



व्यावसायिक सम्प्रेषण

SYLLABUS

Unit-I **Introduction** : Process and Importance of Communication. Types of Communication (verbal & Non Verbal), Different forms of Communication. Barriers to Communication: Linguistic Barriers, Psychological Barriers, Interpersonal Barriers, Cultural Barriers, Physical Barriers, Organizational Barriers. Role, effects and advantages of technology in Business Communication like email, text messaging, instant messaging and modern techniques like video conferencing: social networking. Strategic importance of e-communication.

Unit-II **NON-Verbal Aspects of Communicating:** Body Language, Kinesics, Proxemics, Paralanguage. Effective Listening: Principles of Effective listening, Factors affecting listening exercises, Oral, Written and video sessions. **Interviewing skills:** Appearing in interviews. Writing resume and letter of application. Modern forms of communicating: E-Mail, Video Conferencing etc.

Unit-III **Business language and presentation** : Importance of Business language, Vocabulary Words often confused Words often misspelt, Oral Presentation Importance, Characteristics, Presentation Plan, Power point presentation, Visual aids.

Writing skills: Planning business messages, Rewriting and editing, The first draft and Reconstructing the finaldraft.

Office Correspondence: Official Letter, Semi Official Letter And Memorandum

Unit-IV **Report Writing** : Identify the types of reports, define the basic format of a report, identify the steps of report writing, write a report meeting the format requirements, determine the process of writing a report, importance of including visuals such as tables, diagrams and charts in writing report, apply citation rules (APA style documentation)in reports.

पंजीकृत कार्यालय
विद्या लोक, बागपत रोड, टी०पी० नगर,
मेरठ, उत्तर प्रदेश (NCR) 250 002
फोन : 0121-2513177, 2513277
www.vidyauniversitypress.com

© प्रकाशक

सम्पादन एवं लेखन
शोध एवं अनुसन्धान प्रकोष्ठ

मुद्रक
विद्या यूनिवर्सिटी प्रेस

विषय-सूची

UNIT-I : व्यावसायिक सम्प्रेषण का परिचय	...3
UNIT-II : अशाब्दिक सम्प्रेषण एवं साक्षात्कार कौशल	...35
UNIT-III : व्यावसायिक भाषा एवं लेखन कौशल	...60
UNIT-IV : रिपोर्ट लेखन	...84
⦿ मॉडल पेपर	...96

UNIT-I

व्यावसायिक सम्प्रेषण का परिचय Introduction to Business Communication

खण्ड-अ अतिलघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. सम्प्रेषण की उत्पत्ति से क्या आशय है?

उत्तर सम्प्रेषण (Communication) शब्द अंग्रेजी के 'Common' शब्द से बना है जिसकी उत्पत्ति लैटिन शब्द 'Communicare' से हुई है, जिसका शाब्दिक अर्थ है—एक समान। सम्प्रेषण वह साधन है जिसमें संगठित क्रिया द्वारा तथ्यों, सूचनाओं, विचारों, विकल्पों एवं निर्णयों का दो या अधिक व्यक्तियों के मध्य अथवा व्यावसायिक उपक्रमों के मध्य आदान-प्रदान होता है। सन्देशों का आदान-प्रदान लिखित, मौखिक अथवा सांकेतिक हो सकता है। माध्यम बातचीत, विज्ञापन, रेडियो, टेलीविजन, समाचारपत्र, ई-मेल, पत्राचार आदि कुछ भी हो सकता है। सम्प्रेषण को सन्देशवाहन, संचार अथवा संवहन आदि समानार्थी शब्दों से पुकारा जाता है।

प्र.2. सम्प्रेषण के परम्परागत स्वरूप के तत्त्वों को लिखिए।

उत्तर सम्प्रेषण के परम्परागत स्वरूप में पाँच तत्त्व : (1) सन्देशवाहक वक्ता अथवा लेखक, (2) विचार जो सन्देश, आदेश या अन्य रूप में है, (3) संवाहन कहने, लिखने अथवा जारी करने के रूप में, (4) सन्देश प्राप्त करने वाला, (5) सन्देश प्राप्तकर्ता की प्रतिपुष्टि या प्रतिक्रिया, आदि होते हैं।

प्र.3. सम्प्रेषण प्रक्रिया के तत्त्व बताइए।

उत्तर प्रचलित एवं एकरूप सम्प्रेषण प्रक्रिया के निम्न महत्वपूर्ण संघटक, तत्त्व, पग अथवा घटक हैं :
संदेश → प्रेषक → संकेतभाव → माध्यम → प्रापक → निहित अर्थ समझना → प्रतिपुष्टि
जबकि डेविड के० बार्लो (David K. Berlo) ने सम्प्रेषण प्रक्रिया में निम्न घटक बताए हैं:
विचार → संकेतभाव → पारेषण → प्राप्ति → प्रापक → संकेतभाव → क्रियान्वयन

प्र.4. प्रभावी तथा निष्क्रिय प्रतिपुष्टि को किस प्रकार प्रदर्शित किया जाता है?

उत्तर संक्षेप में प्रभावी तथा निष्क्रिय प्रतिपुष्टि को निम्न प्रकार प्रदर्शित कर सकते हैं—

प्रभावी प्रतिपुष्टि	निष्क्रिय प्रतिपुष्टि
1. कर्मचारियों के हित में	कर्मचारियों के अल्प हित में
2. विशेष	सामान्य
3. वर्णनात्मक	मूल्यांकित
4. उपयोगी	अनौचित्यपूर्ण
5. समय से	अन्तिम
6. कर्मचारियों की तत्परता	कर्मचारियों को रसात्मक बनाना
7. स्पष्ट	न समझने योग्य
8. वैध	भ्रामक

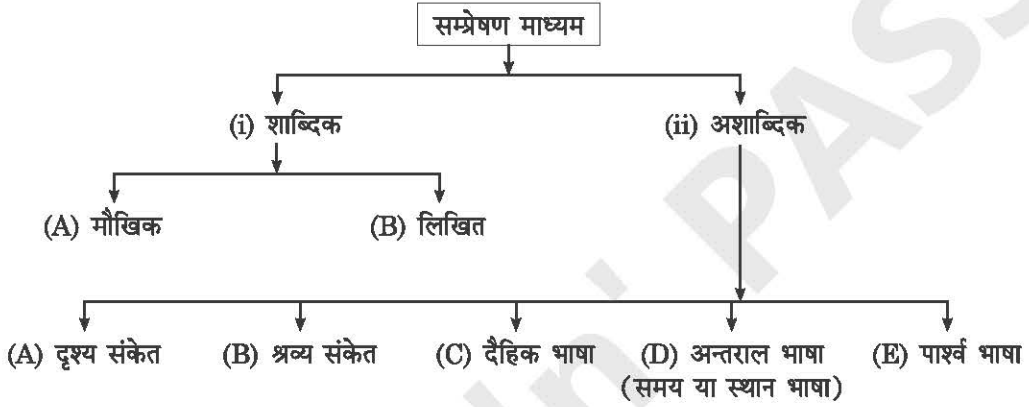
प्र.5. व्यावसायिक संस्थानों में कितने प्रकार का सम्प्रेषण होता है?

उत्तर व्यावसायिक संस्थानों में प्रायः दो प्रकार का सम्प्रेषण होता है—आन्तरिक सम्प्रेषण एवं बाह्य सम्प्रेषण। आन्तरिक सम्प्रेषण संस्था के कर्मचारियों के मध्य होता है जिसमें संदेशों, सूचनाओं, निर्देशों एवं सुझावों का आदान-प्रदान किया जाता है।

आन्तरिक सम्प्रेषण औपचारिक एवं अनौपचारिक दोनों प्रकार का हो सकता है। बाह्य सम्प्रेषण संस्था के व्यक्तियों द्वारा बाह्य जगत—सरकार, विभिन्न सरकारी विभाग, ग्राहक, आम जनता एवं निवेशकों आदि के साथ किया जाता है। संस्था की नीतियों एवं उद्देश्यों का सम्प्रेषण संस्था के उत्तराधिकारियों द्वारा अपने अधीनस्थों को किया जाता है तथा ऐसा सम्प्रेषण लिखित एवं मौखिक दोनों प्रकार का हो सकता है। आज के आधुनिक युग में सम्प्रेषण प्रक्रिया में लिखित एवं मौखिक दोनों में अनेक नई तकनीकों का आविष्कार हुआ है।

प्र.6. व्यावसायिक सम्प्रेषण के माध्यम को चार्ट द्वारा समझाइए।

उत्तर व्यावसायिक सम्प्रेषण के निम्नलिखित प्रमुख माध्यम हैं—



प्र.7. मौखिक सम्प्रेषण से आप क्या समझते हैं?

उत्तर जब कोई संवाद एवं सूचना मौखिक उच्चारण कर प्रेषित की जाए तो इसे मौखिक सम्प्रेषण कहते हैं। इसमें दो पक्ष होते हैं—प्रेषक एवं संदेश प्राप्तकर्ता। भाषा प्रथम रूप से मौखिक होती है। मौखिक सम्प्रेषण ही वह सूत्र है जो मानवीय सम्बन्धों की स्थापना करता है। घर, सार्वजनिक स्थान अथवा संगठन इन सभी में मौखिक सम्प्रेषण ही व्यक्तियों को आपस में एक सूत्र में जोड़ते हैं। संगठन में अनेक औपचारिक एवं अनौपचारिक सम्प्रेषण का माध्यम मौखिक ही होता है।

प्र.8. मौखिक सम्प्रेषण में कौन-से माध्यम उपयोग में लाए जाते हैं?

उत्तर मौखिक सम्प्रेषण में निम्नलिखित माध्यम उपयोग में लाए जाते हैं—

- (i) आमने-सामने वार्तालाप (Face-to-Face Conversation)
- (ii) दूरभाष पर वार्तालाप (Conversation over the Telephone)
- (iii) रेडियो प्रसारण (Radio Broadcasting)
- (iv) टेप रिकॉर्डर (Tape Recorder)
- (v) साक्षात्कार (Interview)
- (vi) सामूहिक संवाद (Group Discussion)
- (vii) सभाएँ (Meetings)
- (viii) सम्मेलन (Conferences)
- (ix) विचारगोष्ठियाँ (Seminars)
- (x) भाषण (Speeches)
- (xi) घोषणाएँ (Announcements)

प्र.9. लिखित सम्प्रेषण से क्या आशय है?

उत्तर जब सन्देश का आदान-प्रदान लिखित रूप में होता है, तो उसको लिखित सम्प्रेषण कहते हैं। विस्तृत सन्देशों अथवा स्थायी तथा भविष्य में सन्दर्भ के रूप में रखे जाने वाले सन्देशों का लिखित सम्प्रेषण किया जाता है। जब सन्देशों को एक साथ विभिन्न स्थानों पर अनेक व्यक्तियों को सम्प्रेषित करना हो तब लिखित सम्प्रेषण ही उपयोगी होता है।

प्र.10. दृश्य संकेत भाषा की सीमाएँ लिखिए।

उत्तर दृश्य संकेत भाषा की निम्नलिखित सीमाएँ हैं—

1. **साधारण सन्देशों की दशा में उपयुक्त**—दृश्य संकेत भाषा केवल सामान्य संकेतों, सन्देशों तथा विचारों को ही सम्प्रेषित करने का माध्यम है। जटिल, विशिष्ट, विषम सन्देशों का दृश्य संकेत भाषा में सम्प्रेषित करना लगभग असम्भव कार्य है। दृश्य संकेत भाषा काफी दीर्घ अवधि में सर्वव्यापी होती है। इस माध्यम में सन्देश प्राप्तकर्ता को दृश्य संकेत के अर्थ का पूर्वज्ञान होना आवश्यक है।
2. **विशेष दक्षता की आवश्यकता**—चित्र, फोटोग्राफ, पोस्टर आदि के द्वारा सन्देश सम्प्रेषित करना एक कठिन कार्य है। केवल अनुभवी, दक्ष और विशिष्ट कुशलता वाले व्यक्ति ही अपने सही विचार इन माध्यमों से प्रेषित कर सकते हैं।
3. **सीमित क्षेत्र**—दृश्य संकेत भाषा का क्षेत्र सीमित है, क्योंकि दृश्य संकेत भाषा तभी प्रभावी होती है जब साथ-साथ मौखिक सम्प्रेषण भी किया जाए। इसके अतिरिक्त दृश्य संकेत भाषा प्रेषक तथा प्राप्तकर्ता के मध्य गलतफहमी (Misunderstanding) उत्पन्न कर सकती है।

प्र.11. श्रव्य संकेत भाषा के गुण बताइए।

उत्तर श्रव्य संकेत भाषा के गुण निम्नलिखित हैं—

1. **शीघ्र सम्प्रेषण**—ध्वनि विस्तारण बड़ी तीव्र गति के साथ होता है। जिससे यह अपने सन्देश का सम्प्रेषण पर्याप्त स्थान में बड़ी सुविधा से सभी भाव सम्प्रेषित कर देता है।
2. **समय प्रबन्ध में उपयोगी**—ध्वनि संकेत भाषा व्यावसायिक एवं प्रबन्धन में अत्यन्त लाभकारी है। सायरन, हूटर अथवा घण्टी की आवाज के साथ ही कार्य पर आने वाले तथा कार्य छोड़ने वाले अविलम्ब सक्रिय हो जाते हैं। विशिष्ट ध्वनि यन्त्रों के द्वारा व्यस्त अधिकारी अपने समय का प्रबन्धन करते हैं।
3. **आकस्मिक स्थितियों में उपयोगी**—आकस्मिक अथवा आपातकाल में ध्वनि संकेत भाषा अत्यधिक प्रभावी है। कार्यालयों अथवा कारखानों में आपातकाल अथवा कार्य अवरोधों की दशा में सुरक्षात्मक उपाय अपनाने के लिए ध्वनि संकेत भाषा सबसे प्रभावी सम्प्रेषण माध्यम है।

प्र.12. श्रव्य संकेत भाषा की सीमाओं को बताइए।

उत्तर श्रव्य संकेत भाषा की निम्नलिखित सीमाएँ हैं—

1. **सीमित प्रयोग**—श्रव्य संकेत भाषा का प्रयोग काफी सीमित है। व्यावसायिक सम्प्रेषण में कुछ दैनिक कार्यकलापों के संचालन में ही इसका प्रयोग होता है। कार्यालयों एवं कारखानों में कार्यरत लोगों के लिए केवल सीमित सन्देश सम्प्रेषण ही उपयोगी है।
2. **दुरुपयोग**—श्रव्य संकेत भाषा केवल ध्वनि पर आधारित है जो किसी यन्त्र के माध्यम से विस्तारित की जाती है। हड़ताल एवं निहित कार्यों में इन यन्त्रों का दुरुपयोग किया जा सकता है।

प्र.13. आन्तरिक सम्प्रेषण के उद्देश्यों को समझाइए।

उत्तर आन्तरिक सम्प्रेषण के उद्देश्यों को निम्न प्रकार समझाया जा सकता है—

1. नीतियों व योजनाओं का संगठित क्रियान्वयन।
2. संगठन के कर्मचारियों के बीच मैत्रीपूर्ण एवं सौहार्द्रपूर्ण वातावरण का निर्माण।
3. संस्था के कर्मचारियों में नेतृत्व एवं निर्देशन आदि गुणों का विकास।
4. व्यावहारिक कठिनाइयों की जानकारी एवं उनको अविलम्ब दूर करने के प्रयास।
5. कर्मचारियों को अभिप्रेरणा तथा प्रशंसा एवं ऐसे स्वस्थ वातावरण का जन्म जिससे वे अपनी सम्पूर्ण क्षमता से कार्यशील हो सकें।
6. कार्य एवं कर्मचारियों पर प्रभावी नियन्त्रण।
7. प्रबन्ध द्वारा आसानी से कर्मचारियों का कार्य एवं निष्पादन मूल्यांकन तथा श्रेष्ठ कर्मचारियों का चयन।
8. संस्था के उद्देश्यों का विस्तार।

प्र.14. बाह्य सम्प्रेषण के उद्देश्यों को बताइए।

उत्तर बाह्य सम्प्रेषण के उद्देश्य निम्न प्रकार हैं—

1. ग्राहकों की अभिरुचि का ज्ञान।
2. आपूर्तिदाताओं से मधुर सम्बन्ध का निर्माण।
3. विपणन लक्ष्यों की प्राप्ति में सहायक।
4. सरकारी नीतियों एवं सामाजिक परिवेश के परिवर्तन की अपेक्षित जानकारी।
5. बीमा, बैंक, परिवहन एवं सरकारी कार्यालयों से निरन्तर एवं सौहार्द्रपूर्ण जानकारी।
6. व्यावसायिक सुअवसरों की खोज एवं प्राप्ति में सफलता।

प्र.15. व्यावसायिक सम्प्रेषण को संगठन के आधार पर समझाइए।

उत्तर संगठन में कार्यरत व्यक्तियों के अन्तर्सम्बन्धों को दो आधार पर बाँटा गया है—औपचारिक एवं अनौपचारिक। औपचारिक संरचना अधिकारों एवं उत्तरदायित्व की शृंखला पर आधारित होती है जबकि अनौपचारिक संरचना आपतित सामाजिक सम्बन्धों पर आधारित होती है। अतः व्यावसायिक सम्प्रेषण को भी दो वर्गों में बाँटा गया है जिसको सम्प्रेषण शृंखला (Channel of Communication) भी कहते हैं।

प्र.16. सम्प्रेषण की बाधाओं को कितनी श्रेणियों में बाँटा गया है?

उत्तर सम्प्रेषण की बाधाओं को निम्नलिखित श्रेणियों में बाँटा जा सकता है—

1. भाषा सम्बन्धी बाधाएँ (Linguistic Barriers)
2. भौतिक बाधाएँ (Physical Barriers)
3. संगठनात्मक बाधाएँ (Organisational Barriers)
4. मनोवैज्ञानिक बाधाएँ (Psychological Barriers)
5. पारस्परिक बाधाएँ (Personal Barriers)
6. सांस्कृतिक बाधाएँ (Cultural Barriers)
7. अन्य बाधाएँ (Other Barriers)

प्र.17. सांस्कृतिक बाधा पर नियन्त्रण को समझाइए।

उत्तर किसी भी सफल और प्रभावी संचार के लिए किसी भी प्रकार की बाधा से बचना या दूर करना महत्वपूर्ण है। विशेष रूप से क्रॉस-सांस्कृतिक संचार के सन्दर्भ में, सभी प्रकार की सांस्कृतिक बाधाओं से बचना महत्वपूर्ण है। यह विभिन्न सांस्कृतिक सन्दर्भों के बीच तनाव पैदा करेगा। दो देशों के बीच युद्ध, व्यापार रहस्योद्घाटन के कारण संचार के बीच सांस्कृतिक बाधाओं के कारण हो सकते हैं। संचार में सांस्कृतिक बाधाओं से बचने के लिए हमें निम्नलिखित बिन्दुओं को ध्यान में रखना चाहिए—

1. सन्दर्भ के फ्रेम से बचें 2. आपसी भाषा और संकेतों का प्रयोग करें 3. सन्देह होने पर प्रश्न पूछें 4. आपसी सम्मान के लिए जगह प्रदान करें 5. नए विचारों के लिए खुला 6. विभिन्न संस्कृति को स्वीकार करना और अपनाना 7. संचार के सन्दर्भ को समझें।

प्र.18. फैक्स क्या है?

उत्तर संचार प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में फैक्स एक लोकप्रिय प्रणाली है। फैक्स का उपयोग मुख्य रूप से दस्तावेजों को भेजने में किया जाता है। इस उपकरण की सहायता से टेलीफोन नेटवर्क के द्वारा किसी दस्तावेज को दूरवर्ती स्थान पर बिल्कुल इस प्रकार से भेजा जाता है, जिस प्रकार से हम किसी दस्तावेज की फोटोस्टेट मशीन से प्रतिलिपि प्राप्त करते हैं।

प्र.19. फैक्स के महत्त्व को बताइए।

उत्तर यह एक त्वरित एवं सस्ती प्रणाली है जिसके द्वारा हम अपने दस्तावेजों की फोटोकॉपी इच्छित व्यक्ति तक अविलम्ब पहुँचा सकते हैं। दैनिक कार्य-प्रणाली से लेकर स्वास्थ्य, चिकित्सा, शिक्षा, व्यापार, कृषि, बैंकिंग तथा बीमा आदि के क्षेत्र में फैक्स व्यापक परिवर्तन का एक मुख्य आधार बन गया है।

प्र.20. वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के लाभ बताइए।

उत्तर वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के लाभ निम्न प्रकार हैं—

1. विभिन्न स्थानों पर बैठे लोग लगभग आमने-सामने की तरह सम्प्रेषण करते हैं।

2. एक साथ सम्प्रेषण तो केवल दो अलग-अलग स्थानों से पक्षों के साथ ही किया जा सकता है, लेकिन उन स्थानों से सम्प्रेषण बनाए रखा जा सकता है।
3. संगठन के अलग-अलग स्थानों के विभागों, शाखाओं से त्वरित गति से लगभग प्रत्यक्ष सम्प्रेषण होता है।
4. दृश्य एवं श्रव्य दोनों संकेतों का सम्प्रेषण।
5. लम्बी दूरियों की बिना यात्रा किए हुए सभा सम्मेलन में वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से सहभागिता।
6. मुख्य कार्यालय से विभिन्न क्षेत्रों के कार्यालयों की लगभग प्रत्यक्ष समीक्षा।

प्र.21. ई-मेल की सीमाएँ लिखिए।

उत्तर ई-मेल की सीमाएँ निम्न प्रकार हैं—

1. ई-मेल द्वारा सम्प्रेषण करने के लिए सन्देश प्राप्तकर्ता के पास भी ई-मेल सुविधा होना आवश्यक है।
2. ई-मेल द्वारा सम्प्रेषण प्राप्त करने पर प्राप्तकर्ता को इसकी जानकारी होना आवश्यक है।

प्र.22. दैहिक भाषा सम्प्रेषण को समझाइए।

उत्तर प्रभावी सन्देशग्राही के लिए आवश्यक है कि वह सम्प्रेषक से नेत्र सम्बन्ध बनाए रखे तथा आवश्यकतानुसार सन्देश को समझने तथा सहमत होने के सम्बन्ध में अपने सिर को सकारात्मक रूप में हिलाकर यह प्रदर्शित करे कि सन्देश का आशय पूर्णतया स्पष्ट है। इससे सम्प्रेषक को प्रभावी ढंग से बोलने के लिए बल मिलता है।

जिस प्रकार बुरी आदतों को परिवर्तित करने में समय लगता है उसी प्रकार नई अच्छी आदतों का विकास करने में भी समय लगता है। इसके लिए निरन्तर प्रयास की आवश्यकता होती है। सुनना सम्प्रेषण प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण अंग है तथा इसे प्रभावी बनाने के लिए सम्प्रेषक एवं सन्देशहीनता दोनों का मिश्रित प्रयास करने की आवश्यकता होती है। तभी इस प्रक्रिया को प्रभावी बनाया जा सकता है।

प्र.23. उपग्रह सम्प्रेषण से आपका क्या अभिप्राय है?

उत्तर

उपग्रह सम्प्रेषण

(Satellite Communication)

इण्टरनेट, ई-मेल, सेल्युलर टेलीफोन आदि में सम्प्रेषण उपग्रह के माध्यम से किया जाता है, किन्तु आज इण्टरनेट, सेल्युलर फोन आदि पर आवश्यकता से अधिक कार्य का बोझ (Over-loading) पड़ने लगा है जिससे सम्पर्क बनाने में देरी होती है। कम्पनियों तथा निगम, जिनको विशाल एवं व्यापक क्षेत्र में सम्प्रेषण कार्य करना पड़ता है, इस अवरोध से समस्याग्रस्त हो जाते हैं। इसलिए स्वयं के अथवा किराए पर लेकर उपग्रह द्वारा अपने सम्पूर्ण सम्प्रेषण तन्त्र को अधिक सक्रिय बनाने का प्रयास कर रहे हैं। जब स्वयं का उपग्रह होता है, तो सम्पर्क एवं सम्प्रेषण में अवरोध की सम्भावना काफी कम हो जाती है।

ग्लोबलस्टार (Globlastar), इरीडियम (Iridium) तथा ओडसी (Odyssey) आदि ने लगभग 100 से अधिक उपग्रह सम्प्रेषण ऐसे उन्नत व्यावसायिक संगठन को किराए पर देने की योजना बनायी है। कुछ संगठन इसका प्रयोग भी कर रहे हैं।

खण्ड-ब लघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. सम्प्रेषण की प्रकृति को समझाइए। सम्प्रेषण विज्ञान एवं कला दोनों हैं, स्पष्ट कीजिए।

उत्तर

सम्प्रेषण की प्रकृति

(Nature of Communication)

सम्प्रेषण एक ऐसी साधारण प्रक्रिया है जिसके द्वारा निर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए प्रयास किया जाता है। इससे व्यक्तियों, समूहों एवं विभागों के बीच सूचनाओं का आदान-प्रदान होता है। सम्प्रेषण द्वारा समको एवं सूचनाओं का सम्प्रेषण मुख्य विभाग से उप-विभागों में तथा उप-विभागों से व्यक्तियों या समूहों को किया जाता है। सम्प्रेषण में वर्तमान एवं भूतकाल की दोनों सूचनाओं को सम्मिलित किया जाता है। सम्प्रेषण प्रबन्ध प्रक्रिया का एक यन्त्र है। उच्चाधिकारियों एवं अधीनस्थों के मध्य मधुर सम्बन्धों का सृजन केवल प्रभावी एवं अर्थवान सम्प्रेषण द्वारा ही किया जा सकता है। सम्प्रेषण की प्रकृति सन्देशों एवं अन्तर्सम्बन्धों के आदान-प्रदान करने की होती है। सम्प्रेषण लिखित, मौखिक, अभिनय एवं तस्वीरों आदि के द्वारा किया जा सकता है।

सम्प्रेषण का मुख्य उद्देश्य केवल यही होता है कि सन्देश प्राप्तकर्ता सन्देश को मूलरूप से तथा उसी दृष्टिकोण के अनुसार समझे जैसा कि सम्प्रेषक ने सम्प्रेषित किया है। सम्प्रेषण तभी प्रभावी होता है जब प्रापक द्वारा पूर्णतया समझ लिया जाता है। यदि प्रापक द्वारा न समझा जाए तो ऐसी सम्प्रेषण प्रक्रिया पूर्ण नहीं मानी जाती है।

सम्प्रेषण विज्ञान एवं कला दोनों हैं—सम्प्रेषण प्रक्रिया में विज्ञान एवं कला दोनों के तत्त्व पाए जाते हैं। इसलिए सम्प्रेषण को विज्ञान एवं कला दोनों कहा जाता है।

1. **सम्प्रेषण विज्ञान है—**किसी विषय विशेष से सम्बन्धित व्यवस्थित एवं क्रमबद्ध ज्ञान जो कि सिद्धान्तों पर आधारित हो, उसे विज्ञान कहते हैं। ज्ञान वैज्ञानिक विधियों पर आधारित होना चाहिए। विज्ञान सम्पूर्ण विचारधारा की व्याख्या करता है, क्योंकि इसके द्वारा कारण और प्रभाव के मध्य सम्बन्ध स्थापित किया जाता है तथा उसके सिद्धान्त सार्वभौमिक रूप से स्वीकार्य होते हैं तथा इसकी परिकल्पनाओं को सत्यता की कसौटी पर परखा जाता है।
2. **सम्प्रेषण कला है—**कला एक ऐसा कौशल है जिसे सीखने की तुलना में अभ्यास द्वारा प्रभावी ढंग से विकसित किया जा सकता है। अन्य शब्दों में, कला किसी कार्य को सर्वोत्तम ढंग से करने की विधि को कहते हैं। यह उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए दिशा-निर्देश प्रदान करती है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया को सम्पूर्ण एवं प्रभावी बनाने के लिए केवल क्रमबद्ध एवं व्यवस्थित ज्ञान ही पर्याप्त नहीं है बल्कि प्रस्तुत करने की अभिव्यक्ति ही आवश्यक है। कला एवं विज्ञान दोनों के उचित मिश्रण से ही सम्प्रेषण को प्रभावी बनाया जा सकता है। इसलिए सम्प्रेषण को पुरानी कला तथा नया विज्ञान कहा जाता है। सम्प्रेषण कला एवं विज्ञान दोनों हैं।

प्र.2. सम्प्रेषण के बढ़ते हुए महत्त्व के क्या कारण हैं? समझाइए।

उत्तर

सम्प्रेषण के बढ़ते हुए महत्त्व के कारण

(Reasons of Growing Importance of Communication)

वर्तमान गतिशील वातावरण में सूचनाओं का आदान-प्रदान एक अपरिहार्य कार्य है और सम्प्रेषण एक सामाजिक क्रिया है जिसके द्वारा व्यक्ति अथवा समूह अपने विचारों, भावनाओं, प्रतिक्रियाओं, तथ्यों, समकों का आदान-प्रदान करता है। सम्प्रेषण शीर्ष, मध्यम एवं निचले सभी स्तरों पर किया जाता है। सम्प्रेषण आज आधुनिक सभ्य समाज में सौहार्द, मैत्री एवं समन्वय करने की एक महत्वपूर्ण कड़ी का कार्य करता है। इसी कारण आज के युग में सम्प्रेषण का व्यावसायिक प्रक्रिया के प्रत्येक घटक का महत्त्व लगातार बढ़ रहा है। इसके प्रमुख कारण निम्नवत हैं—

1. **संगठनों का बढ़ता हुआ आकार—**वर्तमान में संगठनों का बढ़ता हुआ आकार सम्प्रेषण की प्रभावी व्यवस्था को इंगित करता है। केन्द्रीय नियन्त्रण कक्ष में सम्प्रेषण ही नियन्त्रण के साधन के रूप में होता है।
2. **ट्रेड-यूनियन में बढ़ोत्तरी—**गत दशकों से ट्रेड यूनियन शक्तिशाली संगठन के रूप में उभर रही है। कोई भी प्रबन्ध तन्त्र ट्रेड यूनियन के सहयोग के बिना प्रभावी नहीं हो सकता, अतः प्रबन्ध तन्त्र एवं ट्रेड यूनियन में एक प्रभावी सम्प्रेषण अनिवार्य है।
3. **मानवीय सम्बन्धों का बढ़ता हुआ महत्त्व—**संगठन के कर्मचारी मशीन की भाँति नहीं होते हैं। उनकी अपनी आशाएँ एवं इच्छाएँ होती हैं। प्रबन्ध तन्त्र को कर्मचारियों की इन आशाओं एवं इच्छाओं को जानने की आवश्यकता होती है जिसके लिए सम्प्रेषण एक मात्र साधन है।
4. **जन सम्पर्क—**प्रत्येक संगठन के सामाजिक उत्तरदायित्व होते हैं। ये उत्तरदायित्व कर्मचारियों के प्रति, ग्राहकों के प्रति तथा सरकार और पूर्तिकर्ताओं के प्रति होते हैं। सम्प्रेषण के माध्यम से एक संगठन अपनी पहचान इन व्यक्तियों के मध्य बना सकता है तथा उसे सुरक्षित रख सकता है।
5. **व्यावहारिक विज्ञान में प्रगति—**व्यावहारिक विज्ञान; जैसे—मनोविज्ञान, सामाजिक विज्ञान, मानव जीवन की प्रकृति पर प्रकाश डालते हैं तथा जीवन के प्रति एक सकारात्मक दृष्टिकोण का निर्माण करते हैं। ये सभी सम्प्रेषण के बिना सम्भव नहीं है।
6. **तकनीकी प्रगति—**वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रगति के कारण सम्पूर्ण विश्व तीव्रता से परिवर्तित हो रहा है। ये प्रगति कार्य के ढंगों को ही नहीं बल्कि समूह के अंगों को भी गहराई से प्रभावित करती है। इस दशा में प्रबन्ध तन्त्र एवं अधीनस्थों के मध्य सुचारु सम्प्रेषण अत्यन्त आवश्यक है।

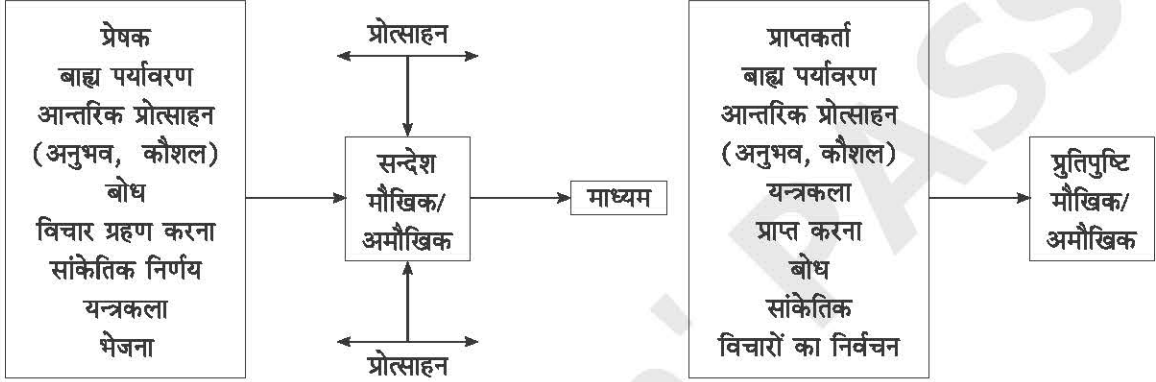
अतः स्पष्ट है कि व्यावसायिक क्षेत्र के ही नहीं, वरन जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में वैज्ञानिक एवं तकनीकी प्रगति के साथ-साथ सम्प्रेषण का अत्यधिक महत्त्व है।

प्र.3. सम्प्रेषण की प्रतिपुष्टि प्रक्रिया को समझाते हुए इसकी विधियों का भी उल्लेख कीजिए।

उत्तर

प्रतिपुष्टि प्रक्रिया (Feedback Process)

सन्देश प्राप्तकर्ता द्वारा उचित प्रतिपुष्टि के लिए आवश्यक है कि सन्देश को प्रभावशाली ढंग से सुना जाए तथा उसी दृष्टिकोण से समझा जाए जैसा कि सम्प्रेषित किया जाए। प्रतिपुष्टि प्रक्रिया को निम्न चित्र द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है—



प्रतिपुष्टि प्रक्रिया में जब सन्देश-प्रेषक सन्देश का सम्प्रेषण करता है तो वह सन्देश बाह्य तत्त्वों तथा आन्तरिक प्रोत्साहन। जैसे—अनुभव, विचार, कौशल, भावनाएँ, रुचि अथवा अरुचि आदि पर निर्भर करता है। सन्देश लिखित अथवा मौखिक, शाब्दिक अथवा अशाब्दिक हो सकता है। जब सन्देश प्रापक के पास पहुँचता है तो वह उसे अपनी क्षमताओं के अनुसार ग्रहण करता है। उसका सन्देश ग्रहण करना पुनः बाह्य पर्यावरण तथा आन्तरिक प्रोत्साहन पर निर्भर करता है। तत्पश्चात् प्रापक सन्देश से सम्बन्धित प्रतिपुष्टि करता है।

प्रतिपुष्टि की विधियाँ (Methods of Feedback)

सन्देश प्राप्तकर्ता सन्देश ग्रहण करने के बाद सन्देश के सम्बन्ध में अपनी अभिव्यक्ति करता है। सन्देश-प्रेषक यह जानना चाहता है कि अभिव्यक्ति उसकी इच्छाओं के अनुरूप है कि नहीं। यह केवल प्रतिपुष्टि के माध्यम से ही सम्भव हो सकता है। प्रतिपुष्टि सम्प्रेषण का वास्तविक बोध है। सम्प्रेषण के विभिन्न माध्यमों के अन्तर्गत प्रतिपुष्टि की विधियों को निम्नलिखित रूप से स्पष्ट किया जा सकता है—

1. **आमने-सामने सम्प्रेषण**—इसमें प्रतिपुष्टि तात्कालिक एवं लगातार मिलती रहती है। इसमें प्रेषक सुनने वाले के चेहरे की अभिव्यक्ति से सन्देश से सम्बन्धित प्रतिपुष्टि प्राप्त करता रहता है।
2. **मौखिक सम्प्रेषण**—इसमें प्रतिपुष्टि प्रेषक को लगातार प्रभावित करती रहती है। सन्देश प्रापक द्वारा दी गई प्रतिपुष्टि सन्देश-प्रेषक को सन्देश को और अधिक प्रभावशाली बनाने में सहायता करती है। मौखिक सम्प्रेषण में सकारात्मक प्रतिपुष्टि तालियाँ अथवा डेस्क बजाकर अभिव्यक्ति की जा सकती है जबकि नकारात्मक प्रतिपुष्टि की अभिव्यक्ति उबासी दिखाकर अथवा जम्भाई लेकर की जा सकती है।
3. **लिखित सम्प्रेषण**—इसमें पाठकों के चेहरे के भावों को पढ़ना या समझना सम्भव नहीं होता तथा न ही कोई तात्कालिक प्रतिपुष्टि ही प्राप्त होती है। बल्कि लिखित सम्प्रेषण में एक व्यक्ति द्वारा सुझाया गया कार्य स्पष्ट एवं सही होता है, उसमें प्रान्ति की कोई सम्भावना नहीं रहती है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया को प्रभावशाली बनाने के लिए उचित प्रतिपुष्टि आवश्यक होती है। उच्चाधिकारियों के लिए अपने अधीनस्थों को प्रतिपुष्टि प्राप्त करना आसान होता है जबकि सामान्य रूप से उचित एवं स्पष्ट प्रतिपुष्टि प्राप्त करना एक कठिन कार्य होता है।

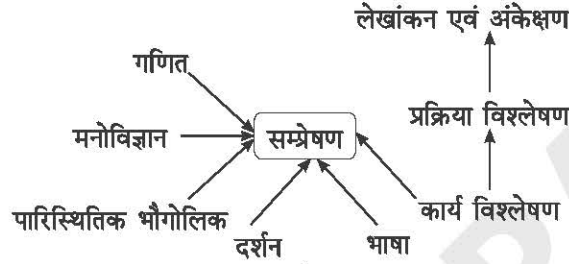
प्र.4 सम्प्रेषण एक अन्तर्विषयक अध्ययन है, व्याख्या कीजिए।

उत्तर

सम्प्रेषण एक अन्तर्विषयक अध्ययन

(Communication—an Interdisciplinary Subject)

सम्प्रेषण प्रबन्ध के व्यवस्थित एवं विशिष्ट ज्ञान की एक शाखा है तथा इसका व्यावहारिक पहलू कुशलता (Skill) है। सामाजिक, आर्थिक, वैज्ञानिक एवं तकनीकी विषयों के अध्ययन में सम्प्रेषण के विविध स्वरूपों, शृंखलाओं, प्रक्रिया का अध्ययन एवं प्रयोग किया जाता है।



वर्तमान समय में सम्प्रेषण एक अन्तर्विषयक अध्ययन बन चुका है। इसके अन्तर्गत विभिन्न शाखाओं अथवा विषयों का अध्ययन किया जाता है। **मार्टिन के० स्टार (Martin K. Starr)** ने सम्प्रेषण की निम्न शाखाओं को सम्मिलित किया है—

1. **गणित**—गणितीय पद्धति का विकास टेलीफोन द्वारा सम्प्रेषण के विकास के साथ हुआ।
2. **मनोविज्ञान**—इस अवधारणा के अन्तर्गत मनुष्यों की सम्प्रेषण के प्रति धैर्यता का अध्ययन किया जाता है, इसके अन्तर्गत याददाश्त एवं बोध के गुणों आदि को सम्मिलित किया जाता है। वास्तव में मनोविज्ञान व्यक्ति के मस्तिष्क के विज्ञान तथा मानसिक प्रक्रिया का अध्ययन है।
3. **भौगोलिक**—भौगोलिक या पारिस्थितिक तत्व मुख्य रूप से सम्प्रेषण प्रक्रिया के पर्यावरण से सम्बन्धित होते हैं जिसके द्वारा सम्प्रेषण प्रक्रिया को और अधिक प्रभावी बनाने के लिए विभिन्न दृष्टिकोण प्राप्त होते रहते हैं।
4. **लेखांकन**—लेखांकन व्यवसाय की भाषा है, एक लिखित माध्यम सम्प्रेषण में एक साधन के रूप में कार्य करता है। लेखांकन पुस्तकों को लिखने की, उनको वर्गीकृत करने की तथा संक्षिप्तीकरण करने की एक कला भी है।
5. **अंकेक्षण**—अंकेक्षण व्यवसाय की पुस्तकों एवं लेखों का पुनः परीक्षण करने की प्रक्रिया है। इसके द्वारा विभिन्न पक्षकारों को व्यवसाय से सम्बन्धित सूचनाएँ भी प्रदान की जाती हैं।
6. **भाषा**—सम्प्रेषण एक वैज्ञानिक भाषा है जिसके द्वारा विभिन्न व्यक्तियों के मध्य विचारों, दृष्टिकोणों, सूचनाओं एवं भावनाओं का आदान-प्रदान होता है।
7. **दर्शन**—दर्शन के क्षेत्र के अन्तर्गत शब्दों के अर्थों का वैज्ञानिक ढंग से विश्लेषण किया जाता है। तत्पश्चात् सम्प्रेषण प्रक्रिया में उनका प्रयोग किया जाता है।
8. **प्रक्रिया विश्लेषण**—प्रक्रिया विश्लेषण का एक कार्यात्मक आधार होता है तथा अन्य विभागों से आन्तरिक सम्बन्ध होता है। इसकी मुख्यतः दो भाषाएँ होती हैं—लेखांकन एवं अंकेक्षण तथा कार्य विश्लेषण।
9. **कार्य विश्लेषण**—कार्य विश्लेषण प्रक्रिया विश्लेषण की द्वितीय शाखा है। कार्य विश्लेषण सूक्ष्म अध्ययनों में सूचनाओं के विस्तृत बहाव की व्याख्या करता है।

आधुनिक सूचना क्रान्ति के युग में अधिकांश विषयों के अध्ययन एवं उसकी गुणवत्ता सम्प्रेषण से प्रभावित होती है। व्यवसाय, उद्योग, वाणिज्य, सेवाक्षेत्र आदि में सम्प्रेषण प्रक्रिया एक अपरिहार्य अंग है। चिकित्सा, इन्जीनियरिंग, वास्तुशास्त्र, नवीन शोध एवं अनुसन्धान की आधारशिला, नवीनतम सन्देशों एवं सूचनाओं के आदान-प्रदान पर निर्भर है। वैयक्तिक, सामाजिक जीवन का कोई भी भाग सम्प्रेषण के प्रभावों से अछूता नहीं है।

प्र.5. प्रभावी मौखिक सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्वों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

प्रभावी मौखिक सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्व

(Essentials of effective Oral Communication)

यद्यपि मौखिक सम्प्रेषण की कई सीमाएँ हैं, किन्तु संगठन में सम्प्रेषण का प्रारम्भिक व महत्वपूर्ण माध्यम मौखिक सम्प्रेषण ही है। प्रभावी मौखिक सम्प्रेषण के फ्रांसिस जे० बरजिन (Francis J. Bergin) ने सात तत्व बताए हैं जिनको 'Seven C' के नाम से

पुकारते हैं जो इस प्रकार हैं—स्पष्ट (Clear), पूर्ण (Complete), संक्षिप्त (Concise), शुद्ध (Correct), सरल (Candid), वास्तविक (Concrete), सौहार्दपूर्ण (Courteous)। संक्षेप में, प्रभावी सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्व निम्नलिखित हैं—

1. **स्वाभाविक आवाज एवं तार्किक क्रम**—मौखिक सम्प्रेषण को प्रभावी ढंग से व्यक्त करने के लिए वक्ता को सदैव अपनी स्वाभाविक आवाज का प्रयोग करना चाहिए। वक्ता अपने मौखिक सम्प्रेषण को प्रभावी ढंग तभी प्रदान कर सकता है जबकि सन्देश के विचारों एवं सूचनाओं को व्यवस्थित क्रम में व्यक्त किया जाए।
2. **स्पष्ट उच्चारण एवं उचित शब्द चयन**—मौखिक सम्प्रेषण में वक्ता का उच्चारण स्पष्ट होना चाहिए एवं सन्देश के लिए उचित शब्द एवं शुद्ध वाक्य का प्रयोग किया जाना चाहिए।
3. **विश्वासपूर्ण**—मौखिक सन्देश को पूर्व सोच-समझकर (Carefully thinking) नियोजित रूप में उद्देश्यों को ध्यान में रखकर व्यक्त करना चाहिए। मौखिक सन्देश जितना विश्वासपूर्ण व निश्चयात्मक होगा उतना ही अधिक प्रभावपूर्ण होगा।
4. **यथार्थ**—मौखिक सम्प्रेषण को अधिक प्रभावशाली ढंग से व्यक्त करने के लिए आवश्यक है कि यथार्थ अभिव्यक्ति की जाए। जैसे 'कल कार्यालय जल्दी आएँ' के स्थान पर 'कल 8 बजे प्रातः कार्यालय आएँ' का प्रयोग किया जाना चाहिए।
5. **संक्षिप्तता**—मौखिक सम्प्रेषण की प्रभावशाली अभिव्यक्ति के लिए आवश्यक है कि सन्देश को संक्षिप्त रूप में व्यक्त किया जाए। अनावश्यक शब्दों का प्रयोग न किया जाए एवं दोहरे वाक्यांश (Hackneyed Phrases) एवं तकियाकलाम (Cliches); जैसे 'मेरे कहने का तात्पर्य' अर्थात् 'क्या आप समझ गए', 'जैसा कि मैं कहना चाहता हूँ' आदि का प्रयोग न किया जाए।

अन्य तत्त्व—मौखिक सम्प्रेषण को प्रभावशाली बनाने के लिए आवश्यक है कि सम्प्रेषण जल्दबाजी में नहीं किया जाना चाहिए। वक्ता को पूर्ण रूप से यह मानकर सम्प्रेषण करना चाहिए कि प्राप्तकर्ता को सन्देश का कोई पूर्व ज्ञान नहीं है एवं प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रियाओं को भी ध्यान रखना चाहिए। यदि उसको सन्देश के सन्दर्भ में कोई भ्रम होता है तो उसको भ्रम दूर करने का अवसर प्रदान किया जाना चाहिए।

प्र.6. प्रभावी लिखित सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्वों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

प्रभावी लिखित सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्व

(Essentials of Effective Written Communication)

व्यावसायिक संगठन में अधिकांश औपचारिक सम्प्रेषण लिखित होते हैं। आधुनिक सामाजिक परिवेश में किसी भी व्यावसायिक संगठन के संचालन में लिखित सम्प्रेषण रीढ़ की हड्डी (back-bone) है। यद्यपि लिखित सम्प्रेषण की कुछ सीमाएँ हैं। आज भी व्यावसायिक कार्याधिकारियों का आधा समय लिखित सम्प्रेषण में ही व्यतीत होता है। फिर भी लिखित सम्प्रेषण के महत्व को कम नहीं किया जा सकता है। वर्तमान में सूचना तकनीक ने काफी प्रगति की है। लेकिन लिखित सम्प्रेषण आज भी व्यवसाय संगठन के लिए अपरिहार्य है। प्रभावी लिखित सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्व निम्नलिखित हैं—

1. **सामान्य एवं सकारात्मक भाषा**—लिखित सम्प्रेषण की भाषा सरल एवं सकारात्मक होनी चाहिए। जटिल एवं कठिन भाषा के प्रयोग से बचना चाहिए। शब्द चयन, वाक्य-विन्यास, व्याकरण आदि में सम्बन्धित भाषा के नियमों को ध्यान में रखना चाहिए क्योंकि लिखित सम्प्रेषण भविष्य के सन्दर्भ होते हैं।
2. **स्पष्ट एवं संक्षिप्त**—लिखित सम्प्रेषण स्पष्ट एवं संक्षिप्त होने चाहिए। सन्दर्भ (Context), विषय-वस्तु (Subject-matter) तथा उद्देश्यों (Objects) में प्रत्यक्ष सम्बन्ध होना चाहिए। लिखित सम्प्रेषण में विचार (Thoughts) एवं उनकी व्याख्या (Expression) पूर्ण रूप से स्पष्ट होने चाहिए। लिखित सम्प्रेषण में अनेकार्थी (Ambiguity) तथा अनावश्यक सजावटी (Flowery) भाषा का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
3. **बोधगम्य**—लिखित सम्प्रेषण का सार उसका बोधगम्य होता है। भाषा तथ्य विचार अथवा सन्देश इस ढंग से लिखित होने चाहिए कि सन्देश प्राप्तकर्ता प्रथम दृष्टि में ही उसके अर्थ को आसानी से समझ सके। शब्दों एवं वाक्यों का लेखन एवं विश्लेषण (Interpretation) इस प्रकार किया जाए कि उसकी विवेचना सुबोध हो।

4. मुख्य बिन्दुओं पर उचित ध्यान—लिखित सम्प्रेषण के सभी सम्बन्धित तथ्य एवं अंक ढंग से प्रस्तुत करना चाहिए एवं सभी मुख्य बिन्दुओं को सुव्यवस्थित क्रम से इस प्रकार लिखना चाहिए कि उनका यथोचित प्रदर्शन (Proper highlight) हो सके।
5. शिष्टता—लिखित सम्प्रेषण व्यावसायिक संरचना के निर्माण के मूल भाग होते हैं। व्यावसायिक संगठन में परस्पर मैत्रीपूर्ण सौहार्द एवं समन्वय स्थापित करने में लिखित सम्प्रेषण की भूमिका सबसे प्रभावी होती है। अतः इनका गठन एवं रचना शिष्ट भाषा में की जानी चाहिए, ताकि संगठन में अनावश्यक विवाद न उत्पन्न हो सके।

प्र.7. मौखिक एवं लिखित सम्प्रेषण की तुलना कीजिए।

उत्तर

मौखिक एवं लिखित सम्प्रेषण : तुलना

(Oral and Written Communication : Comparison)

एक व्यावसायिक उपक्रम में लिखित एवं मौखिक सम्प्रेषण की कौन-सी पद्धति अधिक उपयुक्त है, इसका चयन करना अत्यन्त कठिन कार्य है। दोनों ही पद्धतियों के अपने गुण एवं सीमाएँ हैं। यदि व्यावहारिक रूप से देखा जाए तो सभी प्रकार के व्यावसायिक संगठनों में लिखित एवं मौखिक दोनों ही सम्प्रेषण प्रणालियाँ प्रयोग में लाई जाती हैं। किसी भी एक प्रणाली पर अधिक निर्भरता हानिकारक हो सकती है। दोनों ही माध्यमों की विभिन्न स्थितियों में अपनी उपादेयता है। ऐसे विषय जो कि विचार-विमर्श एवं सन्देश प्रेषणकर्ता के प्रदर्शन पर निर्भर हैं, वहाँ मौखिक सम्प्रेषण प्रभावी है। इसके विपरीत, भविष्य में सन्दर्भ के रूप में रखे जाने वाले सम्प्रेषणों का लिखित होना आवश्यक है। दैनिक अनौपचारिक व गोपनीय सम्प्रेषण अधिकांशतः मौखिक होते हैं जबकि वैधानिक महत्व के सम्प्रेषण एवं औपचारिक सम्प्रेषण लिखित होते हैं। व्यावसायिक संगठन की सफलता दोनों माध्यमों के अनुकूलतम मिश्रण पर निर्भर करती है।

प्र.8. श्रव्य संकेत भाषा से क्या तात्पर्य है?

उत्तर

श्रव्य संकेत भाषा

(Audio Sign Language)

इसको ध्वनि संकेत भाषा भी कहा जाता है। मानव सभ्यता के प्राचीनकाल से ही ध्वनि संकेतों द्वारा सम्प्रेषण किया जाता है। खुशी, गम, हर्ष, विजय, युद्ध एवं भय के लिए अति प्राचीन काल से ध्वनि संकेतों का प्रयोग किया जाता है जो परम्परागत ढंग से आज भी किया जाता है।

ध्वनि उत्पन्न करने के लिए ढोल, नगाड़ों एवं अन्य वाद्य यंत्रों की सहायता ली जाती है।

आधुनिक समय में भी किसी व्यावसायिक कार्यालय, कारखाने आदि के दैनिक क्रियाकलापों के संचालन के लिए ध्वनि संकेत भाषा अपरिहार्य है। जैसे—अधिकारी द्वारा अपने चपरासी (Peon) को बुलाने के लिए घण्टी (Bell) का प्रयोग तथा कारखानों में पारी (Shift) शुरू होने, समाप्त होने, भोजनावकाश के लिए हूटर सायरन सीटी का प्रयोग होता है।

ध्वनि की गति, आकृति, तरंग, मात्रा (Volume) के अनुसार ध्वनि संकेत भाषा के अर्थ अलग-अलग होते हैं। इसी प्रकार ध्वनि संकेत भाषा भी सीमित अर्थों में सर्वव्यापी होती है। जैसे—अति महत्वपूर्ण (विशिष्ट) व्यक्तियों के काफिले के सायरन की आवाज, एम्बुलेन्स का सायरन, युद्ध में ब्लैक आउट के हूटर के ध्वनि आदि। आधुनिक व्यावसायिक कार्यालय एवं कारखाने बिना बजर (Buzzer), बटन दबाने वाली घण्टी (Press Button Bell), विद्युतचालित घण्टी (Electric Bell) या अन्य कोई ध्वनि विस्तारक यन्त्र के अभाव में अपूर्ण होंगे।

प्र.9. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

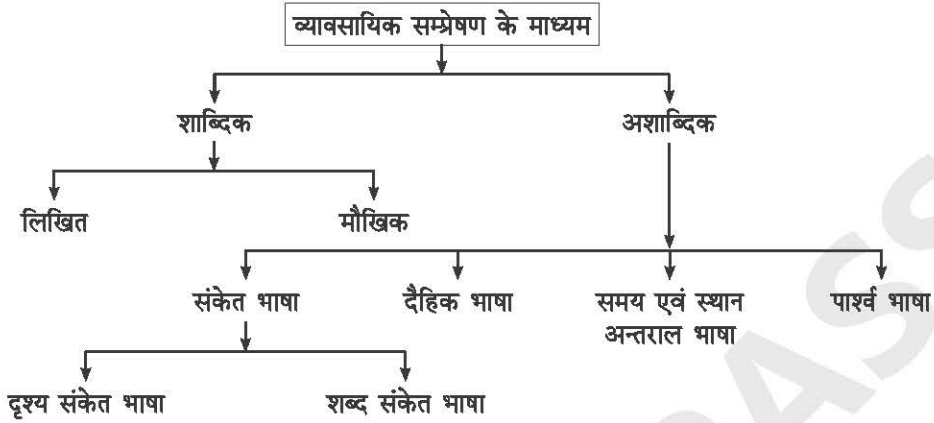
1. माध्यम के आधार पर सम्प्रेषण का वर्गीकरण।
2. दिशा के आधार पर सम्प्रेषण का वर्गीकरण।

उत्तर

1. माध्यम के आधार पर वर्गीकरण

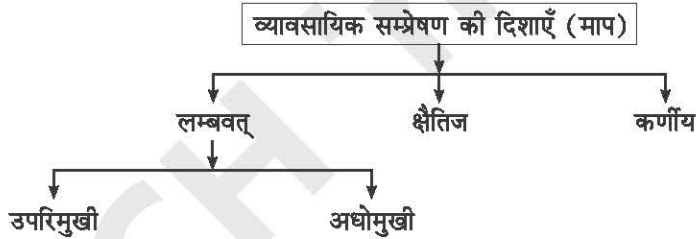
(Classification on the Basis of Media or Method)

सम्प्रेषण माध्यम का आशय सन्देश की अभिव्यक्ति के ढंग (By way of expression) से है। व्यवसाय में कई प्रकार के सन्देशों का आदान-प्रदान होता है। सन्देश की उपयोगिता एवं उद्देश्य के अनुसार सन्देश को अलग-अलग ढंग से अभिव्यक्त कर सकते हैं जिसको अग्र प्रकार विभाजित किया जा सकता है—



2. दिशा के आधार पर वर्गीकरण (Classification on the Basis of Direction)

सम्प्रेषण की दिशा का आशय सम्प्रेषण के प्रवाह से है। व्यावसायिक सन्देश का प्रवाह कई प्रकार से हो सकता है; जैसे सन्देश की दिशा ऊपर से नीचे की ओर अथवा नीचे से ऊपर की ओर हो सकती है। सम्प्रेषण की दिशा को ही Dimensions of Communication भी कहते हैं। दिशा के आधार पर सम्प्रेषण को निम्न प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है—



प्र.10. सम्प्रेषण की भौतिक बाधाओं की व्याख्या कीजिए।

उत्तर

भौतिक बाधाएँ (Physical Barriers)

1. **अनुचित समय**—सम्प्रेषण के अनुचित समय के कारण भी सन्देश भेजने में बाधा उत्पन्न होती है। सन्देश, जिसके लिए थोड़े दिनों बाद भविष्य में कार्य करना हो वह भूल भी सकता है। यदि सन्देश अत्यावश्यक नहीं है और फोन आधी रात को किया जाता है तो इससे सुनने वाले की नींद खराब होगी और वह निराश होगा।
2. **शोर**—किसी प्रकार की गड़बड़ (interference) प्रभावी सम्प्रेषण की स्पष्टता पर रोक लगाती है जिसे हम शोर के नाम से पुकारते हैं। जो व्यक्ति सन्देश भेज रहा है शोर उसके ध्यान को असली बात कहने से दूर करता है। बाहर लाऊडस्पीकर (Loud Speaker) जो चल रहा है उसकी ऊँची आवाज अथवा मशीनों की आवाज उस व्यक्ति के सुनने की प्रक्रिया को प्रभावित करती है जो सन्देश प्राप्त कर रहा है। मानसिक परेशानी भी सन्देश को सुनने तथा समझने में बाधा उत्पन्न करती है। इसी प्रकार यदि सुनने वाले का ध्यान किसी और बात की तरफ है तो उसके लिए सम्प्रेषण अप्रभावी होगा। इसे हम मानसिक शोर के नाम से पुकारेंगे।
3. **अपर्याप्त अथवा जरूरत से अधिक सूचना**—अपर्याप्त सूचना सन्देश को पूरा करने में उचित न होगी जबकि आवश्यकता से अधिक सूचना सन्देश प्राप्त करने वाले के लिए सन्देश के लक्ष्य को नष्ट कर देगी। अतः उचित यही होगा कि सूचना न तो अपर्याप्त हो और न ही अत्यधिक। यदि ऐसा नहीं करते तो सम्प्रेषण का उद्देश्य पूरा न हो सकेगा।
4. **दूरी**—सन्देश भेजने एवं प्राप्त करने वाले के बीच यदि दूरी बहुत अधिक है तो यह भी सम्प्रेषण विधि में रुकावट का कारण बन सकता है क्योंकि सन्देश भेजने वाले को ऊँची आवाज में बोलना होगा। इसी प्रकार आयात-निर्यात के व्यापार

में लेन-देन इतनी दूरी पर उचित ढंग से न होने के कारण सम्प्रेषण अप्रभावी सिद्ध होगा, यदि फैक्स (Fax) अथवा टेलीफोन का उचित प्रयोग नहीं किया जाता।

5. **एकान्त भंग**—यदि मीटिंग चल रही है और अचानक हड़ताल, विस्फोट, टेलीफोन की घण्टी अथवा अन्य किसी आकस्मिक सूचना से एकान्त भंग हो जाए तो यह एक प्रकार का बड़ा भौतिक एवं यान्त्रिक अवरोध है जिससे सम्प्रेषण बाधित होता है।
6. **माध्यम में खराबी**—जिस यन्त्र को सम्प्रेषण के माध्यम के रूप में चुना गया है, यदि उसमें गड़बड़ी हो जाए तो इससे सम्प्रेषण बाधित होता है। टेलीफोन लाइन, टेलिक्स मशीन में खराबी अथवा ध्वनि प्रसारण यन्त्र (माइक) का ठीक से काम न करना आदि माध्यम में खराबी के उदाहरण हैं।
7. **अत्यधिक सन्देश**—वैज्ञानिकों का कहना है कि मानव मस्तिष्क की सन्देश ग्रहण करने की एक सीमा है। इस सीमा के बाद भी यदि लगातार सन्देश सुना जाता है तो प्रभावी श्रवण नहीं हो पाता और थकान, बेचैनी आदि पैदा हो सकती है जो कि प्रभावी सम्प्रेषण में बाधा उत्पन्न करता है।

प्र.11. संगठनात्मक बाधाओं के किन्हीं चार स्रोतों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

संगठनात्मक बाधाएँ

(Organisational Barriers)

1. **संस्थान के नियम सम्प्रेषण व्यवस्था**—विभिन्न मामलों से सम्बन्धित नियम और व्यवस्था जो औपचारिक सम्प्रेषण के साथ लागू होती हैं, सन्देश भेजने के लिए सम्प्रेषण विधि में रुकावट उत्पन्न कर सकते हैं। सख्त नियमों की पालना और सन्देश भेजने हेतु व्यवस्था (जिनका सम्बन्ध सम्प्रेषण से है) के कारण सन्देश भेजने में देरी हो जाती है। दूसरी ओर यदि सम्प्रेषण सम्बन्धी नियम और व्यवस्था लचीली है तो कर्मचारी प्रोत्साहित होकर खुले रूप में सामने आते हैं और अपनी राय तथा विचारों को प्रकट करते हैं।
2. **सम्प्रेषण उपकरण एवं सामग्री की कमी**—यदि संगठन में सम्प्रेषण उपकरण; जैसे—टेलीफोन, कम्प्यूटर आदि की कमी है तथा सम्प्रेषण सामग्री जैसे स्टेशनरी आदि की कमी है तो प्रभावी सम्प्रेषण के मार्ग में यह एक बड़ी बाधा है। आज के गतिशील एवं प्रगतिशील समय में सूचना तकनीकी का महत्व दिनों-दिन बढ़ता ही जा रहा है। ऐसी दशा में यदि उपकरणों या अन्य सामग्री की कमी या कुशल एवं प्रशिक्षित कर्मचारियों की कमी होती है तो यह प्रभावी सम्प्रेषण के मार्ग में एक बड़ा अवरोध होगा।
3. **प्रधानगी सम्बन्ध**—बड़प्पन अथवा प्रधानगी प्रबन्धकों तथा इसके सहायकों में सम्बन्धों की व्यवस्था भी सम्प्रेषण को स्वतन्त्र रूप से प्रवाहित होने में रुकावट उत्पन्न करते हैं। विशेष तौर पर नीचे से ऊपर की दिशा की व्यवस्था में। जितना अधिक अन्तर प्रबन्धकों और कर्मचारियों के बीच होगा उतना ही अन्तर सम्प्रेषण में होगा। ऐसी दशा में यह देखा गया है कि नीचे से ऊपर सम्प्रेषण व्यवस्था में जान-बूझकर तोड़-मरोड़ कर अथवा बढ़ा-चढ़ाकर सन्देश को पेश किया जाता है और कभी-कभी झूठी और अपनी ओर से कहानी बनाकर, जोकि मध्यस्थों अथवा प्रबन्धकों के हितों के अनुरूप होती है, पेश की जाती है।
4. **रेखा एवं स्टाफ सम्बन्ध**—संगठन के सभी कर्मचारियों के बीच यदि मधुर सम्बन्ध हैं तो वहाँ प्रभावी सम्प्रेषण पाया जाएगा लेकिन यदि उनके बीच मधुर सम्बन्ध नहीं हैं तो सहायक स्तर के कर्मचारियों के मन में ऊपर की ओर सन्देश भेजते समय यह डर बना रहेगा कि उनके सन्देश में कोई त्रुटि न रह जाए, इससे सन्देश भेजने में अनावश्यक विलम्ब भी हो सकता है। प्रत्येक कर्मचारी औपचारिक रूप से केवल आवश्यक सन्देशों का ही लेन-देन करता है। ऐसे निर्णयों में भी प्रायः विलम्ब हो जाता है।

प्र.12. ई-मेल पर टिप्पणी लिखिए।

उत्तर

ई-मेल (E-Mail)

ई-मेल इण्टरनेट के प्रयोग का महत्वपूर्ण आयाम है। सम्प्रेषण के बढ़ते हुए युग में सम्प्रेषणकर्ता अपने सन्देश को शीघ्रता के साथ सम्प्रेषित करना चाहता है। ई-मेल सुविधा सम्प्रेषण के अन्य साधनों की अपेक्षा सन्देश को तीव्रता के साथ एक व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह को सम्प्रेषित करती है। इस प्रणाली में उपग्रह के द्वारा सन्देश एक स्थान से दूसरे स्थान पर सम्प्रेषित होता है।

प्रमुख भाग (Main Facts)

ई-मेल द्वारा सम्प्रेषण करने के लिए इण्टरनेट में आवश्यक यन्त्रों के साथ ई-मेल पते की आवश्यकता होती है। इसके अतिरिक्त आवश्यक साफ्टवेयर, जो ब्रिटेन के एशुपुल टेलीकॉम द्वारा बनाया गया है, की आवश्यकता होती है।

जिस प्रकार साधारण सन्देश भेजने के लिए सन्देश प्राप्त करने वाले का नाम, पता आदि की आवश्यकता होती है, उसी प्रकार ई-मेल प्रणाली में ई-मेल पते की आवश्यकता होती है।

ई-मेल सुविधा को प्राप्त करने के लिए जब सन्देश को ई-मेल पते के साथ इण्टरनेट आधारित कम्प्यूटर पर डाला जाता है तो पहले कम्प्यूटर के साथ जुड़ा मोडेम कम्प्यूटर में भण्डारित सन्देश को डिजिटल रूप से एनलॉग रूप में परिवर्तित करके दिए गए पते पर सम्प्रेषित कर देता है। वह कम्प्यूटर जिस पर सन्देश भेजा गया है, से जुड़ा मोडेम उसे दोबारा एनलॉग रूप से डिजिटल रूप में बदलकर सूचना संग्रहित (stored) कर लेता है।

सीमाएँ (Limitations)

- ई-मेल द्वारा सम्प्रेषण करने के लिए सन्देश प्राप्तकर्ता के पास भी ई-मेल सुविधा होना आवश्यक है।
- ई-मेल द्वारा सम्प्रेषण प्राप्त करने पर प्राप्तकर्ता को इसकी जानकारी होना आवश्यक है।

प्र.13. इंस्टेंट मैसेजिंग क्या है? इंस्टेंट मैसेजिंग के प्रकारों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

इंस्टेंट मैसेजिंग क्या है?

(What is Instant Messaging?)

इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप एक प्रकार का ऑनलाइन चैट है जो इंटरनेट पर दो या दो से अधिक व्यक्तियों के मध्य रियल-टाइम-टेक्स्ट ट्रांसमिशन प्रदान करता है। दुनिया में सबसे ज्यादा उपयोग किए जाने वाला इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप व्हाट्सऐप है। इसके अतिरिक्त इंस्टेंट मैसेजिंग में हम टेलीग्राम, फेसबुक मैसेंजर, वीचैट, आईएमओ, वीबर और स्काइप आदि का उपयोग करते हैं। इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप के कुछ प्रमुख प्रकार निम्नलिखित हैं—

व्हाट्सऐप (Whatsapp)

दुनिया में सबसे ज्यादा उपयोग किए जाने वाला इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप व्हाट्सऐप है। इस ऐप को यूजर की प्राइवैसी और सिक््योरिटी के लिए बेहद पंसद किया जाता है। व्हाट्सऐप अब फेसबुक में जुड़ गया है और अब हम व्हाट्सऐप की जानकारियों को फेसबुक में भी शेयर कर सकते हैं। व्हाट्सऐप में आप ग्रुप बनाकर भी चैट कर सकते हैं जिसकी लिमिट केवल 256 सदस्य ही सम्मिलित हो सकते हैं।

फेसबुक मैसेंजर (Facebook messenger)

फेसबुक मैसेंजर एक इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप है। फेसबुक मैसेंजर सेवा बहुत लोकप्रिय है जिसमें रोजाना करोड़ों संख्या में संदेश भेजे जाते हैं। मैसेंजर के माध्यम हम गलती से किए गए मेसेज को डिलीट कर सकते हैं और भेजे गए मेसेज को डिलीट करने के लिए फेसबुक मैसेंजर आपको दस मिनट का समय देता है। मैसेंजर ऐप एण्ड्राइड और आईओएस दोनों ही वर्जन में उपलब्ध है।

वीचैट (WeChat)

वीचैट भी एक इंस्टेंट मैसेजिंग ऐप है। इसके माध्यम से आप किसी को भी टेक्स्ट, इमेजेज, वीडियो, ध्वनि संदेश, जीपीएस आदि भेज सकते हैं। वीचैट में आपकी सारी चैट सर्वर में नहीं बल्कि आपकी डिवाइस में सेव होगा। यह चैट करने का बेहतरीन तरीका है।

प्र.14. सामाजिक मीडिया संचार को समझाइए। सामाजिक मीडिया की विशेषताओं एवं उपयोग का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

सामाजिक मीडिया संचार

(Social Media Communication)

सामाजिक मीडिया पारस्परिक सम्बन्ध के लिए अन्तर्जाल या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूहों को सन्दर्भित करता है। यह व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम है। इसका उपयोग सामाजिक सम्बन्ध के अलावा उपयोगकर्ता सामग्री के संशोधन के लिए उच्च पारस्परिक मंच बनाने के लिए मोबाइल और वेब आधारित प्रौद्योगिकियों के प्रयोग के रूप में भी देखा जा सकता है।

सामाजिक मीडिया की विशेषताएँ (Characteristics of Social Media)

सामाजिक मीडिया अन्य पारम्परिक तथा सामाजिक तरीकों से कई प्रकार से एकदम अलग है। इसमें पहुँच, आवृत्ति, प्रयोज्य, ताजगी और स्थायित्व आदि तत्व शामिल हैं। इण्टरनेट के प्रयोग से कई प्रकार के प्रभाव होते हैं। निएलसन के अनुसार, इण्टरनेट प्रयोक्ता अन्य साइट्स की अपेक्षा सामाजिक मीडिया साइट्स पर ज्यादा समय व्यतीत करते हैं।

दुनिया में दो तरह की सिविलाइजेशन का दौर शुरू हो चुका है और फिजीकल सिविलाइजेशन आने वाले समय में जल्द ही दुनिया की आबादी से दो-तीन गुना अधिक आबादी अन्तर्जाल पर होगी। दरअसल, अन्तर्जाल एक ऐसी टेक्नोलॉजी के रूप में हमारे सामने आया है, जो उपयोग के लिए सबको उपलब्ध है और सर्वहिताय है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स संचार व सूचना का सशक्त माध्यम है, जिसके माध्यम से लोग अपनी बात बिना किसी रोक-टोक के रख पाते हैं।

सामाजिक मीडिया का व्यापारिक उपयोग (Commercial Use of Social Media)

जनसामान्य तक पहुँच होने के कारण सामाजिक मीडिया को लोगों तक विज्ञापन पहुँचाने का सबसे अच्छा माध्यम समझा जाता है। 'फेसबुक' जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर उपभोक्ताओं का वर्गीकरण विभिन्न मानकों के अनुसार किया जाता है जिसमें उनकी आयु, रुचि, लिंग, गतिविधियों आदि को ध्यान में रखते हुए उसके अनुरूप विज्ञापन दिखाए जाते हैं। इस विज्ञापन के सकारात्मक परिणाम भी प्राप्त हो रहे हैं। साथ ही आलोचना भी की जा रही है।

खण्ड-स विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. सम्प्रेषण का अर्थ, परिभाषा एवं प्रक्रिया को समझाइए। प्रबन्धों के लिए सम्प्रेषण की महत्त्व की विवेचना कीजिए।

उत्तर

सम्प्रेषण (Communication)

अर्थ—आधुनिक व्यावसायिक युग में व्यापार अथवा उपक्रम की सफलता का मूल तत्व न केवल सम्प्रेषण बल्कि 'प्रभावी सम्प्रेषण' के कारण ही सम्भव है। सम्प्रेषण ही वह साधन है जिसके द्वारा व्यवहार को क्रियान्वित किया जाता है, परिवर्तनों को लागू किया जाता है, सूचनाओं को उत्पादक बनाया जाता है एवं व्यावसायिक लक्ष्यों को प्राप्त किया जाता है। सम्प्रेषण में एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक सूचनाओं का आदान-प्रदान शामिल होता है। आधुनिक संचार क्रान्ति के युग में समस्त व्यावसायिक उपक्रमों की सफलता काफी सीमा तक प्रभावी सम्प्रेषण प्रक्रिया पर निर्भर करती है।

सम्प्रेषण (Communication) शब्द अंग्रेजी के 'Common' शब्द से बना है जिसकी उत्पत्ति लैटिन शब्द 'Communicare' से हुई है, जिसका शाब्दिक अर्थ है—एकसमान। सम्प्रेषण वह साधन है जिसमें संगठित क्रिया द्वारा तथ्यों, सूचनाओं, विचारों, विकल्पों एवं निर्णयों का दो या अधिक व्यक्तियों के मध्य अथवा व्यावसायिक उपक्रमों के मध्य आदान-प्रदान होता है। सन्देशों का आदान-प्रदान लिखित, मौखिक अथवा सांकेतिक हो सकता है। माध्यम बातचीत, विज्ञापन, रेडियो, टेलीविजन, समाचारपत्र, ई-मेल, पत्राचार आदि कुछ भी हो सकता है। सम्प्रेषण को सन्देशवाहन, संचार अथवा संवहन आदि समानार्थी शब्दों से पुकारा जाता है।

सम्प्रेषण की परिभाषाएँ (Definitions of Communication)

प्रबन्ध विज्ञान के विद्वानों ने सम्प्रेषण को विभिन्न प्रकार से परिभाषित किया है। कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाएँ निम्नवत हैं—

लुईस ए० ऐलन (Louis A. Allen) के अनुसार, "सन्देशवाहन उन सब क्रियाओं का योग है, जिनको एक व्यक्ति, अपनी विचारधारा को दूसरे व्यक्ति के मस्तिष्क में पहुँचाने के लिए अथवा उसे समझाने के लिए अपनाता है। इसके अन्तर्गत कहने, सुनने तथा समझाने की व्यवस्थित एवं निरन्तर क्रियाओं का समावेश होता है।"

डॉ० एस० एन० घोषाल (Dr. S.N. Ghosal) के अनुसार, "सन्देशवाहन वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा एक व्यक्ति अपने विचारों एवं भावनाओं से दूसरे व्यक्ति को अवगत कराता है। यह प्रारम्भिक साधन है जिसके माध्यम से एक व्यक्ति दूसरे को प्रभावित करता है।"

चार्ल्स ई० रेडफील्ड (Charles E. Redfield) के अनुसार, "सन्देशवाहन से आशय उस व्यापक क्षेत्र से है जिसके माध्यम से मानव तथ्यों एवं सम्मतियों का आदान-प्रदान करता है।"

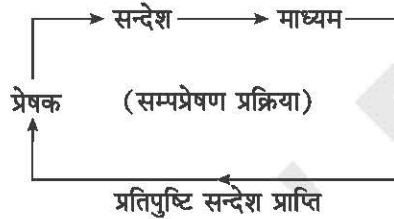
सम्प्रेषण प्रक्रिया (Communication Process)

क्रियाओं के व्यवस्थित क्रम एवं स्वरूप को लागू करने के ढंग को प्रक्रिया कहते हैं। सम्प्रेषण के अन्तर्गत एक विभाग दूसरे विभाग को विचारों, सूचनाओं एवं भावनाओं के आदान-प्रदान को सम्प्रेषण प्रक्रिया का नाम दिया जा सकता है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया संगठन के प्रत्येक स्तर एवं व्यक्तियों तक प्रवाहित होती है। संगठन का प्रत्येक अधिकारी एवं अधीनस्थ सम्प्रेषण प्रक्रिया से प्रभावित अथवा संलग्न होता है। संगठन के सामूहिक निर्णयों का आधार तथा संगठन का सफल संचालन सम्प्रेषण प्रक्रिया पर निर्भर करता है।

सम्प्रेषण संगठन के व्यक्तियों एवं समूहों का वाहक एवं विचार अभिव्यक्ति का माध्यम है। सम्प्रेषण प्रक्रिया में सम्प्रेषक संदेश के प्रवाह के माध्यम का प्रयोग करता है। माध्यम लिखित, मौखिक, दृश्य अथवा दृश्य एवं श्रव्य होता है। माध्यम का चयन सम्प्रेषण के उद्देश्य, गति एवं प्राप्तकर्ता का परिस्थितियों के अनुरूप किया जाता है। सम्प्रेषण माध्यम का चयन करते समय सम्प्रेषक ध्यान रखता है कि कब तथा क्या सम्प्रेषित करना है। प्राप्त संदेश को प्राप्त करता है, विवेचना करता है तथा अपने दृष्टिकोण से ग्रहण तथा वांछित प्रति उत्तर प्रदान करता है।

सम्प्रेषण एक नैतिक एवं सतत् प्रक्रिया है एवं कभी न समाप्त होने वाला सम्प्रेषण चक्र संस्था में लगातार विद्यमान रहता है। सम्प्रेषण प्रक्रिया को निम्न चित्र द्वारा दर्शाया जा सकता है—



प्रबन्धकों के लिए सम्प्रेषण का महत्व (Importance of Communication to Managers)

आधुनिक युग में व्यवसाय एवं प्रबन्ध की सफलता प्रभावी सम्प्रेषण पर आधारित है। मूल्यों, प्रतिस्पर्धा, तकनीकी एवं वित्तीय ज्ञान, सरकारी कार्यवाही, व्यापारिक पर्यावरण सम्बन्धी महत्वपूर्ण सूचनाएँ एवं सन्देश का प्रभावी सम्प्रेषण व्यावसायिक अस्तित्व एवं सफलता हेतु अति आवश्यक है। सम्प्रेषण के महत्व के सन्दर्भ में **कीथ डेविस (Keith Davis)** ने सही कहा है, “सम्प्रेषण व्यवसाय के लिए उसी तरह आवश्यक है जिस प्रकार मानव जीवन के लिए जीवन रक्त (Life Blood) का प्रवाह (Flow) आवश्यक है।”

व्यावसायिक निर्णयन की श्रेष्ठता के लिए सही समय पर सही सूचना प्रमुख आधार है। प्रतिस्पर्धा, निजीकरण एवं उदार आर्थिक व्यवस्था में व्यवसाय का प्रभावी बाह्य सम्प्रेषण व्यवसाय की प्रगति का परिचायक है। बाह्य सम्प्रेषण के साथ-साथ आन्तरिक सम्प्रेषण व्यावसायिक संगठन में समन्वय एवं सौहार्दपूर्ण वातावरण के लिए नितान्त उपयोगी होता है। नीतियों एवं नियोजन का क्रियान्वयन कार्य प्रगति एवं नियन्त्रण, अधीनस्थों की कठिनाइयाँ एवं उनका निराकरण, सामूहिक निर्णयन एवं प्रबन्ध में हिस्सेदारी, अभिप्रेरित एवं ऊँचे मनोबल वाले मानव संसाधन आदि के लिए प्रभावी आन्तरिक सम्प्रेषण आवश्यक होता है। इसीलिए **थियो हैमन** ने कहा है “प्रबन्धकीय कार्यों की सफलता प्रभावी सम्प्रेषण पर निर्भर है।”

बाजारोन्मुख अर्थव्यवस्थाओं में व्यावसायिक घटनाओं में तीव्र परिवर्तन एक स्वाभाविक प्रक्रिया है। इस परिवर्तन के प्रभावी सम्प्रेषण पर व्यावसायिक सफलता एवं विकास निर्भर करता है। इसलिए **कुण्टज़ एवं ओ'डोनेल (Koontz and O' Donnel)** ने कहा है “अपने व्यापक अर्थों में उपक्रम में सम्प्रेषण का उद्देश्य परिवर्तन को लागू करना है।”

प्रबन्धकों हेतु व्यावसायिक सम्प्रेषण के महत्व को निम्न शीर्षकों में स्पष्ट किया जा सकता है—

1. **संगठन के समन्वय में सहायता**—व्यावसायिक संगठन अनेक व्यक्तियों का समूह होता है। संगठन के विभिन्न समूहों के बीच समन्वय एवं कार्य एकरूपता होना नितान्त आवश्यक है, तभी कोई व्यावसायिक संगठन अपने लक्ष्यों को सुगमता से प्राप्त कर सकता है। प्रबन्ध एवं श्रम, विभिन्न विभागों एवं विभिन्न व्यक्तियों तथा उनकी विविध व्यावसायिक क्रियाओं के मध्य प्रभावी समन्वय व्यावसायिक सफलता का मूलाधार है। यह समन्वय तभी स्थापित हो सकता है जबकि उनके मध्य सन्देशों एवं विचारों का आदान-प्रदान सरलता एवं सुगमता से हो सके। सम्प्रेषण ही एकमात्र माध्यम है जो कि विचारों एवं सन्देशों के आदान-प्रदान का सुअवसर उपलब्ध कराके संगठन में सद्भाव एवं समन्वय बनाए रखने में सहायता करता है।
2. **निर्देशन एवं नियन्त्रण का आधार**—व्यवसाय संगठन में कार्यरत व्यक्तियों को विभिन्न स्तरों पर निरन्तर क्रियाशील करने के लिए प्रभावी सम्प्रेषण अत्यन्त आवश्यक है। व्यावसायिक योजनाओं के लक्ष्यों को तभी प्राप्त किया जा सकता है जबकि प्रबन्धकीय निर्देशन का सतत सम्प्रेषण संगठन के मध्य विद्यमान हो। सम्प्रेषण द्वारा ही कर्मचारियों को सही समय

पर सही निर्देश प्रदान किये जा सकते हैं। सम्प्रेषण द्वारा कार्य सम्बन्धी आदेश, निर्देश के साथ-साथ उनकी व्यावहारिक कठिनाइयों का निराकरण किया जाता है जिससे कार्य तथा कर्मचारियों पर उचित नियन्त्रण स्थापित करने में सरलता रहती है।

3. **व्यावसायिक क्रियाओं का सफल संचालन**—व्यावसायिक उद्देश्यों एवं लक्ष्यों की प्राप्ति के लिए सम्प्रेषण एक आवश्यक प्रक्रिया है क्योंकि व्यावसायिक घटनाओं की नवीनतम सूचनाओं एवं सन्देशों का संस्था के उद्देश्यों की प्राप्ति हेतु शीघ्रता से प्रयोग कर व्यावसायिक सुअवसरों का लाभ उठाया जा सकता है। व्यावसायिक क्रियाओं के सफल संचालन एवं निष्पादन के लिए आन्तरिक एवं बाह्य पक्षों से निरन्तर सम्प्रेषण बनाए रखना पड़ता है। सम्प्रेषण के अवरोध अथवा रुकावट होने पर व्यवसाय के कार्यों में विलम्ब होने की आशंका रहती है जिससे व्यवसाय के प्रभावी संचालन पर विपरीत असर पड़ता है।
4. **बाह्य जगत से श्रेष्ठ सम्पर्क**—वर्तमान स्पर्धा व निजीकरण के युग में व्यावसायिक सफलता के लिए संस्था का बाह्य जगत से श्रेष्ठ सम्पर्क बनाये रखना आवश्यक होता है। संस्था को सरकार, प्रशासनिक तन्त्र, व्यापार संघों, उपभोक्ता संगठनों, श्रम संघों, अनुसंधान संस्थाओं व अन्य समूहों के साथ निरन्तर सम्प्रेषण बनाये रखना पड़ता है जिससे संस्था बाह्य जगत की भावनाओं को समझ सकती है और अपनी समस्याओं एवं प्रगति से बाहरी पक्षकारों को अवगत कराकर सौहार्दपूर्ण बाह्य सम्पर्क स्थापित करने में सुगमता होती है।
5. **अभिप्रेरणा व मनोबल वृद्धि में सहायक**—सम्प्रेषण न केवल कर्मचारियों को आदेश एवं निर्देश उपलब्ध कराता है बल्कि कर्मचारी अपने आवंटित कार्य को श्रेष्ठतम ढंग से कर सके इसका बोध भी सम्प्रेषण द्वारा कराया जाता है। इससे कर्मचारियों को कार्य के प्रति अधिक अभिप्रेरणा प्राप्त होती है। सम्प्रेषण के द्वारा कर्मचारियों की समस्याओं, सुझावों एवं शिकायतों पर विचार किया जाता है जिससे कर्मचारियों का मनोबल ऊँचा तथा कार्यान्तराग (Willingness to work) बढ़ता है।
6. **सामूहिक नेतृत्व में सहायक**—सम्प्रेषण व्यवस्था द्वारा प्रबन्ध एवं कर्मचारी निरन्तर सम्पर्क में बने रहते हैं और विचारों, समस्याओं एवं सुझावों का आदान-प्रदान करते रहते हैं। इससे कार्यों के सम्पादन में सामूहिक नेतृत्व की भावना उत्पन्न होती है। श्रम व कर्मचारी यह अनुभव करते हैं कि निर्णयन में उसकी सहभागिता है तथा व्यवसाय को उसकी आवश्यकता है जिससे संस्था में स्वस्थ कार्य वातावरण निर्मित होता है।

उपरोक्त विवेचन से स्पष्ट है कि प्रबन्ध की महत्वपूर्ण अवधारणाएँ; जैसे—भागीदारी (Participation) अधिकार, संरचना (Empowerment) तथा संलग्नता (Involvement) सभी सम्प्रेषण के चारों ओर चक्कर लगाते हैं। कोई भी प्रबन्धक अपने कार्य में सफल नहीं हो सकता यदि उसमें सम्प्रेषण क्षमता का अभाव है।

सर जॉन हार्वे जोन्स के अनुसार, “प्रबन्धकों के लिए सम्प्रेषण महत्वपूर्ण आवश्यक योग्यता है। पेशेवर तथा परिणाम-वांछित संगठन हमेशा ऐसे सम्प्रेषण की तलाश में रहते हैं जो सम्प्रेषण क्षमता में निपुण हो।”

प्रबन्धकीय एवं व्यावसायिक प्रगति प्रभावी सम्प्रेषण प्रक्रिया पर निर्भर है। इसलिए व्यावसायिक प्रबन्ध को अपना अधिकांश समय सम्प्रेषण कार्यों में लगाना पड़ता है। आधुनिक प्रबन्धकीय विधियाँ; जैसे—प्रबन्धकीय सूचना प्रणाली (Management Information System), निर्णयन प्रणाली (Decision Support System DSS) तथा व्यूह रचना सूचना प्रणाली (Strategic Information System-S.I.S.) आदि सम्प्रेषण पर आधारित हैं।

प्र.2. सम्प्रेषण के आवश्यक तत्त्वों एवं उद्देश्यों का वर्णन कीजिए।

उत्तर

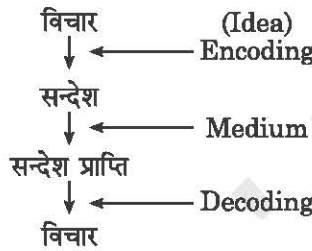
सम्प्रेषण के आवश्यक तत्व (विशेषताएँ) (Essential Features of Communication)

सम्प्रेषण के परम्परागत स्वरूप में पाँच तत्व—1. सन्देशवाहक वक्ता अथवा लेखक, 2. विचार जो सन्देश, आदेश या अन्य रूप में है, 3. संवाहन कहने, लिखने अथवा जारी करने के रूप में, 4. सन्देश प्राप्त करने वाला, 5. सन्देश प्राप्तकर्ता की प्रतिपुष्टि या प्रतिक्रिया आदि तत्व होते हैं। लेकिन सम्प्रेषण के आधुनिक स्वरूप का विश्लेषण किया जाए तो सम्प्रेषण के निम्नलिखित तत्व प्रकाश में आते हैं—

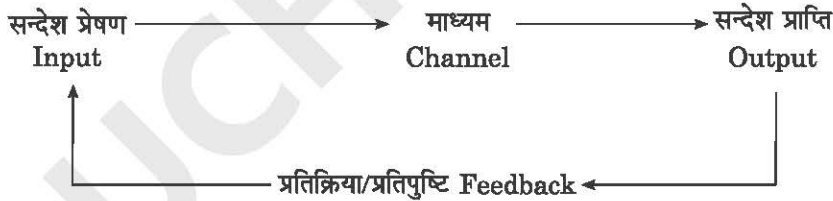
1. **सम्प्रेषण एक सतत प्रक्रिया**—व्यावसायिक सम्प्रेषण निरन्तर (सतत) चलने वाली प्रक्रिया है। क्योंकि ग्राहकों, कर्मचारियों, सरकार आदि बाह्य एवं आन्तरिक पक्षों के मध्य सन्देशों के आदान-प्रदान की प्रक्रिया व्यवसाय में निरन्तर

बनी रहती है। सम्प्रेषण में सूचना (Information), आदेश (Order), निर्देश (Direction), सुझाव (Suggestion), सलाह (Advice), क्रियान्वयन (Persuasion), शिक्षा (Education), चेतावनी (Warning), अभिप्रेरणा (Motivation), ऊँचा मनोबल (High Moral) उठाने वाले सन्देशों का आदान-प्रदान निर्बाध रूप से सतत प्रक्रिया में चलता रहता है।

2. सम्प्रेषण अर्थ सम्प्रेषित करने का माध्यम—सम्प्रेषण का आशय सूचनाओं एवं सन्देशों को एक व्यक्ति (समूह) से दूसरे व्यक्ति (समूह) को भेजना ही पर्याप्त नहीं है बल्कि इसके लिए यह भी आवश्यक है कि सूचना अथवा सन्देश प्राप्तकर्ता उसे उसी भाव (अर्थ) में समझे जिस भाव से उसे सूचना दी गई है। इसलिए सम्प्रेषण प्रक्रिया में सूचना प्रेषण करने वाले को 'Encoder' तथा सूचना प्राप्त करने वाले को 'Decoder' कहा जाता है। इस प्रक्रिया को निम्न ढंग से स्पष्ट किया जा सकता है—



3. सम्प्रेषण द्विमार्गी प्रक्रिया—सम्प्रेषण दोतरफा प्रक्रिया है। सम्प्रेषण में दो व्यक्तियों अथवा समूहों के मध्य सन्देश का आदान-प्रदान होता है। सम्प्रेषण प्रक्रिया में सन्देश प्राप्तकर्ता सन्देश भेजने वाले के सही अर्थ भाव को समझता है एवं अपनी प्रतिपुष्टि अथवा प्रतिक्रिया (Feedback) सन्देश प्रेषक को प्रदान करता है। इस तरह सम्प्रेषण मूलतः द्विमार्गी प्रक्रिया है। सन्देश प्राप्त करने पर ही सम्प्रेषण प्रक्रिया तब तक पूर्ण नहीं होती, जब तक प्राप्त करने वाला सम्बन्धित वाञ्छित प्रतिपुष्टि का संवाहन न करे। द्विमार्गी प्रक्रिया को निम्न प्रकार स्पष्ट कर सकते हैं—



4. सम्प्रेषण एक प्रबन्धकीय कार्य—सम्प्रेषण एक महत्वपूर्ण प्रबन्धकीय प्रक्रिया एवं संस्था के कार्यों के निष्पादन की आधारशिला है, व्यावसायिक संस्था के संगठित समूह के व्यक्तियों, सहकर्मचारियों के मध्य समन्वय, नेतृत्व, अभिप्रेरणा एवं निर्देशन का कार्य सम्प्रेषण द्वारा किया जाता है। नियन्त्रण प्रक्रिया का मूलाधार सम्प्रेषण ही है जिसके द्वारा कर्मचारियों एवं कार्य पर नियन्त्रण प्राप्त किया जाता है। कर्मचारियों के मध्य सौहार्दपूर्ण वातावरण प्रभावी सम्प्रेषण के द्वारा बनाया जा सकता है। इस प्रकार स्पष्ट है कि सम्प्रेषण एक प्रबन्धकीय कार्य एवं अन्य प्रबन्धकीय कार्यों के सम्पादन के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण (तन्त्र) है।
5. सम्प्रेषण माध्यम के विभिन्न प्रकार—आधुनिक युग में सम्प्रेषण के लिए अनेक संचार माध्यम प्रयोग में लाए जाते हैं। सूचना क्रान्ति के वर्तमान युग में सम्प्रेषण के लिए परम्परागत माध्यम; जैसे—पत्राचार, टेलीफोन के साथ-साथ तीव्र गति वाले आधुनिक सम्प्रेषण माध्यम; जैसे—टेलीफोन, ईमेल, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग आदि माध्यम प्रयोग में लाए जाते हैं। व्यवसाय का आकार एवं सन्देश की प्रकृति के अनुसार माध्यम का चयन किया जाता है।

सम्प्रेषण लिखित, मौखिक अथवा सांकेतिक होने के साथ-साथ एकमार्गीय (Inter-scaler), द्विमार्गीय (Intra-scaler) एवं त्रिस्तरीय (Extra-organisation) भी हो सकता है।

व्यावसायिक सम्प्रेषण के उद्देश्य (Objectives of Business Communication)

सम्प्रेषण के विभिन्न उद्देश्यों को निम्नलिखित रूप में स्पष्ट किया जा सकता है—

1. **सही सूचनाओं एवं सन्देशों का प्रेषण**—सम्प्रेषण का मुख्य उद्देश्य सही व्यक्ति को सही सूचना एवं सन्देश पहुँचाना होता है। सन्देश पूर्ण रूप से समझने योग्य तथा प्राप्तकर्ता द्वारा उसी रूप में समझना चाहिए जिस रूप में प्रेषणकर्ता उसे समझाने का प्रयास कर रहा है। उच्चाधिकारी अपने अधीनस्थों से सम्प्रेषण करते समय सूचना, आदेश एवं सलाह आदि का सम्प्रेषण करते हैं तथा कभी-कभी अधीनस्थों द्वारा सुझाव भी दिए जाते हैं। इनका प्रेषण सही ढंग से होना चाहिए।
2. **परिवर्तनों को लागू करना**—बाजारोन्मुख अर्थव्यवस्थाओं में व्यावसायिक घटनाओं में तीव्र परिवर्तन एक स्वाभाविक प्रक्रिया है। इस परिवर्तन के प्रभावी सम्प्रेषण पर व्यावसायिक सफलता एवं विकास निर्भर करता है। इसलिए कुण्डज़ एवं ओडोनेल ने कहा है “अपने व्यापक अर्थों में उपक्रम में सम्प्रेषण का उद्देश्य परिवर्तन को लागू करना है।”
3. **प्रयासों में समन्वय**—प्रत्येक व्यवसाय के अपने लक्ष्य निर्धारित होते हैं तथा उन व्यावसायिक लक्ष्यों को प्राप्त करना व्यवसाय में निहित प्रत्येक व्यक्ति का दायित्व होता है। लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए आवश्यक है कि विभिन्न व्यक्तियों के विभिन्न कार्यों में समन्वय होना चाहिए। दूसरे शब्दों में, प्रत्येक कर्मचारी व्यावसायिक लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए समुचित प्रयास करता है, उन सभी व्यक्तियों के प्रयासों में समन्वय होना चाहिए। जो केवल प्रभावशाली सम्प्रेषण प्रक्रिया के द्वारा ही सम्भव हो सकता है।
4. **मधुर औद्योगिक सम्बन्ध**—सम्प्रेषण प्रक्रिया मधुर औद्योगिक सम्बन्धों का सृजन करती है। सम्प्रेषण प्रक्रिया में एक पक्ष से दूसरे पक्ष को भावनाओं, विचारों, दृष्टिकोणों एवं सूचनाओं का प्रेषण किया जाता है जो कि अच्छे औद्योगिक सम्बन्धों का विकास करते हैं। सम्प्रेषण प्रक्रिया से दोनों पक्ष—प्रबन्धक और अधीनस्थ एक-दूसरे को अच्छी तरह समझ लेते हैं तथा गलतफहमी (Misunderstanding) की कोई गुन्जाइश नहीं रहती जो मधुर सम्बन्धों का प्रारम्भ करवाती है। यही आगे चलकर विश्वास बढ़ाती है और व्यापार में गतिशीलता लाती है।
5. **प्रबन्धकीय कौशल का विकास**—सम्प्रेषण प्रबन्धकों को कार्य पर मानव व्यवहार समझने में सहायता करता है। व्यक्तियों के आचरण एवं संस्था में होने वाली विभिन्न घटनाओं के सम्बन्ध में तथ्यों, विचारों, दृष्टिकोणों, सूचनाओं एवं भावनाओं आदि का सम्प्रेषण, प्रबन्धकों के ज्ञान में वृद्धि करता है। इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि सम्प्रेषण सीखने की एक प्रक्रिया है।
6. **नीतियों की प्रभावोत्पादकता**—व्यावसायिक संस्था कर्मचारियों के मार्गदर्शन के लिए तथा उत्पादकता में वृद्धि करने के लिए नीतियों एवं कार्यक्रमों का निर्माण करती है तथा उनका सम्बन्धित व्यक्तियों को प्रेषण किया जाता है। केवल सम्प्रेषण प्रक्रिया के द्वारा ही नीतियों एवं कार्यक्रमों को मूलरूप से सम्बन्धित व्यक्तियों को प्रेषण किया जा सकता है।
7. **बाहरी पक्षों से सम्बन्ध**—सम्प्रेषण केवल संस्था के आन्तरिक प्रबन्ध के लिए ही आवश्यक नहीं है बल्कि बाह्य पक्षों से भी सम्बन्ध स्थापित करने के लिए इसकी आवश्यकता पड़ती है। बाह्य पक्षकारों से सम्बन्ध स्थापित करने से संस्था की ख्याति बढ़ती है तथा अन्य लोगों का संस्था के प्रति सकारात्मक नजरिया बनता है।
8. **शीघ्र निर्णयन एवं उसका क्रियान्वयन**—शीघ्र निर्णय लेने के लिए समकों का संकलन अनिवार्य है। कोई भी महत्वपूर्ण निर्णय लेने से पहले सम्बन्धित सूचनाओं का संकलन करना आवश्यक होता है। इसके लिए प्राथमिक स्तर पर सम्प्रेषण प्रक्रिया को ही अपनाया जाता है। निर्णय का प्रभावशाली ढंग से क्रियान्वयन करने के लिए पुनः सम्प्रेषण प्रक्रिया की सहायता ली जाती है। इसलिए निर्णय लेने एवं क्रियान्वित करने के लिए सम्प्रेषण प्रक्रिया की आवश्यकता पड़ती है।
9. **मानवीय सम्बन्धों का सृजन**—मानव उत्पादन का एक प्रभावी एवं सक्रिय तत्व है तथा मधुर मानवीय सम्बन्ध औद्योगिक शान्ति एवं समन्वय का आधार है। उच्चाधिकारी अपने अधीनस्थों को संस्था की आवश्यकताओं एवं लक्ष्यों का प्रेषण करते हैं तथा अधीनस्थ अपने उच्चाधिकारियों को अपने सुझाव, विचार एवं प्रतिक्रियाओं का प्रेषण करते हैं। यह सभी केवल सम्प्रेषण प्रक्रिया के द्वारा ही सम्भव हो पाता है। इस प्रकार, प्रभावी सम्प्रेषण प्रक्रिया मधुर मानवीय सम्बन्धों का सृजन करती है।

10. भ्रमों को हटाना—सूचना विभिन्न स्तरों से होकर गुजरती है और विभिन्न व्यक्ति अपनी रुचि के अनुसार उसका विश्लेषण करते हैं जिससे भ्रम व गलतफहमी उत्पन्न होती है। भ्रम सम्प्रेषण प्रक्रिया का सबसे बड़ा शत्रु है। सम्प्रेषण को प्रभावी बनाने के लिए भ्रमों को हटाना अनिवार्य होता है।

प्र.3. मौखिक सम्प्रेषण से क्या आशय है? मौखिक सम्प्रेषण के माध्यम, लाभ एवं दोषों का वर्णन कीजिए।

उत्तर

**मौखिक सम्प्रेषण
(Oral Communication)**

जब कोई संवाद एवं सूचना मौखिक उच्चारण कर प्रेषित की जाए तो इसे मौखिक सम्प्रेषण कहते हैं। इसमें दो पक्ष होते हैं—प्रेषक एवं संदेश प्राप्तकर्ता। भाषा प्रथम रूप से मौखिक होती है। मौखिक सम्प्रेषण ही वह सूत्र है जो मानवीय सम्बन्धों की स्थापना करता है। घर, सार्वजनिक स्थान अथवा संगठन इन सभी में मौखिक सम्प्रेषण ही व्यक्तियों को आपस में एक सूत्र में जोड़ते हैं। संगठन में अनेक औपचारिक एवं अनौपचारिक सम्प्रेषण का माध्यम मौखिक ही होता है।

मौखिक सम्प्रेषण के माध्यम (Medium of Oral Communication)

मौखिक सम्प्रेषण में निम्नलिखित माध्यम उपयोग में लाए जाते हैं—

- (i) आमने-सामने वार्तालाप (Face-to-Face Conversation)
- (ii) दूरभाष पर वार्तालाप (Conversation over the telephone)
- (iii) रेडियो प्रसारण (Radio Broadcasting)
- (iv) टेप रिकॉर्डर (Tape Recorder)
- (v) साक्षात्कार (Interview)
- (vi) सामूहिक संवाद (Group Discussion)
- (vii) सभाएँ (Meetings)
- (viii) सम्मेलन (Conferences)
- (ix) विचारगोष्ठियाँ (Seminars)
- (x) भाषण (Speeches)
- (xi) घोषणाएँ (Announcements)

**मौखिक सम्प्रेषण के लाभ अथवा गुण
(Advantages or Merits of Oral Communication)**

मौखिक सम्प्रेषण के लाभों अथवा गुणों का विवेचन निम्न प्रकार से किया जा सकता है—

1. **शीघ्र सम्प्रेषण**—सम्प्रेषण का शीघ्रतम माध्यम मौखिक माध्यम है। मौखिक सम्प्रेषण से धन एवं समय दोनों की बचत होती है क्योंकि संदेश मौखिक उच्चारण के साथ प्रेषित हो जाता है।
2. **प्रभावपूर्ण**—मौखिक सम्प्रेषण प्रभावपूर्ण होता है। उच्चारण के ढंग, अभिव्यक्ति की भाव-भंगिमा एवं हाव-भाव द्वारा संदेशों को प्रभावशाली ढंग से रखा जा सकता है। संदेश की विषय-सामग्री को चित्र एवं अभिनय द्वारा भी प्रभावी बनाया जा सकता है।
3. **अविलम्ब प्रतिपुष्टि**—मौखिक सम्प्रेषण में सन्देश प्रेषक तत्काल पुष्टि कर सकता है कि प्राप्तकर्ता ने सन्देश का वास्तविक अर्थ समझ लिया है एवं प्राप्तकर्ता की क्या प्रतिक्रिया है। यदि सन्देश के सन्दर्भ में कोई भ्रम है, तो उसका निवारण भी उसी समय हो जाता है।
4. **गोपनीय**—मौखिक सन्देश गोपनीय होते हैं। विश्वासपात्र लोगों से महत्वपूर्ण सम्प्रेषण अधिकांशतः मौखिक ही होते हैं। मौखिक सम्प्रेषण में अशुद्धता (Distortion), अनर्थ (Colouring) तथा तोड़-मरोड़ (Filtering) की सम्भावनाएँ समाप्त हो जाती हैं।
5. **नियन्त्रण एवं प्रेरणा में अधिक प्रभावी**—मौखिक सम्प्रेषण सामूहिक विचार-विनिमय के द्वारा दिया जाता है जिससे कर्मचारियों को प्रेरणा (Motivation) प्राप्त होती है। मौखिक सम्प्रेषण कार्य निष्पादन की गति एवं नियन्त्रण (Control) में अधिक प्रभावी होता है।

6. **आपातकाल में अधिक उपयोगी**—असामान्य स्थितियों में मौखिक सम्प्रेषण ही अधिक उपयोगी होता है। आकस्मिक परिस्थितियों में संदेश की शुद्धता (Accuracy) एवं समय (Time) महत्वपूर्ण कारक होते हैं। मौखिक सम्प्रेषण के द्वारा ही सबसे शीघ्र एवं शुद्ध सम्प्रेषण सम्भव होता है। इसके अतिरिक्त कर्मचारियों के मनोबल को ऊंचा उठाने में मौखिक सम्प्रेषण प्रेरणादायक होता है।

मौखिक सम्प्रेषण की सीमाएँ अथवा दोष (Limitations or Demerits of Oral Communication)

मौखिक सम्प्रेषण की प्रमुख सीमाएँ अथवा दोष निम्न हैं—

1. **वैधानिक मान्यता का अभाव**—मौखिक सम्प्रेषण भविष्य में विवाद की दशा अथवा उत्तरदायित्व निर्धारण के समय प्रमाणस्वरूप प्रस्तुत नहीं किया जा सकता है। अतः मौखिक सम्प्रेषण का कोई स्थायी महत्व नहीं होता और इसकी कोई वैधानिक मान्यता भी नहीं होती। मौखिक सम्प्रेषण दीर्घकाल के लिए उपयोगी नहीं होता क्योंकि इसको लम्बे समय तक स्मृति में (Not retain for a long time) नहीं रखा जा सकता।
2. **सीमित क्षेत्र**—मौखिक सम्प्रेषण का क्षेत्र काफी सीमित होता है। यदि सम्प्रेषण करने वाले तथा पाने वाले के बीच प्रत्यक्ष सम्पर्क नहीं है, तो मौखिक सम्प्रेषण अनुपयुक्त होता है। दूरस्थ व्यक्तियों (Distant people) की दशा में जहाँ संचार के यान्त्रिक साधन (Communication mechanical devices) नहीं हैं, मौखिक सम्प्रेषण सम्भव नहीं हो पाता।
3. **विस्तृत सन्देशों की दशा में अनुपयुक्त**—जब मौखिक सन्देश विस्तृत एवं लम्बा हो तो सन्देश प्राप्तकर्ता को सन्देश का अर्थ समझने में कठिनाई होती है एवं वह बार-बार स्पष्टीकरण चाहता है। विस्तृत मौखिक सम्प्रेषण में महत्वपूर्ण अंशों के भूल जाने की सम्भावना बनी रहती है।
4. **विपरीत अर्थ**—मौखिक सम्प्रेषण में यदि सन्देश प्राप्तकर्ता उच्चारण को सही नहीं समझ पाया तो उसको अन्य अर्थ में भी समझ सकता है। मौखिक सम्प्रेषण के यान्त्रिक साधनों में यह सम्भावना और भी बढ़ जाती है। कभी-कभी मौखिक सम्प्रेषण समय बरबाद करने वाला होता है। सभाएँ, सम्मेलन, विचारगोष्ठी आदि कोई तार्किक निष्कर्ष पर नहीं पहुँचती जबकि इनके आयोजन में काफी समय एवं धन लगता है।

प्र.4. लिखित सम्प्रेषण से आप क्या समझते हैं? लिखित सम्प्रेषण के लाभ एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।
उत्तर

लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)

जब सन्देश का आदान-प्रदान लिखित रूप में होता है, तो उसको लिखित सम्प्रेषण कहते हैं। विस्तृत सन्देशों अथवा स्थायी तथा भविष्य में सन्दर्भ के रूप रखे जाने वाले सन्देशों का लिखित सम्प्रेषण किया जाता है। जब सन्देशों को एक साथ विभिन्न स्थानों पर अनेक व्यक्तियों को सम्प्रेषित करना हो तब लिखित सम्प्रेषण ही उपयोगी होता है।

कहा जाता है कि 'स्वाध्याय मनुष्य को पूर्ण व्यक्ति बनाता है जबकि लेखन व्यक्ति को यथार्थ स्वरूप प्रदान करता है।' जब सन्देशों को निश्चित अर्थ (Exact meaning) प्रदान करना हो तो लिखित सम्प्रेषण ही प्रयोग किया जाना चाहिए। जिस प्रकार मौखिक सम्प्रेषण के अभाव में सामाजिक जीवन व्यावहारिक नहीं है, उसी प्रकार किसी व्यवसाय अथवा उसके संगठन में लिखित सम्प्रेषण के अभाव में उसका संचालन सम्भव नहीं है। संगठन के विभिन्न व्यक्तियों एवं समूह के मध्य कर्तव्यों, उत्तरदायित्वों एवं अधिकार सीमाओं का निर्धारण लिखित सम्प्रेषण से निश्चित किया जाता है।

लिखित सम्प्रेषण में पत्र (Letters), टेलीग्राम (Telegram), परिपत्र (Circular), ज्ञापन (Memo), प्रतिवेदन (Reports), फार्म (Form), सूक्ष्म (Minutes), सूचना (Notice), प्रश्नावली (Questionnaires), नियमावली (Manual), रेखाचित्र (Graphs), चित्र (Diagrams), चार्ट (Charts), फैक्स (Fax), ई. मेल (E. Mail), कम्पैक्ट डिस्क (Compact Disc, C.D.), फ्लॉपी (Floppy) एवं लिखित शब्द (Written words) शामिल होते हैं। लिखित सम्प्रेषण स्पष्ट (Clear), पूर्ण (Complete), शुद्ध (Correct) एवं बोधगम्य (Intelligible) होना चाहिए।

लिखित सम्प्रेषण के लाभ अथवा गुण (Advantages or Merits of Written Communication)

लिखित सम्प्रेषण के अग्रलिखित लाभ अथवा गुण हैं—

1. **विस्तृत पहुँच**—लिखित सम्प्रेषण का क्षेत्र अत्यधिक व्यापक है। लिखित सम्प्रेषण हेतु पक्षकारों के बीच सीधा एवं प्रत्यक्ष सम्पर्क आवश्यक नहीं है। दूरस्थ क्षेत्रों में जहाँ संचार के आधुनिक साधन नहीं हैं, लिखित सम्प्रेषण आसानी से पहुँच जाता है। एक साथ लगभग एक ही समय में अनेक व्यक्तियों को सुगमता से लिखित सम्प्रेषण किया जा सकता है।
2. **वैधानिक एवं स्थायी रिकॉर्ड**—लिखित सम्प्रेषण का साक्ष्य वैधानिक रूप से स्वीकृत किया जाता है। लिखित सम्प्रेषण व्यावसायिक संगठन में स्थायी रिकॉर्ड के रूप में रखा जाता है जिसको भविष्य में सन्दर्भ (Reference) के लिए प्रयोग किया जाता है। नवीन नीतियाँ एवं अनेक व्यावसायिक निर्णय सुविधा से लिए जा सकते हैं।
3. **उत्तरदायित्व निर्धारण में सहायक**—लिखित सम्प्रेषण उत्तरदायित्व निर्धारण में सहायता करता है। लिखित सम्प्रेषण से अधिकारी एवं अधीनस्थ कर्मचारी अपने दायित्वों को दूसरों के कन्धों पर नहीं डाल सकते। लिखित सम्प्रेषण का क्रियान्वयन होने पर उत्तरदायी व्यक्ति की पहचान आसानी से की जा सकती है क्योंकि इसमें परिवर्तन सम्भव नहीं होता।
4. **निश्चित एवं सही**—लिखित सम्प्रेषण में सन्देश पूर्णतः स्पष्ट, निश्चित तथा सही होता है। प्रत्येक व्यक्ति उसे आसानी से समझ सकता है और उसी के अनुसार कार्य करता है। जो सन्देश विस्तृत एवं जटिल होते हैं तथा जिन्हें याद रखना कठिन होता है, ऐसे सन्देशों को क्रमबद्ध ढंग से लिखित रूप में निश्चित एवं सही अर्थों में सुगमता से प्रस्तुत किया जा सकता है।
5. **एकरूपता**—लिखित सम्प्रेषण से संस्था की नीतियों एवं प्रक्रियाओं में एकरूपता आती है। लिखित सम्प्रेषण के द्वारा ही संगठन के क्रिया-कलापों के संचालन के लिए एकरूप मार्गदर्शक सिद्धान्तों का प्रसार किया जा सकता है। सेवा शर्तों तथा व्यावसायिक नीतियों में एकरूपता लिखित सम्प्रेषण द्वारा ही सम्भव है। प्रभावी लिखित सम्प्रेषण संस्था की ख्याति में वृद्धि करता है।
6. **क्रियान्वयन में सुविधा**—लिखित सम्प्रेषण में सन्देश प्राप्त को सन्देश पर विचार करने तथा विश्लेषण करने का पर्याप्त समय एवं अवसर रहता है जिससे क्रियान्वयन की सही प्रक्रिया (right course of action) का निर्धारण किया जा सके।

लिखित सम्प्रेषण की सीमाएँ अथवा दोष

(Limitations or Demerits of Written Communication)

लिखित सम्प्रेषण की सीमाओं अथवा दोषों को निम्न प्रकार से निरूपित किया जा सकता है—

1. **महँगी प्रक्रिया**—लिखित सम्प्रेषण एक खर्चीली पद्धति है। विचारों एवं सन्देशों को व्यवस्थित रूप से सोचने, डिक्टेशन देने, टाइपिंग करने, पत्र-प्रेषण रजिस्टर में अंकित करने एवं प्रेषण करने में अनेक लोगों का श्रम एवं समय लगता है। इसके अतिरिक्त भविष्य में सन्दर्भ हेतु रिकॉर्ड रखने की व्यवस्था भी करनी पड़ती है। यदि लिखित सम्प्रेषण की सम्पूर्ण प्रक्रिया का अवलोकन करें तो यह एक अत्यन्त महँगी प्रक्रिया है।
2. **समय लगाने वाली प्रक्रिया**—लिखित सम्प्रेषण अनावश्यक समय लगाने वाली प्रक्रिया है क्योंकि सन्देश प्रेषण में अनेक औपचारिकताओं की पूर्ति करने में समय लगता है। इसके अतिरिक्त सन्देश प्राप्तकर्ता को अपनी प्रतिक्रिया (Feedback) भेजने में काफी समय लगाना पड़ता है। यदि सन्देश के सन्दर्भ में कोई स्पष्टीकरण आवश्यक है तो और भी अधिक समय लग जाता है। इस प्रकार लिखित सम्प्रेषण अत्यधिक समय में पूरी होने वाली प्रक्रिया है।
3. **गोपनीय नहीं**—लिखित सम्प्रेषण में अनेक व्यक्तियों का योगदान होता है। अतः सन्देश की गोपनीयता बनाए रखना एक जटिल कार्य है। आधुनिक प्रतिस्पर्धा के युग में गोपनीयता भंग होने से व्यावसायिक प्रगति पर विपरीत प्रभाव पड़ता है।
4. **व्याख्या की कठिनाई**—लिखित सम्प्रेषण में प्रयुक्त शब्दों की अलग-अलग व्यक्तियों द्वारा भिन्न-भिन्न व्याख्या की जा सकती है जिससे सम्प्रेषण का अर्थ परिवर्तित हो सकता है। इससे अधीनस्थों में कार्यों में टालमटोल एवं स्थगित रखने की प्रवृत्ति बढ़ती है।

प्र.5. दृश्य संकेत भाषा से क्या तात्पर्य है? दृश्य संकेत भाषा के गुण एवं सीमाओं का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

दृश्य संकेत भाषा

(Visual Sign Language)

दृश्य संकेत भाषा सम्प्रेषण की काफी प्राचीन, सरल एवं बोधगम्य पद्धति है। ऐतिहासिक महत्व के मन्दिरों, गुफाओं एवं अन्य इमारतों पर आज भी चित्रलिपि एवं भित्तिचित्र पाए जाते हैं जो प्राचीन शासकों की शौर्य गाथा, तात्कालिक सामाजिक परिवेश, धार्मिक परम्पराओं एवं व्यावसायिक मान्यताओं के सन्दर्भ में काफी जानकारियाँ प्रदान करते हैं। चित्रों का सांकेतिक सम्प्रेषित

महत्व एक गम्भीर अध्ययन की विषय-वस्तु है। कुछ ही दृश्य संकेत (Sign Visual) स्थानीय एवं सीमित अर्थ में अपने भाव सम्प्रेषित करते हैं, लेकिन अधिकांश दृश्य संकेत सार्वभौमिक एवं सभी के लिए सभी स्थानों पर एक समान अर्थ ही सम्प्रेषित करते हैं। दृश्य संकेत भाषा में चित्र, पेण्टिंग, चार्ट, ड्राइंग, रेखाचित्र, नक्काशी, खुदाई, प्रतिमा, भित्तिचित्र, पोस्टर, कार्टून, फोटोग्राफ्स, साइनबोर्ड, नक्शा, डायग्राम, चलचित्र आदि को शामिल करते हैं। रेलवे स्टेशन, हवाई अड्डों, सड़क परिवहन केन्द्रों पर लाल, हरी या पीली रोशनी, शल्य कक्ष के ऊपर जलता हुआ लाल बल्ब, एम्बुलेन्स, अधिकारी अथवा राजनेता की गाड़ी पर घूमती नीली या लाल बत्ती बिना कोई ध्वनि किए अपने अर्थ सभी को सम्प्रेषित करती है।

निम्न दृश्य संकेत भाषा के चित्रों का कार्यालयों, कारखानों आदि में सामान्य प्रयोग किया जाता है—



गुण (Merits)

दृश्य संकेत भाषा के प्रमुख गुण इस प्रकार हैं—

1. **सम्प्रेषण के स्थायी साधन**—दृश्य संकेत साधारणतया मौलिक और सामान्य सन्देशों के सम्प्रेषण का माध्यम है। पथ-प्रदर्शन, स्थान-निर्देशन तथा वर्जित कार्यों के दृश्य संकेत स्थायी प्रकृति के होते हैं। एक बार इनका दृश्य रेखांकित कर देने पर लम्बी अवधि तक अपने दृश्य संकेत का अर्थ प्रदान करते रहते हैं।
2. **विज्ञापन व विपणन के प्रभावी साधन**—रंगीन पेण्टिंग, फोटोग्राफ, पोस्टर, सम्प्रेषण को आकर्षक बना देते हैं जिसके द्वारा प्राप्तकर्ता में रुचि एवं उत्सुकता उत्पन्न होती है। प्रतिस्पर्धात्मक बाजारों में प्रभावी विज्ञापन विपणन एवं नवीन ग्राहकों की खोज के लिए दृश्य संकेत सम्प्रेषण माध्यम का उपयोग धीरे-धीरे बढ़ता जा रहा है।
3. **शैक्षिक मूल्य**—दृश्य सम्प्रेषण कर्मचारियों, श्रमिकों को प्रशिक्षित करने में काफी सहायक होते हैं। चित्रों तथा पोस्टरों द्वारा नवीन तकनीकी कार्यपद्धति, परिचालन ढंग एवं अन्य सम्बन्धित जानकारी सुविधापूर्वक दी जा सकती है। इसलिए कहा जाता है कि दृश्य संकेत भाषा का शैक्षिक मूल्य अधिक होता है।
4. **सार्वभौमिक भाषा**—सामान्यतया संकेत भाषा सार्वभौमिक होती है। कुशल-अकुशल, स्त्री-पुरुष, शिक्षित-अशिक्षित बच्चे एवं बुजुर्ग आदि को दृश्य संकेत एक समान अर्थ में सन्देश सम्प्रेषित करते हैं।
5. **सन्देश प्रेषक का प्रतिबिम्ब**—दृश्य संकेत सन्देश भेजने वाले की बौद्धिक क्षमता व सांस्कृतिक पृष्ठभूमि को प्रतिबिम्बित करते हैं। पोस्टर, फोटोग्राफ तथा पेण्टिंग में सूक्ष्म भाव एवं विचार बड़े आकर्षक ढंग से प्रस्तुत किए जा सकते हैं।

सीमाएँ अथवा दोष (Limitations or Demerits)

दृश्य संकेत भाषा की सीमाएँ इस प्रकार हैं—

1. **साधारण सन्देशों की दशा में उपयुक्त**—दृश्य संकेत भाषा केवल सामान्य संकेतों, सन्देशों तथा विचारों को ही सम्प्रेषित करने का माध्यम है। जटिल, विशिष्ट, विषम सन्देशों का दृश्य संकेत भाषा में सम्प्रेषित करना लगभग असम्भव कार्य है। दृश्य संकेत भाषा काफी दीर्घ अवधि में सर्वव्यापी होती है। इस माध्यम में सन्देश प्राप्तकर्ता को दृश्य संकेत के अर्थ का पूर्वज्ञान होना आवश्यक है।
2. **विशेष दक्षता की आवश्यकता**—चित्र, फोटोग्राफ, पोस्टर आदि के द्वारा सन्देश सम्प्रेषित करना एक कठिन कार्य है। केवल अनुभवी, दक्ष और विशिष्ट कुशलता वाले व्यक्ति ही अपने सही विचार इन माध्यमों से प्रेषित कर सकते हैं।

3. सीमित क्षेत्र—दृश्य संकेत भाषा का क्षेत्र सीमित है, क्योंकि दृश्य संकेत भाषा तभी प्रभावी होती है जब साथ-साथ मौखिक सम्प्रेषण भी किया जाए। इसके अतिरिक्त दृश्य संकेत भाषा प्रेषक तथा प्राप्तकर्ता के मध्य गलतफहमी (Misunderstanding) उत्पन्न कर सकती है।

प्र.6. आन्तरिक एवं बाह्य सम्प्रेषण से आप क्या समझते हैं? आन्तरिक एवं बाह्य सम्प्रेषण के उद्देश्यों को बताइए।

**आन्तरिक सम्प्रेषण
(Internal Communication)**

आन्तरिक सम्प्रेषण का सामान्य आशय संगठन के मध्य विभिन्न व्यक्तियों, समूहों, विभागों, शाखाओं के मध्य सन्देशों के आदान-प्रदान से है जिससे संगठन के सभी लोग समान लक्ष्यों के लिए कार्य कर सकें। बृहत् आकार वाली संस्थाओं में जहाँ अनेक विभाग, शाखाएँ एवं अधिक संख्या में कर्मचारी कार्यरत हैं, वहाँ आन्तरिक सन्देशों का शीघ्रता, परिशुद्धता, गोपनीयता से आदान-प्रदान कर विभिन्न विभागों की गतिविधियों में सुदृढ़ समन्वय तथा कार्य एवं कर्मचारियों पर प्रभावी नियन्त्रण रखा जा सकता है। **जॉर्ज आर० टैरी (George R. Terry)** के अनुसार, 'सम्प्रेषण वह ऊर्जा है जोकि प्रबन्ध प्रक्रिया के सफल संचालन को उत्साहित करती है।' आन्तरिक सम्प्रेषण प्रक्रिया में सन्देश भेजने वाले का सन्देश प्रेषण के साथ-साथ यह दायित्व भी है कि वह यह पुष्टि करे कि सन्देश का तात्पर्य (Meaning) प्राप्तकर्ता द्वारा सम्बन्धित अर्थ में समझा गया है। सन्देश प्राप्तकर्ता का दायित्व है कि वह न केवल सन्देश को प्राप्ति (Receiving), समझ (Understand) स्वीकृति (Acceptance) करे बल्कि सम्बन्धित कार्य (Action) तथा उसकी प्रतिपुष्टि (Feedback) प्रदान करे। वर्तमान समय में संगठित व्यावसायिक उपक्रम का प्रत्येक व्यक्ति संवहन के लिए उत्तरदायी एवं हिस्सेदार होता है।

आन्तरिक सम्प्रेषण के उद्देश्य—आन्तरिक सम्प्रेषण के उद्देश्यों को निम्न प्रकार समझाया जा सकता है—

1. नीतियों व योजनाओं का संगठित क्रियान्वयन।
2. व्यावहारिक कठिनाइयों की जानकारी एवं उनको अविलम्ब दूर करने के प्रयास।
3. संगठन के कर्मचारियों के बीच मैत्रीपूर्ण एवं सौहार्दपूर्ण वातावरण का निर्माण।
4. संस्था के कर्मचारियों में नेतृत्व एवं निर्देशन आदि गुणों का विकास।
5. कर्मचारियों को अभिप्रेरणा तथा प्रशंसा एवं ऐसे स्वस्थ वातावरण का जन्म जिससे वे अपनी सम्पूर्ण क्षमता से कार्यशील हो सकें।
6. प्रबन्ध द्वारा आसानी से कर्मचारियों का कार्य एवं निष्पादन मूल्यांकन तथा श्रेष्ठ कर्मचारियों का चयन।
7. कार्य एवं कर्मचारियों पर प्रभावी नियन्त्रण।
8. संस्था के उद्देश्यों का विस्तार।

**बाह्य सम्प्रेषण
(External Communication)**

व्यावसायिक संस्था की प्रगति एवं विस्तार के लिए संस्था एवं बाह्य जगत के बीच प्रभावी सम्प्रेषण का होना आवश्यक है, क्योंकि व्यावसायिक संस्था को प्रतिस्पर्धा, मूल्यों, किस्मों, बाजारों एवं तकनीकी में होने वाले परिवर्तनों की जानकारी आवश्यक है। व्यावसायिक संस्था को आपूर्तिदाताओं (Suppliers), ग्राहकों (Customers), विपणन मध्यस्थों (Marketing intermediaries), वित्तीय संस्थाओं (Financial Institutions), सेवा क्षेत्र (Service sector), जैसे—बीमा, परिवहन, सरकारी विभागों; (Government Departments), जैसे—कर, आयात एवं निर्यात, श्रम, पंजीयन विभागों एवं स्कन्ध विपणि केन्द्रों (Stock Markets) से निरन्तर सम्पर्क में रहना पड़ता है। अतः संस्था एवं उक्त बाह्य पक्षों के मध्य प्रभावी सम्प्रेषण का होना नितान्त आवश्यक है। आधुनिक समय में व्यवसाय को अनेक सामाजिक, राजनीतिक एवं सरकारी, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय घटनाएँ भी प्रभावित करती हैं। अतः इनकी अपेक्षित सूचनाएँ (Required information) भी व्यावसायिक उपक्रम को बाह्य जगत से प्राप्त होती हैं। उपभोक्ता बाह्य पक्षों के साथ सन्देशों के आदान-प्रदान की प्रक्रिया को बाह्य सम्प्रेषण कहते हैं।

बाह्य सम्प्रेषण के उद्देश्य—संस्था के बाह्य सम्प्रेषण के उद्देश्य निम्न प्रकार हैं—

1. ग्राहकों की अभिरुचि का ज्ञान।
2. विपणन लक्ष्यों की प्राप्ति में सहायक।
3. आपूर्तिदाताओं से मधुर सम्बन्ध का निर्माण।
4. बीमा, बैंक, परिवहन एवं सरकारी कार्यालयों से निरन्तर एवं सौहार्दपूर्ण जानकारी।
5. सरकारी नीतियों एवं सामाजिक परिवेश के परिवर्तनों की अपेक्षित जानकारी।
6. व्यावसायिक सुअवसरों की खोज एवं प्राप्ति में सफलता।

उपरोक्त विवेचना से स्पष्ट है कि व्यावसायिक संस्था के बहुमुखी विकास (Multi-dimensional Development) के लिए आन्तरिक एवं बाह्य पक्षों के साथ प्रभावी सम्प्रेषण उसी प्रकार आवश्यक है जिस प्रकार चलने के लिए दोनों पैरों की आवश्यकता होती है।

प्र.7. सम्प्रेषण की भाषागत एवं मनोवैज्ञानिक बाधाओं का वर्णन कीजिए।

उत्तर

भाषा सम्बन्धी बाधाएँ (Linguistic Barriers)

इस प्रकार की बाधाएँ एवं रुकावटें उन कारणों से उत्पन्न होती हैं जिनका सम्बन्ध भाषा से होता है। सम्प्रेषण में प्रयुक्त शब्दों, चिह्नों तथा आँकड़ों की प्राप्तकर्ता द्वारा व्याख्या अपने अनुभव के आधार पर की जाती है, जिससे शंका की स्थिति उत्पन्न हो जाती है। विभिन्न भाषाओं का प्रयोग होने से सूचना सरल भाषा में नहीं भेजी जाती जिससे सन्देश गलत व्यक्त होता है।

भाषा सम्बन्धी बाधाएँ इस प्रकार हैं—

1. विभिन्न भाषाएँ (Different Languages)

बड़े संस्थान में कर्मचारियों की कोई एक भाषा नहीं होती। यह स्पष्ट बाधा है जब कोई एक सामान्य भाषा सबके लिए नहीं जिससे वे अपने विचारों एवं अनुभूतियों को कह सकें। यह समस्या उन संस्थानों में अधिक है जहाँ विभिन्न भाषाओं को जानने वाले कर्मचारी हैं अथवा उनकी भाषा अलग-अलग है और विदेशी कर्मचारी भी वहाँ काम करते हैं। सुयोग्य अनुवादकर्ता भी विभिन्न भाषाओं के शब्दों के सही अर्थ नहीं बता सकते।

जैसे-जैसे संस्थान का कार्य बढ़ता जाता है और विभिन्न देशों के साथ व्यवहार होने लगता है तो यह भाषा की बाधा और बढ़ जाती है।

2. विभिन्न शब्दों और चिह्नों के विभिन्न सम्बन्धित अर्थ (Different Context for Words and Symbols)

“शब्दों के अर्थ में नहीं होते, वे हमारे में होते हैं।” जब तक शब्दों एवं चिह्नों के सन्दर्भ का पता नहीं कि वे किस सन्दर्भ में प्रयोग किए गए हैं तो प्राप्तकर्ता उनका पहले से सोचे गये विचारों के अनुसार गलत अर्थ निकाल सकता है। गलत समझना अपवादों की बजाएँ नियम है क्योंकि विचार धारणाएँ और विचार अलग-अलग होते हैं।

3. अनुपयुक्त शब्दावली (Poor Vocabulary)

अनुपयुक्त शब्दावली लिखित और मौखिक सन्देश सही अर्थ में भेजने में रुकावट उत्पन्न करती है। सन्देश भेजने वाले व्यक्ति द्वारा प्रयोग किये जाने वाले शब्दों के स्पष्ट और सारांशिक अर्थ समझने चाहिए। यदि अपर्याप्त और गलत शब्दों का प्रयोग किया जाता है तो वे सही अर्थ सन्देशित नहीं करेंगे।

4. प्रशासनिक एवं तकनीकी शब्दावली का प्रयोग (Use of Administrative and Technical Words)

विशेष तकनीकी से जुड़े उद्योगों में या प्रशासन से जुड़े विभागों में काम करने वाले लोग प्रायः संचार कार्यों में प्रशासनिक एवं तकनीकी शब्दावली का प्रयोग करते हैं जिसका अर्थ समझ पाना सरल नहीं होता। इसी प्रकार न्यायिक शब्दावली को न्यायपालिका से जुड़े लोग तथा चिकित्साशास्त्र से जुड़े लोग चिकित्सा शास्त्र की शब्दावली को श्रेष्ठतम ढंग से समझ सकते हैं। यदि प्रेषक तथा प्राप्तकर्ता दोनों का कार्य क्षेत्र एक सा नहीं है तो ऐसे विशेष शब्दों का प्रयोग प्रभावी सम्प्रेषण के मार्ग में अवरोध उत्पन्न कर देता है।

5. लोकोक्ति एवं मुहावरों का प्रयोग (Use of Idioms and Phrases)

कभी-कभी प्रेषक सन्देश को आकर्षक बनाने के लिए लोकोक्ति एवं मुहावरों का प्रयोग करता है, लेकिन प्राप्तकर्ता को मुहावरों का अर्थ न समझ पाने की दशा में सम्प्रेषण में अवरोध आ जाता है। वास्तव में लोकोक्ति एवं मुहावरों में प्रयुक्त शब्दों का शाब्दिक अर्थ समझकर सन्देश का वास्तविक अर्थ नहीं समझा जा सकता।

मनोवैज्ञानिक बाधाएँ (Psychological Barriers)

मानसिक बाधाएँ अपने लक्ष्य, भावनाओं, सामाजिक मूल्यों और पूर्व सोचे गये विचारों इत्यादि से उत्पन्न होती हैं। इनसे मानसिक दूरी बढ़ती है, कार्य करने में लोगों में निराशा एवं शंका उत्पन्न होती है और सम्प्रेषण व्यवस्था में बाधा पड़ती है।

मनोवैज्ञानिक बाधाएँ इस प्रकार हैं—

1. चुनिंदा धारणा (Selective Perceptions)

हमारी प्राप्त करने वाली ज्ञानेन्द्रियाँ अपनी कुछ सीमाएँ रखती हैं। इनसे हम सभी कुछ नहीं जान पाते और केवल अपनी आवश्यकताओं, हितों, अनुभवों पर आधारित चुनिंदा अथवा थोड़े से चिह्नों को याद रख पाते हैं।

धारणा में चुनिंदा होने के कारण हम सब कुछ संचारित नहीं करते। प्रत्येक की धारणाओं में अन्तर होने के कारण सकारात्मक भेजने हेतु जिन सामान्य शब्दों का प्रयोग किया जाता है उनका सन्देश प्राप्तकर्ता द्वारा विपरीत अर्थ लिया जाता है।

2. समय पूर्व मूल्यांकन (Premature Evaluation)

यह मनुष्य की आदत है कि वह तुरन्त मूल्यांकन करने की कोशिश करता है। हम सब कुछ पढ़ते अथवा सुनते नहीं और सन्देश के कुछ भाग पर निर्भर रहने की कोशिश करते हैं। जिस क्षण हम मूल्यांकन करना शुरू कर देते हैं उसी समय हम अपनी ज्ञानेन्द्रियों द्वारा, जो कुछ सन्देश आगे दिखाई दे रहा है उसे देखना और समझना बन्द कर देते हैं।

3. बुद्धि की भिन्नताएँ (Different Comprehension)

वास्तविक ज्ञान पूर्ण धारणा नहीं है। इसका सम्बन्ध विभिन्नव्यक्तियों के साथ होता है। इसलिए हमारा चुनाव करने, छानबीन करने और मूल्यांकन करने का ढंग भिन्न-भिन्न है। चनाव करने की वजह से हम हालात को पूर्ण रूप नहीं पाते और यहां तक कि हम दूसरों के दृष्टिकोण को भी इस आधार पर उचित नहीं समझते कि हम सोचते हैं कि हम ठीक हैं। इसी प्रकार हम तथ्यों से दूर जाकर तर्क करते हैं। यदि हमारे तर्क भिन्न हैं तो वहां सम्प्रेषण अन्तर अवश्य होगा।

4. उच्चाधिकारियों का व्यवहार (Attitude of Superiors)

उच्च अधिकारियों का सम्प्रेषण के प्रति साधारण व्यवहार सम्प्रेषण के प्रवाह को प्रभावित करता है। यदि उच्च अधिकारियों को अधिकार सौंपने में डर लगता है और अपने-आप तथा सहायकों में आत्म-विश्वास की कमी देखते हैं तो यह स्पष्ट है कि वे सूचना को छुपाना अथवा रंग देना चाहते हैं। वे जानबूझकर ऐसा करते हैं ताकि हालात उनके हक में हो जाएँ अथवा अपनी कमजोरियों को छुपाना चाहते हैं।

5. सहायकों का व्यवहार (Attitude of Subordinates)

सहायकों का नकारात्मक व्यवहार भी सम्प्रेषण के प्रवाह को प्रभावित करता है। उनमें आत्म-विश्वास की कमी, सूचना बाँटने की इच्छा न होना और उन पर कोई कार्यवाही की जाएगी, का डर, संचार व्यवस्था में स्पष्ट रूप से बाधक है। ऐसी अवस्थाओं में संस्थान की सम्प्रेषण की व्यवस्था अप्रभावी हो जाती है।

6. ध्यान से न सुनना (Poor Listening)

कम सुनाई देना भी सम्प्रेषण के प्रभावीकरण में एक मानसिक रुकावट है। बहुत से लोग ध्यानपूर्वक कम सुनते हैं यदि वे सुनते हैं तो केवल चुनिंदा बातों को। जो सन्देश का वांछित भाग होता है उसे सुन लेते हैं और अवांछित भाग को नजर अन्दाज कर देते हैं। वे यह नहीं सुनना चाहते कि दूसरे क्या कह रहे हैं बल्कि वे वही सुनते हैं जिसे वे चाहते हैं।

7. अहंकारिता (Egotism)

अहंकार रखने वाला व्यक्ति एकदम समझदारी के विपरीत बोलता है जोकि सम्प्रेषण का एक बहुत बड़ा पहलू है। अपने-आप में केन्द्रित व्यक्ति अपने-आप में यह सोचते हैं कि उनके विचार ठीक हैं और दूसरों के गलत। ऐसे व्यक्ति बहुत बुरे श्रोता होते हैं। इस प्रकार समझदारी का स्तर अहंकारिता के साथ समाप्त हो जाता है। अतः सम्प्रेषण व्यवस्था की विधि में बाधा पहुँचती है।

8. भावनाएँ (Emotions)

सकारात्मक भावनाएँ, जैसे—प्यार, दुलार और सहमति द्वारा सम्प्रेषण का प्रवाह आसान हो जाता है जबकि नकारात्मक भावनाएँ, जैसे—घृणा, गुस्सा, बातचीत में टोकने का दृष्टिकोण इत्यादि सम्प्रेषण में बाधा उत्पन्न करते हैं। उत्तेजित, घबराए हुए, डरे हुए और विचलित व्यक्ति उचित ढंग से नहीं सोच सकते और अपने सन्देश को दूसरों को नकारात्मक ढंग से पहुँचते हैं। वे सन्देश को असली रूप में प्राप्त भी नहीं कर सकते। इसलिए प्रभावी सम्प्रेषण हेतु नर्म दिल और शान्त दिमाग चाहिए।

प्र.8. पारस्परिक तथा सांस्कृतिक बाधाओं की विस्तारपूर्वक व्याख्या कीजिए।

उत्तर

**पारस्परिक बाधाएँ
(Interpersonal Barriers)**

सम्प्रेषण पारस्परिक सम्बन्धों की भी प्रक्रिया है। सन्देश प्रेषक एवं प्राप्तकर्ता के मध्य पारस्परिक सम्बन्ध विभिन्न मात्राओं में विभिन्न स्तरों में विद्यमान होता है। स्थिति एवं पद, विवाद, अधिकार सम्बन्ध की असंगतता परस्पर विरोधी व्यक्तिगत मूल्य तथा हित एवं व्यक्तित्व टकराव सम्प्रेषण शृंखलाओं में व्यवधान करते हैं। संगठनात्मक संरचना में उपरिमुखी एवं अधोमुखी सम्प्रेषण का विश्लेषण करें तो निम्न दो प्रकार की व्यक्तिगत बाधाएँ दृष्टिगोचर होती हैं—

1. उच्चाधिकारियों की बाधाएँ (Barriers in Superiors)

वरिष्ठ एवं उच्चाधिकारियों की सम्प्रेषण में महत्वपूर्ण भूमिका होती है क्योंकि संगठन संरचना में शीर्ष पर अधिकार सम्पन्न होने के कारण सम्प्रेषण को प्रभावित करने की स्थितियों में होते हैं। इस वर्ग की प्रमुख बाधाएँ निम्न हैं—

- (i) **समय का अभाव**—उच्चाधिकारी यह महसूस करते हैं कि उन पर कार्य का अधिक बोझ है। समयाभाव के कारण वह कम सन्देशों का आदान-प्रदान करते हैं।
- (ii) **सम्प्रेषण से बचाव**—कभी-कभी उच्चाधिकारी अपने महत्व को प्रदर्शित करने के लिए जान-बूझकर सम्प्रेषण से बचते हैं। पद के गौरव के कारण वे अधीनस्थों से खुले हृदय से बात नहीं कर पाते या आक्रामक शैली में सम्प्रेषण करते हैं।
- (iii) **उचित माध्यम से सम्प्रेषण**—उच्चाधिकारियों में यह स्वाभाविक मनोवृत्ति होती है कि सन्देशों को उचित माध्यम से ही स्वीकार करते हैं। वे सम्प्रेषण कड़ियों (Communication Links) को अनदेखा (Bye-Pass) करना पसन्द नहीं करते हैं जिससे कभी सम्प्रेषण में अनावश्यक विलम्ब भी होता है। अपनी झूठी शान के कारण अपने अधीनस्थों की बात नहीं सुनते।
- (iv) **अधीनस्थों पर विश्वास की कमी**—उच्चाधिकारियों में साधारण धारणा होती है कि अधीनस्थ कम कौशल एवं क्षमता वाले होते हैं। वे उच्चाधिकारियों को रचनात्मक सुझाव या वांछित जानकारी का सम्प्रेषण नहीं कर सकते हैं।

2. अधीनस्थों की बाधाएँ (Difficulties of Subordinates)

सम्प्रेषण प्रक्रिया तभी प्रभावी हो सकती है जब अधीनस्थ भी सम्प्रेषण में सक्रिय सहभागिता करें। अनौपचारिक सम्प्रेषण में अधीनस्थों की अधिक प्रभावी भूमिका है। सम्प्रेषण प्रक्रिया में अधीनस्थों की बाधाएँ निम्न हैं—

- (i) **सम्प्रेषण में अरुचि**—अधीनस्थों में सम्प्रेषण के प्रति जागरूकता का अभाव होता है। वे अनजाने भय एवं लापरवाही के कारण भी सम्प्रेषण नहीं करते हैं। उच्चाधिकारियों के नाराज होने की आशंका में सूचनाओं को प्रेषित करने से बचते हैं। अधीनस्थ हीन बोध के कारण निर्भीक भाव से अपने विचारों को उच्चाधिकारियों के समक्ष प्रस्तुत नहीं कर पाते हैं।
- (ii) **उचित प्रेरणा का अभाव**—प्रेरणा का अभाव भी अधीनस्थों को सम्प्रेषण के प्रति उदासीन बनाता है। संस्था की पुरस्कार एवं दण्ड नीति भी इसके लिए उत्तरदायी होती है। वे महसूस करते हैं कि उनके सुझाव, शिकायत आदि परिस्थितियों में कोई परिवर्तन नहीं करेगी।
- (iii) **सुरक्षात्मक सम्प्रेषण**—अधीनस्थ अधिकांशतः सुरक्षात्मक शैली में सम्प्रेषण करते हैं। वे सदैव बचाव वाली मुद्रा में अपना सम्प्रेषण करते हैं।

**सांस्कृतिक बाधाएँ
(Cultural Barriers)**

सांस्कृतिक बाधाओं के स्रोत (Sources of Cultural Barriers)

सांस्कृतिक बाधाओं के स्रोत निम्नलिखित हैं—

भाषा (शब्दार्थ)—क्रॉस-सांस्कृतिक संचार में भाषा को सबसे महत्वपूर्ण बाधा माना जाता है। चूँकि मौखिक संचार हर सन्दर्भ में महत्वपूर्ण है, इसलिए शब्दों के अर्थ की समझ भी महत्वपूर्ण है। भाषा की बाधा न केवल भाषा में अन्तर के कारण होती है, बल्कि विभिन्न बोलियों के रूपों में भी होती है। उदाहरण चीनी और रूसी भाषा के हैं जहाँ देश के कई हिस्सों में विभिन्न बोलियों का उपयोग किया जाता है। यदि एक संचारक सही अर्थ से अवगत नहीं है, तो यह गलतफहमी पैदा करेगा और विचारों के टकराव को जन्म देगा।

सांस्कृतिक मानदण्ड और मूल्य—प्रत्येक संस्कृति के अपने मूल्य, अर्थ और मानदण्ड दूसरे से भिन्न होते हैं। यह अन्तर सच्चाई, विश्वास और निर्णय के कारण होता है जिसके माध्यम से उन्होंने समाज और संस्कृति के बारे में ज्ञान प्राप्त किया। उदाहरण के लिए, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका जैसे पूर्वी देशों में भौतिक निकटता का अर्थ पश्चिमी देशों से अलग है। पश्चिमी संस्कृति में, लोग शारीरिक निकटता या निकटता केवल उन्हीं लोगों के साथ साझा करते हैं जिन्हें वह जानते हैं। यही कारण है कि हम पश्चिमी देशों में सार्वजनिक परिवहन में एक शांत और शांत वातावरण पा सकते हैं। विरोधाभासी होने पर, हम भारतीय उपनगरीय और मेट्रो रेल परिवहन में एक विशाल, भीड़-भाड़ वाला वातावरण पा सकते हैं।

रूढ़िवादिता—रूढ़िवादिता किसी विशेष समुदाय और पहचान पर कोई नकारात्मक छवि या पूर्वकल्पित धारणा है। ये मास मीडिया और उनके कंटेंट एजेंडे के माध्यम से बनाए गए हैं। उदाहरण के लिए, विभिन्न संस्कृतियों में मानक के विभिन्न स्तरों में ट्रांसजेंडर की स्थिति पर विचार किया जाता है। उसी तरह महिलाओं के लिए भूमिका और सम्मान भी संस्कृति-से-संस्कृति भिन्न होता है। सामाजिक मनोवैज्ञानिक दृष्टिकोण में, सकारात्मक रूढ़िवादिता को सांस्कृतिक बाधा भी माना जाता है। यह लोगों या संस्कृति के एक विशेष समूह का सकारात्मक तरीके से प्रतिनिधित्व करता है। यह वास्तविकता से भिन्न हो सकता है। सकारात्मक रूढ़ियाँ सांस्कृतिक संदर्भ में लोगों के दिमाग में संदर्भ के फ्रेम बनाती हैं। उदाहरण के लिए, यह माना जाता है कि इटली में लोगों की कला में बहुत रुचि है। यह कुछ अर्थों में सच हो सकता है, क्योंकि इटली विभिन्न कला आंदोलनों से गुजरा था। लेकिन अगर कोई विदेशी इटली का दौरा करता है और उस मानसिकता के साथ इटालियंस से बातचीत करता है, तो उसे वास्तविकता का सामना करना मुश्किल हो सकता है।

मूल्य और विश्वास—संस्कृतियों में मूल्यों और विश्वासों में अन्तर भी संचार में बाधा उत्पन्न करता है। संस्कृतियों में स्वीकार्यता के स्तर में अन्तर इसका एक उदाहरण है। इनके पीछे के कारण धर्म, राजनीतिक वातावरण या ज्ञानमीमांसा से प्रभावित हैं। रोकीच ने अपनी पुस्तक "The Nature of Human Values" (1979 में) मूल्य को 'एक प्रकार का विश्वास जो किसी की कुल विश्वास प्रणाली के भीतर स्थित है' के रूप में परिभाषित किया है। मूल्य हमें लोगों के व्यवहार के बारे में बताते हैं। मान स्पष्ट हो सकते हैं (एक मूल्य निर्णय में स्पष्ट रूप से कहा गया है) या परोक्ष रूप से (अशाब्दिक व्यवहार से अनुमानित), और उन्हें व्यक्तिगत रूप से आयोजित किया जा सकता है या एक सांस्कृतिक पैटर्न या प्रणाली के एक भाग के रूप में देखा जा सकता है। हर देश में अपने लोगों द्वारा कई धर्मों का पालन किया जाता है। इसलिए उनके मूल्यों और विश्वासों में अंतर भी सांस्कृतिक बाधाओं का एक उदाहरण है।

शारीरिक भाषा और हावभाव—शारीरिक भाषा और हावभाव सांस्कृतिक बाधा के अन्य तत्व हैं। हावभाव और हावभाव के बिना संवाद करना असंभव है। यह संचार के लिए अर्थ और औचित्य प्रदान करता है। अरब और अफ्रीकी देशों जैसे रूढ़िवादी समाजों में, हाथ मिलाकर या गले लगाकर विपरीत लिंग का अभिवादन करना गलत या नैतिक अपराध माना जाता है। लेकिन पश्चिमी दुनिया में लोगों से मिलते समय हाथ मिलाना आम बात है।

प्र.9. सम्प्रेषण के अवरोधों को किस प्रकार दूर किया जा सकता है? स्पष्ट कीजिए।

उत्तर सम्प्रेषण के अवरोधों को दूर करने के लिए भिन्न-भिन्न स्तरों पर बहुत सारे प्रयासों की आवश्यकता है। यदि कोई व्यक्ति प्रभावपूर्ण संचारक बनना चाहता है तो उसमें यह भाव अन्दर से ही उठना चाहिए। संस्था के स्तर पर उच्च प्रबन्ध को चाहिए कि स्वतन्त्र सम्प्रेषण सुनिश्चित बनाएँ। सम्प्रेषण अवरोधों को दूर करने के निम्नलिखित उपाय हैं—

1. **आदर्श व्यवहार**—सुचारु सम्प्रेषण के लिए यह आवश्यक है कि जैसे व्यवहार एवं अनुशासन की आशा हम अधीनस्थों से करते हैं, पहले हमें उसका उदाहरण प्रस्तुत करना चाहिए। उदाहरण के लिए, यदि वरिष्ठ अधिकारी समय पर कार्यालय पहुँचते हैं तो शेष कर्मचारी भी समय पर ही कार्यालय पहुँचेंगे।
2. **अर्थपूर्ण, स्पष्ट एवं संक्षिप्त सन्देश**—सम्प्रेषण की सफलता इस तथ्य पर बहुत कुछ टिकी होती है कि सन्देश अर्थपूर्ण, स्पष्ट एवं संक्षिप्त हो। सन्देश स्पष्ट तभी हो सकता है जब प्रेषक को स्वयं सन्देश का पूर्ण ज्ञान हो। सन्देश में भ्रमपूर्ण, अनेकार्थी शब्दों, मुहावरों एवं तकनीकी शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए अथवा बहुत आवश्यक होने पर कम-से-कम करना चाहिए। सन्देश यथासम्भव लिखित होना चाहिए।
3. **सतत सम्प्रेषण**—विचारों के आदान-प्रदान का सही लाभ प्राप्त करने के लिए यह आवश्यक है कि सम्बन्धित पक्षों के बीच सतत अथवा निरन्तर सम्प्रेषण चालू रहना चाहिए जिससे सम्प्रेषण में कोई दरार या त्रुटि न आये।
4. **शिष्टता आदि सात 'सी' का प्रयोग**—सम्प्रेषण अवरोधों को दूर करने के लिए सन्देश में सात 'सी' (Seven Cs) का प्रयोग करना चाहिए। अर्थात् सन्देश में स्पष्टता (Clarity), पूर्णता (Completeness), विचारणीयता

(Consideration), शिष्टता (Courtesy), विशिष्टता (Concreteness), संक्षिप्तता (Conciseness) एवं शुद्धता (Correctness) होनी चाहिए।

5. **समुचित सम्प्रेषण तकनीक**—सन्देश के परिपूर्ण होने का कोई अर्थ नहीं यदि यह प्राप्तकर्ता तक न पहुँचे। प्रेषक को यह ध्यान रखना चाहिए कि कब, क्या, कैसे, किससे और क्या कहना है। इन बिन्दुओं पर पूर्व योजना बनाकर ही सम्प्रेषण सफल हो सकता है। यही समुचित सन्देशवाहन तकनीक है।
6. **मधुर संगठनात्मक सम्बन्ध**—सम्प्रेषण के अवरोधों को दूर करने के लिए यह नितान्त आवश्यक है कि संगठन स्तर पर कर्मचारियों तथा प्रबन्धकों के बीच मधुर सम्बन्ध हों। औद्योगिक सम्बन्ध जितने ही मधुर होंगे, सम्प्रेषण में उतने ही अवरोध कम होंगे।
7. **सहयोग**—प्रेषक एवं प्राप्तकर्ता के बीच उचित तालमेल एवं सहयोग सुचारु सम्प्रेषण के लिए आवश्यक है। इसके लिए यह आवश्यक है कि कर्मचारियों के व्यक्तित्व का आदर किया जाए, निर्णय सोच-समझकर ही लिए जाएँ तथा सभी प्रकार के तत्वों को मान्यता दी जाए।
8. **अच्छी कार्य दशाएँ**—यदि संस्था में कार्य दशाएँ अच्छी होंगी तो कार्य में कर्मचारियों का मन लगेगा तथा वे प्रसन्नचित्त रहेंगे। फलस्वरूप सम्प्रेषण अवरोधों में कमी आएगी।
9. **विश्वास**—वरिष्ठ अधिकारियों को अपने अधीनस्थों पर विश्वास करना चाहिए तथा दोनों पक्षों को एक-दूसरे से विचार-विमर्श करना चाहिए जिससे कोई सम्प्रेषण अवरोध न रहे।
10. **सोपान शृंखला का उचित आकार**—सोपान शृंखला उतनी ही लम्बी होनी चाहिए जिससे सम्प्रेषण में बाधा न आए तथा सन्देश की क्षति न हो।
11. **नीति एवं नियमों में लोचशीलता**—संगठनात्मक नीतियों एवं नियमों में आवश्यकतानुसार परिवर्तन की व्यवस्था की जानी चाहिए, जिससे सम्प्रेषण में अनावश्यक विलम्ब को टाला जा सके।
12. **उचित माध्यम का चुनाव**—सही माध्यम का प्रयोग ही सन्देश को प्राप्तकर्ता तक पहुँचाने में सहायता करता है। अतः सम्प्रेषण अवरोध दूर करने के लिए उचित माध्यम का चयन करना अत्यन्त आवश्यक है।
13. **खुले दिमाग से काम लेना**—पहले से कोई पूर्वाग्रह, विशेष आदत, व्यवहार या दृष्टिकोण हमें नहीं बनाना चाहिए। सन्देश को निष्पक्ष एवं खुले दिमाग से ग्रहण करना चाहिए।
14. **ध्यान**—प्रेषक को सन्देश ध्यानपूर्वक तैयार करना चाहिए एवं भेजना चाहिए तथा प्राप्तकर्ता को सन्देश ध्यानपूर्वक ग्रहण करना चाहिए।
15. **आधुनिक सम्प्रेषण उपकरणों की उपलब्धता**—संगठन में टेलीफोन, कम्प्यूटर तथा अन्य आधुनिक सम्प्रेषण उपकरणों को पर्याप्त मात्रा में उपलब्ध कराया जाना चाहिए। इससे सुचारु सम्प्रेषण सम्भव हो सकेगा।

अभी तक के अध्ययन से स्पष्ट है कि प्रेषक से प्राप्तकर्ता तक पहुँचने में सन्देश को अनेक प्रक्रियाओं से होकर गुजरना पड़ता है और इस बीच सम्प्रेषण के मार्ग में अनेक बाधाएँ आती हैं। वस्तुतः सम्प्रेषण प्रक्रिया पर जिन तत्वों का प्रभाव पड़ता है उनमें कई आन्तरिक एवं कई बाह्य होती हैं। दूसरे शब्दों में कहा जाए तो कुछ अवरोध ऐसे होते हैं जिन्हें दूर करना हमारे नियन्त्रण में है तथा कई ऐसे अवरोध हैं जिन्हें दूर कर पाना आसान नहीं होता है। आन्तरिक अवरोधों को अविलम्ब दूर किया जाना चाहिए। यह कहना उचित होगा कि सन्देश न केवल प्राप्तकर्ता तक पहुँचे बल्कि उसे इस प्रकार आकर्षक करे कि वह अपनी प्रतिक्रिया देने को विवश हो जाए। सम्प्रेषण अवरोधों में सुधार का यही चरम बिन्दु है।

प्र.10. सम्प्रेषण के किन्हीं पाँच आधुनिक साधनों की व्याख्या कीजिए।

उत्तर

सम्प्रेषण के आधुनिक साधन (Modern Means of Communication)

आधुनिक तकनीक पर आधारित सम्प्रेषण के प्रमुख साधन निम्नलिखित हैं—

1. पेजर, 2. सेल्युलर फोन, 3. फैक्स, 4. वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, 5. सिटीजन बैंड रेडियो।

1. पेजर (Pager)

भारत में पेजर का 1982 में एशियन गेम्स के दौरान पहली बार प्रयोग किया गया। यह आयताकार $3\frac{1}{2}$ इंच लम्बा तथा $2\frac{1}{4}$ इंच चौड़ा छोटा-सा यन्त्र होता है जो आने वाले सन्देशों को लिखित रूप में यन्त्र की स्क्रीन पर दिखाता है। इसका बेतार कनेक्शन पेपर बॉक्स से जुड़ा होता है। सन्देश पर यह यन्त्र पीप-पीप की ध्वनि करता है तथा यन्त्रधारक बटन दबाकर सन्देश प्राप्त कर लेता है।

लाभ (Advantages)

इसके लाभ निम्न प्रकार हैं—

- (i) इस यन्त्र को जेब में डालकर व्यक्ति निर्धारित परिधि में कहीं भी घूम सकता है।
- (ii) पेजरधारक संगठन से निरन्तर सम्पर्क में रहता है।

सीमाएँ (Limitations)

इसकी सीमाएँ निम्न प्रकार हैं—

- (i) यह निर्धारित परिधि में ही क्रियाशील होता है।
- (ii) यह केवल निश्चित भाषा में ही लिखित सन्देश प्राप्त करता है।
- (iii) एकलमार्गीय होता है। इसका धारक सन्देश प्राप्त कर सकता है, दे नहीं सकता।

2. सेल्युलर फोन (Cellular Phone)

परम्परागत टेलीफोन कनेक्शन तार (wire) से जुड़े होते हैं एवं एक निश्चित स्थान पर ही स्थिर होते हैं, किन्तु सेल्युलर फोन आसानी से जेब में आ जाने वाला छोटा-सा टेलीफोन यन्त्र है। इसको मोबाइल फोन भी कहते हैं जिसको प्रयोगकर्ता कहीं भी ले जा सकता है। कहीं से भी मोबाइल फोनधारक परम्परागत अथवा दूसरे मोबाइल फोन पर सम्प्रेषण कर सकता है। भारत में विभिन्न निजी क्षेत्र की तथा सरकारी क्षेत्र की कम्पनियाँ इस सुविधा को प्रदान कर रही हैं।

लाभ (Advantages)

इसके लाभ निम्न प्रकार हैं—

- (i) यात्रा करते समय अथवा दूरदराज के क्षेत्रों में भी मोबाइल फोन का धारक मौखिक सन्देश प्राप्त एवं भेज सकता है।
- (ii) सेल्युलर फोन पर दूसरे सेल्युलर फोन पर अथवा परम्परागत टेलीफोन पर वार्ता की जा सकती है।

सीमाएँ (Limitations)

इसकी सीमाएँ निम्न प्रकार हैं—

- (i) सेल्युलर फोन पर सन्देश प्राप्त करने तथा भेजने वाले दोनों को ही शुल्क देना पड़ता है जिससे यह महँगा होता है।
- (ii) सेल्युलर फोन का नम्बर भारत में कम-से-कम 10 अंकों का होता है, जिसे याद रखना कठिन होता है।
- (iii) कभी-कभी मोबाइल फोन खो जाने का भय रहता है।

3. फैक्स (Fax)

संचार प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में फैक्स एक लोकप्रिय प्रणाली है। फैक्स का उपयोग मुख्य रूप से दस्तावेजों को भेजने में किया जाता है। इस उपकरण की सहायता से टेलीफोन नेटवर्क के द्वारा किसी दस्तावेज को दूरवर्ती स्थान पर बिल्कुल इस प्रकार से भेजा जाता है, जिस प्रकार से हम किसी दस्तावेज की फोटोस्टेट मशीन से प्रतिलिपि प्राप्त करते हैं।

फैक्स का महत्व

इसके महत्त्व निम्न प्रकार हैं—

यह एक त्वरित एवं सस्ती प्रणाली है जिसके द्वारा हम अपने दस्तावेजों की फोटोकॉपी इच्छित व्यक्ति तक अविलम्ब पहुँचा सकते हैं। दैनिक कार्य-प्रणाली से लेकर स्वास्थ्य, चिकित्सा, शिक्षा, व्यापार, कृषि, बैंकिंग तथा बीमा आदि के क्षेत्र में फैक्स व्यापक परिवर्तन का एक मुख्य आधार बन गया है।

4. वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग (Video Conferencing)

सचित्र सम्प्रेषण का महत्वपूर्ण साधन वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग है। इसके द्वारा विभिन्न अलग-अलग स्थानों पर उपस्थित लोग 'वास्तविक सभा' (Virtual Meeting) की भाँति सम्प्रेषण करते हैं। इसमें न केवल सन्देशों को सम्प्रेषित करते हैं बल्कि

एक-दूसरे से सजीव वार्ता भी कर सकते हैं जिससे उनके हावभाव, मुखाभिव्यक्ति, भाव-भंगिमा का भी सम्प्रेषण हो जाता है। भारत के लगभग हर जिले में वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग की सुविधा उपलब्ध है। वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग दो प्रकार से की जा सकती है : (अ) कम्प्यूटर के द्वारा, तथा (ब) बिना कम्प्यूटर के द्वारा

आवश्यक सामग्री (Required Material)

- (अ) कम्प्यूटर के द्वारा—इसको कम्प्यूटर कॉन्फ्रेंसिंग भी कहते हैं। इसके लिए कम्प्यूटर अथवा पी.सी., वेब कैमरा, टेलीफोन कनेक्शन, इण्टरनेट कनेक्शन आवश्यक होता है।
- (ब) बिना कम्प्यूटर के द्वारा—डिजिटल वेब कैमरा, वीडियो कान्फ्रेंसिंग मशीन, टेलीफोन, सैटेलाइट कनेक्शन, प्रोजेक्टर आदि।

लाभ (Advantages)

इसके लाभ निम्न प्रकार हैं—

- विभिन्न स्थानों पर बैठे लोग लगभग आमने-सामने की तरह सम्प्रेषण करते हैं।
- एक साथ सम्प्रेषण तो केवल दो अलग-अलग स्थानों से पक्षों के साथ ही किया जा सकता है, लेकिन उन स्थानों से सम्प्रेषण बनाए रखा जा सकता है।
- संगठन के अलग-अलग स्थानों के विभागों, शाखाओं से त्वरित गति से लगभग प्रत्यक्ष सम्प्रेषण होता है।
- दृश्य एवं श्रव्य दोनों संकेतों का सम्प्रेषण।
- लम्बी दूरियों की बिना यात्रा किए हुए सभा सम्मेलन में वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से सहभागिता।
- मुख्य कार्यालय से विभिन्न क्षेत्रों के कार्यालयों की लगभग प्रत्यक्ष समीक्षा।

सीमाएँ (Limitations)

इसकी सीमाएँ निम्न प्रकार हैं—

- वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के लिए आवश्यक संसाधन महंगे हैं।
- छोटे तथा स्थानीय संगठनों के लिए अनुपयुक्त।

5. सिटिजन बैंड रेडियो (Citizen Band Radio)

सिटिजन बैंड रेडियो तकनीक लगभग 20 किलोमीटर के व्यास के लिए मौखिक सम्प्रेषण की तकनीक है। इसमें लगभग 27 MHZ सम्प्रेषण के लिए सन्देश भेजने के लिए रखा जाता है। सिटिजन बैंड रेडियो के सेट साधारण एवं सस्ते हैं। अतः इस बेतार प्रणाली के द्वारा ग्रामीण तथा पिछड़े दूरदराज के क्षेत्रों में सन्देश प्रसारित करने की सस्ती तथा उपयोगी पद्धति है। भारत सरकार ने ग्रामीण अंचलों में इसका जाल बिछाने का प्रयत्न किया है। लगभग 40 चैनल सिटिजन बैंड रेडियो के अब तक आवण्टित किए जा चुके हैं।

प्र.11. इण्टरनेट से आप क्या समझते हैं? इण्टरनेट के प्रमुख भाग एवं स्तर को समझाते हुए इसके प्रयोग का वर्णन कीजिए।

उत्तर

इण्टरनेट (Internet)

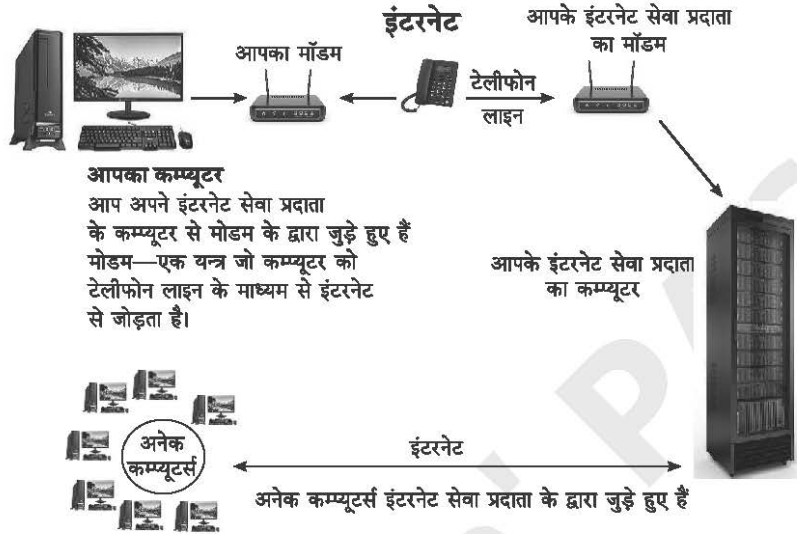
इण्टरनेट एक अत्यधिक बलशाली एवं गतिशील सम्प्रेषण माध्यम है। यह बहुत सारे कम्प्यूटरों का एक जाल है जो कि उपग्रहों और केबुल तन्तु प्रणालियों, लैन (Lan) और वैन (Wan) प्रणालियों तथा टेलीफोनोनों के द्वारा एक दूसरे से जुड़े रहते हैं। सूचना प्रसारण के इस बढ़ते हुए युग में इण्टरनेट का महत्व बढ़ता जा रहा है। अब कोई भी व्यक्ति, देश अथवा समाज सूचना प्रौद्योगिकी के इस अद्भुत अंग से अछूता नहीं रह गया है।

इण्टरनेट की शुरुआत 1986 में हुई थी। तब अमेरिका के प्रतिरक्षा विभाग ने अपने आँकड़ों को विभिन्न विभागों, जो दूर-दूर के राज्यों में स्थित थे, भेजने व प्राप्त करने के लिए उपग्रहों और केबुल नेटवर्कों का उपयोग किया था। बाद में कुछ पुस्तकालय और कुछ निजी संस्थान भी इससे जुड़ गए। बैल लैब्स (Bell Labs) ने इण्टरनेट के जाल को फैलाने में काफी सहायता की और उसके अनुसन्धान निरन्तर जारी हैं। सन् 2005 तक विश्व के एक बिलियन इण्टरनेट कनेक्शन (Internet Connection) हो जाने की सम्भावना है।

प्रमुख भाग (Main Facts)

इण्टरनेट के मुख्य भाग हैं—मुख्य सूचना कम्प्यूटर (Server), टेलीफोन, मोडम (Modem), क्षेत्रीय नैटवर्क या वृहत क्षेत्रीय नैटवर्क (Lan or Wan), उपग्रह संचार तथा केबुल नेटवर्क। इण्टरनेट देखने और उससे सूचना एकत्रित करने के कार्य को

सर्फिंग (surfing) कहते हैं। सर्फिंग करने का तरीका कठिन नहीं है। इण्टरनेट पर सूचनाएँ डालने के लिए जिस साफ्टवेयर की आवश्यकता होती है, उसे ब्राउजर कहा जाता है।



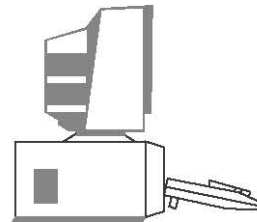
इण्टरनेट पर सम्बद्धता के स्तर (Levels of Connectivity on Internet)

इण्टरनेट पर सम्बद्धता (Connectivity) के तीन स्तर हैं—

प्रथम स्तर (First Level of Connectivity) पर उपभोक्ता केवल इण्टरनेट पर सूचनाएँ या जानकारी देख सकता है। **द्वितीय स्तर (Second Level of Connectivity)** पर वह इण्टरनेट का एक भाग बन जाता है जिससे यह इण्टरनेट पर सूचनाएँ देखने

विश्व में इंटरनेट के प्रयोगकर्ता

	इंटरनेट प्रयोगकर्ता (मिलियन में)	जनसंख्या (मिलियन में)	इंटरनेट प्रयोगकर्ताओं का प्रतिशत	
विश्वव्यापी	544.2	6073.66	8.96%	फरवरी 2002 तक
अमेरिका	164.14	280.58	58.5%	जनवरी 2002 तक
जापान	49.72	126.97	39.16%	फरवरी 2002 तक
चीन	33.7	1271.70	2.65%	जनवरी 2002 तक
ब्रिटेन	33.00	59.65	55.32%	जून 2002 तक
जर्मनी	30.2	83.03	36.37%	फरवरी 2002 तक
कनाडा	16.99	31.9	53.26%	फरवरी 2002 तक
भारत	16.5	1000	1.65%	जून 2002 तक
फ्रांस	15.65	59.55	26.28%	दिसम्बर 2002 तक
ऑस्ट्रेलिया	10.63	19.55	54.38%	फरवरी 2002 तक
रशिया	9.2	146.03	6.3%	अगस्त 2002 तक
इंडोनेशिया	4.4	227.98	1.93%	जनवरी 2002 तक



भारत में इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या 3.3 मिलियन है। इसमें औसतन एक पंजीकृत इंटरनेट कनेक्शन पर पाँच प्रयोगकर्ता आते हैं। इंटरनेट प्रयोगकर्ताओं की अनुमानित संख्या 16.5 मिलियन है।

के साथ-साथ अपनी वेबसाइट बनाकर सूचनाएँ एकत्रित कर सकता है। तृतीय स्तर (Third Level of Connectivity) पर वह इण्टरनेट प्रणाली का मुख्य हिस्सा बन जाता है। उसका अपना मुख्य सूचना कम्प्यूटर (Server) होता है जिसके अन्तर्गत द्वितीय स्तर के प्रयोगकर्ता अपनी वेबसाइट बना सकते हैं।

इण्टरनेट सेवा देने वाला (Internet Services Provider)

इण्टरनेट सेवा का प्रारम्भ अस्सी के दशक से ही हो गया था, किन्तु नब्बे के दशक के मध्य में इण्टरनेट में हुए भारी विस्तार से कम्प्यूटर जगत् में तहलका मच गया। आज सूचना प्रौद्योगिकी और इण्टरनेट विश्व स्तर पर एक प्रबल आधारभूत संरचना (Infrastructure) के रूप में उभरकर आया है।

प्रारम्भ में भारत में एक ही आई.एस.पी. (ISP) था जिसे हम वी०एस०एन०एल० के नाम से जानते हैं। वी०एस०एन०एल० (VSNL) का प्रारम्भ 1986 के आरम्भ में किया गया था।

वर्तमान में कई निजी कम्पनियाँ; जैसे—सत्यम्, मन्त्रा आदि इण्टरनेट सेवाएँ प्रदान कर रही हैं। इसके अलावा सरकारी उपक्रम तथा महानगर टेलीफोन निगम लिमिटेड (MTNL) भी इण्टरनेट सेवाएँ प्रदान कर रहा है। इसके अतिरिक्त केबुल ऑपरेटर भी यह सुविधा प्रदान कर रहे हैं। देश के सभी जिलों में 'Internet Gateways' डाले जा चुके हैं।

इण्टरनेट के प्रयोग (Uses of Internet)

सूचना क्रान्ति के वर्तमान परिप्रेक्ष्य में इण्टरनेट का प्रयोग धीरे-धीरे बढ़ता जा रहा है। व्यावसायिक जगत् के सूचना सम्प्रेषण में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका है। आज चाहे व्यवसाय का आकार लघु हो, मध्यम हो या दीर्घ, इण्टरनेट की आवश्यकता महसूस की जा रही है। इण्टरनेट के विभिन्न प्रयोग निम्न प्रकार हैं—

1. **ई-कॉमर्स**—इण्टरनेट के माध्यम से ई-कॉमर्स का विशाल कारोबार लगातार बढ़ रहा है। इण्टरनेट के द्वारा अब लोग अपने घरों में ही काम कर सकेंगे। इसका आशय है कि 'सोहो' की तकनीक (Small Office Home Technology) अब घर-घर में स्थान बना लेगी।
2. **ई-बैंकिंग**—इण्टरनेट ने बैंकिंग क्षेत्र में भी नए युग का सूत्रपात किया है। बैंकिंग कार्यप्रणाली में ई-बैंकिंग, पी.सी. बैंकिंग, टेली बैंकिंग तथा मोबाइल बैंकिंग का प्रयोग लगातार बढ़ता जा रहा है।
3. **सूचनाओं का आदान-प्रदान**—इण्टरनेट से किसी भी विषय से सम्बन्धित सूचना प्राप्त की जा सकती है। इण्टरनेट द्वारा चिकित्सा, जनसंचार, परिवहन, शिक्षा, स्वास्थ्य, शोधकार्य आदि की सूचनाएँ एवं ऑफ़डू सहजता से उपलब्ध हो जाते हैं।
4. **विज्ञापन**—वर्तमान में व्यावसायिक संगठन एवं पेशेवर इण्टरनेट के माध्यम से विज्ञापन कराते हैं। इसके लिए उन्हें वेबसाइट, जो विज्ञापन सेवा उपलब्ध कराती है, को चुनना पड़ेगा। वेबसाइट अपने साइट पर विज्ञापन के लिए व्यय वसूल करती है।
5. **विपणन**—वर्तमान में इण्टरनेट द्वारा खरीद-फरोख्त एक फैशन बन गया है। बहुत-सी कम्पनियाँ, विभागीय स्टोर आदि क्रेडिट कार्ड द्वारा इण्टरनेट के माध्यम से बिक्री करते हैं।

□

UNIT-II

अशाब्दिक सम्प्रेषण एवं साक्षात्कार कौशल Non-verbal Communication and Interview Skills

खण्ड-अ अतिलघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. दैहिक भाषा से क्या आशय है?

उत्तर अशाब्दिक सम्प्रेषण का एक विशिष्ट एवं महत्वपूर्ण माध्यम दैहिक भाषा है। इसे हम शारीरिक संचालन भाषा भी कह सकते हैं। दैहिक भाषा सम्प्रेषण सहज रूप से सूक्ष्म विचार भी तीव्र गति से सम्प्रेषित करती है। दैहिक भाषा में आन्तरिक भाव स्पष्ट दृष्टिगोचर होते हैं। भावनाओं (Emotions), विचारों (Ideas), चिन्तन (Thoughts), दृष्टिकोण (Attitudes) तथा अनुभूतियाँ (Feelings) का प्रभाव मानव व्यवहार (Human behaviour) पर परिलक्षित (Visible) होता है।

प्र.2. डेस्मांड मॉरिस नामक मनोवैज्ञानिक की क्या धारणा है?

उत्तर डेस्मांड मॉरिस नामक मनोवैज्ञानिक की यह धारणा है कि झूठ बोलते समय चेहरे और गर्दन की मांसपेशियों और नाड़ियों में एक प्रकार की जलन उत्पन्न होती है जिससे छूटकारा पाने के लिए व्यक्ति अपना कॉलर खींचकर गर्दन को खुजलाने की कोशिश करता है।

प्र.3. दैहिक भाषा सम्प्रेषण के कोई दो लाभ बताइए।

उत्तर 1. भावनायुक्त—मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा, दृष्टि सम्बन्ध, मुद्रा आदि आन्तरिक भावनाओं की अभिव्यक्ति करते हैं। संवेदना, सहानुभूति, प्रेरणा, उल्लास, हर्ष का अशाब्दिक सम्प्रेषण सहज रूप से दूसरों को कर सकते हैं एवं दूसरों के मनोभावों की जानकारी भी प्राप्त कर सकते हैं। शारीरिक संचालन सम्प्रेषण प्रक्रिया में भावनाओं का मिश्रण करता है।

2. मनोवैज्ञानिक प्रभाव—शारीरिक संचालन द्वारा सम्प्रेषण देखने व सुनने वाले पर मानसिक प्रभाव डालता है। भंगिमा, मुद्रा, दृष्टि सम्बन्ध एवं मुखाभिव्यक्ति द्वारा किए गए सम्प्रेषण का श्रोता के मन एवं मस्तिष्क पर गहरा प्रभाव पड़ता है।

प्र.4. दैहिक भाषा सम्प्रेषण की कोई दो सीमाएँ लिखिए।

उत्तर 1. भ्रामक व्याख्या—दैहिक भाषा द्वारा सम्प्रेषण भ्रामक हो सकता है। लिखित एवं मौखिक शब्दों को गम्भीरतापूर्वक लेना चाहिए। मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा, मुद्रा आदि पूर्ण विश्वसनीय नहीं होते एवं प्रेषक तथा प्राप्तकर्ता के मध्य भ्रम उत्पन्न कर सकते हैं।

2. साक्षरहित—साक्षरहित दैहिक भाषा एक अल्प अवधि की प्रतीकात्मक प्रक्रिया है जिसका सामान्यतः कोई साक्ष्य नहीं होता। अतः उत्तरदायित्व निर्धारण में जटिलता पैदा कर सकता है।

प्र.5. स्थान भाषा के वर्गीकरण को समझाइए।

उत्तर स्थान भाषा का वर्गीकरण निम्न प्रकार है—

सम्बन्धों का बोध	आमने-सामने की अधिकतम दूरी (स्थान अन्तराल)
निकटतम (Intimate)	18 इंच
व्यक्तिगत (Personal)	18 इंच से 4 फीट
सामाजिक (Social)	4 फीट से 12 फीट
सार्वजनिक (Public)	12 फीट से अधिक जब तक सुन व देख सके।

प्र.6. सामाजिक स्थान भाषा से क्या अभिप्राय है?

उत्तर सामाजिक स्थान भाषा की व्यावसायिक सम्प्रेषण में प्रधान भूमिका है। औपचारिक, अधिकृत एवं अधिकांश व्यावसायिक सम्प्रेषण सामाजिक स्थान भाषा की परिधि में किए जाते हैं। सामाजिक स्थान का दायरा 4 फीट से अधिक एवं आगे 8 अतिरिक्त फीट तक स्थित होता है। सामाजिक स्थान भाषा में सम्प्रेषण योजनाबद्ध एवं अधिक तर्कसंगत होता है। नीतियों का मूल्यांकन, उद्देश्यों की जानकारी एवं विस्तार, प्रशिक्षण कार्यक्रम क्रियान्वयन, समीक्षा आदि महत्वपूर्ण कार्य सामाजिक स्थान परिधि के अन्तर्गत सम्पादित होते हैं।

प्र.7. पार्श्व भाषा से क्या आशय है?

उत्तर पार्श्व भाषा (Para language) में Para शब्द का आशय समान (Like) तथा Language का अर्थ भाषा (Language) से है। दोनों के संयुक्त अर्थ को हिन्दी में 'पार्श्व भाषा' कहते हैं। मौखिक सम्प्रेषण में वक्ता का यदि गहन अवलोकन करें तो पता चलता है कि वह अपने सम्प्रेषण में अनेक संकेतों, स्वर का उतार-चढ़ाव, धाराप्रवाह अथवा अप्रवाह, जगह-जगह वाणी को अल्प-विराम, ऊँची अथवा धीमी आवाज जाने-अनजाने में प्रयोग करता है।

प्र.8. पार्श्व भाषा के कोई दो लाभ बताइए।

उत्तर पार्श्व भाषा के दो उदाहरण निम्नलिखित हैं—

1. पार्श्व भाषा एवं मौखिक सम्प्रेषण एक-दूसरे से घनिष्ठ रूप से सम्बन्धित हैं। मौखिक सम्प्रेषण का शाब्दिक प्रेषण 'क्या कहते हैं' (What say) तथा पार्श्व भाषा के रूप में अशाब्दिक अभिव्यक्ति किस प्रकार कहते हैं (How Say)।
2. पार्श्व भाषा मौखिक सम्प्रेषण में भाषा को प्रवाह एवं वाणी को जीवन प्रदान करती है। न्यायपूर्ण अप्रवाही उच्चारण, तर्कपूर्ण अल्प-विराम या विश्राम द्वारा भाषा के प्रवाह को उत्पन्न करता है तथा आवाज के कुशल उतार-चढ़ाव द्वारा वाणी को जीवन्त बनाया जाता है।

प्र.9. सुनने के दो उद्देश्य लिखिए।

उत्तर 1. उपभोग के लिए—आनन्द के लिए सुनना अथवा गुणग्राहीता (Appreciative) के लिए सुनना हमारे दैनिक उपभोग में वृद्धि करता है और अनुभवों की सीमाओं में वृद्धि करता है। गुणग्राही स्वरूप में सुनने से हम अपने आन्तरिक सम्बन्धों को और सुदृढ़ बना सकते हैं।

2. सूचना के लिए—इसे विस्तृत (Comprehensive) सुनना भी कहा जा सकता है। जब हम किसी सन्देश को सूचना या समाचार के रूप में प्राप्त करते हैं तथा उसके द्वारा अपनी समस्याओं अथवा प्रश्नों के समाधान प्राप्त करते हैं, उसे हम सूचना के लिए सुनना कहते हैं। इस प्रक्रिया के द्वारा हम लोगों के विचारों तथा दृष्टिकोणों को सुनकर व्यक्तिगत आत्मज्ञान में वृद्धि कर सकते हैं।

प्र.10. सुनने के कोई दो प्रकार बताइए।

उत्तर 1. दृढ़ता के साथ सुनना—इसके अन्तर्गत सन्देशग्राहीता सन्देश का आशय समझने के लिए शारीरिक, भावनात्मक तथा मानसिक विधियों का प्रयोग करता है। इसका मुख्य उद्देश्य सूचनाओं का मूल्यांकन करना होता है।

2. समालोचना के लिए सुनना—इसके अन्तर्गत सन्देशग्राहीता सन्देश में छिपे दोषों को ढूँढ़ने के लिए सन्देश का मूल्यांकन विभिन्न स्तरों पर करता है; जैसे—कथन की तार्किकता, प्रमाणों की विश्वसनीयता अथवा सत्यता तथा निष्कर्षों की वैधता आदि। इस मूल्यांकन के सम्बन्ध में सन्देशग्राहीता के साथ यह बन्धन होता है कि वह सन्देश का मूल्यांकन उसी दृष्टिकोण के आधार पर करे जिस दृष्टिकोण से सम्प्रेषक ने सन्देश को सम्प्रेषित किया हो।

प्र.11. सुनने की मुख्य समस्याएँ क्या हैं? बताइए।

उत्तर सुनने की मुख्य समस्याएँ निम्न हैं—

1. किसी भी सन्देश के सम्बन्ध में यदि पूर्व में ही निर्णय ले लिया जाए तो उसे सुनना उबाऊ (Boring) हो जाता है।
2. सन्देश की भाषा का कठिन होना।
3. सन्देश से सम्बन्धित विक्रय के बारे में अज्ञानता।
4. निष्क्रियता के साथ सुनने की आदतें आदि।

प्र.12. प्रभावी सुनने के दो सुझाव बताइए।

उत्तर 1. खुला मस्तिष्क—सन्देश को सुनते समय सम्बन्धित विषय में प्राप्त पूर्व अनुभवों को सन्देश से न जोड़ें। तभी सम्प्रेषक द्वारा दिए जा रहे सन्देश के उद्देश्य को स्पष्टतः समझा जा सकता है।

2. भावनात्मक स्थायित्व—सम्प्रेषक द्वारा अप्रत्याशित शब्दों का प्रयोग किए जाने पर सन्देशग्रहीता को ऐसी कोई प्रतिक्रिया नहीं करनी चाहिए जो उसके रोष को स्पष्ट करे, बल्कि सन्देश के प्रत्येक शब्द को सही मानकर सुनना चाहिए। तभी सन्देश के मूलभूत तथ्यों को समझा जा सकता है।

प्र.13. साक्षात्कार की किन्ही दो विशेषताओं को लिखिए।

उत्तर 1. साक्षात्कार उद्देश्यपूरक होता है, एवं इसका उद्देश्य दोनों पक्षों का ज्ञात होता है।

2. साक्षात्कार के माध्यम से साक्षात्कारी के व्यक्तिगत जीवन की भी जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

प्र.14. साक्षात्कार को कितने वर्गों में बाँटा गया है?

उत्तर उद्देश्य के आधार पर साक्षात्कार को तीन वर्गों में बाँटा गया है—

1. प्राथमिक साक्षात्कार
2. गहन साक्षात्कार
3. निर्णयन साक्षात्कार

प्र.15. प्रभावी साक्षात्कार के मार्गदर्शक तत्त्वों को कितने भागों में बाँटा जा सकता है?

उत्तर साक्षात्कार प्रक्रिया में न्यूनतम दो पक्ष होते हैं। दोनों पक्षों के आधार पर प्रभावी साक्षात्कार के मार्गदर्शक तत्त्वों को दो भागों में बाँटा जा सकता है—

1. साक्षात्कारक के लिए मार्गदर्शक तत्व
2. साक्षात्कारी के लिए मार्गदर्शक तत्व

प्र.16. निर्णयन साक्षात्कार पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

उत्तर विशेषज्ञों तथा रेखीय प्रबन्धकों के साक्षात्कार के पश्चात् विभागीय प्रमुख द्वारा अभ्यर्थियों से अनौपचारिक वार्ता की जाती है जिसे निर्णयन साक्षात्कार कहते हैं। निर्णयन साक्षात्कार का मुख्य उद्देश्य अभ्यर्थी की रुचि, कार्य दशाओं की ग्राह्यता, कार्य समायोजन, कार्य बँटवारा होता है। कार्मिक विभाग का प्रबन्धक अभ्यर्थी से वेतन, भत्ता आदि के विषय में वार्ता करता है। अन्त में विभाग प्रमुख तथा कार्मिक प्रबन्धक सभापति के समक्ष अन्तिम निर्णय हेतु अभ्यर्थी से सम्बन्धित सम्पूर्ण जानकारी प्रस्तुत करते हैं।

प्र.17. जीवन-वृत्त सारांश की किन्हीं चार उपयोगी बातों को लिखिए।

उत्तर 1. आदर्श जीवन-वृत्त सारांश दो-तीन पृष्ठ से अधिक लम्बा नहीं होता। अक्सर नये लोगों का जीवन-वृत्त अनुभवी लोगों के जीवन-वृत्त से छोटा होता है।

2. महत्वपूर्ण बातों को पहले लिखें। अपने व्यावसायिक जीवन के लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए सूचनाओं को क्रमबद्ध तरीके से लिखें।
3. सूचनाओं को उल्टे कालक्रम में लिखें, यानि जो सबसे ताजा घटना है उसे सबसे पहले लिखें और उसी क्रम से पहले की घटनाओं का उल्लेख करें।
4. अपनी उपलब्धियों को प्रभावशाली तरीके से बताने के लिए कार्यसूचक क्रियाओं और कार्यमूलक शैली का उपयोग करें।

प्र.18. प्रकाशित सामग्री पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

उत्तर अगर आप किसी शैक्षणिक पद के लिए आवेदन कर रहे हैं और आपके पास बताने के लिए ढेर सारे प्रकाशनों की सूची है, तो पहले पृष्ठ के ऊपरी आधे हिस्से में उनका उल्लेख होना चाहिए। शैक्षणिक पद के लिए शैक्षणिक प्रकाशनों का विशेष रूप से उल्लेख किया जाना चाहिए। गैर-शैक्षणिक पद के लिए सामान्य जानकारी वाले लेखों का विशेष रूप से उल्लेख करके आप यह भी बता सकते हैं कि आप पठनीय तरीके से लिख सकते हैं और तकनीकी विषयों के बारे में सामान्य लोगों को बताने की क्षमता भी आप में है।

खण्ड-ब लघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. समय भाषा पर टिप्पणी लिखिए।

उत्तर

समय भाषा (Time Language)

समय (Time) मानव जीवन के व्यक्तिगत, व्यावसायिक एवं सामाजिक जीवन की महत्वपूर्ण विषय-वस्तु (Punctuality), समयबद्धता (समय पालन), सामाजिक पृष्ठभूमि एवं प्रचलित संस्कृति पर निर्भर है। समय पालन व्यक्ति का सापेक्ष गुण है। भिन्न-भिन्न प्रवृत्ति के व्यक्तियों की समय के प्रति गम्भीरता अलग-अलग होती है। उत्तरी अमेरिका के निवासी समय के प्रति अधिक गम्भीर होते हैं जबकि पूर्वी देशों के लोग अपेक्षाकृत उतने गम्भीर नहीं होते। व्यावसायिक जीवन में 'समय महत्वपूर्ण है' (Time is Valuable) प्रचलित सूत्र वाक्य है।

आशाब्दिक सम्प्रेषण में समय भाषा एक महत्वपूर्ण प्रकार है। समय भाषा के अन्तर्गत अपनी संस्कृति के अनुरूप दूसरों को समयबोध कराना होता है कि सम्बन्धित परिप्रेक्ष्य में समय का क्या अर्थ है। प्रत्येक व्यावसायिक उपक्रम अपनी पृष्ठभूमि के अनुरूप यह बोध कराता है, क्योंकि प्रत्येक व्यावसायिक संस्था की अपनी समय पालन की नीति अलग-अलग होती है। व्यावसायिक प्रबन्ध में समय प्रबन्ध (Time Management) एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। संस्था समय प्रबन्धन में उदार, कठोर अथवा सापेक्ष हो सकती है।

आधुनिक व्यावसायिक सफलता समय के अनुकूलतम प्रयोग पर निर्भर करती है। सम्प्रेषण में समय भाषा का आधुनिक व्यावसायिक युग में महत्व धीरे-धीरे बढ़ता जा रहा है। जैसे—यदि कोई विलम्ब से आता है, तो उसका नकारात्मक प्रभाव होता है। यदि कोई समय से पूर्व आता है तो उसका प्रभाव अधिक उत्सुकता होती है। सभाओं की कार्य-सूची समय के अनुरूप तैयार की जाती है। अवकाश के दिनों में समय का अधिक दर से भुगतान किया जाता है। व्यावसायिक सम्प्रेषण में समय भाषा के द्वारा सम्प्रेषण का उचित और प्रभावी क्रियान्वयन कराया जा सकता है।

आधुनिक व्यावसायिक जीवन में समय का बोध (Meaning of time) का महत्व बढ़ता जा रहा है।

प्र.2. श्रवण को प्रभावित करने वाले घटक बताइए।

उत्तर

श्रवण को प्रभावित करने वाले घटक (Factors Affecting Listening Exercises)

सम्प्रेषण प्रक्रिया के अन्तर्गत सुनने में अनेक प्रकार की रुकावटें आती हैं जो मुख्यतः निम्न प्रकार हैं—

- (a) सम्प्रेषक के सम्बन्ध में पूर्व-निर्णय।
- (b) सम्प्रेषक द्वारा कहे जाने वाले सन्देश को निरर्थक मानकर सुनना।
- (c) सन्देश को सुनने के लिए देर से पहुँचना तथा पूर्व के सन्देश को न सुनना।
- (d) सम्प्रेषक से अधिक अपेक्षाएँ रखना।
- (e) दिवास्वप्न तथा सक्रियता की कमी।
- (f) सन्देश के केवल उस भाग को सुनना जो रुचिकर हो आदि।

उपरोक्त रुकावटों के साथ सुनने की प्रक्रिया को प्रभावशाली नहीं बनाया जा सकता। इसके लिए आवश्यक है कि उपरोक्त रुकावटों को दूर किया जाए।

हमारे समाज में सुनने की प्रभावशीलता को विशेष महत्व नहीं दिया जाता है बल्कि यह माना जाता है कि यह एक प्राकृतिक प्रक्रिया है। यह माना जाता है कि सन्देश को ग्रहण करते समय उस सन्देश से सम्बन्धित होना आवश्यक नहीं है। ऐसी अवधारणाएँ सुनने की निर्बल आदतों को उत्पन्न करती हैं। सुनने की मुख्य समस्याएँ निम्न हैं—

- (a) किसी भी सन्देश के सम्बन्ध में यदि पूर्व में ही निर्णय ले लिया जाए तो उसे सुनना उबाऊ (Boring) हो जाता है।
- (b) सन्देश की भाषा का कठिन होना।
- (c) सन्देश से सम्बन्धित विक्रय के बारे में अज्ञानता।
- (d) निष्क्रियता के साथ सुनने की आदतें आदि।

उपरोक्त समस्याएँ व रुकावटें सुनने की प्रक्रिया को कमजोर बनाती हैं। एक उत्तम प्रक्रिया का विकास करने के लिए इनको दूर किया जाना आवश्यक है।

प्र.3. प्रभावपूर्ण सुनने के सिद्धान्तों की विवेचना कीजिए।**उत्तर****प्रभावपूर्ण सुनने के सिद्धान्त
(Principles of Effective Listening)**

सुनने की प्रक्रिया के अन्तर्गत आने वाली समस्याओं व रुकावटों को, सुनने की कुशलता में विकास करके आसानी से दूर किया जा सकता है तथा निर्बल सुनने की आदतों को भी दूर किया जा सकता है। इसके लिए निम्न कदम उठाए जा सकते हैं—

1. **विधान बनना**—सुनने से पहले यह आवश्यक है कि सन्देश का पूर्ण विश्लेषण करें तथा उसके सम्पूर्ण ढाँचे के बारे में पता लगाएँ। इसके लिए सन्देश से सम्बन्धित प्राथमिक ज्ञान उपयोगी हो सकता है।
2. **सूचक स्तम्भों पर ध्यान देना**—सभी सम्प्रेषण प्रायः बोलने के साथ-साथ कुछ संकेतों या सूचक स्तम्भों (सम्प्रेषित सन्देश से सम्बन्धित शारीरिक संकेत) का प्रयोग करते हैं। सन्देशग्रहीता को उन पर विशेष ध्यान देना चाहिए।
3. **पुनः कहे गए शब्दों पर ध्यान**—प्रायः सम्प्रेषक सन्देश की मुख्य बातों को पुनः दोहराते हैं, इसलिए ऐसे शब्दों पर विशेष ध्यान देना चाहिए।
4. **रुचि का विकास**—सन्देश को प्रभावी ढंग से सुनने के लिए सन्देश में रुचि रखना आवश्यक है।
5. **विचारों पर प्रकाश**—सम्प्रेषक द्वारा सम्प्रेषित सन्देश के आधारभूत तथ्यों को समझना आवश्यक होता है।
6. **विघ्नता पर नियन्त्रण**—सन्देशग्रहीता को सन्देश सुनते समय होने वाले विघ्नों पर नियन्त्रण रखना चाहिए तथा समायोजित करने का प्रयास करना चाहिए; जैसे—शोर, आदि।
7. **उद्देश्य बनाए रखना**—सन्देश का उद्देश्य बनाए रखने के लिए सन्देशग्रहीता को सम्प्रेषक के दृष्टिकोण से सन्देश को समझना चाहिए।

यदि सन्देश के उपरोक्त बिन्दुओं को ध्यान में रखकर सुना जाए तो सुनने की प्रक्रिया में सन्देशहीनता की कुशलता का विकास हो सकता है तथा सन्देश को प्रभावी ढंग से सुना जा सकता है।

प्र.4. प्रभावी सुनने के सुझाव बताइए।**उत्तर****प्रभावी सुनने के सुझाव
(Suggestions to Effective Listening)**

सन्देश को प्रभावशाली ढंग से सुनने के लिए तथा सम्पूर्ण अर्थ को समझने के लिए निम्न सुझाव प्रस्तावित किए जा सकते हैं—

1. **खुला मस्तिष्क**—सन्देश को सुनते समय सम्बन्धित विषय में प्राप्त पूर्व अनुभवों को सन्देश से न जोड़ें। तभी सम्प्रेषक द्वारा दिए जा रहे सन्देश के उद्देश्य को स्पष्टतः समझा जा सकता है।
2. **भावनात्मक स्थायित्व**—सम्प्रेषक द्वारा अप्रत्याशित शब्दों का प्रयोग किए जाने पर सन्देशग्रहीता को ऐसी कोई प्रतिक्रिया नहीं करनी चाहिए जो उसके रोष को स्पष्ट करे, बल्कि सन्देश के प्रत्येक शब्द को सही मानकर सुनना चाहिए। तभी सन्देश के मूलभूत तथ्यों को समझा जा सकता है।
3. **असामयिक निष्कर्ष**—सामान्यतः मनुष्य के मस्तिष्क की प्रक्रियात्मक क्षमता 600 शब्द प्रति मिनट की होती है जबकि कोई भी सम्प्रेषक अधिक से अधिक 120 शब्द से 170 शब्द प्रति मिनट की गति से ही बोल सकता है। यह समय अन्तराल सन्देशग्रहीता को पूर्व में ही निष्कर्ष निकालने के लिए प्रेरित करता है जबकि प्रभावी सुनने के लिए ऐसे असामयिक निष्कर्ष नहीं निकालने चाहिए।
4. **भाव पर बल देना**—सन्देश को सुनते समय परिस्थिति या अन्य बातों के बारे में नहीं सोचना चाहिए बल्कि केवल सन्देश के तात्पर्य या भाव पर ही ध्यान देना चाहिए।
5. **संक्षिप्त लेख बनाना**—सन्देश के अन्तर्गत आने वाले नए विचारों को संक्षिप्त रूप से लिख लेना चाहिए जिससे उन्हें बाद में आसानी से समझा जा सके। इसके अन्तर्गत यह आवश्यक नहीं है कि सम्पूर्ण वाक्यों को लिखा जाए बल्कि कुछ शब्दों को लिखकर भी इसे तैयार किया जा सकता है।
6. **मौखिक प्रतिवचन**—एक अच्छे या प्रभावी सन्देशग्रहीता के अन्दर मौखिक प्रतिवचन के गुण का होना आवश्यक है। ऐसे प्रतिवचन सम्प्रेषक के आत्मबल को बढ़ाते हैं जिससे सम्प्रेषण महत्वपूर्ण तथ्यों को और अधिक व्याख्यात्मक तथा प्रभावी ढंग से सम्प्रेषित करता है।

प्र.5. साक्षात्कार आयोजित किए जाने के कारणों को लिखिए।

उत्तर साक्षात्कार आयोजित किए जाने के निम्नलिखित कारण हैं—

1. कार्य अथवा नौकरी में चयन हेतु योग्यता, अनुभव एवं कौशल के आधार पर योग्य अभ्यर्थी के चयन हेतु साक्षात्कार।
2. संगठन से छूटनी अथवा कार्य छोड़ने पर कारणों की जानकारी हेतु साक्षात्कार।
3. कर्मचारियों के सामयिक मूल्यांकन (Periodic Evaluation) के लिए साक्षात्कार।
4. कर्मचारियों की कार्य दशाओं (Working conditions), प्रबन्धकीय कुशलता (Managerial effectiveness) एवं अधीनस्थों के दृष्टिकोण (Subordinates' attitudes) सम्बन्धित सूचनाओं के संग्रहण हेतु साक्षात्कार।
5. पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो एवं दूरदर्शन के लिए व्यक्तियों के विचारों का प्रसारण करने हेतु साक्षात्कार।
6. अध्ययन के लिए प्रवेश हेतु साक्षात्कार।
7. सुरक्षाकर्मियों अथवा पुलिस द्वारा किसी घटना की पूछताछ के लिए साक्षात्कार।
8. चयनित श्रोताओं से प्रश्नोत्तरकाल में साक्षात्कार।

प्र.6. साक्षात्कार के समय पहले प्रभाव पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

उत्तर आपके व्यक्तिगत लक्षणों में सबसे महत्वपूर्ण आपका भौतिक-शारीरिक प्रदर्शन, पहनावा एवं आपकी बातचीत है। इन्हीं बाहरी गुणों के आधार पर हम दूसरे लोगों पर अपना पहला प्रभाव डालते हैं जिसका असर अक्सर लम्बे समय तक रहता है। यदि नियोक्ता पर आपका पहला प्रभाव या first impression ही unfavourable है तो आपके लिए उसके ऊपर प्रभावशाली प्रस्तुति कर पाना बहुत ही मुश्किल हो जाता है।

एक आकर्षक शारीरिक प्रस्तुति (effective physical appearance) का प्रारम्भिक बिन्दु है—स्वच्छता तथा सुघड़ता (neatness and cleanliness)। क्या आप रोज सवेरे आधे घण्टे एवं रात को सोने से पहले आधे घण्टे अपने रंगरूप और शारीरिक आकर्षण को बनाए रखने के लिए खर्च करते हैं? क्या आपके बाल साफ, अच्छी तरह से कटे हुए और करीने से कंधी किए हुए हैं? आपके औपचारिक कपड़े क्या होते हैं? अपने जीवन के प्रारम्भ में ही मालूम कीजिए कि किस प्रकार के कपड़े आपके व्यक्तित्व से मेल खाते हैं। यदि जरूरत हो तो इस क्षेत्र के किसी professional की भी राय लीजिए। विशेष अवसरों के लिए उपयुक्त या appropriate कपड़े ही पहनिए। नौकरी के साक्षात्कार के लिए जाते समय आपको business clothes की जरूरत होगी। उस समय के कपड़े नहीं चलेगें जिन्हें आप खेलकूद के समय पहनते हैं। आपके कुछ बोलने से पहले ही साक्षात्कारकर्ता आपके कपड़ों पर दृष्टि डालेगा और एक प्रकार की राय बना लेगा। शीशे के सामने खड़े होकर एक आलोचनात्मक दृष्टि डालें। यदि आपको कुछ भी ऐसा दिखाई दे जिसके बारे में आप सोचते हैं कि सुधार किया जा सकता है तो तुरन्त उस सुधार को शुरू कर दीजिए। कोशिश कीजिए कि नौकरी पाने के मामले में आपके physical appearance की भागीदारी भी आपके सम्पूर्ण व्यक्तित्व की अभिवृद्धि करे।

डिपार्टमेंट—आप किस प्रकार से खड़े होते हैं और चलते हैं इसे department कहते हैं। एक प्रसन्न शारीरिक व्यक्तित्व के प्रस्तुतीकरण में अच्छे department का भी योगदान रहता है। अच्छे तमीज और manners की आवश्यकता को भी समझिए और सभी के साथ उनका अभ्यास तब तक करिए जब तक कि वे आपकी आदत में शामिल न हो जाएँ। तमीज और अच्छे manner unobtrusive होते हैं अर्थात् लोगों का ध्यान नहीं आकर्षित करते। अतः वे लोगों के द्वारा notice नहीं किए जाते थे। ये ऐसे व्यवहार हैं जो समुचित, सौहार्दपूर्ण और स्वाभाविक होते हैं। अपने department की यदि कोई कमियाँ हैं तो उन्हें दूर करने के लिए सामाजिक आकर्षणयुक्त, शान्त, धीर, गम्भीर व्यक्तियों के खड़े होने और चलने के ढंग का अध्ययन कीजिए। ध्यान से देखिए कि पुरुषों और महिलाओं से बर्ताव करते समय वे कैसा व्यवहार करते हैं। तमीज तथा अच्छे manners आपको अपने कैरियर की हर सीढ़ी पर मदद करेंगे।

प्र.7. साक्षात्कार में पहुँचते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

उत्तर हर कार्य को निर्धारित समय पर ही करें और punctual बनें। इसका मतलब यह नहीं है कि आप निर्धारित समय से बहुत पहले पहुँच जाएँ। निर्धारित समय से सिर्फ पाँच-दस मिनट पहले पहुँचें जिससे साक्षात्कार लेने वाले को पता चल जाए कि आप निर्धारित समय के अनुसार आ गए हैं और शिड्यूल या कार्यक्रम को समय से प्रारम्भ किया जा सके। यदि आप लेट हो गए तो वह

शायद यह सोच सकता है कि आप साक्षात्कार में नहीं appear होंगे और वह कुछ दूसरा काम शुरू कर दे जिसे आपके पहुँचने पर वह छोड़ नहीं सके। यदि परिस्थितियाँ ऐसी प्रतिकूल हों कि आप दुर्घटना या ट्रैफिक जाम के कारण लेट होने को टाल न सकें तो टेलीफोन की मदद लेने की कोशिश कीजिए। दूसरी ओर, यदि आपको पन्द्रह-बीस मिनट से ज्यादा इन्तजार करना पड़ रहा हो तो भी आप रिसेप्शनिस्ट या सेक्रेटरी से पूछ सकते हैं कि क्या कोई असुविधा हो गई है एवं क्या किसी और निर्धारित समय पर साक्षात्कार के लिए आना पड़ेगा। कभी-कभी विषम परिस्थितियाँ आ सकती हैं और यदि किसी कारण से साक्षात्कार का समय स्थगित हो जाए तो क्रोध न करें। ऐसे मामले में गुस्सा करने में समझदारी नहीं है।

प्र.8. साक्षात्कार के समय वेतन की पुष्टि पर संक्षिप्त विवरण दीजिए।

उत्तर वेतन का प्रश्न एक संवेदनशील मुद्दा है। यदि साक्षात्कार लेने वाला आपसे यह प्रश्न पूछता है कि क्या वेतन पाने की अपेक्षा रखते हैं? तो कोशिश यह कीजिए कि आप यही उम्मीद करते हैं कि 'इस पोजीशन में इस अनुभव वाले को जितनी स्टैण्डर्ड वेतनमान दी जाती है उतना ही उम्मीद करता हूँ' यह कहकर इस प्रश्न के जवाब का बोझ वापस साक्षात्कारकर्ता पर डाल दीजिए, लेकिन पहले से आपको भी यह जानकारी होनी चाहिए कि उस पद के लिए मानद वेतनमान कितना है। जब आपसे वर्तमान या पिछली नौकरी के वेतनमान के बारे में पूछा जाए तो सही एवं पूर्ण जानकारी के साथ जवाब दीजिए। यदि employer आपसे पुनः negotiations करता है तो आपके सन्दर्भ को चेक करते समय वह exact amount समझ जाएगा।

यदि आपने अपने जीवनवृत्त में अपने पास सबूत का पोर्टफोलियो उपलब्ध होने की बात लिख रखी हो तो प्रथम साक्षात्कार के समय साक्षात्कार लेने वाला उसे देखने में रुचि प्रदर्शित कर भी सकता है और नहीं भी रुचि दिखा सकता है। आप साक्षात्कार के समय पोर्टफोलियो साथ में लाइए, किन्तु जब तक साक्षात्कारकर्ता उसे देखने की जिज्ञासा न प्रदर्शित करे उसे जबरदस्ती दिखाने की कोशिश न करें। कुछ employers की यह सोच रहती है कि विभिन्न कार्यकलापों का प्रमाण-पत्र देखने का कार्य दूसरे चरण में किया जा सकता है। जब साक्षात्कारकर्ता यह निश्चय कर चुका हो कि आवेदनकर्ता के पास मौलिक योग्यता मौजूद है और उसके साथ और अधिक समय बिताया जा सकता है। यदि साक्षात्कारकर्ता आपके प्रमाण-पत्रों को देखने में रुचि प्रदर्शित करे तो आपको उसमें उल्लेख किए हुए सभी तथ्यों के बारे में संक्षिप्त व्याख्या दे सकने के लिए तैयार रहना चाहिए।

प्र.9. साक्षात्कार को किस प्रकार समाप्त करें? संक्षेप में समझाइए।

उत्तर साक्षात्कार को किस प्रकार से समाप्त करें यह भी एक महत्वपूर्ण कला है। प्रायः बहुत कम मामलों में प्रथम साक्षात्कार के बाद ही नौकरी पेश की जाती है। अक्सर employer को अन्तिम रूप से निश्चित करने के पहले अन्य आवेदनकर्ता के आवेदन-पत्रों को भी देखकर विचार करना रहता है। कुछ कम्पनियाँ इस अन्तिम निर्णय लेने के पहले इसीलिए लिखित परीक्षाएँ आयोजित करती हैं। इसीलिए कभी-कभी साक्षात्कारकर्ता आपसे यह कह सकता है कि वह बाद में सूचित कर देगा कि आपको test के लिए कब appear होना है। ऐसी परिस्थितियों में भी जब करीब-करीब निश्चितप्राय हो कि वह उस आवेदनकर्ता को नियुक्त करना चाहता है, सन्दर्भों की जाँच होनी चाहिए। आप अन्तिम निर्णय की जानकारी मालूम करने के लिए जल्दबाजी न करें। इस प्रकार के वक्तव्य मत दीजिए कि आपके पास एक और ऑफर है और आपको पाँच बजे के पहले या मंगलवार (या कोई दिन या तारीख) के पहले निश्चय करना है। employer को भी आपके आवेदन-पत्र पर विचार करने का मौका दीजिए तथा अपने आपको भी यह निश्चित करने के लिए थोड़ा समय दीजिए कि वास्तव में यह job आपकी सुविधा के अनुसार है या नहीं? साक्षात्कार के समय ही कभी-कभी आपको महसूस हो सकता है कि उस नौकरी की जिम्मेदारियों के लिए आप समुचित व्यक्ति नहीं हैं या स्वयं वह नौकरी आपकी अपेक्षाओं के अनुकूल नहीं है। ऐसी परिस्थिति में स्पष्ट वक्ता बनिए। आप सीधे-सीधे यह कह सकते हैं कि आपको विश्वास नहीं हो रहा कि वास्तव में वे जिस प्रकार के व्यक्ति की तलाश में हैं आप उस प्रकार के व्यक्ति हैं। यह कहना कि आपके पास अन्य ऑफर भी हैं और आप उनमें से विचार कर तलाश करेंगे, समय की बर्बादी है और sincerity की कमी को इंगित करता है। यदि आप एक एकजीव्यूटिव हैं तो बातचीत समाप्त होने के बाद आप स्वयं भी साक्षात्कार को समाप्त कर सकते हैं। जब छोड़ने का समय हो जाए तो उठिए, हाथ मिलाइए, साक्षात्कार लेने वालों को आपके लिए अपना समय देने के लिए धन्यवाद दीजिए। आप यह कह सकते हैं कि आप जल्दी ही उनसे जवाब सुनने का इन्तजार करेंगे या यदि आगे भविष्य में सम्प्रेषण की सम्भावना नहीं है तो आप कह सकते हैं कि आप से मीटिंग में प्रसन्नता प्राप्त हुई। अपने साथ अपने प्रमाण-पत्रों की पोर्टफोलियो तथा अन्य सम्बन्धित वस्तुएँ अपने साथ वापस ले जाना न भूलें। यदि आपने रिसेप्शन कक्ष में कुछ कागज छोड़ रखे थे तो रिसेप्शनिस्ट को धन्यवाद देने के साथ उन्हें भी वापस लेते आना याद रखें।

प्र.10. निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए—

(i) सज्जा

(ii) शिक्षा

(iii) प्रकाशित सामग्री

उत्तर (i) सज्जा—आपके जीवनवृत्त-सारांश की सज्जा स्पष्ट, युक्तिसंगत और ठीक से समझ में आने वाली होनी चाहिए और उसमें पर्याप्त खाली जगह होनी चाहिए। इसमें पृष्ठ के चारों ओर एक-एक इंच का हाशिया रखना चाहिए। अगर लिखने के लिए ज्यादा सामग्री हो और जगह की कमी हो तो हाशिये की चौड़ाई आधा इंच भी की जा सकती है। लेकिन इससे और छोटा करने पर कागज ढूस-ढूस कर भरा गया लगेगा। हाशिये देने से आपके लिए हुए हिस्से के चारों ओर का खाली स्थान पढ़ने के लिए आकर्षित करता है। साथ ही नियोक्ता चाहे तो हाशिये पर अपनी टिप्पणियाँ भी इस जगह अंकित कर सकता है।

(ii) शिक्षा—इस भाग का उपयोग यह बताने के लिए करें कि आप किसी पद के लिए शैक्षिक दृष्टि से किस तरह सुयोग्य हैं। इसे जीवनवृत्त-सारांश में ऊपर की तरफ मध्य भाग में लिखें। लेकिन अगर आपके पास कोई व्यावसायिक अनुभव हो तो शिक्षा को अनुभव के बाद ही बताया जाना चाहिए। शिक्षा वाले भाग में उस संस्था का नाम बताएँ जिसमें आपने पढाई की है। वह संस्था किस स्थान पर है, उसका भी उल्लेख करें। डिग्री/डिप्लोमा या प्रमाणपत्र का नाम और उत्तीर्ण करने का वर्ष लिखना भी न भूलें। अगर आप नौकरी से सम्बन्धित किसी क्षेत्र में नये स्नातक हैं और परीक्षा में आपने अच्छे अंक प्राप्त किए हैं तो आप अंकों का विवरण भी दे सकते हैं। अगर प्रथम श्रेणी में ऑनर्स/मास्टर डिग्री हासिल की हो तो इसका भी उल्लेख करें ताकि इस पर भी ध्यान जाए। लेकिन अगर द्वितीय श्रेणी/पास श्रेणी ही प्राप्त की हो तो अंकों का उल्लेख करने की जरूरत नहीं है और इसका विवरण बाद में दें।

(iii) प्रकाशित सामग्री—अगर आप किसी शैक्षणिक पद के लिए आवेदन कर रहे हैं और आपके पास बताने के लिए ढेर सारे प्रकाशनों की सूची है, तो पहले पृष्ठ के ऊपरी आधे हिस्से में उनका उल्लेख होना चाहिए। शैक्षणिक पद के लिए शैक्षणिक प्रकाशनों का विशेष रूप से उल्लेख किया जाना चाहिए। गैर-शैक्षणिक पद के लिए सामान्य जानकारी वाले लेखों का विशेष रूप से उल्लेख करके आप यह भी बता सकते हैं कि आप पठनीय तरीके से लिख सकते हैं और तकनीकी विषयों के बारे में सामान्य लोगों को बताने की क्षमता भी आप में है।

प्र.11. एक आदर्श जीवन-वृत्त सारांश के उपयोगों का वर्णन कीजिए।

उत्तर एक आदर्श जीवन-वृत्त सारांश के उपयोग निम्न प्रकार हैं—

1. आदर्श जीवन-वृत्त-सारांश दो-तीन पृष्ठ से अधिक लम्बा नहीं होता। अकसर नये लोगों का जीवन-वृत्त अनुभवी लोगों के जीवन-वृत्त से छोटा होता है।
2. अपने व्यावसायिक जीवन के लक्ष्य का उल्लेख करें। इसमें शैक्षिक और व्यावहारिक प्रशिक्षण अनुभव और उन कौशलों का उल्लेख करें जो नौकरी से सम्बन्धित हों।
3. रोजगार के बाजार में अपनी योग्यताओं को भूनाएँ, बिना अतिशयोक्ति के अपने कौशल, उपलब्धियों और निभाए गए दायित्वों को जोरदार तरीके से बताएँ।
4. महत्वपूर्ण बातों को पहले लिखें। अपने व्यावसायिक जीवन के लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए सूचनाओं को क्रमबद्ध तरीके से लिखें।
5. सूचनाओं को उल्टे कालक्रम में लिखें, यानि जो सबसे ताजा घटना है उसे सबसे पहले लिखें और उसी क्रम से पहले की घटनाओं का उल्लेख करें।
6. अपनी उपलब्धियों को प्रभावशाली तरीके से बताने के लिए कार्यसूचक क्रियाओं और कार्यमूलक शैली का उपयोग करें।
7. संक्षिप्तता का ध्यान रखें और अनावश्यक विवरण न दें।
8. व्याकरण, वर्तनी और विराम चिह्न आदि का सही-सही उपयोग करें।
9. कर्मवाच्य की बजाय कर्तृवाच्य में लिखना अच्छा है।
10. शब्दाडम्बर से बचें। हमेशा सरल और सीधी-सादी भाषा का ही उपयोग करें।
11. जीवनवृत्त-सारांश की विषयवस्तु पूरी तरह तथ्यपूर्ण, परिणामोन्मुख, सही और ईमानदारी से लिखी गयी होनी चाहिए, दृष्टिकोण और व्यक्तित्व जैसी व्यक्तिनिष्ठ विशेषताओं के बजाय आपको कौशल तथा सत्यापित किये जा सकने वाली उपलब्धियों पर ध्यान केन्द्रित करना चाहिए।

प्र.12. एक नियुक्ति-पत्र का नमूना प्रस्तुत कीजिए।

उत्तर

**नियुक्ति-पत्र का नमूना
(Format of Appointment Letter)**

प्रेषक

डॉ०

प्राचार्य

पत्र क्रमांक :.....

दिनांक:.....

महोदय,

मुझे आपको यह सूचित करते हुए हर्ष है कि इस महाविद्यालय की प्रबन्ध समिति ने आपको वाणिज्य-व्याख्याता के पद पर नियुक्त किया है।

आपकी नियुक्ति ₹ 8,000-250-10,000 के वेतन क्रम में एक वर्ष के परीक्षण काल (Probation) पर होगी।

यदि आपको यह नियुक्ति स्वीकार हो, इस पत्र के दिनांक से 15 दिन के अन्दर पदभार ग्रहण कर लें अन्यथा यह समझा जाएगा कि आपको इस प्रस्ताव में रुचि नहीं है और पद किसी अन्य व्यक्ति को प्रस्तुत कर दिया जाएगा।

आप अपने वर्तमान महाविद्यालय से पद मुक्ति का प्रमाणपत्र, वर्तमान वेतन और भत्ते का प्रमाण-पत्र साथ में लेते आएं। आपको उक्त वेतन क्रम में यहाँ वही वेतन मिलेगा जो आप वहाँ प्राप्त कर रहे हैं।

आपकी यह नियुक्ति अवध विश्वविद्यालय के कुलपति के अनुमोदन पर ही वैध होगी।

भवदीय

(प्राचार्य)

प्र.13. साक्षात्कार हेतु आमन्त्रण पत्र लिखिए।

उत्तर

**साक्षात्कार हेतु आमन्त्रण
(Call for Interview)**

प्रेषक

प्रापक

डॉ०.....

.....

प्राचार्य

.....

.....

दिनांक.....

पत्र क्रमांक :.....

विषय : 'साक्षात्कार'

महोदय,

इस कार्यालय में वाणिज्य व्याख्याता पद हेतु प्राप्त आपके आवेदन के सन्दर्भ में मुझे आपको यह सूचित करने का सम्मान प्राप्त है कि आप अपने मूल प्रमाण-पत्रों सहित व्यक्तिगत साक्षात्कार हेतु इस महाविद्यालय के प्राचार्यकक्ष में दिनांक.....को प्रातः.....बजे उपस्थित हों।

साक्षात्कार हेतु इस आमन्त्रण को भेजने का यह आशय नहीं है कि आवेदन-पत्र में वर्णित आपकी शर्तों और पूर्वाग्रह स्वीकार कर लिये गये हैं। इस आमन्त्रण के सम्बन्ध में आपको कोई मार्ग-व्यय या भत्ता प्रदान नहीं किया जायेगा।

भवदीय

(प्राचार्य)

खण्ड-स विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. दैहिक भाषा सम्प्रेषण (शारीरिक संचालन भाषा) से आप क्या समझते हैं? इसके लाभ एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।

उत्तर

दैहिक या शारीरिक भाषा सम्प्रेषण (Kinesics Body Language Communication)

अशाब्दिक सम्प्रेषण का एक विशिष्ट एवं महत्वपूर्ण माध्यम दैहिक भाषा है। इसे हम शारीरिक संचालन भाषा भी कह सकते हैं। दैहिक भाषा सम्प्रेषण सहज रूप से सूक्ष्म विचार भी तीव्र गति से सम्प्रेषित करती है। दैहिक भाषा में आन्तरिक भाव स्पष्ट दृष्टिगोचर होते हैं। भावनाओं (Emotions), विचारों (Ideas), चिन्तन (Thoughts), दृष्टिकोण (Attitudes) तथा अनुभूतियाँ (Feelings) का प्रभाव मानव व्यवहार (Human behaviour) पर परिलक्षित (Visible) होता है। मनुष्य का शारीरिक संचालन (Bodily Movement), भंगिमा (Gesture), मुद्रा (Posture), दृष्टिसम्बन्ध (Eye Contact), उतार-चढ़ाव (Pitch Variation) आदि शब्दरहित माध्यम अपने विचारों या सन्देशों को प्रभावी ढंग से सम्प्रेषित करते हैं।

सकारात्मक अथवा नकारात्मक अनुभूति गर्मजोशी अथवा तटस्थता, मानसिक अवस्था (Mood), सम्बन्धों का स्तर (Status of relationship) आदि का दैहिक भाषा में अधिक अर्थपूर्ण सम्प्रेषण होता है। दैहिक सम्प्रेषण न केवल अनौपचारिक वरन् औपचारिक सम्प्रेषण दोनों में समान महत्व रखता है।

जीवन में हर स्तर पर सम्प्रेषण की आवश्यकता पड़ती है। यह दो प्रकार से हो सकता है—1. मौखिक या Verbal, तथा 2. मूक हाव-भाव या Non-verbal Communication। कई बार यह Non-verbal Communication भी बिना कुछ कहे बहुत सी बातें कह जाता है जिसे Body Language कहते हैं। इस Body Language के विज्ञान को Kinesics भी कहते हैं। Kinesics का पहला पाठ तो हम सभी अपने घरों में पैदा होने के बाद धीरे-धीरे बड़े होते हुए बच्चे में देख सकते हैं जो बोलना सीखने के पहले भी अपने कई प्रकार के मनोभावों को माँ-बाप एवं अन्य सदस्यों से व्यक्त कर लेता है।

गांधीजी के तीन बन्दर Body Language के तीन रहस्यों को खोलते हैं—बुरा मत देखो, बुरा मत सुनो और बुरा मत कहो। कुछ इससे मिलते-जुलते हरकत हमारे घरों में छोटे बच्चे अक्सर अपना झूठ छिपाने के लिए तथा बड़े लोग भी विभिन्न अवसरों पर करते हैं। झूठ छिपाने की भावना को छोटे बच्चे, किशोर तथा वयस्क अलग-अलग तरीकों से व्यक्त करते हैं।

दैहिक भाषा सम्प्रेषण के लाभ (Merits of Kinesics)

दैहिक भाषा सम्प्रेषण के लाभ निम्नलिखित हैं—

1. **सम्बन्ध सृजन**—मुखाभिव्यक्ति, दृष्टि सम्बन्ध, भंगिमा आदि नवीन सम्बन्धों के सृजन एवं पूर्व सम्बन्धों में स्थायित्व प्रदान करते हैं। इनके द्वारा उत्सुकता, गर्मजोशी, अभिवादन एवं अभिवादन प्रत्युत्तर के भावों को प्रभावी ढंग से सम्प्रेषित कर सम्बन्धों को निकटता प्रदान की जा सकती है।
2. **भावनायुक्त**—मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा, दृष्टि सम्बन्ध, मुद्रा आदि आन्तरिक भावनाओं की अभिव्यक्ति करते हैं। संवेदना, सहानुभूति, प्रेरणा, उल्लास, हर्ष का अशाब्दिक सम्प्रेषण सहज रूप से दूसरों को कर सकते हैं एवं दूसरों के मनोभावों की जानकारी भी प्राप्त कर सकते हैं। शारीरिक संचालन सम्प्रेषण प्रक्रिया में भावनाओं का मिश्रण करता है।
3. **परिपूरक**—मूलतः शारीरिक संचालन मौखिक सम्प्रेषण को परिपूर्ण एवं प्रभावी बनाता है। मुखाभिव्यक्ति एवं भंगिमा के अभाव में मौखिक सम्प्रेषण नीरस, बेजान एवं अप्रभावी रहता है।
4. **मनोवैज्ञानिक प्रभाव**—शारीरिक संचालन द्वारा सम्प्रेषण देखने व सुनने वाले पर मानसिक प्रभाव डालता है। भंगिमा, मुद्रा, दृष्टि सम्बन्ध एवं मुखाभिव्यक्ति द्वारा किए गए सम्प्रेषण का श्रोता के मन एवं मस्तिष्क पर गहरा प्रभाव पड़ता है।
5. **स्वस्थ वातावरण का निर्माण**—आत्म-विश्वास से परिपूर्ण मुख, उल्लासपूर्ण भंगिमा, उत्साहित मुखाभिव्यक्ति, गहन दृष्टि रखती आँखें, साफ एवं स्वस्थ प्रकटन के कार्य स्वस्थ वातावरण को तीव्र गति प्रदान करते हैं एवं सौहार्दपूर्ण स्वस्थ वातावरण का निर्माण करते हैं।
6. **अन्तर्निहित भाषा का अर्थ समझने में सुविधा**—सन्देश में अन्तर्निहित अर्थ को मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा एवं दृष्टि सम्बन्ध द्वारा स्पष्ट बोध एवं ज्ञान कराया जा सकता है क्योंकि मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा आदि दूसरों को स्पष्ट दिखाई देती है।

दैहिक भाषा सम्प्रेषण की सीमाएँ (Limitations of Kinesics)

दैहिक भाषा सम्प्रेषण की सीमाएँ निम्नलिखित हैं—

1. **भ्रामक व्याख्या**—दैहिक भाषा द्वारा सम्प्रेषण भ्रामक हो सकता है। लिखित एवं मौखिक शब्दों को गम्भीरतापूर्वक लेना चाहिए। मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा, मुद्रा आदि पूर्ण विश्वसनीय नहीं होते एवं प्रेषक तथा प्राप्तकर्ता के मध्य भ्रम उत्पन्न कर सकते हैं।
2. **साक्ष्यरहित**—साक्ष्यरहित दैहिक भाषा एक अल्प अवधि की प्रतीकात्मक प्रक्रिया है जिसका सामान्यतः कोई साक्ष्य नहीं होता। अतः उत्तरदायित्व निर्धारण में जटिलता पैदा कर सकता है।
3. **अतिरिक्त सावधानी की आवश्यकता**—विभिन्न सामाजिक एवं भौगोलिक पृष्ठभूमि में मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा एवं दृष्टि सम्बन्ध के अलग-अलग अर्थ होते हैं। अतः दैहिक भाषा का प्रयोग एवं अर्थ समझने में अतिरिक्त सावधानी बरतनी चाहिए अन्यथा अर्थ का अनर्थ हो जाता है।
4. **भीड़ में अधिक प्रभावी नहीं**—आमने-सामने अथवा छोटी संख्या की उपस्थिति में शारीरिक संचालन प्रभावी होता है। बड़ी संख्या में उपस्थित भीड़ में मुखाभिव्यक्ति, भंगिमा, दृष्टि सम्बन्ध महत्वहीन होते हैं।

प्र.2. शारीरिक भाषा के प्रकारों का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए।

उत्तर

शारीरिक भाषा के प्रकार (Types of Body Language)

शारीरिक भाषा के प्रकारों का वर्णन निम्नलिखित है—

1. **मुँह ढकना**—इस भंगिमा (Gesture) में व्यक्ति हाथों के कुछ हिस्से से मुँह ढक लेते हैं और अँगूठे से गालों को थोड़ा-सा दबाते हैं। शायद मस्तिष्क अवचेतन में ही बोले जाने वाले झूठ को दबाने की कोशिश करता है। कभी मुँह ढकना। Evaluation gesture भी होता है, किन्तु उसमें आँखों के भाव अलग होते हैं।
एक व्यक्ति जब कुछ बोलते समय इस भंगिमा को प्रदर्शित करता है तो यह इंगित करता है कि वह झूठ बोल रहा है, किन्तु जब आप कुछ बोल रहे हैं और सुनने वाला यह gesture प्रदर्शित करे तो इसका मतलब यह है कि वह महसूस कर रहा है कि शायद आप झूठ बोल रहे हैं।
2. **नाक-छूना**—मनोवैज्ञानिकों के अनुसार नाक छूना भी मुँह ढकने की भाव-भंगिमा का ही एक परिष्कृत रूप है। इसके अन्तर्गत केवल एक बार या कई बार नाक का स्पर्श किया जा सकता है। विश्व में Body Language के विशेषज्ञों में Allan Pease का स्थान महत्वपूर्ण है। इसके अलावा Heinrich Hanau Publications, London से प्रकाशित Gerald 1, Nierenberg and Henry H. Calero की लिखी हुई पुस्तक *How to Read a Person Like a Book* भी अपने आप में Kinesics के क्षेत्र में एक मील का पत्थर है। नाक छूने की एक व्याख्या यह है कि जैसे ही मन में ऋणात्मक भावनाएँ प्रवेश करती हैं, अवचेतन हाथों को मुँह ढकने के लिए प्रेरित करता है, किन्तु अन्तिम क्षणों में यह भाव प्रकट न होने पाए इस कोशिश में हाथ चेहरे से खींच लिया जाता है जिसमें नाक का स्पर्श हो जाता है, लेकिन यदि जुकाम के कारण नाक में जलन हो रही हो तो उस समय के नाक रगड़ने के भाव को इस भाव के साथ मिश्रित नहीं किया जाना चाहिए।
3. **आँख रगड़ने की भाव भंगिमा**—गांधीजी के बन्दर ने 'बुरा मत देखो' का सन्देश दिया था। इसी से मिलता-जुलता आँख रगड़ने का gesture शायद दिमाग की इस कोशिश से उपजता है कि हम जो कुछ भी शक, शुबहा या झूठ देख रहे हों उसमें कुछ क्षण के लिए रुकावट आ जाए। यह भाव दोनों स्थितियों में हो सकता है—चाहे वह व्यक्ति खुद बोलते समय अपने झूठ को छिपाना चाह रहा हो या दूसरे के द्वारा बोले जाने वाले झूठ को avoid करने की कोशिश कर रहा हो। महिलाएँ इस भाव-भंगिमा की प्रस्तुति में अक्सर फर्श की तरफ या छत की ओर निहारने लगती हैं।
4. **कान खुजलाना**—कान खुजलाने की कोशिश शायद बुरा न सुनने की भावना की प्रस्तुति है। छोटे बच्चे भी कभी इच्छा न हो और हम उन्हें जबरदस्ती कोई आदेश देने की कोशिश करें तो वे कभी-कभी अपने दोनों हाथों से कान ढक लेते हैं या दोनों कान में अंगुली डालकर बन्द कर लेते हैं। अनजाने में हम लोग भी कभी-कभी अवचेतन की इस भावना के तहत

कान के नीचे की जगह पर खुजलाने लगते हैं या पिछले हिस्से की तरफ से कान को आगे की ओर मोड़कर कान का छेद बन्द करने या कान में स्क्रू की भाँति अंगुली डालने की कोशिश करते हैं। यह इस बात का सन्देश है कि सुनने वाला अब बहुत कुछ सुन चुका है और अब कुछ अपनी बात भी कहना चाहता है।

5. **गर्दन खुजलाना**—इस action में लिखने वाले हाथ की पहली अंगुली से कान के नीचे या गर्दन पर प्रायः पाँच बार खुजलाया जाता है। यह शक या अनिश्चय की भावना को प्रदर्शित करता है। अक्सर जब आदमी कुछ और कह रहा हो, लेकिन अन्दर से इस बात से सहमत न हो तब यह भाव-भंगिमा प्रदर्शित करता है।
6. **कॉलर खींचना**—**डेस्मांड मॉरिस** नामक मनोवैज्ञानिक की यह धारणा है कि झूठ बोलते समय चेहरे और गर्दन की मांसपेशियों और नाड़ियों में एक प्रकार की जलन उत्पन्न होती है जिससे छुटकारा पाने के लिए व्यक्ति अपना कॉलर खींचकर गर्दन को खुजलाने की कोशिश करता है।

इस प्रकार हम देखते हैं कि जाने-अनजाने कई बार हमारे मन में उठने वाली भावनाएँ हाव-भाव के द्वारा न चाहते हुए भी व्यक्त हो जाती हैं और इस विषय की जानकारी रखने वाला व्यक्ति दूसरे के मनोभावों को पढ़ लेता है।

7. **मुस्कराना**—वैसे तो वैज्ञानिकों ने कुल नौ प्रकार की मुस्कराहटों का वर्णन किया है, किन्तु उनमें से तीन मुख्य हैं—
 1. **Simple smile**—इस प्रकार की मुस्कराहट आदमी सिर्फ अपनी खुशी के लिए अपने आप करता है। इसमें दूसरों के लिए कोई सन्देश नहीं होता
 2. **Upper smile**—इसे **How-do-you-do smile** भी कहते हैं। इसमें दाँतों की ऊपरी कतार दिखाई दे जाती है और प्रायः मिलने वाले व्यक्तियों के बीच **eye-to-eye contact** भी होता है।
 3. **Broad smile**—यह खिलखिलाकर हँसते समय होता है। इसमें प्रायः दाँतों की दोनों कतारें दिख जाती हैं, किन्तु **eye-to-eye contact** प्रायः नहीं होता।
8. **हाथ मिलाना**—हाथ मिलाने की परम्परा की शुरुआत शायद उस समय हुई थी जब मानव गुफा में रहता था। उस समय लोग एक-दूसरे से मिलते समय अपने दोनों हाथ ऊपर उठाकर हिलाते थे। इस क्रिया में यह सन्देश छिपा रहता था कि हमारे हाथों में कोई छिपा हुआ अस्त्र नहीं है और हम दुश्मन नहीं, दोस्त हैं। कालान्तर में हजारों वर्षों के दौरान यह हाथ मिलाने की परम्परा हो गयी। प्रायः हाथ मिलाने समय हाथ को पाँच या सात बार ऊपर-नीचे किया जाता है। हाथ मिलाने समय हथेली नीचे की तरफ मुड़ी अवस्था में **dominance**, ऊपर मुड़ी स्थिति में **submissiveness** तथा **vertical position** में **equality** की भावना प्रदर्शित करता है। हाथ मिलाने समय प्रायः लोग दाहिना पैर पहले आगे बढ़ाते हैं, किन्तु बाएँ पैर को पहले और उसके बाद दाएँ पैर को आगे बढ़ाने में अपने आप ही हमारे हाथ हाथ मिलाने की **dominating position** में आ जाते हैं।

प्र.3. पार्श्व भाषा के अर्थ को समझाइए। इसके लाभ एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।

उत्तर

पार्श्व भाषा

(Para Language)

पार्श्व भाषा भी अशाब्दिक सम्प्रेषण का एक सशक्त माध्यम है। पार्श्व भाषा (Para language) मौखिक सम्प्रेषण की अभिव्यक्ति को प्रभावशाली बनाती है। मौखिक सम्प्रेषण में शब्द होते हैं जबकि पार्श्व भाषा अशाब्दिक है।

मौखिक सम्प्रेषण शब्द के माध्यम से 'क्या कहते हैं' (What says) का बोध होता है जबकि पार्श्व भाषा 'किस प्रकार कहते हैं' का अशाब्दिक सम्प्रेषण है।

Para language में Para शब्द का आशय समान (Like) तथा Language का अर्थ भाषा (Language) से है। दोनों के संयुक्त अर्थ को हिन्दी में 'पार्श्वभाषा' कहते हैं। मौखिक सम्प्रेषण में वक्ता का यदि गहन अवलोकन करें तो पता चलता है कि वह अपने सम्प्रेषण में अनेक संकेतों, स्वर का उतार-चढ़ाव, धाराप्रवाह अथवा अप्रवाह, जगह-जगह वाणी को अल्प-विराम, ऊँची अथवा धीमी आवाज जाने-अनजाने में प्रयोग करता है।

इस प्रकार की अभिव्यक्ति को ही मिश्रित रूप में पार्श्व भाषा (Para language) कहा जाता है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया को प्रभावी बनाने में दैहिक भाषा की भाँति ही पार्श्व भाषा का महत्वपूर्ण योगदान होता है। पार्श्व भाषा मौखिक अभिव्यक्ति का एक ऐसा ढंग है जिसमें शब्दों को शामिल नहीं किया जाता है। इसलिए इसको अशाब्दिक सम्प्रेषण का माध्यम कहते हैं।

पार्श्व भाषा के लाभ (Advantages of Para Language)

पार्श्व भाषा के लाभ निम्नलिखित हैं—

1. **भाषा प्रवाह**—पार्श्व भाषा मौखिक सम्प्रेषण में भाषा को प्रवाह एवं वाणी को जीवन प्रदान करती है। न्यायपूर्ण अप्रवाही उच्चारण, तर्कपूर्ण अल्प-विराम या विश्राम द्वारा भाषा के प्रवाह को उत्पन्न करता है तथा आवाज के कुशल उतार-चढ़ाव द्वारा वाणी को जीवन्त बनाया जाता है।
2. **मौखिक सम्प्रेषण से अन्तर्सम्बन्धित**—पार्श्व भाषा एवं मौखिक सम्प्रेषण एक-दूसरे से घनिष्ठ रूप से सम्बन्धित हैं। मौखिक सम्प्रेषण का शाब्दिक प्रेषण 'क्या कहते हैं' (What say) तथा पार्श्व भाषा के रूप में अशाब्दिक अभिव्यक्ति किस प्रकार कहते हैं। (How Say)।
3. **वक्ता की पृष्ठभूमि की पहचान**—पार्श्व भाषा के आधार पर वक्ता के शैक्षिक लिंग (Sex), सामाजिक वर्ण (Race), व्यवसाय (Occupation), क्षेत्रीय, राष्ट्रीय पृष्ठभूमि, आयु (Age), व्यक्तित्व (Personality) की पहचान आसानी से की जा सकती है। साथ-साथ उसकी मनोदशा, प्रसन्नता, उल्लास एवं अन्तर्मुखी या बाह्य मुखी स्वभाव का बोध आसानी से हो जाता है।
4. **मौखिक सम्प्रेषण का पूर्ण प्रभाव**—आवाज एवं स्वर का उतार-चढ़ाव तर्कपूर्ण शब्द दाब, अवसरानुकूल विश्राम, अप्रवाही शब्दों का न्याय संगत प्रयोग, स्वर एवं व्यंजन का सही उच्चारण के द्वारा मौखिक सम्प्रेषण प्रवाह, गुणवत्ता, आकर्षक एवं सृजनात्मक बनाते हैं।
5. **श्रोताओं को आकर्षण**—मौखिक शाब्दिक सम्प्रेषण बिना उचित पार्श्व भाषा के नीरस एवं खीझ भरा होता है। पार्श्व भाषा तथा मौखिक शाब्दिक सम्प्रेषण का अनुकूलतम संयोग श्रोताओं को आकर्षण प्रदान कर उनको एकाग्रचित्त होकर सुनने के लिए स्वतः स्फूर्त करता है।

पार्श्व भाषा की सीमाएँ (Limitations of Para Language)

पार्श्व भाषा की सीमाएँ निम्नलिखित हैं—

1. **अपूर्ण**—पार्श्व भाषा की उपयोगिता मौखिक सम्प्रेषण द्वारा स्पष्ट होती है। पार्श्व भाषा मौखिक सम्प्रेषण के अन्तर्गत अपने निहित भावों की अभिव्यक्ति करती है। स्वयं में पार्श्व भाषा अपूर्ण है क्योंकि पार्श्व भाषा भाषा के समान है, किन्तु भाषा नहीं है।
2. **एकरूपता का अभाव**—पार्श्व भाषा में सर्वव्यापकता एवं सर्वस्वीकृति नहीं होती। विभिन्न परिवेश एवं विभिन्न भाषाओं में एकरूपता नहीं है। अतः पार्श्व भाषा प्रयोगों में भी विभिन्नता पाई जाती है एवं उनके अर्थ सम्प्रेषण में एकरूपता का अभाव होता है।
3. **मिश्रित संकेत**—भाषा के शब्दों का अर्थ एवं पार्श्व भाषा के संकेतों के अर्थ में समानता होनी चाहिए। यदि पार्श्व भाषा के संकेत एवं भाषा के शब्दों में अन्तर है तो सम्प्रेषण मिश्रित हो जाता है एवं सम्प्रेषण भ्रामक, अर्थहीन अथवा विभिन्न अर्थों वाला हो जाता है।

प्र.4. पार्श्व भाषा के महत्त्वपूर्ण भागों का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर पार्श्व भाषा का एक विस्तृत क्षेत्र है जिसके महत्त्वपूर्ण भाग निम्नलिखित हैं—

आवाज (Voice)

आवाज सम्प्रेषण का प्रथम माध्यम है और इसका सम्प्रेषण में सर्वाधिक योगदान होता है। आवाज के द्वारा व्यक्ति के लिंग (Sex), शिक्षा (Education), प्रशिक्षण (Training), पृष्ठभूमि (Background), प्रकृति (Nature) एवं स्वभाव (Temperament) आदि का सहज अनुमान लगाया जा सकता है। आवाज की सन्देश के अर्थप्रेषण में महत्त्वपूर्ण भूमिका है। सांस्कृतिक कार्यक्रमों की प्रभावी अथवा अप्रभावी अभिव्यक्ति में आवाज की सर्वाधिक भूमिका होती है। आवाज सुखद, डरावनी, स्पष्ट-अस्पष्ट, मौलिक कृत्रिम (बनावटी), गम्भीर-संगीतमय आदि प्रकार की होती है। व्यावसायिक सम्प्रेषण में स्पष्ट एवं सुखद आवाज सर्वाधिक उपयोगी होती है।

स्वागत कक्ष के कर्मचारी, टेलीफोन ऑपरेटर, नियन्त्रण कक्ष के कर्मचारी, रिकॉर्डिंग कर्मचारी तथा संवाद प्रसार करने वाले कर्मचारी की मौखिक योग्यता स्पष्ट एवं सुखद आवाज का होना है। आवाज को प्रभावी बनाने के लिए निम्न महत्वपूर्ण तथ्यों को ध्यान में रखना चाहिए—

- (i) **स्वर का उतार-चढ़ाव**—बोलते समय स्वर के स्वाभाविक उतार-चढ़ाव से हम सभी परिचित हैं। प्रभावी व्यावसायिक सम्प्रेषण के लिए आवश्यक है कि वक्ता के स्वर में संवाद की प्रकृति के अनुसार आवश्यक उतार-चढ़ाव हो ताकि श्रोता को सम्प्रेषण आकर्षक लगे और उसकी सन्देश को ध्यानपूर्वक सुनने की उत्सुकता जाग्रत हो। बिना स्वर उतार-चढ़ाव के यदि एक स्वर में सम्प्रेषण किया जाए तो वह सम्प्रेषण नीरस अथवा अप्रभावी होगा। सम्प्रेषणकर्ता को अपने स्वर के प्रति संवेदनशील होना चाहिए। एक अच्छा वक्ता श्रोताओं से अपनी आवाज की वांछित जानकारी और सुझाव प्राप्त करता है। सम्प्रेषण के लिए उपयोगी स्वर के उतार-चढ़ाव को वक्ता सतत अभ्यास, अनुभव एवं दूसरों के सुझावों से प्रभावी बना सकता है।

अधिकृत वक्ता (Authority speaker) स्वाभाविक रूप में ऊँचे स्वर (High pitch) में सम्प्रेषण करता है जबकि अधीनस्थ या अल्प जानकार का स्वर नीचा एवं धीमा रहता है। स्वर के द्वारा व्यक्ति की मानसिक अवस्थाओं का सहज ज्ञान होता है; जैसे—क्रोध में संवादों की अभिव्यक्ति काफी ऊँचे स्वर में स्वाभाविक रूप से हो जाती है। संक्षेप में, स्वर का उतार-चढ़ाव व्यवहार विज्ञान के अध्ययन की महत्वपूर्ण विषय-वस्तु है। जिस प्रकार गायन में स्वरों का उतार-चढ़ाव एक महत्वपूर्ण विधा है, उसी प्रकार प्रभावी सम्प्रेषण में स्वर का आवश्यक उतार-चढ़ाव भी एक कला है।

- (ii) **बोलने की गति/प्रवाह**—बोलने की गति भी पार्श्व भाषा का महत्वपूर्ण भाग है। सम्प्रेषण की तीव्र, सामान्य, सुविधाजनक, अति तीव्र आदि अनेक गतियाँ होती हैं। जैसे—उत्तेजना एवं क्रोध में तीव्र गति के साथ। इसके विपरीत, जब आराम में होते हैं तो स्वाभाविक गति के साथ संवाद व्यक्त किए जाते हैं।

मौखिक सम्प्रेषण में भाषा का प्रवाह (Flow) महत्वपूर्ण होता है। धारा प्रवाह सम्प्रेषण का अर्थ तीव्र गति और ऊँचा स्वर ही नहीं है बल्कि सन्देश के अनुरूप विभिन्न गतियों में अवसरानुकूल अभिव्यक्ति धारा-प्रवाह कहलाती है। वक्ता को सदैव जटिल, महत्वपूर्ण उच्च तकनीकी सन्देश धीमी गति से व्यक्त करने चाहिए। कठिन एवं जटिल संवाद यदि तीव्र प्रवाह के साथ बोले जाते हैं, तो सुनने वाले की समझ से परे हो जाते हैं। बोलने के प्रवाह के द्वारा सम्प्रेषण को प्रभावी एवं उत्पादक बनाया जा सकता है।

- (iii) **अल्प विश्राम (अल्प विराम)**—सतत मौखिक सम्प्रेषण में अल्प विश्राम (रुकना) एक स्वाभाविक प्रक्रिया है। भाषा का प्रवाह (Fluency in language) उचित अल्प विश्राम (Pause) पर भी निर्भर है। आवश्यकतानुसार एवं सन्देश के तथ्यानुकूल वक्ता की मौखिक अभिरुचि में अल्प विश्राम सम्प्रेषण को प्रभावी बनाता है।

वक्ता को बोलते समय रुकने (अल्प विश्राम) का चयन उचित अवसर पर ही किया जाना चाहिए। सम्प्रेषण तभी तर्कपूर्ण एवं प्रभावी होगा यदि वक्ता प्रश्नसूचक वाक्यों, तकनीकी जानकारी देने वाले वाक्यों या जटिल तथ्यों से अवगत कराने वाले वाक्यों, हास्य स्थितियों या बहुसंख्यक श्रोताओं की स्वाभाविक अभिव्यक्ति (ताली बजाना आदि) की दशा में वाणी को विश्राम देता है। अशुद्ध, अनावश्यक अथवा असमय क्षणिक वाणी विश्राम मौखिक सम्प्रेषण को उबाऊ (boring), नीरस एवं अप्रभावी बनाता है। इसके विपरीत, अवसरानुकूल अल्प वाणी विश्राम श्रोताओं का न केवल ध्यान आकर्षित करता है बल्कि सम्प्रेषण के उद्देश्यों एवं महत्वपूर्ण तथ्यों की तर्कपूर्ण अभिव्यक्ति करने में सफल होता है।

अप्रवाही (Non-fluency)

मौखिक सम्प्रेषण में सम्प्रेषण प्रवाह के लिए उचित एवं समयानुकूल अवसरों पर वक्ता को अल्प विराम (अल्प विश्राम) लेने की आवश्यकता होती है। अल्प विश्राम क्षणिक होता है। इस अवधि में वक्ता सम्प्रेषण के प्रवाह को बनाए रखने के लिए अप्रवाही ध्वनि या शब्दों का संयोजन करता है। आह, ओह, ठीक है, निश्चय ही, अर्थात् हँसना (Laughing), चौखना (Yawning), थपथपाना (Chuckling) आदि अप्रवाही ध्वनि या शब्द कहलाते हैं।

यह अप्रवाही ध्वनि या शब्द एक ओर सम्प्रेषण को प्रभावी एवं अर्थपूर्ण बनाते हैं एवं दूसरी ओर सम्प्रेषणकर्ता एवं सम्प्रेषण प्राप्तकर्ता को कुछ क्षणिक अवधि भी प्रदान करते हैं। यह क्षणिक अवधि दोनों के लिए अत्यन्त उपयोगी होती है। वक्ता इस क्षणिक अवधि का उपयोग साँस लेने अथवा पानी पीने में प्रयोग करता है तथा श्रोता पूर्व सम्बोधन का अर्थ समझकर, व्यक्त भावों का चिन्तन कर सकता है।

अप्रवाही शब्द या ध्वनि के तर्कपूर्ण एवं न्यायसंगत प्रयोग एवं तदुपरान्त उत्पन्न क्षणिक विश्राम को वक्ता के लिए अन्तराल भरने (Space filler) वाला तथा श्रोता के लिए अर्थ ग्रहण (Grasp break) विश्राम कहते हैं।

अप्रवाही ध्वनि या शब्दों का अनावश्यक या निरर्थक प्रयोग सम्प्रेषण को नीरस एवं बेकार भी बना सकता है एवं श्रोताओं में खीझ, झुंझलाहट एवं निराशा उत्पन्न करता है। अप्रवाही ध्वनि का प्रयोग श्रोताओं का ध्यानाकर्षण एवं समयानुकूल अवसरों पर आवश्यकतानुसार ही किया जाना चाहिए।

आवाज उच्चावचन (Volume Variation)

बोलने की गति की तरह आवाज का उच्चावचन भी पार्श्व भाषा की महत्वपूर्ण विषय-वस्तु है। आवाज उच्चावचन का आशय तेज, सामान्य एवं धीमी आवाज में सम्प्रेषण से होता है।

आवाज की मात्रा श्रोताओं के आकार के अनुरूप होनी चाहिए। यदि श्रोताओं की संख्या अधिक है तो तेज आवाज में बोलना चाहिए ताकि सभी श्रोता आवाज को सुन सकें। इसके विपरीत, यदि श्रोता कम हैं अथवा उनका फैलाव कम है तो सामान्य आवाज में सम्प्रेषण करना चाहिए। आवाज के विस्तार के लिए ध्वनि विस्तारक यन्त्रों का प्रयोग भी किया जाता है। सम्प्रेषणकर्ता की आवाज, मात्रा का उच्चावचन सन्देश के अर्थों के अनुरूप होना चाहिए।

वक्ताओं की यह मिथ्या धारणा होती है कि तेज आवाज का सन्देश प्रभावी होता है।

सम्प्रेषण में सतत प्रवाह बना रहे इसके लिए आवश्यक है कि सम्प्रेषण में तेज, सामान्य या धीमी आवाज का संयोजन किया जाना चाहिए। वक्ता को सम्प्रेषण करते समय यह तथ्य ध्यान में रखना चाहिए कि आवाज का उतार-चढ़ाव ही वाणी को जीवन प्रदान कर प्रभावोत्पादक बनाता है।

शब्द दाब (Word Stress)

मौखिक सन्देश उच्चारण में शब्द पर बल, भार या दाब के द्वारा अर्थ परिवर्तन हो जाता है। शब्द बल या दाब का आशय है वाक्य में सम्बन्धित शब्द या शब्दों का उच्चारण उदात्त (ऊँचे दबाव के साथ) अनुदात्त (कम दबाव या दबाव रहित) करना। दाब के शब्द उच्चारण द्वारा एक वाक्य के अर्थ में परिवर्तन हो जाता है; जैसे—

क्या आपने मेरी नई कार देखी

क्या आपने मेरी नई कार देखी

क्या आपने मेरी नई कार देखी

क्या आपने मेरी नई कार देखी

यदि उपरोक्त वाक्यों में काले शब्दों को ऊँचे दबाव में उच्चारित किया जाए तो उक्त चारों वाक्यों के सम्प्रेषण अर्थ में परिवर्तन स्वाभाविक रूप से परिलक्षित होता है। हिन्दी एवं संस्कृत में मन्त्रों, छन्दों, दोहों के उच्चारण द्वारा उनके अर्थों एवं भावों में परिवर्तन होता है। वाक्य के शब्द या शब्द के भाग के उचित दबाव के उच्चारण को सावधानीपूर्वक प्रयोग किया जाना चाहिए। उच्चारण ज्ञान के लिए व्याकरण की जानकारी होना आवश्यक है। उच्चारण दक्षता के लिए आकाशवाणी एवं दूरदर्शन के समाचारों को सुनना, भाषा विज्ञान के लेखों का अध्ययन करना चाहिए।

प्र.5. सुनना क्या है? सुनने का महत्त्व, उद्देश्यों तथा प्रकारों का वर्णन कीजिए।

उत्तर

सुनना क्या है?

(What is Listening?)

‘सुनने’ की कोई निश्चित परिभाषा देना सम्भव नहीं है, क्योंकि यह एक संयुक्त सन्तति (Complicated Issue) है। मुख्यतः सुनने को निम्न का मिश्रण माना जा सकता है—सुनना (Hear), समझना (Understand) एवं स्मृति में रखना (Remember) ‘सुनना स्वीकार करना, ध्यान लगाना तथा कानों से सुने गए शब्दों के अर्थ निरूपण करने की एक क्रिया है।’ विभिन्न स्रोतों के अनुसार सुनने की प्रक्रिया के अन्तर्गत सुनना (Hearing), अभिप्राय (Sensing), व्याख्या (Analysing), समझना (Understanding), पंजीकृत (Registering), मूल्यांकन (Evaluating), निर्वचन (Interpreting), स्वीकृति (Recognising), ध्यान लगाना (Attending), याद रखना (Remembering), प्राप्त करना (Receiving) एवं ग्रहण करना (Comprehending) आदि को सम्मिलित किया जा सकता है। इन शब्दों का गहराई से अध्ययन करके निष्कर्ष रूप में यह कहा जा सकता है कि सुनना, व्याख्या करना, मूल्यांकन करना तथा निर्वचन करने की एक मिश्रित प्रक्रिया है।

सुनने का महत्त्व (Importance of Listening)

सुनना भाषा विकास का एक अभिन्न अंग है। सुनना मौखिक सम्प्रेषण का एक महत्वपूर्ण प्रारूप है। हमारी भावभंगिमा, प्रवीणता, आदर्श आचरण तथा समझने के विकास की क्रिया में सुनने का गहन प्रभाव पड़ता है। सुनने की क्रिया के अन्तर्गत सन्देश के शक्तिशाली व कमजोर तथ्यों का, सन्देश की सार्थक प्रभावशीलता तथा आवश्यक समालोचना का मूल्यांकन किया जा सकता है। अन्य शब्दों में, सुनना लक्ष्यों को प्राप्त करने तथा व्यक्तिगत ज्ञान के संवर्द्धन में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। सुनने की प्रवीणता अथवा सन्देश को अन्तर्वर्ती (Inherent) प्रारूप में प्राप्त करने की कला का विकास बिना विशिष्ट प्रशिक्षण के सम्भव नहीं है। हम किसी भी व्याख्यान को सुनने के कुछ देर पश्चात् लगभग आधा भाग भूल जाते हैं। यदि सन्देश को प्रभावी ढंग से सुना जाए तो ज्ञान (Knowledge) और अज्ञानता (Ignorance), सूचना (Information) और असत्य सूचना (Misinformation), सम्बद्धता (Involvement) और उदासीनता (Apathy), तथा समझने (Understanding) और गलत समझने (Misunderstanding) आदि के मध्य अन्तर स्पष्ट किया जा सकता है।

सुनने का उद्देश्य (Purpose of Listening)

सुनना दैनिक सम्प्रेषण की एक दोषदर्शी (Critical) क्रिया है। प्रत्येक व्यक्ति के सुनने के उद्देश्य अलग-अलग हो सकते हैं, जैसे—लक्ष्यों पर निर्भरता के लिए, रुचि के लिए अथवा स्थिति को समझने के लिए आदि। सामान्यतः सुनने के उद्देश्यों को निम्न भागों में विभाजित किया जा सकता है—

1. **सूचना (Information) के लिए**—इसे विस्तृत (Comprehensive) सुनना भी कहा जा सकता है। जब हम किसी सन्देश को सूचना या समाचार के रूप में प्राप्त करते हैं तथा उसके द्वारा अपनी समस्याओं अथवा प्रश्नों के समाधान प्राप्त करते हैं, उसे हम सूचना के लिए सुनना कहते हैं। इस प्रक्रिया के द्वारा हम लोगों के विचारों तथा दृष्टिकोणों को सुनकर व्यक्तिगत आत्मज्ञान में वृद्धि कर सकते हैं।
2. **उपभोग (Enjoyment) के लिए**—आनन्द के लिए सुनना अथवा गुणग्राहीता (Appreciative) के लिए सुनना हमारे दैनिक उपभोग में वृद्धि करता है और अनुभवों की सीमाओं में वृद्धि करता है। गुणग्राही स्वरूप में सुनने से हम अपने आन्तरिक सम्बन्धों को और सुदृढ़ बना सकते हैं।
3. **अनुमोदन (Supportive) के लिए**—जब हम विप्लव (Turmoil) होते हैं तब हमें किसी को अपने सम्बन्ध में सुनने की आवश्यकता होती है, हम बातचीत करते हैं तथा अपने विचारों को पूर्ण रूप से उजागर करते हैं, अन्ततः हम अपने समाधानों पर पहुँचते हैं। इसे हम अनुमोदन के लिए सुनना कहते हैं।
4. **समालोचनात्मक (Critically) मूल्यांकन के लिए**—समालोचक रूप में सुनने के अन्तर्गत विशेषज्ञों तथा अन्य विश्वस्त लोगों के मूल्यांकन को शामिल किया जाता है। इस प्रक्रिया के अन्तर्गत हम सन्देश की सत्यता का निर्णय तथ्यों एवं सूचनाओं के आधार पर करते हैं, न कि भावनाओं के आधार पर।

सुनने की प्रक्रिया (Process of Listening)

सुनना एक ऐसी कला है जिसे प्रक्रियाओं की सीमा में बाँधना अत्यन्त कठिन है। फिर भी इसे निम्न स्तम्भों में विभक्त किया जा सकता है—

1. **अभिप्राय**—इसके अन्तर्गत अगवानी (Reception), नाड़ी जैसी तीव्रता (Neural Activity), सुनना (Hearing) तथा देखना (Seeing) आदि को शामिल किया जाता है। किसी दृश्य को देखकर उसके भावों को ध्वनि किरणों में परिवर्तन भी अभिप्राय कहलाता है।
2. **निर्वचन**—अभिप्रायित सन्देश का आवश्यकतानुरूप व्याख्यात्मक निरूपण ही निर्वचन कहलाता है। अनुभवों का युग्मन (Integration) निर्वचन का एक महत्वपूर्ण अंग है।
3. **मूल्यांकन**—सन्देश को गहराई से समझने तथा निरूपित करने के बाद उसके छिपे हुए तथ्यों का आकलन करना ही मूल्यांकन कहलाता है।
4. **प्रतिवचन**—सन्देश का स्पष्टीकरण, आवश्यक सुधार तथा विभिन्न दृष्टिकोणों के अन्तर्गत की जाने वाली व्याख्या को ही प्रतिवचन कहा जाता है।

सुनने के प्रकार (Types of Listening)

विभिन्न परिस्थितियों में भिन्न प्रकार की सुनने की कौशलता की आवश्यकता होती है। सुनने के तरीकों को केवल उद्देश्य ही विभाजित नहीं करते बल्कि प्रतिवचन और सम्बद्धता भी वर्गीकृत करती है। विभिन्न प्रकारों को निम्न स्तम्भों के अन्तर्गत स्पष्ट किया जा सकता है—

1. **दृढ़ता के साथ सुनना**—इसके अन्तर्गत सन्देशग्रहीता सन्देश का आशय समझने के लिए शारीरिक, भावनात्मक तथा मानसिक विधियों का प्रयोग करता है। इसका मुख्य उद्देश्य सूचनाओं का मूल्यांकन करना होता है।
2. **व्यवहारात्मक सुनना**—जब सम्प्रेषण प्रक्रिया के अन्तर्गत सन्देश सुनकर तत्काल उसका उत्तर देना होता है तो ऐसे सन्देश को व्यवहारात्मक ढंग से सुना जाता है। इसमें सन्देशग्रहीता सन्देश को तन्मयता तथा रुचि के साथ सुनता है।
3. **प्रसन्नता से सुनना**—इसमें सम्प्रेषण द्वारा सूचनाओं का सम्प्रेषण किया जाता है तथा सन्देशग्रहीता का प्राथमिक कार्य केवल महत्वपूर्ण तथ्यों को चिह्नित करना होता है। इसमें सन्देशग्रहीता सम्प्रेषक से प्रश्न भी पूछ सकता है, परन्तु जवाब से सहमत या असहमत होना, उत्तर का सिद्ध होना अथवा न सिद्ध होना, महत्वपूर्ण नहीं होता है। इसमें केवल सन्देश को भली-भाँति समझना ही महत्वपूर्ण होता है। इसका प्राथमिक उद्देश्य सम्प्रेषक द्वारा दी गई सूचना का समझना तथा उसे स्मृति में रखना ही होता है।
4. **निष्क्रियता के साथ सुनना**—जब सन्देशग्रहीता को प्रतिवचन न करना हो तथा सन्देश को सुनने में रुचि न हो तो इसे निष्क्रियता के साथ सुनना कहते हैं; जैसे—सुनना या टेलीविजन देखना आदि।
5. **समालोचना के लिए सुनना**—इसके अन्तर्गत सन्देशग्रहीता सन्देश में छिपे दोषों को ढूँढने के लिए सन्देश का मूल्यांकन विभिन्न स्तरों पर करता है। जैसे—कथन की तार्किकता, प्रमाणों की विश्वसनीयता अथवा सत्यता तथा निष्कर्षों की वैधता आदि। इस मूल्यांकन के सम्बन्ध में सन्देशग्रहीता के साथ यह बन्धन होता है कि वह सन्देश का मूल्यांकन उसी दृष्टिकोण के आधार पर करे जिस दृष्टिकोण से सम्प्रेषक ने सन्देश को सम्प्रेषित किया हो।

प्र.6. साक्षात्कार को परिभाषित कीजिए। साक्षात्कार की विशेषताओं एवं विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए।

उत्तर साक्षात्कार सम्प्रेषण प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण अंग है। साक्षात्कार प्रक्रिया में दो व्यक्तियों (पक्षों) के मध्य व्यक्तिगत सम्पर्क स्थापित होता है जिनको साक्षात्कारक (Interviewer) एवं साक्षात्कारी (Interviewee) कहते हैं। साक्षात्कार शब्द की उत्पत्ति फ्रेंच शब्द Entrevoir से हुई है जिसका शाब्दिक अर्थ झलक 'to glimpse' अथवा एक-दूसरे को परखना 'to see each other' से होता है। साक्षात्कार प्रक्रिया के दौरान साक्षात्कारक एवं साक्षात्कारी (सूचनादाता) से आमने-सामने का प्रत्यक्ष सम्पर्क स्थापित किया जाता है। साक्षात्कार के दौरान प्रश्नों के द्वारा महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त की जाती है। साक्षात्कार औपचारिक सम्प्रेषण प्रक्रिया की एक विशिष्ट विधा है। विभिन्न विद्वानों ने साक्षात्कार को निम्न प्रकार परिभाषित किया है—

बी० एम० पामर के अनुसार, “साक्षात्कार दो व्यक्तियों के मध्य पायी जाने वाली एक विशेष सामाजिक परिस्थिति है जिसमें एक मनोवैज्ञानिक प्रक्रिया के अन्तर्गत दोनों व्यक्ति परस्पर उत्तर-प्रति उत्तर करते हैं।”

एच० पी० यंग के अनुसार, “साक्षात्कार क्षेत्रीय कार्य की एक विशेष तकनीक है जिसका प्रयोग किसी व्यक्ति अथवा व्यक्तियों के व्यवहार को देखने, उनके कथनों को लिखने व सामाजिक अथवा अन्तःक्रिया के स्पष्ट परिणामों का अध्ययन करने के लिए किया जाता है।”

उपरोक्त परिभाषाओं के अनुसार साक्षात्कार तथ्यों के संकलन की एक विशिष्ट सम्प्रेषण प्रक्रिया है जिसमें दोनों पक्ष एक-दूसरे से प्रत्यक्ष सम्पर्क द्वारा सम्बन्धित विषय पर बातचीत करते हैं तथा उत्तर-प्रति उत्तर देते हैं।

साक्षात्कार की विशेषताएँ (Characteristics of Interview)

1. साक्षात्कार उद्देश्यपूरक होता है, एवं इसका उद्देश्य दोनों पक्षों को ज्ञात होता है।
2. साक्षात्कार प्रक्रिया में दो या दो से अधिक व्यक्तियों के मध्य विचारों का आदान-प्रदान आमने-सामने बैठकर किया जाता है। कभी-कभी एक साक्षात्कारी तथा एक से अधिक साक्षात्कारक हो सकते हैं।
3. साक्षात्कार के माध्यम से साक्षात्कारी के व्यक्तिगत जीवन की भी जानकारी प्राप्त की जा सकती है।
4. दोनों पक्ष साक्षात्कार के समय मानसिक रूप से तैयार होते हैं, क्योंकि सभी साक्षात्कार पूर्व नियोजित होते हैं।
5. साक्षात्कार औपचारिक सम्प्रेषण का महत्वपूर्ण भाग है।
6. साक्षात्कार से पूर्व प्रदत्त सूचनाओं की प्रामाणिकता एवं विश्वसनीयता बढ़ जाती है।

साक्षात्कार के प्रकार (Kinds of Interview)

विभिन्न प्रकार के साक्षात्कारों के वर्गीकरण का आधार साक्षात्कार होता है। उद्देश्य के आधार पर साक्षात्कार को तीन वर्गों में बाँटा जा सकता है—

1. प्राथमिक साक्षात्कार
2. गहन साक्षात्कार
3. निर्णयन साक्षात्कार

1. प्राथमिक साक्षात्कार (Preliminary Interview)

प्राथमिक साक्षात्कार को छँटनी साक्षात्कार (Screening Interview) भी कहते हैं। यह साक्षात्कार कार्मिक विभाग के सहायक द्वारा लिए जाते हैं। इन साक्षात्कारों का मुख्य उद्देश्य अनुपयुक्त एवं अवांछित अभ्यर्थियों की छँटनी करना है। यह साक्षात्कार दो प्रकार के होते हैं—अनौपचारिक साक्षात्कार एवं असंरचनात्मक साक्षात्कार।

- (क) अनौपचारिक साक्षात्कार—यह साक्षात्कार किसी भी व्यक्ति के द्वारा किसी भी स्थान पर आधारभूत जानकारी प्राप्त करने के लिए किया जाता है।
- (ख) असंरचनात्मक साक्षात्कार—इस प्रकार के साक्षात्कार में अभ्यर्थी को स्वतन्त्रता दी जाती है, कि वह अपने ज्ञान, क्षेत्र, रुचि, आशा आदि के विषय में स्वयं बताए। इसमें साक्षात्कारक स्वयं भी अभ्यर्थी द्वारा आवश्यक सूचनाओं को प्राप्त करता है।

2. गहन साक्षात्कार (Core Interview)

इस प्रकार के साक्षात्कार रेखीय प्रमुख तथा विशेषज्ञों द्वारा अभ्यर्थी के सेवा क्षेत्र के ज्ञान, योग्यता, क्षमता आदि के लिए लिए जाते हैं। यह साक्षात्कार निम्न प्रकार के हो सकते हैं—

- (क) आधारभूत सूचनात्मक साक्षात्कार—इस प्रकार का साक्षात्कार उन जानकारियों को प्राप्त करने के लिए होता है जो आवेदन-पत्र में उपलब्ध नहीं होती तथा आवेदन-पत्र में जो सूचनाएँ उपलब्ध होती हैं उनके सत्यापन के उद्देश्य से किया जाता है।
- (ख) कार्य एवं जानकारी साक्षात्कार—इस साक्षात्कार का मुख्य उद्देश्य अभ्यर्थी के कार्य ज्ञान, कार्य उत्तरदायित्व, कार्य विधि तथा विशिष्ट कलात्मक क्षेत्रों में कार्य के करने के तरीके की जानकारी प्राप्त करता है।
- (ग) मानसिक दबाव साक्षात्कार—ऐसे साक्षात्कार में जान-बूझकर साक्षात्कार द्वारा आलोचनात्मक टीकाओं द्वारा सतत बाधाएँ साक्षात्कारी के समक्ष उत्पन्न की जाती हैं। इसमें साक्षात्कारक का मुख्य उद्देश्य विपरीत परिस्थितियों में साक्षात्कारी के मानसिक स्तर, दबाव एवं व्यवहार का ज्ञान प्राप्त करना होता है।
- (घ) सामूहिक तर्क साक्षात्कार—ऐसे साक्षात्कार में अभ्यर्थियों को एक विषय प्रदान किया जाता है तथा एक ही कमरे में उस पर उनसे बहस कराई जाती है। इसका मुख्य उद्देश्य अभ्यर्थियों की क्षमताओं एवं कुशलताओं, प्रस्तुतीकरण, विशिष्टीकरण एवं विभिन्न परिस्थितियों की विस्तृत जानकारी का ज्ञान प्राप्त करना होता है।
- (ङ) औपचारिक अथवा संरचनात्मक साक्षात्कार—ऐसे साक्षात्कार में अभ्यर्थियों से साक्षात्कारक द्वारा निश्चित विशिष्ट प्रश्नों को पूछा जाता है। ये प्रश्न सभी अभ्यर्थियों से एक ही क्रम में पूछे जाते हैं।

3. निर्णयन साक्षात्कार (Decision-making Interview)

विशेषज्ञों तथा रेखीय प्रबन्धकों के साक्षात्कार के पश्चात् विभागीय प्रमुख द्वारा अभ्यर्थियों से अनौपचारिक वार्ता की जाती है जिसे निर्णयन साक्षात्कार कहते हैं। निर्णयन साक्षात्कार का मुख्य उद्देश्य अभ्यर्थी की रुचि, कार्य दशाओं की ग्राह्यता, कार्य समायोजन, कार्य बँटवारा होता है। कार्मिक विभाग का प्रबन्धक अभ्यर्थी से वेतन, भत्ता आदि के विषय में वार्ता करता है। अन्त में विभाग प्रमुख तथा कार्मिक प्रबन्धक सभापति के समक्ष अन्तिम निर्णय हेतु अभ्यर्थी से सम्बन्धित सम्पूर्ण जानकारी प्रस्तुत करते हैं।

प्र.7. साक्षात्कार के उद्देश्यों, महत्त्व तथा सीमाओं का वर्णन कीजिए।

उत्तर

साक्षात्कार के उद्देश्य (Objectives of Interview)

1. साक्षात्कार का प्रथम उद्देश्य तथ्यों की मौलिक जानकारी प्राप्त करना है। जानकारी गोपनीय भी रखी जा सकती है अथवा सार्वजनिक भी की जा सकती है।

2. गुणात्मक तथ्यों की जानकारी प्राप्त करने हेतु साक्षात्कार एक महत्वपूर्ण साधन है।
3. साक्षात्कार अवलोकन का एक महत्वपूर्ण माध्यम है जिसमें साक्षात्कारक साक्षात्कारी के क्रिया-कलापों एवं रुचियों की जानकारी प्राप्त कर लेता है।
4. साक्षात्कार का उद्देश्य केवल नवीन तथ्यों की जानकारी ही नहीं वरन् अतीत की घटनाओं का सत्यापन भी होता है।
5. नवीनतम जानकारी प्राप्त करने के लिए साक्षात्कार एक महत्वपूर्ण साधन है।
6. विपणन उद्देश्य के लिए बाजार अनुसन्धान में साक्षात्कार की अहम् भूमिका है।

साक्षात्कार का महत्त्व (Importance of Interview)

गुणात्मक तथ्यों की जानकारी, पाश्चात्य तथ्यों की विश्वसनीयता तथा मौलिक सूचनाएँ प्राप्त करने हेतु साक्षात्कार अत्यन्त आवश्यक है। साक्षात्कार का महत्त्व निम्न प्रकार है—

1. सूचनाओं के संकलन का माध्यम—साक्षात्कार पद्धति सूचनाओं के संकलन का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। इसके माध्यम से सूचनाओं व तथ्यों को प्रत्यक्ष रूप से संकलित किया जाता है।
2. अमूर्त घटनाओं का अध्ययन—इस पद्धति द्वारा अदृश्य व अमूर्त घटनाओं का भी अध्ययन किया जा सकता है। व्यक्तिगत भावनाओं, विचार व धारणाओं का निर्धारण करने में साक्षात्कार पद्धति पूर्ण सहायक सिद्ध हुई है।
3. भूतकालीन घटनाओं का अध्ययन—भूतकालीन घटनाओं के अध्ययन में भी साक्षात्कार पद्धति का योगदान सराहनीय रहा है। साक्षात्कारदाता की आपबीती घटनाओं का अध्ययन करने के लिए साक्षात्कार आवश्यक है।
4. विश्वसनीयता—अन्य पद्धतियों की तुलना में इस पद्धति में विश्वसनीयता अधिक रहती है, क्योंकि साक्षात्कारकर्ता स्वयं व्यक्तिगत रूप से साक्षात्कार के समय उपस्थित रहता है। उत्तरदाता जैसे ही अपने स्तर से अलग हटता है, साक्षात्कारकर्ता स्वयं अपने प्रयास से उत्तरदाता को भटकने नहीं देता और प्रश्न को सही एवं उपयुक्त उत्तर की ओर प्रेरित करता है।
5. लोचपूर्ण—साक्षात्कार पद्धति पूर्णतया लोचपूर्ण है अर्थात् इनमें आवश्यकतानुसार कमी एवं वृद्धि की जा सकती है। प्रश्नों का क्रम भी पृथक्-पृथक् व्यक्ति के लिए पृथक्-पृथक् होता है। कभी-कभी तो उत्तरदाता की रुचि के आधार पर प्रश्नों के क्रम में परिवर्तन किया जा सकता है। यदि किसी प्रश्न के उत्तर पर सन्देह उत्पन्न होता है, तो उसे पुनः सत्यापित किया जा सकता है।
6. विचारों का आदान-प्रदान—इस पद्धति द्वारा साक्षात्कारकर्ता व उत्तरदाता दोनों के विचारों का आपसी आदान-प्रदान होता है, जिससे दोनों के मध्य मधुर सम्बन्ध स्थापित होने लगते हैं तथा दोनों को विषय के सम्बन्ध में पर्याप्त जानकारी प्राप्त हो जाती है। किसी भी प्रकार की शंका होने पर उसका तत्काल समाधान किया जा सकता है।
7. गहन अध्ययन की सम्भावना—पारस्परिक सम्बन्धों के मधुर हो जाने पर साक्षात्कारकर्ता को उत्तरदाता से अनेक ऐसे गोपनीय महत्वपूर्ण तथ्य प्राप्त हो जाते हैं जिनकी साक्षात्कारकर्ता कभी कल्पना भी नहीं करता। इससे अध्ययन के क्षेत्र का विस्तार हो जाता है तथा विस्तार के आधार पर प्रश्नावली व अनुसूची में भी आवश्यक परिवर्तन करना सम्भव होता है।
8. चयन—साक्षात्कार कर्मचारियों एवं अधिकारियों की भर्ती एवं चयन के लिए प्रयोग किया जाता है। योग्य, कुशल, अनुभवी एवं दक्ष कार्मिकों की प्राप्ति के लिए साक्षात्कार महत्वपूर्ण होता है। अधिकांश पदों पर नियुक्ति साक्षात्कार के माध्यम से ही की जाती है।

साक्षात्कार की सीमाएँ (Limitations of Interview)

यद्यपि साक्षात्कार पद्धति के अनेक महत्वपूर्ण लाभ हैं, परन्तु फिर भी यह दोषमुक्त नहीं है। इस पद्धति में निम्न प्रमुख दोष हैं—

1. महँगी पद्धति—अन्य पद्धतियों की तुलना में साक्षात्कार पद्धति महँगी है। तथ्यों का संकलन करने के लिए अधिक धन, शक्ति व समय की आवश्यकता पड़ती है। कभी-कभी तो उत्तरदाता से प्राप्त होने वाले उत्तर अनुपयोगी होते हैं। इससे समय व धन दोनों व्यर्थ में ही नष्ट होते हैं।
2. व्यक्तिगत अभिनति—प्रायः साक्षात्कारकर्ता ऐसे प्रश्नों का निर्माण करता है जिनके उत्तरों से उसके अपने विचार प्रमाणित होते हैं। कभी-कभी तो उत्तरदाता मनगढ़न्त बातों को ही बताने लगता है जिससे सामग्री की विश्वसनीयता कम होने लगती है। व्यक्तिगत साक्षात्कार होने के कारण उत्तरदाता साक्षात्कारकर्ता के विचारों व भावनाओं से अप्रभावित नहीं रहता। इसी कारण वही उत्तर देता है जो साक्षात्कारकर्ता को अच्छा लगे।

3. **अपूर्ण जानकारी**—साक्षात्कारकर्ता भले ही कितना सहयोग दे, परन्तु फिर भी वह अपने व्यक्तिगत जीवन से सम्बन्धित घटनाओं की वास्तविक जानकारी स्पष्ट रूप से प्रदान नहीं करता। इससे जानकारी अधूरी रहती है।
4. **स्मरण शक्ति पर निर्भरता**—साक्षात्कार के समय ही सूचनाओं को लिखा अथवा रिकॉर्ड करने से प्रश्नों व उत्तरों का क्रम टूटने की सम्भावना रहती है। साक्षात्कारकर्ता को सभी बातें मौखिक रूप से याद रखनी पड़ती हैं तथा वापस लौटकर विभिन्न सूचनाओं को विस्तार से लिखना पड़ता है। उसमें कभी-कभी महत्वपूर्ण बातें भी लिखने से छूट जाती हैं।
5. **अन्य सीमाएँ**—उपर्युक्त के अतिरिक्त साक्षात्कार बड़े अध्ययन क्षेत्र के लिए अनुपयुक्त होता है तथा सम्पर्क स्थापित कर साक्षात्कार करने में अनेक कठिनाइयाँ आती हैं। हीन भावना भी साक्षात्कार सम्मोषण में बाधा उत्पन्न करती है।

प्र.8. साक्षात्कारकर्ता एवं साक्षात्कारी के लिए प्रभावी साक्षात्कार के मार्गदर्शक तत्वों का वर्णन कीजिए।

उत्तर

**साक्षात्कारकर्ता के लिए मार्गदर्शक तत्व
(Guidelines for Interviewer)**

साक्षात्कार संचालित करने का दायित्व साक्षात्कारकर्ता का होता है। अतः इन तत्वों को प्रभावी रूप में साक्षात्कार संचालित करने के तत्व भी कहा जाता है। प्रमुख मार्गदर्शक तत्व निम्नलिखित हैं—

1. **कार्यक्रम तैयार करना**—साक्षात्कार के माध्यम से अभ्यर्थी साक्षात्कारकर्ता से सूचनाओं, भावनाओं तथा दृष्टिकोण की जानकारी प्राप्त करनी होती है। अतः साक्षात्कारकर्ता को सम्मोषण से पूर्व बिन्दुवार साक्षात्कार संचालन का कार्यक्रम एवं पूछे जाने वाले प्रश्नों को तैयार कर लेना चाहिए।
2. **सुविधाजनक वातावरण**—साक्षात्कार प्रक्रिया में साक्षात्कारकर्ता को हर सम्भव यह प्रयास करना चाहिए कि साक्षात्कारी/अभ्यर्थी तनावयुक्त, निराशरहित, सुविधाजनक एवं आराम से मैत्रीपूर्ण वातावरण में प्रश्नों का उत्तर दे सके। साक्षात्कार के प्रारम्भ में पारिवारिक पृष्ठभूमि, आदत, रुचि आदि से सम्बन्धित सामान्य प्रश्न पूछे जाने चाहिए ताकि साक्षात्कारी इस दौरान अपने आत्म-विश्वास को अर्जित कर सके। शनैः-शनैः तकनीक आधारित, कार्यकौशल सम्बन्धी, तार्किक एवं जटिल प्रश्नों को पूछना चाहिए।
3. **उचित प्रश्नावली**—सही एवं उचित प्रश्नों को व्यवस्थित क्रम में पूछना भी अनुभव आधारित कौशल है। साक्षात्कार के उद्देश्यानुसार प्रश्नावली का गठन किया जाना चाहिए जिससे साक्षात्कारकर्ता की योग्यता, दक्षता, ज्ञान एवं सूचना की सही झलक प्राप्त हो सके तथा साक्षात्कार किसी तार्किक परिणाम पर पहुँच सके। साक्षात्कार में सामान्यतः पूछे जाने वाले प्रश्नों का गठन निम्न प्रकार है—

क्र०सं०	प्रश्न का रूप	प्रश्न	उद्देश्य
1.	हाँ अथवा नहीं में प्रतिउत्तर वाले प्रश्न (Yes/No Questions)	'क्या आपने विज्ञापन देखा था?'	तथ्यों की सत्यता के लिए प्रभावी
2.	स्वतन्त्र प्रवाह वाले प्रश्न (Open-ended Questions)	'कार्य सन्तोष से आप क्या समझते हैं?'	विचार-विनिमय एवं वार्तालाप के लिए
3.	बन्द प्रश्न (Closed Questions)	'आप कितनी अवधि तक अमुक जगह सेवारत रहे?'	तथ्यों के परीक्षण के लिए
4.	अग्रणी प्रश्न (Leading Questions)	'क्या आप सोचते हैं कि अमुक कार्य एक माह में पूर्ण हो जाएगा?'	साक्षात्कारी को निश्चित दिशा की ओर ले जाने के लिए
5.	भारित प्रश्न (Loaded Questions)	'संस्था की अमुक नीति के सन्दर्भ में आप क्या विचार रखते हैं?'	साक्षात्कारी को उत्प्रेरित करते हैं।
6.	त्वरित प्रश्न (Prompt Questions)	'तब आप क्या करेंगे?'	साक्षात्कारी का स्पष्टीकरण तथा उचित टिप्पणी प्राप्त करना।
7.	प्रतिबिम्बित प्रश्न (Mirror Questions)	'अतः आप निराश हो गए!'	साक्षात्कारी की प्रतिक्रिया जानना।
8.	मान्यताओं सम्बन्धी प्रश्न (Assumptions related Questions)	'यदि आप इस स्थिति में होते तो क्या करते?'	साक्षात्कारी से परिस्थिति सापेक्ष निश्चित मत की जानकारी के लिए

9.	उकसाने वाले प्रश्न (Probing Questions)	'आपका दायित्व क्या है?'	सामान्य से विशिष्ट की ओर ले जाना।
10.	समापन प्रश्न (Summing up Questions)	'आप अपने सन्दर्भ में अन्य कोई विशिष्टता बताना चाहते हैं?'	समापन करते हुए साक्षात्कारी को आत्मावलोकन का अवसर देना।

उपरोक्त प्रश्न-उत्तर में साक्षात्कारकर्ता को साक्षात्कारी की भावभंगिमा, मुद्रा, दैहिक भाषा का भी निरीक्षण करते रहना चाहिए।

- कार्यक्रम का पालन**—साक्षात्कार सम्प्रेषण से पूर्व बनाए गए कार्यक्रम का साक्षात्कारकर्ता को स्वयं अक्षरशः पालन करना चाहिए। साक्षात्कार के मध्य केवल प्रश्न-उत्तर के द्वारा अधिकतम जानकारी ही प्राप्त करना पर्याप्त नहीं है बल्कि अल्पकालिक खामोशी (Brief Period of Silence) की भी अपनी सांकेतिक अभिव्यक्ति होती है। अतः इसका भी साक्षात्कारकर्ता को सार्थक प्रयास करना चाहिए।
- एकाग्रचित्त सुनना**—साक्षात्कारकर्ता को साक्षात्कारी के विचार ध्यानपूर्वक सुनना चाहिए तथा साक्षात्कारी को यह अनुभव भी कराना चाहिए कि उसकी बातें बड़ी एकाग्रता से सुनी जा रही हैं। इससे साक्षात्कारी सन्तोष महसूस करेगा तथा अधिक बोलने के लिए तत्पर रहेगा। इसके साथ-साथ साक्षात्कारी के विचारों एवं भावनाओं को यथोचित सम्मान भी प्रदान करना चाहिए।
- सम्पूर्ण ध्यान**—साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कारकर्ता को अपना पूर्ण ध्यान साक्षात्कारी पर देना चाहिए। प्रसंगानुसार मुस्कराना, दृष्टि सम्बन्ध, पलक झपकाना, सिर हिलाना एवं मुखाभिव्यक्ति का भी सम्प्रेषण करना चाहिए।
- सूचनाओं का रिकॉर्ड रखना**—साक्षात्कारकर्ता को साक्षात्कार के दौरान अभ्यर्थी से प्राप्त महत्वपूर्ण एवं आवश्यक सूचनाओं की सूक्ष्म टिप्पणियाँ (Notes) भी नोट करते रहना चाहिए ताकि साक्षात्कार उपरान्त सारांश तैयार करने (व्यक्त करने) में सुविधा रहे।
- समय आवण्टन का दृढ़ता से पालन**—साक्षात्कार के लिए पूर्व में आवण्टित समय का साक्षात्कारकर्ता को दृढ़तापूर्वक पालन करना चाहिए। साक्षात्कार अवधि तथा परिस्थितियों पर अपना आधिपत्य बनाए रखना चाहिए।

साक्षात्कारी के लिए मार्गदर्शक तत्व (Guidelines for Interviewee)

साक्षात्कारी के लिए साक्षात्कार अति महत्वपूर्ण सम्प्रेषण क्रिया है जिसमें साक्षात्कारी की स्वयं की प्रस्तुति उसको व्यक्तिगत, कैरियर अथवा सामाजिक रूप से प्रभावित कर सकती है। साक्षात्कार देना एक कला एवं दक्षता है। सार्थक साक्षात्कार साक्षात्कारी को अर्जित योग्यता, संचित कौशल, सकारात्मक विचारों एवं प्रभावी सम्प्रेषण पर निर्भर करता है। साक्षात्कार मात्र ज्ञान एवं सूचनाओं की परीक्षा नहीं है बल्कि व्यक्ति के व्यक्तित्व के परीक्षण की भी प्रक्रिया है। साक्षात्कारी की भाषा, अभिव्यक्ति का ढंग, बौद्धिक स्तर, निर्णयन क्षमता, दृष्टिकोण एवं विचारों की झलक साक्षात्कार द्वारा सम्प्रेषित होती है। संक्षेप में, साक्षात्कारी के लिए प्रमुख मार्गदर्शक तत्व निम्नलिखित हैं—

- साक्षात्कार के लिए तैयार होना**—साक्षात्कारी को साक्षात्कार से पूर्व स्वयं को मानसिक एवं भौतिक रूप से पूर्ण तैयार होना चाहिए। यदि सेवायोजन के लिए साक्षात्कार है तो नवीन संगठन की प्रकृति, पद-अर्हता एवं वर्तमान गतिविधियों से आवश्यक जानकारी एकत्र कर लेनी चाहिए। पूर्व अर्जित ज्ञान, कौशल एवं अनुभवों पर भी एकाग्रचित्त होकर स्मरण करना चाहिए जिससे साक्षात्कारी में आत्म-विश्वास पैदा होता है।
- प्रस्तुति योग्य प्रकटन**—साक्षात्कारी को अपना प्रकटन घबराहट रहित एवं सामान्य रखना चाहिए। चूँकि साक्षात्कार औपचारिक सम्प्रेषण क्रिया है; अतः साक्षात्कारी को औपचारिक ड्रेस एवं केश-सज्जा को अन्तिम रूप से ध्यान रखना चाहिए। प्रभावी प्रकटन से व्यक्तित्व में निखार आता है। प्रस्तुति योग्य प्रकटन का भी अपना विशेष सम्प्रेषण होता है।
- दैहिक भाषा का प्रभावी प्रयोग**—साक्षात्कार आमने-सामने की सम्प्रेषण प्रक्रिया है। इसमें दैहिक भाषा की विशेष उपयोगिता होती है। सही बैठने का ढंग, विश्वासपूर्ण मुद्रा, गम्भीर भंगिमा, सौम्य मुखाभिव्यक्ति, मधुर दृष्टि साक्षात्कारी के व्यक्तित्व को प्रभावी बनाती है। साक्षात्कार के समय सन्तुलित सीधे दोनों हाथ स्वयं की कुर्सी के बॉर्डर पर रखकर सुविधाजनक ढंग से बैठना चाहिए। साक्षात्कार सम्प्रेषण करते समय शाब्दिक भाषा के साथ-साथ यथोचित रूप में आवश्यकतानुसार दैहिक भाषा का मिश्रण करना चाहिए जिससे साक्षात्कारकर्ता को व्यक्तित्व आकलन में कठिनाई न हो।

4. प्रश्नों को ध्यानपूर्वक सुनना—साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कारी से पूछे गए प्रश्नों को साक्षात्कारी को धैर्यपूर्वक सजग ढंग से सुनना चाहिए। यदि प्रश्नों को ध्यान से नहीं सुना जाता तो साक्षात्कारी को उनके उत्तर देने में समस्या होगी।
5. सही, पूर्ण एवं उचित उत्तर—साक्षात्कारी द्वारा बोधगम्य (Intelligible) भाषा में प्रश्नों का सही एवं पूर्ण सन्दर्भित उचित उत्तर देना चाहिए। कभी-कभी साक्षात्कारकारी द्वारा जान-बूझकर उत्तेजित करने वाले प्रश्न पूछे जाते हैं किन्तु साक्षात्कारी को सहनशीलता का परिचय देकर शालीनता से सम्बन्धित प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए।
7. सही बोलना—साक्षात्कारी को न तो तीव्र अथवा ऊँचे स्वरों में बोलना चाहिए और न ही हड़बड़ाहट अथवा धीमे स्वर में बोलना चाहिए। साक्षात्कार के दौरान आत्म-प्रवंचनात्मक (boastful), आलोचनात्मक (criticism) एवं नकारात्मक (negative) तथ्यों की प्रस्तुति एवं सम्मोषण से बचना चाहिए। जहाँ तक सम्भव हो, सत्य एवं मधुर बोलना चाहिए।
8. स्पष्टीकरण माँगना—यदि साक्षात्कारी का कोई सामयिक सन्दर्भित अथवा वांछित प्रश्न है तो साक्षात्कार के समापन से पूर्व विनम्रतापूर्वक बिना संकोच किए स्पष्टीकरण प्राप्त कर लेना चाहिए।

प्र.9. नौकरी के लिए आवेदन-पत्र का अर्थ, महत्त्व एवं विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

उत्तर

आवेदन-पत्र का अर्थ व महत्त्व

(Meaning and Importance of Application)

अर्थ—‘आवेदन-पत्र’ से आशय उस पत्र से है जिसके माध्यम से आवेदक किसी कार्यालय, कारखाना, कम्पनी, बैंक या बीमा कम्पनी, स्कूल या विद्यालय अथवा किसी अन्य संस्था में काम या सेवा प्राप्त करना चाहता है। ‘आवेदन-पत्र’ एक दृष्टि से विक्रय पत्र होता है, क्योंकि जिस प्रकार विक्रेता विक्रय-पत्र के माध्यम से अपना माल बेचना चाहता है, उसी प्रकार ‘आवेदन या प्रार्थना-पत्र’ के माध्यम से आवेदक अपनी सेवाओं का विक्रय करना चाहता है। इस पत्र के द्वारा आवेदक या प्रार्थनाकर्ता अपने गुण, कला, सेवाएँ, क्षमता, व्यक्तित्व को बेचने का प्रयास करता है।

महत्त्व—प्रत्येक विद्यार्थी शिक्षा प्राप्त करने के बाद किसी-न-किसी संस्था में सेवा करना चाहता है, जिसके प्रतिफलस्वरूप प्राप्त धन से वह अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति कर सके। प्रार्थना-पत्र के द्वारा उसकी यह आवश्यकता सन्तुष्ट हो जाती है। किन्तु यहाँ यह ध्यान रखना चाहिए कि केवल प्रार्थना-पत्र भेजने से ही नौकरी नहीं मिल जाती। कभी-कभी तो सेवायोजक प्रार्थना-पत्र को देखते ही उसे रद्दी की टोकरी में डाल देते हैं अथवा उसे फाइल करवा देते हैं। अतः आवश्यकता इस बात की है कि आवेदन-पत्र को ‘आकर्षक व प्रभावी’ बनाया जाय। आवेदन-पत्र में इतनी चुम्बकीय शक्ति होनी चाहिए कि पढ़ने वाला उसे देखकर लिखित सामग्री को पढ़ने के लिए लालायित हो उठे एवं पढ़ने के बाद आवेदनकर्ता की सेवाओं को स्वीकार करने के लिए भी इच्छुक हो उठे।

प्रार्थना-पत्र की विशेषताएँ

(Characteristics of Application)

प्रार्थना-पत्र को आकर्षक एवं विश्वास-प्रेरक बनाने के लिए निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना चाहिए—

1. **स्पष्ट भाषा—**पत्र की भाषा प्रारम्भ से अन्त तक प्रभावशाली व आकर्षक होनी चाहिए। आवेदन में जिन बातों का उल्लेख हो, वे सत्य, स्पष्ट तथा संक्षिप्त हों।
2. **भावी सेवायोजक का नाम और पता—**आवेदन-पत्र के प्रारम्भ में अपने भावी सेवायोजकों का नाम व पता नीचे लिखे अनुसार देना चाहिए—

(i)(नाम)

.....(पता)

(ii) सर्वश्री विद्या यूनीवर्सिटी प्रैस

पोस्ट बॉक्स नं. 55

नई दिल्ली

(iii) विज्ञापनदाता,

बॉक्स संख्या

अमर उजाला

मेरठ।

यह नाम व पता आवेदन-पत्र की बायीं ओर दिया जाता है।

3. **अभिवादन**—यदि नौकरी साधारण हो, तो 'महाशय' (Sir) से प्रारम्भ करना चाहिए, किन्तु यदि नौकरी बड़ी हो, तो 'प्रिय महाशय' या 'प्रिय महोदय' से प्रारम्भ करना चाहिए।
4. **पत्र का मुख्य भाग**—इस भाग में नीचे दिये हुए क्रम में निम्न बातों का उल्लेख करना चाहिए—
(i) विज्ञापन का उल्लेख जिसके सन्दर्भ में प्रार्थना-पत्र भेजा जा रहा है, (ii) योग्यताएँ, (iii) अनुभव, (iv) आयु व स्वास्थ्य की दशा, (v) सन्दर्भ, (vi) न्यूनतम स्वीकार योग्य वेतन, तथा (vii) प्रत्यक्ष वार्ता व साक्षात्कार (Interview) के लिए प्रार्थना।
5. **अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य**—छोटी नौकरी की दशा में अन्त में 'आपका सेवक' लिखना चाहिए। कुछ लोग 'आपका आज्ञाकारी' का प्रयोग करते हैं, किन्तु आजकल यह अप्रचलित है। बड़ी नौकरी की दशा में 'आपका शुभचिन्तक' या 'भवदीय' का प्रयोग करना चाहिए। यह आजकल बहुत लोकप्रिय है।
6. **संलग्न**—यदि प्रार्थना-पत्र के साथ सर्टीफिकेट व टेस्टिमोनियल भी भेजे जा रहे हैं तो उनकी संख्या इस शीर्षक के अन्तर्गत बायीं ओर लिख देनी चाहिए।
7. **तिथि**—बायीं ओर तिथि भी डाल देनी चाहिए, जिससे कि सेवायोजक को यह ध्यान रहे कि आपने प्रार्थना-पत्र कब भेजा है एवं नियत तिथि के पूर्व ही भेजा गया है।
8. **आवेदक का नाम व पता**—अन्तिम प्रशंसात्मक वाक्य लिखने के बाद आवेदक को अपने हस्ताक्षर करने चाहिए। यदि हस्ताक्षर स्पष्ट नहीं हैं, तो कोष्ठक में स्पष्ट रूप से नाम का उल्लेख होना चाहिए एवं साथ ही पूरा पता भी दिया जाना चाहिए, जिस पर कि आप पत्र-व्यवहार करना चाहते हैं।
9. **अन्य आवश्यक बातें**—उपर्युक्त बातों के अतिरिक्त कुछ अन्य आवश्यक बातें निम्न प्रकार हैं—
(i) विज्ञापन में आयु, योग्यता, वेतन, अनुभव आदि से सम्बन्धित समस्त प्रश्नों का उत्तर सही-सही व पूर्णरूपेण देना चाहिए।
(ii) यदि आवेदक इससे पूर्व कहीं अन्यत्र कार्य करता था। उसे वहाँ काम छोड़ने तथा यहाँ आवेदन करने का कारण भी देना चाहिए।
(iii) यदि पत्र में अनेक बातें लिखनी हों तो उन्हें विभिन्न पैराग्राफों में लिखना चाहिए।
(iv) प्रार्थना-पत्र अच्छे व आकर्षक कागज (सफेद) पर टाइप करके भेजना चाहिए। हाँ, यदि विज्ञापन में ही हस्तलिखित माँगा है, तो आवेदन-पत्र हाथ से साफ-साफ लिखना चाहिए। लेख सुन्दर होना चाहिए।
(v) यदि आवेदक ने पहले कहीं काम किया है, तो उसे उस नियुक्तकर्ता का प्रमाण-पत्र तथा अन्य प्रमाण-पत्रों को पत्र के साथ नत्थी कर देना चाहिए।
(vi) सन्दर्भ में ऐसे दो-तीन लोगों के नाम देने चाहिए जो आपकी योग्यता, अनुभव, कार्यक्षमता, चरित्र व उपयुक्तता के विषय में गोपनीय ढंग से सूचित कर सकें। अच्छा हो, यदि उन्हें भी इस दिशा में सचेत कर दिया जाए।

प्र.10. निम्नलिखित विज्ञापन के उत्तर में एक आवेदन-पत्र लिखिए—

आवश्यकता है सन्त कवि बाबा बैजनाथ पी०जी० कॉलेज बाराबंकी में ₹ 8000 – 250 – 10000 के ग्रेड में एक कॉमर्स के, प्राध्यापक की; महँगाई-भत्ता अलग। प्रार्थी का एम०कॉम० प्रथम श्रेणी में होना अनिवार्य है। पी-एच०डी० को वरीयता दी जाएगी। प्रार्थना-पत्र विज्ञापन की तिथि से एक माह के भीतर प्राप्त हो जाना चाहिए।

उत्तर

**प्राध्यापक के पद के लिए आवेदन
(Application for the Post of Professor)**

प्रतिष्ठा में

प्राचार्य महोदय,

सन्त कवि बाबा बैजनाथ पी०जी० कॉलेज

बाराबंकी (उत्तर प्रदेश)

श्रीमान

10 मई.....के नवभारत टाइम्स में आपकी विज्ञप्ति के सन्दर्भ में वाणिज्य-व्याख्याता पद हेतु निम्न विवरण आपके अवलोकन तथा अनुकूल विचारार्थ सादर प्रस्तावित है—

1. नाम : 2. जन्म तिथि :
3. आयु: 4. राष्ट्रीयता :
5. पता : (i) स्थायी पता :
-
-
- (ii) पत्राचार का पता :
-
-

6. शैक्षणिक योग्यताएँ :

निम्न तालिका इसका स्पष्ट चित्र प्रस्तुत करती है—

क्र०सं०	परीक्षा	वर्ष	बोर्ड/विश्वविद्यालय	श्रेणी एवं प्राप्तांक	विशेष
1.	हाईस्कूल	1988	यू०पी० बोर्ड	प्रथम 74%	वाणिज्य व गणित में विशेष योग्यता
2.	इण्टर कॉम०	1990	यू०पी० बोर्ड	प्रथम 76%	स्टेनो-टाइपिंग तथा लेखाकर्म में विशेष योग्यता
3.	बी०कॉम०	1993	चौ० चरण सिंह वि०वि०	प्रथम 72%	वि०वि० की प्रवीण सूची में पाँचवाँ स्थान
4.	एम०कॉम०	1995	चौ० चरण सिंह वि०वि०	प्रथम 68%	वि०वि० में प्रथम स्थान
5.	एम०ए० (अर्थशास्त्र)	1997	चौ० चरण सिंह वि०वि०	प्रथम 62%	
6.	पी-एच० डी०	200	चौ० चरण सिंह वि०वि०		

प्रार्थी ने 1997 में एम०ए० पास करने के उपरान्त 'लागत व्यय कम करने के उपाय' शीर्षक विषय पर पी-एच०डी० हेतु पंजीयन कराया था तथा डॉ० एन०सी० शर्मा के मार्गदर्शन में सन् 2000 में Ph. D. की उपाधि प्राप्त की। सन् 2000 से ही मैं डी०ए०वी० कॉलेज कानपुर में वाणिज्य-व्याख्याता के पद पर कार्यरत हूँ।

उस तीन वर्ष की अवधि में प्रार्थी ने अध्यापन के अतिरिक्त महाविद्यालय के प्रांगण में प्रतिपादित होने वाले अनेक क्रिया-कलापों में सक्रिय भाग लिया है। गत 2 वर्षों से प्रार्थी वाणिज्य परिषद का परामर्शदाता भी है तथा महाविद्यालय की पत्रिका का सम्पादन भी कर रहा है। वाणिज्य विभाग की समय-सारणी बनाने, परीक्षाएँ संचालित करने एवं शैक्षणिक उत्सवों में प्रार्थी संस्था के प्राचार्य व अन्य अधिकारियों को सदैव सक्रिय सहयोग प्रदान करता रहा है।

विशेष—दस वर्षों के अनुभव के बाद प्रार्थी श्रीमान् से निर्धारित वेतन-क्रम में केवल तीन अतिरिक्त अग्रिम (Three advance increments) की माँग करता है। दूसरे, चूँकि प्रार्थी वर्तमान में स्थायी व्याख्याता है, अतः नियुक्ति से कम-से-कम एक माह की अवधि कालिज में आने के लिए चाहिए।

सम्बन्धित प्रमाण-पत्रों की सत्यापित प्रतियाँ सुलभ सन्दर्भ हेतु संलग्न हैं। मूल प्रतियाँ साक्षात्कार के समय प्रस्तुत की जा सकती हैं। विश्वास है कि श्रीमान् इस आवेदन-पत्र को अनुकूल विचार देकर प्रार्थी को कृतार्थ करेंगे।

सधन्यवाद,

भवदीय

दिनांक :

.....

संलग्नक : 8.

.....

()

प्र.11. स्टेनो के पद पर नियुक्ति हेतु एक आवेदन-पत्र लिखिए।

उत्तर

**स्टेनो के पद हेतु आवेदन
(Application for the Post of Steno)**

प्रिय महोदय,

सविनय निवेदन यह है कि आपके 'दैनिक जागरण' दिनांक..... में प्रकाशित विज्ञापन से ज्ञात हुआ है कि आपके कार्यालय में आशुलिपिक का पद रिक्त है। अतः मैं उसी पद पर नियुक्त होकर अपनी सेवाएँ प्रस्तुत करने के लिए यह आवेदन-पत्र आपकी सेवा में प्रस्तुत कर रहा हूँ। मेरी योग्यताओं आदि के विवरण निम्न प्रकार हैं—

1. नाम : सतीश चन्द्र वर्मा
2. पिता का नाम : श्री सी०के० वर्मा
3. वर्तमान पता : डी०एल०एफ० कॉलोनी, कानपुर
4. स्थायी पता : उपर्युक्त
5. जन्म तिथि : 6-9-1986
6. आयु : 26 वर्ष
7. शैक्षिक योग्यताएँ :

क्र०सं०	परीक्षा	संस्था	वर्ष श्रेणी एवं प्राप्तांक	विशेष
1.	हाईस्कूल	सिटी कॉलेज	2000 प्रथम	गणित में विशेष योग्यता प्राप्त की
2.	इण्टर कॉम०	सिटी कॉलेज	2002 प्रथम	स्टेनो में विशेष योग्यता प्राप्त की
3.	बी०कॉम०	सिटी कॉलेज	2005 प्रथम	एकाउण्ट्स में विशेष योग्यता
4.	एम०कॉम०	सिटी कॉलेज	2007 प्रथम	विशेष योग्यता सहित
5.	विभागीय परीक्षा (स्टेनो)	सिटी कॉलेज	2009 प्रथम	विशेष योग्यता सहित

8. अनुभव :

- (1) सिटी कॉलेज, कानपुर में प्रधानाचार्य के वैयक्तिक आशुलिपिक के पद पर कार्य दिनांक 1.7.2009 से दिनांक 30.7.2011 तक किया।
- (2) हिन्दुस्तान मोटर लिमिटेड में 1.7.2011 से आज तक अपर डिवीजन क्लर्क के पद पर कार्य कर रहा हूँ तथा ₹ 15,000 प्रतिमाह वेतन ले रहा हूँ।

9. स्वास्थ्य : पूर्णतः स्वस्थ हूँ।

10. सन्दर्भ :

- (1) श्री रामचन्द्र राय, प्रधानाचार्य, सिटी कॉलेज, कानपुर।
- (2) श्री पी०के० बिरला, हिन्दुस्तान मोटर लिमिटेड, कानपुर।

11. न्यूनतम वेतन : मैं प्रतिमाह ₹15,500 पर कार्य करने को तैयार हूँ तथा वार्षिक वृद्धि कम-से-कम ₹ 500 होनी चाहिए।

12. अन्य विवरण :

- (1) फुटबॉल व क्रिकेट में विशेष रुचि है।
- (2) वाद-विवाद प्रतियोगिताओं में सदैव सफल रहा तथा इनाम पाया।
- (3) आशुलिपि प्रतियोगिता में वर्ष 2010 में प्रथम स्थान प्राप्त किया।

मैं कानपुर में आपके आदेशानुसार किसी भी तिथि को जो आपको सुविधाजनक हो, उपस्थित हो सकता हूँ। मुझे आशा है कि आप मुझे उक्त पद पर अपनी सेवाएँ अर्पित करने का अवसर अवश्य ही प्रदान करके अनुग्रहीत करेंगे।

संलग्न : 1. हाई स्कूल प्रमाणपत्र की नकल,

2. प्रधानाचार्य, सिटी कालेज के प्रमाण-पत्र की नकल,

3. वर्तमान नियोक्ता के प्रशंसा-पत्र की नकल

भवदीय
सतीश चन्द्र वर्मा



UNIT-III

व्यावसायिक भाषा एवं लेखन कौशल Business Language and Writing Skills

खण्ड-अ अतिलघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. व्यावसायिक भाषा के दो महत्त्व लिखिए।

उत्तर 1. मजबूत रिश्ते। 2. विदेशी ग्राहकों के साथ बातचीत करना।

प्र.2. व्यावसायिक जगत में सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण के प्रमुख अवसर बताइए।

उत्तर व्यावसायिक जगत में अनेक ऐसे अवसर आते हैं जिनमें सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण किया जाता है। प्रमुख अवसर निम्नलिखित हैं—

1. नवीन उत्पाद अथवा सेवा के प्रारम्भ करने पर
2. प्रशिक्षण कार्य शुरू करने पर
3. नवीन व्यावसायिक रूपरेखा की व्याख्या
4. विपणन अथवा विक्रय लक्षणों के प्रस्ताव
5. विचारगोष्ठी, सेमिनार अथवा कॉन्फ्रेंस
6. व्यवसाय क्रियाओं के परिवर्तन की जानकारी।

प्र.3. पत्र-लेखन संशोधन के दो नियम लिखिए।

उत्तर 1. संशोधन के समय, प्रपत्र को एक ही बार में पूर्ण रूप से पढ़ डालिए। यदि आपने विषय-वस्तु को अन्य दस्तावेजों से लिया है तथा ड्राफ्ट को कई बैठकों में लिखा है। यह आपको कुछ अतिरिक्त शब्द जोड़ने तथा पुनरावृत्ति भाग काटने में मदद करता है जिससे दस्तावेज सुव्यवस्थित बनता है तथा इसमें एकरूपता आती है।

2. पत्र का आरम्भ रोचक, प्रासंगिक तथा पढ़ने वाले की सम्भावित प्रतिक्रिया से जुड़ा होता है; अतः इस बात को ध्यानपूर्वक देखें कि क्या आरम्भ का पैराग्राफ विषय, उद्देश्य तथा सुव्यवस्था को सही ढंग से स्थापित करता है। सन्देश के अन्तिम भाग को पढ़ने में अधिक समय लगाएँ तथा देखें कि इसमें मुख्य विचार को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किया गया है या नहीं। यह भाग श्रोताओं पर अत्यधिक प्रभाव डालता है।

प्र.4. सरकारी पत्र से क्या तात्पर्य है?

उत्तर 'सरकारी या शासकीय पत्र' से हमारा तात्पर्य उन पत्रों से है जो (i) विविध सरकारी अधिकारियों के मध्य अथवा (ii) एक सरकारी अधिकारी द्वारा सरकारी काम के सम्बन्ध में किसी व्यक्ति, फर्म या अन्य व्यावसायिक संस्था को लिखे जाते हैं।

प्र.5. सरकारी तथा व्यापारिक पत्र में अन्तर प्रस्तुत कीजिए।

उत्तर सरकारी तथा व्यापारिक पत्र में अन्तर निम्नलिखित हैं—

1. सरकारी पत्रों में दिनांक क्रमांक के उल्लेख के साथ-साथ पत्र-लेखक को आलेखन के विशिष्ट नियमों की परिधि में ही बँध कर पत्र लिखना पड़ता है।
2. व्यापारिक पत्रों में दिनांक व क्रमांक दोनों का उल्लेख होता है तथा आलेखन के सम्बन्ध में भी कुछ औपचारिकता का पालन करना जरूरी होता है।

प्र.6. सरकारी पत्रों के प्रारूप को कितने भागों में विभक्त किया जाता है?

उत्तर अध्ययन की सुविधा की दृष्टि से समस्त सरकारी पत्रों को दो भागों में विभक्त किया गया है। प्रथम भाग में उन सरकारी पत्रों को समावेश किया जाता है जो सामान्य सूचना से सम्बन्धित होते हैं और द्वितीय भाग में साधारणतः व्यक्तियों को लिखे जाने वाले पत्र आते हैं।

प्र.7. अर्द्ध-सरकारी पत्र से आपका क्या आशय है?

उत्तर एक अधिकारी किसी दूसरे अधिकारी को कार्यालय सम्बन्धी जानकारी के लिए पत्र लिखता है। ऐसा-पत्र अर्द्ध-सरकारी पत्र कहलाता है।

प्र.8. ज्ञापन का क्या अर्थ है? समझाइए।

उत्तर सामान्य ज्ञापन (General Memo) का प्रयोग उस समय किया जाता है, जबकि विषय-सामग्री विशेष महत्वपूर्ण नहीं होती अथवा जब प्रेषित कोई अधिकारी या प्राइवेट व्यक्ति होता है। कार्यालय ज्ञापन (Office Memo) का उपयोग भारत सरकार के दो मन्त्रालयों के बीच पत्र-व्यवहार के लिए होता है। अर्थात् जब भारत सरकार के किसी भी एक मन्त्रालय को किसी अन्य मन्त्रालय के प्रति कोई ज्ञापन भेजना हो, तो वह कार्यालय ज्ञापन कहलाएगा।

प्र.9. ज्ञापन के प्रकारों को बताइए।

उत्तर ज्ञापन के निम्नलिखित प्रकार हैं—

1. भारत सरकार के विभिन्न मन्त्रालयों के मध्य होने वाले पत्र-व्यवहार के सम्बन्ध में।
2. पत्रों की प्राप्ति स्वीकार करने के लिए।
3. प्रार्थना-पत्रों, नियुक्ति के लिए दिए गए आवेदनों इत्यादि का उत्तर देने के लिए, तथा
4. अधीनस्थ अधिकारियों को वह सूचना भेजने के लिए जो पूर्णतः सरकारी आदेश नहीं कही जा सकती।

प्र.10. ज्ञापन को लिखने के लिए किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

उत्तर ज्ञापन के लिखने में निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिए—

1. कार्यालय ज्ञापन (Office Memo) में वाक्यों की रचना अन्य पुरुष (Third Person) में की जाती है।
2. इनमें न तो कोई सम्बोधन होता है और न पत्र के अन्त में कोई स्वनिर्देश (Complimentary Clause) ही होता है।
3. अन्त में दायीं ओर प्रेषक हस्ताक्षर तथा उसके पत्र का उल्लेख किया जाता है।
4. ज्ञापन में अधिकतर एक ही पैराग्राफ होता है।
5. यह अधिकतर जूनियर अधिकारी अथवा प्रधान-लिपिक द्वारा हस्ताक्षरित किये जाते हैं।
6. जिस प्रकार मन्त्रालय का नाम नीचे पृष्ठ के दायीं ओर लिख देना चाहिए, उसी प्रकार अन्य ज्ञापनों में पाने वाले का नाम, पद व पता बायें कोने में दिया जाता है।

प्र.11. प्रेस विज्ञापित से आप क्या समझते हैं?

उत्तर एक प्रेस विज्ञापित सार्वजनिक रूप से पेशेवर द्वारा लिखी गई एक छोटी, आकर्षक समाचार कहानी है और मीडिया के लक्षित सदस्यों को भेजी जाती है। एक विज्ञापित का लक्ष्य पत्रकार या प्रकाशन के हित को आकर्षित करना है। प्रेस विज्ञापित में सभी आवश्यक जानकारी शामिल होनी चाहिए (कौन? क्या? कहां? कब? कैसे? और सबसे महत्वपूर्ण क्यों?) ताकि पत्रकार अपनी कहानी प्रस्तुत कर सके। संक्षेप में, “मुद्रित बयान, जो पत्रकारिता शैली में एक समाचार कहानी के तथ्यों की रूपरेखा देते हैं।”

प्र.12. 5 डब्बू को स्पष्ट रूप से बताइए।

उत्तर पाठकों को कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे शब्दों के उपयोग के द्वारा प्रारम्भिक जानकारी मिलनी चाहिए।

खण्ड-ब लघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. एक अच्छे सरकारी पत्र के गुणों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर सरकारी पत्र ‘शासन के एम्बेसडर या राजदूत’ समान होते हैं, अतः एक श्रेष्ठ राजदूत की भांति उनमें सभी आवश्यक गुण होने चाहिए। एक आदर्श या श्रेष्ठ सरकारी पत्र के प्रमुख गुण निम्नलिखित हैं—

1. **स्पष्टता एवं शुद्धता**—सरकारी पत्र का सबसे प्रमुख लक्षण यही है कि उसकी विषय-सामग्री स्पष्ट व शुद्ध होनी चाहिए। इसमें केवल तथ्यों का सीधा व स्पष्ट उल्लेख, अपने मन्तव्य का स्पष्ट कथन तथा उसकी पक्ष-विपक्ष में आवश्यकतानुसार युक्तियाँ प्रस्तुत की जानी चाहिए।
2. **संक्षिप्तता**—सरकारी पत्र संक्षिप्त रूप में लिखे जाने चाहिए। जहाँ तक सम्भव हो सके, आवश्यक शब्दों व व्यर्थ के तथ्यों के लिए स्थान नहीं देना चाहिए, इस बात का सदैव ध्यान रखना चाहिए कि कोई आवश्यक तथ्य छूट न जाए।

3. **भाषा एवं शैली**—सरकारी पत्रों की भाषा सरल किन्तु परिमार्जित होनी चाहिए। लम्बे वाक्यों का प्रयोग नहीं करना चाहिए, क्योंकि उनसे उलझन पैदा हो सकती है। शब्दों तथा वाक्यों का अर्थ इतना नियत व स्पष्ट होना चाहिए कि उनसे उस एक अर्थ के अतिरिक्त दूसरा अर्थ न निकल सके।
4. **पूर्णाता**—पूर्णाता से हमारा आशय यह है कि पत्र में सभी आवश्यक तथ्य व आँकड़े होने चाहिए, जिससे कि अनावश्यक पत्र-व्यवहार न बढ़े तथा कुशलता व शीघ्रता से कार्य सम्पादित किया जा सके।
5. **क्रमबद्धता**—सरकारी पत्र के सभी पैराग्राफ क्रमबद्ध होने चाहिए। एक पत्र में, जहाँ तक सम्भव हो सके, एक ही विषय की चर्चा होनी चाहिए।
6. **नम्रता**—व्यावसायिक पत्रों की भाँति सरकारी पत्रों में भी नम्रता का पुट होना आवश्यक है। भले ही पत्र एक उच्च अधिकारी द्वारा अपने नीचे काम करने वाले कर्मचारी के लिए लिखा गया हो, परन्तु फिर भी वह नम्रता रहित नहीं होना चाहिए। प्रत्येक व्यक्ति का यथोचित मान रखना चाहिए।
7. **नियत प्रारूप**—सरकारी पत्रों का प्रारूप नियत होता है, अतः उनमें परिवर्तन करने का प्रयास नहीं करना चाहिए।
8. **उद्धरण**—यदि किसी नियत या उच्चतर अधिकारी के आदेश को उद्धृत करना आवश्यक हो, तो यथासम्भव उस नियम या आदेश के मूल शब्दों को ही उद्धृत करना चाहिए।
9. **पढ़ने की सुगमता**—एक श्रेष्ठ सरकारी पत्र की विशेषता यह भी है कि वह साफ-सुथरा व पढ़ने में सुगम होना चाहिए।
10. **शिष्टाचारयुक्त**—जिस प्रकार विनम्रता व शिष्टाचार एक सम्भ्रान्त व्यक्ति का आभूषण होता है। उसी प्रकार एक श्रेष्ठ सरकारी पत्र में भी शिष्टाचार के नियमों का पालन करना आवश्यक है। उदाहरण के लिए, एक सर्वोच्च अधिकारी अपने अधीनस्थ अधिकारी को भी 'महोदय' शब्द से सम्बोधित करता है। यदि पत्र में कभी कटु टीका भी करनी हो, तो उसे मधुर शब्दों के आवरण में लपेट कर प्रस्तुत करना चाहिए।
11. **आकर्षक**—यद्यपि सरकारी पत्रों के आलेखन में उन्हें अधिक आकर्षक बनाने का लक्ष्य नहीं होता, किन्तु फिर भी कुशलता से लिखित या टंकित, सुन्दरता से मुड़ा हुआ तथा यथाविधि लिफाफे में रखा हुआ पत्र अच्छा लगता है।

प्र.2. पत्र-व्यवहार में प्रयुक्त होने वाले प्रमुख वाक्यांशों को समझाइए।

उत्तर व्यापारिक पत्र का आरम्भ प्रेषक की इच्छानुसार किया जा सकता है, परन्तु सरकारी पत्र की दशा में स्वेच्छा के प्रयोग की अधिक गुंजाइश नहीं होती, क्योंकि सरकारी पत्र अधिकांशतः एक नियत ढंग से प्रारम्भ किया जाता है। सरकारी पत्र के प्रारम्भ में प्रयोग होने वाले प्रमुख वाक्य निम्न प्रकार हैं—

1. मुझे आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक...के उत्तर देने का गौरव प्राप्त हुआ है। निवेदन है कि.....।
2. आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....के उत्तर में निवेदन है कि....।
3. आपके पत्र क्रमांक.... दिनांक.....के सम्बन्ध में मुझे आपके पास....(पत्र या वस्तुएँ) भेजने का सुअवसर प्राप्त हुआ है।
4. आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक....के सम्बन्ध में मुझे यह निवेदन करने का गौरव प्राप्त हुआ है कि....।
5. आपने अपने पत्र क्रमांक.....दिनांक....में मुझसे जो जानकारी चाही थी, उत्तर में निवेदन है कि.....।
6. आपके वैभागीक परिपत्र क्रमांक.....दिनांक....के सम्बन्ध में मैं अपनी यह सम्मति प्रकट करना चाहता हूँ कि.....।
7. आपके परिपत्र क्रमांक.....दिनांक.....में जो सामान्य जानकारी माँगी गयी है, उसके उत्तर में मैं अपनी यह सम्मति प्रकट करना चाहता हूँ कि.....।
8. आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....में उल्लिखित सरकारी प्रस्तावों के सम्बन्ध में मुझे यह निवेदन करना है कि.....।
9. आदेशानुसार मैं आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....के उत्तर में आपको मध्य प्रदेश राज्य सरकार (अथवा केन्द्रीय सरकार अथवा कोई अन्य राज्य सरकार या किसी उच्च पदाधिकारी) के विचारों से सूचित कर रहा हूँ कि.....।
10. आपके पृष्ठांकन क्रमांक.....दिनांक.....के सन्दर्भ में निवेदन है कि.....।
11. आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....में पूछी हुई बातों के उत्तर में मुझे यह लिखने का निर्देश हुआ है कि.....।
12. मैं आपका ध्यान इस कार्यालय के पृष्ठांकन संख्या.....दिनांक.....की ओर आकृष्ट करते हुए निवेदन करना चाहता हूँ कि.....।
13. पत्र-व्यवहार में निम्न वाक्य भी आवश्यकतानुसार प्रयुक्त होते हैं—
कृपया इसे अत्यावश्यक समझें।

कृपया राज्य सरकार की टिप्पणी शीघ्र भेजी जाए।
कृपया इस कार्यालय को मामले की वर्तमान स्थिति से सूचित किया जाए।
कृपया शीघ्र उत्तर दें।

प्र.3. सरकारी पत्रों के सम्बन्ध में उपयोगी तथ्यों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर सरकारी पत्रों के सम्बन्ध में उपयोगी तथ्य निम्न प्रकार हैं—

1. **वाक्यों की रचना पत्र में प्रारम्भ से अन्त तक एक-सी होनी चाहिए।** यदि किसी पत्र में प्रेषणी को तृतीय पक्ष मानकर पत्र लिखा गया है, तो अन्त तक उसे अन्य पक्ष ही समझना चाहिए। इसके विपरीत, यदि किसी पत्र में लिखने वाले ने 'मैं' अथवा 'हम' शब्दों का प्रयोग किया है तो अन्त तक 'मैं' या 'हम' ही लिखा जाना चाहिए। यदि 'मैं' और 'हम' दोनों का ही प्रयोग न करके पत्र सरकार की ओर से लिखा गया है, तो अन्त तक वाक्यों की रचना इस प्रकार से की जानी चाहिए जिससे कि इसी बात का आभास हो कि पत्र सरकार की ओर से लिखा गया है।
2. **पत्र को अनावश्यक रूप से बढ़ाना नहीं चाहिए।** यदि किसी पत्र में किसी पदाधिकारी के नाम के साथ उसके लम्बे पद का उल्लेख करना आवश्यक हो तो एक स्थान पर पद पूर्ण रूप से लिखा जा सकता है, परन्तु यदि उसे उसी पत्र में अन्यत्र दोहराना पड़े तो केवल प्रारम्भिक अक्षरों को मिलाकर संक्षेप में लिखा जा सकता है, अथवा यह भी हो सकता है कि पद का उल्लेख बार-बार न किया जा सके। इसी प्रकार किसी पत्र के क्रमांक व दिनांक का उल्लेख भी एक बार पूर्ण रूप से किया जाना चाहिए और यदि कहीं उसे दोहराने की आवश्यकता पड़े तो इतना ही लिख देना पर्याप्त होगा कि 'उपर्युक्त पत्र के सम्बन्ध में'।
3. जब कोई पत्र भारत सरकार के किसी मन्त्रालय की ओर से भेजा जा रहा है और उसके द्वारा भारत सरकार के विचार अथवा आदेश भेजे जा रहे हों, तो उसमें इस बात का विशेष रूप से उल्लेख होना चाहिए कि वह भारत सरकार के निर्देश से लिखा गया है। इस हेतु पत्र के प्रारम्भ में 'मुझे निर्देश दिया गया है' शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है।
4. 'महोदय' तथा 'प्रिय महोदय' सम्बोधनसूचक शब्दों के प्रयोग से सम्बन्धित है। जो पत्र सरकारी अधिकारियों को लिखे जाते हैं उनमें केवल 'महोदय' शब्द का प्रयोग किया जाना चाहिए और जो पत्र गैर-सरकारी अधिकारियों अथवा व्यक्तियों के समूह को भेजे जा रहे हों उनमें 'प्रिय महोदय' अथवा 'महानुभाव' शब्दों का प्रयोग किया जाता है। व्यावसायिक संस्थाओं को भेजे जाने वाले पत्रों में 'महोदयवृन्द' अथवा 'महानुभाव' शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है।
6. जब समान स्तर के पदाधिकारियों के मध्य पत्र-व्यवहार होता है, तो पत्र के प्रारम्भ में, 'मुझे यह लिखने का गौरव प्राप्त हुआ है' वाक्यांश का प्रयोग किया जाता है। इसके अतिरिक्त जो पत्र किसी स्वतन्त्र सरकारी कार्यालय (जैसे महालेखापाल का कार्यालय, पुरातत्व विभाग, राजकीय व्यापार निगम, आदि) अथवा व्यक्तिगत अधिकारियों की ओर से भेजे जाते हैं, उनमें भी 'मुझे यह लिखने का गौरव प्राप्त हुआ है' (I have the honour to inform you) वाक्यांश का प्रयोग किया जाता है। इसके विपरीत, जो पत्र-व्यवहार सरकार के आदेश से किये जाते हैं उनमें 'मुझे निर्देश दिया गया है' (I am directed to inform You) वाक्यांश का प्रयोग किया जाता है।

प्र.4. अर्द्ध-शासकीय पत्र से आप क्या समझते हैं? उदाहरण सहित समझाइए।

उत्तर

**अर्द्ध-सरकारी पत्र
(Semi-Official Letters)**

जो पत्र एक सरकारी अधिकारी द्वारा दूसरे सरकारी अधिकारों को निजी पत्रों के रूप में लिखे जाते हैं, वे अर्द्ध-सरकारी (Demi or Semi Official) पत्र कहलाते हैं। सरकारी शब्द के पूर्व लगे हुए विशेषण 'अर्द्ध' (Demi or Semi) शब्द से यह पता लगता है कि ऐसे पत्र पूर्णतः सरकारी नहीं होते, क्योंकि पक्षकारों व घनिष्ठ सम्बन्धों पर आधारित होने के कारण इनको लिखने का ढंग व्यक्तिगत पत्रों से मेल खाता है।

ऐसे पत्रों के लिखने के उद्देश्य हैं—(1) जबकि व्यक्तिगत ध्यान किसी विशिष्ट मामले की ओर आकृष्ट करना हो, (2) जब किसी ऐसे खास मामले की ओर किसी अधिकारी का व्यक्तिगत रूप से ध्यान आकृष्ट करना हो जिसके सम्बन्ध में कार्यवाही में बहुत अधिक विलम्ब हो गया हो एवं कार्यालय की ओर से रिमाइण्डर भेजने पर भी उचित उत्तर प्राप्त न हो सका हो। (3) किसी विशेष मामले में सलाह लेने या देने के लिए। (4) किसी विषय में गोपनीयता बनाये रखने के लिए।

इन पत्रों को लिखते समय निम्न बातों पर ध्यान देना चाहिए—(1) इन पत्रों में औपचारिकता नहीं बरती जाती है। (2) ये पत्र प्रायः अधिकारी के व्यक्तिगत नाम से ही भेजे जाते हैं। (3) इनकी रचना एकवचन, उत्तम पुरुष में, व्यक्तिगत तथा मैत्रीपूर्ण भाषा में की जाती है। (4) इन पत्रों का सम्बोधन भी मैत्रीपूर्ण ढंग से किया जाता है, जैसे—‘प्रिय श्री रामलालजी’ अथवा ‘मेरे प्रिय माधुर साहब’ इत्यादि। (5) पत्र की समाप्ति पर स्वनिर्देश के लिए ‘आपका विश्वासभाजन’ वाक्यांश नहीं लिखा जाता वरन् इसके स्थान पर ‘आपका सद्भवी’ (Yours Sincerely) शब्दों का प्रयोग किया जाता है। (6) इन पत्रों में प्रेषक केवल अपने हस्ताक्षर ही करता है तथा अपने पद का उल्लेख नहीं करता। (7) पत्र के अन्त में बायीं ओर प्राप्तकर्ता का नाम, पद व पता भी लिख दिया जाता है।

अर्द्ध-सरकारी पत्रों के उदाहरण

**चौ० चरण सिंह विश्वविद्यालय
प्रकाशन विभाग**

मेरठ

दिनांक.....

अर्द्ध-सरकारी पत्र क्रमांक.....

प्रिय डॉ० जैन,

आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....के उत्तर में, मैं आपको यह सूचित करना चाहता हूँ कि चौ० चरण सिंह विश्वविद्यालय के तत्वावधान में इस वर्ष ग्रीष्मकालीन अवकाश में एक 15 दिन की अध्ययन गोष्ठी का आयोजन किया गया है। इस गोष्ठी में भाग लेने के लिए आपकी सहमति तो प्राप्त हो ही चुकी है। अब निवेदन यह है कि आप दिनांक.....को मेरठ अवश्य पधारें, आपके रहने आदि की उपयुक्त व्यवस्था कर दी गयी है। आपके भाषण का विषय नोट कर लिया गया है।

आपका सद्भवी

.....

प्रति : डॉ० एस०सी० जैन

वाणिज्य विभाग,

डी०जे० कॉलेज, बड़ौत

प्र.5. जिलाधीश मथुरा, जनपद की ओर से आयुक्त आगरा मण्डल आगरा को बाढ़ से हुई हानि एवं सहायता के लिए प्रार्थना-पत्र लिखिए।

उत्तर

जिलाधीश कार्यालय, मथुरा

प्रेषक:

आई०ए०एस०

जिलाधीश, मथुरा

सेवा में,

आयुक्त

आगरा मण्डल, आगरा।

पत्र क्रमांक.....

आगरा

दिनांक.....

विषय-बाढ़ द्वारा हानि एवं सहायता की प्रार्थना।

महोदय,

मेरे पत्र क्रमांक.....दिनांक.....के सन्दर्भ में आपको पुनः यह सूचित करते हुए अत्यन्त दुःख होता है कि यमुना नदी में बाढ़ के परिणाम बहुत गम्भीर हुए हैं। क्षतिग्रस्त क्षेत्र का निरीक्षण मैंने स्वयं जाकर किया। जिससे यह मालूम हुआ कि जान व माल की बहुत हानि हुई है। ऐसा प्रतीत होता है कि गाँवों में दूर-दूर तक पानी ही पानी है।

बाढ़ की सूचना पाते ही तत्काल कार्यवाही की गई। मथुरा क्षेत्र के सेवा संघ व भारत सेवक समाज ने अनुपम सेवाएँ दी हैं तथा आज भी यह संस्थाएँ क्षतिग्रस्त लोगों को अधिकतम सहायता देने का प्रयत्न कर रही हैं। स्वयंसेवकों ने अनेक व्यक्तियों की जान बचाई फिर भी अनुमान है कि लगभग 50 व्यक्ति मर गए होंगे। अनेक व्यक्ति मकानों के गिरने के कारण जखमी हो गए हैं। लगभग 200 व्यक्ति जिला अस्पताल में प्रवेश पा चुके हैं एवं उनकी चिकित्सा का समुचित प्रबन्ध कर दिया गया है। निकट के गाँवों में सहायता शिविरों की स्थापना कर दी गई है। कुछ समर्थ व्यक्ति भी अपनी सामर्थ्य के अनुसार आर्थिक सहायता दे रहे हैं।

मेरा सुझाव है कि सरकार तत्काल एक करोड़ रुपए की वित्तीय सहायता प्रदान करे जिससे कि बाढ़-पीड़ित लोगों के मध्य भोजन, दवाइयों व अन्य आवश्यक वस्तुओं का वितरण किया जा सके। मकानों के निर्माण के लिए भी बहुत बड़ी मात्रा में धनराशि का वितरण किया जा सके। मकानों के निर्माण के लिए भी बहुत अधिक मात्रा में आर्थिक सहायता की आवश्यकता है।

आपका विश्वासपात्र
जिलाधीश

प्र.6. उत्तर प्रदेश सरकार के सचिव की ओर से केन्द्र सरकार के सचिव को केन्द्र और उत्तर प्रदेश सरकार के बीच पत्र-व्यवहार हिन्दी भाषा में करने के सम्बन्ध में एक पत्र लिखिए।

उत्तर

संख्या 958/19-पी
उत्तर प्रदेश सरकार
गृह विभाग

प्रेषक :

सचिव, गृह-विभाग
उत्तर प्रदेश सरकार,
लखनऊ।

सेवा में,

सचिव,
गृह मन्त्रालय,
भारत सरकार,
नई दिल्ली-2

लखनऊ,
दिनांक.....

विषय-केन्द्र और उत्तर प्रदेश सरकार के बीच पत्र-व्यवहार।

महोदय,

इस पत्र के द्वारा मुझे आपको यह सूचित करने का आदेश हुआ है कि उत्तर प्रदेश सरकार ने केन्द्रीय सरकार से अपना समस्त पत्र-व्यवहार हिन्दी में करने का निश्चय किया है।

अतः केन्द्रीय सरकार से अनुरोध है कि उत्तर प्रदेश सरकार के नाम प्रेषित किये जाने वाले सभी पत्रादि भविष्य में हिन्दी भाषा में ही प्रेषित किया करें।

कृपया अन्य सभी मन्त्रालयों/विभागों को उत्तर प्रदेश सरकार के इस निश्चय से अवगत कर दिया जाए।

कृपया इस पत्र की पहुँच स्वीकार करें।

भवदीय
सचिव, गृह विभाग
उत्तर प्रदेश सरकार।

प्र.7. परिपत्र से आप क्या समझते हैं? विभिन्न उदाहरणों सहित समझाइए।

उत्तर

परिपत्र (Circular)

जब एक-सी ही विषय-सामग्री सभी विभागों एवं व्यक्तियों को भेजी जाती है तो ऐसा पत्र परिपत्र कहलाता है। सामान्यतः निम्न परिस्थितियों में परिपत्र भेजे जाते हैं—

(1) जब समस्त राज्य सरकारों को एक ही विषय पर ज्ञापन भेजा जाना हो। (2) यदि कोई कार्यालय ज्ञापन भारत सरकार के समस्त मन्त्रालयों को भेजा जाना हो। (3) यदि कोई ज्ञापन किसी मन्त्रालय के समस्त विभागों, अधिकारियों, अधीनस्थ कार्यालयों को भेजा जाना हो।

अतः स्पष्ट है कि आवश्यकतानुसार परिपत्र—(अ) पत्र, (ब) कार्यालय ज्ञापन, अथवा (स) ज्ञापन, तीनों प्रारूपों में लिखा जा सकता है।

सरकारी परिपत्र : उदाहरण-1

परिपत्र क्रमांक :

भारत सरकार खाद्य मन्त्रालय

प्रेषक :

श्री एस०एम० ठुकराल,
उपसचिव, भारत सरकार।
सेवा में,
मुख्य सचिव,
समस्त राज्य सरकारें।

नई दिल्ली, दिनांक.....

विषय—खाद्यान्नों की वसूली

प्रिय महोदय,

मुझे यह सूचित करने का निर्देश हुआ है कि देश में वर्तमान खाद्य स्थिति को देखते हुए भारत सरकार ने बाहुल्य वाले राज्यों में खाद्यान्नों की वसूली का निश्चय किया है। प्रत्येक राज्य के लिए निर्धारित खाद्यान्नों की मात्रा तथा वसूली के मूल्य के सम्बन्ध में विस्तृत सूचना शीघ्र ही भेजी जा रही है। अतः इस सम्बन्ध में आपसे निवेदन है कि आप विस्तृत सूचना प्राप्त होने पर अविलम्ब खाद्यान्नों की वसूली का प्रयत्न करें तथा साप्ताहिक रिपोर्ट इस मन्त्रालय को भेजते रहें।

आपका विश्वासपात्र

.....

उपसचिव, भारत सरकार

सरकारी परिपत्र : उदाहरण-2

प्रेषक,

हितेश कुमार,
जिला विद्यालय निरीक्षक, मुजफ्फरनगर।

सेवा में,

समस्त प्रिंसिपल/हैडमास्टर
इण्टर कालेज/हाईस्कूल
जिला मुजफ्फरनगर।

मुजफ्फरनगर

दिनांक 1 मई, 2021

विषय—ग्रीष्म अवकाश

प्रिय महोदय,

मुझे यह सूचित करने का आदेश हुआ है कि इस वर्ष इस जिले के सभी हाईस्कूल इण्टर कॉलेज ग्रीष्म अवकाश के लिए 21 मई से 7 जुलाई, 2021 तक बन्द रहेंगे।

भवदीय

हितेश कुमार

जिला विद्यालय निरीक्षक

मुजफ्फरनगर

प्र.8. प्रेस विज्ञप्ति के लक्षण को बताइए।

उत्तर प्रेस विज्ञप्ति के प्रमुख लक्षण निम्नलिखित हैं—

1. सूचनात्मक—एक प्रेस विज्ञप्ति मुख्य रूप से सूचनात्मक और प्रेरक होनी चाहिए।
2. कम्पनी की तरफ से तैयार—प्रेस विज्ञप्ति सामान्यतः कम्पनी के पत्र शीर्षक पर जिम्मेदार अधिकारी द्वारा दी जाती है।

3. **प्रेस विज्ञापित भ्रामक नहीं होनी चाहिए**—यह नाम, स्थान, आँकड़े अनुमोदन के साथ सटीक होनी चाहिए।
4. **कुशल लेखकों द्वारा लिखित**—कुशल लेखक या विज्ञापन एजेन्सी के कर्मचारी द्वारा प्रेस विज्ञापित लिखी जाती है।
5. **प्रेस विज्ञापित समाचारपरक होती है**—अधिकांश समाचार पत्रों में व्यावसायिक पृष्ठ होते हैं, जहाँ प्रेस विज्ञापित समाचार वस्तुओं में रूपान्तरण के बाद दिखाई देती है। कुछ लोग एक मसौदा देने का प्रयास करते हैं जिसे समाचार के रूप में सीधे इस्तेमाल किया जाता है।
6. **प्रेस विज्ञापित ध्यान आकर्षित करने वाली होनी चाहिए**—प्रेस विज्ञापित में ए.आई.डी.ए. फॉर्मूला (ध्यान, रुचि, इच्छा और क्रिया) का उपयोग किया जाता है।
7. **प्रेस विज्ञापित तथ्यात्मक रूप से सत्य होनी चाहिए**—प्रेस विज्ञापित के आधार वास्तव में सच होने चाहिए तथा इसे हस्ताक्षरित होना चाहिए।
8. **अनुवर्तन**—प्रेस विज्ञापित देने के बाद जनसम्पर्क विभाग यह देखता है कि जो विज्ञापित जैसी दी गई है वैसे ही छपी है या नहीं, क्योंकि कुछ गलतियाँ कम्पनी की छवि को खराब कर देती हैं।
9. **प्रेस विज्ञापित के पाँच डब्ल्यू**—एक अच्छी प्रेस विज्ञापित तैयार करने में 5 डब्ल्यू को ध्यान में रखना होता है जो निम्न हैं—
 - (i) कौन? (Who?)—प्रकाशित करने वाला कौन है?
 - (ii) क्या? (What?)—क्या प्रकाशित किया जाना है?
 - (iii) कब? (When?) कब (समय) प्रकाशित किया जाना है?
 - (iv) कहाँ? (Where?) इसे कहाँ प्रकाशित किया जाना चाहिए?
 - (v) क्यों? (Why?) क्यों प्रकाशित किया जाना चाहिए?

प्र.9. प्रेस विज्ञापित लिखने के लिए महत्वपूर्ण चरणों का वर्णन कीजिए।

उत्तर प्रेस विज्ञापित लिखने के लिए महत्वपूर्ण चरणों को निम्न प्रकार व्यक्त किया गया है—

कैसे एक प्रेस विज्ञापित लिखें (How to Write A Press Release)

1. **एक वास्तविक शीर्षक लिखें**—वास्तविक शीर्षक स्पष्ट, संक्षिप्त और काम का होना चाहिए। शीर्षक, प्रेस विज्ञापित के प्रमुख बिन्दुओं का एक अत्यन्त सुगठित संस्करण है। कई पेशेवर जन-सम्पर्क अधिकारी, पूरा लेख लिखने के बाद, शीर्षक को अन्त में लिखने की सलाह देते हैं। शीर्षक पाठकों को आकर्षित करने वाला होना चाहिए और प्रेस विज्ञापित के लिए वृहत महत्वपूर्ण होता है।
2. **विज्ञापित/लेख की रूपरेखा तैयार करें**—जैसे प्रेस विज्ञापित को एक समाचार कहानी में प्रदर्शित करना चाहते हैं वैसे ही उसे लिखें और यह याद रखना चाहिए कि अधिकतर पत्रकार बहुत व्यस्त होते हैं। आपके कम्पनी की बड़ी घोषणा के बारे में उनके पास खोज करने का समय नहीं होता है। आप अपनी प्रेस विज्ञापित में जो लिखते हैं: पत्रकार उसी लेख को अपने विज्ञापन आपके बड़े कार्यक्रम के बारे में बताने के लिए उपयोग करते हैं।
3. **5 डब्ल्यू को स्पष्ट रूप से बताएँ**—पाठकों को कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे शब्दों के उपयोग के द्वारा प्रारम्भिक जानकारी मिलनी चाहिए।
4. **इसे अपने पाठकों के लिए साफ, स्पष्ट और अनुकूल बनाएँ**—जिसको भी आप अपनी प्रेस विज्ञापित भेज रहे हैं; उसके इनबॉक्स में इसी प्रकार के एक दर्जन से अधिक लेख हैं और यदि आप चाहते हैं कि आपका लेख चुना जाना चाहिए, तो उसे अच्छा होना चाहिए।
5. **एक साथ सहेज कर रखें**—अपनी प्रेस विज्ञापित के समर्थन में कुछ अधिक जानकारी लिंक प्रदान करें। क्या जिस कम्पनी को आप बेच रहे हैं उनके पास ऑनलाइन में अधिक जानकारी है, जो पाठकों के लिए उपयोगी हो सकती है, तो उसे भी जोड़ें।

उदाहरण—कार्यालय बदलने पर प्रेस विज्ञप्ति

कोहिनूर इण्डिया लिमिटेड, अपने रजिस्टर्ड कार्यालय में बदलाव किया

विश्वविख्यात टायर निर्माण कम्पनी कोहिनूर इण्डिया लिमिटेड, अपने पंजीकृत कार्यालय 24, मॉल रोड, नई दिल्ली को बदल दिया है। यह बदलाव दिनांक 15 अगस्त, 2019 से प्रभावी होगा। कोहिनूर इण्डिया लिमिटेड के नए कार्यालय का पता है—

8वीं मंजिल,
सन टॉवर,
मॉल रोड,
नई दिल्ली।

उपरोक्त शाखा के सटीक स्थान की जानकारी के लिए कृपया हमारी ग्राहक सेवा हेल्पलाइन नम्बर 1800-000-111 (टोल फ्री) पर सम्पर्क करें।

खण्ड-स (विस्तृत उत्तरीय प्रश्न)

प्र.1. व्यावसायिक भाषा का परिचय दीजिए तथा इसके महत्त्व पर प्रकाश डालिए।

उत्तर

व्यावसायिक भाषा: परिचय

(Business Language : Introduction)

व्यापार की दुनिया निरंतर विकास में है। व्यवसाय एक विविध वैश्विक वातावरण में विकसित और सक्रिय हो रहे हैं, जो अब भौतिक सीमाओं का सम्मान नहीं करता है। इसने भाषा प्रवीणता को एक बहुत ही महत्वपूर्ण व्यावसायिक कौशल बना दिया है। व्यवसाय में, भाषा कौशल कर्मचारियों को प्रभावी ढंग से संवाद करने में मदद करता है, इस प्रकार तनाव को कम करता है और इष्टतम आउटपुट को चलाने में मदद करता है। जो कर्मचारी ग्राहकों से उनकी अपनी भाषा में बात कर सकते हैं, वे सम्बन्ध और विश्वास बनाने और ग्राहकों की वफादारी को और अधिक प्रभावी ढंग से बढ़ाने में सक्षम होंगे। इस प्रकार, यह विभिन्न संस्कृतियों और समाजों के भीतर अद्वितीय विचारों और रीति-रिवाजों को व्यक्त करने का एक तरीका है।

व्यावसायिक भाषा का महत्व

(Importance of Business Language)

व्यापार में भाषा का अत्यधिक महत्व है। भाषा के बिना कोई व्यवसाय अपने लक्षित लक्ष्यों को प्राप्त नहीं कर सकता है। निम्नलिखित बिन्दु व्यावसायिक भाषा के महत्व पर प्रकाश डालते हैं—

- 1. मजबूत रिश्ते—**भाषा कौशल वक्ताओं को विभिन्न संस्कृतियों और व्यवहार के पैटर्न के बारे में बताते हैं। वैश्विक व्यवसायों के लिए जो दुनिया भर में ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और कर्मचारियों के साथ व्यवहार करते हैं, बहुभाषावाद संस्कृतियों के बीच की खाई को पाटता है, और मजबूत व्यक्तिगत सम्बन्धों को बढ़ावा देता है जिस पर महान व्यावसायिक सम्बन्ध निर्भर करते हैं।
- 2. विदेशी ग्राहकों के साथ बातचीत करना—**व्यावसायिक भाषा जानने का सबसे स्पष्ट कारण ग्राहकों के साथ सफलतापूर्वक बातचीत करना है। सीधे अपनी मातृभाषा में उनसे बात करना एक व्यक्तिगत स्पर्श को प्रदर्शित करता है जो न केवल अल्पावधि में लाभप्रद हो सकता है, बल्कि भविष्य में विकास भी कर सकता है।
- 3. ग्राहक बनाए रखना—**किसी भी व्यवसाय की तरह ही, सफलता की कुंजी खुश ग्राहक हैं। उन्हें खुश रखने के लिए, व्यवसाय को उनकी जरूरतों को समझना चाहिए। इसके लिए, उनकी संस्कृति को समझने की जरूरत है और वह हमारे उत्पादों/सेवाओं से कैसे सम्बन्धित हैं। एक तरीका यह है कि उन्हें उनकी मातृभाषा में समर्थन की पेशकश की जाए। इसका मतलब है कि ग्राहक सेवा पदों के लिए स्थानीय लोगों को काम पर रखना। कम्पनी स्तर पर एक खुला संचार बनाए रखने के लिए यह आवश्यक है।
- 4. सुरक्षित कार्य वातावरण को बढ़ावा देने के लिए—**यदि कोई व्यवसाय स्थानीय कर्मचारियों को काम पर रखता है, तो उन्हें कार्य सुरक्षा उपायों के बारे में बताया जाना चाहिए। यह अत्यन्त महत्वपूर्ण है, क्योंकि सभी लोगों को प्रक्रियाओं को समझना चाहिए। यदि संचार स्पष्ट नहीं है तो परिणाम चोट या सबसे खराब हो सकता है, इसलिए टीम के प्रबन्धक का यह कर्तव्य है कि वह यह सुनिश्चित करे कि हर कोई समझता है कि वह क्या कह रहा है।

5. **वास्तविक प्रतिभाओं को खोजने के लिए**—एक हायरिंग मैनेजर के रूप में, दुनिया भर से पहुँच प्राप्त होगी। यह लोगों को अधिक कुशल होने के लिए प्रेरित करता है और व्यावसायिकता के स्तर को बढ़ाता है। यदि कोई व्यवसाय, व्यवसाय के लिए सर्वोत्तम जनशक्ति को आकर्षित करने का प्रबन्धन करता है, तो वैश्विक मूल्य में वृद्धि होगी। इसका मतलब बेहतर अनुबन्ध, अधिक व्यावसायिक अवसर और समग्र रूप से बढ़ा हुआ लाभ भी है।
6. **विदेशी बाजारों में बेहतर पैठ के लिए**—जब कोई कम्पनी विदेशी बाजार में विकास करना चाहती है, तो वह प्रक्रिया शुरू करने के लिए सबसे पहले सर्वश्रेष्ठ प्रबन्धकों को भेजेगी। इन लोगों को स्थानान्तरित कर दिया जाएगा और वह लक्षित क्षेत्र में यथासम्भव लम्बे समय तक रहेंगे ताकि चीजें चल सकें। हालाँकि, कई प्रबन्धकों को भाषा बाधाओं से निपटना पड़ता है जो प्रक्रिया को और अधिक कठिन बनाते हैं। ऐसे लोगों को काम पर रखने से जो पहले से ही दूसरी भाषा में कुशल हैं और उन्हें भविष्य के प्रबन्धक बनने के लिए प्रशिक्षण दे रहे हैं, आप इस मुद्दे को दूर कर देंगे। इससे विदेशी बाजारों में प्रवेश प्रक्रिया आसान हो जाती है।

प्र.2. सार्वजनिक प्रस्तुति से आपका क्या आशय है? सार्वजनिक प्रस्तुति के उद्देश्यों का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए। उत्तर

सार्वजनिक प्रस्तुति का अर्थ (Meaning of Public Presentation)

अधिकारपूर्ण, विवेकसहित, न्याययुक्त, तर्कसंगत एवं सुसंस्कृत वाक् शक्ति किसी भी व्यक्ति को पर्याप्त सफलता, बुलन्द ऊँचाइयों एवं यथोचित सम्मान प्रदान करती है। सम्प्रेषण की स्वाभाविक एवं सशक्त अभिव्यक्ति बोलना है। अधिकांश सम्प्रेषण शाब्दिक एवं मौखिक होते हैं। व्यक्ति अपनी दिनचर्या का सबसे अधिक समय बोलने में व्यतीत करता है। वाक्पटुता व्यक्ति का विशिष्ट कौशल होता है। बोलने के ढंग से व्यक्ति की पारिवारिक, सामाजिक, निवासीय, धार्मिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक पृष्ठभूमि का परिचय मिलता है। विभिन्न व्यक्तियों, समूहों अथवा श्रोताओं के मध्य सार्वजनिक रूप से बोलना एक विशिष्ट कला है जो अध्ययन, चिन्तन, मनन, अनुभव, गम्भीर प्रयासों एवं लगन से सीखी जाती है। लगातार अभ्यास एवं प्रदर्शन से बोलने की कला में निखार आता है। वाक्शक्ति मात्रात्मक (Quantitative) न होकर गुणात्मक (Qualitative) होनी चाहिए। सशक्त वाक्शक्ति (Powerful Speaking) अथवा प्रभावी वाक्शक्ति (Effective Speaking) अथवा सार्वजनिक वाक्शक्ति की कला (The art of Public Speaking) व्यावसायिक सम्प्रेषण का महत्त्वपूर्ण एवं अनिवार्य माध्यम है।

उद्योग, व्यापार एवं वाणिज्य जगत में सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण को सार्वजनिक मौखिक अभिव्यक्ति अथवा सार्वजनिक वाक्शक्ति के सन्दर्भ में प्रयोग किया गया है। व्यावसायिक जगत में अनेक ऐसे अवसर आते हैं जिनमें सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण किया जाता है। प्रमुख अवसर निम्नलिखित हैं—

- | | |
|---|---|
| (i) नवीन उत्पाद अथवा सेवा के प्रारम्भ करने पर | (ii) प्रशिक्षण कार्यक्रम शुरू करने पर |
| (iii) नवीन व्यावसायिक रूपरेखा की व्याख्या | (iv) विपणन अथवा विक्रय लक्ष्यों के प्रस्ताव |
| (v) विचारगोष्ठी, सेमिनार अथवा कॉन्फ्रेंस | |
| (vi) व्यवसाय क्रियाओं के परिवर्तन की जानकारी। | |

सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण के उद्देश्य (Purpose of Public Presentation)

श्रोताओं, दर्शकों अथवा सहयोगियों के मध्य प्रभावपूर्ण प्रस्तुतीकरण, महत्त्वपूर्ण सम्प्रेषण दायित्व है जो सतत् कोशिश एवं तैयारी से सीखी जाती है। सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण केवल व्यक्तिगत प्रयास नहीं है बल्कि समूह (Team) का सामूहिक प्रदर्शन है। प्रभावी सार्वजनिक प्रस्तुति जहाँ एक ओर वक्ता की वाक्पटुता पर आधारित है, वहीं दूसरी ओर पर्याप्त, श्रव्य, दृश्य, संसाधनों एवं टीमवर्क पर निर्भर है। संक्षेप में, सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण की सफलता के लिए आवश्यक पद निम्नलिखित हैं—

1. **सूचना देना**—प्रभावी सार्वजनिक अभिव्यक्ति व्यावसायिक संगठन के लक्ष्यों, सन्देशों, विचारधारा, नवीन तथ्यों एवं महत्त्वपूर्ण परिवर्तनों की व्याख्या करती है। नवीन उत्पादों, अनुसन्धानों, सुधारों, प्रयोग के ढंग, उपभोक्ताओं के हितों एवं अन्य महत्त्वपूर्ण सूचनाओं को इसके द्वारा प्रकट किया जाता है।
2. **मूल्यांकन**—अधिकृत सार्वजनिक वाक्शक्ति का सम्बन्धित श्रोताओं, दर्शकों अथवा व्यक्तियों द्वारा मूल्यांकन, विश्लेषण एवं निर्वचन किया जाता है।

3. **बल देना (प्रभावित करना)**—सार्वजनिक प्रस्तुतीकरण का मूल उद्देश्य श्रोताओं एवं दर्शकों को विचारों, सन्देशों एवं दृष्टिकोणों से प्रभावित करना होता है। प्रभावी वाक्शक्ति दर्शकों को निर्धारित नजरिया, निश्चित परिणामों एवं वांछित प्रतिक्रियाओं के लिए प्रेरित करती है जिसमें संस्था के लक्ष्यों एवं उद्देश्यों की सफलता निहित होती है।
4. **निर्देश एवं तकनीकी ज्ञान**—प्रस्तुतीकरण का उद्देश्य संस्था के कर्मचारियों के कार्यक्रमों को सामूहिक रूप से निर्देश शिक्षा एवं प्रशिक्षण भी प्रदान करना होता है। नवीन तकनीकी ज्ञान भी प्रस्तुतीकरण द्वारा दिया जाता है। नए व्यक्तियों एवं नए कर्मचारियों को संगठनात्मक कार्यप्रणाली एवं कार्यपद्धति से प्रस्तुतीकरण द्वारा सामूहिक रूप से परिचित कराया जाता है एवं आवश्यक निर्देश भी दिए जाते हैं।
5. **औपचारिक कार्यक्रम**—उद्घाटन, समापन, अभिनन्दन, प्रेरणा, सम्मान, विदाई, शपथ समारोह या अन्य औपचारिक कार्यक्रमों के आयोजन संगठन में होते रहते हैं। उक्त समारोहों एवं कार्यक्रमों में सहभागिता तथा कार्यक्रम को सार्थक स्वरूप प्रदान करने के लिए भी सार्वजनिक भौतिक प्रस्तुतीकरण किया जाता है।

प्र.3. प्रस्तुतीकरण को प्रभावित करने वाले घटकों का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर

प्रस्तुतीकरण को प्रभावित करने वाले घटक (Factor Affecting Presentation)

सफल प्रस्तुति एक सामूहिक प्रयास होती है जिसके लिए आवश्यक है कि समूह का प्रत्येक सहयोगी अपने आविष्टित उत्तरदायित्व का पूर्ण कुशलता, लगन, कौशल एवं चातुर्य से निर्वाहन करे। प्रस्तुति में वक्ता की केन्द्रीय भूमिका होती है। प्रस्तुतीकरण को सफल बनाने वाले आवश्यक घटक निम्नलिखित हैं—

1. वैयक्तिक गुण (Personal Qualities)

सफल प्रस्तुति के प्रस्तुतकर्ता में आत्मविश्वास, आकर्षक व्यक्तित्व, सहजता, सकारात्मक दृष्टिकोण, विनम्रता, उदारता, तीव्र स्मरण शक्ति, निर्णयन क्षमता, वाक्पटुता तथा प्रभावी सम्प्रेषण कौशल का होना आवश्यक है।

2. प्रस्तुति के अवसर व उद्देश्य का स्पष्ट होना

(Be clean about the Occasion and Object of Presentation)

प्रस्तुतकर्ता को प्रस्तुति के सन्दर्भ, कारणों तथा लक्ष्य स्पष्ट होना चाहिए। उसको प्रस्तुति के समय घटित होने वाली घटनाओं की सम्पूर्ण रूपरेखा बिन्दुवार वितरण मालूम होनी चाहिए। प्रस्तुतकर्ता का दायित्व है कि प्रस्तुति के प्रयोग किए जाने वाले तथ्यों, सांख्यिकी का व्यवस्थित क्रम से संग्रह, अवलोकन एवं अध्ययन कर ले तभी प्रस्तुति प्रभावशाली हो सकती है। नवीन उत्पाद को बाजार में उतारते समय प्रस्तुतकर्ता को उत्पाद के समस्त गुणों, कमियों, तकनीकों, प्रयोग के ढंग, मूल्य, उपयोगिता एवं प्रतियोगी उत्पादों से अपने उत्पाद की गुणवत्ता आदि की जानकारी होनी आवश्यक है।

3. श्रोता विश्लेषण (Audience Analysis)

प्रस्तुति से पूर्व वक्ता को यह अवश्य ज्ञात होना चाहिए कि प्रस्तुति किस वर्ग एवं प्रकार के श्रोताओं के मध्य की जानी है। श्रोता केवल एक जगह विशेष पर एकत्रित व्यक्तियों की भीड़ नहीं होती बल्कि उनका एक मिश्रित एवं सामूहिक व्यक्तित्व होता है। श्रोताओं की संख्या एवं प्रस्तुति का औपचारिक अथवा अनौपचारिक स्वरूप प्रस्तुति को प्रभावित करता है। श्रोताओं का आयु वर्ग (Age Group), लिंग (Sex), शैक्षिक पृष्ठभूमि (Education Background), अनुभव (Experience), राष्ट्रियता (Nationality) आदि का प्रस्तुतकर्ता को पूर्व ज्ञान होना आवश्यक है, क्योंकि तदनुसृत शब्दों का चयन, वाक्य-विन्यास स्तर, उदाहरण, प्रसंग, व्याख्या आदि का प्रयोग किया जाना चाहिए।

यदि वक्ता अधिकांश श्रोताओं से पूर्व परिचित है, तो प्रस्तुति अधिक प्रभावी रहती है। इसलिए अपरिचित प्रस्तुतिकर्ता कभी-कभी प्रस्तुति से पूर्व श्रोताओं से मिलता है।

प्रस्तुतिकर्ता द्वारा श्रोताओं के विश्लेषण की प्रक्रिया प्रस्तुतिकाल में भी सतत रूप से की जानी चाहिए। वक्ता को सदैव अपने आँख और कान श्रोताओं पर केन्द्रित रखने चाहिए। श्रोताओं की प्रतिक्रिया वक्ता द्वारा अविलम्ब महसूस की जानी चाहिए। श्रोताओं की दैहिक भाषा, मुख्याभिव्यक्ति वक्ता तुरन्त पर्याप्तता फीडबैक प्रदान करती है। श्रोताओं की उत्तेजना, कानाफूसी, खामोशी आदि भी वक्ता को भाव सम्प्रेषित करती है।

4. प्रस्तुति स्थल पर विचार (Have an Idea of the Location)

सफल प्रस्तुति के लिए स्थल (जगह) एक महत्वपूर्ण घटक है। प्रस्तुति में श्रोताओं की संख्या के अनुरूप आरामपूर्वक बैठने की पर्याप्त जगह, अनुकूल वातावरण एवं तापमान, ध्वनि प्रकाश की सन्तोषजनक व्यवस्था, श्रव्य-दृश्य यन्त्रों एवं अन्य सहायक सामग्री का व्यवस्थित संचालन प्रस्तुति को पर्याप्त रूप से प्रभावित करते हैं। अतः आयोजकों तथा वक्ता को प्रस्तुति से पूर्व आयोजन का निरीक्षण कर आवश्यक पूर्वानुमान लगा लेना चाहिए अन्यथा प्रस्तुतिकर्ता चाहे जितना सार्थक प्रयास करे प्रस्तुति सफल नहीं हो पाती, जैसे—आयोजन स्थल पर ध्वनि ईको (पुनरावृत्ति) करती है तो श्रोताओं में सन्तोषजनक ढंग से सुनायी नहीं देगा या यदि स्थल का तापमान काफी गर्म है, तो लोग घुटन महसूस करेंगे, उक्त दशाओं में वक्ता द्वारा प्रभावी प्रस्तुति को नीरस एवं बकवास समझेगे।

5. प्रस्तुति की विधि का निर्धारण (Decision of Method of Presentation)

यद्यपि प्रस्तुति का ढंग प्रस्तुत किए जाने वाले कथनों की प्रकृति एवं प्रस्तुति अवसर पर निर्भर करता है, लेकिन सफल प्रस्तुति के लिए प्रस्तुति करने का ढंग पूर्व निर्धारित कर लेना चाहिए। सामान्य रूप में सार्वजनिक प्रस्तुति की निम्न तीन प्रमुख विधियाँ हैं—

- (i) **पढ़कर प्रस्तुति**—बहुत-से वक्ता अपने विचारों तथा सन्देशों को व्यवस्थित एवं क्रमबद्ध रूप में लिख लेते हैं तथा श्रोताओं के सम्मुख उसको पढ़कर प्रस्तुत करते हैं। इस विधि में क्रमबद्धता एवं शुद्धता दोनों चीजें होती हैं। शोधपत्रों, वैज्ञानिक महत्व के समझौतों, महत्वपूर्ण सूचनाओं, कार्य-सूची, पारित अथवा पारित किए जाने वाले प्रस्ताव, सूक्ष्म, तकनीकी ज्ञान, मार्गदर्शक सन्देशों, नीतिगत विचारों एवं तथ्यों की प्रस्तुति बहुधा लिखित में पढ़कर की जाती है। वक्ता को पढ़ते समय उच्चारण तथा व्याकरण का पर्याप्त ध्यान रखना चाहिए।
- (ii) **स्मृति आधारित प्रस्तुति**—तीव्र स्मरण शक्ति वाले वक्ता इस विधि का प्रयोग करते हैं। सम्पूर्ण प्रस्तुति को वक्ता प्रारम्भ में व्यवस्थित क्रम में लिख लेता है एवं उसको स्मरण कर लेता है फिर उसकी प्रस्तुति करता है, लेकिन यदि किसी कारण से उसके विचारों का क्रम टूट जाता है या प्रस्तुति के महत्वपूर्ण बिन्दु ध्यान में नहीं आते तो प्रस्तुति अर्थहीन हो जाती है। इस विधि के सफल प्रस्तुतिकर्ता महत्वपूर्ण विचारों को स्मरण करने के साथ-साथ बिन्दुवार नोट भी कर लेते हैं एवं सार्थक प्रस्तुति करने में सफल भी होते हैं। विचारगोष्ठियों तथा सेमिनार में अधिकांश वक्ता प्रस्तुति की इस विधि का प्रयोग करते हैं।
- (iii) **तात्कालिक प्रस्तुति**—तात्कालिक प्रस्तुति सर्वाधिक प्रचलित विधि है। इसमें पूर्व संचित ज्ञान, अनुभव तथा वाक्पटुता की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इसमें वक्ता दृष्टिकोण एवं चिन्तन द्वारा अपनी प्रस्तुति की कच्ची रूपरेखा नोट कर लेता है एवं प्रस्तुति के समय उसके मस्तिष्क में विचारों का आगमन स्वाभाविक रूप से होता है जिसमें प्रस्तुति योग्य विचारों का चयन कर लेता है। यह मानसिक क्रिया तथा प्रस्तुति समानान्तर प्रक्रिया है। यदि विशेष परिस्थितियों में किसी अवरोध के कारण प्रस्तुति का क्रम टूटता है तो वह कच्ची रूपरेखा को देख लेता है। तात्कालिक प्रस्तुति द्वारा वक्ता विचारों, दृष्टिकोणों एवं कल्पनाओं का स्वाभाविक रूप से प्रस्तुतीकरण करता है। तात्कालिक प्रस्तुति में मानसिक विचारों तथा प्रस्तुति से तादात्म्य स्थापित करना आवश्यक होता है। सामूहिक परिचर्चा, सम्मेलन आदि में प्रस्तुति विधि का प्रयोग किया जाता है। कभी-कभी प्रस्तुतिकर्ता की एकाग्रता भंग होने पर इसमें विचारों की शृंखला टूट जाती है जिसका विपरीत प्रभाव प्रस्तुति पर पड़ता है तथा विषय से हटकर अभिव्यक्ति हो जाती है।

6. प्रस्तुति की रूपरेखा तैयार करना (Plan out the Presentation)

प्रस्तुति विधि का चयन करने के बाद वक्ता या प्रस्तुतिकर्ता को प्रस्तुति की रूपरेखा (Plan) तैयार करना चाहिए। सफल प्रस्तुति के लिए आवश्यक है कि आयोजक अथवा प्रायोजक श्रव्य-दृश्य यन्त्रों को संचालित करने वाले सहयोगी तथा सह-प्रस्तुतिकर्ता (यदि कोई है) के साथ इस पर विचार-विमर्श भी कर लेना चाहिए। कच्ची रूपरेखा इस प्रकार तैयार की जा सकती है—

प्रारम्भिक (Beginning)

- (i) प्रारम्भिक कथन—अभिवादन, सम्बोधन एवं प्राक्कथन (Introductory Remark)।
- (ii) उद्देश्यात्मक कथन—प्रस्तुति करने के कारण एवं अवसर के सम्बन्ध में
- (iii) प्रस्तुति का स्थूल वर्णन (Draw the outlines of Presentation)

मध्य (Middle)

- (i) प्रस्तुति के कथनों का बिन्दुवार संक्षिप्त विभाजन
- (ii) प्रत्येक बिन्दु की समय सीमा का निर्धारण
- (iii) सम्बन्धित उदाहरणों की प्रसंग सहित बिन्दुवार व्याख्या

समापन (End)

- (i) सम्पूर्ण प्रस्तुतीकरण का सार कथन
- (ii) महत्वपूर्ण उद्देश्यपरक बिन्दुओं की विभिन्नता सहित पुनः संक्षिप्त सन्दर्भ
- (iii) अन्तिम टिप्पणी
- (iv) सकारात्मक भावनाओं सहित धन्यवाद

7. पूर्व प्रयोग (Rehearsal)

त्रुटिरहित प्रस्तुति के लिए आवश्यक है कि वास्तविक प्रस्तुति से पहले उसका अभ्यास कर लिया जाए। पूर्व अभ्यास या प्रयोग से वक्ता में आत्मविश्वास एवं आत्मसुधार (Self-improvement) होता है। प्रस्तुति की टीम द्वारा पूर्व अभ्यास किए जाने से परस्पर सकारात्मक व आलोचनात्मक प्रतिक्रियाएँ सहयोगियों से प्राप्त हो जाती हैं जिनको सुधार कर प्रस्तुति को सफल बना सकते हैं। प्रस्तुति पूर्व अभ्यास से सभी प्रस्तुत वक्ताओं एवं दृश्य-श्रव्य, ध्वनि व प्रकाश सहायकों के बीच सुन्दर समन्वय स्थापित होता है तथा अवरोधकों का पर्याप्त उपचार हो जाता है।

8. दैहिक एवं पार्श्व भाषा (Effective use of Body and Para Language)

प्रस्तुति करते समय वक्ता को प्रस्तुति के अनुरूप शारीरिक संचालन, भावभंगिमा, मुद्रा, मुखाभिव्यक्ति आदि का उपयोग करना चाहिए। भावशून्य प्रस्तुति नीरस होती है। विचारों को व्यक्त करते समय भाषा एवं पार्श्व भाषा का अनुकूलतम सम्मिश्रण करना चाहिए। इससे कथनों में प्रभावोत्पादकता बढ़ जाती है।

9. घबराहट से उबरना (Overcoming Nervousness)

कोई भी व्यक्ति जन्मजात प्रभावी वक्ता नहीं होता। प्रबुद्ध, महत्वपूर्ण आमन्त्रित श्रोताओं के मध्य प्रस्तुति करते समय घबराहट उत्पन्न होना एक सहज घटना है किन्तु प्रस्तुतिकर्ता उस क्षणिक अवस्था से उबर सकता है तथा विश्वासपूर्ण प्रस्तुति देने में सक्षम हो जाता है। घबराहट से उबरने के लिए निम्न तत्वों को ध्यान में रखना चाहिए—

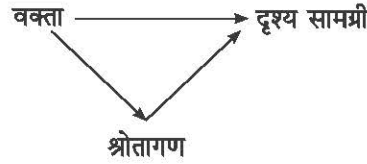
- (i) पूर्व अभ्यास बार-बार करना चाहिए
- (ii) प्रस्तुति पर विचार केन्द्रित करना।
- (iii) प्रस्तुति से पूर्व स्वयं को तरोताजा बनाना तथा मानसिक दबाव को कम करना।
- (iv) प्रस्तुति के समय सीधे सभी श्रोताओं की ओर नजर घुमाना।
- (v) सामान्य स्वर में कम गति से बोलना।
- (vi) क्षणिक विराम पर आवाजरहित गहरी साँस लेना चाहिए।

10. सहायक दृश्य सामग्री का प्रयोग (Use of Visual Aids)

प्रस्तुति की सूचनाओं, कथनों, विचारों के प्रभावी सम्मोषण के लिए दृश्य सहायक सामग्री; जैसे—चार्ट, ब्लैकबोर्ड, चित्र, नक्शा, पिकचर, स्लाइड, पारदर्शी स्लाइड, कम्पैक्ट डिस्क (C.D.) आदि का महत्वपूर्ण उपयोग होता है। प्रस्तुति में प्रयोग की जा सकने वाली दृश्य सामग्री की एक लम्बी शृंखला है, किन्तु वक्ता के प्रस्तुति के लिए सर्वाधिक उपयुक्त व उपलब्ध सामग्री का पूर्व चयन कर लेना चाहिए। दृश्य सहायक सामग्री का प्रस्तुति के समय प्रयोग भी एक कौशल है। अतः इसको प्रयोग करते समय निम्न तत्वों को ध्यान में रखना चाहिए—

- (i) दृश्य सहायक सामग्री का प्रयोग कथन/सन्देश की मुख्य विषय-वस्तु (Key part) के लिए किया जाना चाहिए।
- (ii) दृश्य सहायक सामग्री ऐसे स्थान पर लगाई जानी चाहिए जिससे सभी श्रोता सुविधा से देख सकें तथा वक्ता भी बिना अवरोध के उस तक प्रस्तुति करते समय पहुँच सके।

- (iii) दृश्य सहायक सामग्री इस ऊँचाई अथवा कॉर्नर पर हो जिससे दृश्य सामग्री की व्यवस्था करते समय प्रस्तुतिकर्ता श्रोताओं के लिए स्वयं बाधा न बने। दृश्य सामग्री का स्थान लगभग निम्न प्रकार होना चाहिए—



- (iv) कोई भी दृश्य सामग्री लम्बे समय तक श्रोताओं के मध्य न रहे। इससे श्रोताओं का ध्यान बँटता है।
 (v) स्लाइड्स तथा पारदर्शी स्लाइड का प्रदर्शन कम तथा ढंग से पूर्व नियोजित कर लेना चाहिए।
 (vi) छड़ी अथवा स्टीकर द्वारा पिक्चर समझाते समय वक्ता की नजर श्रोताओं पर होनी चाहिए।
 (vii) नवीन उत्पाद पर नवीन शोध-वस्तु को सम्पूर्ण प्रस्तुति काल में ऐसे स्थान पर रखना चाहिए जिसे दर्शक सुविधापूर्वक देख सकें।

11. प्रश्नोत्तर काल (Question-Answer Session)

प्रस्तुति के उपरान्त आवश्यकतानुसार प्रश्नोत्तर काल का भी अपना विशिष्ट महत्व है। प्रश्नोत्तर काल में प्रस्तुतिकर्ता का उत्तरदायित्व है कि वह श्रोताओं की जिज्ञासाओं को शान्त करे एवं सन्तोषजनक उत्तर अवश्य दे। प्रश्नों की पुनरावृत्ति पर उत्तेजित न होकर विनम्रतापूर्वक उस बिन्दु की सापेक्षिक प्रश्न के सन्दर्भ में व्याख्या करे। अग्रिम पंक्ति व अन्तिम पंक्ति के मध्य सभी श्रोताओं के प्रश्नों का उत्तर देना चाहिए। वक्ता प्रस्तुति से थका हुआ होता है एवं प्रतिपुष्टि (Feedback) प्राप्त करना चाहता है। अतः वह प्रश्नोत्तरकाल जल्दबाजी में निबटाने का प्रयास करता है। ऐसा न करके वक्ता को धैर्य रखना चाहिए, क्योंकि प्रस्तुति का वास्तविक समापन प्रश्नोत्तरकाल के बाद ही होता है।

प्र.4. पत्र-लेखन के लिए आवश्यक प्रभावी तथ्यों का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर

पत्र-लेखन के लिए प्रभावी तथ्य

(Effective Facts for Letter-writing)

किसी पत्र (सन्देश) को लिखने से पूर्व एक प्रभावी योजना बनाना जरूरी है। पत्र की प्रभावपूर्ण संरचना के लिए योजना में उद्देश्य की पहचान, श्रोताओं का विश्लेषण, मुख्य विचार को परिभाषित एवं विचारों के समर्थन में आंकड़े एकत्र करना चाहिए। प्रभावपूर्ण नियोजन के लिए पत्र लिखने से पूर्व कुछ तथ्य आवश्यक हैं।

1. **उद्देश्य**—एक व्यावसायिक पत्र के लेखन से पूर्व नियोजन का प्रथम चरण अपने उद्देश्य को पहचानना होता है। थिल एवं बोव (Thill and Bove) का कथन है कि 'सन्देश की विषय सूची, संरचना, शैली स्तर तथा फोरमेट, उसके उद्देश्य द्वारा निर्धारित होते हैं।' यह उद्देश्य श्रोताओं की सद्भावना को बनाए रखना या फिर अपने व्यवसाय संगठन की अनुकूल छवि का सृजन करना हो सकता है। लगभग सदैव उद्देश्य दुहरा हो सकता है—(i) स्वयं सन्देश का कारण, (ii) सद्भावना का सृजन।

सभी सन्देशों के पीछे एक सम्बन्धदर्शी उद्देश्य होता है : सद्भावना का सृजन। उदाहरणार्थ, जब साख की इन्कारि का पत्र लिखा जा रहा होता है तो इसके पीछे उद्देश्य दोहरा होता है, उधार देने से इन्कार और साथ ही ग्राहक को सम्बन्ध बरकरार रखने के लिए प्रोत्साहित करना।

पत्र का उद्देश्य सीधा और स्पष्ट होना चाहिए, यदि उद्देश्य स्पष्ट नहीं है तो बेहतर होगा कि पत्र के पश्चात् किस उपलब्धि की आशा है इस पर विचार किया जाए एवं तर्कसंगत उद्देश्य रखा जाए।

2. **श्रोताओं का विश्लेषण**—आपके पत्र की विषय-सामग्री क्या होनी चाहिए एवं इसका प्रयोग किस प्रकार किया जाना चाहिए यह आपको अपने श्रोताओं के विश्लेषण के पश्चात् स्पष्ट होगा। श्रोताओं के विश्लेषण में आपको श्रोताओं की श्रेणी, उनका दृष्टिकोण एवं अभिवृत्ति एवं उनको किस प्रकार की जानकारी की आवश्यकता है, उनके सम्भावित मूल्यों, विशेषकर सांस्कृतिक मूल्यों, उसके शैक्षिक स्तर आदि पर भी विचार करें। यदि संदेश किसी व्यक्ति को भेजा जा रहा है तो उस व्यक्ति को किसी एक ग्रुप के सदस्य के रूप में मान्यता दें जैसे व्यापारी या पेशेवर व्यक्ति या श्रमिक, वरिष्ठ सहकर्मी, अधीनस्थ, स्त्री या पुरुष, नया या पुराना ग्राहक, युवक, अघेड़ या प्रौढ़।

3. **मुख्य विचार की स्थापना**—प्रत्येक सन्देश का केवल एक ही मुख्य विचार होता है तथा यही सभी बातों का सार होता है। सन्देश की अन्य बातें यदि इस सार का या तो समर्थन करती हैं या इसके निहितार्थ को दर्शाती हैं। मुख्य विचार, प्रसंग के बारे में एक वक्तव्य होता है जो आपके उद्देश्य की उन शब्दों में व्याख्या करता है, जिन्हें श्रोता स्वीकार कर सकें। इसे लोगों को वही काम करने के लिए प्रेरित करना होता है जो आप उनसे करवाना चाहते हैं और ऐसा अपने उद्देश्य को उनके उद्देश्य के साथ जोड़कर किया जाता है।
4. **अपने विचारों के समर्थन में आँकड़े एकत्र करना**—अपने मुख्य विचारों के समर्थन में विशिष्ट तथ्यों, आँकड़ों, उद्धरणों या किसी अन्य प्रकार के प्रमाण की आवश्यकता पड़ सकती है। आपको कम्पनी की नीतियों, कार्यविधियों तथा वस्तुओं के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त होनी चाहिए। यदि इन सबकी आपके सन्देश के लिए आवश्यकता है तो व्यक्तियों के नामों, तिथियों, पते, सांख्यिकी आदि सम्बन्धी आँकड़ों का निरन्तर परीक्षण करते रहना चाहिए।
5. **सन्देश को आयोजित करना**—नियोजन के इस अन्तिम चरण में अपने प्रथम ड्राफ्ट को लिखने से पूर्व कागज पर सन्देश की रूपरेखा बनानी चाहिए। इस चरण में सन्देश को आयोजित करते समय निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना होता है—
- (i) विचारों का क्रम सिलसिलेवार तथा सुसंगत हो अर्थात् सन्देश का विषय एवं उद्देश्य स्पष्ट हो एवं समस्त सूचनाएँ उसी से सम्बन्धित हों, विचार युक्तिपूर्ण ढंग से प्रस्तुत किए गए हों एवं समस्त आवश्यक जानकारी इसमें शामिल हो।
- (ii) विचारों के वर्गीकरण के पश्चात् उनका अनुक्रम (sequenee) का फैसला सही हो अर्थात् यदि श्रोताओं की प्रतिक्रिया घनात्मक होने की आशा हो तो प्रत्यक्ष दृष्टिकोण (अर्थात् मुख्य विचार पहले और प्रमाण बाद में हो) किन्तु यदि इसके ऋणात्मक होने का डर हो तो अप्रत्यक्ष दृष्टिकोण (अर्थात् प्रमाण पहले तथा मुख्य विचार बाद में हो) के अनुक्रम को अपनाया चाहिए।
- थिल एवं बौव ने सुव्यवस्थित योजना को निम्न तालिका में व्यक्त किया है। इस सन्दर्भ में विभिन्न पत्र सन्देश को चार भागों में वर्गीकृत किया गया है—
- (i) प्रत्यक्ष निवेदन, (ii) नित्यकर्म सुखद समाचार एवं सद्भावना सन्देश, (iii) बुरी खबर वाला सन्देश, (iv) प्रभावी सन्देश।

तालिका : सुव्यवस्थित योजना

क्र० सं०	श्रोताओं की प्रतिक्रिया	विभिन्न सन्देश	आरम्भ	मध्य भाग	अन्त
1.	इच्छुक या दिलचस्पी दिखाना	प्रत्यक्ष निवेदन	निवेदन या मुख्य विचार से आरम्भ करें	आवश्यक ब्यौरा प्रस्तुत करें	सौजन्यपूर्ण ढंग से समाप्त करें और इच्छित कार्यवाही स्पष्ट करें।
2.	प्रसन्न या तटस्थ	नित्यकर्म सुखद समाचार एवं सद्भावना सन्देश	मुख्य विचार या सुखद समाचार से आरम्भ करें।	आवश्यक ब्यौरा प्रस्तुत करें।	सौजन्यपूर्ण टिप्पणी से समाप्त करें। सुखद समाचार का सन्देश दें।
3.	अप्रसन्न	बुरी खबर वाला सन्देश	तटस्थ वक्तव्य से आरम्भ करें जो बुरी खबर को सहने में सहायक हो।	ऋणात्मक उत्तर के औचित्य हेतु कारण बताएँ।	सौजन्यपूर्ण ढंग से समाप्त करें।
4.	इच्छुक या उत्सुक न होना	प्रभावी सन्देश	ऐसे वक्तव्य या प्रश्न द्वारा आरम्भ करें जो ध्यान आकर्षित कर सकें।	श्रोताओं की रुचि को जगाएँ। इनमें सन्देश-पालन की इच्छा को बढ़ावा दें।	कार्यवाही करने की प्रार्थना करें।

प्र.5. पत्र-लेखन के प्रथम प्रारूप का उल्लेख कीजिए।

उत्तर

प्रथम प्रारूप का लिखना (Writing the First Draft)

पत्र का नियोजन करने एवं सुव्यवस्थित करने के पश्चात् प्रथम ड्राफ्ट लिखने का कार्य आरम्भ होता है। इस प्रथम ड्राफ्ट में सब कुछ पूर्ण रूप (Perfectly) से लिखा जाय यह कोई आवश्यक नहीं। इसे सुधारने का समय मिलता है। अतः सर्वप्रथम पत्र में इस बात का खाका बना लीजिए कि आप क्या कहना चाहते हैं और किस क्रमानुसार लिखना चाहते हैं। तत्पश्चात् शीघ्र ही उसको लिख डालिए। पत्र लिखते समय दो लाइनों के बीच इतना स्थान छोड़ दें कि आवश्यक संशोधन किया जा सके, क्योंकि इस प्रक्रिया के पश्चात् अपने ड्राफ्ट की रूपरेखा को सुधारने की आवश्यकता आप महसूस कर सकते हैं जिसके लिए आप स्वतन्त्र भी हैं अर्थात् आप उसमें काट-छाँट कर सकते हैं, नए विचार सम्मिलित कर सकते हैं एवं उसे पुनर्व्यवस्थित कर सकते हैं, किन्तु ऐसा आपके उद्देश्य से सम्बन्धित ही होना चाहिए।

प्रथम ड्राफ्ट को लिखते समय निम्न तथ्यों पर ध्यान देना चाहिए—

1. **शैली**—आपकी शैली न केवल स्पष्ट, संक्षिप्त तथा व्याकरण के दृष्टिकोण से सही होनी चाहिए अपितु जिस ग्रुप से आप सम्बन्धित हों, उसके आदर्शों के अनुरूप भी होनी चाहिए। यद्यपि संशोधन करते समय शैली में भी सुधार किया जा सकता है तथापि आप अपने समय की बचत कर सकते हैं तथा दुबारा लिखने के कष्ट से बच सकते हैं; इसलिए आपको पत्र-लेखन उचित शैली में करनी चाहिए।
2. **व्यावसायिक स्वर**—यद्यपि विभिन्न परिस्थितियों में व्यावसायिक स्वर भी भिन्न होता है, किन्तु अधिकतर व्यावसायिक संचार सुव्यवस्थित स्वर में होना चाहिए। स्वर द्वारा यह प्रकट होना चाहिए कि आप और आपके श्रोतागण समझदार, तर्कसंगत तथा भावुक व्यक्ति हैं। व्यावसायिक स्वर को बनाए रखने के लिए निम्न नियम पालन करने चाहिए—
 - (i) बहुत अधिक घनिष्ठता न दिखलाएँ।
 - (ii) परिहास सोच-समझकर करें।
 - (iii) उपदेश न दें।
 - (iv) डींग न मारें।
 - (v) दूसरे व्यक्ति की चापलूसी न करें।
 - (vi) अपनी सीमा में रहकर स्वर का प्रयोग करें।

जब आप किसी पुराने जानकार (मित्र) को सम्बोधित करते हों तब तो आप अनौपचारिक बन सकते हैं, किन्तु जब आप किसी बड़ी संस्था के निचले सोपान पर हों तो आपका स्वर आदरणीय होना चाहिए, विशेषकर यदि आप अपने से ऊपर वाले लोगों के साथ पत्र व्यवहार कर रहे हों।

3. **'आप' शब्द का प्रयोग**—प्रथम ड्राफ्ट में मुझे, मेरे, हम, हमें, हमारे आदि शब्दों का प्रयोग न करें। इन शब्दों में स्वार्थ की बू पाई जाती है और ऐसा प्रतीत होता है कि आप पढ़ने वाले में कोई रुचि नहीं रखते। इन शब्दों के स्थान पर 'आप' और 'आपके' शब्द का प्रयोग करना चाहिए, किन्तु कुछ परिस्थितियों में 'आप' शब्द का प्रयोग नहीं करना होता है। उदाहरणार्थ, यदि आपको किसी दोष को स्थापित करना है, किन्तु कटुता की सम्भावना को न्यूनतम करने हेतु आप इसे वैयक्तिक बनाना नहीं चाहते तो आप 'आपने एक समस्या खड़ी कर दी है' कहने के बजाय यह कह सकते हैं कि 'एक समस्या उत्पन्न हो गई है।' यदि 'आप' कहने से तानाशाही टपके तो यह अशिष्ट होगा।
4. **धनात्मक परबल**—प्रथम ड्राफ्ट धनात्मक दृष्टिकोण का होना चाहिए अर्थात् लिखते हुए यह स्पष्ट किया जाय कि आप क्या कर सकते हैं या करेंगे। बजाय इसके कि क्या नहीं कर सकते या नहीं करेंगे। उदाहरणार्थ, यदि आप किसी ग्राहक से किसी विशेष वस्तु हेतु यह कहते हैं कि 'यह माल मिलना सम्भव नहीं है। इसके बजाय यह कहना चाहिए कि 'हम आपको यह माल अगले माह तक उपलब्ध करवा देंगे' तो यह ज्यादा उचित रहेगा।
5. **आकर्षक शब्दों का प्रयोग**—अपने सन्देश में ऐसे शब्दों का प्रयोग न करें जो श्रोताओं को चुभें या कटु लगे। अभद्र शब्दों के स्थान पर मधुर व आकर्षक शब्दों का प्रयोग करें। जैसे, 'कीलमुहासे' की बजाय 'चेहरे की समस्या' शब्द का प्रयोग, 'टॉयलेट पेपर' के स्थान पर 'बाथरूम टिश्यू' शब्द का प्रयोग किया जा सकता है।

6. **विनम्र**—प्रथम ड्राफ्ट लिखते समय विनम्र बने रहना चाहिए भले ही आपकी श्रोता/प्राप्तकर्ता से नाराजगी हो, किन्तु अभद्र शब्दों द्वारा इसे व्यक्त मत करें। उदाहरणार्थ, यदि आपको किसी से भुगतान प्राप्त करना है तो इसके बजाय कि “आप दो महीने से रकम (भुगतान) दबाए बैठे हैं अथवा उसे छोटे हुए हैं मुझे बतलाइए कि रकम कब तक देंगे?” आपको यह कहना चाहिए कि “जैसा कि हमने आपको दो माह पूर्व माल पहुँचा दिया था तथा बिल भी भिजवा दिया था, हम अब उसके भुगतान की आशा कर रहे हैं। कृपया बतलाइए कि हमें आप भुगतान कब तक दे देंगे?” आपके लेखन में विनम्रता व शिष्टता होनी चाहिए।

प्र.6. पत्र-लेखन (प्रथम ड्राफ्टिंग) के संशोधन की विवेचना कीजिए।

उत्तर

**प्रथम ड्राफ्ट को संशोधित करना/दोबारा लिखना
(Rewriting or Revising the First Draft)**

एक बार प्रथम ड्राफ्ट के पूरा हो जाने के पश्चात् उसकी समीक्षा की जानी चाहिए ताकि उसमें आवश्यक संशोधन किया जा सके। इससे संदेश बड़ा ही आकर्षक व प्रभावी हो जाता है। इस सम्बन्ध में संशोधन के कुछ नियमों का पालन करना आवश्यक है जो निम्न प्रकार हैं—

संशोधन के नियम (Laws for Revision)

1. सर्वप्रथम कोरे कागज पर दोबारा ड्राफ्ट लिखें तथा पूर्व लिखित ड्राफ्ट पृथक् रख दें।
2. संशोधन के समय, प्रपत्र को एक ही बार में पूर्ण रूप से पढ़ डालिए। यदि आपने विषय-वस्तु को अन्य दस्तावेजों से लिया है तथा ड्राफ्ट को कई बैठकों में लिखा है। यह आपको कुछ अतिरिक्त शब्द जोड़ने तथा पुनरावृत्ति भाग काटने में मदद करता है जिससे दस्तावेज सुव्यवस्थित बनता है तथा इसमें एकरूपता आती है।
3. पत्र का आरम्भ रोचक, प्रासंगिक तथा पढ़ने वाले की सम्भावित प्रतिक्रिया से जुड़ा होता है। अतः इस बात को ध्यानपूर्वक देखें कि क्या आरम्भ का पैराग्राफ विषय, उद्देश्य तथा सुव्यवस्था को सही ढंग से स्थापित करते हैं। सन्देश के अन्तिम भाग को पढ़ने में अधिक समय लगाएँ तथा देखें कि इसमें मुख्य विचार को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किया गया है या नहीं। यह भाग श्रोताओं पर अत्यधिक प्रभाव डालता है।
4. समय के अभाव में हल्का संशोधन करना उचित रहता है। अन्तिम दस्तावेज की गुणवत्ता भले ही इतनी ऊँची न हो जितनी गहन संशोधन करने पर होती है तथापि संशोधन न करने की अपेक्षा हल्का संशोधन करना सदैव बेहतर माना जाता है। हल्के संशोधन में निम्न तीन बातों पर ध्यान दिया जाता है—
(i) सन्देश का आरम्भिक व अन्तिम पैराग्राफ प्रभावशील होना।
(ii) पढ़ने वाले को आवश्यक सूचना उपलब्ध कराने में सन्देश का सहायक होना।
(iii) यह स्पष्ट होना कि पढ़ने वाले को क्या करना है।

कई विशेषज्ञों का विचार है कि संशोधन हेतु पत्र को तीन बार पढ़ने की योजना बनानी चाहिए—

1. **प्रथम संशोधन**—इस संशोधन में हम विषय-वस्तु के संशोधन व स्पष्टता पर बल देते हैं। इसके अन्तर्गत निम्न प्रश्नों पर विचार किया जाता है—
(i) क्या आपका दस्तावेज संस्था तथा पढ़ने वाले की आवश्यकताओं को पूरा करता है?
(ii) क्या आपने पढ़ने वाले को सब जानकारी उपलब्ध कराई है जिन्हें समझने तथा आपके सन्देशानुसार कार्य करने की उन्हें आवश्यकता है?
(iii) क्या समस्त सूचनाएँ सही हैं?
(iv) क्या प्रत्येक वाक्य स्पष्ट है? क्या सन्देश परस्पर विरोधी वक्तव्यों से मुक्त है?
2. **द्वितीय संशोधन**—द्वितीय संशोधन के अन्तर्गत इस तरह का संशोधन किया जाता है जिससे पत्र सुव्यवस्थित बने एवं सही खाका तैयार हो। इस सम्बन्ध में निम्न प्रश्न विचारणीय होते हैं—
(i) क्या संगठन का नमूना आपके उद्देश्यों, श्रोताओं तथा स्थिति के अनुरूप है?
(ii) क्या विचारों के बीच संक्रमण निर्विघ्न है? क्या पैराग्राफ के बीच विचारों का प्रवाह सहज है?
(iii) क्या दस्तावेज का डिजाइन पढ़ने वाला जैसी सूचना चाहता है उसे उपलब्ध करने में सहायक होता है?

- (iv) खाका द्वारा जिन बातों पर बल दिया गया है, क्या वे जरूरी हैं?
 (v) क्या आरम्भिक एवं अन्तिम पैराग्राफ प्रभावशाली हैं?
3. तृतीय संशोधन—इस चरण के संशोधन में पत्र की शैली व स्वर में संशोधन किया जाता है जो निम्न के उत्तर से सम्भव और सरल होता है—
- (i) क्या सन्देश पढ़ने में आसान है?
 (ii) क्या सन्देश मैत्रीपूर्ण तथा पक्षपाती भाषा से मुक्त है?
 (iii) क्या सन्देश सद्भावना बढ़ा रहा है?

सम्पादन (Editing)

पत्र-लेखन (प्रथम ड्रिफ्टिंग) एवं संशोधन के पश्चात् पत्र के विषय, ढाँचे एवं व्यवस्था से सन्तुष्ट होने पर संवाद क्रिया आरम्भ की जाती है। तत्पश्चात् ही अन्तिम प्रूफ पढ़ने की तैयारी की जाती है। सम्पादन कार्य में मुख्यतः निम्नलिखित चरण होते हैं—

1. सही शब्दों के लिए सम्पादन—शब्दों के चुनाव के दो महत्वपूर्ण पहलू शुद्धता तथा प्रभावपूर्णता है। सम्पादन करते समय इस बात की जाँच कर लेनी चाहिए कि सरल, प्रचलित तथा लघु शब्दों का प्रयोग किया गया है। यह सन्देश को प्रभावशाली बनाते हैं।
2. उचित वाक्यों के लिए सम्पादन—सबसे प्रभावपूर्ण लेखन वह होता है जिसमें तीन प्रकार के वाक्यों (सरल, संयुक्त व जटिल) का सन्तुलन पाया जाए। वाक्यों में अप्रचलित, शब्दाडम्बर तथा अत्यधिक उत्साही भाषा का प्रयोग न करें। वे वाक्य अधिक प्रभावशाली होते हैं जो छोटे हों एवं जिनमें कर्तृवाच्य (Active Voice) का प्रयोग किया गया हो। टालमटोल वाक्यों एवं अनुपयुक्त सूचकों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
3. पैराग्राफ के लिए सम्पादन—प्रत्येक पैराग्राफ समग्र सन्देश का एक महत्वपूर्ण भाग होता है। अतः पत्र का सम्पादन करते समय पैराग्राफों तथा उनमें परस्पर सम्बन्धों पर ध्यान रखना चाहिए। पैराग्राफों में सुसंगति होनी चाहिए। पैराग्राफ आदर्श आकार का होना चाहिए।

एक आदर्श पैराग्राफ के निम्न मूल तत्व होते हैं—1. प्रासंगिक वाक्य, 2. संक्रमण शब्द या वाक्यांश

पैराग्राफ के प्रभावशाली होने के लिए यह अनिवार्य है कि यह एक ही विचार पर केन्द्रित हो तथा आकार में छोटा हो।

प्र.7. सरकारी पत्र के अर्थ एवं महत्त्व को समझाइए। सरकारी, निजी तथा व्यापारिक पत्रों में अन्तर प्रस्तुत कीजिए।

उत्तर

सरकारी पत्र का अर्थ (Meaning of Official Letter)

‘सरकारी या शासकीय पत्र’ से हमारा तात्पर्य उन पत्रों से है जो (i) विविध सरकारी अधिकारियों के मध्य, अथवा (ii) एक सरकारी अधिकारी द्वारा सरकारी काम के सम्बन्ध में किसी व्यक्ति, फर्म या अन्य व्यावसायिक संस्था को लिखे जाते हैं। ‘सरकारी पत्रों’ का प्रयोग (i) राज्य सरकारों, (ii) संलग्न तथा अधीनस्थ सरकारी कार्यालयों, (iii) विदेशी सरकारों, (iv) संघीय व राज्यीय लोक सेवा आयोग जैसे अन्य कार्यालयों, (v) सार्वजनिक संस्थाओं, (vi) संगठनों, तथा (vii) व्यक्तियों के साथ सम्पर्क स्थापित करने के लिए किया जाता है। हाँ, इस सम्बन्ध में एक स्मरणीय बात यह है कि भारत सरकार के विभिन्न मन्त्रालयों में जो पारस्परिक पत्र-व्यवहार होता है वह सरकारी पत्र-व्यवहार का एक विशेष रूप होता है; जैसे—अर्द्ध-सरकारी पत्र, कार्यालय ज्ञापन, अनौपचारिक टिप्पणी इत्यादि।

सरकारी पत्रों का महत्त्व (Importance of Official Letters)

जो व्यक्ति सार्वजनिक या राजकीय सेवाओं में संलग्न हैं, अथवा जो किसी सरकारी दफ्तर में सेवा करना चाहते हैं, उनके लिए सरकारी पत्र-व्यवहार की जानकारी नितान्त आवश्यक है। यह एक सामान्य अनुभव की बात है कि किसी भी कार्यालय की कार्यक्षमता वहाँ के कर्मचारियों की दक्षता पर निर्भर करती है। यदि कार्यालय में काम करने वाले कर्मचारी दफ्तर की दिनचर्या से परिचित नहीं हैं और सरकारी पत्र-व्यवहार की कला से अनभिज्ञ हैं, तो कार्यालय की क्षमता तथा कार्य-उत्पादकता कदापि नहीं बढ़ सकती। अतः सरकारी कार्यालयों में काम करने वाले कर्मचारियों को कार्यालय की दिनचर्या से परिचित होना नितान्त आवश्यक है।

‘सरकारी’, ‘निजी तथा व्यापारिक’ पत्र में अन्तर

क्र० सं०	अन्तर का आधार	सरकारी पत्र	निजी पत्र	व्यापारिक पत्र
1.	परिभाषा	सरकारी पत्र सरकारी कर्मचारियों या अधिकारियों के बीच किसी सरकारी कार्य के सम्बन्ध में लिखे जाते हैं।	निजी व्यक्तिगत या प्राइवेट पत्रों से हमारा आशय उन पत्रों से है जो निजी या व्यक्तिगत मामलों के सम्बन्ध में पारिवारिक सदस्यों, मित्रों और स्नेहीजनों के बीच लिखे जाते हैं। इन्हें सामाजिक पत्र कहते हैं।	इनसे तात्पर्य उन पत्रों का है जोकि व्यापारियों के बीच किसी व्यापारिक अथवा व्यावसायिक कार्य हेतु लिखे जाते हैं।
2.	औपचारिकता	सरकारी पत्र नितान्त औपचारिक तथा गम्भीर प्रकृति का होता है। इनके आलेखन में विभिन्न प्रकार के नियमों व प्रारूपों का पालन अनिवार्य होता है।	इनके आलेखन में किसी प्रकार की औपचारिकता का पालन करने की आवश्यकता नहीं होती।	इनमें औपचारिकता का पुट कम और घनिष्ठता का अधिक होता है कुछ व्यापारिक पत्र लम्बे भी होते हैं।
3.	निकटता की भावना	सरकारी पत्रों में भावुकता का लेशमात्र भी स्थान नहीं होता। व्यक्तिगत पत्रों में पायी जाने वाली निकटता की भावना सरकारी पत्रों की विषय-वस्तु नहीं होती। इन पत्रों में पक्षकारों की पारस्परिक घनिष्ठता का आभास नहीं होता।	निजी पत्रों में निकटता की भावना विशेष रूप से दृष्टिगत होती है।	कुछ व्यापारिक पत्रों में व्यक्तिगत पत्रों की भाँति निकटता की भावना का भी आभास मिलता है। इनको पढ़ने से ऐसा पता लगता है कि पक्षकार एक-दूसरे से भली प्रकार परिचित हैं।
4.	आलेखन की विधि	इन पत्रों में दिनांक व क्रमांक के उल्लेख के साथ-साथ पत्रलेखक को आलेखन के विशिष्ट नियमों की परिधि में ही बँध कर पत्र लिखना पड़ता है।	सामाजिक पत्रों में दिनांक तो होता है किन्तु क्रमांक नहीं होता। आलेखन की विधि के सम्बन्ध में भी कोई औपचारिकता नहीं होती। अभिवादन आदि का ढंग व्यक्तिगत सम्बन्धों पर निर्भर करता है।	इन पत्रों में दिनांक व क्रमांक दोनों का उल्लेख होता है तथा आलेखन के सम्बन्ध में भी कुछ औपचारिकता का पालन करना जरूरी होता है।
5.	विषय	सरकारी पत्रों का विषय सदैव सरकारी होता है एवं एक पत्र में एक साथ दो विषयों का उल्लेख नहीं होता।	पत्र का विषय कुछ भी हो सकता है तथा एक ही पत्र में अनेक विषयों की चर्चा हो सकती है।	व्यापारिक पत्र का विषय स्पष्ट होता है किन्तु एक ही पत्र में एक से अधिक विषयों पर चर्चा हो सकती है।
6.	भाषा व शैली	सरकारी आलेखन में सदैव इस बात का ध्यान रखा जाता है कि पत्र की शैली में संयम हो। अतिशयोक्ति या काव्यात्मक भाषा का प्रयोग नहीं होता। केवल तथ्यों का सीधा व स्पष्ट उल्लेख किया जाता है।	निजी पत्रों की भाषा व शैली में अपनत्व का भाव प्रतिबिम्बित होता है।	व्यापारिक पत्रों की भाषा-शैली में चातुर्य (Tact) को भी स्थान दिया जाता है। कभी-कभी बात धुमा-फिराकर ऐसे प्रस्तुत करनी पड़ती है जिससे कि पाठक के मन पर विशेष प्रभाव पड़े एवं लेखक का उद्देश्य पूर्ण हो जाए।

7.	प्रापक का नाम	सरकारी पत्रों में प्रापक अधिकारी का केवल पदनाम लिखा जाता है। नाम केवल अर्द्ध-सरकारी पत्रों में ही लिखे जाते हैं।	इनमें प्रापक का नाम व्यक्तिगत सम्बन्धों के अनुसार लिखा जाता है।	इनमें प्रापक कोई व्यक्ति, फर्म या कम्पनी हो सकती है, एवं पत्र उनके नाम अथवा फर्म के प्रबन्धक या कम्पनी के सचिव या प्रबन्ध संचालक के नाम से लिखे जाते हैं।
8.	मौलिकता	सरकारी पत्रों में मौलिकता के लिए कोई स्थान नहीं होता। इनको लिखने का ढंग तथा प्रारूप नियत होता है।	निजी पत्रों में मौलिकता भी हो सकती है तथा नहीं भी। इनमें मौलिकता पत्र-लेखक की योग्यता पर निर्भर करती है।	यद्यपि व्यापारिक पत्र भी एक विशेष ढंग के अनुसार ही लिखे जाते हैं किन्तु उनमें सुविधानुसार परिवर्तन किया जा सकता है तथा मौलिकता भी लायी जा सकती है।
9.	हस्ताक्षर	सरकारी पत्रों में पत्र लेखक अपने हस्ताक्षर करने के बाद अपने पद का नाम उल्लेख भी आवश्यक रूप से करता है।	निजी पत्रों में लेखक केवल अपने हस्ताक्षर करता है।	व्यापारिक पत्रों में पत्र-लेखक हस्ताक्षर करके 'प्रति' या 'वास्ते' लिखकर अपना अधिकार भी प्रकट करता है।
10.	पत्र का आकार	सरकारी पत्र अधिकतर 13"×8" अथवा इसके आकार वाले सफेद या हल्के भूरे कागज पर लिखे जाते हैं। बायीं ओर लगभग 2" का मार्जिन टिप्पणी की सुविधा के लिए छोड़ा जाता है। सरकारी कार्यालयों में प्रयोग किये जाने वाले लिफाफे भी निम्न श्रेणी के होते हैं।	आकार आवश्यकतानुसार छोटा या बड़ा हो जाता है।	व्यापारिक पत्रों का कोई नियत आकार नहीं होता। विषय-सामग्री के कम या अधिक होने पर पत्रों का आकार भी छोटा या बड़ा रखा जा सकता है। व्यापारिक कार्यालय में प्रयोग किये जाने वाले लिफाफे प्रायः अच्छी श्रेणी के होते हैं।
11.	मुद्रांकन	सरकारी पत्रों पर शासकीय सेवा वाले डाक टिकटों (Service Stamps) का प्रयोग किया जाता है।	इनमें साधारण डाक टिकटों का ही प्रयोग होता है।	व्यापारिक पत्रों पर साधारण डाक टिकटों का ही प्रयोग किया जाता है।

प्र.8. सरकारी पत्र के अंग एवं प्रारूप का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर

शासकीय या सरकारी पत्र के अंग (Parts of Official Letter)

एक शासकीय या सरकारी पत्र के प्रमुख अंग निम्नांकित हैं—

1. **शीर्षक या विभाग का नाम**—सरकारी पत्र के प्रारम्भ में शीर्षस्थ भाग के मध्य में प्रेषक कार्यालय या विभाग का नाम मुद्रित या टंकित किया जाता है। इसके दो उदाहरण नीचे प्रस्तुत हैं—

भारत सरकार
[विदेश मन्त्रालय]
अथवा

प्राचार्य-कार्यालय, शासकीय महाविद्यालय, सहारनपुर

2. **क्रमांक एवं पत्र संख्या**—प्रत्येक सरकारी पत्र पर एक निश्चित क्रमांक या पत्र-संख्या अंकित की जाती है और जो प्रायः शीर्षक या विभागीय नाम के नीचे बायीं ओर की जाती है। कभी-कभी इसका उल्लेख शीर्षक के ऊपर या नीचे भी कर दिया जाता है, जैसे—

उत्तर प्रदेश सरकार
[शिक्षा विभाग]
पत्र-क्रमांक सं० संचा०/XX/375/2018-19
अथवा
शिक्षा निदेशक (उच्च शिक्षा), उत्तर प्रदेश, प्रयागराज
पत्र-क्रमांक : परीक्षा/XI/310/19

पत्र संख्या के उल्लेख की सबसे बड़ी उपयोगिता यह है कि भविष्य में किसी भी समय काम पड़ने पर सन्दर्भ हेतु पत्र को आसानी से निकाला जा सकता है।

3. प्रेषण का स्थान व तिथि—पत्र-क्रमांक की दायीं ओर प्रेषण के स्थान एवं तिथि का उल्लेख होता है; जैसे—

विधानसभा भवन,
लखनऊ
दिनांक.....

प्रेषण के स्थान के साथ-साथ पिन कोड (Pin code) का भी उल्लेख करना चाहिए।

4. प्रेषक का नाम व पता—क्रमांक के नीचे प्रेषक का नाम व पता निम्न ढंग से लिखा जाता है :

प्रेषक
डॉ० मायाराम,
शिक्षा निदेशक (उच्च शिक्षा) उत्तर प्रदेश
प्रयागराज अथवा
प्रेषक
जिलाधिकारी
गाजियाबाद

5. पाने वाले का नाम व पता—प्रेषक का नाम व पता लिखने के बाद ठीक उसी के नीचे 'प्रति' अथवा 'सेवा में' शब्द लिखकर, पत्र पाने वाले का नाम व पता लिखा जाता है। यहाँ यह स्मरणीय है कि सरकारी पदनाम व कार्यालय के नाम के बाद अल्प विराम (,) और स्थान के बाद पूर्ण विराम (।) का प्रयोग किया जाना चाहिए; उदाहरणार्थ—

सेवा में,
बालचन्द्र श्रीवास्तव
संयुक्त सचिव, शिक्षा मन्त्रालय,
उत्तर प्रदेश शासन,
प्रयागराज।

6. विषय व सन्दर्भ—पाने वाले का नाम व पता एवं अभिवादन के बीच पत्र के मध्य में पत्र का 'मुख्य विषय' लिखा जाता है एवं उसके नीचे 'सन्दर्भ' शीर्षक के अन्तर्गत जिस पत्र का उत्तर दिया जा रहा है उसका सन्दर्भ (अर्थात् क्रमांक व दिनांक) दिया जाता है; जैसे—

विषय : संचित राशि से फर्नीचर का क्रय करना।

सन्दर्भ : आपका पत्र क्रमांक सं० चा/XX/301/19, दिनांक 10-10-19

अथवा

विषय : तृप्तानग्रस्त क्षेत्रों की आर्थिक सहायता।

7. अभिवादन—सरकारी पत्रों में अभिवादन के लिए 'महोदय' शब्द का प्रयोग किया जाता है, चाहे पत्र उच्च अधिकारी को लिखा जाय या अधीनस्थ कर्मचारी को। अभिवादन के तुरन्त बाद एक अल्प विराम या कॉमा (,) लगाना चाहिए। अर्द्ध-सरकारी पत्रों में अभिवादन के स्थान पर 'प्रिय श्री.....', लिखा जाता है।

8. पत्र का मुख्य भाग—अभिवादन के बाद पत्र प्रारम्भ होता है। पत्र के मुख्य भाग को आवश्यकतानुसार विभिन्न पैराग्राफों में बाँटा जाता है। इसमें पत्र के मुख्य विषय का वर्णन किया जाता है। विशेष ध्यान देने की बात यह है कि एक सरकारी पत्र विषय से सम्बन्धित होना चाहिए। पत्र के मुख्य भाग के लेखन में विशेष सावधानी बरतनी चाहिए। प्रथम पैराग्राफ में विषय व गत सन्दर्भ का उल्लेख करना चाहिए। उदाहरण के लिए—
- (i) उपर्युक्त विषय एवं सन्दर्भ में मुझको निवेदन करना है कि..... अथवा
- (ii) आपके पत्र क्रमांक.....दिनांक.....के सन्दर्भ में मुझको सूचित करने का निर्देश हुआ है कि..... अथवा
- (iii) इस कार्यालय के पत्र संख्या.....दिनांक.....के विषय में आपका ध्यान आकर्षित करते हुए निवेदन है कि.....
9. अन्तिम वाक्य या अभिनिवेदन—अभिनिवेदन के स्थान पर 'भवदीय', 'भवनिष्ठ' या 'आपका विश्वासपात्र' शब्दों का प्रयोग किया जाता है।
10. हस्ताक्षर व पद—अभिनिवेदन के नीचे अधिकारी के हस्ताक्षर रहते हैं। हस्ताक्षर के नीचे कोष्ठक में अधिकारी का नाम स्पष्ट अक्षरों में लिख दिया जाता है तथा फिर पदनाम का भी उल्लेख किया जाता है; जैसे—
- भवदीय
.....(हस्ताक्षर).....
(बालचन्द श्रीवास्तव)
संयुक्त सचिव, उत्तर प्रदेश शासन
11. संलग्न—यदि पत्र के साथ कुछ अन्य प्रपत्र भी भेजे जा रहे हैं तो अन्त में बायीं ओर उसका उल्लेख करना चाहिए; जैसे—संलग्न : उपर्युक्तानुसार।
12. पृष्ठांकन—यदि पत्र की प्रतिलिपियाँ अन्य अधिकारियों के पास भी सूचनार्थ भेजी जाती हैं तो इस बात का उल्लेख अधिकारियों के नाम व पते के साथ करना चाहिए; जैसे—प्रतिलिपि सूचनार्थ एवं आवश्यक कार्यवाही हेतु—
1. शिक्षा निदेशक (माध्यमिक), उत्तर प्रदेश, लखनऊ।
2. शिक्षा निदेशक (उच्च शिक्षा), उत्तर प्रदेश, प्रयागराज।
13. पृष्ठांकन के नीचे बायीं ओर टाइप करने वाले कर्मचारी के इनीशियल्स भी दिये जाते हैं; जैसे—

सरकारी पत्र का प्रारूप
शिक्षा विभाग, उत्तर प्रदेश
पत्र संख्या-शि. नि./X/375/2019

प्रयागराज
दिनांक 8 जुलाई, 2021

प्रेषक
डॉ० मायाराम
शिक्षा निदेशक (उच्च शिक्षा), उत्तर प्रदेश
प्रयागराज।
सेवा में
उप-शिक्षा निदेशक,
द्वितीय मण्डल,
लखनऊ।

विषय : नवीन सत्र में कक्षाओं में प्रवेश।

महोदय,
.....
.....
.....

संलग्न :

प्रतिलिपि सूचनार्थ एवं आवश्यक शिक्षा निदेशक (उच्च शिक्षा) उत्तर प्रदेश कार्यवाही हेतु

(1) जिला विद्यालय निरीक्षक, लखनऊ।

भवदीय
हस्ताक्षर
(डॉ० मायाराम)

सरकारी पत्रों के प्रारूप (Formats of Official Letters)

अध्ययन की सुविधा की दृष्टि से समस्त सरकारी पत्रों को दो भागों में विभक्त किया जा सकता है। प्रथम भाग के अन्तर्गत उन सरकारी पत्रों का समावेश किया जा सकता है जो सामान्य सूचना से सम्बन्धित होते हैं और द्वितीय भाग के अन्तर्गत साधारणतः व्यक्तियों को लिखे जाने वाले पत्र आते हैं। इन दोनों भागों के अन्तर्गत सम्मिलित किये जाने वाले विविध प्रकार के सरकारी पत्र निम्न हैं—

1. **प्रथम भाग**—इसके अन्तर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है—
(i) अधिसूचना (Notification), (ii) प्रस्ताव या संकल्प (Resolutions) (iii) घोषणा (Proclamation) (iv) प्रेस विज्ञप्ति या नोट (Press Communique or Press Note), (v) अध्यादेश (Ordinances); (vi) त्रुटिसुधार (Erratum); (vii) कार्यालय आदेश (Office Order); तथा (viii) टेण्डर (Tender)।
2. **द्वितीय भाग**—इसके अन्तर्गत निम्नलिखित को सम्मिलित किया जाता है—
(i) पत्र (Letters); (ii) अर्द्ध-सरकारी (Demi Official Letters); (iii) ज्ञापन (Memorandum); (iv) परिपत्र (Circulars); (v) पृष्ठांकन (Endorsements); तथा (vi) अनुस्मारक (Reminder)।

प्र.9. सरकारी आलेखन के आधारभूत नियमों का उल्लेख विस्तारपूर्वक कीजिए।

उत्तर

सरकारी आलेखन के आधारभूत नियम (Fundamentals of Official Drafting)

सरकारी आलेखन के कुछ महत्वपूर्ण नियम निम्नलिखित हैं—

1. **आधार**—मसौदा पूर्व टिप्पणियों, सार-लेखों, अधिकारियों के आदेशों या तत्सम्बन्धी प्राप्त पत्रों अथवा भेजे गये पत्रों के आधार पर बनाया जाता है। सभी प्रकार के सरकारी पत्रों के लिए प्रायः पहले प्रारूप या मसौदा (Draft) तैयार किया जाता है। बहुधा प्रारूप लिपिक या सहायक को तैयार करना पड़ता है, किन्तु कई बार अधिकारी स्वयं ही प्रारूप तैयार करते हैं अथवा स्टेनो को बोलकर लिखवा देते हैं।
2. **विषय की पूर्व जानकारी देना**—किसी भी सरकारी पत्र को लिखने के पूर्व सम्पूर्ण विषय को भली प्रकार समझ लेना चाहिए। इससे प्रारूप पूर्ण व स्पष्ट रहता है तथा भविष्य में आवश्यक पत्र-व्यवहार की आवश्यकता नहीं पड़ती।
3. **हवाला या सन्दर्भ**—यदि किसी पत्र का विषय गत आदेशों अथवा पिछले पत्र-व्यवहार से सम्बन्धित है, तो प्रारूप में संक्षेप में उसका हवाला देना श्रेष्ठ होगा, क्योंकि उस पृष्ठभूमि के माध्यम से समस्त पत्र को समझना अधिक सरल होगा।
4. **प्रमुख तीन भाग**—प्रत्येक सरकारी-पत्र में तीन महत्वपूर्ण भाग होते हैं—(i) **प्रथम या प्रारम्भिक भाग** में विषय का संकेत होता है तथा पूर्व पत्र-व्यवहार का हवाला दिया जाता है, जिससे पढ़ने वाला व्यक्ति एकदम पत्र के विषय व प्रसंग को समझ जाय तथा आगे की बात को हृदयंगम कर सके। (ii) पत्र के एक दूसरे भाग में **प्रमुख विषय** के पक्ष या विपक्ष में दलीलें प्रस्तुत की जाती हैं। (iii) तीसरे तथा **अन्तिम भाग** में उन दलीलों के आधार पर निष्कर्ष निकालकर सिफारिश प्रस्तुत की जाती है।
5. **पैराग्राफों पर क्रम-संख्या डालना**—सरकारी पत्र के प्रत्येक पैराग्राफ को (पहले को छोड़कर) एक पृथक नम्बर दे दिया जाता है, जिससे कि उत्तर देने वाले को सुविधा हो एवं वह क्रम संख्या का हवाला देते हुए जवाब दे सके। आजकल यह पद्धति कम प्रयोग में लायी जाती है। लम्बे पत्रों की आशा में प्रत्येक पैराग्राफ पर केवल नम्बर ही नहीं किया जाता, वरन्

उसका एक उप-शीर्षक भी डाल दिया जाता है। इस उपशीर्षक से पत्र पढ़ने वाले को विषय समझने में बड़ी सहायता मिलती है :

यहाँ यह स्मरणीय है कि हिन्दी प्रारूपों में कभी-कभी 1, 2, 3 के स्थान पर 'अ', 'ब', 'स', या 'क', 'ख', 'ग', का प्रयोग किया जाता है।

6. **विषय को क्रम से सँजोना**—विषय से सम्बन्धित बातें तर्क सम्मत क्रम में इस प्रकार सँजोई या व्यवस्थित की जाती हैं कि उन्हें स्पष्ट रूप से समझा जा सके।
7. **संलग्न पत्रों का उल्लेख**—यदि किसी पत्र के साथ उनके प्रपत्र संलग्न हैं, तो उनका उल्लेख पत्र के नीचे बायें कोने में कर देना चाहिए। उपयुक्त स्थान होने की दशा में संलग्न पत्रों की सूची भी दी जानी चाहिए।
8. **उद्धरण**—यदि कभी उच्चाधिकारी, सेवा नियम-संहिता अथवा संविधान आदि के किसी उद्धरण को देना जरूरी समझा जाय, तो ऐसा मूल शब्दों में ही करना चाहिए, अपने निज के शब्दों में नहीं। साथ ही उसका पृष्ठ, क्रमांक आदि भी देना आवश्यक है।
9. **प्रतिलिपियों का उल्लेख**—कभी-कभी एक ही विषय का पत्र अनेक लोगों के पास भेजा जाता है। सामान्यतया इन सभी प्रतिलिपियों पर यह उल्लेख रहना चाहिए कि प्रतिलिपियाँ किन-किन लोगों को भेजी गयी हैं।
10. **भाषा**—प्रारूप की भाषा स्पष्ट, शुद्ध, अतिशयोक्ति रहित, संयत और संक्षिप्त होनी चाहिए। जिस बात पर बल देना अभीष्ट हो उसके लिए युक्तियुक्त प्रमाण देना चाहिए। पत्र लम्बा या जटिल होने की दशा में पत्र के अन्त में उसका सारांश दे देना चाहिए।
11. **तथ्य**—प्रारूप में तथ्यों का उल्लेख स्पष्ट और प्रत्यक्ष होना चाहिए। सरकार द्वारा स्वीकृत पारिभाषिक शब्द ही प्रयोग करने चाहिए। विराम चिन्हों का उचित प्रयोग करना चाहिए। पत्र को आदि से अन्त तक एक ही शैली में लिखना चाहिए।

□

UNIT-IV

रिपोर्ट लेखन Report Writing

खण्ड-अ अतिलघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. व्यापारिक रिपोर्टों के प्रकारों को बताइए।

उत्तर व्यापारिक रिपोर्टों को दो आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है—

1. कार्य (Function) के आधार पर, तथा 2. औपचारिकता (Formality) के आधार पर।
कार्य (Functions) के आधार पर रिपोर्टों को तीन श्रेणियों में बाँटा जा सकता है—

(क) सूचनात्मक रिपोर्ट (Informational Reports)

(ख) विश्लेषणात्मक रिपोर्ट (Analytical Reports), तथा

(ग) शोधात्मक रिपोर्ट (Research Reports)

औपचारिकता के आधार पर रिपोर्टों को दो मुख्य श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है—

(क) सांविधिक रिपोर्ट, तथा

(ख) गैर-सांविधिक अथवा ऐच्छिक रिपोर्ट।

गैर-सांविधिक अथवा ऐच्छिक रिपोर्टों को दो उपश्रेणियों में बाँटा जा सकता है—1. नैतिक रिपोर्ट, तथा 2. विशेष रिपोर्ट।

प्र.2. रिपोर्ट लेखन की दो विशेषताएँ लिखिए।

उत्तर 1. रिपोर्ट कड़ीबद्ध होनी चाहिए। 2. विशेष बातों को रेखांकित करें।

प्र.3. अच्छी रिपोर्ट से आप क्या समझते हैं?

उत्तर रिपोर्टों का प्रारूप तैयार करने के लिए कोई निश्चित नियम नहीं है। रिपोर्ट किस प्रकार लिखी जाए, उसकी क्या विषय-सामग्री हो, उसकी क्या भाषा हो, यह जाँच किये जा रहे विषय जाँच के उद्देश्य तथा इस पर निर्भर करेगा कि वह रिपोर्ट किसको प्रस्तुत की जानी है। सांविधिक रिपोर्ट को निर्धारित ढंग से तैयार किया जाना होता है, अतः इसके रूप के विषय में कोई निर्णय लेने की आवश्यकता नहीं होती।

प्र.4. अच्छी रिपोर्ट के दो गुण लिखिए।

उत्तर 1. सरल एवं स्पष्ट भाषा 2. पक्षपात रहित तथा तर्कपूर्ण।

प्र.5. वार्षिक प्रतिवेदन या रिपोर्ट से क्या आशय है?

उत्तर कम्पनी की वार्षिक रिपोर्ट का आशय इसके प्रकाशित खातों से है। प्रकाशित खातों का आशय कम्पनी का लाभ-हानि खाता, चिट्ठा, संचालकों की रिपोर्ट, अंकेषकों की रिपोर्ट और 'अध्यक्ष' के भाषण से है। वर्तमान काल में इनके अतिरिक्त सांख्यिकीय चार्ट, ग्राफ, डायग्राम, रोके हुए लाभों का विवरण (Statement of Retained Profit), आदि को भी प्रकाशित लेखों में कुछ कम्पनियों द्वारा सम्मिलित किया जाता है क्योंकि इनकी सहायता से कम्पनी की वित्तीय स्थिति एवं प्रगति अधिक सुन्दर एवं सरल ढंग से दिखायी जा सकती है।

प्र.6. अध्यक्ष के भाषण की विषय-सामग्री से आप क्या समझते हैं?

उत्तर जब कम्पनी की वार्षिक साधारण सभा धारा 166 के अनुसार की जाती है, तब इस सभा में संचालक-मण्डल का अध्यक्ष भाषण करता है। इस भाषण में मुख्यतया निम्नांकित से सम्बन्धित विषय-सामग्री होती है—

1. सम्बन्धित अवधि में कम्पनी की प्रगति।

2. कम्पनी द्वारा किये जाने वाले उद्योग या व्यवसाय का भविष्य।
3. वे कठिनाइयाँ जिनका कम्पनी ने सामना किया है और जिनका इसे भविष्य में सामना करना पड़ेगा।
4. कम्पनी के व्यवसाय के सम्बन्ध में सरकारी नीति का कम्पनी के व्यवसाय पर प्रभाव।
5. कम्पनी के भविष्य के बारे में अपने विचार।
6. अन्य कोई विषय जिसे वह उचित समझे।

प्र.7. रिपोर्ट लेखन में आरेख और चार्ट को समझाइए।

उत्तर ग्राफ, चार्ट, टेबल, आरेख और मानचित्र जैसे दृश्य तत्व पाठकों का ध्यान आकर्षित करते हैं और उन्हें विचारों को पूरी तरह से समझने में मदद करते हैं। वह उन दृष्टान्तों की तरह हैं जो कहानी कहने में मदद करते हैं। यह दृश्य लिखित विचारों को बढ़ाने और जटिल पाठ्य विवरण को सरल बनाने में मदद करते हैं। वह पाठक को एक जटिल प्रक्रिया को समझने या डेटा में रुझानों की कल्पना करने में मदद कर सकते हैं।

रिपोर्ट को बेहतर बनाने के लिए इमेज, चार्ट और ग्राफ जोड़ना महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह रिपोर्ट में लिखे गए तथ्यों का समर्थन करने और उन्हें नेत्रहीन रूप से दिखाने में सक्षम होगा।

रिपोर्ट लेखन के लिए दृश्य के प्रकार निम्नवत् है—

दृश्य का प्रकार	विवरण और उद्देश्य
टेबल	तुलना के लिए पंक्तियों और स्तम्भों में स्वरूपित श्रेणियों में विस्तृत जानकारी देखें।
रेखांकन	एक ही समय में दो या दो से अधिक विषयों की तुलना करें, या समय के साथ परिवर्तन की तुलना करें।
चार्ट	किसी विषय के विभाजनों की संख्या और सापेक्ष आकार प्रदर्शित करें।
आरेख	कार्यात्मक साझेदारी की पहचान करें, विस्तार पर जोर दें या आयाम दिखाएँ।

प्र.8. रिपोर्ट में ए०पी०ए० शैली दस्तावेजीकरण से आप क्या समझते हैं?

उत्तर रिपोर्टें सरकारों, कार्य समूहों, या अन्य संगठनों द्वारा प्रकाशित की जा सकती हैं। किसी व्यक्तिगत लेखक के साथ रिपोर्ट को संदर्भित करने के लिए, लेखक का नाम और हस्ताक्षर, रिपोर्ट शीर्षक (इटैलिसाइज्ड), रिपोर्ट संख्या, इसे प्रकाशित करने वाले संगठन और URL (यदि ऑनलाइन एक्सेस किया जाता है, उदाहरण के लिए पीडीएफ के रूप में)।

एपीए शैली उद्धरण के लेखक/तिथि पद्धति का उपयोग करती है जिसमें लेखक का अन्तिम नाम और प्रकाशन का वर्ष कागज के वास्तविक पाठ में डाला जाता है। यह अमेरिकन साइकोलॉजिकल एसोसिएशन द्वारा अनुशंसित शैली है और कई रिपोर्टों में इसका उपयोग किया जाता है।

खण्ड-ब लघु उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. कार्य के आधार पर रिपोर्ट अथवा प्रतिवेदन को कितने भागों में वर्गीकृत किया गया है?

उत्तर कार्य के आधार पर दफ्तरों की रिपोर्टें अथवा प्रतिवेदनों को तीन भागों में बाँटा जा सकता है—

1. **सूचनात्मक रिपोर्ट**—ये रिपोर्टें किसी गतिविधि के विषय में तथ्य सम्बन्धी सूचनाएँ प्रस्तुत करती हैं। सूचनाओं के सम्बन्ध में कोई टिप्पणी अथवा सुझाव प्रस्तुत नहीं किया जाता है। उदाहरणतः, एक यूनिवर्सिटी अपने से संलग्न विभिन्न कॉलेजों से यदि छात्रों की संख्या की रिपोर्ट प्राप्त करे तो वह सूचनात्मक रिपोर्ट होगी। प्रायः ये रिपोर्ट नैतिक प्रकृति की होती हैं जिन्हें नियमित मध्यान्तरों, जैसे कि एक सप्ताह, पक्ष अथवा महीने, के पश्चात् प्रबन्धकों के समक्ष प्रस्तुत किया जाता है। उदाहरणतः प्रत्येक सेल्समैन को अपने विक्रय के सम्बन्ध में मासिक रिपोर्ट प्रस्तुत करने के लिए कहा जा सकता है। इस प्रकार की रिपोर्ट नैतिक ढंग से लिखी जाती हैं। इस प्रकार की रिपोर्टें हर बार नये रूप में नहीं लिखी जातीं, प्रायः छपे-छपाये फार्मों में आँकड़े भर दिये जाते हैं और रिपोर्ट तैयार हो जाती है।
2. **विश्लेषणात्मक रिपोर्ट**—इन रिपोर्टों में अध्ययन किये गये विषय के सम्बन्ध में तथ्य तथा विश्लेषणात्मक व्याख्याएँ प्रस्तुत की जाती हैं। इस प्रकार की रिपोर्टों में अध्ययन किए जा रहे विषय से सम्बन्धित आँकड़े एकत्रित करके उनका विश्लेषण व व्याख्या की जाती है तथा निष्कर्ष निकाले जाते हैं। उदाहरणतः किसी व्यापारिक संस्थान की बिक्री में बहुत

अधिक गिरावट आ जाने पर गिरावट की जानकारी व कारण जानने के लिए विश्लेषणात्मक रिपोर्ट तैयार की जा सकती है।

3. **शोधात्मक रिपोर्ट**—इस प्रकार की रिपोर्टें किसी एक व्यक्ति अथवा व्यक्तियों के समूह द्वारा किए गए शोधकार्य के परिणामों को प्रस्तुत करने के लिए तैयार की जाती हैं। उदाहरणतः, विशेषज्ञों के एक दल को पेट्रोल के स्थान पर कोई और पदार्थ ढूँढने का कार्य सौंपा जा सकता है। जब विशेषज्ञों का यह दल लिखित रूप से अपनी जाँच के परिणाम प्रस्तुत करेगा तो उसे शोधात्मक रिपोर्ट कहा जायेगा। 'बाजार खोज रिपोर्ट' शोधात्मक रिपोर्ट का एक और उदाहरण है।

प्र.2. निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए—

1. सांविधिक रिपोर्ट 2. गैर सांविधिक रिपोर्ट

उत्तर 1. सांविधिक रिपोर्ट—जैसा कि इनके नाम से प्रतीत होता है, इस प्रकार की रिपोर्टें विभिन्न अधिनियमों के प्रावधानों के अनुसार निर्धारित अधिकारियों को प्रस्तुत की जानी होती हैं। उदाहरणतः, कम्पनियों की दशा में अंकेक्षकों की रिपोर्ट, तथा वार्षिक बहीखातों की रिपोर्ट, कम्पनी अधिनियम के प्रावधानों के अनुसार अनिवार्य रूप से कम्पनियों के रजिस्ट्रार के सम्मुख प्रस्तुत की जानी होती हैं। इसी प्रकार औद्योगिक संस्थानों को श्रमिक मुआवजा अधिनियम, फौकट्री अधिनियम, औद्योगिक विवाद अधिनियम, कर्मचारी राज्य बीमा अधिनियम इत्यादि के अन्तर्गत भी विभिन्न प्रकार की सांविधिक रिपोर्ट तैयार करनी होती हैं। विभिन्न प्रात्यों के सहकारिता कानून भी सहकारी समितियों पर समय-समय पर विभिन्न प्रकार की रिपोर्ट दर्ज कराने की जिम्मेदारी सौंपते हैं। सांविधिक रिपोर्टों को निर्धारित ढंग से तैयार किया जाना होता है तथा निर्धारित समय पर प्रस्तुत किया जाना होता है। अधिकतर सांविधिक रिपोर्ट तथ्य-सम्बन्धी होती हैं।

2. **गैर-सांविधिक अथवा ऐच्छिक रिपोर्ट**—वे रिपोर्टें जिन्हें किसी अधिनियम अथवा कानून के अन्तर्गत तैयार व प्रस्तुत किया जाना अनिवार्य न हो, उन्हें गैर-सांविधिक अथवा सामान्य रिपोर्ट कहते हैं। इस प्रकार की रिपोर्ट प्रबन्धकों को किसी मामले के सम्बन्ध में आँकड़े, विचार अथवा सुझाव प्रदान करने के लिए तैयार की जाती हैं। इन रिपोर्टों को तैयार करने का उद्देश्य प्रबन्धकों को निर्णय लेने के लिए आवश्यक जानकारी प्रदान करना होता है। उदाहरणतः, प्रबन्धक इस सम्बन्ध में रिपोर्ट माँग सकते हैं कि किसी विशेष उत्पादन के विक्रय में आकस्मिक गिरावट किन कारणों से हुई है।

प्र.3. एक अच्छी कार्यालय अथवा व्यावसायिक रिपोर्ट के गुणों का उल्लेख कीजिए।

उत्तर एक अच्छी कार्यालय अथवा व्यावसायिक रिपोर्ट के गुण निम्नलिखित हैं—

1. **उद्देश्य की पूर्ति**—रिपोर्ट किसी निश्चित उद्देश्य की पूर्ति के लिए तैयार की जाती है। एक श्रेष्ठ रिपोर्ट को उस उद्देश्य की पूर्ति करनी चाहिए। उदाहरणतः, किसी कार्यालय की टाइप मशीन चोरी हो जाय और उसकी जिम्मेदारी निश्चित करने के लिए रिपोर्ट माँगी जाए तो यदि उस रिपोर्ट में चोरी के लिए जिम्मेदारी निश्चित करने के स्थान पर चोरी को रोकने के प्रयत्नों की चर्चा की जाती है तो वह रिपोर्ट बेकार होगी।
2. **सरल व स्पष्ट भाषा**—रिपोर्ट की भाषा सरल तथा स्पष्ट होनी चाहिए। सरल शब्दों का प्रयोग करना श्रेयकर रहता है। सरल शब्द अधिक स्पष्ट होते हैं तथा उनके द्वारा रिपोर्ट के भाव को आसानी से व्यक्त किया जा सकता है। रिपोर्ट लिखने के लिए स्पष्ट तथा छोटे-छोटे वाक्यों का प्रयोग किया जाना चाहिए। रिपोर्ट में तकनीकी शब्दों का प्रयोग किया जाना चाहिए कि नहीं, यह इस पर निर्भर करेगा कि रिपोर्ट के प्राप्तकर्ताओं को तकनीकी जानकारी है कि नहीं। यदि रिपोर्ट गैर-तकनीकी व्यक्तियों को प्रस्तुत की जानी है तो तकनीकी शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।
3. **विश्वसनीय तथा पूर्ण**—रिपोर्ट ऐसी होनी चाहिए कि जिस पर विश्वास किया जा सके। रिपोर्ट में विचार तथा तर्क विवेकपूर्ण ढंग से प्रस्तुत किए जाने चाहिए। रिपोर्ट में अध्ययन किए जा रहे विषय से सम्बन्धित पूर्ण तथ्य प्रस्तुत किए जाने चाहिए। श्रेष्ठ रिपोर्ट वह है जो पढ़ने वाले को सोचने के लिए विवश करके उसे क्रिया करने को प्रेरित करे। रिपोर्ट में ऐसे तर्क प्रस्तुत नहीं किए जाने चाहिए जिनका दोहरा अर्थ निकलता हो।
4. **पक्षपात रहित तथा तर्कपूर्ण**—रिपोर्ट में निकाले गये निष्कर्ष तथा प्रस्तुत किये गये सुझाव पक्षपातरहित होने चाहिए। उनके द्वारा रिपोर्ट प्रस्तुतकर्ता का किसी ओर झुकाव प्रतीत नहीं होना चाहिए। रिपोर्ट में कोई भी ऐसी बात नहीं कही जानी चाहिए जो उपलब्ध आँकड़ों तथा तथ्यों पर आधारित न हो। रिपोर्ट में प्रस्तुत किये गये सुझाव अथवा सिफारिशें सुनिश्चित तथा व्यावहारिक होने चाहिए।

5. **संक्षिप्त तथा प्रासंगिक**—रिपोर्ट संक्षिप्त होनी चाहिए। इसमें वही बातें लिखी जानी चाहिए जो अति आवश्यक हैं। चाहे जाँच के दौरान कितने ही महत्वपूर्ण च रुचिकर तथ्य सामने क्यों न आएँ, परन्तु रिपोर्ट में केवल जाँच से सम्बन्धित विषय की ही चर्चा की जानी चाहिए।
6. **उचित प्रारूप**—रिपोर्ट को उचित रूप में लिखा जाना चाहिए। व्याख्या के लिए रिपोर्ट में विवरणात्मक शीर्षक व उपशीर्षक दिये जाने चाहिए। प्रत्येक नये विचार अथवा तथ्य को नये अनुच्छेद में दिया जाना चाहिए। निष्कर्ष तथा सुझावों को रिपोर्ट के अन्त में दिया जाना चाहिए। रिपोर्ट पर प्रस्तुतिकरण की तिथि अंकित होनी चाहिए तथा उस पर प्रस्तुतकर्ता के हस्ताक्षर भी होने चाहिए।

प्र.4. नैतिक एवं विशेष रिपोर्ट पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

उत्तर नैतिक रिपोर्ट—जैसा कि इनके नाम से प्रतीत होता है, ये रिपोर्ट नैतिक मामलों के सम्बन्ध में तैयार की जाती हैं। उदाहरणतः यदि प्रबन्धक निर्णय लेते हैं कि कुछ मामलों के सम्बन्ध में रिपोर्ट नियमित रूप से तैयार की जाएँ तो ये नैतिक रिपोर्ट कहलायेंगी तथा इसके पश्चात् इन रिपोर्टों को तैयार करना कार्यालय का नैतिक कार्य बन जायेगा। इन रिपोर्टों का मुख्य उद्देश्य प्रबन्धकों को विभिन्न विभागों की प्रगति से परिचित कराना होता है। उदाहरणतः यदि किसी वस्तु के उत्पादन अथवा लागत के सम्बन्ध में प्रतिमास कोई रिपोर्ट प्रस्तुत की जाये तो उसे नैतिक रिपोर्ट कहेंगे। नैतिक रिपोर्टों का उद्देश्य प्रबन्धकों को संस्था के विभिन्न विभागों की गतिविधियों से अवगत कराना होता है, ताकि वे उन पर प्रभावपूर्ण नियन्त्रण रख सकें।

नैतिक रिपोर्ट प्रायः संक्षिप्त होती हैं। इनमें तथ्यों का ही वर्णन होता है। नैतिक रिपोर्ट का क्या उद्देश्य है, इसका निर्णय उस समय लिया जाता है, जब उस रिपोर्ट को बनाये जाने के सम्बन्ध में पहली बार फैसला किया जाता है। नैतिक रिपोर्ट सामान्यतः छपे-छपाये फार्मों में आँकड़ों व विवरण भरकर तैयार की जाती है। न तो इनमें कोई भूमिका दी जाती है और न ही कोई सुझाव प्रस्तुत किये जाते हैं। रिपोर्ट प्राप्तकर्ता के महत्व तथा व्याख्या करने के ढंग से पूर्वपरिचित होता

विशेष रिपोर्ट—ये रिपोर्टें किसी विशेष अवसर पर अथवा कोई असामान्य घटना घटने पर कोई सूचना प्राप्त करने अथवा तथ्यों का विश्लेषण करने के लिए तैयार की जाती हैं। उदाहरणतः यदि किसी कारखाने में बार-बार हड़ताल होती रहे तो हड़ताल के कारण जानने के लिए विशेष रिपोर्ट तैयार करवायी जा सकती है। इसी प्रकार यदि कोई व्यापारिक संस्था कोई नई वस्तु बाजार में प्रस्तुत करना चाहती है तो बाजार की स्थिति जानने के लिए विशेष रिपोर्ट तैयार करवायी जा सकती है।

विशेष प्रतिवेदन अथवा रिपोर्ट व्यक्तियों (जैसे कि सचिव, अंकेक्षक अथवा प्रबन्धक) द्वारा भी तैयार की जा सकती है तथा समितियों (जैसे कि शेयर आवण्टन समिति, शेयर हस्तान्तरण समिति अथवा संचालकों की उप-समिति) द्वारा भी। रिपोर्ट समितियों द्वारा तैयार करवाए जाने पर भी उनके लेखन का कार्य किसी एक व्यक्ति को ही करना होता है, हाँ, उसके प्रारूप को समिति द्वारा अनुमोदित करवा लिया जाता है। नैतिक रिपोर्टों के समान, विशेष रिपोर्ट केवल तथ्यों का प्रकथन नहीं होती हैं, इनका क्षेत्र बहुत विस्तृत होता है। विशेष रिपोर्टें किसी भी मामले की आवश्यकताओं के अनुसार तैयार की जाती हैं। ये जाँच किये जा रहे मामले के सम्बन्ध में तथ्य, व्याख्या, विश्लेषण, निष्कर्ष तथा सुझाव प्रस्तुत करती हैं।

प्र.5. रिपोर्टों पर नियन्त्रण क्यों आवश्यक है? समझाइए।

उत्तर किसी भी बड़े आकार की संस्था में नैतिक प्रकार की रिपोर्टों की मात्रा पर अंकुश रखना आवश्यक है। यह अनुभव किया गया है कि समय व्यतीत होने के साथ-साथ नैतिक आवधिक रिपोर्टों की संख्या इतनी बढ़ जाती है कि कर्मचारी अपना मूल काम करने के स्थान पर, अधिकतर समय, रिपोर्ट तैयार करने में लगे रहते हैं तथा इन रिपोर्टों का उपयोग कुछ भी नहीं होता। अनावश्यक रिपोर्टों का तैयार किया जाना समय, श्रम व धन की बर्बादी है। सरकारी कार्यालयों में इतनी अधिक रिपोर्ट तैयार की जाती हैं कि उन्हें कोई पढ़ता ही नहीं है, इधर ये रिपोर्ट प्राप्त की जाती हैं और उधर इन्हें फाइलों में दबा दिया जाता है, इसको Gi Go (garbage in garbage out-गन्द आया और गन्द गया) कहते हैं।

कार्यालयों में रिपोर्ट प्रणाली का समय-समय पर मूल्यांकन व नियन्त्रण किया जाना आवश्यक है। नियन्त्रण न होने पर अवांछित व अनुपयोगी रिपोर्टों का बनते रहना प्रायः बढ़ता ही रहता है। रिपोर्टों के बनाने पर अंकुश रखने के लिए मास्टर कण्ट्रोल तालिका रखनी आवश्यक होती है। यह तालिका निम्नलिखित तथ्य दर्शाती है—

- (i) रिपोर्ट का शीर्षक;
- (ii) रिपोर्ट तैयार करने का काल अन्तर; जैसे—मासिक, त्रैमासिक आदि;
- (iii) रिपोर्ट की विषय-सामग्री;

- (iv) रिपोर्ट का उद्देश्य;
- (v) रिपोर्ट की कितनी प्रतियाँ तैयार की जानी हैं;
- (vi) रिपोर्ट किन व्यक्तियों को भेजी जाती हैं; तथा
- (vii) रिपोर्ट सुरक्षित रखी जाने की अवधि।

जब किसी रिपोर्ट का मूल्यांकन किया जाता है तो विचार किये जाने वाले तथ्य हैं—

- (i) क्या वह रिपोर्ट आज भी वांछनीय व उपयोगी है?
- (ii) क्या इसके काल/अन्तर को बदला जा सकता है?
- (iii) क्या इस रिपोर्ट को अन्य किसी रिपोर्ट के साथ मिलाया जा सकता है?
- (iv) क्या इस रिपोर्ट का लाभ इसको तैयार करने में लगे समय व श्रम से अधिक है?
- (v) क्या इस रिपोर्ट को संक्षिप्त किया जा सकता है?
- (vi) क्या इस रिपोर्ट में दिये गये आँकड़े रिपोर्ट के उद्देश्य व उपयोग के लिए आवश्यक हैं?
- (vii) क्या इस रिपोर्ट को प्राप्त करने वाले प्रत्येक व्यक्ति को इसकी आवश्यकता है व क्या वह इसका प्रयोग करता है?

यदि किसी रिपोर्ट के प्रारूप या काल अन्तर में परिवर्तन करने की आवश्यकता हो तो उस रिपोर्ट को संशोधित किया जाना चाहिए। यदि कोई रिपोर्ट बेकार प्रतीत हो तो उसे समाप्त किया जाना चाहिए तो ही संस्था की कार्यकुशलता बढ़ेगी और व्यय में किफायत होगी।

प्र.6. वार्षिक साधारण सभा के लिए रिपोर्ट का नमूना प्रस्तुत कीजिए।

उत्तर

वार्षिक साधारण सभा के लिए रिपोर्ट का नमूना

(Specimen of Report for Annual Meeting General)

देशमुख लि० इन्दौर की वार्षिक साधारण सभा 56, कल्पना लोक, इन्दौर में.....को..... बजे हुई। इस सभा में कुल 700 अंशधारी उपस्थित थे जिसमें से 400 व्यक्तिगत रूप से तथा 300 प्रॉक्सी (Proxy) के रूप में थे। सदस्यों के अतिरिक्त कम्पनी के अंकेक्षक श्री दिनेशसिंह एवं कम्पनी के कानूनी सलाहकार श्री दीवानसिंह भी उपस्थित थे।

सचिव ने सभा की सूचना पढ़ी। संचालकों की रिपोर्ट और कम्पनी के वार्षिक खातों को पढ़ा हुआ माना गया। श्री दिनेशसिंह ने, जो कम्पनी के अंकेक्षक थे, अंकेक्षक रिपोर्ट पढ़ी।

सभा के अध्यक्ष, श्री हरेशचन्द्र अग्रवाल ने सभी सदस्यों का स्वागत करते हुए अपना भाषण दिया। अध्यक्ष ने अपने भाषण में निम्नांकित विचार व्यक्त किये—

- संचालक एवं अंकेक्षक की रिपोर्ट तथा कम्पनी के वार्षिक खाते जो आपके पास हैं, इन्हें पढ़ा हुआ मानने के लिए मुझे आज्ञा दीजिए।
- इस कम्पनी का सिल्क उद्योग काफी प्रगति पर है, परन्तु फिर भी इसे काफी कठिनाइयों का सामना करना पड़ रहा है क्योंकि सरकार की ओर से इस उद्योग को इतना सहयोग प्राप्त नहीं हो रहा है जितना कि अन्य उद्योगों के लिए सरकार द्वारा दिया जा रहा है।
- बहुत-सी कठिनाइयों के होते हुए भी मुझे यह घोषित करते हुए हर्ष हो रहा है कि कम्पनी ने पिछले तीन वर्षों की तुलना में पर्याप्त प्रगति की है। इस वर्ष पिछले वर्षों की तुलना में निर्यातों में 72% की वृद्धि हुई है।
- कम्पनी द्वारा प्रयोग की जाने वाली मशीनें पुरानी हो गयी हैं इसलिए नयी मशीनों को लगाने की आवश्यकता है। यही कारण है कि कम्पनी अपनी विस्तार योजना के अन्तर्गत उत्पादन की किस्म में सुधार की दृष्टि से अमेरिका से स्वचालित मशीनें मँगा रही है। आशा है कि इन मशीनों के द्वारा कम्पनी का उत्पादन बढ़ेगा तथा उत्पादन लागत में भी कमी होगी जो कि प्रतियोगिता का सामना करने में बहुत सहायक होगा।
- यद्यपि अभी तक कम्पनी ने ऋण नहीं लिये हैं, परन्तु अगले वर्ष कम्पनी द्वारा ऋण लिये जाने की सम्भावना है क्योंकि कम्पनी एक विस्तार योजना को कार्यान्वित करने जा रही है।
- देश एवं विदेश के सिल्क उद्योग व्यापारी हमारी बनायी हुई वस्तुओं की प्रशंसा करते हैं तथा उन्होंने अगले वर्ष के लिए पिछले वर्ष की तुलना में दुगुने ऑर्डर बुक कराये हैं।

- कम्पनी के कर्मचारियों के साथ कम्पनी के सम्बन्ध बहुत अच्छे हैं। इस शहर के सभी उद्योगों में यह वर्ष हड़ताल एवं तालाबन्दी का वर्ष रहा है, परन्तु मुझे गर्व है कि हमारी कम्पनी में कार्य सुचारु रूप से चलता रहा और यहाँ हड़ताल नहीं हुई और न कोई अप्रिय घटना घटी। इसके लिए हमारे समस्त कर्मचारी बधाई के पात्र हैं।
- अब मैं आप लोगों के समक्ष यह प्रस्ताव रखता हूँ कि संचालकों की रिपोर्ट एवं कम्पनी के वार्षिक खाते पारित किये जायें।

प्रस्ताव (Proposals)

‘वर्ष के संचालकों की रिपोर्ट एवं वार्षिक खाते पारित किये गये।’

धन्यवाद (Gratitude)

उपर्युक्त प्रस्ताव का अनुमोदन श्री अविनाश व्यास ने किया। यह प्रस्ताव सर्वसम्मति से पारित किया गया।

अवकाश ग्रहण करने वाले संचालक श्री मजूमदार एवं श्री गुरुमुख भाई पटेल को पुनः नियुक्त किया गया। अंकेक्षक के पद पर श्री दिनेशसिंह को पुनः नियुक्त किया गया, इनका पारिश्रमिक ₹50,000 प्रतिवर्ष निर्धारित किया गया।

सभा में किसी भी सदस्य ने कोई विरोध नहीं किया, वरन् अनुराग अग्निहोत्री ने अध्यक्ष एवं संचालक-मण्डल के कार्य की प्रशंसा की।

अन्तरिम लाभांश की घोषणा समस्त अंशों पर 7% की दर से की गयी। अध्यक्ष को धन्यवाद देने के लिए श्री सुनील ने प्रस्ताव किया एवं श्री सुभाषचन्द्र ने अनुमोदित किया। इसके सर्वसम्मति के पास होने के बाद सभा की कार्यवाही समाप्त हुई।

खण्ड-स विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

प्र.1. रिपोर्ट लेखन से क्या आशय है? इसके उद्देश्य, महत्त्व एवं विशेषताओं का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर

रिपोर्ट लेखन (Report Writing)

आज के प्रबन्धकीय विकसित समाज में रिपोर्ट लेखन प्रत्येक स्थान पर आवश्यक हो गया है। प्रत्येक ऐसा व्यस्त व्यक्ति जो प्रातः से रात्रि तक अनेक लोगों से मिलता है, सभी से व्यापारिक गतिविधियों पर वार्तालाप करता है, उनसे कुछ वायदे करता है। इन सभी को निभाने हेतु वह अपने पास कुछ noting तैयार करता है। उसी noting के आधार पर वह अपने कार्य को अन्जाम देता है। प्रबन्ध के इसी क्रम में उसका सहायक व्यक्ति उसी आधार पर अपने उच्चाधिकारियों के निर्देश पर कार्य करता है, परन्तु उसने एक निश्चित समय में जो कुछ कार्य किया है वह उसे अपने अधिकारियों को कैसे बताएँ उसी के लिए उसे जो रिपोर्ट लिखता है उसे ही विशेष रूप से ‘रिपोर्ट लेखन’ का प्रारम्भ कहते हैं। उदाहरणतः एक कम्पनी का अध्यक्ष विभिन्न सेल्समैनों द्वारा किये गये विक्रय के सम्बन्ध में रिपोर्ट माँग सकता है। यदि विभिन्न विभागों की स्थिति जाननी हो तो प्रबन्धक उन विभागों से यह रिपोर्ट माँग सकते हैं कि आजकल वे क्या कार्य कर रहे हैं तथा उनकी भावी योजनाएँ क्या हैं। कुछ रिपोर्टें नैतिक प्रकृति की होती हैं, इन्हें नियमित अवधि के पश्चात् बार-बार तैयार किया जाना होता है। उदाहरणतः, कार्यालय प्रबन्धक विभिन्न अनुभागों से साप्ताहिक रिपोर्ट माँग सकता है कि वहाँ कितने पत्र प्राप्त हुए तथा कितनों के उत्तर दिये गये। यह संगठन के ढाँचे तथा प्रकृति पर निर्भर करता है कि वहाँ कितनी तथा किस प्रकार की रिपोर्टें तैयार की जाती हैं। संगठन के सम्बन्ध में जब भी कोई रिपोर्ट की जानी होती है तो यह कार्य प्रायः कार्यालय प्रबन्धकों को सौंपा जाता है या उससे इस सम्बन्ध में सहायता प्राप्त की जाती है।

विद्वान लेखक सी०ए० ब्राउन ने रिपोर्ट लेखन के बारे में कहा है कि रिपोर्ट लेखन एक व्यक्ति द्वारा दूसरे को संचार का वह माध्यम है जिसके जरिए वह सूचनाएँ देता है जिसकी आवश्यकता है। इसके अन्तर्गत घटित घटनाओं को सूचित करना भी शामिल है।

उक्त के आधार पर स्पष्ट है कि कोई भी व्यक्ति जब सम्बन्धित घटनाओं को लेखबद्ध तरीके से दूसरे के सम्मुख प्रस्तुत करता है, उस लेखनी को रिपोर्ट लेखन की संज्ञा देते हैं।

रिपोर्ट लेखन का उद्देश्य (Object of Report Writing)

किसी विषय का पूर्ण अध्ययन करके, सारे तथ्यों व सूचनाओं को एकत्रित करके, तथा उनकी जाँच व छानबीन करके उपयुक्त निष्कर्ष निकालना तथा उस जाँच के सम्बन्ध में सुझावों को वैज्ञानिक ढंग से प्रस्तुत करना रिपोर्ट का उद्देश्य होता है। रिपोर्ट के माध्यम से पाठकों को एक विषय से सम्बन्धित सभी पहलुओं पर एक ही स्थान पर पूर्ण जानकारी प्रदान की जाती है। रिपोर्ट के प्रायः तीन मुख्य उद्देश्य होते हैं—

- (क) किसी विषय पर पूर्ण जानकारी एक ही स्थान पर उपलब्ध कराना,

- (ख) यदि भविष्य में कभी आवश्यकता पड़े तो उस रिपोर्ट के सन्दर्भ के लिए प्रयोग किया जाना, तथा
(ग) प्रबन्धकों, शेयरधारकों, ग्राहकों, जनता इत्यादि को किसी विषय पर आवश्यक सूचना प्रदान करना।

रिपोर्ट लेखन का महत्व (Importance of Report Writing)

कार्यालयों में प्रतिवर्ष अनेक रिपोर्टें तैयार की जाती हैं। कोई रिपोर्ट एक पन्ने की हो सकती है तथा कोई पूरी पुस्तक के रूप में भी हो सकती है। रिपोर्ट प्रबन्धकों को महत्वपूर्ण सूचना प्रदान करती है जिनके आधार पर वे निर्णय लेते हैं। रिपोर्ट प्रबन्धकों को बतलाती है कि संस्था के अन्दर व उसके इर्द-गिर्द क्या हो रहा है। नियोजन, संगठन, कर्मचारी प्रबन्ध, निर्देशन व नियन्त्रण जैसी प्रबन्ध क्रियाओं के लिए प्रबन्धकों को लिखित सम्प्रेषण की आवश्यकता होती है जो उन्हें कार्यालय रिपोर्टों के माध्यम से प्राप्त होती है।

निम्न स्तर के कर्मचारियों की शिकायतें उच्चस्तरीय अधिकारियों के पास रिपोर्टों के ही माध्यम से पहुँचती हैं। उदाहरणतः एक मैकेनिक रिपोर्ट देता है कि उसकी नई लेथ मशीन ठीक से कार्य नहीं कर रही है तो इस रिपोर्ट के आधार पर प्रबन्धक निर्णय ले सकते हैं कि वैसी मशीन पुनः न खरीदी जाय।

आन्तरिक रिपोर्टों को अतिरिक्त व्यापारिक संस्थानों को, बाहरी पक्षकारों, जन-साधारण, सरकारी व म्यूनिसिपल अधिकारियों, ग्राहकों तथा शेयरधारकों आदि को भी समय-समय पर विभिन्न प्रकार की रिपोर्ट भेजनी होती हैं। शेयरधारकों को कम्पनी की प्रगति व वित्तीय मामलों की जानकारी संचालकों को वार्षिक रिपोर्ट के जरिये ही मिलती है।

रिपोर्ट लेखन की विशेषताएँ (Characteristics of Report Writing)

सर्वमान्य सत्य है कि जब कोई व्यक्ति कुछ कार्य करता है उस किए हुए कार्य को अपने अधिकारियों के सम्मुख अच्छे-से-अच्छे रूप में प्रस्तुत करना चाहता है। इसी बात को ध्यान में रखते हुए वाणिज्य के विद्यार्थियों को इस ज्ञान का होना आवश्यक है कि रिपोर्ट लेखन को किस प्रकार प्रस्तुत किया जाए ताकि उस रिपोर्ट को देखकर देखने वाले की नजर में आपकी छवि अच्छी बनी रह सके।

1. रिपोर्ट लेखन सत्य पर आधारित हो—अपनी बात को सुन्दर और अच्छे शब्दों में प्रस्तुत करना आपकी विशेषता है न कि झूठ बोल कर। अतएव रिपोर्ट लिखते समय केवल सत्यता का ही सहारा लें। प्रस्तुति का ढंग आपका अपना हो सकता है। उदाहरणार्थ, आपसे रिपोर्ट माँगी गई है कि एक जिले में भूख से एक माह में कितने लोगों की मृत्यु होती है। आपने आँकड़े एकत्रित किए जिसमें आपने पाया कि एक माह में 10 फकीरों की मृत्यु हुई। इसका यह कदापि मतलब नहीं हुआ कि सभी 10 फकीर भूख के कारण मरे। आपको अपनी रिपोर्ट में इस बात को स्पष्ट रूप से बताना होगा।
2. रिपोर्ट स्पष्ट एवं संक्षिप्त होनी चाहिए—रिपोर्ट की भाषा स्पष्ट होनी चाहिए। उसके कदापि दो अर्थ नहीं निकलने चाहिए। भाषा इतनी संयत होनी चाहिए जिससे कोई भी साधारण व्यक्ति उसे पढ़कर समझ ले। संक्षिप्तता भी एक आवश्यक तथ्य है। रिपोर्ट जितनी संक्षिप्त होगी उसकी सार्थकता उतनी ही अधिक मानी जाएगी। रिपोर्ट लेखक को यह समझना चाहिए कि उसके उच्च अधिकारियों पर समय का सदैव अभाव रहता है एतद् रिपोर्ट संक्षिप्त, परन्तु तथ्यपूर्ण हो।
3. रिपोर्ट कटीबद्ध होनी चाहिए—रिपोर्ट लेखन की यह एक अलग प्रकार की विशेषता होती है। प्रायः अच्छा रिपोर्ट लेखक भी कभी-कभी इस प्रकार की गलती कर देता है कि बाद में हुई घटना को पहले और पहले हुई बात को रिपोर्ट के बाद में लिख देता है जिससे पढ़ते समय पाठक को दिक्कत का अनुभव होता है। इस कारण रिपोर्ट सदैव कटीबद्ध तरीके से लिखी होनी चाहिए।
4. विशेष बातों को रेखांकित करें—देखा गया है कि व्यापारिक प्रबन्धन में प्रतिदिन की रिपोर्ट लेखन में एकरूपता-सी आ जाती है जिससे देखने वाले का ध्यान ऐसी बातों पर भी नहीं पड़ पाता जो आवश्यक होती है। अतः रोजमर्रा की रिपोर्ट में यदि कोई विशेष तथ्य बताए गए हैं तब उसे Bold letter में अथवा रेखांकित अवश्य कर दें।

५.2 रिपोर्ट तैयार करने के ढंग का विस्तृत वर्णन कीजिए।

उत्तर

रिपोर्ट तैयार करने के ढंग (Methods of Preparing A Report)

किसी भी संस्था के कार्यालय प्रबन्धक, सचिव तथा अन्य जिम्मेदार अधिकारियों को विभिन्न प्रकार के मामलों की जाँच करके उनकी रिपोर्ट तैयार करने को कहा जा सकता है। अब हम इसकी चर्चा करेंगे कि किसी भी मामले की जाँच किस प्रकार की जानी चाहिए तथा उसकी रिपोर्ट किस प्रकार लिखी जानी चाहिए। नीचे एक विशेष रिपोर्ट को तैयार करने के ढंग का वर्णन किया गया है—

1. प्रारम्भिक जानकारी (Preliminary Information)

जाँच आरम्भ करने से पहले जाँचकर्ता को यह ज्ञात होना चाहिए कि उस जाँच का उद्देश्य क्या है, उसकी आवश्यकता क्यों है, वह समस्या क्या है तथा किन मामलों की जाँच की जाती है? जब तक रिपोर्ट तैयार करने वाले व्यक्ति को रिपोर्ट का उद्देश्य ज्ञात नहीं होगा तब तक उसके द्वारा तैयार की गयी रिपोर्ट को उद्देश्य पूर्ति नहीं कर सकेगी।

रिपोर्ट तैयार करते समय यह भी ध्यान में रखना होता है कि रिपोर्ट का प्राप्तकर्ता कौन है। यदि जाँचकर्ता को यह ज्ञात हो कि रिपोर्ट प्राप्त करने वाला कौन है तो वह यह अनुमान लगा सकता है कि प्राप्तकर्ता को उस मामले की कितनी जानकारी पहले से है तथा उस रिपोर्ट में कितनी और जानकारी प्रदान की जानी है तथा रिपोर्ट की भाषा कैसी होनी चाहिए।

रिपोर्ट तैयार करने में समय की पाबन्दी को भी पूरा महत्व दिया जाना चाहिए। जाँचकर्ता को ज्ञात होना चाहिए कि उसे कितने समय के अन्दर रिपोर्ट प्रस्तुत करनी है। शीघ्र निपटाये जाने वाले मामलों में विलम्ब करना न केवल महंगा, बल्कि खतरनाक भी सिद्ध हो सकता है। अच्छा यह रहता है कि रिपोर्ट तैयार करने के मूल कार्य को अवस्थाओं में बाँट लिया जाय तथा विभिन्न अवस्थाओं को पूरा करने के लिए समय निर्धारित कर लिया जाय।

उपर्युक्त वर्णित तथ्यों के आधार पर जाँचकर्ता जाँच की रूपरेखा, अर्थात् मास्टर प्लान के सम्बन्ध में निर्णय ले सकेगा तथा उसे अध्ययन किये जाने वाले विषय की प्रकृति तथा क्षेत्र का ज्ञान भी हो सकेगा।

2. तथ्य तथा आँकड़े एकत्रित करना (Collection of Facts and Figures)

कार्य की रूपरेखा की सहायता से जाँचकर्ता यह निर्णय ले सकेगा कि कौन-कौन सी सूचनाएँ, तथ्य तथा आँकड़े एकत्रित किए जाने हैं। यह निर्णय लेने के पश्चात् जाँचकर्ता को यह फैसला करना होगा कि तथ्यों तथा आँकड़ों को किस ढंग से एकत्रित किया जाये, क्या व्यक्तिगत साक्षात्कार किये जाएँ अथवा प्रश्नावलियाँ तैयार की जाएँ या द्वितीयक आँकड़े प्रयोग में लाये जाएँ, यह सब जाँच की प्रकृति पर निर्भर करेगा। यह सिद्ध करने के लिए कि तथ्य सत्य व विश्वसनीय हैं रिपोर्ट के लेखक को तथ्य प्राप्त करने के स्रोत व ढंगों का वर्णन करना चाहिए। अधिकारी यह ही नहीं जानना चाहते कि तथ्य क्या हैं, वे यह भी जानना चाहते हैं कि आपको कैसे पता चले।

3. विश्लेषण तथा निष्कर्ष (Analysis and Conclusion)

आवश्यक तथ्य तथा आँकड़े एकत्रित करने के पश्चात् अगला कदम उनका विश्लेषण करने के सम्बन्ध में होता है। आँकड़ों को वर्गीकृत करके सारणियाँ बनाई जानी होंगी। तथ्यों का विश्लेषण करने के बाद निष्कर्ष निकाले जाएँगे। यह तो स्पष्ट ही है कि विश्लेषण तथा निष्कर्ष निकालने का कार्य सबसे महत्वपूर्ण होता है। जाँचकर्ता तथ्यों का विश्लेषण करके कितनी कुशलता व समझदारी से निष्कर्ष निकालता है यह उसकी योग्यता, बुद्धिबल तथा अनुभव पर निर्भर करेगा। त्रुटिपूर्ण समानताओं के आधार पर जल्दबाजी में निष्कर्ष निकालना जोखिमपूर्ण होता है। विश्लेषण से जो भी ज्ञात हो रिपोर्ट के लेखक को बिल्कुल वही बतलाना चाहिए।

4. विषय-सामग्री की व्यवस्था (Arrangement of Subject-matter)

तथ्यों का विश्लेषण करने तथा निष्कर्ष निकालने के पश्चात्, पूर्ण जानकारी को रिपोर्ट के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। रिपोर्ट इस प्रकार से लिखी जानी चाहिए कि उससे अध्ययन किये गये विषय का सार संक्षिप्त रूप में इस प्रकार से प्रस्तुत किया जाये कि पढ़ने वाले उसे आसानी से समझ जाएँ। रिपोर्ट की सामग्री को छह भागों में बाँटा जा सकता है—(i) शीर्षक, (ii) विषय-सूची, (iii) विषय-प्रवेश, (iv) सिफारिशें, (v) तर्क तथा (vi) परिशिष्ट।

रिपोर्ट प्रस्तुत करने के प्रचलित ढंग का वर्णन नीचे किया गया है—

रिपोर्ट का एक मुख्य शीर्षक (Heading) तैयार किया जाता है जो रिपोर्ट की विषय-सामग्री का संकेतक होता है। यदि आवश्यकता हो तो मुख्य शीर्षक की व्याख्या करने के लिए कुछ व्याख्यात्मक वाक्य भी साथ में लिखे जा सकते हैं। उदाहरणतः, 'टाइपराइटर चोरी हो जाने के विषय में जाँच समिति की रिपोर्ट' के शीर्षक से स्पष्ट है कि इस रिपोर्ट में चोरी हो गये टाइपराइटर के सम्बन्ध में जानकारी होगी।

किसको प्रस्तुत (Addressed to) रिपोर्ट के इस भाग में उस व्यक्ति का नाम या पद या जिस वर्ग को वह रिपोर्ट प्रस्तुत की जा रही है उसका उल्लेख किया जाता है। उदाहरणतः रिपोर्ट कम्पनी के संचालकों अथवा शेयरधारकों को प्रस्तुत की जा सकती है।

रिपोर्ट का अगला भाग विषय-सूची (Table of Contents) के सम्बन्ध में होता है। विषय-सूची में विभिन्न शीर्षकों व उपशीर्षकों का वर्णन होता है तथा यह प्रदर्शित किया जाता है कि कौनसी सूचना किस पृष्ठ पर ढूँढी जा सकती है।

रिपोर्ट के मुख्य अंग में सबसे पहले विषय-प्रवेश (Introduction) के सम्बन्ध में लिखा जाता है। विषय प्रवेश में पढ़ने वाले को समस्या अथवा जाँच की शर्तों, विद्यमान परिस्थितियों तथा मूल धारणाओं से परिचित कराया जाता है।

रिपोर्ट के अगले भाग में लेखक अपने तर्क प्रस्तुत करता है। सम्बन्धित तथ्यों तथा आँकड़ों को ध्यान में रखते हुए जहाँ तक सम्भव हो सके, तर्क अति संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किये जाने चाहिए। यदि पढ़ने वाले को बहुत विस्तृत सूचनाओं के सम्बन्ध में पढ़ना पड़े तो वह रिपोर्ट के मुख्य विचार पर अपनी पकड़ खो बैठता है।

रिपोर्ट के मुख्य अंग के अगले भाग में लेखक अपनी मुख्य सिफारिशें प्रस्तुत करता है। सिफारिशें प्रस्तुत करते समय यह निश्चित कर लेना चाहिए कि जाँच की शर्तों तथा विषय को पूर्ण रूप से वर्णित कर दिया गया है कि नहीं। रिपोर्ट में तर्क, तथ्य व आँकड़े प्रभावपूर्ण ढंग से प्रस्तुत करने के लिए लेखक सारणियों, ग्राफों, रेखा-चित्रों आदि का प्रयोग कर सकते हैं। रिपोर्ट में प्रस्तुत किये गये अन्वेषण आँकड़ों व तथ्यों पर आधारित व विषय से सम्बन्धित होने चाहिए।

रिपोर्ट के अन्तिम भाग को परिशिष्ट (Appendix) कहते हैं। इसमें रिपोर्ट में प्रयोग किये गये आँकड़ों की सारणियाँ, फार्मों के प्रारूप, महत्वपूर्ण प्रलेखों की प्रतियाँ तथा महत्वपूर्ण सन्दर्भों की नकल दी जाती है। यदि रिपोर्ट सामान्य से अधिक बड़ी हो तो परिशिष्ट के पश्चात् सन्दर्भों (References) की सूची तथा ग्रन्थ-सूची (Bibliography) देने का प्रचलन है।

5. रिपोर्ट का मसौदा तैयार करना (Drafting the Report)

सूचनाओं को एकत्रित करके उनका विश्लेषण किया जाता है और निष्कर्ष निकालने तथा विषय-सामग्री की व्यवस्था के सम्बन्ध में निर्णय लेने के पश्चात् रिपोर्ट लिखने का कार्य आरम्भ होता है। रिपोर्ट लिखते समय निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिए।

- रिपोर्ट उसी विषय पर केन्द्रित रहनी चाहिए जिसका अध्ययन किया जा रहा है। न तो असम्बन्धित तथ्यों को शामिल किया जाना चाहिए और न ही सम्बन्धित बातों को छोड़ा जाना चाहिए।
- रिपोर्ट संक्षिप्त होनी चाहिए।
- इसे ऐसी सरल भाषा में लिखा जाना चाहिए जिसे पढ़ने वाला आसानी से समझ सके। लेखक को यह सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि वह वही लिख रहा है जो उसके मस्तिष्क में है। ऐसा न हो कि उसके मस्तिष्क में कुछ और हो तथा कागज पर कुछ और उतरे।
- पाठकों की रुचि बनाये रखने के लिए रिपोर्ट की शैली रोचक व सरल होनी चाहिए।
- रिपोर्ट की भाषा सीधी, स्पष्ट व स्वीकारात्मक (affirmative) होनी चाहिए। जो कुछ भी तथ्य हों उन्हें घुमा-फिराकर नहीं, सीधे व स्पष्ट रूप से लिखा जाना चाहिए ताकि तथ्यों को पढ़कर पाठक अपना निर्णय स्वयं ले सकें।
- व्याकरण के विचार से भी रिपोर्ट की भाषा शुद्ध होनी चाहिए।
- रिपोर्ट में शब्दों के प्रयोग पर भी विचार किया जाना चाहिए। गलत शब्दों का प्रयोग अर्थ का अनर्थ कर सकता है।

6. रिपोर्ट का सम्पादन (Editing the Report)

लेखक को अपनी रिपोर्ट की जाँच कर लेनी चाहिए। जब तक वह इस सम्बन्ध में सन्तुष्ट न हो जाए कि रिपोर्ट सही अर्थ प्रदर्शित करती है तथा उसमें किसी सुधार की आवश्यकता नहीं है, तब तक उसको प्रस्तुत नहीं किया जाना चाहिए। यह अच्छा रहता है कि तथ्यों की शुद्धता, तर्कों की विवेकता तथा भाषा के सम्बन्ध में अन्य व्यक्तियों की राय भी ले ली जाय तथा किसी अन्य व्यक्ति से रिपोर्ट का सम्पादन करा लिया जाय।

7. रिपोर्ट का प्रस्तुतिकरण (Presentation of the Report)

जितनी प्रतियों की आवश्यकता हो, उसके अनुसार रिपोर्ट को टाइप, साइक्लोस्टाइल अथवा छपवाया जा सकता है। रिपोर्ट का प्रारूप इस प्रकार का होना चाहिए कि वह देखने में सुन्दर लगे तथा उसके विभिन्न अनुच्छेदों इत्यादि को आसानी से ढूँढा जा सके। यदि रिपोर्ट काफी बड़ी हो अथवा उसे बार-बार पढ़ा जाना हो तो उसे जिल्दों में बँधवा लिया जाना चाहिए। रिपोर्ट पर प्रस्तुतिकरण की तिथि अंकित होनी चाहिए तथा प्रस्तुतकर्ता के हस्ताक्षर होने चाहिए।

प्र.3. संचालक की रिपोर्ट बनाने की प्रक्रिया का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए।

उत्तर

संचालक की रिपोर्ट बनाना

(Preparation of Director's Report)

कम्पनी द्वारा जो चिट्ठा कम्पनी की वार्षिक साधारण सभा में रखा जाता है, उसमें चिट्ठे के साथ संचालक-मण्डल की रिपोर्ट नत्थी की जाती है। इस रिपोर्ट में अग्रांकित के विषय में वर्णन होता है—

1. कम्पनी की वित्तीय स्थिति,
 2. कम्पनी द्वारा संचय में ले जायी जाने वाली प्रस्तावित राशियाँ, जो कि चिट्ठे में प्रदर्शित की जाती हैं।
 3. कम्पनी द्वारा लाभांश के रूप में दी जाने वाली राशियाँ।
 4. चिट्ठे की तिथि से और रिपोर्ट दिये जाने वाली तिथि के मध्य वाली अवधि में यदि कोई महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं, जो कम्पनी की वित्तीय स्थिति पर प्रभाव डालते हैं, तो उनका वर्णन।
 5. शक्ति (energy) की बचत, टेक्नोलॉजी का प्रयोग, विदेशी विनिमय का उपार्जन और इसका जाना, ये सब उस विधि से प्रकट किये जाएँ जो निर्धारित की गयी हो।
 6. इस रिपोर्ट में वित्तीय वर्ष में हुए परिवर्तनों को भी दिखाया जाता है जो निम्नांकित के विषय में होते हैं—(अ) कम्पनी के व्यवसाय के स्वभाव में, (ब) कम्पनी की सहायक कम्पनियों में या उनके द्वारा किये जाने वाले व्यवसाय के स्वभाव में, और (स) उन व्यवसायों में जिनमें कम्पनी का हित हो।
 7. कम्पनी के प्रत्येक ऐसे कर्मचारी का नाम भी संचालक रिपोर्ट में दिया जाता है जो—
 - (i) यदि वित्तीय वर्ष भर कम्पनी में लगा रहा हो और उसने निर्धारित राशि से कम पारिश्रमिक न लिया हो। कम्पनीज (पर्टिकुलर्स ऑफ इम्प्लाइज) रूल्स, 1975 (17-10-1994 से प्रभावी) के अनुसार पारिश्रमिक की राशि तीन लाख रुपए निर्धारित की गई है।
 - (ii) यदि वित्तीय वर्ष के कुछ भाग में रहा हो तो उसने पारिश्रमिक प्रति माह उस राशि से कम न पाया हो जो इसीलिए निर्धारित की गयी है। उपरोक्त रूल्स, 1975 के अनुसार निर्धारित राशि पच्चीस हजार रुपये है।
 - (iii) यदि वह पूरे वित्तीय वर्ष या इसके कुछ भाग में कम्पनी की नौकरी में रहा हो और उस वर्ष उसे कुल मिलाकर इतना पारिश्रमिक मिला हो जो उस राशि से अधिक हो जो प्रबन्ध संचालक, पूर्णकालिक संचालक या प्रबन्धक ने निकाली हो और या तो वह कर्मचारी स्वयं या अपनी पत्नी या पति और आश्रित बच्चों के साथ कम्पनी के 2% से कम साधारण अंश न रखता हो।
 - (iv) क्या यह कर्मचारी कम्पनी के किसी संचालक या प्रबन्धक का सम्बन्धी है और यदि है, तो उस संचालक का नाम भी लिखा जाता है।
 - (v) अन्य कोई विवरण जो निर्धारित किये गये हों। यदि कोई सूचना कम्पनी अधिनियम के अनुसार लेखों (accounts) में दी जाती है और इसे लेखों के साथ जुड़े हुए विवरणों में दिये जाने की आज्ञा है तो इस सूचना को लेखों के स्थान पर संचालकों की रिपोर्ट में दिखाया जा सकता है और यदि कोई ऐसी सूचना दी जाती है तो यह रिपोर्ट लेखों (accounts) के साथ जोड़ी (annex) जाएगी।
- संचालक मण्डल के प्रतिवेदन में संचालकों के दायित्व से सम्बन्धित कथन में निम्नलिखित को निर्दिष्ट किया जाना चाहिए—
- (i) संचालकों द्वारा वार्षिक लेखे की तैयारी में लागू हाने वाले सभी लेखा मानकों का अनुसरण किया गया है और जहाँ पर तात्त्विक रूप से अनुसरण नहीं किया गया है इस सम्बन्ध में उचित व्याख्या दी गई है;
 - (ii) संचालकों ने ऐसी लेखा नीतियों का चयन किया है और उन्हें निरन्तर लागू किया है जो किसी वित्तीय वर्ष के अन्त में कम्पनी के कार्यों और लाभ-हानि खाते का सही चित्र प्रस्तुत करने के लिए उचित एवं उपयुक्त हैं;
 - (iii) संचालकों ने लेखा सम्बन्धी अधिलेखों के रख-रखाव में अधिनियम के प्रावधानों के अनुसार कम्पनी की आस्तियों की सुरक्षा करने तथा कपट एवं अन्य अनियमितताओं की खोज एवं निवारण में उचित सावधानी बरती है; एवं
 - (iv) संचालकों ने वार्षिक लेखे चालू समुत्थन (going concern) के आधार पर तैयार किए हैं।
- संचालक मण्डल की रिपोर्ट में निर्धारित अवधि में अंशों को क्रय द्वारा वापस लेने की प्रक्रिया पूर्ण न कर पाने के कारणों का उल्लेख करना आवश्यक है।
8. अंकेक्षक की रिपोर्ट में यदि कोई खराब या विरोधी टिप्पणी होती है तो उसका भी स्पष्टीकरण इस रिपोर्ट में संचालक करते हैं।

संचालक-मण्डल की रिपोर्ट पर हस्ताक्षर—संचालक-मण्डल की रिपोर्ट पर इसके अध्यक्ष के हस्ताक्षर होते हैं यदि उसे ऐसा करने के लिए संचालक-मण्डल ने अधिकार दिया है और जहाँ उसे ऐसा अधिकार नहीं दिया जाता है वहाँ इस पर उतने संचालकों के हस्ताक्षर होते हैं जितने संचालक चिट्ठे और लाभ-हानि खाते पर हस्ताक्षर करते हैं।

दण्ड—यदि कोई संचालक, संचालकों की रिपोर्ट की विषय-सामग्री सम्बन्धी धारा 217 में वर्णित व्यवस्थाओं का पालन करने के लिए आवश्यक कार्यवाही नहीं करता है तो उसे 6 माह तक का कारावास या बीस हजार रुपये तक अर्थदण्ड या दोनों हो सकते हैं, परन्तु यदि उसने यह त्रुटि जानबूझकर नहीं की है तो उसे यह कारावास नहीं दिया जाता है। संचालक इस प्रकार का दोष लगाये जाने पर अपने बचाव के लिए यह कह सकते हैं कि इन व्यवस्थाओं के पालन का भार अमुक योग्य अधिकारी पर डाला गया था और उसे ही यह कार्य करना था।

यदि वह व्यक्ति जिस पर इस प्रकार का भार डाला गया है अपने कार्य में त्रुटि करता है तो उसे 6 माह तक का कारावास का दण्ड दिया जा सकता है या बीस हजार रुपये तक अर्थदण्ड लगाया जा सकता है या दोनों हो सकते हैं। यदि उसने यह त्रुटि जान-बूझकर नहीं की है तो उसे यह कारावास नहीं दिया जाता है।

प्र.4. समितियों की रिपोर्ट पर एक लेख लिखिए।

उत्तर

समितियों की रिपोर्ट (Reports of Committees)

समितियों की रिपोर्ट का विवरण निम्न प्रकार दिया जा सकता है—

1. निदेशकों/कार्यपालकों की समिति (Committee of Directors/Executives)

त्वरित निर्णय लेने तथा निदेशकों के कार्यकाल से सम्बन्धित विभिन्न कार्यकलापों की उपयुक्त मॉनीटरिंग तथा अनुवर्ती कार्यवाही करने के लिए भारतीय रिजर्व बैंक तथा भारत सरकार के निर्देशानुसार विभिन्न समितियाँ गठित की गईं। मण्डल की मुख्य समितियाँ निम्नानुसार हैं—

(i) मण्डल की प्रबन्ध समिति (Management Committee of the Board)

वित्त मंत्रालय, भारत सरकार के मार्गनिर्देशों का अनुसरण करते हुए मण्डल के विभिन्न कार्यों; जैसे—ऋण प्रस्तावों को स्वीकृत करना, ऋण समझौते/बट्टे खाते डालने के प्रस्ताव, पूंजीगत एवं आय खर्चों का अनुमोदन, परिसरों को अधिगृहीत करना एवं किराए पर लेना, निवेश, दान देना आदि पर विचार करने के लिए मण्डल की प्रबन्ध समिति गठित की गई है।

इस समिति में अध्यक्ष एवं प्रबन्ध निदेशक, कार्यकारी निदेशक, भारत सरकार और भारतीय रिजर्व बैंक के नामित निदेशक तथा दो स्वतंत्र/गैर-कार्यकारी निदेशक होते हैं जो हर छः माह में बदलते हैं। कुल मिलाकर वर्ष के दौरान समिति की 14 बैठकें आयोजित हुईं।

(ii) मण्डल की लेखापरीक्षा समिति (Audit Committee of the Board)

भारतीय रिजर्व बैंक के मार्गनिर्देशों के अनुसरण में निदेशक मण्डल की लेखापरीक्षा समिति गठित की गई है जिसमें 5 निदेशक अर्थात् कार्यकारी निदेशक, भारत सरकार और भारतीय रिजर्व बैंक के नामित और शेष दो शेयरधारकों के निदेशक, जिसमें कम से कम एक सनदी लेखाकार होते हैं। समिति की बैठक की अध्यक्षता एक स्वतंत्र गैर-सरकारी निदेशक द्वारा की जाती है। वर्ष 2001-02 के दौरान समिति की छः बैठकें हुईं।

मण्डल की लेखापरीक्षा समिति दिशानिर्देश देने के साथ-साथ बैंक के सम्पूर्ण लेखापरीक्षा कार्यों, जिसमें संगठन, कार्यचालन, आन्तरिक लेखापरीक्षा और निरीक्षण व्यवस्था के क्वालिटी नियन्त्रण तथा बैंक की सांविधिक/बाह्य लेखापरीक्षा तथा भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा किए जाने वाले वार्षिक वित्तीय निरीक्षण पर अनुवर्ती कार्यवाही करना शामिल है, को देखती है।

समिति आन्तरिक निरीक्षण/लेखापरीक्षा कार्यों का पुनरीक्षण करती है। लांग फार्म आडिट रिपोर्ट (एल०एफ०ए०आर०) में उठाए गए मुद्दों पर अनुवर्ती कार्यवाही करती है और लांग फार्म आडिट रिपोर्ट के सम्बन्ध में बाहरी लेखापरीक्षकों से बातचीत करती है। समिति लेखांकन मानदण्डों, रिपोर्टिंग पद्धति, वित्तीय सूचनाओं को प्रकट करने एवं अन्य सांविधिक अपेक्षाओं के अनुपालन की भी समीक्षा करती है। यह समिति बैंक के प्रादेशिक कार्यालयों की प्रबन्ध लेखापरीक्षा रिपोर्टों और आन्तरिक निरीक्षण रिपोर्टों व उनके अनुपालन की पुनरीक्षा करती है। यह आन्तरिक रख-रखाव तथा अन्तर शाखा समाधान की स्थिति का पुनरीक्षण करने के साथ-साथ असन्तोषजनक रेटिंग वाली शाखाओं की रिपोर्टों की पुनरीक्षा भी करती है।

2. शेयरधारक/निवेशक शिकायत समिति (Shareholders/Investor Grievance Committee)

बैंक द्वारा इस समिति का गठन बैंक और इसके शेयर अन्तरण एजेण्ट द्वारा प्रदान की जा रही निवेशक सेवाओं की मॉनीटरिंग करने की दृष्टि से किया गया है। इस समिति में समिति के अध्यक्ष के रूप में एक शेयरधारक/स्वतंत्र निदेशक तथा दो अन्य निदेशक हैं।

उक्त समिति का सचिव एक कम्पनी सचिव है। उक्त समिति की वर्ष में चार बार बैठकें हुईं और इसमें शेयरधारकों तथा निवेशकों की शिकायतों, जैसे तुलना-पत्रों का प्राप्त न होना, शेयरों का अन्तरण, घोषित लाभांश का प्राप्त न होना, टीयर-II बॉण्ड धारिता की स्थिति आदि से सम्बन्धित शेयरधारकों तथा निवेशकों की शिकायतों के निवारण पर चर्चा की जाती है। श्री एस०सी० गुप्ता महाप्रबन्धक को अनुपालन अधिकारी के रूप में पदनामित किया गया है।

3. शेयर अन्तरण समिति (Share Transfer Committee)

शेयर अन्तरण समिति में चार अधिकारी हैं—दो महाप्रबन्धक, एक सहायक महाप्रबन्धक और एक उप मुख्य प्रबन्धक। यह समिति एक पखवाड़े में एक बार शेयरों के अन्तरण और प्रेषण का अनुमोदन करती है। उक्त अन्तरण समिति का कार्यवृत्त, निदेशक मण्डल की आगामी बैठक जिसकी अध्यक्षता, अध्यक्ष एवं प्रबन्ध निदेशक या उनकी अनुपस्थिति में कार्यकारी निदेशक करते हैं, के समक्ष पुष्टि हेतु प्रस्तुत किया जाता है। 1 अप्रैल, 2001 से 31 मार्च, 2002 की अवधि के दौरान, उक्त शेयर अन्तरण समिति की 30 बैठकें आयोजित हुईं। बैंक सुनिश्चित करता है कि शेयर अन्तरण हेतु प्रस्तुत किए जाने की तारीख से एक माह की अवधि के भीतर सभी शेयर विधिवत् रूप से अन्तरित कर दिए जाते हैं। बैंक यह सुनिश्चित करता है कि शेयरधारकों की शिकायतों पर एक निश्चित समयवधि में कार्यवाही की जाती है तथा जिन शिकायतों में अन्तिम निपटान हेतु जांच किए जाने की आवश्यकता हो, उनके सम्बन्ध में शेयरधारकों को तत्काल अन्तरिम उत्तर/सूचना देते हुए उन पर कार्यवाही की जाती है। आलोच्य अवधि के दौरान बैंक को निवेशकों से 1136 शिकायतें प्राप्त हुईं और इन सभी का निवारण किया गया।

4. निवेश समिति (Investment Committee)

यह बैंक के कार्यपालकों की समिति है जिसके अध्यक्ष कार्यकारी निदेशक हैं। मौजूदा निवेश व सांविधिक चलनिधि अनुपात/सांविधिक चल-निधि अनुपात से इतर निवेश (नॉन एसएलआर), प्रतिभूतियों, साधारण प्रतिभूति ट्रेडिंग में नए निवेश तथा अन्य सम्बद्ध मामलों जिनमें बैंक की निधि सम्बन्धी स्थिति भी शामिल है, के सम्बन्ध में समीक्षा किए जाने हेतु समिति की प्रतिदिन बैठक होती है।

5. नामांकन समिति (Nomination Committee)

अब तक सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के मण्डल में निदेशक मण्डल की कोई नामांकन समिति नहीं है। गैर-कार्यकारी निदेशकों को केन्द्र सरकार नामित करती है। हमारे मामले में बैंक के मण्डल में शेयरधारकों का प्रतिनिधित्व करने वाले 4 निदेशकों का चयन आम बैठक में किया जाता है।

6. पारिश्रमिक एवं प्रतिकर समिति (Remuneration & Compensation Committee)

सरकारी क्षेत्र के बैंकों के गैर-कर्मचारी निदेशकों का पारिश्रमिक भारत सरकार निश्चित करती है। वरिष्ठ प्रबन्धन तथा अन्य प्रमुख कर्मियों के पारिश्रमिक की नीति के पर्यवेक्षण के लिए बैंकों में प्रतिकर समिति बनाने का कोई प्रावधान नहीं है। अध्यक्ष एवं प्रबन्ध निदेशक तथा कार्यकारी निदेशक का पारिश्रमिक भारत सरकार निश्चित करती है। सरकारी क्षेत्र के बैंकों के वेतन का निर्धारण भारतीय बैंक संघ द्वारा द्विपक्षीय समझौते के आधार पर और भारत सरकार के अनुमोदन से निर्धारित किया जाता है।

7. आस्ति देयता प्रबन्धन (ए०एल०एम०) [Asset Liability Management (A.L.M.)]

बैंक की आस्ति देयता समिति (ए०एल०सी०ओ०), जिसके सदस्य सर्वोच्च कार्यपालक हैं, की प्रति सप्ताह बैठक होती है और ब्याज दर सहित बाजार जोखिमों, विनिमय और परिचालन जोखिमों के बारे में महत्वपूर्ण निर्णय लिए जाते हैं। बैंक की संरचनात्मक तरलता और ब्याज दर संवेदनशीलता स्थिति, भारतीय रिजर्व बैंक के मार्गनिर्देशों के अनुसार तिमाही आधार पर तैयार की गई जिसे बैंक के निदेशक मण्डल द्वारा नोट किया गया और उसे भारतीय रिजर्व बैंक को प्रस्तुत किया गया। बैंक की तरलता सम्बन्धी स्थिति पूरे वर्ष संतोषजनक बनी रही। जमाराशियों की लागत भी कम करके 7.7% (पिछले वर्ष की 8.4% के मुकाबले) तक लाई गई। इन्हीं उपायों से वर्ष 2002-03 के दौरान जमाराशियों की लागत में और अधिक कमी आएगी।

8. जोखिम प्रबन्ध समिति (Risk Management Committee)

बैंक के जोखिमों को पहचानने, मापने और मॉनीटर करने के लिए बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबन्ध निदेशक की अध्यक्षता में एक स्वतंत्र जोखिम प्रबन्ध समिति गठित की गई है। ऋण नीति और प्रक्रियाओं से सम्बन्धित उभरते मुद्दों तथा सम्पूर्ण बैंक स्तर पर ऋण जोखिम के विश्लेषण, प्रबन्धन और नियन्त्रण का, कार्य देखने के लिए कार्यकारी निदेशक की अध्यक्षता में एक ऋण नीति समिति भी गठित की गई है।



मॉडल पेपर

व्यावसायिक सम्प्रेषण

B.Com.-I (SEM-I)

[पूर्णांक : 75]

निर्देश—सभी खण्डों को निर्देशानुसार हल कीजिए।

खण्ड-अ : अतिलघु उत्तरीय प्रश्न

निर्देश—सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 3 अंक का है। अधिकतम 75 शब्दों में अतिलघु उत्तर अपेक्षित हैं।

1. व्यावसायिक संस्थानों में कितने प्रकार का सम्प्रेषण होता है?
2. दैहिक भाषा से क्या आशय है?
3. सरकारी पत्र से क्या तात्पर्य है?
4. वार्षिक प्रतिवेदन या रिपोर्ट से क्या आशय है?
5. लिखित सम्प्रेषण से क्या आशय है?

खण्ड-ब : लघु उत्तरीय प्रश्न

निर्देश—निम्नलिखित तीन प्रश्नों में से किन्हीं 2 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 7.5 अंक का है। अधिकतम 200 शब्दों में लघु उत्तर अपेक्षित हैं।

6. सम्प्रेषण के बढ़ते हुए महत्त्व के क्या कारण हैं? समझाइए।
अथवा संगठनात्मक बाधाओं के किन्हीं चार स्रोतों का उल्लेख कीजिए।
7. साक्षात्कार के समय पहले प्रभाव पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
अथवा परिपत्र से आप क्या समझते हैं? विभिन्न उदाहरणों सहित समझाइए।
8. पत्र-व्यवहार में प्रयुक्त होने वाले प्रमुख वाक्यांशों को समझाइए।
अथवा एक अच्छी कार्यालय अथवा व्यावसायिक रिपोर्ट के गुणों का उल्लेख कीजिए।

खण्ड-स : विस्तृत उत्तरीय प्रश्न

निर्देश—निम्नलिखित पाँच प्रश्नों में से किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 15 अंक का है। अधिकतम 500-800 शब्दों में विस्तृत उत्तर अपेक्षित हैं।

9. पारस्परिक तथा सांस्कृतिक बाधाओं की विस्तारपूर्वक व्याख्या कीजिए।
अथवा इण्टरनेट से आप क्या समझते हैं? इण्टरनेट के प्रमुख भाग एवं स्तर को समझाते हुए इसके प्रयोग का वर्णन कीजिए।
10. दैहिक भाषा सम्प्रेषण (शारीरिक संचालन भाषा) से आप क्या समझते हैं? इसके लाभ एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।
अथवा साक्षात्कारकर्त्ता एवं साक्षात्कारी के लिए प्रभावी साक्षात्कार के मार्गदर्शक तत्त्वों का वर्णन कीजिए।
11. प्रस्तुतीकरण को प्रभावित करने वाले घटकों का विस्तृत वर्णन कीजिए।
अथवा रिपोर्ट लेखन से क्या आशय है? इसके उद्देश्य, महत्त्व एवं विशेषताओं का विस्तृत वर्णन कीजिए।
12. पारस्परिक तथा सांस्कृतिक बाधाओं की विस्तार पूर्वक व्याख्या कीजिए।
अथवा सरकारी पत्रों के सम्बन्ध में उपयोगी तथ्यों का उल्लेख कीजिए।
13. समितियों की रिपोर्ट पर एक लेख लिखिए।
अथवा पत्र-लेखन (प्रथम ड्राफ्टिंग) के संशोधन की विवेचना कीजिए।

□