয়ে দাঁড়িয়েছে ফেসবুক, টুইটার, ইউটিউব, হোয়াটসঅ্যাপ, ইনস্টাগ্রামের মতো সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলো। এই মাধ্যমগুলোতে ব্যক্তিগত যোগাযোগ ছাড়াও সাংগঠনিক যোগাযোগ করাও সহজতর হয়েছে, যেখানে হ্যাশট্যাগ কিংবা ট্যাগ ব্যবহার করে খুব সহজেই একটি সংগঠন অপর একটি সংগঠনের সাথে যোগাযোগ করতে পারছে। এটি যেমন যোগাযোগ পদ্ধতিতে সহজ করেছে তেমনি বাড়িয়েছে প্রতিযোগিতাও। এখন কার্যকরী যোগাযোগ নির্ভর করে কোন মাধ্যমে কত সহজ ও সংক্ষিপ্তভাবে আমরা বার্তা দিচ্ছি দর্শক-শ্রোতাকে সেটির উপর। প্রতিযোগিতার এই বাজারে সংগঠনকে টিকিয়ে রাখতে হলে তাই প্রয়োজন সংগঠনের সাথে জড়িত সবার ডিজিটাল দক্ষতা।

এসব দিক বিবেচনায় নিয়ে কোস্ট ফাউন্ডেশনের কর্মীদের ডিজিটাল দক্ষতা বৃদ্ধির উদ্দেশ্যে এই প্রশিক্ষণ নির্দেশিকাটি প্রণয়ন করা হয়েছে।

নির্দেশিকাটি প্রণয়নের ক্ষেত্রে সংশ্লিষ্ট বিষয় সম্পর্কিত বিভিন্ন পুস্তক, প্রতিবেদনের সহায়তা নেয়া হয়েছে। এই সকল পুস্তক এবং প্রতিবেদনের রচয়িতা/প্রকাশকদের প্রতি আমরা আন্তরিক কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করছি।

সূচীপত্র

ভূমিকা

প্রশিক্ষণ নির্দেশিকা পরিচিতি

প্রশিক্ষণ নির্দেশিকার ব্যবহার

প্রশিক্ষণ পরিচিতি

অধিবেশন পরিকল্পনা সূচী

অধিবেশন ১: প্রশিক্ষণ উদ্বোধন

অধিবেশন ২: কার্যকরী যোগাযোগ কৌশল

অধিবেশন ৩: ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি

অধিবেশন ৪: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কৌশল

অধিবেশন ৫: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং প্রচারণা

অধিবেশন ৬: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের জন্য কন্টেন্ট তৈরি

অধিবেশন ৭: প্রশিক্ষণ মূল্যায়ন ও সমাপ্তি

প্রশিক্ষণ নির্দেশিকা পরিচিতি

এই প্রশিক্ষণ নির্দেশিকাটি উন্নয়ন ও মানবাধিকার কর্মীদের ডিজিটাল নিরক্ষরতা দূর করে তাদের দক্ষতা বৃদ্ধিতে সহায়তা করবে। এর মাধ্যমে উন্নয়ন এবং মানবাধিকারের সাথে জড়িত কর্মীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের তাত্ত্বিক ও ব্যবহারিক দিক সম্পর্কে ধারণা লাভ করবে, যা তাদের ব্যক্তিগত এবং পেশাগত মানোন্নয়নে সহায়ক হবে।

সহজে বোঝার সুবিধার্থে এই নির্দেশিকায় প্রতিটি অধিবেশন পৃথকভাবে বর্ণনা করা হয়েছে। এর অন্তর্ভুক্ত হয়েছে- অধিবেশনের শিরোনাম, উদ্দেশ্য, সময়, উপকরণ, পদ্ধতি ইত্যাদি খুঁটিনাটি বিষয়াদি।

অধিবেশন: প্রতিটি অধিবেশনকে পৃথক শিরোনাম এবং সংখ্যা দিয়ে চিহ্নিত করা হয়েছে। এতে ঐ নির্দিষ্ট বিষয়ে তথ্য খুঁজতে এবং বুঝতে সহজ হবে।

উদ্দেশ্য: প্রতিটি অধিবেশন পৃথক বিষয় নিয়ে পরিচালনা করা হয়েছে। তাই প্রতিটির আলাদা উদ্দেশ্য রয়েছে। এই উদ্দেশ্যগুলোকে উল্লেখ করা হয়েছে যাতে ঐ নির্দিষ্ট অধিবেশন শেষে অংশগ্রহণকারীরা কী জ্ঞান এবং দৃষ্টিভঙ্গি অর্জন করবেন তার একটি নির্দিষ্ট লক্ষ্য থাকে।

পদ্ধতি: কোন অধিবেশন কোন পদ্ধতিতে পরিচালনা করলে তা অংশগ্রহণকারীদের কাছে সবচেয়ে বেশি আকর্ষণীয় হবে, সবচেয়ে বেশি কার্যকরী হবে সেটি বিবেচনায় রেখে এই অংশটি বর্ণনা করা হয়েছে।

সময়: কোন অধিবেশন শেষ করতে কত সময় লাগবে সেটির একটি আদর্শ নমুনা এখানে তুলে ধরা হয়েছে। এই অংশটি পুরো প্রশিক্ষণ প্রক্রিয়ার পরিকল্পনাকে সমন্বয় করতে সাহায্য করবে।

উপকরণ: অধিবেশন পরিচালনা করতে কী কী উপকরণ লাগতে পারে সেটির একটি আদর্শ তালিকা এখানে উল্লেখ করা হয়েছে।

ধাপসমূহ: একটি অধিবেশনে কোন বিষয়ের পর কোন বিষয় আলোচনা করা যেতে পারে তার একটা নমুনা পৃথক পৃথক ধাপের সাহায্যে বর্ণনা করা হয়েছে।

পাঠোপকরণ: প্রশিক্ষণ পরিচালনার সুবিধার্থে প্রশিক্ষকের জন্য প্রতি অধিবেশনের শেষে অধিবেশনের আলোচ্য বিষয়গুলো সংক্ষিপ্তাকারে বর্ণনা করা হয়েছে।

প্রশিক্ষণ নির্দেশিকার ব্যবহার

এই প্রশিক্ষণ নির্দেশিকাটি প্রণয়ন করা হয়েছে কোস্ট ফাউন্ডেশনে কর্মরতদের কার্যকরী যোগাযোগ ও প্রচারণা নিশ্চিত করতে ডিজিটাল দক্ষতা বৃদ্ধির লক্ষ্যে। এই নির্দেশিকাটি ব্যবহার করার সময় কিছু বিষয় মাথায় রাখলে অধিবেশন পরিচালনা করতে সুবিধা হবে-

- অধিবেশন শুরুর পূর্বে অবশ্যই অংশগ্রহণকারীদের প্রাক পরীক্ষা নেবেন এবং সব অধিবেশন শেষ হলে আরও একটি যাচাই পরীক্ষা নেবেন। প্রাক পরীক্ষা নেয়ার মাধ্যমে আপনি অধিবেশনে অংশগ্রহণকারীদের সেই নির্দিষ্ট বিষয়ে জ্ঞান আছে কি না, থাকলে কতটুকু রয়েছে সেটি সম্পর্কে ধারণা পাবেন। একই সাথে প্রশিক্ষণের পরিবেশ এবং পদ্ধতি কেমন হতে চলেছে সেটিও বুঝতে পারবেন খুব সহজে।
- প্রতিটি অধিবেশন শেষে চেষ্টা করবেন প্রশ্নোত্তর পর্ব রাখার জন্য। এতে অংশগ্রহণকারীরা সেই অধিবেশনের কোনো বিষয় না বুঝলে অধিবেশন চলাকালীন আপনি সেই বিষয়টি পুনরায় বুঝিয়ে দিতে পারবেন।
- দিনের শেষে অংশগ্রহণকারীদের ফিডব্যাক দিতে বলুন। এতে পুরো দিনের একটি সারমর্ম পেয়ে যাবেন আপনি এবং একই সাথে বুঝতে পারবেন অংশগ্রহণকারীরা কী কী বিষয় জেনেছে, কী কী বিষয় গ্রহণ করেছে আপনার কাছ থেকে।
- যতটা সম্ভব দলগত কাজ রাখার চেষ্টা করুন। এতে অংশগ্রহণকারীদের একে অন্যের মধ্যে যোগাযোগ বাড়বে, একজন কোনো কিছু না বুঝলে অন্যজন বুঝিয়ে দিতে পারবে। এসকল দলগত কাজের কারণে আপনার অধিবেশন নিরস হয়ে যাবে না। অংশগ্রহণকারীরা আগ্রহ হারাবে না। আপনিও বুঝতে পারবেন কারা বিষয়টি ভালো বুঝতে পেরেছে, কারা বুঝতে পারে নি। তাদের প্রতি আপনি আলাদাভাবে নজর দিতে পারবেন।
- প্রশিক্ষণ প্রদানের ক্ষেত্রে আপনি যদি একক প্রশিক্ষক না হয়ে থাকেন, আপনার সহকারী প্রশিক্ষক যিনি থাকবেন, অধিবেশনের পূর্বেই তার সাথে পুরো অধিবেশনের সূচী, ক্রম, বিষয়বস্তু আলোচনা করে নিন। এতে বিষয় সাংঘর্ষিক হয়ে সময় নষ্ট হবে না। শেষার করার ফলে অংশগ্রহণকারীদের সাথে কীভাবে আরও সক্রিয়ভাবে অধিবেশন পরিচালনা করা যায় সে সম্পর্কে নতুন নতুন ধারণা বের হয়ে আসতে পারে।
- প্রশিক্ষণ পরিচালনার ক্ষেত্রে পূর্বে থেকেই প্রয়োজনীয় উপকরণ প্রস্তুত করে রাখুন। না হলে অধিবেশন পরিচালনায় প্রতিকূল পরিবেশ সৃষ্টি হতে পারে।
- প্রতিটি অধিবেশনের শুরুতে সেই অধিবেশন নিয়ে ছোট ভূমিকা দিন। তাহলে অংশগ্রহণকারীদের জন্য বুঝতে সহজ হবে।
- জীবন থেকে নেয়া বাস্তব ঘটনাগুলো চেষ্টা করুন উদাহরণ হিসেবে ব্যবহার করতে। এতে করে অংশগ্রহণকারী সহজে নিজেকে অধিবেশনের সাথে মানিয়ে নিতে সক্ষম হবে। তাছাড়া কাল্পনিক গল্প মানুষ ভুলে যায় দ্রুত, কিন্তু কারও সাথে বাস্তবে ঘটে যাওয়া ঘটনা মানুষ অনেকদিন পর্যন্ত মনে রাখতে পারে।

- অধিবেশনের শুরুতেই চেষ্টা করুন নিজের সম্পর্কে একটি ভালো ধারণা তৈরি করে দিতে। হাসিমুখে কথা বলুন। নিজেও আত্মবিশ্বাসী হবেন, যারা শুনছে তাদের মধ্যেও ভালো অনুভূতি তৈরি হবে।
- চেষ্টা করুন যে বিষয়ে কথা বলছেন সে বিষয়ে কীভাবে সংক্ষেপে সবচেয়ে কার্যকরী তথ্যটি উপস্থাপন করা যায়।
- নিজেকে মূল্যায়ন করুন। সহ-প্রশিক্ষক থাকলে তার সাথে দিনের শেষে আলোচনা করুন, কীভাবে আরও ভালোভাবে অধিবেশনগুলো পরিচালনা করা যায়, সারাদিনের সারমর্ম তৈরি করুন নিজেরা, কোথায় ভুল-ত্রুটি হয়েছে সেগুলো চিহ্নিত করুন। সেগুলো সংশোধন করে পরবর্তী দিনের জন্য ভালোভাবে প্রস্তুতি নিন।

প্রশিক্ষণ পরিচিতি

শিরোনাম	কার্যকরী যোগাযোগ ও প্রচারণার জন্য ডিজিটাল দক্ষতা						
অংশগ্রহণকারী	উন্নয়নকর্মী/মানবাধিকার কর্মী						
প্রশিক্ষণের মেয়াদকাল	২ দিন						
দৈনিক সময়	৮ ঘণ্টা						
ব্যবহৃত ভাষা	বাংলা						
প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য	<p>সাধারণ উদ্দেশ্য কোস্ট ফাউন্ডেশনে কর্মরত ব্যক্তিদের ডিজিটাল দক্ষতা বৃদ্ধি করা এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কৌশল সম্পর্কে জানানো।</p> <p>সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্য প্রশিক্ষণের সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্য নির্ধারণের জন্য পুরো প্রক্রিয়াটিকে মোটা দাগে তিনটি ভাগে ভাগ করা হয়েছে-</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>যোগাযোগ এবং অ্যাডভোকেসি</th> <th>সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার এবং প্রচারণা</th> <th>ভিডিও প্রোডাকশন</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>স্টেকহোল্ডারদের সাথে আরও ভালো যোগাযোগের জন্য কার্যকরী যোগাযোগ দক্ষতা বৃদ্ধি করা। অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে সম্যক ধারণা প্রদান করা।</td> <td>প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ড প্রচারের জন্য কার্যকরভাবে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করা। নেটওয়ার্কিং এবং সহযোগিতার দক্ষতা সহজতর করা।</td> <td>মোবাইল দিয়ে ভিডিও শুট এবং মোবাইল অ্যাপ ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং- এর দক্ষতা তৈরি করা। দলগত কাজের মাধ্যমে ব্যবহারিক প্রয়োগ এবং দক্ষতার বিকাশকে উৎসাহিত করা। এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং করা।</td> </tr> </tbody> </table>	যোগাযোগ এবং অ্যাডভোকেসি	সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার এবং প্রচারণা	ভিডিও প্রোডাকশন	স্টেকহোল্ডারদের সাথে আরও ভালো যোগাযোগের জন্য কার্যকরী যোগাযোগ দক্ষতা বৃদ্ধি করা। অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে সম্যক ধারণা প্রদান করা।	প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ড প্রচারের জন্য কার্যকরভাবে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করা। নেটওয়ার্কিং এবং সহযোগিতার দক্ষতা সহজতর করা।	মোবাইল দিয়ে ভিডিও শুট এবং মোবাইল অ্যাপ ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং- এর দক্ষতা তৈরি করা। দলগত কাজের মাধ্যমে ব্যবহারিক প্রয়োগ এবং দক্ষতার বিকাশকে উৎসাহিত করা। এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং করা।
যোগাযোগ এবং অ্যাডভোকেসি	সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার এবং প্রচারণা	ভিডিও প্রোডাকশন					
স্টেকহোল্ডারদের সাথে আরও ভালো যোগাযোগের জন্য কার্যকরী যোগাযোগ দক্ষতা বৃদ্ধি করা। অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে সম্যক ধারণা প্রদান করা।	প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ড প্রচারের জন্য কার্যকরভাবে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করা। নেটওয়ার্কিং এবং সহযোগিতার দক্ষতা সহজতর করা।	মোবাইল দিয়ে ভিডিও শুট এবং মোবাইল অ্যাপ ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং- এর দক্ষতা তৈরি করা। দলগত কাজের মাধ্যমে ব্যবহারিক প্রয়োগ এবং দক্ষতার বিকাশকে উৎসাহিত করা। এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং করা।					
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	প্রশিক্ষণটি অংশগ্রহণমূলক পদ্ধতিতে পরিচালিত হবে। প্রশিক্ষক উপস্থাপন করবেন এবং অংশগ্রহণকারীরা দলগত কাজ করবেন।						
প্রশিক্ষণ উপকরণ	এই নির্দেশিকায় প্রতিটি অধিবেশনের জন্য উপকরণ উল্লেখ করা আছে। এই সকল উপকরণ ব্যবহার করে প্রশিক্ষণ পরিচালনা করা যেতে পারে।						
প্রশিক্ষণ মূল্যায়ন	অধিবেশনের শুরুতে প্রাক পরীক্ষা হবে এবং শেষে একটি ঘাচাই পরীক্ষা হবে। এছাড়া প্রতিদিনের অধিবেশন শেষে প্রশিক্ষক পুরো দিনের মূল্যায়ন করবেন এবং শেষ দিন সমগ্র অধিবেশন নিয়ে তিনি মূল্যায়ন করবেন।						

অধিবেশন পরিকল্পনা সূচী

দিবস	সময়	বিষয়	উদ্দেশ্য	পদ্ধতি	উপকরণ
১ম দিন	৯.০০- ১০.৩০	অধিবেশন ১ প্রশিক্ষণ উদ্বোধন পরিচয় পর্ব ও জড়তা কাটানো প্রশিক্ষণ উদ্দেশ্য বর্ণনা করা দল গঠন প্রাক পরীক্ষা	প্রশিক্ষণার্থীদের মধ্যে পারস্পরিক সংযোগ ঘটানো। প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য সম্পর্কে ধারণা প্রদান করা। কার্যকরী যোগাযোগ, অ্যাডভোকেসি, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার, প্রচারণা, ভিডিও প্রোডাকশন- বিষয়ে অংশগ্রহণকারীদের জ্ঞান সম্পর্কে ধারণা লাভ করা।	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, প্রশ্নোত্তর পর্ব, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	বোর্ড, মার্কার, প্রজেক্টর, কাগজ, কলম
	১০.৩০- ১১.৩০	অধিবেশন ২ কার্যকরী যোগাযোগ কৌশল	যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের মধ্যকার পার্থক্য সম্পর্কে জানা কীভাবে যোগাযোগকে কার্যকরী করে তোলা যায় সেটি বোঝা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, দলগত আলোচনা, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	প্রজেক্টর
	১১.৩০- ১২.০০	চা বিরতি			
	১২.০০- ১.০০	অধিবেশন ৩ ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি	অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে ধারণা প্রদান অ্যাডভোকেসির প্রয়োজনীয়তা অনুধাবন কীভাবে ডিজিটাল মাধ্যমে অ্যাডভোকেসি সংঘটিত হয় সেটি বোঝা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, দলগত আলোচনা, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	প্রজেক্টর
	১.০০- ২.০০	দুপুরের খাবার বিরতি			
	২.০০- ৩.৩০	অধিবেশন ৪ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কৌশল	সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে বিস্তারিত ধারণা লাভ কোস্ট ফাউন্ডেশনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার বিধি সম্পর্কে ধারণা লাভ	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, দলগত আলোচনা, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	প্রজেক্টর, কাগজ, কলম
	৩.৩০- ৩.৪৫	চা বিরতি			
	৩.৪৫- ৫.০০	অধিবেশন ৫ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং প্রচারণা	সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কীভাবে সংস্কার প্রচারণা চালাতে হবে- এই বিষয়ে জ্ঞান লাভ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের টুলসগুলো কী কী- সেটি সম্পর্কে জানা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, দলগত আলোচনা, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	প্রজেক্টর

দিবস	সময়	বিষয়	উদ্দেশ্য	পদ্ধতি	উপকরণ
২য় দিন	৯.০০- ৯.৩০	গত দিনের আলোচনার সারমর্ম উপস্থাপন	গত দিনের শিখনগুলোকে ব্যাখ্যা করা	গঠিত দল থেকে একজন উপস্থাপন করবেন	প্রজেক্টর
	৯.৩০- ১০.৩০	অধিবেশন ৬ (প্রথম পর্ব) সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের জন্য কন্টেন্ট তৈরি	ভিডিও প্রোডাকশনের তাত্ত্বিক বিষয়গুলো সম্পর্কে বিস্তারিত জানা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, দলগত আলোচনা, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।	প্রজেক্টর
	১০.৩০- ১১.৩০	অধিবেশন ৬ (দ্বিতীয় পর্ব) সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের জন্য কন্টেন্ট তৈরি	মোবাইল ফোনের সাহায্যে কীভাবে ভিডিও শ্যুট করতে হয় তা সেটি শেখা মোবাইল ফোনে ইনশট অ্যাপের সাহায্যে কীভাবে ভিডিও এডিটিং করতে হয় তা শেখা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা, ব্যক্তিগতভাবে ভিডিও এডিটিং করা।	প্রজেক্টর, মোবাইল ফোন, ওয়াইফাই সংযোগ
	১১.৩০- ১২.০০	চা বিরতি			
	১২.০০- ১.০০	চলবে			
	১.০০- ১.৩০	দুপুরের খাবার বিরতি			
	১.৩০- ৩.৪৫	অধিবেশন ৬ (তৃতীয় পর্ব) সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের জন্য কন্টেন্ট তৈরি	এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার- এর সাহায্যে ভিডিও এডিটিং শেখা	প্রশিক্ষকের বক্তব্য, মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা, ব্যক্তিগতভাবে ভিডিও এডিটিং করা।	প্রজেক্টর, ল্যাপটপ, ওয়াইফাই সংযোগ
	৩.৪৫- ৪.০০	চা বিরতি			
	৪.০০- ৫.৩০	অধিবেশন ৭ প্রশিক্ষণ মূল্যায়ন ও সমাপ্তি	প্রশিক্ষণের সারমর্ম আলোচনা প্রশিক্ষণে কী কী শিখলেন অংশগ্রহণকারীরা তার প্রতিফলন উঠে আসবে নতুন কী জ্ঞান অর্জন করলেন সেটি প্রকাশ পাবে	অংশগ্রহণমূলক আলোচনা, প্রশ্নোত্তর	কাগজ, কলম

প্রথম দিন

অধিবেশন ১: প্রশিক্ষণ উদ্বোধন

আলোচ্য বিষয়:

- পরিচয় পর্ব ও জড়তা কাটানো
- প্রশিক্ষণ উদ্দেশ্য বর্ণনা করা
- দল গঠন
- প্রাক পরীক্ষা

উদ্দেশ্য:

এই অধিবেশনের মাধ্যমে-

- সহায়ক এবং অংশগ্রহণকারীরা একে অন্যের সাথে পরিচিত হওয়ার সুযোগ লাভ করবেন। এর মাধ্যমে অধিবেশনগুলো আরও সহজ ও প্রাণবন্ত করে পরিচালনা করা যাবে।
- অংশগ্রহণকারীরা প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য সম্পর্কে ধারণা লাভ করবেন।
- অধিবেশনগুলোকে কার্যকরী করার জন্য অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে পৃথক পৃথক দল গঠন করে দেয়া হবে।
- কার্যকরী যোগাযোগ, অ্যাডভোকেসি, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার, প্রচারণা, ভিডিও প্রোডাকশন- বিষয়ে অংশগ্রহণকারীদের প্রাথমিক জ্ঞান সম্পর্কে ধারণা লাভ করা। ফলে প্রশিক্ষণের পরিবেশ সম্পর্কে ধারণা হয়ে যাবে সহায়কদের। অংশগ্রহণকারীদের চাহিদানুযায়ী অধিবেশন পরিচালনা করা সহজ হবে।

সময়সীমা: ১ ঘণ্টা ৩০ মিনিট।

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- প্রশ্নোত্তর পর্ব
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা
- লিখিত প্রশ্নোত্তর

উপকরণ:

- বোর্ড
- মার্কার
- প্রজেক্টর
- কাগজ
- কলম

ধাপ- ১: সূচনা বক্তব্য

- সংস্থার পক্ষ থেকে একজন শুভেচ্ছা বক্তব্য রাখবেন এবং সকল অংশগ্রহণকারীদেরকে অধিবেশনে অংশগ্রহণ করার জন্য স্বাগত ও অভিনন্দন জানাবেন।
- অতিথি হিসেবে যদি কোনো ব্যক্তি উপস্থিত থাকেন তাহলে তিনি বক্তব্য রাখবেন।
- সহায়কদের পক্ষ থেকে একজন প্রশিক্ষণটি আয়োজনের গুরুত্ব ও প্রাসঙ্গিকতা তুলে ধরবেন।

ধাপ- ২: পরিচিতি পর্ব ও জড়তা কাটানো

- প্রত্যেক অংশগ্রহণকারীকে এককভাবে নিজের পরিচয় দিতে বলুন। পরিচয় দেয়ার সময় প্রত্যেক অংশগ্রহণকারী নিজের নাম, এলাকার নাম, কাজের ক্ষেত্র, পদবী, কতদিন যাবৎ এই কাজের সাথে যুক্ত আছেন তা উল্লেখ করতে হবে।
- পরিচয় প্রদান পর্ব শেষ হলে, সহায়ক সবাইকে ধন্যবাদ জ্ঞাপন করে নিজের পরিচয় উল্লেখ করবেন।

ধাপ- ৩: প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য

- প্রথমে অংশগ্রহণকারীদের কাছ থেকে প্রশিক্ষণটি সম্পর্কে ধারণা জানতে চান। তাদের কথা মনোযোগ দিয়ে শুনুন। প্রয়োজন হলে বোর্ডে পয়েন্ট আকারে লিখে রাখুন।
- এরপর মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনার মাধ্যমে সহায়ক অংশগ্রহণকারীদের ধারণার সাথে সমন্বয় করে প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য সম্পর্কে আলোচনা করবেন।

ধাপ- ৪: দল গঠন

- অংশগ্রহণকারীদের সংখ্যার ভিত্তিতে সুবিধা অনুযায়ী দল গঠন করতে হবে। প্রতি দলে ৩-৫ জন সদস্য থাকতে পারে।
- অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে যদি কেউ কারো পূর্ব পরিচিত থাকে, তবে তাদেরকে ভিন্ন ভিন্ন দলে দেয়ার চেষ্টা করুন। এতে নতুনদের সাথে কাজ করার সুযোগ হবে।
- প্রতি দলের জন্য পৃথক পৃথক নাম নির্ধারণ করে দিতে হবে। এতে দল চিহ্নিত করতে সুবিধা হবে।

ধাপ- ৫: প্রস্তুতি

- পরিচয় পর্ব এবং প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য বর্ণনা শেষে সহায়ক লিখিত পরীক্ষার নিয়ম-কানুন ব্যাখ্যা করবেন অংশগ্রহণকারীদের কাছে।
- ৫০ নম্বরের পরীক্ষার সময়সীমা হবে ৩০-৪০ মিনিট।
- প্রশ্নের ধরন এক কথায় উত্তর লেখা হতে পারে কিংবা ব্যাখ্যা করে উত্তর লেখাও হতে পারে, এটি সহায়ক সুবিধামতো নির্ধারণ করবেন।
- পরীক্ষা দলগত হবে না, এককভাবে উত্তর করতে হবে।

ধাপ- ৬: বিতরণ

- পরীক্ষার নিয়ম বর্ণনার পর সহায়ক অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে প্রশ্ন এবং উত্তরপত্র বিতরণ করে দিবেন এবং সময় নির্ধারণ করে দিবেন।

ধাপ- ৭: সমাপ্তি

- নির্ধারিত সময় শেষ হলে সবার উত্তরপত্র সংগ্রহ করে সহায়ক নিজের কাছে রাখবেন।

পাঠোপকরণ:

প্রশিক্ষণের উদ্দেশ্য:

সাধারণ উদ্দেশ্য: প্রযুক্তির উৎকর্ষতার এই যুগে কোস্ট ফাউন্ডেশনে কর্মরত ব্যক্তিদের ডিজিটাল দক্ষতা বৃদ্ধি করা এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কৌশল সম্পর্কে জানানো এই প্রশিক্ষণের সাধারণ উদ্দেশ্য। এই প্রশিক্ষণের মাধ্যমে অংশগ্রহণকারীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে সংস্কার প্রচারণা করতে সক্ষম হবে।

সুনির্দিষ্ট উদ্দেশ্য: সাধারণ উদ্দেশ্য যথাযথভাবে অর্জনের লক্ষ্যে প্রশিক্ষণ প্রক্রিয়াটিকে মোটা দাগে তিনটি ভাগে ভাগ করা হয়েছে-

যোগাযোগ এবং অ্যাডভোকেসি-

- যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য নিরূপণ করে স্টেকহোল্ডারদের সাথে আরও ভালো যোগাযোগের জন্য কার্যকরী যোগাযোগ দক্ষতা বৃদ্ধি করা।
- অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে সম্যক ধারণা প্রদান করা।
- অংশগ্রহণকারীরা যাতে সংস্কার জন্য ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি করতে পারে সেজন্য দক্ষতা বৃদ্ধি করা।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার এবং প্রচারণা-

- কোস্টের সদস্য হিসেবে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের নিয়মাবলী সম্পর্কে ধারণা দেয়া
- প্রতিষ্ঠানের ব্র্যান্ড প্রচারের জন্য কার্যকরভাবে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করা।
- নেটওয়ার্কিং এবং সহযোগিতার দক্ষতা সহজতর করা।

ভিডিও প্রোডাকশন-

- মোবাইল দিয়ে ভিডিও শুট এবং মোবাইল অ্যাপ ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং- এর দক্ষতা তৈরি করা।
- দলগত কাজের মাধ্যমে ব্যবহারিক প্রয়োগ এবং দক্ষতার বিকাশকে উৎসাহিত করা।
- এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার ব্যবহার করে ভিডিও এডিটিং করা।

অধিবেশন ২: কার্যকরী যোগাযোগ কৌশল

আলোচ্য বিষয়:

- যোগাযোগ ও কার্যকরী যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য নিরূপণ
- কার্যকরী যোগাযোগের ধাপসমূহের বর্ণনা

উদ্দেশ্য:

এই অধিবেশনটি প্রশিক্ষণের অন্যান্য সকল অধিবেশনের ভিত্তি। যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগ সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা না থাকলে যে কেউ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কার্যকরী ব্যবহারে ব্যর্থ হবে। সংস্থার কর্মী হিসেবে সংস্থার প্রচারণা করতে ব্যর্থ হবে। এই বিষয়ে তাত্ত্বিক জ্ঞান ছাড়া হয়ত যে কেউ কন্টেন্ট তৈরিতে ব্যবহারিক দক্ষতা অর্জন করতে সক্ষম হতে পারে, কিন্তু প্রস্তুতকৃত কন্টেন্ট অর্থবহ হবে না, মূল উদ্দেশ্য সাধনে ব্যর্থ হবে।

- এই অধিবেশনের উদ্দেশ্য তাই অংশগ্রহণকারীদেরকে যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের মধ্যকার পার্থক্য সম্পর্কে জানানো।
- কীভাবে যোগাযোগকে কার্যকরী করে তোলা যায় সেই ধাপগুলো সম্পর্কে জানানো।
- এই অধিবেশন শেষে যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের তাত্ত্বিক ধারণাগুলো অংশগ্রহণকারীরা পরবর্তী অধিবেশনগুলোর মধ্যে দিয়ে ব্যবহারিক প্রয়োগ ঘটাতে সক্ষম হবে।

সময়সীমা: ১ ঘণ্টা

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা
- দলগত কাজ

উপকরণ:

- বোর্ড
- মার্কার
- প্রজেক্টর
- ইন্টারনেট সংযোগ
- সংবাদপত্র

ধাপ- ১: যোগাযোগ

- অধিবেশনটি শুরু হবে ইউটিউবে একটি ভিডিও দেখানোর মাধ্যমে। ভিডিওটি মূলত দেখানো হবে যোগাযোগের উপর। এমন বার্তা নির্দেশ করবে ভিডিওটিতে যে, যথাযথ যোগাযোগের অভাবে মানুষের জীবনে কী ধরনের সমস্যার সৃষ্টি হয়ে থাকে। সহায়ক নিজের সুবিধা অনুযায়ী ভিডিও নির্বাচন করবেন। তবে অ্যানিমেশন ভিডিও, যেখানে একটি গল্পের মাধ্যমে বার্তা প্রদান করা হবে- এমন ভিডিও ব্যবহার করাই ভালো। এতে অংশগ্রহণকারীদের আগ্রহ ও মনোযোগ ধরে রাখা সহজ হবে।
- এরপর যোগাযোগ সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনায় চলে যাবেন।
দলগত কাজ- আলোচনার শুরুতে তিনি দলগুলো থেকে একজনকে দলের অন্যান্য সদস্যদের সাথে আলোচনা করে যোগাযোগের একটি সংজ্ঞা বলতে বলবেন। অংশগ্রহণকারীরা সংজ্ঞাগুলো বললে সহায়ক সেগুলো বোর্ডে লিখে রাখবেন। এরপর তিনি তার সংজ্ঞাকে অংশগ্রহণকারীদের পক্ষ থেকে আসা সংজ্ঞাগুলোর সাথে সমন্বয় করে যোগাযোগের ব্যাখ্যা দিবেন।
- সংজ্ঞায়ন শেষে যোগাযোগের বিভিন্ন রূপ ও ধরন নিয়ে সহায়ক আলোচনা করবেন।
দলগত কাজ- ধরনগুলো আলোচনা করার সময় দলগত কাজ হিসেবে সহায়ক একেকটি দলকে একেকটি ধরন নিয়ে অভিনয় করে দেখাতে বলবেন। যেমন- একটি দলকে অবাচনিক যোগাযোগের বিভিন্ন উদাহরণ অভিনয় করে দেখাতে বলবেন। অপর দলকে বলবেন বাচনিক যোগাযোগের বিভিন্ন উদাহরণ দেখাতে।
- এরপর সহায়ক যোগাযোগের বিভিন্ন মডেল নিয়ে আলোচনা করবেন। মডেল বোঝাতে গিয়ে সহায়ক বোর্ডে ঐক্রে রেখাচিত্রের মাধ্যমে বিষয়গুলো অংশগ্রহণকারীদের সামনে উপস্থাপন করবেন।
- এই ধাপের শেষে থাকবে অংশগ্রহণকারীদের জন্য প্রশ্নোত্তর পর্ব। যোগাযোগ সম্পর্কে যা যা বলা হয়েছে এর মধ্য থেকে সহায়ক তাদেরকে প্রশ্ন করবেন, তারা বিষয়গুলো ঠিক কত ভালোভাবে আয়ত্তে নিতে পেরেছেন সেটি বোঝার জন্য। অংশগ্রহণকারীরাও কোনো বিষয় না বুঝলে সেটি সহায়ককে প্রশ্ন করার মাধ্যমে জেনে নিবেন।

ধাপ- ২: কার্যকরী যোগাযোগ

- এই ধাপের শুরুতে কার্যকরী যোগাযোগকে বোঝানোর জন্য অংশগ্রহণকারীদেরকে একটি ভিডিও দেখাতে হবে। ভিডিও- এর মাধ্যমে যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের পার্থক্য বোঝানো হবে এবং একই সাথে দেখানো হবে কার্যকরী যোগাযোগে ব্যর্থতার কারণে মানুষের দৈনন্দিন জীবনে কী কী অসুবিধা সৃষ্টি হয়। এক্ষেত্রেও সহায়ক নিজের সুবিধা অনুযায়ী ভিডিও নির্বাচন করবেন। তবে অংশগ্রহণকারীদের আগ্রহ ও মনোযোগ

ধরে রাখার উদ্দেশ্যে অ্যানিমেশন ভিডিও, যেখানে একটি গল্পের মাধ্যমে বার্তা প্রদান করা হবে- এমন ভিডিও ব্যবহার করলে সেটি বেশি ফলদায়ক হবে।

- **দলগত কাজ-** ভিডিওটি শেষ করে দলগুলোর কাছে জানতে চাওয়া হবে যে ভিডিওটি থেকে তারা কী বার্তা পেয়েছে। প্রতি দল থেকে একজন সদস্য উত্তর দিবে ভিডিওটি দেখে তাদের অনুধাবন কী। সব দলের উত্তরগুলো সহায়ক বোর্ডে লিখে রাখবেন। এরপর সেই উত্তর অনুযায়ী তিনি ভিডিওটি ব্যাখ্যা করবেন।
- এরপর তিনি কার্যকরী যোগাযোগের সংজ্ঞায়ন করবেন। সংজ্ঞায়ন করতে গিয়ে যোগাযোগ এবং কার্যকরী যোগাযোগের মধ্যে পার্থক্য নিয়ে তিনি আলোচনা করবেন। **দলগত কাজ-** দলগত কাজ হিসেবে আলোচনার শুরুতেই তিনি প্রতি দলকে তিনটি করে পার্থক্য লিখতে বলবেন। পার্থক্য লেখা শেষ হলে প্রতি দল থেকে একজন দাঁড়িয়ে সেই পার্থক্যগুলো সবাইকে পড়ে শোনাবে। সহায়ক সবার পার্থক্যগুলো নিয়ে বোর্ডে লিখবেন। এরপর তিনি তার উপস্থাপনা অনুযায়ী বোর্ডে লেখা পার্থক্যগুলো সমন্বয় করে আলোচনা করবেন।
- পরবর্তী পর্যায়ে সহায়ক কার্যকরী যোগাযোগের কৌশলগুলো নিয়ে আলোচনা করবেন। **দলগত কাজ-** কৌশলগুলো ব্যাখ্যা শেষে তিনি অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে থেকে যেকোনো একজনকে বলবেন কৌশলগুলো সারমর্ম হিসেবে তুলে ধরার জন্য। ঐ ব্যক্তি যদি সবগুলো কৌশল বলতে ব্যর্থ হয়, তাহলে পরবর্তী আরেকজনকে বলবেন যেই অংশটি বাদ গিয়েছে সেই অংশ নিয়ে বলার জন্য।
- এই অধিবেশন শেষ হবে প্রশ্নোত্তর পর্ব দিয়ে। অংশগ্রহণকারীদের কোনো জিজ্ঞাসা থাকলে সহায়ক সেটির উত্তর দিবেন।

পাঠোপকরণ:

যোগাযোগ: 'কমিউনিকেশন (Communication)' শব্দটি এসেছে ল্যাটিন শব্দ 'কমিউনিস (Communis)' থেকে। 'কমিউনিস' শব্দটির অর্থ হলো 'সাধারণ (Common)। উৎপত্তিগত অর্থানুসারে, যোগাযোগ হলো এমন একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে ব্যক্তি অন্যের সঙ্গে জ্ঞান, ধারণা, অনুভূতি, তথ্য ইত্যাদি ভাগাভাগি করে। এই প্রক্রিয়ার মাধ্যমে তারা প্রত্যেকে বার্তার অর্থ, উদ্দেশ্য ও ব্যবহার সম্পর্কে একটি সাধারণ উপলব্ধি অর্জন করে।

সামাজিক প্রেক্ষাপটে যোগাযোগ হলো বার্তার আদান-প্রদান প্রক্রিয়া। কথা, লেখা, দৃশ্য, প্রতীক, ইঙ্গিত বা আচরণের সাহায্যে একে অন্যের সাথে ভাবের বিনিময় প্রক্রিয়া হলো যোগাযোগ।

যোগাযোগের রূপ: যোগাযোগ বিভিন্ন রূপে পরিবর্তিত হতে পারে। এটি যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় অংশগ্রহণকারী, তারা যে মাধ্যমে যোগাযোগ করছে এবং যে প্রসঙ্গ বিবেচনায় যোগাযোগ সংঘটিত হচ্ছে- এর পরিপ্রেক্ষিতে পরিবর্তিত হয়। যোগাযোগের পাঁচটি প্রধান রূপ হলো-

- অন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ (Intrapersonal Communication);
- আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ (Interpersonal Communication);
- গোষ্ঠীভিত্তিক যোগাযোগ (Group Communication);
- সাংগঠনিক যোগাযোগ (Organizational Communication);
- এবং গণযোগাযোগ (Mass Communication)।

যোগাযোগের প্রকারভেদ: যোগাযোগ মূলত দুই প্রকার-

- বাচনিক যোগাযোগ
- অবাচনিক যোগাযোগ

কার্যকরী যোগাযোগ: কার্যকরী যোগাযোগ শুধু তথ্য আদান-প্রদানের চেয়েও বেশি কিছু। এটি তথ্যের পিছনে আবেগ এবং উদ্দেশ্য বোঝার বিষয়। একটি বার্তা স্পষ্টভাবে জানাতে সক্ষম হওয়ার পাশাপাশি, আপনাকে এমনভাবে শুনতে হবে যা যা বলা হচ্ছে তার সম্পূর্ণ অর্থ লাভ করে এবং অন্য ব্যক্তিকে শোনা এবং বোঝার অনুভূতি দেয়। কার্যকরী যোগাযোগ বলতে আমরা বুঝি কোনো নির্দিষ্ট উদ্দেশ্য সাধনের জন্য সহজ, স্বচ্ছ ও সকলের বোধগম্য করে ধারণা, চিন্তাভাবনা, মতামত, জ্ঞান এবং তথ্য আদান-প্রদানের প্রক্রিয়া। যখন আমরা কার্যকরভাবে যোগাযোগ করি, প্রেরক এবং গ্রহণকারী উভয়ই সন্তুষ্ট বোধ করেন।

কার্যকরী যোগাযোগের কৌশল: কার্যকরী যোগাযোগে দক্ষতা অর্জন নিশ্চিত করতে ইংরেজিতে সাতটি C- এর সূত্র তৈরি করা হয়েছে। এটি যোগাযোগকারীর সাথে শ্রোতাদের আরও ভালভাবে জড়িত করতে এবং তাদের মধ্যে যোগাযোগ পরবর্তী প্রভাব বাড়াতে সহায়তা করবে। কার্যকরী যোগাযোগের সাতটি C হলো-

- Clear (পরিষ্কার)
- Correct (সঠিক)
- Complete (সম্পূর্ণ)
- Concrete (যথাযথ)
- Concise (সংক্ষিপ্ত)
- considered (বিবেচিত)
- and courteous (বিনয়ী)

কার্যকরী যোগাযোগের প্রক্রিয়া: যোগাযোগের প্রক্রিয়াটি একটি দীর্ঘ যা কিছু উপাদান জড়িত। কার্যকরী যোগাযোগের প্রধান উপাদানগুলি ছাড়া, প্রক্রিয়াটি সফল হতে পারে না। একটি প্রকল্প সুন্দরভাবে বাস্তবায়ন করার জন্য কার্যকরী যোগাযোগ একটি মূল উপাদান যা নিশ্চিত করে যে সমস্ত স্টেকহোল্ডার একই অবস্থানে রয়েছে। কার্যকরী যোগাযোগ প্রক্রিয়ার উপাদানগুলি নিম্নরূপ:

- প্রেরক
- বার্তা
- এনকোডিং
- মাধ্যম
- গ্রাহক
- ডিকোডিং
- প্রতিক্রিয়া

অধিবেশন ৩: ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি

আলোচ্য বিষয়:

- অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির সংজ্ঞায়ন, বৈশিষ্ট্য নিরূপণ
- ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা
- ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির উপকরণ এবং ধাপসমূহের বর্ণনা

উদ্দেশ্য:

অ্যাডভোকেসি হল ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানকে পরিবর্তনের জন্য প্রভাবিত এবং প্ররোচিত করা। কোর্সট ফাউন্ডেশনের সদস্য হিসেবে আমরা এই অ্যাডভোকেসি করবো কার্যকরী যোগাযোগ প্রক্রিয়ার মাধ্যমে। যেখানে পরিকল্পিত যোগাযোগের মাধ্যমে আমরা কোনো নির্দিষ্ট গোষ্ঠীকে আমাদের কার্যক্রম, লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য সম্পর্কে জানাবো, প্রচারণা করব।

- এই অধিবেশনের উদ্দেশ্য অ্যাডভোকেসি এবং ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে ধারণা প্রদান
- অ্যাডভোকেসির প্রয়োজনীয়তা অনুধাবন
- কীভাবে ডিজিটাল মাধ্যমে অ্যাডভোকেসি সংঘটিত হয় সেটি বোঝা

সময়সীমা: ১ ঘণ্টা

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা
- দলগত কাজ

উপকরণ:

- প্রজেক্টর

ধাপ- ১: অ্যাডভোকেসি

- অধিবেশনের শুরু হবে অ্যাডভোকেসি নিয়ে আলোচনার মাধ্যমে। প্রশিক্ষক অ্যাডভোকেসি-এর সংজ্ঞায়ন করবেন। প্রাথমিক জীবনের উদাহরণ টেনে তিনি অ্যাডভোকেসি বিষয়টিকে ব্যাখ্যা করবেন।
- **দলগত কাজ:** দলগত কাজ হিসেবে অধিবেশনের শুরুতেই তিনি প্রতি দল থেকে অ্যাডভোকেসির সংজ্ঞা জানতে চাইবেন। এর মাধ্যমে অংশগ্রহণকারীরা অ্যাডভোকেসি সম্পর্কে প্রাথমিক কোনো ধারণা রাখে কি না এবং কতটুকু জানেন তারা- এ সম্পর্কে জানতে পারবেন।

ধাপ- ২: ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি

- এই ধাপে প্রশিক্ষক ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি নিয়ে ব্যাখ্যা করবেন। তিনি প্রথমে এর সংজ্ঞায়ন করবেন এবং বাস্তব জীবনের উদাহরণ দিয়ে বিষয়টিকে ব্যাখ্যা করবেন।
- এরপর তিনি ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির মূল উপাদানগুলো নিয়ে আলোচনা করবেন।
- সর্বশেষ প্রশিক্ষক ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি কৌশল নিয়ে আলোচনা করবেন এবং এই কৌশলগুলোর প্রতিটির সংক্ষিপ্ত বর্ণনা দিবেন।

পাঠোপকরণ:

অ্যাডভোকেসি: অ্যাডভোকেসি বলতে আমরা বুঝি অন্যদের প্রভাবিত বা অন্যদের পরিবর্তনকে প্রভাবিত করার লক্ষ্যে একটি নির্দিষ্ট কারণ, ধারণা বা নীতির "সমর্থন" বা "প্রচার"। এটি নিজের বা সংশ্লিষ্ট সংগঠনের মতামত এবং ইচ্ছা প্রকাশ করতে অথবা কারো অধিকার অর্জনের লড়াইয়ে সাহায্য করার জন্য অন্য ব্যক্তির কাছ থেকে সমর্থন পাওয়ার প্রক্রিয়া। একটি নির্দিষ্ট বিষয়ে সমাজ যত ভালভাবে অবগত হয় এবং মানুষ যত সচেতন হয়ে ওঠে, অ্যাডভোকেসি আরও প্রাসঙ্গিক হয়ে ওঠে। খুব সম্প্রতি, আমরা দেখেছি যে কীভাবে হংকংয়ের নাগরিকরা তাদের সরকার প্রত্যাখ্যান সংক্রান্ত একটি নতুন আইনের জন্য আইন প্রত্যাহার করার জন্য অ্যাডভোকেসি করতে রাস্তায় নেমেছিল। অ্যাডভোকেসি এভাবে সরাসরি উপস্থিত থেকেও হতে পারে, কিন্তু বর্তমান সময়ের প্রেক্ষাপটে সবচেয়ে বেশি প্রাসঙ্গিক হয়ে উঠেছে অনলাইন মাধ্যমে অ্যাডভোকেসি, যেটিকে আমরা বলছি ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি।

ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি: ডিজিটাল অ্যাডভোকেসি বা ই-অ্যাডভোকেসি অথবা অনলাইন অ্যাডভোকেসি নামেও পরিচিত, যেটি একটি নির্দিষ্ট কারণ, ধারণা, নীতি বা সংস্থাকে প্রচার বা সমর্থন করার জন্য ডিজিটাল প্রযুক্তি এবং অনলাইন প্ল্যাটফর্মের ব্যবহার করার প্রক্রিয়াকে বোঝায়। এতে সচেতনতা বাড়াতে, সমর্থকদের একত্রিত করতে এবং জনমত, সিদ্ধান্ত গ্রহণকারী বা সরকারি কর্মকর্তাদের প্রভাবিত করতে ইন্টারনেট এবং বিভিন্ন ডিজিটাল টুল ব্যবহার করা হয়।

ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির মূল উপাদানগুলির মধ্যে রয়েছে:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম: টুইটার, ফেসবুক, ইনস্টাগ্রাম, ইউটিউব এবং লিংকডিন- এর মতো প্ল্যাটফর্মগুলো প্রায়শই তথ্য প্রচার করতে, সমর্থকদের সাথে যোগাযোগ ও সংহতি বৃদ্ধি করতে ব্যবহৃত হয়।

ই-মেইল প্রচারাভিযান: অ্যাডভোকেসি গোষ্ঠী এবং সংস্থাগুলি তাদের সমর্থকদের সাথে যোগাযোগ করতে, আপডেটগুলি ভাগ করে নেওয়ার জন্য এবং পদক্ষেপ গ্রহণ নিশ্চিত করতে ইমেল ব্যবহার করে। যেমন- ই-মেইল পিটিশন।

ওয়েবসাইট এবং ব্লগ: একটি ওয়েবসাইট বা ব্লগ রক্ষণাবেক্ষণ গভীরভাবে তথ্য, গবেষণা, এবং কারণ সম্পর্কিত সম্পদ ভাগ করার জন্য একটি প্ল্যাটফর্ম প্রদান করে। এটি অনলাইন ব্যবহারকারীদের জন্য একটি হাব হিসাবেও কাজ করতে পারে।

অনলাইন পিটিশন: পিটিশন প্ল্যাটফর্ম সমর্থকদের পিটিশনে স্বাক্ষর করার অনুমতি দেয়, যা একটি নির্দিষ্ট সমস্যা বা নীতি পরিবর্তনের জন্য জনসমর্থন প্রদর্শনের একটি কার্যকর উপায় হতে পারে।

অনলাইন তহবিল সংগ্রহ: অ্যাডভোকেসি সংস্থাগুলি প্রায়শই ওয়েবসাইট বা গণ-অর্থায়নের প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে অনুদান পাওয়ার উদ্দেশ্যে তাদের প্রচেষ্টাকে সমর্থন করার জন্য অনলাইন তহবিল সংগ্রহের উপর নির্ভর করে।

ডিজিটাল কন্টেন্ট তৈরি: ভিডিও, ইনফোগ্রাফিক এবং নিবন্ধের মতো আকর্ষণীয় কন্টেন্ট তৈরির মাধ্যমে লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য ব্যাখ্যা এবং বৃহত্তর পরিসরে দর্শক-শ্রোতাদের সম্পৃক্ত করা।

তৃণমূল সংহতি: অনলাইন চ্যানেলের মাধ্যমে সমর্থকদের নির্দিষ্ট পদক্ষেপ নিতে উৎসাহিত করা, যেমন- তাদের নির্বাচিত প্রতিনিধিদের সাথে যোগাযোগ করা বা সমাবেশে অংশগ্রহণ করা।

ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির কৌশলসমূহ:

- **অ্যাডভোকেসি ক্যাম্পেইন পরিকল্পনা:** একটি প্রচারাভিযানের কৌশল তৈরি করার প্রক্রিয়াকে অন্তর্ভুক্ত করে।
- **যোগাযোগ পরিকল্পনা:** একটি যোগাযোগ কৌশল উন্নয়নের উপর জোর দেয়।
- **সোশ্যাল মিডিয়া এবং কন্টেন্ট তৈরি:** লোকেদের আকৃষ্ট করা এবং শক্তিশালী বর্ণনার সাথে আরও কার্যকর সামগ্রী তৈরি করা।
- **পর্যবেক্ষণ এবং মূল্যায়ন:** প্রচারাভিযান কার্যকর কি না তা জানার একটি প্রক্রিয়া।

অধিবেশন ৪: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের কৌশল

আলোচ্য বিষয়:

- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে ধারণা প্রদান।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের সুবিধা এবং অসুবিধা আলোচনা।
- কোস্ট ফাউন্ডেশন- এর সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের নীতিমালা।

উদ্দেশ্য:

ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির অন্যতম উপাদান এবং শক্তিশালী কৌশলগত অস্ত্র হচ্ছে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম। আধুনিক সময়ে অ্যাডভোকেসি সংস্থাগুলো তাদের পক্ষে সমর্থন এবং আস্থা অর্জন করার জন্য ফেসবুক বা টুইটারের মতো সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের পরিসেবাগুলোর উপর খুব বেশি নির্ভরশীল হয়ে পড়েছে। একজন ব্যবহারকারী সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার সম্পর্কে যত বেশি জানবেন তত শক্তিশালীভাবে তিনি এটাকে অ্যাডভোকেসির স্বার্থে হাতিয়ার হিসেবে ব্যবহার করতে পারেন।

- এই অধিবেশন শেষে অংশগ্রহণকারীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম কী, এর বৈশিষ্ট্য, গুরুত্ব, সুবিধা-অসুবিধা ইত্যাদি বিষয় সম্পর্কে বিস্তারিত ধারণা লাভ করবেন।
- কোস্ট ফাউন্ডেশনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার বিধি সম্পর্কে ধারণা লাভ করবেন।
- কীভাবে কোস্ট ফাউন্ডেশন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সাহায্যে অ্যাডভোকেসি সম্পন্ন করে থাকে- এ বিষয়ে জ্ঞান লাভ করবেন এবং সেটি নিজেরাই প্রয়োগ করতে সক্ষম হবেন।

সময়সীমা: ১ ঘন্টা ৩০ মিনিট।

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- দলগত কাজ
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা

উপকরণ:

- প্রজেক্টর
- কাগজ
- কলম

ধাপ- ১:

- অধিবেশনের শুরু হবে দলীয় আলোচনা দিয়ে। প্রশিক্ষক জিজ্ঞাসা করবেন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম অংশগ্রহণকারীদের জীবনে কী কী প্রভাব রাখছে। প্রভাব ইতিবাচক অথবা নেতিবাচক হতে পারে। অংশগ্রহণকারীরা নিজেদের জীবনের অভিজ্ঞতা শেয়ার করবেন।
- এরপর প্রশিক্ষক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সংজ্ঞা দিবেন এবং আরও বিস্তারিত আলোচনা করবেন।

ধাপ- ২:

- এই ধাপে প্রশিক্ষক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের প্রয়োজনীয়তা তুলে ধরবেন।
- একই সাথে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের সুবিধা এবং অসুবিধা বিস্তারিত বর্ণনা করবেন।

ধাপ- ৩:

- অধিবেশনের শেষ ধাপে প্রশিক্ষক কোস্ট ফাউন্ডেশনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের নীতিমালা নিয়ে আলোচনা করবেন।
- কোস্ট ফাউন্ডেশন কীভাবে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে অ্যাডভোকেসি পরিচালনা করে সেটি বর্ণনা করবেন।
- **দলগত কাজ:** শেষ দলগত কাজ হিসেবে প্রশিক্ষক প্রত্যেক অংশগ্রহণকারীকে কোস্ট ফাউন্ডেশন- এর একটি করে সামাজিক যোগাযোগ নীতিমালার অংশ পড়তে বলবেন। প্রত্যেকে একটি করে নিয়ম উচ্চস্বরে পড়বে যাতে অন্যরাও শুনতে পায়। এভাবে আলোচনার মাধ্যমে নীতিমালাগুলো আয়ত্ত্ব করতে সহজ হবে।

পাঠোপকরণ:

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম বলতে বিভিন্ন ডিজিটাল প্রযুক্তি বা ভার্চুয়াল নেটওয়ার্ককে বোঝায় যা তাদের ব্যবহারকারীদের মধ্যে চিন্তা-ভাবনা, কোনো বিষয়ে ধারণা এবং তথ্য ভাগ করে নেওয়ার সুবিধা দেয়। এ মাধ্যমে সাধারণত ব্যবহারকারীর নিজের মস্তিষ্ক-প্রসূত কন্টেন্ট থাকে যা লাইক, শেয়ার, মন্তব্য এবং আলোচনার মাধ্যমে নিজেকে অন্যদের সাথে সংযুক্ত রাখা যায়। বর্তমানে ৪.৭ বিলিয়নেরও বেশি মানুষ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে, যা বিশ্বের মোট জনসংখ্যার প্রায় ৬০% এর সমান।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম কেন গুরুত্বপূর্ণ? মোটা দাগে মানুষ নিজের পরিবার, বন্ধু-বান্ধব, পরিচিতিজনের সাথে যোগাযোগ রক্ষার্থে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে থাকে। কিন্তু বর্তমানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যবহার ব্যাপক ও সুদূরপ্রসারী। সাম্প্রতিক হিসাব অনুসারে, বিশ্বব্যাপী সবচেয়ে জনপ্রিয় সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম হলো ফেসবুক, যার প্রায় ৩ বিলিয়ন ব্যবহারকারী রয়েছে। এখন কেবল নিজের পরিচিতজনের সাথে যোগাযোগের জন্যই এই মাধ্যমগুলো ব্যবহার করা হয় না। এর ব্যবহার হচ্ছে শিক্ষা, ব্যবসা, অ্যাডভোকেসি, সংবাদ প্রচার সব ক্ষেত্রে। সঠিকভাবে ব্যবহার করা হলে এটি আপনার বার্তাকে প্রসারিত করতে পারে এবং আপনাকে দূরবর্তী বর্তমান বা সম্ভাব্য দর্শক-শ্রোতার কাছে পৌঁছাতে সাহায্য করতে পারে। কিন্তু ভুলভাবে ব্যবহার করা হলে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম বিরক্তি এবং হতাশার কারণ হতে পারে। রাজনীতিবিদরাও তাদের বার্তা এবং আদর্শ প্রচার করার জন্য সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করেন। এটি জনগণের সাথে তাদের সংযোগ স্থাপন করার একটি দুর্দান্ত উপায়।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের সুবিধা:

সংযোগ: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম আমাদের যোগাযোগের পদ্ধতিতে বৈপ্লবিক পরিবর্তন এনেছে, যা আমাদের তাৎক্ষণিকভাবে সারা বিশ্বের লোকেদের সাথে সংযোগ করতে দেয়। এটি দীর্ঘ দূরত্বের সম্পর্ক বজায় রাখা এবং বন্ধুবান্ধব এবং পরিবারের সাথে যোগাযোগ রাখা সহজ করে তুলেছে।

তথ্য প্রচার: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম তথ্য এবং চিন্তা-ভাবনা ভাগ করে নেওয়ার জন্য একটি শক্তিশালী হাতিয়ার হয়ে উঠেছে, যা মানুষকে নিজেদের প্রকাশ করতে এবং তাদের চিন্তাভাবনা এবং মতামত শেয়ার করার জন্য একটি প্ল্যাটফর্ম প্রদান করে।

ব্যবসার সুযোগ: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম পণ্য শ্রোতাদের কাছে পৌঁছানোর এবং নতুন উপায়ে তাদের সাথে যুক্ত হওয়ার জন্য সুযোগ খুলে ব্যবসাগুলোকে তাদের পরিসর বাড়াতে এবং সম্ভাব্য গ্রাহকদের সাথে সংযোগ করতে সক্ষম করে।

শিক্ষা: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম শিক্ষার জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ হাতিয়ার হয়ে উঠেছে, সারা বিশ্বের শিক্ষা প্রতিষ্ঠানগুলোতে বর্তমানে ছাত্র ও শিক্ষকদের সাথে সংযোগ স্থাপন করেছে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলো।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের অসুবিধা:

আসক্তি: ব্যবহারকারীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে ঘণ্টার পর ঘণ্টা টানা বসে থাকে। এটি উৎপাদনশীলতার অভাবের কারণ হতে পারে এবং মানসিক স্বাস্থ্যকে নেতিবাচকভাবে প্রভাবিত করতে পারে।

সাইবার বুলিং: সোশ্যাল মিডিয়া সাইবার বুলিংয়ের জন্য একটি প্রজনন ক্ষেত্র হয়ে উঠেছে। ব্যবহারকারীরা প্রায়ই বেনামী উৎস থেকে হয়রানির সম্মুখীন হয়।

গোপনীয়তা: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলো প্রায়শই বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্যে ব্যবহারকারীর তথ্য সংগ্রহ করে এবং ব্যবহার করে, গোপনীয়তা এবং নিরাপত্তা সম্পর্কে উদ্বেগের কারণ হয়ে দাঁড়ায়।

মিথ্যা ও ভুল তথ্য: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলো মিথ্যা তথ্য এবং ভুল খবর ছড়ানোর কেন্দ্র হয়ে উঠেছে, যা ব্যবহারকারীদের মধ্যে বিভ্রান্তি এবং ভুল তথ্যের দিকে পরিচালিত করে।

অধিবেশন ৫: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম এবং প্রচারণা

আলোচ্য বিষয়:

- গণমাধ্যম এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে পোস্ট করার নিয়ম।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের টুলসমূহ।

উদ্দেশ্য: ডিজিটাল অ্যাডভোকেসির একটি বড় অংশ জুড়ে রয়েছে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে প্রচারণার কাজ। এটি মূলত এক বা একাধিক সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার করে একটি নির্দিষ্ট লক্ষ্যকে শক্তিশালী করতে একটি সমন্বিত বিপণন প্রচেষ্টা। এই অধিবেশনের মাধ্যমে-

- গণমাধ্যম এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের পার্থক্য সম্পর্কে জানবেন।
- অংশগ্রহণকারীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কীভাবে সংস্কার প্রচারণা চালাতে হবে- এই বিষয়ে জ্ঞান লাভ করবেন।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের টুলসগুলো কী কী- সেটি সম্পর্কে জানবেন।

সময়সীমা: ১ ঘণ্টা ১৫ মিনিট

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- দলগত কাজ
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা।

উপকরণ:

- প্রজেক্টর
- মোবাইল ফোন

ধাপ- ১:

- অধিবেশনের শুরুতে প্রশিক্ষক অংশগ্রহণকারীদের কাছে জানতে চাইবেন গণমাধ্যম এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম কি একই? তাদের ধারণা সম্পর্কে তিনি জানতে চাইবেন।
- এরপর তিনি গণমাধ্যম এবং সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের পার্থক্য তুলে ধরবেন।

ধাপ- ২:

- এরপর প্রশিক্ষক হট মিডিয়া এবং কুল মিডিয়া সম্পর্কে বলবেন।
- এই দুই মাধ্যমের বৈশিষ্ট্য বর্ণনা করে তিনি অংশগ্রহণকারীদের কাছে জানতে চাইবেন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম কী ধরনের মিডিয়া?

ধাপ- ৩:

- পরবর্তী ধাপে প্রশিক্ষক বিভিন্ন ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে ধারণা দিবেন।
- তিনি অংশগ্রহণকারীদের কাছে জানতে চাইবেন কে কোন ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সাথে যুক্ত আছেন। তিনি বোর্ডে একটি ছক ঝুঁকে দেখবেন কোন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমটি অংশগ্রহণকারীরা সবচেয়ে বেশি ব্যবহার করে থাকেন।

ধাপ- ৪:

- অধিবেশনের এই পর্যায়ে প্রশিক্ষক কোর্স্ট ফাউন্ডেশন- এর ফেসবুক এবং টুইটার ব্যবহার করার নিয়মাবলী নিয়ে বিস্তারিত বলবেন।
- প্রশিক্ষক এই পর্যায়ে উদাহরণ হিসেবে নিজেই একটি ফেসবুক ও একটি টুইটার পোস্ট তৈরি করে দেখাবেন।
- **দলগত কাজ:** দলীয় কাজ হিসেবে প্রশিক্ষক প্রতি দলকে একটি নির্দিষ্ট বিষয়ের উপর একটি করে ফেসবুক এবং টুইটার পোস্ট তৈরি করতে বলবেন। পোস্ট তৈরি করা হয়ে গেলে প্রতি দল সোটি সবার সামনে উপস্থাপনা করবে এবং প্রশিক্ষক ও অন্যান্যরা উপস্থাপিত পোস্টের উপর ফিডব্যাক জানাবেন।

পাঠোপকরণ:

গণমাধ্যম ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের গণমাধ্যম হয়ে ওঠার সময় এখনও আসেনি। ভবিষ্যতে কী হবে সেটা বলা যায় না। তবে এখন পর্যন্ত সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সামাজিক গণমাধ্যম হিসেবেই কাজ করছে। সামাজিক গণমাধ্যম এবং গণমাধ্যমের মধ্যে একটি মূল পার্থক্য হচ্ছে গণমাধ্যমে যে তথ্যটা দেয়া হয় সেটা সম্পাদনার মাধ্যমে উপস্থাপিত হয়। অর্থাৎ একটি তথ্যকে সম্পাদনা, যাচাই-বাছাই, মূল্যায়ন করে নির্দিষ্ট ট্রিটমেন্ট দিয়ে পত্রপত্রিকায় বা টেলিভিশনে প্রচারিত এবং প্রকাশিত হয়। এই পার্থক্যের কারণে যারা গণমাধ্যমের ভোক্তা, পাঠক এবং দর্শক তারা গণমাধ্যমকে বিশ্বাস করে যে, নিউজটি সম্পাদিত হয়ে এসেছে। অতএব এটার ওপর বিশ্বাস রাখা যায়। সামাজিক গণমাধ্যমে তাৎক্ষণিকভাবে যে কোনো বিষয় চলে আসে। মানুষ জানতে পারে। এক্ষেত্রে তাৎক্ষণিকতার একটি মূল্যায়ন আছে। কিন্তু পাঠকের মনে গণমাধ্যম এবং সামাজিক মাধ্যমের যে একটি পার্থক্য সেটা কিন্তু থেকেই যায়। সম্পাদনা হচ্ছে সাংবাদিকতার প্রাণ। যেখানে সম্পাদনা নেই সেখানে আসলে সাংবাদিকতা হয় না। সম্পাদনা ছাড়া যে সামাজিক মাধ্যম চলে সেগুলো কোনো গণমাধ্যম হতে পারে না।

উষ্ণ মাধ্যম ও শীতল মাধ্যম: যোগাযোগ এবং মিডিয়ার বিভিন্ন রূপ আজকের আধুনিক জীবনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ দিক। ইলেকট্রনিক, প্রিন্ট, সামাজিক যোগাযোগ ইত্যাদি বিভিন্ন ধরনের মিডিয়া রয়েছে। মার্শাল ম্যাকলুহান মিডিয়ার একটি ভিন্ন দিক প্রদান করেছেন যা সাধারণত 'হট অ্যান্ড কুল মিডিয়া' নামে পরিচিত। ম্যাকলুহান ১৯৬৪ সালে তাঁর অন্যতম বিখ্যাত বই 'আন্ডারস্ট্যান্ডিং মিডিয়া'-তে এটি প্রকাশ করেছিলেন।

- উষ্ণ মাধ্যম বলতে উচ্চ ডেফিনিশন সম্পন্ন মাধ্যম।
- এই ধরনের মাধ্যমে দর্শকের মিথস্ক্রিয়ার সুযোগ কম থাকে।
- উষ্ণ মাধ্যম মানুষের পাঁচটি ইন্দ্রিয়ের যেকোনো একটির মনোযোগ আকর্ষণ করে।
- উষ্ণ মাধ্যমের বেশিরভাগই ভিজুয়াল মিডিয়া অন্তর্ভুক্ত করে।
- উদাহরণ- সংবাদপত্র, রেডিও, সিনেমা, ফটোগ্রাফি।

অন্যদিকে-

- শীতল মাধ্যম হচ্ছে নিম্ন ডেফিনিশন সম্পন্ন মাধ্যম।
- দর্শকদের মিথস্ক্রিয়ার সুযোগ বেশি থাকে।
- শীতল মাধ্যম মানুষের একাধিক ইন্দ্রিয়ের মনোযোগ আকর্ষণ করে।
- শীতল মাধ্যম সাধারণত 'শ্রবণের অনুভূতিকে বেশি আকর্ষণ করে।
- ম্যাকলুহান টেলিভিশনকে শীতল মাধ্যম বিভাগে অন্তর্ভুক্ত করেছিলেন। সেমিনার এবং কার্টুনগুলি এই মাধ্যমের আরও দুর্দান্ত কয়েকটি উদাহরণ।

ফেসবুক এবং টুইটার ব্যবহার করার নিয়মাবলী:

- ফেসবুকের ক্ষেত্রে অন্য কোনো সংস্থার সাথে কাজ করলে তাদেরকে ট্যাগ করে পোস্ট করুন।
- টুইটারের ক্ষেত্রে অন্য কোনো সংস্থার সাথে কাজ করলে তাদেরকে মেনশন দিন।
- উভয় ক্ষেত্রেই হ্যাশট্যাগ ব্যবহার করুন।
- শুধুমাত্র লিখিত পোস্ট না করে সবসময় ছবি/ভিডিও/ইনফোগ্রাফিক্স ব্যবহার করুন।
- ভিডিও দেড়-দুই মিনিটের বেশি দীর্ঘ হবে না।
- কোনো অনুষ্ঠান বা বিশেষ দিবস উদযাপনের পোস্ট তাৎক্ষণিক প্রচার করতে হবে।
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের বিভিন্ন টুলস ব্যবহার করুন।
- কারও মনে কষ্ট লাগে/অনুভূতিতে আঘাত লাগে এমন শব্দ, বাক্যের ব্যবহার পরিহার করুন।
- একাধিক ভেরিফাইড সূত্র থেকে নিশ্চিত হয়ে তথ্য প্রচার করুন।
- কোনো বিষয়ে জনমত তৈরি করতে নির্দিষ্ট স্লোগান ব্যবহার করুন।
- সংখ্যা এবং বাস্তব জীবনে ঘটে যাওয়া গল্প ব্যবহার করুন।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহারের টুলসমূহ:

- ক্যানভা
- গ্রামারলি
- মোটা বিজনেস স্যুট
- টুইটার অ্যানালিটিক্স
- গুগল অ্যানালিটিক্স, গুগল ডক্স, পিপিটি, গুগল শীট
- ট্রেলো
- স্ট্রিমইয়ার্ড
- ChatGPT

দ্বিতীয় দিন

অধিবেশন ৬: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের জন্য কন্টেন্ট তৈরি

আলোচ্য বিষয়:

- ভিডিও প্রোডাকশনের তাত্ত্বিক বিষয়াবলি।
- মোবাইল ফোনের সাহায্যে ভিডিও ধারণ ও এডিটিং করা।
- এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যার- এর সাহায্যে ভিডিও এডিটিং শেখা।

উদ্দেশ্য: সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের সাহায্যে দর্শক-শ্রোতার কাছে বার্তা পৌঁছানোর প্রধান একটি পদ্ধতি হচ্ছে কন্টেন্ট তৈরি করা। কন্টেন্ট হতে পারে কোনো ছবি, ইনফোগ্রাফিক্স অথবা ভিডিও। এই অধিবেশন শেষে অংশগ্রহণকারীরা-

- ভিডিও প্রোডাকশনের সংজ্ঞা, ধাপসমূহ সম্পর্কে জানতে পারবেন।
- ভিডিও ধারণের সময় কীভাবে শট নিতে হবে সে বিষয়ে ধারণা লাভ করবেন।
- কীভাবে মোবাইল ফোনের সাহায্যে ভিডিও এডিট করতে হয় সে সম্পর্কে হাতে-কলমে শিখতে পারবেন।
- মাঠ পর্যায়ে গিয়ে নিজেরাই নিজেদের মোবাইল ফোনের সাহায্যে ভিডিও ধারণ করে দ্রুততম সময়ে এডিট করে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তা শেয়ার করতে সক্ষম হবেন।
- এডোবি প্রিমিয়ার প্রো ব্যবহারের মাধ্যমে উচ্চ কোয়ালিটি সম্পন্ন ভিডিও এডিটিং করতে সক্ষম হবেন।

সময়সীমা: ৬ ঘণ্টা ৩০ মিনিট

পদ্ধতি:

- প্রশিক্ষকের বক্তব্য
- মাল্টিমিডিয়া উপস্থাপনা
- দলগত কাজ
- ব্যক্তিগতভাবে ভিডিও এডিটিং করা।

উপকরণ:

- প্রজেক্টর
- মোবাইল ফোন
- ল্যাপটপ
- ইন্টারনেট সংযোগ

এই অধিবেশনটিকে **তিনটি পর্বে** বিভক্ত করা হয়েছে। প্রথম পর্বে ভিডিও প্রোডাকশন- এর তাত্ত্বিক দিকগুলো আলোচনা করা হবে, দ্বিতীয় পর্বে মোবাইল ফোনের সাহায্যে ভিডিও ধারণ ও এডিটিং- এর ব্যবহারিক দিকগুলো আলোচনা করা হবে এবং তৃতীয় পর্বে এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যারের সাহায্যে কীভাবে ভিডিও এডিটিং করা হয় তা নিয়ে আলোচনা করা হবে।

ধাপ- ১:

- অধিবেশনের প্রথম পর্বে প্রশিক্ষক ভিডিও প্রোডাকশন- এর সংজ্ঞা জানতে চাইবেন অংশগ্রহণকারীদের কাছে।
- তাদের কাছ থেকে উত্তর সংগ্রহ করে প্রশিক্ষক তাত্ত্বিকভাবে বিষয়টিকে ব্যাখ্যা করবেন।

ধাপ- ২:

- এরপর প্রশিক্ষক ভিডিও প্রোডাকশন- এর ধাপসমূহ নিয়ে আলোচনা করবেন। প্রতিটি ধাপ তিনি বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করবেন।

ধাপ- ৩:

- পরবর্তী ধাপে তিনি কীভাবে শট নিতে হবে এ বিষয়টি আলোচনা করবেন। বিভিন্ন শট তিনি হাতে-কলমে উদাহরণ সহ দেখাবেন এবং বিশ্লেষণ করবেন।
- বিশ্লেষণ শেষে কয়েকটি শটের ছবি দেখিয়ে অংশগ্রহণকারীদের শট চিহ্নিত করতে বলবেন।

ধাপ- ৪:

- তাত্ত্বিক বিষয়গুলো শেষ হলে অধিবেশনের দ্বিতীয় পর্বে প্রশিক্ষক বিভিন্ন ভিডিও এডিটিং অ্যাপস নিয়ে আলোচনা করবেন।
- এই ধাপে তিনি মোবাইল দিয়ে ইনশট অ্যাপের মাধ্যমে কীভাবে ভিডিও এডিটিং করতে হয় সেটি বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করবেন।

ধাপ- ৫:

- **অ্যাসাইনমেন্ট**- এই পর্যায়ে প্রশিক্ষক প্রত্যেক অংশগ্রহণকারীকে এক ঘণ্টা সময় দিবেন। এক ঘণ্টা সময়ের মধ্যে তারা প্রত্যেকে একটি নির্দিষ্ট বিষয়ের উপর মোবাইল ফোনের সাহায্যে ভিডিও ধারণ করে এনে সাথে সাথে এডিট করে প্রশিক্ষককে ই-মেইলের মাধ্যমে জমা দিবেন। অ্যাসাইনমেন্টটি করার সময় কোনো সমস্যা দেখা দিলে প্রশিক্ষক তাদের সাহায্য করবেন।

ধাপ- ৬:

- অধিবেশনের তৃতীয় পর্বে এডোবি প্রিমিয়ার প্রো সফটওয়্যারের সাহায্যে ভিডিও এডিটিং কীভাবে করতে হয় সেটি সম্পর্কে আলোচনা করা হবে। এজন্য অধিবেশনের শুরুতেই অংশগ্রহণকারী সবার ল্যাপটপে সফটওয়্যারটি যেন ইনস্টল করা থাকে সেটি নিশ্চিত করতে হবে।

ধাপ- ৭:

- **অ্যাসাইনমেন্ট-** শেষ ধাপে অংশগ্রহণকারীদেরকে দুইটি অসম্পাদিত ফুটেজ দেয়া হবে সফটওয়্যারটির সাহায্যে এডিট করে একটি ১ মিনিট ৩০ সেকেন্ডের ভিডিও তৈরি করার জন্য। সময় দেয়া হবে ৪৫ মিনিট।

পাঠোপকরণ:

ভিডিও প্রোডাকশন: ভিডিও হল একজন দর্শককে জড়িত, অনুপ্রাণিত করতে বা শিক্ষিত করার জন্য ব্যবহৃত মিডিয়ার অন্যতম সফল রূপ। ভিজুয়াল এবং অডিও উভয় উপাদানকে একত্রিত করে এমন সৃজনশীল কন্টেন্ট তৈরি করা যা একটি নির্দিষ্ট শ্রোতাকে সম্পূর্ণভাবে জড়িত ও প্রভাবিত করে। ভিডিও উৎপাদন একটি বহুমুখী প্রক্রিয়া যা শ্রোতাদের কাছে কার্যকরভাবে ভিডিও ফুটেজ ধারণ, সম্পাদনা এবং বিতরণ করার জন্য সৃজনশীল, প্রযুক্তিগত এবং সাংগঠনিক দক্ষতার পরিসীমাকে অন্তর্ভুক্ত করে।

ভিডিও প্রোডাকশনের ধাপসমূহ: ঐতিহাসিকভাবে ভিডিও প্রোডাকশনের ধাপ রয়েছে চারটি-

- **প্রাক-প্রোডাকশন:** প্রাক-প্রোডাকশন ধাপে পরবর্তী ধাপে যাওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় সমস্ত সৃজনশীল এবং পরিকল্পনা জড়িত থাকে — আইডিয়া, কনসেপ্ট তৈরি, মুড বোর্ড, স্টাইল গাইড, অভিনেতা কাস্টিং, শ্যুটিং লোকেশন নির্ধারণ, প্রপস, স্ক্রিপ্ট লেখা, বাজেট এবং সময়সূচী ঠিক করা।
- **প্রোডাকশন:** প্রোডাকশন হল সেই জায়গা যেখানে ক্যামেরার জাদু ঘটে, পটভূমির ধারণাগুলি দৃশ্যে পরিণত হয় এবং ক্যামেরা রোলিংয়ের সাথে একটি স্ক্রিপ্ট প্রাণবন্ত হয়।
- **পোস্ট প্রোডাকশন:** পোস্ট-প্রোডাকশন হল প্রি-প্রোডাকশনের পর দ্বিতীয় দীর্ঘতম পর্যায়। এই পর্যায়ে এসে ধারণকৃত ভিডিওগুলো এডিটিং করা হয় ও প্রচারের জন্য অনুমোদন দেয়া হয়।
- **বিতরণ:** একটি ভিডিও কেবল ততটাই কার্যকরী যতটা মানুষ এটি দেখতে পান! এই কারণেই এই ধাপটি গুরুত্বপূর্ণ। এই ধাপে প্রস্তুতকৃত ভিডিওটি সংস্থার চাহিদা ও প্রেক্ষাপট বিবেচনায় সঠিক মাধ্যমে প্রচার করা হয়।

বিভিন্ন ধরনের শট:

- **ক্লোজ শট:** শুধু একটি বস্তু, মানুষের শরীরের কোনো অংশ, যেমন- চোখ, মুখমণ্ডল ইত্যাদির শট নেয়া।
- **মিড-ক্লোজ:** শট মাথা থেকে কাধ পর্যন্ত লম্বা শট।
- **মিড শট:** মাথা থেকে বুক/কোমর পর্যন্ত লম্বা শট
- **লং শট:** মানুষের ফুল শট অথবা কোনো হলরুম ভর্তি মানুষের শট অথবা বড় কোনো ময়দানের শট।

অধিবেশন ৭: প্রশিক্ষণ মূল্যায়ন ও সমাপ্তি

আলোচ্য বিষয়:

- প্রশিক্ষণের সারমর্ম আলোচনা।
- প্রশিক্ষক ও অংশগ্রহণকারীদের অনুভূতি ব্যক্ত করা।
- প্রাক-পরীক্ষার অনুকরণে প্রশিক্ষণ শেষে যাচাই পরীক্ষা।

উদ্দেশ্য: এটি প্রশিক্ষণের সর্বশেষ অংশ। এই অধিবেশনের উদ্দেশ্য হচ্ছে-

- পুরো প্রশিক্ষণটি অংশগ্রহণকারীদের হৃদয়ঙ্গম হয়েছে কি না সেটি যাচাই করা।
- অংশগ্রহণকারীরা প্রশিক্ষণটি থেকে নতুন কী কী বিষয় শিখতে পেরেছে সেটি পর্যালোচনা করা।
- ভবিষ্যৎ প্রশিক্ষণে তারা আরও কী কী বিষয় সম্পর্কে জানতে চান সেটি তালিকা তৈরি করা।
- বর্তমান প্রশিক্ষণে কী কী সীমাবদ্ধতা ছিল তা চিহ্নিত করা।
- প্রশিক্ষণ শেষে অংশগ্রহণকারীদের ফলো-আপ কাজের পরিকল্পনা প্রদান করা।

সময়সীমা: ১ ঘণ্টা ৩০ মিনিট

পদ্ধতি:

- অংশগ্রহণমূলক আলোচনা
- প্রশ্নোত্তর

উপকরণ:

- কাগজ
- কলম

ধাপ- ১:

- অধিবেশনের শুরুতে প্রশিক্ষক অংশগ্রহণকারীদের কাছ থেকে দুই দিনব্যাপী প্রশিক্ষণের সারমর্ম জানতে চাইবেন।
- এই ধাপে প্রশিক্ষক পরবর্তী তিন মাসের জন্য অংশগ্রহণকারীদেরকে কিছু ফলো-আপ কাজের পরিকল্পনা প্রদান করবেন।

ধাপ- ২:

- এরপর প্রশিক্ষক অংশগ্রহণকারীদের সম্পর্কে বা প্রশিক্ষণ সম্পর্কে নিজের কিছু বলার থাকলে সেটি ব্যক্ত করবেন।
- অংশগ্রহণকারীদেরকেও বলার সুযোগ দিবেন।

- তারা আরও কী কী বিষয় শিখতে চান ভবিষ্যতে ও এই প্রশিক্ষণে আরও কী কী বিষয় থাকলে ভালো হতো- এই সবকিছু নিয়ে আলোচনা করবেন।

ধাপ- ৩:

- সবশেষে প্রাক পরীক্ষার অনুরূপ প্রশ্নপত্রে একটি যাচাই পরীক্ষা হবে।
- এই পরীক্ষার মাধ্যমে অংশগ্রহণকারীরা কী কী নতুন জ্ঞান অর্জন করলেন সেটি যাচাই করা হবে। পরীক্ষা হবে ৩০ মিনিটের।