



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்

தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது

காரைக்குடி - 630003



தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

பி.காம்

முதல் பருவம்

102 12

வியாபார தகவல் தொடர்பாடல்

Authors:

R.K. Madhukar, *Retired General Manager, Incharge of Business Communication and Public Relations Canara Bank, Bengaluru & Former Chief Economist, Indian Banks' Association, Mumbai*

Units (1.2-1.3.1, 1.4-1.5, 2.2, 2.4.1, 3.4.2, 3.5, 4.3.4-4.3.6, 6.3.2, 7.2, 7.3, 8.3, 10.0, 10.2, 11, 12.3, 13.6.1, 14.2.1, 14.3)

Dr Anjane Sethi, *Assistant Professor, MDI Gurugram*

Prof. (Dr) Bhavana Adhikari, *Deputy Dean Academics, Amity University, Gurugram*

Units (2.4, 3.2-3.4.1, 3.4.3, 5.3.1, 5.4.1, 7.3.1-7.3.2, 8.4, 9.2, 13.2-13.5, 13.6.2)

Vikas® Publishing House:

Units (1.0-1.1, 1.3.2, 1.6-1.9, 2.0-2.1, 2.3, 2.5-2.9, 3.0-3.1, 3.6-3.10, 4.0-4.2, 4.3-4.3.3, 4.4-4.8, 5.0-5.2, 5.3, 5.4, 5.5-5.9, 6.0-6.2, 6.3-6.3.1, 6.4-6.8, 7.0-7.1, 7.2.1, 7.4-7.8, 8.0-8.2, 8.5-8.9, 9.0-9.1, 9.2.1-9.2.2, 9.3, 9.4-9.8, 10.1, 10.2.1, 10.3-10.7, 12.0-12.2, 12.4-12.8, 13.0-13.1, 13.6, 13.7-13.11, 14.0-14.1, 14.2, 14.4-14.8)

“The copyright shall be vested with Alagappa University”

All rights reserved. No part of this publication which is material protected by this copyright notice may be reproduced or transmitted or utilized or stored in any form or by any means now known or hereinafter invented, electronic, digital or mechanical, including photocopying, scanning, recording or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from the Alagappa University, Karaikudi, Tamil Nadu.

Information contained in this book has been published by VIKAS® Publishing House Pvt. Ltd. and has been obtained by its Authors from sources believed to be reliable and are correct to the best of their knowledge. However, the Alagappa University, Publisher and its Authors shall in no event be liable for any errors, omissions or damages arising out of use of this information and specifically disclaim any implied warranties or merchantability or fitness for any particular use.



Vikas® is the registered trademark of Vikas® Publishing House Pvt. Ltd.
VIKAS® PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.

E-28, Sector-8, Noida – 201301 (UP)

Phone: 0120-4078900 ♦ Fax: 0120-4078999

Regd. Office: 7361, Ravindra Mansion, Ram Nagar, New Delhi 110 055

♦ Website: www.vikaspublishing.com ♦ Email: helpline@vikaspublishing.com

Work Order No. AU/DDE/DE1-238/Preparation and Printing of Course Materials/2018 Dated 30.08.2018 Copies – 500

பாடத்திட்டங்கள் - புத்தக வரைபட அட்டவணை வியாபார தகவல் தொடர்பு

பாடத்திட்டங்கள்	புத்தகத்தில் வரைபடம்
<p>அத்தியாயம் - 1 தகவல் தொடர்பின் அடிப்படை கூறுகள்</p> <p>அலகு 1 தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம் தகவல் தொடர்பின் நோக்கம் - தகவல் தொடர்பின் செயல்முறை - வர்த்தகத்தில் தகவல் தொடர்பின் முக்கியத்துவம் - தொழில் நுட்ப தகவல் தொடர்புக்கும் பொது தகவல் தொடர்புக்கும் உள்ள வேறுபாடு - தகவல் தொடர்பின் தடைகள் - தகவல் தொடர்பின் தடைகளை கடக்கும் உபாயம் - உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>அலகு 2 தகவல் தொடர்பின் வகைகள் - தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்: ஒரு கண்ணோட்டம் - தகவல் தொடர்பாடல் முறைகள் - வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல் - வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம் - வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் நன்மைகள் - எழுத்து வழி தகவல்தொடர்பாடலின் நன்மைகள் - வாய்வழி அல்லாத தகவல்தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம் - உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க</p> <p>அலகு 3 கவனிக்கும் திறன் - கவனித்தல் திறன்கள்: ஒரு கண்ணோட்டம் - கவனித்தல் நோக்கங்கள் - கவனிப்பின் குறிக்கோள் - கவனித்தல் செயல்முறை - கவனிப்பதற்கான நிலைகள் - கவனித்தல் வகைப்படுத்தல் - கேட்கும் திறமையின்மை - குறைவான கவனிப்பு பழக்கம் - கவனிப்பு செயல்முறைக்கு பொதுவான தடைகள் - கவனிப்பதை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகள் - கவனிப்போர் முயற்சிகள் - கவனிப்பதற்கான பத்து கட்டளைகள் - பணியிடத்தில் சபாநாயகர் மேற்கொண்ட முயற்சிகள்</p> <p>அலகு 4 தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி - மொழியும் தொடர்பாடலும் - மொழி: தொடர்பாடல் ஒரு நடுத்தர ஊடகம் - எழுதப்பட்ட தொடர்பாடல் - எழுதுதலின் பொது கோட்பாடுகள் - எழுதுதல் திறன்களை மேம்படுத்துதல் - அவசியமான உடை நடத்தை - தவிர்க்கப்பட வேண்டிய கருத்துகள் மற்றும் சொற்கள் - இலக்கணமும் அதன் பயன்பாடும் - பத்திகள் மற்றும் வாக்கியங்கள் - சொற்கள் தேர்வு</p>	<p>அலகு 1 தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம் பக்கம் (1 - 29)</p> <p>அலகு 2 தகவல் தொடர்பின் வகைகள் பக்கம் (30 - 53)</p> <p>அலகு 3 கவனிக்கும் திறன் பக்கம் (54 - 74)</p> <p>அலகு 4 தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி பக்கம் (75 - 104)</p>

அத்தியாயம் – 2 தகவல் தொடர்பின் வகைகள் மற்றும் வணிகக்கடிதம்

அலகு 5 அமைப்புகளில் தகவல் தொடர்பாடல் – நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பாடலின் அர்த்தம் – உட்ப்புற தகவல்தொடர்பு: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள் – உட்புற தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவம் – வெளிப்புற தொடர்பாடல்: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள் – வெளிப்புற தொடர்பாடல்களின் முக்கியத்துவம் – உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

அலகு 6 தகவல் தொடர்பாடல் ‘நெட்வொர்க்’ (வலைதளம்) – ‘நெட்வொர்க்’ (வலைப்பின்னல்) தொடர்பாடலின் நோக்கம் மற்றும் வகைகள் – முறையான மற்றும் முறைசாரா ‘நெட்வொர்க்’ தகவல் தொடர்பு – முறைசாரா ‘நெட்வொர்க்’ தகவல் தொடர்பு – முறையான நெட்வொர்க் தகவல் தொடர்பு

அலகு 7 வணிக எழுத்துக்கள் – வர்த்தக கடிதம் எழுதுதல் மற்றும் அதன் முக்கியத்துவம் – தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதங்களுக்கு இடையில் உள்ள வித்தியாசம் – வர்த்தக கடிதத்தின் ஆக்கம் மற்றும் வடிவமைப்பு – ஒரு வணிக கடிதத்தின் தளவமைப்பு – வணிக கடிதத்தின் வகைகள்

அலகு 8 அடிப்படை அலுவலக தகவல் தொடர்பு – துல்லியமான எழுத்துக்களின் கொள்கைகள் – குறிப்பாணையின் மொழி மற்றும் எழுத்து நடை – குறிப்பாணை – சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் அறிவிப்புகள்

அலகு 5

நிறுவனங்களின் தகவல் தொடர்பாடல் பக்கம் (105 – 115)

அலகு 6

தகவல் தொடர்பாடல் ‘நெட்வொர்க்’ பக்கம் (116 – 126)

அலகு 7

கவனிக்கும் திறன் பக்கம் (127 – 153)

அலகு 8

தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி பக்கம் (154 – 170)

அத்தியாயம் – 3 அறிக்கை மற்றும் மின்னஞ்சல் எழுதுதல்

அலகு 9 அறிக்கை எழுதும் – அறிக்கைகள் எழுதுதல் – வர்த்தக அறிக்கைகள் மற்றும் பொறியியல் அறிக்கை ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாடு – ஒரு நல்ல அறிக்கையை எழுதுவதற்கான சிறப்பியல்புகள் – அறிக்கைகளின் பல்வேறு கட்டமைப்புகள் – நீண்ட அறிக்கை வெளியீடு: ஒருங்கிணைந்த வடிவமைப்பு

அலகு 10 மின்னஞ்சல் எழுதுதல் – மின்னணு அஞ்சல் – மின்னஞ்சல் தொடர்பில் சிக்கல்களைச் சமாளித்தல்

அலகு 11 வர்த்தகம் அறிமுகம் செய்தல் – வாய்வழி தொடர்பாடல் – வர்த்தக வழங்கல்

அலகு 9

அறிக்கை எழுதும் பக்கம் (171 – 187)

அலகு 10

மின்னஞ்சல் எழுதுதல் பக்கம் (188 – 200)

அலகு 11

வர்த்தகம் அறிமுகம் செய்தல் பக்கம் (201 – 220)

அத்தியாயம் – 4 சந்திப்புகள், திறன் மற்றும் தொழில்நுட்ப தொடர்பாடல்

அலகு 12 கூட்டங்கள் – கூட்டங்களின் வகைகள் – வணிகத்தின் முக்கியத்துவம் கூட்டங்கள் – வணிக கூட்டங்கள் பல்வேறு வகைகள் – நடாத்துதல் கூட்டங்கள் – தேர்ந்தெடுக்கும் பங்கேற்பாளர்கள் – வளரும் நிகழ்ச்சிநிரல் – திறத்தல் கூட்டங்கள் – கூட்டங்களுக்கான தர விதிகள் நிறுவுதல் – நேர மேலாண்மை – சந்திப்பு செயல்முறை மதிப்பீடுகள் – ஒட்டுமொத்த கூட்டம் மதிப்பீடு – நிறைவு கூட்டங்கள்-கூட்டங்கள் நடைபெற்ற பொதுவான தவறுகள்.

அலகு 13 படித்தல் திறன்கள் – வாசிப்பு திறன் – படித்தல் – வகைகளின் நோக்கம் படித்தல் – பயனுள்ள படித்தல் தொழில்நுட்பம் – வேலைவாய்ப்பு தொடர்பு – துவைக்கும் இயந்திரம் – நல்ல துறையின் உள்ளடக்கங்கள் – வழிகாட்டுதல்கள் எழுதுதல் துவைக்கும் இயந்திரம் – பல்வேறு வகையான ரெஜியஸ் – ஒரு கவர்விற்கு காரணம் கவர் கடிதம் வேலை வடிவத்தில் விண்ணப்பிக்க கடிதம் – வெவ்வேறு வகைகள் முகப்பு கடிதங்கள்.

அலகு 14 வேலைவாய்ப்பு தொடர்பு – வேலை நேர்காணல் – முக்கியத்துவம் மற்றும் வேலை நேர்காணல் சம்பந்தப்பட்ட காரணிகள் – வேலை நேர்காணலின் பண்புகள் – வேலை பேட்டி செயல்முறை – வேலை பேட்டி நுட்பங்கள் – மனநிலை மற்றும் ஒரு நேர்காணலின் போது பராமரிக்கப்படுதல் – மாதிரி கேள்விகள் பொதுவாக பேட்டி போது கேட்டார்.

அலகு 12

அலகு 13

அலகு 14

சந்திப்புகள்
பக்கம் (221 - 233)

வாசிப்புத்திறன்
பக்கம் (234 - 262)

வேலைவாய்ப்பு தொடர்பாடல்
பக்கம் (263 - 287)

பொருளடக்கம்

முன்னுரை

அத்தியாயம் 1: தகவல் தொடர்பின் அடிப்படை கூறுகள்

அலகு 1 தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

1

- 1.0 முன்னுரை
- 1.1 குறிக்கோள்
- 1.2 தகவல் தொடர்பின் நோக்கம்
- 1.3 தகவல் தொடர்பின் செயல்முறை
 - 1.3.1 வர்த்தகத்தில் தகவல் தொடர்பின் முக்கியத்துவம்
 - 1.3.2 தொழில் நுட்ப தகவல் தொடர்புக்கும் பொது தகவல் தொடர்புக்கும் உள்ள வேறுபாடு
- 1.4 தகவல் தொடர்பின் தடைகள்
- 1.5 தகவல் தொடர்பின் தடைகளை கடக்கும் உபாயம்
- 1.6 உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 1.7 சுருக்கம்
- 1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 1.9 சுய மதிப்பீடு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 1.10 மேலும் படிக்க

அலகு 2 தகவல் தொடர்பின் வகைகள்

30

- 2.0 முன்னுரை
- 2.1 நோக்கங்கள்
- 2.2 தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 2.2.1 தகவல் தொடர்பாடல் முறைகள்
- 2.3 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல்
 - 2.3.1 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்
 - 2.3.2 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் நன்மைகள்
- 2.4 எழுத்து வழி தகவல்தொடர்பாடலின் நன்மைகள்
 - 2.4.1 வாய்வழி அல்லாத தகவல்தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்
- 2.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 2.6 சுருக்கம்
- 2.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 2.8 சுய மதிப்பீடு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 2.9 மேலும் படிக்க

அலகு 3 கவனிக்கும் திறன்

54

- 3.0 முன்னுரை
- 3.1 நோக்கங்கள்
- 3.2 கவனித்தல் திறன்கள்: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 3.2.1 கவனித்தல் நோக்கங்கள்
 - 3.2.2 கவனிப்பின் குறிக்கோள்
 - 3.2.3 கவனித்தல் செயல்முறை

- 3.2.4 கவனிப்பதற்கான நிலைகள்
- 3.2.5 கவனித்தல் வகைப்படுத்தல்
- 3.3 கேட்கும் திறமையின்மை
 - 3.3.1 குறைவான கவனிப்பு பழக்கம்
 - 3.3.2 கவனிப்பு செயல்முறைக்கு பொதுவான தடைகள்
- 3.4 கவனிப்பதை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகள்
 - 3.4.1 கவனிப்போர் முயற்சிகள்
 - 3.4.2 கவனிப்பதற்கான பத்து கட்டளைகள்
 - 3.4.3 பணியிடத்தில் சபாநாயகர் மேற்கொண்ட முயற்சிகள்
- 3.5 கேள்விகளைக் கவனிப்பது
- 3.6 உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்க வினாக்கள்
- 3.7 சுருக்கம்
- 3.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 3.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 3.10 மேலும் படிக்க

அலகு 4 தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி

75

- 4.0 முன்னுரை
- 4.1 நோக்கங்கள்
- 4.2 மொழியும் தொடர்பாடலும்
 - 4.2.1 மொழி: தொடர்பாடல் ஒரு நடுத்தர ஊடகம்
 - 4.2.2 எழுதப்பட்ட தொடர்பாடல்
- 4.3 எழுதுதலின் பொது கோட்பாடுகள்
 - 4.3.1 எழுதுதல் திறன்களை மேம்படுத்துதல்
 - 4.3.2 அவசியமான உடை நடத்தை
 - 4.3.3 தவிர்க்கப்பட வேண்டிய கருத்துகள் மற்றும் சொற்கள்
 - 4.3.4 இலக்கணமும் அதன் பயன்பாடும்
 - 4.3.5 பத்திகள் மற்றும் வாக்கியங்கள்
 - 4.3.6 சொற்கள் தேர்வு
- 4.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 4.5 சுருக்கம்
- 4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 4.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 4.8 மேலும் படிக்க

அத்தியாயம் 2: வணிக கடிதத்தில் தகவல்தொடர்பின் வகைகள்

அலகு 5 அமைப்புகளில் தகவல் தொடர்பாடல்

105

- 5.0 முன்னுரை
- 5.1 நோக்கங்கள்
- 5.2 நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பாடலின் அர்த்தம்
 - 5.3 உட்புற தகவல்தொடர்பு: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள்
 - 5.3.1 உட்புற தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவம்
- 5.4 வெளிப்புற தொடர்பாடல்: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள்
 - 5.4.1 வெளிப்புற தொடர்பாடல்களின் முக்கியத்துவம்
- 5.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 5.6 சுருக்கம்

- 5.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 5.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 5.9 மேலும் படிக்க

அலகு 6 தகவல் தொடர்பாடல் “நெட்வொர்க்” (வலைதளம்)

116

- 6.0 முன்னுரை
- 6.1 நோக்கங்கள்
- 6.2 ‘நெட்வொர்க்’ (வலைப்பின்னல்) தொடர்பாடலின் நோக்கம் மற்றும் வகைகள்
- 6.3 முறையான மற்றும் முறைசாரா ‘நெட்வொர்க்’ தகவல் தொடர்பு
 - 6.3.1 முறைசாரா ‘நெட்வொர்க்’ தகவல் தொடர்பு
 - 6.3.2 முறையான நெட்வொர்க் தகவல் தொடர்பு
- 6.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 6.5 சுருக்கம்
- 6.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 6.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 6.8 கூடுதல் வாசிப்பு

அலகு 7 வணிக எழுத்துக்கள்

127

- 7.0 முன்னுரை
- 7.1 குறிக்கோள்கள்
- 7.2 வர்த்தக கடிதம் எழுதுதல் மற்றும் அதன் முக்கியத்துவம்
 - 7.2.1 தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதங்களுக்கு இடையில் உள்ள வித்தியாசம்
- 7.3 வர்த்தக கடிதத்தின் ஆக்கம் மற்றும் வடிவமைப்பு
 - 7.3.1 ஒரு வணிக கடிதத்தின் தளவமைப்பு
 - 7.3.2 வணிக கடிதத்தின் வகைகள்
- 7.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 7.5 சுருக்கம்
- 7.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 7.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 7.8 மேலும் படிக்க

அலகு 8 அடிப்படை அலுவலக தகவல் தொடர்பு

154

- 8.0 முன்னுரை
- 8.1 நோக்கங்கள்
- 8.2 துல்லியமான எழுத்துக்களின் கொள்கைகள்
 - 8.2.1 குறிப்பாணையின் மொழி மற்றும் எழுத்து நடை
- 8.3 குறிப்பாணை
- 8.4 சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் அறிவிப்புகள்
- 8.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 8.6 சுருக்கம்
- 8.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 8.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 8.9 மேலும் படிக்க

அத்தியாயம் 3: அறிக்கை மற்றும் மின்னஞ்சல் எழுதுதல்

அலகு 9 அறிக்கை எழுதும்

171

- 9.0 முன்னுரை
- 9.1 நோக்கங்கள்
- 9.2 அறிக்கைகள் எழுதுதல்
 - 9.2.1 வர்த்தக அறிக்கைகள் மற்றும் பொறியியல் அறிக்கை ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாடு
 - 9.2.2 ஒரு நல்ல அறிக்கையை எழுதுவதற்கான சிறப்பியல்புகள்
- 9.3 அறிக்கைகளின் பல்வேறு கட்டமைப்புகள்
 - 9.3.1 நீண்ட அறிக்கை வெளியீடு: ஒருங்கிணைந்த வடிவமைப்பு
- 9.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 9.5 சுருக்கம்
- 9.6 முக்கியவார்த்தைகள்
- 9.7 சுயமதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 9.8 கூடுதல் வாசிப்பு

அலகு 10 மின்னஞ்சல் எழுதுதல்

188

- 10.0 முன்னுரை
- 10.1 நோக்கங்கள்
- 10.2 மின்னணு அஞ்சல்
 - 10.2.1 மின்னஞ்சல் தொடர்பில் சிக்கல்களைச் சமாளித்தல்
- 10.3 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 10.4 சுருக்கம்
- 10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 10.6 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 10.7 மேலும் படிக்க

அலகு 11 வர்த்தகம் அறிமுகம் செய்தல்

201

- 11.0 அறிமுகம்
- 11.1 நோக்கங்கள்
- 11.2 வாய்வழி தொடர்பாடல்
- 11.3 வர்த்தக வழங்கல்
- 11.4 உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகள் சரிபார்க்க பதில்கள்
- 11.5 சுருக்கம்
- 11.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 11.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 11.8 மேலும் படிக்க

அத்தியாயம் 4: சந்திப்புகள், திறன் மற்றும் தொழில்நுட்ப தொடர்பாடல்

அலகு 12 சந்திப்புகள்

221

- 12.0 முன்னுரை
- 12.1 நோக்கங்கள்

- 12.2 கூட்டங்களின் வகைகள்/வணிக கூட்டங்கள்
 - 12.2.1 வணிக கூட்டங்களின் முக்கியத்துவம்
- 12.3 கூட்டங்களை நடத்துதல்
 - 12.3.1 கூட்டங்களில் செய்யும்/நடக்கும் பொதுவான தவறுகள்
- 12.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 12.5 சுருக்கம்
- 12.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 12.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 12.8 மேலும் படிக்க

அலகு 13 வாசிப்புத்திறன்

234

- 13.0 முன்னுரை
- 13.1 குறிக்கோள்கள்
- 13.2 பயனுள்ள படித்தல்
- 13.3 படித்தல்/வாசிப்பு பாணியின் அணுகுமுறைகள்
 - 13.3.1 விரைவாக படித்தல் அணுகுமுறை/பாணி
 - 13.3.2 மெதுவாக படித்தல் அணுகுமுறை/பாணி
- 13.4 படித்தல் செயல்முறை
- 13.5 பயனுள்ள படித்தல் அடிப்படைகள்
 - 13.5.1 தேர்ந்தெடுத்து படித்தல்
 - 13.5.2 படித்தல் விகிதம் சரிசெய்தல்
 - 13.5.3 குறிப்பு எடுத்தல்
- 13.6 வேலைவாய்ப்பு தொடர்பாடல்
 - 13.6.1 தற்குறிப்பு
 - 13.6.2 முகப்பு கடிதம்
- 13.7 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 13.8 சுருக்கம்
- 13.9 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 13.10 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்.
- 13.11 மேலும் படிக்க

அலகு 14 வேலைவாய்ப்பு தொடர்பாடல்

263

- 14.0 முன்னுரை
- 14.1 நோக்கங்கள்
- 14.2 வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வேலை நேர்முக தேர்வில் ஈடுபட்டுள்ள காரணிகள்
 - 14.2.1 ஒரு வேலை நேர்காணலுடன் தொடர்புடைய காரணிகள்
- 14.3 வேலைவாய்ப்பு வேலை: தொழில் நுட்பம்
- 14.4 உங்கள் நிரல் கேள்விகளைக் கேட்கும் பதில்கள்
- 14.5 சுருக்கம்
- 14.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 14.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 14.8 மேலும் படிக்க

தகவல்தொடர்பு என்பது நம் வாழ்க்கையின் ஒரு முக்கிய பகுதிகளில் ஒன்று. அதுவும் ஒரு வணிகத்தின் நடத்தை (அல்லது) செயல்பாட்டை பற்றி பேசும் போதும் அதன் முக்கியத்துவம் பல மடங்கு அதிகரிக்கும். ஏனெனில், தொழில் முனைவோர் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும், பங்கு தாரர்களிடையே தகவல்தொடர்பு முக்கிய பிணைப்பாகும். இது ஏற்கனவே உருவாக்கப்பட்ட (அல்லது) உருவாக்க சாத்தியமான லாப நட்ட வருவாயை வரையறுக்கும் தகுதி கொண்டதாகும். ஆனால் வணிக தகவல் தொடர்பு அதன் தொடக்கம் மற்றும் நிறுவனத்தில் செயல்பாட்டினால் விளையும் வருவாயை தொடர்பு கொண்டிருப்பதன் காரணத்தாலும் அதன் பிற தொடர்பு காரணத்தாலும் இது மற்ற வகை தகவல் தொடர்பிலிருந்து வேறுபடுகிறது. ஆனால் வணிக தொடர்பு வெளிப்புற கூறுகளுடன் மட்டும் தொடர்பு கொள்வதற்கு மட்டுமுட்பட்டவில்லை. இது நிறுவனங்களில் உறுப்பினர்களிடையே உள்ள நாட்டில் மேற்கொள்ளப்படும். தகவல் தொடர்புகளையும் அதன் மடல்களையும் உள்ளடக்கியுள்ளது. தேவை இயல்பு மற்றும் சிக்கலின் தன்மை ஆகியவற்றை பொறுத்து இது வாய் மொழி (அல்லது) சொற்கள் அல்லாத தொடர்பு வடிவத்தை எடுத்து கொள்ளும். வணிக சம்பந்தப்பட்டிருப்பதால் சிறந்த முடிவுகளை உறுதி செய்யும் கட்டளை சங்கிலி மூலம் ஒரு சாதாரண உறவை உறுதி செய்ய வேண்டிய சில தொகுப்பு முறைகளும் உள்ளன. இருப்பினும் வணிக தகவல் தொடர்பு எப்போதும் இயற்கையிலேயே இயல்பானதாக இல்லை என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். இது பணியாளர்களிடையே நடக்கும் முறைகேடான தொடர்புகளை உள்ளடக்கியுள்ளது.

ஒருங்கிணைப்பு ஒழுங்கு மெத்தல் இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் ஊடக தகவல் தொடர்பு மற்றும் பரப்புதலுக்கு வணிக தகவல் தொடர்பு தேவைபடுகிறது. மின்னஞ்சல்கள், தொலைபேசி அழைப்புகள், கடிதங்கள், பத்திரிகை வெளியீடுகள் அதன்பயன்பாடுகள் ஆணைகள், விசாரணைகள் புகார்கள், விளக்ககாட்சிகள் மற்றும் மாநாடுகள் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியதே வியாபார தகவல் தொடர்பாகும்.

முதலில் நாம் வியாபாரத்தில் முக்கிய தகவல் தொடர்பு அம்சங்களை படிப்போம் பிறகு தகவல் தொடர்பு அடிப்படைகள் வணிக கடிதங்கள், எழுத்து அறிக்கைகள் மற்றும் மின்னஞ்சல்கள், கூட்டங்களை நடத்துதல் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு தொடர்பு ஆகியவற்றையும் இங்கு படிப்போம்.

வர்த்தக தொடர்பு குறித்த இந்த ஆய்வு பொருள் வர்த்தக தொடர்பின் அனைத்து முக்கிய அம்சங்களையும் உள்ளடக்கியது. இது தொலைதூர கல்வி மாணவர்களை மனதில் கொண்டு எழுதப்பட்டுள்ளது. இது ஒரு தெளிவான மொழியினை பயன்படுத்தி ஒரு பயனர் நட்பு வடிவத்தில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

ஒவ்வொரு அலகுக்கும் ஒரு முன்னுரை மற்றும் குறிக்கோள் பட்டியல் உள்ளது. மேலும் அலகின் முடிவில் அதன் சுருக்கம் மற்றும் முக்கிய சொற்களின் பட்டியல் கற்கும் கருத்துகளை நினைவிருத்த உதவும் அனைத்து

குறிப்புகள்

முன்னுரை

அலகுகளும் சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகளையும் மற்றும் பயிற்சிகளையும்
கொண்டுள்ளது. மேலும் மூலோபாய முறையில் உங்கள் முன்னேற்ற
கேள்விகளை சரிபார்த்து கொள்ளவும் வழிச் செய்யும் அதனால் மாணவர்கள்
தங்கள் சந்தேகங்களையும் தீர்க்க இயலும்.

குறிப்புகள்

சுய குறிப்புகள்

அத்தியாயம் - 1 தகவல் தொடர்பின் அடிப்படை கூறுகள்

தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

அலகு 1 தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 1.0 முன்னுரை
- 1.1 குறிக்கோள்
- 1.2 தகவல் தொடர்பின் நோக்கம்
- 1.3 தகவல் தொடர்பின் செயல்முறை
 - 1.3.1 வர்த்தகத்தில் தகவல் தொடர்பின் முக்கியத்துவம்
 - 1.3.2 தொழில் நுட்ப தகவல் தொடர்புக்கும் பொது தகவல் தொடர்புக்கும் உள்ள வேறுபாடு
- 1.4 தகவல் தொடர்பின் தடைகள்
- 1.5 தகவல் தொடர்பின் தடைகளை கடக்கும் உபாயம்
- 1.6 உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 1.7 சுருக்கம்
- 1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 1.9 சுய மதிப்பீடு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சீசிகள்
- 1.10 மேலும் படிக்க

1.0 முன்னுரை

தகவல் தொடர்பு என்பது சமூகம் மற்றும் வணிக உறவு முறையின் செயல் திறனாகும். இது உலக நடப்பிற்கான தகவல் தொடர்புதான். இந்த தகவல் தொடர்பு ஆண்கள், பெண்கள் மற்றும் குழந்தைகள், தனிநபர்கள், குழு, சமுதாயம் சமூகம் (அல்லது) அதன் அமைப்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது ஆண்களும் பெண்களும் இல்லாத தகவல் தொடர்பு உள்ள ஒரு உலகத்தை எவராலும் கற்பனை காண முடியாது. ஆகையால் தகவல் தொடர்பே உலகை வழிநடத்துகிறது.

தகவல் தொடர்பு என்பது மனிதர்களுக்கு மட்டுமல்ல மற்ற உயிரினங்களுக்கும் பொருந்தும் அனைத்து உயிரினங்களையும் இணைக்கும் மிக முக்கிய இணைப்பு இது. இந்த தகவல் தொடர்பு மக்களிடையே மட்டுமல்லாமல் மக்களுக்கும், மிருங்களுமிடையேயும் நடக்கும். நாய் உரிமையாளர்கள், குதிரை சவாரி செய்வோர், சர்க்கஸ் மோதிமாஸ்டர்கள். சோதிடர்கள் போன்றவர்கள் தங்கள் விலங்குகளுடன் மற்றும் பறவைகளுடன் தகவல் தொடர்பு கொண்டுள்ளனர்.

இது மனிதகுலத்தின் தகவல் தொடர்பு தடைகளின் எல்லை தாண்டிய திறனை கொண்டது. உலகம் முழுவதையும் சுருக்கவும் பூகோலமயமாக்கவும், உலகமெங்கும் வேகமான தகவல் தொடர்பினை வளக்கும் திறன் இது.

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

குறிப்பிட்ட நாட்டிற்கு சொந்தமானா (அல்லது) ஒரு கலாச்சார (அல்லது) மொழியியல் குழுவானது மற்ற நாடுகளோ (அல்லது) கலாச்சார மற்றும் மொழியியல் குழுக்களுடனான தகவல் தொடர்பு படுத்துதலுடன் தொடர்புடையது என்பதை உறுதி படுத்துவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றது.

ஒரு சக்தி வாய்ந்த உலக ஒழுங்கின் விளைமுதல் மற்றும் விளைபொருளே தகவல் தொடர்பு இது காலபோக்கில் மாறுபட்டு, அதிநவீன தகவல் தொடர்பு வளர்சி உலகெங்கும் உள்ள மனிதர்களை ஒன்றாக இணைந்துள்ளது. மேலும் எண்ணங்கள் மற்றும் யோசனைகளை விரைவாகவும் பயனுள்ள முறையில் பரப்பவும் உதவுகிறது.

தகவல் தொடர்பு மனித வாழ்வில் அர்த்தத்தை சேர்கிறது இது உறவுகளை வளர்கிறது. பிரபஞ்சத்தின் அறிவை வளமாக்க பயன்படுகிறது. செய்திதான், புத்தகங்கள், கடிதம், தொலைபேசி, தொலைகாட்சி, கைபேசி ஆகிய தகவல் தொடர்பு கருவிகள் பயன்படுத்தாத வாழ்க்கையை கற்பனை செய்து பார்த்தாலே புரியும். எனவே தகவல் தொடர்பின் அதிகாரத்தை புரிந்து கொள்வதில்தான் மனித வெற்றியின் ரகசியம் உள்ளது.

1.1 குறிக்கோள்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்றபிறகு நீங்கள் பின்வருவனவற்றை அறிந்து செய்ய முடியும்.

- தகவல் தொடர்பின் தனிமுறை சிறப்பை பரிந்து கொள்வீர்கள்
- தகவலுக்கான நோக்கத்தை அறிவீர்கள்
- தகவலின் செயல்முறை விரிவாக்கம் புரியும்
- தகவல் தொடர்பின் தடைகள் தெரியும்
- தகவல் தொடர்பின் தடைகளை கடக்க உதவும் நடவடிக்கைகளை விவாதிக்க முடியும்.

1.2 தகவல் தொடர்பின் நோக்கம்

சமூகவியல் மேதைகள் மனிதனை ஒரு சமூக விளங்காக விவரிக்கிறார்கள். சமூகத்தின் உறுப்பினரான அவர்கள் தொடர்ந்து சக மனிதர்களுடன் தொடர்புக்கொள்ள வேண்டும். அவர்கள் உணர்வுகள் விருப்பு வெறுப்புகளை கொண்டவர்கள். இவை அனைத்தையும் புரிந்துக் கொள்ள வேண்டும்.

வேறு வார்த்தையில் கூறுவோமானால், அவர்கள் எந்த சூழலில் வைக்க படுகிறார்களோ அந்த சூழலுக்கேற்ப உறவுகளை கட்டி எழுப்ப வேண்டும், உறவுகளை உருவாக்கவும் வேண்டும்.

ஒரு தகவல் தொடர்பின் தங்களை வெளிபடுத்த விரும்பும் விருப்பத்தின் பேரில் தொடர்புகொள்ள வேண்டியது அவசியம். முன்னரே குறிப்பிட்டபடி தகவல் தொடர்பு சமூக உறவின் செயல்பாட்டு முறையாகும். குடும்பத்தின் ஒரு உறுப்பினராக, ஒரு சமூக குழு (அல்லது) பணியிடத்தில் ஒரு அங்கமாக அவர்கள் மற்றவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும்.

அவர்கள் சமூக மனிதர்களாக இருப்பதாலும், மனிதர்கள் உணர்ச்சியுடன் இருப்பதாலும் மனிதர்கள் தங்கள் உணர்ச்சிகள், கருத்துகள் மற்றும் எண்ணங்களை வெளிப்படுத்த விரும்புவதால் அவர்களுக்கென சில எண்ணங்களும் உணர்ச்சிகளும் இருக்கின்றன. மனித இதயம் உணர்வுகளை உருவாக்கிறது. மேலும் மனிதர்களை சமூக மனிதர்களாகவும், உணர்ச்சியற்றவர்களாகவும் இருப்பது போலவே அவர்கள் சம பகுத்தறிவாளர்களாகவும், சிந்தனை சிற்பியாகவும் இருக்கிறார்கள், உளவு ஞானம் உள்ளவர்களாகவும் இருக்கிறார்கள். மனித மனம் அபராமான சக்தி கொண்டது. மனதில் தோன்றும் உணர்வை வெளியிட எப்போதும் ஒரு நிர்வாகம் உண்டு காரணம், எண்ணங்கள், சிந்தனைகள், நியாவாதம், படைப்பாற்றல் மற்றும் உளவுத்துறைக்கு அர்த்தமுள்ள வெளிப்பாட்டை கொடுக்க மனித தகவல் தொடர்பு அவசியம். தகவல் தொடர்பு கொள்ள வேண்டிய அவசியத்தை வலியுறுத்துவதன் மூலம் தொடர்பு கொள்ளவும், ஒருவரின் எண்ணங்கள் அவசியமாகும் எவ்வாறாயினும் நேரத்தையும் சூழலையும் பொறுத்து அவசியம் (அ) தொடர்பு கொள்ளும் ஆசை நபருக்கு நபர் மாறுபடும். இது தொடர்பு கொள்ளும் நபரையும், நேரத்தையும் பொறுத்து மாறும் ஒருவர் அமைதியில் இருக்க விரும்பும் நேரம், விழித்திருக்கும் நேரம், வேலையில் (அ) பணியில் ஈடுபாட்டுடன் இருக்கும் நேரம் என பல வழிகளில் வாசிப்பது, பேசுவது, எழுதுவது, மற்றும் கேட்பது என தகவல் தொடர்பு மாறுபடும். எனவே முழித்திருக்கும் நேரத்தின் பெரும் பகுதியை நாம் தகவல் தொடர்பில் சொல்லவிரும்புகிறோம் என்பது நன்கு அறியப்பட்ட உண்மை. நாம் கடந்த காலங்களில் கேட்பதில் 45% பேசுவதில் 30% வாசிப்பதில் 15% எழுதுவதில் 10% நேரங்களை செலவிடுகிறோம், என ஆராய்ச்சியாளர்கள் குறிப்பிடுகிறார்கள். தகவல் தொழில் நுட்பம் கடந்த காலங்களில் ஆரம்ப கட்டத்தில் இருந்தது ஆனால் வலைதளம், இணையதளம், மின் அஞ்சல், குறுஞ்செய்தி (sms) உடனடி செய்தி, ஒளி, ஒலி கலந்தாய்வு, நிழற்படகலந்தாய்வு ஆகியன எண்ண வெளிப்பாட்டுக்கு வழியாக செய்த பின்பு தகவல் தொடர்பு புதிய பரிணாமத்தை கொடுத்தது. இவையாவும் எண்ண வடிவங்களின் தொடர்பில் உள்ள ஆண், பெண், குழந்தைகள் ஆகியோரின் பிரதான ஆக்கிரமிப்புள்ளாகிறது.

தகவல் தொடர்பாடலின் பரிணாமம்

தகவல் தொடர்பு மனித வர்கத்தின் பழமையுடன் தொடர்புடைய கலை. இது உண்மையில் எழுதப்பட்ட வார்த்தை (அல்லது) பேச்சு வார்த்தையைவிட பழமையானது. மனிதன் பேச, எழுத கற்கும் முன்பே தகவல் தொடர்பு கொள்ள கற்று கொண்டான் அதனால்தான் தகவல் தொடர்பு மனிதனுக்கு தனித்துவமானது. தகவல் தொடர்பு எல்லா உயிரினங்களுடன் தொடர்புடையது.

அவர்களின் எண்ண ஒலியை அர்த்தப்படுத்துகிறார்கள் பறவையின் ஒலி, சிங்கத்தின் கர்ஜனை, பாம்பின் சீரல், நாய்களின் குரைத்தல் ஒலி, யாவும் வெளிப்படையானவையே. மனிதர்கள் பேச கற்றுக்கொள்ளும் முன்பு சத்தம், சைகைகள், மற்றும் செயல்கள் மூலம் தங்களின் எண்ணத்தை வெளிப்படுத்த கற்றுக்கொண்டனர். நாம் நெருங்கி பார்க்கும்போது இன்று கூட இந்த வழிமுறைகளையே தொடர்ந்து பயன்படுத்துகிறோம். என்பதை அறியலாம்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

பேசு முடியாதவர் எழுத முடியாதவர் தகவல் தொடர்பு கொள்ள முடியாது. ஆனால் இதே சவாலை ஒரு படிப்பறிவு உள்ள நபர் சைகை மூலம் காது கேளாதவர்களுக்கும் உதடு அசைவுகள் மூலம் தொடர்பு கொள்ள முடியும். பல ஆண்டுகளாக தகவல் தொடர்பு கலை உருவாகியுள்ளது. விவிலிய காலம், புராண காலங்கள் மற்றும் வரலாற்றுக்கு முந்தைய காலம் நோக்கி இது செல்கிறது. மக்கள் தங்கள் தற்போதைய வடிவத்தில் முழுமையாக வளர்வதற்கு முன்பே தங்களை வெளிப்படுத்த கற்றுக்கொண்டனர். சத்தங்கள், முக்கல் முனகல், முணுமுணுப்பு செயல்கள் அறிகுறிகள் சைகைகள் மற்றும் பேசும் வார்த்தைகள் அதன் பின்னர் வாசித்தல் - எழுதுதல் நவீன மற்றும் தகவல் தொடர்பு வழிமுறைகள் ஆகியவற்றை அடைய நீண்ட பயணத்தை மேற்கொண்டுள்ளோம். இந்த பயணத்தில் மனிதர்கள் முன்னேறி வருகையில் சத்தங்களை புரிந்து கொள்ளவும் செயல்களை அறிந்து கொள்ளவும் அறிகுறிகளை பயன்படுத்தவும் பறவைகளையும் முரசுகளையும் ஊடகமாக பயன்படுத்தவும் கற்றுக்கொண்டனர். தகவல் தொடர்பு உலகில் ஒரு புதிய பரிமாணத்தை சேர்க்க புனித நூல்களும் பழங்கால நூல்களும் காப்பியங்களும் மனித குறியீட்டு படங்களையும் பயன்படுத்த கற்றுக்கொண்டனர். ஆரம்பகால எழுத்துக்கள் அச்சிடப்பட்டது. தகவல் தொடர்பு செயல்பாடு அன்றைய காலத்தில் பல்வேறு கண்டுபிடிப்புகளானும் பதிவு நேரத்தையும் தொலைதூரத்தையும் பொருட்படுத்தாமல் முடிந்தது இதுவே படிப்படியாக வளர்ந்து தற்போதைய அதிநவீன தொலைதொடர்பு உலகிற்கும் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றத்திற்கும் பயன்படும் வகையிலும், நேர சேமிப்பிலும் தூரத்தை குறைக்கும் வகையிலும் வாய்மொழி மற்றும் எழுத்து வழி தகவலும் திறம்பட செயல்படுகின்றன.

தகவல் தொடர்புகளின் குறிக்கோளும் செயல்பாடும் ஒன்றுக்கொன்று தொடர்புடையது. குழு மற்றும் சூழலை பொறுத்து தகவலுக்கு பல நோக்கங்கள் இருக்கலாம். ஒரு வகுப்பறை, ஒரு தேவாலயம், ஒரு கருத்தரங்கு, ஒரு வாரிய குழுமம் என ஒவ்வொன்றுக்கும் ஒரு நோக்கம் உள்ளது. தகவல் குறிக்கோள் ஒரு குழுவினரின் குறிக்கோளைப் பொறுத்தும் நோக்கங்கள் முடிவெடுக்கப்படுகின்றன. ஒவ்வொரு குழுவிற்கும் வேறுபட்ட இலக்கும் நோக்கமும் உள்ளது.

அந்த குறிக்கோளின் துணை கொண்டு தகவல் தொடர்பை பயன்படுத்த, இந்த குழுக்களில் ஒவ்வொன்றையும் இணைக்க கல்வி, பொழுதுபோக்கு, ஊக்குவித்தல், தூண்டுதல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் உறுதிபடுத்துதல் ஆகியவற்றை செயல்படுத்தவும் ஒரு முடிவுக்கு கொண்டுவரவும் வழி செய்கிறது. தகவல் தொடர்பு பெரும்பாலும் பெரிய குறிக்கோளாக உள்ள எந்தவொரு தனிப்பட்ட நபரின் அல்லது குழு ஒன்றின் நோக்கத்தை மனதில் கொண்டிருக்கும்.

முக்கிய வார்த்தைகள்: தகவல் தொடர்பாடல் திறன்கள் வியாபாரத்தில் சிக்கலானவை.

நம்மை சுற்றி மாறிக்கொண்டு வரும் உலகம் மற்றும் வேகமாக மாறும் வணிக நிறுவனங்கள் ஒவ்வொரு நாளும் புதிய சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க வேண்டும். பிரச்சனைகள் சிக்கல்கள் போட்டியிடும் கோரிக்கைகளும் வியாபாரத்தில் எதிர்கொள்ளும்

அழுத்தங்களும் சவால்களும் மாறிக்கொண்டே இருக்கின்றன. பணியிடங்களில் இலக்கு சூழல்கள் மாற்றங்கள் உருவாகியுள்ளன. மக்கள் தகவல் தொடர்பை பெறவும் முடிவெடுக்கவும் தங்கள் செய்திகளை தெளிவாகவும் துல்லியமாகவும் பெறவும் இன்றைய பணியிடங்களில் உள்ள தகவல் தொடர்பு திறனுக்கான தேவை மற்றும் அதன் அவசியம் வேகமாக மாறிவரும் சூழலை எதிர்கொள்கிறோம். பழைய திறமைகள் மற்றும் நடைமுறைகள் அவசியமாகவும் இன்றியமையாததாகவும் இருக்கலாம். புதிய முறை முழுவதும் மாறியும் இருக்கலாம் புதிய திறமைகள் பொருத்தமானவையாகவும் அடிப்படை நேர சோதனை, நடைமுறை சவால்கள், தூரத்தை குறைக்கும் புதிய அணுகுமுறைகளையும் மேம்பாட்டுத் திறனை வளர்க்கும் திறன்களையும் சூழ்நிலைகளை சமாளிக்கும் விதத்திலும் தகவல் தொடர்பு உயர்ந்த வகை செயல்பாட்டை செயல்படுத்த வேண்டும் என்பது நம்மை திடுக்கிட செய்கிறது.

பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு உணர்வுபூர்வமான முயற்சிகள் மற்றும் பல்வேறு வகையான திறமைகளை தேடுகிறது. கற்றல் மற்றும் செயலாக்கம் தொடர்ந்து நடந்து கொண்டே இருக்க வேண்டும் கோட்பாட்டு அறிவு மற்றும் அடிப்படை நேர சோதனை முறைகளை புதிய மற்றும் நவீன கருவிகள் மற்றும் திறன்களுடன் கூடுதலாக சேர்க்க வேண்டும். பழைய தகவல் தொடர்பு முறைகள் புதிய தகவல் தொடர்பு முறையுடன் இணைக்கப்பட வேண்டும். தகவல் தொடர்பு வணிகத்தின் எல்லா நிலைகளிலும் உள்ளவர்களுடன் தொடர்பு கொள்கிறது. தவறான தகவல் தொடர்பு திறமையற்ற செய்திகளையும் பயனற்ற முடிவ்களையும் அதற்கும் மேலாக வணிக உறவுகளையமே சீர்குலைக்கும். இந்த காரணிகளால் வணிகத்தின் முக்கிய பகுதியாக கருதப்படுகிறது, எனவேதான் இன்றைய வணிக நிறுவனங்களுக்கு திறமையான தகவல் தொடர்பாளர்களே தேவைப்படுகின்றனர்.

தகவல் தொடர்பாளரின் குறிப்பு

வணிக நிறுவனங்கள் நல்ல பேச்சாளர்களை மதிக்கின்றன. தகவல் தொடர்பு மக்களை ஒன்றாக வைத்து நோக்கத்தையும் இலக்கையும் அடைய உதவுகிறது. ஆகையால் திறமையான தகவல் தொடர்பாளர்களே தற்சமயம் தேவை.

வணிக நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பு நோக்கங்களை இப்போது பார்ப்போம். ஒவ்வொரு வணிகத்திற்கும் பொதுவான செயல்முறை அதன் முதன்மை செயல்பாடு எதுவாக இருந்தாலும் வணிக நிறுவனங்கள் அவை செயல்படும் சமூகத்தின் குறிப்பிட்ட தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்காக உள்ளன. ஒவ்வொரு வியாபார அமைப்பும் அதன் குறிக்கோள்கள் மற்றும் குறிக்கோள்களை நிறைவேற்றும் நோக்கத்திற்காக குறிப்பிட்ட இலக்குடன் பொருத்துகிறது. ஒவ்வொரு நிறுவனமும் மனித வளங்களை திறம்பட செயல்படுத்துவதன் மூலம் குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர்களுக்கும் சந்தைகளுக்கும் ஆதாரங்களை பயன்படுத்துவதிலும் வணிகங்கள் அல்லது

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

வணிகம் நடந்துபவர்கள் தங்கள் நோக்கங்களுக்காக அமைப்புகளை ஏற்படுத்தியும் அமைப்புக்கு வெளியில் உள்ள மக்களையும் அமைப்புக்கு உள்ளிருக்கும் மக்களையும் தகவல் தொடர்புடைய பங்கு பரிமாற்றம் பெற ஒருவருக்கொருவர் அணுகவேண்டும் எனவே குறிப்பிட்ட நோக்கங்களை பயனுள்ள முறையில் நிறைவேற்றுகின்றனர். வணிக என்ற வார்த்தையானது வணிக ரீதியான நோக்கத்தை குறிக்கிறது. ஒரு தொண்டு அல்லது மத அமைப்பிலிருந்து வேறுபட்டது போல, எந்த வியாபார அமைப்பும் இலாப நோக்கம் கொண்டது. நேரம் பணம் மற்றும் முயற்சி போன்ற வளங்களை உகந்த முறையில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் அதன் குறிக்கோள்கள் அடையப்பட வேண்டும் என்று அமைப்பு விரும்புகிறது என்று இது குறிக்கிறது. எனவே நிறுவனத்திற்குள்ளேயே அமைக்கப்பட்ட தகவல் தொடர்பு முறை இந்த நோக்கங்களைக் கொண்டு உரையாட வேண்டும்.

வணிக நிறுவனங்களுக்கு இயற்கையில் பல ஒழுக்கநெறிகள் இருப்பதால் தகவல் தொடர்பு பரந்த பகுதிகளை உள்ளடக்கியது மற்றும் அணுகு முறையினை ஒழுங்குபடுத்தவும் பரிவான நெட்வொர்க்குகள் (வலைதளம்) பெரிய நிறுவனங்கள் தங்கள் நோக்கங்களை மற்றும் நடவடிக்கைகளை நிறுவனத்தின் உறவுகளின் மாறுபட்ட நோக்கங்களை காப்பதற்கு தகவல் தொடர்பு அவசியம்.

வர்த்தக தகவல் தொடர்பின் மூலக்கூறுகளைப்பற்றி காணலாம். அட்டவணை 1.1 ஐ பார்க்கவும்.

பட்டியல் 1.1 தகவல் தொடர்பின் மூலக்கூறுகள்

- தகவல் கூறு
- கற்றல்
- பயிற்சி
- உந்துதல்
- ஒருங்கிணைத்தல்
- தகவல் தொடர்பு மற்றும் இணைத்தல்
- ஊக்குவித்தல்
- பொழுதுபோக்கு
- முடிவுகளை வரையறுத்தல்
- நெட்வொர்க்கில் (வலைதளம்) உதவி

தகவல் கூறு

எந்தவொரு தகவல் தொடர்புக்கும் முதல் மற்றும் முக்கிய நோக்கம் தெரிவிக்க வேண்டும். இன்றைய உலகில் தகவல் சக்தி தகவல் தொடர்பு மூலம் தகவல் தொடர்பு அதிகாரத்தை அளிக்கிறது தகவலின் பரவலானது உள் மற்றும் வெளிப்புற பரவலான பரந்த பகுதிகளைக் கொண்டுள்ளது. நிறுவன இலக்குகள், அதன் நடைமுறைகள், செயல்பாடுகள், அமைப்புகள், கூட்டங்கள், முன்னுரிமைகள் மற்றும் உத்திகள் பற்றி நிறுவனத்திற்குள்ளேயே தகவல்கள் வைக்கப்பட வேண்டும் வாடிக்கையாளர்கள், வாய்ப்புகள் போட்டியாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் பொதுமக்கள், பொருட்கள், சேவைகள், திட்டங்கள், சம்பவங்கள், நிகழ்வுகள் மற்றும் சாதனைகள் பற்றி பயனுள்ள சிறந்த வெளிப்பாடுகளை உறுதிபடுத்துவதற்கான நோக்கம் சமமாக இருக்க வேண்டும். இந்த அமைப்புக்குள்ளேயே பல்வேறு பெயரிடல்கள், சந்தைப்படுத்துதல் தகவல், தயாரிப்பு தொடர்பான தகவல் ஊழியர் தகவல் நிர்வாக தகவல் மற்றும் மேலாண்மைத் தகவல் ஆகியவற்றை எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும்.

கற்றல்

ஒரு நிறுவனத்தில் தகவல் தொடர்பின் மற்றொரு நோக்கம் அறிவுரைகளை வழங்குவதும் நிறுவனத்தில் வேலை செய்யும் மக்களிடையே திறமைகள் மற்றும் மனோபாவங்களை வளர்ப்பதும் ஆகும். கணினிகளையும் நடைமுறைகளையும் செயல்முறைகளையும் அறிமுகப்படுத்த வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. கல்வி இந்த செயல்முறை வாடிக்கையாளர்களுக்கு நீட்டிக்கப்படலாம் இது தயாரிப்பு இலக்கியம், விளம்பரம், விளக்கக்காட்சிகள் மற்றும் ஆர்ப்பாட்டங்கள் மூலம் செய்யப்படலாம்.

பயிற்சி

எந்தவொரு பயிற்சித் திட்டத்திலும் தகவல் தொடர்பாடல் ஒரு ஒருங்கிணைந்த அம்சமாகும். குறிப்பிட்ட திறமைகளை நிபுணத்துவத்தை அடைவதற்கு வணிக நிறுவனங்கள் மக்களை பயிற்றுவிக்க வேண்டும் அவர்கள் பல்வேறு படிநிலை மட்டங்களில் ஊழியர்களுக்கு பயிற்சி நிகழ்ச்சிகளால் உழைக்கும் அறிவு மற்றும் அணுகு முறை உள்ளீடுகளை வழங்க வேண்டும். பயிற்சி அமர்வுகளில் கற்பித்தல் அறிவுறுத்தல் ஆர்ப்பாட்டம், பயிற்சி மற்றும் விவாதம் ஆகியவை அடங்கும். தகவல் தொடர்பு செயல்முறை ஒன்றுக்கொன்று ஒருங்கிணைந்ததாகும்.

உந்துதல்

எந்த வியாபார அமைப்பிலும் உள்ள நபர்கள் இலக்குகளைத் தொடரவும் செயல்திறன் அதிக அளவுகளை அடையவும் உந்துதல் பெறவேண்டும் உயர்ந்த அளவு மனநிறைவு மற்றும் உந்துதலும் ஒரு நிலையான அடிப்படையில் உயர்ந்த உற்பத்தித் திறன் மற்றும் செயல்திறனை உறுதி செய்யும் தகவல் தொடர்பு ஊக்குவிப்பு நிலைகளை உயர்த்துவதற்கு தகவல் தொடர்பாடல் பயிற்சி வழங்குகிறது. இதில் பேச்சுவார்த்தைகள், விரிவுரைகள், திரைப்படங்கள், கூட்டங்கள், பட்டறைகள், மற்றும் சொற்கள் அல்லாத செய்திகள் ஆகியவை மக்களை ஊக்குவிப்பதற்காக பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

ஒருங்கிணைத்தல்

பெரிய வணிக நிறுவனங்கள் பல்வேறு வியாபார பிரிவுகளாக துறைகள் மற்றும் வட்டார பிளவுகளைக் கொண்டிருக்கின்றன. அவர்கள் ஒவ்வொருவருக்கும் பல்வேறு இலக்குகள் துணை இலக்குகள் மற்றும் இலக்கு பிரிவுகளை பின்தொடர்கின்றனர். நிறுவன குறிக்கோள்களைத் தொடர ஒரு ஒருங்கிணைந்த அணுகுமுறைக்கான வழிமுறை வழங்குகிறது. வெவ்வேறு செயல்பாடு மற்றும் புவியியல் பகுதிகளில் பணிபுரியும் மக்கள் குறுக்கு நோக்கங்களுக்காக பணிபுரிவதைத் தவிர்த்து திட்டமிட்ட இலக்குகளை அடையவும் தொடர்ந்து இணைந்திருக்கவும் குழுக்களாக ஒருங்கிணைக்கப்படுவதே சிறந்த வழிமுறை. ஒரு பொதுவான குறிக்கோளுக்காக வேலை செய்யும் மக்களுடன் தொடர்பைக் கட்டுப்படுத்துவதோடு, குழு கட்டமைப்பிற்கு உதவுகிறது. மோதல் தீர்மானத்தில் தகவல் தொடர்பு குறிப்பாக பொருத்தமானது.

குறிப்புகள்

தகவல் தொடர்பாடல் மற்றும் இணைத்தல்

எந்த வியாபார அமைப்பிலும் தொடர்ச்சியான வெற்றிக்கு நல்ல வர்த்தக உறவுகள் தேவை.

குறிப்புகள்

இது நெருக்கமான ஆதாய உறவுகளை வளர்ப்பதற்கான வழிமுறையை வழங்குகிறது. இந்த உறவுகள் உள் மற்றும் வெளிப்புற ஊழியர்கள், மேற்பார்வை ஊழியர்கள் உயர் மேலாண்மை வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றவர்களும் பத்திரிகை மற்றும் பிற ஊடகங்கள் ஆகியவற்றுள் ஒன்றாகவும் இருக்கலாம். பெரிய சமுதாயத்தின் ஒரு பகுதியாக முற்போக்கு அமைப்புகள் பெருமளவில் சமூகத்துடன் தங்களை ஈடுபடுத்திக்கொள்ள ஒரு புள்ளியாக அமைகின்றது. அவர்கள் ஒரு பகிர்வுத்தன்மை மற்றும் அக்கறையுடன் கூடிய அமைப்பை நிர்வகிப்பார். இது நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட தகவல் தொடர்பு மூலக்கூறு மூலம் அடையப்படுகிறது.

ஊக்குவிக்க

எந்தவொரு அமைப்பிற்கும் அதன் நோக்கங்களை முழுமையாக நிறைவேற்றுவதற்கான ஊக்குவிப்பு முயற்சிகள் அவசியம். வாடிக்கையாளர் தகவல் வாடிக்கையாளர் கல்வி, வாடிக்கையாளர் தொடர்பு மற்றும் வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைத்தல் ஆகியவற்றை நோக்கமாக கொண்ட வியம்பரம் விளம்பர பொது உறவுகள் மற்றும் தகவல் தொடர்பு போன்ற பல்வேறு நடவடிக்கைகள் தொடர்பான விளம்பரப்படுத்தலுக்கான விளம்பரங்களில் ஒன்றாகும். விற்பனைவியல் கருத்துபடி வாடிக்கையாளர் கருத்துபடி ஒரு நிலையிலிருந்து மற்றொரு நிலைக்கு செல்ல வேண்டும் என்று கூறப்படுகிறது.

உற்பத்தியைப் பற்றிய அறிவிற்கான தேவைக்கு விழிப்புணர்வு நிலை மற்றும் அதன் பிறகு தயாரிப்பு விருப்பம் கொண்ட நிலையிலிருந்து படிப்படியாக அவை நகர்கின்றன. வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகள் தயாரிப்புகளுக்கான பயனுள்ள தேவையாக உருவாகின்றன. இதன் விளைவாக தயாரிப்புகளை வாங்குவது அல்லது சேவையைப் பெற்றுக் கொள்வது சேவையின் ஊக்குவிப்பு அம்சங்கள் வங்கி அல்லது காப்பீடு போன்ற ஒரு சேவைத் துறைக்கு பொருந்தும் அதாவது தயாரிப்பு, சேவை வழங்குநர் அடிப்படையில் நன்மைகள் விற்பவர்களுக்க சாதகமாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு சந்தைப்படுத்துதல்களுக்கு தகவல் கொடுக்கவும் கல்வி கற்பிப்பதற்கும், ஊக்குவிப்பதற்கும் நடைமுறைப்படுத்துவதற்கும் திறமையான விளம்பர நடவடிக்கைகளை அவர்கள் ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும். தகவல் தொடர்பு மூலக்கூறுகள் மற்றும் தகவல் தொடர்பாடல் மூலக்கூறுகளையாவும் அது கட்டியெழுப்பப்படும் அடிப்படை செயல்பாட்டுடன் தொடர்புடையது.

பொழுதுபோக்கு

ஒவ்வொரு வியாபாரமும் கடுமையான தகவல் தொடர்புடன் கூடிய வியாபாரமாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை தீவிர தொழில்நுட்ப தகவல் கொண்ட வியாபாரம் கூட கடினமானவை அல்ல வியாபாரத்தின் தன்மை எதுவாக இருந்தாலும் பொழுது போக்கிற்கு நேரம் உள்ளது. தொடர்பு பொழுது போக்கு

வசதிகளை வழங்குகிறது. இது சமூக பிணைப்பை எளிதாக்குகிறது. மற்றும் பதட்டத்தை வெளியிடுவதற்கும் தோழமை உணர்ச்சியை வளர்ப்பதற்கும் எதிர்மறையான உணர்ச்சிகளை அகற்றுவதற்கும் உதவுகிறது. நகைச்சுவை திறம்பட பயன்படுத்தப்படும்போது வணிக நிறுவனங்களில் நேர்மையான நடத்தை வளர்ப்பதில் ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்க முடியும். பொழுதுபோக்கு துறையில் தகவல் தொடர்புக்கு ஒரு தனிப்பெரும் பங்கு உள்ளது. இவ்வகையில் தகவல் தொடர்பு பொழுது போக்கு நோக்கத்தை அடைய முடியும்.

முடிவுகளை வரையறுக்க

முடிவு செய்யும் நிறுவனம் எந்த வியாபார அமைப்பிற்கும் ஒரு முக்கியமான செயல்பாட்டைக் கொண்டுள்ளது. நல்ல முடிவுகள், விரைவாக எடுக்கப்பட்ட முடிவுகள் சிறந்த முடிவுக்கு வழிவகுக்கும். இத்தகைய முடிவெடுக்கும் அனைத்து செயல்பாட்டு பகுதிகளிலும் பணியாளர்கள் சந்தைப்படுத்துதல் கணக்குகள், உற்பத்தி மற்றும் பராமரிப்பு ஆகியவற்றில் பரவுகிறது. ஒவ்வொரு நாளும் நிறுவனங்கள் மக்களை பல்வேறு நிலைகளில் அளவுகளில் முடிவுகளை எடுத்து நிறுவனத்தில் உயர்ந்த மட்டத்தில் உள்ளவர்கள் தங்கள் முடிவெடுக்கும் திறன்களைப் பொறுத்து மதிக்க வேண்டும் என நினைக்கிறார்கள். எவ்வாறாயினும் இத்தகைய முடிவெடுத்தலின் போது சரியான நேர உள்ளீடு சார்ந்திருக்கும் இது உண்மைகள் புள்ளிவிவரங்கள் பகுப்பாய்வு, விவாதம், தெளிவுபடுத்துதல், உறுதிபடுத்தல் மற்றும் மதிப்பீடுகளுக்கு அழைப்புவிடுக்கிறது. எந்தவொரு வியாபார அமைப்பில் தகவல் தொடர்பால் வாய்வழி மற்றும் எழுத்தும்பூர்வமாக முடிவெடுக்கும்.

நெட்வொர்க்கிற்கு (வலைதளம்) உதவுதல்

இன்றைய வணிக உலகம் மிகவும் நெட்வொர்க் (வலைதளம்) செய்யப்பட்டிருக்கிறது. நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) என்பது மக்கள் நெருக்கமாக இணைக்கப்பட குழு மக்கள் அமைப்புகளுக்குள் மட்டுமல்ல, தங்களுக்குள்ளேயும் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். முற்போக்கு அமைப்புகள் உள்-இணைக்கப்பட்ட அமைப்புகளாகும் மற்றும் நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) மீது அதிக அழுத்தத்தை கொடுக்கின்றன. பல கணினிகள் மற்றும் பிற சாதனங்கள் ஒன்றாக இணைக்கப்பட்டு நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) அமைப்புகளில் முதலீடு செய்யப்படுகின்றன. இதனால் உபகரணங்கள் மற்றும் தகவல்களை பகிர்ந்து கொள்ள முடியும் நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) மூலம் எளிதாக யோசனைகள் எண்ணங்கள் கொள்கைகள் மற்றும் முடிவுகளை வழங்குகிறது. அவர்களின் தனிப்பட்ட மட்டத்திலும் கருத்துக்கள் மற்றும் தகவலை பரிமாறிக் கொள்வதற்காக மக்களை நெறிப்படுத்த வேண்டும். தனிப்பட்ட மட்டத்தில் நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) என்பது தனிப்பட்ட முறையில் தொடர்பு கொள்வதாகும். அத்தகைய நெட்வொர்க்கிங் தகவல் தொடர்பு ஊடகம் மூலம் நடைபெறுகிறது.

தகவல் தொடர்பு நோக்கங்கள் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும். மாறும் மற்றும் மாறிக்கொண்டே இருக்கும் அமைப்பு இயற்கையின் மற்றும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

செயல்பாடுகளை பொறுத்து அது சம்பந்தமாக மக்கள் எல்லை மற்றும் உணர்திறன் சம்பந்தப்பட்ட தொடர்பு செயல்முறை புதிய பரிமாணங்களை கொண்டுள்ளது. எச்சரிக்கை ஆலோசனை, இணக்கம், தெளிவுபடுத்துதல் ஆதரவைப் பெறுதல், கண்டணம் செய்தல் ஒழுங்கமைத்தல், மதிப்பீடு செய்தல் மற்றும் பல பிற குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு நிறுவனங்களில் உள்ளவர்கள் தொடர்பு கொள்ளுதலை வணிக நிறுவனங்கள் இன்று மிகுந்த மாறுபட்ட சூழ்நிலையில் செயலாற்றுகிறது. நீண்ட காலத்திற்கு எதுவும் நிலைப்பதில்லை சேர்க்கை மற்றும் கையகப்படுத்துதல் கூட்டுமுயற்சிகள் உயர் பணிடாளர்களின் வருவாய் குறைந்த வாடிக்கையாளர் விசுவாசம், பெருநிறுவன ஆளுமை, வெளியாட்களிடம் பணி ஒப்படைப்பு தகுதியற்ற ஒப்பந்த அலுவலகங்கள் மற்றும் நெகிழ்வான வேலை நேரங்கள் ஆகியவையும் உள்ளன. இந்த வளர்ச்சிகள் அனைத்தும் நிறுவன தகவல் தொடர்புகளின் வழக்கமான முறைகளில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளன.

நிறுவனங்கள் தங்களின் இயல்பான சூழலில் மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகின்றன மற்றும் புதிய சவால்களை எதிர்நோக்குகின்றன, வணிக தொடர்புகளின் வரையறைகளை ஒரு மாற்றத்திற்கு உட்படுத்த வேண்டும். தகவல் தொடர்பு அமைப்புகள், கருத்துகள் மற்றும் அணுகு முறைகள் வணிகத்தில் புதிய கோரிக்கைகளை சமாளிக்க வேண்டியிருக்கும் மற்றும் தற்போதுள்ள முறைகள் மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. தகவல் தொடர்பு என்பது எந்தவொரு வியாபாரத்திற்கும் ஆதரவு அமைப்பு முறையாகும். வியாபாரத்தின் ஒவ்வொரு மாற்றத்திலும் தகவல் தொடர்பு செயல்பாட்டு மெருகேற்றங்களைப் பார்க்க வேண்டும். உதாரணமாக சில நாட்களாக ஒரு நிறுவனத்தில் மேற்பார்வையாளராக பணிபுரியும் ஒரு ஊழியருடன் நீண்ட நேரம் உரையாடிக் கொண்டிருப்பார். அதனால் உற்பத்தி குறையும் அல்லது பணியில் அலட்சியத்தை காட்ட ஆரம்பித்து விடுவார். பொதுவாக ஒரு குறிப்பிட்ட கவனம் செலுத்தும் பணியாளர் மற்றொருவருடன் அதிக நேரம் உரையாட வேண்டிய வாய்ப்பே இல்லை நெகிழ்வான வேலை வெளியாட்களிடம் பணி ஒப்படைப்பு மற்றும் நேர வரம்புகளில் புதிய அணுகு முறைகளை கண்டறிய வேண்டும். இண்டர்நெட் (வலைதளம்) உரையாடல் வசதி சில இடங்களில் கிடைக்க கூடியதாக இருந்தாலும் ஒருவொருக்கொருவர் வாய்மொழி தொடர்பில் நன்மைகள் நிச்சயமாக இல்லை ஒவ்வொரு புதிய அணுகுமுறை தேவை என்று மொழி பெயர்க்கப்பட்டுள்ளது. புதிய சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க மற்றும் வர்த்தகத்தில் வளர்ந்து வரும் சவால்களை எதிர்கொள்ள தகவல் தொடர்பு செயல்முறை தொடர்புடைய மக்கள் அவசியமும் படைப்பும் புதுமையானதாக இருக்க வேண்டும்.

உட்புற மற்றும் வெறிப்புறமாக உள்ள தொடர்பின் குறுக்கோள்கள் நிறுவன செயல்பாடுகளின் பலதரப்பட்ட அம்சங்களை உள்ளடக்குகின்றன. அமைப்புக்குள் இது திட்டமிடல், இயக்குதல், கட்டுப்படுத்துதல், ஒருங்கிணைத்தல், மறு ஆய்வு செய்தல். கண்காணித்தல் மற்றும் ஊழியர்கள் போன்ற பல்வேறு செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. முடிவெடுக்கும் மற்றும் உறவு கட்டமைப்பிற்கு பொருத்தமான கருத்துகளை இது எளிதாக்குகிறது வர்த்தக விற்பனை. குறிக்கோள், ஊழியர் ஆலோசனை, குழு அமைத்தல், செயல்திறனை சீர்ப்படுத்துதல் பிம்பம் உருவாக்குதல் மனஉறுதி படுத்துதல்

மற்றும் சமூக நோக்க நிலை ஆகிய அமைத்தும் நிறுவனச் சூழலில் தொடர்பு கொள்ளும் அனைத்தும் செல்லுபடியான நோக்கங்களும் தகவல் தொடர்புடன் ஒரு வணிக செயல்பாட்டை ஆதரிக்கிறது.

தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்க

1. தகவல் தொடர்பு நோக்கங்கள் எவ்வாறு வரையறுக்கப்படுகின்றன?
2. தகவல் தொடர்பு மேலாதிக்க நோக்கங்கள் யாவை?
3. வணிகம் என்ற சொல்லின் விளக்கம் என்ன?

குறிப்புகள்

1.3 தகவல் பரிமாற்றம்

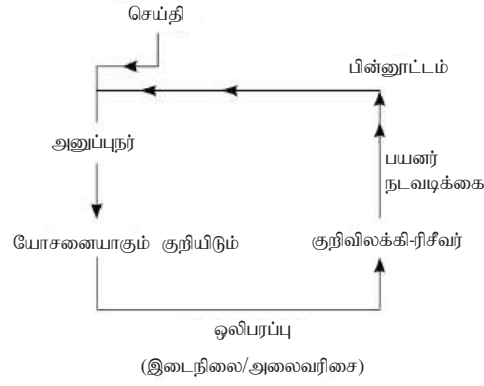
தொடர்பு பரிமாற்றம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட செயல்முறை ஆகும். அதன் எளிமையான வடிவத்தில், இது தூண்டுதல் மற்றும் அதன் பதிலுடன் தொடர்புடையது. இந்த தூண்டுதலால் தொடர்புபடுத்தி எழுதுபவர் பதிலளிக்கிறார். அனுப்பியவர் தெரிவித்த செய்தியை பெறுபவர் சரியாக புரிந்துகொள்ளும் வரை தொடர்பாடல் முழுமை பெறாது. எந்த தகவல்தொடர்பு செயல்முறைக்கும் மூன்று நிலைகள் அவசியம் அனுப்புநர், பெறுநர் மற்றும் செய்தி ஆகியவை வேண்டும்.

ஒவ்வொரு தகவலும் ஒரு தனித்துவமான நோக்கம் கொண்டது, இது செய்தியைத் தீர்மானிக்கிறது. தூண்டுபவர் அனுப்புவதிலிருந்து வெளிவரும் தகவலும், மற்றும் பெறுநருக்கு பதிலுடன் வரும் தகவலும். எந்தவொரு வியாபார தகவலிலும் நாம் முன்னர் பார்த்தபடி, விரும்பிய பதிலைத் திரட்ட வேண்டும். என்பதை புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஆனால் நிறுவன சூழலில் இந்த நிலை இல்லை. புத்திசாலித்தனமான நடவடிக்கைகளில் புரிந்துணர்வு ஏற்படுகையில், தகவலின் நோக்கமானது அடையப்படுகிறது.

ஒரு நிறுவனத்தில் தகவல்தொடர்பு செயல்முறை படம் 1.1 உதவியுடன் விளக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த தகவல்தொடர்பு செயல்முறையின் ஈடுபாடு பின்வரும் வழிமுறைகளை வெளிப்படுத்துகிறது:

- படி 1 செய்தி தொடங்குகிறது.
- படி 2 அனுப்பியவர் இந்த யோசனை எடுத்து சரியான புரிதலை குறிப்பிடுகிறார்.
- படி 3 குறியிடப்பட்ட செய்தி பின்னர் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஊடகம் வழியாக பரவுகிறது.
- படி 4 பெறுநர் செய்தியை பெற்று, அதைத் தீர்க்கிறார்.
- படி 5 குறியிடப்பட்ட செய்தி பயன்படுத்தப்படுகிறது அல்லது செயல்படுகிறது.
- படி 6 இறுதிப் படியாக பயன்பாட்டின் அல்லது நடவடிக்கை பற்றிய கருத்து அனுப்புநருக்கு மீண்டும் அனுப்பப்படும்.

குறிப்புகள்



விளக்கப்படம் 1.1 தொடர்பு செயல்முறை

தகவல்தொடர்பாடல் தூண்டுதல் மற்றும் பதில் தொடர்பானது

எந்த தகவலும் தொடக்க புள்ளியாக இருக்கும்போது ஒரு செய்தியாக உள்ளது. தொடர்பு செயல்முறை ஒரு நோக்கத்துடன் தொடங்குகிறது. ஒரு அடிப்படை யோசனை இருக்க வேண்டும் என்று உள்ளது.

அடுத்த கட்டம், தரவரிசையில் இருந்து தெளிவான யோசனை குறியாக்கம் செய்யும். குறியீட்டு அல்லது யோசனை ஒரு தகவல்தொடர்பு வடிவத்தை எடுத்துக்கொள்கிறது என்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது. யோசனையின் முழுமையான மற்றும் தெளிவான வெளிப்பாடாக, சரியான வார்த்தைகள், வெளிப்பாடுகள், சொற்றொடர்கள், விளக்கப்படங்கள் மற்றும் படங்களை தேர்ந்தெடுப்பதை குறிப்பிடலாம். அவ்வாறு செய்தால், செய்தியை அனுப்புபவர் செய்தியைக் குறியிடும் மற்றும் புரிந்துகொள்ளும் பெறுநரின் திறனை மனதில் கொள்ள வேண்டும்.

குறியிடப்பட்ட செய்தி இப்போது பயணிக்க தயாராக உள்ளது. பயணம் அல்லது பரிமாற்றம் ஒரு நடுத்தர வழிமுறையை மேற்கொள்கிறது. செய்தி அனுப்புபவரின் ஊடகம் அல்லது தகவல்தொடர்பு வழிமுறைவாய்வழி, எழுதப்பட்ட, காட்சி, விளக்கப்பட காட்சி, மின்னணு அல்லது இதல் எந்த கலவையையும் தேர்ந்தெடுக்கலாம். இவை ஒவ்வொன்றும் பல்வேறு விருப்பங்களை வழங்குகிறது. நடுத்தர தேர்வு கிடைக்கும், செலவு, அவசர மற்றும் நம்பகத்தன்மை போன்ற காரணிகள் தாக்கத்தையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

செய்தி பெறுபவரை அடையும்போது பரிமாற்றம் முடிவடைகிறது. செய்தியை அனுப்பியவரிடமிருந்து பெறுநர் செய்தியைப் பெற்றுக்கொண்டால், இப்போது அவர் ஏற்றுக்கொள்ளும் விதமாக பதிலளிக்கும் பொறுப்பை பெறுநர் பெறுகிறார் ஆனால் பெறுநர். அஞ்சல் பெட்டியைத் திறக்கவில்லை என்றால், கடிதம் புறக்கணிக்கப்படுகிறது, அழைப்பும் மறுக்கப்படுகிறது, ஒலி செய்தியை பார்வையிட மறுக்கிறது அல்லது மின்னஞ்சலை புறக்கணிக்கிறது, செய்தி தொலைந்து போகிறது, மற்றும் யோசனை அதன் இலக்கை அடைய முடியவில்லை.

தகவல்தொடர்பு செயல்முறை அதன் நோக்கத்தின் படி முன்னேற்ற, பெறுநர் செய்தியை பெறுவதும், அந்த தகவல்களின் வாசிப்பு, கேட்டல், பார்வை, புரிந்துகொள்ளுதல் மற்றும் விளக்கம் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது. பயனுள்ள தகவல்தொடர்புக்கு முறையான புரிதல் தேவை. இது பெறுநர் பகுதியிலிருந்தே ஆர்வத்தைத் தூண்டுகிறது. செய்தியை அனுப்பும் அனுப்புநரின் முயற்சிகளுக்கு பதிலளிக்கும் விருப்பத்தை இது சார்ந்துள்ளது. ஒருவர் பதிலளித்தாலும் கூட, செய்தியின் புரிந்துகொள்ளுதலும் விளக்கமும் ஒருவரின் அறிவு, அணுகுமுறை, ஆகியவற்றால் பாதிக்கப்படும். தகவல் பரிமாற்றமானது முழுமையானதும் பயனுள்ளதாவும் இருக்க செய்தியின் நோக்கத்தை சரியாகப் புரிந்துகொள்வதால் மட்டுமே பயன்படுகிறது மற்றும் அதைப் அனுப்பியவர் விருப்பத்தை செயல்படுத்துகிறது.

நிறுவனச் சூழலில், குறிப்பாக, தொடர்பு செயல்முறை, ஒரு படிவம் அனுப்புநருக்கு பொருத்தமான பின்னூட்டம் ஏற்படும் வகையில் அனுப்புகிறது, இதனால் பெறுநர் இலக்கிலிருந்து பெறப்படும் கருத்து அல்லது நடவடிக்கையை பொறுத்து தகவல் தொடர்பின் திறன் அறியப்படும்.

தொடர்பு செயல்முறை ஒரு படிப்படியாக செயல்படும் இயக்கம் ஆகும். தகவல் தொடர்பில் பங்கெடுக்கும் அனுப்புனர் மற்றும் செய்தியை பெறும் இருவருக்கும் தொடர்புபடுத்தலின் வெற்றியை உறுதிப்படுத்துவதில் ஒரு உறுதியான பங்கைக் கொண்டுள்ளனர். அவர்களின் உள்ளார்ந்த பின்னணி, சமூக நிலை, படிநிலை உறவுகள், நிறுவன சூழ்நிலை, அறிவு, திறமைகள் மற்றும் மனப்போக்கு ஆகியவை தொடர்பாடலின் திறனைத் தீர்மானிக்கும் ஒரு காரணிகளாக உள்ளன. அதனுடன் தொடர்பாடல் செய்தியின் செயல்திறன், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகளின் செயல்திறன் மற்றும் நம்பகத்தன்மை. முறைகள் மற்றும் வழிமுறைகளின் தேர்வு போன்றவையும் அடங்கும், இவை தொடர்பாடலின் செயல்முறைக்கு ஏதேனும் தடைகளை கடந்து செல்லும் திறன் கொண்டவை.

1.3.1 வர்த்தகத்தில் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்

இன்றைய உலகின் உள்-இணைக்கப்பட்ட பூகோள பொருளாதாரத்தில் வணிக தொடர்பு முக்கியத்துவம் பரவலாக மதிக்கப்படுகிறது. பயனுள்ள தகவல் தொடர்பாடல் எந்த வணிகத்திலும் அதன் இதயமாக உள்ளது. மக்கள் தொடர்பை வியாபாரத்துடன் தொடர்புகொள்வது மக்களை இணைப்பதில் ஒரு முக்கியமான இணைப்பாகும். வணிக ரீதியான முக்கியத்துவமான செயல்திறனைக் குறைத்து மதிப்பிடும் வணிக நிறுவனங்கள், தங்கள் தவற்றை உணர்ந்து ஒவ்வொரு தகவலும் அவசியமானதாக இருக்காது என்பதை நன்கு உணரவேண்டும். நிஜ வாழ்க்கையில் வியாபார சூழல்களில், தினசரி சந்திப்புகள் தோல்வியடைந்தன. வழங்கப்பட்ட செய்திகள் நோக்கம் என்ன. புரிந்துகொள்ளப்பட்ட செய்திகள் என்னவென்று தெரியவில்லை. செய்திகளை அடிக்கடி சிதைந்து, நீர்த்த, அல்லது தவறாக புரிந்துகொள்ளப்படும். எனவே ஒவ்வொரு அமைப்பும் தொடர்பு கொள்ளலின் முக்கியத்துவத்தை உணர வேண்டும், ஆனால் உட்புற மற்றும் வெளிப்புற, செய்தி தொடர்பை சார்ந்த தகவல்தொடர்புகளைத் தயாரிக்க போதுமான முயற்சிகள் மற்றும் முறையான அமைப்புகளை வைக்க வேண்டும். வெற்றிகரமான வணிகத் தொடர்பு

குறிப்புகள்

தானாகவே அல்லது வெறுமனே நடக்காது. தகவல்தொடர்பு பயனுள்ளதாக இருப்பதை உறுதிப்படுத்துவதற்கு எல்லா அமைப்புகளிலும் நேரம், முயற்சி மற்றும் நிலையான கவனமும் தேவை.

குறிப்புகள்

மேற்கோள் குறிப்பு: தகவல் தொடர்பாடல் ஒரு முக்கிய அம்சமாகும். எழுதப்பட்ட அல்லது வாய்வழி என்றால், அது ஒரு நிறுவனம் அதன் வாடிக்கையாளர்களுடன் பேசும் வழியாகும்.

—‘ஹார்வார்ட் பிஸினஸ் எசென்ஷியல்ஸ்’

எந்தவொரு ஆர்வமுள்ள மேலாளரின் திறன் தொகுப்பில் மிக முக்கியமான ஆற்றல் திறமையான தகவல் தொடர்பு. நவீன கால வணிக நிறுவனங்களில் நீண்ட காலமாக மென்மையான திறன் தொழில்நுட்ப திறமைகளை விட முக்கியமானது என்பதை புரிந்து கொள்ளலாம். மென்மையான திறன் தொடர்பு, நேரம் மேலாண்மை, குழு வேலை, பேச்சுவார்த்தை மற்றும் மோதல் தீர்மானம், உறுதிப்பாடு மற்றும் வணிக ஆசாரம் அடங்கும். இருப்பினும், மேலாளர்கள் வைத்திருக்கும் மென்மையான திறன்களின் பட்டியலில் தொடர்பாடல் முதலிடம் வகிக்கிறது. அதிலும் நடைமுறையில் மிகவும் கடினமாக உள்ளது, இருப்பினும், மற்ற திறமைகளைப் போலவே தொடர்ந்து கற்றல் மற்றும் பயன்பாடு மூலம் எளிதாக நடைமுறைப்படுத்தலாம்.

எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் தொடர்பு கொள்வதன் முக்கியத்துவத்தை கருத்தில் கொண்டு, வணிக நிறுவனங்கள் எப்போதும் நல்ல பேச்சாளர்களை தேடின. சேவைத் தொழிலில் வணிக நிறுவனங்களில் நல்ல தொடர்பு கொள்பவர்களின் தேவை குறிப்பாக மக்களுக்கு இடையேயான பரஸ்பர தொடர்பு மூலம் வெற்றி பெற்றவர்களுக்கு முதலிடம் வழங்கப்படுகிறது. இந்த நிறுவனங்கள் தங்களது ஊழியர்களின் தகவல் தொடர்பு திறன்களை மேம்படுத்துவதற்காக தங்கள் சொந்த அமைப்பையும் கையாளுகிறார்கள்.

வியாபாரத்தில் தகவல்தொடர்பின் இயல்பு மிகவும் வேறுபட்டது. பெரிய நிறுவனங்களில், தகவல்தொடர்பின் உள் மற்றும் வெளிப்புறமானது மற்றும் பல பங்குதாரர்களை உள்ளடக்கியுள்ளது. இத்தகைய தகவல்தொடர்பு தனிப்பட்ட அல்லது தொழில்முறை, முறைசார்ந்து அல்லது முறைசாரா, எழுதப்பட்ட அல்லது வாய்வழி, மேல்நோக்கி அல்லது கீழ்நோக்கிய அல்லது பக்கவாட்டு அல்லது ஒரு வழி அல்லது ஊடாடும் வகையில் இருக்க முடியும். தொடர்பாடலின் கருத்துகள், எண்ணங்கள், உத்திகள், கண்டுபிடிப்பு கருத்துகள், மனப்பான்மைகள், உணர்வுகள், முன்னோக்குகள் ஆகும். இதற்கு பரந்த அளவிலான தகவல்தொடர்பு தேவை. இது தனிநபர் மற்றும் தனிப்பட்ட, தனிநபர் குழு அல்லது குழு-க்கு-குழு தொடர்பாக இருக்கலாம். வியாபாரத் தொடர்பு முறையில் பல்வேறு வடிவங்களை எழுதலாம் அல்லது வாய்மொழி அல்லது சொற்கள இல்லாமல் கடிதங்கள் மற்றும் குறிப்புக்கள், அறிக்கைகள் மற்றும் அறிவிப்புகள், பேச்சுகள் மற்றும் விளக்கக்காட்சிகள், மெய்ப்பாடுகள் மற்றும் சைகைகள் மற்றும் பல வழிவகைகள் வணிகத் தொடர்புகளில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. தகவல்தொடர்பு அதன் தன்மையைப் பொறுத்து, மின்-அஞ்சல், தொலைநகல், தூதஞ்சல், தொலைபேசி, தொலைகாட்சி, காணொளி கலந்துரையாடல் மற்றும் திரைப்படங்கள் மற்றும் பிற காணொளி காட்சிகளின் உதவி மூலமாக பரிமாற்றம் நடைபெறுகிறது.

இந்த பன்முகத்தன்மையைப் பொறுத்தவரையில், நல்ல அறிவாளி ஒருவர் மாற்று வகைகள் மற்றும் தொடர்பு மற்றும் முறைகள் ஆகியவற்றின் தெளிவான புரிதலைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், அவற்றுள் ஒவ்வொன்றும் அல்லது அவற்றின் கலவையைப் பயன்படுத்தலாம். தொடர்புபடுத்துபவர் தடைகள் அகற்ற வெவ்வேறு தொடர்பு வழிமுறைகளின் தொழில்நுட்ப அம்சங்களை மாற்றியமைக்க வேண்டும். கூட்டங்கள், கருத்தரங்குகள், பட்டறைகள், கலந்துரையாடல்கள், விளக்கங்கள், பேச்சுவார்த்தைகள், மூலோபாய அமர்வுகள் மற்றும் பிற ஊடாடும் கவிதை நடை கொண்டு அரங்கம் நிர்வாகிகள், மேலாளர்கள், வல்லுநர்கள், விருந்தினர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் ஆகியோருடன் கணிசமான தகவல் தொடர்பை ஏற்படுத்தலாம். எனவே, முறையான திட்டமிடல் மற்றும் அமைப்பு மூலம் தகவல்தொடர்பு சுறுசுறுப்பான ஓட்டத்தை எளிதாக்க உதவுவதற்கு ஒவ்வொரு முயற்சியும் செய்யப்பட வேண்டும். தொடர்பு மற்றும் இயல்பு விரிவாக்கம் வணிகத்தின் தன்மை மற்றும் பல்வேறு பங்குதாரர்களிடையே கிடைக்கும் அதன்முடிவை சார்ந்தது. நிஜ வாழ்க்கை சூழ்நிலைகளில், தொழில்துறையின் வகை, ஊழியர்களின் எண்ணிக்கை, நிறுவனத்தின் புவியியல் பரப்பு, நவீனமயமாக்கல் மற்றும் தொழில்நுட்ப தத்தெடுப்பு, படிநிலை கட்டமைப்புகள், குறுக்கு-கலாச்சார பரிமாணங்கள் மற்றும் பிற போன்றவற்றைப் பொறுத்து, தொடர்புடைய காரணிகள். வணிக தகவல்தொடர்புகள் அனுப்புதல் மற்றும் பெறுதல் மற்றும் தகவலைப் பகிர்தல் பற்றியது. முடிவெடுப்பதற்கான நடவடிக்கை மற்றும் நடவடிக்கை எடுக்கக்கோரும் முக்கிய தகவல். வணிக நிறுவனங்களில் உள்ள நபர்கள் தொடர்ந்து தகவல்களை சேகரித்து வணிக தொடர்பான முடிவுகளை எடுக்க வேண்டும். வணிக வளர்ச்சி மற்றும் லாபத்தை பற்றி உரிமையாளர்கள் அறிந்து கொள்ள வேண்டும். மேலாளர்கள் சந்தை போக்குகள் மற்றும் நிறுவன வலிமை பற்றி தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஊழியர்கள் உற்பத்தி அட்டவணைகளைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். வாடிக்கையாளர்கள் தயாரிப்பு அம்சங்களைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். அவரவர் தேவைக்கேற்ப செயல்பாட்டு அல்லது புவியியல் அல்லது படிநிலையான நிலையை பொருட்படுத்தாமல் வியாபாரத்தில் எல்லோரும் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். மேலும் பொருள் மிக்க தகவலுடன் பொருள் மிக்க தகவல்களுடன் திறம்பட தொடர்புபடுத்துபவர்கள், சிறந்த முடிவுகளை அடைந்து மற்றவர்களை வென்றெடுக்கிறார்கள்.

பழைய நாட்களில் இருந்ததைப் போலல்லாமல், நவீன வியாபார நிறுவனங்களின் தொடர்பு தொழில்நுட்பம் மீது மிகவும் நம்பியிருக்கிறது. மொபைல்கள், கணினிகள், 'நெட்-வொர்க்கிங்' (வலைப்பின்னல்) அமைப்புகள், தொலைகாட்சி மற்றும் 'வீடியோ கான்பரன்சிங்' (காணொளி கலந்துரையாடல்) கருவிகள், தொலைநகல் இயந்திரங்கள் மற்றும் மின் புள்ளி அமைப்புகள் ஆகியவற்றின் வருகை, உலகில் புதிய பரிமாணத்தை சேர்த்துள்ளன. வணிகங்கள் வளர, விரிவாக்க மற்றும் முடிவை அடைய, அவர்கள் அத்தகைய கருவிகளிலும், அத்தகைய இயந்திரங்களிலும் அதன் செயல்பாட்டு திறன்களிலும் அதிகமான ஆர்வமும் நம்பிக்கையும் வேண்டும். வணிக தொழில்நுட்ப அதிகாரிகள் திறம்பட செயல்பட தெரிந்திருக்க வேண்டும். எனவே, நல்ல பேச்சாளர் வேறுபட்ட வணிகத் திறன்களை

குறிப்புகள்

மட்டும் மாத்திரமல்ல, தொழில் நுட்பத்தைப் பற்றிய போதிய அறிவாற்றலை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும், வணிக ரீதியாக அதைப் பயன்படுத்துவதும் அவசியம்.

குறிப்புகள்

1.3.2 தொழில்நுட்ப மற்றும் பொது தொடர்பாடலுக்கும் உள்ள வேற்றுமைகள்

பொதுவாக பொது தலைப்புகள் உள்ளடக்கிய தகவல், சந்தைகள், வானிலை, மக்கள், கருத்துகள், அரசியல், தற்போதைய செய்தி போன்ற மேலோட்டத்திலுள்ள தலைப்புகளில் பொதுவான தொடர்பு வகையை பேசுகிறது. தொழில்நுட்ப தொடர்பு ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பு ஆழமாக உள்ளது.

பொது தொடர்பு

- பொதுவான செய்தியை உள்ளடக்கியது
- முறைசாரா பாணி மற்றும் அணுகுமுறை
- கட்டமைப்பு இல்லை
- பெரும்பாலும் வாய்மொழி
- எப்போதும் ஒரு குறிப்பிட்ட பார்வையாளர்களுக்காக அல்ல
- தொழில்நுட்ப விதிமுறைகள் அல்லது வரைபட பயன்பாடு இல்லை

தொழில்நுட்ப தொடர்பாடல்

- தொழில்நுட்ப செய்தி கொண்டது
- பெரும்பாலும் முறை சார்ந்த மற்றும் அணுகுமுறை
- தொகுப்பு அமைப்பைப் பின்தொடர்கிறது
- வாய்வழி மற்றும் எழுத்துபடிவம்
- எப்போதும் ஒரு குறிப்பிட்ட பார்வையாளர்களுக்காக
- அடிக்கடி புரியாத மொழி மற்றும் படங்களை கொண்டுள்ளது

‘தொழில்நுட்பம்’ என்ற சொல் விஞ்ஞான முறைகள் மற்றும் இயந்திரங்களின் பயன்பாடு. உண்மைகள், புள்ளிவிவரங்கள், கருத்துக்கள் மற்றும் அனைத்து வகையான விஞ்ஞான மற்றும் தொழில்நுட்ப தகவல்களையும் வெளிப்படுத்த, ஒரு நபர் தொழில்நுட்ப தகவல்தொடர்பு பயன்படுத்த வேண்டும். தொழில்நுட்ப தகவல்தொடர்பு முதன்மையாக அந்த தகவல்கள் தேவைப்படும் வாசகர்களின் அல்லது கேட்பவர்களின் நடைமுறை பயன்பாட்டிற்கான சிறப்பு தகவலைப் பிரதிபலிக்கிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

4. எதுவரை ஒரு தகவல் தொடர்பு முழுமை பெறுபதில்லை?
5. குறியாக்கத்தில் என்ன உட்பட்டுள்ளது?
6. மென்மையான திறமைகள் என்ன?

1.4 தொடர்புகளுக்கு தொடர்பு

முன்னர் பார்த்ததைப் போல, தகவல்தொடர்பு என்பது ஒரு செயல்முறை ஆகும், இதில் ஆறு வெவ்வேறு வழிமுறைகளை உள்ளடக்கியது, குறியாக்கம், குறியீட்டு முறை மற்றும் பரிமாற்றம். பயனுள்ள தகவல்தொடர்பை உறுதி செய்வதற்காக, எல்லா குழுகளும் கருவிகளும் தங்கள் பங்கை திட்டமிட வேண்டும். எனினும், தகவல் பரிமாற்றத்தின் ஒவ்வொரு கட்டத்திலும், தடைகள் உள்ளன, இது தொடர்புத் தடங்கலைத் தடுக்கும் அல்லது குறைக்கின்றன. ஒரு அமைப்புரீதியான சூழலில் தொடர்பு கொள்வதற்கான தடைகள் அதிகார அமைப்பு, நிலை வேறுபாடு, தொடர்பு உறவுகள், கலாச்சாரம் மற்றும் தனிநபர்களின் பின்னணி ஆகியவற்றிலிருந்து எழுகின்றன. தொடர்புபடுத்தலுக்கான தடைகள், நடத்தை வேறுபாடுகள், திறன்களில் வேறுபாடுகள் மற்றும் புரிதல் மற்றும் உடல் காரணிகள் ஆகியவற்றிலிருந்து தோன்றலாம். நடத்தை வேறுபாடுகள் மற்றும் திறன்களின் வேறுபாடுகள் போன்ற சில வகையான தடைகள் பொதுவாக எல்லா தொடர்பு வழிமுறைகளுக்கும் பொருந்தக்கூடியதாக இருக்கும்போது, உடல் காரணிகளால் ஏற்படுகின்ற தடைகள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தகவல்தொடர்பு முறைக்கு குறிப்பிட்டதாக இருக்கலாம். எழுதப்பட்ட தொடர்புக்கும் குறிப்பிட்ட சில தடைகள் உள்ளன. அவை கையெழுத்து, எழுத்துக்களும், தெளிவுபடுத்தலுமாகும். இதேபோல், வாய்வழி தொடர்புக்கான தடைகள், வெளிப்பாடு, உச்சரிப்பு, வேகத்தின் விநியோகம் மற்றும் மொழியின் தகுதி ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

குறைவான வெளிப்பாடு

தகவல் தொடர்பாலரின் வெளிப்பாடு, தகவல்தொடர்பு தரத்தை தீர்மானிக்கிறது. பயனுள்ள, ஒரு செய்தி/யோசனை சரியாக உருவாக்கப்பட்ட வேண்டும். வெளிப்பாடு தொடர்பான தடைகள் மோசமாக வெளிப்படுத்தப்படும் செய்திகளில் தெரிகின்றன. சிந்தனை திறன்களின் பற்றாக்குறை யோசனைக்கு போதுமான அல்லது முழுமையற்ற வடிவத்தில் விளைகிறது. மட்டுப்படுத்தப்பட்ட வார்த்தை சக்தி, கருத்துக்களின் தவறான அமைப்பு மற்றும் இணக்கமின்மையின் காரணமாக தெளிவற்ற தன்மை மற்றும் தெளிவின்மை ஆகியவை ஏற்படுகின்றன. வார்த்தைகள் மற்றும் எண்ணங்கள் சரியாக ஒழுங்கமைக்கப்படாவிட்டால், தொடர்புசார்ந்த சமநிலை அல்லது விகிதத்தின் உணர்வு ஆகியவற்றால் தகவல் தொடர்பு பாதிக்கப்படும். வெளிப்படையாக, இத்தகைய தவறான எண்ணங்கள் மற்றும் முழுமையடையாத அல்லது தவறான செய்திகளுக்கு வழிவகுக்கும். இது தவிர்க்க முடியாத பிழைகள், மேலும் விளக்கங்களைத் தேடுவதன் மூலம் ஏற்படும், செலவினங்கள் மற்றும் தாமதங்கள் தகவல்தொடர்பில் தொடர்பு கொள்ளும். குறியீட்டு மற்றும் நீக்கல் தெளிவு மற்றும் துல்லிய உறுதி திறன் தேவை. பின்வரும் சூழல்களில் மோசமான வெளிப்பாடு ஏற்படலாம்:

1. ஒரு நபர் சுகமில்லாதபோது
2. ஒரு நபர் சோர்வாக இருக்கும் போது
3. ஒரு நபர் கடுமையான அழுத்தத்தில் இருக்கும்போது

குறிப்புகள்

4. ஒரு நபர் மதுவின் செல்வாக்கின் கீழ் இருக்கும்போது
5. ஒரு நபரின் எண்ணங்கள் தெளிவாக இல்லை மற்றும் சொல்லதிகாரம் குறைவாக இருக்கும் போது.

குறிப்புகள்

வாய்மொழி மற்றும் எழுதப்பட்ட தொடர்பு இரண்டுக்கும் பொருந்தும்.

தவறான பரிமாற்றங்கள்

பரிமாற்ற செயல்முறை, எந்தவொரு தொடர்புக்கும் அவசியமானது. தவிர்க்கப்படுதல் மற்றும் தள்ளுபடி/விடுபடுதல் பிழைகள் பற்றிய சந்தேகத்திற்குரியது. நிறுவன சூழலில், செய்தியை அனுப்பும் நபர், யோசனை உருவாகிய நபரிடமிருந்து வேறுபட்டிருக்கலாம். செய்தியின் நோக்கம் மற்றும் நோக்கம் தொடக்கத்திலிருந்து செய்தியை கடத்துபவருக்கு நகரும் போது அதே போல் இருக்காது. அது மட்டுமல்ல, செய்தியை அனுப்பும் நபர் தனது சொந்த சார்பு உணர்வுகள் மற்றும் உணர்வுகள் ஆகியவற்றைக் கொண்டு வரலாம், இது செய்தியை உருவாக்கியவர் விரும்பியதில்லை. இல்லையெனில், கருத்தை உருவாக்கியவர் செய்தியை கடத்துபவருக்கு நகரும் போது விவரங்களை விவரிக்கும்போது, விளக்கத்தை விளக்குவது மற்றும் தெளிவுபடுத்துவதை சந்திக்கும்போது, சந்தேகங்கள் ஏற்படலாம்.

ஆர்வம் மற்றும் விருப்பம் இல்லாதது

இது தொடர்பாக தகவல் பரிமாற்றத்தில் மிகவும் வலுவான தடை உள்ளது. நிறுவன தகவல் தொடர்புக்கு அலட்சியம் குறைந்தபட்சமாக குறைக்கப்படுவதை உறுதிப்படுத்துவதற்கு நிறுவனங்கள் கணிசமான முயற்சி எடுக்க வேண்டும். தகவல்தொடர்பு, செயல்திறன் மிக்கது, செய்தியை பெறுதல் கவனத்துடன் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடியது என்று முன்மொழிகிறது. வாய்மொழி தொடர்பில் கவனமாக கேட்பது, எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்புகளில் கவனமான வாசிப்பது மற்றும் வினைச்சொல் உரையாடலில் கவனமான கவனிப்பு ஆகியவை அவசியம். பெறுநர் பகுதியினரின் மீதான அக்கறையின்மை அல்லது ஆர்வம் இல்லாததால், தொடர்புபடுத்தியவரின் உற்சாகத்தை மோசமாக பாதிக்கிறது. மாணவர்கள் கவனத்தை ஈர்க்காதபோது, ஆசிரியர் ஆர்வத்தை இழக்க நேரிடலாம். மறுபுறம், பேச்சாளர் நிபுணத்துவம் அல்லது நம்பகத்தன்மை இல்லாத போது, பார்வையாளர்களின் வரவேற்பைப் பெறுவதில்லை தொடர்பற்ற தரம் மற்றும் ஆர்வம் இல்லாமை தொடர்புகளுக்கு தடைகளை உருவாக்குகிறது, இதன் விளைவாக தொடர்பின் தரம் பாதிக்கப்படுகிறது. செய்தியின் நோக்கம் அனைத்தையும் பெறவில்லை என்றால் முழுமையடையாதது, இன்னும் மோசமானது, தவறாக புரிந்து கொள்ளப்படுவது.

ஒலி

வாய்மொழி தொடர்பில் குறிப்பாக சத்தமாக உள்ளது மற்றொரு இடையூறு. சத்தம் தொடர்பாடலின் ஓட்டத்தை பாதிக்கும் செய்தியாளர் உரையாடலை அனுப்பிய வாய்வழி செய்திகளை பெற பெறுநர் தோல்வியுற்றால், இதன் விளைவாக செய்தி நீர்த்துளியாகிவிடும். சத்தம் நிச்சயமாக வாய்வழி

தொடர்புகளைப் பாதிக்கும் அதே சமயத்தில், ஒரு கடிதத்தை அல்லது ஒரு செய்தியை எழுதும் நபர் தனது செறிவு இழக்க நேரிடலாம், இதன் விளைவாக அவருடைய எண்ணங்கள் வேறுபடலாம்

தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

மேற்கோள் குறிப்பு: குறிப்புகளில் மிகப்பெரிய ஒரே பிரச்சனை அது நடந்தது என்ற மாயை.

— ஜார்ஜ் பெர்னார்ட் ஷா.

குறிப்புகள்

இயற்கை காரணிகள்

தொலைப்பேசி, மைக்ரோ போன் (ஒலிவாங்கி), நிழற்படம், அச்சிடுதல், புகைப்பட நகல், தொலைநகல், வானொலி திரைப்படம், மற்றும் தாமதமாக, நெகிழ்வான, குறுந்தகடு ஆகியவைகள் மென்மையாக செயல்படும் போது இவை அனைத்தும் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். அதே நேரத்தில், அவைகளின் செயல்பாடுகளை திறம்பட செயல்படாதபோது அவைகள் தடைகளாக செயல்படுகின்றன. இதன் விளைவாக, தொடர்பாடல் பார்வையாளர்களை இலக்கை அடைய முடியவில்லை. தொலைப்பேசி இணைப்புகள், சந்திப்பு அறைகள் இல்லாததால், பல்லாடக உபகரணங்களின் தோல்வி மற்றும் மின்சாரம் வழங்கல் தொந்தரவுகள் ஆகியவற்றை செய்திகளை அனுப்பும் தாமதத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

மக்கள் தொடர்பான காரணிகள்

தொடர்பு செயல்பாடு முக்கியமாக மனிதர்களை உள்ளடக்கியது. ஜனநாயகம் போலவே, மக்களிடமிருந்தும் மக்களைப் பற்றிய தகவலை நாம் விவரிக்கலாம். ஆனாலும், மக்கள் ஒருபோதும் சிந்திக்கவும் புரிந்துகொள்ளவும் புரிந்துகொள்ளவும் இல்லை. வேறு வார்த்தைகளில் சொன்னால், அர்த்தங்கள் மக்களில் உள்ளன. எந்தவொரு பெரிய நிறுவனத்திலும், குறிப்பாக பன்னாட்டு நிறுவனங்களில், மொழி குழு, கலாச்சார பின்னணி, கிராமிய-நகர்ப்புற தோற்றம் மற்றும் படிநிலை அளவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் ஊழியர்கள் மத்தியில் வேறுபாடுகள் உள்ளன, இவை மனோநிலை, மொழியியல் மற்றும் கலாச்சார தடைகளை உருவாக்குகின்றன. படிநிலை நிலைகளில் உள்ள வேறுபாடுகள் பணி கட்டமைப்பு, அதிகாரம், நிலை மற்றும் உறவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அவர்களின் தாக்கங்களைக் கொண்டிருக்கின்றன. இத்தகைய சூழ்நிலைகளில், மக்களுக்கு பயன், பயம் மற்றும் எதிர்விளைவு ஆகியவை இருக்கலாம். இந்த காரணிகள் அனைவருமே நிறுவனத்திற்குள் உள்ளவர்களிடையே வேறுபட்ட எதிர்பார்ப்புகளை ஏற்படுத்துகின்றன, யார் யாரை தொடர்பு கொண்டு தொடர்புகொள்வது மற்றும் எவ்விதத்தில் எந்த விதத்திலும் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். இது தவிர, நிறுவன சூழ்நிலையானது தகவல்தொடர்பு குறித்த அதன் தாக்கத்தை கொண்டுள்ளது. மக்கள் பேசுவதற்கு உற்சாகம் அளிப்பதற்கும், தொடர்புகொள்வதற்கான இலவச ஓட்டம் இருப்பதும் உகந்ததாகும். மறுபுறம், நிறுவன காலநிலை பாதிக்கப்படும் போது, மற்றும் குரல்களை எதிர்த்து நிற்கும் போது, தடைகள் உருவாகின்றன.

செறிவு மற்றும் நகைச்சுவை

எளிய பேச்சு

குறிப்புகள்

பிரிட்டிஷ் பிரதமரும் அவரது செயலாளரும் ஆங்கிலேய கிராமப்புறங்களில் பயணம் செய்தபோது திடீரென அவர்கள் தங்கள் வழியை இழந்துவிட்டதாக உணர்ந்தார்கள். பிரதமர் மந்திரியிடம், ‘அடுத்தமுறை நாம் வீதியில் யாரையாவது பார்த்தால் காரை நிறுத்திவிட்டு, அந்த வழி போக்கரிடம் நாம் எங்கு இருக்கிறோம் என்று கேட்கலாம்’ என கூறினார் அதேபோல் மந்திரி காரை நிறுத்தி விட்டு எதிர் வந்த நபரிடம் “நாங்கள் எங்கோ இருக்கிறோம்” என்று கேட்டார். அதற்கு அந்த நபர், நீங்கள் உங்கள் காரில் இருக்கிறீர்கள் என்று பதிலளித்தார் இதை கேட்ட பிரதமர் மந்திரியிடம்” இது உண்மையிலே பிரிட்டிஷ் நாடாளுமன்றம் பதில் போல் உள்ளது” என்று கூறினார். இது சுருக்கமாக உள்ளது, உண்மை, மற்றும் நீங்கள் ஏற்கனவே தெரிந்ததாகவோ அல்லது செய்தியை விட அதிகமாகவோ இல்லை.

அடிக்கடி நாம் பார்த்திருக்கிறோம், சாதாரணமான தகவல் தொடர்புக்கு தடங்கல்களும் பல தடைகளும் உள்ளன. இத்தகைய தடைகள் தொடர்புபடுத்துவது அல்லது தொடர்புபடுத்தும் செயலை தடுக்கவோ அல்லது தடுக்காமல் இருக்கவோ முடியும். இந்த தடைகளை உடல், உளவியல், மொழியியல் மற்றும் கலாச்சார ரீதியாக வகைப்படுத்தலாம். இருப்பினும், பெரும்பாலான தடைகளை கடந்து செல்லக்கூடியதாக இருப்பதை வலியுறுத்துவதே முக்கியம். தடைகளைத் தாண்டி முன்கூட்டியே எதிர்பார்க்கலாம், அங்கீகரிக்கலாம் மற்றும் முன்கூட்டியே முடக்கலாம் இவைகளுக்கு சரியான நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும். நனவான முயற்சியுடன், இந்த தடைகளைச் சமாளிப்பதற்கும் தொடர்ந்து நடப்பிலுள்ள தொடர்பைக் குறைப்பதற்கும் உறுதி செய்ய முடியும். இந்த புத்தகத்தில் முன்னோக்கிய அத்தியாயங்களில், இத்தகைய தடைகள் எவ்வாறு விலகியிருக்கின்றன என்பதைப் பற்றி விரிவாகப் பேசுகிறது, அவை வாய்வழி, எழுதப்பட்ட அல்லது வாய்மொழி தொடர்பு இல்லாதவையாக இருந்தாலும், தொடர்பு கொள்ளத்தக்கதாகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்கும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

7. ஒரு நிறுவனத்தில் தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு இரண்டு காரணங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.
8. தகவல் தொடர்பு சாதனங்களில் சில யாவை?

1.5 தொடர்புகளுக்குத் தடைகளை தீர்ப்பதற்கான நடவடிக்கைகள்

ஒருங்கிணைந்த முயற்சிகளுக்கு பயனுள்ள தொடர்பு தேவைப்படுகிறது. மற்ற உயர் தரமான வெளியீடு போன்ற நல்ல தகவல் மிகவும் கடினமான வேலை தேவைப்படுகிறது. நல்ல தகவல் தற்செயலாக நடக்காது. முறையான திட்டமிடல், மனித நடத்தையை புரிந்து கொள்ளுதல், உடல்நிலை

வசதிகள், இயந்திர அல்லது மின்னணு சாதனங்கள் மற்றும் நிறுவன சூழல் ஆகியவற்றால் இது ஏற்படுத்துகிறது. தகவல்தொடர்பு தடைகளைத் தடுக்க, சிறந்த தகவல்தொடர்பு மற்றும் அவற்றுக்கான அத்தியாவசியங்களை அறிந்து கொள்வது அவசியம்.

நோக்கம் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும்

பயனுள்ள தகவலுக்கான முதலில் அத்தியாவசியமானது தகவல்தொடர்பு நோக்கம் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு தகவலிலும் ஒரு புறநிலை உள்ளது. இது ஒரு முடிவுக்கு வழிவகுக்கும். தகவல்தொடர்பு செயல்முறை மூலம் எதை விரும்புகிறீர்கள் என்பது பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும். எந்தவொரு தகவல்தொடர்பு நோக்கமும் ஒரு செய்தியைப் பெறவோ அல்லது தெரிவிக்கவோ அல்ல. செய்தியை பெறுபவரை அடையும் என்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும். ஒரு தெளிவான மற்றும் நன்கு வளர்ந்த யோசனையால் ஆதரிக்கப்படாத எந்த செய்தியும் நேரம் மற்றும் முயற்சியை வீணாகிவிடக்கூடியது துல்லியமற்ற தகவலையும். தொடர்புகொள்வதற்கான தூண்டுதல் நோக்கத்தையும் தெளிவுபட்ட வேண்டும். தகவல்தொடர்பு மூலம் நீங்கள் அடைய விரும்புவதைக் கேட்கவும், தகவல் தெரிவிக்கவும், கவலை தெரிவிக்கவும், ஆதரவை பெறவும், ஏமாற்றத்தை வெளிப்படுத்த தகுந்த திறமையான திறமைசாலிகளை வழங்க வேண்டும். குறிக்கோள் மட்டுமே இந்த நோக்கத்திற்கான கலவையாக இருக்கும்.

தகவல் தொடர்பு செயல்முறை அறிதல்

தகவல்தொடர்பு செயல்முறை எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதைப் புரிந்து கொள்ள வேறொரு திறமையான தகவல் தொடர்பாளர் தேவை என்பது அத்தியாவசியமானது. அதாவது, தகவல் தொடர்பு கொள்கைகள் மற்றும் கருவிகள். குறியீட்டு முறை, டிகோடிங், (Decoding) டிரான்ஸ்மிஷன், (Transmission) கம்பரைன்ஹென்ஷன் (Communication) மற்றும் பின்னூட்டங்களின் அடிப்படையில் தொடர்புபட்ட பல்வேறு நடவடிக்கைகளை பாராட்டுவதற்கு, தொடர்பு, வழிமுறைகள் வகைகள், வாசித்தல், முறைகள் மற்றும் தடைகள் மற்றும் தகவல்தொடர்பு தொடர்பான தடைகள் மற்றும் அதை பாதிக்கும் காரணிகளைப் பற்றிய நல்ல புரிதல் அவசியம். நல்ல கலைஞர்களைப் போல நல்ல அறிவாளிகளும், திறமையுடன் தங்கள் கருவிகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர்.

பார்வையாளர்களின் இலக்கு பற்றி தெளிவாக இருக்கவும்

சரியான நபரை அல்லது நபர்களின் குழுவை அடையும் வரை விரும்பிய முடிவைப் பெற முடியாது. தகவல்செய்தி இலக்கை குறிக்க வேண்டும். பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு கொள்ள, சரியாக கவனம் செலுத்தப்பட வேண்டும். இது ஒரு கடிதம், பேச்சு, படம் அல்லது விளக்கக்காட்சியாக இருக்குமாயின், பெறுநர் இணைக்கப்பட்டுள்ளாரா அல்லது தொடர்பாடல் நோக்கத்துடன் தொடர்புடையதா என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளவேண்டும் இல்லையேல் பெரும்பாலும் தகவல்தொடர்பு அதன் செயல்திறனை இழக்கின்றது,

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஏனென்றால் இது திட்டமிடப்படாத பார்வையாளர்களை அடையும். தவறான நபர்களை அடையும் நல்ல யோசனைகள் மற்றும் செய்திகள் பயனற்ற செயல்திட்டமாக முடிவடையும். அடுத்த அத்தியாவசிய நடவடிக்கை நல்ல தகவல் தொடர்பு திறன்களை வளர்ப்பதாகும். பயனுள்ள தகவல் பல்வேறு சூழ்நிலைகளில் தொடர்பு கொள்ளும் திறனை முன்மொழிகிறது. ஆளுமை தேவைப்படும் தகவல்தொடர்பு திறன்கள் வாசிப்பது, எழுதுதல், கேட்பது, பேசுவது, உடல் மொழி மற்றும் விளக்கக்காட்சி ஆகியவை. பல்வேறு வகையான தொடர்புகளின் தகுதி மற்றும் பற்றாக்குறை பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும், அவற்றில் எந்த சூழ்நிலையில் எதை பயன்படுத்த வேண்டும் என்று இவை ஒவ்வொன்றும் ஒரு வித்தியாசமான திறன் மற்றும் அதை உருவாக்க ஒரு ஆர்வத்துடன் கூடிய முயற்சி தேவைப்படுகிறது.

நன்கு அறிந்திருங்கள்

தகவலை வழங்குவதற்கு தகவல் தொடர்பு பெரும்பாலும் தகவல் செய்தியுடன் தொடர்புபடுத்துகிறது. எனவே, தொடர்பு கொள்ளுபவர், அவர் அனுப்ப விரும்பும் செய்தியைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும். செய்தித் தொடர்பாளரைப் பற்றிய சரியான முன்னோக்கு மற்றும் ஆரம்பிக்கப்பட்ட தகவலுடன் தொடர்பு கொள்ளும் சூழ்நிலையை கவனத்தில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும். அனுப்பியவரால் வரையறுக்கப்பட்ட தகவல் அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட புரிதல் இயல்பான அனுப்புநரின் திறனைக் கட்டுப்படுத்துகிறது. செய்தியை அனுப்புவர் முழுமையற்ற தகவலின் அடிப்படையில் அவ்வாறு செய்யும்போது, இது ஒரு அமைப்புரீதியான சூழலில் நிகழ்கிறது. செய்தியைப் பெறும் நபர்கள் பெரும்பாலும் அதைப் பற்றி தங்கள் எதிர்பார்ப்புகளைக் கொண்டுள்ளனர், அதை அறிய செய்தியை வழங்கியவர் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

உங்கள் தொடர்பைத் திட்டமிடுங்கள்

பயனுள்ள வகையில் அமைய எந்த தகவலும் நன்கு திட்டமிட்டு செய்தி அனுப்பப்பட வேண்டும், தேர்வு செய்ய வேண்டிய சொற்கள், தேடப்படும் நடவடிக்கை, பெற வேண்டிய கருத்துகள் ஆகியவை கவனமாகக் கவனிக்கப்பட வேண்டிய அனைத்து பகுதிகளாகும். சரியான தெரிவுகளைத் தீர்மானிப்பதற்கு முன்பு அதன் அம்சங்களை ஒழுங்காக உருவாக்க வேண்டும். சில வழக்கமான செய்திகளை முன்கூட்டியே திட்டமிடல் இல்லாமல் தெரிவிக்க முடியும் போது, நிறுவனங்கள்/தொழில்களில் உள்ள அனைத்து முக்கியமான தகவல்களுக்கும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட முயற்சிகள் தேவை. போதுமான திட்டமிடல், செய்ய முடியாதபோது, பயனற்ற தொடர்பில் விளைகிறது. நல்ல திட்டமிடல் என்பது இலக்கு மற்றும் பார்வையாளர்களை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும், மேலும் அவர்களின் மனோபாவங்களும் எதிர்பார்ப்புகளையும், நேரத்தையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

சாதகமான அணுகுமுறையில் இருக்கவேண்டும்

பயனுள்ள தகவலுக்கான இன்னுமொரு தேவை ஒரு சாதகமான அணுகுமுறை மற்றும் சரியான மனப்போக்கு ஆகும். பேச்சாளருக்கு இந்த செயலில் நம்பிக்கை இருக்க வேண்டும். அவர் கற்றல் மற்றும் நடைமுறை

மூலம் நம்பிக்கையை வளர்க்க வேண்டும். தகவல்தொடர்பு பணிக்காக அவர் பொறுப்பேற்க வேண்டும். பேச்சாளர் தடைகளை சமாளிக்க மற்றும் நேர்மறையான வழிமுறைகளை பார்க்க கற்று கொள்ள வேண்டும். ஒருவர் தன் சார்பில் மற்றொருவரை கொண்டு வரக்கூடாது. அவர் தன் தகவல் தொடர்பு திறனை அங்கீகரிக்க மற்றும் செயல்முறை மூலம் முடிவுகளை அடைய முயற்சிக்க வேண்டும். வாசகர் அல்லது கேட்பவரின் குறைகளை மதிப்பீடு செய்யாமல், மரியாதை மற்றும் புரிதலுடன் தொடர்பு கொள்ளும் ஒவ்வொரு வடிக்கையாளர்களையும் கையாளும் திறனை வளர்த்துக் கொள்ளவேண்டும். நேர்மறையான அணுகுமுறை ஒரு நேர்மறையான விளைவை உருவாக்குகிறது மற்றும் தொடர்பு செயல்முறை வெற்றிக்கு வழி செய்கிறது.

குறிப்புகள்

தீவிர உணர்வுகளை தவிர்க்கவும்

திறமையான, தீவிர மற்றும் வலுவான உணர்வுகள் பயனுள்ள தகவல்தொடர்புக்கு உகந்ததல்ல. கோபம், மனச்சோர்வு மற்றும் விரக்தி ஆகியவை சிந்தனை செயல்முறையை பாதிக்கின்றன, இதன்மூலம் வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டியவை அல்லது தெரிவிக்கப்பட வேண்டியவற்றை சிதைக்கின்றன. தொந்தரவு மிக்க மனச்சோர்வை ஏற்படுத்தும் எண்ணங்கள் வெளிவருகின்றன, இதனால் முக்கிய தகவல்தொடர்பை உரையாற்றும்போது தகவல் தொடர்பு செய்திகளை திரித்துவிடுகின்றன. ஆத்திரமூட்டும் கருத்துக்களுக்கு எதிர்வினையாற்றும் போது, மனம் அதன் சமநிலையை மீண்டும் பெறுவதோடு, உணர்வுகளைத் தீவிரமடையச் செய்யும் வரை காத்திருக்க வேண்டியது அவசியம். தொடர்பு கொள்ளும் செயல்முறையை மறுதலிக்க முடியாததாக உணர இது மிகவும் அவசியம். பேசும் வார்த்தை அல்லது கோபத்தின் பொருளில் எழுதப்பட்ட கடிதம் கணிசமான சேதத்தை செய்யலாம். இது வேலை சூழ்நிலைகளில், சந்தை இடங்களில், நிறுவனங்கள் மற்றும் வணிகத்தில் உண்மைச்செய்தியை கட்டுப்படுத்துகிறது.

உண்மையாக இருங்கள்

தகவல்தொடர்பில் உள்ள குழுக்கள் ஒரு பகுதியினருடன் ஒரு குறிப்பிட்ட நேர்மறையான நேர்மையும் தேவை என்பதைத் தூண்டுகிறது. செய்திகளை உண்மையாகவும் நேர்மையாகவும் கொடுக்க வேண்டும் என்பது அவசியம். செய்தியைப் பெறுபவரை தவறாக வழிநடத்த அல்லது கையாள திட்டமிடக்கூடாது. செய்தியைப் பெறுபவர் தகவல்தொடர்பில் நம்பிக்கை இழந்துவிட்டால், நம்பகத்தன்மையுடன் தொடர்பு கொள்ளும் செயல்முறை பாதிக்கப்படுகிறது. ஆகவே பயனுள்ள தகவல், நேர்மையும், மனத்தாழ்மையையும் கொண்டே அமையும்.

தகவல்தொடர்பின் வழிகாட்டும் குறிப்பு

“தயவு செய்து”, “நன்றி”, மற்றும் “என்னை மன்னிக்கவும்” இது போன்ற மாய வார்த்தைகள் தகவல்தொடர்பில் அதிசயங்களை செய்யும். நம் அன்றாடம் எழுதும் மற்றும் பேசும் உரையாடலில் அவற்றைப் பயன்படுத்துவதால் நம் நேர்மையினை இது அடிக்கோடிட்டுக் காட்டுகிறது.

குறிப்புகள்

இசைவாக இருக்க வேண்டும்

ஒரு வர்த்த முறை சார்ந்த தொடர்பாடல் என்பது ஒரு வழக்கமான செயல்முறையாகும். தனிப்பட்ட நடவடிக்கைகளில், நிறுவன அமைப்புகளில் மற்றும் வணிக இடங்களில், தகவல்தொடர்பு கிட்டத்தட்ட எல்லா நேரங்களிலும் நடைபெறுகிறது. தொடர்பு உள்ள கட்சிகள் பெரும்பாலும் ஒரே மாதிரியானவை. தொடர்பு ஒரு வழக்கமான அடிப்படையில் நடைபெறும் போது, அது தொடர்ந்து இருக்க வேண்டும். தன்னைத்தானே முரண்படாமல் பேசுவது அவசியம். மாற்றம் அல்லது திருத்தத்திற்கான வாய்ப்பு இருக்கலாம், ஆனால் முரண்பாட்டிற்கு அல்ல. மேலும், ஒரு குறிப்பிட்ட செய்தியை தெரிவிப்பதில் பல்வேறு தொடர்பு முறைகளைப் பயன்படுத்தும்போது, முரண்பாடுகள் நிகழ்வதை தவிர்க்க வேண்டும். பேசும் செய்தி உடல் மொழியுடன் இணைந்து இருக்க வேண்டும். வாய்மொழி செய்திகளில் பொருத்தமான சொற்களினால் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும்.

நேரம் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது

எந்த தகவல்தொடர்பும், குறிப்பாக வணிக தகவல்தொடர்பு, நேரம் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. வேகம் மற்றும் காலக்கெடு தகவல் தொடர்பில் கணிசமாக பங்குகொண்டது. இன்றைய உலகில், நேரத்தின் மதிப்பு நன்கு அறியப்பட்டிருக்கிறது. நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்திற்குள் அடையப்பட வேண்டிய இலக்குகளை அமைக்கின்றன. ஒதுக்கப்பட்ட காலக்கெடுவிற்கு முன்பு பணிகள் நிறைவு செய்யப்பட வேண்டும். இத்தகைய குறிக்கோள்கள் மற்றும் பணிகளைப் பற்றிய அனைத்து தகவல்களிலும் நேரம் காரணி பாராட்ட வேண்டும். பெரும்பாலும் தாமதமான செய்தி வீணாகும் தகவல் தொடர்பாடல் முறையில் தேர்வுக்கு முக்கியத்துவம் உள்ளது. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட முறையில் நேரத்தை சரியாக வழங்கியிருக்க வேண்டும்.

தகவல்தொடர்பில் நேர காரணிக்கு மற்றொரு பரிமாணம் உள்ளது. தகவல்தொடர்பு செயல்முறையில் சரியான நேரத்தை எடுக்க வேண்டும். ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்திற்கு அப்பாலும், நீண்ட காலமாக எழுதப்பட்ட தொடர்பு மற்றும் வழக்கமாக நீண்ட படங்கள் மற்றும் ஆவணங்கள் கேட்பவரின்/ வாசகர்/பார்வையாளரின் பொறுமையை சோதிக்கும். நீண்ட பேச்சுக்கள், அவர்களின் சக்தியை இழக்கச் செய்யும் மற்றும் செயல்பாட்டை நீட்டிக்கும். தகவல்தொடர்புகள் அளவிடப்பட்ட அளவுகளில் இருக்க வேண்டும், ஏனென்றால் மிகுந்த பயன்மிக்க மற்றும் பொருத்தமான தகவல்தொடர்பு அதிகமானதல் உற்சாகமின்றி பெறப்படலாம். தகவல்தொடர்புக்கான பெறுநர் இந்த நோக்கத்திற்காக ஒதுக்கீடு செய்யும் நேரம் பயனுள்ள தகவலை உறுதிப்படுத்துவதாக இருக்க வேண்டும். இன்றைய சூழலில், தொடர்பாடல் சுமை மிகுந்ததாக உள்ளது.

முறையான முறமைகள் மற்றும் முறைகளைப் பயன்படுத்துங்கள்

பல்வேறு முறமைகள், முறைகள் மற்றும் தகவல்தொடர்பு வகைகள் பற்றி ஏற்கனவே விவாதித்தோம். பயன்பாட்டிற்கான தொடர்பு முறை அல்லது

வகை நிலைக்கு நிலை மாறுபடும். தகவல்தொடர்பு திறன் முறைகள் மற்றும் கருவிகளின் தேர்வு சார்ந்தது. எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு கட்டாயமாக வாய்வழி தகவல்தொடர்பு என சொல்ல முடியாது. ஒரு தொலைபேசி அழைப்பு ஒரு கடிதத்தை விட பொருத்தமானதாக இருக்கும் சந்தர்ப்பங்களும் உள்ளன. வழக்கமான அஞ்சல் மூலம், ஒரு செய்தி தொலைப்பிரதி மூலம் அனுப்ப போதுமான முக்கியமான செய்தியாக இருக்கலாம். இதேபோல், சில செய்திகளை சாதாரண அஞ்சல் மூலமாகவும், சில செய்திகளை தொலைநகல் அல்லது சில செய்திகளை மின்னஞ்சல்கள் மூலம் அல்லது மின்னஞ்சல் தொலைநகல் மூலமாகவும் அனுப்பலாம். அத்தியாவசியமான நேரத்தைத் தேர்ந்தெடுத்து, செய்தியை மீண்டும் செய்யவும். தவறான முறையில் தேர்வுசெய்த செய்தியைத் தாமதப்படுத்தினாலோ அல்லது குறைத்தாலோ, அதன் செயல்திறனைத் தடுத்துவிடும்.

குறிப்புகள்

செலவு விழிப்புணர்வுடன் இருக்கவேண்டும்

தகவல்தொடர்பு செயல்முறை பெரும்பாலும் செலவுகளைத் தவிர்க்கிறது. செய்திகளை அனுப்புவதில் நேரடி மற்றும் மறைமுக செலவுகள் உள்ளன. இந்த செலவுகள் தொடர்பாடல் முறையையும் பரிமாற்ற வழிமுறையையும் பொறுத்து மாறுபடும். ஒரு நிறுவனத்தில் தொடர்பு இருப்பது தொடர்கிறது என்பதால், இத்தகைய செலவுகள் கணிசமான தொகையை சேர்க்கலாம். பேச்சாளரால் பெறப்பட்ட முடிவுகள் செயலாக்கத்தில் ஏற்படும் செலவுகளை நியாயப்படுத்த வேண்டும். இல்லையெனில், அத்தகைய தொடர்புகளில் எந்தவொரு திறனும் இல்லை. எனவே நிறுவனங்கள் தங்கள் தகவல்தொடர்பு அமைப்புகளை திறமையானதாக மாற்றுவதற்கு நினைவுப்பூர்வமான முயற்சிகள் எடுக்க வேண்டும், ஆனால் கிடைக்கக்கூடிய விருப்பங்களை சரியாக மதிப்பீடு செய்வதன் மூலம் செலவு செய்யலாம்.

கருத்துக்கணிப்புகளைப் பெற

தகவல்தொடர்பு செயல்முறையில் மற்றொரு முக்கிய கூறு உள்ளது. இந்த செய்தியைத் தெரிவிக்கும் நபரின் செய்தி, இலக்கை அடைந்துவிட்டதா என்று மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டும்.

முக்கிய குறிப்புகள்: கருத்துக்கணிப்பு

கேள்வி: ஆங்கில மொழியில், a b c d e f ஆகிய எழுத்துக்களை கொண்ட மிகச் சிறிய வார்த்தை எது?

பதில்: கருத்து (Feedback)

கருத்து தெரிவிப்பதும் மற்றும் கருத்துக்களைப் பெறுவதும். பயனுள்ள தகவல்தொடர்புகளின் மிக அத்தியாவசிய உறுப்புகளில் ஒன்றாகும் என்பதை எப்போதும் நினைவில் கொள்வேண்டும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

9. பயனுள்ள தகவலுக்கான முதல் முக்கிய கூறு எது?
10. தொடர்புக்கு தடைகளை கடக்க இரண்டு நடவடிக்கைகளை குறிப்பிடுங்கள்.

1.6 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

குறிப்புகள்

1. குறிக்கோள்கள் மற்றும் குழுமம் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து நோக்கங்கள் வரையறுக்கப்படுகின்றன.
2. தகவல் தொடர்பு, இணைத்தல், கல்வி, பொழுதுபோக்கு, ஊக்குவித்தல், தூண்டல், ஒருங்கிணைத்தல், உறுதிப்படுத்துதல் மற்றும் ஊக்குவித்தல் ஆகியவை தகவல் தொடர்புகொள்வதற்கான முக்கிய நோக்கங்கள்.
3. வணிக “வார்த்தை” ஒரு வர்த்தக நோக்குடன் தொடர்புடையது. ஒரு தொண்டு அல்லது மத அமைப்பிலிருந்து வேறுபட்டது போல, எந்த வியாபார அமைப்பும் இலாப நோக்கம் கொண்டது.
4. அனுப்பியவர் தெரிவித்திருக்கும் செய்தியை பெறுபவர் சரியாக புரிந்துகொள்ளும் வரை தொடர்பாடல் முழுமையாக இல்லை.
5. குறியீட்டு முறை என்பது தெளிவான வெளிப்பாடுகளுக்கு பொருந்தக்கூடிய சரியான சொற்கள், வெளிப்பாடுகள், சொற்றொடர்கள், வரைபடங்கள் மற்றும் படங்கள் ஆகியவற்றைத் தேர்ந்தெடுப்பதாகும்.
6. மேன்மையான தகவல் தொடர்பு திறன் நேர மேலாண்மை, குழு வேலை, பேச்சுவார்த்தை மற்றும் மோதல் தீர்மானம், உறுதிப்பாடு மற்றும் வணிக ஆசாரம் ஆகியவை அடங்கும்.
7. ஒரு அமைப்பு ரீதியான சூழலில் தொடர்பு கொள்வதற்கான தடைகள் எழக்கூடிய இரண்டு காரணங்கள் நிலைமை வேறுபாடு மற்றும் தனி நபர்களின் பின்னணி.
8. சில தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள்: தொலைப்பேசி, மைக்ரோபோன் (ஒலிவாங்கி), நிழற்படம், கேசட் மற்றும் விரலி.
9. பயனுள்ள தகவலுக்கான முதலில் அத்தியாவசியமானது தகவல்தொடர்பு நோக்கத்தில் தெளிவாக இருக்க வேண்டும்.
10. தொடர்புக்கு தடைகளை கடக்க இரண்டு நடவடிக்கைகள் ஒன்று தகவல் தொடர்பு முறையை அறிதல் மற்றும் பார்வையாளர்களின் இலக்கை பற்றி தெளிவாக இருப்பது.

1.7 சுருக்கம்

- தகவல்தொடர்புகளின் நோக்கங்களும் செயல்பாடும் தொடர்புபட்டவையாகும். குழு மற்றும் சூழலை பொறுத்து பல நோக்கங்கள் இருக்கலாம்.
- வியாபார தகவல்களின் நோக்கங்கள்: தகவல்தொடர்பு, தொடர்புபடுத்துதல், இணைத்தல், கல்வி, ஊக்குவித்தல்,

பயிற்சியளித்தல், பொழுதுபோக்கு, ஊக்குவித்தல், முடிவெடுக்கும் வசதி, ஒருங்கிணைத்தல், நெட்வொர்க்கிங் (வலைதளம்) உதவுதல்.

- தொடர்பு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட செயல்முறை ஆகும். அதன் எளிமையான வடிவத்தில், இது தூண்டுதல் மற்றும் பதிலுடன் தொடர்புடையது.
- ஒவ்வொரு தகவலும் ஒரு தனித்துவமான நோக்கம் உள்ளது தூண்டுபவர் அனுப்புவதிலிருந்து வெளிவரும், செய்தி பெறுநர் பதிலை எதிர் நோக்கி இருக்கும்.
- தகவல் தொடர்பு ஆறு படிக்களை உள்ளடக்கியது. எந்த தகவலும் தொடக்கத்தில் ஒரு சிறு செய்தியாக உள்ளது.
- தகவல் தொடர்பு செயல்முறை ஒரு முற்போக்கான நடவடிக்கை மூலம் இயக்கப்படுவதாகும். தகவல்தொடர்பு வெற்றியாளரையும் பொறுநரையும் தொடர்புபடுத்தலின் வெற்றியை உறுதிப்படுத்துதல் ஒரு உறுதியான பங்கைக் கொண்டுள்ளது.
- எந்தவொரு வியாபாரத்திலும் பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு விதையாக அமையும். வர்த்தகத்தில் மக்களை ஈடுபடுத்துவதும் அவர்களுக்கு தகவலை அளிப்பதே தகவல் தொடர்பின் முக்கிய பங்கு.
- தகவல்தொடர்பு மற்றும் அதன் இயல்பு, விரிவாக்கம் வணிகத்தின் தன்மை ஆகியவை பல்வேறு பங்குதாரர்களிடையே அதன் அணுகுமுறையை சார்ந்து இருக்கும்.
- பொதுவாக பொது தலைப்புகள் உள்ளடக்கிய தகவல்தொடர்பு பொதுவான தகவல் தொடர்பு வகையை குறிக்கிறது. தொழில்நுட்ப தொடர்பு ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பில் ஆழமான கூறுகளை கொண்டுள்ளது.
- தகவல்தொடர்பு செயல்முறையின் ஒவ்வொரு கட்டத்திலும், குறிப்பிட்ட தடைகள் உள்ளன, இது தொடர்புத் தகவலைத் தடுக்கிறது அல்லது நீக்குகிறது.
- எழுத்துப்பூர்வ தகவல் தொடர்புக்கு குறிப்பிட்ட சில தடைகளை கையெழுத்து, எழுத்துக்கூட்டுகள் மட்டுமே தெளிவுபடுத்தும். வாய்வழி தகவல் தொடர்பில் தடைகள் உச்சரிப்பு மற்றும் விநியோக வேகம் ஆகியவை அடங்கும்.
- தொடர்புகளுக்கு தடைகளைத் தடுக்க, நல்ல தகவல்தொடர்பு மற்றும் அவற்றுக்கான அத்தியாவசியங்களை புரிந்து கொள்வது அவசியம்.

குறிப்புகள்

1.8 முக்கிய வார்த்தைகள்

- அமைப்பு: ஒரு நிறுவனம் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்துடனான குறிப்பாக ஒரு வணிக, சமூகம், சங்கம் போன்றவற்றின் ஒரு அங்கமாக உள்ளது.

குறிப்புகள்

- நிர்வாகம்: நிர்வாகம் என்பது ஒரு நிறுவனமாக இருந்தாலும், ஒரு வியாபாரமாக இருந்தாலும், ஒரு இலாப நோக்கமற்ற அமைப்பாக இருந்தாலும் அல்லது அரசாங்க அமைப்பாக இருந்தாலும் ஆளுகைத்திறனையே சாரும்.
- தூண்டுதல்: தூண்டுதல் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட செயல்பாட்டு எதிர்வினையை ஒரு சிறு பொருள் மூலமோ அல்லது நிகழ்வின் மூலமோ தூண்வதை குறிக்கிறது.
- நெட்வொர்க்கிங்: நெட்வொர்க்கிங் தனிநபர்கள், குழுக்கள் அல்லது நிறுவனங்களுக்கிடையில் தகவல் அல்லது சேவைகளின் பரிமாற்றத்தை குறிக்கிறது குறிப்பாக, வேலை அல்லது வணிகத்திற்கான உற்பத்தி உறவுகளின் வளர்ப்புத்திறனைக் குறிக்கும்.

1.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. தகவல் தொடர்பின் நோக்கம் என்ன?
2. நெட்வொர்க்கில் (வலைதளம்) பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு எவ்வாறு உதவுகிறது?
3. தொழில்நுட்ப தகவல்தொடர்புக்கும் பொது தகவல்தொடர்புக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் என்ன?
4. மோசமான வெளிப்பாடு அதிகமாக ஏற்படும் சூழ்நிலைகளை குறிப்பிடுங்கள்?
5. தொடர்புகளின் தடைகளைத் தடுக்க உதவும் நடவடிக்கை என்ன?

பெருவினாக்கள்

1. தகவல்தொடர்பை வரையறு, அதன் வணிக முக்கியத்துவம் என்ன?
2. நிறுவனத்தின் நோக்கம் என்ன? அவற்றை விரிவாக விவாதிக்கவும்.
3. தகவல்தொடர்பின் முக்கிய நடவடிக்கைகள் அல்லது நிலைகள் யாவை? ஆவைகளைப் பற்றி விரிவாக விவாதிக்கவும்.
4. தகவல் தொடர்பின் மிகப் பெரிய தடைகள் என்ன? பயனுள்ள தகவல் தொடர்புக்கு எப்படி தடை ஏற்படுகிறது.

1.10 மேலும் படிக்க

Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.

Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.

StrydomWihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.

Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..

Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.

Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

தொடர்பு: ஒரு கண்ணோட்டம்

குறிப்புகள்

அலகு 2 தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 2.0 முன்னுரை
- 2.1 நோக்கங்கள்
- 2.2 தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 2.2.1 தகவல் தொடர்பாடல் முறைகள்
- 2.3 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல்
 - 2.3.1 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்
 - 2.3.2 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடலின் நம்மைகள்
- 2.4 எழுத்து வழி தகவல் தொடர்பாடலின் நன்மைகள்
 - 2.4.1 வாய்வழி அல்லாத தகவல் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்
- 2.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 2.6 சுருக்கம்
- 2.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 2.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 2.9 மேலும் படிக்க

2.0 முன்னுரை

ஒருவர் மற்றவருக்கு தன்னுடைய உணர்ச்சிகளை வெளிப்படுத்தவோ அல்லது சில முக்கிய செய்திகளை வெளிப்படுத்தவோ பேசுவதோடு, வார்த்தைகள் மற்றும் வெளிப்பாடுகள் இரண்டும் வேண்டும். இது மற்ற நபருக்கு செய்தியை அளிக்க மாற்றுவதற்கான சைகைகள், சின்னங்கள் மற்றும் உடல் இயக்கங்களைப் பயன்படுத்துவதையும் உட்படுத்துகிறது. இது வாய்மொழி தொடர்பில் சேர்க்கப்படவில்லை. தகவல் தொடர்பில் உணர்வுகளை ஒரு சிறந்த வழியில் வெளிப்படுத்துவதற்கு சொற்கள் தகவல் தொடர்புடன் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. நல்ல மற்றும் பயனுள்ள தகவல் தொடர்புகளை உருவாக்கும் போது ஒருவரின் முகபாவங்கள் மற்றும் உடல் இயக்கங்கள் ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. ஒருவரின் உரை மற்றும் உடல் மொழி மாற்றப்பட்டலோ அல்லது ஒத்துபோகவில்லை என்றாலோ, அது தவறான செய்தியை மற்ற நபரிடம் தெரிவிக்கலாம். தகவல் தொடர்பு என்பது நம் வாழ்வில் மிக முக்கியமான பங்கு வகிக்கிறது. இன்று, தகவல் தொடர்பு முக்கியத்துவம் கடந்த காலத்தை விட அதிகரித்துள்ளது.

2.1 நோக்கம்

இந்த அலகை படித்து அறிந்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- தொடர்புகளின் வகைகள் புரிந்து கொள்ளுங்கள்

- வாய்மொழி தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை பற்றி விவாதிக்கவும்
- எழுதப்பட்ட தகவல்களின் அனுகூலங்களை அறியாலம்
- வாய்மொழி அல்லாத தகவல் தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்க முடியும்

தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்

குறிப்புகள்

2.2 தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்: ஒரு கண்ணோட்டம்

தகவல் தொடர்பாடலின் நிலை, அது எடுக்கும் முறைபாடு அல்லது அதன் இயல்பு ஆகியவற்றைப் பொறுத்து மாறுபட்ட வகைகளாக தகவல் தொடர்புகளை வகைப்படுத்தலாம்.

சில பொதுவான தகவல் தொடர்பு வகைகள்:

1. தனிப்பட்ட மற்றும் வர்த்தக தகவல் தொடர்பாடல்
2. உள் மற்றும் வெளிப்புற தகவல் தொடர்பாடல்
3. மேல்நோக்கி மற்றும் கீழ்நோக்கி தகவல் தொடர்பாடல்
4. முறையான மற்றும் முறைசாரா தகவல் தொடர்பாடல்
5. பக்கவாட்டு தகவல் தொடர்பாடல்
6. ஊடாடும் தகவல் தொடர்பாடல்
7. வெகுஜன தகவல் தொடர்பாடல்
8. உலகளாவிய தகவல் தொடர்பாடல்
9. ஆதரவு தகவல் தொடர்பாடல்
10. சமூக தகவல் தொடர்பாடல்
11. முறைசாரா தகவல் தொடர்பாடல்

ஒவ்வொரு வகை தகவல் தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவமும் அதன் வகைகளையும் பின்வரும் பத்திகளில் விவாதிக்கப்படுகிறது.

தனிப்பட்ட தகவல் தொடர்பாடல்

எந்தவொரு இரண்டு நபர்களுக்கும் இடையில் நடக்கும் தனிப்பட்ட தகவல் தொடர்பாடலே. தனிப்பட்ட தகவல் தொடர்பு. இது குடும்பம், குழு, சமூகம் அல்லது ஒரு அமைப்பாக இருக்கும். இது ஒரு தனித்திறன் நிலையில் நடைபெறுகிறது, மேலும் அது ஒழுங்குபடுத்தும் தன்மை கொண்டது. அத்தகைய தகவல்களில் தனியுரிமை உள்ளது. இது தனிப்பட்ட கடிதங்கள், தனிப்பட்ட தொலைபேசி அழைப்புக்கள், உரையாடல்கள், கூட்டுறையாடல் அல்லது மின்னஞ்சல் செய்திகளின் வடிவத்தை எடுக்கலாம். இது இயற்கையில் தனிப்பட்டது மேலும் இதைப்பற்றிய அதிகாரம் யாருக்கும் இல்லை. இரண்டு தனிநபர்களுக்கிடையில் உள்ள தனிப்பட்ட மற்றும் இரகசிய உரையாடல் என்பது நேர்முக உரையாடல் எனவும் குறிப்பிடப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

வணிக தகவல் தொடர்பாடல்

வணிக தகவல் தொடர்பாடல் ஒரு வணிகத்தின் இலக்குகளை மேலும் அதிகரிக்கிறது. நிறுவனங்கள் மற்றும் சந்தை இடங்களில், ஊழியர்கள், உரிமையாளர்கள் மற்றும் ஊழியர்கள், வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள், சேவை வழங்குநர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள், விற்பனை நபர்கள் மற்றும் வாய்ப்புகள் நிறுவன அமைப்பு, பத்திரிகை நபர்கள், நிறுவன உரிமையாளர்கள், வணிக நிறுவனங்கள், சந்தைகள் மற்றும் சந்தை இடங்களில் இது நடைபெறுகிறது. அத்தகைய தகவல் தொடர்பாடலின் தாக்கங்கள் அனைத்தும். கவனிப்புடன் முடிந்தால், இந்த தகவல் வணிக நலன்களை மேம்படுத்துகிறது. இல்லையெனில், இது குறைந்த திறனை சித்தரிக்கும் மற்றும் வணிக ஆர்வத்தை மோசமாக பாதிக்கும். இது நிறுவன வரிசைக்கு நகர்வதில் ஆர்வமுள்ள நபருக்கு உதவுகிறது. மேலும் இதுவே வணிக தகவல் தொடர்பின் வாகனமாக அமையும்.

திறமையுடன், வாய்மொழியாகவும், எழுத்துப்பூர்வமாகவும் தொடர்புகொள்ளும் சாதாரிய திறனே நிறுவன மற்றும் வணிக ரீதியான வெற்றிக்கான விதை.

உட்புற தகவல் தொடர்பாடல்

உட்புற தகவல் தொடர்பாடல் நிறுவனத்திற்கு உள்ளேயே அல்லது குழுவிற்முள்ளேயே, வெவ்வேறு ஊழியர்களிடையேயும், முதலாளிகள் மற்றும் ஊழியர்களுக்குள்ளும் அங்குள்ள மக்களிடையேயும் நடக்கிறது. இது வாய்வழி அல்லது எழுதப்பட்ட, காட்சி அல்லது முறைச்சாரந்த, முறைசாரா மற்றும் மேல்நோக்கி அல்லது கீழ்நோக்கி இருக்க முடியும். உட்புற தகவல் தொடர்பு, அறிவுரை, கல்வி, அபிவிருத்தி, ஊக்குவித்தல், பொழுதுபோக்கு, நேரடி, கட்டுப்பாடு மற்றும் எச்சரிக்கையுடன் மக்களுக்கு சேவை செய்யும். ஒரு தனிப்பட்ட கடிதம் ஒரு அதிகாரப்பூர்வ முகவரியில் எழுதப்பட்டதும், முகவரியின் பெயரை எழுதுவதோடு மட்டுமல்லாமல், தகவல் தொடர்பு இயல்பை வெளிப்படுத்த 'உறை' அல்லது 'இரகசியமான' உறைவிசை, அறிவு, திறன், இலக்கு நோக்குநிலை, பெருநிறுவன மதிப்பாய்வு மற்றும் கண்காணிப்பு, செயல்திறன் மதிப்பீடு, ஆலோசனை மற்றும் பயிற்சியின் பகிர்வு ஆகியவை உட்புற தகவல் தொடர்பில் அடங்கும்.

வெளிப்புற தகவல் தொடர்பாடல்

உட்புற தகவல் தொடர்புகளைப் போலல்லாமல், புற தொடர்பு வெளிப்புறமாக பாய்கிறது. வருங்கால வாடிக்கையாளர்கள், போட்டியாளர்கள், பொதுமக்கள், பத்திரிகைகள், செய்தி ஊடகம் மற்றும் அரசாங்கம் போன்ற நிறுவனத்திற்கு வெளியே நடக்கும் உரையாடல். வெளிப்புற தொடர்பு பல்வேறு வழிகளில் மற்றும் வெவ்வேறு முறைகளிலும் நடக்கும். பத்திரிகை வெளியீடுகள், பத்திரிகையாளர் மாநாடுகள், நிழற்படக் காட்சி, படவிளக்கக்காட்சிகள், விளம்பர படங்கள், தயாரிப்பு வெளியீடு நிகழ்வுகள் மற்றும் விளம்பரங்கள் ஆகியவை வெளிப்புற தகவல் தொடர்புகளின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும். அத்தகைய தொடர்பு மூலம் வெளிப்படுத்தப்படும் வெளிப்புற நிறுவனம்

அல்லது நபர் பெரும்பாலும் இத்தகைய தகவல் தொடர்பு அடிப்படையிலான ஒரு தோற்றத்தை உருவாக்குகிறது என்பதைக் கவனத்தில் கொள்வது முக்கியம். ஆகையால், தெளிவான, மற்றும் கவர்ச்சியளிக்கும் வகையில் இருக்கும்போது போதுமான பாதுகாப்பு தேவைப்படுகிறது.

மேல்நோக்கிய தகவல் தொடர்பாடல்

பெரிய நிறுவனங்கள் வெவ்வேறு படிநிலை அளவுகளில் அடுக்குகளாக உள்ளன. வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், இரயில்வே மற்றும் மக்கள் சார்ந்த அமைப்புகள் பொதுவாக மூன்று அடுக்கு அல்லது நான்கு அடுக்கு கட்டமைப்பு உள்ளது. தகவல் தொடர்பு செயல்முறை முழுமையானதாகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்க வேண்டும். மேல்நோக்கு தகவல் தொடர்பு மேல்நோக்கியே நகரும் ஒன்றாகும், அதாவது, கீழிருந்து மேல் நிலைக்கும் மேலும் அங்கிருந்து அதன் மேல் நிலைக்கும் நகரும்.

பணியாளர்களிடமிருந்து மேற்பார்வையாளர்களுக்கு, மேற்பார்வையாளர்களிடமிருந்து மேலாளர்களுக்கு, மேலாளர்களிடமிருந்து நிர்வாகிகளுக்கு, நிர்வாகிகளிடமிருந்து வட்டார மேலாளருக்கு, வட்டார மேலாளர்களிடமிருந்து பொது மேலாளரிடம் மாற்றியமைப்பதே மேல்நோக்கி தகவல் தொடர்பு என வகைப்படுத்தலாம். அதேபோல், வட்டார அலுவலகம், மண்டல அலுவலகம், தலைமை அலுவலகம் என மேல் நோக்கு தகவல் தொடர்பை குறிப்பிடலாம். பணியாளர் ஆலோசனைகள், சந்தை அறிக்கைகள், செயல்திறன் அறிக்கைகள், புதிய தயாரிப்புகளின் கருத்துகள் மற்றும் வசதிகள் அல்லது அறிவுறுத்தல்களுக்கான வேண்டுகோள்கள் ஆகியவை அமைப்பு ரீதியான சூழலில் உயர்ந்து வருவது மேல் நோக்கிய தகவல் தொடர்புக்கு உதாரணம்.



விளக்கப்படம் 2.1 மேல்நோக்கிய தொடர்பு

கீழ்நோக்கிய தகவல் தொடர்பாடல்

கீழ்நோக்கிய தகவல் தொடர்பு மேலே இருந்து கீழே நகரும், அதாவது, தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் கீழே மூத்த நிர்வாகிகள், இளநிலை அதிகாரிகள், கட்டுப்பாட்டு அலுவலர்கள், கிளை அலுவலர்கள், பிரிவின் தலைப்பிலிருந்து கீழாக தலைமை வகிக்க வேண்டும். பெருநிறுவன இலக்குகள், வணிக முன்னுரிமைகள், ஊக்க கடிதங்கள், வேலை தொடர்பான அறிவுறுத்தல்கள், செய்திமடல்கள், தலைமை நிர்வாக அதிகாரி, மற்றும் பொது நிர்வாக அதிகாரிகளின் மேசையிலிருந்து வரும் கடிதங்கள் கீழ்நோக்கிய தகவல் பரிமாற்றத்தின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

மேல்நோக்கு மற்றும் கீழ்நோக்கி இருவரையும் நகர்த்தக்கூடிய சில தொடர்பு இருக்கலாம். இது ஒரு உதாரணம் “வரவு செலவு திட்டமிடல்” இது

குறிப்புகள்

ஒரு இரட்டை செயல்முறை ஆகும். இது மேலிருந்து கீழ் மற்றும் கீழிருந்து மேல் நடக்கும் தகவல் தொடர்பாகும். (விளக்கப் படம் 2.2 ஐ பார்க்கவும்.)

குறிப்புகள்



விளக்கப்படம் 2.2 கீழ்நோக்கிய தகவல் தொடர்பு

முறையான தகவல் தொடர்பாடல்

தொடர்ச்சியான அடிப்படையில் தொடர்பினை உறுதிப்படுத்துவதற்காக, அமைப்பு முறைமை அமைப்புகளை உருவாக்குகின்றன. ஊழியர்கள் கூட்டங்கள், தொழிற்சங்க நிர்வாகக் கூட்டங்கள், கிளை மேலாளர்கள் மாநாடுகள், பருவகால விற்பனை ஆய்வுக் கூட்டங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சந்திப்புகள் ஆகியவை முறையான தொடர்பை எளிதாக்கும். முறையான தொடர்பு பொதுவாக ஒரு நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட படிநிலை முறை மற்றும் காலநிலை ஆகியவற்றைப் பின்பற்றுகிறது. குறிப்புகள், சுற்றறிக்கைகள், அறிவுறுத்தல்கள், வழிகாட்டுதல்கள், விளக்கங்கள், ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் அறிக்கைகள் வணிக அமைப்புகளில் முறையான தொடர்பின் ஓட்டத்தை எளிதாக்கும் சில வழிகள்.

முறைசாரா தகவல் தொடர்பாடல்

இந்த வகையான தகவல் தொடர்பு ஒரு ஒழுங்கற்ற முறையில் நடைபெறுகிறது. இந்த தொடர்பில் தன்னிச்சையாக ஒருவர் செல்பட நேரும். முறைசாரா தகவல் தொடர்பு சிறிய, தளர்வான, பிணைந்த நிறுவனங்களில் நன்றாக வேலை செய்கிறது. கடுமையான மேல்லிட அடுக்குகள் இல்லாத சூழ்நிலைகளில் இது அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படுகிறது. தகவல்தொழில்நுட்ப முறையானது பெரிய நிறுவனங்களில் ஒரு கட்டாயமாக இருக்க வேண்டும் என்றாலும், சிறிய நறுக்கப்பட்ட அலகுகளில் இலக்கு நோக்குநிலையைத் தக்கவைக்க உதவுகிறது. இது முறைகேடான உரையாடல்கள் மற்றும் முறைசாரா பேச்சுவார்த்தைகள் போன்றவையாகும்.

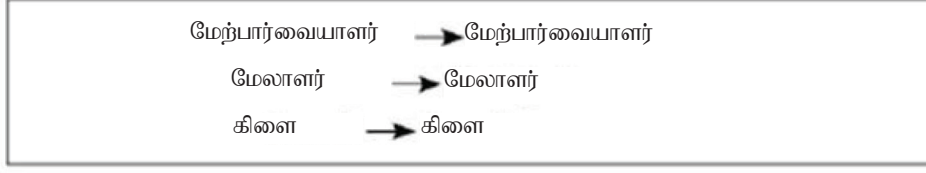
பக்கவாட்டுத் தகவல் தொடர்பாடல்

பக்கவாட்டுத் தகவல் தொடர்பு பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தில் நடைபெறுகிறது, அது மேலிருந்து கீழும் இல்லாமல். கீழிருந்து மேலும் இல்லாமல் ஒரு கிடைமட்ட முறையில் தொடங்கி சமமாக மற்றும் சமநிலை அளவில் நடைபெறுகிறது.

இது சமநிலை தொடர்பாக விவரிக்கப்படலாம். ஒரு கிளை தலைப்பில் இருந்து மற்றொரு கிளை தலைப்பிற்கும் ஒரு பிரிவு தலையில் இருந்து மற்றொரு பிரிவு தலைப்பிற்கும் ஒரு குழுவில் இருந்து மற்றொரு குழுவிற்கும் உள்ள தகவல் தொடர்பு பக்கவாட்டுத் தகவல் தொடர்பு என விவரிக்கப்படலாம். வாய்வழியாக அல்லது எழுத்து தகவலும் அத்தகைய பக்கவாட்டுத் தொடர்பில் குறிப்பிடத்தக்க மதிப்புள்ளது. ஏன் என்றால், அனுப்புநர் மற்றும் பெறுநரின்

நிலைகள் படிநிலை நிலைகள் நிலைப்பாடுகளில் அதிக வேறுபாடு இல்லை. படம் 2.3 ஐ பார்க்கவும்.

தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்



குறிப்புகள்

விளக்கப்படம் 2.3 பக்கவாட்டுத் தகவல் தொடர்பு

ஊடாடும் தகவல் தொடர்பாடல்

ஊடாடும் தகவல் தொடர்பு அடிப்படையில் இரு வழி செயல்முறை ஆகும். கூட்டங்கள், மாநாடுகள், தொலைகாட்சிநெறி, பல்லுடக விளக்கங்கள், குழு விவாதங்கள் மற்றும் இதர செயல்பாட்டு இரு வழி பரிமாற்றங்கள் மூலம் இது நடைபெறுகிறது. செய்தி அல்லது பொருள் நீளமாக வழங்கப்படும்போது, நடைமுறை அமர்வுகளில், வழக்கு ஆய்வு விவாதங்கள் மற்றும் குறிக்கோள் சூத்திரங்களில் வழங்கப்படும் போது, ஊடாடும் தகவல் தொடர்பு மிகவும் பொருத்தமானது. பல பேச்சாளர்கள் சம்பந்தப்பட்டிருந்தால், வேறு பேச்சாளர்களிடமிருந்து தகவல் தொடர்புகளின் திறனை அதிகரிக்கும் ஒரு மதிப்பீட்டாளர் தேவைப்படலாம்.

வெகுஜன தகவல் தொடர்பாடல்

இதன் அளவைக் கருத்தில் கொண்டு வெகுஜன தகவல் தொடர்பு தனித்துவமானது. முக்கியமாக, அது ஒரு பெரிய மக்களிடையே உரையாடல் நடக்கும் பேது, பேச்சு, செய்தித்தாள்கள், இதழ்கள் மற்றும் பத்திரிகைகள், வானொலி, மற்றும் தொலைக்காட்சி ஆகியவை வெகுஜன தகவல் தொடர்புகளின் வாய்க்கால் ஆகும். மாபெரும் தகவல் தொடர்பாடல் ஒரு சிறப்புப் பகுதியினை உருவாக்கியுள்ளது. ஒவ்வொரு பகுதியும், வழிமுறைகளும் ஒன்றுக்கொன்று வேறுபட்ட திறமைகளுக்கு அழைப்பு விடுகின்றன. அது இயற்கையான முறையில் பரந்த, நன்கு பரந்த மற்றும் மக்களுடன் தொடர்பு படுத்தும் தொடர்புபடுத்தியுள்ளனர், மேலும், அத்தகைய சிறப்பு முயற்சிகள் அவற்றின் நலன்களைத் தக்கவைத்து, தேவையான பதிலை அடைய வழிவகுக்கும். அரசாங்க மட்டத்திலும் கூட, இந்த செயல்பாட்டு பகுதி தொடர்பாக ஒரு தனி அமைச்சகம் அல்லது வெகுஜன தகவல் தொடர்பு துறை அடிக்கடி நடைபெறுகிறது. பொதுமக்கள் தகவல் தொடர்பு, விளம்பர மற்றும் விளம்பரம், பத்திரிகை மற்றும் டிஜிட்டல் மீடியா ஆகியவற்றுடன் தொடர்புகொள்பவையாகும்.

உலகளாவிய தகவல் தொடர்பாடல்

தேசிய எல்லைகளைத் தாண்டி நடக்கும் தகவல் தொடர்பாக உலகளாவிய தகவல் தொடர்பாக உள்ளது. இன்றைய உலகில் செயல்படும் வணிகர்கள் தங்கள் உலகளாவிய இயல்புகளைக் கொண்டிருக்கிறார்கள். பெரும்பாலான தொழில்கள் உள்ளூர் அல்லது தேசிய எல்லைகளுக்கு அப்பாற்பட்டவை மற்றும் உலகளாவிய போக்குகளால் பாதிக்கப்படுகின்றன. உலகளாவிய

குறிப்புகள்

கிராமம் என்று அழைக்கப்படும் வணிகங்களிலும் வர்த்தகத்திலும் செயல்படுகின்றன. வாடிக்கையாளர்கள், வாங்குபவர்கள், சப்ளையர்கள், சேவை வழங்குநர்கள் மற்றும் வெளி நாடுகளில் உள்ள ஊழியர்கள் ஆகியோருடன் அடிக்கடி தொடர்புகொள்கிறார்கள். இந்த தகவல் தொடர்பு எவ்வாறு நடக்கிறது என்பதுதான் ஊலகளாவிய தகவல் தொடர்பாகும். இந்த தகவல் தொடர்பு கலாச்சாரம், ஆசாரம், மற்றும் நேர காரணி ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் உலகளாவிய தகவல் தொடர்பு அதன் சொந்த குணாதிசயங்களைக் கொண்டுள்ளது.

ஆதரவு தகவல் தொடர்பாடல்

ஆதரவு தகவல் தொடர்பு என்பது மக்கள் பேசுவதற்கும், தங்கள் உணர்ச்சிகள் மற்றும் அக்கறையுடன் வெளியேறவும் உற்சாகப்படுத்திய ஒரு தொடர்பு வடிவமாகும். மேலாளர்கள் கேட்க நேரம் எடுத்துக்கொள்வது, குறுக்கிட அல்லது புரிந்து கொள்ள முயற்சிக்கவும், பிற கட்சியை விமர்சிப்பதோடு நிறுத்தவும் கூடாது. இந்த வகையான தொடர்பு, ஏராளமான பொறுமை மற்றும் உணர்ச்சி, அல்லது மற்றவரின் உணர்வுகள் மற்றும் அனுபவங்களை மேனேஜரின் அல்லது உயர்ந்தவரின் பகுதியாக புரிந்து கொள்ளும் திறனைக் கொண்டுள்ளது. எந்த நபரும் அவரின் உள் உணர்வுகளையும் கவலையையும் சுதந்திரமாக பகிர்ந்துகொள்வர், கேட்பவருக்கு மனநிறைவையும் ஆர்வமும் இருப்பதாக அவர் உணர்கிறார். ஆதரவு தொடர்பாளர் ஒரு நபர் கட்டுப்பாட்டு இல்லாமல் பேச ஒரு நபர் உணரும் சூழலை உருவாக்க வேண்டும்.

சமூக தகவல் தொடர்பாடல்

சமூகத்தின் உறுப்பினர்கள் எல்லா இடங்களிலும் மக்கள் ஒரு வழக்கமான அடிப்படையில் மற்றவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். மக்கள் ஒருவருக்கொருவர் வெளியே வேலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு சூழ்நிலைகள் சந்திக்கும்போது சமூக தொடர்பு நடைபெறுகிறது. சமூக திறமைகள் மற்ற மக்களுக்கு எளிதாக பேச மற்றும் ஒரு குழு விஷயங்களை செய்யும் திறனை குறிக்கிறது. சமூக தொடர்பு பெரும்பாலும் ஒரு முறைசாரா மற்றும் நட்பு மட்டத்தில் நடைபெறுகிறது. இருப்பினும், வணிகர்கள் சமூக நிகழ்வுகளில் சந்தோசமான இடங்களை பரிமாறிக்கொள்ளும் பொழுது அல்லது மதிய உணவிற்காக அல்லது இரவு உணவுக்காக சந்திக்கும்போது, கவனிக்கப்பட வேண்டிய சில சமூக சீர்திருத்தங்கள் உள்ளன.

வதந்தி தகவல் தொடர்பாடல்

வதந்தி என்பது நிறுவனங்கள் மற்றும் வர்த்தகங்களில் நிலவும் ஒரு முறைசாரா தகவல் தொடர்பு ஆகும். இத்தகைய தகவலின் ஆதாரம் தெளிவாக இருக்காது. இது வதந்திகளாலும் பரவுகிறது. இது முறைசாரா நெட்வொர்க்குகள் (வலைதளம்) மூலம் பயணித்து சாதாரண செய்திகளை விட வேகமாக பயணம் செய்கிறது. சில நேரங்களில், இது மிகவும் சக்திவாய்ந்ததாக இருக்கிறது மற்றும் முறையான தகவல் தொடர்புகளை விட அதிக வரவேற்பைப் பெறுகிறது. ஒரு நிறுவனத்தில் இத்தகைய தொடர்பு பற்றிய தகவல் தொடர்பு அங்கீகரிக்கப்பட்டு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

ஒரு திறமைவாய்ந்த தொடர்பாளர் ஒருவர் அத்தகைய ஒரு தொடர்பிலிருந்தும் நன்மைகளை பெற முடியும். இது எப்போதும் வதந்தியை கட்டுப்படுத்த முடியாமல் போகலாம், ஆனால், இருப்பினும், ஒரு திறனாய்வாளர் அது எப்படி பாதிக்கும் என்பதை அறிவார். வேறு எந்த வகை தகவல் தொடர்புகளையும் போலவே, இதிலும் நன்மையும் தீமையும் உள்ளது.

குறிப்புகள்

2.2.1 தொடர்பாடலின் முறைகள்

தகவல் தொடர்பாடல் பல்வேறு வழிகளில் நடைபெறுகிறது. வாய்மொழி தொடர்பு, எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு மற்றும் சொற்கள் அல்லாத தகவல் தொடர்பு ஆகிய மூன்று முக்கிய வழிமுறைகள் ஆகும். பேச்சுவார்த்தைகள், உரையாடல், கலந்துரையாடல் மற்றும் கூட்டங்கள் மூலம் வாய்மொழி தொடர்பாடல் நடைபெறுகிறது. கடிதங்கள், சுற்றறிக்கைகள், குறிப்புக்கள், அறிக்கைகள், பிரசுரங்கள் மற்றும் புத்தகங்கள் மூலம் எழுதப்பட்டு தகவல் தொடர்பு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. உடல்சார்ந்த தகவல் தொடர்பு உடலினால் செய்யும் சகை வழியாக நடைபெறுகிறது. வாய்மொழி மற்றும் எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு பயணத்தின் வாகனத்தை உருவாக்குகிறது. இந்த மூன்று பிரதான வழிமுறைகள் தவிர, பார்வை, படக் காட்சி போன்றவை உள்ளன. இந்த தகவல் தொடர்பு முறையாக ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகிறது. இந்த முறைகளில் ஒவ்வொன்றும் அதன் சொந்த நன்மைகள், மற்றும் குறைபாடுகளுடன், தகவல் தொடர்புக்கு வழிவகை செய்கியது.

வாய்மொழி தகவல் தொடர்பாடல்

வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு பேசப்படும் வார்த்தை குறிக்கிறது. அது சத்தம் மற்றும் வார்த்தைகளின் வடிவத்தை எடுக்கும். ஆரம்பகால மனிதரின் போராட்டமாக தொடங்கி, வாய்மொழி தொடர்பில் ஒரு நீண்ட பயணத்தை மேற்கொண்டுள்ளது. இது பல்வேறு பகுதிகளிலும், கலாச்சாரங்களிலும், நாடுகளிலும் கண்டங்களிலும் வளர்ந்திருக்கிறது. உலகெங்கிலும் உள்ள பல மொழிகளின் வளர்ச்சி வாய்மொழி தொடர்பை அதிகரிக்கிறது.

தனிநபர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் அன்றாட வாழ்வில் வாய்மொழி தொடர்பு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இது சமூக மட்டத்திலும், நிறுவன ரீதியாகவும் தொடர்பு கொள்ள மிகவும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் முறையாகும். எல்லோரும் தங்கள் பரிமாற்றங்கள் மற்றும் பரஸ்பர தொடர்புகளில் வாய்மொழி தொடர்பைப் பயன்படுத்துகின்றனர். தனிப்பட்ட, பேசும் மற்றும் பேசும் குடும்பம் மற்றும் சமூக குழுக்களுக்கும் மிகவும் நம்பகமான வழிவகை வழங்கும். வாய்மொழி தகவல் தொடர்பாடல் மேலும் பரவலாகவும், நிறுவனங்களுடனும் வர்த்தக நிறுவனங்களுடனும் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

வாய்மொழி தகவல் தொடர்பாடல் ஒலிவழி தகவல் தொடர்பாகவும் குறிப்பிடப்படுகிறது. இது வார்த்தைகளின் உதவியுடன் தனிநபர்களிடையே நடைபெறுகிறது. வாய்மொழி தொடர்பு பல வழிகளில் நடைபெறுகிறது- சாதாரண மற்றும் தீவிர, முறையான மற்றும் முறைசாரா, கட்டமைக்கப்பட்ட மற்றும் கட்டமைக்கப்படாத. வாய்மொழி தொடர்பு உரையாடல், தனியுரை,

குறிப்புகள்

உரையாடல், பேச்சு, மற்றும் அரட்டை ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது. இவகளில் சில யோசித்தும் சில யோசனையின்றியும் இருக்கும். முறையான பேச்சுகள் முபே திட்டமிடப்பட்டவை மற்றும் நன்கு கட்டமைக்கப்பட்டவை, அதேசமயத்தில் முறைசாரா நபர்கள் கட்டமைக்கப்படுவதில்லை, இவைகள் பெரும்பாலும் தளர்வானவையாக அமையும்.

ஏற்கெனவே குறிப்பிட்டபடி, வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல் கட்டமைக்கப்பட்டோ கட்டமைக்கப்படக்கூடியதாகவோ இருக்கும். இது சாதாரணமாகவோ அல்லது முறைசாராமலோ இருக்க முடியும். வேறுவிதமாக கூறினால், வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு சிறிய பேச்சு மற்றும் பெரிய பேச்சை கொண்டுள்ளது. சிறிய பேச்சு முறைசாரா மற்றும் கட்டமைக்கப்படாதது. நீங்கள் வெறுமனே பேசுகிறீர்கள். சிறிய பேச்சு பெரும்பாலும் சாதாரணமானது. மறுபுறம், பெரிய பேச்சு முறையானது மற்றும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. அதன் தாக்கம் மற்றும் செயல்திறன் ஆகியவற்றில் குறிப்பாக அக்கறை கொண்ட ஒரு தீவிர பேச்சு. திட்டமிடல் மற்றும் ஏற்பாடு செய்வதால் பெரிய பேச்சு, சிறிய பேச்சு, வழக்கமாக உரையாடல்கள், அரட்டைகள், வதந்திகள் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது பேச்சாளர்களுக்கு அதிகமான அக்கறை தேவைப்படும். சாதாரணமானவர்கள், பெரும்பாலும் நட்பு அரட்டை, வெறும் பேச்சு, பொதுவான வதந்திகள் மற்றும் பல என்று விவரிக்கப்படுகிறது.

“நாம் பேசும்போது,” வணிகத்தில் இறங்குவதற்கு முன்பாக நாங்கள் சிறிய பேச்சுகளில் ஈடுபடுவோம்”, அதாவது வணிகத்தைப் பற்றி பேசுவதற்கு முன்பு பலர் சில சந்தரகப்பங்களில் பேசிஇருப்பார்கள். ஆலோசனை, நெருக்கடியை கையாள்வது, ஒரு பேட்டியில் கலப்பது, ஒரு விற்பனை பேச்சு, வாடிக்கையாளர் தகவல் தொடர்பை வலுப்படுத்தும். குழு உறுப்பினர் விவாதம், மற்றும் விவாதம் செய்பவர் வணிக உலகின் ஒரு பகுதியாக இருப்பார்கள். பேச்சுவார்த்தைகளில் சிறிய பேச்சு எப்போதும் குறிப்பிட்ட பொருளை அடைவதற்கு இலக்காக இருக்காது. எனினும், தொடர்பாடலை வளர்ப்பதில் உதவுகிறது. மேலும் இது பெரிய பேச்சுக்கு வழி வகுக்க உதவுகிறது. ஆனால், பெரிய பேச்சு எப்பொழுதும் குறிக்கோளாக இருக்கும். பெரிய பேச்சு குறிப்பிட்ட நோக்கங்களுடன் செய்யப்படுகிறது. பெரிய பேச்சு, தகவல் தொடர்பு, செல்வாக்கு, கல்வி, இணக்கம், ஊக்குவித்தல், போன்ற பல நோக்கங்களை அடைவதற்கான நோக்கம். பெரிய பேச்சு, செயல்திறன், மிகப்பெரிய திறமை மற்றும் தொடர்ச்சியான முயற்சிகளுக்கு அழைப்பு விடுகிறது. வணிக உலகம் எப்போதும் பெரிய பேச்சில் வல்லுனர்களையே எதிர்நோக்கும்.

நேரடி நபர்க்கு-நபர் தொடர்பு எந்த அமைப்பில் மிகவும் பயனுள்ள பங்கை ஒரு நிறுவனத்தில் வகிக்கிறது, முக்கியமாக பணி சூழ்நிலைகளில், பணியாளர் மற்றும் சேவை வழங்குபவர். வாடிக்கையாளர் தகவல் தொடர்பில் பணிபுரியும். வாய்வழி தொடர்பாடல் வேகமான இரு வழி செயல்முறை ஆகும். வாய்வழி தொடர்பு மூலம் தெரிவிக்கப்படும். செய்தி உடனடியாக உள்ளது. எந்தவொரு நேரத்திலும் இழப்பு இல்லாமல் செய்திகளில் பயணிக்க முடியும். செய்தியை அனுப்புபவருக்கு உடனடியாக பதிலளிப்பதன் மூலம், தகவல் தொடர்பு செயல்முறை மிகவும் விரைந்து செயல்படும். அனுப்புநர் மற்றும்

பெறுநர் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான செய்திகளை புறநிலைக்குத் தள்ளும் வரை, முன்னோக்கிச் செல்லும்.

தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்

பேசப்படும் வார்த்தை கணிசமான எடை கொண்டிருக்கும் பல தொழில்கள் மற்றும் குழுக்கள் உள்ளன. பல்வேறு காரணங்களுக்காக, அதிகம் ஆவணப்படுத்தப்படாத தகவல் தொடர்பில் குறைவான வணிகங்கள் உள்ளன. இந்த வாய்மொழி ஒப்பந்தங்கள் எழுதப்பட்டவைகளைப் போலவே தீவிரமாக எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன, அவை உண்மையாய் நிறைவேற்றப்படுகின்றன. ஒரு வாக்குறுதியின்படி மற்ற வாக்குறுதியும் உள்ளது. அதேபோல், நிறுவன சூழ்நிலைகளில், வாய்வழி அறிவுறுத்தல்கள், முறையீடுகள் மற்றும் செய்திகள் எப்போதாவது புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. வாய்மொழி தொடர்பு, வணிக பணியை, மிகவும் தூண்டக்கூடியவையாக இருக்க முடியும்.

குறிப்புகள்

சொற்கள் அல்லாத தகவல் தொடர்பை விட வாய்வழி தகவல் தொடர்பால் குறிப்பிட்ட தாக்கத்தை அல்லது லட்சியத்தை பெற முடியும். ஒரு பேச்சாளர் பேசும்போது, செய்தி பேசும் வார்த்தைகளால் மட்டுமல்ல, உடலின் இயக்கங்கள் மற்றும் செயல்களால் மட்டுமே அனுப்பப்படுகிறது. ஒருவன் பேசும்போது அல்லது ஆலோசிக்கும்போது, பலதரப்பட்ட உணர்ச்சிகளின் வெளிப்பாடு உடல் மொழியால் வெளிப்படுகிறது. எனினும், இந்த மொழி வாய்மொழி செய்திகளை வலுப்படுத்துவதற்கு நிறைவாக பயன்படுத்தப்படவில்லை என்றால், அது குழப்பம் மற்றும் முரண்பாட்டிற்கு வழிவகுக்கும்.

சிறப்புகளைத் தவிர, வாய்வழி தொடர்பாடல் பல்வேறு உடல் காரணிகளால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. இது சிறிய குழுக்களிலும், வகுப்பறையிலும், கூட்டங்களிலும், மாநாட்டிலும், ஆலோசனையிலும், ஊக்கமளிக்கும் அமர்வுகளிலும் நன்றாக வேலை செய்கிறது. இந்த வாய்வழி தொடர்பாடல் பெரிய பின்னடைவை கொடுக்காது. பேசும் வார்த்தையைப் பொறுத்தவரை இறுதியான ஒரு உணர்வு உள்ளது. பேச்சாளரால் சொல்லப்பட்ட எந்த வார்த்தையும் விரைவாக பயணம் செய்து இலக்கை அடையும். ஆனால் எந்தவொரு சிறு குழப்பமும் ஒரு சங்கடத்தை ஏற்படுத்தலாம் மற்றும் ஒரு எதிர்பாராத திருப்பம் வரவும் ஒரு தவறான அல்லது பொருத்தமற்ற வார்த்தை வழங்கப்பட்ட தருணத்தில், சேதம் செய்யப்படுகிறது. பயனுள்ள பேச்சாளர்கள் இந்த காரணி பற்றி நன்கு அறிந்தவர்கள். மேலும், அவர்கள் உற்சாக உரையாடல்களை செய்யும் போது. இந்த வரம்புகளைக் கண்டறிந்து, எந்தவொரு வாய்வழி தகவல்தொழில்நுட்பத்திலும் ஈடுபடுகையில், கவனமாகத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வார்த்தைகளைத் தெரிந்துகொள்ள கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். கட்டுப்பாட்டுடன் பேசும் அருமையான கலைஞனின் பேச்சு மற்றும் தலையீடுகளை உருவாக்குவது விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும். தன்னிச்சையாக ஒரு முக்கியமான குறிக்கோளை அடைய வேண்டுமெனில், கூடுதல் விருப்பத்துடன் பேச்சாளன் வார்த்தைகளை தேர்வு செய்து அல்லது தெரிந்தெடுத்து பேசவேண்டும்.

தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன தகவல் தொடர்புகளில், பல வழிமுறைகள் அல்லது கருவிகள் தொடர்ந்து பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதில் தொலைபேசி, கைபேசி, ஒலிவாங்கி, வானொலி, அலைப்பேசி, ஒலிபெருக்கி ஆகியவை

குறிப்புகள்

அடங்கும். அவைகள் நன்கு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட மற்றும் நன்கு பராமரிக்கப்படும் அளவிற்கு, மென்மையான மற்றும் பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு வசதியை எளிதாக்கும். அவற்றைப் பயன்படுத்துகையில் கவனிப்பு இல்லாதிருந்தால், தகவல் தொடர்பிற்கு உதவியைக் காட்டிலும் தடையாக இருக்கலாம்.

எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பாடல்

எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு என்பது மற்றொரு சக்தி வாய்ந்த வழிமுறையாகும். காதல், போர், சமாதானம், தொழிற்சங்கங்கள், காட்டிக்கொடுப்பு ஆகியவற்றில் பெரும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த சம்பவங்களில் ஒரு எழுத்து எழுதும் நிகழ்வுகள் நடக்கும். எழுத்தின் “வல்லமை” பட்டயத்தைக் காட்டிலும் வலிமையானது என்று கூறும் போது ஒரு எழுத்தின் வல்லமை வெளிப்படுத்தப்படுகிறது. இந்த புத்தகத்தின் எழுத்தாளர் வாசகருடனும் எழுத்தாளர்களுடனும் தொடர்புகொள்வதன் மூலம் எழுதுகிறார். மணல், கல் மற்றும் இலைகளை எழுதுதல் மூலம் பரிசோதித்த பிறகு, மனிதன் காகிதம், பேனா, புத்தகங்கள் மற்றும் அச்சிடுதலை கண்டுபிடித்தார்கள். வெகுஜன தகவல் தொடர்பு ஊடகங்களாக உருவாக்கப்பட்ட பத்திரிகைகள் மற்றும் புத்தகங்களையும் கண்டுபிடித்தார்கள்.

நிறுவனங்களில் வாழும் தனிநபர்களுக்கும், நிறுவனத்திற்கும் எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு முக்கியத்துவம் பெற்று வந்துள்ளது. இது உலகம் முழுவதும் பரந்த புவியியல் பகுதியில் வசிக்கும் வாசகர்களின் இலக்கை அடையும். எழுதப்பட்ட தகவல்களின் செய்தி, இலக்கிய உலகத்திற்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்டதாக உள்ளது. இருப்பினும், உலகெங்கிலும் படிப்படியாக எழுந்த இலக்கிய அளவீடுகள், எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்புகளை கடந்த காலத்தைவிட இன்று அதிகமான வாசகர்களை அடைய முடியும். எழுத்தாளர் திறமை மற்றும் பேச்சாளரின் சொற்பொழிவு, எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு வலிமையானதாகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்குச்செய்யும்.

எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு, மிகவும் கட்டமைக்கப்பட்டது. செய்தி மற்றும் சூழ்நிலைக்கு பொருந்துமாறு வார்த்தைகள் கவனமாகத் தேர்ந்தெடுக்கப்படும். வாசகரின் வரவேற்பைக் கருத்தில் கொண்டு ஒரு கடிதம், ஒரு சுற்றறிக்கை, ஒரு குறிப்பு, ஒரு சிற்றேடு அல்லது ஒரு அறிக்கையானது, கவனமாக எப்படி இருக்க வேண்டும் என்பதுதான் அவசியம். உயர் நிறுவனங்கள் அமைப்பு முழுவதும் மக்கள் நன்கு வளர்ந்த எழுத்து திறன்களைப் பெறுவதை உறுதிப்படுத்துவதற்கு நம்பிக்கை முயற்சிகளை எடுக்கின்றன. இது தொடர்பாக அனைத்து தகவல்களையும், புள்ளிவிவரங்களையும் சேகரிப்பது அவசியம்.

எழுதப்பட்ட தொடர்பு எல்லா காலப்போக்கிலும் பாதுகாக்க முடியும் என்றே ஒரு பதிவாகிறது. கடிதங்கள், குறிப்புக்கள், ஒப்பந்தங்கள், ஆவணங்கள் மற்றும் அறிக்கைகள் பெரும்பாலும் நேர மதிப்பைக் கொண்டு, பாதுகாக்க வேண்டும். இதன் விளைவாக, அவை குறிப்பு அல்லது ஆய்வுக்கு அணுக சாத்தியமாகும். பெரும்பாலான தொழில்கள் வாய்மொழி ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் வாய்வழி கடமைகளை விட பதிவுகள் மற்றும் எழுதப்பட்ட ஆவணங்கள் மீது அதிக அறிவு மற்றும் அனுபவ ஞானத்தினால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

தகவல் தொடர்பாடலின் குறிப்பு

வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு மற்றும் எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பு ஆகியவற்றின் இடையே ஒரு பெரிய வித்தியாசம் என்னவென்றால் வாய்மொழி வார்த்தை, உச்சரிப்பு, குறல் வலிமை, ஒலியின் தன்மை, முகபாவனைகள், தேரணைகள், சைகைகள் மற்றும் இடைநிறுத்தங்கள் ஆகியவற்றால் கூடுதலாக எழுத்துப்பூர்வ தொடர்பாடல்களில், வார்த்தைகள் மட்டுமே செய்தியை கொண்டு செல்லும்.

குறிப்புகள்

வாய்மொழி இல்லா தகவல் தொடர்பாடல்

முன்றாவது வகை வாய்மொழி தொடர்பானது. இது வாய்வழி அல்லது எழுதப்படாத வாய்மொழி தொடர்பாடலாகும். எழுதப்பட்ட தகவல் படிப்பதால் வளர்கிறது. சொற்கள் அல்லாத பேச்சுத்தொடர்பு கவனிப்பதால் வளர்கிறது. உடல்அசைவு சைகைகள், தோற்றங்கள், தனிநபர் இடம், குறியீடுகள், அறிகுறிகள் மற்றும் முகபாவங்கள், நேரங்கள், மற்றும் தனிப்பட்ட நடத்தை ஆகியவை எந்தவொரு வடிவத்திலும் ஒரு செய்தியை எடுத்துக் கொள்ளும்.

வாய்மொழி அல்லாத தகவல் தொடர்பு உணர்வுடனோ அல்லது உணர்வு இல்லாமலோ இருக்கும், வேண்டுமென்றோ, திட்டமிட்டோ அல்லது திட்டமிடாமலோ நடக்கும். இது வாய்மொழி தொடர்பை மாற்றியமைக்கலாம் அல்லது அதனுடன் இணைக்கலாம். வாய்மொழி தகவல் தொடர்புக்கு முரணாகவோ அல்லது முரணின்றி இருக்கும் சந்தர்பங்களும் இருக்கலாம். முழு விழிப்புணர்வுடன் பயன்படுத்தப்படும் போது, உடல் அசைவு விரும்பிய தாக்கத்தை உருவாக்க முடியும். அதே நேரத்தில், திட்டமிடப்படாத உடல் இயக்கங்கள் மற்றும் வெளிப்பாடுகள் கேட்பவருக்கு குழப்பத்தை ஏற்படுத்தும். சந்திப்பு மற்றும் நேரடி அல்லது நேருக்கு நேராக இயற்கையான தொடர்புகளின் வாய்மொழி தொடர்பாடலில் மிகவும் பொருத்தமானது.

வாய் மொழி தொடர்பாடலின் மிக பெரிய தகுதி அது உலகளாவிய முறையீடு உள்ளதே. வாய்மொழி தகவல் தொடர்பும் எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்பும், ஒரு குறிப்பிட்ட மொழியையே சார்ந்தது. அவர்கள் பேசும் மொழியைப் பொருட்படுத்தாமல், வெவ்வேறு வட்டார மக்களுக்கு தகுந்த சொற்களை பயன்படுத்துகிறார்கள். தகவல் தொடர்பை வன்மைபடுத்தும் அன்னை தெரேசாவின் அன்பு மற்றும் இரக்கத்தின் மொழி ஒரு எடுத்துக்காட்டு. எவ்வாறாயினும், நிறுவன சூழலில், சொற்களஞ்சிய மொழி, சொற்பொழிவு மொழியுடன் இணைந்தே பயன்படும்.

காட்சி தகவல் தொடர்பாடல்

படங்கள், வரைபடங்கள் மற்றும் விளக்கப்படங்கள், அதே போல் அறிகுறிகள், சைகைகள் மற்றும் சின்னங்கள் மூலம் காட்சி தொடர்பாடல் செயல்படுகிறது. அவை சுயமாகவோ அல்லது பிற தொடர்பு முறைகளுக்கு இணைப்பாகவோ பயன்படுத்தப்படலாம். ஒரு இலக்கு படிப்பறிவுமிக்க குழுவிற்குச் சென்றால் பயனுள்ளதாக இருக்கும். தகவல் தொடர்பு மொழியைப் புரிந்து கொள்ளாதவர்களின் குழுக்களில் உரையாடுவதில் இது பயன்படுத்தப்பட்டால் தவறாக அமையும். “ஒரு படம் ஆயிரம் வார்த்தைகளுக்கு மேலானது.

குறிப்புகள்

“படங்கள், வரைபடங்கள், விளக்கப்படங்கள் மற்றும் வரைபடங்கள் அடிக்கடி வேண்டுமென்ற செய்தியை மிகவும் திறமையாக வெளிப்படுத்துகின்றன.

இதேபோல், “நீந்தாதோ”, “ஆபத்தான இடம்”, “இருக்கை கச்சையைகட்டு”, ஆகியவற்றைக் காண்பிக்கும் படங்கள் உள்ளன. வணிக தகவல் தொடர்பு, படங்கள், வரைபடங்கள், விளக்கப்படங்கள், அறிகுறிகள் மற்றும் சின்னங்கள் ஆகியவை அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படும், சிறப்பம்சமாக மற்றும் கவனம் செலுத்துவதற்கும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பார்வை, சினிமா, ஒளிபரப்பு, மென்சாட்டு (Casete) மற்றும் படம்காட்டும்கருவி ஆகியவை காட்சித் தகவல் தொடர்பு வழியாகும்.

ஒலி-ஒளி வழி தகவல் தொடர்பாடல்

இது ஒரு மிக நுட்பமான தகவல் பரிமாற்ற முறையாகும். இது பல்வேறு ஆடியோ காட்சி உதவிகள் மூலம் ஆர்ப்பாட்டங்கள் மற்றும் விளக்கக்காட்சிகளை உள்ளடக்கியது. வாய்மொழி மற்றும் காட்சி தகவல் தொடர்பு ஆகியவற்றின் ஒலி கலந்தாய்வு என்பது ஒரு பயனுள்ள கலவையாகும். இத்தகைய தகவல் தொடர்புகள், பொதுவாக பேசுவது, மிகச் சிறப்பாக செயல்படுவதுடன், அதிக மதிப்பையும் கொண்டுள்ளன.

பேச்சுடன் கூடிய காட்சி தகவல் தொடர்பு மிகவும் திறன் பெற்றது. அவைகள் முன்னரே திட்டமிடப்பட்டு, பராமரிக்கப்பட்டு, முறையான மற்றும் கட்டமைக்கப்பட்ட அமர்வுகளில் வழங்கப்படுகின்றன. கற்றலுக்கான பயிற்சி மற்றும் வகுப்பறை அமர்வுகள் ஆகியவற்றில் இந்த முறை தொடர்பு மிகவும் பயனுள்ளதாகும். கருத்தரங்குகள் மற்றும் பயிற்சி வகுப்புகள் போன்ற பயிற்சி கல்லூரிகளில் பேச்சுடன் கூடிய காட்சி தகவல் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. பல்லூடக விளக்கங்களின் பயன்பாடு வணிக உலகில் புகழ் பெற்றுள்ளது. தொலைக்காட்சியில் விளம்பர காட்சி தொடர்பாடல் மற்றொரு உதாரணம்.

பேச்சுடன் கூடிய காட்சி தகவல் தொடர்பாடலில் ஆர்ப்பாட்டங்கள் மற்றும் விளக்கங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

அறிகுறிகள், சைகைகள் மற்றும் சின்னங்கள்

அறிகுறிகள், சைகைகள் மற்றும் குறியீடுகள் தொடர்பு உலகில் கணிசமான முக்கியத்துவத்தை பெறும். மொழி வளர்வதற்கு முன் வரலாற்று மனிதர் அறிகுறிகளின் உதவியுடன் தொடர்புகொள்வதற்கு கற்றுக்கொண்டார் நீண்ட காலமாக வளர்ந்த பின்னர், அவை விவிலிய காலங்கள் மற்றும் புராணக் காலங்களுக்குத் திரும்பின.

ஒரு அடையாளம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட அர்த்தத்தை குறிக்க ஒரு பார்வையில், ஒரு மேற்பரப்பில், அல்லது ஒரு பொருளைக் கண்டறிவதற்கான அடையாளமாகும். இது ஒரு துண்டு, மரம், உலோகம் அல்லது எழுத்து அல்லது அதற்குரிய படம், தகவல், அறிவுறுத்தல் அல்லது எச்சரிக்கை ஆகியவற்றை அளிக்கிறது. இது ஒரு சைகை, ஒரு இயக்கம், அல்லது குறிப்பிட்ட ஏதேனும் ஒன்றை வெளிப்படுத்தும் சைகை மொழியின் சில உதாரணங்களை பார்க்கலாம்:

1. பூசாரிகளும் மூப்பர்களும் தங்கள் ஆசீர்வாதங்களை மக்கள் மீது தங்கள் கைகளை வைப்பதன் மூலம் வெளிப்படுத்துகிறார்கள். (ஆசீர்வாதம் அடையாளம்)
2. ஒரு வீரர் ஒரு விளையாட்டுக்குப் பிறகு தன் வலக்கரத்தில் இரு விரல்களை எழுப்புகிறார். (வெற்றி அடையாளம்)
3. ஒரு ஆசிரியர் செவிலியர் வகுப்பில் தனது உதடுகளில் தனது ஒரு விரலை வைக்கிறார். ('அமைதியாக இருங்கள்' என்கிற அடையாளம்)
4. சீடர்களும் இளைஞர்களும், ஆசிரியர் மூப்பர் கால்களைத் தொடுகின்றனர். (பயபக்தியின் அடையாளம்)

இத்தகைய அறிகுறிகள் சில நேரங்களில் குழு குறிப்பிட்ட குழுகளில் ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட குறிப்பை வழங்குவதற்காக வழக்கமாக எழுதப்பட்ட ஒரு குறிப்பிட்ட குறியீட்டால் அடையாளம் காணலாம். இத்தகைய அறிகுறிகள் பொதுவாக, ஒரு சாலை அல்லது போக்குவரத்து அறிகுறிகள் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட தொழிற்துறை அல்லது அறிவுத் திறனின் அடையாளத்திற்கு குறிப்பிட்ட விஷயமாகும். கணிதம், விஞ்ஞானம் மற்றும் மருத்துவம் மற்றும் என்கணிதம், இயற்கணிதம், வடிவியல் கணிதம் ஆகியவற்றில் குறிப்பிடத்தக்க பல அறிகுறிகள் உள்ளன.

அறிகுறிகளின் தொகுப்பு தவிர, பொதுவாக புரிந்து கொள்ளப்படும் சைகை மொழி உள்ளது. சைகை மொழி என்பது பேச்சு வார்த்தைகளை விட கையாளும் இயக்கங்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், கேட்கக்கூடிய நபர்களுடன் தொடர்புகொள்வதற்கான ஒரு எளிய அமைப்பு வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், குருடர்கள் எழுத்துமுறை, செவிடர்கள் எழுத்துமுறை, பேச்சு குறைபாட்டின் மொழிகள், சவால்கள் நிறைந்தது.

ஒரு சைகை என்பது மற்றவர்களுக்கு தகவல் கொடுக்க, அறிவுறுத்த அல்லது எச்சரிக்கை கொடுக்க மக்கள் இயக்கம் ஒரு ஒலி அல்லது இயக்கம், ஒரு சமிக்ஞை ஏதோ நடக்கும் என்ற ஒரு அறிகுறியாக புரிந்து கொள்ளப்படுகிறது. ஆபத்து சமிக்ஞையையும் சிகப்பு நிற சமிக்ஞையையும் பயன்படுத்துவது எல்லோருக்கும் தெரியும். இதேபோல், போக்குவரத்து சிக்னல்கள் மற்றும் வானொலி சமிக்ஞைகள் உள்ளன.

சைகைகள் ஒவ்வொரு நாளும் நாம் தொடர்பு கொள்ளும் எடுத்துக்காட்டுகள், ஒரு பொறுப்பாளருக்கு, பணியாளருக்கு ஏவலருக்கம் சைகை மற்றும் அறிகுறிகள் ஒவ்வொரு நாளும் செய்கிறீர்கள். அறிகுறிகள் மற்றும் சைகைகள் பெரும்பாலும் இதே போன்ற அர்த்தங்களுடன் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இருப்பினும், இவைகளுக்கிடையே இடையே ஒரு குறிப்பிடத்தக்க வித்தியாசம் உள்ளது. ஒரு அறிகுறி என்பது பொதுவாக வேண்டுமென்றே செய்யப்படும் ஒன்றைப் பயன்படுத்திக்கொள்வதோடு, சில செயல்களிலும் பிரதிபலிப்பு செய்யப்படுவதைக் குறிக்கிறது. அறிகுறிகள் மற்றும் சைகைகள் வெளிப்படையான அல்லது மறைமுகமான குறியீடு மொழியில் இருக்கலாம். அறிகுறிகள் மற்றும் சைகைகள் பற்றி விழிப்புணர்வு கொள்வது மிகவும் அர்த்தமுள்ளது.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஒரு சின்னம் என்பது ஒரு நம்பகத்தன்மையை அல்லது கருத்துக்களின் பிரதிநிதித்துவத்தை குறிக்கிறது. அடையாளங்கள் பெரும்பாலும் ஒரு குறிப்பிட்ட அர்த்தத்தை வெளிப்படுத்தும் சக்தியைப் பயன்படுத்துகின்றன. ஒரு சின்னம் என்பது ஒரு நபர், ஒரு பொருள் அல்லது ஒரு பொதுவான தரம் அல்லது சூழ்நிலையை பிரதிபலிக்கும் ஒரு நிகழ்வு எனவும் புரிந்துகொள்ளப்படுகிறது. நவீன வணிகத்தில், சின்னத்தை பயன்படுத்துவது மிகவும் பொதுவானது. ஒரு சின்னம் ஒரு நிறுவனம் அல்லது அமைப்பு அதன் சிறப்பு அடையாளமாகப் பயன்படுத்தும் அச்சிடப்பட்ட வடிவமைப்பு அடையாளமாகும். சின்னங்களின் பயன்பாட்டின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் இங்கே உள்ளன.

சின்னங்கள் நன்கு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு, இன்றைய வணிக தொடர்புகளில் பரவலாக பயன்படுத்தப்படுகின்றன. சரியான இடங்களில் அடையாளங்களின் பயன்பாடு தகவல் தொடர்பு செயல்திறனை அதிகரிக்கிறது.

அமைதி என்பதும் ஒரு தகவல் தொடர்பு முறையாகும். இது சொல்லற்ற தன்மை அல்லது வாய்மொழி பொருண்மை ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது. இது கோபம் அல்லது பிராயச்சித்தத்தை வெளிப்படுத்தலாம். சுயநிர்ணயமுள்ள அமைதி ஒரு சக்திவாய்ந்த செய்தியை அளிக்கிறது. அமைதி ஒரு படிவத்தை வெளிப்படுத்தலாம். வார்த்தை “வெளிப்பாடு” வேண்டுமென்றே வார்த்தை ஒரு சில நேரத்தில் தகவல் பரிமாற்றத்தைக் குறைக்கும். அமைதியாக இருப்பதன் மூலம் ஒருவர் “நிறைய” சொல்ல முடியும் என்பதற்கு சந்தர்ப்பம் உண்டு. மௌனம் கூட வேண்டுமென்றே இருக்க முடியாத ஒன்று எதிர்பாராத அமைதி சில நேரங்களில் மோசமான சூழல்களில் விளைகிறது. தனிப்பட்ட தகவல் தொடர்பு மற்றும் வணிக தகவல் தொடர்புகளிலும், அமைதிக்கு ஒரு உறுதியான பங்கைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு எரிச்சலூட்டும் வாடிக்கையாளரைக் கையாள்வதில், ஒரு ஊழியர் மௌனத்தை கடைபிடிப்பதற்கும், வாடிக்கையாளரை எதிர்நோக்கும் முன் கேட்கவும் அறிவுறுத்தப்படுவார். சட்ட முறைமை கூட மௌனத்தை அறிந்து கொள்ளும் ஒரு வழிமுறையாகும்.

மேற்கோள் குறிப்பு: உரையாடலை விட சரியான நேர மௌனம் சாதாரிய சொல்.

— மார்க்டின் டூப்பர்

முன்னறிவிக்கப்பட்ட பத்திகளில் நாம் பல்வேறு தொடர்பாடல் வழிமுறைகளின் முக்கிய அம்சங்களைப் படித்தோம். இந்த வழிமுறைகள் ஒவ்வொன்றும் வேகம், நம்பகத்தன்மை, செலவு, இலக்கை அடைதல் அதேபோல் ஒட்டுமொத்த தகுதி மற்றும் குறைபாடுகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் அதன் தனித்துவமான அம்சங்களைக் கொண்டுள்ளன. ஒரு பெரிய அமைப்பில் தொடர்பு பல நிலைகளில் நடைபெறுகிறது. பெரிய வணிக நிறுவனங்களில் உள்ளவர்கள் சூழ்நிலைகளை பொறுத்து தகவல் தொடர்பு வழிமுறைகளை அணுக வேண்டும். கிடைக்கக்கூடிய நிலையில் தேர்வு, எந்தவொரு அமைப்பிலும் மக்கள் மற்றும் சூழ்நிலைகளை கையாள்வதில் இந்த வழிமுறைகளின் சார்பற்ற நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகளை தெளிவாக புரிந்துகொள்வது அவசியம். நல்ல தகவல் எப்போதுமே தற்செயலானது அல்ல. இலக்கு முயற்சிகள் மற்றும் சூழலைக் கருத்தில்

கொண்டு, நினைத்த முயற்சிகள் மற்றும் மிகவும் பொருத்தமான முறைகள் மற்றும் வழிமுறைகளின் தேர்வுக்கு இது அழைப்பு விடுகிறது.

தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. ஏதாவது நான்கு வகையான தொடர்புகளை குறிப்பிடுங்கள்.
2. உட்புற தொடர்பு எங்கு நடைபெறுகிறது?
3. வதந்தி தகவல் தொடர்பை வரையறுக்க.

குறிப்புகள்

2.3 வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல்

வாய்வழி தகவல் தொடர்பாடல் என்பது வாய்மொழி தொடர்பின் ஒரு வகை, இதில் உரையாடலின் மூலம் செய்தி அனுப்பப்படுகிறது. இங்கே அனுப்புநர் தனது உணர்ச்சிகள், எண்ணங்கள், கருத்துக்கள் மற்றும் கருத்துக்களை வார்த்தைகளுக்குக் கொடுத்து, பேச்சுக்கள், கலந்துரையாடல்கள், விளக்கங்கள் மற்றும் உரையாடல்களின் வடிவத்தில் அவற்றை வெளிப்படுத்துகிறார்.

வாய்மொழி தொடர்பின் செயல்திறன் பேசுவதின் தொனி, பேச்சு, தொகுதி, வேகம், மற்றும் உரையாடலில் பயன்படுத்தப்படும் வார்த்தைகளின் தரம் ஆகியவற்றை சார்ந்துள்ளது. வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு விஷயத்தில், நேரடியாக அனுப்புநர் மற்றும் பெறுநர் மூலம் செய்தி ஒரே நேரத்தில் பரிமாற்றம் மற்றும் பெறுநரின் தொடர்பும் இருப்பதால் கருத்து பரிமாற்றம் உடனடியாக உள்ளது.

அனுப்புநர் தனது பேச்சு தொனியை உயர்வாகவும் தெளிவாகவும் அனைவருக்கும் தெளிவாகக் கேட்கும் முறையிலும் மற்றும் பார்வையாளர்களின் இலக்கை மனதில் வைத்து பேச்சும் செய்தியை வடிவமைக்க வேண்டும். அதைப் போலவே அனுப்புநர் எப்போது வேண்டுமானாலும் பெறுநர் செய்தியைப் புரிந்துகொள்வதை உறுதிப்படுத்தி செய்தியை அனுப்ப வேண்டும். சில நேரங்களில் வார்த்தைகள் ஒரு நபர் உணர்வுகள் மற்றும் உணர்ச்சிகளை வெளிப்படுத்த போதுமானதாக இருப்பதில்லை, ஏனெனில் இத்தகைய தகவலில் பிழைகள் அதிகம் நடக்க வாய்ப்புள்ளது.

வாய்மொழி தொடர்பின் வெற்றி ஒரு நபரின் பேசும் திறனை மட்டுமல்லாமல், ஒரு நபரின் கேட்கும் திறனையும் சார்ந்துள்ளது. ஒரு நபரின் திறனைக் கருத்தில் கொண்டு, பொருள் சம்பந்தப்பட்ட செயல்திறனைத் தீர்மானிக்கும். வாய்மொழி தொடர்பு முறையான மற்றும் முறையற்ற வகையான சூழ்நிலைகளில் நிகழும்.

2.3.1 வாய்மொழி தொடர்பின் முக்கியத்துவம்

வாய்மொழி தொடர்பு தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்துவதில், பணியிடத்தில் இன்னும் முக்கியமானது. மின்னஞ்சல் மற்றும் சாதாரிய தொலைபேசி, மற்றும் கைபேசி இதில் தொடர்பு கொள்ள மிகவும் வசதியானதாக இருக்கலாம் ஆனால் சில நேரங்களில் மட்டுமே வாய்மொழி தொடர்பு முழுவதும் திறம்பட கிடைக்கிறது.

குறிப்புகள்

வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு தெளிவு வழங்குகிறது

வாய்மொழி தொடர்பைத் துணைக்க முடியாது. உதாரணமாக, அநேக நபர்கள் நேரடியாக வழங்கப்பட்டாலோ அல்லது அவர்களுக்கு நேரடியாக பணியில் உள்ளவர்கள் யாராவது பணியை முடித்துக்கொள்வதன் மூலம் தகவலை எளிதாகப் பெறலாம். ஒரு நபரின் சந்திப்பு அல்லது பயிற்சி அமர்விற்போது, பங்கேற்பாளர்கள் தன்னிச்சையான கேள்விகளை கேட்கலாம், உடனடி பதில்களைப் பெறலாம் மற்றும் அப்போதைய நிலைமை அல்லது பணியை முழுமையாக புரிந்து கொள்ளலாம்.

வாய்மொழி தொடர்பு ஊக்கத்தை அதிகரிக்கிறது

ஊழியர்களின் நம்பிக்கையின் அளவை ஒரு மேலாளரிடமிருந்து பாராட்ட வேண்டும். ஒரு மேலாளரிடமிருந்து ஊக்கமளிக்கும் வார்த்தைகளை கேட்டறிவது ஒரு தனித்துவமான மின்னஞ்சலைக் காட்டிலும் உண்மையானது, மேலும் தொழிலாளர்களின் உற்பத்தித்திறனை அதிகரிக்கவும் முடியும். உங்கள் ஊழியர்களுக்கு மதிப்பும் புரிந்துகொள்வதை உணர்த்துவதற்கான வாய்ப்பை கொடுப்பதே சிறந்த வழியாகும்.

உங்கள் ஊழியர்களுடனான வழக்கமான குழு கூட்டங்களில் அடிக்கடி குழுவினரை உருவாக்கி உங்கள் பணியை ஊக்குவிக்கலாம். அவர்களது சக ஊழியர்களுடன் வாராந்திர அமர்வு பணிபுரியும் ஊழியர்கள் தங்கள் கவலையை தலைமையில் உள்ள ஒருவரோடு பகிர்ந்து ஊக்குவிக்க முடியும். ஒரு நபர், பட்டனத்து பானியில் கூடும். ஊழியர்களுக்கு தங்கள் வேலைப் பாத்திரங்களில் ஒருவருக்கொருவர் எப்படி உதவுவது என்பதைக் கற்றுக்கொள்வதற்கான வாய்ப்பையும் வழங்க வேண்டும்.

ஒரு பணியாளருக்கு ஒரு திட்டத்தை நீங்கள் ஒதுக்கும்போது, அவசியமானதைப் பற்றி அவர் தெளிவாக புரிய வைக்க வேண்டும். ஒரு வேலைக்கு வாய்மொழி பாராட்டுகள் ஒருவர் மதிக்கப்படுவதை அறிந்திருப்பதோடு நிறுவனத்திற்குள் ஒருவருக்கு பிடிப்பு இருக்கும். முழு வேலைத்திட்டத்திலும் ஒரு பணியாளர் கை வைத்திருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை அல்லது ஒவ்வொரு நாளும் நேர்மறையான கருத்துக்களை வழங்குவவர் ஒரு முதலாளிக்கு வேண்டியதில்லை, ஆனால் நேர்மறையான, வாய்மொழி ஊக்குவிப்பு ஒருவரின் பணிகாலத்தை நீடிக்க செய்கிறது.

2.3.2 வாய்மொழி தொடர்பின் நன்மைகள்

1. தகவல் விரைவாகவும், அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்களுக்கும் வழங்கப்படும்
2. உடனடி கருத்து மற்றும் இரு வழி தொடர்புக்கான வாய்ப்பு உள்ளது
3. சைகை மொழி மூலம் மேலும் புரிதல்
4. இணங்குவதற்கும் மோதல்களை தீர்ப்பதற்கும் இது மிகவும் பயனுள்ள கருவியாகும்
5. குழு தொடர்புக்கு இது பயனுள்ளதாக இருக்கும்

6. பணம் மற்றும் நேரம் ஆகியவற்றில் இது பொருளாதாரமானது
7. இது அனுப்பியவருக்கு ஏராளமான வாய்ப்புகளை வழங்குவதன் மூலம் நெகிழ்ச்சியானது, தன்னைத்தானே தெளிவுபடுத்திக்கொள்ளவும், எழுதப்படாத செய்திகளைப் போலல்லாமல் மாற்றங்களை மாற்றிக்கொள்ளவும் முடியும்

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

4. வாய்மொழி தொடர்பு என்ன?
5. வாய்மொழி தொடர்பின் செயல்திறன் சார்ந்துள்ள காரணிகள் யாவை?

2.4 எழுத்துப்பூர்வ தகவல் தொடர்பாடலின் அனுகூலம்

ஒவ்வொரு வணிகத்திலும் எழுதப்பட்ட தொடர்பு அவசியம். எழுதுதல் ஒரு படைப்பு நடவடிக்கையாகும். வாய்மொழி தொடர்பு தன்னிச்சையான எதிர்வினைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டாலும், எழுதப்பட்ட தகவல் மிகவும் கவனமாக சிந்திக்கப்பட்டு சேகரிக்கப்பட்ட தகவல்கள் தர்க்கரீதியாக செயல்படுகின்றன. இது ஒரு குறிப்பிட்ட நேர காரணி. எழுத்தாளர் செய்தியை உருவாக்க தனது சொந்த நேரத்தை எடுத்து கொள்ளலாம். பின்னர் பெறுநரை அடைய சிறிது நேரமே ஆகும். பெறுபவர் தனது நேரத்தை புரிந்துகொண்டும், செய்தியைப் புரிந்துகொண்டு உடனே பதிலளிக்கிறார். இது நேர்காணல் தொடர்புடன் ஒப்பிடும்போது எழுத்துப்பூர்வ தொடர்பு குறைவான சுழற்சிகளைக் கொண்டிருக்கிறது, அதுவே வாய்மொழி தொடர்புடன் ஒப்பிடுகையில், செய்திகளை அனுப்புபவர் மற்றும் பெறுநருக்கு நேரம் மிகவும் குறைவாகும்.

1. எழுதப்பட்ட தொடர்பு மிகவும் பரவலாக உள்ளது.
2. துல்லியமாக செய்தியை தெரிவிப்பதற்காக எழுதப்பட்ட தொடர்பு நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்படலாம்.
3. எழுதப்பட்ட தகவல் பதிவுகளை உருவாக்குகிறது. முறையான பதிவுகள், கடிதங்கள் மற்றும் அறிக்கைகளை பராமரிப்பது, நிறுவனத்தின் சட்டபூர்வ பாதுகாப்புகளை உருவாக்குகிறது.
4. எழுதப்பட்ட தொடர்பு கொள்கையிலும் நடைமுறைகளிலும் ஒரே மாதிரியாக ஊக்குவிக்கிறது.
5. இது சரியாக அல்லது திரும்பத்திரும்ப இருக்கலாம்.
6. குறிப்பிட்ட நபர்கள் அல்லது பிரிவுகளை அடைவதற்கு இதை இலக்காகக் கொள்ளலாம்.
7. எழுதப்பட்ட தொடர்பு தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு சிறந்த முறையில், எழுதப்பட்ட தகவலை தயாராக இருக்கும் போது தயாரிக்க முடியும்.

2.4.1 வாய்மொழி சொற்கள் அல்லாத தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்

குறிப்புகள்

வாய்மொழி அல்லாத தகவல்தொடர்பில் ஒருவர் சொற்கள்/வார்த்தைகளை பயன்படுத்துவதில்லை. இது வாய்வழி மற்றும் எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்புலிருந்து வேறுபட்டதாக இருப்பதால் இது மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. தனிநபர்கள், குடும்பம், சமூகம் மற்றும் அமைப்பு போன்ற பல்வேறு மட்டங்களில் இது பரவலாக நடைபெறுகிறது. வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பு பண்டைய மற்றும் ஆரம்ப வகை தொடர்பு. வாய்வழி தொடர்பு மொழிகளுக்கு முன்பே உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. அந்த காலத்தில் அறிவியலாளரால் பயன்படுத்தப்பட்ட தொடர்புகளின் முகபாவங்கள், சைகைகள், முகமூடிகள் மற்றும் முகபாவங்கள் வெளிப்படையாகவே இருந்தன. இந்த பழங்கால வழிமுறை தொடர்புகளிலிருந்து தோன்றிய அறிகுறிகளையும் சைகைகளையும் பயன்படுத்தும் விசாரணைக் முறையிலும் குறைகள் உண்டு.

வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பு மற்றொரு குறிப்பிடத்தக்க பரிமாணம் அதன் உலகளாவிய தன்மை சொற்பொழிவு தொடர்புகளைப் போலல்லாமல், வரம்புக்குட்பட்ட வரையறைகளை கொண்டிருக்கும், சொற்கள் அல்லாத தொடர்பாடல் முறையீட்டில் உலகளாவிய நிலையில் உள்ளது. வாய்மொழி அல்லாத தகவல் தொடர்பில் வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதில்லை, மொழியியல் மற்றும் கலாச்சார தடைகளையும் எல்லைகளையும் கடந்து செல்கின்றன. அன்பு மற்றும் இரக்கத்தின் மொழி பரவலாக உலகளாவிய மொழியாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது. உதாரணமாக, அன்னை தெரேசாவின், உலகளாவிய அன்பு மொழியும் மற்றும் இரக்கமும் ஒரு உதாரணம்.

உலகம் முழுவதும் புரிந்து கொள்ளப்பட்ட கருணை, கடந்த காலத்தின் மௌனமான திரைப்படங்கள், மற்றொரு எடுத்துக்காட்டாகும்.

மேற்கோள் குறிப்பு சொல்: மக்கள் உண்மையில் என்ன நினைக்கிறார்கள் என்பதை அறிய, அவர்கள் சொல்வதைக் காட்டிலும், அவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பதைக் கருத்தில் கொள்ளுங்கள்.

— ரெனெ டெஸ்கார்ட்ஸ்

வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பின் கண்காணிப்பு சக்தி நெருக்கமாக தொடர்புடைய தகவலை பெறும் பெறுநர் தகவலைக் காணவும், கேட்கவும், தொடர்புபடுத்தவும் உணரக்கூடிய நிலையில் இருக்க வேண்டும். முகம், சைகை, தொனி, உடை, தோற்றம் மற்றும் தகவல் தொடர்பாளரின் குரல் ஆகியவற்றைப் பார்ப்பது தகவல் தொடர்பு இருக்க வேண்டும். இது கவனிப்பதன் மூலம் இருப்பதால், சொற்கள் அல்லாத தகவல் தொடர்பு மற்றும் திட்டமிடப்படாதது தகவல் தொடர்பு ஆகிய இரண்டும் இருக்கலாம். இது தொடர்பில் தகவல் தெரிவிக்கையில், தகவலறிந்த சைகைகள் மூலம் சில குழுக்களுக்கு தகவல் தெரிவிக்க முயற்சிக்கும் போது, நோக்குடன் கூடிய சைகைகள், தோரணைகள், உடைகள் மற்றும் பிற மொழிகளின் வடிவங்கள். அல்லது தோற்றப்பாட்டாளரின் பெறுதல் ஆகியவற்றுடன் உணர்வுபூர்வமாக செய்யாவிட்டாலும் கூட, வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பு

திட்டமிடப்படாதபோது பேச்சாளர் மிகுந்த எண்ணம் கொண்டிருப்பினும், ஒரு துர்நாற்றம் நிறைந்த தோற்றம் அல்லது ஒரு சாதாரண உடை கவர்ச்சியின் குறைபாடு ஆகியவற்றால் விளக்கப்படலாம்.

பேச்சு வார்த்தை அல்லாத பிற தொடர்பு முறைகளில் சுயமாக தொடர்பு கொள்ள இயலாவிட்டாலும், அது பேச்சாளரால் அடிக்கடி வாய்வழி அல்லது வாய்மொழி தகவல்களுடன் செல்கிறது. பொருத்தமாகப் பயன்படுத்தப்படும், சைகை மொழி மற்றும் சொற்கள் அல்லாத வாய்வழி செய்தியை பரப்பும்.

ஒன்றாக அவர்கள் உரையாடல்களை உரத்த, தெளிவான மற்றும் பலவந்தமாக செய்ய முடியும். மாறாக, அவர்கள் மாறாமலிருந்தால், வெளியே வரும் செய்தி தெளிவற்றதாகவோ அல்லது தவறானதாகவே இருக்கும். ஒரு பேச்சாளர் பேசும்போது, அது வார்த்தைகளால் மட்டுமல்ல, பேச்சாளர் ஆளுமையின் மூலமாகவும் இருக்கிறது. இதேபோல், ஒவ்வொரு சொல்லாடல் செய்தியையும் புரிந்துகொள்வது ஒரு பயனுள்ள குறிப்பை வழங்குகிறது, கேட்போர் அல்லது பார்வையாளர்களின் இலக்கை முடிவுக்கு கொண்டு வரக்கூடாது, ஆனால் அதற்கு பதிலாக, தொடர்பு கொள்ளப்பட்ட செய்திகளின் மொத்த தன்மையையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். இது தொடர்பாகவும் தகவல் பரிமாற்றத்துடனும் பகுப்பாய்வு மற்றும் சரியான தகவலை விளக்குவது ஆகியவற்றின் மீது கவனத்தைத் திருப்புதல் மற்றும் கவனத்தை ஈர்க்கும். இரண்டிற்கும் விழிப்புணர்வு மற்றும் சிந்தனையின் தேவையான அளவு என்பது வாய்மொழி தொடர்பற்ற செயல்திறனைப் பொறுத்தவரை குறிப்பிட்ட பொருத்தமாக இருக்கிறது.

ஒரு நபர் சொல்வது, அந்த நபரின் மெய்பாடு மற்றும் சைகை முழுவதையும் மொத்த தாக்கத்தை உருவாக்குகிறது என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். அவர்கள் தொடர்ந்து, வலுப்படுத்தி இருந்தால், வலிமை வாய்ந்தவர்களாகவும் இருந்திருக்கலாம். அவர்கள் ஒருவருக்கொருவர் முரண்படாதவர்களாகவும் முரண்படுகிறவர்களாகவும் இருந்தால், அந்த நபர் இரண்டு வெவ்வேறு விஷயங்களைப் பேசுகிறார் என்பது தெளிவாகிறது. சில நேரங்களில் நமக்கு என்ன பொய் சொல்கிறது என்று உடம்பு கூறுகிறது. ஒரு நபர் தன்னுடைய உடலுடன் பேசுவது என்னவென்றால், அவர் நாக்கு என்ன சொல்கிறார் என்பதைக் பற்றி கவனிக்கிறார். எனவே, ஒரு நபர் அமைதியாகவும், சுயநிர்வாகமாகவும் தோன்றலாம், ஆனால் அவரது கால் தரையிறங்காத தரையில் தட்டுவதால், அல்லது அவர் விரல்களால் பிணைக்கப்படுகிறார், அல்லது நகங்களைக் கடித்துக்கொள்கிறார், அவருடைய பதட்டம் சத்தமாக பேசுகிறது. இத்தகைய சூழ்நிலைகளில், பெறுநர் வாய்மொழி செய்தியை புறக்கணிக்கிறார், மேலும் மெய்பாடு மற்றும் சைகை மூலம் தெரிவிக்கப்படும் செய்தியை ஒன்றை மேலும் நம்பகமாக ஏற்றுக்கொள்கிறார்.

வாய்மொழி அல்லாத தகவல் தொடர்பு ஒரு பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும். உடல் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய நடவடிக்கைகள் மூலம் செய்திகளைப் பகிர்ந்து கொள்வதில் பல வழிகள் உள்ளன,

இருவரும் நோக்கம் மற்றும் நோக்கமற்ற உடலின் பாகங்கள், செயல்கள், பழக்கவழக்கங்கள், நடத்தை, மற்றும் உடை நடத்தை ஆகியவை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

தொடர்பு கொள்ளும் போது சொற்கள் அல்லாத தகவல் தொடர்பு பல்வேறு மட்டங்களில் நடைபெறுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், சொற்கள் அல்லாத தொடர்பாடல் மூலம் பின்வரும், செயல்கள் மற்றும் வெளிப்பாடுகள் நடைபெறுகிறது:

1. மெய்பாடுகள் சைகைகள் முகம் வெளிப்பாடுகள், கண் தொடர்பு, குரல் பண்பேற்றம்
2. சுவரொட்டிகள்/சைகைகள்-ஊடகம், சாய்தல், தோளசைப்பு, தலைஆட்டுவது
3. உடை
4. தோற்றம்
5. கைகுலுக்குதல்
6. பேச்சில் இடைவெளி
7. நேரம்
8. உதாரணம்
9. நடத்தை
10. புன்னகை

மெய்பாடுகள் நன்கு வளர்ந்த ஒழுக்கம். நடத்தை உள்ள உளவியலாளர்கள் மற்றும் ஆய்வாளர்கள், பல ஆண்டுகளாக, வணிக நிறுவனங்களில் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்கள் ஆகியவற்றை ஆய்வு செய்துள்ளனர் மற்றும் மேலே உள்ள ஒவ்வொன்றினையும் சிறந்த தகவல் தொடர்பை உறுதிப்படுத்துவதற்கான ஒரு கலை என்று கூறுகிறார்கள்.

சமூக விஞ்ஞானிகள் குரல், முகபாவங்கள், அல்லது செயல்கள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பரந்தளவிலான பண்புகள் அல்லது வெளிப்பாடுகளை விவரிக்க மெய்பாடுகள் என்ற வார்த்தையை பயன்படுத்துகின்றனர். இது ஒருவருடைய முகத்திலும், செயல்களிலும் குரல் மற்றும் வெளிப்பாடுகளை தொனிக்கக் கூடியது. “என்ன” சொல்லப்படுகிறது என்பதை காட்டிலும், “எப்படி” சொல்லப்பட்டது. என்பது மெய்பாடுடன் தொடர்புபடுத்துகிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

6. வாய்வழி தொடர்பாடல் தொடர்பாக எழுதப்பட்ட தகவல்களின் நன்மையை குறிப்பிடுங்கள்.
7. ஆரம்பகால தொடர்பாடல் எது?

2.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. நான்கு வகையான தகவல் தொடர்பாடல்கள்: தனிப்பட்ட தொடர்பாடல், வணிக தகவல் தொடர்பாடல், உட்புற தொடர்பாடல் மற்றும் வெளிப்புற தொடர்பாடல்.

2. உட்புற தகவல் தொடர்பாடல் குழுவிற்ருள்ளேயே, அல்லது வெவ்வேறு ஊழியர்களிடையேயும், முதலாளிகள் மற்றும் ஊழியர்களிடையே உள்ள மக்களிடையே நடக்கும்.
3. வதந்தி (அ) புரளிபேசுதல் என்பது நிறுவனங்கள் மற்றும் வர்த்தகங்களில் நிலவும் ஒரு முறைசாரா தகவல் தொடர்பு ஆகும்.
4. சொற்பொழிவு தொடர்பாடல் என்பது வாய்மொழி தொடர்பின் ஒரு வகை, இதில் உரையாடலின் மூலம் செய்தி அனுப்பப்படுகிறது.
5. வாய்மொழி தொடர்பின் செயல்திறன் பேச்சாளரின் தொனி, பேச்சு, வேகம், சைகை மொழி மற்றும் உரையாடலில் பயன்படுத்தப்படும் வார்த்தைகளின் தரம் ஆகியவற்றை சார்ந்துள்ளது.
6. வாய்வழி தொடர்பாடல் தொடர்பாக எழுதப்பட்ட தகவல்களின் ஒரு நன்மை, அது சரியாகவோ அல்லது திரும்பத் திரும்பவோ இருக்கலாம்.
7. வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பாடல் தொடர்பு ஆரம்ப வகை ஆகும்.

குறிப்புகள்

2.6 சுருக்கம்

- தொடர்பு கொள்ளும் நிலை, அது எடுக்கும் இலக்கு அல்லது அதன் இயல்பு ஆகியவற்றைப் பொறுத்து வெவ்வேறு வகையாக வகைப்படுத்தலாம்
- எந்தவொரு இரண்டு நபர்களுக்கும் இடையில் நடக்கும் தனிப்பட்ட தகவல் தொடர்பு, குடும்பம், குழு, சமூகம் அல்லது ஒரு அமைப்பாக இருக்கும்
- வணிக தகவல் தொடர்பு வணிகத்தின் இலக்குகளை மேலும் அதிகரிக்கிறது
- உட்புற தகவல் தொடர்பு குழுவிற்ருள்ளேயே, வெவ்வேறு ஊழியர்களிடையேயும், முதலாளிகளுக்கும் ஊழியர்களுக்கும் இடையில் நடக்கும்
- உட்புற தகவல் தொடர்பைப் போலல்லாமல், வெளிப்புற தகவல் தொடர்பு வெளிப்புறமாக நடக்கும்
- மேல்நோக்கிய தகவல் தொடர்பு மேல்நோக்கி நகர்கிற ஒன்று, அதாவது, வரிசைக்கு மேல் நிலைகளுக்கு மேல் முதன்மை நிலைக்கு தகவல் செல்லும்
- கீழ்நோக்கி தகவல் தொடர்பு மேலே இருந்து கீழே நகரும், அதாவது, தலைமை நிர்வாக அதிகாரி கீழே இருந்து அவருக்கு கீழேயிருக்கும் துணை அதிகாரிகளிடம் நடக்கும்
- தகவல் தொடர்பு உறுதிப்படுத்த நிறுவனம் நடப்பு அடிப்படையில், அமைப்பு முறைமை அமைப்புகளை உருவாக்குகிறது
- முறைசாரா தகவல் தொடர்பு ஒரு ஒழுங்குமுறை சாரா முறையில் நடைபெறுகிறது

குறிப்புகள்

- பக்கவாட்டு தகவல் தொடர்பு பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தில் சமநிலை பணியாளர்களிடையே நடைபெறுகிறது
- கூட்டங்கள், மாநாடுகள், தொலைகாட்சி, பல்லூடக, விளக்கக்காட்சிகள், மற்றும் குழு விவாத செயலில் இரண்டு வழி பரிமாற்ற தகவல் தொடர்பு நடைபெறுகிறது
- வாய்மொழி தகவல் தொடர்பு என்பது வாய்மொழி தொடர்பின் ஒரு வகை, இதில் பேசப்படும் வார்த்தைகளால் செய்தி பரவுகிறது

2.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- தொடர்பாடல்: தகவல் தொடர்பாடல், எழுதுதல், அல்லது வேறு எந்த நடுத்தரத்தைப் பயன்படுத்துவதன் மூலமாக தகவலை வெளியிடுதல் அல்லது பரிமாற்றுதல்
- சைகைகள்: சைகைகள் உடலின் பாகங்களை, குறிப்பாக ஒரு கை அல்லது தலை, ஒரு யோசனை அல்லது அர்த்தத்தை வெளிப்படுத்தும் இயக்கங்களைக் குறிக்கின்றன
- வரிசைமுறை: வரிசைமுறை என்பது ஒரு அமைப்பு அல்லது சமுதாயத்தின் உறுப்பினர்கள் உறவினர் நிலை அல்லது அதிகாரம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மதிப்பிடப்படுகிறது
- மெய்ப்பொருள்: மெய்ப்பாடு என்பது ஒருவர் பேசும் தொனியில், அல்லது சொற்கள் பேசும் முறையில் வெளிப்படும். மெய்ப்பாட்டிற்கு. ஒரு உதாரணம் உங்கள் குரல் சுருதி

2.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. வெவ்வேறு வகையான தகவல் தொடர்புகளை கூறு?
2. முறையான மற்றும் முறைசாரா தகவல் தொடர்புக்கு இடையிலான வித்தியாசம் என்ன?
3. வதந்தி/புரனி தகவல் தொடர்பு பற்றிய ஒரு சிறு குறிப்பை எழுதுங்கள்.
4. வாய்மொழி தொடர்பாடல் எவ்வாறு பயனுள்ளதாக இருக்கும்?
5. எழுதப்பட்ட தொடர்புகளின் நன்மைகள் யாவை?

பெரு வினாக்கள்

1. பல்வேறு வகையான தகவல் தொடர்புகளை விரிவாக விவாதிக்கவும்.
2. வாய்மொழி தொடர்பாடல் என்ன? ஏன் அது முக்கியம்?
3. வாய்மொழி அல்லாத தொடர்பாடல் முக்கியம் ஏன்? விவாதியுங்கள்.
4. கீழ் நோக்கு தொடர்பாடல் என்பது மேல்நோக்கு தொடர்பாடலில் இருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது.?

2.9 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

தகவல் தொடர்பாடலின்
வகைகள்

குறிப்புகள்

அலகு 3 கவனிக்கும் திறன்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 3.0 முன்னுரை
- 3.1 நோக்கங்கள்
- 3.2 கவனித்தல் திறன்கள்: ஒரு கண்ணோட்டம்
 - 3.2.1 கவனித்தல் நோக்கங்கள்
 - 3.2.2 கவனிப்பின் குறிக்கோள்
 - 3.2.3 கவனித்தல் செயல்முறை
 - 3.2.4 கவனிப்பதற்கான நிலைகள்
 - 3.2.5 கவனித்தல் வகைப்படுத்தல்
- 3.3 குவனிக்கும் திறமையின்மை
 - 3.3.1 குறைவான கவனிப்பு பழக்கம்
 - 3.3.2 கவனிப்பு செயல்முறைக்கு பொதுவான தடைகள்
- 3.4 கவனிப்பதை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகள்
 - 3.4.1 கவனிப்போர் முயற்சிகள்
 - 3.4.2 கவனிப்பதற்கான பத்து கட்டளைகள்
 - 3.4.3 பணியிடத்தில் சபாநாயகர் மேற்கொண்ட முயற்சிகள்
- 3.5 கேள்விகளைக் கவனிப்பது
- 3.6 உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்க வினாக்கள்
- 3.7 சுருக்கம்
- 3.8 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 3.9 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 3.10 மேலும் படிக்க

3.0 முன்னுரை

இந்த அலகில், நீங்கள் ஒரு முக்கியமான தகவல் திறனை கேட்க அறிமுகப்படுத்தப்படும். கவனிக்கும் நோக்கங்களையும் அதன் முக்கியத்துவத்தையும் கற்றுக்கொள்வீர்கள். கவனிப்பதற்கான பல்வேறு செயல்பாடுகளை இது விரிவாக விவரித்து காட்டுகிறது. கூடுதலாக, நீங்கள் கவனிப்பது பல்வேறு நிலைகளையும், வகைகளையும் கற்றுக் கொடுக்கும். திறம்பட்ட கவனிக்கும் தன்மைக்கு வழிவகுக்கும், திறம்பட்ட வாசிக்க தடைகள் மற்றும் கவனிக்கும் செயல்முறையை மேம்படுத்துவது குறித்த உதவிக்குறிப்புகள் ஆகியவற்றிற்கு வழிவகுக்கும் அறைகுறை அல்லது குறைவான கவனிப்பு பழக்கங்களைப்பற்றி நீங்கள் அறிந்து கொள்வீர்கள்.

3.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை பாடித்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- ஒரு முக்கியமான தகவல் தொடர்பு திறனைக் கவனித்துப் பாருங்கள்
- கவனித்தல் நோக்கங்கள் மற்றும் முக்கியத்துவம் பற்றி விவாதிக்கவும்

- கவனிக்கும் செயல்முறை விளக்கவும்
- பல்வேறு வகையான கவனிக்கும் திறமையின்மை விவரியுங்கள்
- திறம்பட கவனிப்பதற்கான பல்வேறு தடைகள் பற்றி அறியுங்கள்
- சிறந்த கவனிக்கும் திறமைக்கான பல்வேறு வழிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்

குறிப்புகள்

3.2 கவனிக்கும் திறமைகள்: ஒரு கண்ணோட்டம்

திறமையான கவனித்தல் என்பது ஒலிகளை பகுப்பாய்வு செய்வது, அவற்றை அடையாளம் காணக்கூடிய வடிவங்களாக ஒழுங்குபடுத்துதல், வடிவங்களைப் புரிந்துகொள்வது, அர்த்தத்தைத் தூண்டிவிடுதல் மூலம் செய்தியை புரிந்துகொள்வது.

கவனிக்கும் போது குழப்பமடையக்கூடாது. கேட்டல் என்பது சவ்வூடுமூலம் ஒலி அலைகளைப்பெறுவதோடு மூளையை மாற்றும் உடலியல் செயல்முறை ஆகும். இது கவனிப்பதை விட அதிகம், இது கேட்ட ஒலியின் விளக்கம் மற்றும் ஒப்புதலின் செயல்முறையை உள்ளடக்கியது.

தகவல்தொடர்பு செயல்முறைக்கு கவனிப்பது மிகவும் முக்கியமானது. மக்களிடம் நாம் அனுபவிக்கும் பல பிரச்சினைகள் பயனற்ற கேட்போர் அல்லது திறமையான கேட்காமல் இருப்பது காரணமாக இருக்கலாம். திறமையான மனித உறவுகள் அடித்தளமாக இருந்தால் நல்ல பேச்சாளர்கள் நல்ல பேச்சுவார்த்தையாளர்களாக இருக்க முடியும் மற்றும் நெருக்கடி சூழ்நிலைகளை வெற்றிகரமாக கையாளலாம்.

3.2.1 கவனித்தலின் நோக்கங்கள்

கவனித்தலின் நோக்கங்கள் பின்வரும் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்டவைகளாக இருக்கலாம்:

- அறிய
- ஒரு புரிதலை அதிகரிக்க
- ஆலோசனை அல்லது அறிவுரை
- ஒரு சலிப்பைத் தடுக்க

3.2.2 கவனித்தலின் தேவைகள்

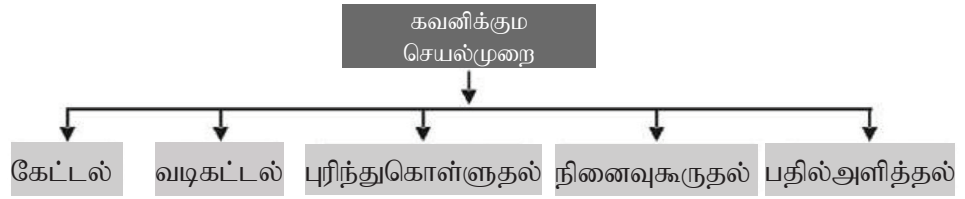
ஒரே முறை நிறைய நேரம் கேட்டுக் கொண்டே இருக்கிறது. நம்மில் சிலர் விழித்திருக்கும் நேரத்தின் ஒரு காதில் கவனிப்பது, காலத்தை கழிப்பது. பணியிடத்தில், சராசரியாக, ஊழியர்கள் 32.7 சதவீத நேரத்தை கேட்டு, 25.8 சதவீத நேரத்தை பேசி, 22.6 சதவீத நேரத்தை எழுத்தில் செலவிடுகிறார். வெற்றிகரமான மேலாளராக ஆவதற்கு மிக முக்கியமான திறமையில் இதுவும் ஒன்றாகும். இது கவனத்தை செலுத்துவது, ஒலி தூண்டுதலை புரிந்துகொள்வதற்கும், நினைவுப்படுத்துவதற்கும் தேவைப்படுகிறது. கவனிப்பு என்பது மேலாளர்கள் மற்றும் தொழிலாளர்களுக்கு கற்பிக்க வேண்டிய முக்கியமான திறமை.

குறிப்புகள்

- திறம்படக் கேட்காமல் தகவல் தொடர்பு முடிவடைவதில்லை.
- கவனமுடன் சிறந்த முறையில் பேச தூண்டுகிறது.
- கவனமுடன் கேட்போர் கவனக்குறைவான பார்வையாளரைக் காட்டிலும் அதிகமாக கற்றுக்கொள்கிறார்.
- நன்கு கவனிக்கும் திறன் கொண்டவர் தெளிவான அர்த்தத்தைத் தருகின்ற விதத்தில் தெளிவற்ற பேச்சுகளை மறுகட்டமைக்க முடியும்.
- நன்கு கவனிக்கும் திறன் கொண்டவர் பாரபட்சங்கள், ஊகங்கள் மற்றும் மனோபாவங்களைக் கண்டறிய கற்றுக்கொள்கிறார்.

3.2.3 கவனிக்கும் செயல்முறை

பயனுள்ள மற்றும் அர்த்தமுள்ளதாகக் கவனிப்பது, கவனிப்பதற்கான செயல்முறை கீழ்க்கண்ட வழிமுறைகளை உள்ளடக்கியது:



விளக்கப்படம் 3.1. கவனிக்கும் செயல்முறை

கவனித்தல்

கவனிக்கும் செயல்பாட்டில் கவனிப்பது முதல் அத்தியாவசியமான படி மற்றும் கவனிப்பின் உணர்வாக கருதப்படும். கவனிப்பவர் மேலும் அறியப்பட்ட ஒலி செயல்பட செய்கிறார். திறம்பட கற்றுக் கொள்வதற்காக, கவனக்குறைவின்றி மற்றும் செறிவுடன் கேட்க வேண்டும்.

வடிகட்டல்

அடுத்த கட்டத்தில், கவனிக்கும் செய்தி அல்லது ஒலியை வடிகட்டுவதில் அடங்கும். கேட்கப்பட்ட செய்தி விரும்பிய அல்லது தேவையற்ற, பயனுள்ள அல்லது பயனற்றதாக வகைப்படுத்தப்படுகிறது. தேவையற்ற செய்தி நிராகரிக்கப்படுகிறது. இந்த படிநிலையில், தனிநபர் தீர்ப்புணர்வு இடம் பெறுகிறது, அதாவது, வடிகட்டும் செயல்முறை அகநிலை மற்றும் ஒரு நபர் புரிந்துகொண்ட அர்த்தம் என்ன மேலும் எதை எடுத்துக்கொள்வது/விடுது என தீர்மானிப்பது.

புரிந்துகொள்ளுதல்

கவனித்தலின் அடுத்த நிலை, புரிந்துகொள்ளுதல் அல்லது புரிதல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. பேச்சாளர் புரிந்துகொள்ள முயற்சித்ததை புரிந்துகொள்கிறார். இந்த செயல்பாடு உறிஞ்சுதல், புரிந்துகொள்வது அல்லது உட்கிரகித்தல் என விவரிக்கப்படலாம். செய்தியின் பொருளைப்

புரிந்துகொள்வதற்காக, கவனிப்பவர் தனது அறிவை, அனுபவத்தை, உணர்வையும், புலனுணர்வு சக்தியையும் பயன்படுத்துகிறார். வாய்மொழி, சொற்பொழிவு மற்றும் செவி வழிசெய்தி அதைப் புரிந்து கொள்ளும்திறன் தொடர்பாடலுடன் இணைக்கப்பட்டும்.

நினைவுகூருதல்

நினைவூட்டும் ஒரு செயல்முறை தொடர்பானது, எதிர்கால நினைவுகூருதலை எளிதாக்கும் நினைவகத்தில் சேமிக்கப்பட்ட செய்தி செய்தியை நினைவு கொள்ளுவது முக்கியத்துவம் பெறுகிறது, ஏனெனில் பல முறை செய்திகளை உடனடியாக கருத்தில் கொள்வது, எதிர்கால பயன்பாட்டிற்கு நல்லதல்ல.

பதில் அளித்தல்

முழுமையாய் கேட்டதற்கு, ஒரு பதில் முக்கியம். உடனடியாக அல்லது அதற்குப் பின்னர் உடனடியாக, தகவலின் பதில் தொடர்பாக தொடர்பு கொள்ள முடியும். எதிர்கால பயன்பாட்டிற்கு சேமித்து வைக்கப்படும் போது, மறுபரிசீலனை செய்யலாம், இருப்பினும், விளக்கத்தைத் தேட அல்லது கவனிப்பவர்களுடன் சமரசம் செய்ய வேண்டியிருந்தால், அதுவும் நடக்கலாம். பதில் பெறுதல் மற்றும் புரிந்துகொள்ளப்படுதல் ஆகியவற்றைக் காண்பிப்பதற்காக, தூண்டுதல் அல்லது தூண்டல் வடிவத்தை எடுத்துக்கொள்ளலாம்.

3.2.4 கவனிப்பதுற்கான நிலைகள்

கவனிக்கும் செயல்முறை திறனை அடிப்படையாகக் கொண்டது, கவனிப்பதுற்கு மூன்று நிலைகள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன. நிலை 1. கேளாமை மற்றும் குறைந்தபட்ச விருப்பம். நிலை 2. இது கேட்டபின் செயலற்ற நிலை. நிலை 3. மிகவும் விரும்பத்தக்க முறையில் கவனிப்பது. ஒருவர் நலனையும் சூழ்நிலையையும் பொறுத்து மூன்று நிலைகளிலும் நாம் கேட்கின்ற போதிலும், அதிகபட்ச திறனுக்காக நிலை 3 க்கு நகர்த்துவதற்கு பயனுள்ளது. சிறந்த மேலாளர்கள் மற்றும் தலைவர்கள் நிலை 3 இல் அதிக நேரம் கேட்டுக் கொண்டிருக்கிறார்கள்.

- (1) **நிலை 1-கவனியாமை:** இங்கே, கவனிப்பவர் கவனிப்பது போல் தோன்றலாம் ஆனால் உண்மையில் அவர் தனது சொந்த எண்ணங்களுடன் ஆக்கிரமிக்கப்பட்டுள்ளார். பேச்சாளர் பேசுவதை அவர் அறிந்திருக்கிறார். அவர் பிரிக்கப்பட்டு மற்றும் செயலற்ற நிலையில் இருப்பது போன்று இருக்கலாம்.



விளக்கப்படம் 3.2 கவனியாமை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

(2) **நிலை 2-செயல்திறன் கவனித்தல்:** கவனிப்பதை உண்மையில் கவனிக்கும் செயல்திறன் அதிகமாக கொண்டு கவனிப்பது மேலோட்டமாகப் சொல்லப்படுவதை ஆழமாக புரிந்து கொள்ள முடியாது. செய்தியுடன் தொடர்புடைய உணர்வுகள் மற்றும் உணர்ச்சிகளைக் காட்டிலும் செய்தியின் உள்ளடக்கத்தில் அவர் கவனம் செலுத்துகிறார். அவர் வெறுமனே பேசினால் தொடர்பு நடவடிக்கைகளில் அதிகம் ஈடுபாடு இருக்காது, மேலும் உரையாடல் பரிமாற்றத்திற்கு சமமாக பங்களிப்பதை விட, உரையாடல் பயன்பெறாது.

(3) **நிலை 3-துடிப்பான கவனிப்பு:** இதில் கவனிப்பவர் சொல்வதைக் குறித்து முழு கவனத்தையும் தருகின்றார், இது மிகவும் விரும்பத்தக்க கவனிக்கும் வகை வடிவமாகும் மற்றும் பேச்சாளர் என்ன பேசுகிறார் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்கிறார், பேச்சாளரைப் பேசுவதற்கு எளிதாக்குகிறார். ஒரு சுறுசுறுப்பான கேட்போர் செய்தியை நன்றாகப் புரிந்துகொள்வது மட்டுமல்லாமல், செய்தியை நினைவில் வைத்து நினைவுகூறவும் நல்ல நிலை உள்ளது. அவர் வார்த்தை உள்ளடக்கத்தை கவனம் செலுத்துவது மட்டுமல்ல, செய்தியின் உணர்ச்சி மற்றும் சொற்களஞ்சியமான அம்சத்தையும் கவனத்தில் கொள்கிறார். துடிப்பான கவன நிலையில், கேட்போர் நேரடியாக உரையாடலில் ஈடுபட்டுள்ளனர். அவர் பேச்சாளருக்கு கருத்து தெரிவிக்கிறார் மற்றும் அவரது கருத்துக்களையும் வாதங்களையும் கவனிப்பின் வகைபாடு.



விளக்கப்படம் 3.3 துடிப்பான கவனிப்பு

3.2.5 கவனிப்பின் வகைபாடு

பாரபட்சமாக கவனிப்பது

இது மிகவும் அடிப்படை வகை கவனிப்பது. பல்வேறு ஒலிகளுக்கு இடையில் உள்ள வேறுபாட்டை அடையாளம் காண்பது இதில் அடங்கும். இது பழக்கமான மற்றும் அறிமுகமில்லாத மொழிக்கு இடையில் வேறுபாட்டைக் கொண்டுவர உதவுகிறது. ஒரு மொழியின் பொதுவான உச்சரிப்பு மற்றும்

உச்சரிப்புகளின் உபாயங்கள் இப்படி கேட்கப்படுவதன் மூலம் அடையாளம் காணப்படுகின்றன.

கவனிக்கும் திறன்

கவனித்து புரிந்துகொள்ளுதல்

இந்த வகை பல்வேறு ஒலிகளுக்கு இடையில் வேறுபட்டதை விட அதிகமானதாகும். இது கேட்கப்படுவதைப் பொருட்படுத்துவதன் அர்த்தம், அதாவது, அந்தச் செய்தியைப் புரிந்துகொள்வதாகும். பேச்சாளரால் வேண்டுமென்றே அல்லது உள்ளநோக்கமில்லாமல் தெரிவிக்கப்படாத சொற்களஞ்சியமான செய்திகளை இது உள்ளடக்குகிறது.

குறிப்புகள்

மதிப்பீட்டை கவனிப்பது

இது முக்கியமான கவனிக்கும் திறன். இது செய்தியைப் புரிந்துகொள்வதை மட்டுமல்லாமல், ஒரு சொந்த பின்னணி வெளிச்சத்தில் பெறப்பட்ட செய்தியை மதிப்பீடு செய்து பகுப்பாய்வு செய்கிறது. இது தர்க்க ரீதியானது எப்படி இருக்க வேண்டும் என்பதைப் பொறுத்து மட்டுமல்லாமல் என்ன கூறப்படுகிறது என்பதை ஏற்றுக்கொள்வதை உள்ளடக்கியது.

கவனிப்புடன் கவனிப்பது

பேசும் நபரின் வர்த்தைகளை மற்றும் செய்தியைக் புரிந்துகொள்வதை விட பேசப்படும் நபரின் வார்த்தையின் நோக்கம், இலக்கில் இது கவனம் செலுத்துகிறது. இது கவனமாகச் செவிமடுக்கவும் செய்தியைக் குறிவைக்கவும் ஒரு இலக்கின் முயற்சியை மேற்கொள்வதாகும். செறிவு அல்லாத வாய்மொழி அம்சத்தை விட செறிவான வாய்மொழியின் சொற்கள் பலன்தரும்.

காது கேளாதவாறு கவனிப்பது

இது கவனிப்பதைக் காட்டிலும் கவனிப்பதை போல் நடிப்பதில் கவனம் செலுத்துகிறது. இது உண்மையில் ஒன்றும் கவனிப்பது இல்லை. ஒரு தகவல் தொடர்பை கவனிப்பது போல் முகபாவணங்கள் மூலம் பாசாங்கு செய்வதாகும்.

தேர்ந்தெடுத்து கவனிப்பது

இது செய்தியின் விரும்பிய பகுதியை தேர்ந்தெடுத்து கவனிப்பது அல்லது செய்தியின் தேவையற்ற பகுதியை புறக்கணித்து விட்டு தேர்ந்தெடுப்பதை கவனிப்பது போல், இது கவனிப்பவருடைய கவனத்தை மையமாகக் கொண்டிருப்பது.

முனைப்புடன் கவனிப்பது

இது ஒரே சமயத்தில் நடக்கும் பிற உரையாடல்களைத் தளர்த்துவதன் மூலம் உள்ளுணர்வு மனதைப் பற்றி அதிகம் கவனிப்பதாகும்.

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. பயனுள்ள கேட்டல் என்றால் என்ன?
2. விசாரணைகளை வரையறுக்க.

3.3 கவன குறைவு/தகுதியற்ற கவனிப்பு

இரண்டு நாட்கள் கழித்து, நாம் கேட்பதில் நான்கில் ஒரு பகுதியை மட்டுமே நினைவில் வைத்திருக்கிறோம் என்பதை ஆராய்ச்சிகள் காட்டுகிறது. சொல்லப்போனால், நாம் கவனிக்கும் எல்லாவற்றையும் நாம் உண்மையில் கேட்கவில்லை, கவனிப்பதுற்கே பலவற்றை மறக்கிறோம். இது நம் கவனகுறைவு பழக்கங்களின் பிரதிபலிப்பாகும்.

கவனகுறைவு நிறுவனத்தின் அமைப்புக்கு தீங்கு விளைவிக்கும். சிலர் கேட்க விரும்புவதை விட அதிகமாகப் பேச விரும்புகிறார்கள், சிலர் கவனமாக கேட்கிறார்கள், சிலர் மற்றவர்கள் சொல்வதைக் காட்டிலும் நீண்ட நேரம் கவனம் செலுத்த முடியாது அல்லது சிலர் பேசுவதைப் பற்றி கவலைப்படாமல் மேலோட்டமாக கேட்கலாம். இவை அனைத்தும் பயனற்றது.

3.3.1 குறைவான கவனிப்பு பழக்கம்

குறைவான கவனிப்பு பழக்கங்களைக் கண்டறிந்து அவற்றை மாற்றுவதற்கு உழைக்கும் பணியைக் கண்டறிவதன் மூலம் உங்கள் கேட்கும் பழக்கங்களை மேம்படுத்த முடியும். மிகவும் பொதுவான குறைவான கவனிப்பு பழக்கங்களில் சில:

கவனக்குறைவு

பேச்சாளர் கவனத்தை செலுத்தாமல் இருப்பது கவனக்குறைவின் முக்கிய காரணங்களில் ஒன்றாகும். இது கேட்போர் கவனத்தை திசை திருப்பலாம் அல்லது கூறப்படுவதை கேட்க விரும்பாமல் கவனிப்பவர் தனது கவனத்தைத் செலுத்துவதில்லை மற்றும் பகல்களவு காண தொடங்குகிறார்.

பொய்யான அல்லது பாசங்கு கவனிப்பு

பெரும்பாலும் கவனிப்பதில்லை மற்றும் வேறு ஏதாவது நினைப்பில் இருப்பார்கள் வேண்டுமென்றே அவர்கள் கவனிப்பது போல் பார்க்க முயற்சிப்பார்கள். கவனிப்பவருக்கு முரட்டுத்தனமாகவோ அல்லது சோர்வாகவோ தோன்றாதபடி பேசுவர் நினைக்க அவ்வாறு செய்யலாம். சில நேரங்களில் இது தகவல்தொடர்புகளில் பேரழிவுகளுக்கு வழிவகுக்கலாம், ஏனெனில் இதுபோன்ற பாசங்கு ஒரு பேச்சாளரை அவரால் வழங்கிய சில முக்கியமான தகவல்கள் அல்லது அறிவுறுத்தல்களைக் முன்பே கேட்டிருப்பதைக் கொண்டு வெளிப்படலாம்.

செய்தியை ஒப்படைப்பதில் கவனம்

சில நேரங்களில் ஒருவர் பேச்சாளர் சொல்வது என்னவென்றும், அவர் உண்மையிலேயே என்ன சொல்கிறார் என்பதைக் குறித்தும் சிறிது கவனம் செலுத்தி பேச்சாளரின் தோற்றத்திலும் மற்ற நுணுக்கங்களிலும் கவனம் செலுத்தலாம், மேலும் பேச்சாளர் அதிம் பேசுவதன் மூலம் என்ன சொல்லப் போகிறார் என்ற உண்மையான அர்த்தத்தை இழக்கலாம்.

குறிப்புகள்

திரும்ப திரும்ப கூறுதல்

பேச்சாளரின் பேச்சு முடிவடைவதற்கு முன்னர் பதில் பற்றி நினைத்துக்கொண்டால், எல்லா சாத்தியக்கூறுகளிலும் அவர் கேட்கவில்லை. சிலர் கேட்க விரும்பும் வரை கேட்கிறார்கள் அவர்கள் கேட்டதை விட்டு அவர்கள் என்ன சொல்ல வருகிறார்கள் என்பதில் தொடங்கி, பதிலளிப்பதற்கு ஒரு வாய்ப்புக்காக காத்திருக்கிறார்கள்.

குறுக்கீடு

சிலர் பேசுவதைக் கவனிப்பதற்குப் பதிலாக பேச விரும்புகிறார்கள். முழுமையான அர்த்தத்தைத் தீர்மானிக்க முடியும் என்று பேச்சாளர் சொல்வதை முடிக்க காத்திருக்கவில்லை, ஆதனால் பேச்சாளரின் சிந்தனை சங்கிலில் இடைவெளியை அடிக்கடி ஏற்படுத்துவதோடு, தகவல்தொடர்பு செயல்முறைக்கு இடையூறாகவும் இருக்கும். இது தேவையற்ற குறுக்கீட்டால் பேச்சாளர் ஊக்கம் மற்றும் உற்சாகம் குறையும்.

எதிர்பார்ப்பதை கவனிப்பது

மக்கள் கேட்க விரும்புவதை கேட்க விரும்புகிறார்கள். அடிக்கடி, மக்கள் என்ன எதிர்பார்கிறார்களோ அதையே பேச்சாளர்கள் பேசும் போது சொல்ல நினைக்கிறார்கள். மேலும், அவர்களின் தற்போதைய நம்பிக்கையுடன் பொருந்தக்கூடிய தகவலின் அந்த பகுதியை மட்டுமே மக்கள் ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள். மாறாக, அவர்கள் கேட்க விரும்பாததை கேட்கவும், அவர்களுடைய நம்பிக்கைகள் மற்றும் கருத்துகளுக்கு எதிராக பேசும்போது அவர்கள் கேட்க மறுக்கிறார்கள். குறைவான கேட்டுக் திறன் உடையவர்கள் தங்கள் பகுப்பாய்விலிருந்து உடனடியாக பொருந்தாத அந்தப் பகுதியின் செய்திகளை வடிகட்ட முனைகின்றனர்.

கடினமான மற்றும் சுவாரஸ்யமான விஷயங்களை தவிர்ப்பது

புரிந்துகொள்ளும் அல்லது ஆர்வமில்லாத செய்திகளை கண்டறிந்தால், கவனிப்பவர் கவனிப்பதைத் தொடரலாம். இது கவனிப்பவருக்கு ஒரு பழக்கமாக மாறும், சில கடினமான அல்லது சுவாரஸ்யமான விஷயங்களை எதிர்கொள்ளும் ஒவ்வொரு முறையும் அவர் கவனிப்பதை நிறுத்திவிடுவார். பல நேரங்களில், கவனிப்பவர் முன்கூட்டியே சுவாரஸ்யமான விஷயங்களை ஏற்றுக்கொள்ளலாம், அல்லது சலிப்பு முக்கியமற்ற அல்லது கடினமான விஷயங்களை கேட்க மறுக்கிறார்கள்.

குறிப்புகள்

தற்காப்புடன் இருப்பது

சில நேரங்களில் பேச்சாளர்கள் என்ன பேசுகிறார்களோ அதைப்பொறுத்து மக்கள் அச்சுறுத்தப்படுகிறார்கள், உடனடியாக தற்காப்புக்கு ஆளாகிறார்கள், அதாவது, சொல்லப்படுகிற விஷயத்தில் தங்கள் நிலைப்பாட்டை நியாயப்படுத்த முயலுகிறார்கள். அவர்கள் சில வார்த்தைகளையும் சொற்றொடர்களையும் வெறுக்கிறார்கள். அவர்கள் சொல்வதைப் பற்றிய உண்மையான செய்தியை அவர்கள் பெறாதபடி தங்களை காத்துக்கொள்வதில் அவர்கள் மிகவும் ஈடுபாடு கொண்டுள்ளனர்.

தாக்குதலில் இருப்பது

ஒருவரை விமர்சிப்பதற்கான வாய்ப்பிற்காக சிலர் காத்திருக்கிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் கருத்துக்களை முரண்பாடாகவும், கருத்து வேறுபாடுகளுடனும் தொடர்புபடுத்திக் கொள்ள முடியும். அவர்கள் தொடர்ந்து கூறப்படுவதை எதிர்த்துப் போராடுகிறார்கள். இங்கே கூட சொல்லப்படுவதை பற்றிய உண்மையான செய்தியை அவர்கள் இழக்கிறார்கள்.

3.3.2 கவனிப்பு செயல்முறையில் பொதுவான தடைகள்

திறமையான கவனிப்பு திறனுக்கான தடுப்பு காரணிகளை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்:

1. இயற்கை தடைகள்

சத்தம், மோசமான ஒலியியல், இயந்திர சாதனங்களை தவறாக பயன்படுத்துதல், அடிக்கடி குறுக்கீடுதல், மற்றும் சங்கடமான இருக்கை ஏற்பாடுகள் ஆகியவை இயற்கை தடைகள்தான். கவனிக்கும் செயல்முறையில் முதல் படி விசாரணை, மற்றும் புறம்பான சத்தம், விசாரணை செயல்முறை தொந்தரவு. அதிகமான சத்தம் கவனிப்பவர்களும் பேச்சாளரும் இருவரையும் குழப்புகிறது. ஒலிவாங்கி அல்லது தொலைபேசி போன்ற ஒரு சாதனம் பயன்படுத்தப்படுகையில், சாதனத்தின் தவறான செயல்திறன். தடைபட்டு செயல்படும் அல்லது பேச்சாளரிடம் இருந்து கவனிப்பவருக்கு செய்தி அனுப்பப்படுவதில் தோல்வி ஏற்படலாம். அறையின் மோசமான ஒலியியல் அல்லது சங்கடமான அமர்வு ஏற்பாடுகள் கவனிப்பவருக்கு பேச்சாளர் மீது கவனம் செலுத்த கடினமாக இருக்கலாம். மற்றவர்கள் தொலைபேசி மூலம் குறுக்கீடு செய்தால், அல்லது கவனிப்பவர் செறிவூட்டுவதைத் தொந்தரவு செய்வது, பேச்சாளரைத் தாழ்த்திக் கவனிப்பது குறைவான செயல்திறனை அளிக்கும். அதிகமான கருத்துக்கள் ஒன்றின் பின் ஒன்றாக நிறைய தகவலைக் குவனிப்பது, ஒரு குறிப்பிட்ட தகவலைக் கவனமாகக் கேட்க முடியாதபடி செய்கிறது.

இவ்வாறு நாம் இயற்கை தடைகள் சுருக்கமாக கூறலாம்.

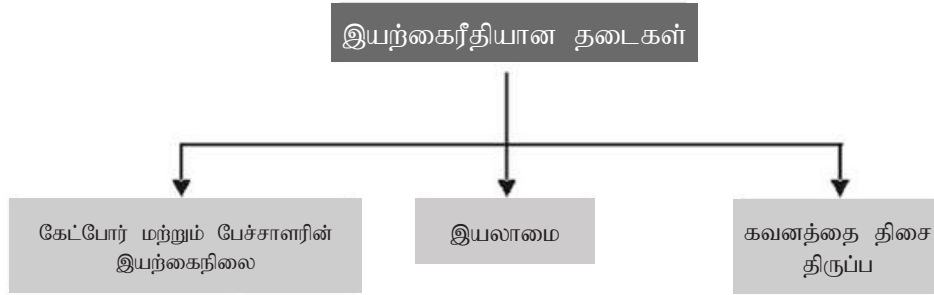
- சத்தம்
- சுருக்கமாகதிறன் குறைந்த ஒலியியல்

- குறைபாடுள்ள இயந்திர சாதனங்கள்
- அடிக்கடி குறுக்கீடுதல்
- சங்கடமான இருக்கை ஏற்பாடுகள் மற்றும் சூழல்
- செய்தி சுமை

குறிப்புகள்

2. மக்கள் தொடர்பான தடைகள்

பேச்சாளர் மற்றும் கேட்போர் இருவரும் தொடர்பு செயல்முறையை பாதிக்கின்றனர். பரஸ்பர தடைகளை உடலியல் மற்றும் உளவியல் இருவருக்கும் இருக்க முடியும்.



விளக்கப்படம் 3.4 இயற்கைரீதியான தடைகள்

சுகாதார நிலை

தனி நபரின் இயற்கை நிலை கவனிக்கும் திறனை பாதிக்கிறது. காய்ச்சல், வலி அல்லது இயற்கை அசௌகரியத்தின் எந்தவொரு வடிவமும் ஒரு நபரின் கூர்ந்து கவனிக்கும் திறனை பாதிக்கிறது. அதேபோல் ஒரு பேச்சாளரின் மோசமான இயற்கை நிலைமைகள் நன்கு பேசும் திறனைக் குறைத்து, கேட்போரின் திறனையும் குறைக்கிறது.

இயலாமை

முன்னர் விவாதித்தபடி, விசாரணை என்பது முதல் முறையாக கவனிக்கும் செயல்முறையாகும், எனவே, குறைபாடுகள் குறைவான கேள்விகளைக் கேட்கலாம். அதேபோல், பேச்சாளரின் பேச்சு குறைபாடுகள் கவனிப்பவருக்கு உரையாடலாக இருக்கலாம். சில நேரங்களில் பேச்சாளரின் உச்சரிப்பு, சரியாக இல்லாவிட்டாலும், கவனிப்பவருக்கு புரிந்துகொள்வது கடினமாக இருக்கலாம். அதேபோல், ஒரு பேச்சாளர் மிக விரைவாக பேசும்போது, கவனிப்பவருக்கு இது தெளிவான செய்தியை அளிக்காது.

கவனத்தை அலைபாய செய்தல்

மனித மனம் நிமிடத்திற்கு 500 வார்த்தைகளை செயல்படுத்துவதாக ஆராய்ச்சி கூறுகிறது, அதே நேரத்தில் ஒரு நிமிடத்திற்கு சுமார் 150 வார்த்தைகளை பேசுவதாக ஒரு பேச்சாளர் பேசுகிறார். மனதிற்கும் பேச்சாளருக்கும் இடையேயான வித்தியாசம் நிமிடத்திற்கு 350 வார்த்தைகள் ஆகும். அலைபாய செய்தல் ஒருவரது மனதை அலைய விடுவதற்கு போதுமான

நேரமாகும். இதுவே கவனிப்பவரின் மனம் கவனமாக இருக்க வேண்டும், மாறாக அவரது மனதை அலைய விடாமல் நேரத்தை செலவழிப்பதன் மூலம் செய்தியைப் பகுப்பாய்வு செய்வது நல்லது.

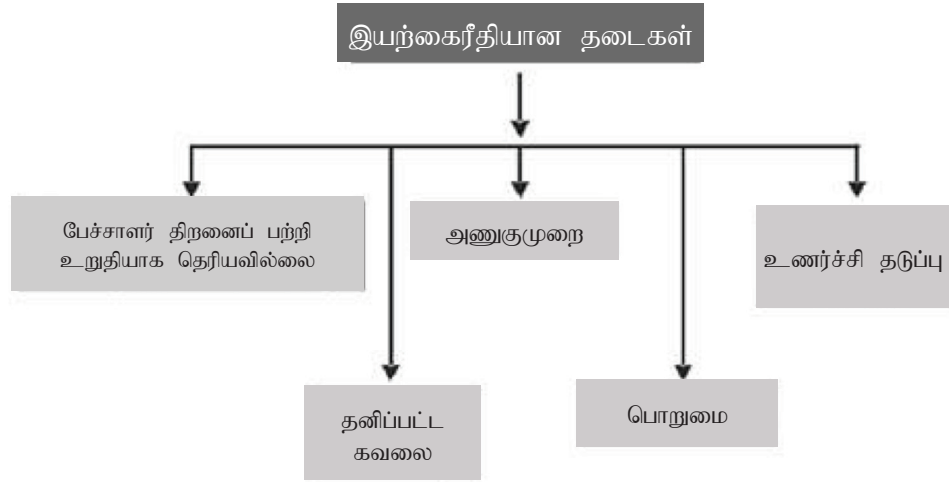
குறிப்புகள்

3. உளவியல் தடைகள்

உளவியல் ரீதியான தடைகள் மனப்பாங்கு மற்றும் நடத்தை அம்சங்களுடன் தொடர்புடையது. இதில் பின்வருவன அடங்கும்:

பேச்சாளரின் திறனைப் பற்றி உறுதியாக தெரியாதது

கடந்தகால அனுபவ ஆதாரங்களிலிருந்து அல்லது உள்ளீடுகளின் அடிப்படையில், கவனிப்பவரின் பேச்சாளரின் திறனைப் பற்றிய முன்னுணர்வு கருத்து இருக்கலாம். பேச்சாளரை நன்கு அறிந்தவராகவோ அல்லது ஆழமாகவும் திறமையுடனும் இல்லாதிருக்கவோ அவர் உணரலாம். பேச்சாளர் சொல்வதைக் கவனிப்பவருக்கு செவிசாய்த்தால் கவனிக்கும் செயல்முறைக்கு இது ஒரு தடையாக இருக்கிறது.



விளக்கப்படம் 3.5 இயற்கைரீதியான தடைகள்

தனிப்பட்ட ஏக்கம்

சில நேரங்களில் நாம் தனிப்பட்ட கவலை கொண்டவர்களாக இருக்கிறோம். இது என்ன கூறுகிறது என்பதை உணர கடினமாக்குவதுடன், திறம்பட்ட கவனிக்க தடையாக செயல்படுகிறது.

நடத்தை

பல முறை கவனிப்பவரின் மனோபாவம் பயனுள்ள திறனுக்கான ஒரு தடையாக செயல்படுகிறது. கவனிப்பவர் “எல்லா விதமான மனப்பான்மையையும்” கொண்டிருப்பதன் மூலம் மிகவும் தர்மசங்கடமானதாக இருக்கலாம், ஏனெனில் கேட்போர் அவர் சொல்வதை ஏற்கெனவே அறிந்திருப்பதை உணருகிறார். அது அதிக செறிவு மற்றும் முயற்சியின்றி செய்யப்படலாம் என நினைத்து, கவனிப்பவரின் கவனத்தை கவனிப்பதன் பேரில் ஒரு சாதாரண அணுகுமுறை கையாயப்பட்டால் இது ஒரு தடையாக செயல்படும்.

கவனிப்பவரின் மிகவும் விமர்சன ரீதியான அணுகுமுறை பேச்சாளரின் உச்சரிப்பு பிழைகள், இலக்கண பிழைகள் மற்றும் பலவற்றில் குறைபாடுகள் ஆகியவற்றைக் கவனிப்பதால் கவனிக்கும் கவனத்தை மாற்றியமைக்கலாம்.

பொறுமையின்மை

ஒருவர் சொல்வதை முடிக்க வேறொரு நபருக்கு காத்திருப்பதற்கு கவனிப்பவருக்கு பொறுமை இல்லை. அவர் சகிப்புத்தன்மையற்றவராக இருக்கலாம் அல்லது விவாதத்திற்கு தனது சொந்த செய்திகளை சேர்க்க ஆர்வமாக இருக்கலாம். இதன் விளைவாக, பேசுவதற்கான அவரது ஆசை, மற்றும் கவனிப்பவரின் விருப்பத்திற்கு ஒரு தடையாக செயல்படுகிறது.

உணர்ச்சி தடைகள்

சில கருத்துக்களில் நாம் நம் ஆழ்ந்த நம்பிக்கைக்கு எதிரான கருத்துக்களை கேட்க நமக்கு கடினமாக இருக்கலாம். இதுபோல நம் நம்பிக்கைக்கு எதிரான எண்ணத்தை தவறாகக் கேட்கலாம் அல்லது அது நம் மனதில் பொருந்தாமல் போகும் அல்லது அதைக் கேட்காமல் அதை முற்றிலும் தடுக்கலாம். பல நேரங்களில், சம்பந்தப்பட்ட நம் முன்னாள் வலி நினைவுகள் முற்றிலும் தடையாக அமையும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. குறைவாக கவனிக்கும் பொதுவான இரண்டு பழக்கங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.
4. பொதுவான இரண்டு கவனிக்கும் இயற்கை தடைகள் என்ன?

3.4 கவனிக்கும் திறனை முன்னேற்றுவதற்கான அளவுகள்

பேச்சாளரின் பகுதியிலும், கவனிப்பவர்களிடமும், மற்றவர்களிடமும் பயனுள்ள கேள்விகளைக் கவனிக்கும் தடைகளை அகற்றுவதற்கான செயல்முறை சம்பந்தப்பட்ட முயற்சிகளுக்கு பயனுள்ள கவனிக்கும் திறன் தேவைப்படுகிறது.

3.4.1 கவனிப்பவரின் முயற்சிகள்

முன்னர் கூறியபடி, கவனிப்பவரின் திறனை மேம்படுத்திக் கொள்வதற்கும் திறமையான திறனாய்வு திறன்களை மேம்படுத்துவதற்கும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும். கவனிப்பவரின் திறமைகளை வளர்த்துக் கொள்ள சில முக்கியமான வழிமுறைகள்:

1. **செறிவு:** நல்ல கவனிப்பவராய் இருக்க வேண்டும், பேச்சாளரிடம் கவனம் செலுத்த வேண்டும். ஒரு பேச்சாளர் மந்தமான உரையாடல் கொடுத்தாலோ அல்லது வட்டார உச்சரிப்பு போன்ற குரல் பிரச்சினைகள் காரணமாக பேச்சாளர் பின்பற்ற கடினமாக

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இருக்கும்போது, கேட்போர் கவனத்தை திசைதிருப்பாமல் இருக்க மற்ற விஷயங்கள் மூலம் முயற்சி செய்ய வேண்டும். ஆராய்ச்சியாளர்கள், ஒரு உற்சாகக்காரர் மிகவும் உற்சாகமானவராவார், என்று ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள்.

2. **தயாரித்தல்:** சில நேரங்களில் சில தயாரிப்புகளை முன்னதாகவே செய்துவருவது சிறந்தது இன்னும் கடினமாக உணரப்படும் தலைப்புகள் விஷயத்தில். தயாரிப்புகளில் தலைப்பைப் பற்றிய தகவலை சேகரிப்பது அல்லது சுற்றுச்சூழலில் கவனச்சிதறல்களை நீக்குதல். பேச்சாளர் என்ன சொல்கிறாரோ அதே ஆர்வத்தை வளர்த்துக்கொள்வதற்கும், செய்தியை மையமாக வைத்திருக்கவும் இது உதவுகிறது.
3. **ஆர்வத்தை காட்டு:** நீங்கள் கவனத்துடன் இருப்பதன் மூலம் கேட்க விரும்புவதைக் காட்டுங்கள். பேச்சாளர் மீது கவனம் செலுத்துவது மட்டுமல்லாமல், அவர்கள் கேட்கப்படுவதைத் தெரியப்படுத்துவதற்காக, சொற்கள், சொற்கள் அல்லாத (கண் தொடர்பு தலை அசைத்தல் மற்றும் புன்னகை போன்றவை) பயன்படுத்துவது முக்கியம். சொல்லும் விஷயத்தில் ஆர்வம் காட்டுவதற்கு நேரடியான கேள்விகளை கேட்கலாம்.
4. **முழு செய்தியைக் கேளுங்கள்:** உங்கள் காதுகளின் பயன்பாடு மட்டுமல்ல, முழுமையான செய்தியைப் பெற மற்ற உணர்ச்சிகளைக் கேளுங்கள். இது சொற்கள் மற்றும் சொற்கள் அல்லாத மொழி (சைகை) மற்றும் கருத்துக்கள், உணர்வுகள் மற்றும் நோக்கங்கள் மற்றும் உண்மைகள் ஆகியவற்றில் கவனிக்கும் பொருள் மற்றும் நிலைத்தன்மையும் அல்லது இணக்கத்தையும் தேடுகிறது. மொத்த செய்தியும் உங்களுக்குத் தெரிவிக்கப்படுவதை உறுதிப்படுத்தும் வகையில் பேச்சாளர் கவனிக்கும் போது, குரல் தீவிரம், ஊக்கம், உணர்ச்சி சாயல்கள், இயற்கை இயக்கங்கள் மற்றும் பலவற்றிற்கு கவனம் செலுத்துங்கள்.
5. **ஒற்றுணர்வு:** பேச்சாளரை சௌகரியமாக வைத்து அவர் கருத்தோடு உங்கள் கருத்தை ஒத்துபோக வையுங்கள். பேச்சாளர் நீங்கள் புரிந்துகொள்ள விரும்புவதைக் காட்டிலும் என்ன சொல்ல விரும்புகிறீர்கள் என்பதை நன்கு புரிந்துகொள்ள இது உதவும். திறம்பட பேசுவதும், அதன் நோக்கத்தை நிறைவேற்றுவதும், பேச்சாளர் பார்வையாளரின் பார்வையில் இருந்து கவனிப்பவர் புரிந்துகொள்வது முக்கியம்.
6. **மதிப்பீடு செய்வதற்கு முன் கவனித்தல்:** முன்கூட்டியே முடிவுகளை எடுப்பது இல்லாமல் யாராவது சொல்வதைக் கவனிப்பது முன்கூட்டியே தீர்ப்பு எடுக்க பயனுள்ளதாக அமையும். பேச்சாளர் என்ன சொல்ல வருகிறார் என்பதைப் பொறுமையாகக் கேளுங்கள். அவர் சொல்வதை முடிக்க அவருக்கு நேரம் கொடுங்கள். பேச்சாளரைக் கேள்வியின்றி விசாரிப்பது அல்லது ஆலோசனையை வழங்குவதன் மூலமே கேள்வி கவனிப்பதுன் மூலம், பேச்சாளர்

மனதில் என்ன இருக்கிறது, அவர் எதை பேசுகிறார் என்பதை கனிக்க வேண்டும்.

7. **குறிப்பு எடுத்தல்:** பல வல்லுநர்கள் கவனிக்கும் செயல்முறையின் செயல்திறனை மேம்படுத்துவதற்கு குறிப்பு எடுத்தல் ஒரு முக்கியமான செயல்முறையாக அறிஞர்கள் கூறுகிறார்கள். கவனிப்பவரின் கவனிப்பை மேம்படுத்துவதோடு மட்டுமல்லாமல், அவரைப் பற்றிய தகவல்களையும் பதிவு செய்ய உதவுகிறது. கூடுதலாக, பேச்சாளரைப் பார்க்கும்போது அவருடைய கேட்போர் குறிப்புகளை எடுத்துக்கொள்வதற்கு போதுமான ஆர்வம் காட்டும் போது அது அவருக்கு நம்பிக்கையைத் தருகிறது, மேலும் அவர் பேசுவதற்கு அவரை உந்துவிக்கிறது.
8. **மறுஉறுமொழி:** மறுஉறுமொழி என்பது வெறுமனே உங்கள் சொந்த வார்த்தைகளில் மற்றொரு நபர் என்ன சொல்கிறோ அதையே செல்வது இது இரண்டு நோக்கத்திற்கு உதவும். முதலில், கேட்போர் கவனமாகக் கேட்டார்களா என்பதைச் சரிபார்க்க ஒரு கட்டுப்பாட்டு சாதனமாக செயல்படுகிறது. இரண்டாவதாக, அது என்ன கூறுகிறது என்பதை மறுபரிசீலனை துல்லியமாக சரிபார்க்கப்பட்டுவிட்டதா என்பதை மறுபரிசீலனை செய்ய உதவுகிறது. பேச்சாளருக்கு அதை கொடுப்பதன் மூலம், கேட்போர் அவரை புரிந்துகொள்ளுதலின் துல்லியத்தை சரிபார்க்கிறார். “பரப்பிரசிங்”கத்திற்கு சிறந்த வழி, மற்றவர் என்ன சொல்கிறார் என்பதைக் கவனமாகக் கேட்க வேண்டும். கவனிப்பவரின் உருவகத்தை பழக்கப்படுத்துவது முக்கியம்.
9. **மெய்ப்பாடுகள்:** கேட்போர் நேர்மறையான மெய்ப்பாடுகள் ஒன்றைப் பராமரிக்க வேண்டும் - பேச்சாளரின் ஒரு நேர்மையான தோற்றம், கண் தொடர்பு. ஒரு நேர்மையான சைகையை கேட்போருக்கு நுட்பமான அறிவு வேண்டும். அதே சமயம், கவனிப்பவர் சிறிது முன்னேறினால், கவனிப்பவர் என்ன பேசுகிறார் என்பதை தொடர்ச்சியான இயக்கங்கள், தொடர்ந்து இயங்கிக்கொண்டே இருப்பதால், கவனிப்பவரில் ஒரு பகுதியினரின் ஆர்வம் குறையக்கூடும், மேலும் இது பேச்சாளர் ஊக்குவிக்காமல் இருக்கலாம்.

குறிப்புகள்

3.4.2 கவனிக்கும் திறனுக்கான பத்து கட்டளைகள்

நல்ல கவனிப்புக்கு சில நன்கு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட அத்தியாவசியங்கள் உள்ளன. மேலும் குறிப்பாக, பத்து கட்டளைகள் உள்ளன, இது சாதாரண எழுத்தாளருக்கு கொடுக்கப்பட்ட கட்டளைகள்.

இந்த பத்து கட்டளைகள் பின்வருமாறு:

- **பேச்சை நிறுத்து:** நல்ல கவனிப்புக்கு முதல் கட்டளை பேச்சை நிறுத்துவதில் உள்ளது. ஒரே நேரத்தில் பேசுவதும் கவனமாகக் கவனிப்பதும் இருக்க முடியாது. பேச்சாளர் தொடர்ந்து உரையாட முடியாவிட்டால், பேச்சாளர் பேசுவார்த்தை தொடர்ந்தால் பேசுவதை நிறுத்த, கேட்கத் தொடங்குங்கள்.

குறிப்புகள்

- **பேச்சாளரை சொளகரியமாக வையுங்கள்:** பேச்சாளர் உண்மையிலேயே தனது எண்ணங்களை ஒழுங்கமைக்கலாம் மற்றும் அவற்றை எளிதில் சுமந்துகொள்வதற்கு மட்டுமே அர்த்தமுள்ளதாக சொற்களால் பேச முடியும். உட்கார்ந்து பேச்சாளருக்கு திருப்புதல், கவனித்தல் போன்ற பல நேர்மறையான சமிக்ஞைகளை கவனிப்பவர் செய்கிறார்.
- **நீங்கள் கேட்க விரும்புவதைக் காண்பியுங்கள்:** கவனிப்பவரின் பகுதியிலுள்ள ஒரு நேர்மறையான அணுகுமுறை இது. கேட்போர் தயாராக இருப்பதை குறிக்க வேண்டும். கவனிப்பவரின் கவனத்தை கவனித்து, தகவல்தொடர்பாளர் தெரிவிக்க விரும்பும் செய்தியைப் பெற ஆர்வமுடன் உள்ளதை தெரியப்படுத்த வேண்டும். சரியான உடலின் இயக்கம், சரியான சைகை அல்லது பேனா மற்றும் குறிப்பேடு தயார் செய்வதன் மூலம் இது காட்டப்படலாம்.
- **கவனச்சிதறல்களை நீக்கு:** கவனச்சிதறல்கள் இருந்தால் அனுப்புநர் மற்றும் பெறுநருக்கு இடையேயான தொடர்பு முன்னேற முடியாது. பேச்சாளர் ஆர்வமுள்ளவராக இருந்தால், தகவலை கேட்க ஆர்வத்தைக் காட்ட வேண்டும். கவனிப்பவரின் தூண்டுதல்களை அகற்ற வேண்டும், கதவை மூடுவது போன்றவை, கைபேசியை அணைத்து, பொருள்களை அகற்றி பேச்சாளர் மற்றும் கவனிப்பவருக்கு இடையில் வைக்கப்பட வேண்டும், அதனால் இயற்கை இயக்கங்கள் கவனிக்கப்படலாம்.
- **பேச்சாளருடன் பரிதாபப்படுதல்:** திறம்பட்ட கவனிப்புக்கு ஒரு முக்கிய காரணம், கேட்போர் சமத்துவம் அல்லது சரியான புரிதலைக் காட்ட வேண்டும். பேச்சாளர் சரியானவராக இல்லாமல் குறைபாடுகள் இருக்கலாம். பேச்சாளரிடம் கவனிப்பவர் தன்னை தாமே முழுமையாக அடிபணிய செய்ய கற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.
- **பொறுமையாக இருங்கள்:** இது நல்ல கவனிப்புக்கு ஒரு முக்கியமான பண்பு. கேட்போர் கவனத்துடனும் பொருமையாகவும் இருக்க வேண்டும். பேச்சாளர் அவர் பேச்சை முடிக்கும் வரை காத்திருக்க வேண்டும். இடையூறுகள், இழிவான கருத்துக்கள், திசைதிருப்பக்கூடிய கருத்துக்கள் மற்றும் திசைதிருப்பக்கூடிய சைகைகளைத் தவிர்க்க வேண்டும். ஒவ்வொரு பேச்சாளரும் சிந்தனைப் பயிற்சியினைக் கொண்டிருப்பார், பார்வையாளரின் சைகைகள் பேச்சாளரிடம் உள்ள பொறுமை, பேச்சுத் திறனைத் தொந்தரவு செய்யக்கூடும்.
- **உங்கள் மனநிலையைத் தக்க வைத்துக் கொள்ளுங்கள்:** சரியான குணம்சம் சரியான குணம்சத்திற்கும் அழைப்பு விடுக்கிறது. பேச்சாளர் வெளிப்படுத்துவது என்ன என்பதைப் புரிந்து கொள்ளாவிட்டால் பேச்சாளர் உண்மையிலேயே தவறு என்று தீர்மானிப்பார். அது கவனிப்பவருக்கு உடனடி எதிர்வினையை செய்ய தூண்டும்.

- **வாக்குவாதம் மற்றும் விமர்சனத்திலிருந்து விலகி இருக்க வேண்டும்:** இது ஒரு அசாதாரண நடவடிக்கையல்ல பேச்சாளர் ஒரு வாதத்தை எடுக்கும்போது பல சந்தர்ப்பங்களில் கவனிப்பவர் பேச்சாளரை சவால் செய்ய முயற்சி செய்கிறார் மற்றும் அவரை விமர்சிக்கிறார். இத்தகைய வாதங்கள் அல்லது விமர்சனங்கள் எந்தவொரு தகவலையும் தொடர்புபடுத்த விடாது.

குறிப்புகள்

3.4.3 பேச்சாளரின் முயற்சிகள்

தகவல்தொடர்பு பேச்சாளர் மற்றும் கவனிப்பவருக்குமிடையே ஒரு இரு வழி செயல்முறை என்பதால், தகவல்தொடர்பு செயல்முறையை மேம்படுத்தப்படுகிறது. பேச்சாளரும் கவனிப்பவரின் கவனிக்கும் செய்தியை, கவனிக்கும் வழியை பேச்சாளர் பாதிக்க செல்வார். பேச்சாளர் தன் பேச்சை கவனிப்பவர் தன்னை திறம்பட பேசுவதற்கு உதவுவதற்கு சில வழிகாட்டுதல்கள் பின்வரும்வை.

பேச்சாளர் சிந்தனை மற்றும் நோக்கம் பற்றி தெளிவாக தெரிந்திருக்க வேண்டும், அதாவது, அவர் பார்வையாளர்களிடம் பேசுவதைப் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும்.

பேச்சாளர் கவனிப்பவரின் கவனத்தை ஈர்க்கும், உற்சாகமூட்டும், ஊக்கமளிக்கும் முறையில் ஒரு செய்தியைத் தெரிவிக்க வேண்டும்.

பேச்சாளர் கவனிப்பவர்களுடன் சமாதானமாக இருக்க முயற்சி செய்ய வேண்டும். அவர் தமது நிலைப்பாட்டில் தன்னை கற்பனை செய்து பார்க்க வேண்டும், கேட்போர் அவருடைய செய்தியைப் புரிந்துகொள்வார்களா அல்லது அவர்கள் சலிப்படையும்போது அல்லது குழப்பிவிட்டால் அவருக்கு இது தெரியவரும்.

பேச்சாளர் பார்வையாளர்களின் கவனத்தை தக்கவைத்துக் கொள்வதற்காக அவரது பேச்சுவார்த்தையை மாற்றியமைக்க வேண்டும். இல்லையேல் கவனிப்பவர்களை மந்தமாக இருக்க தூண்டலாம்.

3.5 பணி இடங்களில் கவன திறமைகள்

நாம் ஏற்கனவே பார்த்ததைப் போல நல்ல கவனிக்கும் திறன் வளர்க்கப்பட வேண்டிய ஒரு கலை. நன்கு கவனிக்கும் ஒருவர் பேச்சாளர் வெளிப்பட வேண்டிய விடங்களை நன்கு கவனித்துக்கொள்கிறார். பேச்சாளர் வெளிப்படையாக பேசுவதைக் காட்டிலும் மிகச் சிறப்பாகப் பழகுவதை ஒரு நல்ல கவனிப்பவர் அறிவார். ஒரு நல்ல கவனிக்கும் திறனுள்ளவர் பேச்சாளரை எப்படி அறிவுறுத்துவது, ஊக்கப்படுத்துவது, இணங்குவது, மற்றவருக்கு என்ன சொல்வது அல்லது எதை சொல்லாமல் விட வேண்டும் அல்லது குறுக்கிட முடியாது என்பது தெரியும். சில நேரங்களில், பேச்சாளர் சிந்தனை மற்றும் வெளிப்பாடு ஆகியவற்றில் ஒத்துழைக்கவோ, வெளிப்படையாகவோ, நன்கு ஒழுங்கமைக்கவோ முடியாமல் இருக்கலாம், ஆனால் ஒரு எண்ணத்தைத் தெரிவிக்கும்போது சரியான வார்த்தைகளைத் திசைதிருப்ப முடியாமல் போகலாம் இருப்பினும், ஒரு நன்கு கவனிக்கும் திறன்கொண்ட ஒருவர் அத்தகைய பேச்சாளரை எளிதில் அணுகுவார், செய்தி

முழுவதையும் முழுவதுமாகவும் தெளிவாகவும் பெற உதவுகிறார். இதனால் நன்கு கவனிப்பவருக்கு எந்தவித பயனும் இல்லை, கவனிப்பதில் சரியான குணம் வளர ஒரு நல்ல அணுகுமுறை பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

குறிப்புகள்

பல்வேறு மட்டங்களில் கவனிப்பதுற்கேற்ப திறன்களை அபிவிருத்தி செய்வது வணிக வெற்றிக்கு மிகவும் அவசியமாகும். முன்னர் பார்த்திருப்பதைப் போல, ஒவ்வொரு வியாபார நிறுவனமும் அதன் பங்குதாரர்களாக உள்ளவரிடமும், மேலும் நிறுவனமும் பங்குதாரர்களுக்கிடையேயும், வணிகத்துடன் தொடர்புடைய பல்வேறு குழுக்களுக்கிடையில் எல்லா நேரத்திலும் தொடர்பு உள்ளது. நிறுவனத்திற்குள்ளான தகவல்தொடர்பு நோக்கமாக இருந்தால், மக்கள் கவனத்துடன் ஒருவருக்கொருவர் கேட்க வேண்டும். கேட்காமல் இருப்பது, பெரும்பாலும் பொதுவான கவனத்தை ஈர்க்கிறது. கவனிப்பதுற்கேற்ப திறன்களை அபிவிருத்தி செய்வதில் முற்போக்கு அமைப்புக்கள் மக்களை ஊக்குவிக்கின்றன.

நாம் ஒரு தகவல் சகாப்தத்தில் நுழைந்துள்ளோம், நவீனகால அமைப்புகளை தகவல் செயலாக்க அலகுகளாக விவரிக்கிறோம். வாடிக்கையாளர்களுடனும் மற்ற ஆர்வமுள்ள கட்சிகளுடனும் பகிர்ந்து கொள்ள வேண்டிய அவசியம் ஏற்படுகிறது. இதேபோல் இன்றைய தொழிலாளி “அறிவுத் தொழிலாளி” என விவரிக்கப்படுகிறார். மக்கள் தங்களுடைய திறன்களையும் அறிவையும் தொடர்ந்து மேம்படுத்துவதுடன், அவர்கள் தொடர்புபட்ட வணிக அல்லது தொழிலாளர் இருப்பின் வாசிப்பு மற்றும் அறிவு மேம்பாட்டிற்கான வாசிப்பு சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி ஒரு முக்கிய ஆதாரமாக இருக்கும்போது, கவனிக்கும் செயல்திறன் குறிப்பிடத்தக்க பங்களிப்பை அளிக்கலாம்.

வங்கி மற்றும் நிதி சேவைகள் போன்ற இந்த அமைப்புகளில் சேவைத் தொழில்கள் முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன. இந்த அமைப்புகளில், தொழில்கள் நபர்க்கு-நபர் தொடர்புகளின் போது தயாரிப்புகள் விற்பனையாகும் வாடிக்கையாக்கு சேவைகளின் மூலம் வழங்கப்படுகின்றன. பெரும்பாலும், தயாரிப்பு தரநிலையாக்கப்படவில்லையானால் வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கும் அவர்களுக்கு பதிலளிக்கவும் குறிப்பிட்ட தேவைகளுக்கு வழிவகை செய்யாது அதற்கு இந்த நிறுவனங்கள் தொடர்ந்து முயற்சிகள் எடுக்கின்றன. மதிப்பு கூட்டப்பட்ட சேவைகளை வழங்க ஒவ்வொரு வியாபாரத்திலும் பெருகிய கவலை உள்ளது. பொருள் விற்கும் இடம், மற்றும் விற்பனைப் படை, வாடிக்கையாளர் தொடர்புகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் புரிந்துகொண்டு அவர்களின் தேவையை கேட்க வேண்டும். இது சம்பந்தமாக ஒரு முயற்சியை மேற்கொள்வதற்கான நிறுவனங்களே “வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பத்தை நிறைவேற்றும் என விவரிக்கப்படுகின்றன. வாடிக்கையாளர்களிடத்தில் கலந்துரையாடுவதில் கவனம் செலுத்துகின்ற நடத்தைத் திறன்களும் மனோபாவங்களும் கடந்த காலத்தைவிட இன்று மிகவும் பொருத்தமானவை. சேவை வழங்குநர்கள் இந்த குழுக்களுக்கு பயிற்சி நிகழ்ச்சிகள் பல்வேறு தொடர்பாடல் திறன்களை கவனித்தல் போன்றதில் கவனம் செலுத்துகின்றன.

வாடிக்கையாளர் புகார்கள் மற்றும் பணியாளர் குறைகளை கையாள்வதில், குறிப்பாக கருத்து வேறுபாடுகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள்

மற்றும் ஊழியர்களிடமிருந்து பரிந்துரைகளை கோரும் போது, நல்ல கவனிக்கும் திறன்கள் குறிப்பாக பொருத்தமானவை. அதிகாரம் உள்ள மக்கள் எதிர்வரும் ஆலோசனைகளையும் காதுகொடுத்து கேட்க வேண்டும். இன்று வாடிக்கையாளர்கள் அவர்கள் கவனிப்பதை கொடுக்க ஒரு நிறுவனம் உறுதி செய்ய வேண்டியிருக்கும். அவர்கள் ஒரு புகாரைக் கொண்டு வந்தால், குறைந்தபட்சம், காதுகொடுத்து கவனிக்கும் அளவுக்காவது இருக்க வேண்டும் என்பதாகும். பெரும்பாலும் அதிக நிறுவனங்களில் கூட்டங்கள் மற்றும் கலந்தாய்வுகளில் வணிக சம்பந்தமான பிரச்சனைகள் விவாதிக்கப்பட்டு நிவர்த்தி செய்யப்படுகின்றன.

தேவைகளை கவனிப்பது

எந்தவொரு வியாபாரத்திற்கும் வாடிக்கையாளர்கள் பங்குதாரர்களின் ஒரு முக்கிய பகுதியாக உள்ளனர் அவர்களின் தேவைகளை கேட்டு அதையே கொடுப்பதுதான் எந்தவொரு வணிகத்தின் நோக்கமாகும். வாடிக்கையாளர்கள் இல்லாதபட்சத்தில், எந்த வியாபாரமும் இருக்க முடியாது. வாடிக்கையாளர்களின் முக்கியத்துவம் ஒரு போட்டி சூழலில் மேலும் உற்சாகப்படுத்தப்படுகிறது. பொருட்கள் உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் சேவை வழங்குநர்கள் வாடிக்கையாளர்களைத் தேடும் மற்றும் தக்கவைத்துக்கொள்ள தொடர்ச்சியான முயற்சிகள் செய்ய வேண்டும். வங்கிகள் போன்ற சேவை நிறுவனங்கள், வாடிக்கையாளர்களின் கிளை அலுவலகங்கள் மற்றும் அலுவலகங்களைப் பார்வையிட்டு சேவையை வழங்க வேண்டும். அத்தகைய தொழில்களில், சேவைகள் நேரடியாக வழங்கப்படுகின்றன. சேவை வழங்குதல் நபர்-க்கு-நபர் தொடர்பு மூலம் நடைபெறுகிறது. வாடிக்கையாளர்களுடனான அத்தகைய பரஸ்பர பரிமாற்றத்தின் போது, நேரடியாகவோ அல்லது தொலைபேசியிலோ, கவனமாகக் கவனிப்பது முக்கியமானது. தனி அறையில் மேலாளர், தொலைபேசி அழைப்பைப் பெற்றுக் கொண்ட அதிகாரி மற்றும் எதிர்வரும் ஊழியர்கள், உண்மையில் ஒவ்வொருவரும் வாடிக்கையாளரை கவனமாக கேட்க வேண்டும்.

கவனிப்பது நல்லது, நல்ல சேவை வழங்குநர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நல்ல சேவையை அளிப்பார்கள் தவறான கேட்போர் பெரும்பாலும் தோல்வி அடைவார்கள் திருப்திகரமான சேவை வழங்குவதை உறுதிப்படுத்துவது எந்தவொரு வியாபாரத்திற்கும் நல்லது. அது ஒரு வேண்டுகோள், புகார், அல்லது ஆலோசனை ஆலோசனையாகவோ இலுக்கலாம் எதுவாயினும், வாடிக்கையாளரைக் கவனிப்பது அவசியம். கவனிப்பது சுறுசுறுப்பாகவும் நோக்கமுடையதாய் இல்லாவிட்டால், வாடிக்கையாளருக்குப் பதில் பயனளிக்காது. பெரும்பாலும் சேவை வாடிக்கையாளர்கள் கேட்க மற்றும் பதில் பதிலளிக்க முடியாவிட்டால் வாடிக்கையாளர்கள் அதிருப்தி அடைவார்கள். வாடிக்கையாளர் பேசும் போது, சேவை வழங்குநர் பொறுமை மற்றும் கவனிப்புடன் கேட்க வேண்டும். வாடிக்கையாளர்களின் எரிச்சலையும் வாடிக்கையாளர் புகார்களையும் பொருட்படுத்தாமல் கவனிக்கும் முடிவுகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிருப்தி அளிக்கும். சமீபத்திய ஆண்டுகளில், வணிக நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் அழைப்புகளை பெற அழைப்பு மையங்கள் அமைக்கின்றன, ஆனால் அவை வெளிச்செல்லும் அழைப்பு

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மையமாகக் கொண்டு செய்யப்படுகின்றன. “கால் சென்டரில்” (அழைப்பு மையம்) பணிபுரியும் ஊழியர்கள் முழு நேரமும் பணியாற்றுவதல், மற்றும் அழைப்புகளைச் செய்வது, பணிமுடிந்த பிறகும் அதிக நேரம் வேலை செய்வது போன்ற சூழலில், கவனமாக கேட்டு அழைப்பு மையங்களில் பணிபுரிய வேண்டும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

5. கவனிப்பவரின் திறமைகளை வளர்த்துக் கொள்ள இரண்டு முக்கியமான வழிமுறைகளை குறிப்பிடுங்கள்.
6. எந்த வகையான சைகை மொழியில் அல்லது மெய்ப்பாடுகளுடன் கவனிப்பவர் பேச்சைக் கேட்க வேண்டும்?

3.6 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய

இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. திறமையாக கவனிப்பது ஒலிகளை பகுப்பாய்வு செய்வது, அவற்றை அங்கீகரிக்கக்கூடிய வடிவங்களாக ஒழுங்குபடுத்துதல், வடிவங்களைப் புரிந்துகொள்வது, அர்த்தத்தைத் தூண்டுவதன் மூலம் செய்தியை புரிந்துகொள்வது.
2. கேட்டல் என்பது உடலியல் செயல்முறை ஆகும், இது ஒலி அலைகள் மூலம் ஒலி அலைகளைப் பெறுவதோடு, அவற்றை மூளைக்கு மாற்றும்.
3. இரண்டு பொதுவான குறைந்த கவனிப்பு பழக்கங்கள் கவனக்குறைவு மற்றும் போலித்தனம்.
4. கவனிக்கும் இரண்டு பொதுவான இயற்கை தடைகள் இரைச்சல் மற்றும் மோசமான ஒலியியல்.
5. கவனிப்பவரின் திறமைகளை வளர்த்துக் கொள்ள இரண்டு முக்கிய வழிமுறைகள் அறிவு நுட்பம் மற்றும் தயாரிப்பு ஆகும்.
6. கேட்போர் ஒரு நேர்மறையான மெய்ப்பாடு காட்ட வேண்டும். பேச்சாளருடன் ஒரு நேர்மையான தோற்றம் மற்றும் கண் தொடர்பு கொள்ளவேண்டும்.

3.7 சுருக்கம்

- பயனுள்ள கேட்டல் என்பது ஒலிகளை பகுப்பாய்வு செய்யும் செயல்முறையாகும், அவற்றை அடையாளம் காணக்கூடிய வடிவங்களாக ஒழுங்குபடுத்துதல், வடிவங்களைப் புரிந்துகொள்வது, அர்த்தத்தைத் தூண்டுவதன் மூலம் செய்தியை புரிந்துகொள்வது.
- கவனித்தலை கேட்டலுடன் குழப்ப கூடாது.

குறிப்புகள்

- கேட்டல்: கேட்டல் என்பது கவனிக்கும் செயல்பாட்டில் முதல் அத்தியாவசியமான படியாகும் மற்றும் உணர்ச்சி உணர்வைக் குறிக்கிறது.
- நினைவுகூறுதல்: நினைவூட்டும் ஒரு செயல்முறை தொடர்பானது, எதிர்கால நினைவுகூறுதலை நினைவகத்தில் சேமிக்கப்பட்ட செய்தி எளிதாக்கும்.
- பாரபட்சமாக கவனிப்பது: கேள்விகளைக் பாரபட்சமாக கவனிக்கும் பல்வேறு ஒலிகளுக்கு இடையில் உள்ள வேறுபாட்டை அடையாளம் காண்பது இதில் அடங்கும்.
- இரண்டு நாட்கள் கழித்து நாம் கவனிக்கும் ஒரு பகுதியை மட்டுமே நாம் நம் மனதில் வைத்திருக்கிறோம் என்பதை ஆராய்ச்சி காட்டுகிறது.
- கவனிப்பு திறமையின்மை அமைப்புக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.
- உங்கள் கவனிப்பு பழக்கங்களை மேம்படுத்துவதன் மூலம், குறைவான கவனிப்பு பழக்கங்களைக் கண்டறிந்து அவற்றை மாற்றுவதற்காக அதன் மீது உழைக்கலாம்.
- சத்தம், மோசமான ஒலியியல், இயந்திர சாதனங்களை தவறாக பயன்படுத்துதல், அடிக்கடி குறுக்கீடு செய்தல் மற்றும் சங்கடமான இருக்கை ஏற்பாடுகள், இயற்கைரீதியான தடைகள் ஆகும்.
- பேச்சாளர் மற்றும் கேட்போர் இருவரும் தொடர்பு செயல்முறையில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றனர். மக்கள் தொடர்பான தடைகள் உடலியல் மற்றும் உளவியல் என இரண்டு தடைகள் இருக்கின்றது.
- பேச்சாளரின், கவனிப்பவர்களிடமும் அதேபோல் மற்றவர்களிடமிருந்தும் பயனுள்ள கேள்விகளைக் கவனிப்பது தடைகளை அகற்றுவதற்கான செயல்முறை முயற்சிகளுக்கு பயனுள்ள கேட்டல் அவசியம்.
- தகவல்தொடர்பு ஒரு இரு வழி செயல்முறை என்பதால், தகவல்தொடர்பு செயல்முறையை மேம்படுத்துவது என்பது கவனிப்பவருக்கு மட்டுமல்ல, பேச்சாளர்களிடமும் உள்ளது.

3.8 முக்கிய வார்த்தைகள்

- கவனித்தல்: கவனித்தல் என்பது உரையாடல் மற்றும் (சில நேரங்களில் பேசப்படாத சைகை செய்திகளைப் பெறுவதும், பதிலளிப்பதிலும் உள்ள செயலாகும்.
- கேட்டல்: ஒலியை கவனிக்கும் செயல்பாடு அல்லது சக்தி என்பதை குறிக்கிறது குறிப்பாக: இரைச்சல் மற்றும் ஒலியின் தூண்டுதலால் பெறப்பட்ட சிறப்பு உணர்வு.
- ஒலி: ஒலியியல் ஒலி அல்லது கவனிக்கும் உணர்வு தொடர்பான எதையும் குறிக்கிறது.

3.9 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறிப்புகள்

குறு வினாக்கள்

1. கேட்டலுக்கும் கவனித்தலுக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு.
2. கவனிக்கும் விதங்களை சுருக்கமாக விளக்குங்கள்.
3. கவனிக்கும் பணியில் என்னென்ன படிக்க உள்லான?
4. திறம்பட கற்றலில் உள்ள இயற்கை தடைகள் யாவை?

பெரு வினாக்கள்

1. சிறந்த கவனித்தல் எது? நிறுவன தகவல்தொடர்புக்கான சிறப்பு குறிப்புகளுடன் அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்.
2. சிறந்த கவனித்தலின் பல்வேறு கட்டங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. திறமையாக கேட்டலில் உள்ள தடைகளை விளக்குங்கள்.
4. கவனிக்கும் திறமைகளை மேம்படுத்துவதற்கான பல்வேறு நடவடிக்கைகளை விவரிப்புகள்.

3.10 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 4 தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 4.0 முன்னுரை
- 4.1 நோக்கங்கள்
- 4.2 மொழியும் தொடர்பாடலும்
 - 4.2.1 மொழி: தொடர்பாடல் ஒரு நடுத்தர ஊடகம்
 - 4.2.2 எழுதப்பட்ட தொடர்பாடல்
- 4.3 எழுதுதலின் பொது கோட்பாடுகள்
 - 4.3.1 எழுதும் திறன்களை மேம்படுத்துதல்
 - 4.3.2 அவசியமான உடை நடத்தை
 - 4.3.3 தவிர்க்கப்பட வேண்டிய கருத்துகள் மற்றும் சொற்கள்
 - 4.3.4 இலக்கணமும் அதன் பயன்பாடும்
 - 4.3.5 பத்திகள் மற்றும் வாக்கியங்கள்
 - 4.3.6 சொற்கள் தேர்வு
- 4.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 4.5 சுருக்கம்
- 4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 4.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 4.8 மேலும் படிக்க

4.0 முன்னுரை

தகவல்தொடர்பில் மொழி ஒரு தவிர்க்க முடியாத பகுதியாகும். மொழியின் மீது நல்ல சொற்களை தெறிவு செய்யும் திறமை வேண்டும், சரியான சுருதி மற்றும் நல்ல எண்ணங்கள் சிறந்த தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும்., ஒரு நபர் தனது கருத்துக்களையும், எண்ணங்களையும் வெளிப்படுத்த மொழிப் பயன்முறை, பயன்படுத்துவதற்கான திறன் தெளிவான தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு உதவுகிறார். ஒரு நல்ல தகவல்தொடர்பு ஏற்படுத்த மொழி மிகவும் முக்கியம். ஒரு நபர் சரியாக வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்த தெரிந்தால் அவர் எவருடனும் தகவல்தொடர்பு கொள்ளலாம். தனிநபர்களுடன் மட்டுமல்லாமல், துறைகள் முழுவதும் நல்ல தொடர்பை உருவாக்குவதற்கு மொழி அவசியம்.

4.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- தகவல்தொடர்புக்கு மொழி ஒரு ஊடகம் என்பது பற்றி விவாதிக்கவும்
- எழுத்து வடிவத்தின் கொள்கைகளை விவரிக்கவும்

குறிப்புகள்

- எழுத்து திறன்களை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகளை விளக்குங்கள்
- எழுத்து வடிவத்தின் நல்ல பாணியின் அத்தியாவசியங்களை ஆராயுங்கள்
- தவிர்க்கப்பட வேண்டிய வார்த்தைகள் மற்றும் வெளிப்பாடுகளை நினைவுபடுத்தவும்
- இலக்கணமும் அதன் பயன்பாடும் குறித்து விவாதிக்கவும்

4.2 மொழி மற்றும் தொடர்பாடல்

ஒரு மொழி பேசும் சமூகத்தின் ஒத்துழைப்புடன் பயன்படுத்தக்கூடிய ஒற்றுமை, குரல் சின்னங்களின் இயல்பான விளக்கம் என்று மொழியியலாளர்கள் ஒரு மொழியைக் காண்கிறார்கள். ஒரு மொழி பேசும் சமூகத்தின் ஒத்துழைப்புடன் கூடிய ஒற்றுமை சின்னங்கள் ஒரு பகிர்வுக்குரிய பொருளைக் குறிக்கும் மொழியாக வேறு ஒரு அறிவியலாளரால் வரையறுக்கப்படுகிறது. இது ஒரு பகிர்வுக்குரிய பொருளைக் குறிக்கும் ஒரு குறியீட்டு முறையாகும் (Gamble & Gamble 1987: 100). இந்த குறியீடுகள் அல்லது அறிகுறிகள் வார்த்தைகளாக அறியப்படுகின்றன. ஒருவரின் மொழித் திறமைகள் பெரும்பாலும் தங்கள் வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துகின்ற விதத்தில் தங்கியிருக்கிறது. பெரும்பாலான நேரங்களில், மொழியைப் பயன்படுத்துவதற்கான திறனை நாம் எடுத்துக்கொள்கிறோம். உதாரணமாக, நீங்கள் சரியான வார்த்தைகளை கண்டுபிடிப்பதில் சிக்கல் இருக்கும் ஒரு சூழ்நிலை எழுந்தால், அது நம் வாழ்வில் எடுக்கும் முடிவு நிலையை நாம் அரிதாகவே அங்கீகரிக்கிறோம். நாம் வெளிப்படுத்துங்கள் அர்த்தங்களை மற்றவர்கள் தவறாக புரிந்து கொள்ளும்போது நடக்கிறது.

4.2.1 மொழி: ஒரு தகவல்தொடர்பு ஊடகம்

மனிதகுல குடியேற்றங்கள் ஆரம்பித்த போது, விலங்குகளை பழக்கி, ஒரு சமூகத்தில் வாழ ஆரம்பித்தபின்னர், அவர்கள் வெவ்வேறு விதமான பேச்சு வார்த்தைகளை பயன்படுத்தி ஒருவரோடு ஒருவர் தொடர்புகொள்வதற்கான வழியை கண்டுபிடித்தனர். இவ்வாறு ஒரு மொழி பிறந்தது, அது பின்னர் எண்ணங்கள், கருத்தியல் மற்றும் வெளிப்பாடுகளை வெளிப்படுத்தும் ஒரு கருவியாக மாறியது. கிராமங்கள் மற்றும் நகரங்களைப் போன்ற சமூக சக்திகள், மொழிகளுக்கான தகவலை விரைவாக மேம்படுத்துவதற்கான சூழ்நிலைக்கு சாதகமான சூழ்நிலையை உருவாக்கியது.

பாரம்பரியம் ஏற்கெனவே கூறியிருப்பதைப் பதிவு செய்ய வேண்டிய அவசியத்தை வரைமுறை செய்து வாய்மொழி தொடர்பாடலை தொடர்ந்தது. சமுதாயங்களின் சமூகங்கள், குடும்பங்கள், ஞானம் மற்றும் திறன்களின் பல்வேறு பதிவேடுகள் தலைமுறையிலிருந்து தலைமுறைகளாக மட்டுமே வாய்மொழியாக நிறைவேற்றப்பட்டன. இந்த வாய்வீச்சு பாரம்பரியத்தின் குறைபாடுகள், தகவல் மற்றும் அறிவைப் பொறுத்த வரையில், முழுமையடையாத அல்லது திரிக்கப்பட்ட அல்லது முற்றிலும் மறந்துவிட்டதாகக் கண்டறிந்திருந்தாலும்,

ஞாபகத்தில் இல்லை, எனவே பதிவுகளில் சேமித்து வைப்பதற்கு எழுதப்பட்ட வார்த்தையின் அவசியத்திற்கான பாதை அமைத்திருந்தது.

தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி

4.2.2 எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு

எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு என்பது எழுதப்பட்ட வார்த்தையைப் பயன்படுத்துவதற்கான ஒரு தகவல். ஒரு கடிதம், புத்தகம், கையேடு, செய்தித்தாள், அறிக்கை, அலுவலகம் ஒழுங்கு மற்றும் பயன்பாடு ஆகியவற்றின் உள்ளடக்கம். இதில் எழுதப்பட்ட சொற்களின் மூலம் தெரிவிக்கப்படுகிறது. பள்ளிகள், கல்லூரிகள், வேலை வாய்ப்புகள் அல்லது தங்கள் தனிப்பட்ட வாழ்க்கையில் எழுதப்பட்ட தொடர்பு தேவை. பெரும்பாலான வணிக நிறுவனங்களில் ஒரு முக்கிய அங்கமாகிவிட்டது.

ஆவணப்படுத்தப்படது எழுதப்பட்ட தகவலின் சிறந்த அம்சம். இது எந்த நேரத்திலும் ஆலோசனை பெற மதிப்பாய்வு செய்யப்படலாம். அவை எழுதப்பட்டவுடன் உண்மைகளை மறைக்கவோ அல்லது சிதைக்கவோ எந்தவொரு நோக்கமும் இல்லை. எனவே, எழுதப்பட்ட தகவல் தற்காலிகமானதல்ல, அனைவராலும் மறக்கமுடியாதது, இதுபோன்ற சீரான தன்மை அதே செய்தியை பரப்ப, புத்தகங்கள், நாவல்கள், அறிக்கைகள் போன்றவை உள்ளது. இது போன்ற நேரம் எடுத்துக்கொள்ளும் அல்லது முறையானதாக இல்லாமல் இருப்பது எழுதப்பட்ட தகவல்களின் சில தீமைகள், ஆனால் எழுதப்பட்ட படிவம் நம்பகமானது மற்றும் நம்பகமானதாக, இருப்பதால் அதன் குறைபாடுகளை புறக்கணிக்க வேண்டும்.

இது ஒரு விதமான சக்தியை அடையாளப்படுத்துகிறது. இந்த சக்தியை அடைய ஆயிரக்கணக்கான மனிதர்கள் முயற்சி செய்திருக்கிறார்கள். அறிவை மேம்படுத்துவதில் நினைவகத்தின் பாத்திரத்தை மாற்றுவதற்காக எழுதப்பட்ட கலை கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. புராணங்கள், பிரார்த்தனைகள் மற்றும் குடும்பத்தினர் அல்லது பழங்குடிப் பதிவுகள் ஓரளவு பராமரிக்கப்பட்டுள்ளன இருப்பினும் முந்தைய நாட்களில் அறிவைப் புரிந்துகொள்வது ஒரு திறமையான வேலை என்று கருதப்பட்டது.

எல்லாவற்றையும் ஒரு சித்திரக் குறியீடாகப் பிரதிநிதித்துவம் செய்யக்கூடிய நுண்ணறிவு எழுத்து கண்டுபிடிப்புக்கு வழிவகுத்தது. படங்களின் மூலம் வெளிப்படுத்தப்படுதல் முதன்முதலில் அசீரியாவில் 3500 கி.பி. 29 இல் களிமண் ஏட்டில் நடத்தப்பட்டது. ஒரு நிரந்தர பதிப்பாக சேவை செய்ய உலர்ந்த களி மண்ணில் பட வடிவத்தில் எழுத உளி போன்ற கருவியைக் கொண்டு வெட்டப்பட்டன. “கியூனஸ்” என்பது லத்தின் மொழியில் தோன்றிய ஒரு சொல்லாகும். எனவே, இந்த எழுத்து வடிவம் கியூனி.பார்ம் எழுத்து என அறியப்பட்டது. அடுத்து, எகிப்தில் ஹைலோக்னி.பஸ் (புனித எழுத்துமுறை) பயன்படுத்தப்பட்டது. இவை பாப்பிரஸ்ஸில் வரையப்பட்ட எழுத்து. எகிப்தில் இந்த சித்திர எழுத்துக்கள் கோயில்களுக்கு மட்டுமே பொருந்தும். ஹைலோக்னி.பஸ் (புனித எழுத்துமுறை) என்ற வார்த்தை இரண்டு கிரேக்க வார்த்தைகளில் இருந்து வந்தது, அதாவது “ஹைரோ” மற்றும் “கிளி.போ”, அவை முறையே புனிதமானது மற்றும் பொறிக்கப்பட்டுள்ளது என்பதாகும் எகிப்திய சாம்ராஜ்யம் அதன் எழுத்தாளர்கள் மற்றும் கோவில்களின்

குறிப்புகள்

கணக்குகளை பராமரிக்கும் எழுத்தாளர்கள் ஊக்குவித்தது. சுமேரிய க்யூனி. பார்ம் எழுத்து மற்றும் எகிப்திய ஹைரோக்ளி. ப்ஸ் ஆகியவை முந்தைய எழுத்து வடிவங்கள்.

குறிப்புகள்

அடுத்த கட்டத்தில், பட எழுத்து முறைமையில், கீற்றுகள் பொருளைப் பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகின்றன, அதாவது, ஒலிப்பு முறை, கிளி. ப்ஸ் பேசப்படும் சின்னங்களைக் குறிக்கின்றன. இது பல இலக்கங்களை உருவாக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான ஒலிகளைக் கொண்டிருக்கும் எழுத்துக்களை எளிதாக்குகிறது. இதனால் சுமேரிய முறைமை நூறு சின்னங்களைக் கொண்டது, அவற்றை கணினியுடன் ஒப்பிடும்போது ஆயிரக்கணக்கான அடையாளங்கள் இருந்தன. இந்த முறை ஒலிப்பு முறை எழுத்து முறை என அழைக்கப்படுகிறது.

எழுத்தின் புதிய வடிவம் எழுத்துக்களின் கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. பேசும் மொழியின் ஒவ்வொரு சப்தமும் ஒரு கடிதம் மூலம் குறிப்பிடப்படக்கூடிய சில நிறுவனங்களை மக்கள் கண்டுபிடித்துள்ளனர். யோசனை எழுதும்போது ஒப்பீட்டளவில் சில அறிகுறிகளை இணைப்பதுதான். 100 சின்னங்களிலிருந்து இப்போது மக்கள் சின்னங்களை இரண்டு டஜன் அல்லது அதற்கு மேல் குறைக்கிறார்கள். பல்வேறு வகையான நாகரிக எழுத்துக்கள் பல்வேறு நாகரிகங்களால் உருவாக்கப்பட்டது. பீனீசியன், கானானியர், எபிரெயர் போன்றவர்கள் தங்கள் எழுத்துக்களில் எந்த உயரத்தையும் பயன்படுத்தவில்லை. ஆனால் எல்லாவற்றிலிருந்தும் கிரேக்கர்கள் மிகவும் எளிமையான மற்றும் முறையான எழுத்துமுறை எழுத்துக்களை உயரத்துவதன் மூலம் உருவாக்கினர்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. “மொழி” வரையறுக்க.
2. எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு மூலம் நீங்கள் என்ன புரிந்து கொண்டீர்கள்?

4.3 எழுத்தின் பொது கோட்பாடுகள்

எழுதப்பட்ட செய்திகளை பின்வரும் பகுதிகளாக பிரிக்கலாம்:

- சொற்கள்
- வாக்கியம்
- பத்திகள்

எழுத்தின் அடிப்படை வார்த்தைகள். வார்த்தைகள் வாக்கியங்களை உருவாக்குவதோடு, வாக்கியங்கள் இணைக்கப்படுகின்றன. கூடுதலாக, பத்திகள் செய்தியை மொத்த தொனியை அமைக்க இணைக்கின்றன. எழுதப்பட்ட நியமங்கள் இந்த நான்கு கூறுகளுக்கு பொருந்தும்.

பின்வருவன, திறமையான எழுத்துக்களின் கொள்கைகள்:

1. எழுதும் தெளிவு: எழுதப்பட்ட செய்தி வாசகருக்கு தெளிவானதாகவும் புரிந்துகொள்ளத்தக்கதாகவும் இருக்க வேண்டும், இதன் ஒரு பகுதியாக

எழுத்தாளரின் சிந்தனை மற்றும் தெளிவு வெளிப்பாடு ஆகிய இரண்டும் தேவைப்படுகின்றன. செய்தியின் நோக்கம் பற்றி தெளிவுபடுத்துவதன் மூலமும் வாசகருக்கு தெரிவிக்கப்பட வேண்டியது என்னவென்று தெளிவாக அறிந்துகொள்வதன் மூலம், சிந்தனையின் தெளிவைப் பெற முடியும். எழுத்தாளர் எழுத்துகளை எழுதும் முன் தர்க்க ரீதியாக அவரது எண்ணங்களை ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும்.

வெளிப்பாட்டின் தெளிவை அடைய, செய்தி வரவேற்கப்பட வேண்டும், ஏனென்றால் குறியீடு தவறானது என்றால் செய்தி தவறுதலாக இருக்கலாம். வெளிப்பாட்டின் தெளிவு பின்வரும் வழிகளால் அடையப்படலாம்:

- (1) **எளிமையான வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும்:** குறுகிய மற்றும் எளிமையான சொற்கள் எளிதில் புரிந்துகொள்வதோடு தவறு இல்லாமல் பயன்படுத்தப்படலாம். சொல்லப்போனால், சொல்லகராதிகளில் பலவற்றை எழுதுவது சுவாரஸ்யமாக இருக்கிறது, ஆனால் ஒரு வாக்கியத்தில் பல நீண்ட வார்த்தைகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும். இவைகள் வாசகரை திசைதிருப்பதோடு, நன்மைகளை விட அதிக தீங்கு செய்கிறது. இதற்கு எழுத்தாளரின் அறிவாற்றல் அவசியம். ஒரு எழுத்து எழுதுவதற்கு பதிலாக எதை வெளிப்படுத்த வேண்டும் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும்.
- (2) **பழக்கமான சொற்களைப் பயன்படுத்தவும்:** எழுத்தாளர் அவருக்கு தெரிந்திருக்கும் வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும், மேலும் வாசகர்களுக்கு நன்கு தெரிந்திருக்க வேண்டும் இதற்காக, வாசகருக்கு பொருத்தமான வார்த்தைகளைத் தேர்ந்தெடுக்க நீங்கள் ஒரு நல்ல சொற்களையே தேர்வு செய்ய வேண்டும். அறிமுகமில்லாத வார்த்தைகள் தேவையற்ற முறையில் வாசகரை குழப்பமடையச் செய்கின்றன.
- (3) **குறுகிய வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்துக:** எழுத்தின் தெளிவு அதிகரிக்க, குறுகிய வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்துக. நீண்ட வாக்கியங்கள் குழப்பமடையக்கூடும், அநேக நேரங்களில் தவறாக புரிந்து கொள்ளப்படலாம். ஒரு வாக்கியத்தில் முப்பது வார்த்தைகளுக்கு மேல் இருந்தால், அதை பிரித்து விடுங்கள்.
- (4) **கடுமையான வெளிப்பாடுகள் மற்றும் தெளிவற்ற வெளிப்பாடுகளை பயன்படுத்த வேண்டாம்:** எழுதுகையில், திட்டவட்டமான மற்றும் குறிப்பிட்ட பொருளைக் கொண்ட வார்த்தைகளைத் தேர்வுசெய்யவும். தேர்வு செய்யப்பட்ட வார்த்தைகள் தெளிவற்றவையாக இருந்தால் படிப்பவர் தனது சொந்த விளக்கத்தைக் கொண்டு புரிந்துகொள்கின்றனர், இதனால் எழுத்தாளரின் எண்ணங்கள் படிப்பவருக்கு சென்றடைவதில்லை.
- (5) **புரியாத மற்றும் தேவையற்ற பயன்பாட்டை தவிர்க்கவும்:** “ஜர்கன்” ஒரு சிறப்பு குழுவில் தொடர்பு கொள்ள உறுப்பினர்கள் பயன்படுத்தும் தொழில்நுட்ப சொற்களஞ்சியத்தை குறிக்கிறது. உறுப்பினர்களின் விருப்பங்களை நன்கு தெரிந்து அதே சிறப்புக் குழுவில் தொடர்புகொள்வதற்கு ஜர்கன் பயன்படுத்தப்படுவது

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

சரியாக அமையும், எனவே அனைவருக்கும் புரிந்து கொள்ள முடியும். இருப்பினும், வாசகர் வேறொரு துறையில் இருந்து வந்தால், அவர் சொல்வதை தவறாக புரிந்துகொள்வது அல்லது அதை புரிந்து கொள்ள இயலாது. உதாரணமாக “வைரஸ்” என்ற வார்த்தை ஒரு மருத்துவர் மற்றும் கணினி வல்லுநருக்கு வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கொண்டுள்ளது. எனவே, குறிப்பாக வெளிப்புற குழுவினரை தொடர்புகொள்வதற்காக, “ஐர்கன்” பயன்படுத்துவதை தவிர்ப்பது நல்லது.



விளக்கப்படம் 4.1 ‘வைரஸ்’ என்ற வார்த்தை ஒரு டாக்டர் மற்றும் ஒரு கணினி நிபுணருக்கு வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கொண்டுள்ளது

(6) **வாக்கியங்களில் தெளிவற்றதைத் தவிர்க்கவும்:** ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பொருள் என்றால் ஒரு செய்தி தெளிவற்றது. உங்கள் செய்தியில் தெளிவற்ற வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்துவதை தவிர்க்கவும், இது வாசகரை குழப்பக்கூடும்.

2. முழுமை: வியாபார தகவல்தொடர்பில், உண்மைகளில் முழுமை முற்றிலும் அவசியம். எழுதப்பட்ட தகவலில் உடனடி கருத்து பொதுவாக சாத்தியமற்றது இது. தவறான முடிவு அல்லது தகவல்களின் இடைவெளிகளை ஏற்படுத்தும், பின்தொடர் கடிதத்தில் வீணாகப்போகின்ற நேரத்தில் முடிக்கப்படாத தகவலை விளைவிக்கலாம். ஒரு கடிதத்திற்கு பதில் அளித்தால், நீங்கள் எல்லா கேள்விகளுக்கும் பதிலளித்திருப்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். சில தகவலைக் கொடுக்கும் போது, முழுமையை உறுதி செய்ய ஐந்து நிலைகளை சரிபார்க்க வேண்டும் அதாவது, “யார், என்ன, எங்கே, எப்போது, ஏன்” என்ற அனைத்தையும் சரிபார்க்கவும்.

3. துல்லியம்: செய்தி துல்லியம் என்பது, என்ன கூறினார், எப்படி கூறினார், இவ்வாறு, செய்தி உள்ளடக்கத்தின் உண்மை விளக்கத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது, அதாவது செய்தியில் குறிப்பிட்டுள்ள உண்மைகளும் புள்ளிவிவரங்களும் மற்றும் செய்தியின் கால அளவின் அடிப்படையில், அந்த செய்தியை சரியான முறையில், சரியான நேரத்தில் தெரிவிக்க வேண்டும். எழுதப்பட்ட செய்தியின் நம்பகத்தன்மை அதன் துல்லியத்தையே சார்ந்துள்ளது. தகவல்களுடன் கூடிய ஆவணத்தின் அடிப்படையில் முக்கியமான முடிவுகள் எடுக்கப்படும் என்ற உண்மைகள் மற்றும் செய்திக்கான புள்ளிவிவரங்களின் துல்லிய தன்மையைப் சரிபார்த்துக் கொள்ளவும்.

4. பொருத்தமானதொனிமற்றும் மொழி: இது உள்ளடக்கங்களின் துல்லியம் மட்டுமல்ல, அவை எதனையும் எடுத்துக் கொள்ளும் அல்லது செய்தியை சேர்க்கும் வகையில் வெளிப்படுத்தப்படும். ஒரு செய்தியைத் தெரிவிக்கும் வார்த்தைகளால் உருவாக்கப்பட்ட உணர்வுகளை தொனியை குறிக்கிறது. வாய்வழி தொடர்பில் குரல் தொனிக்க வேண்டியது முக்கியமானது. எழுதப்பட்ட தகவல் பாணி வாசகரை பாதிக்கிறது. பொருத்தமான தொனியைத் தேர்ந்தெடுப்பது, வாசகர்களிடமும் எழுத்தாளருடனும் உறவினர்களுடனான உறவுமுறையுடனும் தொடர்புடையது. இந்த காரணிகள் செய்தியின் தன்மையின் அளவை தீர்மானிக்கின்றன. எழுத்தாளர் மற்றும் வாசகருக்கு இடையிலான நடைமுறை நிலைமையை பொறுத்து, செய்தி தொனி என்பது முறைசாரா, அரை-முறையான அல்லது கண்டிப்பான முறையானதாக இருக்க முடியும். வார்த்தைகளை தேர்வு செய்வது மொழி பொருத்தமானதா என பார்ப்பது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய சில சிக்கல்கள்:

- (1) **வட்டார சொற்கள் மற்றும் சொற்பிரயோகங்களைத் தவிர்க்கவும்:** சொற்பிரயோகங்கள் அதிகம் பயன்படுத்தினால் சலிப்பை ஏற்படுத்துகின்றது. அவர்கள் செய்தியின் தற்பண்பு மற்றும் புதுமையை எடுத்துக்கொள்ளும் உங்கள் செய்தியை அச்சுபடிவம் மற்றும் இயந்திர வடிவம் செய்வதன் மூலம் இதைத் தவிர்க்கவும்.

வட்டார சொல்/மொழி என்பது ஒரு மொழியியல் சொல்லின் ஒரு பகுதி அல்ல, இது ஒரு குறிப்பிட்ட சொல் அல்லது சொற்றொடராகும். இதன் இழிவான பயன்பாடு ஒரு உயர் மட்டத்திலான தகவலை பிரதிபலிக்கிறது இதை எழுதப்பட்ட வணிக தொடர்புகளில் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

- (2) **பாதுபாடு அல்லாத மொழியைப் பயன்படுத்துக:** பாலியல் வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதை தவிர்க்கவும், அதாவது, பாலின சார்புகளைக் காட்டும் வார்த்தைகள் மற்றும் சொற்றொடர்கள். நீங்கள் உரையாடும் நபர் பற்றி உறுதியாக தெரியாவிட்டால், “தலைவன்/தலைவி” என்ற தலைப்பில் “தலைவர்” என்ற தலைப்பில் வார்த்தைகளை மாற்றுவதை இது குறிக்கிறது இந்த சூழலில் முகவரியாளர் ஒரு ஆண் என்று நினைத்து விடாதீர்கள். தொழிலாளி வர்க்கத்தின் ஒரு பகுதியை உருவாக்க பெண்கள் அதிகரித்து வருகிறார்கள், இது ஒரு பொதுவான பிழை. இதுபோன்ற பெண்களின் கண்ணியத்தை குறைக்கும் வார்த்தைகளை பயன்படுத்த வேண்டாம். பெண்கள் மற்றும் ஆண்களையும் அதே வழியில் பார்க்கவும். இனம், மதம், மற்றும் இயலாமை போன்ற காரணிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு சொற்களை பிரித்து நீக்கலாம் தங்கள் எழுத்து உணர்திறன் பிரதிபலிக்க வேண்டும் மற்றும் மற்றவர்கள் குற்றம் இல்லை.

பாலினம் மற்றும் ஆண்பால்/பெண்பால் பதிலீட்டாளர்களுக்கான ஆண்பால் பிரதிபெயர்களைப் பயன்படுத்துவதற்கான உதாரணங்கள் பின்வருமாறு.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

பாலினம் சார்பற்ற பயன்பாடு: ஒரு புதிய ஊழியர் நிறுவனங்களுடன் இணைக்கையில், அவர் 15 நாட்களின் நோக்குநிலை திட்டத்திற்கு வருகிறார்.

பாலின-நடுநிலை மாற்று: நிறுவனங்களுடன் இணைந்த ஒரு புதிய ஊழியர் 15 நாட்களின் நோக்குநிலை திட்டத்திற்குள் வருகிறார்.

பாலினம் சார்பற்ற பயன்பாடு: ஒரு வாடிக்கையாளர் உத்தரவாத காலகட்டத்தில் மாற்றுப்பொருள் கேட்டால் அதை அவருக்கு வழங்க வேண்டும்.

பாலின நடுநிலை மாற்றீடு: உத்தரவாதக் காலத்தின்போது மாற்றுப்பொருள் கேட்டால் அதை அவருக்கு கேட்கும் வாடிக்கையாளருக்கு மாற்றுப்பொருள் ஒன்று வழங்கப்பட வேண்டும்.

பாலின நடுநிலை மாற்றுக்கள்

- (3) **எதிர்மறை சொற்களை தவிர்க்கவும்:** சில சொற்கள் அவற்றுடன் தொடர்புடைய எதிர்மறையான தொடர்பு கொண்டவை. அத்தகைய வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதை தவிர்க்கவும். அதற்கு பதிலாக, நேர்மறையான பதிலீடு வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும். எதிர்மறையை பிரதிபலிக்கும் சில வார்த்தைகள் முரண்பாடானவை, சேதம் மற்றும் புகார் போன்றவற்றை விரும்புவதில்லை. பின்வருமாறு நேர்மறையான சொற்களால்/வார்த்தைகளால் எதிர்மறையான ஒலி வார்த்தைகளை மாற்றலாம் என்பதற்கான சில எடுத்துக்காட்டுகள் பின்வருமாறு:

எதிர்மறை – நாங்கள் ஜூலை 12 வரை பொருட்களை அனுப்ப முடியாது.

நேர்மறை – நாங்கள் ஜூலை 12 முதல் பொருட்களை அனுப்ப முடியும்.

எதிர்மறை – புகார் துறை

நேர்மறை – வாடிக்கையாளர் சேவை துறை

எதிர்மறை – எங்கள் தயாரிப்பு அதே வகை மற்ற நிறுவனங்களுடன்/ நிறுவனத்துடன் ஒப்பிடுகையில் மிகவும் மலிவானது.

நேர்மறை – எங்கள் தயாரிப்பு அதே வகை மற்ற நிறுவனங்களுடன்/ நிறுவனத்துடன் ஒப்பிடும்போது சிக்கனமானது.

எதிர்மறை – நான் கருத்தரங்கில் கலந்து கொள்ள முடியாது.

நேர்மறை – நான் கருத்தரங்கில் கலந்து கொள்ள முடியும் என்று நினைக்கிறேன்.

5. மரியாதை: உங்கள் எழுத்தில் மரியாதை அவசியம். தயக்கமின்றி ஒரு மன்னிப்புக்காக முழுமனதுடன் மன்னிப்பு கேட்டு, நன்றிக்காக முழுமனதுடன் நன்றி கூறுங்கள். முரட்டுத்தனமாக அல்லது கடுமையாக இருக்காதீர்கள். கடிதத்திற்கு சரியான பதில் கூட மரியாதையை பிரதிபலிக்கிறது. நீங்கள் கோபமடைந்தால் எந்த தொடர்பையும் தொடரவேண்டாம் என்ற

விலைமதிப்பில்லா விதியை பின்பற்றவும். மரியாதை, நேர்மை மற்றும் ஒரு தொனியை பயன்படுத்தினால் வாசகர்கள் செய்தியை ஏற்பது அதிகரிக்கிறது.

அவர்கள் உண்மையாக இருக்கலாம் என்றாலும் கூட தாக்குதல் அறிக்கைகள் தவிர்க்கவும். இத்தகைய அறிக்கைகள் வெளிப்படையானவை என்று கூறி வந்தாலும், அவைகள் வாசகரை இழிவுபடுத்துகிறார்கள்.

6. செறிவு/சுருக்கம்: சுருக்கமாக இருப்பது செய்தியின் இலக்கு நோக்கிய செயல்திறனை உருவாக்குவதற்கும் பங்களிக்கிறது. வாசகரின் நேரத்தை மிச்சப்படுத்துகிறது, மேலும் தெளிவாகவும் சுவாரசியமாகவும் இருக்கிறது. சுருக்கமாக இருப்பதன் அர்த்தம் என்னவென்றால், எது பொருத்தமற்றதாக இருந்தாலும் அல்லது தேவையற்றதாக இருக்கும் வார்த்தைகளை விட்டுவிடுகிறது. இருப்பினும், தெளிவான செலவில் முதிர்ச்சி விரும்பத்தக்கதாக இல்லை. குறுகிய பதிலீடு.

7. பொருத்தமான முக்கியத்துவம்: ஒரு செய்தியில் மற்றவைகளை விட முக்கியமான சிலவற்றை எழுத வேண்டிய அவசியத்தை வலியுறுத்த வேண்டும். செய்தித் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பகுதிகளுக்கு சரியான முக்கியத்துவம் கொடுக்க சில நுட்பங்கள் உள்ளன. அந்த உத்திகள் பின்வருமாறு:

- (1) **முக்கியத்துவம் பெறுவதற்கான நிலையைப் பயன்படுத்துதல்:** ஒவ்வொரு முக்கியத்துவத்தையும், பத்தி அல்லது செய்தி தொடக்கம் மற்றும் நிறைவு போன்ற முக்கியத்துவ நிலைகள். நீங்கள் வாசகர்களுக்கு நீங்கள் வலியுறுத்த விரும்பும் செய்தியை இந்த நிலைகளில் சொற்கள், வாக்கியங்கள் அல்லது பத்திகளில் வைக்கவும். இந்த நிலைப்பாடுகளுக்கு இடையில் முக்கியத்துவம் தேவைப்படாத செய்தியின் மற்ற பகுதிகளை வைக்கலாம்.
- (2) **முக்கியத்துவம் வாய்ந்த இடத்தைப் பயன்படுத்துதல்:** ஏதாவது ஒன்றைப் பற்றி அதிகமாகச் சொல்வது இயற்கையாகவே இருக்கிறது. முக்கியமாக, முக்கியத்துவம் வாய்ந்த அல்லது குறிப்பிட்ட விவரங்களை விரிவாகக் குறிப்பிடுவதற்கு சில குறிப்புகளை மீண்டும் கூறுவதால், செய்தியின் முக்கிய பாகங்களை வலியுறுத்துவதற்கான ஒரு பயனுள்ள நுட்பமாகும்.
- (3) **முக்கியத்துவம் வாய்ந்த தந்திரத்தை பயன்படுத்துதல்:** தைரியமான கடிதங்கள், சாய்ந்த எழுத்துக்கள், மூலதன கடிதங்கள், வித்தியாசமான நிறம் அல்லது வேறுபட்ட எழுதுகோல் பயன்படுத்தி அடிக்கோடிடுதல், போன்றவை சில குறிப்பிட்ட வழிககள்.

8. ஒற்றுமை மற்றும் ஒத்திசைவு: செய்தி, வாக்கியங்கள் மற்றும் பத்திகள் ஆகியவற்றின் வடிவத்தில் தகவலைக் கொண்டிருக்கிறது, இது ஒரு ஒருங்கிணைந்த மற்றும் ஒத்திசைவான விளைவை தர்க்கரீதியாக ஏற்பாடு செய்யும். ஒற்றுமை பத்தி மற்றும் ஒத்திசைவான ஒரு பத்தி இடையே ஒரு சிறிய வித்தியாசம் உள்ளது.

ஒரு ஒருங்கிணைந்த பத்தியானது தலைப்புக்கு நேரடியாக தொடர்புடைய தகவலை தருகிறது மற்றும் தர்க்கரீதியாக அது அளிக்கிறது. பாராவில் ஒற்றுமையை அடைவதற்கான ஒரு வழி, தொடக்க வாக்கியமாக பாராவின்

குறிப்புகள்

பொருள் கொண்டிருக்கும் வாக்கியத்தை வழங்குவதாகும். இந்த செய்தியை எழுதும் போது எழுத்தாளர் வாசகர்களை பத்தியில் கவனம் செலுத்த உதவுகிறார்.

குறிப்புகள்

ஒவ்வொரு வாக்கியமும் அடுத்தடுத்து வரும் வாக்கியத்துடன் சரியாக இணைந்திருக்கும்போது ஒரு செய்தி ஒத்திசைவானதாகக் கூறப்படுகிறது. பல நுட்பங்கள் செய்திக்கு ஒத்துழைப்பு வழங்குவதாக அறியப்படுகின்றன, அதாவது, வாசகருக்கு ஒரு பெரிய படம் வெளிப்படுத்திய தகவலை போன்று இருக்கும். இடைநிலை வார்த்தைகள் மற்றும் பிரதிபெயர்களை பயன்படுத்துதல், முக்கிய வார்த்தைகளின் மறுபயன்பாடு மற்றும் கட்டமைப்புக்களை இணைத்தலைப் பயன்படுத்துதல் ஆகியவை இதில் உள்ளடங்கும்.

- (1) **இடைநிலை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துதல்:** இடைநிலை சொற்கள் வாசகர்களுக்கும் வாக்கியங்களுக்கும் இடையேயான சிந்தனை தொடர்பான வாசகர் தொடர்பைக் கூறுகின்றன. சில பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் இடைநிலை வெளிப்பாடுகள்: கூடுதலாக, மேலும், மாறாக, எனினும், ஆனால், இதன் விளைவாக, அதேபோல், எனவே, எடுத்துக்காட்டாக, முடிவில், சுருக்கமாக, இதற்கிடையில், மற்றும் பல.
- (2) **பிரதிபெயர்களைப் பயன்படுத்துதல்:** முன்னர் பயன்படுத்தப்பட்ட வார்த்தைகளைப் பிரதிபெயர்கள் மூலம் குறிப்பிட்டால், அவைகள் கருத்துக்கள் மற்றும் வார்த்தைகளை இணைப்பதில் உதவுகிறது. இவை, அந்த, அவர், அவர்கள், மற்றும் பல இது போன்ற பிரதிபெயர்களை பயன்படுத்துவது வெவ்வேறு வாக்கியங்களில் கருத்துக்களைப் பொருத்துவதில் உதவுகிறது.
- (3) **முக்கிய வார்த்தைகளை மீண்டும் மீண்டும் பயன்படுத்துதல்:** ஒரு வாக்கியத்திலிருந்து அடுத்த வாக்கியத்திற்கும் இரண்டு வார்த்தைகள் இடையேயும் ஒரு இணைப்பை வழங்கலாம். தேவையற்ற மறுதலினைத் தவிர்க்கவும் ஆனால் செய்தியில் இணக்கத்தை அடையும் நோக்கத்துடன் மீண்டும் பயன்படுத்தவும்.
- (4) **கட்டமைப்பில் இணைத்தலைப் பயன்படுத்துதல்:** வாக்கியங்கள் ஒரு இணையான கட்டமைப்பை கொண்டிருக்க வேண்டும், அதாவது இதேபோன்ற கருத்துக்களுக்கு ஒத்த இலக்கண அமைப்பைப் பயன்படுத்துவதன் பொருள், அதாவது பெயரடைகள், பெயர்ச்சொற்கள் கொண்ட பெயர்ச்சொற்கள், உவமையுரு உடன் உவமையுரு, மற்றும் பல. இணை வாக்கிய நிறுவன இணக்கத்தை மேம்படுத்துகிறது.

4.3.1 எழுதும் திறன்களை மேம்படுத்துதல்

- நீங்கள் நம்பமுடியாத உள்ளடக்கத்தை எழுதத் தொடங்குவதற்கு முன், எழுதுவதற்கான அடிப்படை கொள்கைகளை நீங்கள் குறைந்தபட்சம் ஒரு வாசகர்நிலை, எழுத்தாளர்நிலைக்கும் இடையே புரிதல் வேண்டும்.

- சிறந்த எழுத்தாளர்கள் ஆர்வமுள்ள வாசகர்களாக உள்ளனர், மேலும் தொடர்ச்சியான வாசிப்பு ஒரு வாசிப்பு திறன் வளரத் தொடங்குவதற்கு ஒரு எளிய வழியாகும்.
- செய்தி சிக்கலாக இருந்தால், அதற்கு சுருக்கமான வருணனை கொடுங்கள்.
- உங்கள் வாசகர்களின் கேள்விகளை எதிர்பாருங்கள்.
- எல்லாவற்றையும் அதிகமாக விவரிக்காதே.

குறிப்புகள்

4.3.2 அவசியமான நல்ல பாணி

எழுதுதல் பாணி என்பது தகவல் வெளிப்பாடு மற்றும் பொருள் வெளிப்பாடு என்பதைக் குறிக்கிறது. இது வார்த்தைகளின் தேர்வு மற்றும் வாக்கியங்கள், பத்திகள் மற்றும் முழு செய்தி ஆகியவற்றிற்கு ஏற்பாடு செய்யப்படுகிறது. செய்தியின் செயல்திறன் மற்றும் செய்தியின் மொத்த தொனி பெரும்பாலும் எழுத்து பாணியை சார்ந்தது. திறமையான எழுதுதல் பாணி பிழை இல்லாமல் இருக்க வேண்டும், ஆனால் ஒருங்கிணைந்த பாணியில் இருக்க வேண்டும்.

ஒரு பயனுள்ள எழுதும் பாணியின் சிறப்பம்சங்கள் பின்வரும்வை பின்வருமாறு:

- (1) சிறிய எளிய சொற்களின் பயன்பாடு
- (2) பல்வேறு சொற்களஞ்சியம்
- (3) மிருதுவான, சுருக்கமான மற்றும் தெளிவான எழுத்து
- (4) நேர்மறையான மொழியைப் பயன்படுத்துதல்
- (5) பத்திகளில் உள்ள தர்க்கரீதியான கருத்துக்களின் ஓட்டம்
- (6) மிகச் சரியான அளவு நீளம், அதாவது, நீண்ட அல்லது மிகக் குறுகியதாக இருக்கும் பத்திகள்.
- (7) பல்வேறு வகையான வாக்கிய வகைகளை பயன்படுத்துதல்
- (8) மரியாதை பிரதிபலிக்கும்

எழுதும் பாணி எழுதும் இயக்கவியல் சார்ந்து உள்ளது. எழுதப்பட்ட செய்தி என்பது எழுதப்பட்ட படிவத்தில் இருக்கும் போது பொருந்தக்கூடியதாக இருக்கும் எழுத்துக்களின் இயக்கத்தில் இருக்கும். எழுதும் பாணி, இயந்திரவியல் எழுத்துப்பிழை, நிறுத்தற்குறிகள், மூலதனமாக்கல், சுருக்கங்கள் மற்றும் பலவற்றை உள்ளடக்கியது.

4.3.3 தவிர்க்கப்பட வேண்டிய கருத்துகள் மற்றும் சொற்கள்

ஆங்கில எழுத்தில் சில பொதுவான தவறுகளை தவிர்க்க எப்படி நல்ல எழுத்தாளர்கள் கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். சரியான வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும், பொருத்தமற்ற வார்த்தைகளை தவிர்க்கவும் அவர்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

குறிப்புகள்

பின்வரும் உதாரணங்களை பார்க்கலாம்:

- என் மேலாளர் மற்றும் வாடிக்கையாளர் அதே சட்டகளை அணிந்திருந்தார்கள். (ஒத்த, அதே-தவறு.)
- நீதிபதிகள் வாதாட தொடங்கியபோது நீதிபதி தலையிட்டார். (குறுக்கிட்டார், தலையிட்டார்-தவறு.)
- இந்த சம்பவத்தைப் பற்றி பொது மேலாளர் தலைவரை மதிப்பிட்டார். (ஒப்புதல், மதிப்பிடுதல்-தவறு.)
- விமானி மிக நன்றாக விமானத்தை சூழ்ச்சி செய்தார். (ஒட்டினார், சூழ்ச்சி செய்தார்-தவறு.)

மேலே குறிப்பிட்ட இரண்டு சொற்களும் அதே அர்த்தத்தை வெளிப்படுத்தும் அதே சமயத்தில், அது உண்மையில் இல்லை. தலையீடு அல்லது கையாளுதல் போன்ற சில சொற்கள் கூட எதிர்மறை உச்சரிப்பு கொண்டவை. நல்ல எழுத்தாளர்கள் நுட்பமான வேறுபாடுகளை புரிந்துகொள்வதோடு தவறான மற்றும் எதிர்மறை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதைத் தவிர்கிறார்கள்.

4.3.4 இலக்கண பயன்பாடு

ஒவ்வொரு மொழிக்கும் இலக்கணம் உள்ளது. சொல்லப்போனால், இலக்கணம் எழுதப்படுவதற்கு முன்பே இலக்கணம் வருகிறது. நீங்கள் அகராதியைப் பார்த்தால், இலக்கணம் என்பது ஏற்கெனவே எழுதப்பட்ட விதிகள் என விவரிக்கப்படுகிறது. ஒரு மொழியில் பயன்படுத்தப்படும் விதிகளின் விளக்கம் இது. இலக்கணம் என்பது ஒரு மொழி தொடர்பான தர்க்கம் அல்லது ஒழுக்கம். இலக்கணம் எந்த மொழிக்கும் மிகவும் முக்கியம் என்று விளக்குகிறது. நல்ல எழுத்து என்பது இலக்கணப்படி சரியாக பேசப்படும் எழுத்து. ஆங்கிலத்தில் இலக்கணம் என்னவென்றால் எழுதப்பட்ட ஆங்கில மொழியில் எழுத்துச் சீர்திருத்தங்கள் அல்லது உண்மைகளை பொதுமைப்படுத்துதல் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கும். உதாரணமாக, ஆங்கிலத்தில் ஒவ்வொரு வாக்கியத்திலும் ஒரு பொருள் மற்றும் வினைச்சொல் இருக்க வேண்டும். இந்த விதிகள் பின்பற்றப்படாவிட்டால், பிற எழுத்துக்கள் எழுதப்பட்டாலும், அது நல்ல எழுத்து என எண்ணப்படுவதில்லை. இங்கு வலியுறுத்தப்படுவது என்னவென்றால், குறிப்பிடத்தக்க மற்றும் வெளிப்படையான பிழைகள் இருப்பதாக எழுதப்பட்ட இலக்கணம் கூறுகிறது. இலக்கணம் என்பது ஒரு பரந்த பொருளைக் கொண்டது. நீங்கள் ஒரு தொங்கிய நிலையில் மாற்றி அமைப்பது அல்லது இணைக்கக்கூடிய வினைச்சொல் அல்லது பயன்படுத்துவது அல்லது வினைச்சொல், உரிச்சொல், துணை வினைச்சொல், பொருட்பெயர் மற்றும் இணைப்புசொற்களை பற்றி அறிந்தாலும் நினைவில் இருக்க சாத்தியமில்லை இருப்பினும், முற்றிலும் அத்தியாவசியமானது என்னவென்றால், வெளிப்படையான இலக்கண பிழைகளை அடையாளம் காண்பது மற்றும் தவிர்க்கும் திறன் ஆகும்.

4.3.5 பத்திகள் மற்றும் வாக்கியங்கள்

ஒரு பத்தி என்பது ஒரு மைய சிந்தனை/யோசனையை உள்ளடக்கி அதைபற்றி விவரிக்கும் வாக்கியங்களின் தொகுப்பாகும். நல்ல எழுத்தாளர்கள் தொடர்ச்சியாக தங்கள் பத்திகளை ஒழுங்கமைக்க மற்றும் ஒவ்வொரு பத்தியை நன்கு கட்டமைக்கப்படுவதையும் உறுதி செய்ய கவனித்துக்கொள்கிறார்கள். முக்கிய கருத்துக்களைப் பொறுத்தவரை, பத்திகள் நீண்ட மற்றும் குறுகியதாக இருக்கலாம். அந்த பத்தி நீளம் எழுத்தாளர் அந்த பத்தியில் மறைக்க விரும்பும் விவரங்களை சார்ந்து இருக்கக்கூடும். ஒவ்வொரு பத்தி முக்கியமாக தலைப்பு வாக்கியங்கள் மற்றும் துணை வாக்கியங்களை ஆதரிக்கிறது.

ஒரு தலைப்பு வாக்கியம் பத்தியின் முக்கிய வாக்கியமாகும். நல்ல வணிக எழுத்தாளர்கள் வழக்கமாக ஒரு பத்தி தீர்ப்புடன் பாராவைத் தொடங்குவர். இது பின்வரும் முக்கிய பரிந்துரைகளின் விரிவாகவும், உறுதியளிக்கும் முக்கிய சிந்தனையை விவரிக்கிறது. சில எழுத்தாளர்கள் பத்தி மத்தியில் முக்கிய வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்தினர் என்றாலும், ஒரு பத்தி தலைப்பை வெளிப்படையாக எழுதுவது மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். நீங்கள் ஒரு வாக்கியத்தை (அ) ஒரு தலைப்பைத் தொடங்கும் போது, வாசகருக்கு அடுத்தடுத்து வரும் வாக்கியங்களில் சரியாக என்ன சொல்ல வருகிறீர்கள் என தெரியும்.

- பத்தி பத்திரிகையின் மைய கருப்பொருளை வாசகருக்கு அறிமுகப்படுத்துவதற்கான சில எடுத்துக்காட்டுகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.
- இந்த ஆண்டின் போது வங்கி அதிக லாபம் ஈட்டியது.
- காலாண்டில் நிறுவனத்தின் கடுமையான பின்னடைவு ஏற்பட்டது.
- தகவல் தொடர்பாடல் என்பது ஆறு வழிமுறைகளை உள்ளடக்கிய ஒரு செயல்முறை ஆகும்.
- விளையாட்டு நடத்தையில் ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. ஒரு விண்ணப்பத்தை தயாரிக்கும் போது, ஒரு நல்ல விண்ணப்பத்தை என்ன எட்ட முடியும் என்பது முக்கியம்.

மேலே உள்ள ஒவ்வொரு வாக்கியமும் ஒரு முக்கிய செய்தியை அறிமுகப்படுத்துகிறது அல்லது வாக்கியங்களை ஆதரிப்பதன் மூலம் விரிவாக விளக்கப்பட வேண்டும் என்று நினைத்தேன். வாசகரின் இயல்பைப் பொறுத்து மற்றும் என்ன விவரங்களை எழுத்தாளர் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்புகிறாரோ, துணை வாக்கியத்தில் உதவியுடன் ஒரு முழுப் பாராவில் தலைப்பு வாக்கியம் உருவாக்கப்படுகிறது. பத்தியின் முடிவில், மைய சிந்தனை பெரும்பாலும் அதிக தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது அல்லது சுருக்கமாக இருக்கிறது. ஏற்கனவே குறிப்பிட்டபடி, ஒரு ஆதரவு துணை வாக்கியம் விரிவுபடுத்துதல், ஆதாரம் மற்றும் மைய கருத்தை முன்னெடுக்கிறது. அதன் வரையறை மூலம், ஒரு ஆதரவு/துணை வாக்கியம் ஒரு புதிய யோசனையை கொண்டு வரவில்லை அல்லது தலைப்பு வாக்கியத்துடன் ஒழுங்குபடுத்தப்படாதது. தொடக்கத்தில் வெளிவந்த முக்கிய சிந்தனைக்கு ஒவ்வொரு உதவி மற்றும் துணை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

வாக்கியமும் தெளிவு மற்றும் பரிமாணத்தை சேர்க்கும் போது பாராவின் அழகு அதிகரிக்கிறது.

ஒரு நல்ல பத்தி அவசியம் ஒற்றுமை மற்றும் இணக்கத்தோடு இருக்க வேண்டும். பாராவில் உள்ள ஒவ்வொரு வாக்கியமும் ஒரு குறிப்பிட்ட யோசனையோ அல்லது சிந்தனையோடு சுழன்றிருக்கும்போது ஒரு பாரா ஒற்றுமையில் உள்ளது . ஒற்றுமை பத்தியில் வேறு எந்த தொடர்பும் இல்லை அல்லது யோசனை இல்லை என்பதை உறுதி செய்கிறது. இதேபோல், எண்ணங்கள், தர்க்கம் அல்லது நிலைத்தன்மையுடன் இணைத்துக்கொள்கின்றன. பத்திகளுக்குள் ஒரு தர்க்கரீதியான வரிசையில் சிந்தனைகள் உருவாகின்றன. நல்ல எழுத்தாளர்கள் தங்கள் பத்தியை உறுதியையும் சுவாரஸ்யத்தையும் ஏற்படுத்த கற்றுக்கொள்கிறார்கள். இத்தகைய பத்திகள் மிக நீண்ட அல்லது மிகவும் குறுகியதாக இருக்கும். நீங்கள் ஒரு கடிதத்தை எழுதும் போது, ஒவ்வொரு பத்தியும் சிறிது குறுகியதாக வைத்திருப்பது விரும்பத்தக்கது. நீங்கள் ஒரு அறிக்கை அல்லது ஒரு நீண்ட கட்டுரை அல்லது உரைச் செய்தியை எழுதுகிறீர்கள் என்றால், ஒப்பீட்டளவில் நீளமான பத்திகளை வைக்கலாம். நீங்கள் ஒரு குறிப்பு அல்லது சுற்றறிக்கை மூலம் அறிவுறுத்தல்கள் கொடுக்கும்போது, பத்திகளை குறுகியதாக வைத்திருப்பது நல்லது. யோசனையின் பிடிப்பு அல்லது உறிஞ்சுதல் குறுகிய பத்திகளில் எளிதானது. பாராக்கள் ஒரு பக்கத்திற்கு அப்பால் நீட்டினால், வாசிப்பு கடினமானது. உங்கள் பத்திகளைக் கவனித்துக் கொள்ளுங்கள், உங்கள் எழுத்து பயனுள்ளதாக இருக்கும். சுருக்கமாக, ஒரு பத்தி எழுதும்போது ஒரு புதிய துண்டு பகுதி உள்தள்ளப்பட்டு, தொடங்கி ஒரு தனிப்பட்ட கருத்து அல்லது யோசனை கையாள்வதில் உங்களுடைய ஒவ்வொரு பத்திவயும் உள்தள்ளப்பட்டு அல்லது பொருத்தமான விளிம்புடன் தொடங்குகிறது என்பதை உறுதிப்படுத்தவும்.

4.3.6 சொற்கள் தேர்வு

வார்த்தைகள் உங்கள் எழுத்துக்களை உருவாக்குகின்றன. திறமையான எழுத்தாளர்கள் தங்கள் வார்த்தைகளை எப்படி தெரிவு செய்வது என்று அறிவார்கள். இந்த இரண்டு வாக்கியங்களையும் பார்க்கலாம்.

- தாமதப்படுத்தும் நடவடிக்கைகளின் விளைவுகள் தெளிவாக உள்ளன.
- உண்மையான பொருளாதாரம் மோசமாகி வருகையில், ஒரு நடுக்கத்தால் விளைவுகள் ஏற்படும், ஆனால் தொடர்ந்து வளரும் நெருக்கடி மற்றும் உண்மையான பொருளாதாரத்தின் இழப்புக்கள் ஆகியவற்றால் முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் வங்கிகள் பாதிக்கப்படுவார்கள்

முதல் வாக்கியம் ஏழு வார்த்தைகள் மட்டுமே உள்ள ஒரு குறுகிய வாக்கியம். இரண்டாவது ஒரு நீண்ட சொற்றொடர் 21 வார்த்தைகள். இரண்டுமே பொருத்தமான செய்தி மற்றும் நோக்கத்தையும் தெரிவிக்கின்றன. எந்த நல்ல எழுத்து, போன்ற நீண்ட மற்றும் குறுகிய தண்டனை இரண்டும் உள்ளன. ஒவ்வொரு யோசனையும் எளிதாக்கப்பட்டு, 10-வார்த்தையும்

குறைவான வாக்கியத்தில் குறிப்பிடப்பட்டிருக்க முடியாது. ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் செய்ய வேண்டியது என்னவென்றால், இலக்குக் குழுவின் வாசிப்புத்தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு சுருக்கமான மற்றும் நீண்ட வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்துவதாகும்.

வார்த்தைகளின் பரந்த திறமைகளை வளர்த்துக் கொள்ள ஒரு வாய்ப்பும் சவாலும் தேவைப்படுகிறது திறமையான எழுத்தாளருக்கு ஏராளமான வார்த்தைகள் மற்றும் யோசனைகள் தேவைப்படும் மூலப் பொருள்கள் என்று நாம் குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். வார்த்தைகள் மற்றும் யோசனைகளை அதிகமாக பயன்படுத்தும் ஒரு எழுத்து பாணியை உருவாக்க வேண்டும். பின்வரும் பத்திகளில், சரியான வார்த்தைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் ஒருவர் எப்படி செயல்படலாம் என்பதைப் பற்றி நாம் விரிவாக ஆராய்வோம்.

ஒரு பேச்சாளர் போலல்லாமல், ஒரு எழுத்தாளர் அவரின் எழுத்துக்களை மேம்படுத்துவதற்கு நேரம் தேவைப்படுகிறது நல்ல எழுத்தாளர்கள் தங்கள் மனதில் தோன்றும் முதல் வார்த்தையை அவசியம் இல்லாமல் பயன்படுத்த வேண்டாம். அவர்கள் சொல்லகராதிக்குள் நீட்டிக்கப்படுகிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் வார்த்தையை அதிகாரத்தில் ஆழ்த்தி, மிகவும் பொருத்தமான வார்த்தைகளை எடுத்துக் கொள்கிறார்கள். ஒவ்வொரு வார்த்தையும் உண்மையில் சாமானியமாவையாக இருக்கும். நல்ல எழுத்து ஒரு முற்போக்கான சாதனை ஆகும். ஒரு திறமையான எழுத்தாளர் உருவாக பல ஆண்டுகள் தேவைப்படுகிறது. நீங்கள் முதல் அல்லது எளிதான விருப்பத்தை ஏற்றுக் கொள்ளாவிட்டால், தொடர்ந்து படிப்படியாக சிறப்பாக முன்னேற்றம் அடைவதற்குத் உங்கள் எழுத்து பயன்படாது.

ஒரு தொடக்க எழுத்தாளரின் சொல் வலிமையை பார்ப்போம். அவர் குறைவான சொல் சக்தியைக் கொண்டிருந்தால், அல்லது முதல் விருப்பத்தைப் பயன்படுத்துபவராக இருந்தால், அவரின் எழுதும் எழுத்தும் இதுபோன்றதாக இருக்கும்:

1. இசை நன்றாக இருந்தது.
2. மதிய உணவு சுவையாக இருந்தது.
3. காபி மிகவும் நன்றாக இருந்தது.
4. காலநிலை இனிமையானது.
5. சினிமாப் படம் வேடிக்கையாக இருந்தது.
6. இது ஒரு நல்ல செயல்திறன் ஆண்டு.
7. அவர் மிகவும் குறைந்த மதிப்பெண்கள் பெற்றார்.
8. நிலைமை மோசமாக உள்ளது.
9. அவர் மீண்டும் அதை குறிப்பிட்டார்.
10. அவள் முகம் எந்த உணர்ச்சியும் உணர்வும் காட்டவில்லை.
11. இது ஒரு மிகவும் சாதாரண செயல்திறன் ஆண்டு.
12. குழுவின் செயல்திறன் மிகவும் நன்றாக இருந்தது.

வெளிப்படையாக, இந்த வாக்கியங்களில் தவறு இல்லை. அவை எளிமையானவை மற்றும் பொதுவாக பொருள் அர்த்தப்படுத்துகின்றன.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஆனால் எழுத்தாளர் முன்னேற்றமளிப்பதாகவும், மேலும் தகவலறியும் பார்வையாளர்களுடன் உரையாடுவதால், அதே கருத்துக்கள் மேலும் குறிப்பாக வெளிப்பட வேண்டும். முதல் மட்டத்தில், எழுத்தாளர்கள் நல்ல, கெட்ட, சாதாரண, எளிமையான, மற்றும் இனிமையான வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். ஆனால் அவர்களின் வார்த்தை சக்தி மேம்படும் போது, அவர்கள் அதிக வீரியம் அல்லது மிகவும் சரியான வார்த்தைகள் மற்றும் வார்த்தைகளை கொண்டு பார்கிறோம் நாம் முன்னர் தெரிவித்த அதே யோசனைகளை, வெவ்வேறு வார்த்தைகளில் எப்படிப் பயன்படுத்தலாம் என்பதைப் பார்ப்போம்.

1. இசை மென்மையானது.
2. மதிய உணவு சுவையாக இருந்தது.
3. காபி நேர்த்தியாக இருந்தது.
4. காலநிலை உற்சாகமானது.
5. சினிமாப் படம் பெருங்களிப்புடன் இருந்தது.
6. இது ஒரு வலுவான செயல்திறன் ஆண்டு.
7. அவர் மிகவும் குறைந்த மதிப்பெண்கள் பெற்றார்.
8. நிலைமை கடுமையானது.
9. அவர் அதை மீண்டும் வலியுறுத்தினார்.
10. அவள் முகம் கசப்புடன் இருந்தது.
11. இது ஒரு மலிவான செயல்திறன் ஆண்டு.
12. அணி செயல்திறன் சிறந்த/விதிவிலக்கானதாக இருந்தது

மேற்கூறப்பட்ட வாக்கியங்களிலிருந்து நாம் பார்க்க முடியும், கருத்துக்கள் மற்றும் உணர்ச்சிகளை வெளிப்படுத்த எழுத்தாளர் திறன் அதிகமான அளவுக்கு எப்படி அதிகரிக்கிறது என்பதை பார்கிறோம் ஒரு எழுத்தாளர் எழுதும் போது, வார்த்தைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலம், அவரது வார்த்தைகளின் திறனைப் பொறுத்து, வாசகர்களின் மனதில் எப்படி அவர்கள் உடனடியாக வருகிறார்கள் என்பதைப் காணமுடியும்.

நல்ல எழுத்தாளர்கள் குறைவான சொற்களில் எவ்வாறு பயன்தரும் வகையில் எழுதவேண்டும் என்று தெரியும். குறைவான சொற்களுடன் வேண்டுமென்ற பொருளை வெளிப்படுத்தினால், உங்கள் செயல்திறன் அதிகரிக்கிறது. கீழ்க்காணும் எடுத்துக்காட்டுகள் குறைவான சொற்களால் எழுதக்கூடியவை:

அட்டவணை 4.1 சில சொற்களோடு எழுதுவதற்கான உதாரணங்கள்

அதற்கு பதிலாக	பயன்படுத்து
சமீப எதிர்காலத்தில் அதே முறையில் இப்பகுதியில்	விரைவில் அதேபோல் பற்றி

ஒரு குறுகிய காலத்தில் அதை எண்ணாமல் முழு அறிவுடன் இந்த நேரம் முதல் அதன் பார்வையில் எப்பொழுதாவது ஒருமுறை இது முற்றிலும் அவசியமானது தேவை எழுந்தால் ஆரம்பத்தில் உங்கள் பதிலை அனுப்பவும் நாங்கள் ரசீது பெறுகிறோம் செப்டம்பர் மாதத்தில் உங்கள் கடிதத்தின் ரசீதை நான் ஒப்புக்கொள்கிறேன்	விரைவில் கவனக்குறைவாக உணர்வுடன் இனிமேல் எனவே எப்போதாவது இது அவசியமானது தேவையானால் விரைவாக பதிலளிக்கவும் நாங்கள் பெற்றுக்கொண்டோம் செப்டம்பரில் உங்கள் கடிதத்தை பெற்றேன்
--	---

குறிப்புகள்

நாம் மேலே கொடுத்திருக்கும் சில எடுத்துக்காட்டுகள். அன்றாட வணிக எழுத்துகளில், ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் தேவையற்ற வார்த்தைகளைத் தவிர்க்க பல சந்தர்ப்பங்கள் இருக்கும். நல்ல எழுத்து திறன் என்பது அதிக வார்த்தைகள் அல்லது சொல்லமயமான வெளிப்பாடுகளுக்கு பதிலாக எளிமையான சொற்களைப் பயன்படுத்துவது.

நல்ல எழுத்தாளர்கள் பாலியல் மொழியைத் தவிர்க்கிறார்கள், பாலின-நடுநிலை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். இன்று வியாபார உலகில் அதிகரித்துவரும் பெண்களுக்கு பல நிறுவனங்கள் இடமளிக்கிறது. பணியிடங்கள் இனி ஆண் ஆதிக்கம் செலுத்துவதில்லை. இதேபோல், சந்தைப் படிப்பு ஆய்வுகள், தயாரிப்புகள் வாங்குவதில் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதில் முடிவுகள் எடுப்பதில் பெண்கள் ஒரு முக்கிய பங்கைக் வகிக்கின்றனர். நல்ல எழுத்தாளர்கள், எனவே, பாலியல் மொழியைத் தவிர்த்து நவீன வியாபார எழுத்துக்களை உள்ளடக்கிய எழுத்தாளர்களாக இருக்க வேண்டும். நவீன வியாபார எழுத்துக்கு ஒரு பாலியல் அல்லாத, பாகுபாடு அல்லாத அணுகுமுறை வலியுறுத்தப்படுகிறது. பாலியல் மொழி பெண்களுக்கு எதிரான தப்பெண்ணத்தை அறிவுறுத்துகிறது. மேலும் பெரும்பாலும் பெண்களை ஒதுக்கி விடுகிறது. சில நேரங்களில் நாம் பயன்படுத்தும் சொற்கள் ஆண்கள் அல்லது பெண்களை ஒதுக்கிவைக்கலாம். மேலே குறிப்பிட்டுள்ளபடி பாலின-நடுநிலை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துவதைத் தவிர, நல்ல எழுத்தாளர்கள் தங்கள் எழுத்துக்களில் வல்லுநர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்த வேண்டும். உதாரணமாக, 'ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் அவரது எழுத்தை குறுகிய மற்றும் எளிமையான முறையில் வைத்திருக்கிறார். 'பாலின நடுநிலைமையை உறுதி செய்வதற்கான மற்றொரு வழி பன்மையாகும். 'நல்ல எழுத்தாளர்கள் தங்கள் எழுத்துக்களை சுருக்கமாகவும் எளிமையாகவும் வைத்திருக்கிறார்கள்' என்று நீங்கள் கூறலாம். மற்றொரு வழி, 'நல்ல எழுத்து சிறியது, எளிமையானது' என்று சொல்வதாகும்.

பாலின-நடுநிலை எழுதும் ஆண்பால் வார்த்தைகளைத் தவிர்ப்பதுடன் தொடர்புடையது. ஆண்பால் வார்த்தைகள் பொதுவாக ஆண் ஆதிக்க

சமூகத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஆண்பால் வார்த்தைகள் பெண்களை ஒதுக்கிவைக்கின்றன. இன்றைய நிறுவனங்கள் எல்லோருக்கும் சமமான வாய்ப்புகளை வழங்குகின்றன.

குறிப்புகள்

ஆண்பால் சொற்கள் பொதுவாக “மனிதன்” உடன் ஆரம்பிக்கின்றன அல்லது முடிவடையும். ஏற்கனவே தொழிலதிபர், விற்பனையாளர், தொழிலாளி, செய்தித் தொடர்பாளர் மற்றும் தலைவர் போன்ற சில ஆண்பால் வார்த்தைகளைக் கண்டிருக்கிறோம். “மனிதனில்” தொடங்கும் மனிதர், மனிதநேயம், மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட மற்றும் மனிதகுலம் ஆகியவை அடங்கும். ஆண்பால் வார்த்தைகளைத் தவிர்ப்பது மற்றும் எழுத்துக்களை உள்ளடக்கியது ஆகியவற்றை நியாயப்படுத்தும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும் என்றாலும், அது ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லைக்கு அப்பால் நீட்டிக்கப்பட முடியாது. மனிதன்-சாப்பிடுபவர், மனிதக்கொலை போன்ற சில சொற்கள் பாலியல் அல்லாத வார்த்தைகளாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட வேண்டும். இதேபோல், ஒரு வணிகத்தின் பெண் மேலாளரைக் குறிக்கும் சொல் தவறாக கருதப்படுகிறது, இது பொதுவாக அதிகாரப்பூர்வ தலைப்புகளில் பயன்படுத்தப்படாது. அது மேலாளரைக் குறிக்கும் சொல், மேலாளர் ஒரு “அவன்” அல்லது அவளோவாக இருக்கலாம்.

நல்ல எழுத்தாளர்கள் கூட அதைக் கட்டாயப்படுத்தி, பழகிப்போன சலித்துப்போன அல்லது வெறுஞ்சொல் துணுக்கு, சொற்றொடர்களை தவிர்க்க வேண்டும். பொய்யான சொற்றொடர்களும் மந்தமானதாகவும் இருக்கின்றன. அதிகப்படியான பழகிப்போன வெளிப்பாடுகள். வெறுஞ்சொல் துணுக்கு மற்றும் அதிக பயன்பாடு காரணமாக சலித்துப்போன மற்றும் சலிப்பான வார்த்தைகளின் கலவையாக விவரிக்கப்பட்டுள்ளன. பழகிப்போன வார்த்தைகள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும் ஏனெனில் அவைகளின் தொடர் பயன்பாடு எரிச்சலூட்டும். சில சொற்களின் உதாரணங்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

- ‘கடைசி ஆனால் கீழானது அல்ல’
- ‘சொல்ல வேண்டும் என்றில்லை’
- ‘எதிர்ப்பார்க்கும் நன்றி’
- ‘குறைகளுக்கு இடம் இல்லை’
- எமது சிறந்த சேவைகளை எப்பொழுதும் உறுதிப்படுத்துகிறோம்
- ‘ஒருபோதும் தாமதமாகதே’.

ரசிகர்கள் பெரும்பாலும் மென்மையான மற்றும் மந்தமானவர்களைக் கண்டறிந்து எழுதப்பட்ட மற்றும் பேசும் ஆங்கிலத்தில் இருவருக்கும் இடையிலான சொற்றொடர்கள் அடிக்கடி வருகிறது. இதேபோல், சில சொற்றொடர்கள் அடிக்கடி பயன்படுத்தப்பட்டு வருகின்றன, அவைகளால் புத்துணர்ச்சியும் இழந்துள்ளன. அவைகள் பழகிப்போன சலித்துப்போன அல்லது வெறுஞ்சொல் துணுக்கு என்று விவரிக்கப்படுகிறது. ஒரு பழகிப்போன சொற்றொடர் பொதுவான அல்லது சாதாரணமான உள்ளது. வணிக எழுத்தில் சில அதிகப்படியான சொற்றொடர்கள் - ‘எப்போதும் எங்கள் சிறந்த சேவைகளை நீங்கள் நம்புகிறீர்கள்’, ‘கல்லைத் தொடாதீர்கள்’, ‘அதிக உயரங்களை அடைதல்’ மற்றும் ‘சிந்தனைக்குரிய கருத்தை வழங்குதல்.’

போன்ற சொற்றொடர்கள், இந்த அறிக்கைகள் பின்னால் நேர்மையற்ற வார்த்தைகள் என தெரியலாம்.

யார் விவரம், விரிவான மற்றும் துல்லியமான தகவல்களை கொடுப்பவர் துல்லியமான எழுத்துக்களின் மீது மிகவும் கவனமாக உள்ளது தெரியும் துல்லியமான எதிர்மறையானது கவனக்குறைவு அல்லது தெளிவற்றது. சில சமயங்களில், சற்றே தெளிவான அர்த்தங்களை வெளிப்படுத்தும் வார்த்தைகளை நாம் பயன்படுத்தலாம். விரைவில் அல்லது ஆரம்பத்தில் போன்ற வார்த்தைகளை வெவ்வேறு நபர்களுக்கு வெவ்வேறு அர்த்தங்களைக் கூறலாம். ஒரு வாடிக்கையாளரை 'நீங்கள் விரைவில் அவரது வேண்டுகோளுக்கு அழைக்கப்படுவீர்கள்' என்று உறுதியளித்தால், விரைவில் என்பது மூன்று நாட்களாக இருக்கலாம், வாடிக்கையாளர் இன்று அல்லது நாளைக்கு அர்த்தம் புரிந்துகொள்ளலாம். பயனுள்ள எழுத்தாளர்கள் மற்றும் பேச்சாளர்கள் துல்லியமான வார்த்தைகளைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார்கள்.

பெரிய எழுத்து வடிவத்தில் எழுத்துதன் பயன்பாடு. பெரிய எழுத்து வடிவம் பின்வரும் வழிகளில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன:

1. **ஒரு வாக்கியத்தின் ஆரம்பத்தில்:**
 - நேர்மையான குடிமகனாக இருங்கள். (வாக்கியத்தின் தொடக்கத்தில்)
 - சிறியது அழகாக இருக்கிறது
2. **ஒரு முழு நிறுத்தத்திற்கு பிறகு:**
 - நாம் அதை செய்ய வேண்டும். விரயம் செய்ய நேரம் இல்லை.
 - கவனி: ஒரு புலி உள்ளது.
3. **இடங்கள், பெயர்கள் மற்றும் சரியானபெயர்ச்சொற்களின் ஆகியவற்றின் முதல் எழுத்து பெரிய வடிவத்தில் எழுதப்பட வேண்டும்.**
 - இலங்கை கிரிக்கெட் அணி முதலில் விளையாடுகிறது.
 - நாக்பூரின் மையத்தில்.
 - ஜேம்ஸ் ஹாட்லே சேஸ் எழுதிய புத்தகம்.
 - இந்திய அரசு ஒப்புதல் அளித்துள்ளது.
 - நயாகரா நீர்வீழ்ச்சி
4. **பெயர்களைப் பயன்படுத்துகையில்:**
 - இது ரீபொக் காலணி ஆகும்.
 - பிஸ்ஸா ரீபொக் எங்கள் இரவு உணவைப் உண்டோம்
 - அவர் டைட்டன் கடிகாரம் அணிந்திருந்தார்.
5. **புத்தகங்கள், நாவல்கள், முதலியவற்றின் தலைப்புகளை குறிப்புகையில்:**
 - சார்ல்ஸ் டிக்கன்ஸ் எழுதிய கதை "A Tale of Two Cities"
 - டஸ்டின் ஹாட்லேன் All the President's Men-ல் நடித்தார்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- அவர் “Merchant of Venice-ல்” நடித்தார்.
- பகவத் கீதையுடன் பைபிளையும் குர்ஆனையும் நான் படித்திருக்கிறேன்.

6. நிறுவனங்களைக் குறிப்பிடும் போது:

- பெங்களூரில் இந்திய மேலாண்மை கழகத்தில் நான் படித்தேன்.
- அவள் கனரா வங்கியில் மேலாளராக பணிபுரிகிறாள்.
- ஹார்வர்டு பிசினஸ் ஸ்கூலுக்கு நான் விண்ணப்பித்துள்ளேன்.

சுருக்கம்

சுருக்கமான சொல் ஒரு குறுகிய வடிவத்தை குறிக்கிறது. கடிதங்களை விட்டுவிட்டு அல்லது முதல் எழுத்தை மட்டுமே பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஒரு சொல், சொற்றொடர் அல்லது பெயரை குறுகியதாக மாற்றுவதற்கு குறிக்கப்படுவது.. ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் சுருக்கங்களைப் பயன்படுத்தும்போது எப்போது பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதை அறிய வேண்டும். நன்கு அறியப்பட்ட மற்றும் பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் சுருக்கங்கள் இருக்க முடியும் மற்றும் பெரும்பாலும் பயன்படுத்த வேண்டும், மிகவும் நன்கு அறியப்படாத மற்றும் அறிமுகமில்லாத சுருக்கங்கள் பயன்படுத்துவதை தவிர்க்க வேண்டும். நல்ல எழுத்தாளர்கள், உண்மையில், தொடக்கத்தில் குறிய வார்த்தை வடிவத்தை பயன்படுத்துவர் உதாரணமாக, அகராதிகள் தொடக்கத்தில் பயன்படுத்தப்படும் சுருக்கங்களை குறிப்பிடலாம்.

சில பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் சுருக்கங்கள் கீழே விவாதிக்கப்படுகின்றன.

1. திரு, திருமதி, போன்ற தலைப்புகளை குறிப்பிடும் போது:

- திரு. மதுகர்
- திருமதி மார்கரெட் தாட்சர்
- திருமதி நூர் பேகம்

2. பேராசிரியர்கள், புனிதர்கள், மருத்துவர்களை, குறிப்பிடும் போது

- பேராசிரியர் முகர்ஜி
- செயின்ட் ஜோசப்
- அருட்தந்தை. டிசோசா
- டாக்டர் கான்

3. லத்தீன் வெளிப்பாடுகளை குறிப்பிடுகையில்:

- அதாவது – அது
- எ.கா – உதாரணத்திற்கு
- இவை போன்றவை – குறிப்பிட்டது போல

இது போன்ற சுருக்கங்கள் மிகக் குறைவாக பயன்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பதைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். ‘&’ இது ‘மற்றும்’

என்ற அர்த்தத்தில் பயன்படுத்தப்படுகிறது, மேலும் அணிகளின் பெயர்களை குறிப்பிடும் போது

- காக்ஸ் & கிங்ஸ்
- கன்னா & கபூர்
- மூர்த்தியின் நிறுவனம்

சாய்வு

வலது புறமாக சாய்த்து அச்சிடப்பட்ட அல்லது எழுதப்பட்ட சொற்களைக் குறிக்கின்றன. இது இயல்பு ஆங்கில எழுத்துக்களில் இருந்து எழுத்துருக்களை வேறுபடுத்துகிறது. வணிக எழுத்துக்களில் பொதுவாக இவ்வகை எழுத்துக்களைப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஏதோவொரு எழுத்து சாய்வாக எழுதப்பட்டால், அது சம்மந்தப்பட்ட தகவல் அல்லது செய்தியின் முக்கியத்துவத்தை காட்டுவதற்கு பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

1. முக்கியத்துவம் காட்டுவதற்கு:
 - நீங்கள் அங்கு செல்லலாம் - நான் கூடாது.
 - என்ன நேர்ந்தாலும் நாம் இலக்குகளை அடைய வேண்டும்.
2. புத்தக தலைப்புகள், பத்திரங்கள், ஆகியவற்றைக் குறிக்கும்.
 - ஷேக்ஸ்பியரின் மக்பத்
 - “தி இந்து”வில் ஒரு கட்டுரை
 - வெனிஸின் வணிகர் - என்ற நாடகத்தில் அவர் நடித்தார்.
3. வெளிநாட்டு சொற்கள் மற்றும் சொற்றொடர்களை பயன்படுத்தும் போது:
 - சேரா சேர, என்று அவர் கூறினார்.
 - நான் அந்த வேலையை இலவசமாக செய்தேன்.

எண்கள்

ஆங்கில மொழியில், எண்கள் பொதுவாக ஒன்று முதல் ஒன்பது (ஒற்றை இலக்க எண்கள்) வார்த்தைகளில் எழுதப்பட்டு, பத்து மற்றும் அதற்கு மேற்பட்ட எண்களில் எழுதப்பட்டிருக்கும்.

- எனக்கு இரண்டு தொண்டர்கள் வேண்டும்.
- அவள் ஆறு பிஸ்கட் சாப்பிட்டார்.
- மாத இறுதிக்கு முன், நான் 14 அறிக்கைகளை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.
- இந்த புத்தகம் 240 பக்கங்கள் வரை செல்லும்.

இந்த பொது விதிக்கு சில விதிவிலக்குகள் உள்ளன.

- பன்னிரண்டு பசுக்கள் எந்த பாலும் கொடுக்கவில்லை. (ஒரு வாக்கியத்தின் தொடக்கத்தில்)

தகவல் தொடர்பாடலின் மொழி

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- நீ எனக்கு ஐந்து ஆயிரம் ரூபாய் கடன்பட்டிருக்கிறாய். (அளவு குறிப்பிடுகையில்)
- நான் அறுபத்து ஆறு சதவீதம் பெற்றேன். (சதவீதம் குறிப்பிடும் போது)

இந்த உதாரணங்கள் விகாரமானவை.

- நேற்று வெப்பம் நாற்பத்தி இரண்டு டிகிரி செல்சியஸ்-யை தொட்டது. (எண்கள் மற்றும் சின்னங்களைப் பயன்படுத்தவும்)
- நாங்கள் தேசிய நெடுஞ்சாலை 58 ஐ அடைய வேண்டும். (எண்கள் பயன்படுத்த)
- எனக்கு இருபது ஆறு அங்குல திருகுகள் வேண்டும். (இருபது 6 அங்குல திருகுகள் சொல்லுவதற்கு)
- இந்தியாவின் மக்கள் தொகை ஒன்று புள்ளி இரண்டு பில்லியனாக உள்ளது. (1.2 பில்லியன் என்று கூறவும்)

மேலே குறிப்பிட்டுள்ளவை எண்களை சரியான முறையில் பயன்படுத்தாவிட்டால், எழுதும் செய்தியை வாசிக்க கடினமாகிறது. ஒரு நல்ல வணிக எழுத்தாளர் நீக்கம் மற்றும் தவிர்க்கப்பட வேண்டும் மற்றும் கமிஷனின் பிழைகளை தவிர்க்க வேண்டும்.

உச்சரிப்புகள்

ஒரு வார்த்தை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட வரிசையில் பயன்படுத்தப்படும் எழுத்துக்களின் தொகுப்பாகும். ஒவ்வொரு வார்த்தையும் எழுத்துக்களால் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு யோசனைக்குமே சரியான சொல் தெரிந்து கொள்வது அவசியமானது போலவே, வார்த்தையை எழுத்துக்களில் எழுத சரியான வழியை அறிந்து கொள்வதும் அவசியம். வார்த்தைகளை குறிப்பிட்ட முறையில் அல்லது பரிந்துரைக்கப்பட்ட முறையில்/எழுத்துக்களில் எழுத வேண்டும். எந்த விலகலும் ஏற்றுக்கொள்ள முடியாதது. இல்லை என்றால் எழுத்துப்பிழை இருக்கும், மேலும் தவறான எழுத்து எழுதும் பொழுது வார்த்தை மாறும். மேலும் வாசகர்கள் மற்றும் எழுத்தாளர்களின் யோசனை அம்பலப்படுத்துகிறது. அது மட்டுமல்ல, தவறான உச்சரிப்பு வார்த்தையின் அர்த்தத்தை மாற்றக்கூடும். வார்த்தையின் சரியான எழுத்து தொகுப்பு பயன்படுத்தப்படும் போது ஒரு சொல் ஒழுங்காக எழுதப்படும். மேலும், அவைகள் சரியான வரிசையில் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். எழுத்தாளர் ஒரு துல்லியமான எழுத்தை தெரிந்தெடுத்து எழுத்தாமல் எந்த நல்ல எழுத்தாளரும் இருக்க முடியாது.

நல்ல செய்தி மற்றும் கெட்ட செய்தி தொடர்பாடல்

நல்ல செய்தி வாசகரை மகிழ்ச்சியடைய செய்து, செய்தியை பெற ஆர்வமாக தொடர்புகொள்வதற்குத் வழிசெய்யும். நல்ல செய்தியின் சந்தர்ப்பங்கள் பின்வருமாறு:

- கடனுக்கான கோரிக்கை சாதகமாக கருதப்படுகிறது.
- ஒரு வேலை விண்ணப்பதாரர் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டார்.

- ஒரு ஊழியர் ஊக்குவிக்கப்பட்டார்.

ஒரு நல்ல செய்தி நேர்மறையான முறையில் நேரடி தொடர்பு கொள்ளப்படுகிறது. உங்கள் தொடக்க வாக்கியம் ஒரு இனிமையான குறிப்பில் ஆரம்பிக்க வேண்டும். சுருக்கமான வாக்கியங்களில் ஒரு நல்ல செய்தியை மூடிடுங்கள். ஒரு நட்பு தொனியைப் பின்பற்றவும். செய்தியின் நேர்மறையான உள்ளடக்கத்தை தெரிவிக்கவும். பொருத்தமற்ற விவரங்களை தவிர்க்கவும். நற்செய்தியை அறிவிப்பதற்கு கடிதத்தின் முடிவைக் காத்திருக்க வேண்டாம். நற்செய்திக்கு ஒரு வரம்புக்குரிய காரணி அல்லது ஒரு பகுதியை சாதகமானதாக கருதவில்லை என்றால், அதை நேர்மறையான விதத்தில் வைக்கவும். கடிதம் அல்லது எழுதும் கடிதம் கொண்டிருக்கும் ஒரு நேர்மறையான உணர்வை கொடுப்பது உறுதி. இல்லையெனில், நல்ல செய்தி மோசமான எழுத்து மூலம் அழிக்கப்படும்.

வசப்படுத்தும் முறையில் எழுதுதல்

வசப்படுத்தும் வகையில் பயனுள்ள செய்திகளை எழுதுவது எந்த ஒரு நல்ல எழுத்தாளருக்கும் சவாலான பணியாகும். இங்கே எழுத்தாளர் வெறுமனே எழுதாமல் உண்மையில் செய்திக்கு அப்பால் செல்ல வேண்டும். எழுத்தாளர் செய்தியை வெறுமனே தெரிவிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை, ஆனால் அதற்கு அப்பால் சென்று இணங்க வேண்டும். நம்பகமான செய்திகள் முன்கூட்டியே திட்டமிடல் மற்றும் சரியான உத்தி வேலை செய்யுமாறு எழுத்தாளர் அழைக்கப்படுகிறார். எழுத்தாளர் இணங்குவதற்கு தனது அணுகுமுறை பற்றி எழுத்தாளர் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். இது குழு இல்லக்கையும், நம்பகத்தன்மையின் நோக்கத்தையும் பொறுத்து மாறுபடும்.

வசப்படுத்தும் முறையில் எழுதும் திறனை வளர்த்துக் கொள்வதற்காக, எழுத்தாளர் முதலில் புரிந்துகொள்ளுதல் வேண்டும் மேலும் எவ்வாறு இணங்குவது என்பதைப் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும். வியாபார அகராதிபடி, தூண்டுதல் என்பது ஒரு நிகழ்வை அல்லது குழுவின் மனப்பான்மை அல்லது நடத்தை சில நிகழ்வு, யோசனை, பொருளை அல்லது மற்ற நபர் (கள்), தகவல் அல்லது உணர்ச்சிகளை வெளிப்படுத்த எழுதப்பட்ட அல்லது பேசும் சொற்கள் மூலம் மாற்றுவதை நோக்கமாகக் கொண்டது ஒரு கலவையாகும். தூண்டுதல் என்பது ஒரு செயல்முறையாகும், இது வேண்டுமென்றே திட்டமிட்ட முயற்சிகளுக்கு அழைப்பு விடுகிறது. எழுதப்பட்ட தகவல்களின்படி, வாசகர் கருத்துத் தெரிவிப்பாளரின் நோக்கமாக பதிலளிப்பதை பாதிக்கும் வகையிலேயே இது எழுதப்படுகிறது.

வசப்படுத்தும் தூண்டல் செயல்முறை பல அணுகுமுறைகளைக் கொண்டுள்ளது, மேலும் சில தொடர்புடைய சொற்களின் தோற்றங்கள் எவ்வாறு எழுத்துப்பூர்வமாக எழுதுவது என்பதை புரிந்துகொள்ள உதவுகிறது. இந்த வார்த்தையை பலவிதமான ஒத்திசைவு செய்ய நிழல்களின் அர்த்தம். திருப்தி, ஈர்க்கம், ஊக்குவிக்க, உத்தரவாதம் செய்ய, வற்புறுத்த நிலவும், தூண்டல், காரணம், நம்பிக்கை மற்றும் எழுத்தாளர் எழுதுவதற்குத் தொடங்குகையில், அவர் இந்த விருப்பங்களைப் பற்றி தெரிந்துகொள்ள வேண்டும், மேலும் அதற்கான தகுதி ஒன்றைத் தேர்வு செய்யலாம் அல்லது தூண்டப்படலாம்.

குறிப்புகள்

பொதுவாக பேசுவதைப் புரிந்துகொள்ளுதலில், கீழ்க்கண்ட வழிமுறைகளைக் கையாள வேண்டும்:

குறிப்புகள்

1. வாசகரின் கவனத்தை ஈர்க்க.
2. நீங்கள் என்ன சொல்ல விரும்புகிறீர்கள் என்பதில் ஆர்வமுள்ள வாசகரைப் பொறுத்து உங்கள் திறப்பு அறிக்கையை உருவாக்குங்கள்.
3. வெளிப்படையாகவும், நியாயமாகவும் செல்லுங்கள்.
4. சாத்தியமான எதிர்ப்பை எதிர்கொள்ள மற்றும் சரிசெய்ய முயற்சிக்கவும்.
5. நடவடிக்கை நாடிய முடிவு.

வலுபடுத்துதலின் நோக்கம் விரும்பிய செயலைத் தேடுவதாகும். உங்கள் எழுத்துத்திறன் உங்கள் வாசகர்களை பாதிக்கும் அந்த பாதிப்பு வெற்றி பெற்ற அளவை பொறுத்து உங்கள் செயல்திறன் சார்ந்திருக்கிறது. வாசகர் வசப்படுத்தப்படும்போது, நம்பக தன்மையில் வெற்றிபெறுகிறது. உணர்ச்சி ரீதியான வேண்டுகோளைச் செய்யவோ அல்லது வலுவான தர்க்க ரீதியான நியாயத்தை பின்பற்றவோ அல்லது நன்மைகள் மற்றும் அனுகூலங்களை வலியுறுத்துவது அல்லது முன்னிலைப்படுத்துதல் அல்லது இந்த கலவையைப் பயன்படுத்துதல் போன்ற எந்தவொரு சூழலிலும் வாசகர்களை இணங்குவதற்கு மிகச் சரியான அணுகுமுறை என்பதை உங்கள் உத்தி தீர்மானிக்கும். செய்தி, பொருள், மற்றும் குழுக்களை பொறுத்தது. பார்வையாளர்கள் அல்லது குழுஇலக்கு, அவற்றின் தேவைகள், நம்பிக்கைகள், மனப்பான்மைகள், மதிப்புகள், எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் பலவற்றைப் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும். நீங்கள் உண்மையில் அவர்களை வளைக்க முடியாது அல்லது அவற்றை புரிந்துகொள்ளாமல் அவர்களின் சிந்தனையை பாதிக்க முடியாது. முடிந்தவரை இலக்கு-குறிப்பிட்டதாக உங்கள் எழுத்துக்களை எழுதுங்கள்.

வியாபார உலகில் வசப்படுத்தும் தொடர்பாடல் என்பது ஒரு அன்றாட நிகழ்வாகும். இதில் பலதரப்பட்ட வழிகள் உள்ளன. ஒருவரை நீங்கள் அழைக்கும்போது, ஒரு சந்திப்பைத் தேடுமபோது, வாடிக்கையாளரின் சந்திப்பை ஏற்பாடு செய்யும்போது, முன்மொழிவை அனுப்புகையில், ஆதரவைத் தேடும்போது, கடன் விண்ணப்பிக்கும்போது, நீங்கள் யாருடைய ஆதரவை சேர்க்கும்போதும் உங்கள் செய்தியை அவர்களின் கவனத்திற்குக் கொண்டுவருவீர்கள், மற்றும் பல வேறுபட்ட வழிகளில் தூண்டுதலை தீவிர படுத்தும் போது வார்த்தைகள் நிச்சயமாக சூழலை பொறுத்து மாறுபடும்.

எங்கும் பரவலாக உள்ள தகவல்தொடர்பின் கடிதங்கள் மற்றும் விளம்பர தொடர்புகளில் விரும்பத்தக்க தகவல்தொடர்பும் தொடர்புடையது. விற்பனை கடிதங்கள், தயாரிப்பு ஆர்ப்பாட்டம், சந்திப்புகள், நேரடி அஞ்சல் அனுப்புவோர், பிரசுரங்கள், துண்டு பிரசுரங்கள், வாடிக்கையாளர் சார்ந்த எழுத்துக்கள் மற்றும் வணிக நிறுவனங்களிலிருந்து வரும் எழுத்துக்கள் ஆகியவை உற்சாகமூட்டும் தகவலுக்கான எடுத்துக்காட்டுகளாகும். இத்தகைய செய்திகளை எழுதும்போது, வணிக எழுத்தாளர் தெளிவு வழங்கல், மேல்முறையீட்டை காண 'நீங்கள்' துடிப்பான மற்றும் கடுமையான

வார்த்தைகளை உறுதிப்படுத்த வேண்டும், மேலும் இது போன்ற அனைத்து காரணிகளையும் விரும்பத்தக்க தூண்டுதல் மூலம் விளைவுகளை ஏற்படுத்தலாம். அடிக்கடி மறுபரிசீலனை முயற்சிகளுக்கு அழைப்பு விடுக்க வேண்டும். தொடக்கச் செய்தியை பின்தொடரும் கடிதங்கள் வலுப்படுத்தும் செய்திகளால் நிரப்பப்பட வேண்டும்.

இலக்கண விதிகள்

இலக்கண சரிவை உறுதிப்படுத்துவது மிகவும் முக்கியம். மோசமான இலக்கணம் ஒரு கட்டைவிரல் புண் போன்றது மற்றும் எழுத்துக்களை நேர்த்தியாக எழுதுவதால், இதை தவிர்க்கலாம். இதைப் பற்றி மேலும் படிப்போம். இலக்கணம் கடினமான வழியைக் கொண்டுள்ளது. அடிப்படைகளை புரிந்துகொண்டு பாராட்டுவதற்கு இலக்கணத்தை ஒரு நல்ல புத்தகத்தை படிக்க வேண்டும்.

பல்வேறு பேச்சு பாகங்களின் உதவியுடன் ஒரு முழு வாக்கியம் அமைக்கப்படுகிறது, பேச்சு பகுதிகள் சொல் வகுப்புகளைக் குறிக்கும். இவ்வாறு, பேச்சு வார்த்தைகளின் பகுதிகள் அவற்றின் இலக்கணத்தின்படி சொற்கள் பிரிக்கப்படுகின்றன. அவைகள் பாரம்பரியமாக ஒன்பது பிரிவுகள் உள்ளன. அவை பெயர்ச்சொல், பிரதிபெயர்ச்சொல், வினைச்சொல், வினையுரிச்சொல், முன்னிலை, உரிச்சொல், இணைவு, ஊடுருவல் மற்றும் கட்டுரைகள்.

அது ஒரு மிகப்பெரிய படிப்பு துறையாகும். அர்ப்பணிக்கப்பட்ட படிப்படியான அணுகுமுறை இலக்கணத்திற்கு உள்ளது என்று வல்லுநர்கள் ஒப்புக்கொள்கிறார்கள். மிகக் குறைவான வல்லுநர்கள் நிச்சயமற்ற தன்மைகளிலிருந்து முற்றிலும் இலக்கணத்துடன் எப்போதும் சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி எழுதுபவர்களாக உள்ளனர். எந்த வியாபார எழுத்திலும் இலக்கண சரி பார்த்தல் என்பது தவறான இலக்கணம் மற்றும் மோசமான ஆங்கில இலக்கணத்தை உறுதிப்படுத்துவதை குறிக்கும். சில உதாரணங்களைப் பார்ப்பதற்கு இங்கே நாங்கள் முன்மொழிகின்றோம்.

ஒருமை மற்றும் பன்மை

ஒருமை, ஒரு நபர் அல்லது ஒரு விஷயத்தை குறிக்கும்போது, பன்மை ஒன்றுக்குமேற்பட்ட நபர்கள் அல்லது விஷயங்களை குறிக்கிறது. பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில் பன்மை ஒரு “கள்” சேர்ப்பதன் மூலம் குறிக்கப்படுகிறது. இருப்பினும், பன்மையாக்கல் “கள்” சேர்ப்பதன் மூலம் பன்மையை அடைய முடியாத நிகழ்வுகளும் உள்ளன.

பின்வரும் வாக்கியங்களில், சில சரி, சில தவறானவை உள்ளன, அவற்றை நீங்கள் கவனியுங்கள்:

- நமது நாட்டில் நன்கு படித்த மக்கள்கள் தேவை.
- ஒரே ஒரு குழந்தைகள் காத்திருந்தது.
- நாளின் முடிவில், என் கால்கள் களைப்பாக இருக்கிறது.
- மனிதன் அன்பானவர் ஆனால் மனிதர்கள் கொடுமானவர்கள்.

குறிப்புகள்

- எனக்கு மூன்று குடைகள் தேவை.
- எங்கள் அணி மிகவும் நல்ல வாய்ப்பு காத்திருக்கிறது.

குறிப்புகள்

பெயர்ச்சொற்குறிகள்

பெயர்ச்சொற்குறிகள் மூன்று அவை “ஒரு”, ஒன்று மற்றும் எண்ணிக்கை திட்டவாட்ட மில்லாதவை.

பின்வரும் வாக்கியங்களில் மற்றும் தவறானவற்றை கவனிக்கலாம்:

- மனித மனது குரங்கு போன்றது.
- நீங்கள் உங்களுடன் ஒரு ஆப்பிள் மற்றும் குடை கொண்டு வர வேண்டும்.
- அவர் தலைவரின் ஒரு தீவிர ஆர்வலர் ஆவார்
- இது ஒரு தனிப்பட்ட அனுபவம்.
- உங்களைப் போன்ற ஒருவரை சந்திப்பது மரியாதையானது.

எச்சவினை

ஒரு வினைச்சொல்லின் பண்புகள் சிலவற்றை ஒரு வினைச்சொல்லாகப் பங்கிட்டு, ஒரு வினைச்சொல்லாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. அதைப் பயன்படுத்தும்போது பொருத்தமானது என்னவென்றால், ஒரு வாக்கியத்தில் அதன் பொருள் மற்றும் பங்கு தொடர்பான பயன்பாடு இருக்க வேண்டும். உறவு அல்லது குறிப்பு இல்லாவிட்டால், இது ஒரு பொருந்தாத பங்களிப்பாக அழைக்கப்படுகிறது.

பின்வரும் எடுத்துக்காட்டுகளில், சில பங்கேற்பு ஒழுங்காகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, சிலவை திகைப்பூட்டும் விதத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன

- கவனமாக ஓட்டி, அவர் நேரத்திற்கு வந்தார்.
- சாலையில் விளையாடிய குழந்தையை கார் அடித்துச் சென்றது.
- ஒரு விரும்பிய கலைஞராக இருப்பதால், அரங்கு முழுமையாக இருந்தது.
- காலையில் தாமதமாக சென்றது, பஸ் விட்டு விட்டது.
- கூர்மையான ஏதாவது தேடுவது, அவள் ஒரு கத்தியை எடுத்தாள்.

கேள்வி குறிச்சொற்கள்

கேள்வி குறிச்சொற்கள் பேசப்படும் ஆங்கிலத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன மற்றும் முறையாக எழுதப்பட்ட ஆங்கிலத்தில் அதிகம் பயன்படுத்தப்படவில்லை. கேள்வி குறிப்புகள் சில நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட கோட்பாடுகளை பின்பற்றுகின்றன. உதாரணமாக, அறிக்கை நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறையாகவும் உள்ளது. பின்வரும் கேள்வி குறிச்சொற்களை மீண்டும் பார்க்கலாம், சில சரியாக உள்ள, சில தவறாக உள்ளன.

- நீங்கள் அங்கே போவதில்லை, நீங்களா?

- நான் அங்கு வரவில்லை, நான்?
- இது ஒரு அழகான உடை, இல்லையா?
- எவரும் அதை செய்ய முடியும், அவர்கள்?
- ஜமுனா நன்றாகப் பேசுகிறாள், இல்லையா?

ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் கவனிக்க வேண்டிய முக்கிய விதிகளை குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். இலக்கண மூலதனத்தின் குறிப்பிடத்தக்க அம்சங்களை பாராட்டியுள்ளோம். சொற்றொடர்கள், மந்தமான, காலாவதியான வார்த்தைகள் மற்றும் வெளிப்பாடுகளை தவிர்ப்பதன் மூலம் எப்படி நல்ல எழுத்தாளர்கள் தங்கள் எழுத்தை மேம்படுத்த முடியும் என்பதைப் பார்த்தோம், அதற்கு பதிலாக வலுவான மற்றும் துடிப்பான வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும். நல்ல எழுத்தாளர்கள் தவிர்க்க வேண்டிய பொதுவான இலக்கண மற்றும் பிற தவறுகள் பல உதாரணங்களையும் தெரிந்துகொண்டோம்.

சிறந்த முயற்சிகள் மற்றும் வழக்கமான பயிற்சிகள் மூலம் எழுத்துக்களை தொடர்ச்சியாக மெருகேற்றுவதை சாதிக்க முடியும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. எத்தனை பகுதிகளுக்கு எழுதப்பட்ட செய்திகளை உடைக்கலாம்?
4. திறமையான எழுத்து முறையின் இரண்டு கோட்பாடுகளை குறிப்பிடுங்கள்.
5. சுருக்க எழுத்துமுறை என்றால் என்ன?

4.4 உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகள் சரிபார்க்க பதில்கள்

1. வேறு ஒரு அறிவியலாளரால் அர்த்த ஒருங்கிணைந்த அமைப்புமுறையாக மொழி வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.
2. எழுதப்பட்ட தொடர்பு என்பது எழுதப்பட்ட சொல்லை பயன்படுத்துவதும் ஒரு தகவல்.
3. எழுதப்பட்ட செய்திகளை மூன்று பகுதிகளாக உடைக்கலாம், வார்த்தைகள், வாக்கியங்கள் மற்றும் பத்திகள்.
4. திறமையான எழுத்து வழி தகவல் தொடர்பின் இரண்டு கோட்பாடுகள் முழுமை மற்றும் தெளிவு.
5. சுருக்கெழுத்து ஒரு சொற்களின் குறுகிய வடிவத்தை குறிக்கிறது.

4.5 சுருக்கம்

- மொழியியலாளர்களால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு மொழி என்பது வரையறுக்கப்பட்ட பேச்சு கருத்து, செய்தி, மற்றும் எழுத ஒத்துழைக்கும் தன்மை வாய்ந்த குரல் சின்னங்களே ஒரு மொழியின் அமைப்பாகும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- ஏற்கனவே கூறப்பட்டிருப்பதைப் பதிவு செய்ய வேண்டிய அவசியத்தை உணரும் வரை வாய்வழி தகவல் தொடர்பின் பாரம்பரியம் அந்த காலத்திலிருந்து தொடர்ந்து வந்தது.
- எழுத்து வழி தகவல் தொடர்பு என்பது எழுதப்பட்ட சொல்லைப் (எழுத்துமுறை) பயன்படுத்துவதற்கான ஒரு தகவல்தொடர்பு.
- எழுதப்பட்ட தகவல்களின் சிறந்த அம்சம் இது ஆவணப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இது எந்த நேரத்திலும் ஆலோசனை பெறலாம் அல்லது மதிப்பாய்வு செய்யவும் முடியும்.
- வார்த்தைகள் அடிப்படை எழுத்தின் கோர்வை. வார்த்தைகள் வாக்கியங்களை உருவாக்குவதோடு, தர்க்கரீதியாக வாக்கியங்கள் இணைக்கப்பட்டு பத்திகளாக உருவாக்கப்படுகிறது.
- வழக்கு குற்றுகள் சில வழக்கு கூற்றுகள் வழக்கு குற்றுகள், சில வழக்கு கூற்றுகள் அதிக பயன்பாட்டினால் சலிப்பை ஏற்படுத்துகின்றன.
- பாலியல் மொழியின் பயன்பாட்டைத் தவிர்க்கவும், அதாவது, பாலின சார்புகளைக் காட்டும் வார்த்தைகள் மற்றும் சொற்றொடர்கள்.
- உங்கள் எழுத்துகளில் இணைத்தலை சேர்க்கவும். தயக்கமின்றி ஒரு மன்னிப்புக்காக மன்னிப்பு கேட்டு, நன்றியுடன் நன்றி கூற வேண்டும். முரட்டுத்தனமாக அல்லது கடுமையாக இருக்காதீர்கள்.
- சுருக்கமாக இருப்பதோடு கருத்து குறிப்புடன் செயல்திறனை உருவாக்குவதற்கும் பங்களிப்பு செய்கிறது. சுருக்கம் வாசகரின் நேரத்தை மிச்சப்படுத்துகிறது, மேலும் தெளிவாகவும் சுவாரசியமாகவும் இருக்கிறது.
- ஒரே கருத்தை ஒத்த வார்த்தைகள் அடங்கிய தலைப்புடன் நேரடியாக சம்பந்தப்பட்ட தகவல்களை கொடுக்கிறது மற்றும் தர்க்கரீதியாக அர்த்தம் அளிக்கிறது.
- எழுத்து பாணி தகவலை வெளிப்படுத்துவதோடு நிற்கும் பொருள் அல்ல என்பதைக் குறிக்கிறது.
- ஒவ்வொரு மொழிக்கும் ஒரு இலக்கணம் உள்ளது. சொல்லப்போனால், ஒரு மொழி எழுதப்படுவதற்கு முன்பே இலக்கணம் வருகிறது.
- உங்கள் எழுத்துகளை எழுதுங்கள். திறமையான எழுத்தாளர்கள் தங்கள் வார்த்தைகளை எப்படி தெரிவு செய்வது என்று அறிவார்கள்.
- கேள்வி குறிச்சொற்கள் பேசப்படும் ஆங்கிலத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன ஆனால் முறையான எழுதப்படும் ஆங்கிலத்தில் அதிகம் பயன்படுத்தப்படவில்லை.

4.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **மொழியியலாளர்கள்:** மொழிகளில் ஒரு நபர் குறிப்பாக பல மொழிகளை பேசும் ஒருவரை மொழியியலாளர் என ஆய்வாளர்கள் கூறுகிறார்கள்.

- **கையேடு:** வழிமுறை அல்லது தகவல் கொடுக்கும் ஒரு புத்தகம் கையேடு என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- **குழுமொழி:** குழுமொழி என்பது மற்றவர்கள் புரிந்து கொள்ள கடினமாக இருக்கும் ஒரு தொழில் அல்லது குழுவால் பயன்படுத்தப்படும் சிறப்பு சொற்கள் அல்லது வெளிப்பாடுகளை குறிக்கிறது.
- **கொச்சை வழக்கு:** கொச்சை வழக்கு பழம்பெரும் சொற்கள் மற்றும் சொற்றொடர்களை உள்ளடக்கிய ஒரு வகை மொழி, மிகவும் ஒழுங்கற்றதாகக் கருதப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

4.7 சுய மதிப்பீடு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. மொழி ஒரு தொடர்பாடலின் ஊடகம் சிறிய குறிப்பை எழுதுக.
2. எழுதப்பட்ட தகவல் தொடர்புகளின் பாரம்பரியம் எவ்வாறு உருவானது?
3. எழுதுவதில் தெளிவு முக்கியம் ஏன்?
4. ஒரு ஒத்திசைவான செய்தியை எழுதுவது எப்படி?
5. மற்றவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ளும்போது, ஏன் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வார்த்தைகளை வலியுறுத்த வேண்டும்?

பெறு வினாக்கள்

1. திறமையான எழுத்துக்களின் பொதுவான கொள்கை என்ன? விவாதிப்புகள்.
2. சரியான தொனி மற்றும் மொழி பேசுவதில் முக்கியம் ஏன்? விளக்க.
3. “நல்ல எழுத்துமுறை இலக்கணப்படி சரியான எழுத்தாக உள்ளது”. இந்த வாக்கியத்தின் சூழ்நிலை விளக்கம் கொடு.
4. ஒரு நபரை ஒரு நல்ல எழுத்தாளாக மாற்றுவது எது? எழுதும் போது ஒரு நல்ல எழுத்தாளர் மனதில் வைத்துக்கொள் வேண்டிய காரணிகள் யாவை?

4.8 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wilhelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.

குறிப்புகள்

Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin.

Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.

Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 5 நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பாடல்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 5.0 முன்னுரை
- 5.1 நோக்கங்கள்
- 5.2 நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பாடலின் அர்த்தம்
- 5.3 உட்புற தகவல்தொடர்பு: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள்
 - 5.3.1 உட்புற தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவம்
- 5.4 வெளிப்புற தொடர்பாடல்: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிவகைகள்
 - 5.4.1 வெளிப்புற தொடர்பாடல்களின் முக்கியத்துவம்
- 5.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 5.6 சுருக்கம்
- 5.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 5.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 5.9 மேலும் படிக்க

5.0 முன்னுரை

விஷயங்களை செய்து கொள்ள ஒரு வழிமுறையாக அமைப்பு காலங்காலமாக மனிதர்கள் பயிற்சி பெற்று வந்துள்ளனர். பகிர்வு இலக்குகளை அடைய நிறுவனங்களின் உறுப்பினர்களுக்கிடையேயான தொடர்பு, அத்தகைய அமைப்பின் முக்கிய அம்சமாக மாறியது. இறுதியில், மனித அமைப்புகள் மிகவும் சிக்கலான மற்றும் மாறுபட்ட வணிக அமைப்புகளின் வடிவத்தை எடுத்தன. இதன் விளைவாக, நிறுவனங்களின் தொடர்பு மற்றும் முக்கியத்துவத்தை அது பன்மடங்கு அதிகப்படுத்தியது. இன்று, பயனுள்ள நிறுவன தகவல்தொடர்பு நிறுவனத்திற்கான முன்நிபந்தனையாக மாறியுள்ளது.

21 ஆம் நூற்றாண்டின் அனைத்து நவீன நிறுவனங்களும் தொழில்நுட்பம், பொருளாதார அழுத்தங்கள், பூகோளமயமாக்கல், பல்வகைப்படுத்தல் மற்றும் பல காரணிகளை மாற்றுவதன் மூலம் குலைந்து கிடக்கின்றன. இந்த கொந்தளிப்பிலிருந்து பிழைத்திருக்கும் இந்த நவீன அமைப்புகள் பல பயனுள்ள நிறுவன தகவல்களுக்கு கடன்பட்டிருக்கிறது.

சந்திப்புகள், நேருக்கு நேர் கலந்துரையாடல்கள், குறிப்புக்கள், கடிதங்கள், மின்னஞ்சல்கள், வியாபார அறிக்கைகள் மற்றும் பலவற்றைக் கொண்டிருப்பது வணிக நிறுவனத்தில் ஒரு முக்கியமான பகுதி மற்றும் இதுவே பணிக்காக செலவிடப்படும் பெரும்பாலான நேரம் என்பதை நிர்வாகிகள் இன்று உணர்ந்துள்ளனர். “Business Outlook”-இல் வெளியிடப்பட்ட ஒரு ஆய்வில்,

குறிப்புகள்

ஒரு நிறுவனத்தில் நிர்வாகிகள் மற்றும் மேலாளர்கள் தொடர்புகொள்வதில் நேரத்தை செலவழிக்கிறார்கள். 1000 நிறுவனங்களின் 1000 பணியாளர்களின் பதில்களை அடிப்படையாகக் கொண்ட ஆய்வு. ஒவ்வொரு நாளும் தொலைபேசி, மின்னஞ்சல்கள், தொலைநகல்கள், ஆவணங்கள் மற்றும் நேருக்கு நேர் உரையாடல்கள் மூலம் 1798 செய்திகளை சராசரியாக அனுப்புகிறோம் மற்றும் பெறுகிறோம். என்று கண்டறியப்பட்டது. சராசரியாக வணிக நிர்வாகி 75 அல்லது 80 சதவிகிதத்தை அல்லது ஒவ்வொரு மணி நேரத்திற்கு 45 நிமிடங்களுக்கும் தொடர்புகொள்கிறார் என்று சில நிபுணர்கள் நம்புகிறார்கள்.

ஒவ்வொரு அமைப்பிலும் பயனுள்ள நிறுவன தகவல்தொடர்பு ஒரு முன்நிபந்தனையாக மாறி அமைப்பின் உள்ளேயும் வெளியேயும் இரு மட்டங்களில் சேவை செய்கிறது. உள்நாட்டில், பயனுள்ள நிறுவன தகவல்தொடர்பு நிறுவனம் ஒரு நிறுவனத்தின் பார்வை மற்றும் பணியை நோக்கி நம்பிக்கையை ஊக்குவிக்கிறது, ஊழியர்களை இணைக்கிறது, அவர்களை ஊக்குவிக்கிறது, மாற்றம் குறைகிறது மற்றும் ஒட்டுமொத்த வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்கிறது. வெளிப்புறமாக, இது ஒரு நிறுவனத்தின் திறனை உருவாக்கும் மற்றும் அதை வளர்ப்பதில் உதவுகிறது, புதிய வழிகாட்டுதல்களை ஆராய்கிறது மற்றும் சமூகத்துடன் இணைப்பது புத்தகத்தின் முதல் அலகு நிறுவன தகவல்தொடர்பு பற்றிய கருத்தை அறிமுகப்படுத்துகிறது, ஒரு அமைப்புக்கு அதன் முக்கியத்துவம், அதன் வளர்ச்சி மற்றும் முக்கிய கூறுகள் பற்றியும் விவரிக்கிறது.

5.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை படித்தபிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- நிறுவனங்களில் தகவல்தொடர்பு செயல்முறை பற்றி விவாதிக்கவும்
- உட்புற தகவல்தொடர்பில் பங்குதாரர்களை அடையாளம் காணவும்
- உட்புற தகவல்தொடர்பின் வழிமுறைகளை விவரிப்புகள்
- வெளிப்புற தகவல்தொடர்பின் வழிமுறைகளைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ளுங்கள்

5.2 நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பாடலின் அர்த்தம்

ஒழுங்குமுறை நிறுவன தகவல்தொடர்பை முறையாக வரையறுக்க, முதலாவது “நிறுவன தகவல் தொடர்பாடல் என்ற வார்த்தையை, அதாவது இந்த வார்த்தையை உருவாக்கும் “நிறுவனங்கள்” மற்றும் “தகவல் தொடர்பாடல் எனும் இரண்டு வார்த்தைகளை முதலில் கண்டுபிடித்து வரையறுக்க வேண்டும்.

எளிமையாக, ஒரு நிறுவனத்தினன் அமைப்பு ஏற்பாடு செயல்முறை. இது தொடர்பாக, ஒரு குழு அல்லது உறுதிப்பாடு கொண்டு. பொருட்களை அல்லது மக்களை ஒன்றாக வைப்பது. ஆகையால், அதன் அமைப்பு, பங்கு மற்றும் இலக்குகள் வரையறுக்கப்பட்ட மற்றும் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்ட

ஒரு பழைய முறை ஆகும். இஸ்ரேலிய அமெரிக்க சமூகவியலாளரான அமிட் டீ எட்ஸியோனி (1964), சமூக இலக்குகள் அல்லது குறிப்பிட்ட இலக்குகளைத் தக்கவைத்துக்கொள்ள வேண்டுமென்றே கட்டமைக்கப்பட்ட மற்றும் புனரமைக்கப்பட்ட மக்களை குழுக்கள் என்று விவரித்துள்ளார். எழுத்தாளர் கேத்ரீன் மில்லர் (2003), அனைத்து நிறுவனங்களும் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட மக்கள் (ஒரு சமூகக் கூட்டு), இலக்குகள், ஒருங்கிணைப்பு செயல்பாடு, கட்டமைப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருப்பதாக நம்புகிறார்.

நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்களின் ஏற்பாடு நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது. நிறுவனங்களை விவரிக்கும் போது, ஆசிரியர் ஜெரால்ட் பெப்பர் (1995) ஒரு தகவல்தொடர்பு அடிப்படையிலான வரையறையை வழங்குகிறது என பெப்பர் வாதிடுகிறார், “இந்த விளக்கம் சுற்றறிக்கை போல் தோன்றினாலும், அது உண்மையில் நிறுவனங்களின் தகவல்தொடர்பு விளக்கத்தை மிகவும் விவரிக்கிறது. ‘பிரமிடு’ அமைப்பு முறையிலான வரையறை, மரபார்ந்த ஜனநாயகவாத, “பெண்ணிய” அமைப்பு வடிவங்களுக்கான காரணங்களைக் குறிப்பிடுவது போலவே, வரையறை முக்கியத்துவமானது, வரையறுக்கப்படும் உறுப்பினர்கள் மத்தியில் உள்ள தொடர்பு உறவுகளாகும். ஏனெனில் அமைப்பு வரையறுக்கப்படும் தன்னிச்சையான கூறுகளை விட “நிறுவன நடத்தை” ஸ்டீபன் பி. ராபின்ஸ் (2001) எழுதிய ஒரு அமைப்பு, ஒரு பொது இலக்கு அல்லது இலக்குகளின் இலக்கை அடைய ஒப்பீட்டளவில் தொடர்ச்சியான அடிப்படையில் செயல்படும் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட மக்களால் உருவாக்கப்பட்ட உணர்வுபூர்வமாக ஒருங்கிணைந்த சமூக அலகு என்று வரையறுக்கிறது.

தொடர்பாடல் என்பது நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டுக்கு முக்கியமாகும், மேலும் பல்வேறு வடிவங்களில் தொடர்ந்து நடைபெறுகிறது. ஒரு தகவல் நிறைந்த சமுதாயத்தின் தற்போதைய சகாப்தத்தில், தொடர்பு பிரிக்க முடியாதது, எனவே இது ஒரு அமைப்பின் உயிர்நாடி என்கிற பெரிய அளவிற்கு மாறியுள்ளது. ஆசிரியர்கள் வெயிக் மற்றும் பிரவுனிங் (1986) அதை “ஒரு நபரின் செய்தியை மற்றவரிடம் தெரிவிப்பதற்கான செயல்முறை” என வரையறுக்கின்றனர். நிறுவனத்தில் தகவல் தொடர்பு செயல்பாடு பரஸ்பர இலக்குகளை அடைய, அந்த அமைப்பின் ஊழியர்களை இணைப்பதே என ஆசிரியர்கள் வேய்ரிக் மற்றும் கோன்ட்ஜ் கூறுகிறார்கள் எனவே, நிறுவனத்தில் தகவல் தொடர்பாடல் முக்கியம்:

- நிறுவனத்தின் நோக்கம் உணரப்படுதல்
- திட்டங்களை அபிவிருத்தி செய்வதற்கும் அவர்களது உணர்தல் தொடர்பாக வேலை செய்வதற்கும்
- மிகவும் வெற்றிகரமான மற்றும் பொருத்தமான வழியில் மனித மற்றும் பிற வளங்களை நிர்வகிக்க
- நிறுவன உறுப்பினர்களின் செயல்திறன் மதிப்பீட்டில் உதவுவதற்கு மற்றும்
- மக்களுக்கு பங்களிக்க விரும்பும் ஒரு காலநிலை நிர்வகித்தல், வழிகாட்டல், ஊக்குவித்தல் மற்றும் உருவாக்க உதவுதல்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- நிறுவனத்தின் நோக்கம் உணரப்படுதல்
- திட்டங்களை அபிவிருத்தி செய்வதற்கும் அவர்களது உணர்தல் தொடர்பாக வேலை செய்வதற்கும்
- மிகவும் வெற்றிகரமான மற்றும் பொருத்தமான வழியில் மனித மற்றும் பிற வளங்களை நிர்வகிக்க
- நிறுவன உறுப்பினர்களின் செயல்திறன் மதிப்பீட்டில் உதவுவதற்கு மற்றும்
- மக்களுக்கு பங்களிக்க விரும்பும் ஒரு காலநிலை நிர்வகித்தல், வழிகாட்டல், ஊக்குவித்தல் மற்றும் உருவாக்க உதவுதல்.

“பிசினஸ் கம்யூனிகேஷன்” என்ற நூலை எழுதியவர் ஆர். பாக்ஸ், கூறுகிறார் “தகவல்தொடர்பு என்பது தொடர்ச்சியாக தகவல் பரிமாற்றம், கட்டளைகள், விருப்பம் மற்றும் இரண்டு பகுதிகளிலிருந்து நிரப்பப்பட்ட அமைப்புகளால் வழங்கப்படும் ஒரு சிக்கலான முறையை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துகிறது: முறையான தகவல் தொடர்பு வலைப்பின்னல் ‘நெட்வொர்க்’ (வலைதளம்) மற்றும் முறைசாரா தகவல் தொடர்பு வலைப்பின்னல் ‘நெட்வொர்க்’ (வலைதளம்).

உங்கள் முன்னேற்றத்தை சரிபார்க்க

1. “அமைப்பு” என்ற வார்த்தையின் அர்த்தம் என்ன?
2. நிறுவனத்தின் ஐந்து அம்சங்களைக் குறிப்பிடுங்கள்.

5.3 உட்புற தகவல்தொடர்பு: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிமுறைகள்

எந்தவொரு அமைப்பின் வெற்றியும் அதன் உட்புற தகவல்தொடர்பை சார்ந்துள்ளது. முதலாளிகள் மற்றும் ஊழியர்களுக்கிடையே உள்ள தொடர்பு எந்தவொரு அமைப்பிலும் சிறந்தது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. அனைத்து செயல்முறைகளிலும் உட்புற தகவல்தொடர்பு தேவைப்படுகிறது. ஒரு நிறுவனத்தின் அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கும் இடையே தகவல் பரிமாற்றம் மற்றும் நல்ல உட்புற தொடர்பு தேவைப்படுகிறது. தொடர்பாடல் அதன் செயல் முறையை பொறுத்து, செங்குத்து, மூலைவிட்ட அல்லது கிடைமட்டமாக பல்வேறு வகையான தொடர்பு இருக்கலாம்.

உட்புற தகவல்தொடர்பு என்றால் என்ன?

செங்குத்து தகவல்தொடர்பு ஒரு வணிகத்தில் நிறுவப்பட்ட முறையான வரிசைக்கு மேலே அல்லது கீழே தொடர்பு கொண்டு செய்தி வரிசைக்கு கீழான நிலைக்கு நகர்த்த முடியும், பின்னர் மீண்டும் அதே நிலைக்கு திரும்பும்.

நிறுவனத்தில் ஒத்த அளவிலான மக்கள் தொடர்பில் கிடைமட்ட தொடர்பு உள்ளது. கிடைமட்ட தொடர்பு பக்கவாட்டு தொடர்பு என

அழைக்கப்படுகிறது. அதே நிறுவன தலைமையகத்தில் உள்ளவர்கள் அனைவரும் ஒரு திட்டத்தில் ஒத்துழைக்க வேண்டியது அவசியம்.

நிறுவனத்தில் முன்னறிவிக்கப்பட்ட தகவலின் முறையான வழிகாட்டல்களால் தகவல்கள் பரிமாறப்படும் போது முறையான தகவல் தொடர்பு உள்ளது.

ஊழியர்கள், உரிமையாளர்கள், இயக்குநர்கள் குழு, முதலீட்டாளர்களுக்கு மேலாளர்கள் ஆகியோரின் ஒரு அங்கத்தவர் ஒவ்வொருவருக்கும் உள்ளக பங்குதாரர்களின் ஒரு பகுதியாக உள்ளனர். இந்த தனிநபர்கள் முதன்மை பங்குதாரர்களாகவும் அழைக்கப்படுகின்றனர் மற்றும் நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த செயல்திறனுக்கு பொறுப்பான வெளி பங்குதாரர்களை இறுதியில் அடையும் லாபம், செயல்திறன் மற்றும் குறிப்பிடத்தக்க முடிவுகள் அனைத்தையும் அறிந்திருக்கிறார்கள்.

உட்புற தொடர்பாடல் முறைகள்

- ஊழியர்கள் கடிதங்கள்
- மின்னஞ்சல்
- பணியாளர் செய்திமடல்
- ஊழியர்கள் கூட்டம்
- அறிவிப்பு பலகை
- ஊழியர் மென்பொருள்

5.3.1 உட்புற தொடர்பாடலின் முக்கியத்துவம்

உட்புற தகவல்தொடர்பு என்பது நிறுவனத்திற்கு உள் உள்ள தொடர்பு. உட்புற தகவல்தொடர்பு ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் அனைத்து நிர்வாக செயல்பாடுகளை ஒருங்கிணைக்கிறது, அதாவது, இது திட்டமிடல், ஏற்பாடு செய்தல், பணிபுரிதல், இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் வசதிகளை வழங்குகிறது. இத்தகைய தகவல்களுக்கு அக தொடர்பாடல் முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது.

- (1) **திட்டமிடல் வசதிகளை ஏற்படுத்துகிறது:** சிறந்த தகவல்தொடர்பு அமைப்புகள் ஒரு நிறுவனத்தில் நோக்கங்களை உருவாக்குதல் மற்றும் பரப்புதல் ஆகிய இரண்டையும் எளிதாக்குகிறது. இது சரியான மற்றும் துல்லியமான தகவலை சேகரிப்பதன் மூலம் இந்த குறிக்கோள்களை நிறைவேற்றுவதற்கு திட்டமிட உதவுகிறது. உண்மையில், திட்டமிடல் வெற்றி அடிப்படையாகக் கொண்ட தகவலின் தரத்தை பெரும்பாலும் சார்ந்திருக்கிறது.
- (2) **வியாபாரத்தில் அதிகரிக்கும் சிக்கல்:** வணிகங்கள் பெருகிய முறையில் சிக்கலாகி வருகின்றன. சிறப்பு காரணமாக, விளம்பர, நிதி, விற்பனை, உற்பத்தி, பயிற்சி மற்றும் ஆட்சேர்ப்பு போன்ற பல்வேறு செயல்பாட்டு பகுதிகள் பல்வேறு துறைகள் மூலம் கையாளப்படுகின்றன. பல்வேறு துறைகளை ஒருங்கிணைப்பதற்காக, பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு அவசியம். எடுத்துக்காட்டாக, திட்டமிடல் துறை ஒரு புதிய திட்டத்தின்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

விவரங்களைத் தயாரிக்க ஒரு மாதம் செலவழித்திருக்கலாம், ஆனால் திட்டத்தை செயல்படுத்துவதற்கு நிதி கிடைக்கவில்லை என்றால், அது அனைத்தும் பயனற்றவையாகிவிடும்.

- (3) **வணிகங்களின் வளர்ச்சி:** நிறுவனங்கள் நாட்டினுள்ளும் மற்றும் வெளிநாடுகளிலும் பல கிளை நிறுவனங்களை கொண்டுள்ளன. எனவே, ஆரோக்கியமான மற்றும் வளர்ச்சிக்கு, ஒரு திறமையான மற்றும் திறமையான (வலைப்பின்னல்) நெட்வொர்க் (வலைதளம்) தொடர்பு தேவைப்படுகிறது. இது பல்வேறு கிளைகள் மத்தியில் பயனுள்ள தகவல் பரிமாற்றத்தை எளிதாக்கும் மற்றும் திட்டமிடல் மற்றும் முடிவெடுக்கும் வசதிக்காக தலைமை அலுவலகத்தில் தகவல் புதுப்பிக்கப்படும்.
- (4) **ஒத்துழைப்பு மற்றும் புரிதலை மேம்படுத்துதல்:** மேலாண்மை மற்றும் ஊழியர்களிடையே பயனுள்ள மற்றும் மென்மையான தொடர்பு இருந்தால், இரு கட்சிகளுக்கும் நன்மை பயக்கும் பரஸ்பர நம்பிக்கை மற்றும் நம்பிக்கையின் சூழ்நிலையைப் பெற உதவுகிறது. உற்பத்தித்திறன் அதிகரிப்பு இருப்பதால் நிர்வாகம் சிறந்த வருமானத்தை பெறுகிறது. ஊழியர்களுக்கு வேலை திருப்தி அதிகரிக்கும் மற்றும் அமைப்புக்கு விசுவாசம் மற்றும் செல்வவளம் ஆகியவற்றை உருவாக்குதல்.



விளக்கப்படம் 5.1 தொடர்பு பரிமாற்றம்

- (5) **முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் உதவுகிறது:** திட்டமிடல் போன்ற முடிவெடுக்கும் செயல்முறை, தகவல் கிடைக்கும் அடிப்படையை பொறுத்து அமையும். பயனுள்ள தகவல்தொடர்பு இல்லாததால், சரியான நேரத்தில் சரியான வகை தகவல் கிடைக்கவில்லை என்றால், முடிவை எடுப்பதற்கு முன், நன்மை

தீமைகள் அனைத்தையும் கருத்தில் கொள்ள முடியாது. உயர் தரமான முடிவெடுப்பதில் பயனுள்ள தகவல்தொடர்பு அவசியம்.

- (6) **பணியாளர்களின் மன உறுதியை அதிகரிக்கிறது:** நிறுவனங்களில் தகவல் தொடர்பு மனப்பான்மைக்கு அடிப்படையாகும். ஒரு சிறந்த தகவல் தொடர்பு முறை மூலம், ஊழியர்கள் தங்கள் மனக்குறைகளை மேலாண்மை செய்து அவற்றை திருப்திகரமாக சரிசெய்யலாம். இதனால் இது நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது மற்றும் வேலை திருப்தி அளிக்கிறது.

குறிப்புகள்

5.4 வெளிப்புற தகவல்தொடர்பு: பங்குதாரர்கள் மற்றும் வழிமுறைகள்

பல்வேறு நிறுவனங்களுக்கிடையேயான தொடர்பு வெளிப்புற தொடர்பு என்று அழைக்கப்படுகிறது. ஒருவரின் இலக்குகளை அடைவதற்கு, ஒவ்வொரு அமைப்பும் மற்ற நிறுவனங்களுடன் அல்லது தனிநபர்களுடன் உறவை பராமரிக்க வேண்டும். எனவே, ஒரு வணிக நிறுவனம் பிற நிறுவனங்கள், வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள், தலைவர்கள் மற்றும் மக்களுடன் தகவல் பரிமாற்றப்படும்போது, இது வெளிப்புற தொடர்பு நடப்பதை அறிய முடியும்.

சப்ளையர்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் போன்ற குழுக்களுடனான ஒத்துழைப்பை எளிதாக்குவது வெளிப்புற தொடர்புகளின் இலக்கு. வாடிக்கையாளர்களுக்கும் சமுதாயத்திற்கும் ஒரு நிறுவனம் மற்றும் அதன் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் சாதகமான ஒரு பிரதிபலிப்பை வழங்குவதுடன், சமுதாயத்திற்கு பொறுப்பையும் அளிக்கிறது.

வெளிப்புற பங்குதாரர்கள் நிறுவனத்திற்கு வெளியே உள்ள தனிநபர்கள் அல்லது குழுக்கள், ஆனால் நிறுவனத்தின் முடிவுகளும் செயல்திறனையும் அவர்கள் பாதிக்கின்றனர் சப்ளையர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், போட்டியாளர்கள், அரசாங்க நிறுவனங்கள் மற்றும் ஒட்டுமொத்த சமுதாயமும் இதில் அடங்கும். இந்த குழுக்கள் பொதுமக்கள் எவ்வாறு பார்க்கப்படுகின்றன மற்றும் கேள்விப்படுகிறார்கள் என்பதைப் பொறுத்து அந்த நிறுவனம் மதிப்பீட்டை கொண்டிருக்கும்.

வெளிப்புற தொடர்புக்கு பல்வேறு வழிகளால் தொடர்பு கொள்ளலாம் இதில் முகநூல் முகங்கள், அச்சு அல்லது ஒளிபரப்பு ஊடகங்கள் மற்றும் 'இண்டர்நெட்' இணையதளம் போன்ற மின்னணு தொடர்பு தொழில்நுட்பங்கள் அடங்கும். எவ்வாறாயினும், உள்நாட்டு பங்குதாரர்கள், பரந்த செல்வாக்கு உடையவர்கள், செய்தி அல்லது தயாரிப்புகள் பெரிய அளவில் பொதுமக்களை அடைய முதலில் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரம் மற்றும் மதிப்பு ஆகியவற்றை பாதிக்கும்.

எனவே வெளிப்புறத் தொடர்பு என்பது ஒரு அமைப்பு மற்றும் பிற அமைப்புகளுக்கு இடையேயான தகவல் மற்றும் செய்தியின் முறைசாரா பரிமாற்றம் ஆகும்.

குறிப்புகள்

வெளிப்புற வணிகத் தொடர்புகள் பொதுமக்களை அடைய ஒரு சிறந்த வழி போல் தோன்றினாலும், சவால்கள் இல்லாமல் இல்லை. ஒரு நிறுவனம் பொது தோற்றத்தை, நிருவனத்தின் வயது ஆகியவற்றை கொண்டு நிறுவனத்தின் வெற்றி அல்லது தோல்வி வரையறுக்க முடியாது. ஒரு தவறான மேற்கோள் அல்லது மோசமாக செய்தித்தாள் சொல்வது ஒரு விலையுயர்ந்த வெளிப்புறத் தகவல்தொடர்பு திட்டத்தை மட்டும் அழிக்காது, பெருநிறுவன வருவாயை பாதிக்கும் திறனையும் கொண்டுள்ளது. எனவே, நிறுவனத்தின் வெளிப்புற தகவல்தொடர்புகளின் பொறுப்பானவர்கள் அவற்றின் பார்வையாளர்கள் மற்றும் அவர்கள் தெரிவிக்க விரும்பும் நிறுவனத்தின் தரத்தை அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

5.4.1 வெளிப்புற தகவல்தொடர்புகளின் முக்கியத்துவம்

வெளிப்புற தொடர்பு நிறுவனம் வெளிப்படையான நிறுவனங்களுடனும், அரசாங்கத்துடனும் தனியார் நிறுவனங்களுடனும் தொடர்பு கொள்வதை குறிக்கிறது. வெளிநாட்டு முகவர் நிறுவனங்கள் மற்றும் துறைகள், விநியோகஸ்தர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள், தனிநபர் வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் போட்டியாளர்கள் ஆகியவை அடங்கும். உரிமையாளர் அதிகாரிகள், வெளிநாட்டு வர்த்தக அலுவலகங்கள், வங்கிகள், தனிப்பயன் அலுவலகங்கள், வருமானம் மற்றும் விற்பனை வரி அலுவலகங்கள், 'டிரான்ஸர்கள்' இடமாற்றியாளர்கள் ஆகியவற்றுடன் சம்மந்தமாக தொடர்பு கொள்ள வணிக நிறுவனங்கள் தேவை. நவீன வியாபாரங்கள் மிகவும் போட்டித்தன்மையுடனும், நலதுடன் தொடர்புபடுத்தும் நிறுவனங்களுமே சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி வெற்றிகரமானவை. இதனால் வெளிப்புறத் தொடர்பு பின்வரும் காரணங்களுக்காக முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது:

- (1) **புற சூழலுடன் தொடர்பு கொள்ளுங்கள்:** நிறுவனங்கள் தனிமைப்படுத்தலில் இல்லை. மாற்றங்கள் மற்றும் வியாபாரத்தின் செயல்பாட்டில் அவர்களுக்கு இருக்கும் விளைவு ஆகியவற்றைப் பின்தொடர்வதற்கு வெளிப்புற சூழலுடன் தொடர்பில் இருப்பதும் முக்கியம். நல்ல தகவல்தொடர்பு 'நெட்வொர்க்'-குகள் (வலைதளம்ங்கள்) மாற்றங்களை எதிர்பார்த்து, அதன்படி தயார் செய்ய உதவும்.
- (2) **போட்டியை சிறப்பாக நடத்துவதற்கான திறனை மேம்படுத்துகிறது:** இது வணிகத்திற்கான போட்டியின் சகாப்தமாகும். போட்டியிடும் சவால்களை எதிர்கொள்ள, போட்டியாளர்கள், அவற்றின் தயாரிப்புகள், கொள்கைகள் மற்றும் பலவற்றைப் பற்றிய தகவல்களை கையாளுவதில் பயனுள்ள தகவல் உதவுகிறது. சரியான நேரத்திலேயே சரியான வகை தகவல் போட்டியை சிறப்பாக கையாள உதவும்.
- (3) **பொது உறவுகளை மேம்படுத்துகிறது:** வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள், போட்டியாளர்கள், பத்திரிகைகள் மற்றும் பலவற்றை

உள்ளடக்கிய அனைத்து பங்குதாரர்களுடனும் உறவுகளை வளர்ப்பதில் தகவல்தொடர்பு உதவுகிறது. நல்ல தகவல் பல பங்குதாரர்களிடையே நல்லெண்ணத்தை ஊக்குவிக்கிறது.

அமைப்புகளில் தகவல் தொடர்பாடல்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. வெளிப்புற தொடர்புகளை வரையறுக்க.
4. வெளிப்புற தொடர்புகளின் இலக்கு என்ன?

குறிப்புகள்

5.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. நிறுவன அமைப்பு ஏற்பாடு செயல்முறை தொடர்பானது, இது ஒரு குழுவாக அல்லது நிலைத்தன்மையை கொண்டு வர, விஷயங்களை அல்லது மக்களை ஒன்றாக வைக்கிறது
2. நிறுவனத்தின் ஐந்து அம்சங்கள் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட மக்கள் (ஒரு சமூக கூட்டு அல்லது குழு), இலக்குகள், ஒருங்கிணைப்பு செயல்பாடு, கட்டமைப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் கொண்டது
3. பல்வேறு நிறுவனங்களுக்கிடையேயான தொடர்பு வெளிப்புற தொடர்பு என அழைக்கப்படுகிறது
4. வெளிப்புற தொடர்புகளின் இலக்குகள், சப்ளையர்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் போன்ற குழுக்களுடன் ஒத்துழைக்க உதவுவதாகும்

5.6 சுருக்கம்

- நிறுவன தகவல்தொடர்பை ஒழுங்காக வரையறுக்க, முதலாவதாக, 'நிறுவன தகவல்தொடர்பு' என்ற வார்த்தை, அதாவது 'நிறுவனங்கள்' மற்றும் 'தொடர்பு' என்ற வார்த்தைகள் சேர்ந்து நிறுவன தகவல் தொடர்பு என்ற வார்த்தையை உருவாக்குகிறது. இந்த இரண்டு வார்த்தைகளை கண்டறியவும் வரையறுக்கவும் வேண்டும்.
- நிறுவன அமைப்பு ஒழுங்குபடுத்தும் செயல்முறை தொடர்பாக தொடர்புபடுத்துகிறது, இது ஒரு குழுவாக அல்லது உறுதியளிப்புடன் கூடிய விஷயங்களில் மக்களை ஒன்று சேர்ப்பதைத் தவிர வேறு ஒன்றும் இல்லை.
- தகவல்தொடர்பாடல் நிறுவனத்தின் செயற்பாடுகளுக்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது இது தொடர்ந்து வெவ்வேறு வடிவங்களில் நடக்கும்.
- எந்தவொரு அமைப்பிலும் வெற்றி அதன் உட்புற தொடர்பில் உள்ளது.

குறிப்புகள்

- நிறுவனங்களுக்கும் ஊழியர்களுக்கும் இடையிலான தொடர்பு எந்தவொரு அமைப்பிலும் சிறந்தது. அனைத்து செயல்முறைக்கும் உட்புற தகவல்தொடர்புக்கும் தேவைப்படுகிறது.
- ஊழியர்கள், உரிமையாளர்கள், இயக்குனர்கள் குழு, முதலீட்டாளர்கள், மேலாளர்கள் ஆகியவற்றில் உள்ள ஒரு நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்கள் உட்புற பங்குதாரர்களாக உள்ளனர்.
- உட்புற தகவல்தொடர்பு நிறுவனத்திற்குள்ளேயே உள்ள தொடர்பு.
- பல்வேறு நிறுவனங்களிடையே, நிறுவனத்தில் உறுப்பினர் அல்லாத மக்களிடம் ஏற்படக்கூடிய தகவல் தொடர்பு வெளிப்புற தொடர்பு என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- வெளிப்புற பங்குதாரர்கள் நிறுவனத்திற்கு வெளியே உள்ள தனி நபர்கள் அல்லது குழுக்கள், ஆனால் நிறுவனத்தின் முடிவுகளையும் செயல்திறனையும் இவர்கள் பாதிக்கிறார்கள்.
- வெளிப்புற தொடர்பு, நிறுவனம் மற்றும் தனியார் நிறுவனங்களுடனோ, வெளிப்புற நிறுவனங்களுடனோ தொடர்பு கொள்வதைக் குறிக்கிறது.

5.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **பங்குதாரர்:** பங்குதாரர் ஒரு சுயாதீனக் கட்சியைக் குறிக்கிறார், அவருடன் ஒவ்வொருவரும் பணத்தை பிணையம் வைத்து சம்பாதித்து வைக்கும் வைப்புத் தொகையை பெறுகிறார்கள்.
- **ஊடகம்:** ஊடகங்கள் தகவல் அல்லது தரவுகளை சேமித்து வழங்குவதற்கு பயன்படுத்தப்படும் கூட்டு தகவல்தொடர்பு சாதனங்கள் அல்லது கருவிகள்.
- **இண்டர்நெட்:** 'இண்டர்நெட்', இணையதளம், கிடங்கு கணினி மற்றும் அர்ப்பணிக்கப்பட்ட திசைவிகளின் சேவையகங்கள் வழியாக ஒரு கணினியை உலகில் வேறு எந்த கணினியுடனும் இணைக்கும் ஒரு வழிமுறையை குறிக்கிறது.

5.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. நிறுவனத்தில் தகவல்தொடர்பு கொள்வதற்கான முக்கியத்துவம் என்ன?
2. நிறுவனம்-ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுக.
3. உட்புற தொடர்பாடல் என்ன?
4. வெளிப்புற தொடர்பாடல் முக்கியம் ஏன்?

பெரு வினாக்கள்

1. உட்புற தொடர்பாடலில் பங்குதாரர்கள் யார்? உட்புற தொடர்பாடலின் வெவ்வேறு வழிமுறைகள் யாவை?
2. உட்புற தொடர்பாடல் முக்கியம் ஏன்? விவாதியுங்கள்.
3. வெளிப்புற தொடர்புகளின் இலக்கு என்ன? விவாதியுங்கள்.

5.9 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அமைப்புகளில் தகவல்
தொடர்பாடல்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

அலகு 6 தகவல் தொடர்பாடல் "நெட்வொர்க்" (வலைப்பின்னல்)

அமைப்பு

- 6.0 முன்னுரை
- 6.1 நோக்கங்கள்
- 6.2 'நெட்வொர்க்' (வலைப்பின்னல்) தொடர்பாடலின் நோக்கம் மற்றும் வகைகள்
- 6.3 முறையான மற்றும் முறைசாரா 'நெட்வொர்க்' தகவல் தொடர்பு
 - 6.3.1 முறைசாரா 'நெட்வொர்க்' தகவல் தொடர்பு
 - 6.3.2 முறையான நெட்வொர்க் தகவல் தொடர்பு
- 6.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க.
- 6.5 சுருக்கம்
- 6.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 6.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 6.8 கூடுதல் வாசிப்பு

6.0 முன்னுரை

பல்வேறு வழிகளில் வணிக ஊழியர்கள் தொடர்புகொள்கிறார்கள். சிலர் தங்கள் மேற்பார்வையாளர்களுடன் தொடர்ந்து நடைபெறும் வணிக நடவடிக்கைகளை விவாதிக்கின்றனர், மற்றவர்கள் தங்கள் வாராந்த திட்டங்களை தங்கள் சக ஊழியர்களுடன் பேசுகின்றனர். நிறுவன தகவல்தொடர்புகளின் இந்த எடுத்துக்காட்டுகள் வணிகத்தில் உள்ள தொடர்பு நெட்வொர்க்குகளின் வகைகளை முன்மாதிரியாகக் காட்டுகின்றன. பொதுவாக, நிறுவன தகவல்தொடர்பு ஒரு வணிக ஊழியர் துறை முழுவதும் இரண்டு பாதைகளில் ஒன்றில் செல்கிறது: ஒரு முறைசாரா அல்லது முறையான தகவல் தொடர்பு நெட்வொர்க். பொதுவாக பணியாளர்களுக்கு இடையே ஒருவருக்கு ஒருவர் பகிர்ந்து கொள்ளும் விதம் மற்றும் பகிரும் செய்தியைப் பொறுத்து பிணைய வகையாக உள்ளது.

6.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை படித்து அறிந்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- தகவல்தொடர்பு நெட்வொர்க்கின் நோக்கம் மற்றும் வகைகளை விவரிக்கவும்
- முறையான மற்றும் முறைசாரா தகவல்தொடர்பு நெட்வொர்க் (வலைத்தளம்) குறித்து விவாதிக்கவும்

- மேல்நோக்கி மற்றும் கீழ்நோக்கி தொடர்பு வலையமைப்பின் வித்தியாசத்தை அடையாளம் காணவும்
- கிடைமட்ட மற்றும் குறுக்குவழி தொடர்பு வலையமைப்பை ஆராயவும்

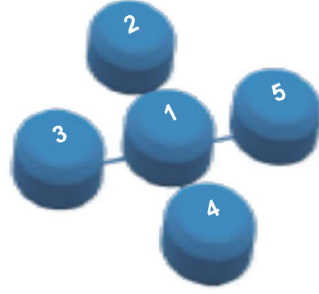
தகவல் தொடர்பாடல் 'நெட்வொர்க்'
(வலைப்பின்னல்)

குறிப்புகள்

6.2 தகவல்தொடர்பு நெட்வொர்க்கின் நோக்கம் மற்றும் வகைகள்

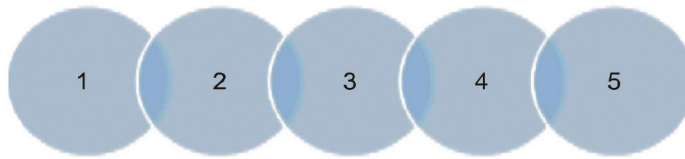
தகவல்தொடர்பு அடிப்படை நெட்வொர்க்குகள் பல்வேறு வடிவங்களாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. சக்கரம், சங்கிலி, வட்டம் மற்றும் அனைத்து வழி வகை நெட்வொர்க்குகள் நிறுவப்பட்டுள்ளது.

சக்கர அல்லது நட்சத்திர நெட்வொர்க் (வலைதளம்) கீழே உள்ள படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது. சக்கரம் மையத்தில் ஒரு தனி நபரை கொண்டுள்ளது. அடிமட்டத்தில் உள்ள மற்ற நபர்கள் மையத்திற்கு தகவல்களையும் கருத்துகளையும் சேர்ப்பதற்கான பங்கு உள்ளது. தகவல் மற்றும் கருத்துகளின் ஓட்டம் சில நேரங்களில் ஒரு வழி மற்றும் சில நேரங்களில் இரண்டு வழி.



விளக்கப்படம் 6.1 சக்கர அல்லது நட்சத்திர நெட்வொர்க் (வலைதளம்)

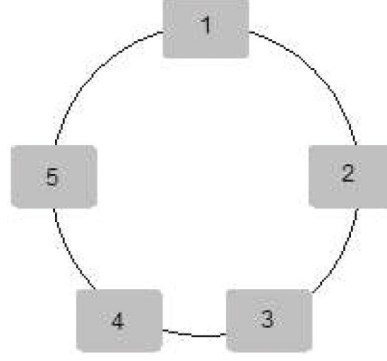
சங்கிலி வலையமைப்பு இரண்டு வடிவங்களை எடுக்கிறது. முதலில் ஒரு செங்குத்து சங்கிலி மற்றொன்று கிடைமட்ட சங்கிலி. செங்குத்து சங்கிலின், கட்டுப்பாட்டு மிக குறுகிய இடைவெளியுடன் பாரம்பரிய வரிசைக்குறியைக் குறிக்கிறது. மறுபுறம், கிடைமட்ட சங்கிலி, இரண்டு வெளிப்புறத் தனிநபர்கள் மிகவும் உள்ளூர்வுடையவையாக இருக்கும் ஒரு பணி குழு, அவர்கள் தங்களுக்கு அருகில் இருக்கும் நபரிடம் மட்டுமே பேசுகின்றனர், அதே சமயம் நடுத்தர வர்க்கத்தினர் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்புகொள்வதற்கு வாய்ப்புகள் அதிகம்.



விளக்கப்படம் 6.2 கிடைமட்ட சங்கிலி

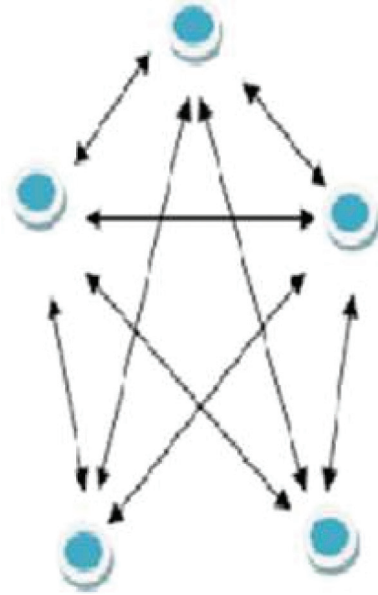
குறிப்புகள்

கீழே காட்டப்பட்டுள்ள வட்டம் நெட்வொர்க் எந்தத் தலைவரும் இல்லாத ஒரு குழு. அத்தகைய ஒரு குழுவில், ஒவ்வொருவரும் உடனடியாக அவர்களுக்கு அருகில் உள்ள இருவருடனும் தொடர்புகொள்கிறார்கள். வட்டம் வலைப்பின்னலின் அனைத்து உறுப்பினர்களும் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்புகொள்ள முடியும் போது, வட்டம் உறுப்பினர் இல்லாத காலி வட்டம் அல்லது அனைத்து சேனல்களும் பிணையமாகிறது.



விளக்கப்படம் 6.3 தொடர்பு வட்டம் நெட்வொர்க் (வலைதளம்)

இறுதியாக, எல்லா வழி வகைகளும் நெட்வொர்க்கும் ஒரு குழுவின் அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கிடையே உள்ள பல இடைசெயல்கள், உண்மையான அல்லது நிஜமான தகவல் தொடர்புக்கு சாத்தியமாகலாம். இத்தகைய குழுவில், முளையுணர்வு மற்றும் அதிகபட்ச பரிமாற்றத்திற்கான சாத்தியக்கூறுகள் மிகப்பெரியதாக இருக்கின்றன, ஆனால் தகவல் சுமை, பகுப்பாய்வு மூலம் முடக்கம், மற்றும் சமரசம் அல்லது வேறு முடிவெடுக்கும் வழிமுறைகளால் சமரசம் செய்வதில் சிரமப்படுவது ஆகியவற்றால் உணர்வு பூர்வமாக பாதிக்கப்படுகிறது.



விளக்கப்படம் 6.4 அனைத்து வலைப்பின்னல்கள்வழி தகவல் தொடர்பாடல்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. வட்டம் நெட்வொர்க் என்றால் என்ன?
2. அனைத்து-சேனல் வலையமைப்புகளையும் வரையறுக்கவும்.

தகவல் தொடர்பால் 'நெட்வொர்க்'
(வலைப்பின்னல்)

குறிப்புகள்

6.3 முறையான மற்றும் தகவல் தொடர்பு நெட்வொர்க் (வலைதளம்)

இப்போது பல்வேறு வகையான தொடர்பு நெட்வொர்க்களை பற்றி பார்க்கலாம்

6.3.1 தகவல் தொடர்பு நெட்வொர்க் (வலைதளம்)

ஒரு ஒழுங்கமைந்த நிறுவனத்தின் கட்டமைப்பு, நிறுவனத்தின் அமைப்புகளில் தகவல்தொடர்பு பணியை புரிந்து கொள்ள உதவுகிறது.

இருப்பினும், முறைசாரா அமைப்பு - ஒரு முறையான அமைப்புக்குள் ஒரு அதிகாரப்பூர்வமற்ற அமைப்பு எப்போதும் உள்ளது. மிட்ஜீஸ்பெர்க் மற்றும் வான் டெர் ஹெடன், ரம்மலர், ரோஸ்னர் மற்றும் ப்ராச் போன்ற ஆசிரியர்களின் நிறுவன வரைபடங்கள் மற்றும் வரைபடங்கள் மூலமாக உத்தியோகபூர்வ கட்டமைப்புகளைக் காட்டுகின்றன, ஆனால் பெரும்பாலும் முக்கியமான தகவல்களை மறைக்கின்றன என்று ரம்மலரும் ப்ரேசும் உறுதியாக நம்புகின்றனர். உதாரணமாக, வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது மற்ற பங்குதாரர்கள், சக்தி மற்றும் செல்வாக்கின் வடிவங்கள், அதிகாரப்பூர்வமற்ற தகவல்தொடர்பு வழிவகைகள் போன்றவை எந்த நிறுவன விளக்கங்களிலும் தெளிவாகத் தெரியவில்லை. பல்வேறு துறைகளில் வேலை செய்கிறவர்கள் அதே வழிமுறைகளை பின்பற்றுகிறார்கள், சிலர் மதிய உணவு நேரத்திலும், தேனீர் நேரத்திலும் சந்தித்திருக்கிறார்கள், சிலர் பழைய பள்ளி நண்பர்களாக உள்ளனர், சிலர் குழந்தைகள் பூங்காவில் ஒருவருக்கொருவர் பார்க்கிறார்கள், என பல விவகாரம் உள்ளது. இவையெல்லாம் அனுமதியின்றி ஒரு அதிகாரப்பூர்வமற்ற வழிநடத்துதலைப் பின்பற்றுகின்றன, எனவே மேல்-கீழ் அல்லது கீழே-மேலே தொடர்பு கொள்ளும் வழிகளாகும்.

இந்த முறைசாரா அமைப்பின் முக்கிய முறையான தகவல் திரட்டல் வகையாகும், இது வதந்தி அல்லது புரனி என குறிப்பிடப்படுகிறது. இது தற்காலிக தந்தி கம்பிகளுக்கு முதன்முதலாகப் பயன்படுத்தப்பட்டது, இது பெரும்பாலும் வட அமெரிக்க உள்நாட்டுப் போரின்போது பயன்படுத்தப்பட்ட மரங்களில் தட்டப்பட்டது. இந்த அமைப்பு மூலம் மேற்கொள்ளப்பட்ட தகவல்கள் எப்போதும் துல்லியமானவை அல்ல.

ஹெல்வெக் (1987) வதந்தி (அ) புரனி அல்லது முறைசாரா அமைப்பு நெட்வொர்க்குகள் பற்றி பின்வருமாறு குறிப்பிடுகிறது:

- ஒவ்வொரு ஆறு செய்திகளிலும் ஐந்து செய்திகள் நிறுவனத்தில் வதந்தி வழியால் பரவுகிறது.
- வதந்தி தகவல் தொடர்பில் நிறுவண செயலாளர்கள் முக்கிய பங்கு கொண்டுள்ளனர்.

குறிப்புகள்

- வதந்தி தகவல் தொடர்புகளில் முக்கியமாக நெருங்கிய தொடர்பு கொண்ட நபர்கள் ஈடுபடுவர்.
- நிறுவனத்தின் அளவு அதிகரிக்கும் போது, வதந்தியின் செயல்பாடும் அதிகரிக்கும்.
- வதந்தி தகவல் தொடர்பு வேகமாக உள்ளது.
- வதந்தி தகவல்கள் பொதுவாக முழுமையடையாது.
- இரகசியங்களை ஊக்குவிக்கும் நிறுவனங்களில் வதந்திகள் அதிகமாக உள்ளன.
- ஒரு வதந்தி நம்பகத்தன்மையை வழங்கியவுடன், நிறுவனத்தில் இருக்கும் மற்ற நிகழ்வுகள் வதந்திகளுடன் இணங்குவதற்கும் ஆதரவளிக்கப்படுகின்றன.
- பாலினம் பாராட்டாமல் வதந்தி தகவல் தொடர்பில் பங்கு கொள்வது முன் கணிக்கத்தக்கதல்ல.
- வதந்தி கட்டுப்பாட்டில் இல்லை என்றால், எந்த நிறுவனமும் மிகவும் தீங்கு நடக்கும் வதந்தியின் தொடர்புக்கு எந்தவொரு குறிப்பிட்ட ஆதாரமும் இல்லை, அவற்றை கட்டுப்படுத்த, குறைக்க எப்போதுமே கடினமாக இருக்கும்.

க்ராம்ப்டன், ஹாட்ஜ் மற்றும் மிஸ்ரா (1998) ஆகியோர் வதந்திகளை நிர்வகிக்க பின்வரும் நடவடிக்கைகளை தெரிவிக்கின்றனர்

- முடிவெடுப்பதில் பங்களிப்பு அளவை அதிகரிக்கவும், இதனால் வதந்தி தகவல் தொடர்பு கிடைக்க வாய்ப்பு குறைவாக இருக்கும். Likert (1976) உண்மையிலேயே பங்குபெறும் நிறுவனங்களில் முறைசாரா அமைப்பு வெறுமனே மறையும் அல்லது குறையும் அல்லது முறையான அமைப்பில் ஒன்றிணைக்கப்படும் என்று கூறுகிறது.
- இரகசிய தகவல் தொடர்பு குறைக்க அல்லது நீக்க, தகவல் வெற்றிடங்களை அகற்றவும்.
- தவறான தகவல்களுக்கு வழிவகுக்கும் தெளிவான தகவல்தொடர்பு (தெளிவற்ற சொற்கள்) பற்றி எச்சரிக்கையாக இருங்கள் இரு வழி தொடர்புகளை ஊக்குவிக்கவும் மற்றும் தகவல் பரிமாற்றத்தை துல்லியமாக உறுதிப்படுத்தவும்.
- ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட வழிமுறைகள் பயன்படுத்தி செய்திகளை அனுப்பவும்.
- ஊழியர்களிடமிருந்து கெட்ட செய்தியை மறைக்க சலனத்தை எதிர்த்து நிற்கவும். உண்மையை தணிக்கை செய்யாதீர்கள், இதற்க்காக நம்பகத்தன்மையைத் தியாகம் செய்யுங்கள்.
- ஊழியர்களுக்கு வேலை ஒரு நீராவி விசை போக்கி போல மனஅழுத்தத்தை குறைக்கும். மன அமைதியை அளிக்கிறது.

- புதிய ஊழியர்களுக்கு முறைசாரா குழு விதிமுறைகளைப் பற்றி அறிமுகம் செய்வது நல்ல நிறுவன அமைப்பை உருவாக்கவும்.
- ஒரு அதிகாரத்துவ சூழலில் அந்நியப்பட்டிருப்பதை உணரக்கூடிய ஊழியர்களின் உணர்வுக்கு மதிப்பு கொடுங்கள்.
- செயலாக்கத் தகவல் முறையான வழி முறைகளில் கையாளப்படவில்லை.
- அதிகாரப்பூர்வ வழிமுறைகளில் கட்டளைகளால் சங்கிலிகள் இணைப்பு, செல்வாக்கு மற்றும் முறைகள் 'விரைவான மற்றும் அழுத்தமான' மேலும் பிற வழிமுறைகள் மற்றும் கட்டளைகளையும் பயன்படுத்தி, சங்கிலிகள் மிக மெதுவாக, இருக்கும்போது வேலை செய்ய உதவுங்கள்.
- ஊழியர்கள் உண்மையில் தங்கள் வேலைகள் மற்றும் வேலை சம்பந்தப்பட்ட பேச்சில் ஆர்வம் காட்டுகிறார்கள் என்பதை நிரூபிக்கவும்.
- மேலாண்மை மீது ஒரு கலகம் தடுக்கும் கட்டுப்பாடு சட்டம், மேலும் முறைசாரா அமைப்பு செயலற்ற வகையில் நடக்க முயற்சிகளை எதிர்க்கும் பயம் திட்டமிடல், போன்ற கூடுதல் வலியை எடுத்து நிறுவனத்தை வளக்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்

6.3.2 முறையான தகவல் தொடர்பாடலின் நெட்வொர்க் (வலைதளம்)

முறையான தகவல்தொடர்பு நெட்வொர்க்குகள் பின்வருமாறு:

1. மேல்நோக்கி தொடர்பாடல்

வணிகங்கள், இரயில்வே மற்றும் அத்தகைய மக்கள் சார்ந்த அமைப்புகள் பொதுவாக மூன்று அடுக்கு அல்லது நான்கு அடுக்கு கட்டமைப்பு உள்ளது. தகவல்தொடர்பு செயல்முறை முழுமையானதாகவும் பயனுள்ளதாகவும் இருக்க மேல்நோக்கி தொடர்பு மேல்நோக்கி நகரும் ஒன்றாகும், அதாவது, கீழிருந்து மேல் நிலைக்கு மேலும் நகரும்

பணியாளர்களிடமிருந்து மேற்பார்வையாளர்களுக்கு, மேற்பார்வையாளர்களிடமிருந்து மேலாளர்களுக்கு, மேலாளர்களிடமிருந்து நிர்வாகிகளுக்கு, நிர்வாகிகளிடமிருந்து வட்டார மேலாளருக்கு, வட்டார மேலாளர்களிடமிருந்து பொது மேலாளரிடம் மாற்றியமைப்பதே மேல்நோக்கி தகவல்தொடர்பு என வகைப்படுத்தலாம். அதேபோல், வட்டார அலுவலகம், மண்டல அலுவலகம், தலைமை அலுவலகம் என மேல் நோக்கு தகவல் தொடர்பை குறிப்பிடலாம். பணியாளர் ஆலோசனைகள், சந்தை அறிக்கைகள், செயல்திறன் அறிக்கைகள், புதிய தயாரிப்புகளின் கருத்துகள் மற்றும் வசதிகள் அல்லது அறிவுறுத்தல்களுக்கான வேண்டுகோள்கள் ஆகியவை அமைப்பு ரீதியான சூழலில் உயர்ந்து வருவது மேல் நோக்கிய தகவல் தொடர்புக்கு உதாரணம். படம் 6.5 ஐ பார்க்கவும்

தகவல் தொடர்பாடல் 'நெட்வொர்க்'
(வலைப்பின்னல்)



விளக்கப்படம் 6.5 மேல்நோக்கிய தொடர்பு

குறிப்புகள்

2. கீழ்நோக்கி தொடர்பு

கீழ்நோக்கிய தகவல் தொடர்பு மேலே இருந்து கீழே நகரும், அதாவது, தலைமை நிர்வாக அதிகாரியின் கீழே மூத்த நிர்வாகிகள், இளநிலை அதிகாரிகள், கட்டுப்பாட்டு அலுவலர்கள், கிளை அலுவலர்கள், பிரிவின் தலைப்பிலிருந்து கீழாக தலைமை வகிக்க வேண்டும். பெருநிறுவன இலக்குகள், வணிக முன்னுரிமைகள், ஊக்க கடிதங்கள், வேலை தொடர்பான அறிவுறுத்தல்கள், செய்திமடல்கள், தலைமை நிர்வாக அதிகாரி, மற்றும் பொது நிர்வாக அதிகாரிகளின் மேசையிலிருந்து வரும் கடிதங்கள் கீழ்நோக்கிய தகவல் பரிமாற்றத்தின் எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

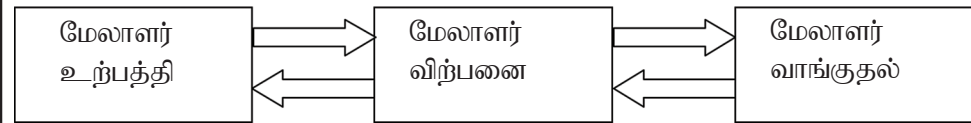
மேல்நோக்கு மற்றும் கீழ்நோக்கி இருவரையும் நகர்த்தக்கூடிய சில தொடர்பு இருக்கலாம். உதாரணமாக “வரவு செலவு திட்டமிடல்” இது ஒரு இரட்டை செயல்முறை ஆகும். இது மேலிருந்து கீழ் மற்றும் கீழிருந்து மேல் நடக்கும் தகவல்தொடர்பாகும் படம் 6.6 ஐ பார்க்கவும்.



விளக்கப்படம் 6.6 கீழ்நோக்கிய தகவல் தொடர்பு

3. கிடைமட்ட தொடர்பு

கிடைமட்ட அல்லது பக்கவாட்டு தொடர்பு, வரிசைக்கு அதே அளவில் நடைபெறுகிறது. ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள அதே அளவிலான நபர்களிடையே செய்திகளை அனுப்பும் மற்றும் பெறும் வகை இதில் குறிப்பிடப்படுகிறது. இது அடிக்கடி குழுக்களில், துறைகளின் தலைவர்களுக்கிடையே, ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் உறவுப் பாத்திரங்களில் குறைந்த மட்டத்தில் மற்றவற்றுடன் கிட்டத்தட்ட அனைவருக்கும் தெரியும் படி அமையும் கீழே உள்ள உருவ படம் கிடைமட்ட தகவலை விளக்குகிறது.



விளக்கப்படம் 6.6 கிடைமட்ட தொடர்பு

கிடைமட்ட தொடர்புகளின் நன்மைகள் பின்வருமாறு:

- **முறைசாரா மற்றும் சுமுக உறவு:** கிடைமட்ட தொடர்பு அதே நிலையில் நிலைக்கு நிலை நடைபெறுகிறது. அணிகள் அதே அணிகளுக்குள்ளும் மற்றும் மக்கள் கருத்துக்கள், அறிவு

மற்றும் எண்ணங்கள். பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது இது குழு உறுப்பினர்களிடையே முறைசாரா உறவுகளை எளிதாக்குகிறது.

- **நடவடிக்கைகளின் ஒருங்கிணைப்பு:** அணிகள் மற்றும் துறைகளுக்கு இடையே உள்ள ஒருங்கிணைப்பு வசதிக்கு கிடைமட்ட தொடர்பு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.
- **துறை தகவல்தொடர்பு:** கிடைமட்ட தகவல் தொடர்பாடல் தொடர சிறந்த அமைப்பு.
- **சிக்கல்களில் விரைவுத் தொடர்பு மற்றும் தீர்வுகள்:** கிடைமட்ட தகவல்தொடர்பு ஒரே அளவில் நிகழும் என்பதால் எந்தவொரு வரிசைமுறையையும் பின்பற்றாது இது செய்திகளை விரைவாக பரப்ப உதவுகிறது மற்றும் நிறுவனத்தில் சிக்கலான சூழ்நிலைகளை தீர்க்கிறது.

கிடைமட்ட தொடர்புகளின் தீமைகள் பின்வருமாறு:

- **அதிக தகவல் மூலம் சூமை:** கிடைமட்ட தகவல்தொடர்பு எந்தவொரு வரிசைமுறையையும் பின்பற்றாது, அதனால் குறைவாக வடிகட்டப்படுகிறது. இது பெரும்பாலும் தகவல்களைப் பொறுத்து முடிவடைகிறது.
- **நேரம் விரயம்:** கிடைமட்ட தகவல்தொடர்புக்கு மேலதிகாரிகளின் பயனுள்ள மற்றும் மதிப்புமிக்க நேரத்தை அழிக்கக்கூடிய தரவுகளை வரிசைப்படுத்த நிறைய அறவு செறிவு தேவைப்படுகிறது.
- **புரிதல் இல்லாமை:** கிடைமட்ட தொடர்பு குழு உறுப்பினர்களிடையே புரிந்துகொள்ளாதல் குறைவாக இருக்கலாம்.
- **ஊக்கமின்மை:** நிறுவன உறுப்பினர்கள் தேவைப்படும் கூடுதல் முயற்சியை செலவழிக்க விருப்பமில்லாததால் கிடைமட்ட தொடர்பு பெரும்பாலும் தோல்வியடைகிறது. இது நிறுவனங்களில் உள்ள மக்களுடன் தொடர்பை ஏற்படுத்த தேவைப்படலாம், மேலும் தொடர்புகளின் தடங்களும் விதிகளும் தெளிவாக இருக்காது. சில நேரங்களில் நாம் உண்மை தெரியாத மக்களுடன் தொடர்பு கொள்ள அவசியம் இருக்கும் போது அது நமக்கு மிகவும் கடினமாகும் அல்லது மிக அதிக நேரம் எடுக்கும்.
- **செங்குத்து தொடர்புகளை புறக்கணித்தல்:** கிடைமட்ட தகவல்தொடர்புகளில், நிறுவன உறுப்பினர்களின் அதே அளவு நிலையில் இருப்பவர்களுடன் தொடர்புகொள்ள அல்லது ஒருவருக்கொருவர் தகவலை பரிமாற்ற. பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், அவர்கள் செங்குத்து தகவலை உடைக்க அல்லது புறக்கணிக்கிற மேலாளர்களுக்கு தெரிவிக்கப்படுவதில்லை.

4. குறுக்கீடு தொடர்பு

சில குறைந்த செயல்பாட்டு நிறுவனங்களில், மற்றொரு வகையான தொடர்பு உள்ளது, இது செங்குத்து மற்றும் கிடைமட்ட பரிமாணங்களை வெட்டுவது, இது குறுக்குவழி தொடர்பு என குறிப்பிடப்படுகிறது. உதாரணமாக, ஒரு

குறிப்புகள்

இளநிலை பணியாளர் உடனடியாக மேற்பார்வையாளர்களுக்கு செய்தியை கொடுக்க மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட வேலை பற்றி தகவல் பெற ஒரு மூத்த ஆலோசகரின் ஆலோசனை தேவைப்படக்கூடும்.

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. முறையான அமைப்பின் பங்கு என்ன?
4. முறையான அமைப்பின் பல்வேறு தகவல் தொடர்பாடலின் வகைகள் யாவை ?

6.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. வட்ட நெட்வொர்க் (வலைதளம்) எந்த தலைமையும் இல்லாத ஒரு குழுவாகும். அத்தகைய ஒரு குழுவில், ஒவ்வொருவரும் உடனடியாக அவர்களுக்கு அருகில் உள்ள நபருடன் தொடர்புகொள்கிறார்கள்.
2. அனைத்து “நெட்வொர்க்” (வலைதளம்) வலைப்பின்னல் வழிமுறையும் ஒரு குழுவின் அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கிடையே உள்ள உண்மையான அல்லது மெய்நிகரான பல இடைசெயல்கள் சாத்தியமாகும்.
3. ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட நிறுவன கட்டமைப்பு என்பது நிறுவனங்களில் தகவல் பரிமாற்றத்தை புரிந்து கொள்ள உதவுகின்ற ஒரு கட்டமைப்பில் இருப்பது.
4. மேல்நோக்கி, கீழ்நோக்கி, கிடைமட்ட மற்றும் குறுக்கு தொடர்பு முறையான தகவல் தொடர்பின் பல்வேறு வகைகளாக உள்ளது.

6.5 சுருக்கம்

- அடிப்படை தகவல்தொடர்பு நெட்வொர்க்-சூழ்மை (வலைப்பின்னல்) பல்வேறு வடிவங்களாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. சக்கரம், சங்கிலி, வட்டம் என ஆராய்ச்சி கூறுகிறது.
- சங்கிலி வலையமைப்பு இரண்டு வடிவங்களை எடுக்கிறது. ஒன்று செங்குத்து சங்கிலி மற்றது கிடைமட்ட சங்கிலி.
- வட்ட வலைப்பின்னலின் அனைத்து உறுப்பினர்களும் ஒருவருக்கொருவர் தொடர்புகொள்ள முடியும், வட்டம் இது அனைத்து நெட்வொர்க்களிலும் (வலைப்பின்னல்களிலும்) பிணையமாகிறது.
- ஒரு ஒழுங்கமைந்த அமைப்பு அந்த நிறுவனத்தின் கட்டமைப்புகளின் தகவல்தொடர்பு பணியை புரிந்து கொள்ள உதவுகிறது.
- நிறுவனத்தில் உள்ள ஒவ்வொரு ஆறு செய்திகளிலும், ஐந்து வதந்தி அல்லது புரணி வகையில் பரவுகிறது.

- வதந்திகள் கட்டுப்பாட்டில் இல்லை என்றால், எந்த ஒரு அமைப்புக்கும் தீங்கு நேரிடும்.
- மேல்நோக்கி தொடர்பு மேல்நோக்கி நகரும் ஒன்றாகும், அதாவது, கீழிருந்து மேல் நிலைக்கும், மேல்நிலையிருந்து உயர்நிலைக்கும் நகரும்.
- கீழ்நோக்கி தொடர்பு மேலே இருந்து கீழே நகரும், அதாவது, தலைமை, நிர்வாக அதிகாரி, துணை நிர்வாக அதிகாரி, பணியாளர்கள் என கீழ் நோக்கி நகரும்.
- கிடைமட்ட அல்லது பக்கவாட்டு தொடர்பு, வரிசைக்கு அதே அளவில் நடைபெறுகிறது. ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள அதே அளவிலான நபர்களிடையே செய்திகளை அனுப்பி மற்றும் பெறுவதாகும்.
- சில குறைந்த செயல்பாட்டு நிறுவனங்களில், மற்றொரு வகையான தொடர்பு உள்ளது, இது செங்குத்து மற்றும் கிடைமட்ட பரிமாணங்களை வெட்டும். இது குறுக்குவழி தொடர்பு என குறிப்பிடப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

6.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- கிடைமட்ட தகவல்தொடர்பு: கிடைமட்ட தொடர்பு என்பது நிறுவன வரிசைமுறையின் அதே அளவிலான மக்கள், பிரிவு, துறைகள் அல்லது அலகுகள் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான தகவலின் பரிமாற்றம் ஆகும்.
- சமூகமயமாக்கல்: சமூகமயமாக்கல் என்பது சமுதாயத்தின் விதிமுறைகளையும் கருத்தியல் வகைகளையும் உள்ளடக்கிய செயல்முறை ஆகும்.
- படிநிலை: படிநிலை என்பது ஒரு அமைப்பு அல்லது சமூகத்தின் உறுப்பினர்கள் உறவு நிலை அல்லது அதிகார நிலை ஆகியவற்றின் அடிப்படை தர வரிசை முறையை குறிக்கிறது.

6.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. சங்கிலி நெட்வொர்க் (வலைப்பின்னல்) என்றால் என்ன?
2. முக்கோண உரையாடல் பற்றி ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.
3. வதந்திகளின் தீமைகள் என்ன?
4. மேல்நோக்கிய உரையாடலில் நீங்கள் என்ன புரிந்து கொள்கிறீர்கள்?

பெரு வினாக்கள்

1. பல்வேறு வகையான தொடர்பு நெட்வொர்க்குகள் (வலைப்பின்னல்கள்) யாவை? விவாதியுங்கள்.

தகவல் தொடர்பாடல் 'நெட்வொர்க்'
(வலைப்பின்னல்)

குறிப்புகள்

2. முறையான மற்றும் முறைசாரா தகவல்தொடர்பு வலைப்பின்னல்களின் "நெட்வொர்க்" வித்தியாசம் என்ன?
3. ஒரு நிறுவனம் வதந்தியை எவ்வாறு நிர்வகிக்க முடியும்?
4. முறை சார்ந்த தொடர்பு நெட்வொர்க்கின் பல்வேறு வகைகள் யாவை?

6.8 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 7 வணிக கடிதங்கள்

அமைப்பு

- 7.0 முன்னுரை
- 7.1 குறிக்கோள்கள்
- 7.2 வர்த்தக கடிதம் எழுதுதல் மற்றும் அதன் முக்கியத்துவம்
 - 7.2.1 தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதங்களுக்கு இடையில் உள்ள வித்தியாசம்
- 7.3 வர்த்தக கடிதத்தின் ஆக்கம் மற்றும் வடிவமைப்பு
 - 7.3.1 ஒரு வணிக கடிதத்தின் தளவமைப்பு
 - 7.3.2 வணிக கடிதத்தின் வகைகள்
- 7.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க.
- 7.5 சுருக்கம்
- 7.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 7.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 7.8 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

7.0 முன்னுரை

வணிக உலகானது பல்வேறு வகையான எழுத்துப்பூர்வ தொடர்புகளுடன் நிறைந்திருக்கிறது. எழுதப்பட்ட தொடர்பு என்பது தினசரி வணிகத்தின் ஒரு பகுதியாகும், அது சம்பந்தப்பட்ட தொடர்பு இல்லாமல் ஒரு வியாபாரத்தை யோசிக்க முடியாது. மின்சார நிறுவனம், ஹோட்டல், கல்லூரி அல்லது நூலகம் ஆகியவற்றைப் சிந்தித்துப் பாருங்கள் இவற்றில் எதிலும் கையெழுத்து, தட்டச்சு, அச்சிடப்படலாம் அல்லது கணினி எழுத்து முறைகள் இல்லாமல் இல்லை. பழமையான நாட்களில், சிறு தொழில்களில் கூட கடிதங்களைக் கவனிக்கும் பணியை சிறப்பாக வழங்கியவர்கள் இருந்தனர். அத்தகைய நபர்கள் 'எழுத்தாளர்கள்' என்று பிரபலமாக குறிப்பிடப்பட்டனர்.

வர்த்தக எழுத்து முறைக்கு எப்போதும் ஒரு நோக்கம் உள்ளது. எந்தவொரு கடிதங்கும் நோக்கம் ஒரு செய்தியைத் தெரிவிப்பதும் வெளிப்படுத்துவதும் ஆகும். நீங்கள் எழுதும்போது, உங்கள் கருத்துக்கள், எண்ணங்கள், உணர்வுகள், நிகழ்வுகள், அனுபவங்கள் போன்றவற்றைத் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும். வாய்மொழி தகவல்தொடர்புடன் ஒப்பிடும்போது எழுதப்பட்ட தொடர்புக்கு வேறுபட்ட நன்மைகள் இருக்கின்றன. குரல் அல்லது வாய்வழி தகவல் தொடர்பில் செய்திகள் வாய் வழியாக எவ்வாறு தூரம் பரவமுடியுமோ அதுவரை செய்திகளை பயணிக்கும் போது மட்டுமே வாய்மொழி தொடர்பு மட்டுமே செல்ல முடியும். இதை போலவே வாய்மொழி அல்லாத தகவல்தொடர்பு சொற்களோடு மட்டுமே போய்க்கொண்டிருக்கும்போது, எழுதப்பட்ட தொடர்பு தனித்த தாக்கத்தை உருவாக்குகிறது. வர்த்தக கடிதங்களில் இது குறிப்பிடத்தக்கது, மேலும் வணிகத்தில் எழுதப்பட்ட தகவல்கள் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும். அத்தகைய வணிக கடிதங்களைப் பற்றி பேசுவதற்கு முன்பு, எழுதப்பட்ட தொடர்புகளின் நன்மைகளைப்

குறிப்புகள்

பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும். கீழே விவரிக்கப்பட்டபடி எழுதப்பட்ட தொடர்புக்கு தெளிவான நன்மைகள் உள்ளன.

1. எழுதப்பட்ட தொடர்பு மிகவும் விரிவானது, இதற்கு இலக்கிய உலகத்துடன் மிகவும் தொடர்பு உள்ளது.
2. துல்லியமான செய்தியை தெரிவிக்க எழுதப்பட்ட தொடர்பு நன்றாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டுள்ளது.
3. பொதுவாக, பேசும் தகவல், பேசுவதற்கு சிறந்த முறையில் தயாராக இருக்கும் நேரத்தில் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது.
4. எழுதப்பட்ட தொடர்பு, வாய்வழி தொடர்பு போலல்லாமல், ஒரு தனித்த பயனுள்ளதாக இருக்க முடியும்.
5. எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பு குறிப்பிட்ட நபர்கள்/பிரிவுகளை அடைவதை இலக்காகக் கொண்டிருக்கும்.
6. எழுதப்பட்ட தகவலை ஒரு மொழியில் எழுதலாம், அது பெறுதல் மற்றும் புரிந்து கொள்ளக்கூடியது.
7. எழுதப்பட்ட தொடர்பு மிகவும் விரும்பிய தனிப்பட்ட தொடர்பைக் கொண்டு செல்லும்.
8. எழுதப்பட்ட தொடர்பு அழிக்கப்பட்டு, திருத்தப்பட்டு மறுபடியும் எழுதப்பட்டுள்ளது.
9. எழுதப்பட்ட தொடர்பு, சேமிக்கப்படும் போது, சரியாகவோ அல்லது மீண்டும் மீண்டும் செய்யப்பட்டுள்ளது.
10. எழுதப்பட்ட தொடர்பு, முறையாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட, செலவு குறைந்ததாக இருக்கம்.
11. எழுதப்பட்ட தொடர்பு, மிக முக்கியமாக, பதிவுகள் மற்றும் குறிப்பு ஆதாரங்களை உருவாக்குகிறது.
12. எழுதப்பட்ட தகவல், ஒரு கவர்ச்சியான முறையில் வழங்கப்பட்டபோது சரியான தகவல் தொடர்பு நெருக்கத்தை உருவாக்க முடியும்.

எழுதப்பட்ட தொடர்புகளின் நன்மைகள் அதன் வரம்புகளை விட மிக அதிகமானவை. இந்த வகையான தொடர்பு வணிக உலகில் பரவலாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. வணிக கடிதங்கள் மிகவும் பிரபலமாக உள்ளன, ஏனென்றால் அவை எழுதப்பட்ட கடிதங்கள் இந்த நன்மைகள் அனைத்தையும் கொண்டுள்ளன.

நேர்காணல் தகவல் தொடர்புபோல் நேர்கோட்டு முகவுரையை தொடர்பு கொள்ளாமல் போயிருக்கலாம் என்றாலும், ஒரு வர்தகத்தின் அன்றாட பரிவர்த்தனைகளுக்கு தேவைப்படும் எளிய மற்றும் நேரடி கடிதங்கள்/செய்திகளுக்கான தேவைகள் மிகவும் அதிகம் இருக்கும். முதல் கடிதம் பெறுநர் விரும்பும் அனைத்து விவரங்களையும் கொடுக்கக்கூடாது, கூடுதல் கடிதத்தை அவசியமாக்குவதற்கு சில சந்தர்ப்பங்கள் இருக்கலாம். ஆயினும் கூட, ஒரு நல்ல வியாபார கடிதம் திறனுள்ள வணிக கடிதத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட அடிப்படை கட்டமைப்புகளை கொண்டுள்ளது.

ஒரு நல்ல வியாபாரக் கடிதம் ஒரு நல்ல வணிக உறவை உருவாக்குவதும், வளர்ப்பதும், பராமரிப்பதும் ஆகும்.

வணிக கடிதங்கள்

7.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை படித்து அறிந்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- வணிக கடிதங்களை எப்படி எழுதுவது என்பதை விளக்குங்கள்
- வணிக கடிதங்களின் முக்கியத்துவத்தை ஆராயுங்கள்
- தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதங்களுக்கு இடையேயான வேறுபாடு குறித்து விவாதிக்கவும்

7.2 வணிக கடிதங்கள் எழுதுதலும் அதன் முக்கியத்துவமும்

வணிக கடிதங்கள், நல்ல மற்றும் பயனுள்ளவையாக இருக்க வேண்டும், குறிப்பிட்ட அத்தியாவசியங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். வேறுவிதமாகக் கூறினால், வணிக கடிதங்கள் கடிதத்தின் சில குறைந்தபட்ச தரநிலைகளுக்கு இணங்க வேண்டும். பல்வேறு கோணங்களில் இருந்து மொழி, உள்ளடக்கம், சூழல், நீளம், கட்டமைப்பு, அமைப்பு, சுவை, தொனி, தாக்கம் மற்றும் நோக்கம் நோக்குநிலை ஆகியவற்றிலிருந்து இந்த அத்தியாவசியங்களைப் பார்க்கலாம். எந்தவொரு கடிதமும் இந்த பண்புக்கூறுகள் அல்லது அம்சங்களின் அடிப்படையில் விவரிக்கப்படக்கூடியது. இந்த தகுதியை பெறுவதற்கு, இந்தக் கருத்தில் எந்தவொரு கருத்திலிருந்தும் பார்க்கும்போது கடிதம் நல்லதாக இருக்க வேண்டும் அல்லது அனைத்து அம்சங்களையும் உள்ளடக்கியதாக இருக்கலாம் ஆயினும்கூட, நல்ல கடித எழுத்தாளர் அந்த கடிதத்தை திறம்படச் செய்யும் அனைத்து குணநலன்களையும் தெளிவாகப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு நல்ல கடிதத்தைப் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டுமென்றால், ஒரு மோசமான கடிதம் என்னவென்று அறிவது மிகவும் அவசியம். பல கடிதங்களில் ஒரு நல்ல கடிதம் நல்லது என்றாலும், ஒரு கடிதம் கடிதத்தின் அழகைக் காப்பாற்றக்கூடிய ஒரு விரும்பத்தகாத அம்சம் இருக்கலாம்.

ஒரு கெட்ட கடிதத்தின் குறைபாடுகள் ஒரு கட்டைவிரல் புண் போல் வெளிப்படையாக உள்ளது, இது பின்வரும் எந்த குறைபாடாகவும் இருக்கலாம்:

1. தெளிவு இல்லாதது
2. வார்த்தைகள் மற்றும் வெளிப்பாடுகளின் குறைவான பயன்பாடு
3. தவறான எழுத்து மற்றும் இலக்கண பிழைகள்
4. மிக குறுகிய அல்லது மிக நீண்ட
5. பல கருத்துக்கள் ஒரு கடிதத்தில் கூட்டமாக இருப்பது
6. துல்லியமாக இல்லை அல்லது உண்மையானதாகவும் இல்லை

குறிப்புகள்

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

7. பிரதான நோக்கம் தெரிவிக்க தவறியது
8. வாசகர்களின் எதிர்பார்ப்பை உள்ளடக்கவில்லை
9. அதிகப்படியான வரிகள் மற்றும் தொழில்நுட்ப வார்த்தைகள்
10. குறைவான
11. மொழி வாசகர் புரிய இயலாத சொற்கள் பயன்படுத்தப்படும்
12. நீளமான பத்திகள்
13. தாக்கும் முறையில்
14. தனிப்பட்ட தொடர்பு இல்லாதது
15. மரியாதை குறைவாக
16. தவறான விருப்பத்தை உருவாக்குகிறது
17. பின்னணி விலகி எழுதப்பட்டது
18. தொடர்புடைய தகவல் இல்லாதது
19. தரக்குறைவான காகிதம் மற்றும் மை பயன்படுத்தி எழுதப்பட்டது
20. தவறான முகவரி
21. முகவரி இல்லாதது

நல்ல சாதகமான பதிவுகள், கவனத்தை ஈர்ப்பது, ஆர்வத்தை உருவாக்குதல், வாடிக்கையாளர்களை நகைச்சுவையுடன் எதிர்கொள்ளும் வாய்ப்புகள் மற்றும் தகவல் கட்டமைப்பு உறவுகளை உருவாக்குதல் ஆகிய அனைத்தும் வணிகமாகும். இந்த அனைத்து முயற்சிகளும் உணர்வு ரீதியான முயற்சிகள், ஒருங்கிணைந்த செயல்கள் மற்றும் கடிதங்கள் ஆகியவற்றிற்கு வழக்கமான அடிப்படையில். போட்டி நிறைந்த உலகில் இது செய்யப்பட வேண்டும் என்பதால், ஒரு கெட்ட கடிதம் வியாபாரத்தின் நற்பெயர் அல்லது நம்பிக்கையில் தவிர்க்க முடியாத சேதத்தை ஏற்படுத்தக்கூடும். மோசமாக எழுதப்பட்ட கடிதங்கள் வியாபாரத்தில் உள்ள மக்களுக்கு இக்கட்டான சூழ்நிலையை ஏற்படுத்தி, தரகுறைவான நிறுவனத்தைக் காட்டுகின்றன.

ஒரு நல்ல வணிக கடிதத்தின் அத்தியாவசியங்களைப் பற்றி பேசுவதற்கு முன்பு, அத்தகைய கடிதம் வியாபாரத்திற்கு என்ன நன்மை கொடுக்கும் என்பதைக் கருத்தில் கொள்வது நல்லது. ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் நேரடியாக இலக்கை அணுக முடியும், அது ஒரு வாடிக்கையாளர் அல்லது ஒரு வாய்ப்பு அல்லது ஒரு புரவலர் எவரானாலும் ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் வாய்ப்பை தீர்க்க மற்றும் விற்பனையை கருதி அமைக்க முடியும். ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் ஒரு பயனுள்ள விற்பனையாளராக செயல்பட முடியும். ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் வியாபார நம்பிக்கையை வலுப்படுத்தி, ஏற்கனவே உள்ள வாடிக்கையாளருக்கு மேலும் விவரங்களை அளிக்க முடியும். ஒரு நல்ல வணிக கடிதம், உங்கள் நிலை தூதர் அல்லது உங்கள் அதிகாரியகவும் செயல்பட முடியும். ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் உங்கள் உயர் அதிகாரியின் தவறான தகவலை அகற்றி, நல்லெண்ணத்தை உருவாக்க முடியும். இதன் மூலம் அது உங்களுக்கு தூதுவராக செயல்படுகிறது. ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் அறிவிப்புகளை செய்ய, பொருத்தமான தகவலைப் பகிர்ந்து கொள்ளவும்,

முக்கியமான நபர்களுடன் நீங்கள் தொடர்பு கொள்ளவும் முடியும். இந்த வழியில், ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் உங்கள் பொது உறவு அதிகாரியாக (GNuh)PRO இருக்க முடியும். நன்கு எழுதப்பட்ட மற்றும் கற்பனையாக எழுதப்பட்ட கடிதங்கள் விற்பனையாளரின் ஒரு உறவு அதிகாரி, ஒரு தூதர் மற்றும் வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கு ஒரு (GNuh)PRO பங்கு வகிக்க முடியும். குறிப்பாக இந்தச் செயல்பாடுகளைச் செயல்படுத்துவதற்காக மக்களைப் பணியில் அமர்த்த முடியாத சிறிய தொழில்களில் இந்த உண்மை நன்கு தெரியும்.

குறிப்புகள்

7.2.1 தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதங்களுக்கும் இடையில் உள்ள வித்தியாசம்

வியாபாரக் கடிதங்கள், வாடிக்கையாளர்கள், வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் பிற வெளிப்புற கட்சிகளுடன் வணிக சம்பந்தப்பட்ட பிரச்சினைகள் மற்றும் தகவல் பரிமாற்றம் ஆகியவற்றின் மூலம் எழுத்துப்பூர்வ கடிதத்தை வணிகக் கடிதம் குறிக்கிறது.

மறுபுறம், குடும்ப உறுப்பினர்கள், உறவினர்கள், நண்பர்கள், காதலர்கள், ஆசிரியர்கள், மாணவர்கள் ஆகியோருடன் தனிநபர் அல்லது குடும்ப விவகாரங்களை பரிமாறிக்கொள்ளும் தனிப்பட்ட கடிதம் தனிப்பட்ட கடிதமாக அறியப்படுகிறது.

வணிக கடிதத்திற்கும் தனிப்பட்ட கடிதத்திற்கும் இடையில் பின்வரும் வேறுபாடுகள் உள்ளன:

1. **இயற்கை:** வணிக கடிதம் வர்த்தகவியல் கடிதம் அல்லது இயற்கையில் உலகளாவியது. தனிப்பட்ட கடிதம் தனிப்பட்ட முறையில் தனித்துவமானது.
2. **நோக்கம்:** வியாபார கடிதத்தின் நோக்கம் பல்வேறு வணிகரீதியான பிரச்சினைகள் மற்றும் தகவல் பரிமாற்றம் ஆகும். தனிப்பட்ட அல்லது குடும்ப தொடர்பான விவகாரங்கள் மற்றும் தகவலுக்கான தனிப்பட்ட தகவல் கடிதம் பரிமாற்றம் செய்யப்படுகிறது.
3. **குறியீலக்கு:** வணிக கடிதத்தின் விரிவான பலவகை வணிக செய்திகளை கொள்வதாகும்.
4. **அமைப்பு:** வணிக கடிதம் உத்தியோகபூர்வமாக அங்கீகரிக்கப்பட்ட அமைப்புக்கு உட்பட்டது. தனிப்பட்ட கடிதம் எந்த அங்கீகரிக்கப்பட்ட அமைப்பு பின்பற்ற முடியாது.
5. **முறையானது:** வணிக கடிதம் முறையான விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகளை பராமரிக்கிறது. தனிப்பட்ட கடிதம் முறைசாரா.
6. **அளவு:** பொதுவாக, வணிக கடிதம் சுருக்கமாக உள்ளது மற்றும் பொருத்தமற்ற விஷயம் தவிர்க்கிறது. தனிப்பட்ட கடிதம் சுருக்கமாகவோ அல்லது பெரியதாகவோ இருக்கலாம்.
7. **வகைகள்:** வணிக கடிதம் வித்தியாசமாக வகைப்படுத்தலாம். தனிப்பட்ட கடிதம் பொதுவாக வகைப்படுத்த முடியாது.

குறிப்புகள்

8. **வணக்கம்:** வணிக கடிதத்தின் வணக்க வார்த்தை, வணக்கம் ஐயா, அன்புள்ள, திரு, திருமதி முதலியவைகளை கொண்டு அமையலாம். தனிப்பட்ட கடிதத்தில் வணக்கம், அன்பே, நண்பர்களே, என் அன்பே, முதலியவைகளை கொண்டு அமையலாம்.
9. **மொழி:** வணிக கடிதத்தின் மொழி எளிதாகவும் எளிமையாகவும் இருக்க வேண்டும். தனிப்பட்ட கடிதத்தின் மொழி எளிதானது, கவிதை, உணர்ச்சி போன்றவை.
10. **நகல்:** வணிக கடிதத்தின் நகல் பாதுகாக்கப்படுகிறது. தனிப்பட்ட கடிதத்தின் நகல் பாதுகாக்கப்படாமல் இருக்கலாம்.
11. **முறை:** வர்த்தக கடிதம் நேரடி மற்றும் தூண்டல் முறை பயன்படுத்துகிறது. தனிப்பட்ட கடிதம் நேரடி முறையை மட்டுமே பயன்படுத்துகிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. மோசமான கடிதத்தின் இரண்டு குறைபாடுகளை குறிப்பிடுங்கள்.
2. வணிக கடிதம் என்றால் என்ன?

7.3 வியாபாரக் கடிதங்களின் கட்டமைப்பும் வடிவமைப்பும்

வணிக கடிதங்கள் தனிப்பட்ட கடிதங்களிலிருந்து வேறுபடுகின்றன மற்றும் ஒரு தனித்துவமான வடிவமைப்பு மற்றும் பாணியைக் கொண்டிருக்கிறது. வணிக கடிதங்கள் பல பரவலாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட பகுதிகளை உள்ளடக்கியதாக அறியப்படுகின்றன மற்றும் ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் அத்தகைய வடிவமைப்பின் கொள்கைகளுக்கு ஏற்ப வடிவமைக்கப்பட வேண்டும். பல்வேறு வகையான கடிதங்கள் இருந்தாலும், ஒவ்வொன்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட சூழலில் பொருந்துகின்றன, மேலும் இவை பொதுவாக அனைத்து கடிதங்களுக்கும் பொதுவானவை. கடிதத்தின் வெவ்வேறு பகுதிகளை மட்டுமல்ல, கடிதத்தில் அவற்றின் நிலைப்பாட்டைப் பற்றி, முக்கியமாக ஒருவர் தெரிந்திருக்க வேண்டும். ஒரு வணிக கடிதத்தை குறிப்பிடும் போது, வெளி மற்றும் உள் அம்சங்களை உள்ளடக்கியது, அதை நாம் மொத்தத்தில் குறிப்பிடுகிறோம். முந்தைய அத்தியாயங்களில் பார்த்திருப்பதைப் போல, ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் நோக்கம் முழுவதையும் அனுப்பப்படுவதை மட்டுமல்லாமல், வாசகருக்கு சரியான தோற்றத்தை உருவாக்குகிறது.

ஒரு கடிதம் பல பகுதிகளை கொண்டது. வெளிப்பகுதி உள்ளே, மேல், கீழ், நடுத்தர, இடது, வலது, முதல் பக்கம், இரண்டாவது பக்கம், இணைப்புகள் மற்றும் இணைத்தல். இவற்றில் ஒவ்வொன்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக உள்ளது மற்றும் கடிதம் எழுதிய பின்னணியில் ஒரு திட்டவாட்டமான இடம் உள்ளது. ஒரு வணிக கடிதத்தைப் பற்றிய இந்த வெளிப்புற மற்றும் அக அம்சங்கள் அனைத்தையும் ஒரே நேரத்தில் சரிபார்க்க வேண்டிய முக்கியத்துவத்தை எடுத்துச்சொல்கின்றன. அதேபோல், ஒரு நிலைப்பாடு அல்லது வேலை வாய்ப்பு என நாம் குறிப்பிடும் போது, எல்லா

நேரங்களுக்கும் மிகவும் கடுமையான நிலைப்பாட்டை குறிப்பிடுவதில்லை. ஒரு காலத்தில், வர்த்தக எழுத்தாளர்கள் நெகிழ்வுத்தன்மையையும், பொருத்தமற்ற தன்மையையும் கொண்டு, சில இடங்களில் நிலைத்து நிற்கிறார்கள். எனவே, ஒரு வியாபார கடிதத்துடன் தொடர்புடைய பல்வேறு வகைகள் மற்றும் இடங்களுக்கிடையில், ஒரு வணிக கடிதத்தை எழுதுவதில் வேறுபட்ட பாணியைக் கொண்டிருக்க முடியும்.

ஒரு வணிக கடிதத்தின் பல்வேறு பகுதிகளை அதன் கட்டமைப்பு மற்றும் வடிவமைப்பு ஆகியவற்றைப் பார்ப்போம்.

கடிதத்தின் தலைப்பு

கடிதத் தலைப்பு வணிகத்தின் பெயரை அறிவிக்கிறது. இது வணிகம் பற்றி என்னவென்று கூறுகிறது அது ஒரு வங்கி, காப்பீட்டு நிறுவனம், போக்குவரத்து நிறுவனம், வர்த்தக நிறுவனம், கட்டிட கட்டுப்பாட்டு நிறுவனம் அல்லது தோட்ட முகவர். சில நிறுவனங்கள் தங்கள் பெயரைக் குறிப்பிடவும் அதே போல் தங்கள் கடிதங்களில் தங்கள் வியாபாரத் தன்மையையும் குறிப்பிடவும், மற்றவர்கள் அந்த பெயரை மட்டுமே கட்டுப்படுத்துகின்றன. பெரும்பாலும் வணிகத்தின் அரசியலமைப்பு, பொதுமக்கள் மட்டுப்படுத்தப்பட்ட, தனியார் அல்லது அரசாங்கத்தின் வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பையும் குறிப்பிடுகிறது. வணிக பெயர் மற்றும் வரியைக் கொண்டு, நிறுவுதல் தேதி, தலைமை அலுவலகம் அல்லது பதிவு அலுவலகம், தொலைபேசி எண், தொலைநகல் எண் மற்றும் மின்னஞ்சல் முகவரி போன்ற சில குறிப்பிட்ட விவரங்கள் கடித தலைப்பின் மேல் வைக்கப்பட்டுள்ளன.

இந்த விவரங்களைத் தவிர, கடித தலைப்பு வணிகத்தின் சின்னத்தை முக்கியமாகக் கொண்டுள்ளது. இது ஒரு பொதுத்துறை நிறுவனமாக இருந்தால், உத்தியோகபூர்வ மொழி கொள்கையின்படி, இந்த விவரங்கள் அனைத்தும் இருபுறமும் வழங்கப்பட வேண்டும். ஒவ்வொரு வியாபாரமும் கடித தலைப்பு மேல் உள்ளதைப் பற்றி என்ன விவரங்களைத் தெரிந்துகொள்ள விரும்புகிறது என்பதைத் தீர்மானிக்கிறது. சில நேரங்களில் விவரங்கள் கடித தலைப்பின் மேல் மற்றும் கீழ் பகுதிகள், அல்லது மத்தியில் விநியோகிக்கப்படுகிறது. பெயர் மற்றும் “லோகோ” (சின்னம்) சின்னத்தின் மேல் மற்றும் முகவரி, தொலைபேசி எண், தொலைநகல் எண் மற்றும் வலைத்தளம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

கடித தலைப்பு ஒரு சாதகமான தோற்றத்தை உருவாக்க சாத்தியம் உள்ளது, எனவே அதிக சிந்தனை மற்றும் முயற்சியில் தங்கள் வடிவமைப்பை தெரிவு செய்ய நேரம் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். காகிதத்தின் நிறம் மற்றும் தரம், கடித தலைப்பின் அளவு, வகைகள் மற்றும் எழுத்துருக்கள் பயன்படுத்தப்படும் மற்றும் இடைவெளி அனைத்தும் கவனமாக முடிவு செய்யப்படும். சில வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் முகவரிகளை வடிவமைப்பதில் விளம்பர முகவர் அல்லது பிற போன்ற நிபுணர்களின் உதவியை கூட தேடும் அளவுக்கு கடிதத்தின் தலைப்பு முக்கியமாகும். ஒரு நல்ல மிக கடின தலைப்பு புரியவில்லையானால் வாசகரை அது ஈர்க்காது. இதுவே வணிகத்தின் முதலாவது அறிமுகம் என்றால், ஒருவர் கடித தலைப்பை நன்றாக உருவாக்கப்பட்டிருக்கிறது என்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

கடித தலைப்பு முழுமையான முகவரி அல்லது கடிதம் வெளிவரும் இடத்திலிருந்து சரியான இடத்தில் கொடுக்கப்படாவிட்டால், கடித எழுத்தாளர் இந்த விவரங்களில் தன்னை இணைத்துக்கொள்ள வேண்டும். கடிதம் குறிப்பாக வெளிவந்த கிளை, மண்டலம், பிரிவு மற்றும் திணைக்களம் ஆகியவற்றைக் குறிப்பிட வேண்டும். இல்லாவிட்டால், நிறுவனம் ஒரு பெரிய மற்றும் பல கிளைகள், பல துறைகள் மற்றும் பலதரப்பட்ட நிறுவனமாக இருந்தால், அந்த கடிதத்தை பெறுபவர் கடிதத்தின் சரியான ஆதாரத்தைப் புரிந்துகொள்வதில் சிரமமாக இருப்பார், அதற்கு பதிலளிக்கத் தவறிவிடலாம். நடைமுறையில், இது பெரிய நிறுவனங்களில் அடிக்கடி நிகழ்கிறது மற்றும் பதிலளிப்பதற்கு ஆர்வமாக உள்ள மக்கள், எந்த கிளை, அலுவலகம், அல்லது பிறிவிலிருந்து கடிதத்தை அனுப்பியிருக்கிறார்கள் என்பதை கண்டுபிடிப்பதற்கு அதிக நேரத்தையும் முயற்சிகளையும் வீணாக்க வேண்டியிருக்கும். பல விவரங்கள், கவனக்குறைவாக எழுத்துப்பிழையில் வைக்கப்பட்டு, நேர்த்தியால் வெளியேறுகின்றன. மறுபுறம், பொருந்தக்கூடிய பொருத்தமான விவரங்கள் கடித தலைப்பில் ஒரு குறைபாடு அல்லது போதிய அளவுக்கு இல்லை என்றால் இருவருக்கும் இடையே சரியான சமநிலையை அடைய வேண்டியது அவசியம்.

குறிப்பு வரி

வணிக கடிதத்தின் குறிப்பு வரி அதன் ஆதாரத்தையும், குறிப்பையும் சூழலையும் தெளிவாக கடிதத்தில் காண உதவுகிறது. நிறுவனம் பெரியதாக இருக்கும்போது, செயல்பாடுகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில், பல்வேறு பகுதிகளிலும் செயல்பாடுகளிலும் நடவடிக்கைகளை வகுக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளருக்கும் ஒரு தனியான கோப்பை பராமரிக்க முடியும். குறிப்பு விவரங்கள் வழக்கமாக சுருக்கங்கள், கடிதங்கள் மற்றும் எண்கள் கொண்டிருக்கும். அவர்கள் கடிதத்தை உருவாக்கி அல்லது கோப்பை பராமரிக்கும் நபரின் தலைப்பெழுத்துகளை எடுத்துச் செல்லலாம். குறிப்பு வரி இரு வழிகளில் உதவுகிறது. ஒருபுறம், கடித எழுத்தாளர் அல்லது அமைப்புக்குள்ளே வேறு எவரும் கடிதங்கள் எழுதப்பட்ட சரியான சூழலை அறிய உதவுவதோடு, பதிலைப் பெறுவதில் குறிப்பிட்ட சூழலுடன் அதை தொடர்புபடுத்துவது எளிதாகிறது. மறுபுறம், இது கடிதத்தின் பெறுமானத்தை கடிதத்தின் சரியான ஆதாரமாகவும் சூழலிலும் செய்ய உதவுகிறது மற்றும் பெறுநருக்கு பதிலளிக்க உதவுகிறது.

ஒவ்வொரு அமைப்பும் அல்லது வியாபாரமும் சாதாரணமாக அதன் சொந்த குறிப்பு வடிவத்தை உருவாகியிருக்கும், மேலும் வணிக எழுத்து, எழுத்தாளர் பின்பற்றப்பட்ட முறையை நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும். அத்தகைய குறிப்பு விவரங்கள் இல்லாமலே, வியாபாரமானது கிளை அல்லது துறையை அடைந்த பின்னரும் கூட சரியான கோப்புக்கு அது கணிசமான நேரத்தை செலவிட வேண்டும். இதை எந்த வகையிலும் எடுத்துக் கொள்ள முடியாது, சில நிறுவனங்கள் குறிப்பு எண்ணைக் குறிப்பிடுவதை மட்டுமல்லாமல், கடிதத்தைப் பெறுவதற்கு 'இந்த எண்ணை மேற்கோள் காட்டி அனைத்து எதிர்கால கடிதங்களிலும் தயவுசெய்து கேட்டுக்கொள்' எனவும் குறிப்பிடுகின்றன.

எந்த வியாபாரத்திற்காக தோற்றுவிக்கப்பட்ட கடித குறிப்பு எண்: 'எமது குறிப்பு எண்'. இதேபோல், எந்த வியாபாரக் கடிதத்திலும், மற்ற கட்சியின் குறிப்பு விவரங்களையும் குறிப்பிடுவது அவசியம்.

'இதில் உங்கள் குறிப்பு இல்லை தேதியிட்ட...' என்பதை பொருள் வரிக்கு கீழே அல்லது கடிதத்தின் முதல் வாக்கியமாகக் கூறலாம்.

ஒரு குறிப்பிட்ட வணிக கடிதம், ஒரு நீண்ட கால தகவல் தொடர்பில் ஒரு நீண்ட கடிதத்தின் ஒரு பகுதியாக, இந்தத் தொடரில் ஒரு பாகத்தின் பாகமாக இருக்கும்போது, கடித எழுத்தாளர் முந்தைய கடிதத்தை குறிக்க வேண்டும், சம்பந்தப்பட்ட கடிதங்கள் அதிகமானவை என்றால், "எங்கள் கடிதங்கள்...தேதியிட்டது...." மற்றும் 'உங்கள் கடிதங்கள் .. தேதியிட்டது....' என கடித எழுத்தாளர் குறிப்பிடுவது நல்லது.

தேதி வரி

தேதி வரி குறிப்பு வரிக்கு அருகில் உள்ளது அல்லது அதை பின்பற்றுகிறது மற்றும் தேதி, மாதம் மற்றும் கடிதத்தின் ஆண்டு பற்றி தெளிவாக குறிப்பிடுகிறது. தேதி பல முறைகளில்-22.05.2017 அல்லது 22 மே 2017 அல்லது மே 22, 2017-ல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. தேதி குறிப்பிட மிகவும் பொருத்தமான வழி, அதாவது 22 மே 2017 தெளிவற்ற தன்மையில் இருக்கும். தேதி, மாதம் மற்றும் வருடம், புள்ளிவிவரங்களில் எழுதப்பட்டிருக்கும் போது, நாட்டில் இருந்து நாடு வேறுபடும் என்பதைக் குறிப்பிடுவது அவசியம். ஐக்கிய ராஜ்யத்தில், இந்தியாவில் இருப்பதைப் போலவே, தேதி, மாதம் மற்றும் ஆண்டு ஆகியவை அதே வரிசையில் எழுதப்பட்டுள்ளன, அதாவது, 22.5.2017. எனினும், அமெரிக்காவில், நடைமுறையில் முதலில் மாதம் பின்னர் தேதி மற்றும் ஆண்டு என எழுத வேண்டும். உதாரணமாக 12 மே 2017, 5.12.2017 என எழுதப்பட்டுள்ளது. இந்த வெவ்வேறு நடைமுறைகளை கருத்தில் கொண்டு, 22 மே 2017 என எழுதினால் கடிதத்தின் தேதி தவறாகப் படிக்கப்படுவதில்லை என்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது. நேர்த்தியானதை உறுதி செய்வதற்கு, எண்களை எழுதிலும், '9'-க்கு 'ஒன்பதாவது' அல்லது '18-நாளில்'-க்கு பதினெட்டாம் நாளில் என எழுதுதல் மற்றும் மாதங்களுக்கு பிப்ரவரி அல்லது பிப் என சுருக்கங்களைப் பயன்படுத்துவதும் பொருத்தமானது.

முகவரி உள்ளே

உள்ளே உள்ள முகவரி, முகவரியாளர் அல்லது கடிதத்தின் உரிமையாளரை குறிக்கிறது. இது ஒரு தனிநபர், ஒரு செயல்பாட்டு, ஒரு குழு அல்லது ஒரு நிறுவனம். கடிதம் பெயர் அல்லது பதவி மூலம் உரையாற்றலாம். உள்ளே உள்ள முகவரிக்கு முழு அஞ்சல் முகவரி கொடுக்கப்பட வேண்டிய அவசியமில்லை. பொதுவாக இந்த பெயர் நன்கு அறியப்பட்டிருப்பதால், பெயர் மற்றும்/அல்லது பதவி, துறை மற்றும் அலுவலகத்திற்கு இது பொதுவாக வரையறுக்கப்படுகிறது. 'To'-க்கு என்ற வார்த்தையானது கூடுதலான நேர்த்திக்கான ஆங்கில மொழியில் தவிர்க்கப்படலாம். கடிதத்தின் முடிவில் உள்ள இடது பக்கத்தில் கடிதத்தின் கீழும், பொதுவாக உள்ளே இருக்கும் முகவரியில் உள்ள மற்றொரு இடம். கடிதம் உரையாற்றும்போது, சரியான உரையாடல்கள், பெயர் மற்றும் குடும்பப் பெயரைக் குறிப்பிட விரும்புகிறேன்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

சரியான பெயரை எழுதுவதில் கவனமாக இருக்கவும், ஏனென்றால் கடித எழுத்தாளர் முகவரியிடம் கொடுக்க வேண்டிய கடமை இதுதான். எழுத்தாளர் சரியான பெயரைக் கண்டுபிடிப்பதற்கும், குறிப்பிடுவதற்கும் கடித எழுத்தாளர் சரியான முயற்சி எடுக்கவில்லை என்றால், அது அலட்சியம் மற்றும் மனச்சோர்வைக் குறிக்கிறது மற்றும் கெட்ட கடிதமாக தகுதி பெறுகிறது. சரியான பெயர் உச்சரிக்கவும், ஏனென்றால் அது வாசகரை அல்லது முகவரியாளர் கடித உரிமையாளர் மிகவும் பதிலளிக்கக்கூடியதாகிறது. திரு ஜகதீஷ், என்பதை திரு ஜகதேஷ் அல்லது வேறு விதமாக குறிப்பிடப்படக்கூடாது. திருமதி ராஜஸ்ரீ என்பதை திருமதி ராஜஷ்ரி என உரையாற்ற முடியாது. அதே பெயர்கள் வழக்கு. அது பானர்ஜி என்றால் பன்னீர்ஜியோ அல்லது இதற்கு நேர்மாறாக மாறாது. நல்ல வியாபார கடித எழுத்துகளில், சரியான பெயரை சரியான தலைப்புடன் எழுதுவது மிகவும் அவசியம். நபர் பேராசிரியர், டாக்டர், தந்தை, 'Revered' பாராட்டப்பட்டவர், நீதி, கேப்டன் அல்லது பிரிகேடியர் போன்ற ஒரு பட்டத்தை பெற்றிருந்தால், சரியாக கூறப்பட வேண்டும். தலைப்பு இல்லாத போது, திரு அல்லது ஸ்ரீ என பொதுவாக ஆண்கள் மற்றும் திருமதி, மிஸ், திருமதி. அல்லது குமாரி, என பெண்களுக்கும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. திருமதி உரையாற்றிக் கொண்டிருக்கும் ஒரு பெண்ணின் திருமண நிலையை தெரியவில்லை என்றால், திருமதி/செல்வி என்றும் திரு-பன்மை மற்றும் குழுக்கள் பற்றி உரையாற்ற பயன்படுத்தப்படும் அவ்வாறே, நபரின் பெயரை குறிப்பிடும் போதெல்லாம் சரியானதாக இருக்க வேண்டும்.

ஜனாதிபதி, ஆளுநர், அதிபர், தூதர், போப்பாண்டவர் அல்லது மதத் தலைவர்கள் போன்ற உயர் பதவியாளர்களுக்கு கடிதங்களைக் எழுதும் போது குறிப்பாக கவனமாக இருக்க வேண்டும். அவரது உயர் பதவி, அவரது உயர்ந்தவர் அல்லது அவரது புனிதத்துவம் போன்ற பொருத்தமான தலைப்பு சரியான அதிகாரியிடம் இருந்து அதை உறுதிப்படுத்திய பின்னர் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். இத்தகைய உயர்ந்த அலுவலகங்கள் பல நெறிமுறை அதிகாரிகளாக அறியப்படுகின்றன. கடிதத்தில் உள்ள நபரை குறிப்பிடுவதில் எந்த தவறும் இல்லையெனில் நன்கு தயாரிக்கப்பட்ட கடிதமாகும்.

கவனம் வரி

கவன வரி பொதுவாக உள்ளே முகவரிக்கு வலது பக்கத்தில் தோன்றும் மற்றும் கடிதம் ஒரு பதவி, குழு அல்லது ஒரு நிறுவனத்தை பற்றியோ குறிப்பிடும் போது பொருத்தமானது. கவனிப்புக் குறிப்பு குறிப்பிட்ட நபரின் கவனத்தை கடிதத்தின் உள்ளடக்கத்திற்கு ஈர்க்கிறது. கடிதம் ஒரு குறிப்பிட்ட நபரை குறிக்கும்போது ஒரு கவனிப்பு வரி தேவையில்லை. கவனிப்பு வரி பொதுவாக 'திரு. "ஒரு குறிப்பிட்ட நபரின் பெயர்" கவனத்தை ஈர்க்கிறது என்று கூறுகிறது. கவனத்தை செலுத்துவதற்கான முக்கிய அம்சம், அதன் பதில் அவசியமான ஒரு குறிப்பிட்ட நபரை அடையும் என்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது

வணக்கமுறை

வணக்கம் ஒவ்வொரு கடிதத்திற்கும் அவசியம். இது கடிதத்தை வாசகருக்கு தொடர்புபடுத்துகிறது.

‘அன்புள்ள சார்’ அல்லது ‘அன்புள்ள மேடம்’ அல்லது ‘அன்புள்ள திரு.’ அல்லது

‘அன்புள்ள ஸ்ரீ’ அல்லது ‘அன்புள்ள திருமதி’ போன்ற வார்த்தைகள் இருக்கலாம்.

கடிதம் ஒரு நிறுவனம் அல்லது குழுவிடம் உரையாடும்போது, வணக்கம் பன்மை வடிவத்தில் உள்ளது, அதாவது, அன்புள்ள சகோதரிகள். நபர் ஒருவரின் நிலை அதிகமானது மற்றும் கூடுதல் மரியாதை தெரிவிக்கப்பட வேண்டுமெனில், ‘அன்புள்ள’ விலக்கப்பட்டு மற்றும் வணக்கம் சார் அல்லது மேடம் என எழுதலாம்.

நிபுணர் பேச்சு: “அன்புள்ள” இன்னும் அன்புள்ள

நீண்ட காலமாக எழுதப்பட்ட “அன்புள்ள” என்னும் வணக்கம் அழிவுக்கான தலைமையில் தோன்றுகிறது, மின்னஞ்சலைப் போன்ற முறைசாரா தகவல்தொடர்புகளின் பெருக்கத்திற்கு நன்றி, என வோல் ஸ்ட்ரீட் ஜேர்னல் தெரிவிக்கிறது. காங்கிரசில் உள்ள ஒரு உறுப்பினருக்கு ஒரு செய்தித் தொடர்பாளரும் கூட, “மிக உயர்ந்த மட்டத்திலான தொழில் சார்வாதத்தில்” பத்திரிகையாளர்களுக்காக தனது தகவல்தொடர்புகளை வைத்துக்கொள்ள முயற்சிக்கிறார், என்றால் அங்கே “அன்புள்ள” பயன்படுத்தாது, ஏனென்றால் அது “மிகவும் நெருக்கமானது” என்று அவர் கூறுகிறார். அதற்கு பதிலாக அவர் என்ன பயன்படுத்துவார்? “ஏய், (Hey All) எல்லோரும்.” வேறு சிலர் “நல்ல காலை,” “ஹாய்”, (Hi) “ஹே” (Hey) அல்லது “யாருக்காக கவலைப்படுகிறார்கள்” ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்துகிறார்கள்.

இருப்பினும் சில ஆசாரிய வல்லுநர்கள், அத்தகைய வணக்கங்கள் “பற்றாக்குறை” என்று வலியுறுத்துகின்றனர். வணிக வல்லுநர்கள் முறையான தகவல்தொடர்புகளில் “அன்புள்ள” வைத்திருப்பதை பரிந்துரைக்கின்றனர். ஒருவன் கூறுகிறான்: “நமக்கு யாரோ ‘அன்புள்ள’ இருப்பதால் நாம் ‘அன்புள்ள’ அவருக்கு மட்டுமே பயன்படுத்த வேண்டும். ஆனால் வர்த்தக கடிதங்களின் தரங்களை புரிந்துகொண்டு, அறிவார்ந்த வணிக மக்களின் தரங்களை அங்கீகரிக்கிறோம். “நான் ஒரு கடிதத்தை ‘அன்புள்ள’ என்றே எழுதுவேன் எனெனில் நான் அந்த ஒருவரை சந்தித்ததில்லை என்பதால்,” சர்வதேச வர்த்தக ஆய்வாளர் கிறிஸ் அலீசன் கூறினார்.

(ஆதாரம்: பெங்களூர் மிரர், 8.11.2011, வோல் ஸ்ட்ரீட் ஜேர்னல் மேற்கோளிடுகிறது)

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

நமது தொழில்நுட்ப காலத்தில், “அன்புள்ள” சிலர் மிகவும் நெருக்கமாக கருதுகிறார்கள், மற்றவர்களிடமும் இது மிகவும் சாதாரணமானது. இந்த வணக்கம் இன்னும் அனைத்து முறையான எழுதப்பட்ட வணிக கடிதங்களில் மிகவும் பொருத்தமான ஒரு உள்ளது, தகவல் தொடர்பு மாணவர்கள் இதை கவனிக்க வேண்டும்

தொடர்பாடல் குறிப்பு : ‘அன்புள்ள’ அல்லது ‘இல்லை அன்புள்ள’

வணிக எழுத்துகளில், நீண்ட காலமாக, வணிகத் தொடர்களைத் தொடங்குவதில் ‘அன்புள்ள’ பயன்படுத்துவது பரவலாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. அதன்படி, ஆண்டுகளாக, உரை புத்தகங்கள் வணிக கடிதங்கள் ‘அன்புள்ள சார்’ அல்லது ‘அன்புள்ள மேடம்’ தொடங்க வேண்டும் என்று. பிற்காலத்தில், எனினும், ‘அன்புள்ள’ பயன்படுத்தப்படாத எழுத்துகள் சர்ச்சைக்குரியதாகிவிட்டது. வணிக கடிதத்தில் இருந்து ‘அன்புள்ள’ கைவிடுவதற்கான பரிந்துரைகள் உள்ளன, மேலும் அது ‘சார்’ அல்லது மேடமாக இருக்கலாம்.

கடுமையான நிலைப்பாட்டை எடுப்பதற்கு பதிலாக, நாம் நமது விருப்பத்தை பயன்படுத்துவதும், சூழல் ஏற்கும் விதத்தை பயன்படுத்துவதும் நல்லது. சில அறிக்கைகள் காரணமாக ஒரு முறை சோதனை செய்யப்பட்ட நடைமுறைகளில் இருந்து விலகிவிடக் கூடாது.

பொருள் வரி

வணக்கத்திற்கு பிறகு, கடிதத்தின் அடுத்த பகுதி பொருள். பொருள் என்றால் செய்தி. செய்தியை பற்றி கடிதத்தின் மையத்தில் தெளிவாகவும் தைரியமாகவும் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது. இது வாசகர் கவனத்தை இழுக்க உதவுகிறது மற்றும் குறிப்பிட்ட பொருள் அல்லது தலைப்பு அல்லது செய்தி பகுதியில் வாசகத்தின் கவனத்தை கவனம் செலுத்துவதை இது கடிதம் உள்ளடக்கியது. இந்த விஷயத்தை இன்னும் தெளிவாகக் கூற வேண்டும், அதாவது, சிலருக்கு வார்த்தைகள். பெரும்பாலும் கடிதத்தை பெறுபவர் அந்த விஷயத்தைத் தெரிந்துகொள்வதுடன், எப்படி முக்கியமானது என்பதை முடிவு செய்வார். அல்லது அவசர அவசரமாக அவரின் உள்ளடக்கங்கள் அவருக்கே. ஒரு திறமையான கடித எழுத்தாளர் அரசுக்கு கற்றுக்கொடுக்கிறார் கவனத்தை ஈர்க்கும் விதத்தில் பொருள், மிகவும் பிரதிபலிக்க வேண்டும் என்பதே கடிதத்தின் சாராம்சம். மேலும், ஒரு கடிதத்தில் இந்த குறிப்பிட்ட நிலை என்பது பொருள் பொருள் வரிக்காக, ‘பொருள்’ என்று குறிப்பிடுவதன் மூலம், அதிகமான நேர்த்தியையும் உறுதிப்படுத்திக்கொள்ளலாம். பொருத்தமாக இருக்கும் பொருளை, தனித்தனி எழுத்துகளில் குறிப்பிடலாம்.

செய்தி

செய்தியின் தொடக்க வரி மற்றும் அதில் உள்ளடங்கிய கடிதத்தின் பொருள் அனுப்பப்படும் செய்தி பொருத்தமான பத்திகளாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டுள்ளது. எண்ணங்களை வரிசைப்படுத்துவதற்காக

பத்திகளாக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. சம்பந்தப்பட்ட எண்ணங்கள் மற்றும் உண்மைகளை மறைக்க. தொடக்க வரி பொதுவாக ஒரு தொடங்கு ஒப்புதல் அல்லது அறிமுகம். இது முந்தைய குறிப்பை கடிதங்கள், ஏதேனும் இருந்தால். தொடக்க வரி அல்லது அறிமுக பத்திகள் செய்தியை முன்னறிவிப்பதற்காக முயற்சி செய்கின்றன. அடுத்த பத்தியில் அல்லது பத்திகளில், என வழக்கு இருக்கலாம், தொடர்புடைய தொடர்பு செய்தி தீர்க்கப்பட உள்ளது. அது முக்கியம் செய்தி தொடர்பு மற்றும் சாரம் ஆகியவற்றின் சாராம்சம் என்பதை கவனத்தில் கொள்ளவும். செய்தியின் நீளம் எண்ணங்களைப் பொறுத்து மாறுபடும் மற்றும் கடிதம் எழுத்தாளர் தெரிவித்த செய்தியின் சுருக்கம் அல்லது கடிதத்தின் முக்கிய மற்றும் அனைத்து அம்சங்களும் அழகுபடுத்துபவையாகவோ அல்லது அதனுடன் சேர்ந்து இருக்கும். கடிதத்தின் செய்தி, வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பொதுவாக உள்ளடக்கம் அல்லது இந்த கடிதம் எழுதப்பட்டதால், அனுப்பப்பட வேண்டும் பொருள் தகவல்தொடர்பு செய்தியாகும்.

குறிப்புகள்

மூடல் வரி

இந்த கடிதத்திற்கான இறுதிப் பத்தி பத்தியில் மிகவும் முக்கியமானது. இது செய்தியை முடிக்க மற்றும் நடவடிக்கை நோக்கி வலியுறுத்த வேண்டும். நல்ல எழுத்தாளர்கள் இறுதி முடிவை முடிந்தவரை செயல்திறன்மிக்கதாக ஆக்கிக்கொள்ள வலுவூட்டுகிறார்கள்.

பாரட்ட தக்க மூடுதல் செய்திக்குப் பிறகு கையெழுத்துக்கு முன் விசுவாசமாக அல்லது 'உங்களுடைய நேர்மையாக' அல்லது 'உண்மையாக உங்களுடையது' அல்லது 'உண்மையாகவே உங்களுடையது' என்பதாகும். வணக்கம் 'அன்புள்ள சார்' அல்லது 'அன்புள்ள மேடம்' என்றால், இறுதி வரி 'உங்கள் விசுவாசமாக', மற்றும் வணக்கம் 'அன்புள்ள ஸ்ரீ' அல்லது 'அன்புள்ள திருமதி' என்றால், இறுதி வரி 'உங்களுடைய நேர்மையுடன்'. இது 'சாதாரணமாக' அல்லது 'நேர்மையுடன்' முடிவடையும் இது பொதுவானது. வணிக எழுத்தாளர் சூழலுக்கு பொருத்தமான பாணியைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.

பாரட்ட தக்க மூடுதலை தொடர்ந்து கையொப்பம். ஒவ்வொரு கடிதமும் கையொப்பத்துடன் முடிவுக்கு வர வேண்டும். கையொப்பம் செய்திக்கு நம்பகத்தன்மையை தருகிறது. கையொப்பமிடப்படாத ஒரு கடிதம் பொதுவாக சிறிய முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. கையொப்பமிடாத கடிதங்கள் குறைவாக உள்ளன, மேலும் முகவரியாளர் அவர்கள் மீது நடவடிக்கை எடுக்காமல் இருக்கலாம். அதிகாரப்பூர்வ கடிதங்கள் கையொப்பத்திற்கு கீழான நபரின் பெயரைக் கொண்டிருக்கும்.

பிற்குறிப்பு

'போஸ்ட்ஸ்கிரிப்ட் (பிற்குறிப்பு) அல்லது பி.எஸ். ஒரு பின்புல சிந்தனை. சில சமயங்களில், 'போஸ்ட்ஸ்கிரிப்ட்' (பிற்குறிப்பு) ஒரு கடித எழுத்தாளர் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட செய்தியை மீண்டும் வலியுறுத்துவதற்கு பயன்படுத்தப்படுகிறது. கையெழுத்துக்குப் பின் ஒரு கடிதத்தின் முடிவில் வரும் கூடுதல் குறிப்பு இது.

குறிப்புகள்

உதாரணமாக, கடிதத்திற்கு ஒரு ‘போஸ்ட்ஸ்கிரிப்டாக’ (பிற்குறிப்பு), அவர் சேர்க்கலாம், “பி.எஸ். நான் விரைவில் மீண்டும் உங்களுக்கு எழுதுவேன்”.

கடிதத்தின் மற்ற பகுதிகள் அல்லது தொடர்புடைய அம்சங்கள் சில இணைப்புகள் அல்லது இணைப்பு, தொடர் பக்கம், இடைவெளி, மடிப்பு, வெளியே முகவரி மற்றும் உறைகளை உள்ளடக்கியது. இந்த கடிதத்தின் நேர்த்தியையும் உறுதிப்படுத்த தேவையான போதிய கவனம் தேவை. இணைந்திருத்தல் தொடர்பான தொடர்புடைய தகவலைக் கொண்டிருக்கும் மற்றும் கடிதங்களைக் கொண்டு வரலாம். உள்ளீடுகளுக்கான குறிப்பு: Encl: 2 அல்லது Encl: வரைவு ஒப்பந்தத்தின் நகல் அல்லது செய்திக்கு பொருத்தமான கடிதத்தின் உடலில் (தயவுசெய்து இணைப்பு 1 ஐ பார்க்கவும்) அல்லது (தயவுசெய்து அட்டவணையை இணைக்கலாம்). அடுத்த பக்கத்திலுள்ள விஷயத்தை தொடர்ந்து கொண்டிருப்பதற்கான குறிப்பு அதிக தெளிவுக்கு சுட்டிக்காட்டுகிறது. கடிதத்தின் இடைவெளி நேர்த்தியை உறுதிப்படுத்துவதோடு, கடிதத்தை கவர்ச்சிகரமானதாக ஆக்குகிறது. இடைவெளி இருக்க வேண்டும் என்று இடையே கூட்டங்கள் அல்லது பிரிக்கப்படாத இடைவெளிகளை இல்லை. கடிதம் பல பக்கங்களுக்கு மேல் விரிவடைந்தால், அனைத்து பக்கங்களுக்கும் எண்கள் தெளிவாக குறிப்பிட்டுள்ளன மற்றும் சரியான முறையில் கையாளப்படுகின்றன. பெரும்பாலும், வெளித்தோற்றத்தில் காணப்படும் அடிப்படை அம்சங்கள் கவனிக்கப்படாமலிருக்கின்றன கறைபடிந்த அல்லது மிக மோசமாக ஒட்டுவது செய்யப்படுகிறது, கடிதத்தில் குறிப்பிடப்பட்டிருந்த கடிதத்தை அல்லது திறக்க போராட வேண்டியிருக்கிறது. எழுத்து வடிவங்கள், உறைகள், வகை நிறம், இடைவெளி மற்றும் பக்கம் காட்சி ஆகியவற்றில் கணிசமான கற்பனைத்திறனை கொண்டுவரலாம். பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட மற்றும் பரவலாகப் பின்பற்றப்பட்ட பல்வேறு பகுதிகளின் நிலைமைகள் மேலே கூறப்பட்ட பத்திகளில் கூறப்படுகிறது, திறமை வாய்ந்த கடித எழுத்தாளர் கோட்பாடுகளை தியாகம் செய்யாமல் அணுகுமுறையில் பல்வேறுவகை மற்றும் நெகிழ்வுத்தன்மையைக் கொண்டு வர முடியும் என்பதை வலியுறுத்துவது பொருத்தமானது. நல்ல கடிதங்கள் கவனத்தை ஈர்க்கின்றன.

தொடர்பாடல் குறிப்பு: நீங்கள் அனுப்பும் முன் சரிபார்க்கவும்

மறுஆய்வு செய்யாமல் (திரும்பபார்க்காமல்) சரிபார்க்காமல் வணிகத்தில் ஏதேனும் ஒரு கடிதம் அல்லது எழுதப்பட்ட செய்தியை அனுப்பவேண்டாம் அது, உங்கள் வார்த்தைகள் நீங்கள் சரியாக என்னவென்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். வெளிப்படுத்தப்பட்ட பெயர், முகவரி, உள்ளடக்கம், மற்றும் கையொப்பம், உறைவு, முதலியன தவிர்க்கமுடியாத குறைபாடுகள் மற்றும் தவறுகள் சங்கடத்தையும் சேதத்தையும் ஏற்படுத்தும்.

நல்ல வணிக கடிதங்கள்-ஒரு சரிபார்ப்பு பட்டியல்

நல்ல வணிக கடிதங்கள் நல்ல முறையீடு, பொருத்தமான உள்ளடக்கம், சரியான பாணி, தெளிவான தாக்கம் மற்றும் அக்கறையான மதிப்பாய்வு மற்றும் சரிபாத்த திருத்தம் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

மேல்முறையீடு: கடிதம் வேண்டுகோள் விடுகிறதா? - தரமான காகித, நல்ல எழுத்துரு, சரியான விளிம்புகள் மற்றும் சீரமைப்பு மற்றும் குறுகிய பத்திகள்.

உள்ளடக்கம்: உள்ளடக்கம் பொருத்தமானதா, போதுமானதா?

நடைபோக்கு: செய்தி எளிய, நேரடி மற்றும் சுருக்கமானதா?

தாக்கம்: கடிதம் பார்வையாளர்கள் கவனம் மற்றும் சரியான நேரத்தில்? இது எழுத்தாளரின் குறிக்கோளை அடைகிறதா? அது நல்லெண்ணத்தை உருவாக்குமா?

தொகுப்பாக்கம்: இலக்கண, சொற்பிறப்பியல் மற்றும் உச்சரிப்பு தவறுகள் எதுவுமில்லை என்று உறுதி அளித்திருக்கிறோமா? இந்த கடிதம் ஒழுங்கமைக்கப்பட்டதா?

மொழி: மொழி வாசகர்கள் படிக்க எளிதா உள்ளதா? எளிய, பழக்கமான மற்றும் துல்லியமான வார்த்தைகளையும் சொற்றொடர்களையும் பயன்படுத்தினோமா?

7.3.1 வணிக கடிதத்தின் வடிவமைப்பு

இந்த நாட்களில் நட்பு முறைசாரா பாணியை பின்பற்றுவதற்கான ஒரு போக்கு உள்ளது. இருப்பினும், ஒருவர் சிரமப்படுவது, குழப்பம் மற்றும் வீணான நேரத்தைத் தவிர்க்க ஒரு வகை அல்லது வடிவத்தை பின்பற்ற வேண்டும். நிறுவனத்தின் உள் பாணி அதன் வணிக கடிதங்களின் அமைப்பியல் விதிகளை உள்ளடக்கியுள்ளது. ஒரு முறையான வணிக கடிதம் ஒரு சாதாரண தோற்றத்தை அளிக்கிறது.

பெரும்பாலான வணிக கடிதங்களுக்கு ஒற்றை வரி இடைவெளி பயன்படுத்தப்படுகிறது, இது கடிதத்தை ஒரு சிறிய தோற்றத்தை அளிக்கிறது. கடிதம் மிகவும் குறுகியதாக இருந்தால் இரட்டை இடைவெளி பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். வணிக கடிதங்களுக்கான பல்வேறு வடிவங்களின் அமைப்புகளும் உள்ளன. பல்வேறு வடிவங்களில், பல்வேறு அமைப்புகள் உள்ளன, மேலும் பல்வேறு பாணிகளில் அடங்கும்:

- (1) முழுமையாக உள் தள்ளப்பட்ட பாணி
- (2) பாதி உள் தள்ளப்பட்ட பாணி
- (3) முழுமையாக தடுக்கப்பட்ட பாணி
- (4) திருத்தப்பட்ட தடுக்கப்பட்ட பாணி

முழுமையாக உள் தள்ளப்பட்ட பாணி

இந்த பாணி பழைய பாணியாக கருதப்படுகிறது மற்றும் பிற பாணிகளால் வேகமான இடமாக மாற்றப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு பத்தியும் இந்த வகையான அமைப்பில் முக்கியமாகத் தோன்றுகிறது. இந்த பாணியில் சில நேரங்களில் சிக்கல் காணப்படுகிறது. இது பின்வரும் பண்புகள் கொண்டது

- (1) கடிதத்தின் பெயர், முகவரி மற்றும் பத்திகள் ஐந்து இடைவெளிகள் உள் தள்ளப்பட்டுள்ளன.
- (2) கடிதம் ஒற்றை வரி இடைவெளியில் தட்டச்சு செய்யப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

(3) தலைப்பு, இரண்டு பெயர் இடைவெளியை வணக்கம், அதற்கு கீழே உள்ள மூன்று வரி இடைவெளி கீழே உள்ள பெயர் மற்றும் முகவரி.

(iv) பத்திகள் இரட்டை வரி இடைவெளி மூலம் பிரிக்கப்படுகின்றன.

(v) தட்டச்சுக் கோட்டின் மையத்தில் தொடங்குதல் மற்றும் தட்டச்சு செய்யப்பட்ட கையொப்பம் மற்றும் பதவி ஆகியவை இரண்டு நீளத்தை பொறுத்து பத்து இடங்கள் மற்றும் ஐந்து இடங்களைப் பின்தொடர்கின்றன.

(vi) கடிதத்திற்கு ஒரு சமநிலையை கொடுக்க உள்ளே முகவரி உள்ளது.

Heading – Name of the Company	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Company's Address Phone No.</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Date</div>
Our Ref No. _____	
Your Ref No. _____	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Inside Name</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Address</div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin-left: auto; margin-right: auto;"></div>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Salutation</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Subject</div>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Body of the Letter</div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="border: 1px solid black; height: 20px; margin-bottom: 5px;"></div>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Complimentary Close</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Signature & Designation</div>	

விளக்கப்படம் 7.1 முழுமையாக குறியிடப்பட்ட வணிக கடிதம் வடிவம்

பாதி உள்தள்ளிய பாணி

வணிக கடிதங்கள்

இது முற்றிலும் உள்தள்ளப்பட்ட பாணியின் திருத்தப்பட்ட பதிப்பாகும். இது பின்வரும் பண்புகள் கொண்டது:

- (1) உள்ளே மற்றும் முகவரி எந்த உள் தலைப்புக்களும் இல்லை மற்றும் ஒரு தொகுதி வடிவத்தில் உள்ளது.
- (2) தட்டச்சுக் கோட்டின் மையப்பகுதி முழுவதும் பாராட்டு செய்தி கோர்வையுடன் நெருக்கமாக தட்டச்சு செய்யப்படுகின்றன. இருப்பினும் சில நேரங்களில் அவை வலது புறத்தில் வைக்கப்படுகின்றன.
- (3) பெயர் மற்றும் முகவரிகளின் தடுப்பு வடிவத்தின் காரணமாக, இந்த பாணி நேர்த்தியான மற்றும் சிறிய தோற்றத்தை வழங்குகிறது.

குறிப்புகள்

The diagram illustrates the layout of a semi-block letter. It is enclosed in a rectangular border. At the top center, it says "Heading - Name of the Company". In the top right corner, there is a box labeled "Date". On the left side, there is a box labeled "Inside Name & Address". Below that, centered, is a box labeled "Salutation". Further down, centered, is a box labeled "Subject". Below the subject line, there are four horizontal lines representing the body of the letter. At the bottom, centered, is a box labeled "Complimentary Close". At the very bottom, centered, is a box labeled "Signature & Designation".

விளக்கப்படம் 7.2 பாதி-குறியிடப்பட்ட வணிக கடிதம் வடிவம்

முழுமையாக தடுக்கப்பட்ட பாணி

இது ஒரு நவீன பாணி மற்றும் மிகவும் பொதுவாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. முன்னதாக 'உள்பக்க' வடிவம் வணிக கடிதங்களுக்காக பயன்படுத்தப்பட்டது, ஆனால் சொல் செயலாக்கத்தின் விளைவாக, 'முழுமையாக தடைசெய்யப்பட்ட' வடிவம் இப்போது மிகவும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் ஒன்று, இது தாவல்கள் மற்றும் உள்தள்ளிகளை அமைக்கும் நேரத்தை சேமிக்கிறது, மேலும் கடிதங்கள் மிகவும் சுத்தமாகவும், நேர்த்தியாகவும் அமையும். இது பின்வரும் பண்புகள் கொண்டது:

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- (1) தேதி, பெயர் மற்றும் முகவரி உள்ளிட்ட அனைத்து தட்டச்சு உள்ளீடுகள், பொருள் வரி பத்தி, பாராட்டு செய்தி நெருக்கமாக, கையெழுத்துக்கள் இடது கை விளிம்பு தொடங்க, பக்கம் கீழே ஒரு செங்குத்து கோட்டை அமைக்கம்.
- (2) தேதியிலிருந்து நிறுத்தக்குறியீடுகள் இன்றி, வணக்கம், பாராட்டு செய்தி நெருக்கமாக மற்றும் உள்ளே முகவரி உள்ளே இறுதி இறுதி பகுதி என முடியும்.
- (3) சில கடிதங்களில், தேதி மற்றும் பாராட்டு செய்தி நெருக்கமாக வைக்கப்படுகின்றன கடிதத்தை இன்னும் சீரான தோற்றத்திற்குக் கொடுக்க, சரியான விளிம்பு. இந்த பாணி பாதி தடுக்கப்பட்ட பாணியாக அறியப்படுகிறது.

Name of the Company	
	Address & Phone No.
Date	
Inside Name & Address	
Salutation	
Subject	
Body of the Letter	
Complimentary Close	
Signature	
Designation	

விளக்கப்படம் 7.3 முழுமையாக தடுக்கப்பட்ட ஒற்றை வணிக கடிதம்.

திருத்தப்பட்ட தடுக்கப்பட்ட பாணி

இந்த பாணி முழுமையாக தடுக்கப்பட்ட பாணியை ஒத்திருக்கிறது. இந்த பாணியில் உள்ள வேறுபாடு, தேதி, பொருள் தலைப்பு மற்றும் பாராட்டு செய்தி நெருங்கிய கையொப்பம் ஆகியவை பாதி உள்தள்ளிய பாணியாக வைக்கப்படுகின்றன. பத்திகளுக்கு இடைஇடையே வேறுபாடு தெரியப்படுத்த பத்திக்களிடையே ஒரு பரவல் வரி இடைவெளி உள்ளது.

திருத்தப்பட்ட தடுக்கப்பட்ட பாணி

வணிக கடிதங்கள்

Name & Address of the Company	
Ref. No.	Date
Inside Name & Address	
Satutation	
Subject	
Complimentary Close	
Signature	
Designation	

குறிப்புகள்

விளக்கப்படம் 7.4 திருத்தப்பட்ட தடுக்கப்பட்ட பாணியில் வர்த்தக கடிதம்

கடித கட்டமைப்பு

பல தனித்தனி கடிதங்களுக்கு பல வழக்கமான அமைப்புகள் அனுப்பப்படும்போது, கட்டமைப்பு கடிதங்கள் பயன்படுத்தப்படலாம். இந்த கடிதங்கள் அச்சிடப்பட்டு, வெற்று இடைவெளிகள் பெயர், தேதி, முகவரி மற்றும் சில நேரங்களில் சில சிறிய விவரங்கள் ஆகியவை பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. இந்த வகை கடிதங்கள் பொதுவாக உத்தரவு, ஒப்புதல், நன்றி கடிதங்கள், கடன் சேகரிப்பு, முதலியவற்றில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

கட்டமைப்புடைய கடிதங்களின் பயன்பாடு நேரத்தை சேமிக்கிறது மற்றும் ஒரு எழுத்தர் கூட இந்த வகையான கடிதத்துடன் எளிதில் செய்தியை எழுதி சமாளிக்க முடியும். இருப்பினும் இந்த கடிதங்கள் தனிப்பட்ட தொடுதல் மற்றும் நெகிழ்வுத்தன்மையைக் கொண்டிருக்கவில்லை.

பயனுள்ள வியாபார கடிதங்களை எழுதுவதற்கான வழிகாட்டுதல்கள்.

வணிக கடிதங்களை எழுதுவதற்கான சில வழிகாட்டுதல்கள் பின்வருமாறு:

- (1) வியாபாரக் கடிதங்கள், அனைத்து பிற வகையான கடிதங்களும், ஒரு தொடக்க, நடுத்தர மற்றும் முடிவின் கட்டமைப்பை பின்பற்ற வேண்டும்.
- (2) முதல் பத்தியில் அறிமுகம் மற்றும் கடித காரணம் மற்றும் செய்தியை கூற வேண்டும்.

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- (3) நடுவில் அறிமுக தகவலின் விவரம் சேர்க்க வேண்டும்.
- (4) முடிவு: முடிவடைவதோடு, என்ன நடவடிக்கை எடுக்கப்படுவதை எதிர்பார்க்கலாம் என்று தெளிவாகக் கூற வேண்டும்.
- (5) பெறுநர், நிலை மற்றும் உணர்ச்சிகளைப் பற்றி முறையீடு செய்வதற்கு தகுந்த வார்த்தைகளை திறம்பட பயன்படுத்த வேண்டும்.
- (6) சரியாக செய்தியை மட்டுமே கூறவேண்டும்
- (7) இடைவெளி, விரிவாக்கம் இல்லாமல், சுருக்கமாக இருங்கள்.

7.3.2 வணிக கடிதங்களின் வகைகள்

வணிகங்கள் பல வகைகள் உள்ளன. அவைகள் பெரிய அல்லது சிறிய, பழைய அல்லது புதிய, உள்ளூர் அல்லது தேசிய, பொது அல்லது தனியார், தனியுரிம அல்லது கூட்டு, ஏகபோக அல்லது போட்டி மற்றும் உற்பத்தி அல்லது சேவை பிரிவுகளாக இருக்கலாம். இருப்பினும், பெருமளவில், இந்த வியாபார சூழலில் அனைத்து வணிகங்களும் சில பொதுவான சூழ்நிலைகளின் அணுகுமுறைகளையும் கொண்டிருக்கின்றன. அவைகளை கொண்டு அவர்கள் உட்புறமாகவும் வெளிப்புறமாகவும் மக்களை சமாளிக்கிறார்கள். உரிமையாளர்கள், ஊழியர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் சமூகத்தில் அவர்களது பங்குதாரர்கள் இருக்கிறார்கள். வணிகர்கள், வர்த்தகம், விற்பனை, கொள்முதல், கணக்குகள், நிர்வாகம் மற்றும் செயலகம் போன்ற பல்வேறு செயல்பாட்டுப் பகுதிகள் மீது வணிகம் ஒழுங்குபடுத்தப்பட்டுள்ளது. வியாபாரக் கடிதங்கள் பலவிதமானவை மற்றும் இது ஆதாரங்களாக பெறப்படுகின்றன.

இதேபோல், இந்த வியாபாரத்தை சமாளிக்கும் நபர்கள் சில நிலைகளில் அல்லது சில துறைகளிலும் ஒத்துப் போகிறார்கள். பல்வேறு வணிக சூழ்நிலைகளின்கீழ் இந்த துறைகள் அனைத்திலும் திறம்பட ஒத்திருப்பதற்கு, பல்வேறு வகையான கடிதங்கள் மற்றும் அவற்றின் சிறப்பியல்புகளுடன் ஒருவரை ஒருவர் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். முன்னர் விவாதிக்கப்பட்ட நல்ல கடிதத்தின் பொதுக் கொள்கைகள் நல்லது என்றாலும், கடிதம் சம்பந்தப்பட்ட செயல்பாட்டு பகுதியைப் பொறுத்து அணுகுமுறை மாறுபடும்.

பல்வேறு வகையான வணிகக் கடிதங்களையும் அவற்றின் பதில்களையும் நாம் குறிப்பிடும்போது, இரு வழிகளையும் நகர்த்தும் கடிதங்களை உள்ளடக்கியுள்ளோம். அதாவது, வணிக நிறுவனங்களின் கடிதங்கள், பல்வேறு நிறுவனங்களுக்கும், தனிநபர்களுக்கும் பிற நிறுவனங்களுக்கும் வணிக நிறுவனங்களுக்கு அனுப்ப வேண்டும்.

வியாபார கடிதத்தின் சில பொதுவான பகுதிகள் அல்லது ஒரு வணிக எழுத்தாளர் நன்கு புரிந்து கொள்ளக்கூடிய கடிதங்களின் குறிப்பிட்ட வகைகள் பின்வருமாறு:

கொள்முதல் திணைக்களத்திலிருந்து:

1. தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான மேற்கோள்களை அழைத்தல்.

2. வேலைகள் மற்றும் விநியோகங்களுக்காக ஒப்பந்த அழைப்பது.
3. மாதிரிகள் மற்றும் வரைபடங்களுக்கான கோரிக்கை.
4. சோதனை ஆணைகளை வைப்பது.
5. உத்தரவுகளை வைப்பது.
6. நிலைப்பாடு அல்லது அமைப்புகளின் தேவைகள்
7. தொழில்நுட்ப ஏலங்கள் மற்றும் வணிக ஏலங்கள்.

நாம் ஒப்பந்தங்கள், மேற்கோள்கள் மற்றும் உத்தரவுகளை குறிப்பிடும்போது அது வலியுறுத்தப்பட வேண்டும் மேலும் நிதி தாக்கங்களும் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும். பொருள் மற்றும் விவரங்கள் மேற்கோள், மென்மையான அல்லது ஒழுங்காக இருக்க வேண்டும் மற்றும் தெளிவாகவும் இருக்க வேண்டும்.

கணக்கு துறையிலிருந்து

1. பல்வேறு முகவர் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் தவணை சேகரிப்பு கடிதங்கள்
2. பதில் நோக்கிய கடிதங்கள்
3. வங்கிகளுடன் தொடர்பு
4. கணக்கு திறத்தல்/முடித்தல்
5. மென்மேலும் அதிகரிக்கும் மிகைப்பற்றுகள், ரொக்க கடன் மற்றும் நடப்புக் கணக்குகள் குறித்து
6. பணம் செலுத்துவதை நிறுத்தல்
7. கடன் கோரிக்கைகளில் வழக்கு கடிதங்கள் (எல்சிசி)
8. காசோலைகள் அவமதிப்பை எதிர்ப்பது
9. வட்டி பணம் மற்றும் சேவை கட்டணங்கள் தொடர்பான கடிதங்கள்
10. புகார் கடிதங்கள், தவறான பற்றுகள், கடன்கள், மற்றும் நிலுவையில் உள்ள தவணைகளில் காலதாமதத்தை உணர்தல்
11. காப்பீட்டு நிறுவன தொடர்பான தவணை செலுத்துதல், கொள்கைகள் புதுப்பித்தல், கூற்று கோரிக்கைகள் மற்றும் பைசல் தீர்வுகள் ஆகியவற்றைப் பற்றிய கடிதங்கள்
12. தொலைபேசி துறைகளுடனான, கடிதம், தந்தி, மற்றும் தந்தி அதிகாரிகள், வதிவிட நிதி, வருமான வரி, மற்றும் வணிக வரித்துறை அலுவலகங்கள்

அவற்றின் இயல்பைக் கொண்டு, இந்த வணிகக் கடிதங்கள் துல்லியமானவை, சுருக்கமானவை, எளிமையானவை மற்றும் செய்தி இலக்கோடு இருக்க வேண்டும். குறிப்பாக, கடன்களை சேகரித்தல் மற்றும் பணத்தை மீட்பது தொடர்பான கடிதங்கள் புரிந்து கொள்ளுதல் மற்றும் உணர்திறன் ஆகியவற்றுடன் நன்கு புரிந்துகொள்ள வேண்டும். இத்தகைய கடிதங்கள் கடமை அல்லது தீவிரம் மற்றும் சொற்களின் தன்மை, கட்டணம்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மற்றும் பிற காரணிகளின் தன்மை ஆகியவற்றைப் பொருத்து அவற்றிற்கு பொருத்தமாக மாறுபடும். அவைகளில் சில கண்ணியமானவைகளாகவும், சில சமாதானவையாகவும், சில உறுதியானவைகளாகவும் இருக்க வேண்டும்.

பணியாளர் திணைக்களத்திலிருந்து:

1. எழுத்து தேர்வுக்கு பணியார்களை அழைத்தல்.
2. பணியாளர் பேட்டி அழைப்பு கடிதங்கள்.
3. நியமனம் வழங்குதல்.
4. தற்காலிக மற்றும் இறுதி சந்திப்பு கட்டளைகள்.
5. பணியாளர் சேவையை உறுதிப்படுத்தல்.
6. ஊதிய மாற்றங்கள்.
7. ஒழுங்குமுறை விவகாரங்கள் - காரணம் அறிவிப்புகளை, குற்றச்சாட்டுகள், விளக்க அழைப்பு, வெளியேற்றம், பிற தண்டனைகள் மற்றும் தள்ளுபடி கடிதங்கள்.
8. விடுப்பு மற்றும் பயண அனுமதி.
9. பயிற்சி திட்டங்கள் மற்றும் பிரதிநிதித்துவம்.
10. குறிப்பு கடிதங்கள்.

மனித வளத்துறை கடிதங்கள் அல்லது ஊழியர் தொடர்பான கடிதங்களை பார்க்கும் போது, நாம் உண்மையில் ஒரு பரந்த பல்வேறு கடிதங்களை விவாதித்து வருகிறோம். இந்த கடிதங்கள் குறிப்பிட்ட வழக்கமான அல்லது சிறப்பு, இனிமையான அல்லது விரும்பத்தகாததாக இருக்கலாம். மனித வள துறைலிருந்து கடிதங்கள் சாதாரணமாக மகிழ்ச்சி, துக்கம் ஊக்குவிப்பு சம்பந்தப்பட்ட பயிற்சிகளாக இருக்கின்றன, அதே சமயம் தொழில்துறைலிருந்தோ அல்லது ஒழுக்காற்று அதிகாரியிடத்திலிருந்தோ கடிதங்கள் சாதாரணமாக அல்லது எந்த வகையிலும் இருக்கலாம். இந்த இருவரும் வெளிப்படையாக பரவலாக வித்தியாசமாக இருக்கிறார்கள், எழுத்தாளர் சரியான மொழி மற்றும் அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்த வேண்டும். மனித வள துறை (HRD) மற்றும் பயிற்சி தொடர்பான கடிதங்கள் நேர்மறையான, ஊக்குவிக்கும் மற்றும் வளர்ச்சி நிலைப்பாட்டைக் கொண்டிருக்கும் போது, ஒழுங்குமுறை கடிதங்கள் ஒரு சர்வாதிகார சட்டபூர்வ அல்லது நடைமுறை அணுகுமுறையையும் செயல்படுத்த வேண்டும். கடிதத்தில் போதுமான பரிபூரணத்தை பெற்றுக்கொள்வதோடு கடிதத்தில் உள்ள பொருத்தமற்ற அபாயங்கள் இல்லாமல் இருப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

நிர்வாக மற்றும் செயலக துறைகளிலிருந்து:

1. மேலாண்மை மாற்றம்.
2. வணிக நேரங்களில் மாற்றங்கள்.
3. கிளைகள் மற்றும் அலுவலகங்கள் திறப்பு மற்றும் மாற்றுதல்.
4. அழைப்புகள் மற்றும் பொது அறிவிப்புகள்.

5. இயக்குனர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களுடன் தொடர்பு.
6. நிகழ்ச்சிநிரல் மற்றும் நிறுவனத்தின் கூட்டங்கள்.
7. பங்குதாரர்கள் மற்றும் பற்றுச்சீட்டை வைத்திருப்பவர்கள் ஆகியோருக்கு ஈவுத்தொகை மற்றும் வட்டி செலுத்துதல், பரிமாற்றம் மற்றும் பங்குகளின் பரிமாற்றம் ஆகியவற்றோடு தொடர்பு.
8. முகவர்கள் மற்றும் போக்குவரத்து நிறுவனங்களுடன் தொடர்பு.
9. வர்த்தக சங்கங்கள், வர்த்தக மற்றும் பொது அதிகாரிகளின் பிரதிநிதிகள்.
10. நியமனங்கள்/தனிப்பட்ட நேர்காணல்களைத் தேடும் கடிதம்.

இயக்குநர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் மற்றும் விவகாரங்கள் தொடர்பான நிறுவன கூட்டங்களில், குறிப்பாக பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களில் மற்றும் பெரிய நிறுவனங்களில், அடிக்கடி தகுதிவாய்ந்த கம்பெனி செயலாளர்களால் கையாளப்படுகின்றன. இத்தகைய கடிதங்கள் பொதுவாக இயற்கையிலும் விருப்பத்திலும் சிறப்பாக செயல்படுகின்ற முறையில் இருக்க வேண்டும் என்பது குறிப்பிடத்தக்கது மற்றும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட முறையில் கலந்து கொள்ள வேண்டும். அத்தகைய வணிக கடிதம், கடிதம் எழுதும் திறன்களை பெறுவதில் ஆர்வமுள்ள எழுத்தாளர் அவசியம் புரிந்து கொள்ள வேண்டிய செயல்பாடுகள்.

வியாபார தொடர்பாடலின் மற்ற வகைகள்:

1. வேலை விண்ணப்பம்.
2. (ஒருவருடைய) ஆளுமைக் குறிப்புகள் தயாரிப்பு.
3. ஏற்றுமதி- மற்றும் இறக்குமதி தொடர்பான கடிதம்.
4. மசோதா பரிவர்த்தனை தயாரிப்பது, உறுதிமொழி குறிப்பு மற்றும் பாரம்பரிய குறிப்புகள்.
5. தந்தி மற்றும் தொலைநகல் செய்திகள்.
6. லேசான மற்றும் வலுவான முறையீடுகள்.
7. வெளிநாட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் முகவர் தொடர்பு.
8. பல்வேறு வகையான விளம்பரங்கள், பத்திரிகைகள் மற்றும் அச்ச ஊடகங்கள், விளம்பர கொம்புகள் மற்றும் பதாகைகள்.
9. பத்திரிகை வெளியீடுகள்.
10. கேள்வித்தாள்கள் மற்றும் கருத்துக் கணிப்புக்கள்.
11. சட்ட தொடர்பு.
12. பிரசுரங்கள் மற்றும் சிறு புத்தகங்கள் போன்ற துண்டு பிரசுரங்களை பிரசுரித்தல்.
13. செய்தி கடிதங்கள் மற்றும் வாடகை வீடு, மற்றம் வீட்டு ஒப்பந்தங்கள்.
14. விளக்கப்படங்கள், வரைபடங்கள் மற்றும் ஓடகைகள் தயாரித்தல்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

சமூக முக்கியத்துவத்த கடிதங்கள்:

1. வணிகத்தில் சமூக கடிதங்கள்.
2. விருந்தினரை அழைத்தல்.
3. சாதனைகள் பற்றிய வாழ்த்துக் கடிதங்கள்.
4. 'நன்றி' கூறும் கடிதங்கள்.
5. பாராட்டு கடிதங்கள்.
6. அழைப்பை ஏற்றுக்கொள்வது அல்லது புறக்கணித்தல்.
7. சமாதான கடிதங்கள்.
8. அறிமுகம் கடிதம்.
9. நல்லெண்ண செய்திகள்.

நாம் பொதுவாக மேற்கூறிய பத்திகளில் பல்வேறு வகையான கடிதங்களை பட்டியலிடப்பட்டுள்ளோம் இவை வழக்கமான அடிப்படையில் ஒரு வியாபாரத்திலிருந்து வெளிவரும் கடிதங்கள். அது முக்கியமாக எழுதும் எழுத்து முறையை உள்ளடக்கியது. நாம் குறிப்பிட்டுள்ளபடி, இதற்கு சில சிறப்பு சாதாரண திறன் தேவை. பல்வேறு வகைகளை பட்டியலிடும் நோக்கம் பல்வேறு துறைகள் மற்றும் செயல்பாட்டு பகுதிகளிலிருந்து வரும் கடிதங்கள் மற்ற பகுதிகள் போலவே ஒரு வணிக தொடர்பு விரிவாக்க யோசனை கொடுக்க வேண்டும். கடிதத்தில் நனவு முயற்சிகள் மற்றும் கற்றுக்கொள்ள விருப்பம் ஆகியவை அவசியம். ஒரு நல்ல வணிக கடித எழுத்தாளர் அத்தகைய ஒவ்வொரு கடிதத்தின் அத்தியாவசிய குணநலன்களையும் பாராட்ட வேண்டும் என்பதே வணிக தொடர்பு தொடர்புடைய எழுத்து திறன்கள்.

பல்வேறு வகையான வணிக கடிதங்களின் வரைவுகளை அல்லது மாதிரிகளை வழங்குவதற்கு பதிலாக, வணிகத்தின் மிக விரிவான பட்டியல் ஒன்றை முன்வைப்பதை நாம் கவனித்தோம், எல்லா சந்தர்ப்பங்களிலும் குறிப்பிடத்தக்க அம்சங்களையும் வணிக கடிதங்களில் முன்வைத்துள்ளோம். இதை போலவே கட்டளைகள் போன்ற சில கடிதங்களை உருவாக்கும் போது மனதில் தோன்றிய கோட்பாடுகள், மேற்கோள்கள், விற்பனை கடிதங்கள், தவணை சேகரிப்பு மற்றும் மீட்டெடுப்பு கடிதங்களையும் மனத்தில் கொள்ளவேண்டும்.

மாதிரிகள் கற்றலை தடுக்க முனைகின்றன. திறனாய்வு என்பது கற்றல் மூலம் பயன்பாடு மற்றும் நடைமுறை திறன்களை வளர்ப்பது. கடிதம் எழுதும் திறன்களை வளர்க்க உதவும் பயனுள்ள குறிப்புகள் அல்லது வழிகாட்டுதல்கள் பற்றி சில குறிப்புகளை நாம் பின்வரும் பத்திகளில் கொடுத்துள்ளோம். பெரும்பாலான வணிக கடிதங்களின் வழக்கமான இயல்பு இருப்பினும், கடிதங்கள் எழுத பல்வேறு முறை மற்றும் பாணியை உருவாக்க உண்மையில் விரும்பத்தக்கதாகும். கடிதங்களில் கடிதங்களின் நிலைமையை பொறுத்து சில தீவிரம் அல்லது ஆழம் இருக்க வேண்டும், ஒன்று அல்லது இரண்டு 'வரைவு மாதிரிகளில் இத்தகைய மாறுபாடுகளை வெளிப்படுத்த முடியும்.' கடித எழுத்துகளில் தங்கள் திறன்களை மேம்படுத்த விரும்பும் பயிற்சியாளர்கள் நடைமுறையில் அறிவுறுத்தப்படுகிறார்கள், இத்தகைய

கடிதங்கள் பல்வேறு தயாரிப்பது முறை உள்ளது, அதாவது, அனைத்து சந்தர்ப்பங்களிலும் கடிதங்கள், கூடுதல் வழிகாட்டுதல்களைப் பின்பற்றவும் மற்றும் நிலையான வரைவு அல்லது மாதிரிகள் மூலம் அவற்றை ஒப்பிடவும் நம்பகமான ஆதாரங்கள் அளிக்கவும் இது சிறந்த நடவடிக்கைகளாகும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. ஒரு கடிதத்தை வரையறுக்கவும்.
4. வணிக கடிதத்தின் தரநிலைகள் என்ன?

குறிப்புகள்

7.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. மோசமான கடிதத்தின் இரண்டு குறைபாடுகள் தெளிவின்மை மற்றும் வார்த்தைகளின் மோசமான பயன்பாடு ஆகியவை ஆகும்.
2. வணிக கடிதம், வியாபார சம்பந்தமான பிரச்சினைகள் மற்றும் தகவல்கள் வழங்குபவர் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள், வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் பிற வெளிப்புறக் குழுக்களிடையே நடக்கும் தொடர்பை குறிக்கும்.
3. ஒரு கடிதம் ஒரு வணிக உறவின் நிரந்தர மற்றும் உறுதியான பதிவு.
4. ஒரு வணிக கடிதத்தின் தரநிலைகள் பெயர், முகவரி, வரவேற்பு தலைப்பு, கடித செய்தி, செய்தியின் உட்பொருள், கையொப்பம் மற்றும் இணைப்புகள்.

7.5 சுருக்கம்

- வணிக கடிதங்கள், நல்ல மற்றும் திறமையான, குறிப்பிட்ட அத்தியாவசியங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- வியாபாரத்தில் நல்லெண்ணம், சாதகமான தோற்றங்கள், ஈர்த்தலை உருவாக்குதல் ஆர்வம், வாடிக்கையாளர்களை நகைச்சுவையுடனும், எதிர்கால உறவுகள் மட்டும் வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைத்து கொள்ளுதல் அவசியம்.
- ஒரு நல்ல வணிக கடிதம் தவறான தகவலை அகற்றி, நல்லெண்ணத்தை உருவாக்குகிறது.
- வணிக கடிதம், வணிக ரீதியிலான சிக்கல்களும் தகவலும், சப்ளையர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களின் பிற வெளிப்புறக் கட்சிகளுக்கும் இடையே பரிமாறிக்கொள்ளும் முறையான எழுதப்பட்ட கடிதத்தை குறிக்கிறது.
- ஒரு கடிதம் ஒரு வணிக உறவின் நிரந்தர மற்றும் உறுதியான பதிவு ஆகும். இது பொதுவாக விசாரணைக்காக எழுதப்பட்ட

குறிப்புகள்

தகவல்களுக்கு விரும்பிய நடவடிக்கைக்கு வரவேற்பாளரைத் தூண்ட வேண்டும்.

- இந்த நாட்களில் ஒரு நட்பு முறைசாரா பாணி பின்பற்றும் ஒரு போக்கு உள்ளது. எனினும், சிரமத்தைத் தவிர்ப்பதற்கும், குழப்பம் மற்றும் நேர விரயத்தைத் தவிர்ப்பதற்கும் ஒரு வகை அல்லது வடிவத்தை பின்பற்ற வேண்டும்.
- பல தனித்தனி கடிதங்கள் பல தனிநபர்களுக்கு அனுப்பப்படும்பொழுது ஒழுங்கான அடிப்படையில் உள்ள படிவ கடிதங்களை நிறுவனங்கள் பயன்படுத்தப்படலாம்.
- வணிகங்கள் பல வகைகள் உள்ளன. அவைகள் பெரிய, சிறிய, பழைய, புதிய, உள்ளூர் அல்லது தேசிய, பொது அல்லது தனியார், தனியுரிம அல்லது கூட்டுறவு, ஏகபோகம் அல்லது போட்டி மற்றும் உற்பத்தி அல்லது சேவை அலகுகளாக இருக்கலாம்.

7.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- நேர்காணல்: நேர்காணல் ஒரு உரையாடலாகும், அங்கு கேள்விகள் கேட்கப்படும் மற்றும் பதில்கள் வழங்கப்படுகின்றன.
- பிரதிநிதித்துவகுழு: ஒரு குழுவினர், ஒரு பெரிய குழு சார்பாக ஒரு முறையான செயல்முறையில் பங்கேற்க நியமனம் செய்யப்படுவது.
- குறிப்பாணை: ஒரு குறிப்பாணை, அதன் மிக அடிப்படை மட்டத்தில், ஒரு மேற்பார்வையாளர் கையால் எழுதப்பட்ட குறிப்பு. வணிகத்தில், வெளிப்புறத் தொடர்புக்கு பொதுவாகக் கடிதங்களை எதிர்த்து உள் தொடர்புக்கா, பொதுவாக ஒரு குறிப்பாணை நிறுவனங்கள் பயன்படுத்துகின்றன.
- அறிவிப்பு: அறிவிப்பு என்பது ஒரு உரிமையை, கடமைகளை அல்லது கடமைகளை பாதிக்கும் சட்ட நடைமுறை பற்றி ஒரு குழு விழிப்புணர்வைக் கொண்டிருக்கும் சட்டபூர்வ கருத்து.

7.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. வணிக கடிதங்களின் அவசியங்கள் யாவை?
2. வணிக கடிதங்கள் ஏன் ஒழுங்கமைக்கப்பட வேண்டும்?
3. ஒரு கெட்ட கடிதத்தின் குறைபாடுகளை பட்டியலிடுங்கள்.
4. வணிக கடிதங்களின் அமைப்பு பற்றி ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.

பெரு வினாக்கள்

1. தனிப்பட்ட மற்றும் வணிக கடிதத்திற்கான வித்தியாசம் என்ன? விரிவாக விவாதிக்கவும்.

2. வணிக கடிதங்களின் கட்டமைப்பு மற்றும் வடிவமைப்பை விளக்கவும்.
3. வணிக கடிதங்களின் பல்வேறு வடிவங்கள் யாவை? விவாதியுங்கள்.
4. வணிக கடிதங்களின் பல்வேறு வகைகளை பற்றி விவாதியுங்கள்.

வணிக கடிதங்கள்

குறிப்புகள்

7.8 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin.
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 8 அலுவலக தொடர்பின் அடிப்படைகள்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 8.0 முன்னுரை
- 8.1 நோக்கங்கள்
- 8.2 துல்லியமான எழுத்துக்களின் கொள்கைகள்
 - 8.2.1 குறிப்பாணையின் மொழி மற்றும் எழுத்து நடை
- 8.3 குறிப்பாணை
- 8.4 சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் அறிவிப்புகள்
- 8.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 8.6 சுருக்கம்
- 8.7 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 8.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 8.9 மேலும் படிக்க

8.0 முன்னுரை

வணிக கடிதங்கள் நிறுவனங்களின் தவிர்க்க முடியாத பகுதியாகும். வியாபாரத்தில் உள்ள நபர்கள், அறிவிப்புகள், சுற்றறிக்கைகள், குறிப்பாணை போன்ற பல்வேறு வடிவங்களில் வழக்கமான தொடர்புடன் ஈடுபட வேண்டும். ஒரு கடிதத்தின் எழுத்தின் நிலைமையை பொறுத்தும் மற்றும் குழுவிடமிருந்து இறுதியில் பதிலை பொறுத்தும் தொடர்பு மாறுபடும். மேலே குறிப்பிட்டுள்ள எழுத்து வடிவங்களை எழுதுகையில் கூடுதல் ஜாக்கிரதையாக இருக்க வேண்டும். துண்டு, மொழி, பாணி மற்றும் எதிர்பார்க்கும் வணிக கடித வரைமுறை வரை இருக்க வேண்டும். பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், எழுத்து வணிக உறவுகளை பாதிக்கிறது மற்றும் பிற நபரின் அல்லது குழுவின் முன் ஒரு ஆதாரத்தை பராமரிக்க உதவுகிறது. ஆகையால், எந்தவித வணிகத் தொடர்பிலும் ஈடுபடுகையில் குறிப்பிட்ட கவனிப்புகளைக் கொள்ள வேண்டும்.

8.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை படித்து அறிந்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- குறிப்பாணையின் பண்புகள் பற்றி விவாதிக்கவும்
- குறிப்பாணை எழுதும் வழிகாட்டுதல்களை நினைவூட்டுங்கள்
- ஒரு அறிவிப்பை எழுதும் போது நினைவில் கொள்ள வேண்டிய வழிமுறைகளை
- அடையாளம் காணவும்

- ஒரு சுற்றறிக்கையின் வடிவமைப்பு மற்றும் எழுத்து பாணியை விவரிக்கவும்

அலுவலக தொடர்பின் அடிப்படைகள்

8.2 துல்லியமான எழுதும் முறையின் அடிப்படைகள்

குறிப்புகள்

ஒரு பொழிப்பு அல்லது சுருக்கம் என்பது ஒரு நீண்ட பத்தியின் சுருக்கப்பட்ட பதிப்பாகும். ஒரு பொழிப்பை எழுதுகையில், அசல் பத்தியின் பொருள் திறம்பட தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது என்பதை கவனித்துக் கொள்ள வேண்டும்.

ஆக்ஸ்போர்டு அகராதியின் படி, பொழிப்பு என்பது 'சுருக்கம் அல்லது நுட்பம்' வரையறுக்கப்பட்ட ஒரு உரை அல்லது பேச்சு.

1. பத்தியின் கருத்தை முடிவு செய்யுங்கள்

பத்தியின் முக்கிய கருத்து கவனமாக வாசிப்பதன் மூலம் கண்டுபிடிக்கப்பட வேண்டும். பிரதான கருத்தின் செய்தி மற்றும் சாதாரண கருத்தின் செய்தி முக்கியத்துவம் கொடுப்பதற்காக துல்லியமான, சுருக்கமான, மற்றும் தெளிவான விளக்கம் அவசியமானது.

2. முக்கிய வாக்கியங்களை திரும்ப திரும்ப கூறுவதை தவிர்க்கவும்

அசல் பத்தியின் வாக்கியங்கள் துல்லியமான எழுத்துகளுக்கு பயன்படுத்தப்படாது. அசல் பத்தியின் பிரதான கருப்பொருளை பாதிக்காமல் வாக்கியங்களை மறுகட்டமைப்பு செய்வது ஒரு கலை.

3. துல்லியம் மற்றும் தெளிவு

சுருக்கமாக எழுதும் திறன் அல்லது பொழிப்புரை துல்லியமாகவும், தெளிவாக கருத்தின் ஆழத்தை வெளியிட வேண்டும். ஆனால், அதே நேரத்தில், தெளிவின்மை கொடுக்கப்படக்கூடாது. அசல் பத்தியில் சில சொற்களை மட்டும் நீக்குவது அல்லது கூடுதலாக எழுதுவது ஒரு துல்லியமான எழுத்து அல்ல. மேலும், செய்தியின் கருத்து வாசகரின் மனதில் தெளிவற்றதாக இருக்கக்கூடாது.

4. பொழிப்புரை எழுத்தாளரின் நுண்ணறிவை பிரதிபலிக்கிறது

பொழிப்புரைகளில் பயன்படுத்தப்படும் மொழி மற்றும் சொற்களின் பாணியை சுட்டிக்காட்டுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், 'பொழிப்பு' துல்லியமான எழுதும் எழுத்து, வெவ்வேறு சொற்கள் மற்றும் வாக்கியங்களுடன் அசல் பத்தியின் கருத்தாழத்தை பாதிக்காமல் எழுதுவது.

5. உங்கள் சொந்த மொழியைப் பயன்படுத்துங்கள்

துல்லியமான எழுத்தாளர் தனது சொந்த மொழியைப் பயன்படுத்த வேண்டும். எழுத்தாளர் அசல் பத்தியில் குறிப்பிட்ட சொற்றொடர்கள் அல்லது தொழில்நுட்ப

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

விதிகளை தக்கவைக்கக்கூடாது. இதன் அர்த்தம் எழுத்தாளர் துல்லியமாக எழுதுவதற்கு ஒருவர் தனது சொந்த வாக்கியங்களை பயன்படுத்த வேண்டும்.

6. நேரடி பேச்சை தவிர்த்து மறைமுக பேச்சை பயன்படுத்தவும்

துல்லியமான எழுத்து முறை மூன்றாவது நபரின் கண்ணோட்டத்தில் வழங்கப்படுகிறது. அசல் உரை நேரடி உரையில் வழங்கப்படுகிறது. இப்போது, அதையே மறைமுகமாக பேச வேண்டியது துல்லியமான எழுத்தாளரின் கடமையாகும்.

7. புள்ளிவிவர தகவலை உள்ளடக்குக

அசல் பத்தியில் புள்ளிவிவர தகவல்கள் சேர்க்கப்பட்டிருந்தால், அவற்றைப் துல்லியமான எழுத்தாளர் அதன் தரத்தை பராமரிக்க பயன்படுத்தலாம். புள்ளிவிவர தகவல்கள் விலக்கப்பட்டிருந்தால், அது துல்லியமான துல்லியமாக எழுதும் எழுத்து முறையின் நோக்கத்தை பாதிக்கும் மற்றும் வெவ்வேறு அர்த்தத்தை வெளிப்படுத்தும்.

8. விகிதாசாரத்தை கவனியுங்கள்

அசல் பத்தி பல பகுதிகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு பகுதியும் அதன் முக்கியத்துவம் கருதி பிரிக்கப்படும் ஆனால் நீளத்தின் படியல்ல. இந்த வழியில், எழுத்துக்களின் துல்லியமான நோக்கங்களை அடையலாம்.

9. கருத்துகள் இல்லை ஆனால் முடிவு

பொழிப்புறை எழுதுகையில் எழுத்தாளர் அசல் பத்தியின் எந்த கருத்துக்களையும் கொடுக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை, ஆனால் முடிவை கொடுக்க வேண்டும். அதாவது, துல்லியமான “பொழிப்புறை எழுதுகையில்” எழுத்தாளர் மனதில் மதிப்பீடு செய்ய வேண்டிய அவசியம் இல்லை அசல் பத்தியில் உள்ள கருத்தை எழுத்தாளர் தம் சொந்த மொழியில் கூற வேண்டும்.

10. அசல் பத்தியில் மூன்றில் ஒரு பங்காக பொழிப்புறை அமைய வேண்டும்

எழுத்துக்களின் நீளம் மூன்றில் ஒரு பகுதியாக இருக்க வேண்டும் என்பது பொதுவான நடைமுறையாகும். அப்படியானால், வாசகர் முழு தகவலையும் பெற முடியும் மற்றும் அவரது வேலையை மிகவும் திறம்பட செய்ய உதவும்.

8.2.1 குறிப்பாணையின் மொழி மற்றும் எழுத்து நடை

குறிப்பாணை ஒரு குறுகிய முறைசாரா அறிக்கை என்பதால், பின்வரும் வழிமுறைகள் பயன்படுத்தப்படும். மொழி மற்றும் பாணியைப் பற்றி நினைவில் கொள்ள வேண்டும்.

குறிப்புகள்

- **சுருக்கமாக இருங்கள்** - குறிப்பு குறுகிய மற்றும் கருத்துக்கள் முக்கியம், எனவே குறிப்பு இரண்டு பக்கங்களுக்கு மேல் இருக்க கூடாது. வாக்கியங்கள் மற்றும் பத்திகள் குறுகியதாகவும், ஒவ்வொரு பத்தியையும் ஐந்து கோடுகள் அல்லது குறைவாக வரையவும், சாத்தியமான இடங்களில் “புல்லட்” புள்ளிகளைப் பயன்படுத்துங்கள். நீங்கள் காரணங்களைக் குறிப்பிடுகிறீர்கள் என்றால், அவற்றின் எண்ணிக்கை, அல்லது இரட்டை வரி இடைவெளியுடன் தனி பத்திகளில் வைக்கவும். இல்லையெனில் கோடுகள் இடையே ஒற்றை வரி இடைவெளி பயன்படுத்தவும்.
- **செய்பாட்டு வினை வாக்கியத்தை பயன்படுத்தவும்** - முன்னர் குறிப்பிட்டுள்ளபடி, தனிநபர் பிரதிபெயர்களைப் பயன்படுத்துதல் மற்றும் செய்வினை வாக்கியம் பயன்படுத்தப்படுவது ஒரு குறிப்பாணைக்கு அனுமதிக்கப்படுவதில்லை, ஒரு புறநிலை அறிக்கையைப் போலல்லாது செய்பாட்டு வினை வாக்கியம்/வார்த்தைகள் புறநிலை நோக்கத்திற்காக பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், “என் அனுபவத்தின் அடிப்படையில், வரவுசெலவுத் திட்டம் போதுமானதல்ல என்று நான் நினைக்கிறேன்.”
- **எளிய மொழியைப் பயன்படுத்துதல்** - முந்தைய பிரிவில், எளிய ஆங்கிலத்தை பயன்படுத்துவதன் முக்கியத்துவம் வலியுறுத்தப்பட்டது. குறுகிய, சிக்கலற்ற வார்த்தைகளை பயன்படுத்துதல் மற்றும் தேவையற்ற வாசகங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப விதிமுறைகளைப் பயன்படுத்துவதைத் தடுக்க முயற்சி எடுக்க வேண்டும்.
- **பல காரணங்களைத் தவிர்த்தல்** - நீங்கள் ஒரு கோரிக்கையைச் செய்யும்போது ஒரு நியாயப்படுத்தலை வழங்குவது முக்கியம் என்றாலும், அல்லது ஏதாவது செய்ய ஒருவரை இணங்க வைப்பதற்கு முயற்சி செய்யுங்கள், அதை மிகைப்படுத்தாதீர்கள். பொதுவாக, ஒரு வாசகர் ஒரே நேரத்தில் ஆறு அல்லது ஏழு காரணங்களை அதிகபட்சமாக மனதில் கொள்ள வேண்டும். எனவே, உங்கள் காரணங்களை மிகைப்படுத்தாதீர்கள்.
- **நடவடிக்கைக்கான அழைப்போடு முடியுங்கள்** - வாசகரை தொங்கவிடாதீர்கள். உங்கள் கோரிக்கையை அல்லது பரிந்துரையை ஏற்றுக்கொள்ள அவரை இணங்க வைக்க விரும்பினால், நீங்கள் தெளிவாக சொல்ல வேண்டும், நடவடிக்கை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தி, ஒரு கால அளவையோ அல்லது வரம்பையையோ குறிக்க வேண்டும். உதாரணமாக, “நான் உன்னுடன் இதைப் பற்றி விவாதிக்க விரும்புகிறேன், இந்த வார இறுதிக்குள் உங்கள் ஒப்புதலைப் பெற விரும்புகிறேன்.”

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்கவும்

1. துல்லியமான எழுத்து முறை என்றால் என்ன?
2. குறிப்பை எழுதுகையில் எந்த இரண்டு காரணிகளை கவனத்தில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும்.

8.3 குறிப்பாணை

ஒரு குறிப்பாணை எழுத்துப்பூர்வ அறிக்கை அல்லது பதிவு, குறிப்பாக பணியாற்றும் சக ஊழியர்களின் கவனத்திற்கு பயன்படுத்தப்படும். இது முக்கியமாக உட்புற தகவல் பகிர்வுக்கு இது ஒரு வழிமுறையாக உள்ளது. இது நினைவில் கொள்ளப்பட வேண்டிய ஏதாவது ஒரு குறிப்பைக் குறிக்கிறது. 'மெமோராண்டம்' (memorandum) லத்தீன் வார்த்தையான 'மெமோரே' (memorare) இலிருந்து வந்தது. சட்டத்தில், ஒரு குறிப்பாணை என்பது ஒரு ஆவண பதிவு ஒப்பந்த விதிமுறை ஆகும். குறிப்பாணை பன்மொழி குறிப்புகள் அல்லது memoranda ஆகும். இது பொதுவாக அதன் சுருக்கம், அதாவது, குறிப்பாணையில் அறியப்படுகிறது.

ஒரு குறிப்பாணை என்பது அலுவலக உட்புற தகவல் தொடர்பு கடிதத்தின் ஒரு வழிமுறையாகும். குறிப்புக்கள் அலுவலகத்திற்கு அலுவலகம் அல்லது திணைக்களத்தில் ஒரு அமைப்பிற்குள், ஒரு நிறுவனம் அந்த நிறுவனத்திற்குளோயே அனுப்பப்படும். இதில் பெரிய நிறுவனங்கள், முக்கிய அலுவலகங்கள் அலுவலக அலுவலுக்காக அனுப்பப்படுகின்றன, கிளைகள், பிரிவுகள் மற்றும் பல. தாமதமான குறிப்புகள் மின்னஞ்சலைப் பயன்படுத்தி அனுப்பப்படுகின்றன. அதிக இணைப்புகளை கொண்ட மின்னஞ்சல் பொருத்தமற்றது நகல்களாக அனுப்பப்பட வேண்டும். குறிப்பாணைகள் நிர்வாகிகள், கிளை மேலாளர்கள், மேற்பார்வையாளர்கள் மற்றும் அனைத்து ஊழியர்கள், உறுப்பினர்கள் மற்றும் அவர்களுக்கு அவர்களுக்கு மேல் உள்ள அதிகாரிகள் உரையாற்றுவது போன்றும் இருக்கலாம். அறிவிப்புகள் சுற்றறிக்கைகள் அல்லது உள்-அலுவலக குறிப்பாணை உட்புற தகவல்தொடர்பு எனவும் குறிப்பிடப்படலாம். பெரிய நிறுவனங்கள் பல செயல்பாடுகளில் பரவின துறைகள் மற்றும் புவியியல் பகுதிகள் ஒவ்வொரு நாளும் தொடர்ச்சியாக பல்வேறு குறிப்புகளை வழங்குகின்றன அல்லது அடிக்கடி இடைவெளியில். ஒரு வங்கி போன்ற ஒரு பெரிய நிறுவனத்தில், பல உள்ளன ஊழியர்கள், கடன், கணக்குகள், சந்தைப்படுத்தல், சர்வதேச வணிகம், திட்டமிடல் மற்றும் பல. இவைகள் அனைத்து கிளைகள், அலுவலகங்கள் குறிப்பாணை தொடர்பு மற்றும் இதர உட்புற தொடர்பு மூலம் ஊழியர்களுக்கு குறிப்புகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அறிவிப்புகளை செய்வதற்கு, வழிமுறைகளை கொடுத்து, அறிக்கைகளை வழங்குவதற்கும் கொள்கை முடிவுகளை வெளிப்படுத்துவதற்கும் இது பயன்படும்.

குறிப்பாணைகள் தட்டச்சு அல்லது அச்சிடப்பட்டு இலக்கு குழுக்களுக்கு அனுப்பிவைக்கப்படலாம். நாடு முழுவதும் மற்றும் வெளிநாடுகளில் உள்ள அலுவலகங்கள் எளிதான குறிப்புக்கு, குறிப்பிட்ட நிறங்களைப் பயன்படுத்தி வெவ்வேறு துறைகள் மூலம் வெவ்வேறு வண்ணங்களில் அச்சிடப்பட்டது. மின்னனு

தகவல் தொடர்பு வருகைக்கு பின் குறிப்பாணைகள், இப்போது மின்னஞ்சல் மூலம் அனுப்பப்படுகின்றன மேலும் உள்நாட்டு வலையமைப்புகள் அல்லது அலுவலகங்கள் பயன்படுத்துவதற்காக உள்நாட்டிலும் வைக்கப்படுகின்றன. வங்கி ஊழியர்கள் போன்ற பெரிய நிறுவனங்களின் குறிப்பாணைகள் இம்முறையில் வேறுபாடுகளை வேறுபடுத்தலாம் சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் குறிப்பிட்ட செய்திகளுக்கு அவற்றைப் பயன்படுத்தவும்.

சுற்றறிக்கைகளுக்கும் குறிப்பாணைகளுக்கும் இடையில் ஒரு துல்லியமான வேறுபாட்டை வரையறுப்பது கடினம். இரண்டின் அணுகுமுறையும் பெறுநரை அடைய பெரும்பாலும் ஒத்ததாகவே இருக்கும். சில நிறுவனங்கள் குறிப்பிட்ட மற்றும் பொருள் தொடர்பான அறிவுறுத்தல் குறிப்புக்கு பயன்படுத்தப்படுகின்ற ஒரு வழிமுறையாக சுற்றறிக்கைகள் கையாள பயன்படும்.

சுற்றறிக்கைகள் அறிவுறுத்தல்கள் அல்லது வழிகாட்டுதல்களின் வடிவில், நிரந்தரமாக மட்டுமே இருக்கும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. குறிப்பாணை பொதுவாக தகவல் அல்லது ஒரு செய்தி விஷயம். சுற்றறிக்கைகள் ஒரு நிரந்தர இயல்பு, நீண்ட கால உறவு மற்றும் எப்போதும் வழிமுறைகளை திருத்த வேண்டி திருத்தப்படலாம். குறிப்பாணைகள் பொதுவாக குறுகிய காலத்திற்குரியதாக இருப்பினும், அத்தகைய வேறுபாடு, உட்புற தகவல் தொடர்பில் ஒரு பகுதியாகும். வெளிநாட்டில் வெளியிடப்பட்ட வணிக தொடர்பு பற்றிய புத்தகங்களிலும் குறிப்பாணை மற்றும் சுற்றறிக்கை பற்றி எந்த விவாதமும் இல்லை.

பணியிட பகுதிகள் பற்றிய முக்கிய விவரங்களை நினைவில் வைத்திருத்தல் மற்றும் நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பணியாளர்களால் அடிக்கடி குறிப்பிடப்பட வேண்டும், அவற்றின் முக்கியத்துவமும், குறிப்பாணையின் மதிப்பு காரணமாக, குறிப்பாணைகள் பெரும்பாலும் கவனமாக குறியிடப்படுகின்றன, மற்றும் பாதுகாக்கப்படுகின்றன, இதை தயார் செய்யும் ஆதார குறிப்புகளும் உள்ளன. குறிப்பு கடிதங்களுக்கு வியாபார கடிதங்களைப் போலவே.

வணிக கடிதங்கள் மற்றும் குறிப்பாணைகள் - குறிப்பிடத்தக்க வேறுபாடுகள்

- வணிக கடிதங்கள் நிறுவத்திற்கு வெளியில் இருப்பவரோடு உரையாடுவதோடு வெளிப்புற தகவல்தொடர்புகளை உருவாக்குகின்றன. குறிப்பாணை, பணியாளர்களிடம் உரையாடப்பட்டு உள் தொடர்புகளை உருவாக்குகின்றன.
- வணிக கடிதங்கள் பொதுவாக இயற்கை முறையானவை, அதேசமயம் குறிப்பாணைகள் இன்னும் முறையானவை.
- வணிக எழுத்துகள் ஒரு நிறுவனத்தின் கடித தலைவரிடமிருந்து எழுதி அனுப்பப்படுகின்றன, ஆனால் குறிப்பாணைகள் கடித தலைவரிடமிருந்து எழுதி அனுப்பப்பட வேண்டியதில்லை.
- வணிக கடிதங்கள் கண்டிப்பாக முகவரிகள், வரவேற்பு மற்றும் செய்தி பாராட்டு நிறைவு ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- வணிக கடிதங்கள் கண்டிப்பாக கையெழுத்திடப்பட வேண்டும், அதேசமயம் குறிப்பாணைகள் எந்த கையொப்பத்தையும் கொண்டிருக்க வேண்டியதில்லை.
- வணிக கடிதங்களில் அறிமுகமில்லாத வாசகங்களைப் பயன்படுத்தக்கூடாது, அதே சமயம் குறிப்பாணைகள் உட்புறமாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட (ஒரு நிறுவனத்திற்கு உள்ளே) சொல்லாடல் மற்றும் சிறப்பு விதிகளை பயன்படுத்தலாம்.
- வணிக கடிதங்கள் சூழலை வழங்குதல் மற்றும் வாசகரை தயாரிப்பதன் மூலம் ஆரம்பிக்க வேண்டும், அதே சமயம் குறிப்பாணைகள் விஷயத்தில் கருத்தாழத்திற்கு வரலாம். உட்புற தகவல்தொடர்புகளில், வாசகர் அடிப்படை உண்மைகளை அறிந்திருப்பார் என்று ஒரு ஊகம் உள்ளது.
- வணிக கடிதங்கள் தகவலைப் பகிர்ந்துகொள்வதோடு, நல்லெண்ணத்தையும், உறவையும், கட்டியெழுப்ப நோக்கம் கொள்ள வேண்டும், அதே நேரத்தில் குறிப்பாணைகள் தகவலை பகிர்ந்துகொள்வதிலும் நடவடிக்கைக்கு தொடர்புகொள்வதிலும் கவனம் செலுத்துகின்றன.
- வியாபாரக் கடிதங்கள் பெரும்பாலும் தனிநபர்களிடம் உரையாடப்படுகின்றன, அதே சமயம் குறிப்பாணைகள் குழுக்கள், அணிகள் அல்லது பெரிய அளவிலான பெறுநர்கள் ஆகியோருடன் உரையாடப்படுகிறது. குறிப்பாணைகள் முறையாக முறையாக தனிநபர்களுக்கு எழுதப்பட்டது, எனினும், தட்டச்சில்/அச்சிடப்பட்டு மற்றும் கையெழுத்திடப்பட வேண்டும்.

ஒரு நல்ல குறிப்பாணை எழுத, பின்வரும் குறிப்பிட்டவழிமுறைகளில் கவனம் தேவை.

உங்கள் குறிப்பாணையை திட்டமிடுவதற்கு நேரம் ஒதுக்குங்கள்

எந்தவொரு அலுவலக குறிப்பாணையும் உத்தியோகபூர்வ தொடர்பு கொண்ட ஒரு பகுதி. குறிப்பாணைகளில் பல வகைகள் உள்ளன. சில தகவல்கள் வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. சில கருத்துக்களை அல்லது பிற தொடர்புடைய விவரங்களைப் பெறுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. இலக்குகள், குறிக்கோள்கள் மற்றும் நடவடிக்கை கருத்துக்களை பற்றியும் பேசலாம். அந்த அர்த்தத்தில், அவர்கள் குறிப்பிட்ட செயலைத் தேடிக்கொள்ளலாம். முடிவுகளை அடைய, மக்களுக்கு, குழுக்களுக்கு தெரிவிக்க, ஊக்குவிக்க, மற்றும் கல்வி கற்பிப்பதற்கும் குறிப்பாணைகள் அனுப்பப்படுகிறது.

இத்தகைய மாறுபட்ட நோக்கங்களைக் கொண்ட, குறிப்பாணைகளை எழுத்தாளர் உட்கார்ந்து, உண்மையில் அதை தயாரிப்பதற்கு முன்பே குறிப்பாணையின் உள்ளடக்கங்களை திட்டமிட வேண்டும். வாசகர்களிடம் பகிர்ந்து கொள்ள வேண்டிய தகவல்களும் விவரங்களையும் அவர் சேகரிக்க வேண்டும். குறிப்பாணை எழுத்தாளர் தனது இலக்கு-குழு, ஒரு ஊழியர்

அல்லது கிளை மேலாளர் அல்லது விற்பனை பணியாளர்கள் அல்லது அலகு தலைகள் அல்லது நிர்வாகிகள் பற்றி தெளிவாக இருக்க வேண்டும். உள்ளடக்கங்கள், மொழி, தொனி, மற்றும் குறிப்பான வாசகர்களின் இலக்குக்கு பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும். குறிப்பாணையில் சரியான தொனி மற்றும் முக்கியத்துவம் இருக்க வேண்டும். விவரங்களை பார்வையிடும் வகையில், குறிப்பாணையின் நீளம் பற்றியும் எழுத்தாளர் தீர்மானிக்க வேண்டும். தேவைப்பட்டால், குறிப்பாணையில் சில தொடர்புடைய இணைப்புகள் மற்றும் அட்டவணைகள் அல்லது வரைபடங்கள் இருக்க வேண்டும். இது முந்தைய குறிப்புகள் அல்லது பிற தொடர்புடைய தகவல்களுக்கு சில குறிப்புகள் செய்ய வேண்டியிருக்கலாம். இவை அனைத்தும் சரியான திட்டமிடலில் அடங்கும்.

இலக்கண எழுத்தாளர் இலக்கு-குழுவை எவ்வாறு சென்றடையும் என்று திட்டமிட வேண்டும். குறிப்பாணைகள் ஒரு தட்டச்சு வடிவத்தில் அனுப்பி வைக்கப்படலாம், மேலும் எண் அதிகமாக இருந்தால், குறிப்பாணை போதுமான பிரதிகள் அச்சிடப்பட வேண்டும். இந்த வழக்கில், எழுத்தாளர் குறிப்பாணை பிரதிகள் பெறுவதற்கு எடுத்துக் கொள்ளப்பட்ட காலத்தை நினைவில் வைத்துக்கொள்ள வேண்டும், அலுவலகத்திலிருந்து அனுப்பிய குறிப்பாணைக்கு முன்பே உண்மையான பயண நேரம் கிடைக்கும். குறிப்பாணை அடிக்கடி அவசர உணர்வைச் சுமந்துகொண்டு, அவசர அவசரமாக அல்லது குறுகிய நேரத்திற்குள் அடைய வேண்டும். மின்னணுவியல் தகவல்தொடர்பு வழிகளின் வருகை மூலம் உடனடியாக அடையமுடியும் என்பதை நினைவூட்டுகிறது. அதனால்தான், வெளிநாட்டு தகவல் தொடர்பு நிறுவனங்களுக்கு மின்னஞ்சல் அல்லது உள் வலைப்பின்னல் அல்லது நிறுவன இணையத்தளங்களில் இன்று தொடர்புகொள்கின்றன.

குறிப்பாணை வரைவு

குறிப்பாணை உரையாடலின் பின்னணியையும் தகவல் பெறுநரையும் பார்வையிட வைக்கிறது. ஒரு நேரடி அணுகுமுறையுடன் இரண்டாவது நபரிடம் குறிப்பாணைக்கு எழுதப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு முயற்சியும் பெறுபவர்களுடனும், 'நீ' என்ற வார்த்தையும் அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு எளிய மற்றும் நேரடி மொழியைப் பயன்படுத்தி தெளிவான சொற்களில் இந்த செய்தி வெளிப்படுகிறது. வாழ்த்துக்கள் ("அன்பே", 'ஐயா') அல்லது ஒரு செய்தி பாராட்டு நெருக்கம் (உங்கள் விசுவாசமாக, முதலியன) அல்லது கடிதத்தின் முடிவில் ஒரு கையெழுத்து, என்று நேரத்தை செலவிட வேண்டிய அவசியமில்லை. அலுவலகத்தில் உள்ள சக ஊழியர்களால் வாசிக்கப்பட வேண்டிய குறிப்பு என்பதால் எழுத்தைகள், ஈர்ப்புடன் இருக்கவேண்டிய அவசியம் இல்லை தோணியும் மிகவும் சாதாரணமாகவே இருக்க வேண்டும்.

சிறந்த தகவல் தொடர்பாடலுக்கான எடுத்துக்காட்டுகள்- குறிப்பாணைகள்

வணிக நிறுவனங்களில் பயன்படுத்தப்படும் குறிப்புகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

எடுத்துக்காட்டு 1.

பெறுநர்: தலைமை அலுவலகத்தின் அனைத்து துறை தலைவர்கள்
அனுப்புநர்: பொது மேலாளர், பொது நிர்வாகம், தலைமை அலுவலகம்

தேதி: 11 ஜனவரி 2018

பொருள்: தூதஞ்சல் முகவர்களுடன் மூலம் சந்தித்தல்

ஒரு கூட்டம் 11.00 மணிக்கு திங்கட்கிழமை திட்டமிடப்பட்டுள்ளது, 2018 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி 15 ஆம் தேதி முதலாம் மாடியில் குழு அறைக்குள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தூதஞ்சல் முகவர்களை சந்திப்பதற்கும், செலவு குறைந்த மற்றும் விநியோகிக்கப்பட்ட மின்னஞ்சலை சரியான நேரத்தில் அனுப்பும் முறை மற்றும் விநியோகிக்கப்பட்ட மின்னஞ்சல் மற்றும் வியாபாரத்தை விநியோகித்தல் ஆகியவற்றைப் பற்றி விவாதிக்கவும். உங்களுடைய துறையின் தேவைகளைப் பற்றியும், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட நிறுவனங்களுடன் முன்கூட்டியே கையாள்வதில் உங்கள் அனுபவத்தையும் பற்றி நீங்கள் நீங்கள் எனக்கு தெரியப்படுத்த.

இணைப்பு: பங்கேற்பு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தூதஞ்சல் முகவர்கள் பட்டியல்

எடுத்துக்காட்டு 2.

வங்கியின் உயர் அதிகாரியின் குறிப்பு 16/2018

பணியாளர் மற்றும் மனிதவள துறை 11 பிப்ரவரி 2018

மும்பை

பெறுநர்: இந்தியாவில் உள்ள அனைத்து கிளைகள் மற்றும் அலுவலகங்கள்

பொருள்: அகவிலை கொடுப்பணவு

2017 டிசம்பருடன் முடிவடைந்த காலாண்டில் தொழில்துறை தொழிலாளர்கள் (அடிமட்ட நிலை 1960-100) அனைத்து ஆய்வாளர்களின் விலை மதிப்பீடு உறுதி செய்யப்பட்டுள்ளது:

அக்டோபர் 2017 3378.23

நவம்பர் 2017 3378.23

டிசம்பர் 2017 3355.41

2018 பிப்ரவரி மற்றும் மார்ச் மாதங்களில் எங்கள் ஊழியர்களுக்கான சம்பளத் தொகையை செலுத்தும் போது எங்கள் கிளைகள் மற்றும் அலுவலகங்கள் அனைத்தும் இந்த குறிப்பாணை மூலம் வழிநடத்தப்பட வேண்டும்.

பணியாளர் அலுவலர்

எடுத்துக்காட்டு 3.

பிரீமியர் மோட்டார்ஸ் லிமிடெட்.

வணிக வாகன துறை, புது தில்லி.

குறிப்பாணை 5/2018 - 8 பிப்ரவரி 2018

பெறுநர்: கிழக்குப் பிராந்தியத்தில் அனைத்து காட்சிக்கூடங்களுக்கு

பொருள்: 2018 ஆம் ஆண்டிற்கான வர்த்தக வாகனங்கள் சிறப்பு தள்ளுபடி.
மார்ச் 2018 ஆம் ஆண்டில் எமது காட்சிக்கூடங்களுக்கு விற்கப்பட்ட பல்வேறு
வகையான சிறு வர்த்தக வாகனங்கள் (சி.வ.வ.- கள்) விற்பனை விலையில்
2 சதவீத சிறப்பு தள்ளுபடி வழங்குவதற்கு கம்பெனி முடிவு செய்துள்ளது.

சி.வ.வ.-களின் வெவ்வேறு பிரிவுகளுக்கும் 2 சதவிகித சிறப்பு
தள்ளுபடிக்கு முன்னும் அதற்கு பின்னரும் பொருந்தும் விலை இந்த
குறிப்பாணையுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது.

எமது அனைத்து காட்சிக்கூடங்களும், 2018 ஆம் ஆண்டு மார்ச்
மாதத்தில் செய்யப்பட்ட கடன்பத்திர விற்பனையாளர்களுக்கு மட்டும் 2 சதவீத
சிறப்பான தள்ளுபடி வழங்கப்படும் என கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

நமது கிளை அனைத்து தலைவர்களும் தங்கள் அறிவிப்பு வாரியங்களில்
சிறப்பு விகிதங்களை முக்கியமாகக் காட்டும்படி கேட்டுக்கொள்ள படுகிறீர்கள்,
மார்ச் 2018 ல் சி.வ.வ.-களின் விற்பனை அதிகாரிகளிடத்தில் இந்த சிறப்பு
சலுகைகளை முழுமையாகப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

தவறாமல் 2018 ஆம் ஆண்டு ஏப்ரல் 1 ஆம் தேதிக்கு முன் விற்பனையான
அனைத்து சி.வ.வ.-களின் விவரங்களையும் தொலைநகல் செய்யவும்.

இயக்குனர் - விற்பனை

இணைப்பு: LCV களுக்கான சிறப்பு விகிதங்களின் பட்டியல்

நகல்: பொது மேலாளர், கிழக்கு பிராந்தியம்.

குறிப்பாணைகள், ஏற்கனவே குறிப்பிட்டபடி, பெரும்பாலும் நிறுவனத்திற்குள்
பரவிக் கொண்டிருக்கும் பெரிய பிரிவினரை அடையலாம். அவர்கள்
உரையாற்றிக் கொண்டிருக்கும் நபர்களிடமிருந்து குறிப்பாணைகள் தீவிரமாக
எடுத்துக் கொள்ளப்படுவதோடு, அதில் இயக்கப்பட்டதைப் போல செயல்படும்
என்பதால், குறிப்பாணைகள் தயாரிக்கப்பட்டு, ஒதுக்கிவைக்கப்படுவதில் கவனம்
எடுக்கப்பட வேண்டும். பெரும்பாலும், குறிப்பாணைகள் யாருடைய அதிகாரத்தின்
கீழ் வழங்கப்பட்ட நபரால் தயாரிக்கப்படுவதில்லை. எனவே, எந்தவொரு
தவறான தகவலும் குறிப்பாணையை உருவாக்கும் நபரின் கவனக்குறைவு
அல்லது அலட்சியம் காரணமாக ஏற்பட்டால், அதிகாரம் அல்லது வழங்கிய
திணைக்களம் கணிசமான சங்கடத்தை எதிர்கொள்ள வேண்டியிருக்கும்.
குறிப்பாணைகளை உருவாக்குதல், குறிப்பாக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை,
சிறந்த தகவல் தொடர்பு திறன் கொண்டவர்களிடம் ஒப்படைக்கப்பட்டுள்ளன.
குறிப்பாணைகள் தெளிவான தன்மை, முழுமை, மற்றும் வாசிப்பு போன்ற நல்ல
எழுத்துத்தொடர்புகளின் வழக்கமான பண்புகளை அவசியம் கொண்டிருக்க
வேண்டும். அவற்றின் முக்கியத்துவத்தை கருத்தில் கொண்டு, பெரும்பாலும்
குறிப்பாணைகளின் வரைவு பல நிலைகள் அல்லது இறுதிப்பகுதிகளின்படி
அனுமதிக்கப்படுகிறது. இலக்கு பிரிவினைகள் மற்றும் செய்தியின் அவசரநிலை
ஆகியவற்றைக் கருத்தில் கொள்வதன் மூலம் அனுப்புவதற்கான முறையும்
தீர்மானிக்கப்படுகிறது. சில நேரங்களில் குறிப்பாணைகள், வாசகருக்கு புரிதல்
மற்றும் அணுகல் கடினம் ஆகியவற்றைப் பற்றிய விஷயத்தில் முந்தைய
பலவற்றைக் குறிப்பிடுகிறார். எளிதான மற்றும் அனைத்தும்-ஒரு-இடத்தில்
குறிப்பை எளிதாக்கும் ஒரு விரிவான குறிப்பாணை கொண்டு வர வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

சில நேரங்களில் அரசாங்க நிறுவனங்கள், ஒழுங்குமுறை அமைப்புகள், சட்ட நிறுவனங்கள், போன்ற வெளி நிறுவனங்களால் வழங்கப்பட்ட அறிவுறுத்தல்கள், வழிகாட்டுதல்கள் அல்லது வழிகாட்டுதல்கள் குறிப்புகள் மூலம் மறுபதிவு செய்யப்பட வேண்டும். அவ்வாறு செய்யும்போது, உள்நோக்கி புரிந்துகொள்ளும் சொற்கள், சொற்றொடர்கள் மற்றும் சுருக்கங்களின் அடிப்படையில் செய்தி தெளிவுபடுத்தப்பட வேண்டும்.

அலுவலக குறிப்புகளை தயாரிப்பது நல்ல தகவல்தொடர்பு திறனுக்காக அழைப்பு விடுக்கிறது. பொருள் சம்பந்தப்பட்ட சிக்கல் அல்லது சிறப்பான, சட்டரீதியான அம்சங்களை தெளிவுபடுத்துதல் அல்லது புதிய தயாரிப்பு அல்லது விலைக் கொள்கையின் அம்சங்களை அறிவித்தல் போன்ற அனைத்து சிக்கலான விஷயங்களும் புள்ளிவிவரங்களும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட முறையில் விவாதிக்கப்பட வேண்டும். உதாரணங்கள் மற்றும் வழிமுறைகளை வழங்க வேண்டிய அவசியம் அடிக்கடி தேவைப்படுகிறது, மேலும் செய்திகளை விரிவுபடுத்துவதற்கும், தெளிவுபடுத்துவதற்கும் பொருத்தமான இணைப்புகளைச் சேர்க்க வேண்டும். தெளிவின்மை, முரண்பாடு அல்லது முழுமையற்ற விவரங்களை எடுத்துக் கொண்ட குறிப்புகள், குழப்பத்தை உருவாக்கும் மற்றும் தவிர்க்க முடியாத விளக்கங்கள் வாசகர்களால் தேடப்படலாம். மறுபுறத்தில், ஒரு தெளிவான வார்த்தை, தர்க்கரீதியாக சீரான, தெளிவற்ற மற்றும் முழுமையான குறிப்பாணை நன்கு புரிந்துகொண்டு, விரைவான பதிலை எளிதாக்குகிறது.

வாசிக்குந்தன்மை என்பது உள் நினைவகங்களுக்கு மட்டும் அல்ல, மேலும் குறிப்பாக வாடிக்கையாளர்களுக்கும் பொதுமக்களுக்கும் வழங்கப்படும் அனைத்து தகவல்களுக்கும் ஒரு முக்கிய முன்நிபந்தனையாகும். முன்பே குறிப்பிட்டது போல், நிறுவன சுற்றறிக்கை வாடிக்கையாளர்களுக்கு அடிக்கடி அனுப்பி வைக்கப்படும், வாய்ப்புகள் மற்றும் பொதுமக்கள் படிப்படியாக தரமான அளவை விட மிகவும் கடினமாக உள்ளது. இது குறிப்பாக வெளிப்படையான ஒரு பகுதி, இது போன்ற நிதி சுற்றறிக்கை. இது சம்பந்தமாக, தகவல் தொடர்பு வல்லுனர்கள், பரஸ்பர நிதியியல் ஏட்டில் பின்வரும் உதாரணத்தைக் குறிப்பிடுகின்றனர்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. குறிப்பாணை-வரையறுக்க
4. குறிப்பாணைகள் மற்றும் சுற்றறிக்கைகள் ஆகியவற்றிற்கு இடையில் ஒரு வித்தியாசத்தை குறிப்பிடுங்கள்.

8.4 சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் அறிவிப்புகள்

அலுவலக சுற்றறிக்கைகள் அதே தகவலை மக்களுக்கு ஏராளமான மக்களுக்கு தெரிவிக்கின்றன. இத்தகைய தகவல்கள் பொதுவாக இயல்பான தன்மை மற்றும் இரகசியமாக இல்லை. சுற்றறிக்கையின் பொருள் மேலே குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.

சுற்றறிக்கையைப் பயன்படுத்தும் சில நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:

- அலுவலக நடைமுறைகளின் சில அம்சங்களை வலியுறுத்துக
- வேலை நேரங்களில் மாற்றங்களை தெரிவிக்க
- விதிகள் மாற்றங்கள் பற்றி பணியாளர்களுக்கு தெரிவிக்க

மாதிரி அலுவலக சுற்றறிக்கை: அலுவலக நேரத்தை மாற்றுவதற்கு ஊழியர்களுக்கு அலுவலக அலுவலக வட்டாரத்தின் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

XYZ பொறியியல் படைப்புகள்

காஸியாபாத்

சுற்றறிக்கை எண் 21/20 தேதி: மார்ச் 15, 2007

பொருள்: அலுவலக நேரங்களில் மாற்றம்

இது ஏப்ரல் 1, 2007 முதல், அலுவலக நேரங்களை பின்வருமாறு தெரிவிப்பதாகும்:

8:30 a.m. - 12:30 a.m.	காலை அமர்வு
12:30 a.m. - 1:30 a.m.	மதிய உணவு
1:30 a.m. - 5:30 a.m.	மாலை அமர்வு

இந்த அலுவலக நேரங்களை கண்டிப்பாக கடைபிடிக்க வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது

பி.கே. மிட்டல்

பணியாளர் அலுவலர்

அறிவிப்பு

பெயர் குறிப்பிடுவதுபோல் அறிவிப்புகள் எழுதப்பட்ட செய்திகளைப் பல மக்கள் கவனிக்க வேண்டும். பொதுவாக அறிவிப்புகள் அக தொடர்புக்கான கருவியாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன, அதாவது அவை நிறுவனத்திற்குள் தொடர்பு கொள்ள பயன்படுகிறது. இருப்பினும் இது எப்போதும் வழக்கு அல்ல. அறிவிப்புகள் வெளிப்புற தகவல்களுக்கும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன மற்றும் அத்தகைய அறிவிப்பு பொது அறிவிப்பு, ஏலம் அறிவிப்பு, ஒப்பந்த அறிவிப்பு ஆகியவற்றின் வடிவத்தை எடுக்கலாம். அனைத்து அறிவிப்புகளும் பொதுவான ஒரு அம்சம்.

உள் அலுவலக தொடர்புகளுக்கான அறிவிப்புகள்

தகவல் பரவலாக தகவல்களுக்கு பரவலாக பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பெரும்பாலும் அவைகள் கீழ்நோக்கி தொடர்புக்கு பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அறிவிப்புகள் பொதுவாக அறிவிப்புப் பலகை அல்லது ஒரு சுவரில் பொருத்தப்படுகின்றன, மேலும் அவர்கள் எவருக்கும் திறம்படச் செல்லக்கூடிய பிரபலமான வழியாகும். அமைப்பிலிருந்து அமைப்புக்கு அமைப்பு மாறுபடும் என்றாலும், அறிவிப்புகள் அதிக அல்லது குறைவாக ஒரு தரப்படுத்தப்பட்ட வடிவத்தை பின்பற்றுகின்றன. வரைவு அறிவிப்புகள் ஒரு மிகவும் கவனமாக இருக்க வேண்டும். அவைகள் மீது நடவடிக்கை எடுக்கப்பட்டு, அவைகள் செயல்திறனை அதிகரிப்பதை உறுதிசெய்யும் தந்திரோபாயமும் ஆகும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

அறிவிப்புகள் துல்லியமான, தெளிவாக, கண்ணியமாகவும் எளிமையானதாகவும் இருக்க வேண்டும். அறிவிப்புகள் ஒரு கட்டளை அல்லது அச்சுறுத்தல் தொனியைக் காட்டிலும் கோரிக்கை தொனியை ஏற்க வேண்டும். அறிவிப்புகள் பெரும்பாலும் சம்பந்தப்பட்ட நபரால் கையெழுத்திடப்படுகின்றன.

ஒரு மாதிரி அறிவிப்பு கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது

ஒலுணு பொறியியல் படைப்புகள்

காஸியாபாத்

அறிவிப்பு

ஜூன் 26, 2007 அன்று 2:00 மணியளவில் நிறுவனத்தின் அரங்கத்தில் ஒரு விரிவுரை ஏற்பாடு செய்யப்பட்டுள்ளது. இக்கூட்டத்தின் தலைப்பு “சிறந்த நேர மேலாண்மை” மற்றும் ஸ்பீக்கர் ஐஐஎம் லக்னோவிலிருந்து பேராசிரியர் எஸ்.கே.மூர்த்தி. அனைவருக்கும் 1:55 மணி அளவில் அரங்கில் அமர்ந்திருக்க வேண்டும். விரிவுரையை தொடர்ந்து சிற்றுண்டி வழங்கப்படும்.

கே.எம்.ஷா

ஜூன் 25, 2007

வெளிப்புற தொடர்புக்கான அறிவிப்புகள்

பொது அறிவிப்புகள், ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் ஏலம் எடுக்க அழைப்பு விடுத்தல், முதலியன அமைப்புக்கு வெளியில் உள்ள மக்கள் மற்றும் குழுக்களுடன் தொடர்புகொள்வதற்கு பயன்படும் அறிவிப்புகள். இந்த அறிவிப்புகள் எல்லா பத்திரிகைகளிலும் ஒரு வழக்கமான அம்சமாகும்.

பொது அறிவிப்பு பொது மக்களுக்கு தகவல் கொடுக்கும் முக்கிய அறிவிப்பாகும். இது அடிப்படையில் பின்வரும் பண்புகளை கொண்டிருக்க வேண்டும்:

- (1) எழுதும் பாணி கவனத்தை ஈர்க்கும் வகையில் இருக்க வேண்டும்.
- (2) இது அனைத்து அம்சங்களையும் உள்ளடக்கிய முழுமையான தகவலைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- (3) மொழி தெளிவாகவும் துல்லியமாகவும் இருக்க வேண்டும்.
- (4) இதில் பொருள் சம்பந்தமாக பொருத்தமான தலைப்பு இருக்க வேண்டும்.

தனது புத்தகத்தில், ‘Business Communication’ (வணிக தொடர்பாடல் 19)-தில், கே.கே. சின்ஹா, ஒப்பந்தங்கள், ஏலங்கள் அல்லது ஏல அறிவிப்புகளை தயாரிக்கும் போது பரிசீலிக்க வேண்டிய முக்கிய குறிப்புகளை சுருக்கமாகக் கூறியுள்ளார். கட்டுமானப் பணிகள் முடிக்கப்படுவதற்கு மதிப்பீடுகளை சமர்ப்பிக்க தாங்கள் விரும்பும் கட்டுமான மற்றும் பொறியியல் பணிகளின் விவரங்களைக் கொடுப்பதற்கு ஒப்பந்தகாரர்களுக்கு ஒப்பந்தப்புள்ளி அறிவிப்புகள் உள்ளன. ஏலத்திற்கான அழைப்பிதழில் சிறப்பான பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வழங்குவதற்கான மதிப்பீட்டிற்கு அனுப்புவதற்கான அழைப்பிதழ்களை பொருள் வழங்குபவர்களுக்கு வழங்குதல்.

- (1) அத்தகைய அறிவிப்புகள் அனைத்தும் பத்திரிகைக்கு அனுப்பப்பட்ட நோக்கத்திற்காக தெளிவாகக் குறிப்பிடுகின்றன.
- (2) இந்த அறிவிப்புகளை தயாரிப்பதில் செய்வினை வாகியமும் செய்பாட்டு வினை ஆகிய இரண்டு வாக்கிய முறைகளும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இருப்பினும், தனிப்பட்ட ஈடுபாடு இல்லாததால், செய்பாட்டு வினை வாகியம் இன்னும் முக்கியமானது. இந்த அறிவிப்பு அமைப்புக்கு ஒரு நபர் அல்ல, என்று குறிப்பிடுவது முக்கியம்.
- (3) சில நேரங்களில் ஒப்பந்த அறிவிப்பு செய்வினை வாகியத்தில் தொடங்குகிறது, உதாரணமாக, முத்திரையிடப்பட்ட ஒப்பந்த காரர்களை அழைக்கிறது.....
- (4) பூர்த்தி செய்ய வேண்டிய பணிகள் பற்றிய அனைத்து விவரங்களையும், வழங்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் பொருட்கள் ஏலத்தில் குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.
- (5) நிறுவனத்தின் வணிக தேவைகளின் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள், விண்ணப்பதாரரின் தகுதித் தேவைகள் அறிவிப்பில் தெளிவாகக் குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.
- (6) முடிந்தவரை அறிவிப்பு சுருக்கமாக இருக்க வேண்டும். எவ்வாறாயினும், முக்கியத்துவம் எதுவும் விடுபடக்கூடாது.

“வெஸ்டர்ன் கூல்.பீல்ட்ஸ் லிமிடெட்” (Western Coalfields Limited) அதன் விரிவாக்க திட்டத்திற்காக சுற்றுச்சூழல் அனுமதி வழங்குவதற்கான மாதிரி பொது அறிவிப்பு

வெஸ்டர்ன் கூல்.பீல்ட்ஸ் லிமிடெட்

(கோல் இந்தியா லிமிடெட் துணை நிறுவனம்)

அறிவிப்பு

பொருள்: மகாராஷ்டிரா மாநிலம் தாக்கில் மற்றும் மாவட்டம் சந்திரபூர் (மகாராஷ்டிரா), மேற்கு கோல்பீல்ட்ஸ் லிமிடெட் தூர்காபூர் ராயட்வரி அண்டர்கிரவுண்ட் நிலக்கரி சுரங்க திட்டத்தின் (0.30 மெட்ரிக் டன்).

சுற்றுச்சூழல் மற்றும் வனத்துறை அமைச்சகம் தூர்காபூர் ராயட்வரி அண்டர்கிரவுண்டு நிலக்கரி சுரங்க திட்டத்தின் விரிவாக்கத்திற்கான சுற்றுச்சூழல் தீர்வுக்கு ஒப்புதலளித்துள்ளது (மேற்கு கோல்பீல்ட்ஸின் சண்டர்பூர் பகுதியின் 0.30 மெ.த.பி. அஞ்சல் உற்பத்தியில் 0.92 மெட்ரிக் டன் மற்றும் 529.29 ஹெக்டேரிலிருந்து 779.29 ஹெக்டேர் வரை குத்தகைக்கு விடப்பட்டது). மகாராஷ்டிரா மாசு கட்டுப்பாட்டு வாரியத்துடன் அனுமதி கடிதத்தின் நகல் உள்ளது, மேலும் இது சுற்றுச்சூழல் மற்றும் வனத்துறை அமைச்சகத்தின் இணையதளத்தில் காணப்படலாம். <http://envfor.nic.in>

மாதிரி ஒப்பந்த அறிவிப்பு

பாரத் சஞ்சார் நிகாம் லிமிடெட்

(ஒரு இந்திய அரசின் நிறுவனம்)

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஒப்பந்த அறிவிப்பு

வார்டா தந்தி மாவட்டத்தில் தொலைதொடர்பு தொலைபேசி பரிமாற்றம் நிர்வாக அலுவலக கட்டிடம் மற்றும் வளாகத்திற்காக தூய்மை மற்றும் மேம்பாட்டுக்காக பாரத் சஞ்சார் நிகாம் லிமிடெட் சார்பில் வார்டு, பொது மேலாளர் டெலிகாம் மூலம் சீல் செய்யப்பட்ட ஒப்பந்தத்தங்கள் அழைக்கப்படுகின்றன. ஒப்பந்தத்தின் கடைசி தேதி 16.7.2007 இல் 14:00 மணி வரை. மேலும் விவரங்களுக்கு, தயவுசெய்து எங்கள் வலைத்தளத்தைப் பார்வையிடுக www.mahatastra.bsnl.co.in அல்லது தொலைபேசி எண் 07212-253131-இல் தொடர்பு கொள்ளவும்.

(நிர்வாகம் மற்றும் திட்டமிடல்) ஜி எம்.டி., வார்தா

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

5. அலுவலக சுற்றறிக்கையின் நோக்கம் என்ன?
6. அறிவிப்புகள் என்ன?

8.5 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. ஒரு பொழிப்பு நீண்ட பத்தியின் சுருக்கப்பட்ட பதிப்பாகும்.
2. குறிப்புபாணை எழுதிக் கொண்டிருக்கும் போது இரு காரணிகளை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும் பயன்படுத்த வேண்டும்.
3. ஒரு குறிப்புபாணை என்பது எழுதப்பட்ட அறிக்கையோ அல்லது பதிவையோ, குறிப்பாக பணியில் உள்ள சக ஊழியர்களின் கவனத்திற்கு எழுதப்பட்டது.
4. குறிப்புபாணை ஒரு பொதுவான தகவல் ஒரு செய்தி. சுற்றறிக்கைகள் நிரந்தர இயல்புடையவை.
5. அலுவலக சுற்றறிக்கைகள் அதே தகவலை மக்களுக்கு பெருமளவில் தெரிவிக்க வேண்டும்.
6. அறிவிப்புகள் எழுதப்பட்ட செய்திகளை பலர் கவனிக்கப்பட வேண்டி எழுதுவது.

8.6 சுருக்கம்

- ஒரு பொழிப்பு என்பது ஒரு நீண்ட பத்தியின் சுருக்கப்பட்ட பதிப்பு. ஒரு பொழிப்பை எழுதுகையில், அசல் பத்தியின் பொருள் திறம்பட தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதை கவனித்துக் கொள்ள வேண்டும்.

- ஒரு குறிப்பாணை எழுதப்பட்ட அறிக்கை அல்லது பதிவு, குறிப்பாக பணியாற்றும் சக ஊழியர்களின் கவனத்திற்கு அனுப்பதல். இது முக்கியமாக நிறுவனத்தின் உட்புற தகவலை பகிர்ந்து ஒரு வழிமுறையாக உள்ளது.
- ஒரு குறிப்பாணை என்பது இடை அலுவலக கடித வழிமுறையாகும்.
- குறிப்பாணை என்பது தட்டச்சு அல்லது அச்சிடப்பட்டு நாடு முழுவதும் மற்றும் வெளிநாடுகளிலுள்ள இலக்கு குழுக்களுக்கும் அலுவலகங்களுக்கும் அனுப்பி வைக்கப்படலாம்.
- சுற்றறிக்கைகள் அறிவுறுத்தல்கள் அல்லது வழிகாட்டுதல்களின் வடிவில் உள்ளன, அவை அதிகாரவழி சார்ந்த முறை பின்பற்றப்படும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.
- குறிப்பாணைகள் தகவல்தொடர்பு, சூழல், மற்றும் செய்தியைப் பெறுவதைக் கவனத்தில் வைத்திருக்க வேண்டும்.
- தகவல் சுற்றறிக்கைகள் அதே தகவலை மக்களுக்கு பெருமளவில் தெரிவிக்க வேண்டும். இத்தகைய தகவல்கள் பொதுவாக இயல்பான தன்மை மற்றும் இரகசியம் இல்லாமல் இருக்கும்.

குறிப்புகள்

8.7 முக்கிய வார்த்தைகள்

- இணைப்பு: இணைப்பு என்பது ஒரு சட்ட ஒப்பந்தத்தின் தனித்த பகுதியாகும். இது அதிகப்படியான தகவலை கொடுக்கும்.
- சுற்றறிக்கை: சுற்றறிக்கை என்பது அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்களுக்கு விநியோகிக்கப்படும் கடிதம் அல்லது ஒரு விளம்பர செய்தி.
- துல்லியமானது: ஒரு கட்டுரை, புத்தகம், அல்லது பிற நூல்கள் போன்ற எழுதப்பட்ட படைப்புகளின் சுருக்கம் ஆகும்.

8.8 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. துல்லியமான (பொழிப்புரை) எழுத்துக்களின் கொள்கை என்ன?
2. குறிப்பாணை மீது ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.
3. வணிக கடிதங்கள் மற்றும் குறிப்பாணைகளுக்கு இடையில் உள்ள வேறுபாடுகள் என்ன?
4. சுற்றறிக்கைகள் மற்றும் குறிப்பாணைகளுக்கு இடையில் உள்ள வேறுபாடு என்ன?

பெரு வினாக்கள்

1. துல்லியமான (பொழிப்பு) எழுத்து என்ன? வியாபார கடிதத்தில் இதன் முக்கியத்துவம் பற்றி விவாதிக்கவும்.

குறிப்புகள்

2. குறிப்பாணை எழுதுகையில் மொழி மற்றும் எழுதும் பாணி எவ்வளவு முக்கியம்? விவாதியுங்கள்.
3. ஒரு குறிப்பாணை தயாரிக்குமபோது நினைவில் கொள்வது என்ன? உதாரணங்கள் உதவியுடன் விளக்கவும்.
4. வெளிப்புற தகவல்தொடர்பு உட்புற தகவல் தொடர்பிலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகின்றன?

8.9 கூடுதல் வாசிப்பு

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அத்தியாயம் – 3
அறிக்கை மற்றும் மின்னஞ்சல் எழுதுதல்

அறிக்கை எழுதுதல்

அலகு 9 அறிக்கை எழுதுதல்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 9.0 முன்னுரை
- 9.1 நோக்கங்கள்
- 9.2 அறிக்கைகள் எழுதுதல்
 - 9.2.1 வர்த்தக அறிக்கைகள் மற்றும் பொறியியல் அறிக்கைகள் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாடு
 - 9.2.2 ஒரு நல்ல அறிக்கையை எழுதுவதற்கான சிறப்பியல்புகள்
- 9.3 அறிக்கைகளின் பல்வேறு கட்டமைப்புகள்
 - 9.3.1 நீண்ட அறிக்கை வெளியீடு: ஒருங்கிணைந்த வடிவமைப்பு
- 9.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 9.5 சுருக்கம்
- 9.6 முக்கியவார்த்தைகள்
- 9.7 சுயமதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 9.8 கூடுதல் வாசிப்பு

9.0 முன்னுரை

சிலருக்கு எழுதுவது ஒரு கடினமான பணியாகவே தோன்றுகிறது. மற்றவர்கள் படிக்கும்படி எழுத தகுதியற்றவர்கள் என்று அவர்கள் பயப்படுகிறார்கள். இந்த பயம் தங்களை எழுத அல்லது தங்களை வெளிப்படுத்தாமல் தடுக்கிறது. ஒரு எழுதப்பட்ட ஆவணத்தை நீண்ட காலத்திற்கு பாதுகாக்க முடியும் மற்றும் எதிர்காலத்தில் அது குறிப்பிடப்படலாம், ஒருவர் வழக்கமாக ஒரு குறிப்பிட்ட தரநிலையை கொண்டிருக்க வேண்டும் என்று அவர் பொதுவாக எழுதுவதை நினைத்துப் பார்க்கிறார். சரியான பயிற்சி மூலம் கற்றுக்கொள்ளக்கூடிய ஒரு கைவினை எழுதுதல் என்பது மனதில் இருக்க வேண்டும். சில நேரங்களில் கிழே விழாமல் யாரும் நடக்க முடியாது அதேபோல், எழுதும் வரை எழுத்து எப்போதும் இருக்காது.

ஒரு சிறந்த எழுத்தாளர் என்றால் அவர் நினைவில் ஒரு கருத்தை மட்டும் கொண்டிருக்கக்கூடாது, ஆனால் அந்த யோசனைகளை சரியான வார்த்தைகளாலும் சொற்றொடர்களாலும் காகிதத்தில் எப்படிப் எழுதவேண்டும் என்பதைத் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஆகையால், எழுத்தாளர் சரியான வார்த்தைகளையும் சொற்றொடர்களையும் தெரிந்து அவற்றில் சிறந்த ஒன்றைத் தெரிவுசெய்வதற்கு ஒத்திசைவான வாக்கியங்களை வகுக்க வேண்டும்.

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

9.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- ஒரு நல்ல அறிக்கையின் அம்சங்களை விளக்குங்கள்
- அறிக்கை எழுதுவதற்கான நோக்கம் பற்றி விவாதிக்கவும்
- வணிக அறிக்கை மற்றும் பொறியியல் அறிக்கை ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான வேறுபாட்டை ஆராயுங்கள்
- அறிக்கையின் வழிகாட்டுதல்களை அடையாளம் காணவும்

9.2 அறிக்கைகள் எழுதல்

அறிக்கைகள் ஒரு நிறுவன நடவடிக்கையின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும். மேலாளர்கள் தொடர்ந்து தகவலறிந்த முடிவுகளுக்கு மாற்ற கொள்கைகளை மாற்றுவதற்கு மேற்பார்வையாளர்கள் மற்றும் நிர்வாகிகளுக்கு அறிக்கைகளை சமர்ப்பிக்க வேண்டும். நிர்வாகங்கள் ஒரு நிலையான மற்றும் நம்பகமான தகவலை பெறுவதற்கு அறிக்கைகள் ஒரு நல்ல வழியாகும். இந்த நிகழ்வை ஒரு நிகழ்வு, அல்லது முன்னேற்றம் அல்லது சில செயல்பாடு தொடர்பான தகவலை முறையான விளக்கக்காட்சியின் ஒரு வடிவமாக ஒரு அறிக்கை வரையறுக்கலாம். அறிக்கைகள் ஆர்வமுள்ள வாசகருக்கு உண்மைகளை தெரிவிக்கின்றன. மேலும் குறிப்பாக, வியாபார நோக்கங்களுக்கு சேவை செய்யும் உண்மையான தகவல்களின் ஒழுங்கான மற்றும் புறநிலை தகவலாக வணிக அறிக்கைகள் வரையறுக்கப்படலாம்.

வியாபார அறிக்கையின் குணாம்சங்கள் சுருக்கமாக பின்வருமாறு சுருக்கமாகக் கூறலாம்:

- பொதுவாக அதிக அதிகாரம் அளிக்கப்படும்
- ஒரு நிறுவனத்தில் மேல் நோக்கிய தகவல்கள் தொடர்பை கொண்டிருக்கும்.
- முறையாக தொகுத்தல்
- குறிக்கோளின் தொனி
- குறைந்த பார்வையாளர்களுக்கு
- குறுகிய மற்றும் நீண்ட

வணிக அறிக்கைகளின் நோக்கம்

ஒரு அறிக்கை, தகவலை வைத்திருக்கும் ஒருவரிடமிருந்து தகவல் தேவைப்படும் ஒருவருக்கு கொண்டுசெல்லப்படுகிறது. இது முடிவெடுப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் அடிப்படை மேலாண்மை கருவி. தகவல் (தகவல் அறிக்கைகள்) வழங்க, தகவலை பகுப்பாய்வு செய்யலாம் மற்றும் பரிந்துரைகளை (பகுப்பாய்வு அறிக்கைகள்), நடவடிக்கைக்கு கோரிக்கை அல்லது நடவடிக்கைகளைத் தொடங்க பரிந்துரைகளை வழங்க, அறிக்கைகள் பயன்படுத்தப்படலாம்.

எனவே, ஒரு வணிக சூழலில் அறிக்கைகள் பின்வரும் நோக்கங்களுக்காக சேவை செய்கின்றன:

அறிக்கை எழுதுதல்

- முகாமைத்துவத்திற்கு அறிக்கைகள் உண்மையான தகவலை அளிக்கின்றன.
- வருங்கால அறிக்கையிடல்களுக்கான அறிக்கைகள் எழுதவும், ஆய்வு செய்யவும், மதிப்பய்வு செய்யவும் அறிக்கைகள் பதிவு தகவல்களாக மாறும்.
- பங்குதாரர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், கடனாளிகள் மற்றும் பொது மக்களுக்கு பயனுள்ள தகவல்களை வழங்குவதற்கான அறிக்கைகள் உதவும்.
- விரிவான விசாரணைகளின் அடிப்படையில், அறிக்கைகள் எதிர்காலத்தில் பயன்படுத்தக்கூடிய பரிந்துரைகளை வழங்குகின்றன.

குறிப்புகள்

அறிக்கையின் முக்கியத்துவம்

1. தகவல் பரிமாற்றம்: தகவல்கள் தகவல்களின் பரிமாற்றத்திற்கு சேவை செய்கின்றன. அவைகள் தேவைப்படும் பல்வேறு குழுக்களுக்கு அவசியமான தகவலை வழங்குகிறது.
2. நடவடிக்கைகளை மதிப்பாய்வு செய்து மதிப்பீடு செய்தல்: தொடர்ச்சியாக நடவடிக்கைகளை மதிப்பாய்வு செய்து மதிப்பீடு செய்ய அறிக்கை நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது. அவைகள் பல்வேறு துறைகளின் செயல்பாடுகளை ஒருங்கிணைப்பதில் உதவுகிறது.
3. முடிவு செய்தல்: சரியான முடிவுகளை எடுப்பதற்கு முடிவெடுக்கும் வகையில் சரியான, புறநிலை மற்றும் பொருத்தமான தகவலை வழங்குவது ஒரு அறிக்கையின் நோக்கமாகும்.
4. சிறந்த ஒருங்கிணைப்பு: அறிக்கைகள், நிறுவனத்தில் உள்ள பல்வேறு குழுக்களுக்கு இடையேயான பொதுவான தகவலைப் புரிந்து கொள்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன, இதனால் சிறந்த ஒருங்கிணைப்பு உறுதிபடுத்தப்படுகிறது.
5. செயல்திறனை அளவிடுவதற்கான கருவிகள்: துறையின் செயல்திறனை அளவிடுவதற்கு அறிக்கைகள் பயனுள்ள கருவிகள் ஆகும். பல்வேறு துறைகளின் செயல்பாடு, தரவு மேலாண்மை, மற்றும் ஒவ்வொரு துறையின் செயல்திறனையும் மதிப்பீடு செய்ய உதவுகிறது.
6. விரும்பத்தக்க மாற்றங்களை செய்வதில் உதவி: வணிகக் கொள்கைகள் மீது விரும்பத்தக்க மாற்றங்களை உருவாக்கி செயல்படுத்துவதில் அறிக்கைகள் உதவுகின்றன.

ஒரு நல்ல வணிக அறிக்கையின் அவசியங்கள்

வணிக நோக்கத்திற்காக, இது நோக்கம் கொண்ட நோக்கத்திற்காக திறம்பட செயல்படுவதற்கு, அது சில அத்தியாவசியங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டிய அவசியம். ஒரு நல்ல வணிக அறிக்கையின் சில அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- (1) **துல்லியம்:** ஒரு அறிக்கையில் வழங்கப்பட்ட தகவல்கள் முடிந்தவரை துல்லியமானதாக இருக்க வேண்டும், ஏனென்றால் பல முக்கிய முடிவுகள் மற்றும் செயல்களை அடிப்படையாகக் கொண்டவை. துல்லியத்தை உறுதிப்படுத்துவதற்காக, அறிக்கைகள் தயாரிக்கும்போது எண்ணிக்கைகளை இரட்டைச் சரிபார்ப்பு உறுதிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.
- (2) **தெளிவு:** வணிக அறிக்கைகள் தெளிவாகவும் முழுமையாகவும் புரிந்து கொள்ளப்பட வேண்டும். பொருத்தமான தலைப்புகளுடன் கூடிய பத்திகள் தர்க்கரீதியாக வழங்கப்பட வேண்டும்.
- (3) **நிலைத்தன்மையும்:** அறிக்கை பிரதான கருப்பொருளோடு ஒத்திருக்க வேண்டும் மற்றும் விலகிவிடக் கூடாது. இது எதை குறிக்கிறது என்பதற்கான நோக்கத்திற்காக சேவை செய்ய வேண்டும். பொருந்தாத தகவல் சேர்க்கப்படக்கூடாது. அதே சமயம், அறிக்கையை தயாரிக்கும் போது பயனுள்ள தகவல் விட்டுவிடக் கூடாது.
- (4) **குறிக்கோள்:** குறிக்கோள் தனிப்பட்ட பாரபட்சங்களைக் கொண்டது. கவனிப்பு, தொடர்புடைய உண்மைகளை சேகரித்தல் மற்றும் அறிக்கையை எழுதுதல் ஆகியவற்றில் குறிக்கோள் இருக்க வேண்டும்.
- (5) **முழுமையானது:** அறிக்கை அனைத்து விதங்களிலும் முழுமையாகவும், தெளிவுத் தன்மையுடனும் இருக்க வேண்டும்.
- (6) **சுருக்கம்:** எழுத்தாளர் மற்றும் வாசகர் இருவருக்குமே நேரம் விலை மதிப்பற்றது. எனவே அறிக்கைகள் மிக நீண்டதாக இருக்கக்கூடாது. அவற்றில் பொருத்தமற்ற விவரங்களைத் தவிர்த்து, சுருக்கமாகவும் தேவையான கருத்துக்களை மட்டுமே கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- (7) **எளிமை:** மொழியின் இலக்கிய அம்சங்களைப் பற்றிய அறிக்கைகள் உங்கள் கட்டளை அல்ல. ஒரு அறிக்கை எளிய மற்றும் எளிதில் புரிந்துகொள்ளக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும், மேலும் அதிகப்படியான வரிகளில் இருந்து விடுபட வேண்டும்.
- (8) **தோற்றம்:** ஒரு அறிக்கையின் ஏற்பாடு, அமைப்பு, மற்றும் வடிவமைப்பு ஆகியவை மகிழ்ச்சியாகவும், முடிந்த அளவுக்கு கண்ணை கவர வேண்டும். இது இலக்கணப்படி சரியானது மற்றும் அச்சுக்கலை பிழைகள் இல்லாமல் இருக்க வேண்டும்.
- (9) **நம்பகத்தன்மை:** ஒரு அறிக்கை நம்பகமானதாக இருக்க வேண்டும். நோக்கம் மற்றும் துல்லியம் ஒரு தகவலின் நம்பகத்தன்மையை நோக்கி பங்களிப்பு.
- (10) **சமயோகிதம்:** சமயத்திற்கேற்ற நோக்கமாக மற்றும் பயனுள்ள ஒரு அறிக்கை நேரத்தில் வாசகர் அடைய வேண்டும், இல்லையெனில் அது பயன்பாடு இல்லை.

அறிக்கைகள் வகைகள்

எழுதப்பட்ட தகவல்கள் பரிந்துரைக்கப்பட்டவை என்றாலும், அறிக்கைகள் வாய்வழி மற்றும் எழுதப்பட்ட வடிவங்களில் இருக்கும்.

இந்த பகுதியில் நாம் எழுதப்பட்ட அறிக்கைகள் கையாள்வதில் அறிக்கைகள் ஒரு பக்கத்திலிருந்து பல தொகுதிகளாக இயங்கக்கூடியவை. அனைத்து வழக்குகளிலும் தகவல்கள் அவற்றின் தொனியில் தெளிவான, சுருக்கமான மற்றும் புறநிலை இருக்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்

எழுதப்பட்ட அறிக்கையின் நன்மைகள்

- எந்த நேரத்திலும் வாய்வழி அறிக்கைகள் மறுக்கப்படும். எழுதப்பட்ட அறிக்கைகள் மறுபடியும் மறுபரிசீலனை செய்யப்படலாம், இது வாய்மொழி அறிக்கையில் முடியாது
- வாய்மொழி அறிக்கைகள் எழுதப்பட்ட அறிக்கைகளுடன் ஒப்பிடும்போது தெளிவற்றதாக இருக்கும். எழுதப்பட்ட அறிக்கைகள் விலகல் ஆபத்து இல்லாமல் நபருக்கு நபர் மாற்றப்படும்.

பின்வரும் வகைகளில் அறிக்கையை வகைப்படுத்தலாம்:

- தகவல் அறிக்கைகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு அறிக்கைகள்
- வழக்கமான அல்லது குறிப்பிட்ட அறிக்கைகள் மற்றும் சிறப்பு அறிக்கைகள்
- முறைசாரா மற்றும் முறையான அறிக்கைகள்

தகவல் அறிக்கைகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு அறிக்கைகள்

தகவல் அறிக்கைகள் உண்மைகள் மற்றும் தரவு வடிவத்தில் மட்டுமே தகவல்களைக் கொண்டிருக்கின்றன. வழங்கப்பட்ட தகவலின் அடிப்படையில் எந்த பகுப்பாய்வு அல்லது பரிந்துரைகளையும் அவைகள் கொண்டிருக்கவில்லை.

மறுபுறம், பகுப்பாய்வு அறிக்கைகள் உண்மைகளையும், முடிவுகளையும் பகுப்பாய்வு செய்தன. அத்தகைய அறிக்கையில் பகுப்பாய்வு அடிப்படையில் பரிந்துரைகள் சேர்க்கப்படலாம்.

வழக்கமான அல்லது குறிப்பிட்ட அறிக்கைகள் மற்றும் சிறப்பு அறிக்கைகள்

நிர்வாக கட்டுப்பாடு மற்றும் நிர்வாகத்தில் திறம்பட உதவுவதற்காக தனிநபர்கள், பிரிவுகள், துறைகள், முதலியன தொடர்ச்சியான இடைவெளிகளில் நிர்வாகத்திற்கு வழக்கமான அறிக்கைகள் சமர்ப்பிக்கப்படுகின்றன. இவை வணிக அறிக்கைகளில் மிகவும் பொதுவான வகையாகும். இவை தினசரி, வாராந்திர, காலாண்டு, மாதாந்திர அடிப்படையில் சமர்ப்பிக்கப்படலாம். இவை பொதுவாக நிறுவனத்தின் உள் நுகர்வுக்காக பொது ஆவணங்களுக்காக இல்லை. இந்த அறிக்கையின் நீளம் ஒரு பக்கத்திலிருந்து பத்து பக்கங்கள்

குறிப்புகள்

வரை வேறுபடலாம். இவற்றில் வரவு செலவுத் திட்டங்கள், மாதாந்திர கணக்குகள், விலை அறிக்கைகள், உற்பத்தி அறிக்கைகள், முதலியன உள்ளடங்கும்.

சிறப்பாக உருவாக்கப்பட்ட பிரச்சினைகள் அல்லது பிரச்சினைகள் தொடர்பாக சிறப்பு அறிக்கைகள் உள்ளன. அவைகள் குறிப்பாக அந்தந்த அதிகாரியால் குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்காக தயாரிக்கப்படுகிறது.

முறைசாரா மற்றும் முறையான அறிக்கைகள்

எந்தவொரு நிலையான வடிவத்தையும் அல்லது சமர்ப்பிப்பதற்கான செயல்முறையையும் முறைசாரா அறிக்கை பின்பற்றவில்லை. அமைப்பின் வசதிக்காகவும் தேவைக்காகவும் தயாரிக்கப்படுவதாகும் “முறைசாரா அறிக்கைகள்” என்ற சொல்லானது, அறிக்கையின் பாணியும் மொழியும் முறையாக இல்லாமல் இருப்பது. இது கட்டமைப்பு அல்லது வடிவமைப்பு அடிப்படையில் எளிமை குறிக்கிறது.

பின்வருவன அறிக்கைகள் எடுக்கும் சில வடிவங்கள் :

- (1) **குறுகிய அறிக்கைகள்:** இந்த அறிக்கைகள் ஒரு எளிய கடித வடிவத்தில் வழங்கப்படுகின்றன. அவைகள் ஐந்து பக்கங்களுக்கும் குறைவாக உள்ளன. இத்தகைய அறிக்கைகள் வழங்கல் பாணி எளிமையாக வைக்கப்பட்டு உண்மைகளை அளிக்கிறது.
- (2) **முன்னேற்ற அறிக்கைகள்:** இந்த அறிக்கைகள் குறிப்பிட்ட வேலை அல்லது திட்டத்தின் முன்னேற்றத்தைப் பற்றிய தகவல்களைக் கொண்டிருக்கின்றன.
- (3) **பணியாளர்கள் அறிக்கைகள்:** இந்த அறிக்கைகள் குறிப்பிட்ட ஊழியர்களின் பிரச்சினைகளை தீர்க்க தயாராக உள்ளன.
- (4) **நியாயப்படுத்துதல் அறிக்கை:** இந்த அறிக்கைகள் ஒரு குறிப்பிட்ட பரிந்துரை அல்லது நியாயப்படுத்தலை அல்லது நிரந்தர படுத்துவதை நியாயப்படுத்தும்.

ஒரு அறிக்கையானது பரிந்துரைக்கப்பட்ட படிவத்தில் தயாரிக்கப்பட்டு, ஒரு நடைமுறைக்கு இணங்க, இருப்பது ஒரு சாதாரண அறிக்கை என்று அழைக்கப்படுகிறது. முறையான அறிக்கைகள் நிறுவனத்திற்க்கான ஒரு சீரான கட்டமைப்பு மற்றும் வடிவமைப்பைக் கொண்டிருக்கின்றன. வழக்கமாக சாதாரண அறிக்கைகள் பின்வரும் பண்புகள் கொண்டிருக்கின்றன:

- முறைசாரா அறிக்கையை விட நீண்டது
- ஒரு முழுமையான சிக்கலைப் பற்றிய விரிவான ஆராய்ச்சியை அடிப்படையாகக் கொண்டது
- வடிவம், கட்டமைப்பு, மொழி ஆகியவற்றைப் பொறுத்து முறையானது

முறையான தகவல்கள் இவ்வாறு பிரிக்கப்படலாம்

- (1) **சட்டப்பூர்வ அறிக்கைகள்:** இவை சட்டங்களினால் கட்டாயத்தால் தயாரிக்கப்பட்ட அறிக்கைகள் ஆகும். அத்தகைய அறிக்கையின்

வடிவம் உருவாக்கப்பட்ட குழுக்களுக்கு மட்டுமே சம்மந்தப்பட்டதாக இருக்கும்.

- (2) **சட்டப்பூர்வமற்ற அறிக்கைகள்:** இந்த அறிக்கைகள் தயாரித்தல் மற்றும் சமர்ப்பிப்பதற்கான சட்டப்பூர்வமான கட்டுப்பாட்டு இல்லை, ஆனால் பல்வேறு நிர்வாகச் செயல்பாடுகளை எளிதாக்குவதற்கு நிர்வாகத்தால் அவை தயாரிக்கப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

ஒரு அறிக்கையை எழுதுவது

பின்வரும் குறிப்புகளை மனதில் வைத்து ஒரு அறிக்கை தயாரிக்க வேண்டும்:

- (1) அறிக்கையின் நோக்கம்
- (2) இது சமர்ப்பிக்கப்பட வேண்டிய நேரம்
- (3) இது நோக்கம் கொண்ட அதிகாரத்தின் நிலை

அறிக்கை எழுதுவதற்கான நடைமுறை பின்வரும் படிகளை உள்ளடக்குகிறது:

- (1) அறிக்கையின் நோக்கம் தீர்மானித்தல்
- (2) புகாரைப் படிக்கும் பார்வையாளர்களை அடையாளம் காணவும்: அவர்களின் நிபுணத்துவம், படிநிலை நிலைகள், கல்வி பின்னணி போன்றவற்றைப் பற்றிய தகவல்களை சேகரிக்கவும்
- (3) அறிக்கை தயாரிக்கத் தேவையான தரவுகளை சேகரித்தல்
- (4) தரவு அடையாளம் மற்றும் வகைப்படுத்துதல்
- (5) அறிக்கை வெளியீடு
- (6) இறுதி அறிக்கையை தயாரித்தல்
- (7) அறிக்கையை சமர்ப்பித்தல்.

ஒரு அறிக்கையின் கட்டமைப்பு

ஒரு அறிக்கை பின்வரும் பகுதிகளை கொண்டுள்ளது:

- (1) தலைப்புப் பக்கம் - ஆசிரியர், நிறைவு தேதி, கோப்பு குறிப்பு, மற்றும் இரகசியத்தன்மை இதில் எல்லாவற்றையோ அல்லது சிலவற்றையோ உள்ளடக்கும்
- (2) பொருளடக்கம்
- (3) ஒப்புதல்
- (4) நிர்வாக சுருக்கம் (சிலநேரங்களில் “செய்தி சுருக்கம்” அல்லது “பொழிப்புரை” என்று படிப்புத்துறையில் கூறுவார்கள்)
- (5) அறிக்கையின் பொருட்பகுதி
 - (அ) அறிமுகம்
 - (ஆ) நடைமுறைகள்/முறை
 - (இ) பகுப்பாய்வு மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள்
 - (ஈ) முடிவு
 - (உ) பரிந்துரைகள்

(6) இணைப்புக்கள்

(7) புத்தக விவரணம்

குறிப்புகள்

நிர்வாக சுருக்கம்

- ஒரு அறிக்கையின் மிக முக்கியமான பகுதி.
- ஒரு பத்தியிலிருந்து இரண்டு பக்கங்கள் வரை நீளம் விரிவடைகிறது.
- அறிக்கையின் அனைத்து கூறுகளையும் ஒரே தொகுப்பாக சேர்க்க வேண்டும்.
- அறிக்கை எந்த ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியிலும் மிகுந்த ஆதிக்கம் செலுத்த கூடாது.
- முழு அறிக்கை முடிந்தபின் எழுதப்பட்டது.
- புகாரில் என்ன இருக்கிறது என்பதற்கான பொழிப்பு/சுருக்கத்தை அளிக்கிறது.
- ஒரு சுதந்திரமான ஆவணம், முழு ஆவணத்தையும் படிக்க நேரம் இல்லாத நபர்களுக்கு விநியோகிக்கப்பட கூடாது.
- பிரதான அறிக்கையில் கடந்த கால செயல்பாடு பற்றிய செய்தி கூடாது.
- இது புதிதாக எழுதப்பட வேண்டும்.
- நிர்வாக சுருக்கத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு முடிவுகள் எடுக்கும்போது இது மிகவும் துல்லியமாக இருக்க வேண்டும்.

அறிக்கையின் பொருள்

அறிக்கையின் பொருளில் பல்வேறு பகுதிகளும் சுருக்கமாக விவாதிக்கப்படுகின்றன

அறிமுகம்: அறிக்கைக்கு சுருக்கமான பின்னணியை தருகிறது

செயல்முறைகள்/முறை: தரவு எவ்வாறு சேகரிக்கப்பட்டது, கூர்நோக்கங்கள் போன்றவை.

பகுப்பாய்வு மற்றும் கண்டுபிடிப்புகள்: தரவுகளின் பகுப்பாய்வுக்குப் பிறகு முக்கிய கண்டுபிடிப்புகள் ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட, தர்க்கரீதியான மற்றும் புறநிலை வடிவத்தில் வழங்கப்படுகின்றன.

முடிவு: புறநிலையாக காட்டியுள்ளதை கண்டுபிடிப்புகள் குறிப்பிடுகிறது. இது நிறைவேற்று சுருக்கத்திலிருந்து வேறுபட்டது, அதனுடன் குழப்பக்கூடாது. இவைகள் பொதுவாக கடந்த காலங்களில் எழுதப்பட்டன.

பரிந்துரைகள்

- முடிவில் இருந்து தர்க்கரீதியாக பொங்கி வழிய வேண்டும்.
- பொதுவாக எதிர்காலத்தில் வெளிப்படுத்தப்படும்.
- நேரடியாக நடவடிக்கை எடுக்கப்படுகின்றது.
- பரிந்துரைகளுக்கு எந்தவிதமான விளக்கமும் தேவையில்லை.

பின் இணைப்பு

அறிக்கை எழுதுதல்

- வரைபடத்தில் பொருந்தாத தகவல்கள், விளக்கப்படம், தரவு மற்றும் வரைபடங்கள் போன்றவை

புத்தக விவரணம்

- அனைத்து வலைத்தளங்களின் மேற்கோள்கள், புத்தகக் கட்டுரைகள் உட்பட அறிக்கை தயாரிப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் குறிப்புகளின் பட்டியல்
- குறிப்புகள் மேற்கோளிடும் போது நிலைத்தன்மையும் பராமரிக்கப்பட வேண்டும்
- எழுத்தாளர்களின் கடைசி பெயர் மூலம் அகரவரிசைப்படி பட்டியலிடப்பட்டது
- நூற்பட்டியலில் பல்வேறு வடிவங்கள் கிடைக்கின்றன

குறிப்புகள்

9.2.1 வர்த்தக அறிக்கைகள் மற்றும் பொறியியல் அறிக்கை ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான வேறுபாடு

வியாபாரத்திலும் விஞ்ஞானத்திலும் பொதுமக்கள் தொடர்பு கொள்ளும் தகவல்களில் ஒன்று அறிக்கை எழுதுதல் ஆகும். வணிக மற்றும் தொழில்நுட்ப அறிக்கைகள் எழுதும்போது நிறுவன திறன்கள், ஆராய்ச்சி திறன்கள் மற்றும் தரவை விளக்குவது மற்றும் ஒரு நிபுணரைப் புரிந்துகொள்ளும் விதத்தில் அதை விளக்கும் திறன் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

வணிக அறிக்கை எழுதுதல்

வர்த்தக எழுத்து பாணி எவ்வாறு தொழில்நுட்ப எழுத்து வடிவத்திலிருந்து வேறுபடுகிறது என்பதை புரிந்து கொள்ள, வணிக நோக்கம் என்னவென்பதை முதலில் தெளிவுபடுத்த வேண்டும் - இந்த பகுதிகளின் பிரத்தியேக விவரங்களை விளக்குகிறது வெற்றிகரமாக இருக்க வேண்டும் என்று நிபுணர்கள் நம்புகிறார்கள், வணிக எழுத்தாளர் வாசகர்களாக இருக்க வேண்டும், அதன் முக்கிய வேறுபாடு பார்வையாளர்கள் மீதான தொனியில் உள்ளது. உதாரணமாக:

- நீங்கள் ஒரு வியாபார முன்மொழிவை உருவாக்கியிருந்தால், இங்கு உங்கள் மொழியின் முக்கியத்துவம் நம்பகத்தன்மைக்கு உகந்ததாக இருக்க வேண்டும். உங்கள் முக்கிய நோக்கம், முதலீட்டாளர்கள் அல்லது முக்கிய பங்குதாரர்களை உங்கள் கருத்தை மதிக்க வேண்டும் என்பதே. முதலீட்டாளர்களுக்கான மதிப்பு என்ன என்பதைக் காட்ட உண்மைகளையும் புள்ளிவிவரங்களிலும் ஒரு வலுவான கவனம் செலுத்துங்கள், திட்டத்திற்கான உங்கள் தனிப்பட்ட கடுமையை காட்ட போதுமானதாகவும் தனிப்பட்டதாகவும் இருக்க வேண்டும், ஆனால் அதே நேரத்தில் நீங்கள் தொடர்புபடுத்திய வணிகத்தின் திறமையை வணிகரின் திறமையை காட்ட போதுமான தொழில்முறை உங்களிடத்தில் உள்ளதையும் காட்ட வேண்டும்..

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- நீங்கள் ஒரு வியாபார குறிப்பாணை எழுதுகையில், முறையான நேரடி பயன்பாட்டிற்கா என்ற கேள்வி கட்டாயமாகும். இந்த வழியில், உங்கள் தொழில்முறை தகவல் தொடர்பின் தரநிலைகளை வைத்து சக பணியாளர்களிடையே அதிகாரம் மற்றும் நம்பிக்கையை பராமரிக்க வேண்டும்.
- வியாபார மின்னஞ்சல்களை எழுதுவது கணிசமான வித்தியாசமான பணியாகும், ஒரு புதிய வாடிக்கையாளரைப் பெறுவது அல்லது பழைய ஒருவருடன் உறவுகளை பராமரிப்பது ஒரு தொழில்முறை ஆனால் சூடான தொனி தேவை என்பதால் இங்கே, ஒரு தனிப்பட்ட அணுகுமுறை மற்றும் தொழில்முறை இடையே ஒரு சமநிலை தேவைப்படுகிறது, இது பெரும்பாலும் ஒரு தனிப்பட்ட அனுபவ கலை. ஒரு தெளிவான மற்றும் அணுகக்கூடிய வடிவமைப்பில் உள்ளடக்கத்தை வழங்குவதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள், எல்லா வாடிக்கையாளர்களும் தொழில்நுட்ப ரீதியாக உங்கள் தொழில்சார் சொற்களோடு பொருத்தப்பட்டிருக்கவில்லை என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள், ஆனால் இதை மிகைப்படுத்திவிடாதீர்கள் - இது சில நேரங்களில் தாக்குதல் தொடுக்கலாம்.

எனவே, நீங்கள் பார்க்கக்கூடிய விதத்தில், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பிற பங்குதாரர்களுடன் தெளிவான, திறமையான மற்றும் தொழில்முறை தொடர்புகளை நிறுவுவதன் நோக்கமாக வணிக எழுத்துக்கள் கவனம் செலுத்துகின்றன, மேலும் பெரும்பாலும் நிறுவனங்களில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதன் பிரத்தியேக பார்வையாளர்கள் உட்புறத்திலும் வெளிப்புறத்திலும் உள்ளவர்களா என்பதைப் பொறுத்தும், வணிகத் தோற்றத்தில் மிகவும் பொது வகையான திட்டம், வருடாந்திர அறிக்கை, வெள்ளைத் தாள் அல்லது விற்பனை கடிதம் எழுதுதல் ஆகியவை உள்ளடக்கும்.

தொழில்நுட்ப அறிக்கை எழுதுதல்

இந்த வகை எழுதும் கலை தெளிவான, முறையான, அணுகுமுறையுடன் தொடர்புடையது, இது பல அம்சங்களில் வணிக எழுத்தாளர்களுடன் பகிரப்படுகிறது. இருப்பினும், இது நோக்கத்திற்காக வேறுபடுகிறது: தொழில்நுட்ப ஆவணங்களின் மிகப்பெரிய பகுதியான தகவல், வழிகாட்டிகள் மற்றும் கையேடுகள், வழிமுறைகள், தரவுத் தாள்கள், வெளியீடுகள் மற்றும் போன்றவற்றை எவ்வாறு பயன்படுகிறது என்பதை குறிக்கிறது. எனவே, பெரும்பாலான வல்லுநர்கள் தொழில்நுட்ப எழுத்துக்கள் பெரும்பாலும் மிகக் குறுகிய பார்வையாளர்களை இலக்காகக் கொண்டுள்ளனர் என்று நம்புகின்றனர், மேலும் அந்த பார்வையாளர்களுடன் மனதில் அவர்கள் உருவாக்கப்பட வேண்டும். வாடிக்கையாளர் அல்லது பங்குதாரர்களிடமிருந்து எளிமையான வார்த்தைகளில் வியாபார எழுத்துகள் பெரும்பாலும் தெளிவான தொடர்பைக் கொண்டிருக்கும் போது, தொழில்நுட்ப ஆவணமாக்கலில் இறுதி பயனர்களைக் காட்டிலும் தொழில்நுட்ப வல்லுநர்கள் மற்றும் உருவாக்குபவர்களே பெரும்பாலும் இலக்காகிறார்கள், எனவே ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில்முறை சொல்லகராதி பயன்படுத்தப்படுவது இந்த வகையான எழுத்துக்களில் ஏற்றுக்கொள்ளத்தக்கதாகவும் விரும்பத்தக்கதாகவும் இருக்கிறது.

9.2.2 ஒரு நல்ல அறிக்கையை எழுதுவதற்கான சிறப்பியல்புகள்

- ஒரு அறிக்கையை எழுதும் போது, எந்த அறிக்கை தயாரிக்கப்பட வேண்டும் என்பதை அடிப்படையாகக் கொண்டு அதன் வழிமுறைகளை கவனமாக படிக்க வேண்டும். ஒரு பரிசோதனையில் ஒரு பதிலை எழுதுபவர் ஒரு கேள்வித்தாளைப் படிப்பது போல் இருக்க வேண்டும். அறிக்கையின் ஒட்டுமொத்த அமைப்பின் வடிவமைப்பும் உள்ளடக்கமும் வழிமுறைகளுடன் அமைக்கப்பட வேண்டும்.
- ஒரு அறிக்கையை தயாரிப்பதற்கான உண்மைகளும் தகவல்களும் உட்பட தேவையான பொருளை சேகரிப்பது அடுத்த படி. ஒரு குறுகிய அறிக்கையில் கூட, அறிக்கைக்குத் திட்டமிட வேண்டும், அல்லது ஆதரவு ஆவணம் வாதங்களுக்கு ஒரு சிந்தனை கொடுக்க வேண்டும்.
- அறிக்கையின் கட்டமைப்பு தயாரான பின்னர் பொருத்தமான விவரங்களை நிரப்ப வேண்டும், இப்போது அறிக்கை வெளியிட தயாராக இருக்கும்.
- எழுத்து பணி முடிந்தவுடன், இன்னும் செய்யப்பட வேண்டியது நிறைய உள்ளது. அவற்றில் மதிப்பாய்வு மற்றும் தொகுப்பாய்வு ஆகியவை முக்கியமானவை. ஒரு அறிக்கையின் நோக்கம் மற்றும் வாசகரை மனதில் வைத்து, உள்ளடக்கத்தை மதிப்பாய்வு செய்ய வேண்டும்.
- அடுத்த விஷயம் இலக்கணம், எழுத்துப்பிழை மற்றும் வெளிப்பாடு துல்லியம் மற்றும் உள்ளடக்கத்தின் அமைப்பு ஆகியவற்றைக் காண வேண்டும். இறுதியாக வடிவமைப்பு. இப்போது அறிக்கை தயாராக உள்ளது.

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. அறிக்கை ஒன்றை வரையறுக்கவும்.
2. அறிக்கையின் ஏதாவது இரண்டு பண்புகளை குறிப்பிடு.

9.3 அறிக்கையின் பல்வேறு வடிவங்கள்

அறிக்கைகள் இரண்டு வகைகளாக இருக்கலாம் - குறுகிய அறிக்கை மற்றும் நீண்ட அறிக்கை. ஒரு குறுகிய அறிக்கை ஒரு கடிதம் அல்லது குறிப்பாணை வடிவில் சமர்ப்பிக்கப்படலாம், அதே நேரத்தில் ஒரு கூட்டு அறிக்கையில் நீண்ட அறிக்கை சமர்ப்பிக்கப்படலாம்.

குறிப்புகள்

ஒரு கடித வடிவ குறுகிய அறிக்கை

திரு. திபக்கர் மித்ரா, வெப்இந்தியா லிமிடெட், கிரேட்டர் நொய்டாவில் ஒரு புதிய அலுவலகத்தை திறக்கும் யோசனை இருந்த போது திரு. கிரிபல் சிங்டம் அதற்கு பொருத்தமான இடத்தை கண்டுபிடிப்பதற்கான பணியை அவர் நியமித்தார். திரு. கிரிபல் சிங் பின்வரும் சாத்தியக்கூறு அறிக்கையை தயாரித்து அதை டாக்டர் மித்ராவுக்கு அளித்தார்.

வெபிண்டியா லிமிடெட்

லக்னோ

எண்:WIL.C.O./2011/146

தேதி: 27 ஜனவரி 2011

அன்புள்ள மித்ரா,

பொருள்: கிரேட்டர் நொய்டாவில் புதிய அலுவலகத்தை திறக்க பொருத்தமான இடத்தின் சாத்தியக்கூறு பற்றிய அறிக்கை

உங்கள் விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகளைபடி, நான், இரண்டு உதவியாளர்களுடன் சேர்ந்து கிரேட்டர் நொய்டாவில் நம் நிறுவனத்தின் ஒரு புதிய அலுவலகம் திறக்க மிகவும் சாத்தியமான இடம் கண்டுபிடிக்க, சுமார் 15 இடங்களைப் பற்றி ஆய்வு செய்துள்ளோம். முழுமையான விசாரணையின் அடிப்படையில், நாங்கள் ஒரு இடத்தை இறுதி செய்துள்ளோம். அது எண் 5, நிறுவன பகுதி, கிரேட்டர் நொய்டா. அலுவலக கட்டிடம் தொடர்பான உண்மைகள் பின்வருமாறு:

1. இது 9000 சதுர அடி பரப்பளவில் பரந்துள்ளது. இரண்டு அடுக்கு மாடி கட்டடம், இரண்டு பெரிய அரங்குகள் மற்றும் ஏழு அறைகள். அரங்குகள், முகாம்களாக மாற்றப்படலாம், அங்கு ஊழியர்கள் உட்கார்ந்து வாடிக்கையாளர்களை சந்திக்க முடியும்.
2. இது ஒரு நிறுவன பகுதி என்பதால், வணிக நடவடிக்கை தொடர்பான எந்த பிரச்சனையும் இருக்காது.
3. கட்டிடத்தின் முன்னால் ஒரு பெரிய பொது இடவசதி உள்ளது, அது அலுவலகத்தில் செயல்படும் போது பயன்படுத்தப்படலாம்.
4. இந்த பகுதி பொது போக்குவரத்து வழிகளோடு நன்கு இணைக்கப்பட்டுள்ளது.
5. கட்டிடத்தின் உரிமையாளர் ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு ஆரம்பத்தில் குத்தகைக்கு விட ஒப்புக் கொண்டார், மற்றொரு ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு மேலும் நீட்டிக்கப்படலாம்.
6. கட்டிடம் மற்றும் வாடகை போன்ற மற்ற கட்டிடங்களுடன் ஒப்பிடும் போது கட்டடத்தின் வாடகை மிகவும் போட்டித்தன்மையுடையதாகும்.
7. எந்த சட்ட சிக்கலும் இந்த கட்டிடத்தில் உள்தா என்பதை நான் விசாரித்தேன்.

நான் வேறு எவருக்கும் இடம் போகும் முன் கட்டடத்தை அவசரமாக வாங்க வேண்டும் என்று பரிந்துரைக்கிறேன், அது காலியாக இருப்பதால், உரிமையாளர் அதை வாடகைக்கு எடுப்பதற்கு ஒரு நிறுவனத்தை தேடுகிறார். தேவையான அனைத்து ஆவணங்களும் சரிபார்ப்புக்கு தயாராக உள்ளன. தேவைப்பட்டால் இன்னும் விவரங்களை வழங்குவதில் மகிழ்ச்சியாக இருப்பேன்.

தங்கள் உண்மையுள்ள

கிரிபல் சிங்

திரு. கிரிபல் சிங்

உள்கட்டமைப்புகள்: 1. 5 வருட குத்தகைக்கு உரிமையாளர் ஒப்புதலுக்கான காகிதம். 2. சொத்துரிமை சட்டப்பூர்வ இடர்பாடுகள் இல்லை என சொத்துக்கள் சட்டப்பூர்வ இடங்களிடமிருந்து சான்று பெற்றது. 3. அறை அமைப்பு கட்டுமானத்திற்காக வடிவமைப்பாளரின் திட்டமும், மதிப்பீட்டின் செலவினமும் இதில் அடங்கும்

குறிப்புகள்

9.3.1 நீண்ட அறிக்கை வெளியீடு: ஒருங்கிணைந்த வடிவமைப்பு 1

- 1. தலைப்புப் பக்கம்/கவர்ப் பக்கம்:** இதில் அறிக்கையின் தலைப்பு, எழுதுபவரின் பெயர்/அவர் பத்தியின் பெயர், பெறுநரின் பெயர் சமர்ப்பிக்கப்படும் தேதி. ஆகியவை இதில் அடங்கும் தலைப்புப் பக்கத்தின் உள்ளடக்கங்கள்/அறிக்கை சமர்ப்பிக்கப்படும் அமைப்பின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப வேறுபடலாம்.
- 2. இடமாற்ற கடிதம்:** ஒரு நபர் அல்லது அதிகாரத்திற்கு அறிக்கை சமர்ப்பிக்க எழுதப்பட்ட ஒரு கடிதவகை அறிக்கை ஒரு சிறு அறிக்கையானது ஒரு கடிதம் அல்லது குறிப்பாணை வடிவத்தில் எழுதப்பட்டிருக்கிறது, ஆனால் ஒரு நீண்ட அறிக்கையில், பகுதி ஒரு குறிப்பிட்ட கடிதத்தின் மூலம் கவனித்து வருகிறது. மிகவும் சுருக்கமாக இது பெறுநருக்கு அறிக்கையை அறிமுகப்படுத்துகிறது.
- 3. பொருளடக்கம்:** அறிக்கையின் உள்ளடக்கங்கள் எவ்வாறு ஒழுங்கமைக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பற்றிய ஒரு கருத்தைத் தரும் எந்தவொரு புத்தகத்தின் பொருளடக்கம் போன்றது. இது அவைகள் தோன்றும் பக்க எண்களுடன் தொடர்புடைய ஒரு அறிக்கையின் முக்கிய தலைப்புகளை வழங்குகிறது. இது பக்க எண்ணைப் பொறுத்து உள்ளடக்கம் கண்டுபிடிக்க உதவுகிறது. இந்த நாட்களில் இந்த பகுதி குறிப்பாக கணினிமயமாக்கப்பட்ட அறிக்கைகளில் எழுதப்படவில்லை. அறிக்கை முடிந்தவுடன் மென்பொருள் உதவியுடன் (ms word) ஒரே ஒரு கட்டளையுடன் இந்த பக்கம் உருவாக்கப்படுகிறது. பக்கம் எண்களில் ஏதேனும் மாற்றங்கள் இருந்தால் தொகுப்பாய்வு, செய்த பிறகு, அது தானாகவே உள்ளடக்கத்தை இணைந்துவிடுகிறது.

குறிப்புகள்

4. **செயலாட்சி சுருக்கம்/பொழிப்பு:** நீண்ட அறிக்கையில், பொருளடக்கத்திற்கு பிறகு சுருக்கம் இருக்கும், இது ஒட்டுமொத்த உண்மையான அறிக்கையின் கருத்தை இதில் காணலாம். இது பொதுவாக பிரதான அறிக்கை எழுதப்பட்ட பிறகு எழுதப்பட்டது, ஆனால் அது உள்ளடக்க பக்கத்திற்குப் பிறகு வைக்கப்படுகிறது. இந்த பகுதி, அறிக்கையின் நோக்கம், நோக்கம், கண்டுபிடிப்புகள் மற்றும் பரிந்துரைகளை உள்ளடக்கிய நீண்ட அறிக்கையின் சுருக்கம் ஆகும். பிரதான அறிக்கையின் விவரங்களைப் பெறாமல், சுருக்கமாக எழுத்தாளரின் கண்ணோட்டத்தில் அவரின் தனிநடையில் அறிக்கையின் முழுமையான கண்ணோட்டத்தை வழங்கும்.
5. **பிரதான அறிக்கை:**
 - (1) **அறிமுகம்:** இந்த பகுதி முக்கியமாக அறிக்கையின் நோக்கம் மற்றும் அதன் பின்னணி தகவல், தயாரிப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் முறையையும், எதிர்பார்க்கப்பட்ட விளைவுகளையும் அறிக்கையின் கண்டிப்பிலும் கவனம் செலுத்துகிறது.
 - (2) **பொருள் உரை உள்ளடக்கம்:** உண்மையான அறிக்கையின் முக்கிய நீண்ட பகுதி இது. இதில் அறிக்கையின் கருத்து மற்றும் பொருள் தேர்வு மூலம் வழங்கப்படுகிறது.
 - (3) **தீர்மானம்:** இந்த பிரிவில் அறிக்கை கண்டுபிடிப்பு பகுதியாக உள்ளது மற்றும் ஒரு முடிவு வடிவில் தோன்றும்.
 - (4) **பரிந்துரைக்கள்:** எழுத்தாளர் பரிந்துரைக்களை முழு ஆய்வு மேற்கொள்ளப்பட்ட கண்டுபிடிப்பின் அடிப்படையில், அவசியமான, மற்றும் அவற்றிற்கு தேவைப்பட்ட பரிந்துரைகள் இந்த பகுதியில் தோன்றும். தகவல் அறிக்கைகளில் பொதுவாக பரிந்துரைகள் வழங்கப்படும் போது, பகுப்பாய்வு அறிக்கைகளில் பரிந்துரைகள் தேவையில்லை.
6. **இணைப்பு/இணைப்புக்கள்:** அவை பிரதான ஆவணத்திற்கு இணைப்புகளை போல இருக்கும். அறிக்கையுடன் தொடர்புடைய ஆவணங்கள், பிரதான அறிக்கையில் சேர்க்கப்பட மாட்டாது, அவை பின் இணைப்பு அல்லது இணைப்புகளின் வடிவத்தில் வைக்கப்படும்.
7. **புத்தக விவரணம்:** இது அறிக்கையை தயாரிப்பதில் பயன்படுத்தப்படும் முதன்மை மற்றும் இரண்டாம் நிலை குறிப்புகளின் அகரவரிசை பட்டியல்.
8. **அட்டவணை:** ஒரு அறிக்கையின் முக்கிய தலைப்புகள் பக்க எண்கள் பெறும் ஒரு உள்ளடக்கத்தின் அட்டவணையைப் போன்றது, இது அவைகளின் பக்க எண்களுக்கு ஒத்த ஒரு அகரவரிசையில் அறிக்கையில் பயன்படுத்தப்படும் அனைத்து சொற்களின் விரிவான பட்டியலாகும். பொருளடக்கம் மற்றும் குறியீட்டு அட்டவணை

ஆகியவை, நீண்ட அறிக்கையின் பொருத்தமான உள்ளடக்கம் வாசிப்பதில் உதவுகின்றன, இல்லையெனில் மிகவும் கடினம். உதாரணமாக, 'தொடர்பு' போன்ற சொல் அகரவரிசையில் தோன்றி, முக்கியமாக விவரிக்கப்படும் பக்க எண்களை பிரதிபலிக்கும்.

9. **கையொப்பம்:** அறிக்கையின் எழுத்தாளர்களிடமிருந்து வரும் அனைத்து உத்தியோகபூர்வ அறிக்கைகளையும் கையெழுத்திட வேண்டும். உதாரணமாக, குழுவின் அனைத்து உறுப்பினர்களாலும் முடிவு செய்யப்படும். அரசாங்கத்தின் எந்தவொரு குழு அமைப்பும் அறிக்கை வெளியிடக்கூடாது. அறிக்கை முறையாக கையொப்பமிடப்பட்ட பின் மட்டுமே சட்டபூர்வமாக செல்லுபடியாகும்.

குறிப்புகள்

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. இரண்டு வகையான தகவல்கள் என்ன?
4. பரிமாற்ற கடிதம் என்றால் என்ன?

9.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. ஒரு நிகழ்வை, செயல் முன்னேற்றம் அல்லது சில செயல்பாடு தொடர்பான தகவலின் முறையான விளக்கத்தின் ஒரு வடிவமாக ஒரு அறிக்கை வரையறுக்கப்படலாம்.
2. அறிக்கையின் இரண்டு குணாதிசயங்கள், பொதுவாக ஒரு உயர் அதிகாரத்திற்கு சமர்ப்பிக்கப்பட்டு, ஒரு நிறுவனத்தில் மேலதிக தகவல்களுடன் தொடர்புபடுத்தப்படுகின்றன.
3. இரண்டு வகையான அறிக்கைகள் குறுகிய அறிக்கைகள் மற்றும் நீண்ட அறிக்கைகள்.
4. ஒரு வகை பரிமாற்றத்தின் கடிதம், நபர் அல்லது அதிகாரத்திற்கு அறிக்கை சமர்ப்பிகளும் ஒரு கடித உள்ளடக்கும்.

9.5 சுருக்கம்

- அறிக்கைகள் ஒரு நிறுவன நடவடிக்கைகளின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.
- ஒரு அறிக்கை அதைத் தேவையான ஒருவரிடம் வைத்திருக்கும் ஒருவரின் தகவலை கொண்டுள்ளது.
- ஒரு வணிக அறிக்கையின்படி, கொண்ட நோக்கத்திற்காக சில அத்தியாவசியங்களை அவசிய தேவைக்காக வைத்திருப்பது.
- எழுதப்பட்ட தகவல்கள் பரிந்துரைக்கப்பட்டவை என்றாலும், அறிக்கைகள் வாய்வழி மற்றும் எழுதப்பட்ட வடிவங்களில் இருக்கும்.
- முறைசாரா தகவல் அறிக்கைகள், உண்மைகள் மற்றும் தரவு வடிவத்தில் தகவலை மட்டுமே கொண்டிருக்கின்றன.

குறிப்புகள்

வழங்கப்பட்ட தகவலின் அடிப்படையில் எந்த பகுப்பாய்வு அல்லது பரிந்துரைகளையும் அவைகள் கொண்டிருக்கவில்லை.

- நிர்வாக கட்டுப்பாட்டுக்கும், நிர்வாகத்தை திறம்பட நிர்வகிக்க உதவுவதற்காகவும் தனிநபர்கள், பிரிவுகள், துறைகள், முதலியன மூலம் வழக்கமான இடைவெளிகளில் நிர்வாகத்திற்கு வழக்கமான அறிக்கைகள் சமர்ப்பிக்கப்படுகின்றன.
- ஒரு அறிக்கையை எழுதும் போது, எந்த அறிக்கை தயாரிக்கப்பட வேண்டும் என்பதை அடிப்படையாகக் கொண்டு அதன் வழிமுறைகளை கவனமாக படிக்க வேண்டும்.
- நீண்ட அறிக்கையை ஒரு கூட்டு கட்டமைப்பில் சமர்ப்பிக்கலாம், ஆனால் குறுகிய அறிக்கை ஒரு கடிதத்தில் அல்லது குறிப்பாணை வடிவில் சமர்ப்பிக்கலாம்.

9.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **பங்குதாரர்:** குறிப்பாக ஒரு நபர் அல்லது ஒரு வணிக அக்கறை கொண்ட ஒரு நபர்.
- **புத்தக விவரணம்:** ஒரு புத்தகத்தில் பட்டியலிடப்பட்ட புத்தகங்களின் பட்டியல், பொதுவாக ஒரு பிற்சேர்க்கையாக அச்சிடப்படுவது.
- **ஆவணமாக்கல்:** அதிகாரப்பூர்வ தகவல் அல்லது சான்றுகளை வழங்கும் பொருள் அல்லது ஒரு பதிவு.

9.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. வணிக அறிக்கையின் பண்புகள் என்ன?
2. எழுதப்பட்ட அறிக்கைகள் வாய்வழி அறிக்கைகளை விட எவ்வாறு சிறந்தவை?
3. பல்வேறு வகையான தகவல்கள் என்ன?
4. பொறியியல் அறிக்கைகள் மற்றும் வணிக அறிக்கைகள் ஆகியவற்றிற்கு இடையிலான வேறுபாடுகள் என்ன?

பெரு வினாக்கள்

1. அறிக்கை வரையறுக்க. அறிக்கைகளின் முக்கியத்துவம் என்ன?
2. ஒரு நல்ல வணிக அறிக்கையின் அத்தியாவசியங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. ஒரு அறிக்கை எவ்வாறு தயாரிக்கப்பட வேண்டும்? ஒரு அறிக்கையின் கட்டமைப்பைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. நல்ல அறிக்கையின் சிறப்பியல்புகள் என்ன?

9.8 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin.
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அறிக்கை எழுதுதல்

குறிப்புகள்

அலகு 10 மின்னஞ்சல் எழுதுதல்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 10.0 முன்னுரை
- 10.1 நோக்கங்கள்
- 10.2 மின்னணு அஞ்சல்
 - 10.2.1 மின்னஞ்சல் தொடர்பில் சிக்கல்களை சமாளித்தல்
- 10.3 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 10.4 சுருக்கம்
- 10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 10.6 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 10.7 மேலும் படிக்க

10.0 முன்னுரை

வியாபார தகவல்களின் வரையறைகளை விரைவான வேகத்தில் மாற்றி வருகிறோம். நேற்று பயன்படுத்தப்படும் தகவல்களின் வழிமுறைகள் மற்றும் வழிவகைகள் இன்று விரைவாகவும் திறம்படமாகவும் உள்ளன. தொலைத்தொடர்பு மற்றும் கணினிகள் உலகம் முழுவதும் இந்த மாற்றத்தை முன்நடத்துகிறது. கடந்த நூற்றாண்டின் முடிவில் பல தொழில்நுட்ப தூண்டுதலான முன்னேற்றங்கள் தனிப்பட்ட மற்றும் வியாபார தகவல்களின் வரம்பு, வேகம், முறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளுக்கு புதிய பரிமாணங்களைக் கொண்டுவந்துள்ளன. இணையம், மடிக்கணினி, தொலைபேசிகள், மோடம்கள், சொல் செயலிகள், தகவல் தொடர்பு 'நெட்வொர்க்கிங்' வலைப்பின்னல் அமைப்புகள், தரவுக் கிடங்கு, கணினி அடிப்படையிலான செய்தியிடல் அமைப்புகள் மற்றும் தொழில்நுட்ப ரீதியாக இயங்கும் திறன் மேம்பாடுகள் ஆகியவை பெருநிறுவன மற்றும் வணிகத் தொடர்புகள் உள்ளிட்ட எல்லா செயல்பாடுகளையும் பாதிக்கத் தொடங்கியுள்ளன.

வணிகங்கள் உருமாற்றம் செய்யப்படுகின்றன. விஷயங்களைச் செய்வதற்கான பழைய வழிகள் புதிய மற்றும் மிகவும் அதிநவீனமானவையாக இருக்கின்றன. தொலைத்தொடர்புகள் மகத்தான வளர்ச்சியைக் கண்டிருக்கின்றன, இதனால் உலகெங்கிலும் உள்ள மக்களின் வாழ்க்கையை பாதிக்கிறது. ஜான் நேசிபிட் மற்றும் பாட்ரிசியா அபுர்தீன் அவர்களின் புத்தகத்தில், 'மெகாட்ரெண்ட்ஸ் 2000', 'தொலை தொடர்புகளில் நாம் ஒரு உலகளாவிய தகவல் வலையமைப்பிற்கு செல்கிறோம், பொருளாதார ரீதியாக நாம் ஒரு உலகளாவிய சந்தையாக மாறி வருகிறோம்.' உலகமயமாக்கல் மற்றும் கருத்துக்கள் மற்றும் வளங்களின் குறுக்கு எல்லை, ஒரு இடத்தின் நிகழ்வுகள் வேகமாக உலகின் மற்ற பகுதிகளை அடைகின்றன. தொழில்நுட்ப புரட்சி கிராமப்புற பகுதிகளையும் தாக்கத் தொடங்கியுள்ளது.

உலகம் முழுவதும் அதிகரித்துவரும் நிறுவனங்கள் நெட்வொர்க்குகள் (வலைப்பின்னல்கள்) மற்றும் மின்னஞ்சல்களில் முதலீடு செய்யத்

தொடங்கியுள்ளன. வியாபார தகவல்தொடர்புகளுக்காக, இவை அனைத்தும் புதிய வாய்ப்புகளையும் அத்துடன் பொறுப்புகளையும் கொண்டு வருகின்றன. செய்திகள் சுருக்கமாகவும், சுறுசுறுப்பாகவும், கவனமாகவும் இருக்க வேண்டும். பறிமாற்ற கசிவுகள் கணிசமாகக் குறைக்கப்பட வேண்டும். இப்போது மிக பெரிய தேர்வு வழிவகைகள் மற்றும் வாசித்தல், வணிக பகிர்ந்து மற்றும் தகவல் பரிமாற்றம், உட்புறமாக மற்றும் வெளிப்புறமாக, தரவு பாதுகாப்பு முக்கியமாக கருதுகிறது.

குறிப்புகள்

10.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- நல்ல மின்னஞ்சல்களை எவ்வாறு எழுதுவது என்பதை அறிய முடியும்:
- மின்னஞ்சலின் கொள்கைகளை விவரிக்கவும்
- மின்னஞ்சல் நெறிமுறை பற்றி விவாதிக்கவும்
- மின்னஞ்சல் தொடர்புகளில் பிரச்சினைகளை எப்படி சமாளிப்பது என்பதை சோதிக்கவும்

10.2 மின் அஞ்சல்

மின் அஞ்சல் என்பது மின்னனுமுறையில் அனுப்புவதாகும். இந்த மின்னஞ்சல் வார்த்தையை இ-மெயில் எனவும் எழுத முடியும். மின்னஞ்சல் ஒரு நெட்வொர்க்கில் (வலைப்பின்னலில்) இணைக்கப்பட்டுள்ள கணினிகள் மூலம் மற்றவர்களிடம் செய்திகளை மற்றும் தரவை அனுப்புவதற்கான ஒரு வழியாக விவரிக்கப்பட்டுள்ளது. இணையம் வழியாக மின்னஞ்சல் அனுப்பப்படும். ஒரு கணினி நெட்வொர்க் (வலைப்பின்னலில்) மூலம் ஒரு கணினி நெட்வொர்க்கில் இருக்கும் மற்றொரு கணினிக்கு மின்னஞ்சலை அனுப்புகிறது. ஒரு பெரிய நிறுவனத்தில், கிளைகள், பிராந்திய அலுவலகங்கள், கட்டுப்பாட்டு அலுவலகங்கள், சேவை அலகுகள் மற்றும் பயிற்சி மையங்கள் போன்ற பல இடங்களில் இ-மெயில் இணைப்பு நிறுவப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு மின்னஞ்சல் முகவரியும் ஒரு தனிப்பட்ட மின்னஞ்சல் அடையாளத்தால் அடையாளம் காணப்படுகிறது, குறுகிய மின்னஞ்சல் அடையாளத்தில். துதஞ்சல், மற்றும் துரித அஞ்சல் மூலம் மாற்றப்படும் செய்திகள் மற்றும் தரவு, அதற்கு பதிலாக மின்னஞ்சல் மூலம் மாற்ற முடியும். பிற பரிமாற்றத்தில் இயல்பான பரிமாற்றமும் இயக்கமும் மிகவும் இன்றியமையாதது. மின்னஞ்சல் மூலம் தரவு பரிமாற்றம் உடனடி மற்றும் செலவு குறையும்.

மின்னஞ்சலைப் பயன்படுத்துவதற்கான நன்மைகள் உண்மையில் பலவை:

- மின்னஞ்சல் தொடர்பு விரைவாகவும், உடனடியாகவும் உள்ளது.
- மின்னஞ்சல் தொடர்பு மிகவும் சிக்கனமானது.

குறிப்புகள்

- இணைப்புகளை கொண்டிருக்கும் போது மின்னஞ்சல் தொடர்பு நீண்ட அல்லது கனமாக இருக்கலாம்.
- மின்னஞ்சல் தொடர்பு ஒரு பெரிய உலகளாவிய அணுகல் மற்றும் பல நபர்களை அடையும்.
- மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்பு நேர மண்டலங்களின் அசாதாரணமானதாக உள்ளது.
- மின்னஞ்சல் தொடர்பு பெரும்பாலும் நம்பகமானது செய்தி அனுப்புநரை அடைந்திருக்கிறதா இல்லையா என்று அனுப்புநர் அறிவார்.
- மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்பு ரிசீவர் (பெறுநர்) உடனடியாக ஒப்புக் கொள்ள முடியும்.
- அனுப்பியவர் பெறுநரிடமிருந்து ஒரு ஒப்புதலைப் பெறலாம்.
- அனுப்பியவர் செய்தியின் பிரதிகளை உடனடியாக பலருக்கு அனுப்புவார்.
- மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்பு செய்திகள் பொதுவாக ஒலி வரை மொழி மற்றும் வணக்கத்தைப் பயன்படுத்துகின்றன, மேலும் ஒரு வழக்கமான கடிதத்தின் மற்ற அத்தியாவசியமானவை கட்டமைப்புகள் இதில் தேவை இல்லை.
- மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்பு சேமிக்கப்படலாம் மற்றும் அனுப்புபவர் மற்றும் பெறுநருக்கு இருவருக்கும் தேவைப்படும்போது மீட்டெடுக்கப்படும்.

ஒரு மின்னஞ்சல் அடையாளத்தை உருவாக்கவும்

மின்னஞ்சல்கள் உலகெங்கிலும் உள்ள மக்களிடையே மிக விரிவான தகவல்தொடர்பு முறையாக வெளிப்படுகின்றன. உரை செய்திகளை, வரைபடங்கள் மற்றும் புகைப்படங்கள் கூட அனுப்பு முடியும் மற்றும் பெறும் பயனர்களுக்கு பல்வேறு விருப்பங்களை வழங்குகிறது. தொலைபேசி உரையாடல்களை தவிர்க்க நிறுவனங்கள் மின்னஞ்சல்களால் தங்கள் நிறுவன செய்திகளை அனுப்புகின்றன. மேலும், செய்தி ஒரே நேரத்தில் பெருமளவில் மக்களுக்கு தெரிவிக்கப்படலாம்.

மின்னஞ்சலை அனுப்ப விரும்பும் ஒரு நபர் ஒரு மின்னஞ்சல் கணக்கை தொடங்கி அதன்மூலம் பயனர்களுக்கு ஒரு மின்னஞ்சல் சேவையை வழங்கும் எந்தவொரு வலைத்தளத்துடனும் கொண்டிருக்க வேண்டும் மின்னஞ்சல் முகவரி/அடையாளம். அஞ்சல் முகவரிக்கு ஒத்திருக்கிறது. இது ஒரு அஞ்சல் மற்றும் துரித அஞ்சல், தூதஞ்சல் போல இருக்கிறது.

மின்னஞ்சல்களின் திறனை உணரும் வணிகங்கள் மின்னஞ்சல் செய்திகளுக்கு மிகவும் முக்கியத்துவம் கொடுக்கின்றன. மின்னஞ்சல் செய்திகளுக்கு வேறு எந்த தகவலையும் போலவே, விற்பனை மற்றும் பிற மக்கள் அவ்வப்போது தங்கள் மின்னஞ்சல் 'இன்பாக்லை' (உட்பெட்டி) திறக்க மற்றும் உடனடியாக மின்னஞ்சல்களை வாசிக்கவும் பதிலளிப்பதையும் உறுதி செய்யவும் ஊக்குவிக்கப்படுகிறார்கள். இதேபோல், அதிகாரப்பூர்வ

மின்னஞ்சல் வழியாக பயன்பாட்டினை தனிப்பட்ட முறையில் தொடர்பு கொள்ளாமல், கடுமையான தண்டனை விதிமுறைகளை நிர்ணயித்தல் மற்றும் நடைமுறைப்படுத்தவும் முடியும்.

உலகெங்கிலும் உள்ள மின்னஞ்சலைப் பயன்படுத்துவதில் விரைவான வளர்ச்சி உள்ளது. 'லூசண்ட் டெக்னாலஜீஸ்'ன் முந்தைய வருடாந்தர அறிக்கையில், மின்னஞ்சலில் ஒரு நிமிடத்திற்கு ஐந்து மில்லியனுக்கும் அதிகமான் செய்திகளை அனுப்ப முடியும் எனக்கூறியது. சமீபத்திய தரவு (2014) நிமிடத்திற்கு மின்னஞ்சல் செய்திகளின் எண்ணிக்கை 200 மில்லியனை தாண்டியுள்ளது என்று தெரிவிக்கிறது. மின்னஞ்சல்கள் தகவல் பரிமாற்றத்தின் ஒரு தவிர்க்கமுடியாத வழிமுறையாக மாறி உள்ளது. இது தற்போது குழுக்களின் அடிப்படையில் கேலிக்காக தொடர்கிறது.

பெரும்பாலான மின்னஞ்சல்கள் இன்று இந்த தகவல்தொடர்பு முறையைப் பயன்படுத்துவதால், மின்னஞ்சலை நன்கு அறிவது மிகவும் அவசியம். வேலை விண்ணப்பக் கடிதங்களை தயாரித்தல் மற்றும் அனுப்பும் விடயத்தை நாம் முன்னர் விவாதித்தோம். சில நிறுவனங்கள் மற்றும் வேலை விளம்பரதாரர்கள் விண்ணப்பக் கடிதங்கள் மற்றும் மறுவிற்பனைகளை குறிப்பிட்ட மின் அஞ்சல் முகவரிக்கு மட்டுமே மின்னஞ்சல் மூலம் அனுப்பி வைக்க வேண்டும் என்று வலியுறுத்துவது இங்கே குறிப்பிடத்தக்கது. இதேபோல், பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் மின்னஞ்சல்களை பயன்படுத்துவதால் அதை நன்கு அறிவது அவசியம். இதேபோல், அறிவிப்புகளும் வழக்கமான தகவல்களும் மின்னஞ்சல் மூலம் கையாடப்படுகின்றன. ஒரு மின்னஞ்சல் அடையாளத்தை வைத்திருப்பதுடன் செய்தி பரிமாற்றத்தின் இந்த நடுத்தரத்துடன் தொடர்புகொள்வதும் பயனுள்ளதாயினும், முற்றிலும் அவசியமாக உள்ளது.

தனிப்பட்ட தகவல்தொடர்பு மற்றும் வியாபாரத் தொடர்பு ஆகிய இரண்டிற்கும் மின்னஞ்சல் பயன்படுத்தப்படுகிறது. தனிப்பட்ட தகவலுக்கான மின்னஞ்சல் செய்திகளை அனுப்பும்போது, அவர்கள் சாதாரண முறையான தகவல்தொடர்பு கொண்டவர்களாக உள்ளனர். மறுபுறம், மின்னஞ்சல் செய்திகளை பெருநிறுவன அல்லது வியாபார கட்டமைப்பில் அனுப்பும்போது, அவர்கள் சாதாரண மற்றும் அதிகாரப்பூர்வமாக இருக்கிறார்கள். ஒரு வேலைக்கான மின்னஞ்சல் விண்ணப்பம், ஒரு அலுவலக குறிப்பாணை மற்றும் மின்னஞ்சல் அலுவலக நினைவுட்டல்களை அனுப்புதல் ஆகியவை வியாபாரத்தில் முறையான தகவல்தொடர்பு பற்றிய அனைத்து எடுத்துக்காட்டுகளாகும். தனிப்பட்ட மின்னஞ்சல்கள் எழுத்துப்பிழை, இலக்கணம் மற்றும் நல்ல எழுத்துக்குரிய விதிகள் ஆகியவற்றிற்கு போதுமான கவனத்தை கொடுக்காது, ஆனால் வணிகத் தொடர்பில் அவசியமாக இருக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு நல்ல தொடர்பாளரும் தனிப்பட்ட முறைசாரா தகவல்தொடர்பு மற்றும் உத்தியோகபூர்வ மற்றும் முறையான தொடர்பு ஆகியவற்றுக்கு இடையே வேறுபாட்டை மனதில் வைத்திருக்க வேண்டும். இந்த வேறுபாடுகள் மங்கலாகும்போது, வணிகத் தரம் குறையும். வியாபார தகவல்தொடர்பு முறைசாரா மற்றும் சாதாரணமாக இருக்கக்கூடாது.

மின்னஞ்சல் பண்பாடு மற்றும் மின்னஞ்சல் சீர்திருத்த கொள்கை

இந்த பிரிவில், ஒரு மின்னஞ்சல் மற்றும் மின்னஞ்சல் தொகுப்பாய்வு அனுப்புவது பொருத்தமானதா என்றும், அதன் பண்பாட்டையும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

எப்பொழுது மின்னஞ்சல்கள் பொருந்தாது

மின்னஞ்சல் தொடர்பாடலில் பல நன்மைகள் இருந்த போதிலும், ஒரு மின்னஞ்சல் தொடர்பு பரிந்துரைக்கப்படாத சில நிகழ்வுகளும் உள்ளன. இவை பின்வருமாறு:

- தொடர்பு அல்லது கடிதம் பெறுபவருக்கு சிறப்பு முக்கியத்துவம் இருக்கும்போது மின்னஞ்சல்கள் பொருந்தாது. உதாரணமாக, ஒரு பாராட்டு கடிதம், பதவி உயர்வு கடிதம் அல்லது பாதுகாக்கும் மதிப்புள்ள எந்த தகவலும் அனுப்பப்படும் போது. மின்னஞ்சல் செய்திகள் நல்ல தரமான காகிதத்தில் கையால் எழுதப்பட்ட அல்லது அழகாக தட்டச்சு செய்யப்படும், ஆனால் தனிப்பட்ட தொடர்புக்கு இவை பொருந்தாது.
- மின்னஞ்சல்களில் செய்திகள் இரகசியமாக இருக்க வேண்டுமெனில் தவிர்க்கப்பட வேண்டும் காரணம் அவை பல நபர்களுக்கு எளிதாக எளிதில் அனுப்பப்படும்.
- கடிதங்கள் குறுகிய மற்றும் உள்ளடக்கங்கள் வழக்கமானதாக இருக்கும் போது மின்னஞ்சல்கள் சேவை நன்றாக இருக்கும். கடிதங்கள் நீண்ட மற்றும் சிக்கலானவையாக இருக்கும்போது, முறையான எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்புகளை அனுப்புவது மிகவும் பொருத்தமானது.
- பெறுநர் தகவல்தொடர்பு கையொப்பமிடப்பட்ட நகலை எதிர்பார்க்கும்போது மின்னஞ்சல்கள் பயன்படுத்தப்படாது.

உங்கள் மின்னஞ்சல் மொழியை கவனிக்க

வணிக தொடர்பான மின்னஞ்சல்களை அனுப்பும் போது, நல்ல எழுத்து விதிகள் மிகவும் பொருத்தமானவை. மின்னஞ்சல்கள் அனுப்ப எளிதானது என்பதால், வியாபார எழுத்துக்களில் தொடர்புடைய விடாமுயற்சி கவனிக்கப்படக்கூடாது. மின்னஞ்சல்கள் வணிகத் தொடர்புகளை உருவாக்குகின்றன, எனினும் செய்தியின் பரிமாற்றம் இணைய பயன்முறையில் நடைபெறுகிறது எனவே நல்ல எழுத்து விதிகள் பின்பற்ற வேண்டும்.

பின் வருவனவற்றை தவிர்க்கவும்

- இலக்கண பிழைகள்
- தவறுதலான எழுத்து
- நிறுத்தற்குறியீடுகளில் தவறுகள்
- பெரிய எழுத்துக்களை (UPPER CASE LETTERS) எழுதுவதில் பிழைகள்
- நீண்ட வாக்கியங்கள் மற்றும் பத்திகள்
- சாதாரண எழுத்து முறை
- தேவையற்ற நகல்களை எடுப்பது
- பொருள்/உரை சுருக்கங்கள்
- எழுத்துப்பிழைகள் அல்லது தட்டச்சு பிழைகள்

மேலும், ‘முகவரி’, பொருள் வரி, வாழ்த்துக்கள், முறையான வணிக மொழி மற்றும் முறையான நட்பு மூடுதல் ஆகிய அனைத்தும் மின்னஞ்சல் செய்திகளில் மிகவும் அவசியமானவை. மின்னஞ்சல்களை அனுப்பும் நடைமுறை அளவு, அனுப்புபவர் மற்றும் கடிதத்தின் பெறுநரின் நிலையைப் பொறுத்து மாறுபடும். வணிக உறவு முறையானது மற்றும் உத்தியோகபூர்வமாக இருக்கும் போது மின்னஞ்சல் தொடர்பு முறைசாரா மற்றும் சாதாரண அணுகுமுறையை அனுமதிக்காது.

அன்புள்ள இன்னும் மிகவும் பொருத்தமானது, மேலே கொடுக்கப்பட்ட பெட்டியிலிருந்து வெளிப்படையாக, சமீப காலத்தில், ‘அன்புள்ள’ பயன்பாடு சில சர்ச்சைகளைக் கண்டது. மின்னஞ்சல் வருகை முறையான எழுத்து நடை தாக்கம் மற்றும் ‘அன்புள்ள’ பயன்பாட்டுக்கு ஒரு கேள்வி குறி எழுப்பியுள்ளது. சில இடங்களில் குறிப்பிட்ட சில இட ஒதுக்கீடுகளைத் தவிர, தற்போதைய வணிகத் தொடர்புக்கு வரும்போது, தற்போது ‘அன்புள்ள’ என்பதை நாம் கவனிக்க வேண்டும். இதை ‘அன்புள்ள சார்’, ‘அன்புள்ள திரு.’, ‘அன்புள்ள திருமதி’, மற்றும் ‘அன்புள்ள பேராசிரியர் ஐயா இவை ‘வியாபார மின்னஞ்சல்களை எப்படிக் கையாள்வது என்பதற்கான உதாரணங்கள். இவற்றில் எங்கிருந்தாலும் தலைப்புகள் பயன்படுத்த பொருத்தமானது. ஒரு குழுவைக் குறிப்பிடும் போது ‘அன்புள்ள அனைத்தையும்’ பயன்படுத்தலாம். ‘ஹாய்’ (Hi) மற்றும் ‘வணக்கம்’ ஆகியவை முறைசாரா எழுத்துகளில் மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அதேபோல், வணிக மின்னஞ்சல்களை மூடுகையில், நேர்மையாக, ஒழுக்க ரீதியாய், அன்புடன், சிறந்த மனோபாவங்கள், போன்றவை பொருத்தமானவை.

செய்திகளை மட்டுமல்லாமல் கோப்புகள் மற்றும் நீண்ட ஆவணங்களை அனுப்ப மின்னஞ்சல் பயன்படுகிறது. இத்தகைய நீளமான அறிக்கைகள் மற்றும் ஆவணங்கள் மின்னஞ்சலில் அனுப்பப்படும்போது, அவற்றின் ‘இணைப்புகளாக’ எப்போதும் அனுப்பப்படுகின்றன. மின்னஞ்சல் இணைப்புகளின் மூலம் நீண்ட ஆவணங்களை அனுப்புவது உடனடியாகவும் தபால் அல்லது துதஞ்சல் வழியைவிட மலிவாக, வேகமாகவும் வேலை செய்கிறது. அதனால்தான் நீளமான செய்திகள் மற்றும் ஆவணங்கள் தொடர்ந்து இணைப்புகளாக அனுப்பப்படுகின்றன. அத்தகைய செய்திகள் மற்றும் ஆவணங்கள் கூடுதலாக, படங்கள், இணைய இணைப்புகள், ஒலி கோப்புகள் மற்றும் கானொளி கோப்புகள் ஒரு மின்னஞ்சலுக்கு இணைப்புகளாக அனுப்பப்படும். மின்னஞ்சல்கள் ஒரு பொத்தானை அழுத்தினாலே போதும் செய்தி பெறுவதை சேர்த்துவிடும். இது ஒரு வரம் மற்றும் ஒரு நஞ்சு. நல்ல வியாபாரத் தொடர்புபயாளர்கள், ‘அனுப்பு’ பொத்தானை அழுத்தும் முன், இலக்கண பிழைகள் மற்றும் பிற பிழைகள், முழுவதுமாக உள்ளடக்கங்களை சரிபார்த்து, பெறுநரின் முகவரி சரியாக தட்டச்சு செய்யப்பட்டுள்ளதா எனவும் ‘முகவரி’ மற்றும் “நகல்கள்” நெடுவரிசைகள் அனைத்தையும் ஒழுங்குபடுத்துவதை முழுமையாக உறுதிப்படுத்திய பின்னர் இறுதியில் தட்டச்சு செய்யப்படுவது பரிந்துரைக்கப்படுகிறது. எந்தவொரு அவசரமும் முழுமையடையாத அல்லது தவறான செய்திகளை அனுப்புவதன் விளைவாக ஏற்படும் சிக்கல்களையும் விளைவிக்கின்றன.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மின்னஞ்சல்கள் வேகமான தொடர்பு கொள்ள கூடியது. மின்னஞ்சலைப் பெற்ற எவரும் உடனடியாக எந்த தாமதமும் இன்றி பதிலளிக்க வேண்டும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. எந்த பதிலும் தேவையில்லை என்றால், செய்தி படிக்கப்படும் அல்லது சேமிக்கப்படும் அல்லது நீக்கப்படும். மேலும், தேவைப்படும் போது, செய்தியின் அச்ச அழுக்கப்படலாம் மற்றும் தாக்கல் செய்யலாம். மின்னஞ்சல்களை தகவல்கள் முன்னெடுத்துச் செல்லும் மின்னஞ்சலை முன்னெடுப்பதற்கான ஒரு ஏற்பாடு இருப்பினும், வணிக நெறிமுறைகளின் அடிப்படையில், கவனித்து கொள்ள வேண்டும். எந்தவொரு முன்னுரிமையும் கண்டிப்பாக தேவை-அடிப்படையாக இருக்க வேண்டும், ரகசிய தகவல்களை கொண்ட மின்னஞ்சல்களை கண்முடிதனமாக பகிரப்படுவது தவிர்க்கப்படவேண்டும். மின்னஞ்சல்கள் ஏற்றுக்கொள்ளும்போது அதில் இருக்கும் இணைப்புக்களையும் ஏற்றுக்கொண்டதாக தெரிவிக்கவேண்டும்.

நல்ல தொடர்பாடல் முறையான மின்னஞ்சல் கடிதத்தின் எடுத்துக்காட்டு

பெறுநர்: ahmad@vikaspublishing.com

Cc: programs@toptrainers.com

பொருள்: வர்த்தக தொடர்பாடல் பயிற்சி பொருள்

அன்புள்ள அஹ்மத்

நான் பெங்களூரில் சிறந்த பயிற்சி நிறுவனத்தில் பயிற்சி முகாமையாளராக இருக்கிறேன். வியாபார தகவல் தொடர்பில் புத்தகங்கள் மற்றும் குறுந்தட்டுகள் உங்களிடம் கிடைக்கும் என்பதால் உங்களை தொடர்புகொண்டேன்.

அடுத்த மாதம் முக்கிய வர்த்தக பள்ளிகளின் ஆசிரியர்களுக்கு பயிற்சித் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்கிறோம். அனைத்து பங்கேற்பாளர்களுக்கும் பொருத்தமான பயிற்சிக் கருவியை வழங்குவதைத் தவிர, வணிக தொடர்பாடல் தொடர்பான சில புத்தகங்கள் மற்றும் குறுந்தட்டுகளை அவர்களுக்கு வழங்குவோம். எங்கள் ஆரம்பத் தேவை 30 இணை கோப்புகள் ஆகும்.

உங்களுடைய விலை பட்டியல், விநியோக நேரம் மற்றும் கட்டண விதிமுறைகளுடன் சேர்த்து உங்களுடன் தொடர்புடைய புத்தகங்கள் மற்றும் குறுந்தட்டுகளை எங்களுக்கு வழங்கவும். எங்கள் அஞ்சல் முகவரி: மேல் பயிற்சியாளர்கள் லிமிடெட் 55, எம்.ஜி.ரோடு, பெங்களூரு 560002. தொடர்பு எண் 91 9999955555.

உங்கள் விரைவான பதிலை எதிர்பார்த்து.

அன்புடன்

மேத்யூ அர்னால்டு, பயிற்சி முகாமையாளர்.

மோசமான மின்னஞ்சல் கடித தொடர்பாடலுக்கு உதாரணம்

விரைவில் பதிலளிக்கவும்.

வருகிறேன்

மேத்யூ

10.2.1 மின்னஞ்சல் தொடர்பில் சிக்கல்களைச் சமாளித்தல்

சரியான கருவிகளைப் பயன்படுத்துவது மிகவும் முக்கியம். உங்கள் மின்னஞ்சல் சவால்களை முழுவதுமாக சமாளிக்க மற்றும் மின்னஞ்சல் உள் தகவல்தொடர்புகளுடன் உங்கள் தாக்கத்தையும் அதிகரிக்க, நீங்கள் சில காரணிகளைக் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும்.

எண்முறை 'டிஜிட்டல்' காலத்தின் முழு அதிகாரத்தையும் மின்னஞ்சலுக்கு கொண்டு வர தொழில்நுட்பம் இருப்பதைப் பற்றி இன்னமும் குழப்பம் இல்லை. இந்த தொழில்நுட்பத்தை பெறுநருக்கு தகவல்தொடர்புகளைத் தனிப்பயனாக்குவதற்கு தொடர்புதாரர்களால் பயன்படுத்த முடியும் - சரியான செய்திகளை சரியான நேரத்தில் சரியான ஊழியர்களுக்குக் கொடுக்கிறது.

எந்தவொரு சாதனத்திலும் நுகரப்படும் மற்றும் அங்கீகரிக்கக்கூடிய வடிவத்தில் ஊழியர்கள் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட மின்னஞ்சல்களைப் பெறுகின்றனர், மேலும் அந்த பணியாளருக்கு மட்டுமே பொருத்தமான உள்ளடக்கத்தை வழங்குகிறார்கள். இது எந்தவொரு தகவலையும் விட்டுவிடாமல் ஊழியர்களுக்கு உதவுகிறது. மேலும், அவை ஆர்வம் குறைந்த அல்லது அவற்றைப் பயன்படுத்தும் பெறுநர் உள்ளடக்கத்துடன் சறுக்கி விடப்படும் அபாயத்திலிருந்து பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

மேலும், உங்கள் பிரச்சாரங்கள் இப்போது மிகவும் அளவிடக்கூடியவையாக இருக்கின்றன - மேலும் முன்னோக்கிச் செல்லும் பேச்சாளர்களுக்கு அவசியமான பார்வையை வழங்குகின்றன - மேலும் வணிகத்தின் மதிப்பை நிரூபிக்கிறது.

தகவல் சுமை

இது 'இன்பாக்ஸில்' (உட்பெட்டி) ஒழுங்கீனம் குறைக்க கடினமாகி வருகிறது. தகவல் சுமை என்பது பொதுவான சிக்கல் பகுதியாகும்.

இரண்டு வகையான மின்னஞ்சல்கள் இன்பாக்ஸ் சுமைக்கு பங்களிப்பு செய்கின்றன:

1. **ஊழியர்-க்கு-ஊழியர்:** 'அனைத்து ஊழியர்', அதிகமான நகல்கள் மற்றும் அஞ்சா நெஞ்சம் கொண்டவர்கள் அனைவருக்கும் அடிக்கடி 'இன்பாக்ஸை' (உட்பெட்டி) சீர்குலைத்து, பிரளயத்தில் முக்கியமான தகவல்தொடர்புகளை இழக்கின்றனர். மேலும், மின்னஞ்சலை செய்ய விரும்பாத பணிகளுக்காகவும் பயன்படுத்தப்படுகிறது: ஆவணம் பரிமாற்றம், ஒத்துழைப்பு மற்றும் சேமிப்பிடம். பணியிடத்தில் மின்னஞ்சலைப் பயன்படுத்துவதற்கு கல்வி மற்றும் மேம்படுத்துதல் போன்ற அமைப்புகளால் இது குறிப்பாக உரையாற்றப்பட வேண்டும் - இது 'இன்பாக்ஸில்' (உட்பெட்டி) ஒழுங்கீனம் குறையும்.
2. **பெருநிறுவன மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்புகள்:** - உட்புற தகவல் தொடர்புதாரர்கள் ஒரு பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய இடங்களில், எடுத்துக்காட்டாக அனைத்து முன்னணி நிறுவன

குறிப்புகள்

தகவல்தொடர்புகளிலும் சிறந்த நடைமுறையைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் முன்னெடுக்கலாம்.

குறிப்புகள்

இன்பாக்கலை மறுதொடக்கம் செய்வதில் முதல் படி ஒரு மத்திய காலண்டர் உருவாக்க வேண்டும். ஒரு கூட்டு குழுவாக பணியாற்றுவதல், வியாபாரத்தில் உள்ள எல்லா பெருநிறுவன தகவல்களையும் கட்டுப்படுத்தி நிர்வகிக்க மையக் காட்சியைப் பயன்படுத்தலாம். இது பிரதிகளை குறைத்து, அதிகரித்து வரும் தொடர்பில் நிறைய உதவுகிறது. மேலும் அதிக படியான அடுக்கு நகல்லையும் கட்டுப்படுத்தும்.

குழுவில் பணியாற்றுவதற்குப் பதிலாக, வழக்கமான தகவல்தொடர்புகளை திட்டமிட துறைகள் மூலம் பங்குதாரர் அத்தகைய செய்திமடல்களை ஒழுங்குபடுத்த, ஒழுங்கமைக்கவும், அதே போல் தலைமை நிர்வாக அதிகாரி மற்றும் அவசர செய்திகளை போன்ற முக்கிய செய்திகளை மேலும் சிறப்பம்சமாக, வேலையில்லா நாட்களை அமுல்படுத்த - மற்றும் மின்னஞ்சல்களை அனுப்புவதற்கான திறனைக் கட்டுப்படுத்தும் பாதுகாக்கப்பட்ட பட்டியலைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் கட்டுப்படுத்தும். (நியூஸ்வீவர் (மேலோட்டமாக வாசிப்பவர்கள்) வாடிக்கையாளர் கணக்குகளில் கட்டப்பட்ட காலெண்டர்கள் உள்ளது.)

தனிப்பயனாக்கம்

உங்கள் பணியாளர்களை தனிநபர்களாக நடத்துவதில் ஈடுபாடு வேண்டும். தனிப்பயனாக்குதல், அந்த வகையான மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்புகளை வழங்குதல் - ஒவ்வொரு பணியாளருக்கும் பொருந்தக்கூடிய உள்ளடக்கம்.

நீங்கள் பணியாளரின் தேவைகளை அடிப்படையாகக் கொண்ட மின்னஞ்சல்களை அனுப்புவதன் காரணமாக, தகவல் பரிமாற்றத்தை குறைப்பதில் தனிப்பயனாக்கம் மிகவும் அற்புதம் ஆகும். நேரடி தாக்கம் ஏற்படுத்தும் வார்த்தைகளை சரியான நேரத்தில் வடிவமைக்கப்பட்ட உள்ளடக்கம் பொருத்துவதன் மூலம் தகவல் செய்தியை எளிமையாக்கலாம்.

பிரிவு பார்வையாளர்களுக்கு நீங்கள் பயன்படுத்தக்கூடிய ஊழியர் தரவைப் பார்க்க, உள்ளடக்கத்தைத் தனிப்பயனாக்குதல், இலக்கு பிரச்சாரங்கள் மற்றும் அடுக்கு நகழ்வு தீர்மானத்தை நிர்ணயிக்கும் தரவுத் தணிக்கை நடத்திடுங்கள்.

வழிமுறைகள் செயல்திறன்

வழிமுறைகள் பெருக்கம் பெருகிய முறையில் குழப்பமடையக்கூடும். இந்த சிறிய இடத்தில் சிறந்த ஆலோசனையானது புதிய தொழில்நுட்பத்திற்கு ஆதரவாக இருக்கும் தொழில்நுட்பத்தை கைவிடக் கூடாது. என்ன வேலை செய்யப் போகிறது என்பதைப் புரிந்துகொள்வதற்கு, மற்றும், உங்கள் பணியாளர்கள் என்ன விரும்புகிறார்கள் மற்றும் எதை இன்னும் அடிக்கடி பயன்படுத்த விரும்புகிறார்கள் என்பதை அறிய ஒரு வழிமுறை தணிக்கை நடத்துங்கள்.

அளவீட்டுகள்

உள்ளக தகவல்தொடர்புகள் - மற்றும் அவற்றின் நன்மைகள் ஆகியவற்றை நிறுவனங்கள் பெருமளவில் அங்கீகரிக்கின்றன. எவ்வாறாயினும்,

சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் நிதியியல் போன்ற முதிர்ந்த பெருநிறுவன செயல்பாடுகளைப் போலவே, மனிதவள துறை, அங்கீகாரத்துடன் முதலீட்டின் மீதான வருவாய் மற்றும் வணிக மதிப்பை ஏற்படுத்த அதிக எதிர்பார்ப்பு உள்ளது.

நீங்கள் இன்னும் மேலோட்டமாக படிப்பவரை அளவுகோல் என்று எண்ணினால், உங்களுக்கு தேவையான ஆழமான அளவை நீங்கள் பெறவில்லை. இது மிகவும் உயர் தொழில்நுட்பம் பயன்படுத்தி என்முறை (டிஜிட்டல்) காலத்தில் நுன்னறி (smart) மின்னஞ்சல்கள் உருவாக்க சரியான கருவிகள் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்த - உங்களை அழைக்கிறது.

திற்கும் மற்றும் விசைப்பான் (கிளிக்) குறிகாட்டிகள், ஆனால் அவைகள் உங்களுக்கு தேவையான முழுமையான கருத்தை (செய்தியை)/ பார்வையை வழங்க முடியாது. ஆகையால், நீங்கள் செய்ய வேண்டியது என்னவென்றால் உள்ளடக்கம் மற்றும் பிரிவு பிரபலங்கள், பதிவிறக்கங்கள் மற்றும் நிகழ்வு பதிவு போன்றவை போன்ற கற்றுகொள்ள வேண்டியது அவசியம்.

பணியாளர் குழுக்களால் உண்டான அளவு கோலை உடைக்க தரவைப் பயன்படுத்தவும். இது நிறுவனத்தில் ஊழியர் ஈடுபாட்டை அளவிடுவதற்கு உங்களை அனுமதிக்கும். இது துறைகள், ஊதியம், அலுவலகங்கள், அல்லது அமைப்பு பகுதிகள் ஆகியவை அடங்கும்.

வரையறைகளை உருவாக்கி காலப்போக்கில் உங்கள் முடிவுகளை போக்குங்கள். தொழில்முறை வரையறைகளை சுவாரஸ்யமானதாக இருக்கும்போது, உங்கள் இலக்குகளை இணைத்து உங்கள் சொந்த தனித்துவமான வரையறைகளை உருவாக்குவது மிகவும் முக்கியம். பணியாளர்களின் நடவடிக்கைகளில் சிகரங்களையும் இலக்குகளையும் பற்றிய உண்மையான துல்லியமான பார்வை பெற மாதங்கள், காலாண்டுகள் மற்றும் நிதி ஆண்டில் மதிப்பாய்வு போக்குகள், ஆகியவற்றை பயன்படுத்துங்கள்

நீங்கள் அளவிடத் தொடங்கவும் பங்குதாரர்கள் மற்றும் மூத்த தலைவர்களுடனான நுண்ணறிவுகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளவும் - இலாபம்நோக்கிய தரவு அட்டவணையில் ஒரு இடத்தைப் பெறுவதற்கு நீங்கள் வேலை செய்ய முடியும். நீங்கள் 'நிர்வகிக்க' தகவல்தொடர்புகளுக்கு மட்டும் அல்ல, அவற்றை உருவாக்க உதவும் ஒரு நல்ல நிலையில் இருக்க வேண்டும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. மி.அஞ்சல் என்றால் என்ன?
2. மின்னஞ்சலை வரையறு.
3. 'இன்பாக்ஸின்' (உட்பெட்டி) சுமைக்கு பங்களிப்பு செய்யும் இரண்டு வகையான மின்னஞ்சல்கள் யாவை?

குறிப்புகள்

10.3 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

குறிப்புகள்

1. மி.அஞ்சல் என்பது மின்னஞ்சல் என்பதாகும்
2. மின்னஞ்சலை ஒரு 'நெட்வொர்க்கில்' (வலைப்பின்னல்) இணைக்கப்பட்டுள்ள கணினிகள் மூலம் மற்றவர்களிடம் செய்திகளை அனுப்பவும் மற்றும் ஒரு தகவல் தொடர்பாக விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.
3. 'இன்பாக்ஸ்' (உட்பெட்டி) சுமைக்கு பங்களிக்கும் இரண்டு வகையான மின்னஞ்சல்கள் ஊழியர்-ஊழியர் மற்றும் பெருநிறுவன மின்னஞ்சல் தகவல்தொடர்புகள்.

10.4 சுருக்கம்

- வியாபார தகவல்களின் வணிக வரையறைகள் துரித வேகத்தில் மாறி வருகின்றன.
- தொலைத்தொடர்பு மற்றும் கணினிகள் உலகம் முழுவதும் ஒரு மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
- வணிகங்கள் உருமாற்றம் செய்யப்படுகின்றன விஷயங்களைச் செய்வதற்கான பழைய வழிகள் புதிய மற்றும் மிகவும் அதிநவீனமானவையாக மாற வழிசெய்கிறது.
- உலகம் முழுவதும் நிறுவனங்கள் அதிகரித்துவரும் மின்னஞ்சல்கள் மற்றும் நெட்வொர்க்குகளில் முதலீடு செய்யத் தொடங்கியுள்ளன.
- மி.அஞ்சல் என்பது மின்னஞ்சலை குறிக்கும். இந்த வார்த்தை இ.மெயில் அல்லது மின்னஞ்சல் எனவும் எழுத முடியும்.
- மின்னஞ்சல் நெட்வொர்க்கில் (வலைப்பின்னல்) ஒன்றாக இணைக்கப்பட்ட கணினிகள் மூலம் பிற மக்களுக்கு செய்திகளையும் தரவையும் அனுப்புவதற்கான வழியாக விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.
- உலகெங்கிலும் உள்ள மக்களிடையே மிக விரைவான தகவல்தொடர்பு முறையாக மின்னஞ்சல்கள் உருவாகின்றன.
- ஒரு மின்னஞ்சலை அனுப்ப விரும்பும் ஒரு நபர், அதன் பயனர்களுக்கு ஒரு மின்னஞ்சல் சேவையை வழங்கும் எந்தவொரு வலைத்தளத்திலிருந்தும் ஒரு மின்னஞ்சல் கணக்கைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
- மின்னஞ்சல் அடையாளம் அஞ்சல் முகவரிக்கு ஒத்திருக்கிறது, இது ஒரு அஞ்சல் அல்லது தூதஞ்சலை பெற வேண்டும்.
- தனிப்பட்ட தகவல்தொடர்பு மற்றும் வியாபார தகவல் தொடர்பு ஆகிய இரண்டிற்கும் மின்னஞ்சல் பயன்படுத்தப்படுகிறது. தனிப்பட்ட

தகவலுக்கான மின்னஞ்சல் செய்திகளை அனுப்பும்போது, அவர்கள் முறையான தகவல்தொடர்பு கொண்டவர்களாக உள்ளனர்.

- வணிக சம்பந்தமான மின்னஞ்சல்களை அனுப்பும் போது, நல்ல எழுத்து விதிகள் மிகவும் பொருத்தமானவை.
- மின்னஞ்சல்கள் மட்டுமல்லாமல் கோப்புகள் மற்றும் நீண்ட ஆவணங்களையும் மின்னஞ்சல் மூலம் எழுதலாம்.
- மின்னஞ்சல்கள் வேகமான தகவல்தொடர்பு. மின்னஞ்சலைப் பெற்ற எவரும் உடனடியாக பதிலளிக்காமல் எந்த தாமதமும் இன்றி பதிலளிக்க வேண்டும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

குறிப்புகள்

10.5 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **வணிகம்:** வணிகம் என்பது உற்பத்தி செய்தல் (பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள்) மற்றும் விற்பதன் மூலம் மனிதன் பணம் சம்பாதிப்பது.
- **தொலைத்தொடர்பு:** தொலைத்தொடர்பு, வானொலி, கானொலி அல்லது மின்காந்த அமைப்புகளால் அடையாளங்கள், சிக்னல்கள், செய்திகள், சொற்கள், எழுத்துக்கள், படங்கள் மற்றும் ஒலிகள் அல்லது எந்தவொரு இயற்கையின் தகவல்களும் பரிமாற்றம் ஆகும்.
- **Internet: “வலைதளம்”:** Internet (வலைதளம்) நெட்வொர்க்குகளின் உலகளாவிய அமைப்பு, உலகளாவிய சாதனங்களை இணைக்க இணைய-நெறிமுறை தொகுப்பு (TCP/IP) பயன்படுத்துகிறது.

10.6 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. மின்னஞ்சல் ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.
2. மின்னஞ்சல் அடையாளத்தை உருவாக்கும் செயல் என்ன?
3. மின்னஞ்சலைப் பயன்படுத்துவதற்கான நன்மைகள் யாவை?
4. மின்னஞ்சல் தொடர்புகளில் பிரச்சினைகளைத் தீர்க்கும் வழிகள் யாவை?

பெறு வினாக்கள்

1. தகவல் சுமை மூலம் நீங்கள் என்ன புரிந்து கொள்ள வேண்டும்? ஒருவர் தனது ‘இன்பாக்ஸை’ (உட்பெட்டி) எப்படி மறுக்கலாம்?
2. இன்பாக்ஸ் (உட்பெட்டி) சுமைக்கு பங்களிப்பு செய்யும் மின்னஞ்சல்களின் வகைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. நிறுவனங்கள் உட்புற தகவல்தொடர்புகளை எவ்வாறு சேமிக்கும்?
4. ஒரு மின்னஞ்சலை எவ்வாறு திறம்பட எழுத முடியும்? விவாதியுங்கள்.

10.7 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi: Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 11 வர்த்தக காட்சியளிப்பு

அமைப்பு

- 11.0 அறிமுகம்
- 11.1 நோக்கங்கள்
- 11.2 வாய்வழி தொடர்பாடல்
- 11.3 வர்த்தக வழங்கல்
- 11.4 உங்கள் முன்னேற்றக் கேள்விகள் சரிபார்க்க பதில்கள்
- 11.5 சுருக்கம்
- 11.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 11.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 11.8 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

11.0 அறிமுகம்

வாய்வழி தொடர்பாடல் என்பது, இதுவரை பயன்பாட்டில் தொடர்பு கொள்ளும் பொதுவான முறையாகும். மனிதர் மொழியைப் பயன்படுத்துவதை கற்றுக்கொண்டதிலிருந்து, வாய்வழி தொடர்பு பல வடிவங்களை உருவாக்கியுள்ளது. பேச்சு, உரையாடல், பேசுதல், தொலைபேசி பேச்சுக்கள், நேர்காணல்கள், கலந்துரையாடல்கள் மற்றும் விளக்கப்படங்கள் ஆகிய அனைத்து செயலிலும் நேரடியான தொடர்பைக் கொண்டுள்ளன. வணிக தொடர்பான வெற்றி மற்றும் தனிநபர்களின் வாழ்க்கை தொடர்பான முன்னேற்றங்கள் வாய்மொழி தொடர்பாடல் திறன்களால் கணிசமாக பாதிக்கப்படுகின்றன. நல்ல பேச்சாளர்கள், திறமையான தலைவராவதற்கு பலநாட்கள் பயிற்சி கொண்டு ஒலி நெறிமுறைத் திறன்களை கற்று கொள்ள வேண்டும். வியாபார உலகில் எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்பாடலைவிட வாய்வழி தொடர்பாடல் அதிகம் நம்பப்படுகிறது. பேச்சுவார்த்தை தொடர்பாடல் தினசரி வணிக வாழ்க்கையில் ஒரு ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக இருப்பதால் நல்ல பேச்சாளர்கள் மட்டுமே தினசரி வணிக உலகில் உயர்முடியும்.

சகாக்கள், வியாபார கூட்டாளிகள், வாடிக்கையாளர்கள், மேலதிகாரிகள், வாய்ப்புகள் மற்றும் பல்வேறு பிற பிரிவுகளை ஒரு தெளிவற்ற மற்றும் நம்பத்தகுந்த விதத்தில் பேசுவது நல்லதுதான். பேச்சாளர்கள், நல்ல பேச்சுவார்த்தையாளர்கள், தூண்டக்கூடிய திறன், ஆலோசகர்கள், நல்ல திறனாய்வு கொண்டவர்கள் மற்றும் நல்ல பேச்சாற்றல் கொண்டுள்ளவர்கள் வணிக நிறுவனங்கள் மற்றும் நிறுவனங்களில் பல பதவி மற்றும் உயர்வை பெற்றுள்ளனர். குறிப்பாக பொழுதுபோக்குகளில், அச்சகங்கள், வழங்குனர்கள், குழு தலைவர்கள், நடுவர்கள், மதிப்பீட்டாளர், வானொளி தொகுப்பாளர்கள், நிகழ்ச்சித் தொகுப்பாளர் மற்றும் விழாக்களுக்கான முதுநிலை (MCs) போன்ற பேச்சாளர்களின் தேவை அதிகரித்து வருகிறது. பெரும்பாலும் தொழில்முறை பேச்சாளர்களுக்கு பெரிய தேவை இருக்கிறது.

பல சகாப்தங்களுக்கு முன்னர் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வில் சராசரியாக ஒருவர் தனது நேரத்தில் 30 சதவீதம் அல்லது 45 சதவீதம் பேசுவதில்

குறிப்புகள்

செலவிடுவதாக குறிப்பிடுகிறார். இந்த கண்டுபிடிப்புகள் தொலைக்காட்சியின் தாக்குதலுக்கு முன்பும், கணினிகளின் வருகைக்கு முன்பும் ஒரு பெரிய வழியில் தொடர்புடையவையாகும். செலவழித்த நேரம் சமீப ஆண்டுகளில் சில மாற்றங்களைச் சந்தித்திருக்கும். ஆயினும் கூட, பேசும் தொடர்புகளின் முக்கியத்துவம், தனிப்பட்ட மட்டத்திலும் தொழில்முறை மட்டத்திலும் இரு தரப்பினரையும் குறைத்து மதிப்பிட முடியாது. சிறந்த சொற்பொழிவு தொடர்பு மற்றும் நல்ல சொற்பொழிவுகள் இரண்டும் பயனுள்ள வாய்மொழி தொடர்புக்கு முக்கிய அம்சங்களாக இருக்கின்றன. குடும்ப உறுப்பினர்கள், சமூகம் மற்றும் வணிகம், ஆண்கள் மற்றும் பெண்கள் வாய்வழி தொடர்பில் தங்கள் நேரத்தை அதிகம் செலவிடுகின்றனர். அவர்கள் என்ன செய்தார்களோ அதையே நன்றாக செய்ய கற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.

சரியான நேரத்தில் சரியான காரியத்தைச் சொல்வதைக் கற்றுக் கொள்பவர்களுக்கு வாழ்க்கையில் முன்னுரிமை கிடைக்கும் என்று பேசிய வார்த்தை மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. மேலாண்மை சூழலில், வாய் நிர்வாகத்தின் கலை முக்கியத்துவம் கொண்டுள்ளது. தேவைப்பட்டால் மட்டும், தேவைப்படும் போது, பேசுவதன் மூலம் பேசுவதை விட அதிகமாக பேசுவதும், தேவை இல்லாமல் பேசுவதும், பல்வேறு வியாபார சூழல்களில் வாய்வழி தொடர்பின் பங்கு பற்றிய நல்ல புரிதலுக்கு அழைப்பு விடுக்கும் வாய்ப்பைக் குறிக்கும் அம்சங்கள். மொழி, ஆழம், வெளிப்பாடு, சரளமான மற்றும் பாணி ஆகியவற்றைக் கருத்தில் கொண்டு பார்வையாளர்களை வென்றெடுக்கக்கூடிய நல்ல பேச்சாளர்கள் மற்றும் வாய்வழிக் கதைகள், கருத்தரங்குகள், மாநாடுகள், பட்டறைகள், பேச்சுவார்த்தைகள், உள்ளூர்க்கு அமர்வுகள், விளக்கங்கள் மற்றும் பிற ஊடாடும் மன்றங்கள் வியாபார தகவல் தொடர்பில் பங்கு கொள்கிறது.

நன்றாக பேசுவது ஒரு கலை. ஒரு கலை என்பது நடைமுறையில் பெற்ற முக்கிய திறமை. ஒருவேளை, திறமையான பேச்சாளனுக்கு எளிதில் பேசக்கூடிய திறமை கடவுள் அளித்த பரிசாக இருக்கலாம். இருந்த போதிலும் பெரும்பாலானவர்கள் நீடித்த மற்றும் நனவான முயற்சிகளால் பேசும் கலையை வளர்ந்ததும் உண்மை. யாரும் சிறந்த பேச்சாளர் இல்லை. காலப்போக்கில் பயிற்சி, கவனிப்பு மற்றும் கடின உழைப்பு ஒரு சாதாரண பேச்சாளரை ஒரு பெரிய பேச்சாளராக மாற்ற முடியும். பல வணிக ரீதியான திறன்களைப் போலவே, அவர்கள் பல ஆண்டுகளாக வாய்வழி தொடர்பாடல் திறன் பெற்றனர். பின்வரும் பக்கங்களில், நல்ல பேச்சு மற்றும் பயனுள்ள, திறமையான பேச்சுதிறனைக் கற்கின்ற ஒருவர் எவ்வாறு கற்றுக்கொள்கிறார் மற்றும் அதை எவ்வாறு முது நிலைக்கு கொண்டு செல்கிறார் என்பதை படிக்கலாம்.

11.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- வாய்மொழி தொடர்பாடல் திறன்களை விவரிப்புகள்

- வாய்வழி வணிக விளக்கக்காட்சியின் உத்திகள் மற்றும் நோக்கம் குறித்து விவாதிக்கவும்
- ஒரு விளக்கக்காட்சி தயாரிப்பின் படிக்களை நினைவுபடுத்துங்கள்
- ஒரு விளக்கக்காட்சியை எவ்வாறு திறம்பட வழங்குவது என்பதைப் பற்றி விவாதிக்கவும்

குறிப்புகள்

11.2 வாய்மொழி தகவல்தொடர்பு

வாய்மொழி தொடர்பு என்பது பேசப்படும் வார்த்தைகளை குறிக்கிறது. அது சத்தம் மற்றும் வார்த்தைகளின் வடிவத்தை எடுக்கும். ஆரம்பகால மனிதரின் போராட்டமாக தொடங்கி, வாய்மொழி தொடர்பில் ஒரு நீண்ட பயணத்தை மேற்கொண்டுள்ளனர். இது பல்வேறு பகுதிகளிலும், கலாச்சாரங்களிலும், நாடுகளிலும் கண்டங்களிலும் வளர்ந்திருக்கிறது. உலகெங்கிலும் உள்ள பல மொழிகளின் வளர்ச்சி வாய்மொழி தொடர்பை அதிகரிக்கிறது.

தனிநபர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் அன்றாட வாழ்வில் வாய்வழி தொடர்பு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இது சமூக மட்டத்திலும், நிறுவன ரீதியாகவும் தொடர்பு கொள்ள மிகவும் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் முறையாகும். எல்லோரும் தங்கள் பரிமாற்றங்கள் மற்றும் பரஸ்பர தொடர்புகளில் வாய்வழி தொடர்பைப் பயன்படுத்துகின்றனர். தனிப்பட்ட, பேசும் மற்றும் சமூக குழுக்களுக்கு உள்ள மிகவும் நம்பகமான வழிவகை ஆகும். வாய்வழி தொடர்பாடல் மேலும் பரவலாகவும், நிறுவனங்களுடனும் வர்த்தக நிறுவனங்களுடனும் பெரிதும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

வாய்வழி தகவல்தொடர்பாடல் ஒலிவழி தகவல்தொடர்பாகவும் குறிப்பிடப்படுகிறது. இது வார்த்தைகளின் உதவியுடன் தனிநபர்களிடையே நடைபெறுகிறது. வாய்வழி தொடர்பு பல வழிகளில் நடைபெறுகிறது-சாதாரண மற்றும் தீவிர, முறையான மற்றும் முறைசாரா, கட்டமைக்கப்பட்ட மற்றும் கட்டமைக்கப்படாத இருக்கும். வாய்மொழி தொடர்பு உரையாடல், தனியுரை, உரையாடல், பேச்சு, மற்றும் அரட்டை ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது. இவர்களில் சில யோசித்தும் சில யோசனையின்றியும் இருக்கும். முறையான பேச்சுகள் முன்பே திட்டமிடப்பட்டவை மற்றும் நன்கு கட்டமைக்கப்பட்டவை, அதேசமயத்தில் முறைசாரா பேச்சுகள் கட்டமைக்கப்படுவதில்லை, இவைகள் பெரும்பாலும் தளர்வானவையாக அமையும்.

ஏற்கெனவே குறிப்பிட்டபடி, வாய்வழி தகவல்தொடர்பாடல் கட்டமைக்கப்பட்டோ கட்டமைக்கப்படக்கூடியதாகவோ இருக்கும். இது சாதாரணமாகவோ அல்லது முறைசாராமலோ இருக்க முடியும். வேறுவிதமாக கூறினால், வாய்மொழி தகவல்தொடர்பு சிறிய பேச்சு மற்றும் பெரிய பேச்சை கொண்டுள்ளது. சிறிய பேச்சு முறைசாரா மற்றும் கட்டமைக்கப்படாதது. நீங்கள் வெறுமனே பேசுகிறீர்கள். சிறிய பேச்சு பெரும்பாலும் சாதாரணமானது. மறுபுறம், பெரிய பேச்சு முறையானது மற்றும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. அதன் தாக்கம் மற்றும் செயல்திறன் ஆகியவற்றில் குறிப்பாக அக்கறை கொண்ட ஒரு தீவிர பேச்சு. திட்டமிடல் மற்றும் ஏற்பாடு செய்வதால் பெரிய பேச்சு சிறப்பாக அமையும் சிறிய பேச்சு வழக்கமாக உரையாடல்கள்,

குறிப்புகள்

அரட்டைகள், வதந்திகள் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது பேச்சாளர்களுக்கு அதிகமான அக்கறை தேவைப்படும். சாதாரணமானவர்கள், பெரும்பாலும் நட்பு அரட்டை, வெறும் பேச்சு, பொதுவான வதந்திகள் மற்றும் பல என்று விவரிக்கப்படுகிறது. “நாம் பேசும்போது,” வியாபாரத்தில் இறங்குவதற்கு முன்பாக நாம் சிறிய பேச்சுகளில் ஈடுபடுவோம்”, அதாவது வியாபாரத்தைப் பற்றி பேசுவதற்கு முன்பு பலர் சில சந்தரகப்பங்களில் பேசி இருப்பார்கள். ஆலோசனை, நெருக்கடியை கையாள்வது, ஒரு பேட்டியில் கலப்பது, ஒரு விற்பனை பேச்சு, போன்றவை ஒரு வாடிக்கையாளர் தகவல்தொடர்பை வலுப்படுத்தும். குழு உறுப்பினர் விவாதம், மற்றும் விவாதம் செய்பவர் வணிக உலகின் ஒரு பகுதியாக இருப்பார்கள். பேச்சுவார்த்தைகளில் சிறிய பேச்சு எப்போதும் குறிப்பிட்ட பொருளை அடைவதற்கு இலக்காக இருக்காது. எனினும், தொடர்பாடலை வளர்ப்பதில் உதவுகிறது. மேலும் இது பெரிய பேச்சுக்கு வழி வகுக்க உதவுகிறது. ஆனால், பெரிய பேச்சு எப்பொழுதும் குறிக்கோளாக இருக்கும். பெரிய பேச்சு குறிப்பிட்ட நோக்கங்களுடன் செய்யப்படுகிறது. பெரிய பேச்சு, தகவல் தொடர்பு, செல்வாக்கு, கல்வி, இணக்கம், ஊக்குவித்தல், போன்ற பல நோக்கங்களை அடைவதற்கான நோக்கம். பெரிய பேச்சுகளின், செயல்திறன், மிகப்பெரிய திறமை மற்றும் தொடர்ச்சியான முயற்சிகளுக்கு அழைப்பு விடுகிறது. வணிக உலகம் எப்போதும் பெரிய பேச்சில் வல்லுனர்களையே எதிர்நோக்கும்.

நேரடி நபர்க்கு-நபர் தொடர்பு எந்த ஒரு நிருவணத்திலும் மிகவும் பயனுள்ள வகையில் அமைகிறது. முக்கியமாக பணி சூழ்நிலைகளில், பணியாளர் மற்றும் சேவை வழங்குபவர், வாடிக்கையாளர் தகவல்தொடர்பில் பணிபுரிய உதவும். வாய்வழி தொடர்பாடல் வேகமான இரு வழி செயல்முறை ஆகும். வாய்வழி தொடர்பு மூலம் தெரிவிக்கப்படும் செய்தி உடனடியாக உள்ளது. எந்தவொரு நேரத்திலும் இழப்பு இல்லாமல் செய்திகளில் பயணிக்க முடியும். செய்தியை அனுப்புவருக்கு உடனடியாக பதிலளிப்பதன் மூலம், தகவல்தொடர்பு செயல்முறை மிகவும் விரைந்து செயல்படும். அனுப்புநர் மற்றும் பெறுநர் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான செய்திகளை புறநிலைக்குத் தள்ளும் வரை, முன்னோக்கிச் செல்லும்.

பேசப்படும் வார்த்தை கணிசமான கருத்தாழம் கொண்டிருக்கும் பல தொழில்கள் மற்றும் குழுக்கள் உள்ளன. பல்வேறு காரணங்களுக்காக, அதிகம் ஆவணப்படுத்தப்படாத தகவல்தொடர்பில் குறைவான வியாபாரங்கள் உள்ளன. இந்த வாய்மொழி ஒப்பந்தங்கள் எழுதப்பட்டவைகளைப் போலவே தீவிரமாக எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன, அவை உண்மையாய் நிறைவேற்றப்படுகின்றன. ஒரு வாக்குறுதியின்படி மற்ற வாக்குறுதியும் உள்ளது. அதேபோல், நிறுவன சூழ்நிலைகளில், வாய்வழி அறிவுறுத்தல்கள், முறையீடுகள் மற்றும் செய்திகள் எப்போதாவது புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. வாய்மொழி தொடர்பு, வியாபார பணியை, மிகவும் தூண்டக்கூடியவையாக இருக்க முடியும்.

சொற்கள் அல்லாத தகவல்தொடர்பை விட வாய்வழி தகவல்தொடர்பால் குறிப்பிட்ட தாக்கத்தை அல்லது லட்சியத்தை பெற முடியும். ஒரு பேச்சாளர் பேசும்போது, பேசப்படும் செய்தி பேசும் வார்த்தைகளால் மட்டுமல்ல, உடலின் இயக்கங்கள் மற்றும் செயல்களால் அனுப்பப்படுகிறது. ஒருவன்

பேசும்போது அல்லது ஆலோசிக்கும்போது, பலதரப்பட்ட உணர்ச்சிகளின் வெளிப்பாடு உடல் மொழியால் (மெய்பாடுகள்) வெளிப்படுகிறது. எனினும், இந்த மொழி வாய்மொழி செய்திகளை வலுப்படுத்துவதற்கு நிறைவாக பயன்படுத்தப்படவில்லை என்றால், அது குழப்பம் மற்றும் முரண்பாட்டிற்கு வழிவகுக்கும்.

சிறப்புகளைத் தவிர, வாய்வழி தொடர்பாடல் பல்வேறு உடல் காரணிகளால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. இது சிறிய குழுக்களிலும், வகுப்பறையிலும், கூட்டங்களிலும், மாநாட்டிலும், ஆலோசனையிலும், ஊக்கமளிக்கும் அமர்வுகளிலும் நன்றாக வேலை செய்கிறது. இந்த வாய்வழி தொடர்பாடல் பெரிய பின்னடைவை கொடுக்காது. பேசும் வார்த்தையைப் பொறுத்தவரை இறுதியான ஒரு உணர்வு உள்ளது. பேச்சாளரால் சொல்லப்பட்ட எந்த வார்த்தையும் விரைவாக பயணம் செய்து இலக்கை அடையும். ஆனால் எந்தவொரு சிறு குழப்பமும் ஒரு சங்கடத்தை ஏற்படுத்தலாம் மற்றும் ஒரு எதிர்பாராத திருப்பம் வரவும் ஒரு தவறான அல்லது பொருத்தமற்ற வார்த்தை வழங்கப்பட்ட தருணத்தில், சேதம் அடைகிறது. பயனுள்ள பேச்சாளர்கள் இந்த காரணி பற்றி நன்கு அறிந்தவர்கள். மேலும், அவர்கள் உற்சாக உரையாடல்களை செய்யும் போது இந்த வரம்புகளைக் கண்டறிந்து, எந்தவொரு வாய்வழி தகவல்தொழில்நுட்பத்திலும் ஈடுபடுகையில், கவனமாகத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வார்த்தைகளைத் தெரிந்துகொள்ள கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். கட்டுப்பாட்டுடன் பேசும் அருமையான கலைஞரின் பேச்சு மற்றும் தலையீடுகளை உருவாக்குவது விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும். தன்னிச்சையாக ஒரு முக்கியமான குறிக்கோளை அடைய வேண்டுமெனில், கூடுதல் விருப்பத்துடன் பேச்சாளன் வார்த்தைகளை தேர்வு செய்து அல்லது தெரிந்தெடுத்து பேசவேண்டும்.

தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன தகவல்தொடர்புகளில், பல வழிமுறைகள் அல்லது கருவிகள் தொடர்ந்து பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதில் தொலைபேசி, கைபேசி, ஒலிவாங்கி, வானொலி, அலைப்பேசி, ஒலிபெருக்கி ஆகியவை அடங்கும். அவைகள் நன்கு தேர்ந்தெடுக்கப்படும் மற்றும் நன்கு பராமரிக்கப்படும் இருக்கும்போது தகவல்தொடர்பு வசதியை மிகவும் எளிதாக்கும். அவற்றைப் பயன்படுத்துகையில் கவனிப்பு இல்லாதிருந்தால், தகவல்தொடர்பிற்கு உதவியைக் காட்டிலும் தடையாக இருக்கும்.

அட்டவணை 11.1 வாய்வழி தொடர்பாடல் நன்மைகள் மற்றும் தேவைகள்

நன்மைகள்	தீமைகள்
1. இது உடனடியாக பயன்படுத்தப்படலாம்	1. குழு இலக்கு பரவியிருக்கும் போது இது பயனுள்ளதாக இருக்காது
2. இது உடனடியாக உள்ளது	2. இது மொழி, உச்சரிப்பு மற்றும் சொல்லகராதி மூலம் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது
3. இது நம்பகமானதாக இருக்கலாம்	

குறிப்புகள்

5. இது பயனுள்ள நபர்-க்கு - நபர் பரிமாற்றம் உதவுகிறது	3. இது சத்தம் மற்றும் பிற உடல் தடைகள் மூலம் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது
6. இது சிறிய குழுக்களில் நன்றாக வேலை செய்கிறது	4. இது பொதுவாக பதிவு செய்யப்படவில்லை அல்லது ஆவணப்படுத்தப்படவில்லை
7. இது வாய்மொழி அல்லாத செய்திகளாகவும் இருக்கும்	5. இது மீண்டும் பேச அனுமதி இல்லை
	6. இதை அழிக்க முடியாது.
	7. இது பெரும்பாலும் நினைவகம் சார்ந்து இருக்கிறது

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. வாய்மொழி தொடர்பு வரையறை.
2. வாய்வழி தொடர்பின் ஏதாவது இரண்டு நன்மைகளை குறிப்பிடுங்கள்.

11.3 வணிகம் காட்சியளிப்பு

காட்சியளிப்பு குறிப்பாக வணிக உலகில், ஊடாடும் தகவல்தொடர்பு மிகவும் பிரபலமான முறையாகும். இன்றைய வணிக உலகின் ஒரு பகுதியான விளக்கக்காட்சிகள் இன்றியமையாதவை, அவை ஒரு தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தை சிந்திக்கத் தவறினால் அது விளக்கங்களைப் பயன்படுத்துவதில்லை. பேச்சுவார்த்தைகள் மற்றும் விளக்கங்கள் வணிக பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் உறவுகளின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக மாறிவிட்டன. ஒரு நல்ல பேச்சு மற்றும் பயனுள்ள விளக்கக்காட்சியைத் திறக்கும் திறன் தொழில்முறை அல்லது வியாபார உலகத்துடன் தொடர்புடைய எவருக்கும் மதிப்பு சேர்க்கிறது. பேச்சுகளும் விளக்கங்களும் வாய்வழி தொடர்பில் ஒரு பகுதியாகும், மேலும் பெரும்பாலும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாக பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இருப்பினும், ஒரு பேச்சு பேசும் செயலை குறிக்கும்போது, ஒரு விளக்கக்காட்சி வழங்குவதற்கான செயல் தொடர்பானது. அந்த அர்த்தத்தில் ஒரு விளக்கப்படம், பொதுவாக பேசும், ஒரு சாதாரண செயல். இது மிகவும் தயாரிப்புடன் செய்யப்படுகிறது, இது பற்றி தற்செயலாக அல்லது திடீரென எதுவும் செய்ய இயலாது. மேலும் முக்கியமாக, ஆடியோ (ஒலி) மற்றும் வீடியோ காட்சி (ஒளி) உதவிகளின் உதவியுடன் வாய்வழி தொடர்பை ஒரு விளக்கப்படம் தொடர்புபடுத்துகிறது.

ஒரு காட்சியளிப்பு மக்களிடையே ஏதாவது ஒன்றை காட்டும், விளக்கும், அல்லது விவரிக்கும் செயலாக விவரிக்கப்படுகிறது. அதன் குறிக்கோள், பார்வையாளர்களுக்கு தெரிவிக்க, விளக்க, நம்புவதற்கு அல்லது வெற்றி பெற வேண்டும். இது தொழில்முறை மற்றும் வணிக வெற்றிகளுக்கு மாற்று இல்லாத ஒரு முக்கியமான தொடர்பு திறன்.

ஒரு காட்சியளிப்பு போன்ற ஒரு உரையாடல் வாய்மொழி தொடர்பாடல் முறை என்பதால், நாம் ஏற்கனவே நல்ல பேச்சுவார்த்தைக்கு உட்பட்டிருந்த பெரும்பாலான அம்சங்களும் ஒரு நல்ல விளக்கத்திற்காக செல்லுபடியாகும். ஒரு பேச்சு, அதாவது, வாய்மொழி, காட்சி மற்றும் குரல் பரிமாணங்களுக்கு தொடர்புடைய அனைத்து அம்சங்களும் எந்தவொரு விளக்கத்தையும் பாதிக்கின்றன. இது மூன்று முக்கிய பகுதிகளை கொண்டது, அதாவது அறிமுகம், பொருள் மற்றும் முடிவு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கும் ஒரு உரையை ஒரு விளக்கக்காட்சி கட்டமைக்கப்பட வேண்டும். வார்த்தைகளின் தேர்வு, ஐர்கன் (புரியாத மொழி) சரியான பயன்பாடு, மொழி சரளமாக பேசுதல், விளக்கக்காட்சிக் குறிப்பு, பார்வையாளர்களின் பகுப்பாய்வு மற்றும் பார்வையாளர்களை இணைப்பதில் ஈடுபடுவது போன்றவை சம்பந்தப்பட்ட மற்ற விஷயங்களும் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். நாம் ஏற்கனவே உரையாடல்களின் கீழ் என்னவென்று மறுபடியும் மறுதலிக்காமல், இப்போது விளக்கங்களைத் திறனாய்வு செய்வதற்கும், அறிமுகப்படுத்துவதற்கும் குறிப்பிட்ட அம்சங்களை நாங்கள் விவாதிப்போம்.

வகுப்பறைகள், கருத்தரங்குகள், மாநாடுகள் மற்றும் குறிப்பிட்ட திட்டமிடப்பட்ட தலைப்புகளில் நபர்களின் குழுக்களில் விளக்கக்காட்சிகள் செய்யப்படுகின்றன. விளக்கக்காட்சிக்கான தலைப்பு முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்டிருக்கிறது மற்றும் உளறுதல் அல்லது ஒழுங்கற்ற எதுவும் இல்லை. விளக்கக்காட்சிகள் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கம் கொண்டவை. பெரும்பாலும், குறிக்கோள் மட்டும் தெரிவிக்க மட்டுமல்ல, முக்கியமாக செல்வாக்கு, ஊக்குவிக்கவும் மற்றும் பெருக்கவும். வாய்மொழி செய்தியின் அதிக தாக்கத்திற்கு ஒலி மற்றும் காட்சிகள் உதவியுடன் கூடுதலாக உள்ளது. வெறுமனே விசாரணையைப் கேட்பதைவிட பார்ப்பதில் அதிகமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. ஒரு விளக்கத்தின் நோக்கமானது ஆர்வமான பார்வையாளர்களின் இலக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பு அல்லது கருத்தை அல்லது பங்களிப்பு முறையில் ஆர்வமுள்ள பகுதியில் அனைத்து விவரங்களையும் வழங்குவதாகும். எந்த நல்ல விளக்கமும் நன்கு கட்டமைக்கப்பட்டிருக்கிறது, ஒழுங்காக தொகுக்கப்பட்டு மற்றும் உயர் தாக்கத்தை உருவாக்குவதற்கு வழங்கப்படுகிறது.

விளக்கங்கள் பல்வேறு வகையானவை. ஒரு காட்சியை அளிப்பவர் அவர் பார்வையாளர்களை அடைய வேண்டும் என்று நினைக்கும் போதெல்லாம், அவர்களுடைய சிந்தனைகளை பாதித்து, ஒரு குறிப்பிட்ட குறிக்கோளை அடைய ஒரு தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும், ஒரு விளக்கக்காட்சியை அவர் உருவாக்கலாம். விளக்கங்கள் ஒரு எளிய வகுப்பறை வழங்கல், ஒரு உயர்ந்த மூலோபாயம் வழங்கல், விற்பனை வழங்கல், ஒரு கருத்து அல்லது யோசனை பெருக்கி வேண்டும். ஒரு விளக்கக்காட்சிக்கான இடம் ஒரு வகுப்பறை அல்லது ஒரு மாநகராட்சி அறை அல்லது ஒரு நிர்வாக அறை அல்லது ஒரு குழு அறை என மாறுபடும். கருத்து அல்லது யோசனை விளக்கங்கள், தயாரிப்பு அல்லது விற்பனை விளக்கக்காட்சிகள் மற்றும் மூலோபாய விளக்கக்காட்சிகள் வணிக உலகில் மிகவும் பொதுவானவை. தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் எந்தவொரு விளக்கத்தின்போதும், புதிய தயாரிப்புகளின் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கும் ஆர்ப்பாட்டங்களும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

அறிமுகப்படுத்தப்படுகின்றன. வியாபாரத்தில் விளக்கக்காட்சிகள் எப்படி பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதற்கு சில எடுத்துக்காட்டுகளை பார்க்கலாம்.

- ஒரு விற்பனையாளர் ஒரு புதிய தயாரிப்பு பற்றிய விளக்கக்காட்சியை அளிக்கிறார்.
- ஒரு விளம்பர நிறுவனம் ஒரு வாடிக்கையாளருக்கு விளம்பர பிரச்சாரத்தில் ஒரு விளக்கக்காட்சியை வழங்குகிறது.
- ஒரு நிர்வாக ஆலோசகர் ஒரு பெரிய வியாபார அமைப்புக்கு நிறுவன மறுசீரமைப்பு பற்றிய ஒரு விளக்கக்காட்சியை வழங்குகிறார்.
- ஒரு வியாபார கருத்தரங்கில் உலகளாவிய பின்னடைவின் தாக்கத்தை ஒரு பொருளாதார நிபுணர் விளக்கினார்.
- ஒரு பெரிய வணிக வர்த்தகத்தில் ஒரு நிகழ்வு மேலாளர் வர்த்தக அறையில் ஒரு விளக்கக்காட்சியை வழங்குகிறார்.
- ஒரு தலைமை நிர்வாக அதிகாரி தனது வருடாந்த ஆண்டிற்கான வணிக மூலோபாயத் திட்டத்தில் தனது உயர் நிர்வாக குழுவுக்கு ஒரு விளக்கத்தை வழங்குகிறார்.

இவை சில சீரற்ற எண்ணங்கள் மற்றும் வணிக சூழ்நிலைகளில் சிறிய மற்றும் பெரிய, குறுகிய மற்றும் நீண்ட, தொழில்நுட்ப மற்றும் தொழில்நுட்பம் அல்லாத, வழக்கமான மற்றும் வழக்கத்திற்கு மாறான எத்தனையோ நிறுவனங்களை நாம் பார்க்க முடியும். ஒரு விற்பனையாளர் அல்லது ஒரு தலைமை நிர்வாகி அல்லது ஒரு உயர் பதவியில் இருக்கும் நபர் அல்லது ஒரு தனிநபர் ஒரு விளக்கக்காட்சியை உருவாக்க வேண்டும். அதேபோல், ஒரு நபரால் அல்லது நபர்களின் குழுவினரால் ஒரு விளக்கக்காட்சியை உருவாக்கப்படலாம். தொழில்நுட்பம் மற்றும் தொழில்நுட்பம் அல்லாத அம்சங்கள் வெறுமனே எழுதப்பட்ட அல்லது வாய்மொழி தவிர வேறு மூலம் அழகாக மற்றும் கட்டமைப்புடனும் விளக்கக்காட்சிகளை வழங்க வேண்டும்.

பல்வேறு கருத்தாக்கங்கள் மற்றும் யோசனைகள், கட்டமைப்புடனும், தொழில்நுட்ப அடிப்படையிலான தயாரிப்புகள், வணிக முடிவுகள், பகுப்பாய்வு ஆய்வுகள், தரநிலை அறிக்கைகள், மூலோபாய திட்டங்கள் மற்றும் அத்தகைய பொருட்களின் புரவலன் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புகொள்வதற்கான ஒரு பிரபலமான வழிமுறையாக விளக்கக்காட்சிகள் வெளிப்படுகின்றன. விளக்கங்கள் எளிமைப்படுத்தல், பெருக்கம், பகுப்பாய்வு மற்றும் மறுஆய்வு ஆகியவற்றில் உதவுகின்றன. விளக்கக்காட்சிகள் சரியான முன்னுதாரணத்தில் பிரச்சினைகளை எழுப்புகின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்திற்குள் பொருந்தக்கூடிய வகையில் உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவதில் விளக்கக்காட்சிகள் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். வியாபார முகாமைத்துவத்தில் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நேரத்தை குறைக்க நிர்வாகத்தின் நிலைப்பாட்டிலிருந்து விளக்கக்காட்சிகள் உதவுகின்றன.

இந்த அனைத்து அனுகூலங்களையும் கருத்தில் கொண்டு, பெரும்பாலான வணிக நிறுவனங்கள், பல்வேறு தொடர்புடைய தலைப்புகளில் திட்டமிடப்பட்ட விளக்கப்படங்கள், தலைமை நிர்வாக அதிகாரிகள் மற்றும் உயர் நிர்வாக குழுக்கள், முடிவெடுக்கும் அதிகாரிகள் மற்றும்

குழு உறுப்பினர்களுக்கும் செய்யப்படுகின்றன. எந்தவொரு நியமிப்பு அல்லது பணிக்காக ஒரு தேர்வு செய்யப்படும்போது, போட்டியாளர்கள் பொதுவாக ஒரு விளக்கக்காட்சிக்காக கேட்கப்படுவார்கள். விளக்கங்களின் அடிப்படையில், மதிப்பீடுகள் செய்யப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, எந்த மென்பொருளையோ அல்லது வன்பொருளின் தயாரிப்புகளையோ பட்டியலிடப்பட்ட விற்பனையாளர்கள் ஒரு விளக்கக்காட்சியை உருவாக்க கேட்கப்படலாம். இதேபோல், தேர்வு செய்யப்படுவதற்கு முன்பாக ஒரு குழு முன் ஒரு விளக்கக்காட்சியை உருவாக்க குறுகிய பட்டியலிடப்பட்ட விளம்பர முகமைகள் அழைக்கப்படலாம். வெளிப்படையாக, அத்தகைய சந்தர்ப்பங்களில், தரம் மற்றும் பார்வையாளர்களின் இலக்கு, தாக்கம் ஆகியவை தயாரிப்பு அல்லது வேலையைப் பற்றிய இறுதி முடிவில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. உற்பத்திகளின் நன்மைகள் அல்லது முன்மொழிவுகளைத் தவிர, அத்தகைய விளக்கங்கள் தயாரிக்கப்படும்போது, அது வழங்கப்பட்ட முறைபெரும்பாலும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருக்கிறது. இத்தகைய சூழ்நிலையில், சம்பந்தப்பட்ட மக்களின் திறமைசார் திறன் மிகுந்த முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. திறமை கொண்டவர்கள் வியாபார உலகில் நல்ல வரவேற்பு பெறுவது வியப்பேயில்லை.

ஒரு சிறந்த விளக்கக்காட்சிக்கான பொருத்தமான திறன்களை இப்போது பார்ப்போம். பயனுள்ள விளக்கக்காட்சியை உருவாக்குவதில் ஆர்வமுள்ள ஒருவர் அவசியம் பல்வேறு வகையான ஊடாடும் திறன்களை உருவாக்க வேண்டும்:

- முக்கியமாக, ஒரு நல்ல பேச்சாளராக இருக்க வேண்டும் மற்றும் தெளிவாகவும் வலிமையாகவும் வெளிப்படுத்த கற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.
- அவர் பார்வையாளர்களின் இலக்குகளை எதிர்கொள்வதில் வசதியாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் தேவையான நம்பிக்கையை உருவாக்க வேண்டும்.
- பார்வையாளர்களின் கவனத்தை தக்கவைக்க பல்வேறு நுட்பங்களைப் பேசுவர் அறிந்திருப்பார்.
- விளக்கக்காட்சியின் தாக்கத்தை உயர்த்துவதற்காக பல்வேறு வகையான ஒலி மற்றும் ஒளி மின்சாதனங்களின் உதவியுடன் வழங்க நன்கு அறிவார்.
- நபரின் வாய்மொழி வழங்கல் அல்லது விளக்கவுரையை காட்சி செய்தியுடன் ஒத்திசைக்க முடியும்.
- ஒரு விளக்கக்காட்டி வழக்கமானதாகவோ அல்லது ஒத்திகையாகவே தோன்றக்கூடாது. ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்திற்குள் நபர் விளக்கக்காட்சியை செய்து முடிக்க வேண்டும்.
- பார்வையாளர் காட்சி செய்தியையும் பார்வையாளர்களையும் பார்வையிட வேண்டும் மற்றும் பார்வையாளர்களுடன் கண் தொடர்பு கொள்ளக்கூடாது.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- தயாரிப்பாளர் மொழி நல்ல சரளத்தை உருவாக்க வேண்டும் மற்றும் நன்கு அறிந்த மற்றும் பொருத்தமான வார்த்தைகளை பயன்படுத்த வேண்டும்.
- காட்சி செய்தி அல்லது நிழற்பட காட்சி பகுதிகள் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும் அல்லது விரிவுபடுத்தப்பட வேண்டும், இது தவிர்க்கப்பட வேண்டும் அல்லது விரைந்து செல்ல வேண்டும்.
- காட்சிபடுத்துபவர் பார்வையாளர்களின் கேள்விகளுக்கு பதில்களுக்க வேண்டும் மற்றும் பார்வையாளர்களின் பதில்களை சமாளிக்க தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.
- விளக்கக்காட்சியை திறம்பட உருவாக்குவதற்கு உடல் மொழியின் குரல் மற்றும் பார்வை அம்சங்களை எவ்வாறு திறம்பட பயன்படுத்துவது என்பதை வழங்குநர் அறிந்திருக்க வேண்டும்.
- நல்ல வரவேற்புத் திறன்கள் நல்ல பேசும் திறன் மற்றும் மொத்த தாக்கத்தை உருவாக்க காட்சி மற்றும் பிற உதவிகளின் பயனுள்ள பயன்பாடு ஆகியவற்றை உருவாக்குகிறது.
- கலந்துரையாடலை உருவாக்கும் நபர் கேள்வி மற்றும் பதில் அமர்வு திறம்பட எவ்வாறு நிர்வகிக்க வேண்டும் என்பதை தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

ஒரு விளக்கக்காட்சியை உருவாக்குவதற்கான படிகள்

நல்ல எழுத்து முறை என்பது எழுத்து, எழுதும் எழுத்து முறை மற்றும் மறுபரிசீலனை செய்யும் மூன்று-நிலை செயல்முறை ஆகும். இதேபோல், சிறந்த விளக்கக்காட்சியிலும் மூன்று நிலைகள் உள்ளன, அதாவது, திட்டமிடல், தயாரிப்பு மற்றும் விநியோகம். ஒரு முறையான விளக்கக்காட்சியை உருவாக்குவது ஒரு தீவிர வணிகமாகும். அது ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட முயற்சிகளுக்கு அழைப்பு விடுக்கிறது. வெளிப்படையாக பேசும் அல்லது முறையான விளக்கக்காட்சிகளில் எந்த தவறான இடைவெளி அல்லது சங்கடமான தவறுகள் பேச்சாளர் மட்டுமல்ல, அவர் பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் நிறுவனத்தையோ மட்டுமின்றி அல்லது நம்பகத்தன்மையை பாதிக்கும். நல்ல விளக்கங்கள் விபத்து மூலம் நடக்காது. நல்ல வரவேற்பாளர்கள் தங்கள் விளக்கக்காட்சிகளை எளிதாக்கிக் கொண்டாலும், ஒரு பெரிய முயற்சி உண்மையில் அதில் உள்ளது. பயனுள்ள விளக்கக்காட்சிகள் திட்டமிடல், தயாரிப்பு மற்றும் விநியோகத்தை உள்ளடக்கிய மூன்று-நிலை செயல்முறையின் விளைவு ஆகும்.

1. **விளக்கக்காட்சியைத் திட்டமிடுவது:** விளக்கக்காட்சியைத் திட்டமிட அவசியமாக நான்கு படிகள், அதாவது பார்வையாளர்களின் பகுப்பாய்வு, புறநிலை அமைத்தல், தலைப்பையும் மனதையும் பயணிப்பதை வரையறுப்பது.

எந்த பேச்சோ அல்லது விளக்கக்காட்சியோ பார்வையாளர்களுக்கானது. இது தொடர்பின் நோக்கம் கொண்டிருக்கும் கேட்போர் குழு. இறுதியில், பார்வையாளர்கள் அல்லது குழு-இலக்குக் எவ்வாறு அதைப் பெறுகிறது

என்பதைப் பொறுத்து வழங்கல் நல்லது அல்லது கெட்டது என தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அதனால்தான் பார்வையாளர்களின் பகுப்பாய்வு எந்த விளக்கக்காட்சியிலும் தொடக்க புள்ளியாக அமைகிறது. பார்வையாளர்கள் இலக்கு உண்மையில் மிகவும் மாறுபட்டவை. அவர்கள் அவசியம் ஒரு ஒற்றுமை மற்றும் மிகவும் கவனத்துடன் உள்ள குழுவை இருக்கலாம். அவர்கள் பன்முகம் மற்றும் மாறுபாடுடையவர்களாக இருக்கலாம். அறிவின் நிலை, புரிந்து கொள்ளும் திறமை, மொழியின் திறமை, எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் இத்தகைய காரணிகளின் புரவலன் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில், பார்வையாளர்கள் குழுக்களுக்கும், கேட்போர் குழுக்களுக்கும் மிக முக்கியமான வேறுபாடுகள் இருக்கலாம். விளக்கங்களை தயாரிப்பதில் ஒரே அளவு பொருந்துவதாக இருக்க முடியாது எனவே மற்ற குழுக்களுடன் ஒரு குழுவோடு நன்றாக வேலை செய்வது அவசியம்.

பார்வையாளர்களைப் பொறுத்து, விளக்கக்காட்சிகளின் முன்னோட்டம் தயாரிக்கப்பட வேண்டும். பார்வையாளர் தொடர்பான கருத்து வேறுபாடுகள் மற்றும் திட்டம் குறித்து ஒரு நபர் நன்கு அறிந்தவராக இருக்க வேண்டும், குறிப்பிட்ட குழுவின் இலக்கு இணங்க அவரது விளக்கக்காட்சியை ஒழுங்கமைக்க வேண்டும்.

விளக்கக்காட்சியை திட்டமிடுவதில் அடுத்த படியாக, இலக்குகளை அமைக்க வேண்டும். வியாபார தகவல் தொடர்பு, நாம் ஏற்கனவே குறிப்பிட்டிருக்கிறோம், குறிக்கோளாக இருக்க வேண்டும். எந்த விளக்கமும், முறையான பேச்சு, கடிதம், குறிப்பு அல்லது சந்திப்பு ஒரு நோக்கத்திற்காக உள்ளது. விளக்கக்காட்சிகளின் குறிக்கோள்கள் மாறுபடும் - தகவல் கொடுப்பது, செல்வாக்கு, எளிமைப்படுத்துதல், கல்விப்படுத்துதல், அல்லது ஊக்குவிக்க. திட்டமிடல் கட்டத்தில், விளக்கக்காட்சியை வடிவமைப்பதில் அனைத்து குறிக்கோள்களையும் வழங்குவதற்கு வழங்குநர் கவனமாக இருக்க வேண்டும்.

ஒவ்வொரு விளக்கக்காட்சியும் ஒரு தலைப்பை அல்லது ஒரு விஷயத்தை உள்ளடக்கியதாக இருக்கும். பேச்சாளர் அல்லது மாநாட்டின் பார்வையாளர் ஆய்வரங்கு குழு, குழுவினர் பார்வையாளர்களாலோ அல்லது அமைப்பாளர்களாலோ முடிவு செய்யலாம். இந்த விஷயம் திட்டமிட்ட செயல்முறை, ஒதுக்கப்பட்டுள்ள தலைப்பு அல்லது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தலைப்பு போதுமானதாக இருக்கும் என்பதை உறுதிப்படுத்த வேண்டும். திட்டமிட்ட கட்டத்தில், பொருள் தெளிவு மற்றும் முழுமையுடன் மூடப்பட்டிருப்பதாக நபர் உறுதி செய்ய வேண்டும், தெளிவற்ற மற்றும் தவறான விளக்கத்திற்கான இடம் இல்லை. கவனிப்பு இல்லாவிட்டால், விளக்கக்காட்சியின் நோக்கம் தோற்கடிக்கப்படலாம்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

திட்டமிடல் செயல்பாட்டில் நான்காவது படி மனதில் பயணிப்பது. பயணம் செய்யும் மனப்பான்மை, நீங்கள் செய்யப்போகும் விளக்கக்காட்சியை ஒரு பார்வைக்கு உருவாக்குகிறது. இது நமது எண்ணங்களை ஒழுங்குபடுத்துவது தொடர்பானது - என்ன சொல்ல வேண்டும், எப்படிப் பேச வேண்டும், எங்கு நடத்த வேண்டும், எங்கே வலியுறுத்துவது, எங்கே இடைநிறுத்தப்பட வேண்டும், எங்கே நகைச்சுவை அல்லது தற்போதைய புள்ளியியல் கொண்டு வருவது போன்றவை. பயணத்தின் மனதின் கனவு போன்ற பரந்த பகுதிகளை உள்ளடக்குகிறது அல்லது விளக்கக்காட்சியை உள்ளடக்கிய கற்பனை அல்லது தொலைநோக்கு. அவ்வாறு செய்யும்போது, பார்வையாளர் பகுப்பாய்வு, குறிக்கோள் மற்றும் தலைப்பு பற்றிய வரையறுத்தல் ஆகியவை எல்லா இடங்களிலும் உள்ளன என்பதை ஒரு நல்ல தொகுப்பாளர் உறுதிப்படுத்துகிறார். பேச்சாளர் கவனம் செலுத்தாவிட்டால், விளக்கக்காட்சிகள் வலிமையானவை, பயனுள்ளவையா அல்லது தூண்டக்கூடியவைகளாக இருக்க முடியாது. அவர் அல்லது அவள் சிதைந்துவிட்டால் அல்லது ஒழுங்கற்றதாக இருந்தால், வழங்கல் நடவடிக்கைகளுக்கு ஒரு உறுதியான, ஒரு தெளிவான பாதையை பின்பற்றாத விளக்கக்காட்சிகள் முடிவுகள் வழங்குவதில் தோல்வியடைகின்றன. திட்டமிடல் முக்கிய செய்தி மற்றும் நடவடிக்கைக்கான அழைப்பு தெளிவாக வெளிப்பட வேண்டும். செயல்திறன் திட்டமிடல் நிகழ்தகவுகளின் எதிர்பார்ப்பு, எதிர்பார்த்த கோணங்களில் இருப்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது. நல்ல திட்டமிடல் விளக்கக்காட்சியின் கட்டமைப்பு தெளிவானது, தர்க்கரீதியானது மற்றும் விளைவு சார்ந்தது என்பதை உறுதிப்படுத்துகிறது.

2. விளக்கக்காட்சியை தயார் செய்தல்: எந்தவொரு விளக்கக்காட்சியையும் தயார் செய்தல் நான்கு படிகளை உள்ளடக்கியது. பொருத்தமான தகவலை சேகரித்து, உள்ளடக்கத்தை ஒழுங்குபடுத்துதல், காட்சி மற்றும் பிற உதவிகளை தேர்ந்தெடுத்து, மற்றும் விளக்கக்காட்சியை எழுதுதல். நல்ல பேச்சாளர்கள் மற்றும் வழங்குனர்கள் தங்கள் பேச்சுக்களை முன்கூட்டியே தயார்படுத்த முயற்சிகளை மேற்கொள்கிறார்கள். தயாரிப்புக்கு செலவழித்த நேரம் தலைப்பின் பரிபூரணத்தை, பார்வையாளர்களின் இயல்பு, விளக்கக்காட்சியின் நீளம் மற்றும் பிற தொடர்புடைய காரணிகளை சார்ந்திருக்கும்.

எந்தவொரு விளக்கக்காட்சிக்கும் சாரம் அதன் உள்ளடக்கம் அல்லது பொருள். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், உள்ளடக்க எண்ணிக்கை. அனைத்து சம்பந்தப்பட்ட உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்கள் அவசியம் விளக்கமாக வழங்கப்பட வேண்டும். உண்மை விவரங்களை சேகரிப்பதில், முதன்மை மற்றும் இரண்டாம் நிலை - தரவு அடிப்படையில் இரண்டு ஆதாரங்கள் உள்ளன என்பதை நாம் கவனிக்க வேண்டும். இதேபோல், தரவு ஆதாரங்கள் உள் மற்றும் வெளிப்புறமாக இருக்கலாம். நல்ல

வழங்குனர்கள் உண்மையான மற்றும் நம்பகமான ஆதாரங்களில் இருந்து தேவையான தரவை சேகரிக்க கவனமாக இருக்கிறார்கள். அவற்றுள் புதுப்பிக்கப்பட்ட மற்றும் முறையாக சரிபார்க்கப்பட்ட தரவைப் பயன்படுத்துகின்றன. துல்லியமற்ற மற்றும் பழைய தரவு விளக்கப்படங்களை சந்திப்பதற்கும் சவால் விடுவதற்கும் வாய்ப்புள்ளது. இது பொதுவாக, தவறான பார்வையாளர்களால் இல்லை, ஆனால் மோசமான பேச்சாளர்கள் மட்டுமே என்று கூறப்படுகிறது. பேச்சாளர் எப்போதும் நல்ல, சிந்தனை மற்றும் பதிலளிக்கும் நபர்களைக் கொண்டிருப்பார் என்று கருதிக் கொள்ள வேண்டும். அவர்கள் விளக்கக்காட்சியில் கலந்துகொள்கிறார்கள், ஏனென்றால் அவர்கள் உங்களுடைய விஷயத்தை நன்கு அறிந்திருக்க மாட்டார்கள், இன்னும் தெரிந்து கொள்ள ஆர்வமாக இருக்கிறார்கள். பார்வையாளர்களின் புரிந்துகொள்ளுதலைச் செம்மையாகச் செய்வதற்கு எந்த நல்ல பேச்சாளரும் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

அனைத்து தகவல்களையும் சேகரித்த பின்னர், அடுத்த படிநிலையை ஒழுங்கமைக்க வேண்டும். பொருள் சரியான வரிசையில் ஏற்பாடு செய்யப்பட வேண்டும். பொருள் சம்பந்தப்பட்ட உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்கள், மேற்கோள்கள் மற்றும் எடுத்துக்காட்டுகள், அட்டவணைகள் மற்றும் வரைபடங்கள், நகைச்சுவையான நிகழ்வுகள் மற்றும் வழங்கலுக்கான மற்ற அம்சங்கள் போன்றவை சேகரிக்கப்பட்டு தயாராக இருக்க வேண்டும். விளக்கங்கள் பல்வேறு பார்வையில் வைத்து, அது தர்க்கரீதியான, நெறிமுறை மற்றும் உணர்ச்சி முறையீடுகள் கொண்டதா என ஆறாய வேண்டும், அதே போல் உங்கள் வாதத்தை ஆதரிக்க பல்வேறு ஆதாரங்கள் கொண்டு பயன்படுத்தினால் நன்றாக இருக்கும்.

அடுத்த படி காட்சி மற்றும் பிற பொருத்தமான உதவிகளை தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். இன்றைய சூழலில், ஒலிவாங்கிகளுக்கான உதவியுடன் விளக்கங்கள் பெரும்பாலும் செய்யப்படுகின்றன. எந்த விளக்கத்திலும் காட்சி உதவி மற்றும் துணை வரைபடங்கள், சித்திர விளக்கக்காட்சிகள் போன்றவை பெரும்பாலும் இருப்பதில்லை. விளக்கக்காட்சியை ஒழுங்கமைக்கும்போது, எந்த கட்டத்தில்/எந்த நேரத்தில் விளக்கக்காட்சியின் போது, உதவி தேவைப்படுகிறது, அதை வழங்குபவர், அதன் அவசியம் யாவற்றையும் முன்கூட்டியே முடிவு செய்து பேச்சாளர் தேர்வு செய்ய வேண்டும், வேலை நிலைமையை சரிபார்த்து, காட்சி உதவிகள் தயாராக வைக்க வேண்டும்.

நாம் இதுவரை விவாதித்த அனைத்து மூலப்பொருட்களையும் சேகரிக்க ஒத்திருக்கிறது. விளக்கத்தை எழுதுவது இறுதி தயாரிப்புகளைச் சந்திப்பது போல் உள்ளது. விளக்கக்காட்சியை எழுதுவது என்பது முழுமையும் ஒன்றாக இணைக்க ஒன்று சேர்ப்பதாகும். உள்ளடக்கம் மற்றும் அதன் முழு விளக்கம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில், அறிமுகம், பொருள் மற்றும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

முடிவுரை - எந்தவொரு விளக்கமும் மூன்று தனித்துவமான அம்சங்களை உள்ளடக்கும்.

பேச்சாளர் ஒரு வாழ்த்துடன் தொடங்குகிறார், முன்னுரையை உள்ளடக்கி, தலைப்பை அறிமுகப்படுத்துகிறார். இது அறிமுக பகுதியாகும். இங்கு முக்கியமானது என்னவென்றால் பார்வையாளர்களின் கவனத்தை கைப்பற்றுவதற்கும் அவர்கள் கேட்பதற்கு ஒரு காரணத்தையும் தருவதே ஆகும். ஒரு கதையோ அல்லது உவமையையோ சொல்லுவதன் மூலம் பார்வையாளர்களை கவர்ந்திழுக்க வேண்டும், ஒரு குழப்பமான நிகழ்வு அல்லது தகவலைக் குறிப்பிடுவது, ஒரு சொல்லாட்சிக் கேள்வி கேட்பது அல்லது ஒருமுறையான ஆர்வத்திற்கு தீர்ப்பளிக்கும். அவர் கூறும் ஒன்றை அறிமுகமில்லா செய்தியை எப்படிப் பேசுவார், அது எவ்வாறு பயனளிக்கும் என்பதை பேச்சாளர் கூறுகிறார். அறிமுக பகுதி, பேச்சாளருக்கு சரியான தொனி அமைக்கிறது. அறிமுக பகுதியாக பொதுவாக ஒரு பேச்சாளர் என உங்கள் சான்றுகளை கொடுத்து நீங்கள் என்ன சொல்ல போகிறீர்கள் என்று தெளிவாக கூறுகிறது. பேச்சாளரால் சொல்லப்பட்ட ஆரம்ப வார்த்தைகள் கேட்போர் மூலம் மிகுந்த கவனத்துடன் கேட்கப்படுவதால், பேச்சாளர் அவர்களை கவர்ந்திழுக்க கூடுதல் கவனம் எடுக்க வேண்டும். அறிமுகம் மூலம் பேச்சாளர் சொல்வது பார்வையாளர்களின் கவனத்தை பாதிக்கும். பேச்சாளர் கவனத்தை ஈர்ப்பதற்காகவும், ஆர்வத்தைத் தூண்டி, தொடக்க கருத்துக்களை உறுதிப்படுத்துவதையும் ஒவ்வொரு முயற்சியையும் செய்ய வேண்டும். கேட்போர் தங்கள் கேள்விகளைக் கேட்டு, சந்தேகங்களைத் தெளிவுபடுத்துகையில், அறிமுகமான கருத்துக்களை பேச்சாளர் குறிப்பிடலாம்.

உங்கள் விளக்கக்காட்சியின் செயலில் அடுத்தது. விளக்கக்காட்சியின் பொருள் பகுதிக்குச் செல்லுதல், பேச்சாளரின் அனைத்து முக்கிய குறிப்புகளையும் உள்ளடக்கியது, அனைத்து ஆதாரமான தகவல்களையும் வைக்கிறது மற்றும் முழுமையான பாதுகாப்பு உறுதிப்படுத்துகிறது. அனைத்து ஆதாரங்களும் தர்க்கரீதியான வாதங்களும் விளக்கக்காட்சியின் உடலில் இடம் பெறும். பேச்சாளர் அவர்களைப் பற்றி பேசுவார் என்ற எதிர்பார்ப்புடன் கலந்துகொள்கிறார். பேச்சாளரின் பேச்சை பற்றி பேசுவதற்கு, தகுதியுடையவராக, விரிவுபடுத்துதல், அறிவொளியூட்டுதல் மற்றும் கவர்ச்சியூட்டுதல் ஆகியவற்றைப் பற்றி பேச்சாளர் எதிர்பார்க்கிறார். பேச்சாளர் தனது குறிப்புகள் அல்லது காட்சி உதவிகள் ஆகியவற்றைக் கலந்துரையாடலாம் மற்றும் அனைத்து தொடர்புடைய உண்மைகளையும் புள்ளிவிவரங்களையும் முழுமையாக வெளிப்படுத்தலாம். பேச்சாளர் ஆதாரப் பொருளைக் குறிப்பிட்டு, முக்கிய செய்திகளை ஆதரிப்பதற்காக எடுத்துக்காட்டுகளையும் வழங்கலாம். அதன் முக்கியத்துவத்தை கருத்தில் கொண்டு, எந்தவொரு விளக்கக்காட்சியிலும் செலவிடப்பட்டிருக்கும் மூன்றில் இரண்டு பங்கு விளக்கக்காட்சியின் பொருள் பகுதிக்கு

ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது. முக்கிய குறிப்புகளை விவரிக்கவும், வலியுறுத்தவும், விரிவுபடுத்தவும், அதனால் பார்வையாளர்களை உள்ளடக்கிய விஷயத்தைப் பற்றி தெளிவுபடுத்துகிறது.

வழங்கல், மூன்றாவது மற்றும் இறுதி பகுதியாகும் வழங்கல் நிறைவு அல்லது இறுதி முடிவு அல்லது முடிவானது முக்கிய குறிப்புகளை விரைவாகச் சுருக்கியது மற்றும் இறுதியான முக்கிய கருத்துகளை உறுதிப்படுத்துகிறது. நல்ல பேச்சாளர்கள், அவர்களின் இறுதி வார்த்தைகள், கேட்போர் மீது நீடித்த உணர்வை உருவாக்கலாம். பலவீனமான முடிவை தவிர்க்க அவர்கள் கவனமாக இருக்கிறார்கள். இந்த வழங்கல் பகுதி, அவர்களுக்கு தெரியும், முக்கிய அறிக்கையின் கருத்தை வலியுறுத்தி, முக்கிய குறிப்புகளையும் அவர்கள் வெளியே கொண்டு வந்த பிரதான செய்தியையும் கூறிவருகின்றனர். அவர்கள் நடவடிக்கைக்காக அழைப்பதன் மூலம் விளக்கத்தை முடிக்கிறார்கள். நல்ல பேச்சாளர்கள் முடிவுக்கு நிற்கிறார்கள். ஒரு வலுவான குறிப்புக்கு விளக்கக்காட்சியை எவ்வாறு முடிப்பது என்பது அவர்களுக்குத் தெரியும். பார்வையாளர்கள் மீது நேர்மறை மற்றும் நீடித்த உணர்வை விட்டு வெளியேறுவதுபோல் முடிவு பகுதி இருக்க வேண்டும்.

நல்ல விளக்கங்கள் மற்றும் பேச்சுகள் கடின உழைப்பு மற்றும் தெளிவான தயாரிப்பு ஆகியவற்றின் விளைவாக மறுபரிசீலனை செய்ய வேண்டும். பேச்சாளர்களில் சிறந்தவர்களும் கூட அவர்களது பேச்சுக்களைத் தயாரிக்கிறார்கள், ஆனால் தொடக்கமாக அல்லது புதுப்பிப்பாளராக அல்ல. மார்க் அட்வைன் மேற்கோளிட்டு, 'ஒரு நல்ல ஒப்பற்ற உரையை தயாரிக்க வழக்கமாக மூன்று வாரங்களுக்கு மேலாகும்.

மேலும், விளக்கங்கள் பொதுவாக கேள்வி மற்றும் பதில் அமர்வுகள் மூலம் முடிவடையும் வரை தயாரிப்பாளர் சந்தேகத்திற்கிடமின்றி கேள்விகளை எதிர்பார்க்க வேண்டும் மற்றும் அவர்களுடன் சமாளிக்க தயாராக இருக்க வேண்டும். கேள்விகளுக்கு அவசிய தேவை உள்ளது ஆனால் எளிமையானதாக இருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை, இது தயாரிப்பில் கூட தந்திரமான மற்றும் கடினமான கேள்விகளை வழங்க வேண்டும் என்பதாகும். வெற்றிகரமான எந்த விளக்கத்திற்கும், பேச்சாளர்கள் பல்வேறு காட்சிகளை எதிர்பார்க்கலாம் எனவே நன்கு தயாரிக்க வேண்டும். கேள்விகளுக்கு பதிலளிக்க முடியாவிட்டால் பேச்சாளர், அவரது குழு மற்றும் அமைப்பு பற்றி குறைவான உணர்வைத் தூண்டும். முழுமையான தயாரிப்பு ஒரு வெற்றிகரமான விளக்கத்தின் வாய்ப்பை மேம்படுத்துகிறது

3. **விளக்கக்காட்சியினை வழங்கல்:** செய்தி தகவல் தொடர்பில் உள்ள உண்மையான தகவல் தொடர்பு முறை. பேச்சு அல்லது விளக்கக்காட்சியின் திறமை என்ன கூறப்படுகிறது என்பதை

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மட்டுமல்ல, அது எவ்வாறு கூறப்படுகிறது என்பதையும் சார்ந்துள்ளது. பேச்சாளர் அனுபவமில்லாதபோது, அவர் பேச்சு பதட்டத்திலிருந்து கஷ்டப்படுகிறார். இந்த கவலை பலவீனமான முழங்கால், குறைந்த குரல் மற்றும் நினைவக இழப்பு ஏற்படுகிறது. ஒரு சிறிய குழுவின் முன் குறிப்பாக நடைமுறைப்படுத்துவது, அத்தகைய கவலைகளை சமாளிக்க உதவுகிறது. சிறந்த பேச்சாளர்கள் விளக்கக்காட்சியினை வழங்க பல்வேறு அம்சங்களை குறிப்பாக கவனத்தை இணைக்க வேண்டும். ஒரு விளக்கக்காட்சியை வழங்கும்போது நான்கு அம்சங்களைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். நடைமுறையில், அல்லாத சொற்கள், நேரம் மேலாண்மை, மற்றும் நம்பிக்கை கட்டுமானம்.

எந்தவொரு பயனுள்ள வாய்வழி தொடர்புக்கும், குறிப்பாக ஒரு பேச்சு அல்லது விளக்கக்காட்சிக்காக நடைமுறை மிகவும் அவசியம். இங்கு நடைமுறை நிகழ்ச்சியின் ஒத்திகை குறிக்கிறது. நடைமுறையில் அமர்வு, நீங்கள் விரும்பிய தாக்கத்தை உருவாக்க குரல், வாய்மொழி மற்றும் காட்சி அம்சங்கள் ஒத்திசைவில் உள்ளன என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். விளக்கங்களைத் தேட சில குறுக்கீடுகளை வழங்கிய பின்னரும், வழங்கல் நேரத்திற்குள் முடிக்கப்பட முடியும் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். நடைமுறையில், பேச்சாளரின் அனைத்து அம்சங்களும் சரியான காரணியாக இருப்பதை உறுதிசெய்கின்றன. எந்தவிதமான திட்டமிடலும், மற்ற தயாரிப்புகளும், ஒரு நல்ல விளக்கத்திற்கு உத்தரவாதம் அளிக்கின்றன. ஒரு கண்ணாடி முன் அல்லது ஒரு நபரின் பழக்கமான குழுவினருக்கு முன்னால் சிறப்பாக செயல்பட வேண்டும். ஒரு கிளைக்கே பயன்படுத்த, நடைமுறையில் ஒரு மனிதன் (மற்றும் ஒரு பெண்) சரியாக செய்ய முடியும். ஒரு பேச்சாளர் பேச்சின் உண்மையான விநியோகத்தை கடைப்பிடிக்கும் வரை, அது நம்பிக்கை அல்லது உந்துதல் மட்டுமே. ஒரு பேச்சாளர் பழக்கபழக தன்னுடைய கவலைகளை சமாளிக்க முடியும். இன்னும் அவர் அதிக நம்பிக்கை ஏற்படும்.

சில தகவல்தொடர்பு வல்லுநர்கள் இது 'சரியான' விளக்கத்தை நோக்குவது உண்மையல்ல என்று நம்புகிறார்கள். விளக்கக்காட்சி தெளிவாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டிருந்தால், நன்கு ஆவணப்படுத்தப்பட்டு மற்றும் திறம்பட வழங்கப்பட்டால், மகிழ்ச்சியாக உணர வேண்டும். பரிபூரணமாக ஒவ்வொரு விளக்கத்தையும் எதிர்பார்ப்பது பேச்சாளருக்கு கூடுதல் அழுத்தத்தை அளிக்கிறது மற்றும் அவரது பதட்டத்தை அதிகரிக்கிறது. ஒரு பயிற்சி நிபுணர் இவ்வாறு கூறுகிறார், 'பயிற்சி உங்கள் சிறப்பாக செயல்படவைக்கும், ஆனால் முழுமை இருக்காது. நீங்கள் என்ன சொல்கிறீர்களோ அதையே மிகவும் வசதியாக வைத்துக் கொள்வது, உங்கள் நாக்கை குறைந்தபட்ச முயற்சியுடன் சுமந்து செல்லும்.'

பெரிய விநியோகத்தை வழங்குவதற்கான இன்னுமொரு முக்கிய அம்சம் சொற்கள் அல்லாத விவகாரங்களில் தொடர்புடையது.

காட்சி மற்றும் குரல் அம்சங்கள் குறிப்பிடத்தக்க பங்கை வகிக்கின்றன மற்றும் வாய்மொழி செய்திகளை நிரப்புகின்றன அல்லது சிதைக்கலாம். ஒவ்வொரு பேச்சாளர் மற்றும் திட்டமிடல், விளக்கக்காட்சியினை தயாரித்தல் மேடையில் மட்டுமல்ல, விநியோகத்தின் உண்மையான கட்டத்தில் மட்டுமல்லாமல், சொற்பொருளியல் அல்லாத அம்சங்களை அறிந்திருக்க வேண்டும். ஒரு புன்னகை, நல்ல தோரணைகள் மற்றும் சைகைகள், முகம் வெளிப்பாடுகள், தேவையான குரல் பண்பேற்றம், கண் தொடர்பு மற்றும் பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் நடத்தை ஆகியவற்றை உள்ளடக்கிய நல்ல மெய்பாடு உணர்வுடன் அவர் உணர்வுபூர்வமாக செய்தியை வெளியிட வேண்டும். இந்த அம்சங்களைப் பற்றிய விழிப்புணர்வு, குறிப்பாக விளக்கக்காட்சிகளை விநியோகிப்பதில், விளக்கக்காட்சிகள் திறம்பட செயல்படுவது முக்கியம்.

நேர நிர்வாகமானது விளக்கக்காட்சிகளை திறம்பட செயல்படுத்துவதற்கான மற்றொரு அவசியமான தேவையாகும். வணிக உலகில், நேரம் என்பது பணம். வியாபார விளக்கக்காட்சிகளைப் பற்றிய பார்வையாளர்கள் பெரும்பாலும் தங்கள் நேரத்தை மதிக்கிறவர்கள். பேச்சாளர் ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்திற்குள் விளக்கக்காட்சியை முடிக்க கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். மேலும், கருத்தரங்குகள், மாநாடுகள், முதலியன, பேச்சாளர்கள் வழக்கமாக அடுத்தடுத்த கால இடைவெளியில் மற்றொன்றுக்குப் பிறகு, ஒரு பேச்சாளருக்கு ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்தை மேற்பார்வையிட்டால், அது அடுத்த அமர்வுகளை சீர்குலைக்கும். இதேபோல், ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்திற்கு முன்னரே முடிப்பது கூட விரும்பத்தக்கதல்ல, இது மோசமான திட்டமிடல் மற்றும் போதுமான தயாரிப்பு ஆகியவற்றை குறிக்கிறது.

பயனுள்ள நேரத்தை நிர்வகிக்கும் இந்த சூழல், மீண்டும் வலியுறுத்தப்படும் ஒரு முக்கியமான பரிமாற்ற வீதமாகும். பரிமாற்ற வீதம் நிமிடத்திற்குப் பேசப்படும் வார்த்தைகளின் எண்ணிக்கையை குறிக்கிறது. பேச்சாளர்கள் சராசரியாக நிமிடத்திற்கு 150 - 175 வார்த்தைகள் பேசுகின்றனர். வேகமாக பேசுபவர்கள் நிமிடத்திற்கு சுமார் 200 வார்த்தைகளாக வேகப்படுத்தலாம். பெரும்பாலான கேட்போர் நிமிடத்திற்கு 500 வார்த்தைகளை புரிந்து கொள்ள முடியும் என்று கூறப்படுகிறது. நல்ல வரவேற்பாளர்கள் இந்த பரிமாற்ற இடைவெளியை மனதில் வைத்து, பார்வையாளர்களை ஈடுபடுத்த நினைக்கும் முயற்சிகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். பொருத்தமான கண் தொடர்பு, உடல் இயக்கங்கள், இடைநிறுத்தங்கள் மற்றும் சைகைகள், குரல் பண்பேற்றம், காட்சி உதவிகளுக்கான உதவி மற்றும் அவற்றை ஈடுபடுத்திக் கொள்ளும் முயற்சிகள் ஆகியவை அவசியமானவை.

இறுதியாக, நல்ல பேச்சுவார்த்தை மற்றும் பயனுள்ள விளக்கங்கள் நம்பிக்கையின் உயர்ந்த நிலைக்கு அழைப்பு விடுகும் என்பதை வலியுறுத்த வேண்டும். கடின உழைப்பு, நனவு முயற்சிகள்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

மற்றும் உயர்வு மற்றும் ஏற்றத்தாழ்வுகளின் தொடர்ச்சியான காலப்பகுதியில் முக்கிய தொடர்புத் திறமைகளை வளர்க்க கூடியவை. பல தோல்விகள் மற்றும் கீழ் செயல்திறன் இருக்க முடியும். இருப்பினும், தொடர்ச்சியான முயற்சிகளால், சாதாரணமான பேச்சாளர் அல்லது தொகுப்பாளர் கூட நிச்சயமாக தனது செயல்திறனைச் செயல்படுத்துவதுடன், ஒரு திறனாய்வாளராக மட்டுமல்ல, உண்மையில் ஒரு சிறந்த தொகுப்பாளராகவும் ஆகிவிட முடியாது. இன்றைய அனைத்து பெரிய பேச்சாளர்களும் கடந்த காலங்களில் சாதாரணமாக அல்லது மோசமான பேச்சாளர்களாக இருந்தனர் என்பதை இங்கு குறிப்பிடத்தக்கது. ஒவ்வொரு நல்ல பேச்சாளரும் படிப்படியாக முன்னேற வேண்டும் என்பதே நம்பிக்கையை வளர்ப்பதாகும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. ஒரு நல்ல பேச்சு மற்றும் திறம்பட்ட விளக்கத்தை எடுப்பதற்கான திறமை என்ன? அது ஏன் முக்கியம்?
4. விளக்கத்தை வரையறுக்க.

11.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய

இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. ஒரு வாய்மொழி தொடர்பாடல் என்பது பேசப்படும் வார்த்தையை குறிக்கிறது. அது சத்தம் மற்றும் வார்த்தைகளின் வடிவத்தை எடுக்கும்.
2. வாய்மொழி தொடர்பு மூலம் தெரிவிக்கப்பட்ட செய்தி உடனடியாக உள்ளது. எந்தவொரு நேரத்திலும் இழப்பு இல்லாமல் செய்திகளால் பயணிக்க முடியும்.
3. ஒரு நல்ல பேச்சு மற்றும் பயனுள்ள விளக்கக்காட்சி திறன் தொழில்முறை அல்லது வியாபார உலகத்துடன் தொடர்புடைய எவருக்கும் மதிப்பு சேர்க்கிறது.
4. ஒரு விளக்கக் காட்சி, ஒரு குழுவினருக்கு ஏதாவது காட்டும், விளக்கும் அல்லது விவரிக்கும் செயல் என்று விவரிக்கப்படுகிறது.

11.5 சுருக்கம்

- வாய்மொழி தகவல்தொடர்பு என்பது இதுவரை பயன்பாட்டில் தொடர்பு கொள்ளும் பொதுவான முறையாகும்.
- வாய்மொழி தொடர்பு பேசப்படும் வார்த்தை குறிக்கிறது. அது சத்தம் மற்றும் வார்த்தைகளின் வடிவத்தை எடுக்கும்.
- தனிநபர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் அன்றாட வாழ்வில் வாய்மொழி தொடர்பு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

- வாய்வழி தகவல்தொடர்பு வாய்மொழி தொடர்பு எனவும் குறிப்பிடப்படுகிறது. இது வார்த்தைகளின் உதவியுடன் தனிநபர்களிடையே நடைபெறுகிறது.
- விளக்கங்கள் குறிப்பாக வணிக உலகில், ஊடாடும் தொடர்பு மிகவும் பிரபலமான முறையாகும்.
- ஒரு கூட்டம்/குழு மக்களிடையே ஏதாவது ஒன்றை காட்டும், விளக்கும் அல்லது விவரிக்கும் செயலாக விவரிக்கப்படுகிறது.
- பல்வேறு கருத்துக்கள் மற்றும் கருத்துக்கள், கட்டமைப்பும், தொழில்நுட்பத் தயாரிப்பு சார்ந்த பொருட்கள், வணிக முடிவுகள், பகுப்பாய்வு ஆய்வுகள், நிலை அறிக்கைகள், மூலோபாய திட்டங்கள் மற்றும் அத்தகைய பொருட்களின் புரவலன் ஆகியவற்றைப் பரப்புவதற்கான ஒரு பிரபலமான வழிமுறையாக விளக்கக்காட்சிகள் வெளிப்படுகின்றன.
- நல்ல எழுத்து என்பது முற்போக்கான எழுத்து, எழுதும் மற்றும் மறுபரிசீலனை உள்ளடக்கிய ஒரு மூன்று கட்ட செயல்முறை ஆகும்.
- விளக்கக்காட்சியைத் திட்டமிடுவது அவசியமாக நான்கு படிகள், அதாவது பார்வையாளர்களின் பகுப்பாய்வு, புறநிலை அமைத்தல், தலைப்பையும் மனதையும் பயணிப்பது ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.
- எந்தவொரு விளக்கக்கட்சியையும் தயார் செய்தல் நான்கு படிகளை உள்ளடக்கியது. பொருத்தமான தகவலை சேகரித்து, உள்ளடக்கத்தை ஒழுங்குபடுத்துதல், காட்சி மற்றும் பிற உதவிகளை தேர்ந்தெடுத்து, மற்றும் விளக்கக்காட்சியை எழுதுதல்.
- செய்தி தொடர்பு கொள்ளப்படும் உண்மையான முறை விளக்கக்கட்சியுடன் தொடர்புடையது.
- சில தகவல்தொடர்பு வல்லுநர்கள், ஒரு 'சரியான' விளக்க காட்சி வழங்குவது உண்மையில் சாத்தியமில்லை என்று நம்புகிறார்கள். வழங்கல் தெளிவாக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டால், நன்கு ஆவணப்படுத்தப்பட்ட மற்றும் திறம்பட வழங்கப்பட்டால், மகிழ்ச்சியாக உணர வேண்டும்.

குறிப்புகள்

11.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **நேர்காணல்:** ஒரு நேர்காணல் ஒரு உரையாடலாகும், அங்கு கேள்விகள் கேட்கப்பட்டு பதில்கள் வழங்கப்படுகின்றன.
- **விளக்கக்காட்சி:** ஒரு புதிய தயாரிப்பு, யோசனை அல்லது பணிப் பகுதி காட்டப்படும் பேச்சு அல்லது உரையை குறிக்கிறது.
- **வாய்மொழி தகவல்தொடர்பு:** வாய்மொழி தொடர்பு வாய் வார்த்தை மூலம் தகவல் அல்லது கருத்துக்களை வெளிப்படுத்தும் செயல்முறை ஆகும்.

11.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறிப்புகள்

குறு வினாக்கள்

1. வாய்வழி தொட்பு ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதவும்.
2. வாய்மொழி தொடர்பாடல் தகுதிகள் யாவை?
3. ஒரு விளக்கக்காட்சியை எவ்வாறு திட்டமிடலாம்?
4. 'பயனுள்ள வாய்மொழி தொடர்பாக நடைமுறை மிகவும் அவசியம்.' சூழலைப் பற்றிய குறிப்புடன் கருத்து தெரிவி.

பெரு வினாக்கள்

1. விளக்கக்காட்சி எவ்வாறு ஊடாடும் தகவலுக்கான ஒரு முக்கியமான வழிமுறையாக அமைகியது?
2. வணிகத்தில் விளக்கக்காட்சிகள் எவ்வாறு பயன்படுத்தப்படுகின்றன? சில எடுத்துக்காட்டுகளுடன் கலந்துரையாடுங்கள்.
3. விளக்கக்காட்சியை எடுப்பதற்கு என்ன வழிமுறைகள்?
4. வாய்மொழி தொடர்பு வரையறு. வாய்மொழி தொடர்பாடல் குறைபாடு என்ன?

11.8 மேலும் படிக்க

Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi: Vikas Publishing House.

Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.

Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.

Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..

Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.

Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

தொகுதி - 4
சந்திப்புகள், திறன் மற்றும் தொழில்நுட்ப
தொடர்பாடல்

சந்திப்புகள்

குறிப்புகள்

அலகு 12 சந்திப்புகள்

அமைப்பு

- 12.0 முன்னுரை
- 12.1 நோக்கங்கள்
- 12.2 கூட்டங்களின் வகைகள்/வணிக கூட்டங்கள்
 - 12.2.1 வணிக கூட்டங்களின் முக்கியத்துவம்
- 12.3 கூட்டங்களை நடத்துதல்
 - 12.3.1 கூட்டங்களில் செய்யும்/நடக்கும் பொதுவான தவறுகள்
- 12.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 12.5 சுருக்கம்
- 12.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 12.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 12.8 மேலும் படிக்க

12.0 அறிமுகம்

தனிநபர்களின் முறையான அல்லது முறையற்ற விவாத கூட்டம் சில சிக்கல்கள் மற்றும் சிக்கல்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும், முடிவுகளை எடுக்கவும் அழைப்பு விடுத்தது. முறையான கூட்டங்கள் திட்டவட்டமான காலங்களில், வழக்கமாக ஒரு திட்டவட்டமான திட்டத்தை நிறைவேற்றுவதற்கான ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒரு திட்டவட்டமான இடத்தில் நடைபெறுகின்றன.

இந்தக் கூட்டங்களின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி, கூட்டங்களின் வகைகள் மற்றும் முக்கியமான சந்திப்புகளை ஒரு கூட்டத்தை நடத்துகையில் நினைவில் கொள்வோம்.

12.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- பல்வேறு வகையான கூட்டங்களை விவரியுங்கள்
- வணிக கூட்டங்களின் முக்கியத்துவத்தை புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- கூட்டங்களை நிறுவுவதற்கான தர விதிகள் பற்றி விவாதிக்கவும்
- கூட்டங்களில் செய்யப்பட்ட பொதுவான தவறுகளை அடையாளம் காணவும்

சுய குறிப்புகள்

12.2 சந்திப்புகளின் வகைகள்/வணிக கூட்டங்கள்

பல்வேறு வகையான கூட்டங்கள் உள்ளன. ஒவ்வொரு வகைக்கும் வேறுபட்ட ஆதரவு, கட்டமைப்புகள் மற்றும் பங்கேற்பாளர்களின் வேறுபட்ட எண் தேவைப்படுகிறது. உதாரணமாக, முடிவெடுக்கும் கூட்டம் ஒரு சிறிய எண்ணிக்கையிலான பங்கேற்பாளர்களுடன் வேகமாக முடிவடையும் போது, ஒரு நிலை முன்னோக்கி கூட்டம் பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கைக்கு வரம்பு இல்லை.

ஒரு சந்திப்புக்கு திட்டமிடும் முதல் படி இது என்ன சந்திப்பு வகை என்பதை வரையறுக்கிறது. ஒவ்வொரு சந்திப்பும் தனிப்பட்டதாக இருக்கும்போது, ஆறு வகை கூட்டங்களை நன்கு அறிந்திருப்பது, உங்கள் கூட்டங்களுக்கு பொருத்தமான இலக்குகளை, கட்டமைப்பு மற்றும் செயல்களை நன்கு அடையாளம் காண உதவும்.

கூட்டங்களின் ஆறு பொது வகைகள்

- முடிவெடுக்கும் கூட்டங்கள்
- கண்டுபிடிப்பு கூட்டங்கள்
- நிலை புதுப்பிப்பு கூட்டங்கள்
- நிலைமை மேம்படுத்தல் கூட்டங்கள்
- தகவல் பகிர்வு கூட்டங்கள்

முடிவெடுக்கும் கூட்டங்கள்

கூட்டங்களில் பெரும்பான்மையான வணிக முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றன. எல்லாவிதமான கூட்டங்களிலும் சிறிய முடிவுகளை எடுக்கையில், முக்கியமான தீர்மானங்கள் பெரும்பாலும் தங்கள் சொந்த ஒப்புதலில் கூட்டங்கள் நடைபெறுகின்றன. பல்வேறு வகையான குழு முடிவெடுக்கும் செயல்முறைகள் உள்ளன, மேலும் சூழ்நிலைக்கு பொருந்துகின்ற ஒரு செயல்முறையைத் தேர்வு செய்ய கவனம் வேண்டும். ஒரு முடிவெடுக்கும் செயல்முறை, தகவல் சேகரிப்பு மற்றும் பகிர்வு, முளையைக் கசக்கும் தீர்வுகள், மதிப்பீடு செய்தல் விருப்பங்கள், தரநிலை விருப்பம் மற்றும் வாக்களித்தல் போன்ற குழு செயல்முறைகளை உள்ளடக்கியது.

பிரச்சனை தீர்க்கும் கூட்டங்கள்

பிரச்சனை தீர்க்கும் கூட்டங்கள் மிகவும் சிக்கலான மற்றும் பல்வேறு வகையான கூட்டங்கள். சந்திப்பு அடையாளம் காணப்பட்ட பிரச்சனையை உரையாடுகிறதா அல்லது எதிர்காலத்தை ஊக்குவிப்பதற்கான உத்திகள் மற்றும் திட்டங்களை உருவாக்குவது ஆகியவற்றின் மீது கவனம் செலுத்துகிறதா, பயன்படுத்தக்கூடிய குழு செயல்முறைகளின் திறமையான ஆயுதங்கள் உள்ளன. நோக்கங்கள் மற்றும் முன்னுரிமைகள் வரையறுக்கப்பட வேண்டும், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் அடையாளம் காணப்பட வேண்டும், மற்றும் சாத்தியமான தீர்வுகளை ஒப்புக் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

நிலை புதுப்பிப்பு கூட்டங்கள்

நிலைமை மேம்படுத்தல் கூட்டங்கள் மிகவும் பொதுவான சந்திப்பு வகைகளில் ஒன்றாகும். இந்த பிரிவில் வழக்கமான குழு மற்றும் திட்டக் கூட்டங்கள் அடங்கும், இதில் முதன்மை இலக்கு என்பது முன்னேற்றம், சவால்கள் மற்றும் அடுத்த படிகள் பற்றிய புதுப்பிப்புகளின் மூலம் குழுவை சீரமைப்பதாகும். இந்த வகையான கூட்டங்களில் பொதுவாக காணப்படும் குழு நடவடிக்கைகள் சிக்கல் தீர்க்கும், முடிவெடுக்கும், முன்னுரிமை அளித்தல் மற்றும் பணிக்கான பணி.

தகவல் பகிர்வு கூட்டங்கள்

விளக்கக்காட்சிகள், குழு விவாதங்கள், முக்கிய குறிப்புகள் மற்றும் விரிவுரைகள் ஆகியவை தகவல் பகிர்வு கூட்டங்களின் அனைத்து எடுத்துக்காட்டுகளாகும். இந்த கூட்டத்தின் முக்கிய குறிக்கோள், பேச்சாளர்களிடம் தகவல்களைப் பகிர்ந்து கொள்வதே ஆகும். வரவிருக்கும் மாற்றங்கள், புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் நுட்பங்கள் அல்லது ஒரு களத்தின் ஆழமான அறிவு போன்ற விஷயங்களைப் பற்றிய தகவல்களே இதுவாகும். ஒளி காட்சி, நிழற்படகாட்டி மற்றும் கானொளி காட்சி கருவிகள் பகிரப்பட்ட தகவல்களை இன்னும் மறக்கமுடியாத சக்திவாய்ந்த கருவியாக பயன்படும்.

தகவல் பகிர்வு கூட்டங்களில் பங்கேற்பாளர்கள் வரலாற்றுரீதியாக செயலற்ற கேட்பவராவார். சந்திப்பு போன்ற புதிய தொழில்நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தி அவர்கள் செயல்திறமிக்க பங்கேற்பாளர்களிடமிருந்து தங்கள் தொழில்நுட்ப சாதனங்களைப் பயன்படுத்தலாம், இது கூட்டத்தை அதிக ஈடுபாடு மற்றும் உற்பத்தி செய்ய அனைவருக்கும் உதவும்.

கண்டுபிடிப்பு கூட்டங்கள்

புதுமை கூட்டங்கள் மற்றும் படைப்புக் கூட்டங்கள் பொதுவாக கருத்துக்கு வெளியில் சிந்திக்க ஆரம்பித்து, மூளையுடன், தொடர்புபடுத்தி, பரந்த நோக்கில் கருத்துகளை பகிர்ந்துகொள்வதன் மூலம் தொடங்குகின்றன. கூட்டத்தின் பங்கேற்பாளர்கள், பலவிதமான நுட்பங்களையும், செயல்முறைகளையும், கருத்துக்களின் மாறுபட்ட குணங்களை இன்னும் அதிகமான குறுகிய பட்டியலுக்குக் குறைக்க முடியும். தரவரிசை, மதிப்பீடுகள் மற்றும் முடிவெடுப்பதன் மூலம் மிகவும் பொருத்தமான யோசனை, அல்லது கருத்துக்கள் ஆகியவை அடையாளம் காணப்படுகின்றன, மேலும் இதன் அடிப்படையில் பரிந்துரைகள் மற்றும் பணிகள் ஒதுக்கப்படுகின்றன.

குழு அமைப்பு கூட்டங்கள்

அனைத்து கூட்டங்களும் குழு கட்டமைப்பிற்கு, பங்களிப்பு, உறவுகள் மற்றும் பெருநிறுவன கலாச்சாரம் பங்களிக்க வேண்டும். ஆயினும், அவ்வப்போது குழுக்கள் ஒரு கூட்டத்திற்கு முக்கிய கவனம் செலுத்த வேண்டும். இந்த பிரிவில் உள்ளிட்ட அனைத்து கூட்டங்களிலும், முதன் முறை கூட்டங்கள், அனைத்து குழுவினர் கூட்டங்கள் மற்றும் குழுஅமைப்பு கூட்டங்கள் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் பெருநிறுவன நிகழ்வுகள் ஆகியவை அடங்கும். பங்கேற்பாளர்கள் தங்கள் அலகு, குழு, துறை, கிளை, மற்றும் நிறுவனம் ஆகியவற்றின் அத்தியாவசிய பாகங்களைப் போலவே தங்கள் ஈடுபாட்டிலும் செயல்திறன் மற்றும் திருப்தியிலும் நேர்மறையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றனர்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

12.2.1 வணிக கூட்டங்களின் முக்கியத்துவம்

வியாபாரக் கூட்டங்களில் மிக முக்கியமான நன்மைகளில் ஒன்று, தகவலைப் பகிர்ந்து கொள்ள ஒரு தளத்தை வழங்கும். ஒரு நிறுவனத்திற்கும் அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையில் சந்திப்பிற்கான அலுவலர்களிடையே அலுவலக சந்திப்புகளில் அவர்கள் எப்பொழுதும் தகவல் பரிமாற்ற வாய்ப்பை வழங்குவதற்கான வணிக சந்திப்புகளாக இருக்க வேண்டும். இது நிதியியல் பற்றிய புதுப்பிப்புகளைப் பகிர்ந்துகொள்வது அல்லது புதிய பணியாளர்களை சிக்கலான பேச்சுவார்த்தைகள், ஒப்பந்தம் பேச்சுவார்த்தைகள், புதிய கிளைகளின் விளக்கக்காட்சிகள் அல்லது ஒரு கணக்குடன் பிரச்சினைகளைத் தீர்க்கும் சிக்கல்கள் ஆகியவற்றைப் புரிந்துகொள்வது மிகவும் எளிது. ஒரு உண்மையான கூட்டம் மற்ற கவனச்சிதறல்கள் இல்லாமல் அல்லது ஆழமான விவாதங்களைப் பெற ஒரு நேரத்தையும் இடத்தையும் சுட்டிக்காட்டுகிறது.

வணிக கூட்டங்கள் குழுப்பணி ஊக்குவிக்க சரியான சூழல், ஊழியர்கள் மத்தியில் அல்லது வாடிக்கையாளர் மற்றும் கணக்கு மேலாளர் இடையே இருக்கும். இது ஒரு மன்றத்தை அளிக்கிறது, இதில் கூட்டங்கள் மற்றும் புயல் வழிகளை அவர்கள் சந்திக்க, கூட்டத்தில் எப்போதாவது ஒருவரிடமிருந்து ஒரு உள்ளீட்டை பரிசோதித்து, ஒரு நபருக்கு எதிராகவும். சந்திப்பு வாடிக்கையாளர் மற்றும் நிறுவன பிரதிநிதி இடையே இருக்கும் போது, குழுவினர் கருத்தின் வடிவில் நடக்கலாம், வாடிக்கையாளர் குறிப்பிட்ட சில விஷயங்களைக் குறிப்பிடும் போது, பிற கட்சிகள் பதிலளிக்கும் மற்றும் ஒரு கருத்தொன்றை அடைந்து வரும் வரை உரையாடலில் முன்னும் பின்னும் செல்லலாம்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. வெவ்வேறு வகையான கூட்டங்கள் யாவை?
2. வியாபாரக் கூட்டங்களின் ஏதாவது ஒரு நன்மையைக் குறிப்பிடுங்கள்.

12.3 சந்திப்பு கூட்டங்கள்

நிகழ்ச்சி நிரல்

கூட்டம் நடைபெற்றபோது கலந்துரையாடலுக்கு எடுத்துக் கொள்ள வேண்டிய உருப்படிகளின் பட்டியல் ஆகும். கூட்டத்தை அழைப்பதற்கான காரணத்தை அது வழங்குகிறது. கூட்டத்தில் கலந்துரையாட வேண்டிய அவசியமான பல விஷயங்கள் உள்ளன என்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும். முன்கூட்டிய முயற்சிகளுக்கான சந்திப்பு அழைப்பில் எடுக்கப்பட்ட அனைத்து தலைப்புகள் மற்றும் சிக்கல்கள். கூட்டத்தில் பங்குபெறும் உறுப்பினர்கள் கூட்டத்தின் நோக்கம் மற்றும் உறுப்பினர்களின் நிபுணத்துவத்தை கருத்தில் கொண்டு, நிகழ்ச்சித்திட்டத்தில் கூறப்பட்டவை பொருத்தமானதாக இருக்க வேண்டும். நிகழ்ச்சி நிரல் ஒழுங்காக வரவில்லை என்றால், கூட்டம் எந்த பயனுள்ள நோக்கத்திற்காகவும் பயன்படாது. கூட்டத்தின் கால அளவை

பெரிதும் செலவழித்ததால், உறுப்பினர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கும் போது, பலவிதமான பிரச்சினைகள் உள்ளன. எந்தவொரு தீவிர நிகழ்ச்சி நிரலுமின்றி, அல்லது முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்ட கால இடைவெளியை சந்திப்பதை உறுதிசெய்வதற்காக, ஒரு கூட்டத்தை அழைப்பது, நேரத்தையும் வளங்களையும் வீணடிக்கிறது.

பின்னணி கட்டுரைகள்

சில முக்கியத்துவங்களின் கூட்டத்தில் கலந்து கொள்ளும் அங்கத்தினர்களுக்கு முன்கூட்டியே அனுப்பி வைக்கப்படும் பின்னணி ஆவணங்களின் தொகுப்பைக் கொண்டிருக்கும். இந்த பின்னணி பத்திரங்கள் நிகழ்ச்சி நிரலில் பட்டியலிடப்பட்டுள்ள பொருட்களுடன் தொடர்புபட்டு, சம்பந்தப்பட்ட சிக்கல்களின் தெளிவான தகவல்களை வழங்குகின்றன. பின்னணி பத்திரங்கள் வழக்கமாக சம்பந்தப்பட்ட விஷயங்கள் அல்லது திணைக்களங்கள் விஷயத்தில் ஒரு விஷயத்தை அல்லது ஒரு விஷயத்தில் ஒரு முடிவை எடுக்கும்படி கோருகின்றன. பின்னணி ஆவணங்கள் திறமையான விவாதத்திற்கு இடையிலான அனைத்து விவரங்களையும் உள்ளடக்கியிருக்க வேண்டும். இது பொதுவாக உண்மைகள், புள்ளிவிவரங்கள், மாறுபட்ட கருத்துக்கள், நிபுணர் கருத்து மற்றும் சமீபத்திய நிலை ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. முந்தைய கூட்டத்தின் அறிக்கை முதன்முதலில் பின்னணி ஆவணங்களை அனுப்பியுள்ளன, ஏனெனில் அவைகள் எப்பொழுதும் நிகழ்ச்சி நிரலில் முதல் உருப்படியாய் இருக்கிறார்கள். மற்ற பொருட்களுக்குச் செல்வதற்கு முன் அவை உறுதிப்படுத்தலுக்கு எடுத்துக் கொள்ளப்படுகின்றன. பின்னணி ஆவணங்கள் கலந்துரையாடலின் கீழ் உள்ள விஷயங்களின் அனைத்து பரிமாணங்களையும் கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ளுமாறு உறுதிப்படுத்துகின்றன.

கூட்டம் மற்றும் உறுப்பினர்கள் எதிர்பார்ப்பது என்னவென்பது பின்னணி ஆவணங்களை தெளிவுபடுத்த வேண்டும். கூட்டங்களில் சமர்ப்பிக்கப்பட்ட வாரிய குறிப்புகள் மற்றும் அலுவலக குறிப்புகள் 'பரிசீலனையும் உத்தரவுகளும்' அல்லது 'தகவல்' என்பதற்கு சமர்ப்பிக்கப்பட்டதா என்பதை தெளிவாகக் கூற வேண்டும். ஏராளமான தெளிவுகளை வழங்குவதற்கான கட்டளைகளின் வகைகளை உள்ளடக்கிய 'தீர்மானத்தை' குறிப்பிடுவது பொதுவான நடைமுறையாகும். அதன் ஞானத்தில் குழுவோ அல்லது குழுவோ தீர்மானத்தை நிறைவேற்ற வேண்டுமா அல்லது எந்த மாதிரியான மாற்றங்கள் ஏற்படும் என்பதை முடிவு செய்யும்.

பின்னணி ஆவணங்கள், கவனிக்கப்பட வேண்டும், அனைத்து உறுப்பினர்களுக்கும் மற்றும் அழைப்பாளர்களுக்கும் அவர்களின் கருத்துக்கள் மற்றும் ஆலோசனையுடன் தயார் செய்ய முன்கூட்டியே அனுப்பி வைக்க வேண்டும். உண்மையில், பொருள் ஒரு தீவிரமான தன்மை உடையது என்றால், முன்கூட்டியே பரிசீலிக்கப்படுவதற்கு போதுமான நேரம் வழங்கப்படாவிட்டால், அடுத்த சந்திப்பில் பரிசீலிக்கப்படும் குழுவினால் நிராகரிக்கப்படும் நிகழ்ச்சிநிரலின் ஒவ்வொரு சாத்தியக்கூறும் உள்ளது.

அதே நேரத்தில், குழு உறுப்பினர்கள் முன் கொண்டு வர சில முக்கியமான முன்னேற்றங்கள் உள்ள போது, அல்லது அவசர முடிவுகளின்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

போது, மற்றும் விஷயம் மிகவும் அவசரமானால் அது வரை காத்திருக்க விரும்பத்தக்கது இல்லை என்று குறிப்பிடுவது சிறப்பு. சில நேரங்களில் அவசர முடிவுகளை எடுக்க நேரிடும், அதற்காக நாம் அடுத்த கூட்டம் வரை காத்திருக்க முடியாது அதற்காக நாம் பட்டியலிட்டு தீர்வு காண முயல்கிறோம். இந்த அவசர விவாத கூட்டத்தை அனைத்து அதிகாரிகளின் ஒப்புதலோடு விவாதிக்கப்படும்.

யாரை அழைக்க வேண்டும்

பயனுறுதியுள்ள கூட்டத்தில் கலந்துரையாடல்கள் சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து செயல்திகாரிகளையும் உள்ளடக்கி இருக்க வேண்டும். குழுமத்தின் வழக்கமான உறுப்பினர்கள், முறையாக அமைக்கப்பட்டிருந்தாலும், எப்போது வேண்டுமானாலும் அழைக்கப்பட வேண்டும். அதே நேரத்தில், ஒரு சாதாரண பட்டியல் இல்லாத நிலையில், விஷயங்கள் கவனத்திற்கு எடுத்துக் கொள்ளப்படும்போது, அவற்றின் இருப்பு முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருப்பதை அடையாளம் காண்பது அவசியம். சில சந்தர்ப்பங்களில், மூத்த நிர்வாகிகள் முடிவெடுக்கும் செயல்முறைக்கு அதிகாரத்தை வழங்குவதற்கு அவசியமாக இருக்க வேண்டும், சில இளநிலை-நிலை அதிகாரிகளும், சிறப்பு நிபுணர்களும் தொழில்நுட்ப விவரங்கள் மற்றும் பிற தொடர்புடைய ஆவணங்களை வழங்க வேண்டியிருக்கும். சந்திப்பிற்கு அழைக்கப்பட்ட நபர்கள், குறிப்பிட்ட இடங்களில், தலைவர் மற்றும் கூட்டத்தின் கூட்டாளிகளுக்கு சார்பில் மற்ற மூத்த நிர்வாகிகளுடன் கலந்துரையாடலில் சிறந்த முடிவு எடுக்கப்படும்.

சந்திப்பிற்கான அழைப்பிதழ் சந்திப்பின் நாள், தேதி, நேரம் மற்றும் இடம் ஆகியவற்றைக் குறிப்பிடுவதை தெளிவாக வரையறுக்க வேண்டும். புறநகர் பங்கேற்பாளர்கள் பொருத்தமான பயணத் திட்டங்களைச் செய்வதற்கு போதுமான நேரம் இருப்பதை உறுதி செய்வதற்காக அழைப்பிதழ்கள் முன்கூட்டியே அனுப்பப்பட வேண்டும். சந்திப்பிற்கு யார் கலந்துகொள்ள வேண்டும் என்பதை தெளிவாகக் குறிப்பிட வேண்டும். சில நேரங்களில் அமைப்புகளில் உள்ள நபர்கள் அறிவிப்புகளைப் பெறுவார்கள், அவை அழைப்பாளராகவோ அல்லது ஒரு நேர்காணலாகவோ அனுப்பப்பட்டுள்ளதா என்பதை தெளிவாகக் குறிப்பிடவில்லை. இந்த வழக்கில், முகவரியாளர் குழப்பமடையக்கூடும். மேலும், ஒரு குழுவின் உத்தியோகபூர்வ உறுப்பினராக இல்லாவிட்டால் அதைப் பற்றி எந்தவொரு முன் அறிவிப்பும் தேவை இருக்காது. ஒருவரையொருவர் சார்பில் வேறு யாராவது பங்கேற்க முடியுமா என்பதை கலந்துரையாட ஒரு நிலையில் இல்லையெனில், அந்த முகவரியானது, ஒன்று அல்லது இரண்டு மற்ற சக பணியாளர்களை இந்த விஷயத்தில் கையாள்வதிலோ அல்லது மாற்றீடாகவோ கொண்டு வர முடியுமா என்பதை சந்திப்பு அறிவிக்க வேண்டும். இந்தத் தேவைகளில் பெரும்பாலானவை வெளிப்படையானவை என்றாலும், அவை அடிக்கடி கண்காணிக்கப்பட வேண்டும்.

நேரம் மற்றும் இடம்

பெரும்பாலான உறுப்பினர்கள் அல்லது பங்கேற்பாளர்களுக்கு வசதியாக இருக்கும் விதத்தில் கூட்டங்களை சரிசெய்வதில் கவனமாக இருக்க வேண்டும்.

முன்கூட்டியே அறிவிப்பு கொடுத்தால், பங்கேற்பாளர்கள் தங்கள் ஈடுபாட்டை திட்டமிட அல்லது வசூலிக்க போதுமான வாய்ப்பை பெறுவார்கள். தேதி மற்றும் நேரம் கணக்கு விடுமுறை நாட்களில், மற்ற முக்கிய நிகழ்வுகள் மற்றும் சந்திப்பு தேதிகள் மற்றும் நேரம் மோதல் இருக்காது இது, உறுப்பினர்கள் பிற உறுப்பினர்கள் இடையே தேர்வு செய்ய கடினமாகும், அதை சரி செய்ய வேண்டும். பொதுவாக கூட்டத்தை கூட்டும் நபர் எல்லோரிடமும் இல்லையென்றால், பங்கேற்கவும் பங்களிக்கவும் ஒரு நிலையில் இருப்பதை உறுதி செய்ய சில சிக்கல்கள் ஏற்படும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. எல்லா சந்தர்ப்பங்களிலும் முழுமையாகப் பிணைக்கப்படுவதை தவிர்க்க முடியாது என்றாலும், சில முன்னேற்ற திட்டங்கள் மற்றும் விசாரணைகள் கூட்டங்களில் சிறந்த வருகைக்கு உதவும். சந்திப்பின் கால அளவு குறிக்கோளாக இருக்கும். கூட்டத்தில் கலந்துகொள்வதற்கு எவ்வளவு நேரம் ஒதுக்க வேண்டும் என்பதை பங்குதாரர்கள் அறிந்துகொள்வார்கள். மேலும், காலை உணவு, மதிய உணவு, விடுதி மற்றும் பயணம் ஆகியவற்றிற்காக ஏதாவது ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட்டிருந்தால் விவரங்கள் குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.

எந்த சந்திப்பிற்கும் நியாயமான உற்சாகம் முன்கூட்டியே அதிக வருகை தரும்போது கிடைக்கும், முன்கூட்டியே மிக அதிகமான அனுசூலங்களை அனுப்பியிருந்தால், தொடர்ந்து நினைவூட்டல்களுடன் தொடர்ந்து பின்பற்ற வேண்டும். கூட்டத்தை ஞாபகப்படுத்தவும், சந்திப்பின் நாள் அல்லது கூட்டத்திற்கு ஒரு நாள் முன்னதாக அவர்களின் பங்கேற்பு தீர்மானிக்கவும் விரும்பத்தக்கது. முறையான, கட்டமைக்கப்பட்ட சந்திப்புகளில் கூட்டத்தில் அல்லது குறைந்தபட்ச எண்ணிக்கையிலான உறுப்பினர்கள் தேவைப்படும்போது இது மிகவும் அவசியம்.

சந்திப்பு அறிவிப்புகள் அனுப்பப்படுவதற்கு முன்னர் கூட்டத்தின் இடம் சரியாக இருக்க வேண்டும். நிறுவனங்களில் நடைபெறும் பல கூட்டங்களில், சந்திப்பு அரங்குகள் மற்றும் மாநாட்டு அறைகளுக்கு கணிசமான கோரிக்கை இருக்கும். கூட்டத்தில் இடம் தேவைப்படும் அனைத்து வசதிகளையும், காற்றுச்சீரமைப்பிகள், ஒலிவாங்கிகள், ஒளிப்பட கருவி, கணினி ஒளி வீச்சி மற்றும் கழிப்பறைகள் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், அவை உறுப்பினர்களுக்கான குறைந்தபட்ச வசதியை உறுதிப்படுத்துகின்றன மற்றும் தடையற்ற விவாதங்களை எளிதாக்குகின்றன. முந்தைய அத்தியாயங்களில் பார்த்திருப்பதைப் போல, ஒலி அமைப்புகள் இல்லாததால் இயற்கை தடைகள், புறம்பான ஒலிகள், குறுக்கீட்டப்பட்ட இடங்கள் மற்றும் கம்பீரமான அறைகள் ஆகியவை தொடர்பு செயல்திறனை பாதிக்கும். கூட்டங்களின் தாமதங்கள் அல்லது பங்கேற்பாளர்கள் ஒரு இடத்திலிருந்து நகர்த்துவதற்கான முடிவுகளை ஏற்படுத்துவதன் காரணமாக, இந்த இடத்தின் கிடைப்பிற்கான ஆதாரம் உறுதிசெய்யப்படாத அல்லது தேதி அல்லது நேரத்தில் சில தவறான புரிந்துணர்வு உள்ளது என்பதில் சில நேரங்களில் அசாதாரணமானது அல்ல. ஒரு சிறிய கூடுதல் பாதுகாப்பு சந்திப்பின் நேரத்தில் சங்கடத்தையும் சிரமத்தையும் தவிர்க்கும்.

தலைமை நிர்வாகி அல்லது பிற மூத்த அதிகாரிகள் மிக குறுகிய அறிவிப்புடன் அவசரக் கூட்டங்களை நடத்த முடிவு செய்யக்கூடிய சந்தர்ப்பங்கள் உள்ளன. இதில், இடம், உடல் வசதிகள் மற்றும் பிற சேவைகளுக்கான

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

வசதிகள் முன்னுரிமை பெறப்பட வேண்டும். பேச்சுவார்த்தைகள் முடிவுக்கு வந்த எந்த கூட்டமும், இன்னும் புத்துணர்வுகள் அல்லது மதிய உணவு தயாராக இல்லை, போன்ற மோசமான திட்டமிடல் பற்றி பேசுகிறது, அவசரமாக தவிர்க்கப்பட வேண்டும். பங்கேற்பாளர்களின் நேரம், இது குறிப்பிடத்தக்கது, மதிப்புமிக்கது மற்றும் வழங்கப்பட்டதை எடுக்க முடியாது.

நேரம் தவறாமை

கூட்ட இடத்தின் கதவுகளை திறந்து வைத்து உறுப்பினர்களை உரிய இடத்தில் அமர வைப்பது. தலைவர் மற்றும் பிற உறுப்பினர்கள் நினைவு, அனைத்து ஆவணங்கள் பங்கேற்பாளர்கள் அடைந்தது உறுதி, அட்டவணை பொருட்கள் வைக்கப்படும் என்று உறுதி மற்றும் திட்டமிடப்பட்ட நேரம் முன் அமைப்பாளர்கள் மற்றும் அமைப்பாளர்கள் இடத்தில் இருக்கும் என்று உறுதி எல்லா நேரங்களிலும் சந்திப்புகளை நேரடியாகவும், நோக்கமாகவும் செய்ய வேண்டும். கூட்டம் நடைபெறுவதற்கு முன்னதாகவே, கூட்டத்தின் தலைமை நிர்வாகிக்கு ஆலோசனை வழங்குவதில் ஒரு கருத்தரங்கு இன்னமும் உள்ளது, பங்கேற்பாளர்கள் அந்த இடத்திலேயே காத்திருக்கின்றனர், எப்போது சந்திப்பார்கள் என்று தெரியாமல், எல்லா சந்திப்புகளும் தொடங்கும் போது, கூட்டத்தை நோக்கி அலட்சியமான அணுகுமுறை பற்றி பேசுவது தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

கால நிர்வாகம்

அனைத்து மட்டங்களிலும் கூட்டங்களின் செயல்திறனை உறுதி செய்வதில் சாரம் சார்ந்த நேரம் உள்ளது. நேரத்தில் தொடங்கும் கூட்டங்கள், நேரத்தில் முடிவடைந்து, பட்டியலிடப்பட்ட எல்லாவற்றிற்கும் பொருந்தக்கூடிய பொருட்களின் நோக்கத்திற்காக போதுமான நேரத்தை வழங்கும், செயல்திறனை உறுதிப்படுத்துகின்றன. மாறாக, தவறான தாமதத்துடன் தொடங்கும் கூட்டங்கள், முன்னுரிமை இல்லாத மற்றும் கவனம் செலுத்துவதில்லை, நேரத்தையும் முயற்சிகளையும் வீணாக்குவதோடு நிறுவனத்திற்கு விலை உயர்ந்த இழப்பை ஏற்படுத்தும். பல்வேறு மட்டங்களில் நடத்தப்படும் கூட்டங்களின் செயல்திறன் அடிப்படையில் அமைப்பின் திறனை மதிப்பீடு செய்யலாம். மேலே காட்டப்பட்டுள்ள ஒரு கண்காட்சி பெட்டி உருவில், நிர்வாகிகள் கூட்டங்களில் கலந்துகொள்வதில் அதிக நேரம் செலவழிக்கிறார்கள் என்பதை நாம் கவனித்திருக்கிறோம். ஒவ்வொரு முயற்சியும் கூட்டங்களை வணிக ரீதியிலும் கவனம் செலுத்தாவிட்டால், நிறுவன செயல்திறன் பலவீனமடையும்.

கூட்டம் திட்டமிடும் கட்டத்தில், செயல்திட்டத்தில் ஒவ்வொரு உருப்படியைப் பற்றியும் கலந்துரையாடுவதற்கு எவ்வளவு காலம் எடுக்கும் என்று தலைவர் மற்றும் செயலகம் மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும், மேலும் கலந்துரையாடலின் போது வரக்கூடிய எதிர்பாராத, இன்னும் பொருத்தமான சிக்கல்களுக்கு கூடுதலான நேரத்தை சேர்க்க வேண்டும். பல்வேறு நிகழ்ச்சி நிரலுக்கான நேரத்தை மதிப்பீடு செய்வது நேரம் நிர்வாகத்தில் மட்டுமல்ல, கூட்டத்தை கவனத்தில் வைப்பதற்கும் உதவும். விளக்கக்காட்சிக்காக அழைக்கப்பட்ட நபர்கள் தங்கள் விளக்கக்காட்சிக்காக ஒதுக்கப்பட்ட நேரத்தை முன்பே தெரிவிக்க வேண்டும். மதிய உணவுக்கு முன் முடியும்

போது முடிந்தால் ஒரு முழு நாள் சந்திப்பிற்கு அழைப்பு விடுவது அர்த்தமற்றது. இதேபோல், ஒரு அரை நாள் கூட்டத்தை கூட்டி மாலை வரை நீட்டிக்க வேண்டும் என்றால், பங்கேற்பாளர்கள் முற்றிலும் சிரமத்திற்கு உள்ளாகிவிடுவார்கள். எனவே சந்திப்பிற்கு தேவையான நேரம் சரியாக மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும்.

இடைவேளையின் நேரம் மேலாண்மை பயிற்சிக்கான ஒரு முக்கிய பகுதியாகும். எப்போது, எவ்வளவு இடைவேளிகளில் அனுமதிக்கப்பட வேண்டும் என்பதை அமைப்பாளர்கள் தீர்மானிக்க வேண்டும். முறிவு இல்லாமல் நடத்தப்படும் நீளமான கூட்டங்கள் விரும்பத்தக்கதாக இருக்காது, ஏனென்றால் சாதாரணமாக நாற்பத்தி ஐந்து நிமிடங்கள் அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட அமர்வுக்கு நன்கு கவனம் செலுத்த வேண்டும். சிற்றுண்டி மற்றும் ஓய்வு அறைக்காக இடைவேளைகள் தேவைப்படுகின்றன. அதே சமயம், அடிக்கடி மற்றும் நீண்ட இடைவேளிகளும் திறமையான விவாதங்களைத் தடுக்கின்றன மற்றும் விவாதங்களின் தொடர்ச்சியின் வழியில் வரும் போதும் தடை ஏற்படும்.

கூட்டங்கள் பெரும்பாலும் “சில அறிக்கைகளை கொண்டுவருகின்றன, ஆனால் நேரத்தை வீணாக்கின்றன” என்று அடிக்கடி விமர்சிக்கப்படுகின்றன. இதேபோல், ஜே. கே. கால்பிராய்த் குறிப்பிட்டது, “கூட்டங்கள் தவிர்க்க முடியாதவை நீங்கள் எதையும் செய்ய விரும்பவில்லை. “கூட்டங்களுக்குப் பொறுப்பான வணிகப் பேச்சாளர்கள் அத்தகைய மோசமான கருத்துகளுக்கு இடம் கொடுக்கக்கூடாது. எந்த கூட்டமும் ஒரு நேர முதலீடு. மேலும் பங்கேற்பாளர்களின் எண்ணிக்கை, அதிகமான மனிதநேய செலவுகள். கூட்டங்கள் உற்பத்தி செய்யும் போது மட்டுமே இந்த முதலீடு பயன்பெறும். வணிகம் ஒழுங்காக நிர்வகிக்கப்படாவிட்டால் கூட்டங்கள், நேரத்தை கண்மூடித்தனமாக விரயமாக்கலாம். கூட்டங்கள் ஒரு வெற்றியாக இருக்க வேண்டுமெனில், பயனுள்ள நேர மேலாண்மை மற்றும் கிடைக்கக்கூடிய நேரத்தை உற்பத்தி செய்வது அவசியம்.

12.3.1 கூட்டங்களில் நடக்கும் பொதுவான தவறுகள்

சந்திப்புகள் வியாபார உலகில் மிகவும் பயனுள்ள நோக்கத்திற்காக சேவை செய்யக்கூடியதாக இருந்தாலும், அவை எங்கும் நிறைந்திருக்கின்றன, அவை எப்போதுமே பயனுள்ளவையாகவோ அல்லது பயன் இல்லாமலும் இருக்கும். ‘மைக்ரோசாப்ட்’ சில காலத்திற்கு முன்பு நடத்தப்பட்ட ஒரு ஆய்வில், 38,000 பேரில் 69 சதவீதம் பேர் கலந்துகொண்ட கூட்டங்கள் பயனற்றவையாக இருந்ததாகக் கூறப்படுகிறது. கூட்டங்கள் பல்வேறு காரணங்களுக்காக பயனற்ற மற்றும் வீணானதாக மாறும். அவற்றில் சில காரணங்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

- தொலைபேசி அல்லது மின்னஞ்சலில் முடிக்க கூடிய பிரச்சனைகளுக்கு கூட கூட்டங்கள் கூட்டப்படும்.
- கூட்டங்களை கூட்டிச் சேர்ப்பதற்கு செலவிடப்பட்ட தொகை பேச்சுவார்த்தைகள் மற்றும் முடிவுகளின் மதிப்பிற்கு சமமற்றதாகும்.

குறிப்புகள்

- கூட்டம் தேவையற்ற மற்றும் வீணாக பங்கேற்பாளர்களை கொள்ளும் போது.
- கூட்டத்தின் நிகழ்ச்சி நிரல் மற்றும் குறிக்கோள்கள் தெளிவாக இல்லாதபோது.
- தலைவர் மற்றும் முக்கிய உறுப்பினர்கள் கலந்துகொள்ள தவறிவிட்டால்.
- இணைக்கப்படாத நபர்கள் பெரும்பான்மையாக இருக்கும்போது.
- தலைவர் மற்றும் கழகம் பேச்சுவார்த்தைகளின் மீது கட்டுப்பாட்டைக் கொள்ளாதபோது உறுப்பினர்கள் பட்டியலிடப்படாத பொருட்கள் மற்றும் பாடங்களை விவாதிக்க அனுமதிக்க வேண்டும்.

தேவைப்படும் கூட்டங்கள், சரியாக திட்டமிடப்பட்டு திறம்பட நடத்தப்பட்டால் வெற்றிகரமாக இருக்கும், பங்கேற்பாளர்கள் பயனுள்ளது மற்றும் பயனுள்ளவற்றைக் கண்டறிய வேண்டும். தலைவர் மற்றும் கூட்டத்தை ஏற்பாடுசெய்தவர் தவிர, அனைத்து பங்கேற்பாளர்களும் கூட்டத்தின் வெற்றிக்காக வேலை செய்ய வேண்டும். ஒரு நோக்கத்திற்காக, கானொளி கலந்துரையாடல் அல்லது ஒலி கலந்துரையாடல் மூலம் இலக்கை அடைய முடியுமானால், ஒரு நிலையான இடத்திலேயே நேருக்கு நேர் சந்திப்பதைத் தவிர்க்கலாம். குறிக்கோள் தகவலைப் பகிர்ந்து கொள்வதாக இருந்தால் கூட்டத்தின் நோக்கம் தகவல்களை பரிமாறிக்கொள்வதாக இருந்தால் சிறிய குறிப்புகள் மூலமாகவோ தொலைபேசி மூலமாகவோ தெரிவித்து விடலாம். நேர்முக கூட்டங்களின் தேவை என்பது நேருக்குநேர் உரையாடலோ அல்லது விவாதிக்கக்கவோ அவசியம் இருந்தால் நேர்முக கூட்டங்கள் ஏற்படுத்தலாம்.

முடிவாக கூட்டங்கள் திறம்பட நடத்தியபோது, கூட்டு ஞானத்தால் கூட முக்கியமான விஷயங்களை தீர்ப்பதில் கணிசமான பலன்களைக் கொண்டு வரலாம். அவைகள் தீவிர தொடர்புடன் மிகவும் செலவு குறைந்த வழிமுறையாக இருக்க முடியும். கலந்துரையாடல்கள் பேசுவதும், கேட்பதும், பொறுப்புடன் செயல்படுவதும் கற்றுக் கொள்ளும்போது, கூட்டங்கள் உண்மையிலேயே விளைவை ஏற்படுத்தும். அதே நேரத்தில், மக்கள் பங்கேற்பாளர்கள் அறிந்திருந்தாலும், அவர்கள் சுதந்திரமாக பேசுவதற்கும், விடையளிக்காமல் இருக்கலாம். சில நேரங்களில் சில பங்கேற்பாளர்கள் தங்களுடைய கருத்துக்களின் ஆதிக்கத்தை அதிகமாக செலுத்துகிறார்கள். அது மற்றவர்களுடைய கருத்துக்களை பகிர்ந்துகொள்ள தடையாக இருக்கிறது. மற்றவர்கள் தங்களை வெளிப்படுத்த விரும்புவதில்லை. அத்தகைய சூழ்நிலைகளில், தலைவர் அல்லது கூட்டம் நடத்துபவர் தலையிட வேண்டும். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, மக்களை அழைப்பதன் நோக்கம் அவர்களுடைய கருத்துக்களையும் ஆலோசனையையும் பெறுவதாகும், மற்றும் கூட்டங்கள் கொடுக்கப்பட்ட சூழலில் கலந்துகொள்ள வேண்டும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அது நனவான முயற்சியையும், விவரங்களையும் கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ளுகிறது, கூட்டங்கள் செயல்திறன் கொள்ளுவதற்கான விவாதங்கள் மற்றும் திறனாய்வு ஆகியவற்றைப் பெறுகின்றன.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. கூட்டத்தின் நிகழ்ச்சி நிரலை வரையறுக்க.
4. பின்னணித் தாள்கள் எதைக் காட்ட வேண்டும்?

சந்திப்புகள்

குறிப்புகள்

12.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. கூட்டங்கள் பல்வேறு வகையான கூட்டங்கள், கூட்டங்களை உருவாக்குதல், கண்டுபிடிப்புக் கூட்டங்கள், குழு அமைப்பு கூட்டங்கள், நிலை மேம்பாட்டுக் கூட்டங்கள் மற்றும் தகவல் பகிர்வு கூட்டங்கள் ஆகியவை ஆகும்.
2. வியாபார சந்திப்புகளின் மிக முக்கியமான நன்மைகளில் ஒன்று, தகவலைப் பகிர்ந்து கொள்ள ஒரு தளத்தை வழங்குதல்.
3. கூட்டம் கூட்டத்தின் போது கலந்துரையாடலுக்கு எடுத்துக்கொள்ள வேண்டிய பொருட்களின் பட்டியல்.
4. பின்னணித் தாள்கள் பயனுள்ள வினாக்களுக்கு இடையிலான அனைத்து விவரங்களையும் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

12.5 சுருக்க

- பல்வேறு வகையான கூட்டங்கள் உள்ளன. ஒவ்வொரு வகைக்கும் வேறுபட்ட ஆதரவு, கட்டமைப்புகள் மற்றும் பங்கேற்பாளர்களின் வேறுபட்ட எண்ணிக்கை தேவைப்படுகிறது.
- கூட்டத்தை திட்டமிடுவதற்கான முதல் படி என்ன, அது என்ன சந்திப்பு வகை என்பதை வரையறுக்கிறது.
- கூட்டங்களில் அதிகமான வணிக முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றன. எல்லாவிதமான கூட்டங்களிலும் சிறிய முடிவுகளை எடுக்கையில், முக்கியமான தீர்மானங்கள் பெரும்பாலும் தங்கள் சொந்த ஒப்புக்கொடுத்த (அர்பணித்த) கூட்டங்களைப் பெறுகின்றன.
- கூட்டங்களில் தீர்க்கும் கூட்டங்கள் மிகவும் சிக்கலானது.
- வியாபார சந்திப்புகளின் மிக முக்கியமான நன்மைகளில் ஒன்று, தகவலைப் பகிர்ந்து கொள்ள ஒரு தளத்தை வழங்குவது.
- வணிக கூட்டங்கள் குழுப்பணி ஊக்குவிக்க சரியான சூழல், இது ஊழியர்கள் மத்தியில் அல்லது வாடிக்கையாளர் மற்றும் கணக்கு மேலாளர் இடையே இருக்கும்.
- கூட்டத்தில் கலந்துரையாடலுக்கு எடுத்துக்கொள்ள வேண்டிய பொருட்களின் பட்டியல். கூட்டத்தை அழைப்பதற்கான காரணத்தை வழங்குகிறது.

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

- கூட்டத்தில் பங்கு பெறும் உறுப்பினர்களுக்கு முன்கூட்டியே அனுப்பி வைக்கப்படும் பின்னணி ஆவணங்களைக் கொண்டிருக்கும் சில முக்கியத்துவம் ஒவ்வொரு கூட்டத்திலும் இருக்கும்.
- கூட்டம் மற்றும் உறுப்பினர்கள் எதிர்பார்க்கப்படுகிறது என்ன என பின்னணி தாள்கள் தெளிவாக குறிப்பிட வேண்டும்.
- சிறப்பாக செயல்பட, கூட்டத்தில் கலந்துரையாடல்கள் சம்பந்தப்பட்ட அனைத்து அலுவலர்களுடனும் தொடர்பு கொள்ள வேண்டும்.
- உறுப்பினர்கள் அல்லது பங்கேற்பாளர்களுக்கு மிகவும் வசதியாக இருக்கும் வகையில், கூட்டங்களை சரிசெய்வதில் கவனமாக இருக்க வேண்டும்.
- அனைத்து மட்டங்களிலும் கூட்டங்களின் செயல்திறனை உறுதி செய்வது என்பது நிர்வாகம் சாராம்சம். நேரத்தில் தொடங்கும் கூட்டங்கள், நேரத்தில் முடிவடைந்து, பட்டியலிடப்பட்ட எல்லாவற்றிற்கும் பொருந்தக்கூடிய பொருட்களின் நோக்கத்திற்காக போதுமான நேரத்தை வழங்கும், செலவு செயல்திறனை உறுதிப்படுத்துகின்றன.

12.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **கூட்டம்:** கூட்டம் குறிப்பாக ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்காக மக்கள் கூடுவது, குறிப்பாக முறையான விவாதத்திற்கு.
- **நிகழ்ச்சி நிரல்:** ஒரு நிகழ்ச்சி நிரல் ஒழுங்குபடுத்துதல் மற்றும் முடிவடையும் வரை, அழைப்பின் மூலம் ஆரம்பிக்கப்படும் ஒழுங்கு நடவடிக்கைகளின் பட்டியலாகும்.
- **வாடிக்கையாளர்:** ஒரு வாடிக்கையாளர் ஒரு வழக்கறிஞர் அல்லது பிற தொழில்முறை நபர் அல்லது நிறுவனங்களின் சேவைகளைப் பயன்படுத்தும் ஒரு நபர் அல்லது நிறுவனத்தை குறிக்கிறது.

12.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. தகவல் பரிமாற்ற பகிர்வு என்றால் என்ன?
2. வணிக கூட்டங்கள் ஏன் முக்கியம்?
3. கூட்டத்தின் நிகழ்ச்சி நிரலில் ஒரு சிறிய குறிப்பு எழுதவும்.
4. சந்திப்பின் நேரத்தையும் இடத்தையும் எவ்வாறு தீர்மானிக்க வேண்டும்?

பெரு வினாக்கள்

1. பல்வேறு வகையான சந்திப்புகள் யாவை? விவாதியுங்கள்.
2. கூட்டங்களை நடத்தும்போது கவனிப்பதற்கான பல்வேறு காரணிகள் யாவை?

3. கூட்டத்தில் நேர மேலாண்மை ஏன் முக்கியம்?
4. கூட்டங்களில் செய்யப்படும் பொதுவான தவறுகள் யாவை?

சந்திப்புகள்

12.8 மேலும் படிக்க

குறிப்புகள்

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

சுய குறிப்புகள்

அலகு 13 வாசிப்புத்திறன்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 13.0 முன்னுரை
- 13.1 குறிக்கோள்கள்
- 13.2 சிறந்த படித்தல் முறை
- 13.3 படித்தல்/வாசிப்பு பாணியின் அணுகுமுறைகள்
 - 13.3.1 விரைவாக படித்தல் அணுகுமுறை/பாணி
 - 13.3.2 மெதுவாக படித்தல் அணுகுமுறை/பாணி
- 13.4 படித்தல் செயல்முறை
- 13.5 பயனுள்ள படித்தல் அடிப்படைகள்
 - 13.5.1 தேர்ந்தெடுத்து படித்தல்
 - 13.5.2 படித்தல் விகிதம் சரிசெய்தல்
 - 13.5.3 குறிப்பு எடுத்தல்
- 13.6 வேலைவாய்ப்பு தொடர்பாடல்
 - 13.6.1 தற்குறிப்பு
 - 13.6.2 முகப்பு கடிதம்
- 13.7 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க
- 13.8 சுருக்கம்
- 13.9 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 13.10 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 13.11 மேலும் படிக்க

13.0 முன்னுரை

முன்னர் நாம் குறிப்பிட்டபடி தொடர்பு கொண்ட செயல்முறை, மனித வாழ்க்கையின் அனைத்து அம்சங்களையும் உள்ளடக்கியது. ஒவ்வொரு மனிதனும் எப்பொழுதும் மூன்று அலகுகளில்-குடும்பம், தொழில் அல்லது ஆக்கிரமிப்பு மற்றும் சமுதாயத்தில் உறுப்பினராக உள்ளார். இந்த கோளங்களுடன் தொடர்புடைய ஏனைய உறுப்பினர்களுடன் தொடர்புகொள்வதில் பெரும்பாலானோர் வாழ்ந்து வருகின்றனர். எனவே தொழில் சார்ந்த அல்லது வேலை தொடர்பான தகவல்தொடர்பை மேற்கொள்கிறது இது வணிக தொடர்பின் ஒரு முக்கிய பிரிவு. தனிநபரின் தனிப்பட்ட கண்ணோட்டத்திலிருந்து, வேலைவாய்ப்பு தொடர்பான கடிதத்தை விட வேறு எந்த கடிதமும் மிக முக்கியமானது அல்ல.

ஒரு வேலையைப் பெறவும், ஒரு தொழில் வாழ்க்கையைத் தொடங்கவும், இரண்டு விஷயங்கள் நடக்க வேண்டும். முதலாவதாக, ஒரு நேர்முக அழைப்பு மூலம் ஒரு வாய்ப்பைப் பெற வேண்டும். இரண்டாவதாக, சந்தர்ப்பம் வந்தால், அந்த நாளில் அவர் நன்றாக வேலை செய்ய வேண்டும். முந்தைய அத்தியாயத்தில், நாம் ஏற்கனவே அந்த குறிப்பிட்ட நாளுக்குத்

தயார் செய்து, நேர்காணலில் ஒரு வெற்றியை எப்படி அடையவேண்டும் என்பதை நாம் ஏற்கனவே குறிப்பிட்டிருக்கிறோம். இந்த அத்தியாயத்தில் நாம் முதல் பகுதியோடு சமாளிக்க வேண்டும். நாம் ஒரு வேலை பெற முதல் படியாக உள்ள, வாய்ப்பை எப்படி பெறுவது. விண்ணப்பம், முகப்பு கடிதம் மற்றும் விண்ணப்பத்தை உங்கள் கடிதம் மிகவும் கவனமாக நடத்தும் முறை தேவைப்படும் பகுதிகளாகும்.

குறிப்புகள்

13.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகை படித்து அறிந்த பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- வாசிப்பின் நோக்கம் புரிந்து கொள்ளுதல்
- வாசிப்பின் வகைகளை கலந்தாலோசிக்கவும்
- பயனுள்ள வாசிப்பின் நுட்பங்களைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ளுதல்
- நல்ல தற்குறிப்பு மற்றும் முகப்பு கடிதம் எழுத வழிகாட்டுதல்களை விவாதிக்கவும்

13.2 பயனுள்ள வாசிப்பு

படிக்க ஆரம்பிக்கும் முன்னர், வாசிப்பின் நோக்கம் என்னவென்று அறிவது முக்கியம், அதாவது, வாசிக்கப்படுவது ஏன்? இந்த நோக்கத்தை அறிந்திருப்பது வாசிப்பின் செயல்திறனை அதிகரிக்கிறது. மேலும், நோக்கத்திற்கான அறிவு, நோக்கத்திற்காக மிகவும் பொருந்தக்கூடிய ஒரு வாசிப்பு வகையைப் பின்பற்றுவதற்கு உதவுகிறது. வாசிப்பின் முக்கிய நோக்கங்களில் சில கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன

- மகிழ்ச்சி மற்றும் இன்பம்
- நடைமுறை பயன்பாடு
- ஒரு கண்ணோட்டத்தைப் பெறுவதற்கு
- குறிப்பிட்ட தகவலை கண்டுபிடிக்க
- முக்கிய யோசனை மற்றும் அதன் கருத்தை கண்டுபிடிக்க
- ஒரு விரிவான மற்றும் விமர்சன புரிதலை வளர்க்க

- (1) **மகிழ்ச்சி மற்றும் இன்பம்:** இது அநேகமாக, எதையும் வாசிக்க சிறந்த காரணம், நீங்கள் அனுபவிக்கும் நோக்கத்திற்காக நீங்கள் விருப்பப்பட்ட பொருளை. படிப்பது உங்களை உற்சாகப்படுத்துகிறது, உங்கள் படிப்பை எளிமையாக்குகிறது. எனினும், இது கல்வி நோக்கங்களுக்காக செய்ய வேண்டிய ஒரு வாசிப்பு பின்னணியில் அரிதாகவே இருக்கும்.

குறிப்புகள்



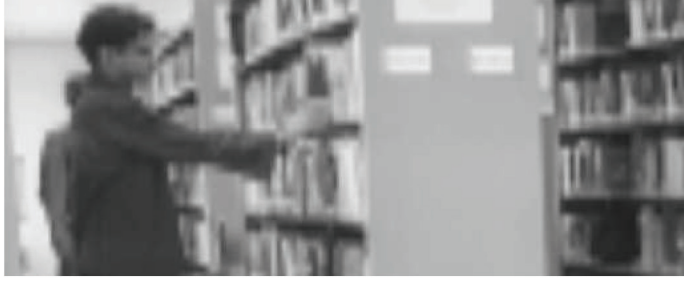
விளக்கப்படம் 13.1 மகிழ்ச்சிக்கான வாசிப்பு

- (2) **நடைமுறை பயன்பாடு:** இங்கே நீங்கள் நடைமுறை சூழ்நிலையில் விண்ணப்பிக்க அல்லது பயன்படுத்தக்கூடிய தகவலைப் பெற வேண்டும். ஆய்வக கையேடுகள், கணினி கையேடுகள், அறிவுரை புத்தகங்கள் மற்றும் செய்முறை புத்தகங்கள் போன்ற புத்தகங்கள் நீங்கள் குறிப்பிட்ட தகவலைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்துடன் கலந்துரையாடும் அனைத்து நூல்களாகும்.



விளக்கப்படம் 13.2 வாசிப்பதற்கான நடைமுறை பயன்பாடு

- (3) **ஒரு கண்ணோட்டத்தைப் பெறுவதற்கு:** பொருள் இங்கே பொருத்தமாக இருக்கும், பயனுள்ளதா, புதுப்பித்ததா என்பதை முடிவு செய்வதற்கும், தலைப்பை எவ்வாறு ஆசிரியர் நடத்துகிறார் என்பதைப் புரிந்து கொள்வதற்கும் ஒரு பொதுவான உணர்வைப் பெற வேண்டும். உங்கள் வாசிப்புக்குப் பின் இது முக்கிய நோக்கமாக இருக்கும்:
- நீங்கள் ஒரு பணிக்கான விரிவான வாசிப்பு பட்டியலை வழங்கியுள்ளீர்கள்
 - நீங்கள் ஒரு கட்டுரை, பயிற்சி, ஆராய்ச்சி அறிக்கை அல்லது இதே போன்ற பணிகளுக்கான ஆரம்ப நூலக ஆய்வுகளை செய்கிறீர்கள்
 - உங்களுடைய நியமிப்புக்கு மிகவும் உகந்ததாக அல்லது பயனுள்ளதாக இருக்கும் நூல்களை நீங்கள் தீர்மானிக்க வேண்டும்.



விளக்கப்படம் 13.3 ஒரு கண்ணோட்டம் பெற படித்தல்

(4) **குறிப்பிட்ட தகவலைக் கண்டுபிடிக்க:** சில நேரங்களில் நீங்கள் தேடிக்கொண்டிருக்கிறீர்கள் ஆனால் அதை எங்கு கண்டுபிடிப்பது என்பது சரியாக தெரியவில்லை. உதாரணமாக, நீங்கள் பின்வருவனவற்றில் ஏதாவது ஒரு வழியை தேடலாம்.

- ஒரு குறிப்பிட்ட மேற்கோள்
- ஒரு குறிப்பிட்ட வாதத்தை ஆதரிப்பதற்கான ஆதாரம்
- ஒரு குறிப்பிட்ட நபர் அல்லது நிகழ்வின் விவரங்கள்
- ஒரு வரைபடம்
- ஒரு சித்திரம்
- புள்ளியியல் அல்லது புள்ளி விவர பட்டியல்



விளக்கப்படம் 13.4 தகவல் பெறும் வாசித்தல்

இந்த வகையான தகவலைக் கண்டுபிடிக்க பல புத்தகங்கள் அல்லது ஆதாரங்களை நீங்கள் கலந்தாலோசிக்க வேண்டும். இந்த சூழ்நிலையில், நீங்கள் தேடும் தகவலில் எதுவும் கிடைக்காது என்ற நோக்கத்துடன் நீங்கள் வாசிப்பீர்கள்.

(5) **முக்கிய யோசனை மற்றும் அதன் கருத்தை கண்டுபிடிக்க:** இங்கே நோக்கத்திற்காக எழுதப்பட்ட பொருள் என்ன கருத்தை சொல்கிறது என்பதை அறிய. உதாரணமாக, ஒரு பத்திரிகை அல்லது ஒரு விவாதக் கட்டுரையின் மையப் பிரச்சினையில் ஒரு பரிசோதனை கட்டுரைகளில் முக்கிய கண்டுபிடிப்பை நீங்கள் கண்டறிய விரும்பலாம்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

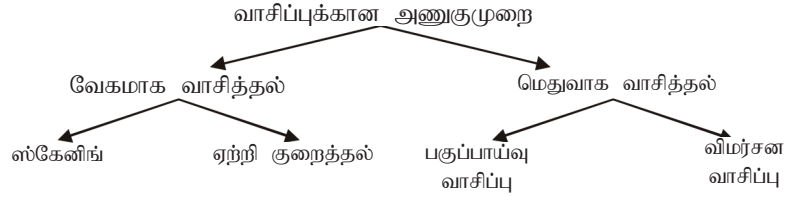
(6) ஒரு விரிவான மற்றும் விமர்சன புரிதலை வளர்க்க: பல சந்தர்ப்பங்களில், நீங்கள் ஒரு புத்தகம், பத்திரிகை, கட்டுரை அல்லது கையேட்டில் உள்ளவற்றை முழுவதுமாக மாற்றியமைக்க வேண்டும், இதன் மூலம் நீங்கள் அதன் வாதங்கள், முன்னோக்கு அல்லது சான்றுகளை மதிப்பீடு செய்யக்கூடியில். பின்வருவன உங்களுக்கு தேவைப்படும்:

- முற்றிலும் பொருள் விளங்க வாசிக்க.
- பயனுள்ள மற்றும் பொருத்தமான குறிப்புகளை உருவாக்கவும்.
- சம்பந்தப்பட்ட சிக்கல்களைப் பற்றி உங்கள் சொந்த யோசனையையும் கருத்துக்களையும் அறிந்திருப்பதன் மூலம் திறந்த மனதுடன் இருக்கவும்.

13.3 வாசிக்கும் அணுகுமுறைகள்/வாசிப்பதற்கான பாணி

வாசிப்பு நோக்கத்தை ஒருவர் அறிந்த பிறகு, நோக்கம் பொருளுக்கு ஏற்றவாறு பொருந்தக்கூடிய பாணியில் இருக்கிறது என்பதை முடிவு செய்ய வேண்டும். வாசிப்புக்கான அணுகுமுறை, அடிப்படை கேள்வி - 'எப்படி படிப்பது?' என்பதை தீர்மானிக்கிறது. வாசிக்க இரண்டு அணுகுமுறைகள் உள்ளன

- வேகமாக வாசிக்கும் அணுகுமுறை/பாணி
- மெதுவாக வாசிக்கும் அணுகுமுறை/பாணி



விளக்கப்படம் 13.5 பல்வேறு வாசிப்பு பாணிகள்

ஒரு திறமையான வாசகரைப் பொறுத்தவரை, மேலே உள்ள உத்திகள் கலவையைப் பயன்படுத்த வேண்டும் நீங்கள் படிக்கும் வகை மற்றும் வேகம் பொருத்தமாக சரி செய்துகொள்ளுங்கள்.

13.3.1 வேகமாக வாசிக்கும் அணுகுமுறை/பாணி

இந்த அணுகுமுறை வாசிப்பின் நோக்கம் எப்போது சிறந்ததாகும்

- ஒரு பெரிய அளவிலான வாசிப்பு உள்ளடக்கத்திலிருந்து பொருத்தமான பொருளைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
- வாசிப்புப் பொருளடக்கம் உள்ளதைப் பற்றிய கண்ணோட்டத்தைப் பெற பயன்படும்
- குறிப்பிட்ட சொற்கள், தகவல், தேதிகள் மற்றும் பலவற்றைப் பாருங்கள்
- முக்கிய கருத்தை அல்லது செய்தி அனுப்பப்படுவதைக் கண்டறியவும்

மேலோட்டமான மற்றும் குறைத்தல் ஆகியவை வேகமாக வாசிப்பதற்காக ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்காக விரைவாக வாசிப்பதற்குப் பயன்படுத்தப்படும் இரண்டு வழிமுறைகள் ஆகும்

- (1) **மேலோட்டமான வாசிப்பு:** மேலோட்டமான ஒரு விரைவு வாசிப்பு பாணி ஆகும், இதில் வாசகர் குறிப்பிட்ட தகவலைப் மட்டுமே காண்கிறார். ஒரு குறிப்பிட்ட ஒரு எண்களின் பட்டியல், முகவரிகள் மற்றும் விநியோகம் மூலம் தகவல்களைத் தேட, இந்த வகை வாசிப்பு பொதுவாக தேவைப் படுகிறது. இது பொதுவாக மிகவும் விரைவாக செய்யப்படுகிறது. நீங்கள் பக்கத்தில் உள்ள வார்த்தைகளைக் காணதபோது, உண்மையில் படிக்கவில்லை. சிலர் உண்மையில், மேலோட்டமாக வாசிக்கவில்லை, ஆனால் இது ஒரு தேடல் நுட்பமாகும். இது தேவையான முக்கிய வார்த்தைகள் அல்லது எண்களை வெறுமனே கண்டுபிடிப்பதை குறிக்கிறது.

குறிப்பிட்ட தகவலைக் காண இணையப் பக்கங்களை உலாவுமபோது மேலோட்டம் விரிவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. பின்வரும் வழிமுறைகள் மேலோட்ட செயல்பாட்டில் உள்ள படிகள் ஆகும்.

1. உள்ளடக்கங்களின் அட்டவணையைப் பாருங்கள் மற்றும் அத்தியாய தலைப்புகளில் அல்லது வசனங்களில் உள்ள தகவல்களைப் பார்க்கவும்.

முன்னுரை

அலகு 1 தேர்வு ஆராய்ச்சி மற்றும் ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பு 3-26

1.0 தீர்மான ஆராய்ச்சி பொருள்

1.1 ஆராய்ச்சி வடிவமைப்பு முறைகள்

அலகு 2 தரவு சேகரிப்பு மற்றும் ஒழுங்குமுறை 27-66

2.0 புள்ளியியல் முக்கியத்துவம் மற்றும் நோக்கம்

2.1 தரவின் அமைப்புக்கான அணுகுமுறைகள்

விளக்கப்படம் 13.6 ஒரு பொருளடக்கம்

2. அத்தியாயத்தில் தகவல்கள் காணப்படவில்லை என்றால், தலைப்புகள் அல்லது வசனங்கள் புத்தகத்தின் பின்புறத்தில் குறியீட்டுக்கு செல்கின்றன
3. குறியீட்டுடன் தொடர்புடைய தலைப்புகள் அல்லது குறிச்சொற்களை தேடுங்கள்.
4. புத்தகத்தின் பின்புறத்தில் உள்ள உள்ளடக்கம் அல்லது குறிப்பு அட்டவணையில் தொடர்புடைய தலைப்பு/சொல் ஒன்றை நீங்கள் கண்டுபிடித்து, குறிப்பிட்ட பக்கத்திற்கு/பிரிவில் சென்று அதற்கான பத்தியை வாசிக்கவும்.
5. நீங்கள் வாசித்ததைத் தெரிந்துகொள்ள அது 'வேண்டுமா' என தெரிந்து கொள்ளுங்கள். முந்தைய மற்றும் அடுத்தடுத்து வரும் பத்திகளைப் படிக்க இது உதவியாக இருக்கும்.

மேலோட்டமாக வாசிப்பது, முக்கிய வார்த்தைகளை கண்டறிவதில் அடங்கும். முக்கிய வார்த்தைகளைக் கண்டறிவது என்பது கொடுக்கப்பட்ட பத்தியில் உள்ள

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

முக்கிய வார்த்தைகளை அல்லது உங்கள் தேடலுடன் சம்பந்தப்பட்டிருக்கும் சொற்களை தேடுவதாகும். முக்கிய வார்த்தைகளைத் தேடும்போது குறிப்பிட்ட கவனம் செலுத்த வேண்டும்

- முதல் பத்திகள்
- உட்தலைப்புகள்
- அடிக்கோடிட்ட/தடித்த/சாய்ந்த சொற்கள்

உங்கள் கண்கள் நகர்த்துவதற்கு ஒரு 'Z' வடிவ பாணியில் நகர்த்த பரிந்துரைக்கப்படுகிறது, அதாவது, பக்கத்தின் மேல் இடது மூலையில் இருந்து தொடங்கி, நீங்கள் கீழே நகர்த்தும்போது இடமிருந்து வலமாக நகர்த்தவும்

- (2) **தாவிப்படித்தல்:** இந்த வகையான வாசிப்பு பொருளின் முக்கிய யோசனையை அடையாளம் காண்கிறது. இது முதன்மையாக பொருளின் கருத்தை ஒரு பரந்த கண்ணோட்டத்தோடு வழங்குகிறது. இது சம்பந்தமான பொருளைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு பயனுள்ளதாக இருக்கும், அதை பின்னர் விரிவாக படிக்கப்படலாம். கருத்தின் தொடர்ச்சி தேவையில்லை என்பதைப் படிப்பதில் அதிக நேரம் செலவழிக்காமல் நேரம் நிறைய சேமிக்கிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் நிறைய விஷயங்களைப் படிக்க வேண்டும். இந்த சூழலில் வரிவரியாக படிக்க தேவையில்லை. இது குறைவாக வாசிப்பதற்கான ஒரு மாற்றீடாக இல்லாமல், குறைக்க முடியாதது என்பதை மனதில் வைத்துக்கொள்ள வேண்டும் இத்தகைய வாசிப்பு விரைவாக பொருள் கண்டுபிடிக்க மட்டுமே பயன்படுத்த வேண்டும். இது என்ன படிக்க வேண்டும் என்பது பற்றி ஆழமான புரிதல் தேவையில்லை. பொதுவாக, அது அத்தியாத்தின் தலைப்புகள் மற்றும் உபதேசங்கள், அறிமுகம் மற்றும் சுருக்கங்கள் வழியாக செல்கிறது.

இரண்டு அடிப்படை தாவிப்படித்தல் நுட்பங்கள் அடையாளம் காணப்பட்டுள்ளன:

- முடிவு நுட்பத்தை தொடங்கவும்
- முதல் வாக்கிய நுட்பம்

1. **முடிவு நுட்பத்தை தொடங்கவும்.** இந்த நுட்பம், ஒவ்வொரு அத்தியாயத்தின் பகுதியையும் அல்லது துணைப் பகுதியையும் தொடங்கி, முடிவுக்கு கொண்டுவருவதாகும். இந்த நுட்பம் எழுதப்பட்ட பொருள் மூன்று பகுதிகளிலும் கட்டமைக்கப்பட்டுள்ளது என்ற கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது - அறிமுகம், பொருள் மற்றும் முடிவு ஆகியவை. மேலும், அறிமுகம் மற்றும் முடிவு சுருக்கமாக தோன்றும் பொருள் இவைகளின் மத்தியில் விரிவாக விவாதிக்கப்படும். தொடக்க மற்றும் நிறைவு பத்திகளை வாசிப்பது அவசியமாக இருக்க வேண்டும், மைய கருப்பொருளை முழுமையாக

புரிந்து கொள்ளும் வகையில் மெதுவான வாசிப்பு பாணியை நாட வேண்டியிருக்கும்.

2. **முதல் வாக்கிய நுட்பம்:** இந்த நுட்பம் ஒவ்வொரு பத்தியின் முதல் வாக்கியத்தை வாசிப்பதை உட்படுத்துகிறது. இந்த நுட்பம், ஒவ்வொரு பத்தியின் முதல் சில வாக்கியங்கள் அல்லது தொடக்க வாக்கியம் அந்த பத்தியில் விவாதிக்கப்படும் முக்கிய குறிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துகிறது என்ற கருத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இவ்வாறு, ஒவ்வொரு பத்தியின் முதல் வாக்கியத்தை வாசிப்பது, முக்கிய உள்ளடக்கங்களைப் படிப்பதற்கும், தெரிவிக்கும் கருத்தை பற்றியும் தெளிவாக புரிந்துகொள்வதாகும்.

குறிப்புகள்

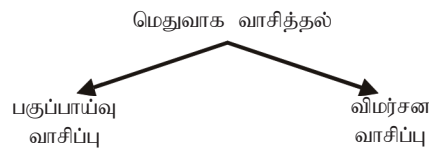
13.3.2 மெதுவாக படித்தல் அணுகுமுறை/பாணி

படித்தல் ஒரு சுவாரஸ்யமான செயலாகும், ஆனால் சில நேரங்களில் அது நனவாகி விடுகிறது, குறிப்பாக ஒரு நபர் ஒரு மொழியில் வாசிக்கும் போது, அதில் கவனத்தைத் திருப்புவது மற்றும் மொழி உள்ளடக்கம் ஆகியவற்றிற்கு இடையில் அவரது கவனத்தை பிரிக்கிறார்.

ஒரு செய்தியைப் பதியவைப்பது கூட முக்கியம் என்று ஆராய்ச்சி சுட்டிக்காட்டுகிறது, வாசகர் அதை 'புரிந்துகொள்வதற்கு' தோல்வியடையவில்லை. பிள்ளைகள் படிக்கும் விஷயங்களை புரிந்துகொள்ளாமல் படிக்கும்போது இது வழக்கமாக இருக்கிறது. இதில் செய்தியைத் துண்டித்த பிறகு தான் கற்றல் நடைபெறும். பொருளின் ஆழமான முழுமையான பகுப்பாய்வு மற்றும் புரிதல் ஆகியவற்றிற்கு மெதுவான வாசிப்பு தேவைப்படுகிறது. இது விரிவாக கவனத்தை செலுத்துவதாகும்.

படிக்க வேண்டிய நோக்கம் என்ன படிக்கப்பட்டது என்பதைப் படித்தல், வாசிக்கப்பட்டதை பகுப்பாய்வு செய்தல், தொழில்நுட்ப வழிமுறைகளைப் பின்பற்றுதல், ஆழமான புரிதல் அல்லது பொருள்சார் மதிப்பீட்டை மதிப்பீடு செய்தல் ஆகியவற்றில் இந்த பாணி சிறந்தது. வாசிக்கும் பொருள் ஒப்பீட்டளவில் புரிந்துகொள்வதற்கு கடினமாக உள்ளது மற்றும் கவனமாக பகுப்பாய்வு செய்யப்பட வேண்டும். இது தொழில்நுட்ப பொருள், அறிமுகமில்லாத வார்த்தைகளை உள்ளடக்கியது, மற்றும் பல.

பகுப்பாய்வு வாசிப்பு மற்றும் விமர்சன வாசிப்பு இரண்டும் மெதுவான வாசிப்பு நுட்பங்கள் ஆகும். பகுப்பாய்வு ரீதியான வாசிப்பு, வாசிப்பவர் ஒரே நேரத்தில் அதை பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலம் அவர் வாசிப்பதைப் பற்றி ஆழமான புரிதலை பெறுகிறார்.



விளக்கப்படம் 13.7 இரண்டு மெதுவாக படித்தல் நுட்பங்கள்

குறிப்புகள்

எழுத்தாளர் வழங்கிய வாதங்களை மதிப்பிடுவது விமர்சன ரீதியான வாசிப்பு.

கருத்துக்களை ஆழமான புரிதல் பெற, உரைக்கு விமர்சன ரீதியாக வாசிப்பது பயனுள்ளதாக இருக்கும். பின்வரும் கேள்விகளுக்கு விமர்சன ரீதியான பதில்கள் பதிலளிக்கின்றன:

- வாதங்கள் தர்க்கரீதியானதா?
- போதுமான சான்றுகளால் ஆதரிக்கப்பட்ட அறிக்கைகளா?
- வழக்கு இருபுறமும் சமமாக வழங்கப்பட்டதா?

எனவே, விமர்சன ரீதியான எழுத்தாளர் எழுத்தாளருடன் ஒப்புக்கொள்கிறாரா அல்லது எழுத்தாளர் பார்வையின் பார்வையை எதிர்ப்பதற்கு அவரது வாதம் எதுவாக இருந்தாலும் சரி என்பதைப் போன்ற வினாவிற்கு விடையிறுக்க முயற்சிக்கிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. வாசிப்புக்கு இரண்டு அணுகுமுறைகளை குறிப்பிடுங்கள்.
2. மேலோட்டம் வரையறுக்க.

13.4 செயல்விளக்கத்தை வாசித்தல்

பிரபலமான வாசிப்பு முறைகளில் ஒன்று, SQ3R (ஆய்வு, கேள்வி, படிக்க, நினைவூட்ட, விமர்சனம்) முறையாக அறியப்படுகிறது. இது பின்வரும் வழிமுறைகளை உள்ளடக்கியது:

1. **ஆய்வு:** இது உண்மையில், வாசிப்புக்கு முன் உள்ள தலைப்பு, தலைப்புகள் மற்றும் சுருக்கங்களை மேலோட்டம் செய்வதன் மூலம் நீங்கள் ஆய்வு செய்யக்கூடிய ஒரு முன் வாசிப்பு. நீங்கள் உண்மையிலேயே அந்தப் பொருள் வாசிப்பதை ஆரம்பிக்கும் முன், முழு வாசிப்புப் பொருளைக் மதிப்பாய்வு செய்து, தலைப்புப் பக்கம், பொருளடக்கம், முன்னுரை, இணைப்பு நூல் மற்றும் பலவற்றின் மூலம் வாசிப்புப் பொருள் அமைப்பை புரிந்து கொள்ளுங்கள். அடுத்து, அத்தியாயம் நோக்கங்கள், அத்தியாயம் சுருக்கங்கள், தலைப்புகள் மற்றும் உபதலைப்புகள் வழியாக ஒவ்வொரு அத்தியாயத்தையும் ஆய்வு செய்யுங்கள். எடுத்துக்காட்டுகள், அட்டவணைகள், வரைபடங்கள், விளக்கப்படம் மற்றும் பலவற்றின் வழியாகவும் செல்லுங்கள். ஆசிரியர் இதில் வெளிப்படுத்த முயற்சிப்பதைப் பற்றிய ஒரு யோசனைக்கு இது உதவும்.
2. **கேள்வி:** குறிப்பிட்ட கேள்விகளை படியெடுப்பதற்கு முன் நீங்கள் பதில்களைப் பெற விரும்புகிறீர்கள். இது உங்களுடைய வாசிப்பு நோக்கத்தை தெளிவுபடுத்துவதோடு மட்டுமல்லாமல், நீங்கள் எதைப் படித்தாலும் அதை கவனிக்கவும் உதவுகிறது. கேள்விகளுக்கு அத்தியாயங்களில் கொடுக்கப்பட்ட தலைப்புகளை பின்வரும் ஐந்து கேள்விகளாக மாற்றி பதில் அளித்து பார்க்கவும்

குறிப்புகள்

அந்த ஐந்து முக்கியமான கேள்விகள்- யார், ஏன், என்ன, எங்கு, எப்படி. படிக்கும்போது, இந்த கேள்விகளை சிந்தித்துப் பாருங்கள், இது வாசிப்பதில் கவனம் செலுத்த உதவும். வாசிப்பின் முடிவில், மீண்டும் கேள்விக்கு பதில் அளிக்கப்பட்ட ஒரு யோசனைக்கு இந்த கேள்விகளை மீண்டும் சிந்தித்துப் பாருங்கள். நீங்கள் வாசித்ததை நினைவில் வைத்துக்கொள்ள, மறுபரிசீலனை நேரத்தில் அதே கேள்விகளைப் பயன்படுத்தவும்.

செயலில் வாசிப்பவராக இருங்கள். ஆசிரியரின் எண்ணங்களையும் கருத்துக்களையும் கேளுங்கள். விமர்சன ரீதியாக படிக்கவும், எழுத்தாளர் உரையில் என்ன எழுதுகிறார் என்பதை மனப்பூர்வமாக ஏற்றுக்கொள்ளாதீர்கள். கேள்விக்குரிய மனப்பான்மை கற்றலுக்கு உதவுகிறது.

- படிப்பதில் மூன்று நிலைகள் உள்ளன:
- அனைவரும் படிப்பதற்காக இந்தப் பக்கத்தில் வழங்கப்பட்ட முதல் தகவல். இந்த நிலை இலக்கிய அங்கீகாரம் என்று அழைக்கப்படும். இது எழுத்தாளர் செற்களில் இருந்து பொருள்சார் அர்த்தத்தை வரையறுப்பதுதான்
- இரண்டாவது கட்டம் வரிகளுக்கு இடையில் வாசிப்பதாகும், அதாவது, எழுத்தாளர் உரையை மூடிமறைக்க முயற்சிப்பதை ஊக்கப்படுத்துகிறது. இது புரிந்துகொள்ளுதலின் அங்கீகாரம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. எழுத்தாளர் செய்தியின் அர்த்தம் என்னவென்றால், இது எழுத்தாளரின் விளக்க உரையில் தெளிவாகும்.
- இறுதி நிலை உரைக்கு அப்பால் சென்று, வாசகரின் முந்தைய அறிவு, கற்றல் மற்றும் அனுபவம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் புதிய மற்றும் ஆக்கப்பூர்வமான எண்ணங்களை உருவாக்குகிறது. இந்த இணைப்பு அங்கீகாரம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இது புதிய யோசனைகள், தீர்வுகள், ஒரு புதிய முன்னோக்கு அல்லது கருத்துக்களின் மாற்றங்களைப் பார்க்கும் விஷயங்களை உருவாக்குகிறது. உண்மையில் படிப்பதில் இருந்து பயனடைவதன் மூலம் படிக்கும்போது இறுதி கட்டத்திற்கு செல்ல முயற்சிக்கவும்.

3. **படித்தல்:** பொருளை இருமுறை வாசிக்கவும். குறிப்புகள் செய்யாமல் முதல் முறை படியுங்கள். எழுதப்பட்ட உரையுடன் வரைபடங்களையும் எடுத்துக்காட்டுகளையும் ஒப்பிடவும். தெளிவான விவரங்களை மீண்டும் படிக்கவும். இது உங்கள் வாசிப்பின் வேகத்தை சிறிதளவு குறைக்க கூடும். உங்கள் இரண்டாவது வாசிப்பு, குறிப்புகள் எடுத்து, முக்கிய விவரங்கள் பார்க்க, சான்றுகள் மற்றும் உதாரணங்களை ஆதரிக்கிறது.

4. **நினைவு:** புத்தகத்தை மூடிவிட்டு, புத்தகத்தை நீங்கள் நினைவில் வைத்துக் கொண்ட குறிப்புகள் செய்வதன் மூலம் நீங்கள் வாசித்ததை நினைவுபடுத்த முயலுங்கள். நினைவூட்டல் நீண்ட

குறிப்புகள்

காலத்திற்கு கருத்துகளை மனதில் வைத்துக் கொள்ள உதவும். பொருள் குறித்த உங்கள் புரிதலை சரிபார்க்க வழக்கமான இடைவெளியில் நீங்கள் நினைவு கொள்ள வேண்டும்.

5. **பரிசீலனை:** தொடக்கத்தில் நீங்கள் எழுதிய எல்லா கேள்விகளுக்கும் பதில் அளித்திருப்பதைப் பார்க்கவும். நீங்கள் முக்கியம் என்று நினைத்த எந்த கருத்துக்களையும் கவனியுங்கள்.

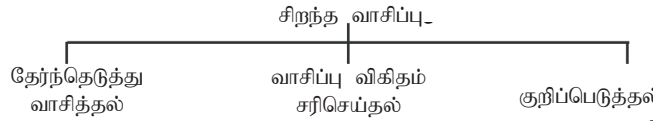
வாசிப்பு செயல்முறை



விளக்கப்படம் 13.8 படித்தல் செயல்முறை நிலைகள்

13.5 திறனாய்வு ரீதியான வாசிப்பு அவசியம்

படிப்பதற்குத் தேவையான தகவல்கள் மிகுதியாக இருக்கிறது. மற்றவர்களின் மீது போட்டியில் வெற்றி பெற, ஒருவர் மற்றவர்களை விட அதிகம் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். இதில் பயனுள்ள வாசிப்புக்கு முக்கியம், விரைவாக வாசிக்கவும், வாசிக்கும் தகவலை ஞாபகப்படுத்தவும் புரிந்து கொள்ளவும் முக்கியம். சிறந்த வாசிப்புக்கு பங்களிக்கும் சில செயல்பாடுகள் பின்வரும் பிரிவுகளில் சுருக்கப்பட்டுள்ளன.



விளக்கப்படம் 13.9 சிறந்த படித்தல் எளிதாக்கும் நடவடிக்கைகள்

13.5.1 தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வாசித்தல்

உங்களுக்கு நிறைய தகவல்கள் கிடைக்கின்றன என்பதால், அதை தேர்ந்தெடுப்பது மிக முக்கியம், எனவே உங்களுக்கு பொருத்தமானதாக இருக்கும் பொருளை மட்டும் தேர்ந்தெடுக்கவும். தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வாசிப்புக்கான உத்திகளில் ஒன்று வாசிப்பின் தொடர்ச்சியாக உள்ளது.

தொடர்ந்து வாசிப்பதன் மூலோபாயம் நான்கு, நிலைகளில்-கண்ணோட்டம், முன்னோட்டம், படித்தல் மற்றும் மதிப்பாய்வு உள்ளடக்கியது.

- **மேலோட்டப் பார்வை:** 5-10 நிமிடங்கள் முழு வாசிப்புப் பொருளை விரைவாகக் கவனித்து அதன் அமைப்பு, மற்றும் உள்ளடக்கங்களைப்

பற்றி யோசிக்கவும். மேலும் அதிக தகவல்களைப் படிக்க வேண்டுமா அல்லது வேண்டாமா என்று மேலோட்டத் தன்மை தீர்மானிக்கிறது.

- **முன்னோட்டம்:** பக்கம் ஒன்றுக்கு 4-5 விநாடிகளுக்கு என்ற விகிதத்தில் ஒவ்வொரு அத்தியாயத்தையும் முன்னோட்டம் செய்து நீங்கள் படிக்க விரும்பும் தொடர்புடைய பிரிவுகளை அடையாளம் காண வேண்டும்.
- **வாசிக்க:** பொருள் மற்றும் நோக்கத்தை பொறுத்து நீங்கள் சரியான வேகத்தில் தொடர்புடைய பகுதிகளை வாசிக்க வேண்டும்.
- **மதிப்பாய்வு:** ஒவ்வொரு அத்தியாயத்தையோ அல்லது பகுதியையோ வாசித்த பிறகு, நீங்கள் வாசித்தவற்றை மறுபரிசீலனை செய்யுங்கள். இது சிறந்த தக்கவைப்பு மற்றும் புரிதலில் உதவுகிறது.

13.5.2 வாசிக்கும் விகிதத்தை சரிசெய்தல்

பொருள் மற்றும் நோக்கத்தின் அளவு பொறுத்து நீங்கள் படிக்கும் விகிதத்தை சரிசெய்ய வேண்டும். வாசிப்பு திறன் பெற, வாசிப்புப் பொருள் எளிதாகவும், பழக்கமானதாகவும் மற்றும் சுவாரஸ்யமானதாகவும் இருக்கும்போது பொருட்பகுதியில் மேலோட்டமாக அல்லது தாவிப்படிக்கும் போதும் அதிக பயன் கிடைக்கும். பொருளடக்கம் தொழில்நுட்பம், கடினமானது, உள்ளடக்கம் மற்றும் மொழியில் அறிமுகமில்லாதது அல்லது அது விமர்சன மதிப்பீடு, பகுப்பாய்வு அல்லது தக்கவைக்கப்பட வேண்டியது ஆகியவற்றின் போது அதிக நேரம் ஆகும்.

வாசிப்பவர் செய்ய வேண்டிய இரண்டு வகையான வாசிப்பு விகித மாற்றங்கள் உள்ளன:

- மொத்தமாக கட்டுரை முழுவதும் ஒட்டுமொத்தமாக சரிசெய்தல்: நோக்கம், சிரமம், நிலை மற்றும் பரிச்சயம் போன்ற பல்வேறு காரணிகளைப் பொறுத்து கட்டுரையைப் படிக்க வேண்டிய அடிப்படை விகிதத்தை இது அமைக்கிறது.
- கட்டுரையில் உள்ள பொருள் அடக்கத்தை சரிசெய்தல்: இது வாசிப்பு பொருளின் பிரிவுகள் மற்றும் உட்பிரிவுகளுக்கு வாசிப்பு விகிதத்தில் தேவையான மாற்றங்களை ஏற்படுத்துகிறது.

பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் வாசிப்பின் விகிதத்தை ஒருவர் குறைக்க வேண்டும்:

- உரையில் சட்டவிரோத வார்த்தைகள் அல்லது தொழில்நுட்ப வாசகங்கள் உள்ளன
- உரை கடினமான வாக்கியம் மற்றும் பத்தி கட்டமைப்பைக் கொண்டிருக்கும்போது
- உரை விரிவான தொழில்நுட்ப தகவல்களை கொண்டுள்ளபோது
- உரை உள்ளடக்கத்தை உள்ளடக்கியபோது நீங்கள் திரும்ப வாசித்து அல்லது தக்க வைத்து கொள்ள வேண்டும்

குறிப்புகள்

- பொருள் நீங்கள் குறைவாக தெரிந்துள்ள ஒரு மொழியில் இருக்கும் போது
- உரை சில சிக்கலான கருத்து விளக்கம் கொண்டிருக்கும் போது
- மறுபுறம், பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் வாசிப்பின் விகிதத்தை அதிகரிக்க முடியும்:
 - பொருள் எளிய மற்றும் எளிமையான போது
 - உரை பிரபலமான கருத்துக்கள் கொண்டிருக்கும் போது
 - உரை தேவையில்லாத எடுத்துக்காட்டுகள் மற்றும் உதாரணங்கள் இல்லாத போது
 - முந்தைய பத்தியில் உள்ளதை உள்ளடக்கிய உரை சுருக்கமாக இருந்தால்
 - உரையில் நீங்கள் நன்கு அறிந்திருக்கும் கருத்தாக்கங்கள் விரிவாக விரிவுபடுத்தப்படும்போது

இவ்வாறு, கட்டுரையிலிருந்து-கட்டுரைக்கு படிப்படியாக மாறுபடும் மற்றும் கொடுக்கப்பட்ட கட்டுரையில் ஒரு திறனாய்வாளரான வாசகராக மாறுவது அவசியம்

13.5.3 குறிப்பு எடுத்தல்

குறிப்பு எடுத்துக் கொள்வது முக்கியமான ஒரு அம்சமாகும். படிக்கும் போது குறிப்புகள் எடுப்பதன் நோக்கம் நீங்கள் படித்ததை நினைவுகூற உதவுகிறது. வாசிப்புப் பொருளைத் தக்கவைத்துக்கொள்வது மட்டுமல்லாமல் புரிதல் அதிகரிக்கிறது. உண்மையில், நல்ல குறிப்புகள் மீண்டும் உரை வாசிக்க, மற்றும் கொண்டிருக்கும் சிக்கலை சமாளிக்க முடியும். குறிப்புகள் எடுத்துக்கொள்வதில் சில விஷயங்கள் மனதில் வைக்க வேண்டும்:

- (1) நூலக வகைப்பாடு எண் குறித்தும், அதோடு சம்பந்தப்பட்டிருந்தால் கவனிக்கவும்.
- (2) குறிப்புகளை தெளிவாக எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும், ஏனெனில் நீங்கள் அவற்றை மீண்டும் குறிப்பிட்டுக் கொள்ள வேண்டும்.
- (3) முக்கியமாக நினைவுகூறும் வகையில், முக்கிய வார்த்தைகளை முன்னிலைப்படுத்த அடிக்கோடிடுங்கள். நீங்கள் சில முக்கிய வாக்கியங்களை அடிக்கோடிட்டுக் கொள்ளலாம். இருப்பினும், நீங்கள் அத்தியாவசியமானவற்றை மட்டும் அடிக்கோடிடுங்கள்.
- (4) விளிம்புக் குறிப்பு என்பது ஒரு பயனுள்ள நுட்பமாகும். இது உரைக்கு அடுத்துள்ள ஒவ்வொரு பத்தியுடனும் தொடர்புடைய முக்கிய வார்த்தைகளை அல்லது முக்கிய கருத்தை எழுதுவதாகும்.
- (5) முதல் முறையைப் படிக்கும் பொருளை குறிப்பு எடுத்துக்கொள்வதை தவிர்க்கவும். முதலில் பொருள் ஒரு பகுதியை படித்து அதை புரிந்து. பிரதான கருத்தை கண்டுபிடித்து பின்னர் உங்கள் சொந்த வார்த்தைகளில் அதை எழுதி கொள்ளுங்கள்.

- (6) வாசிப்பு உள்ளடக்கத்திலிருந்து நேரடியாக உரைகளை நகலெடுப்பதை தவிர்க்கவும்.
- (7) அவை தர்க்கரீதியான, புரிந்துகொள்ளக்கூடியவை என்பதையும், நோக்கம் என்னவென்பதையும் அவை வெளிப்படுத்துவது என்ன என்பதையும் உறுதிப்படுத்துக.

குறிப்புகள்

13.6 தொழில் நுட்ப தகவல் தொடர்பாடல்

பணியாளர் தொடர்பாடல் என்பது தினசரி வர்த்தகத்தில் இயங்கும் மிக முக்கியமான அம்சங்களில் ஒன்றாகும். எந்த வியாபாரத்தின் வெற்றி, வணிகத்திற்கான பொது இலக்குகளை நோக்கி நிறுவனத்தை நடத்துவதற்கும் அதன் பணியாளர்களிடம் சரியான உள்ளடக்கத்தையும் தகவல் பற்றிய தகவலையும் சார்ந்துள்ளது.

பணியாளர் தொடர்பாடல் வரையறை

இந்த விஷயத்தை ஆழமாக ஆராய்வதற்கு முன், நம்மை நாமே கேட்டுக்கொள்ள வேண்டும் - பணியாளர்களின் தொடர்பு என்ன? தகவல் பரிமாற்றம், கருத்துக்கள் மற்றும் கருத்துகளின் பரிமாணமாக வரையறுக்கப்படுகிறது. வணிக உலகில் வரையறை மூலம் பணியாளர் தொடர்பு, தகவல் மற்றும் கருத்து பரிமாற்றம், மற்றும் கருத்து பணியாளர்களிடமிருந்து-பணியாளர்களிடத்தும், ஊழியர்களாலும் விரும்பப்பட்ட முடிவுகளை அடைவதற்கு பணியிட சூழலில் ஒத்துழைக்க வேண்டும்.

ஒரு நிறுவனத்தில் பணியாளர் தொடர்பு முக்கியத்துவம்

எந்த ஒரு நிறுவனத்திலும் ஊழியர் தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை ஒருபோதும் குறைத்து மதிப்பிட முடியாது. ஒரு நிறுவனத்தின் பணிக்காக ஊழியர்கள் ஒருங்கிணைந்தபோது, நிறுவனத்தின் பார்வை, பணி, இலக்குகள், நடைமுறைகள் மற்றும் அவர்களது ஒத்துழைப்பு ஆகியவற்றின் புரிந்துணர்வு, நிறுவனத்தின் வெற்றிகு முக்கியமாகும்.

நிறுவன மேலாண்மை

ஒரு நிறுவனம் அதன் ஊழியர்களால் இருக்கிறது, எனவே நிறுவனத்தின் திறமையான நிர்வாகம் அதன் பணியாளர்களிடையே செங்குத்தாகவும் கிடைமட்டமாகவும் தொடர்பு கொள்ளும் தகவலின் தரத்திற்கு கீழே வருகிறது. நிறுவனத்தின் சுறுசுறுப்பான நாள்-க்கு-நாள் நடவடிக்கைகள், தொழில் தகவல் அமைப்பு மற்றும் சிறந்த உள் கட்டுப்பாட்டிற்காக பணியாளர் தொடர்பு அவசியம், இதன் விளைவாக இறுதியில் நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு வழிவகுக்கிறது.

பகிர்ந்து கொள்ளும் தகவலின் தரத்தை உறுதி செய்வது முக்கியம் என்பதால், அதன் ஊழியர்களிடையே எளிமையான மற்றும் விரைவான உட்புற தகவல்தொடர்புகளை இயக்கக்கூடிய வழிமுறைகள் அறிமுகப்படுத்துவது முக்கியம்.

13.6.1 தற்குறிப்பு

ஒரு நபரின் தற்குறிப்பு முதல் மற்றும் மிக முக்கியமான வேலை தொடர்பான ஆவணமாகும். இது சரியான வாய்ப்பின் கதவுகளைத் திறக்கும் திறன் உள்ளது. தொழில்முறை வெற்றி தேடும் அனைவருக்கும் இது எவ்வாறு வேலை செய்யும் என்பதை தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு தற்குறிப்பை வேலை விண்ணப்ப கடிதத்துடன் அனுப்பும் ஒரு விண்ணப்பம் ஆகும். ஒரு தற்குறிப்பை வழக்கமாக உள்ளடக்கிய கடிதத்துடன் சேர்ந்து, வேட்பாளர் பற்றிய அனைத்து விவரங்களையும் அளிக்கிறது. ஒரு விண்ணப்பம் உயிரியல் தரவு அல்லது கல்வி மற்றும் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு என்றும் குறிப்பிடப்படுகிறது. ஒரு தற்குறிப்பு அல்லது ஒரு கல்வி மற்றும் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு வாழ்க்கை மற்றும் ஒரு நிலைப்பாட்டிற்கான விண்ணப்பதாரரால் பொதுவாக தயாரிக்கப்பட்ட தகுதிகள் பற்றிய ஒரு சிறுதொகுப்பு. ஒரு விண்ணப்பம், கல்வித் தகுதி, வேலை தொடர்பான அனுபவம், திறமை மற்றும் ஒரு வேலை தேடும் நபரின் வலுவான ஆதாரங்களை வழங்குகிறது என்று ஒரு தனிப்பட்ட தற்குறிப்பு புரிந்து கொள்ளும்.

ஒரு நல்ல தற்குறிப்பு என்ன அடைகிறது?

ஒரு தற்குறிப்பை தயாரிக்கும் போது, ஒரு நல்ல தற்குறிப்பு என்ன அடைகிறது என்பது முக்கியம். ஒரு நல்ல தற்குறிப்பு சரியான, தெளிவான திட்டத்தை அடைய உதவுகிறது. இது முதலாளிகளிடம் சரியான முதல் தோற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. பெறுநர் பணிப்பாளரின் கவனத்தை தக்கவைத்துக்கொள்வதற்காக, கல்விக் கற்றல், வேலை தொடர்பான திறன்கள், அணுகுமுறை மற்றும் திறனாய்வு மற்றும் பிற தொடர்புடைய விவரங்கள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் தனி நபரின் அடிப்படை பலத்தை வெளிப்படுத்த உதவுகிறது. ஒரு நல்ல, அழகாக தயார் மற்றும் ஒரு வலுவான தற்குறிப்பை விண்ணப்பதாரரின் நம்பிக்கை வலுவூட்டுகிறது. இது விண்ணப்பதாரர் தனது சிறந்த கருத்தை முன் வைக்க உதவுகிறது. கவனத்திற்கு ஒரு நல்ல கருத்தை முன் கவனிக்கிறார். ஒரு நல்ல தற்குறிப்பு ஒரு முரட்டு பார்வையில் கூட ஒரு தோற்றத்தை ஏற்படுத்துகிறது. வேலை சந்தையில், தேவை மற்றும் வழங்கல் நிலை, எந்த விண்ணப்ப கடிதம் மற்றவர்களுடன் போட்டியிடுவது என்று கவனிப்பு மற்றும் நேர்த்தியுடன் தயாரிக்கப்பட்டவர்கள் மட்டுமே வருங்கால முதலாளித்துவத்தின் நலன்களை வெற்றிகரமாக வென்றெடுக்கிறார்கள். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, நல்ல வரவேற்பு நீங்கள் ஒரு பேட்டி அழைப்பு மற்றும் நீங்கள் தேடும் வேலையை விரைவில் பெறுவதற்கு உதவுகிறது.

ஒரு நல்ல தற்குறிப்பின் அடிப்படைகள்

ஒரு நல்ல வரவேற்பு கிடைப்பது எவ்வளவு முக்கியமானது என்பதை கவனித்திருக்கிறோம், மேலும் ஒரு நேர்முக தேர்வுக்கு நெருக்கமாக வேட்பாளரை அழைப்பார். ஒரு நல்ல தற்குறிப்பை தயாரிக்கும் போது பல்வேறு அத்தியாவசியங்களை மனதில் வைத்துக் கொள்ள வேண்டும்.

முதன்முதலில் ஒரு துல்லியமான நேர்த்தியுடன் எழுதப்பட வேண்டும். அறிமுக விவரங்களை வழங்குவது ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட ஒழுங்கான முறையில் இருக்க வேண்டும். உங்கள் கையெழுத்து நன்றாக இல்லையென்றால்,

மீண்டும் மீண்டும் தட்டச்சு செய்து கொள்வது நல்லது. பட்டையா எழுதுதல், அடித்தல் திருத்தலுடன் எழுதுதல் சீரற்ற வரிகள், தவறான சிந்தனை எழுத்துரு வேறுபாடுகள் மற்றும் மடிப்பு தவிர்க்கப்பட வேண்டும். ஒரு நல்ல காகிதம், பேனா, உறை மற்றும் ஒரு உயர்ந்த வடிவமைப்பைப் பயன்படுத்துங்கள். ஒரு சுலபமான வேலையைச் செய்து, கவனமற்ற தவறுகளை தவிர்க்க கவனமாக இருங்கள். ஒரு அறிமுகம் ஒரு வெளிப்பாட்டை அளிக்கிறது மற்றும் ஒரு விரிவான பதிவு அல்ல. எனவே, நீண்ட வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்துவதற்குப் பதிலாக, குறுகிய சொற்றொடர்களைப் பயன்படுத்துவது விரும்பத்தக்கதாக இருக்கும்.

நினைவில் வைத்து கொள்ளுங்கள், உங்கள் தற்குறிப்பு ஒரு சாதகமான தோற்றத்தை உருவாக்க வேண்டும். இது உங்கள் வருங்கால முதலாளித்துவத்தை ஈர்க்க முதல் வாய்ப்பு. ஒரு நல்ல தற்குறிப்பிற்கு இரண்டாவது முக்கியமானது, போதிய அல்லது முழுமையானதாக அமைத்தல் விண்ணப்பதாரர் தேடும் வேட்பாளரைப் பற்றிய அனைத்து விவரங்களையும் மறுஆய்வு செய்ய வேண்டும், இன்னும் பல விவரங்களுடன் அதை ஏற்றக்கூடாது. பெறுநர் பெரும்பாலும் நூற்றுக்கணக்கான அல்லது ஆயிரக்கணக்கான பதில்களைக் காணலாம் மற்றும் விண்ணப்பதாரர் அதை சுருக்கமாகவும் கவனம் செலுத்துவதன் மூலமும் எளிதாக்க முயற்சிக்க வேண்டும். விண்ணப்பதாரர் தகுதி மற்றும் அனுபவம் மற்றும் விண்ணப்பித்த பதிவின் தன்மை ஆகியவற்றைப் பொறுத்து, ஒரு விண்ணப்பத்தின் விரும்பத்தக்க நீளம் ஒருவேளை மாறுபடும். பல ஆண்டுகளாக வேறுபட்ட வெளிப்பாடு மற்றும் அனுபவங்களைப் பெற்றவர்களுடன் ஒப்பிடுகையில், குறைவான அனுபவம் பெற்றவர்கள் அல்லது புதிய விண்ணப்பதாரர்கள் மறைமுகமாக அதிகம் இருக்கக்கூடாது. எந்தவொரு சந்தர்ப்பத்திலும், பெறுபவர் இரண்டு அல்லது நான்கு அழகாக தட்டச்சு செய்யப்பட்ட பக்கங்களைக் கடக்காத ஒரு விண்ணப்பத்தை கொண்டிருப்பது வசதியாக இருக்கும். அறிமுகம் குறைவாக இருந்தால் அதை கவனித்து வாசிக்க அதிக வாய்ப்புகள் இருக்கும்.

ஒரு தற்குறிப்பை தயாரிப்பதில், ஒரு விண்ணப்பதாரர் இரக்கமின்றி அவருடைய சாதனைகள், உயர்பதவி, மற்றும் அற்பமான முக்கியத்துவம் வாய்ந்த விவரங்களை விட்டுவிட அறிவுறுத்தப்படுகிறார். மீண்டும் எழுதும் எழுத்தாளர் பல விவரங்களை மறுபடியும் மறுபடியும் நிரப்பவும் குழப்பம் விளைவிக்கும் இது போன்ற முயற்சியை எதிர்க்க வேண்டும். கல்லூரிக்கு வெளியே உள்ளவர்கள் அனுபவத்தின் அடிப்படையில் பேச அதிகம் இருக்க முடியாது, எனவே அவர்களது ஆற்றல் மற்றும் வேலைவாய்ப்பின் அடிப்படையில் ஒருவர் தனது திறமையை வெளிகாட்ட வேண்டும்.

ஒரு நல்ல தற்குறிப்பை உறுதிப்படுத்துவதற்கான மற்றொரு தேவை, உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களின் துல்லியம் ஆகும். விண்ணப்பத்தில் சமர்ப்பித்த அனைத்து விவரங்களும் விண்ணப்பதாரர் குறித்த சரியான மற்றும் புதுப்பிக்கப்பட்ட தகவலைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். சரியான தேதி மற்றும் ஆண்டுகள், நிறுவனங்கள், நிறுவனத்தின் பெயர்கள் கவனமாக எடுத்து கொள்ள வேண்டும். எழுத்துப்பிழை தவறுகள் கவனமாக தவிர்க்கப்பட

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

வேண்டும். இது நபரின் பெயரையோ அல்லது நிறுவனத்தின் பெயரையோ குறிக்கிறதா, என உறுதி செய்யப்பட வேண்டும்.

எந்தவொரு இலக்கண மற்றும் உச்சரிப்பு பிழைகளுக்கு உங்கள் விண்ணப்பத்தை மறுபரிசீலனை செய்யவும், கடிதத்தை முடிவுபகுதி. மேலும், தேதிகள் மற்றும் ஆண்டுகள் துல்லியமானது என்பதை உறுதிப்படுத்தவும். சமீபத்திய அபிவிருத்திகளை மூடிமறைக்க புதுப்பிப்பு புதுப்பிக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். நேர்மை மற்றும் உண்மை எந்த நல்ல தற்குறிப்பிற்கு மிக முக்கியமான பொருட்கள். உங்கள் தகுதிகள் மற்றும் சாதனைகளைப் பற்றி உண்மையாக இருங்கள். பொய் சொல்ல வேண்டாம். உண்மையான உங்களை, மற்றும் உங்கள் இயல்பான சுய திட்டத்தை கவனித்துக் கொள்ளுங்கள். அதிகமான கூற்றுக்களை செய்யாதீர்கள் அல்லது உங்கள் பலத்தை அதிகரிக்காதீர்கள். ஏராளமான ஆய்வுகள் தொடர்ந்து நடைபெறுகின்ற எந்தவொரு மனிதவள அதிகாரியும், பொய்யான உண்மைகள், புள்ளிவிவரங்கள் மற்றும் ஒரு நேர்மையற்ற விளக்கத்தை எளிதில் கண்டறிய முடியும்.

எந்தவொரு நல்ல தற்குறிப்பும் விண்ணப்பதாரரின் வலுவான கருத்துக்களை தெளிவாக வெளிப்படுத்த வேண்டும். அவ்வாறு செய்ய, விண்ணப்பதாரர் முதலாளியின் நிலைப்பாட்டில் இருந்து மீண்டும் மீண்டும் பார்க்க வேண்டும். ஒரு வேலை விளம்பரப்படுத்தப்படும் போது, முதலாளி ஒரு குறிப்பிட்ட காலியிடம் அல்லது நிலைப்பாட்டை நிர்ப்ப முயற்சிக்கிறார். இந்த நிலை அதன் குறிப்பிட்ட தேவைகளுடன் ஒரு குறிப்பிட்ட பணி சுயவிவரத்தை கொண்டுள்ளது. ஒவ்வொரு முதலாளியும் மீண்டும் மீண்டும் பார்க்கிறார்கள், சில குறிப்பிட்ட தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் வகையில் மதிப்பீடு செய்ய முயற்சிக்கிறார்கள். விண்ணப்பதாரரின் வலிமை ஒரு சொந்த தகுதி, அனுபவம், திறன்கள் மற்றும் அணுகுமுறை அது உங்கள் வருங்கால வேலையின் திறனையும், வெளிப்படுத்தும். வேலை கோருவதைக் கருத்தில் கொள்கையில், விண்ணப்பதாரர் எவ்வாறு வேலைக்கு மதிப்பு சேர்க்க வேண்டும் என்பதைக் கருத்தில் கொள்ள முயற்சிக்க வேண்டும். வெளிப்படையாக, எந்த ஒரு அதிகாரியும் உங்களுக்கு அல்லது எந்தவொரு அதிகாரியும் வேலை வழங்குவதில் ஆர்வம் காட்டவில்லை. அதே நேரத்தில், ஒவ்வொரு அதிகாரியும் சரியான வேட்பாளரை பெற ஆர்வமாக இருக்க வேண்டும் அல்லது காலியாக உள்ள பதவிக்கு சரியான பொருத்தத்தை உறுதி செய்ய வேண்டும். நீங்கள் திரு அல்லது திருமதி. அப்படியானால், உங்கள் விண்ணப்பத்தில் அதை முன்னிலைப்படுத்த முயற்சிக்கவும்.

இறுதியாக, தற்குறிப்பில் நீங்கள் தனித்துவமானவர் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். ஒரு நிலையான முறை பயன்படுத்த வேண்டாம். எழுத்துப்பூர்வமாக, கடித தலைப்பு, வழங்கல் பாணி, நோக்கங்களின் அறிக்கை, தனித்துவ தன்மை அல்லது முதலாளிகளின் தேவைகளைப் புரிந்து கொள்வது ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் இருக்கும். அமைப்பின் இயல்பு மற்றும் வேலை எதிர்பார்ப்புகளை பார்வையிடும் போது, விளக்கக்காட்சியை நல்ல முறையில் கையாளவும். ஒரு பொதுத்துறை நிறுவனம் அல்லது ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனமாக இருந்தாலும் சரி, மார்க்கெட்டிங் வேலை அல்லது கணக்குகள் வேலை என்பது அது ஒரு கல்வி வேலை

அல்லது ஒரு நிர்வாகப் பதவியாக இருந்தாலும் சரி என்பதைப் பொறுத்து மாறுபடும். உங்கள் தற்குறிப்பை நன்றாக சரிபார்த்து, வேலை விவரம், முக்கிய வார்த்தைகளை பயன்படுத்த. தொழிற்சாலை அல்லது செயல்பாட்டு பொறுப்பிற்கு குறிப்பிட்ட மொழியைப் பயன்படுத்துங்கள். அதே நேரத்தில், உங்கள் தனிப்பட்ட விருப்பத்தை தொடரவும். உங்கள் நேரத்தை எடுத்து ஒரு முழுமையான வேலை செய்யுங்கள். பெயர், அஞ்சல் முகவரி, தொலைபேசி எண் மற்றும் மின்னஞ்சல் முகவரி போன்ற அனைத்து முக்கிய தொடர்பு தகவல்களும் தற்குறிப்பின் மேல் வலது மூலையில் வழங்கியுள்ளன என்பதை உறுதி செய்து கொள்ளுங்கள்.

ஒரு தெளிவான, சரியான, நேர்மையான மற்றும் பார்வைக்குரிய முறையில் அனைத்து விவரங்களையும் சேகரித்து வழங்கலாம். வேலைவாய்ப்புகள் மீண்டும் அளிக்கப்படும் பல வழிகள் உள்ளன. விண்ணப்பதாரர் விவரங்களைத் தெரிவுசெய்து, தலைப்புகள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். விண்ணப்பதாரர் (1) விளம்பரதாரர் குறிப்பிடுவது, (2) நிலை மற்றும் இயல்பின் நிலை, (3) போட்டியின் பட்டம் மற்றும் (4) தகுதி மற்றும் அனுபவம் ஆகியவற்றின் தரத்தால் வழிநடத்தப்பட வேண்டும். தேவைப்பட்டால் ஒரு விரிவான விண்ணப்பத்தை விட ஒரு பக்க தற்குறிப்பு தரவு கொடுக்கலாம் விண்ணப்பதாரர் விண்ணப்பத்தை மறுபரிசீலனை செய்ய மற்றும் ஒரு பக்கத்தில் உள்ள மிக முக்கியமான விவரங்களை வழங்க வேண்டும். மறுபுறம், விண்ணப்பமானது ஒரு மூத்த நிலைக்கு அல்லது எங்கே அதிக அளவில் கல்வியியல் அல்லது ஆராய்ச்சி சாதனைகள் தேவை என்பதையே, மறுபரிசீலனை விவரங்களை இன்னும் விரிவான முறையில் மறைக்க வேண்டும். இதேபோல், விண்ணப்பதாரர் பல்கலைக்கழகத்திலிருந்து புதியதாக அல்லது அதிக வேலை அனுபவம் இல்லாதிருந்தால், கல்வியியல் சாதனைகள் மற்றும் பிற தொடர்புடைய அம்சங்கள் சரியாக உயர்த்தப்பட வேண்டும்.

நீங்கள் புதிய அனுபவங்களை, தகுதிகள் மற்றும் சாதனைகளை சேர்க்கும்போது, உங்கள் விண்ணப்பம் அவசியம் புதுப்பிக்கப்பட வேண்டும். விஷயங்களை மாற்றும்போது, காலாவதியான தற்குறிப்புடன் நீங்கள் செய்ய முடியாது. புதிய சேர்க்கைகளுடன் தொடர்ந்து உங்கள் விண்ணப்பத்தை புதுப்பிக்கவும். அவ்வாறு செய்யும்போது, எளிதான வழியை எடுத்துக் கொள்ளாதீர்கள், கையால் எழுதப்பட்ட கூடுதல் மற்றும் மாற்றங்களை செய்யுங்கள். இது கவனக்குறைவைக் காட்டுகிறது, உங்கள் விண்ணப்பத்தை விருப்பமின்றி மற்றும் அரைமனதுடன் உருவாக்குகிறது. சோம்பேறியாகவும், விகாரமானதாகவும், உற்சாகமில்லாமலும் இருப்பதுபோல் தோற்றமளிக்காதீர்கள். உங்கள் விண்ணப்பத்தை மறுசீரமைக்கவும் மறுபரிசீலனை செய்யவும் கவனமாக இருங்கள். நீங்கள் புதிதாக, சுத்தமாகவும், நிபுணத்துவமாகவும் இருக்கும் ஒரு புதிய அச்ச சமர்ப்பிக்க வேண்டும். நீங்கள் உருவாக்கும் தோற்றத்தை நீங்கள் வைத்திருக்கும் கூடுதல் முயற்சிகளுக்கு மதிப்புள்ளது. ஏற்கெனவே குறிப்பிட்டபடி, பணியிடங்களை வேலை செய்வதன் அடிப்படையில் தனிப்பயனாக்க வேண்டும். அந்த நோக்கத்திற்காக, வேலை விண்ணப்பதாரர் குறிப்பிட்ட வேலைக்கு குறிப்பாக தொடர்புடைய அந்த உண்மைகள் மற்றும் சாதனைகள் வலியுறுத்த வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

ஒரு தொழில்முறை ஏணியில் முன்னேற்றுவதால், வேறுபட்ட வெளிப்பாடு மற்றும் அனுபவத்தை பெறுவதன் மூலம், ஒரு கணிசமான மதிப்புகளை வாங்கியிருப்பார்கள், இது கற்பனை ரீதியில் மீண்டும் தொகுக்கப்பட வேண்டும். விண்ணப்பதாரர் பயன்படுத்துகின்ற எந்தவொரு வடிவம் அல்லது பாணி, அது வலுவான கருத்துக்களை தெளிவாக வெளிப்படுத்த வேண்டும். கல்வித் தகைமைகளைத் தோற்றுவிக்கும் போது, அணிகளில், மதிப்பெண்கள் மற்றும் தரம் போன்ற பல குறிப்பிடத்தக்க சாதனைகள், அதேபோல தகுதி உதவித்தொகை, ஏதேனும் இருந்தால், சரியாக ஒழுங்கமைக்கப்பட வேண்டும். மறுபுறம், தரவரிசைகள் அல்லது மதிப்பெண்கள் மிகவும் சுவாரசியமாக இல்லை என்றாலும் விண்ணப்பதாரர் வெளிப்படையான விட்டுக்கொடுப்புகளை கைவிடாமல் அவற்றைக் காட்ட வேண்டும்.

தற்குறிப்பின் வகைகள்

தற்குறிப்புகள் வெவ்வேறு வடிவங்களில் தயாரிக்கப்படுகின்றன. பரவலாக பேசுவது, அவர்கள் காலவரிசை அல்லது செயல்பாடு, அல்லது இந்த இரண்டு கலவையாகவும் இருக்கலாம். காலவரிசை மறுமதிக்க ஒரு காலக்கெடுவில், ஒரு வரலாற்று வரிசையில் விவரங்களை அளிக்கின்றன. அவைகள் ஒரு நேர்கோட்டு அணுகுமுறையை பின்பற்றுகின்றன பாரம்பரியமாக, அவற்றில் ஆரம்பகால வரலாற்றில் அல்லது துவக்கங்களுக்கிடையில் முற்போக்கான முறையை தொடர்ந்து தற்போதைய நிலைக்கு செல்ல வேண்டும். இருப்பினும், மிகவும் பொதுவான அணுகுமுறை தலைகீழ் காலவரிசை மறுபயன்பாடு ஆகும், நீங்கள் சமீபத்திய அல்லது தற்போதைய நிலையைத் தொடங்கி பின்னோக்கி நகர்கிறது. நபர் ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் படிப்படியாக முன்னேறும்போது சுவாரஸ்யமான விண்ணப்பம் விரும்பத்தக்கதாகும். செயல்பாட்டு மறுபிரதிகள் எந்த காலவரிசை அணுகுமுறையையும் பின்பற்றாது, அதற்கு பதிலாக திறன்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் மீது கவனம் செலுத்துகின்றன. ஒரு செயல்பாட்டு விண்ணப்பம் ஒரு திறமைமிக்க விண்ணப்பமாக குறிப்பிடப்படுகிறது. பல திறன்களை வாங்கியிருந்தாலோ அல்லது ஒரு குறுகிய காலத்திற்குள் பல நிலைகளிலும் செயல்படும் போது செயல்பாட்டு தற்குறிப்பு பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

செயல்பாட்டு மறுபிரதிகள் எந்த காலவரிசை அணுகுமுறையையும் பின்பற்றாது, அதற்கு பதிலாக திறன்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் மீது கவனம் செலுத்துகின்றன. ஒரு செயல்பாட்டு விண்ணப்பம் ஒரு திறமைமிக்க விண்ணப்பமாக குறிப்பிடப்படுகிறது. பல திறன்களை வாங்கியிருந்தாலோ அல்லது ஒரு குறுகிய காலத்திற்குள் பல நிலைகளிலும் செயல்படும் போது செயல்பாட்டு தற்குறிப்பு பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்த கலவையானது, ஒரு கலவையான அணுகுமுறையை திறன்களையும் அனுபவங்களையும் சிறப்பித்துக் காட்டுகிறது, பல்வேறு காலங்களில் பணி அனுபவத்தை வழங்கும். அனுபவம், தொழில் முன்னேற்றங்கள், கல்வி ஆய்வு, திறமைகள், சாதனைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து, விண்ணப்பத்தின் வகை முடிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

விவரங்கள் அமைக்கப்படும் தலைப்புகளில் பல மாறுபாடுகள் இருக்க முடியும். அவர்களில் சிலர் தனிப்பட்ட விவரங்களையும், கல்வித் தகுதிகளையும் உள்ளடக்கியிருப்பது, பெரும்பாலான பதிவர்களுக்கும்

பொதுவானதாக இருக்கும் போது, மற்ற தலைப்புகள் விண்ணப்பதாரின் வயது மற்றும் அனுபவத்தைப் பொறுத்து அல்லது பதவிக்கு இயற்கையான மற்றும் பொறுப்புகளை பொறுத்து இருக்கலாம்.

வாசிப்புத்திறன்

அனைத்து பொருட்களின் பட்டியல் ஒன்றை உருவாக்குங்கள் உங்கள் விண்ணப்பத்தை எழுதுவதற்கு முன், உங்களைப் பற்றிய அனைத்து அம்சங்களையும் ஒன்றாக சேர்த்துக் கொள்வது நல்லது. ஆரம்பத்திலிருந்து தொடங்கி உங்கள் சமீபத்திய நிலைக்கு செல்லுங்கள். நீங்கள் உருவாக்கும் பட்டியல் மூடிமறைக்க பட வேண்டும்:

குறிப்புகள்

- (1) பாடசாலைகளும் கல்லூரிகளும் உள்ளடங்கிய கல்வி சாதனைகள்
- (2) ஆய்வு மற்றும் தனித்துறை வல்லமைகள்
- (3) பெற்ற மதிப்பெண், தரவரிசை மற்றும் வேறுபாடுகள் ஏதேனும் இருந்தால்
- (4) கூடுதல் பாடநெறி நடவடிக்கைகள் மற்றும் விளையாட்டு
- (5) கணினி திறன்கள்
- (6) அறிந்த மொழிகள்
- (7) பொழுதுபோக்கு மற்றும் ஆர்வங்கள்
- (8) சிறப்புப் படிப்புகள் மற்றும் எடுக்கப்பட்ட படிப்புகள்
- (9) வேலை விவரங்கள் மற்றும் பணி அனுபவம்
- (10) தொழில் சார்ந்த பங்களிப்புகளும் சாதனைகளும்
- (11) முக்கிய திறமைகள்
- (12) திறன் மற்றும் பெற்ற நிபுணத்துவம்
- (13) தொழில்நுட்ப திறமைகள்
- (14) தொழில்முறை கல்வி
- (15) தொழில்முறை அங்கீகாரங்கள், உரிமங்கள் மற்றும் சான்றிதழ்கள்
- (16) உறுப்பினர்கள் மற்றும் கூட்டுறவு தொடர்புகள்
- (17) பங்குபெற்ற கருத்தரங்குகள் மற்றும் பட்டறைகள்
- (18) விருதுகள் மற்றும் நன்மதிப்பு விருதுகள்
- (19) வெளியீடுகள், ஆவணங்கள் மற்றும் ஆராய்ச்சிகள்
- (20) ஆலோசனை மற்றும் பேசும் பணிகள்
- (21) முக்கிய பயிற்சி திட்டங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள்
- (22) பொழுதுபோக்குகள் மற்றும் ஆர்வங்கள்
- (23) தனிப்பட்ட விவரங்கள் மற்றும் தொடர்பு முகவரி
- (24) சமூக சேவை
- (25) குறிப்புகள்

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

வாழ்க்கை தொடர்பான பங்களிப்புகளும் சாதனைகள் பின்வருமாறு தொடங்குகையில் வெளிப்பாட்டைக் காண்பிக்கும்:

1. புதிய உயர் மதிப்பு/பெருநிறுவன வாடிக்கையாளர்கள்
2. பல செலவு குறைப்பு நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்தியது
3. உற்பத்தித்திறன் மற்றும் செயல்திறன் மேம்பாடுகளுக்கு பங்களிப்பு
4. ஒரு தயாரிப்பு மேம்பாட்டு குழு உருவாக்கப்பட்டது
5. முக்கிய பத்திரிகையாளர்களுக்கு ஆராய்ச்சி ஆவணங்களை அளித்துள்ளனர்
6. புதிய பணியாளர்களின் பல குழுக்களுக்கு பயிற்சி அளித்திருக்க வேண்டும்.
7. மென்பொருள் உருவாக்குநர்களின் குழுவை வழிநடத்தியுள்ளனர்

ஒரு முழுமையான பட்டியல் வரைதலில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த எதுவும் விடுபடவில்லை என்று உறுதிப்படுத்திக்கொள்ள வேண்டும். இருந்தபோதிலும் ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரும் இந்த பட்டியலில் சேர்க்கப்படும் பொருட்களின் எண்ணிக்கை அவருடைய அனுபவத்தின் நிலை, தொழில்முறை நிலை மற்றும் சாதனைகள் ஆகியவற்றின் அளவைப் பொறுத்து மாறுபடும். இந்த தகவல் நிச்சயமாக பொருத்தமான பொருட்களை எடுக்க உதவுகிறது மற்றும் வேலை விவரம் பார்வையில் வைத்து விண்ணப்பத்தை தனிப்பயனாக்கலாம்.

மேலும், விரிவான பட்டியல் தயாரிக்கப்பட்டு, விண்ணப்ப படிவங்களை தயாரிப்பதிலும், நேர்காணலுக்கு தயார்படுத்துவதாலும் உதவியாக இருக்கும். இந்த பட்டியல் பணித்தாளில் செயல்படுகிறது. ஆயினும் இறுதி முடிவுகளைத் தயாரிப்பதில், தகவல்தொடர்பாளர் மட்டுமே பொருத்தமான விவரங்களை எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும், ஒழுங்கு மற்றும் முன்னுரிமைகள் மறுசீரமைக்க வேண்டும், உண்மைகளை மாற்றங்கள்/பொருள் அறிக்கைகள் ஆகியவற்றை மாற்றவும் மற்றும் மிக முக்கியமானவற்றை முன்னிலைப்படுத்தவும் வேண்டும்.

தனிப்பட்ட விவரங்களைப் பற்றி இந்த சூழலில் எச்சரிக்கையுடன் சொல்வது முக்கியம். இந்திய சூழலில், பிறப்பு, தேதி, திருமண நிலை, முதலியன வெளிநாட்டில் சில நாடுகளில் இது போன்ற விவரங்கள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும் என தனிப்பட்ட விவரங்களை அளிக்கிறது. எடுத்துக்காட்டுக்கு, அமெரிக்காவின் நிலைப்பாட்டில் விண்ணப்பிக்கும் விண்ணப்பம் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும் என்றால், அத்தகைய விவரங்கள் தவிர்க்கப்பட வேண்டும். மின்னஞ்சல் முகவரி, அஞ்சல் முகவரி மற்றும் தொடர்பு எண்கள், மற்றும் பிற தொழில் ரீதியாக தொடர்புடைய விவரங்கள் போன்ற அத்தியாவசிய உண்மைகள் மீண்டும் மீண்டும் சேர்க்கப்பட வேண்டும். யு.எஸ்.-இல், நேர்காணல்களில் கூட, வயது, திருமண நிலை, மதம் போன்ற பல கேள்விகளைக் கேட்பதில்லை.

பொதுவாக தற்குறிப்புக்கு பரிந்துரைக்கப்படும் தலைப்புகள் அல்லது தலைப்புகளின் பரிந்துரைக்கப்பட்ட பட்டியல் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது:

1. தனிப்பட்ட விவரங்கள்
2. கல்வி தகுதிகள்

3. கல்வி தனித்தன்மைகள்
4. வேலை அனுபவம்
5. தனித்துறை வல்லமைகள்
6. தொழில் தொடர்பான சாதனைகள்
7. கருத்தரங்குகள் மற்றும் பட்டறைகள்
8. காகிதங்கள் மற்றும் வெளியீடுகள்
9. மன்றம் மற்றும் குழுக்களின் உறுப்பினர்
10. கௌரவ ஆசிரியர்கள்
11. ஆலோசனை
12. கணினி/தொழில்நுட்ப திறன்கள்
13. அறிந்த மொழிகள்
14. திருமண நிலை
15. பொழுதுபோக்கு மற்றும் ஆர்வங்கள்
16. குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

குறிப்பு எழுதும் போது செய்யக்வேண்டியவை மற்றும் செய்யக்கூடாதவை

செய்யக்வேண்டியவை

1. உங்கள் தற்குறிப்பை குறிப்பிடதக்கதாக செய்யுங்கள். உங்கள் வலுவான தனித்துவத்தை தெளிவாக வெளிப்படுத்துங்கள்.
2. உங்கள் தற்குறிப்பை உங்கள் முதல் தோற்றத்தை உருவாக்குகிறது. அதை சுத்தமாகவும், பிழை-இல்லாமலும், நிபுணத்துவமாகவும் ஆக்கவும்.
3. உங்கள் தற்குறிப்பை குறுகியதாக வைத்திருங்கள். வழக்கமாக 2-3 பக்கங்களைத் தாண்டக்கூடாது.
4. உங்கள் தற்குறிப்பை எழுதுவதற்கு முன் உங்கள் தகுதிகள், அனுபவம், திறமைகள், ஆகியவற்றின் விரிவான பட்டியலை உருவாக்கவும்.
5. உங்கள் வலிமையை பிரதிபலிக்கும் தலைப்புகள் மற்றும் முதலாளிகள் தேவைகளை பொருத்தவும்.
6. உங்கள் தற்குறிப்பை உண்மையிலேயே துல்லியமாகவும், புதுப்பித்ததாகவும் செய்யுங்கள்.
7. சரியான வடிவத்தைத் தேர்ந்தெடுத்து உங்கள் எழுத்துருவை தொழில்முறை மற்றும் கவர்ச்சியுடன் வைத்திருங்கள்.
8. இலக்கண பிழைகள் மற்றும் சீரற்ற தன்மைக்கான உங்கள் தற்குறிப்பை மீண்டும் சரிபார்க்கவும்.

செய்யக்கூடாதவை

1. பெருமை கொள்ளாதீர்கள் அல்லது மிகைப்படுத்தாதீர்கள். பொய்யை செருக வேண்டாம்.

குறிப்புகள்

2. பெரிய மற்றும் ஆடம்பரமான வார்த்தைகளை பயன்படுத்த வேண்டாம். தொழிலில் பயன்படுத்தப்படும் முக்கிய வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும்.
3. நீண்ட வாக்கியங்களைப் பயன்படுத்த வேண்டாம். கவர்ச்சியான சொற்றொடர்களை பயன்படுத்தவும்.
4. நீங்கள் பெற முடியாது தொடர்பு எண்களையோ அல்லது அஞ்சல் முகவரிகளையோ கொடுக்க வேண்டாம்.
5. சொற்கள், எழுத்துருக்கள், நிறங்கள் மற்றும் பாணியை பயன்படுத்த வேண்டாம், இது மீண்டும் பகட்டான் மற்றும் திறனற்றவையாகும்.
6. புதுப்பித்தல் போது சேர்க்கைகளை கசக்க வேண்டாம். மீண்டும் எழுதவும் மறுபதிவு செய்யவும்.
7. உங்கள் முந்தைய வேலை/மேலதிகாரிகளில் விமர்சன கருத்துரைகளை செய்யாதீர்கள்.
8. நீங்கள் ஆதாரமில்லாத சாதனையை முன்னிலைப்படுத்தாதீர்கள்.

13.6.2 முகப்பு கடிதம்

உங்கள் தற்குறிப்பு தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு அனுப்பும் போது முகப்பு கடிதம் சேர்க்க மிகவும் முக்கியமானது. இத்தகைய கடிதம் உங்களை அறிமுகப்படுத்தி, உங்கள் நோக்கத்தை விளக்குகிறது. இது உங்கள் CV/தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு-யின் முக்கிய கருத்துக்களை அறிமுகப்படுத்துகிறது. இது முதலாளியை நடவடிக்கை எடுக்க எளிதாக்குகிறது. இது முதலாளியிடம் உங்கள் அறிமுகம் என்பதால், மூடுதல் கடிதம் சுவாரஸ்யமாக இருப்பது முக்கியம். நீங்கள் விண்ணப்பிக்கும் குறிப்பிட்ட நிலைக்கு ஏற்ப ஒரு கவர் கடிதம் அமைத்துக்கொள்ள வேண்டும்.

விண்ணப்ப கடிதமாகக் குறிப்பிடப்படும் எழுத்து கடிதங்கள் இரண்டு வகையானவை:

- விண்ணப்பதாரர் விண்ணப்ப கடிதம்
- கோரப்படாத விண்ணப்ப கடிதம்

ஒரு விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட காலியிடத்திற்கு பதில் உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறு தொகுப்பை அனுப்பும்போது, ஒரு பயன்பாடு மூலம் அனுப்பப்பட்ட விண்ணப்பப் படிவத்தை எழுதலாம்.

நீங்கள் ஒரு நிறுவனத்தில் ஒரு வேலைவாய்ப்பற்ற வேலை நிலைக்கு உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறு தொகுப்பினை அனுப்பும்போது ஒரு கோரப்படாத விண்ணப்பம் எழுதப்பட்டுள்ளது.

முகப்பு கடிதத்தின் தேவை

- (1) பின்வரும் காரணங்களால் முகப்பு கடிதம் அத்தியாவசியமானது.
- (2) ஒரு முகப்பு கடிதம் ஒரு தனிப்பட்ட தொடர்பை தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு-க்கு கொடுக்கிறது.

- (3) ஒரு முகப்பு கடிதம் வாசகர் உங்கள் பலம், அனுபவம் மற்றும் தகுதியில் கவனம் செலுத்த உதவுகிறது.
- (4) ஒரு முகப்பு கடிதம் உங்களுடைய அடிப்படை தொழில் மரியாதையை பிரதிபலிக்கிறது மற்றும், ஒரு தொழில்முறையில் உங்களுக்கு ஒரு நேர்மறையான தாக்கத்தை உருவாக்குகிறது.
- (5) சில நேரங்களில் நீங்கள் சம்பந்தப்பட்ட நபருடன் தொலைபேசியில் அல்லது நேர்முக தொடர்பு உரையாடலுக்கு பதில் அளிக்க ஒரு தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பினை அனுப்பலாம். அத்தகைய ஒரு வழக்கில், முகப்பு கடிதம் உரையாடலின் ஒரு நினைவூட்டலாக செயல்படுகிறது. உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு-வைக் கொண்டிருக்கும் உறையை, வேறு திறக்கப்படலாம். அத்தகைய ஒரு வழக்கில், ஒரு முகப்பு கடிதம் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு சரியான நபரை அடையும் என்பதை உறுதி செய்கிறது.

குறிப்புகள்

முகப்பு கடிதத்தின் வடிவம்

முகப்பு கடிதம் ஒரு ஒற்றை பக்கம் மட்டுமே இருக்க வேண்டும். ஒரு முகப்பு கடிதம் மிகவும் பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் வடிவம் ‘முழு தொகுதி’ வடிவமாகும். ஒரு முகப்பு கடிதம் நான்கு முக்கிய கூறுகளை கொண்டுள்ளன:

- சொற்பொழிவு மற்றும் வணக்கம் தெரிவித்தல்
- கவனத்தை ஈர்க்கும் ஒரு திறப்பு
- முக்கிய பொருள்
- ஒரு நடவடிக்கைகளை தூண்டுகிற முடிவு

முகவரி மற்றும் வணக்கம்:

பரிந்துரைக்கப்பட்ட விண்ணப்பப் படிவங்களில், விளம்பரத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நபருக்கு விண்ணப்பக் கடிதம் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. ஒரு குருட்டு விளம்பரம் விஷயத்தில், அதாவது முகவரியின் பெட்டி எண் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளதும், நிறுவனத்தின் பெயரை வெளியிடாததுமான, அந்த பத்திரிகைக்கு நீங்கள் அந்த கடிதத்தை உரையாற்ற வேண்டுமெனில் ‘அன்புள்ள இயக்குனர்’ போன்ற பொதுவான வணக்கம்.

எனினும், பரிந்துரைக்கப்படாத பயன்பாடுகளின் விஷயத்தில், உங்கள் கடிதத்தை ஒரு தனிநபருக்கு அல்லது அமைப்புக்கு அல்ல. ஒரு நபரை தனது பதவி மூலம் உரையாற்றுவதை விட உரையாற்றுவதற்கு தனிப்பட்ட நபரின் பெயரைக் கண்டுபிடித்து பெயர் மற்றும் சரியான பெயரை, சரியான எழுத்துப்பிழை இல்லாமல் பயன்படுத்தவும். வணக்கத்தில், அன்புள்ள திருமதி/திரு/டாக்டர் நபரின் கடைசி பெயரைப் பயன்படுத்துங்கள்.

ஒரு நபர் தனது முதல் பெயரால் உரையாட வேண்டாம். நீங்கள் ஒப்பீட்டளவில் இளைய நிலைமையில் நிறுவனத்திற்குள் நுழைந்தால், நீங்கள் “அன்புள்ள சார்” வாழ்த்துக்களைப் பயன்படுத்தலாம்.

திறப்பு:

திறப்பு வாசகர் கவனத்தை பிடிக்க வேண்டும். ஒரு விண்ணப்பதாரி பயன்பாட்டிற்கு, நீங்கள் விண்ணப்பிக்கும் எந்தவொரு இடத்தையும் குறிப்பிட்டு,

குறிப்புகள்

நீங்கள் விண்ணப்பிக்கும் எந்த பதிவிற்கும் விளம்பரத்தை வழங்குவதன் மூலம் ஒரு நேரடி அணுகுமுறையைப் பயன்படுத்தவும். தேவையற்ற பயன்பாடுகளுக்கு, நீங்கள் அந்த நிலைப்பாட்டிற்கு ஏன் விண்ணப்பம் செய்கிறீர்கள் என்பதை குறிப்பிடுவதன் மூலம் தொடங்கலாம். சம்பந்தப்பட்ட ஒரு குறிப்பு இருந்தால், அதையும் குறிப்பிடலாம்.

பொருள்:

பொருள் ஒன்று அல்லது இரண்டு பத்திகள் உள்ளன. இது உங்கள் தற்போதைய வேலை பற்றிய தகவலை வழங்குகிறது மற்றும் உங்களுடைய தகுதியும் அனுபவமும் ஒன்று அல்லது இரண்டு வரியில் சுருக்கமாக உங்கள் பலம் மற்றும் நீங்கள் விண்ணப்பிக்கும் நிலையில் உங்கள் பொருத்தத்தை குறிப்பிட எழுதலாம்.

கடிதத்தின் முடிவு:

பகுதி ஒரு பேட்டிக்கு கோரிக்கையுடன் கடிதத்தை மூடுக. நீங்கள் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பை இணைக்கிறீர்கள் என்பதைக் குறிப்பிடுங்கள். உங்கள் தொடர்பு தொலைபேசி எண்ணையும், முகவரியையும் கடைசி மின்னஞ்சல் முகவரியையும், உங்கள் பெயரையும் கீழே பகுதியில் குறிப்பிடுவது நல்லது. போன்ற வழக்கமான பாராட்டு நெருக்கமான “தத்துவத்தை” பயன்படுத்தவும். கருப்பு அல்லது நீல பேனா பயன்படுத்தி உங்கள் பெயரை கையொப்பமிட மறக்காதீர்கள். மூடப்பட்ட ஆவணங்கள் (தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு மற்றும் பிற ஆவணங்கள்) ஏதும் இருந்தால் குறிப்பிடவும்.

மின் அஞ்சல் கடிதம்:

மின்னஞ்சல் அனுப்பும் பழக்கம் பெருகிய முறையில் வருகிறது. மின்னஞ்சல் மூலம் ஒரு நிலையைப் பயன்படுத்துகையில், மின்னஞ்சல் செய்தியில் உங்கள் முகப்பு கடிதத்தை நகலெடுத்து ஒட்டவும். அச்சிடப்பட்ட முகப்பு கடிதங்களைப் போலவே, ஒரு மின்னஞ்சல் முகப்பு கடிதமும் ஒரு சாதாரண வணக்கம் மற்றும் முடிவு பகுதி வேண்டும். இது அச்ச முகப்பு கடிதத்தின் அதே நோக்கத்திற்காக உதவுகிறது, அது அனுப்பும் முறை வேறுபட்டது. எனவே, இது அச்ச முகப்பு கடிதத்தின் அனைத்து பண்புகளையும் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

எனினும், மின்னஞ்சல் முகப்பு கடிதத்தின் விஷயத்தில், நீங்கள் விண்ணப்பிக்க வேண்டிய வேலை நிலைப்பாட்டை உள்ளடக்கிய வரிக் குறிப்பை தெளிவாக குறிப்பிட வேண்டும்.

உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பை ஒரு ‘MS Word’ (எம். எஸ். வார்த்தை) இணைப்பாக அனுப்பவும். உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பை இணைக்க மறக்காதீர்கள். இது மிகவும் பொதுவான தவறு. சில முதலாளிகள் ஏற்றுக்கொள்வதில்லை. உங்கள் மின்னஞ்சல் செய்தியில் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பை ஒட்டும்படி கேட்கிறார்கள். அத்தகைய வழி, தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பின் வடிவமைப்பு மிகவும் எளிமையாக்கும், அதை வாசிப்பதற்காக செய்யலாம்.

எழுத்தை சரிபார்க்க எழுத்துப்பிழை சரிபார்ப்பைப் பயன்படுத்தவும். மின்னஞ்சல் தொடர்பில் முறைசாரா இருக்கும் ஒரு போக்கு உள்ளது. ஆனால் ஒரு சாதாரண தொனியை நீங்கள் பராமரிக்க வேண்டும் என்பது முக்கியம்

முகப்பு கடிதம் எழுத வழிகாட்டுதல்கள்

பின்வருவன, முகப்பு கடிதம் எழுதும்போது பின்பற்ற வேண்டிய சில வழிகாட்டுதல்கள்.

- (1) நிறுவனத்துடன் தொடர்புடைய ஒரு நபருடன் தொடர்புகொள்ள திணைக்களத்தையோ அல்லது நிறுவனத்தையோ குறிப்பிடாமல் கடிதத்தை தனிப்பட்ட முறையில் பெயரைக் குறிப்பிடுவதன் மூலம் அதை தனிப்பயனாக்குவது மிகவும் விரும்பத்தக்கது. பெயர், தலைப்பு மற்றும் முகவரி ஆகியவற்றின் சரியான உச்சரிப்பை உறுதிசெய்யவும்.
- (2) உங்கள் குறிக்கோள்கள், தகுதிகள் அனுபவம் மற்றும் அவை பதவியின் தேவைகளை பூர்த்திசெய்வதை தெளிவாகக் குறிப்பிடுங்கள்.
- (3) விளம்பரப்படுத்தப்பட்டுள்ள நிலை, மற்றும் விளம்பரத்தின் தேதி மற்றும் விளம்பரம் அச்சிடப்பட்ட வெளியீட்டின் பெயரை குறிப்பிடவும். யாராவது உங்களைக் குறிப்பிட்டிருந்தால், அந்த நபர் பெயரைக் குறிப்பிடுங்கள்.
- (4) உங்கள் வலுவான குறிப்புகளை குறிப்பாக வேலை சம்பந்தமானவற்றை வலியுறுத்துங்கள்.
- (5) முகப்பு கடிதத்தில் ஒரு முறையான அனுகுமுறையை பின்பற்றவும்.
- (6) முகப்புகடிதம் எழுதும்போது சுருக்கமாகவும் தெளிவுடனும் இருங்கள்
- (7) உங்கள் கடிதத்தை சுத்தமாகவும், நன்கு இடைவெளியுடனும், குறுகிய பத்திகளாகவும் வைத்திருங்கள்.
- (8) கடிதத்தின் எழுத்து மற்றும் இலக்கணத்தை சரிபார்க்கவும்.
- (9) உங்கள் கடிதத்தின் ஒரு பக்கத்தை, A4, வெள்ளை வண்ண காகிதத்திற்கு மாற்றவும்.
- (10) முகப்பு கடிதத்தில் உங்கள் முழு பெயரைக் கொடுங்கள் மற்றும் கடிதத்தில் கையெழுத்திட நினைவில் வைத்திருங்கள்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. தகவல்தொடர்பை வரையறுக்க.
4. தற்குறிப்பு என்றால் என்ன?
5. முகப்பு கடிதத்தின் இரண்டு வகை என்ன?

குறிப்புகள்

13.7 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க.

குறிப்புகள்

1. வாசிப்புக்கான இரண்டு அணுகுமுறைகள் விரைவான வாசிப்பு அணுகுமுறை மற்றும் மெதுவான வாசிப்பு அணுகுமுறை.
2. மேலோட்டமாக வாசித்தல் ஒரு விரைவு வாசிப்பு பாணி ஆகும், அதில் வாசகர் குறிப்பிட்ட தகவலைப் பார்க்க உரைகளை ஆராய்கிறார்.
3. தகவல் தொடர்பாடல், என்பது உணர்வு மற்றும் கருத்துகளின் பரிமாற்றம் என வரையறுக்கப்படுகிறது.
4. ஒரு தற்குறிப்பு அல்லது ஒரு தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு ஒரு வாழ்க்கை மற்றும் ஒரு நிலைப்பாட்டிற்கான விண்ணப்பதாரரால் பொதுவாக தயாரிக்கப்பட்ட தகுதிகள் பற்றிய சிறு கணக்கு.
5. இரண்டு வகையான முகப்பு கடிதங்கள், பரிந்துரைக்கப்பட்ட கடிதம் மற்றும் பரிந்துரைக்கப்படாத கடிதம்.

13.8 சுருக்கம்

- ஒரு வாசிப்பின் நோக்கம் அறிந்த பிறகு, நோக்கத்தின் சிறந்த பொருத்தம் மற்றும் வாசிப்பு பொருள் பொருந்த வேண்டிய பாணி தீர்மானிக்க வேண்டும். வாசிப்பு அணுகுமுறை அடிப்படை கேள்வியை - 'எப்படி படிப்பது?'
- மேலோட்டமாக படித்தல் என்பது வேகமாக வாசித்தல் பாணியாகும், அதில் வாசகர் குறிப்பிட்ட தகவலுக்கான உரை காண்கிறார். குறிப்பிட்ட ஒரு எண்களின் பட்டியல், முகவரிகள் மற்றும் விநியோகம் மூலம் தகவல்களைத் தேட இந்த வகை வாசிப்பு பொதுவாக செய்யப்படுகிறது.
- பொருளின் மையப்பகுதி/முக்கிய கருத்தை நீங்கள் அடையாளம் காண விரும்பும் போது தாவிப்படித்தல் பயன்படுகிறது.
- படித்தல் ஒரு சுவாரஸ்யமான செயலாகும், ஆனால் சில நேரங்களில் அது நனவாகி விடுகிறது, குறிப்பாக ஒரு நபர் ஒரு மொழியில் வாசிக்கும்போது, அதில் கவனத்தைத் திருப்புவது மற்றும் மொழி உள்ளடக்கம் ஆகியவற்றிற்கு இடையில் அவரது கவனத்தை பிளவுபடுத்துவது போல் அவர் இன்னும் நன்கு அறிந்தவராக அல்லது சரளமாக இல்லை.
- ஒரு செய்தியைத் திசைதிருப்புவதும் மிக முக்கியம், மேலும் வாசகர் அதை 'புரிந்துகொள்வதற்கு' தோல்வியுறாமல் செய்தியை வெளியிடுவதில்லை என்று ஆராய்ச்சி குறிப்பிடுகிறது.
- பிரபலமான வாசிப்பு முறைகளில் ஒன்று SQ3R (நோக்கு, கேள்வி, படிப்பு, நினைவு, விமர்சனம்) முறையாக அறியப்படுகிறது.

- மற்றவர்களுடனான போட்டியில் வெற்றியை பெறுவதற்கு, ஒருவர் மற்றவர்களை விட அதிகம் தெரிந்துகொள்ள வேண்டும், மேலும் இந்த பயனுள்ள வாசிப்புக்கு முக்கியம்.
- தொடர் வாசிப்பு மூலோபாயம் நான்கு நிலைகளை கொண்டது- கண்ணோட்டம், முன்னோட்டம், படித்தல் மற்றும் மதிப்பாய்வு அடங்கும்.
- படிக்கும்போது குறிப்பு எடுத்துக் கொள்வது முக்கியமான ஒரு அம்சமாகும். படிக்கும்போது குறிப்பு எடுப்பது நீங்கள் படிப்பதை நினைவில்கொள்ள உதவுகிறது. இது வாசிப்புப் பொருளைத் தக்கவைத்துக்கொள்வது மட்டுமல்லாமல் புரிதலை அதிகரிக்கிறது.
- ஒரு நபரின் தற்குறிப்பு, முதல் மற்றும் மிக முக்கியமான வேலை தொடர்பான ஆவணம் ஆகும். சரியான தற்குறிப்பு வாய்ப்பின் கதவுகளைத் திறக்கும் திறன் கொண்டது.
- பல்வேறு வடிவங்களில் தற்குறிப்புகள் தயாரிக்கப்படுகின்றன. பரவலாக பேசுவது, அவைகள் காலவரிசையில் அல்லது செயல்பாடு, அல்லது இந்த இரண்டின் கலவையாக இருக்கலாம்.
- உங்கள் விண்ணப்பத்தை/தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பை அனுப்பும் போது முகப்பு கடிதம் சேர்ப்பது மிகவும் முக்கியமானது. இத்தகைய கடிதம் உங்களை அறிமுகப்படுத்தி, உங்கள் நோக்கத்தை விளக்குகிறது. இது உங்கள் தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பின் முக்கிய கருத்துக்களை அறிமுகப்படுத்துகிறது.

குறிப்புகள்

13.9 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **மேலோட்டமாக படித்தல்:** குறிப்பிட்ட தகவலைக் கண்டறிய மேலோட்டமாக படித்தல் விரைவாக உரை ஒன்றை படிப்பது. எ.கா. புள்ளிவிவரங்கள் அல்லது பெயர்கள். இது குறைப்புடன் ஒப்பிடமுடியாது, இது ஒரு பொதுவான யோசனைக்கு விரைவாக வாசிப்பது.
- **தாவிபடித்தல்:** அர்த்தம் ஒரு பொதுவான யோசனை பெற தாவிபடித்தல் ஒரு உரை விரைவாக படித்து வருகிறது. தாவிபடித்தலில் வேறுபாடு இருக்கலாம், இது குறிப்பிட்ட தகவலைக் கண்டுபிடிக்க படிப்பது, எ.கா. புள்ளிவிவரங்கள் அல்லது பெயர்கள்
- **தொழில்பற்றிய சிறுதொகுப்பு:** வேலை விண்ணப்பதாரரின் தொழில்முறை அனுபவம் மற்றும் கல்வி பின்னணியின் சுருக்கம், விண்ணப்பதாரரின் தகுதி பற்றிய பிற தொடர்புடைய தகவல்கள்.

13.10 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறு வினாக்கள்

1. வாசிப்பதற்கான முக்கிய நோக்கங்கள் யாவை?

2. மேலோட்டமாக வாசித்தல் சம்பந்தப்பட்ட படிகள் என்ன?
3. திறம்பட வாசிப்பதற்கான அத்தியாவசியங்கள் யாவை?
4. 'முகப்பு கடிதம்' ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுக.

குறிப்புகள்

பெரு வினாக்கள்

1. வாசிப்பதற்கான வெவ்வேறு அணுகுமுறைகளை பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. SQ3R வாசிப்பில் சம்பந்தப்பட்ட படிகள் எவை?
3. ஒரு நல்ல தற்குறிப்பின் அடிப்படை என்ன? விவாதியுங்கள்.
4. தற்குறிப்பு எழுதும் போது செய்யக் வேண்டியவை மற்றும் செய்யக்கூடாதவை பற்றி விளக்கவும்.

13.10 மேலும் படிக்க

Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.

Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.

Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.

Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin.

Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.

Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

அலகு 14 வேலைவாய்ப்பு தொடர்பாடல்

குறிப்புகள்

அமைப்பு

- 14.0 முன்னுரை
- 14.1 நோக்கங்கள்
- 14.2 வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வேலை நேர்முக தேர்வில் ஈடுபட்டுள்ள காரணிகள்
 - 14.2.1 ஒரு வேலை நேர்காணலுடன் தொடர்புடைய காரணிகள்
- 14.3 வேலைவாய்ப்பு வேலை/தொழில் நுட்பம்
- 14.4 உங்கள் நிரல் கேள்விகளைக் கேட்கும் பதில்கள்
- 14.5 சுருக்கம்
- 14.6 முக்கிய வார்த்தைகள்
- 14.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 14.8 மேலும் படிக்க

14.0 முன்னுரை

நேர்காணல்கள் இன்னமும் குறிப்பிடத்தக்க சமூக மற்றும் வியாபார தகவல்தொடர்புகளை கொண்டிருக்கிறது. நேர்காணல்கள் தனிநபர்கள் அல்லது தனிநபர்கள் மற்றும் அமைப்புகளுக்கு இடையே நடைபெறுகின்றது, அது எப்போதும் இலக்கை நேர்காணல்கள் ஒரு சந்திப்புடன் தொடர்புடையவை, பெரும்பாலும் ஒரு முறையான குறிப்பில், ஒரு வகையான தகவல் சேகரிப்பு மற்றும் மதிப்பீடு நடைபெறுகிறது. எந்த நேர்காணலின் நோக்கமும் ஒரு நபரை அல்லது ஒரு நிகழ்வைப் பற்றி முடிந்த அளவுக்கு/அவசியமானதைக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும் என்பதே எந்தவொரு நேர்காணலுக்கும் இரு சாரார் தேவை - விண்ணப்பதாரர் மற்றும் பேட்டி கொடுப்பவர். நேர்காணல் பேட்டி மூலம் பேட்டி மதிப்பீடு செய்து பார்வையாளர் தகவல் பெறுகிறார். ஒரு நேர்காணலின் நோக்கம், பரந்த பொருளில், நேர்காணலுடன் பேசுவதன் மூலம் விவரங்களை சேகரித்து, பொருத்தமான தகவலைப் பெறுவதாகும், அதன்பின்னர் நேர்காணலுடன் கூடிய வாய்ப்பை அல்லது நிலைப்பாட்டிற்கான விண்ணப்பதாரர் தகுதியைப் பற்றி மதிப்பீடு செய்தல். முறையான கூட்டங்கள் மற்றும் கலந்துரையாடல்களால் பெரும்பாலான நேர்முக நடப்புகளில் நடைபெறுகின்றன என்றாலும், ஒரு நேர்காணல் நேர்காணலை போன்று தனிப்பட்ட சந்திப்புகள் இல்லாதபோது கூட சந்தர்ப்பங்களும் உள்ளன.

நேர்காணல்கள் எப்பொழுதும் ஒரு குறிக்கோளுடன் இருக்கும். நேர்காணலுக்கான தேவை ஒரு தேர்வு இருப்பதால் எழுகிறது. நேர்காணலுக்கான தேவை ஏற்படுவதால் போட்டி ஏற்படுகிறது, ஏனெனில் அதிக எண்ணிக்கையிலான போட்டியாளர்களுக்கு குறைவான எண்ணிக்கை கொண்ட காலியிடங்கள் உள்ளன. நேர்காணலின் நோக்கம்

குறிப்புகள்

பொருத்தத்தை மதிப்பிடுவதும் தெரிவு செய்வதும் மிகவும் பொருத்தமான விண்ணப்பதாரரைப் பெறுவதற்கான வழியாகும். நேர்காணலின் நோக்கம் சந்திப்பதும், பேச்சுவதும், கலந்துரையாடலும், மதிப்பீடும், ஆலோசனையும், வரிசைப்படுத்தலும் ஆகும்.

14.1 நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாக சென்ற பிறகு, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை செய்ய முடியும்:

- நேர்காணலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குங்கள்
- ஒரு நேர்காணலின் போது பராமரிக்கப்படும் நடைமுறை மற்றும் சமுதாய பழக்கவழக்கங்களையும் விவரி
- நேர்காணலில் பொதுவாகக் கேட்கப்படும் கேள்விகளை பற்றி தெரிந்து கொள்ளுங்கள்

14.2 வேலைவாய்ப்பு மற்றும் வேலை நேர்முக தேர்வில் ஈடுபட்டுள்ள காரணிகள்

ஒரு வேலை வாய்ப்பு என்பது முக்கியமான ஒரு வாழ்க்கைத் திட்டமாகும், அதை கவனமாகத் திட்டமிட வேண்டியுள்ளது. வேலை வாய்ப்பு நேர்காணல்கள் உங்களுடைய திறன்களை நிறுவனங்களின் தேவைகளுடன் எவ்வளவு நன்றாகச் செயல்படுத்துவது என்பதைத் தீர்மானிப்பதற்கான வாய்ப்பாக அமைகிறது. வேலை வாய்ப்பு நேர்காணல்கள் வருங்கால சக நண்பர்களையும் அந்த வேலை உங்களுக்கான சரியானதா என தீர்மானிக்க உங்களுக்கு உதவுவதற்கு.

நேர்முகத் தேர்வின் செயல்பாடு, இரண்டு முக்கியமான விஷயங்களை உறுதிப்படுத்துகிறது. அவை நிறுவனம் மற்றும் தேர்வுக்குரியவர் (விண்ணப்பதாரர்)

1. விண்பதாரர் வெற்றிகரமாக வேலை செய்ய ஏற்றவரா?
2. விண்பதாரர் நிறுவனம் மற்றும் பணிக்கு பொருந்துவரா?

14.2.1 ஒரு வேலை நேர்காணலுடன் தொடர்புடைய காரணிகள்

இதுவரை நாம் நேர்காணல் நடத்திய செயல்முறையை பெரிதும் விண்ணப்பதாரர் கண்ணோட்டத்தில் பார்த்தோம். இப்போது நாம் நேர்காணல் நடத்துபவர் கண்ணோட்டத்தில் பார்ப்போம். ஒரு காலப்பகுதியில், வேலை தேடும் விண்ணப்பதாரர் பணியில் அமர்ந்து அனுபவம் பெற்று மென்மேலும் உயர்வார். அந்த நபர் பின்னர் ஒரு மேலாளராகவும், ஒரு நிர்வாகியாகவும், ஒரு ஆசிரியராகவும், ஒரு அலுவலக அதிகாரியாகவும் அல்லது ஒரு பொருள் வல்லுநராகவும் உயர்கிறார், மேலும் நேர்காணல்களை நடத்துபவராகவும் இருக்கிறார். மூத்த தலைமையின் நிலையை அடைவதற்கு, வரிசைக்கு

மென்மேலும் நகர்ந்து, அவர் நேர்காணல்கள் தலைவராக நியமிக்கப்படுகிறார். சிறந்த விளைவுகளை கொடுக்கும் நேர்காணல்களை நடத்துவது ஒரு சிறந்த நேர்காணல் அதிகாரியின் திறமையாகும், அவர்கள் தொடர்ந்து நேர்காணல்கள் நடத்த அழைக்கப்படுகிறார்கள். ஒரு நேர்காணலை நடத்துகையில் பின்வரும் வழிகாட்டுதல்கள் உதவும்.

நன்கு அறிந்திருங்கள்

நேர்காணலை நடத்துபவர் நிறுவனம், பதவியின் தன்மை, காலியிடங்களின் எண்ணிக்கை, விண்ணப்பதாரர் எண்ணிக்கை மற்றும் இது போன்ற பல தகவல்களைப் பற்றி மிக சிறந்த அறிவு பெற்று இருக்க வேண்டும். முக்கியமாக அவர் வேலை வாய்ப்பின் தன்மை அதன் தேவைகள் கடமைகள் பற்றி மிக சிறந்த அறிவு பெற்று இருக்க வேண்டும். மேலும் அவர் வேலை வாய்ப்பு சந்தை மற்றும் தேவை மற்றும் இருப்பு பற்றி தெரிந்து இருக்க வேண்டும்.

ஆயத்தப்படுத்துதலில் உதவும்

ஆயத்தப்படுத்துதல் மூலமாக வேலையைப் பற்றிய விபரங்கள் விண்ணப்பதாரர், நேர்காணலுக்குரியவர்கள், தேர்வுக்குறியவர்களின் பட்டியல், ' என்ன வகையான சல்லடைக்கழிப்பு ஏற்கனவே நடந்தது மற்றும் தற்குறிப்பு பற்றி அறிந்து கொள்ளலாம்.

உங்கள் வேலையின் நோக்கத்தை புரிந்து கொள்ளுங்கள்

நீங்கள் மட்டுமே விண்ணப்பதாரர் என்றால், பங்கு நன்கு வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. நீங்கள் பேட்டி குழு அல்லது பேட்டி குழுவின் உறுப்பினராக இருந்தால், உங்கள் முக்கிய நிலை என்ன என்பதை அறிந்து கொள்வது அவசியம். நீங்கள் குழுவின் அல்லது தலைவர், சட்ட நிபுணர், பொருளாதார நிபுணர், தகவல் தொழில்நுட்ப வல்லுனர், அல்லது தலைவர்? நீங்கள் ஒரு சிறப்பு நிபுணராக இருந்தால், உங்கள் கேள்விகளை சிறப்பாக உங்கள் பகுதியில் சிறப்பாக கட்டுப்படுத்தலாம். தலைவர்களுக்கும் மற்ற உறுப்பினர்களுக்கும் கருத்து வேறுபாடு, தெளிவான புரிந்துணர்வு மற்றும் விண்ணப்பதாரரின் தொழில்நுட்ப திறமை ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்தும் கேள்விகளை நீங்கள் கேட்கலாம். நீங்கள் தேர்வில் விண்ணப்பதாரரின் வெளியிடப்படும் துறையின் தலைவராக இருந்தால், குறிப்பிட்ட வேலையின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய விண்ணப்பதாரரின் தகுதியை நீங்கள் மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்.

நேர்முக குழுவின் தலைவராக இருப்பினும், நேர்காணல்கள் நேரம் விளைவாக சார்ந்தவை என்பதை உறுதிப்படுத்துவதற்கான முழு பொறுப்பு உங்களிடம் உள்ளது. குழுவின் மற்ற உறுப்பினர்களின் முயற்சிகளை நீங்கள் ஒருங்கிணைக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரும் சரியான கேள்விகளைக் கேட்கும் விதத்தில் சமநிலையை நீங்கள் செய்ய வேண்டும். அதற்க்கான முன்முயற்சியையும் நீங்கள் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும். நேர்காணல் நடத்தும் நடைமுறைகளை பொறுத்தவரை, நீங்கள் குழுவின் பிற உறுப்பினர்களிடம் முன்பே பேசி, ஒருமித்த கருத்துக்கு வருவீர்கள். விண்ணப்பதாரர்களும் ஒருமித்த கருத்துக்கு வரவும் அதை அவர்கள் தக்கவைத்துக் கொள்ள உதவுங்கள். நீங்கள் மற்ற உறுப்பினர்களிடம் அவர்களை பேட்டிக்கு அனுப்ப வேண்டும். நேர்காணல் மற்றும் விரும்பிய நேரத்தில் குறுக்கிடுவதன் மூலம் பேட்டியை நீங்கள் வெற்றி காண வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இறுதியில், நேர்காணல் முடித்துவிட்டதாக விண்ணப்பதாரருக்கு தெரிவிப்பது தலைவர் கடமை நேர்காணலுக்குப் பிறகு, குழுவின் தலைவர் சக ஊழியர்களுடனும் ஆலோசிக்கிறார் மற்றும் பேட்டி செயல்திறன் அடிப்படையில் விண்ணப்பதாரர்களின் இறுதிப் பட்டியலை வரையறுக்கிறது. நேர்காணல்கள் நடத்துவதற்கும் அதன் முடிவுகளை முடிப்பதற்கும் பொறுப்பு வகிக்கிறார்.

குழுவை செளரியமாக வைத்துக்கொள்ளுங்கள்

நேர்முகத்தேர்வில் கேள்விகளை கேட்பதற்கு முன்பு அவர்களை செளரியமாக முன்பே பேட்டி வைக்க வேண்டும். விண்ணப்பதாரர்கள் சில அடிப்படையிலான தனிப்பட்ட கேள்விகளைக் கேட்டுக் கொள்ளலாம், அது அவர்களுக்கு செளரியமாக உதவும் மற்றும் நேர்காணலுடன்/நேர்முக குழுவில் ஒரு ஒத்த கருத்தை உருவாக்க உதவும். தேவைப்பட்டால், விண்ணப்பத்தை மீண்டும் பார்க்கவும், விவரங்கள் மற்றும் விளக்கங்கள் பெறவும். எந்த பேட்டி ஒரு ஊடாடும் செயல்முறை மற்றும் கட்சிகள் ஒருவருக்கொருவர் வசதியாக இருக்கிறாரோ அதில் நன்றாக முன்னேற முடியும்.

அறிவை சோதனை செய், அறியாமைறை சோதனை செய்யாதே

நேர்முகத் தேர்வாளர்கள், விண்ணப்பதாரரின் பற்றிய அறிவை சோதிக்கவும், அறியாமையின் அளவைக் குறித்தும் கவனம் செலுத்த வேண்டும். இல்லாவிட்டால் எந்தவொரு நபரின் அறிவையும் மட்டுமே வரையறுக்க முடிப்பது. எந்த நேர்காணலும், விண்ணப்பதாரரை குழப்பம் விளைவித்து, சீர்குலைக்காத கேள்விகளைக் கேட்க கூடாது. ஆனாலும், வேலை வாய்ப்பிற்கான விவேகமான அறிவையும் விரிவான அறிவையும் வெளிப்படுத்தக் கூடிய கேள்விகளுக்கு கேள்விகள் கேட்கப்பட வேண்டும். அதே நேரத்தில், பல தொடர்பற்ற கேள்விகளும், குறிப்பாக விண்ணப்பதாரர் அறியாமையையும் ஏற்றுக் கொள்ளும் போது, சிறந்தது தவிர்க்கப்பட வேண்டும். அறிவை சோதிக்க ஒரு நல்ல வழி கேள்விகளுக்கு படிப்படியாக கடுமை செய்ய உள்ளது. எளிதாக ஒன்றைத் தொடங்கி, தேடல் கேள்விகளுக்குச் செல்லுங்கள்.

கேள்விகள் வழங்கல்

பேட்டி, அறிவு, திறமை, தயார்படுத்தல், மனப்பான்மை மற்றும் விண்ணப்பதாரர்களின் தகுதி ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்தும் நோக்கில் பேட்டி காணப்படுகிறது. சம்பந்தப்பட்ட கேள்விகளைக் கேட்டுக்கொள்வதற்காக, நேர்காணலிடமும் போதுமானதாக இருக்க வேண்டும். நேர்காணலுக்காக பொருத்தமான ஒரு கேள்வியை எழுதும் ஒரு குறிப்பு, அல்லது ஒரு எழுதப்பட்ட பட்டியல் பல வழிகளில் உதவியாக இருக்கும். முதலாவதாக, நேர்காணலுக்கான கேள்விகளை மறுபரிசீலனை செய்யாமல் இறுதிவரை விண்ணப்பதாரர்களுக்கு விடையளிக்க முடியும். இரண்டாவதாக, நேர்காணலானது, குறிப்பிட்ட நேர்காணலுக்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்த அனைத்து முக்கிய பகுதிகளையும் உள்ளடக்கும் பரந்த விரிவு கொண்டதாக இருக்கும். மேலும் முக்கியமாக, கேள்விகளை முன்கூட்டியே ஒன்றாக இணைக்கையில், நேர்காணலானது சரியான பதில்களைக் கருதுகிறது, இது மதிப்பிடுதலை எளிதாக்குகிறது. அனைத்து பிறகு, 30 விண்ணப்பதாரர்கள்

ஒவ்வொருவருக்கும் 15-20 நிமிடங்கள் ஒவ்வொரு நேர்காணல் வேண்டும் என்றால், தொடர்புடைய கேள்விகளை மிகவும் அதிக எண்ணிக்கையில் தயாராக வழங்க வேண்டும்.

கேட்கும் திறன்கள்

நேர்காணலுக்காக இதுபோல, நேர்காணலுக்காகவும், நல்ல திறமைசார் திறமைசாலிகள் பொருத்தமானவை. நேர்காணல் நாளன்று விண்ணப்பதாரர்களின் விருந்தினரை எதிர்கொள்வார். இந்த விண்ணப்பதாரர்கள் வெவ்வேறு பொருளாதார மற்றும் சமூக பின்னணிகளில் இருந்து வரலாம், புவியியல் பகுதிகள் மற்றும் மொழி குழுக்கள். அவர்கள் வேறுபட்ட உச்சரிப்பு, உச்சரிப்பு மற்றும் பேசும் பாணியைக் கொண்டிருக்கலாம். அவர்கள் நன்கு ஒழுங்கமைக்கப்படாமலும் வெளிப்படையாகவும் இருக்கக்கூடாது. எனவே, நேர்காணல், விண்ணப்பதாரர்கள் என்ன கூறுகிறார்களோ, அவற்றுக்கு தேவைப்படும் போது, அவற்றுக்கு என்ன தேவை என்பதை புரிந்து கொள்ள மிகவும் கவனம் செலுத்த வேண்டும். செயலில் கேட்கும் விதமாக, விண்ணப்பதாரர் இந்த ஊடாடும் செயல்முறையின் வெற்றிக்கு பங்களிப்பு செய்கிறார்.

நீக்கல் செயல்முறையை பின்பற்றவும்

பெரும்பாலான நேர்காணல்களில், நேர்காணலுக்குத் தோன்றும் விண்ணப்பதாரர்களின் எண்ணிக்கை மிக அதிகமாக உள்ளது. நேர்முகப் பரீட்சைக்கு நியாயம் செய்வதற்காக, நேர்காணலின்போது மிகவும் பொருத்தமான விண்ணப்பதாரர்களை தேர்வு செய்ய வேண்டும் இது விண்ணப்பதாரர்களின் இறுதி தேர்வு மண்டலமாகவும் குறிப்பிடப்படுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அந்த நேர்முகத் தேர்வுக்கு தகுதி வாய்ந்த மண்டலத்தில் உள்ள அனைத்து விண்ணப்பதாரர்களுக்கும் நனவுபூர்வமாக அகற்ற வேண்டும். விண்ணப்பதாரர்கள் பலர் மற்றும் பதிவுகள் எண்ணிக்கை குறைவாக இருக்கும் போது, இறுதி தேர்வு மிகவும் சவாலான பணி. தகுதியற்றவர்களை நீக்குவதன் மூலம் இந்த இறுதி இலக்கத்தை வரையறுப்பது பெரும் உதவியாக இருக்கும்.

செயல்திறன் மதிப்பீடு தரவரிசையை முன்னதாக முடிக்கவும்

ஒவ்வொரு நேர்காணலுக்குப் பிறகும், ஒரு மதிப்பீடு உள்ளது. இந்த மதிப்பீடு அனைத்து தொடர்புடைய அளவுருக்கள் கணக்கில் எடுத்து கொள்ள வேண்டும். தேர்வு அல்லது செயல்திறன் மதிப்பீட்டு தரவரிசை நேர்காணல் தொடங்குவதற்கு முன் தெளிவாக வரையறுக்கப்பட வேண்டும். அவ்வாறு செய்யும்போது, நேர்காணல் குழு உறுப்பினர்களிடமிருந்தும், நேர்காணையாளர்கள் மற்றும் நிறுவனம்/துறை ஆகியவற்றிற்கும் இடையில், கலந்துரையாடல் நடைபெறுகிறது. இறுதி பகுப்பாய்வில், தேர்வு ஒரு பொருத்தமான செயல்முறை ஆகும். பணி சுயவிவரமும், விண்ணப்பதாரரின் விவரமும் ஒருவருக்கொருவர் ஒப்புக் கொள்ள வேண்டும். பொருந்தாதவற்றை தவிர்க்க வேண்டும். இதை அடைவதற்கு, நேர்காணல் மதிப்பீடு தாள் முன்கூட்டியே முடிக்கப்பட வேண்டும், மேலும் அளவுருக்கள் மற்றும் அவற்றின் சார்பான முக்கியத்துவம் ஆகியவற்றை தெளிவாக குறிப்பிடுகின்றன. அனைத்து அளவுருக்களும் சமமான மதிப்பைப் பெறலாம் அல்லது பெறலாமலும்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

இருக்கலாம். இது ஒரு தொடக்க நிலை அல்லது ஒரு மூத்த நிலை வேலை, வாடிக்கையாளர் சார்ந்த வேலை அல்லது ஒரு கோப்பு வேலைக்கு தள்ளும் வேலை அல்லது ஒரு தொழில்நுட்ப வேலை அல்லது ஒரு நிர்வாக வேலை என்பதை பொறுத்து மாறுபடும். தொடர்புடைய பண்புகளும் தேவைகளும் மதிப்பீடு செய்யப்படும்.

செயல்திறன் மதிப்பீட்டு அளவுகள் பொதுவாக இதில் அடங்கும்:

1. கல்வித்தகுதி
2. அறிவு
3. ஆளுமை
4. அனுபவம்
5. வெளியீடுகள்
6. வயது மற்றும் உடற்தகுதி
7. குடும்ப பின்னணி
8. உந்துதல்
9. மன பலம்
10. நடத்தை
11. தகவல் தொடர்பாடல் திறன்
12. குழுவேலை
13. கணினி கல்வியறிவு
14. பொது அறிவு

பெரும்பாலும் நேர்காணல் செயல்திறன் மட்டுமே அடிப்படையாகும், இதை பேட்டி மூலம் மதிப்பீடு செய்யலாம். செயல்திறன் மட்டுமே தேர்வுக்கான ஒரே அளவுகோல் அல்ல என்பதை மனதில் வைக்க வேண்டும். எனவே நேர்முக மதிப்பீடு தாளில் அந்த அளவுருக்கள் மட்டுமே இருக்க வேண்டும், மற்ற விவரங்கள் நேர்காணலுக்கான பின்னணி தகவலை அமைக்கும்.

கண்ணியத்துடன் நடத்தவும்

பொதுவாக நேர்காணல்களை நடத்தும் குறிக்கோள்களுடன் ஒழுங்கான முறையில் நடத்தப்படுகின்றன என்பதை உறுதிசெய்யும். மட்டுமீறிய தாமதங்கள், ஆதாரமற்ற கேள்விகள், கேள்விகள் கூட தனிப்பட்ட அல்லது ஆபாசக்கோடல், விண்ணப்பதாரர்க்கு மரியாதையற்ற நகைச்சுவைகள், வெறுப்பாக பேசுதல் மற்றும் அது போன்ற பிற விரும்பத்தகாத, மன்னிப்புக் கோரிக்கைகளை சிறுமைப்படுத்துவதை கண்டிப்பாக தவிர்க்க வேண்டும். விண்ணப்பதாரர் அதிகாரிகளிடம் அவர்களது கருத்துக்களை பகிரும்போது மரியாதையாக நடக்க வேண்டும். விண்ணப்பதாரர் சக ஊழியர்களிடம் தொடர்பு கொள்ளவோ அல்லது விவாதிக்கும் சூழ்நிலைகளில் தொடர்பில்லாத விவாதங்களை தவிர்க்க வேண்டும். நேர்மறையான பக்கத்தில், நேர்காணல்கள் இரு தரப்பினருக்கும் ஒரு நேர்த்தியான அனுபவம் என்று உறுதி செய்ய ஒவ்வொரு முயற்சியும் செய்யப்பட வேண்டும்.

இறுதி சோதனை

எந்தவொரு நேர்காணலும் ஒரு கடுமையான பொறுப்புடன் செயல்படுகிறது என்ற உண்மையை நேர்காணலின் போது அறிந்திருக்க வேண்டும். இது அமைப்பின் எதிர்கால விண்ணப்பதாரர்களை பற்றிக் கருதவேண்டிய தாக்கங்களை கொண்டுள்ளது. மேலும், சம்பந்தப்பட்ட ஒரு நிறுவனம் புறநிலை மற்றும் தகுதி அடிப்படையிலான சிபாரிசு செய்வதன் பேரில் பேட்டி குழுவில் நம்பிக்கையை மீட்டெடுக்கிறது. நேர்காணல் செயல்முறை, நியாயமான மற்றும் நியாயமற்ற வகையிலான நடவடிக்கைகளை அளவிட வேண்டும். நேர்காணலுக்கு வரும் விண்ணப்பதாரர்கள் அது நியாயமாகவும், புறநிலைரீதியாகவும், நடுநிலையாகவும் இருக்கிறது என்று உணர வேண்டும். எந்த நேர்காணலுக்கான இறுதிப் பரிசோதனை கேள்விக்கு ஒரு உறுதியான பதில், 'விண்ணப்பதாரர் மிகச் சிறந்த முறையில் நேர்காணலில் நடந்துகொண்டாரா?'

மொத்தத்தில், எந்த வேலைக்கான நேர்காணலும் ஒரு முக்கியமான மற்றும் ஊடாடும் இலக்கு சார்ந்த தகவல்தொடர்பு செயல்முறை ஆகும். சம்பந்தப்பட்ட நிறுவனமும், ஒரு நேர்காணலுடனும், மற்றும் மற்றவர்களிடமும் நேர்காணலில் உள்ளவர்களின் செயல்முறை, நியாயமான மற்றும் செயல்திறன்மிக்க செயல்களைச் செய்ய அவர்கள் உற்சாக முயற்சிகளில் ஈடுபட வேண்டும்.

ஒரு வேலை நேர்காணலின் சிறப்பியல்புகள்

1. இந்த விஷயத்தின் பின்னணி அறிவுடன் நன்கு தயாரிக்கப்பட்ட நேர்காணலுக்கு வந்து, உங்கள் பதிவு சாதனத்தின் நுட்பம் அறிந்திருத்தல், பேட்டியளிப்பவர், ஆராய்ச்சி நோக்கங்களுக்காக பதிவுசெய்யப்பட்ட நேர்காணல் பேட்டியைப் பயன்படுத்த அனுமதிப்பதை ஒப்புக்கொள்வார்.
2. முடிந்தவரை நேர்காணல் அதிகரியை சௌகரியமாக, கண்ணியமாக, நட்பு நடத்தைபுடன் எளிதாக வைத்துக்கொள்ளுங்கள். நேர்காணல்கள் திடீரென ஆரம்பிக்கக்கூடாது.
3. நேர்காணல் நடத்துவதற்கு ஒரு அமைதியான இடத்தை கண்டுபிடிப்பதற்கு நேரத்தை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள்.
4. நேர்காணலுக்கு எளிமையான மற்றும் வசதியாக பதிலளிக்கக்கூடிய சில எளிய கேள்விகளுடன் நேர்காணலைத் தொடங்குங்கள்.
5. ஒரு நேரத்தில் ஒரு கேள்வியை மட்டும் கேளுங்கள், அவசரத்தில் பதில் அளிக்க வேண்டாம். பேட்டியளிக்கும் நேரத்தை சிந்தித்து பதிலளிக்கவும்.
6. நேர்காணல் அதிகாரி உங்களை எளிதில் புரிந்து கொள்ளவும், கேட்கும்படி பேசுங்கள்.
7. முடிந்தவரை பரந்த பதில் உள்ள கேள்விகளை கேளுங்கள். இந்த வகை கேள்விகளுக்கு விண்ணப்பதாரர் ஆம்/இல்லை பதில்களை வழங்குவதற்கு பதில் விரிவான பதிலை அளிக்க ஊக்கப்படுவார்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

8. உங்கள் கேள்விகளைக் கேட்கும் போது, தெளிவான, எளிதான ஆங்கிலத்தில் எழுதுங்கள். உங்கள் நேர்காணல்கள் கல்வியாளர்கள் அல்ல என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள்.
9. நேர்காணலுக்கான சரியான பதிலைச் சொல்லுங்கள். பேட்டி அல்லது ஒரு கடினமான கேள்வியாக அமைந்தால், “அது கடினமாக இருந்திருக்கிறது,” போன்ற ஏதாவது சொல்ல மேலும், நேர்காணல் மூலம் பேட்டி காணப்படுவது தெளிவாக இல்லாத போது, ஒரு இடைவெளி எடுத்துக்கொள்ள விரும்பினால், மற்றும் நேர்காணலை நிறுத்திவிட்டு பின்னர் அதனைத் திரும்பப் பெற விரும்பினால் கேட்கவும்.
10. உங்கள் பேட்டியாளரை முரண்படுத்தவோ அல்லது திருத்தவோ முயற்சிக்காதீர்கள் மற்றும் உங்கள் சொந்த கருத்துக்களை முடிந்தவரை நீங்களே வைத்துக்கொள்ளுங்கள்.
11. நேர்காணலின் முடிவில் அவசரப்பட வேண்டாம். நேர்காணல் முடிவெடுக்க அல்லது முடிவுக்கு வர உதவுகிறது.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

1. நேர்காணல் நடத்துவதற்கு முன்பு ஒரு பேட்டி எடுப்பதற்கு முன் தெரியப்படுத்த என்ன காரணங்கள் உள்ளன?
2. ஒரு பேட்டியின் ஏதாவது இரண்டு செயல்திறன் மதிப்பீடு அளவுருக்களை குறிப்பிடவும்.

14.3 வேலைவாய்ப்பு வேலை/தொழில் நுட்பம்

வேலை வாய்ப்பு நேர்முக தேர்வு எந்தவொரு விண்ணப்பதாரர்க்கும் கடைசி காலமாக வாழ்க்கை தேர்வு செயல்முறையாக உள்ளது. வேலை வாய்ப்பினை நேர்காணலுக்கான அழைப்புக் கடிதத்தை பெறுவதற்கு முன்னர் தங்கள் தேடலில் பின்வரும் படிகளை அநேகமாக நிறைவு செய்திருக்கலாம்.

1. வேலை வாய்ப்பை அடையாளம் காண்பது
2. விண்ணப்பத்தை அனுப்புதல்
3. தற்குறிப்பு அல்லது ஆளுமைக் குறிப்பு
4. சான்றுகள்
5. சான்றாதாரம்
6. குழு விவாதங்கள்

ஒவ்வொரு நபருக்கும் சரியான வாழ்க்கையைத் தேர்ந்தெடுப்பது மிக முக்கியமானது என்பதால், மேற்கூறிய வேலை தேடும் முயற்சிகளின் ஒவ்வொரு அம்சத்திலும் நனவான முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும். இறுதி தேர்வு இந்த முயற்சிகளுக்கு ஒரு உச்சநிலையாக இருக்கும். ஒரு நல்ல விண்ணப்பம், வலுவான சான்றுகள், பொருத்தமான குறிப்புகள் மற்றும் குழு கலந்துரையாடல்களில் பயனுள்ள பங்கேற்பு ஆகியவை சேர்ந்து,

நேர்காணலுக்கு முகம் கொடுக்கும் வகையில் உயர்ந்த நம்பிக்கையை வளர்க்கிறது.

வேலைவாய்ப்பு
தொடர்பாடல்

நேர்காணல் பொதுவாக ஆளுமைக் குறிப்பு, சான்றுகள், குறிப்புகள் மற்றும் குழு விவாதத்தில் தங்கள் செயல்திறன் பற்றிய சுருக்கமான அறிக்கை ஆகியவை நேர்காணலுக்கான குறிப்புப் பொருளாக வழங்கப்படுகின்றன. விண்ணப்பதாரர் இந்த பகுதிகளில் எடுக்கும் எந்த கூடுதல் பராமரிப்பும் நிச்சயமாக பேட்டி குழு எதிர்கொள்ளும் என்றும் வெற்றி நிச்சயம் என்றும் நம்பிக்கையூட்டுகிறது.

நேர்காணலை சிறப்பாக நிகழ்த்துவதற்கு முன் தயாரிப்பு முன்கூட்டியே நன்கு துவங்க வேண்டும். தயாரிப்பு பல பகுதிகளைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். நேர்காணல் மற்றும் பொருள் சார்ந்த உள்ளீடுகள் தவிர, நேர்காணலில் வெற்றிகரமாக நேர்மறையான நோக்குநிலை, உயர்ந்த தன்னம்பிக்கை, சுறுசுறுப்பான வாசிப்பு, பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு, மனமகிழும் மனப்பாங்கு, குறிப்பிடத்தக்க தனிப்பட்ட திறன்கள் மற்றும் சரியான மனநிலை ஆகியவற்றிற்கு அழைப்பு விடுகிறது.

பின்வரும் பத்திகளில், நேர்காணலின் போது, அதற்கு முன்னும் பின்னும், கவனம் தேவைப்படும் பல்வேறு அம்சங்களைக் காண்கிறோம்.

மனநலம் மற்றும் பழக்கவழக்கங்களை ஒரு பேட்டி நடக்கும் போது பராமரிக்க வேண்டும்

1. நேர்காணலுக்கு முன் தயாரிப்பு செய்யுங்கள்

நேர்காணலுக்கான தயாரிப்பு நல்ல பயிற்சியில் தொடங்குகிறது. நிறுவனத்தைப் பற்றி நீங்கள் எவ்வளவு முடியுமோ அவ்வளவு கற்றுக்கொள்ள முயற்சி செய்யுங்கள். வணிக, வரலாற்றுப் பதிவு, பலம் மற்றும் பலவீனங்கள், படிநிலை அமைப்பு, மதிப்புகள் மற்றும் எதிர்கால திட்டங்கள், வேலை வாய்ப்புகள், பதவிக்கான இடம், ஊதியம், வேலைப் பண்பாடு, வேலை விவரங்கள் மற்றும் பண்புக்கூறுகள் ஆகியவற்றைப் பற்றிய விவரங்களை அறிந்து கொள்ளுங்கள்.

நீங்கள் வேலை தேடுகிறீர்கள் அல்லது குறைந்தபட்சம் நீங்கள் என்ன தீர்வு காண்பீர்கள் என்று உறுதி செய்யுங்கள். நீங்கள் பின்வரும் கேள்விகளைக் கேட்க வேண்டும். நீங்கள் தகுதி உடையவரா? அலுவலக வேலைக்குத் தேவையான திறமை உங்களுக்கு இருக்கிறதா? நிறுவனத்தின் எதிர்பார்ப்புகளை நீங்கள் தீர்ப்பீர்கள் என்று நீங்கள் நம்புகிறீர்களா? வேலைக்கான தகுதி மிகவும் அவசியம். சாராம்சத்தில், பணி சுயவிவரத்துடன் பொருந்தும் விண்ணப்பதாரர்களுக்கான பேட்டி இருக்கும். நீங்கள் அமைப்பு மற்றும் வேலை வாய்ப்பைப் பற்றிய பொருத்தமான விவரங்களை சேகரிக்கவும், உங்கள் விருப்பங்களோடு பொருத்துகிறது என்பதை உறுதிசெய்யவும். ஆம் என்றால், சரியான ஆர்வத்துடன் உங்கள் தயாரிப்பைத் தொடங்கவும். இல்லையென்றால், உங்கள் நேரத்தையும் பேட்டியாளரின் நேரத்தையும் வீணாக்க வேண்டாம். உங்களின் வேலை உங்கள் எதிர்பார்ப்போடு பொருத்தும்போது, உங்களைப் பற்றிய மிக முக்கியமான தகவல்களை வழங்குவதற்கு ஒவ்வொரு வாய்ப்பையும் கைப்பற்றி, உங்கள் உற்சாகம் மற்றும் மனச்சாய்வு ஆகியவற்றை தெளிவாக காண்பிக்கும்.

குறிப்புகள்

சுய குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

2. கேள்விகளை எதிர்பார்க்க

அமைப்பு மற்றும் வேலை பற்றிய அடிப்படை உண்மைகளை அறிந்துகொண்ட பிறகு, நேர்காணலின் கேள்விகளை எதிர்கொள்ள தயாராகுங்கள். அவர்களை கூர்ந்து கவனிக்கையில் கேள்விகளை எதிர்பார்க்கலாம். கேள்விகள் வெவ்வேறு வகை இருக்கும். அவைகள் பொது அல்லது குறிப்பிட்டதாக இருக்கலாம். அவைகள் உண்மையாகவோ அல்லது கருத்து ரீதியாகவோ இருக்கலாம். அவைகள் தனிப்பட்ட அல்லது தொழில்முறையாகவோ இருக்கலாம். அவைகள் அறிவு சார்ந்த அல்லது அணுகுமுறை சார்ந்தவை. அவைகள் முதன்மை அல்லது முதல் முறையாக கேள்விகள் அல்லது பின்தொடர் கேள்விகளாக இருக்கலாம். அவைகள் கற்பனை அல்லது முன்னணி கேள்விகளாக இருக்கலாம். அவைகள் எளிதாகவோ அல்லது கடினமாகவோ இருக்கலாம். அவைகள் தந்திரமானவர்களாகவும் ஆத்திரமூட்டும்வர்களாகவும் இருக்கலாம். உங்கள் விண்ணப்பத்தில் நீங்கள் குறிப்பிட்டுள்ள விவரங்களை கேள்விகள் மூடி மறைக்கலாம். எல்லா சாத்தியமான கேள்விகளையும், அவர்களுக்கு பதில் சரியான வழியையும் சிந்தித்துப் பாருங்கள். நீங்கள் எதிர்பார்க்கும் கேள்விகளுக்கு பதில்களைத் தெரிந்துகொள்ளவும், பதிலளிக்கவும் எதிர்பார்க்கலாம்.

பரவலாகப் பேசுகையில், நேர்காணல் தொடர்பான கேள்விகள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சில முக்கிய பிரிவுகளாக விடும்:

1. கல்வி மற்றும் கல்வி ஆய்வு
2. வேலை அனுபவம்
3. வேலை அறிவு மற்றும் திறன்கள்
4. சுய மதிப்பீடு
5. ஆளுமை மற்றும் மனோபாவம்
6. நிறுவனங்கள் அல்லது முதலாளிகள்
7. பொது அறிவு மற்றும் விழிப்புணர்வு.

நேர்காணலின் போது கேட்கப்படும் பொதுவான சில கேள்விகள்

சில வழக்கமான கேள்விகள் பின்வருமாறு:

1. உங்களைப் பற்றி என்ன சொல்ல விரும்புகிறீர்கள்? உங்களை விவரிக்கவும்.
2. இந்த வேலைக்காக நீங்கள் ஏன் உங்களை பொருத்தமானவராக கருதுகிறீர்கள்?
3. நீங்கள் ஏன் உங்கள் வேலையை விட்டுச் செல்கிறீர்கள்?
4. நீங்கள் ஏன் நிறைய வேலைகளை மாற்றியுள்ளீர்கள்?
5. நீங்கள் எந்த வகையான வேலையை தேடுகிறீர்கள்?
6. நீங்கள் ஒரு சிறந்த வாய்ப்பைப் பெற்றால் என்ன செய்வீர்கள்?
7. உங்கள் பலங்களும் பலவீனங்களும் என்ன?

8. உங்கள் குறிப்பிடத்தக்க தோல்விகள் எது? அந்த தோல்விகளிலிருந்து நீங்கள் என்ன பாடங்களைக் கற்றுக்கொண்டீர்கள்?
9. எந்த இடத்திலும் வேலை செய்ய நீங்கள் தயாரா?
10. உங்கள் தகுதிக்கும், அனுபவத்திற்கும் நீங்கள் ஏன் உயர் மட்ட பதவியை விரும்பவில்லை?
11. நீங்கள் படித்துள்ள பாட துறைகளில் ஏன் வேலை தேடவில்லை?
12. எந்த புறப்பாட நடவடிக்கையில் நீங்கள் சிறந்து விளங்குவீர்கள்?
13. கல்லூரியில் உங்கள் சிறந்த சாதனையை விவரிக்கவும்.
14. உங்கள் முந்தைய வேலைகளில் நீங்கள் என்ன குறிப்பிடத்தக்க பங்களிப்பை செய்துள்ளீர்கள்?
15. அதிக அனுபவமுள்ள ஒருவரை விட உங்களை ஏன் தேர்வு செய்ய வேண்டும் என்று நீங்கள் விரும்புகிறீர்கள்?
16. நாங்கள் ஏன் உங்களை வேலைக்கு அமர்த்த வேண்டும் என்பதற்கு மூன்று நல்ல காரணங்கள் சொல்லுங்கள்.
17. இந்த வேலைக்கு அதிக அளவில் முயற்சி மற்றும் கடின உழைப்பு தேவைப்படும். உங்களால் முடியுமா?
18. அதிக வேலை பளுவில் எவ்வாறு பணி செய்வீர்கள்? உங்களால் வேலை பளுவை கையாள முடியுமா?
19. உங்கள் தொழில்நுட்ப நுண்ணறிவு எப்படி இருக்கும்? ஒரு கணிமியமாக்கப்பட்ட சூழலில் நீங்கள் வசதியாக உள்ளீர்களா?
20. ஒரு குழுவில் உறுப்பினராக நீங்கள் எவ்வாறு வேலை செய்ய முடியும்? உங்கள் குழு திறன்களை நீங்கள் எவ்வாறு நிஷ்ரூபித்துள்ளீர்கள் என்பதை எங்களிடம் கூறுங்கள்.
21. உங்கள் தொழில் இலக்கு என்ன? நீங்கள் அடுத்த 5 அல்லது 10 ஆண்டுகளில் எப்படி இருக்க விரும்புகிறீர்கள்?
22. நீங்கள் ஏன் நீண்ட காலம் வேலை இல்லாமல் இருந்தீர்கள்?
23. நீங்கள் ஒரு வித்தியாசமான/குறைந்த நிலை வேலையை வழங்கினால் நீங்கள் வேலை செய்ய தயாராக உள்ளீர்களா?
24. நீங்கள் என்ன வகையான புத்தகங்கள் படிக்கிறீர்கள், இசை உங்களுக்கு பிடித்திருக்கிறதா, உங்களுக்கு பிடித்தமான பொழுது போக்கு என்ன?
25. எங்கள் நிறுவனத்தைப் பற்றி உங்களுக்கு என்ன தெரியும்?
26. உங்கள் முன்மாதிரி மாதிரி யார்? ஏன்?

இவை சில எடுத்துக்காட்டுகள். அமைப்பு மற்றும் இயற்கையின் வகை மற்றும் நீங்கள் விரும்பும் நிலைப்பாட்டின் வகையைப் பொறுத்து, கேள்விகளை மேலும் ஊடுருவிப் பெறலாம். உங்கள் பதில்களின் அடிப்படையாகக் கேள்விகள் இருக்கலாம். (4) தனிப்பட்ட பங்களிப்பு, (5) பொருள் அறிவு, (6) பொது வணிக விழிப்புணர்வு, (7) நிர்வாக கருத்துக்கள் (2) கல்வித் தகுதிகள், (2)

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

பணி அனுபவம், (3) கூடுதல் பாடநெறி நடவடிக்கைகள், (8) உடல்நலம் மற்றும் உடற்பயிற்சி (9) பிடிக்கும், விருப்பமின்மை மற்றும் பாகுபாடுகள் மற்றும் (10) அதிக பொறுப்புகள் மற்றும் மன அழுத்தம் சமாளிக்கும் திறன்.

சந்தேகத்திற்கு உரிய கேள்விகளை எதிர்பார்க்கவும், பதில்களைத் தயாரிக்கவும், மேலும் நினைவில் நிற்கும் கேள்விகளை எதிர்கொள்ள தயாராக இருக்க வேண்டும்.

3. அதிக வேலை செய்யாதீர்கள்

நேர்காணலை எதிர்கொள்வதற்கு தயாராகிக்கொண்டிருக்கும் போது, விண்ணப்பதாரர் தன்னுடைய மனதை அமைதியாக கொண்டிருப்பது அவசியம். சில நியாயமான கவலைகள் தவிர்க்க முடியாதவை, என்ன ஆபத்தில் உள்ளது என்று கருதுவதோ, அதேசமயத்தில் அப்பட்டமாகப் பணியாற்றி வருவது நனவாக தவிர்க்கப்பட வேண்டும். இது அனைத்து முக்கியமான நேர்காணல்களுக்கும் பொருந்தும், அவர்கள் வேலை நேர்காணல்கள், பதவி உயர்வு நேர்காணல்கள் அல்லது நியமிப்பு தேர்வு நேர்காணல்கள். மிகுந்த பதற்றம் மற்றும் விண்ணப்பதாரர் ஒரு தவறான செய்தி கொடுக்க செய்கிறது. விண்ணப்பதாரர் மற்ற போட்டியாளர்களால் தயாரிக்கப்பட்ட வகைகளை பற்றி கவலைப்படக்கூடாது. இதேபோல், தயாரிப்பின் போது விவாதிக்கப்படாத பகுதிகளை பற்றி விண்ணப்பதாரர் பதட்டமடையக்கூடாது. நீங்கள் இயற்றப்பட்டு உங்களைக் கட்டுப்படுத்தினால், சரியான பதிலை நீங்கள் நினைப்பீர்கள். நீங்களே சுலபமாக முயற்சி செய்யுங்கள். இதுவே உங்களை கவனமாக இருக்க உதவுகிறது, நீங்கள் கேட்கும் கேள்விகளைக் கேட்டு, உங்கள் எண்ணங்களை ஒழுங்கமைக்கலாம்.

4. காலம் தவறாம

நேர்காணலுக்கு, காலம் தவறாமல் சிறிது நேரத்திற்கு முன்பாக செல்லுங்கள். இது ஒரு தெளிவான, இன்னும் மிக அவசியமான தேவையாகும். இது சரியான இடம் கண்டுபிடிக்க போதுமான நேரம் கொடுக்கிறது, சூழ்நிலையில் பழகி மற்றும் வசதியாக இருக்கும். நேர்காணலுக்கு தாமதமாக வருவதால் குற்ற உணர்ச்சிகளை ஏற்படுத்துவதோடு, அது உங்களைப் பின்தொடர்வதும், நேர்காணலில் ஒரு சாதகமற்ற தோற்றத்தை உருவாக்கும். நேர்காணல் ஒரு நகரத்தில்/பகுதியில் நீங்கள் மிகவும் பிரபலமானதல்ல என்றால், முன்னதாக இடத்திற்குச் சென்று, ஆரம்பிக்க போதுமான அளவுக்கு நேரம் எடுத்துக் கொள்ளலாம். தாமதமாக வரும்போதும் அறையில் வியர்வையுடன் நுழையும்போதும் மோசமான துவக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

5. உடல் தோற்றம்

எந்தவொரு நேர்காணலிலும் ஒரு கேள்வி-மற்றும்-பதில் அமர்வு அதிகமாக இருக்கிறது. விண்ணப்பதாரருக்கு இது தன்னையே விற்பனை செய்வதற்கான சவாலாக உள்ளது. இந்த உண்மையைப் பற்றிக் குறிப்பிடுகையில், ஒரு விண்ணப்பதாரர் பேட்டிக்கு தோற்றமளிக்கும் தன்மை முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. விண்ணப்பதாரர் தன்னை நிறுவனத்திற்கு வெளிப்படுத்தும் முதல் தோற்றம். இது குறிப்பாக நேர்காணலில் தீவிர நியமனம் அறிவிக்கிறது என்று முதுமொழி உள்ளது. இது மிகவும் அவசியம், எனவே, அந்த விண்ணப்பதாரருக்கு சிறந்தது. இது ஒரு வழக்கு, ஒரு கழுத்து பட்டை,

குறிப்புகள்

முழு அங்கி சட்டை மற்றும் விண்ணப்பதாரரிடம் ஒரு நல்ல நடை பாணி இருக்கும். நேர்காணலுக்காக நன்கு அலங்கரிக்கப்பட்டிருப்பது சரியான எண்ணத்தை உருவாக்குவதில் ஆர்வமுள்ள ஒரு செய்தியை அளிக்கிறது. அந்த இடத்தை அடைந்ததும், விண்ணப்பதாரர் கண்ணாடியைப் பார்த்து, அவர் தகுதியுடையவர் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். குறிப்பிட்ட நேர்காணலுக்கான உடை பொருத்தமானது என்னவென்றால், நிறுவனத்தின் தன்மை, பதவி வகை, காலநிலை மற்றும் பிற காரணிகள் ஆகியவற்றை சார்ந்து இருக்கலாம் என்றாலும் தோற்றம் சாதாரணமானது அல்ல.

ஒரு விண்ணப்பதாரர் நேர்காணலுக்காக ஏன் நல்ல உடை அணிய வேண்டும் என்பதற்கு மற்றொரு காரணம் உள்ளது. இது விண்ணப்பதாரர்க்கு தோற்றுவிக்கும் நம்பிக்கையின் அளவின் காரணமாக உள்ளது. மற்ற விண்ணப்பதாரர்களில் பெரும்பாலானோர் பொருத்தமாக இருக்கும் ஒரு மூத்த பதவிக்கு ஒரு நேர்காணலை கற்பனை செய்து பாருங்கள். நீங்கள் உண்மையிலேயே புத்திசாலியாக இருந்தால், நீங்கள் இன்னும் நன்றாகச் செய்யலாம், ஆனால் பின்னர் அது எப்படி விண்ணப்பதாரர் புரிந்து கொள்கிறார் என்பதைப் பொறுத்தது. தன்னடக்கத்துடன் இருப்பது முக்கியம். நீங்கள் சந்தர்ப்பத்திற்கு நல்ல உடை அணியாது இருப்பது ஒரு பின்தங்கிய நிலையில் இருக்கக்கூடும் என்ற உணர்வைத் தவிர்க்க எப்போதும் விரும்பத்தக்கது. நீங்கள் “கோட” அங்கி ஆடை மற்றும் “டை” கழுத்துபட்டை அணிய பழக்கம் இல்லாமல் இருந்தால், முன்கூட்டியே நன்கு பயிற்சி செய்து அதைப் பயன்படுத்துங்கள். அதே சமயத்தில், யாராவது உங்களை விட உடுத்தியிருந்தால், உன்னுடைய சிறந்த முயற்சியிலிருந்து உங்களை தடுக்க வேண்டாம். உங்களைப் பற்றி நீங்கள் எப்படி உணருகிறீர்கள் என்பது முக்கியமானது. உங்களுக்கு நீங்களே சுயமரியாதை கொடுங்கள்.

6. பொருத்தமான மெய்பாடுகள்

மெய்பாடுகளுக்கு பல பரிமாணங்கள் உள்ளன. நேர்காணலுக்கான விண்ணப்பதாரர் அவர்களிடம் கவனமாக இருக்க வேண்டும். வலுவான தோற்றம், எச்சரிக்கை தோற்றம், உறுதியான கைகுலுக்கல், நடுக்கமின்மை, நம்பகத்தன்மை, தெளிவான குரல் மற்றும் சரியான கண் தொடர்பு ஆகியவற்றை சரியான தோற்றத்தை உருவாக்கும். மெல்லிய, குரல், கூனி அமர்வது, படபடப்புடன் பேசுவது மற்றும் கால்களை ஆடிக்கொண்டிருப்பது ஒரு எதிர்மறை தோற்றத்தை உருவாக்கும். நீங்கள் ஒரு நேர்காணலுடன் எதிர்கொள்ளும்போது, எதிர்மறை மெய்பாடுகளை தவிர்த்தல் மற்றும் சைகைகளை திசைதிருப்புதல், உங்கள் தலையை அசைத்து, உங்கள் உதடுகளைத் தொடுதல், உங்கள் உள்ளங்கைகளை கவனித்தல், உங்கள் நகங்களைப் பரிசோதித்தல், உங்கள் மூக்கை தொடுதல், உங்கள் நாக்கை உருட்டிக்கொண்டு, இருப்பது, இவை அனைத்தும் தவறானது வேறு எதையும் விட, புன்னகைப்பது அவசியம். ஒரு புன்னகை உபாயம் நம்பிக்கையை வலுவூட்டும்.

7. ஒரு அறிக்கையை உருவாக்குங்கள்

நேர்காணலுடன் அல்லது பேட்டி குழுவில் உள்ள உறுப்பினர்களுடன் ஒரு சந்தர்ப்பத்தை உருவாக்க முயற்சிக்கவும். இது நம்பிக்கையுடன்,

குறிப்புகள்

புன்னகைக்கிற, வாழ்த்து மற்றும் ஒரு அழுத்தமான கை குலுக்கல் மூலம் செய்யப்படுகிறது. இது பேட்டிக்குரிய குழுவின் தலைவர் மட்டுமல்ல, மற்ற உறுப்பினர்களுடனும் செய்யப்பட வேண்டும். உங்களிடம் ஒரு கேள்வியைக் கேட்ட நபரிடம் கண் தொடர்பைத் தெரிந்து கொள்ளுங்கள். உங்கள் பழக்கவழக்கங்களை நனவாக்குங்கள். 'நீங்கள் என்னை தவறாகப் புரிந்து கொண்டீர்கள்', 'நீங்கள் சொல்வது சரியில்லை', 'இது அவசரமற்றது' போன்றது. கடுமையான அல்லது அசாதாரணமான வார்த்தைகளை பயன்படுத்த வேண்டாம். அவர்கள் ஒருவருக்கொருவர் பேசும் போது அவர்களை குறுக்கிட வேண்டாம்.

8. கேள்வியை புரிந்து கொள்ளுங்கள்

கேள்வியை நீங்கள் புரிந்து கொண்டீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். நீங்கள் கவனத்துடன் இருக்கும்போது இது சாத்தியமாகும். செயலில் கேட்பது மிகவும் அவசியம். விண்ணப்பதாரர் கேள்வியை முடிக்கட்டும். அவசரத்தில் மாட்டிக்கொள்ளாதே. குறுக்கீடு வேண்டாம். நீங்கள் குறுக்கிடவில்லையென்றால், நேர்காணலில் அவர் எதிர்பார்க்கும் பதிலை பற்றி உங்களுக்கு சில குறிப்புகள் கொடுக்கும் வாய்ப்பு உள்ளது. எனினும், கேள்வி எழுப்பப்பட்ட பின்னர், நீங்கள் அதை பற்றி தெளிவாக இல்லை என்றால், ஒரு விளக்கம் பெற தயங்க வேண்டாம் மேலும் அவ்வாறு செய்ய, கண்ணியமாக இருங்கள். நீங்கள் புரிந்து கொண்டது மற்றும் உறுதிப்படுத்தம் ஒன்றைத் தேடவும். உதாரணமாக, 'ஐயா, எனக்கு புரிகிறது, நீ என்னை விரும்புகிறாய் ...

9. ஆர்வமான பதிலளிப்பு

உங்கள் எண்ணங்களை விரைவாக ஒழுங்கமைத்து, உற்சாகமான பதில்களை அளிக்கவும். உங்களுக்குத் தெரிந்த எல்லாவற்றையும் நம்பிக்கையுடன் பகிர்ந்து கொள்ளுங்கள். சரியான உண்மைகளையும் புள்ளிவிவரங்களையும் கொடுங்கள். புள்ளிவிவரங்களை கலக்க வேண்டாம். லட்சம், கோடி, டாலர்கள் அல்லது வேறு எந்த புள்ளியியலும் தெளிவாக வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும். உங்கள் அறிவை மட்டுமல்ல, விஷயத்தை புரிந்துகொள்ளுதல் மட்டுமல்லாமல், உங்கள் மனோபாவமும் கவலையும் உங்களிடம் கொண்டு வாருங்கள். முடிந்தவரை, நேர்மறை வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்துங்கள். ஒழுக்கம் அல்லது தொழில் சம்பந்தமான பிரகாசமான, கூர்மையான மற்றும் பொருத்தமான வார்த்தைகளைப் பயன்படுத்தவும். உறுதியாக இருங்கள், ஆனால் தீவிர நிலைகளை தவிர்க்கவும். வேறுபட்ட கருத்துக்களை நடத்த முடியும் என்பதில் சில கேள்விகள் உள்ளன, அதாவது மிகவும் கடுமையானது, "வேறு எதுவுமே தவறானது" என்ற அறிக்கையை இருந்து விலகி இருக்க வேண்டும். உங்கள் பதிலை சுருக்கமாக, தெளிவாக நேர்காணலின்போதே எதிர்பார்ப்புடன் பதிலளியுங்கள். இதற்காக, கேள்வியை சொல்லும் வழியிலிருந்து குறிப்பை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். கேள்விகள் தந்திரமானவையாக இருந்தால், உங்கள் எண்ணங்களை ஏற்பாடு செய்யுங்கள்.

10. இரகசியத்தன்மை

பணியாளர் இரகசிய தகவலை வைத்திருப்பார். இத்தகைய தகவல்கள், தயாரிப்பு தொடர்புடைய செயல்முறை, செயல்திறன் தொடர்பான அல்லது

வாடிக்கையாளர் தொடர்பானது - வெளிநாட்டினருக்கு வெளிப்படையான போட்டியாளர்கள், குறிப்பாக போட்டியாளர்களால் கையாளப்படக்கூடாது, ஏனெனில் இது நிறுவனத்தின் நலன்களை பாதிக்கிறது, ஒரு நிறுவனத்தில் பணியாற்றும்போது இது போன்ற சந்தர்ப்பங்கள் உள்ளன. பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் தங்கள் பணியாளர்களை இரகசிய ஒப்பந்தத்தில் கையெழுத்திட கேட்கின்றன. இல்லையெனில், ஒரு ஊழியர் எந்த அமைப்பிற்கும் வேலை செய்யும் போது, இரகசியத்தன்மையின் ஒரு தெளிவான வாக்குறுதி எப்போதும் இருக்கும். வெளிப்படையான அல்லது மறைமுகமாக உள்ள இரகசியத்தன்மையின் இந்த வாக்குறுதியை மீறக்கூடாது. அதாவது, பேட்டி கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதில், நேர்காணல் நடப்பு/முந்தைய முதலாளியின் நலன்களைப் பாதுகாக்க வேண்டும், அத்தகைய ரகசிய தகவலை வெளிப்படுத்தாமல் இருக்க வேண்டும். அனைத்து நாகரீக மனப்பான்மை கொண்ட நேர்காணர்களும்/அமைப்புகளும் பாராட்டுக்குரியவை, மேலும் பேட்டி தரும் நிறுவனம் குறிப்பிட்ட மற்றும் ரகசியமாக இயங்கும் எந்த தகவலையும் வெளிப்படுத்த எதிர்பார்க்கவில்லை. இது தவிர, தற்போதைய அல்லது முந்தைய முதலாளிகளுக்கான விஷயங்களை இரகசியமாக வைத்திருக்க முடியாத ஒரு ஊழியர், எதிர்கால முதலாளிகளையும் பற்றி அவ்வாறு செய்ய முடியாது என்று ஒரு இயற்கை ஊகம் இருக்கும். இது ஒரு விண்ணப்பதாரரின் நம்பகத்தன்மையை உயர்த்தும். எனவே, தந்திரம் என்பது, கேள்விகளுக்கு பதிலளிக்கும் விதம், விண்ணப்பதாரரின் அனுபவத்தையும் சாதகங்களையும் இரகசிய விஷயங்களை கையாளுவதை பிரதிபலிக்கின்றது.

11. உண்மையுள்ள, நேர்மையான மற்றும் நன்னடத்தையுடன் இருங்கள்

நம்பிக்கையுடன் உறுதியாக உங்களுக்குத் தெரிந்தவரை பதில் சொல்லுங்கள். நீங்கள் சந்தேகத்தில் இருக்கும் போது ஒரு தெளிவற்ற பொய்யை சொல்லாதே, அதைத் தெரியாதென்று நம்புகிறேன். அந்த நிலை என்றால், உனக்கு பதில் தெரியாது என்று ஒப்புக்கொள்கிறேன். நீங்கள் பதில் பகுதி தெரியும் என்றால், தெளிவான வகையில் மற்றும் நீங்கள் யோசனையின்றி பதிலளியுங்கள். விண்ணப்பதாரர் நீங்கள் சிலவற்றை அறிந்திருப்பதாகவும், சிலவற்றை தெரியாதவர்கள் எனவும் ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள், ஆனால் எந்த ஒரு பேட்டியாளரும் வேண்டுமென்றே பொய்யை ஏற்கமாட்டார்கள் எனவே நம்பகத்தன்மை முக்கியமானது. சில நேர்காணல்கள் தவறான அறிக்கைகள் செய்ய உங்களை உற்சாகப்படுத்துகின்றன, அதனால் பொறிக்குள் பேசுகின்றன. உண்மையாகவும் நேர்மையாகவும் இருங்கள்.

உங்கள் நன்னடத்தை நேர்காணல் அதிகாரியை ஈர்க்கும் அது மிகவும் முக்கிய குறிப்பாக நீங்கள் கல்லூரியில் இருந்து வெளியே வந்து உங்கள் முதல் வேலை பேட்டியை எதிர்கொள்ளும் போது, சக பணியாளர்கள், மேலதிகாரிகள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் பிற வணிக கூட்டாளிகளுடன் கையாள்வதில் நிறைய விஷயங்கள் உள்ளன. நன்னடத்தையே ஒரு பொண்ணையோ அல்லது ஆணையோ இனிமையாக்கும்.

12. நேர்காணல் அதிகாரியை புண்படுத்தவேண்டாம்

ஒரு பேட்டியாளரை எந்த காரணத்திற்காகவும் புண்படுத்தாத வகையில் விண்ணப்பதாதர் நடத்து கொள்ள வேண்டும். வாதத்தை தவிர்க்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

தாக்குதல் இல்லாமல் உறுதியுடன் இருங்கள். நீங்கள் நேர்காணலுடன் உடன்படவில்லை என்றால், அல்லது நீங்கள் நினைத்ததற்கு எதிர்நோக்கிய பார்வையுடன் இருந்தால், அதை உங்கள் அனுபவமாக புரிந்து கொள்ளுங்கள். நேர்காணலின் அவதானிப்புகள் அல்லது சவால் அறிக்கைகள் எப்போதுமே தேவையில்லை. நினைவில் வைத்து கொள்ளுங்கள், பேட்டியை இழந்துவிட்டால், வாதத்தை வென்றதில் சிறப்பு இல்லை.

நீங்கள் சரியான உணர்வை உருவாக்க விரும்பினால், உங்கள் போட்டியாளரின் நேர்காணலில் குறுக்கிட வேண்டாம். அவர் குறுக்கீட்டாலும் கூட, அவர் பேசி முடிக்கும் வரை காத்திருக்கவும். நீங்கள் ஒரு நல்ல கேட்பவராக இருந்தால் ஒரு நல்ல அபிப்பிராயத்தை உருவாக்கலாம். நன்றாக கேட்கும் ஒருவர் தன் கேள்வியாளர் சொல்ல தெடங்கும்போது அவர் சொல்லி முடிக்கும்வரை காத்திருப்பார் நேர்காணலில் நீங்கள் முடிக்கப்பட்டவில்லை என்றாலும் கூட பேச துவங்கும் போது நீங்கள் பேசுவதை நிறுத்தங்கள்

13. தற்பெருமை படாதே

உங்களுடைய சாதனைகள், வெகுமதி மற்றும் வலுவான கருத்துகளை குறிப்பிடுங்கள், ஆனால் அதை முன்னோக்கி வைத்திருங்கள். உரத்த பேச்சு மற்றும் ஆடம்பரமான அல்லது பெருமையற்ற அறிக்கைகள் தவிர்க்கவும். வீண் பெருமை பாராட்டுவது அல்லது எக்காளம் ஊதுபவது, நேர்காணலுடன் ஆதரவாக தராது. உங்கள் சாதனைகளை மிகைப்படுத்தாதீர்கள். உங்கள் குறைபாடுகளை மற்றும் பலவீனங்களை மனதார ஏற்றுக்கொள்ளுங்கள். ஒரு சந்தர்ப்பம் இருந்தால், அவற்றை நீங்கள் சமாளிப்பதற்காக மேற்கொள்ளும் முயற்சிகளுக்கு உதவுங்கள். குழுப்பணி, சாதகமான சூழ்நிலைகள் மற்றும் நீங்கள் சிறப்பாக செயல்பட உதவியுள்ள மற்ற காரணிகளுக்கு ஆர்வமுடன் கேளுங்கள். நேர்மையான சுய மதிப்பீடு எப்போதும் ஒரு சாதகமான உணர்வை கொண்டுள்ளது. அதே நேரத்தில், உங்கள் உயர்ந்த கருத்துகளை குறிப்பிட சரியான வாய்ப்பை இழக்காதீர்கள்.

14. நீண்ட இடைநிறுத்தங்களை தவிர்க்கவும்

உங்கள் எண்ணங்கள் ஏற்பாடு மற்றும் உங்கள் பதில்களை கொடுக்க போதுமான நேரம் எடுத்துக்கொள்ளுங்கள். நீங்கள் ஒரு கேள்வி கேட்கப்படும் போது, உங்களுக்கு உடனே பதில் வராத போது, யோசிக்க முறைப்படுத்துதல் போன்ற ஒரு சிறிய இடைநிறுத்தம், உண்மையில், யோசித்து சிறந்த பதில்களை ஏற்படுத்தும். நீங்கள் உங்கள் எண்ணங்கள் சேகரிக்க சில நேரம் எடுத்துக்கொள்ளும் போது நேர்முக அதிகாரி ரசிப்பார் அதுவே நீண்ட நேரம் யோசிப்பதும் அல்லது மீண்டும் மீண்டும் இடைவெளி கொடுப்பதை தவிர்க்கவும் இந்த மோசமான நிலைமை தொடர்பு முறிவுக்கு வழிவகுக்கும். சில நேரங்களில் குழு உறுப்பினர்கள் உங்கள் எண்ணங்கள் சேகரிக்கும் உதவிகரமாக இருக்கும் குறிப்புகள் வழங்குவார். அத்தகைய சைகைகளை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துங்கள். உதாரணமாக, நீங்கள் நடைபெறுகின்ற உரையாடலை தொடர தெரியாத போது, ஒரு ஆம் அல்லது இல்லை என்று அதிக வார்த்தைகள் இல்லாமல் பதில் கூறும் சில பொதுப்படையான கேள்விகளைக் கொண்டு தொடருங்கள்.

15. திறந்த முடிவு கேள்விகள்

- இந்த வேலைக்கு நீங்கள் பொருத்தமானவர் என்று நினைக்கிறீர்களா?
- நீங்கள் நல்ல குழுவேலை செய்பவரா?
- உங்களுக்கு இந்த வேலையில் அனுபவம் இல்லை.
- உங்கள் வேலையை ஏன் அடிக்கடி மாற்றியுள்ளீர்கள்.
- இதுபோன்ற வேலைகளில் குறைந்த பெண்களுக்கு வாய்ப்புள்ளது.

இது போன்ற சந்தர்ப்பங்களில் நேர்காணல் அதிகாரி நேர்மையான மற்றும் தர்க்கரீதியான பதில்களை எதிர்பார்ப்பார்.

16. சந்தர்ப்பத்தை பற்றிக்கொள்

நேர்முகத் தேர்வுகள் பொதுவாக ஒரு தொகுப்பு அமைப்பை பின்பற்றுகின்றன. வேலை குறிப்பிட்ட மற்றும் அறிவு மதிப்பீடு கேள்விகள் கேட்கும் கேட்கும் முன் அவர்கள் விண்ணப்பதாரரின் கல்வி மற்றும் தொழில்முறை பின்னணி தொடங்கி, கேள்விகளை படிப்படியாக கடுமையான கேள்விகளை கேட்பது ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரும் எளிதான மற்றும் கடுமையான கேள்விகளுடனும் கலந்து கொள்ள வாய்ப்பு உள்ளது. விண்ணப்பதாரர் வாய்ப்பைப் பெறுவதோடு எளிதான கேள்விகளில் இன்னும் அதிக புள்ளிகளைப் பெற வேண்டும். குழு உறுப்பினர்கள் மத்தியில் சிலர் சில கேள்விகளை கேட்கிறார்கள், சிலர் விடாமுயற்சியுடன் மற்றும் கேள்விகளைச் சோதனையிடுகின்றனர். விண்ணப்பதாரர் வாய்ப்புகளை சாதகமாக பயன்படுத்திக்கொள்ளும் போது அவர்கள் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும். தேயிலை இடைவெளிகளில், தொலைபேசி அழைப்புகள் மற்றும் குழு உறுப்பினர்களிடையே கலந்தாலோசித்தலுக்கும் இடையில் இடைவெளியை ஏற்படுத்தும். விண்ணப்பதாரர் முந்தைய பதில்களை மீளாய்வு செய்ய அத்தகைய இடைவெளிகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம், குறிப்பாக என்ன தவறவிட்டார். விண்ணப்பதாரர் முந்தைய பதில்களை விரிவாக மற்றும் பேட்டியில் தொடரும் போது அவரது அல்லது அவரது நன்மை போன்ற கூடுதல் புள்ளிகள் செய்யலாம். ஒரு விழிப்புணர்வு விண்ணப்பதாரர் அத்தகைய வாய்ப்பைப் பெற ஒரு புள்ளியைத் தருகிறார்.

ஒரு பேட்டியாளரிடம், உங்கள் கல்வி பின்னணி, வேலை தொடர்பான அறிவு மற்றும் திறமைகள், நிபுணத்துவம் மற்றும் அனுபவம் ஆகியவை எவ்வாறு நிறுவனத்திற்கு மதிப்பு சேர்க்கலாம் என்பதை வெளிப்படையாகக் கூறுவது உங்கள் பொறுப்பு. நேர்காணலுக்கான உங்கள் பொருத்தத்தையும், உற்சாகத்தையும் பாராட்டுவதற்கு எளிதாக ஒவ்வொரு சிறிய சந்தர்ப்பத்தையும் பயன்படுத்தவும். உங்கள் விண்ணப்பத்தில் ஏற்கனவே ஏதாவது குறிப்பிடப்பட்டிருப்பதால், விண்ணப்பதாரர் அதை வாசித்துவிட்டார் என்று நினைக்க வேண்டாம். உங்கள் பங்கிற்கு, உங்களின் பலம் மற்றும் திறன்களை முன்னிலைப்படுத்தி உங்களின் வேலை தேவைகள் மற்றும் பேட்டியாளரின் எதிர்பார்ப்புகளை குறிப்பிடுங்கள்.

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

17. அறிவு மற்றும் நகைச்சுவையை பயன்படுத்தவும்

நேர்காணல்களின் அவசியம் மிகவும் கடுமையான விவகாரங்கள் அல்ல. நேரடியாக பல நேரங்களில் நேர்முகத் தேர்வுகள் நடத்தப்பட வேண்டும். இந்த முடிவுக்கு குறிப்பாக நேர்காணல் குழுவில் சில துணிச்சல் அல்லது கவலையில் முடியும். ஒரு விண்ணப்பதாரரின் கேள்விகளுக்கு பதிலளித்தாலும் கூட, அறிவு மற்றும் நகைச்சுவை ஆகியவை நேர்காணலில் அதிக அளவில் மதிப்பெண்களைப் பெற்று தருகின்றன. அவ்வாறு செய்யும்போது, சரியான புரிதல் அவசியம். ஒரு விண்ணப்பதாரர் பொருத்தமற்ற நகைச்சுவை மற்றும் நிகழ்வுகளைத் தவிர்க்க வேண்டும். ஒரு பேட்டி செயல்முறையுடன் தொடர்புடைய அலங்காரத்தையும் தீவிரத்தையும் காத்துக்கொள்ள வேண்டும். மார்க் ட்வைன் அல்லது பெர்னார்ட்ஷா போன்ற பெரிய நபர்களுடன் தொடர்புடைய நகைச்சுவை நிகழ்ச்சிகள் சந்தர்ப்பத்தில் பொருத்தமானவை என்றாலும், சில இலகுவான தருணங்களில் சேர்க்கலாம்.

இதேபோல், ஒருவேளை, மேலும் பிரபலமான நபர்களின் சில தொடர்புடைய மேற்கோள் காட்டி சூழ்நிலையை பொருத்து அவரது அவரது அறிவும் மனநிலையும் காட்டவும். எனினும், இது அவசியம் இல்லை என்பதை நினைவில் வையுங்கள். ஒரு மோசமான நகைச்சுவை அல்லது நீளமான நகைச்சுவை பயன்படுத்தி உங்கள் வாய்ப்புகளை கெடுக்க வேண்டாம்.

நேர்காணலின் வகைகள்

ஒவ்வொரு நேர்காணலுக்கும் ஒரு மனித பரிமாணம் உள்ளது. நேர்காணலைப் போலவே, ஒரு நபர், ஒரு தனி நபராவார், மேலும் பல்வேறு வகையான நேர்காணையாளர்களைப் பற்றி அறிவிக்க விரும்பும் போது சிலர் மிகவும் கலவையாக இருக்கிறார்கள், சிலர் மிகவும் நெருக்கமானவர்கள், சிலர் கடுமையானவர்கள், சிலர் மீது கவனம் செலுத்துகிறார்கள், சிலர் எதிர்மறையானவர்கள், சிலர் திருப்தி அடைந்துள்ளனர், சிலர் மிகவும் வேண்டுகிற நடத்தை பெற்றவர், சில கருத்துகள் மற்றும் கோட்பாடுகளுக்கான சில தோற்றங்கள், அறிவு, சில அறியாமை, சிலரின் சரியான வழிகாட்டுதல்களில் உங்களை வழிநடத்தும், சிலர் பொறிகளாக, சில மென்மையானவர்கள், சிலர் ஒரு புழுதி. ஒரு பேட்டி பல முகங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒரு விரைவான மதிப்பீட்டைக் கற்றுக் கொள்ள கற்றுக் கொள்ள வேண்டும், ஒவ்வொரு வகையிலும் சமாளிக்க கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். ஒவ்வொருவருக்கும் ஒரு பின்னடைவு உண்டு என்பது உண்மையாக இருக்கின்றது. பேட்டியில் எதிர்கொள்ளும் ஒவ்வொருவரும், நேர்காணலுக்கான நபரைப் புரிந்து கொள்ளவும், மதிப்பீடு செய்யவும், சரியான முறையில் பதிலளிக்கவும் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு நேர்காணலினை ஒரு சிறந்தவருக்கு கொடுக்க எளிதாய் செய்யும் ஒரு பேட்டியாளரை எப்பொழுதும் எதிர்பார்ப்பது புத்திசாலித்தனமாக இருக்கும். கடினமாக மற்றும் கடினமான பேட்டியாளரை எதிர்கொள்ள தயாராக இருக்க வேண்டும். எந்தவொரு விண்ணப்பதாரருக்கும் உண்மையான சவாலானது மிகவும் கடினமான பேட்டியினை எதிர்கொள்வதோடு வெற்றிகரமாகத் தோன்றுவதே ஆகும்.

நேர்காணல் பார்வையாளர்

நேர்முகத் தேர்வின் பல்வேறு வகைகளை மதிப்பிடுவது, நேர்முகத் தேர்விலன் கலந்து கொள்பவர் அதன் செயல்முறை அறிந்திப்பது, இது என்னவென்றால் குழு விண்ணப்பதாரரிடம் எதிர்பார்ப்பதை புரிந்து கொள்ளுதல். பேட்டிக்கு மிக பொருத்தமான விண்ணப்பதாரரை அடையாளம் காணவும், தேர்வு செய்யவும் பேட்டி காணப்படுகிறது. தேர்வாளர் விண்ணப்பதாரரின் பணி சுயவிவரத்துடன் பொருத்த முயற்சிக்கிறார். அவர் மனதில் பல கேள்விகள் உள்ளன. விண்ணப்பதாரர் நன்கு பணி புரிவாரா? எதிர்பார்ப்பை பூர்த்திசெய்வாரா? வேலை உற்சாகத்தைக் கண்டுபிடிப்பாரா? விண்ணப்பதாரரின் எதிர்பார்ப்புகளுக்கு வேலையை அளவிடுவார்களா? இல்லையென்றால், முழு பயிற்ச்சியும் பயனற்றதாகிவிடும். தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட விண்ணப்பதாரர் நியமனம் ஆகாவிட்டாலும், விண்ணப்பதாரர் பணி ஏற்றதாக இல்லை என்று ஒப்புக்கொள்ளவிட்டாலும் முடிவு ஒன்றே நேர்காணல் மற்றும் ஒழுங்குபடுத்துதல் ஆகியவற்றில் ஈடுபடும் நேரம், முயற்சி மற்றும் வளங்கள் ஆகியவற்றை எப்போதும் எப்போதும் கவனத்தில் கொள்ளும்

நேர்காணலுக்கான ஒரு விண்ணப்பதாரராக, ஒருவர் நேர்காணல் செய்பவருடன் அடக்கத்துடன் இருக்க வேண்டும், மேலும் நிறுவனம் என்ன தேடுகிறதோ அதை மதிப்பீடு செய்ய முயற்சி செய்ய வேண்டும். பேட்டி குழு பொதுவாக பணிக்கு தகுதியான பல்வேறு குணங்கள் அல்லது பண்புகளை முன்னதாக நிர்ணயிக்கிறது, அவை ஒவ்வொன்றிற்கும் ஒப்பீட்டளவில் அதிகமானவற்றை கொண்ட நபரையோ அல்லது வேலைக்கு ஏற்றவாறு ஒருவருக்கு நியமனம் அளிக்கும். வேலை ஒரு பொது அல்லது ஒரு நிபுணர், அல்லது ஒரு நிர்வாக பதவி, ஒரு வாடிக்கையாளர் தொடர்பு வேலை அல்லது இல்லையென்றால், தகுந்த திறன்கள் மற்றும் தகுதிகள் உள்ளது என்பதை பொறுத்து. பேட்டிக்குரிய ஒவ்வொரு குழுவும் மதிப்பெண்பட்டியல் தாளுடன் வழங்கப்படும் ஒவ்வொரு பிரதான அளவுக்கு கீழ் உள்ள பேட்டி ஒன்றில் ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரின் மதிப்பெண்களையும் அவர்கள் கவனிக்க வேண்டும். சில அளவுருக்கள் ஒவ்வொரு அளவுருவிற்கும் எண் மதிப்பெண்களை அளிக்கும் போது, மற்றவர்கள் தரநிலை-A+, A, B +, B அல்லது தரம் வாய்ந்த கருத்துக்கள்-சிறந்த, மிகச் சிறந்த, நல்லது, திருப்திகரமான, குறைவான, பலவற்றிற்காக தீர்வு காண்பார்கள். இதில் விண்ணப்பதாரர் இறுதி தேர்வு செய்யப்பட்டுள்ளது:

- (1) கல்வி தகுதிகள்
- (2) முந்தைய அனுபவம்
- (3) அணுகுமுறை மற்றும் மனநிலை
- (4) தகவல்தொடர்பாடல் திறன்கள்
- (5) தனிப்பட்ட திறன்கள்
- (6) பொருள் அறிவு
- (7) பொது விழிப்புணர்வு
- (8) வயது
- (9) கூடுதல் பாடத்திட்ட செயற்பாடுகள்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

(10) ஊக்கம் மற்றும்

(11) உடல்நலம் மற்றும் ஒழுக்கநலம்.

உளவுத்துறையை (IQ) தவிர, வேலைகள் உயர்ந்த மன அழுத்தம் மற்றும் பொறுப்பைக் கொண்டிருக்கும் போது, உணர்ச்சிக் குறிப்பு (EQ), முக்கியத்துவம் பெறுகிறது.

நேர்முக மதிப்பெண் தாள்

விண்ணப்பதாரரின் பெயர்

	A+	A	B+	B	C+	C
தோற்றம்						
பொருள் அறிவு						
கருத்தியல் தெளிவு						
தருக்க சிந்தனை						
நடத்தை						
உள்ளோக்கம்						
தகவல் தொடர்பாடல் திறன்						
தனிப்பட்ட குணங்களும்						
பொது அறிவு						
முயற்சி						

மேலும் அதிக அட்டவணையானது, பொதுவாக நேர்காணல்களின் சில பொதுவான குணநலன்களில் பட்டியலிடப்பட்டாலும், பெரும்பாலான நேர்காணல்களில் மதிப்பீடு நடைபெறுகிறது என்றாலும், பிந்தைய தன்மை மற்றும் நிலைக்குரிய தன்மை ஆகியவற்றைப் பொறுத்து சில வேறுபாடுகள் இருக்கும். இந்த அளவுருக்கள் எப்போதும் சமமான அல்லது ஒரே மாதிரியான முக்கியத்துவம் கொண்டிருக்கவில்லை. உதாரணமாக, வர்த்தக வேலையில், தோற்றம் மற்றும் தகவல்தொடர்பு திறன்கள் அதிக முக்கியத்துவம் வழங்கப்படும். ஒரு நிபுணர், பொருள் அறிவு மற்றும் கருத்தியல் தெளிவு ஆகியவை அதிக முக்கியத்துவம் கொண்டிருக்கும். தலைமை, நடுத்தர திறன்கள், தகவல் தொடர்பு திறன் மற்றும் முன்முயற்சியின் நிலைகள் அதிக முக்கியத்துவம் கொண்டது.

18. தனித்துவமாக இருக்க முயற்சிக்கவும்

ஒரு நேர்காணலில், எந்த விண்ணப்பதாரரும் வெளிப்படையாக மற்ற விண்ணப்பதாரர்களுடன் ஒரு போட்டியிடுங்கள். அவர்கள் அனைவரும் திரையிடலின் வழக்கமான செயல்முறைக்கு பின்னர் நேர்காணலுக்கு அழைப்பு விடுக்கப்படுகிறார்கள், அதாவது எல்லாவற்றுக்கும் குறைந்தபட்ச தகுதிகளை பூர்த்தி செய்வதாகும். இந்த உண்மையைப் பொறுத்தவரையில், தனித்துவமானவர்கள் மற்றும் விண்ணப்பதாரர்களில் மற்றவர்களிடம் இருந்து தனித்திருக்க முயற்சிப்பவர்கள் வெற்றிகரமாக இருக்கிறார்கள். குறுகிய

நேரத்திற்குள், அவர்கள் தங்கள் இருப்பதை காட்ட முயற்சிப்பார்கள். அவர்கள் பேட்டியில் குழு உறுப்பினர்கள் மீது ஒரு தாக்கத்தை விட்டு செல்ல இது பல வழிகளில்-கவனிக்கத்தக்க தோற்றம், பொருள் பற்றிய ஆழமான புரிந்துணர்வு, நம்பிக்கையான நடத்தை, விரைவான மறுமொழிகள், சிறந்த மொழி திறன், நேர்மறையான அணுகுமுறை, நம்பிக்கை சார்ந்த அணுகுமுறை மற்றும் பலவற்றில் செய்யப்படுகிறது. இறுதிப் பகுப்பாய்வில், பதிவுகள் முக்கியமானவை. சரியான தோற்றத்தை உருவாக்க வேண்டிய அவசியத்தை உணருங்கள்.

19. நேர்காணலை முடிப்பது

10 நிமிடங்கள் அல்லது 30 நிமிடங்களுக்கு நீங்கள் நேர்காணல் செய்திருக்கலாம்-முடிவடையும் நேரம் இது. மற்றவர்களுடன் கலந்துரையாடலில் பேட்டி அளித்த பேட்டி தலைவர் உங்கள் பேட்டியை முடிவுக்கு கொண்டுவருவதாக கூறுகிறார். அந்த நேரத்தில், சில நேரங்களில், நீங்கள் கேட்கலாம், “வேறு எதையாவது சொல்ல வேண்டும்?” அல்லது உங்கள் சொந்த முயற்சியில், நிலைமைகள் சரியாக இருந்தால், நீங்கள் சொல்லும் வாய்ப்பைப் பெறாத ஒன்றை நீங்கள் சேர்க்கலாம். அத்தகைய வாய்ப்பைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். உங்களை ஒரு மேன்மையாளராக காட்டும் ஒன்றை சொல்லுங்கள். அவசியமானால், அமைப்பு மற்றும் நிறுவனம் பற்றிய விவரங்களை மிகவும் ஆர்வத்தோடு இல்லாமல் தேட வேண்டும். நீங்கள் ஆர்வமாக இருப்பதை தெரிவிக்கும் எதையும் கூறலாம். அதே நேரத்தில், மனநிலையை மதிப்பீடு செய்யுங்கள். இது வரவேற்கப்படாவிட்டால், சொல்லப்போனால், நீங்கள் ஏற்கனவே வைத்திருக்கும் சாதகமான உணர்வைத் திசைதிருப்ப முடியாவிட்டால், மேலும் எதையும் சொல்லாதீர்கள்.

விழிப்புணர்வு மற்றும் தடையின்றி நீங்கள் உங்கள் நேர்காணலை முடிக்க, குழுமத்தின் மற்ற உறுப்பினர்களுக்கும் “நன்றி” என்று சொல்லவும், அறையில் இருந்து வெளியேறவும். உடனடியாக, உங்கள் செயல்திறனை மதிப்பீடு செய்ய ஆரம்பிக்கிறீர்கள். நீங்கள் நன்றாக, மிகவும் நன்றாக அல்லது மிகவும் மோசமாக செய்யவில்லை என்று நீங்கள் நினைக்கலாம். அதை நீங்களே வைத்துக்கொள்ளுங்கள். வெளியில் காத்திருக்கும் மக்களுக்கு நீங்கள் விளம்பரப்படுத்த வேண்டியதில்லை, குறிப்பாக நீங்கள் நன்றாக செய்யவில்லை என்று உணர்ந்தால், உங்கள் செயல்திறனைப் பற்றி பேச வேண்டியதில்லை. முதலாவதாக, இது உங்கள் கருத்து மட்டுமே. இரண்டாவதாக, உங்கள் போட்டியாளர்களிடமிருந்து நீங்கள் எப்படி விசாரிக்கிறீர்கள் என்பது சார்பான செயல்திறன். மேலும், எந்த நேர்காணலும் ஒரு தீவிர செயல்முறை. நீங்கள் உண்மையிலேயே எவ்வாறு நடந்துகொள்கிறீர்கள் என்பது உங்கள் அறிவிலும், தயார்நிலையின் உணர்வுகளிலும் மட்டுமல்ல, உங்களுக்குக் கட்டுப்பாடுகள் இல்லாத மற்ற காரணிகளிலும் தங்கியுள்ளது. இது ஒரு தாமதத்தோடு தொடங்கலாம். சரியான கேள்விகளை அல்லது போதுமான நேரத்தை நீங்கள் பெற முடியாது. பேட்டி ஒன்றில் ஒருவர் விரோதமாக இருக்கலாம். இது ஒரு தவறான குறிப்பு மூலம் தொடங்கலாம். நீங்கள் உங்கள் முறை வந்த நேரத்தில், நேர்காணலியலாளர்கள் சோர்வடைந்திருக்கலாம். நினைவில் கொள்ளுங்கள்: நேர்காணலுக்கு நன்கு தயாராக இருக்க வேண்டும். முந்தைய பத்திகளில்

குறிப்புகள்

குறிப்புகள்

விவரிக்கப்பட்டுள்ள அனைத்து அத்தியாவசிய வழிமுறைகளையும் எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். ஆயினும் கூட, உங்களுடைய அனைத்து தயார்நிலையிலும், நேர்காணலின் போது விளக்கக்காட்சி மற்றும் இறுதி விளைவு நீங்கள் விரும்பிய வழியில் இருக்கலாம். அதை உங்கள் கையில் எடுத்துக்கொள்ள கற்றுக்கொள்ளுங்கள்.

20. நேர்காணலுக்குப் பிறகு

நேர்காணலுக்குப் பிறகு, நீங்கள் முடிவுகளுக்கு காத்திருக்கும்போது, கவலையை குறைக்க கற்றுக்கொள்ளுங்கள். விளைவு ஒன்று இருக்க முடியும். நீங்கள் நன்றாகச் செய்திருக்கலாம். ஆனால் மற்றவர்கள் நல்லவர்களாக இருக்கலாம். நேர்காணலில் நீங்கள் நன்றாகச் செய்திருக்கலாம், ஆனால் சந்திக்காத பிற தேவைகளும் இருக்கலாம். பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில் சில பதிவுகள் மற்றும் பல போட்டியாளர்கள் உள்ளனர். உங்கள் சமநிலையை உணரவும். மேலும், நேர்காணல்/பேட்டி குழு உறுப்பினர்கள் முடிவுகளை அறிந்து கொள்ள எந்த நேரடி தொடர்புகளும் செய்யப்படவில்லை. இத்தகைய கோரிக்கைகள் பொதுவாக மகிழ்ச்சியாக இருப்பதில்லை, ஆனால் அத்தகைய முயற்சிகள் தவறானதாக கருதப்படுகின்றன. பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில் இது பொருத்தமாகத் தோன்றுகிறது என்றாலும், நேர்காணலுக்குப் பிறகு, பொதுவான மரியாதைக்குரிய விஷயத்தில், ஒரு நன்றி கடிதம் நேர்காணலுக்கு அனுப்பப்பட வேண்டும். விண்ணப்பதாரரைப் பற்றி நேர்காணலினை நினைவூட்டுவதன் மூலம் அது பேட்டிக்கு ஆதரவாக செயல்படும். இதில், விண்ணப்பதாரர்களின் தன்மை மற்றும் உரிமையின் உணர்வைப் பொறுத்து விண்ணப்பதாரர்கள் ஒரு அழைப்பை எடுக்க வேண்டும்.

21. உன்னை நீயே பழிக்காதே

நீங்கள் தைரியமாக நேர்காணலை எதிர்கொண்டீர்கள், நன்றாக செய்தீர்கள், எனினும் வருத்தகடிதத்தை பெற்றுள்ளீர்கள் என்றால் நிச்சயமாக அது ஏமாற்றம்தான். அதற்காக உங்களையே நீங்கள் பழித்துக்கொள்ளாதீர்கள், வருத்தப்படுவது நம்மை எங்கேயும் கொண்டு சேர்க்காது. வாய்ப்புகளை இழப்பது எப்போதும் உங்களுடைய தவறல்ல. அதற்கும் மேல் உலகத்தின் முடிவு அதுவல்ல. பழமொழி சொல்வதை போல 'நானை என்பது உண்டு'. மறுப்பு அல்லது தோல்வியை ஏற்றுக்கொள்வது, காரணம் எதுவாக இருந்தாலும், தொழில் மற்றும் வணிகத்தில் வெற்றி பெற விரும்பும் எந்தவொரு நபருக்கான ஒரு முக்கிய அம்சமாகும். இது பின்னடைவு அல்லது செயலிழப்பு மற்றும் வசந்த நடவடிக்கை மீண்டும் சமாளிக்க திறன் உருவாக்க உதவுகிறது. தோல்வியை சமாளிக்க எப்படி தெரியும் யார் வெற்றி பெற முன்னர் விட தீர்மானிக்கப்படுகிறது. அனுபவத்திலிருந்து சரியான படிப்பினைகளைத் தெரிந்துகொள்ளுங்கள். எதிர்காலத்தில் இதுபோன்ற சவால்களை எதிர்கொள்ள நீங்கள் எவ்வகையான வழிகளில் முன்னேறலாம்? உங்கள் திறமையை நம்புங்கள். நேர்மறையானவை. இந்தியாவின் முன்னாள் ஜனாதிபதி டாக்டர் ஏ பி ஜே. அப்துல் கலாம், இது நடக்க முடியுமா என்றால், அது எவருக்கும் நிகழும்.

உங்கள் முன்னேற்றத்தைச் சரிபார்க்க

3. ஏதாவது இரண்டு வகை நேர்காணல் தொடர்பான கேள்விகளைக் குறிப்பிடுங்கள்
4. நேர்காணலின் போது சரியான தோற்றத்தை உருவாக்க உதவும் இயல்பான காரணிகள் யாவை?

குறிப்புகள்

14.4 உங்கள் முன்னேற்றத்தை அறிய இக்கேள்விகளுக்கான பதில்களைக் காண்க

1. நேர்காணலுக்கான பேராசிரியர், பதவியின் தன்மை, காலியிடங்களின் எண்ணிக்கை, நேர்முகத் தேர்விற்கான பேராசிரியர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் பேட்டியளிக்கும் தகுதிக்கு மிகவும் இன்றியமையாத தகவல்கள் ஆகியவற்றை நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும்.
2. ஒரு நேர்காணலின் இரண்டு செயல்திறன் மதிப்பீடு அளவுருக்கள் கல்வித் தகுதி மற்றும் அறிவு.
3. பேட்டி தொடர்பான கேள்விகள் இரண்டு வகை உள்ளன, அவை வேலையின் அனுபவம் மற்றும் கல்வி.
4. சரியான தோற்றம், எச்சரிக்கை தோற்றம், உறுதியான கைகுலுக்கல், பதட்டமில்லாமை, நம்பகத்தன்மை மற்றும் தெளிவான குரல் மற்றும் சரியான கண் தொடர்பு ஆகியவற்றை சரியான தோற்றத்தை உருவாக்குவதாகும்.

14.5 சுருக்கம்

- ஒவ்வொரு வேலை வாய்ப்பும் ஒரு முக்கியமான வாழ்க்கையை மாற்றும் நிகழ்வு ஆகும், அதை கவனமாக திட்டமிட வேண்டும். வேலை நேர்காணல்கள் உங்களுடைய திறன்களை நிறுவனங்களின் தேவைகளுடன் எவ்வளவு நன்றாகச் செயல்படுத்துவது என்பதைத் தீர்மானிப்பதற்கான வாய்ப்பையும் வழங்குகிறது.
- ஒரு காலப்பகுதியில், வேலை தேடுபவர்க்கு நேர்முகத்தேர்வில் ஒரு வேலை கிடைக்கும், அனுபவம் மற்றும் வாழ்க்கை படி படியாக உயரும்.
- நேர்காணலுக்கான பேராசிரியர், பதவியின் தன்மை, காலியிடங்களின் எண்ணிக்கை, நேர்முகத்தேர்வை வழங்குவதற்கான விண்ணப்பதாரர்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் பேட்டியளிக்கும் வகையில் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பிற தகவல்களைப் பற்றி நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும்.
- விண்ணப்பதாரர் கேள்விகளை அமுல்படுத்துவதற்கு முன்பே எளிதாக விண்ணப்பதாதாரை நியமிக்க வேண்டும்.

குறிப்புகள்

- நேர்முகத் தேர்வாளர்கள் விண்ணப்பதாரரைப் பற்றிய அறிவை பரிசோதித்து கவனம் செலுத்த வேண்டும், அறியாமை நிலை அல்ல.
- வேலை நேர்காணல்கள் என்பது எந்தவொரு விண்ணப்பதாரருக்கான கடைசி தேர்வு முறையாகும்.
- நேர்காணலுக்கான தயாரிப்பு நல்ல ஒரு பயிற்சி மூலம் தொடங்குகிறது. நிறுவனத்தைப் பற்றி நீங்கள் எவ்வளவு முடியுமோ அவ்வளவு கற்றுக்கொள்ள முயற்சி செய்யுங்கள்.
- நேர்காணலை எதிர்கொள்ள தயாராக இருக்கும் போது விண்ணப்பதாரர் தன் மனதை அமைதியாக வைத்திருப்பது அவசியம்.
- எந்த ஒரு பேட்டியாளரையும் எந்த வழியிலும், எக்காரணத்திற்காகவும் விண்ணப்பதாரர் புண்படுத்தாமல் பார்த்து கொள்ள வேண்டும். வாதத்தை தவிர்க்க வேண்டும்.

14.6 முக்கிய வார்த்தைகள்

- **வேலைவாய்ப்பு:** வேலைவாய்ப்பு என்பது இரு குழுக்களுக்கும் இடையேயான ஒரு உறவு, வழக்கமாக, இது ஒரு நிறுவனமாக இருக்கலாம், அது இலாபத்திற்காக அல்ல, இலாப நோக்கத்திற்காக அல்ல, கூட்டுறவு அல்லது பிற நிறுவனம் முதலாளியாகவும் மற்றொன்று பணியாளராகவும் பணியாற்றும் ஒரு ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் அமையும்.
- **மனித வளங்கள்:** ஒரு நிறுவனம் அல்லது அமைப்பு மற்றும் ஊழியர்களுக்கு தொடர்பான ஆதாரங்களை நிர்வகிப்பதற்கான துறையைப் பணியாற்றும் மக்களை விவரிக்க மனித வளங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன
- **ஆளுமை:** ஆளுமை என்பது உயிரியல் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் காரணிகளில் இருந்து உருவாகக்கூடிய நடத்தைகள், அறிவாற்றல் மற்றும் உணர்ச்சி வடிவங்களின் சிறப்பியல்பு தொகுப்பாக ஆளுமை என வரையறுக்கப்படுகிறது

14.7 சுய மதிப்பீட்டு வினாக்கள் மற்றும் பயிற்சிகள்

சீறு வினாக்கள்

1. செயல்திறன் மதிப்பீடு அளவுருக்கள் என்ன?
2. வேலை நேர்காணலின் பல்வேறு பண்புகளை குறிப்பிடுங்கள்
3. பேட்டி எடுத்துக் கொண்டிருக்கும் போது ஒரு விண்ணப்பதாரர் தவிர்க்க வேண்டிய விஷயங்கள் யாவை?
4. வேலை நேர்காணலின் முக்கியத்துவத்தை பற்றி ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுங்கள்.

பெரு வினாக்கள்

1. வேலை நேர்காணலில் தொடர்புடைய காரணிகள் யாவை ?
2. வேலை பேட்டி செயல்முறையின் செயல்முறையை விரிவாக விளக்குங்கள்.
3. பொதுவாக ஒரு வேலை நேர்காணலில் கேட்கப்படும் கேள்விகள் என்ன?
4. நேர்காணலுக்குப் போகும் முன் நேர்காணல் அதிகாரி கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் யாவை? விவாதிக்க

14.8 மேலும் படிக்க

- Madhukar, R.K. 2018. *Business Communication, 3rd edition*. New Delhi:Vikas Publishing House.
- Raman, Meenakshi and Sharma, Sangeeta. 2012. *Technical Communication: Principles and Practice*. New Delhi: Oxford University Press.
- Strydom Wihelm, Johannes. 2012. *Basics of Business Communication*. New Delhi: Frontline Books.
- Ober, Scot. 2006. *Fundamentals of Contemporary Business Communication*. United States: Houghton Mifflin..
- Lessikar Vincent, Raymor. 1996. *Lesikar's Basic Business Communication*. United States: Irwin.
- Hemphill Davis, Phyllis. 2000. *Business Communication with Writing Improvement Exercises*. United States: Prentice Hall.

வேலைவாய்ப்பு
தொடர்பாடல்

குறிப்புகள்