

## Communication Process within a Business Organization

The communication process involves the sender, transmission of a message through a selected channel and the receiver. Although the process of communication is more than the sum total of these elements, understanding them can help explain what happens when one person tries to express an idea to others.

### एक व्यावसायिक संगठन के भीतर संचार प्रक्रिया

संचार प्रक्रिया में प्रेषक, एक चयनित चैनल और रिसीवर के माध्यम से संदेश का प्रसारण शामिल होता है। यद्यपि संचार की प्रक्रिया इन तत्वों के कुल योग से अधिक है, उन्हें समझने से यह समझाने में मदद मिल सकती है कि जब एक व्यक्ति दूसरों को एक विचार व्यक्त करने का प्रयास करता है तो क्या होता है।

### व्यवसाय संस्थेतील संप्रेषण प्रक्रिया

संप्रेषण प्रक्रियेमध्ये प्रेषक, निवडलेल्या चॅनेलद्वारे संदेश प्रसारित करणे आणि प्राप्तकर्ता यांचा समावेश होतो. संप्रेषणाची प्रक्रिया या घटकांच्या एकूण बेरजेपेक्षा जास्त असली तरी, त्यांना समजून घेतल्याने एखादी व्यक्ती इतरांना कल्पना व्यक्त करण्याचा प्रयत्न करते तेव्हा काय होते हे स्पष्ट करण्यात मदत होते.

#### 1. Sender:

The process of communication begins with a sender, the person who transmits a message. The branch manager explaining new product lines to the sales force, a computer programmer explaining a new program to a coworker, accountant giving financial report to its superior are all senders of communication.

#### 1. प्रेषक:

संचार की प्रक्रिया एक प्रेषक से शुरू होती है, वह व्यक्ति जो संदेश प्रसारित करता है। शाखा प्रबंधक बिक्री बल को नई उत्पाद लाइनों की व्याख्या करता है, एक कंप्यूटर प्रोग्रामर एक सहकर्मी को एक नया कार्यक्रम समझाता है, लेखाकार अपने वरिष्ठ को वित्तीय रिपोर्ट देता है, सभी संचार के प्रेषक हैं।

## 1. प्रेषक:

संप्रेषणाची प्रक्रिया प्रेषकापासून सुरू होते, जो संदेश पाठवतो. सेल्स फोर्सला नवीन प्रोडक्ट लाईन्स समजावून सांगणारा ब्रँच मॅनेजर, सहकर्मचाऱ्याला नवीन प्रोग्रॅम समजावून सांगणारा कॉम्प्युटर प्रोग्रॅमर, त्याच्या वरिष्ठांना आर्थिक अहवाल देणारा अकाउंटंट हे सर्व संवाद प्रेषक आहेत.

## 2. Message:

A message is any signal that triggers the response of a receiver. Messages could be verbal (written or spoken) or non-verbal (such as appearance, body language, silence, sounds, yawns, sighs etc.)

## 2. संदेश:

एक संदेश कोई भी संकेत है जो एक रिसीवर की प्रतिक्रिया को ट्रिगर करता है। संदेश मौखिक (लिखित या बोले गए) या गैर-मौखिक (जैसे उपस्थिति, शरीर की भाषा, मौन, ध्वनियां, जम्हाई, आह आदि) हो सकते हैं।

## 2. संदेश:

संदेश हा कोणताही सिग्नल आहे जो प्राप्तकर्त्याच्या प्रतिसादास ट्रिगर करतो. संदेश तोंडी (लिखित किंवा बोललेले) किंवा गैर-मौखिक असू शकतात (जसे की देखावा, देहबोली, शांतता, आवाज, जांभई, उसासे इ.)

## 3. Encoding:

The sender must choose certain words or non-verbal methods to send an international message. This activity is called encoding. While encoding a message, one needs to consider what contents to include, how the receiver will interpret it and how it may affect one's relationship.

### 3. एन्कोडिंग:

अंतरराष्ट्रीय संदेश भेजने के लिए प्रेषक को कुछ शब्दों या गैर-मौखिक तरीकों का चयन करना होगा। इस गतिविधि को एन्कोडिंग कहा जाता है। किसी संदेश को कूटबद्ध करते समय, किसी को इस बात पर विचार करने की आवश्यकता होती है कि कौन सी सामग्री शामिल करनी है, प्राप्तकर्ता इसकी व्याख्या कैसे करेगा और यह किसी के रिश्ते को कैसे प्रभावित कर सकता है।

### 3. एन्कोडिंग:

प्रेषकाने आंतरराष्ट्रीय संदेश पाठवण्यासाठी काही शब्द किंवा गैर-मौखिक पद्धती निवडणे आवश्यक आहे. या क्रियाकलापाला एन्कोडिंग म्हणतात. संदेश एन्कोड करताना, कोणती सामग्री समाविष्ट करावी, प्राप्तकर्ता त्याचा कसा अर्थ लावेल आणि त्याचा एखाद्याच्या नातेसंबंधावर कसा परिणाम होऊ शकतो याचा विचार करणे आवश्यक आहे.

A simple "thankful" message will be relatively easy. In contrast, to inform 200 employees of a bad news about salary cut or bid on engineering plans to construct a Rs. 50 crore industrial building will require much more complicated, carefully planned messages.

एक सरल "आभारी" संदेश अपेक्षाकृत आसान होगा। इसके विपरीत, 200 कर्मचारियों को वेतन कटौती या इंजीनियरिंग योजनाओं पर बोली लगाने के बारे में एक बुरी खबर देने के लिए रु। 50 करोड़ के औद्योगिक भवन के लिए और अधिक जटिल, सावधानीपूर्वक नियोजित संदेशों की आवश्यकता होगी।

एक साधा "धन्यवाद" संदेश तुलनेने सोपे होईल. याउलट, 200 कर्मचार्यांना पगार कपातीबद्दल किंवा रु.च्या बांधकामाच्या अभियांत्रिकी योजनांवर बोलीबद्दल वाईट बातमी कळवणे. 50 कोटींच्या औद्योगिक इमारतीसाठी अधिक क्लिष्ट, काळजीपूर्वक नियोजित संदेशांची आवश्यकता असेल.

### 4. Channel:

How will you send your message?

Should it be sent via an electronic word processing system to be read on the receiver's screen or through the printed word or through graphic symbol on paper, or via the medium of sound?

Briefly, should one write or speak?

The choice of channel or medium (written or oral) is influenced by the interrelationships between the sender and the receiver. It also depends upon the urgency of the message being sent. Besides, one may consider factors such as importance, number of receivers, costs and amount of information.

Generally, it has been observed that if the message requires an immediate answer, an oral channel may be the better choice. But if the message contains complicated details and figures or if its subject requires filing for future reference, a written communication is necessary. Furthermore, whether your message receiver is inside or outside your organisation affects your choice of the medium.

For internal communication, written media may be memos, reports, bulletins, job descriptions, posters, employee manuals or even electronic bulletin boards. Oral communication may be staff meeting reports, face to face discussions, speeches, audio tapes, telephone chats, teleconferences or even video tapes. Another oral channel, though unplanned by the sender, is the 'grapevine' through which news and rumors often travel quickly.

External written communication media may be letters, reports, proposals, telegrams, faxes, electronic mails, telexes, postcards, contracts, ads, brochures, catalogues, news releases etc. You may communicate orally-face-to-face, by telephone, or by speeches

in solo or in panel situations personally before groups or via teleconferences, video conferences or TV.

#### 4. चैनल:

आप अपना संदेश कैसे भेजेंगे?

क्या इसे रिसीवर की स्क्रीन पर पढ़ने के लिए इलेक्ट्रॉनिक वर्ड प्रोसेसिंग सिस्टम के माध्यम से या मुद्रित शब्द के माध्यम से या कागज पर ग्राफिक प्रतीक के माध्यम से, या ध्वनि के माध्यम से भेजा जाना चाहिए?

संक्षेप में, किसी को लिखना चाहिए या बोलना चाहिए?

चैनल या माध्यम (लिखित या मौखिक) का चुनाव प्रेषक और रिसीवर के बीच अंतर्संबंधों से प्रभावित होता है। यह भेजे जा रहे संदेश की तात्कालिकता पर भी निर्भर करता है। इसके अलावा, कोई महत्व, प्राप्तकर्ताओं की संख्या, लागत और सूचना की मात्रा जैसे कारकों पर विचार कर सकता है।

आम तौर पर, यह देखा गया है कि यदि संदेश को तत्काल उत्तर की आवश्यकता होती है, तो मौखिक चैनल बेहतर विकल्प हो सकता है। लेकिन अगर संदेश में जटिल विवरण और आंकड़े हैं या यदि इसके विषय को भविष्य के संदर्भ के लिए दाखिल करने की आवश्यकता है, तो एक लिखित संचार आवश्यक है। इसके अलावा, चाहे आपका संदेश प्राप्तकर्ता आपके संगठन के अंदर हो या बाहर, आपके माध्यम की पसंद को प्रभावित करता है।

आंतरिक संचार के लिए, लिखित मीडिया मेमो, रिपोर्ट, बुलेटिन, नौकरी विवरण, पोस्टर, कर्मचारी मैनुअल या यहां तक कि इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड भी हो सकता है। मौखिक संचार स्टाफ मीटिंग रिपोर्ट, आमने-सामने चर्चा, भाषण, ऑडियो टेप, टेलीफोन चैट, टेलीकांफ्रेंस या यहां तक कि वीडियो टेप भी हो सकता है। एक अन्य मौखिक चैनल, हालांकि प्रेषक द्वारा अनियोजित, 'ग्रेपवाइन' है जिसके माध्यम से समाचार और अफवाहें अक्सर जल्दी से यात्रा करती हैं।

बाहरी लिखित संचार माध्यम पत्र, रिपोर्ट, प्रस्ताव, टेलीग्राम, फैक्स, इलेक्ट्रॉनिक मेल, टेलेक्स, पोस्टकार्ड, अनुबंध, विज्ञापन, ब्रोशर, कैटलॉग, समाचार विज्ञप्ति आदि हो सकते हैं। आप टेलीफोन द्वारा मौखिक रूप से आमने-सामने संवाद कर सकते हैं, या एकल या पैनल स्थितियों में व्यक्तिगत रूप से समूहों के सामने या टेलीकांफ्रेंस, वीडियो कॉन्फ्रेंस या टीवी के माध्यम से भाषणों द्वारा।

#### 4. चॅनेल:

तुम्ही तुमचा संदेश कसा पाठवाल?

रिसीव्हरच्या स्क्रीनवर वाचण्यासाठी ते इलेक्ट्रॉनिक वर्ड प्रोसेसिंग सिस्टमद्वारे किंवा छापील शब्दाद्वारे किंवा कागदावरील ग्राफिक चिन्हाद्वारे किंवा आवाजाच्या माध्यमाद्वारे पाठवले जावे?

थोडक्यात, लिहावे की बोलावे?

चॅनेल किंवा माध्यमाची निवड (लिखित किंवा तोंडी) प्रेषक आणि प्राप्तकर्ता यांच्यातील परस्परसंबंधांवर प्रभाव पाडते. हे संदेश पाठवण्याच्या निकडीवर देखील अवलंबून आहे. याशिवाय, महत्त्व, प्राप्तकर्त्यांची संख्या, खर्च आणि माहितीचे प्रमाण यासारख्या घटकांचा विचार करता येईल.

साधारणपणे, असे आढळून आले आहे की जर संदेशाला त्वरित उत्तर हवे असेल तर तोंडी चॅनेल हा उत्तम पर्याय असू शकतो. परंतु जर संदेशामध्ये क्लिष्ट तपशील आणि आकडे असतील किंवा जर त्याच्या विषयासाठी भविष्यातील संदर्भासाठी फाइल करणे आवश्यक असेल तर लेखी संप्रेषण आवश्यक आहे. शिवाय, तुमचा संदेश प्राप्तकर्ता तुमच्या संस्थेच्या आत किंवा बाहेर असला तरीही तुमच्या माध्यमाच्या निवडीवर परिणाम होतो.

अंतर्गत संवादासाठी, लिखित माध्यमे मेमो, अहवाल, बुलेटिन, नोकरीचे वर्णन, पोस्टर्स, कर्मचारी मॅन्युअल किंवा अगदी इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड असू शकतात. मौखिक संप्रेषण हे कर्मचारी बैठकीचे अहवाल, समोरासमोर चर्चा, भाषणे, ऑडिओ टेप, टेलिफोन चॅट, टेलिकॉन्फरन्स किंवा अगदी व्हिडिओ टेप असू शकतात. आणखी एक तोंडी चॅनेल, जरी प्रेषकाने अनियोजित केले असले तरी, 'ग्रेपवाइन' आहे ज्याद्वारे बातम्या आणि अफवा बर्याचदा द्रुतगतीने प्रवास करतात.

बाह्य लिखित संप्रेषण माध्यमे ही पत्रे, अहवाल, प्रस्ताव, टेलिग्राम, फॅक्स, इलेक्ट्रॉनिक मेल, टेलेक्स, पोस्टकार्ड, करार, जाहिराती, माहितीपत्रके, कॅटलॉग, बातम्यांचे प्रकाशन इ. असू शकतात. तुम्ही तोंडी तोंडी, दूरध्वनीद्वारे किंवा समोरासमोर संवाद साधू शकता. वैयक्तिकरित्या गटांसमोर किंवा टेलिकॉन्फरन्स, व्हिडिओ कॉन्फरन्स किंवा टीव्हीद्वारे वैयक्तिकरित्या एकट्याने किंवा पॅनेलच्या परिस्थितीत भाषणाद्वारे.

### 5. Receiver:

A receiver is any person who notices and attaches some meaning to a message. In the best circumstances, a message reaches its intended receiver with no problems. In the confusing and imperfect world of business, however, several problems can occur. The message may never get to the receiver.

It might be sent but buried under a mountain of files on the recipient's desk. If the message is oral, the listener might forget it. Even worse, a message intended for one receiver might be intercepted by someone else or your colleague may take your friendly joke in an offensive manner. Similarly, your boss' suggestion may be taken to be an order by you for example, a competitor might see a copy of your correspondence to a customer.

### 5. रिसीवर:

एक रिसीवर कोई भी व्यक्ति होता है जो किसी संदेश को नोटिस करता है और कुछ अर्थ जोड़ता है। सर्वोत्तम परिस्थितियों में, एक संदेश बिना किसी समस्या के अपने इच्छित रिसीवर तक पहुंचता है। हालाँकि, व्यवसाय की भ्रमित और अपूर्ण दुनिया में, कई समस्याएं हो सकती हैं। संदेश प्राप्तकर्ता को कभी नहीं मिल सकता है।

इसे भेजा जा सकता है लेकिन प्राप्तकर्ता के डेस्क पर फाइलों के पहाड़ के नीचे दबा दिया जाता है। यदि संदेश मौखिक है, तो श्रोता उसे भूल सकता है। इससे भी बदतर, एक रिसीवर के लिए अभिप्रेत संदेश किसी और द्वारा इंटरसेप्ट किया जा सकता है या आपका सहयोगी आपके दोस्ताना मजाक को आक्रामक तरीके से ले सकता है।

इसी तरह, आपके बॉस के सुझाव को आपके द्वारा एक आदेश माना जा सकता है, उदाहरण के लिए, एक प्रतियोगी ग्राहक को आपके पत्राचार की एक प्रति देख सकता है।

## 5. प्राप्तकर्ता:

प्राप्तकर्ता ही अशी कोणतीही व्यक्ती आहे जी संदेशाचा काही अर्थ लक्षात घेते आणि जोडते. सर्वोत्तम परिस्थितीत, संदेश कोणत्याही समस्यांशिवाय त्याच्या इच्छित प्राप्तकर्त्यापर्यंत पोहोचतो. तथापि, व्यवसायाच्या गोंधळात टाकणाऱ्या आणि अपूर्ण जगात, अनेक समस्या उद्भवू शकतात. संदेश प्राप्तकर्त्यापर्यंत कधीही पोहोचू शकत नाही.

ते पाठवले जाऊ शकते परंतु प्राप्तकर्त्याच्या डेस्कवरील फायलींच्या डोंगराखाली दफन केले जाते. संदेश तोंडी असल्यास, ऐकणारा कदाचित विसरेल. त्याहूनही वाईट म्हणजे, एका रिसीव्हरसाठी असलेला संदेश दुसऱ्यातने रोखला असेल किंवा तुमचा सहकारी तुमचा मैत्रीपूर्ण विनोद आक्षेपार्ह पद्धतीने घेऊ शकतो. त्याचप्रमाणे, तुमच्या बॉसची सूचना तुम्ही ऑर्डर म्हणून घेतली जाऊ शकते, उदाहरणार्थ, एखाद्या स्पर्धकाला तुमच्या ग्राहकाशी केलेल्या पत्रव्यवहाराची प्रत दिसू शकते.

## 6. Decoding:

Even if the message reaches intact to its intended receiver, there is no guarantee that it will be understood as the sender intended it to be. The receiver must still decode it attaching meaning to the words or symbols. It may be noted that decoding is not always accurate. It depends upon individual experiences.

The problem is that all of us do not have identical experiences with the subject or symbols chosen by the sender. Even within India, attitudes, abilities, opinions, communication skills and cultural customs vary. And if the communication is between people of two different countries, say India and Japan, the problems increase. There are greater chances of misinterpretation; personal biases may intervene, as each receiver



tries to perceive the intended meaning of the sender's idea in his or her own receptor mechanism.

## 6. डिकोडिंग:

यहां तक कि अगर संदेश अपने इच्छित रिसीवर तक पहुंच जाता है, तो इस बात की कोई गारंटी नहीं है कि इसे प्रेषक के रूप में समझा जाएगा। रिसीवर को अभी भी शब्दों या प्रतीकों के अर्थ को जोड़ते हुए इसे डीकोड करना होगा। यह ध्यान दिया जा सकता है कि डिकोडिंग हमेशा सटीक नहीं होती है। यह व्यक्तिगत अनुभवों पर निर्भर करता है।

समस्या यह है कि हम सभी के पास प्रेषक द्वारा चुने गए विषय या प्रतीकों के समान अनुभव नहीं हैं। भारत के भीतर भी, दृष्टिकोण, क्षमता, राय, संचार कौशल और सांस्कृतिक रीति-रिवाज अलग-अलग हैं। और अगर संचार दो अलग-अलग देशों, जैसे भारत और जापान के लोगों के बीच होता है, तो समस्याएं बढ़ जाती हैं। गलत व्याख्या की अधिक संभावना है; व्यक्तिगत पूर्वाग्रह हस्तक्षेप कर सकते हैं, क्योंकि प्रत्येक रिसीवर अपने स्वयं के रिसेप्टर तंत्र में प्रेषक के विचार के इच्छित अर्थ को समझने की कोशिश करता है।

## 6. डीकोडिंग:

जरी संदेश त्याच्या इच्छित प्राप्तकर्त्यापर्यंत अखंडपणे पोहोचला तरीही, प्रेषकाचा हेतू जसा असेल तसा तो समजला जाईल याची शाश्वती नाही. प्राप्तकर्त्याने शब्द किंवा चिन्हांना अर्थ जोडून ते डीकोड करणे आवश्यक आहे. हे लक्षात घेतले जाऊ शकते की डीकोडिंग नेहमीच अचूक नसते. हे वैयक्तिक अनुभवांवर अवलंबून असते.

समस्या अशी आहे की प्रेषकाने निवडलेल्या विषय किंवा चिन्हांबद्दल आपल्या सर्वांना एकसारखे अनुभव नाहीत. भारतामध्येही वृत्ती, क्षमता, मते, संवाद कौशल्ये आणि सांस्कृतिक चालीरीती भिन्न असतात. आणि जर संवाद भारत आणि जापान या दोन वेगवेगळ्या देशांतील लोकांमध्ये असेल तर समस्या वाढतात. चुकीचा अर्थ लावण्याची शक्यता जास्त आहे; वैयक्तिक पूर्वाग्रह हस्तक्षेप करू शकतात, कारण प्रत्येक प्राप्तकर्ता त्याच्या स्वतःच्या रिसेप्टर यंत्रणेमध्ये प्रेषकाच्या कल्पनेचा अभिप्रेत अर्थ जाणण्याचा प्रयत्न करतो.

## 7. Feedback:

Ultimately, the receiver reacts or responds to the communication sent by the sender.

The response could be based on clear interpretation of the symbols sent or it could be based on misunderstanding or misinterpretation of the symbols sent. Whatever the response of a receiver to a sender is, it is called feedback. Some feedback is non-verbal smiles, sighs, nods and so on.

Sometimes it is oral, as when you react to a colleague's ideas with questions or comments. Feedback can also be written, as when you respond to a coworker's memo.

In many cases, no message can also be a feedback.

Failure to answer a letter or to return a phone call can suggest how the non communicative person feels about the sender. Feedback is an important component of the communication process, because ultimately the success or failure of the communication is decided by the feedback we get.

### 7. प्रतिक्रिया:

अंत में, प्राप्तकर्ता प्रेषक द्वारा भेजे गए संचार पर प्रतिक्रिया करता है या प्रतिक्रिया करता है। प्रतिक्रिया भेजे गए प्रतीकों की स्पष्ट व्याख्या पर आधारित हो सकती है या यह गलतफहमी या भेजे गए प्रतीकों की गलत व्याख्या पर आधारित हो सकती है। प्रेषक को प्राप्तकर्ता की प्रतिक्रिया जो भी हो, उसे फीडबैक कहा जाता है। कुछ फीडबैक गैर-मौखिक मुस्कान, आहें, सिर हिलाना आदि हैं।

कभी-कभी यह मौखिक होता है, जैसे कि जब आप किसी सहकर्मी के विचारों पर प्रश्नों या टिप्पणियों के साथ प्रतिक्रिया करते हैं। फीडबैक भी लिखा जा सकता है, जैसे कि जब आप किसी सहकर्मी के मेमो का जवाब देते हैं। कई मामलों में, कोई संदेश प्रतिक्रिया भी नहीं हो सकता है।

किसी पत्र का उत्तर देने या फोन कॉल वापस करने में विफलता यह सुझाव दे सकती है कि गैर-संचारी व्यक्ति प्रेषक के बारे में कैसा महसूस करता है। फीडबैक संचार प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण घटक है, क्योंकि अंततः संचार की सफलता या विफलता हमें प्राप्त फीडबैक से तय होती है।

## 7. अभिप्रायः

शेवटी, प्राप्तकर्ता प्रेषकाने पाठवलेल्या संप्रेषणावर प्रतिक्रिया देतो किंवा प्रतिसाद देतो. प्रतिसाद पाठवलेल्या चिन्हांच्या स्पष्ट अर्थावर आधारित असू शकतो किंवा तो पाठवलेल्या चिन्हांच्या गैरसमजावर किंवा चुकीच्या अर्थावर आधारित असू शकतो. प्रेषकाला प्राप्तकर्त्याचा प्रतिसाद काहीही असो, त्याला फीडबॅक म्हणतात. काही प्रतिक्रिया म्हणजे गैर-मौखिक हसू, उसासे, होकार इ.

कधीकधी ते तोंडी असते, जसे की तुम्ही सहकाऱ्याच्या कल्पनांना प्रश्न किंवा टिप्पण्यांसह प्रतिक्रिया देता. फीडबॅक देखील लिहिला जाऊ शकतो, जसे तुम्ही सहकर्मीच्या मेमोला प्रतिसाद देता. बऱ्याच प्रकरणांमध्ये कोणताही संदेश देखील अभिप्राय असू शकत नाही.

पत्राला उत्तर देण्यात अयशस्वी होणे किंवा फोन कॉल परत न करणे हे सूचित करू शकते की प्रेषकाबद्दल गैर-संवादित व्यक्तीला कसे वाटते. अभिप्राय हा संप्रेषण प्रक्रियेचा एक महत्त्वाचा घटक आहे, कारण शेवटी संप्रेषणाचे यश किंवा अपयश हे आपल्याला मिळालेल्या अभिप्रायावरून ठरवले जाते.

=====kg=====