

व्यावसायिक सम्प्रेषण (Business Communication):-

सम्प्रेषण अथवा सन्देशवाहन का आशय है सन्देश को एक स्थान से दूसरे स्थान अथवा एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचाना सामान्य भाषा में किन्हीं दो व्यक्तियों के बीच किसी जानकारी या सूचना पर होने वाले विचार विमर्श को सम्प्रेषण कहते हैं।

मानव के जन्म से ही सम्प्रेषण की क्रिया प्रारम्भ हो जाती है। भले ही वह शब्दों के माध्यम से न हो। बच्चा जब जन्म लेता है तो जन्म लेते ही उसके रोने की आवाज होती है जो यह इंगित करती है कि उसे किसी न किसी वस्तु की आवश्यकता है। अर्थात् वह अपना सन्देश माँ को प्रेषित करता है और माँ उसे पूरा करने का प्रयास प्रारम्भ कर देती है इस धरती पर रहने वाला प्रत्येक जीव सम्प्रेषण का प्रयोग करता है और उससे लाभान्वित होता है तो मानव के लिए तो सम्प्रेषण संजीवनी है। मनुष्य प्रभावी ढंग से अपनी बात को सम्प्रेषित कर सकता है ज्यों-ज्यों मनुष्य की आवश्यकता बढ़ती जा रही है प्रभावी सम्प्रेषण की आवश्यकता भी बढ़ती जा रही है।

आज की इस गलाकाट प्रतियोगिता के युग में व्यवसाय में सम्प्रेषण की महत्वता बहुत अधिक बढ़ गयी है आज व्यवसायी को अपने व्यवसाय से सम्बन्धित सूचनाओं की हर पल आवश्यकता होती है साथ ही दूसरों को जानकारी प्रदान करने की भी आवश्यकता होती है पूर्व में जब व्यक्ति की आवश्यकता सीमित थी तो सम्प्रेषण की उतनी आवश्यकता नहीं थी जितनी आज हो गयी है। बढ़ती हुई आवश्यकता ने देश में सूचना क्रान्ति ला दी है ऐसे में व्यवसाय में सम्प्रेषण की महत्ता बहुत अधिक बढ़ गयी है।

मानव विकास यात्रा के साथ-साथ सम्प्रेषण का स्वरूप व प्रकार बदलता गया व्यक्ति की असीमित आवश्यकताओं ने सम्प्रेषण की आवश्यकता को जन्म दिया। प्राचीन समय में (सूचना) सम्प्रेषण माध्यमों से लकड़ी व पन्तों को प्रयोग से लेकर भाषा लिपि, प्रिंटिंग प्रेस, रेडियो फिल्म दूरभाष, टेलीविजन, सेटेलाइट, उपग्रह, इण्टरनेट तक का सफर मनुष्य की असीमित आवश्यकता का परिणाम है।

सम्प्रेषण से आशय (Meaning of Communication):-

सम्प्रेषण का अंग्रेजी शब्द (Communication) लैटिन भाषा के (Communico) से बना है जिसका अर्थ है आपस में बांटना अर्थात् सम्प्रेषण दो तरफा प्रक्रिया है (Two way process) जिसके अन्तर्गत एक सन्देश देने वाला और दूसरा सन्देश ग्रहण (प्राप्त) करने वाला होता है। यदि सन्देश देने वाले व्यक्ति का सन्देश प्राप्त करने वाला व्यक्ति समझ नहीं पाता है तो सन्देशवाहन की प्रक्रिया पूर्ण नहीं होती है।

उदा०—यदि कक्षा में बैठे हुये छात्र अपने अध्यापक के द्वारा दिये जाने वाले व्याख्यान को समझ नहीं पाते हैं सम्प्रेषण प्रक्रिया पूर्ण नहीं होती है।

अतः सम्प्रेषण का आशय है कि सन्देशों का एक दूसरे के मध्य इस प्रकार आदान—प्रदान हो कि दो व्यक्तियों के मध्य विचारों का आदान प्रदान हो सके।

सम्प्रेषण की प्रकृति (Nature of Communication):—

1. सम्प्रेषण में कम से कम दो व्यक्ति होते हैं।
(Communication involves at least two persons)
2. इसमें सन्देश अत्यन्त आवश्यक है (Message is must)
3. सम्प्रेषण लिखित/मौखिक/भाव—भंगिमा स्वरूप हो सकता है।
(Communication may be written/oral/gestural)
4. सम्प्रेषण औपचारिक/अनौपचारिक होता है।
(Communication may be formal/informal)
5. सम्प्रेषण द्विमार्गी क्रिया है
(Communication is a two way process)
6. सम्प्रेषण सतत् प्रकृिया
(Communication is a continuous process)
7. सम्प्रेषण उचित माध्यम की आवश्यकता
(Need of proper medium)
8. सम्प्रेषण विज्ञान एवं कला है।
(Communication is a science as well as an Art)

सम्प्रेषण के क्षेत्र/कार्य

(Scope of Communication)

(Scope or function of Communication)

सम्प्रेषण के क्षेत्र की यदि चर्चा की जाये तो मिलेगा कि आज कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं है जहाँ सम्प्रेषण किसी न किसी रूप में उपयोग में न हो इसका क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है यह कहना अतिशयोक्ति न होगी कि सम्प्रेषण क्रिया पशु पक्षियों में भी व्याप्त है एक जानवर अपनी आवाज से दूसरे को बुला लेता है मीठी वस्तु पर चीटी पहुँच जाती है इसका मतलब उसे सन्देश प्राप्त हो रहा है कि मीठी वस्तु कहाँ है भले ही वह खुशबू के माध्यम या अन्य माध्यम से मधुमखियों की सम्प्रेषण क्रिया इतनी अच्छी होती है कि एक मधुमक्खी यदि भोजन की तलाश में जाती है उसे फूल की सुगन्ध कहीं प्राप्त होती है तो वह उस स्थान को देख कर पुनः वापस अपने

साथियों के पास जाती है और इस प्रकार का नृत्य करती है कि साथी मधुमक्खियों को यह आभास हो जाता है कि भोजन के लिए कितनी दूरी तय करनी है।

ज्ञान की जितनी भी शाखा है सभी में सम्प्रेषण किसी न किसी माध्यम से अवश्य किया जाता है।

1. सूचनाओं की साझेदारी (Sharing of information)
2. प्रतिपुष्टि (Feedback)
3. नियंत्रण का आधार (Basic of Control)
4. प्रभाव (Effect)
5. समस्या का समाधान (Solution of Problems)
6. समूह रचना (Group)
7. मनोरंजन (Entertainment)
8. निर्देशन (Directive)

सम्प्रेषण के मुख्य तत्व (Main Elements of Communication):-

1. संचारक (Communication)
2. प्राप्तकर्ता (Communicator)
3. संदेश (Message)
4. माध्यम (Channel)
5. प्रतिपुष्टि (Feedback)

सम्प्रेषण के लिए उपयुक्त माध्यम /साधन का चयन

1. शुद्धता
2. गोपनीयता
3. प्रभावपूर्ण
4. अनुकूल गति
5. सुविधाजनक
6. लेखीकृत

सम्प्रेषण के आधारभूत प्रकार Basic forms of Communication:-

प्रत्येक व्यक्ति अथवा व्यवसायिक संस्था किसी न किसी रूप में सन्देशों को भेजता और प्राप्त करता है। इन सन्देशों को भेजने या प्राप्त करने के लिए उपयुक्त माध्यम क्या हो यह इस बात पर निर्भर करता है कि व्यवसाय का स्वरूप क्या है और सन्देशों को किसे और कहाँ तथा किस

रूप में पहुँचाना है। छोटे व्यवसाय में जहाँ मालिक एवं कर्मचारी आमने-सामने होते हैं वहाँ केवल मौखिक एवं प्रत्यक्ष रूप से सन्देशों का आदान-प्रदान हो जाता है। किन्तु जैसे-जैसे व्यवसाय का क्षेत्र बढ़ता जाता है। सम्प्रेषण का विस्तार भी उसी रूप में होता जाता है। आज किसी भी व्यवसाय को सफलता पूर्वक संचालित करने के लिए सम्प्रेषण क्रिया की उपयुक्तता प्रभावशीलता एवं शीघ्रता पर ध्यान दिया जाना अति आवश्यक हो गया है। प्रभावी सम्प्रेषण के द्वारा ही व्यवसाय में उपयुक्त नीतियों का निर्धारण किया जा सकता है। तथा उन्हें सफलता पूर्वक क्रियान्वित किया जा सकता है। व्यवसाय की व्यवहारिक कठिनाइयों की जानकारी एवं उनका निराकरण भी सन्देशवाहन के माध्यम से सम्भव हो जाता है। अतः व्यवसाय में सम्प्रेषण के स्वरूप के बारे में जानना आवश्यक है।

सम्प्रेषण के प्रकार (Type of Communication):-

1. प्रवाह के आधार पर (On the Basic of Flow Information)
 1. लम्बवत (Vertical)
 2. क्षैतिज (Horizontal)
 3. आरेखी (Diagonal)
2. सूचना के आधार पर (on the Basic of Information)
 1. आन्तरिक सम्प्रेषण (Internal Communicaton)
 2. बाह्य सम्प्रेषण (External Communication)
3. माध्यम के आधार पर (On the basis of Medium)
 1. लिखित सम्प्रेषण (Written Communication)
 2. मौखिक सम्प्रेषण (Oral Communication)
 3. सांकेतिक सम्प्रेषण (Symbolic Communicaton)
4. संगठन के सम्बन्धों के आधार पर (On the basis of organizational Relations)
 1. औपचारिक सम्प्रेषण (Formal Communication)
 2. अनौपचारिक सम्प्रेषण (Informal Communication)

5. अंगुरीलता सम्प्रेषण (Grapevine Communication):-

6. औपचारिक सम्प्रेषण (Formal Communication):-

जब किसी संस्था का संगठन औपचारिक होता है तो वहाँ सन्देश प्रेषक और सन्देशग्राही के मध्य जो सन्देश का आदान-प्रदान होता है, उसे औपचारिक सम्प्रेषण कहते हैं। उदा० के लिये यदि किसी छात्र को विश्वविद्यालय के कुलपति को समस्या से सम्बन्धित आवेदन देना है, तो पहले वह विभागाध्यक्ष से अग्रसारित होगा पुनः प्राचार्य से अग्रसारित होगा तत्पश्चात् वह

कुलपति कार्यालय के कार्यालय सहायक के पास जयेगा और तब वह कुलपति के पास पहुँचेगी। औचारिक सम्प्रेषण की क्रिया नियमों से बंधी होती है। उसका उल्लंघन करके सम्प्रेषण नहीं किया जा सकता।

3- अनौपचारिक सम्प्रेषण (Informal Communication):-

ऑपचारिक सम्बन्ध नियम के दायरे में होते हैं, जबकि अनौपचारिक सम्बन्ध स्वेच्छा से विकसित होते हैं। जब कुछ व्यक्ति नियमानुसार अपने कार्य पर जाते हैं और साथ रहते हैं, तो इस साथ रहने के कारण उनके मध्य अनौपचारिक सम्बन्ध विकसित हो जाता है और इस अनौपचारिक सम्बन्ध के कारण जो वार्तालाप होता है। उस सम्प्रेषण को अनौपचारिक सम्प्रेषण कहते हैं।

उदाहरण:- यदि किसी कार्यालय सहायक पर अधिकारी का विश्वास दृढ़ हो जाता है, तो वहाँ अनौपचारिक सम्बन्ध विकसित होगा और अधिकारी के पास कार्यालय सहायक कोई प्रपत्र अनुमोदनार्थ ले जायेगा, तो अधिकारी अपने व्यस्तता के कारण उसे गर्दन हिलाकर अनुमति प्रदान कर देता है और सहायक उसे मान लेता है, जबकि यह वैधानिक नहीं है। अनौपचारिक सम्प्रेषण संस्था और व्यक्ति दोनों के लिये कभी-कभी हानिकारक साबित हो जाते हैं। अनौपचारिक सम्प्रेषण अफवाहों के जनक होते हैं। अनौपचारिक सम्प्रेषण किसी नियम या बंधन में नहीं होता है।

4- अंगूरीलता सम्प्रेषण (Grapevine Communication):-

अनौपचारिक सन्देशवाहन का बिगड़ा हुआ स्वरूप ही अंगूरीलता सम्प्रेषण है। जब व्यक्ति कहीं पर अनौपचारिक वार्तालाप करता है तो उसमें सच्चाई कम होती है बात को बढ़ा-चढ़ा कर कहने का प्रयास किया जाता है अर्थात् गप्पबाजी तथा अफवाहों का बाजार गर्म होता है। इसके अन्तर्गत की जाने वाली बातचीत की कोई स्थायी रूपरेखा नहीं होती है। इसके अन्तर्गत सुनी-सुनाई सूचनाओं का प्रसारण एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति को करता है। ऐसे में सन्देश ज्यों-ज्यों आगे बढ़ता है। उसकी सत्यता कम होती जाती है। प्रत्येक व्यक्ति सन्देश में अपनी तरफ से कुछ न कुछ मिलावट कर देता है। यही कारण है कि सन्देश के इस माध्यम को अवांछनीय माना गया है। यह सन्देशवाहन की प्राचीनतम् प्रणाली है किन्तु यदि सही दिशा में इसका प्रयोग किया जाये तो आज भी इसका महत्व कम नहीं है। किन्तु अधिकतर अफवाहें फैलाने में इसका प्रयोग किया जाता है।

सम्प्रेषण प्रक्रिया (Communication Process)

किसी भी कार्य को कैसे और कहाँ से प्रारम्भ किया जाये तथा कहाँ उसका अन्त होगा। इस पूरे क्रम के व्यवस्थित स्वरूप को प्रक्रिया कहते हैं। अतः सम्प्रेषण प्रक्रिया से अभिप्राय है कि प्रतिदिन प्रतिक्षण और प्रत्येक स्तर पर होने वाले सम्प्रेषण को व्यवस्थित क्रम में रखा जाये

अर्थात् सम्प्रेषण क्रिया में सर्वप्रथम कौन होगा तथा इसकी समाप्ति कब और कहाँ होगी। इस प्रकार सम्प्रेषण क्रिया के व्यवस्थित स्वरूप को ही सम्प्रेषण प्रक्रिया कहते हैं।

सम्प्रेषण प्रक्रिया में एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को जो सन्देश भेजा जाता है। उसमें कई तत्व सम्मिलित होते हैं। तब जाकर सम्प्रेषण की प्रक्रिया पूर्ण होती है।

सम्प्रेषण के निम्न तत्व इस प्रकार हैं—

1. सम्प्रेषक (Communicator or Sender)
2. सन्देश (Message)
3. भाषा (Language)
4. माध्यम (Medium)
5. प्राप्तकर्ता (Receiver)
6. प्रतिपुष्टि (Feed back)

1. सम्प्रेषक (Communicator):-

सम्प्रेषक वह व्यक्ति है जो सन्देश देने वाला होता है। यह सम्प्रेषण का सबसे अधिक महत्वपूर्ण तत्व है। जैसे शरीर में मस्तिष्क का कार्य होता है कि वह विभिन्न अंगों को सन्देश देता है कि उन्हें कब, क्या, और क्यों करना है। पैर में काँटा चुभा तो सर्वप्रथम मस्तिष्क को इसका ज्ञान होता है और वह पैर को कहता है कि हटाओ। यह क्रिया इतनी शीघ्र होती है कि हमें पता नहीं लगता किसी व्यवस्था से सम्प्रेषक मस्तिष्क की तरह होता है।

2. सन्देश (Message):-

सम्प्रेषक जिस बात को प्राप्तकर्ता के पास भेजना चाहता है, उसे सन्देश कहते हैं। यह सम्प्रेषण प्रक्रिया का प्रमुख कारक है। सन्देश क्या हो, कैसा हो, यह सम्प्रेषक पर निर्भर करता है। सन्देश स्वयं सम्प्रेषक के पास नहीं आता बल्कि सम्प्रेषक ही सन्देश का सृजन करता है। एक अच्छे सन्देश में निम्न बातों का होना आवश्यक है—

1. संक्षिप्त (Brief)
2. स्पष्ट (Clear)
3. सरल भाषा (Easy Language)

3. माध्यम (Medium):-

माध्यम से आशय है कि सन्देश को किस प्रकार सन्देशग्राही तक पहुँचाना है। जिससे सन्देश सही और प्रभावशाली ढंग से पहुँच जाये। सन्देश का सम्प्रेषण समाचार-पत्र पत्रिका, पुस्तकें, पर्चे, पम्पलेट्स, भाषण रेडियो, टेली विजन, मोबाइल, इन्टरनेट, टी0वी0, आदि के माध्यम से

किया जा सकता है। इनमें से कौन-सा साधन उपयुक्त होगा यह सम्प्रेषक के निर्णय की बात है। उसे यह तय करना होगा कि इनमें से कौन-सा माध्यम कब और किन परिस्थितियों में उपयोगी होगा।

4. प्राप्तकर्ता (Receiver):-

सन्देश जिस व्यक्ति तक पहुँचाना है, उसे प्राप्तकर्ता कहते हैं अर्थात् सम्प्रेषण किसको या सन्देश किसके लिए है। कोई भी सन्देश जिस उद्देश्य के साथ प्राप्तकर्ता के पास भेजा जा रहा है। प्राप्तकर्ता सन्देश ग्रहण में आनाकानी करता है, तो सम्प्रेषण कभी प्रभावी नहीं हो सकता। एक शिक्षक कक्षा में कितना भी प्रभावशाली तरीके से अध्यापन कर रहा हो, किन्तु छात्र कक्षा में बैठकर उस शिक्षक की बात पर ध्यान न दे तो सम्प्रेषण की क्रिया अपूर्ण ही रहेगी।

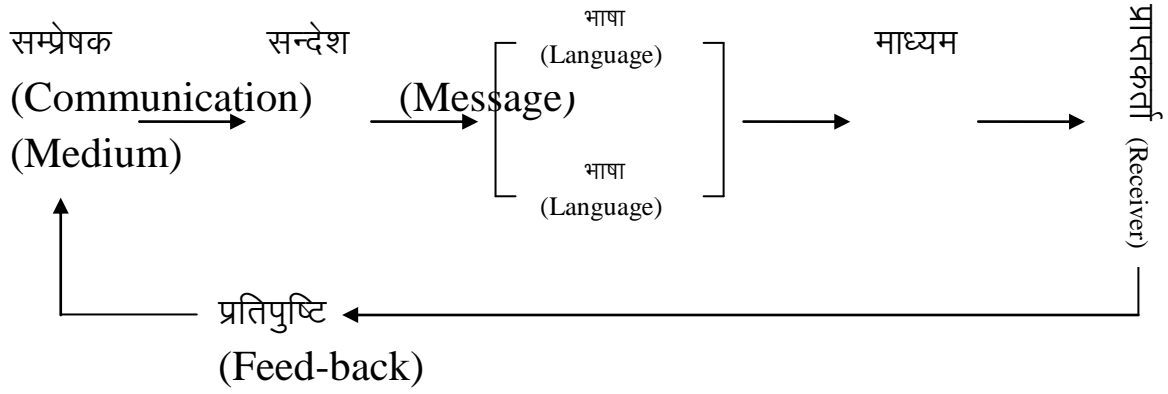
5. प्रतिपुष्टि (Feed-back):-

प्रतिपुष्टि का आशय है कि जो भी सन्देश प्राप्तकर्ता को भेजा गया। प्राप्तकर्ता ने उस सन्देश को कैसे प्राप्त किया। उसकी प्रतिक्रिया क्या रही। उसने सन्देश को खुले मन से ग्रहण किया या मन को दबाकर ग्रहण किया। यही सारी बातें प्रतिपुष्टि के अन्तर्गत आती हैं। यह प्रतिपुष्टि प्रत्यक्ष मौखिक सम्प्रेषण में तुरन्त मालूम हो जाती हैं। जैसे यदि आमने-सामने वार्तालाप हो रहा हो, टेलीफोन या मोबाइल से बात हो रही हो। यदि सम्प्रेषण रेडियो, समाचार-पत्र, टी0वी0, पत्रिकाओं आदि के माध्यम से हो रहा है, तो इसमें सम्प्रेषणग्राही से प्रत्यक्ष सम्पर्क नहीं रहता है। अतः ऐसी स्थिति में प्रतिपुष्टि के लिये जवाबी पत्र मांगे जायें, प्रश्नावली भरवायी जाये, साक्षात्कार एवं गोष्ठियों का आयोजन किया जाये। बिना प्रतिपुष्टि के हम सम्प्रेषण को कभी भी प्रभावशाली नहीं बना सकते हैं। प्रतिपुष्टि सम्प्रेषण क्रिया का एक बहुत ही महत्त्वपूर्ण अंग है।

एक प्रबन्धक को अपनी संस्था में नित्य कोई न कोई सन्देश अपने अधीनस्थों को देना होता है। प्रबन्धक का मुख्य कार्य ही होता है कि वो अपने सहायकों से अच्छे तरीके से कार्य कराये। इसके लिए उसे अपने आदेश एवं निर्देश सहायकों को देने होते हैं और उसका पालन करना होता है। इस तरह प्रबन्धक के लिए प्रतिपुष्टि की आवश्यकता बढ़ जाती है। किसी भी संस्था का विकास उसके अच्छे प्रबन्धन का परिणाम होता है और अच्छे प्रबन्धन के लिए प्रभावी सम्प्रेषण की आवश्यकता होती है तथा प्रभावी सम्प्रेषण के लिए प्रतिपुष्टि नितान्त आवश्यक है। प्रतिपुष्टि के आधार पर ही सम्प्रेषण अपने सन्देशों में आवश्यकतानुरूप संशोधन या परिवर्तन करने का प्रयास करता है।

प्रतिपुष्टि प्रक्रिया (Feed-back process):-

किसी भी व्यवसाय में प्रबन्धक और अधीनस्थ के मध्य सन्देशों का आदान-प्रदान होता रहता है। ऐसे में प्रतिपुष्टि सदैव अच्छे सम्बन्धों को जन्म देती है। प्रतिपुष्टि का सही तरीका क्या हो। इसे ही हम प्रतिपुष्टि प्रक्रिया का नाम दे सकते हैं। इसे चित्र के द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है।



प्रतिपुष्टि की क्रिया तब प्रारम्भ होती है, जब प्राप्तकर्ता सन्देश को सम्प्रेषक से उसी रूप में ग्रहण करता है। जिस रूप में सम्प्रेषक ने सन्देश दिया है। यदि सन्देशग्राही सम्प्रेषक के सन्देश को गम्भीरता के साथ नहीं लेता है, तो प्रतिपुष्टि भी वह नहीं करेगा। अतः प्रतिपुष्टि के लिए सन्देशों का आदान-प्रदान समान उद्देश्य से होना चाहिये। प्रतिपुष्टि में सन्देश प्राप्तकर्ता सन्देश पाने के बाद उस सन्देश से सम्बन्धित शंकाओं को उठाता है। सम्प्रेषक ऐसी जानकारी प्राप्तकर्ता को प्रदान करता है। प्रतिपुष्टि का कार्य आमने-सामने तत्काल हो जाता है।

सकारात्मक प्रतिपुष्टि ताली बजाकर, मेजें थपथपाकर तथा नकारात्मक प्रतिपुष्टि शोर मचाकर, उबासी लेकर हो सकती है।