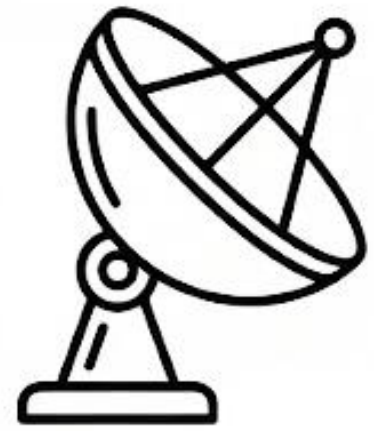




MASS COMMUNICATION (335)

CHAPTERWISE NOTES



MASS COMMUNICATION

Sl. No.	Module	Chapters (Public Examination)	Marks
1	Module 4 : Television	L-13 Television in India L-15 Television channels L-16 Television programme production	12
2	Module 5 : Advertising and Public Relations	L-18 Advertising - an Industry L-19 Public relations an introduction	12
3	Optional Module 7A : Traditional Media	L-27A Comparison of traditional media with electronic media L-28A Communication through Traditional Media	15

Component	Details	Marks
Public Exam (Selected Modules 4,5,7A)	Total Chapters : 7	39
Practical Exam	Practical	20
TMA	Tutor Marked Assignment	16
Final Possible Marks		75 Marks

विषय- सूची

1	भारत में टेलीविजन
2	टेलीविजन चैनल
3	टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण
4	विज्ञापन उद्योग
5	जनसंपर्क – एक परिचय
6	परंपरागत माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यम – तुलनात्मक अध्ययन
7	परंपरागत माध्यमों द्वारा संप्रेषण

1

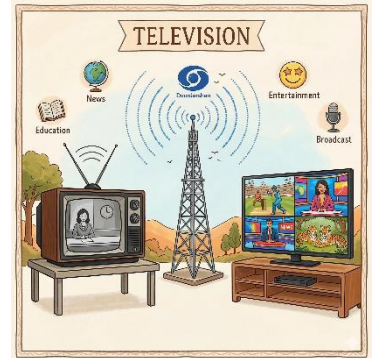
भारत में टेलीविजन

परिचय

टेलीविजन आज जनसंचार का महत्वपूर्ण माध्यम बन चुका है। यह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन प्रदान करता है और हमारे दैनिक जीवन का एक अभिन्न हिस्सा है। इस अध्याय में इसके उद्भव, भारत में विकास, प्रभाव और नए रुझानों का अध्ययन किया जाता है।

टेलीविजन का उद्भव

- टेलीविजन ध्वनि के साथ दृश्य प्रसारण करने वाला माध्यम है।
- टेलीविजन का विचार उसके आविष्कार से पहले ही विकसित हो चुका था।
- अनेक वैज्ञानिकों ने इसके विकास में योगदान दिया।
- जॉन बेयर्ड को टेलीविजन का जनक माना जाता है।
- 1936 में बीबीसी ने विश्व की पहली टेलीविजन सेवा शुरू की।
- 1939 में अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआ।
- प्रारंभिक टेलीविजन प्रसारण श्वेत-श्याम थे।
- 1953 में CBS (अमेरिका) ने पहला सफल रंगीन कार्यक्रम प्रसारित किया।
- द्वितीय विश्व युद्ध के कारण टेलीविजन का विकास धीमा हो गया।
- युद्ध के बाद इसका विकास तेजी से हुआ।
- टेलीविजन को प्रारंभ में "तस्वीर के साथ रेडियो" कहा जाता था।



भारत में टेलीविजन का इतिहास

- 1959 में भारत में टेलीविजन का प्रारंभ एक प्रयोग के रूप में हुआ।
- शुरुआत में सप्ताह में दो दिन, एक-एक घंटे के कार्यक्रम प्रसारित होते थे।



- इसका संचालन **ऑल इंडिया रेडियो (AIR)** द्वारा किया जाता था।
- प्रारंभिक कार्यक्रम मुख्यतः **शैक्षिक** थे, जो छात्रों और किसानों के लिए थे।
- **1970 तक देश** के अन्य भागों में भी टेलीविजन केंद्र स्थापित हो गए।
- **1976 में दूरदर्शन**, AIR से अलग होकर एक स्वतंत्र विभाग बन गया।
- **SITE (1975-76)**
 - ⇒ इसका पूरा नाम **Satellite Instructional Television Experiment** है।
 - ⇒ इसका उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्रों में शिक्षा का प्रसार करना था।
 - ⇒ इसमें **ATS-6 उपग्रह** का उपयोग किया गया।
 - ⇒ यह कार्यक्रम 6 राज्यों में चलाया गया।
- **1982 में महत्वपूर्ण घटनाएँ हुईं।**
 - ⇒ एशियाई खेलों का प्रसारण किया गया।
 - ⇒ पहली बार रंगीन और राष्ट्रीय प्रसारण शुरू हुआ।
- **1983 में दूरदर्शन का विस्तार** बड़े स्तर पर किया गया।
- **1997 में प्रसार भारती** की स्थापना की गई।
- आज दूरदर्शन लगभग **90 प्रतिशत जनसंख्या तक पहुँचता है।**
- इसके कई चैनल हैं, जैसे **DD National, DD News, DD Sports, DD Bharati** आदि।

निजी टेलीविजन चैनलों का उद्भव

- प्रारंभ में केवल **दूरदर्शन का एकाधिकार** था।
- **1990 के दशक** में निजी चैनलों का विकास हुआ।
- इसके प्रमुख कारण थे:
 - ⇒ CNN द्वारा खाड़ी युद्ध का प्रसारण।
 - ⇒ केबल और सैटेलाइट तकनीक का विकास।
- भारत का पहला निजी हिंदी चैनल **Zee TV** था।
- **STAR TV** के आगमन से टेलीविजन में प्रतिस्पर्धा बढ़ी।



- 1995 में सुप्रीम कोर्ट का निर्णय आया। इसमें कहा गया कि वायु तरंगों पर सरकार का एकाधिकार नहीं हो सकता।
- इसके बाद कई क्षेत्रीय चैनल शुरू हुए।
- आज समाचार, फिल्म, धार्मिक और कार्टून जैसे विभिन्न प्रकार के चैनल उपलब्ध हैं।

हमारे दैनिक जीवन में टेलीविजन का प्रभाव

सकारात्मक प्रभाव

- टेलीविजन एक प्रभावी शैक्षिक माध्यम है।
- यह लोगों को विभिन्न विषयों की जानकारी प्रदान करता है।
- यह सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता बढ़ाता है।
- यह मनोरंजन प्रदान करता है और तनाव कम करता है।

नकारात्मक प्रभाव

- अधिक टेलीविजन देखने से पढ़ाई और अन्य गतिविधियाँ प्रभावित होती हैं।
- इससे मोटापा बढ़ सकता है।
- विज्ञापन लोगों में उपभोक्तावाद बढ़ाते हैं।
- हिंसात्मक कार्यक्रम बच्चों पर नकारात्मक प्रभाव डालते हैं।
- इससे रूढ़िवादी सोच विकसित हो सकती है।
- कुछ कार्यक्रम बच्चों में भय उत्पन्न करते हैं।

टेलीविजन में कुछ नए रुझान

- पारंपरिक प्रसारण विधि स्थलीय (Antenna) प्रणाली है।
- आधुनिक प्रसारण विधियाँ:
 - ⇒ केबल नेटवर्क
 - ⇒ डायरेक्ट ब्रॉडकास्ट सैटेलाइट (DBS)
- चैनलों के प्रकार:



⇒ **Free-to-air चैनल**, जो मुफ्त होते हैं।

⇒ **Pay चैनल**, जिनके लिए शुल्क देना पड़ता है।

• **नई तकनीकें:**

⇒ **IPTV (Internet Protocol Television)**

⇒ मोबाइल पर टेलीविजन देखना संभव हो गया है।

• **सुविधाएँ:**

⇒ कार्यक्रम रिकॉर्ड करना संभव है।

⇒ दर्शकों को अधिक विकल्प और नियंत्रण मिलता है।

• इंटरनेट एक नया माध्यम है, जो टेलीविजन के लिए **चुनौती बन रहा है।**

• नए माध्यम में दर्शकों की **भागीदारी बढ़ गई है।**

• नया रुझान: **रियलिटी शो**, जिनमें दर्शकों की भागीदारी होती है।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. टेलीविजन का जनक किसे माना जाता है?

उत्तर- जॉन बेयर्ड को टेलीविजन का जनक माना जाता है। उन्होंने टेलीविजन तकनीक के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया।

प्रश्न-2. SITE कार्यक्रम क्या था?

उत्तर- SITE एक उपग्रह आधारित शैक्षिक कार्यक्रम था। इसे 1975-76 में ग्रामीण क्षेत्रों में शिक्षा और जानकारी पहुँचाने के लिए शुरू किया गया था।

प्रश्न-3. भारत में 1982 का क्या महत्व है?

उत्तर- 1982 में एशियाई खेलों का प्रसारण हुआ। इसी वर्ष भारत में पहली बार रंगीन और राष्ट्रीय टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआ।



प्रश्न-4. टेलीविजन के दो सकारात्मक प्रभाव लिखिए।

उत्तर- टेलीविजन शिक्षा और जानकारी प्रदान करता है। यह सामाजिक जागरूकता बढ़ाता है और लोगों को मनोरंजन भी देता है।

प्रश्न-5. IPTV क्या है?

उत्तर- IPTV एक ऐसी तकनीक है जिसमें इंटरनेट के माध्यम से टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे दर्शकों को अधिक नियंत्रण और विकल्प मिलते हैं।



2

टेलीविजन चैनल

परिचय

टेलीविजन चैनलों की संख्या और विविधता में समय के साथ बहुत वृद्धि हुई है। आज विभिन्न दर्शकों की जरूरतों के अनुसार अलग-अलग प्रकार के चैनल उपलब्ध हैं। इसमें टेलीविजन चैनलों की श्रेणियों, कार्यक्रमों के प्रकार और उनके विभिन्न फॉर्मेट का अध्ययन किया गया है।

विभिन्न श्रेणियों के टेलीविजन चैनल

- टेलीविजन विभिन्न दर्शक समूहों जैसे बच्चे, महिलाएँ, युवा, किसान आदि के लिए अलग-अलग चैनल प्रदान करता है।
- ऐसे कार्यक्रम जो विशेष दर्शकों के लिए होते हैं, उन्हें **विशेष दर्शक कार्यक्रम** कहा जाता है।

समाचार चैनल

- **समाचार चैनल** वे चैनल हैं जो समाचार और समसामयिक घटनाओं का प्रसारण करते हैं।
- पहले समाचार निश्चित समय पर प्रसारित होते थे।
- वर्तमान में समाचार चैनल **24 घंटे (24x7)** प्रसारण करते हैं।
- समाचार वह सूचना है जो हाल की घटनाओं के बारे में मीडिया द्वारा प्रस्तुत की जाती है।



खेल चैनल

- **खेल चैनल** खेलों से संबंधित कार्यक्रमों का प्रसारण करते हैं।
- इन चैनलों पर खेलों का प्रसारण प्रायः **सीधा (Live)** होता है।
- जब लाइव प्रसारण नहीं होता, तब खेल समाचार और अन्य कार्यक्रम दिखाए जाते हैं।



कार्टून चैनल

- **कार्टून चैनल** बच्चों के लिए बनाए गए कार्यक्रमों का प्रसारण करते हैं।
- ये बच्चों में सबसे अधिक लोकप्रिय चैनल होते हैं।



- इनमें कार्टून और एनिमेशन आधारित कार्यक्रम दिखाए जाते हैं।

मनोरंजन तथा लाइफस्टाइल चैनल

- **लाइफस्टाइल चैनल** जीवनशैली से संबंधित विषयों पर आधारित होते हैं।
- इन चैनलों पर घर, परिवार, भोजन, सजावट आदि से जुड़े कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।
- ये चैनल दर्शकों की रुचियों और जीवनशैली को प्रभावित करते हैं।

विज्ञान तथा अन्वेषण संबंधी चैनल

- **विज्ञान चैनल** विज्ञान, तकनीक और खोज से संबंधित कार्यक्रमों का प्रसारण करते हैं।
- इन पर मौसम, अंतरिक्ष, प्रकृति और वैज्ञानिक खोजों से जुड़े विषय दिखाए जाते हैं।

टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रकार

- टेलीविजन कार्यक्रम विभिन्न उद्देश्यों को ध्यान में रखकर बनाए जाते हैं, इनके मुख्य उद्देश्य हैं:
 - ⇒ सूचना देना।
 - ⇒ मनोरंजन करना।
 - ⇒ शिक्षा देना।

सूचनात्मक कार्यक्रम

- **सूचनात्मक कार्यक्रम** वे कार्यक्रम हैं जिनका उद्देश्य दर्शकों को जानकारी देना होता है। इनके प्रकार हैं:
 - ⇒ समाचार बुलेटिन और समसामयिक कार्यक्रम।
 - ⇒ खेल से संबंधित कार्यक्रम।
 - ⇒ खाना बनाने से संबंधित कार्यक्रम।
 - ⇒ विज्ञान, पर्यावरण और अर्थव्यवस्था से जुड़े कार्यक्रम।

मनोरंजन कार्यक्रम

- **मनोरंजन कार्यक्रम** दर्शकों को आनंद और मनोरंजन प्रदान करते हैं। इनके प्रकार हैं:
 - ⇒ धारावाहिक और नाटक।
 - ⇒ कॉमेडी कार्यक्रम।



- ⇒ संगीत कार्यक्रम।
- ⇒ गेम शो।
- ⇒ चैट शो।
- ⇒ कार्टून कार्यक्रम।
- ⇒ हॉरर और फैटेसी कार्यक्रम।
- ⇒ रियलिटी शो।

शैक्षिक कार्यक्रम

- **शैक्षिक कार्यक्रम** दर्शकों को शिक्षा और ज्ञान प्रदान करते हैं। इनके प्रकार हैं:
 - ⇒ दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रम।
 - ⇒ स्वास्थ्य, स्वच्छता और फिटनेस से संबंधित कार्यक्रम।
 - ⇒ कृषि और ग्रामीण विकास से जुड़े कार्यक्रम।
 - ⇒ साक्षरता और सामाजिक विकास कार्यक्रम।
 - ⇒ संस्कृति और कला से संबंधित कार्यक्रम।

टेलीविजन कार्यक्रमों के विभिन्न फॉर्मेट

- टेलीविजन कार्यक्रमों के दो मुख्य फॉर्मेट होते हैं।

1. काल्पनिक कार्यक्रम

- ⇒ **काल्पनिक कार्यक्रम** कल्पना और कहानी पर आधारित होते हैं।
- ⇒ इनका मुख्य उद्देश्य दर्शकों का मनोरंजन करना होता है।
- ⇒ ये प्रायः धारावाहिक के रूप में प्रस्तुत किए जाते हैं।

2. अकाल्पनिक कार्यक्रम

अकाल्पनिक कार्यक्रम वास्तविक घटनाओं और तथ्यों पर आधारित होते हैं। इनके प्रकार हैं:

- ⇒ समाचार बुलेटिन, जिनमें समाचारों का संक्षिप्त विवरण दिया जाता है।
- ⇒ गेम और क्विज शो, जिनमें प्रश्नोत्तरी होती है।



⇒ वार्ता और परिचर्चा कार्यक्रम, जिनमें सामाजिक मुद्दों पर चर्चा की जाती है।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. टेलीविजन चैनलों की मुख्य श्रेणियाँ कौन-कौन सी हैं?

उत्तर- टेलीविजन चैनलों की मुख्य श्रेणियाँ समाचार, खेल, कार्टून, मनोरंजन एवं लाइफस्टाइल, तथा विज्ञान और अन्वेषण चैनल हैं। ये विभिन्न दर्शकों की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं।

प्रश्न-2. समाचार चैनल की परिभाषा लिखिए।

उत्तर- समाचार चैनल वे चैनल होते हैं जो 24 घंटे समाचार और समसामयिक घटनाओं का प्रसारण करते हैं। ये दर्शकों को ताज़ा और महत्वपूर्ण जानकारी प्रदान करते हैं।

प्रश्न-3. सूचनात्मक कार्यक्रम क्या होते हैं?

उत्तर- सूचनात्मक कार्यक्रम वे कार्यक्रम होते हैं जिनका उद्देश्य दर्शकों को जानकारी देना होता है। इनमें समाचार, विज्ञान, खेल और अन्य विषयों से संबंधित कार्यक्रम शामिल होते हैं।

प्रश्न-4. काल्पनिक और अकाल्पनिक कार्यक्रम में अंतर बताइए।

उत्तर- काल्पनिक कार्यक्रम कल्पना और कहानी पर आधारित होते हैं। अकाल्पनिक कार्यक्रम वास्तविक घटनाओं और तथ्यों पर आधारित होते हैं। दोनों के उद्देश्य और प्रस्तुति में अंतर होता है।

प्रश्न-5. शैक्षिक कार्यक्रमों का उद्देश्य क्या है?

उत्तर- शैक्षिक कार्यक्रमों का उद्देश्य दर्शकों को ज्ञान और शिक्षा प्रदान करना है। ये स्वास्थ्य, कृषि, साक्षरता और सामाजिक विकास जैसे विषयों पर जानकारी देते हैं।



3

टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण

परिचय

टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण एक जटिल और रचनात्मक प्रक्रिया है। इसमें कई लोग, उपकरण और चरण शामिल होते हैं। इसमें कार्यक्रम निर्माण के चरणों, आवश्यक उपकरणों, पेशेवरों और रिकॉर्डिंग की प्रक्रियाओं का अध्ययन किया गया है।

कार्यक्रम निर्माण के चरण

टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण को **तीन मुख्य चरणों** में विभाजित किया जाता है।

- ⇒ निर्माण पूर्व की अवस्था।
- ⇒ निर्माण की अवस्था।
- ⇒ निर्माण पश्चात की अवस्था।

निर्माण पूर्व की अवस्था

- यह वह चरण है जो **शूटिंग से पहले** पूरा किया जाता है।
- इसमें निम्न कार्य शामिल होते हैं:
 - ⇒ विचार मंथन और अनुसंधान।
 - ⇒ स्क्रिप्ट लेखन।
 - ⇒ कलाकारों और टीम के साथ चर्चा।
 - ⇒ आवश्यक उपकरणों और सामग्री की व्यवस्था।
 - ⇒ सेट, वेशभूषा और लोकेशन का चयन।
 - ⇒ संपादन के लिए पूर्व तैयारी।



- इस चरण में **पूर्व योजना अत्यंत आवश्यक होती है।**

निर्माण की अवस्था

- यह चरण **स्टूडियो या लोकेशन पर शूटिंग** का होता है।
- इसमें निम्न कार्य शामिल होते हैं:
 - ⇒ सभी सुविधाओं की उचित व्यवस्था।
 - ⇒ कलाकारों और टीम के साथ समन्वय।
 - ⇒ भीड़ नियंत्रण।
 - ⇒ बिना बाधा के शूटिंग करना।
 - ⇒ उत्पन्न समस्याओं का समाधान करना।

निर्माण पश्चात की अवस्था

- यह कार्यक्रम निर्माण का **अंतिम चरण** होता है।
- इसमें कार्यक्रम को **अंतिम रूप** दिया जाता है।
- इस चरण के मुख्य कार्य हैं:
 - ⇒ दृश्यों को उचित लंबाई में काटना।
 - ⇒ दृश्यों को सही क्रम में व्यवस्थित करना।
 - ⇒ टेक्स्ट और कैप्शन जोड़ना।
 - ⇒ ध्वनि और संगीत का संयोजन करना।
 - ⇒ कार्यक्रम का अंतिम संपादन करना।

टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण प्रक्रिया

निर्माण हेतु आवश्यक यंत्र व उपकरण :

1. कैमरा



- कैमरा कार्यक्रम निर्माण का मुख्य उपकरण होता है।
- यह दृश्य को विद्युत संकेत (वीडियो सिग्नल) में परिवर्तित करता है।



2. लाइट्स (प्रकाश)

- प्रकाश के बिना स्पष्ट चित्र प्राप्त नहीं किया जा सकता है।
- इसके मुख्य उद्देश्य हैं:
 - ⇒ स्पष्ट और गुणवत्तापूर्ण चित्र प्राप्त करना।
 - ⇒ वस्तु को वास्तविक रूप में प्रदर्शित करना।
 - ⇒ वातावरण और समय का प्रभाव दिखाना।



3. माइक्रोफोन

- माइक्रोफोन ध्वनि तरंगों को विद्युत संकेत (ऑडियो सिग्नल) में परिवर्तित करता है।
- यह ध्वनि को बढ़ाकर सुनने योग्य बनाता है।



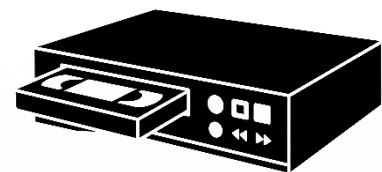
4. साउंड रिकॉर्डर

- साउंड रिकॉर्डर माइक्रोफोन द्वारा प्राप्त ध्वनि को रिकॉर्ड करता है।
- इसके कार्य हैं:
 - ⇒ ध्वनि का चयन और नियंत्रण करना।
 - ⇒ ध्वनि की गुणवत्ता में सुधार करना।
 - ⇒ विभिन्न ध्वनियों को मिलाना।



5. वीडियो टेप रिकॉर्डर

- वीडियो टेप रिकॉर्डर दृश्य और ध्वनि दोनों को रिकॉर्ड करता है।
- अधिकांश टेलीविजन कार्यक्रम पहले रिकॉर्ड किए जाते हैं।



6. पोस्ट प्रोडक्शन एडिटिंग मशीन

- यह उपकरण संपादन (Editing) के लिए उपयोग किया जाता है।
- इसमें रिकॉर्ड की गई सामग्री को चुनकर व्यवस्थित किया जाता है।
- इससे कार्यक्रम को अंतिम रूप दिया जाता है।



टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण में महत्वपूर्ण पेशेवर

टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण एक टीम वर्क होता है। इसमें प्रत्येक सदस्य की भूमिका महत्वपूर्ण होती है।

1. निर्माता (Producer)

- निर्माता कार्यक्रम निर्माण का मुख्य प्रभारी होता है।
- यह बजट और सभी गतिविधियों का समन्वय करता है।

2. निर्देशक (Director)

- निर्देशक तकनीकी और रचनात्मक कार्यों का संचालन करता है।
- यह स्क्रिप्ट को दृश्य रूप में प्रस्तुत करता है।

3. निर्माण सहायक (Production Assistant)

- निर्माण सहायक निर्माता और निर्देशक की सहायता करता है।
- यह आवश्यक संसाधनों की व्यवस्था करता है।

4. स्क्रिप्ट राइटर

- स्क्रिप्ट राइटर कार्यक्रम की स्क्रिप्ट तैयार करता है।
- इसमें संवाद, दृश्य और सेट का विवरण शामिल होता है।

5. अभिनेता (Actors)

- अभिनेता स्क्रिप्ट के अनुसार विभिन्न भूमिकाएँ निभाते हैं।



6. एंकर

- एंकर कार्यक्रम को प्रस्तुत करता है।

7. कैमरापर्सन

- कैमरापर्सन कैमरा संचालित करता है।
- यह वीडियो शूटिंग का कार्य करता है।

8. साउंड रिकॉर्डिस्ट

- साउंड रिकॉर्डिस्ट कार्यक्रम की ध्वनि रिकॉर्ड करता है।

9. कला निर्देशक

- कला निर्देशक सेट डिजाइन और सजावट के लिए जिम्मेदार होता है।

10. प्रॉपर्टी मैनेजर

- प्रॉपर्टी मैनेजर सेट और सामग्री की व्यवस्था करता है।

11. फ्लोर मैनेजर

- फ्लोर मैनेजर स्टूडियो में सभी गतिविधियों का संचालन करता है।

12. कॉस्ट्यूम डिजाइनर

- कॉस्ट्यूम डिजाइनर कलाकारों के वस्त्र तैयार करता है।

स्टूडियो तथा आउटडोर रिकॉर्डिंग

टेलीविजन कार्यक्रम दो प्रकार के स्थानों पर रिकॉर्ड किए जाते हैं।

- **स्टूडियो रिकॉर्डिंग**: यह बंद स्थान में की जाती है।
- **आउटडोर रिकॉर्डिंग**: यह खुले स्थान पर की जाती है।

सजीव (Live) टेलीविजन कार्यक्रम तथा रिकॉर्डेड टेलीविजन कार्यक्रम

1. सजीव (Live) कार्यक्रम



- ⇒ ये कार्यक्रम उसी समय प्रसारित होते हैं।
- ⇒ इनमें सुधार का अवसर बहुत कम होता है।

2. रिकॉर्डेड कार्यक्रम

- ⇒ ये कार्यक्रम पहले रिकॉर्ड किए जाते हैं।
- ⇒ बाद में इनका संपादन किया जा सकता है।
- ⇒ इनमें सुधार की संभावना अधिक होती है।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण के तीन चरण कौन-कौन से हैं?

उत्तर- टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण के तीन चरण निर्माण पूर्व की अवस्था, निर्माण की अवस्था और निर्माण पश्चात की अवस्था हैं। ये तीनों चरण मिलकर कार्यक्रम को पूर्ण रूप प्रदान करते हैं।

प्रश्न-2. निर्माण पूर्व अवस्था का क्या महत्व है?

उत्तर- निर्माण पूर्व अवस्था में योजना, अनुसंधान और स्क्रिप्ट तैयार की जाती है। यह पूरे कार्यक्रम की नींव होती है और इसके सही होने से अन्य चरण सरल हो जाते हैं।

प्रश्न-3. कैमरा का कार्य क्या है?

उत्तर- कैमरा दृश्य को विद्युत संकेत में परिवर्तित करता है। यह वीडियो सिग्नल बनाकर दृश्य को रिकॉर्ड करने योग्य बनाता है।

प्रश्न-4. निर्देशक की भूमिका क्या होती है?

उत्तर- निर्देशक कार्यक्रम के तकनीकी और रचनात्मक पक्ष का संचालन करता है। वह स्क्रिप्ट को दृश्य रूप देता है और पूरी टीम का निर्देशन करता है।

प्रश्न-5. लाइव और रिकॉर्डेड कार्यक्रम में अंतर बताइए।

उत्तर- लाइव कार्यक्रम सीधे प्रसारित होते हैं और उनमें सुधार की संभावना कम होती है। रिकॉर्डेड कार्यक्रम पहले रिकॉर्ड किए जाते हैं और बाद में संपादित किए जा सकते हैं।



4

विज्ञापन उद्योग

परिचय

विज्ञापन जनसंचार का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। यह लोगों को विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी देता है और उनकी सोच तथा निर्णय को प्रभावित करता है। विज्ञापन उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं और इच्छाओं को समझकर उन्हें खरीद के लिए प्रेरित करता है।

विज्ञापन के सिद्धांत

- विज्ञापन उपभोक्ताओं को उत्पाद और सेवाओं के बारे में जानकारी देता है।
- यह लोगों की आवश्यकताओं और इच्छाओं को प्रभावित करता है।
- उपभोक्ता की मुख्य आवश्यकताएँ:
 - ⇒ सुरक्षा।
 - ⇒ प्रेम।
 - ⇒ सम्मान।
 - ⇒ आत्मविश्वास।
- मुख्य सिद्धांत:
 - ⇒ विज्ञापन का उद्देश्य उपभोक्ता का ध्यान आकर्षित करना होता है।
 - ⇒ यह रंग, आकार, स्लोगन और प्रस्तुति के माध्यम से किया जाता है।
- विज्ञापन उपभोक्ताओं में इच्छा उत्पन्न करता है।
- यह उत्पाद के प्रति विश्वास और निश्चितता भी पैदा करता है।



विज्ञापन की योजना बनाना

- विज्ञापन बनाने से पहले योजना बनाना आवश्यक होता है।
- योजना बनाते समय ध्यान रखने योग्य बिंदु:
 - ⇒ कंपनी विज्ञापन क्यों करना चाहती है।
 - ⇒ विज्ञापन का उद्देश्य क्या है।
 - ⇒ लक्षित समूह कौन है।
 - ⇒ विज्ञापन के माध्यम से क्या संदेश देना है।
 - ⇒ लक्षित समूह कहाँ स्थित है।
 - ⇒ किस माध्यम से दर्शकों तक पहुँचना है।
 - ⇒ विज्ञापन कितने समय तक चलेगा।
 - ⇒ विज्ञापन की लंबाई कितनी होगी।
 - ⇒ विज्ञापन की भाषा क्या होगी।
 - ⇒ किस प्रकार की दृश्य सामग्री का उपयोग किया जाएगा।

विज्ञापन हेतु दिशा-निर्देश

- विज्ञापन बनाते समय कुछ नियमों का पालन आवश्यक होता है।
- प्रमुख दिशा-निर्देश:
 - ⇒ तंबाकू, शराब आदि के विज्ञापन का प्रत्यक्ष समर्थन नहीं किया जा सकता है।
 - ⇒ शीतल पेय के विज्ञापन में सही जानकारी देना आवश्यक है।
 - ⇒ औषधि के विज्ञापन के लिए अनुमति आवश्यक होती है।
 - ⇒ विज्ञापन में भ्रामक या झूठे दावे नहीं होने चाहिए।
 - ⇒ यह संविधान और नैतिकता के अनुरूप होना चाहिए।



- ⇒ किसी धर्म, जाति या राष्ट्रीयता का अपमान नहीं होना चाहिए।
- ⇒ हिंसा और अपराध को बढ़ावा नहीं देना चाहिए।
- ⇒ महिलाओं को कमजोर या असहाय रूप में प्रस्तुत नहीं करना चाहिए।
- ⇒ विज्ञापन को समाचार के रूप में प्रस्तुत नहीं करना चाहिए।

एक पेशे के रूप में विज्ञापन

विज्ञापन क्षेत्र में अनेक रोजगार के अवसर उपलब्ध हैं।

विज्ञापन एजेंसी की संरचना

- विज्ञापन एजेंसी विभिन्न विशेषज्ञों से मिलकर बनती है।
- मुख्य घटक:
 - ⇒ क्रिएटिव टीम।
 - ⇒ मीडिया प्लानर।
 - ⇒ मार्केट रिसर्च टीम।
 - ⇒ प्रोडक्शन टीम।

मुख्य पद और कार्य :

क्रिएटिव डायरेक्टर

- विज्ञापन निर्माण का नेतृत्व करता है।
- टीम के कार्यों का समन्वय करता है।

कॉपीराइटर

- विज्ञापन के शब्द, स्लोगन और संवाद लिखता है।

विजुअलाइज़र

- विज्ञापन के दृश्य और डिजाइन तैयार करता है।



फ्रीलांसर

- स्वतंत्र रूप से कार्य करने वाला व्यक्ति होता है।

मीडिया प्लानर

- विज्ञापन के लिए माध्यम और बजट तय करता है।

मार्केट रिसर्च

- उपभोक्ताओं से संबंधित जानकारी एकत्र और विश्लेषण करता है।

विज्ञापन तथा जनसंपर्क में अंतर

विज्ञापन

- इसके लिए भुगतान किया जाता है।
- यह प्रत्यक्ष और स्पष्ट होता है।
- दर्शक तुरंत समझ जाते हैं कि यह विज्ञापन है।

जनसंपर्क

- इसमें सीधा भुगतान नहीं किया जाता है।
- यह अप्रत्यक्ष और सूक्ष्म होता है।
- दर्शक तुरंत पहचान नहीं पाते कि यह प्रचार है।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य क्या है?

उत्तर- विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ताओं का ध्यान आकर्षित करना और उन्हें उत्पाद या सेवा खरीदने के लिए प्रेरित करना होता है। यह उनकी आवश्यकताओं और इच्छाओं को प्रभावित करता है।

प्रश्न-2. जिंगल क्या होता है?

उत्तर- जिंगल एक तुकबंदी वाला गीत होता है, जिसका उपयोग किसी उत्पाद के प्रचार के लिए किया जाता है। यह दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने में सहायक होता है।



प्रश्न-3. विज्ञापन योजना बनाते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

उत्तर- विज्ञापन योजना बनाते समय उद्देश्य, लक्षित समूह, संदेश, माध्यम, समय, भाषा और सामग्री का ध्यान रखना चाहिए। ये सभी तत्व प्रभावी विज्ञापन बनाने में महत्वपूर्ण होते हैं।

प्रश्न-4. विज्ञापन में दिशा-निर्देश क्यों आवश्यक हैं?

उत्तर- दिशा-निर्देश आवश्यक हैं ताकि विज्ञापन भ्रामक न हो और समाज पर नकारात्मक प्रभाव न पड़े। यह नैतिकता, कानून और सामाजिक मूल्यों की रक्षा करते हैं।

प्रश्न-5. विज्ञापन और जनसंपर्क में अंतर बताइए।

उत्तर- विज्ञापन एक भुगतान किया गया और स्पष्ट माध्यम है, जबकि जनसंपर्क अप्रत्यक्ष और बिना भुगतान का होता है। दोनों का उद्देश्य लोगों तक संदेश पहुँचाना होता है, लेकिन उनकी विधि अलग होती है।



5

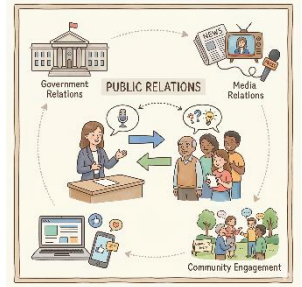
जनसंपर्क - एक परिचय

परिचय

जनसंपर्क एक महत्वपूर्ण संचार प्रक्रिया है। यह संगठन और जनता के बीच संबंध स्थापित करता है। यह लोगों की सोच, दृष्टिकोण और व्यवहार को प्रभावित करता है तथा आपसी समझ को मजबूत बनाता है।

जनसंपर्क की अवधारणा

- जनसंपर्क (Public Relations) संगठन और जनता के बीच द्विपक्षीय संचार प्रक्रिया है।
- इसमें संगठन और जनता के बीच निरंतर संवाद स्थापित किया जाता है।
- इसका उद्देश्य जनता की सोच और दृष्टिकोण को प्रभावित करना होता है।
- जनसंपर्क के माध्यम से लोगों को समझाया जाता है और उनका सहयोग प्राप्त किया जाता है।
- जनसंपर्क की मुख्य विशेषताएँ:
 - ⇒ यह एक संचार प्रक्रिया है।
 - ⇒ इसमें प्राप्तकर्ता (Audience) महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
 - ⇒ संचार का प्रभाव प्राप्तकर्ता की समझ पर निर्भर करता है।
- जनसंपर्क का मुख्य केंद्र जनता (Public) होती है।
- प्रभावी जनसंपर्क के लिए जनता की रुचि, आवश्यकताओं और अपेक्षाओं को समझना आवश्यक है।



जनसंपर्क की प्रक्रिया के चरण

- जागरूकता (Awareness):
 - ⇒ संदेश जनता तक पहुँचना आवश्यक है।
- स्वीकार्यता (Acceptance):
 - ⇒ जनता को संदेश को समझकर स्वीकार करना चाहिए।



- **कार्यवाही (Action):**

⇒ जनता को संदेश के अनुसार कार्य करना चाहिए।

भारत में जनसंपर्क का उद्भव

- प्राचीन भारत में भी जनसंपर्क के रूप विद्यमान थे।
- राजा और शासक जनता की राय जानने के लिए विभिन्न उपाय अपनाते थे।
- धार्मिक और सामाजिक नेताओं ने सरल भाषा में संचार किया और लोगों को प्रभावित किया।
- आधुनिक काल में 1920 के दशक में भारतीय रेल ने जनसंपर्क गतिविधियाँ शुरू कीं।
- प्रदर्शनियाँ, समारोह और विज्ञापन के माध्यम से लोगों को जानकारी दी गई।

सरकारी जनसंपर्क संरचना

- लोकतंत्र में सरकार को जनता का समर्थन प्राप्त करना आवश्यक होता है।
- इसके लिए सरकार जनसंपर्क का उपयोग करती है।
- स्वतंत्रता के बाद 1947 में सूचना और प्रसारण मंत्रालय की स्थापना की गई।

मुख्य मीडिया इकाइयाँ

- **ऑल इंडिया रेडियो (AIR)** जनता तक सूचना पहुँचाता है।
- **दूरदर्शन (DD)** टेलीविजन के माध्यम से प्रसारण करता है।
- **फिल्म्स डिवीजन (FD)** फिल्में और दृश्य सामग्री तैयार करता है।
- **प्रेस सूचना ब्यूरो (PIB)** समाचार पत्रों को आधिकारिक जानकारी देता है।
- **रजिस्ट्रार ऑफ न्यूजपेपर्स (RNI)** समाचार पत्रों का पंजीकरण करता है।
- **फोटो डिवीजन** सरकारी गतिविधियों की तस्वीरें उपलब्ध कराता है।
- **फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट ऑफ इंडिया (FTII)** प्रशिक्षण प्रदान करता है।
- **डायरेक्टरेट ऑफ एडवर्टाइजिंग एंड विजुअल पब्लिसिटी (DAVP)** विज्ञापन और प्रचार कार्य करता है।
- **सॉन्ना एंड ड्रामा डिवीजन** सांस्कृतिक माध्यमों से प्रचार करता है।



- **पब्लिकेशन डिवीजन** प्रकाशन कार्य करता है।

मुख्य कार्य

- सरकार की योजनाओं और कार्यक्रमों की जानकारी देना।
- जनता को जागरूक और प्रेरित करना।
- जनता की प्रतिक्रिया प्राप्त करना, जिसे फीडबैक कहा जाता है।

जनसंपर्क के प्रकार

जनसंपर्क एक बहुआयामी प्रक्रिया है, जिसके विभिन्न प्रकार होते हैं।

उत्पाद जनसंपर्क

उत्पाद जनसंपर्क का उद्देश्य उत्पाद को बाजार में प्रस्तुत करना और लोगों को उसके बारे में जानकारी देना होता है।

- इसके प्रमुख तरीके हैं:
 - ⇒ विशेष कार्यक्रमों का आयोजन।
 - ⇒ प्रदर्शनी लगाना।
 - ⇒ विंडो डिस्प्ले करना।
 - ⇒ प्रेस कॉन्फ्रेंस आयोजित करना।
 - ⇒ मुद्रित सामग्री का वितरण करना।

कर्मचारी संबंध (Employee Relations)

- कर्मचारियों के साथ अच्छे संबंध बनाए रखना आवश्यक होता है।
- इसके प्रमुख उपाय हैं:
 - ⇒ न्यूज़लेटर के माध्यम से जानकारी देना।
 - ⇒ कर्मचारियों के कार्य की प्रशंसा करना।
 - ⇒ पुरस्कार और प्रोत्साहन देना।
 - ⇒ शिक्षा के अवसर प्रदान करना।



सरकारी तथा राजनीतिक संबंध

- यह जनता का समर्थन प्राप्त करने के लिए किया जाता है।
- इसके प्रमुख तरीके हैं:
 - ⇒ चुनाव अभियान और जनसभाएँ आयोजित करना।
 - ⇒ पोस्टर और होर्डिंग लगाना।
 - ⇒ योजनाओं की घोषणा करना।

समुदाय संबंध

- समुदाय के साथ अच्छे संबंध स्थापित करना आवश्यक होता है।
- इसके प्रमुख कार्य हैं:
 - ⇒ सार्वजनिक स्थानों का विकास करना।
 - ⇒ सफाई और सौंदर्यीकरण करना।
 - ⇒ स्वास्थ्य सेवाएँ उपलब्ध कराना।
 - ⇒ सामाजिक कार्यक्रम आयोजित करना।
 - ⇒ आपदा के समय सहायता प्रदान करना।

TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. जनसंपर्क क्या है?

उत्तर- जनसंपर्क एक द्विपक्षीय संचार प्रक्रिया है, जिसमें संगठन और जनता के बीच संबंध स्थापित किए जाते हैं। इसका उद्देश्य लोगों की सोच को प्रभावित करना और उनका सहयोग प्राप्त करना होता है।

प्रश्न-2. जनसंपर्क की प्रक्रिया के चरण कौन-कौन से हैं?

उत्तर- जनसंपर्क की प्रक्रिया के तीन चरण जागरूकता, स्वीकार्यता और कार्यवाही हैं। इन चरणों के माध्यम से संदेश जनता तक पहुँचता है और प्रभाव उत्पन्न करता है।



प्रश्न-3. भारत में जनसंपर्क का आधुनिक विकास कब हुआ?

उत्तर- भारत में जनसंपर्क का आधुनिक विकास 1920 के दशक में हुआ, जब भारतीय रेल ने प्रचार और संचार गतिविधियाँ शुरू कीं।

प्रश्न-4. सरकारी जनसंपर्क का उद्देश्य क्या है?

उत्तर- सरकारी जनसंपर्क का उद्देश्य जनता को योजनाओं की जानकारी देना, उन्हें जागरूक करना और उनका समर्थन प्राप्त करना होता है।

प्रश्न-5. जनसंपर्क के प्रकार बताइए।

उत्तर- जनसंपर्क के मुख्य प्रकार उत्पाद जनसंपर्क, कर्मचारी संबंध, सरकारी एवं राजनीतिक संबंध तथा समुदाय संबंध हैं।



6

परंपरागत माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यम - तुलनात्मक अध्ययन

परिचय

परंपरागत और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम दोनों जनसंचार के महत्वपूर्ण साधन हैं। प्रत्येक माध्यम की अपनी विशेषताएँ, उपयोगिता और सीमाएँ होती हैं। इन दोनों माध्यमों को समझकर ही किसी संदेश के लिए उचित माध्यम का चयन किया जा सकता है।

परंपरागत माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया: लाभ तथा हानि

- प्रत्येक माध्यम के अपने गुण और दोष होते हैं।
- कोई भी माध्यम पूरी तरह सभी परिस्थितियों में उपयुक्त नहीं होता।



परंपरागत माध्यमों के लाभ

- यह मानवीय संचार में अत्यंत प्रभावी होता है।
- इसमें विशेष तकनीकी प्रशिक्षण की आवश्यकता नहीं होती।
- यह संस्कृति और परंपरा से जुड़ा होता है।
- यह लोगों के जीवन से गहराई से जुड़ा होता है।
- इसमें तत्काल प्रतिक्रिया (Feedback) प्राप्त होती है।
- यह कम लागत वाला माध्यम होता है।
- यह आसानी से याद रखा जा सकता है।
- यह स्थानीय स्तर पर अधिक प्रभावी होता है।
- यह भावनात्मक प्रभाव अधिक उत्पन्न करता है।
- यह दर्शकों के साथ सीधे संपर्क स्थापित करता है।



इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लाभ

- इसकी पहुंच व्यापक होती है।
- यह संदेश को तुरंत प्रसारित कर सकता है।
- यह एक साथ बड़े समूह तक पहुँचता है।
- इसमें दृश्य और श्रव्य दोनों का उपयोग होता है।
- सामग्री का संग्रह और पुनः उपयोग संभव है।
- इसमें लाइव प्रसारण संभव है।

परंपरागत माध्यमों की हानियाँ

- इसका प्रदर्शन स्थान सीमित होता है।
- इसकी पहुंच सीमित होती है।
- सीमित दर्शकों को प्रभावित करता है।
- सामग्री का संग्रह सीमित होता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की हानियाँ

- इसमें व्यक्तिगत संपर्क कम होता है।
- प्रतिक्रिया धीमी होती है।
- यह महंगा माध्यम होता है।
- इसके लिए तकनीकी प्रशिक्षण आवश्यक होता है।
- ग्रामीण क्षेत्रों में इसकी पहुंच सीमित हो सकती है।

परंपरागत माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया: प्रकृति

परंपरागत माध्यम

- यह अनौपचारिक और लोक आधारित माध्यम होता है।
- यह ग्रामीण और अशिक्षित लोगों के लिए अधिक प्रभावी होता है।
- यह सामाजिक और सांस्कृतिक मूल्यों को व्यक्त करता है।



- यह शिक्षा और जागरूकता फैलाने में सहायक होता है।
- यह मनोरंजन के माध्यम से संदेश देता है।

परंपरागत माध्यम के प्रमुख रूप

- प्रदर्शन।
- मेला।
- विशेषज्ञों से संवाद।
- कठपुतली।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

- यह आधुनिक और तकनीकी आधारित माध्यम है।
- यह **दृश्य और श्रव्य प्रभाव** उत्पन्न करता है।
- यह त्वरित और समयबद्ध संचार प्रदान करता है।
- यह बड़े क्षेत्र को कवर करता है।
- यह लोगों की जीवनशैली और व्यवहार को प्रभावित करता है।

परंपरागत माध्यमों तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में पारस्परिक संबंध

- दोनों माध्यम एक-दूसरे के **पूरक** हैं।
- परंपरागत माध्यम आज भी समाज में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।
- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने परंपरागत माध्यमों के प्रसार को बढ़ाया है।
- परंपरागत माध्यमों ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की प्रस्तुति को समृद्ध किया है।
- संयुक्त उपयोग के लाभ:
 - ⇒ संदेश का प्रभाव बढ़ता है।
 - ⇒ ग्रामीण क्षेत्रों में बेहतर संचार संभव होता है।
 - ⇒ विकास और जागरूकता कार्यक्रम अधिक प्रभावी होते हैं।



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. परंपरागत माध्यम क्या है?

उत्तर- परंपरागत माध्यम वह संचार माध्यम है जो लोक संस्कृति और परंपरा से जुड़ा होता है। यह सीधे लोगों के साथ संपर्क स्थापित करता है और स्थानीय स्तर पर प्रभावी होता है।

प्रश्न-2. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दो लाभ लिखिए।

उत्तर- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की पहुंच व्यापक होती है और यह संदेश को तुरंत प्रसारित करता है। इसमें दृश्य और श्रव्य दोनों का उपयोग होता है।

प्रश्न-3. परंपरागत माध्यम की एक हानि लिखिए।

उत्तर- परंपरागत माध्यम की पहुंच सीमित होती है और यह केवल सीमित दर्शकों को प्रभावित कर पाता है।

प्रश्न-4. परंपरागत और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में संबंध बताइए।

उत्तर- दोनों माध्यम एक-दूसरे के पूरक हैं। परंपरागत माध्यम स्थानीय प्रभाव बढ़ाते हैं, जबकि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया व्यापक पहुंच प्रदान करता है।

प्रश्न-5. परंपरागत माध्यम क्यों महत्वपूर्ण हैं?

उत्तर- परंपरागत माध्यम संस्कृति और समाज से जुड़े होते हैं। ये लोगों तक आसानी से पहुँचते हैं और विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों में प्रभावी संचार का साधन हैं।



7

परंपरागत माध्यमों द्वारा संप्रेषण

परिचय

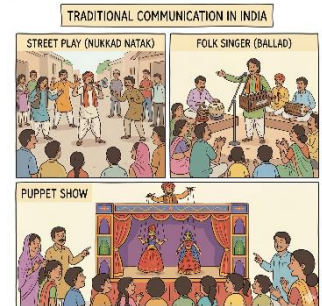
संप्रेषण एक सतत प्रक्रिया है, जिसके माध्यम से व्यक्ति अपने विचार, भावनाएँ और जानकारी दूसरों तक पहुँचाता है। परंपरागत माध्यम इस प्रक्रिया को सरल, सजीव और प्रभावी बनाते हैं। ये माध्यम समाज, संस्कृति और लोगों के दैनिक जीवन से गहराई से जुड़े होते हैं।

परंपरागत माध्यमों द्वारा संप्रेषण

संप्रेषण (Communication) : विचारों, भावनाओं और सूचनाओं का आदान-प्रदान करने की प्रक्रिया।

परंपरागत माध्यम

- यह सरल, सजीव और स्वाभाविक माध्यम होते हैं।
- इनका उपयोग बिना बिजली और तकनीक के भी किया जा सकता है।
- यह कम संसाधनों में भी प्रभावी संप्रेषण करते हैं।
- यह दर्शकों के साथ **प्रत्यक्ष संपर्क** स्थापित करते हैं।
- यह स्थानीय और सांस्कृतिक रूप से जुड़े होते हैं।



विशेषताएँ

- **लोचपूर्ण (Flexible)** होते हैं।
- **सजीव (Live)** होते हैं।
- **स्वाभाविक (Natural)** होते हैं।
- भाषा की बाधा कम होती है।
- विज्ञापनों पर निर्भर नहीं होते हैं।



- संदेश उपयोगी और उद्देश्यपूर्ण होते हैं।
- मनोरंजन और शिक्षा दोनों प्रदान करते हैं।

सामाजिक-आर्थिक तथा पारंपरिक संप्रेषण के अंग के रूप में परंपरागत माध्यम

- परंपरागत माध्यम सामाजिक जीवन का अभिन्न हिस्सा होते हैं।
- यह समाज में जागरूकता और विकास को बढ़ावा देते हैं।
- यह लोगों के बीच संबंध और सहयोग बढ़ाते हैं।
- **भूमिका :**
 - ⇒ सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता फैलाना।
 - ⇒ स्वास्थ्य, स्वच्छता और जनसंख्या जैसे विषयों पर जानकारी देना।
 - ⇒ लोगों में सहभागिता और समझ विकसित करना।
- **विशेषताएँ :**
 - ⇒ यह व्यक्तिगत और अंतरंग संप्रेषण प्रदान करते हैं।
 - ⇒ यह आसानी से समझे और स्वीकार किए जाते हैं।
 - ⇒ यह विभिन्न सामाजिक और सांस्कृतिक कार्यक्रमों में उपयोग होते हैं।

परंपरागत माध्यमों के प्रयोग

- परंपरागत माध्यमों का उपयोग विभिन्न **सामाजिक मुद्दों** पर जागरूकता फैलाने के लिए किया जाता है।
- यह लोगों में **संवेदनशीलता और समझ** विकसित करते हैं।
- **उपयोग के क्षेत्र :**
 - ⇒ स्वास्थ्य संबंधी विषयों की जानकारी देना।
 - ⇒ सामाजिक समस्याओं पर जागरूकता फैलाना।
 - ⇒ राष्ट्रीय आंदोलनों और अभियानों में उपयोग।



• प्रमुख रूप :

- ⇒ बैलाड (Ballad) : गीत के रूप में प्रस्तुत कहानी, जो प्रभावी संप्रेषण करती है।
- ⇒ नुक्कड़ नाटक : छोटे नाटक जो किसी भी स्थान पर प्रस्तुत किए जा सकते हैं।
- ⇒ यह दर्शकों पर गहरा प्रभाव डालते हैं।

• ध्यान रखने योग्य बातें :

- ⇒ परंपरागत माध्यमों के मूल रूप में परिवर्तन नहीं करना चाहिए।
- ⇒ संदेश को सही और स्पष्ट रूप में प्रस्तुत करना चाहिए।

परंपरागत माध्यमों का भविष्य

- परंपरागत माध्यमों का अस्तित्व दर्शकों के समर्थन पर निर्भर करता है।
- लोगों द्वारा दिया गया आर्थिक सहयोग इन माध्यमों को बनाए रखता है।

• चुनौतियाँ :

- ⇒ आधुनिक मीडिया के कारण इनका महत्व कम हो रहा है।
- ⇒ कई माध्यम धीरे-धीरे समाप्त हो रहे हैं।
- ⇒ कलाकार अन्य क्षेत्रों की ओर जा रहे हैं।

• संरक्षण के उपाय :

- ⇒ इन माध्यमों को सीखना और आगे बढ़ाना।
- ⇒ इनके प्रति लोगों में रुचि उत्पन्न करना।
- ⇒ सरकार और संस्थाओं द्वारा समर्थन देना।

• सरकारी प्रयास :

- ⇒ विभिन्न संस्थाओं द्वारा संरक्षण और प्रचार।
- ⇒ जागरूकता कार्यक्रमों में उपयोग।



TOP 5 QUESTIONS

प्रश्न-1. संप्रेषण क्या है?

उत्तर- संप्रेषण विचारों, भावनाओं और सूचनाओं के आदान-प्रदान की प्रक्रिया है। इसके माध्यम से लोग एक-दूसरे से जुड़ते हैं और जानकारी साझा करते हैं।

प्रश्न-2. परंपरागत माध्यम की दो विशेषताएँ लिखिए।

उत्तर- परंपरागत माध्यम सजीव और स्वाभाविक होते हैं। ये दर्शकों के साथ प्रत्यक्ष संपर्क स्थापित करते हैं और स्थानीय संस्कृति से जुड़े होते हैं।

प्रश्न-3. बैलाड क्या है?

उत्तर- बैलाड एक गीतात्मक कहानी होती है, जिसे संगीत के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। यह प्रभावी और सरल तरीके से संदेश पहुँचाती है।

प्रश्न-4. परंपरागत माध्यमों का उपयोग कहाँ किया जाता है?

उत्तर- परंपरागत माध्यमों का उपयोग सामाजिक जागरूकता, स्वास्थ्य, शिक्षा और विभिन्न अभियानों में किया जाता है। ये लोगों को जागरूक और प्रेरित करने में सहायक होते हैं।

प्रश्न-5. परंपरागत माध्यमों के सामने क्या चुनौती है?

उत्तर- आधुनिक मीडिया के बढ़ते प्रभाव के कारण परंपरागत माध्यमों का महत्व कम हो रहा है। कई माध्यम समाप्त हो रहे हैं और इन्हें बचाने के लिए संरक्षण आवश्यक है।

