

बी.ए. ऑनर्स हिन्दी पत्रकारिता एवं जनसंचार**DEPARTMENT OF HINDI****Category I**

बी.ए. ऑनर्स हिन्दी पत्रकारिता एवं जनसंचार **for Undergraduate Honours**
(B.A. Honours in Hindi Journalism & Mass Communication)

DSC 13 जनमाध्यम के सिद्धांत**CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE**

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
DSC 13 जनमाध्यम के सिद्धांत	4	3		1		

Learning Objectives

The Learning Objectives of this course are as follows:

1. छात्रों में जनमाध्यमों की समझ विकसित करना
2. छात्र को भारतीय संचार की अवधारणा से परिचित कराना
3. छात्रों को जनमाध्यम और समाज के बीच संबंध से अवगत कराना।
4. छात्रों को जनमाध्यम संदेशों पर व्यक्तिगत प्रतिक्रिया की पहचान कराना
5. जनसंचार के विविध प्रारूप और सिद्धांतों से परिचित कराना।

Learning Outcomes

1. जनमाध्यमों की समझ विकसित होगी।
2. संचार की भारतीय अवधारणा से परिचित होंगे।
3. जन माध्यमों के समाज पर प्रभाव का आकलन कर सकेंगे।

4. जनमाध्यमों के सिद्धांतों से परिचित होंगे।
5. जनमाध्यम के संदेशों से व्यक्तिगत प्रभाव का आकलन कर सकेंगे।

1. जनमाध्यम : परिचय

10 घंटे

- जनमाध्यम: स्वरूप एवं प्रकार
- जन माध्यम: कार्यशैली एवं उद्देश्य
- जनमाध्यमों की जनमत निर्माण में भूमिका : एगिजट पोल, ओपिनियन पोल

2. संचार के मॉडल

10 घंटे

- संचार प्रारूप (मॉडल) के प्रकार : लीनियर, नॉन लीनियर एवं मिश्रित
- प्रमुख संचार प्रारूप: अरस्तु, शैनन एवं वीवर, ऑसगुड, लासवेल एवं विल्बर श्रैम
- आधुनिक संचार प्रारूप: न्यूकॉम्ब, गर्बनर, वेस्तले एवं मैकलीन, व्हाइट गेटकीपिंग

3. जनसंचार के सिद्धांत

10 घंटे

- जनसंचार के समाजशास्त्रीय, मनोवैज्ञानिक सिद्धांत
- जनसंचार का नियामक सिद्धांत (प्रभुत्ववादी, उदारवादी, सामाजिक उत्तरदायित्व, साम्यवादी सिद्धांत, लोकतांत्रिक सहभागिता का सिद्धांत, मीडिया विकास का सिद्धांत)
- अन्य सिद्धांत: बुलेट सिद्धांत, गेटकीपिंग का सिद्धांत, क्लटीवेशनल सिद्धांत, जनसमाज सिद्धांत

4. माध्यम-प्रभाव अध्ययन

15 घंटे

- जनमाध्यमों की प्रस्तुति की समीक्षा
- फीड बैक, फीड फ़ारवर्ड
- उपभोक्तावादी संस्कृति से मीडिया में आये बदलावों की समीक्षा

प्रायोगिक कार्य

30 घंटे

- किसी एक चयनित संचार सिद्धांत की प्रासंगिकता का सर्वे और आपसी बातचीत के आधार पर पीपीटी तैयार करना

- किसी समसामयिक राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समाचार की मीडिया प्रस्तुति की केस स्टडी तैयार करना
- किसी समसामयिक सामाजिक/ आर्थिक/ राजनीतिक/ तकनीकी मुद्दे पर भाषण तैयार कर उसकी प्रस्तुति करना
- किन्हीं दो प्रिंट अथवा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों की समाचार प्रस्तुति का तुलनात्मक अध्ययन एवं प्रस्तुति
- जनमत निर्माण हेतु प्रश्नावली निर्माण और उसके आधार पर सर्वेक्षण की रिपोर्ट तैयार करना।

संदर्भ पुस्तकें :

1. भारत में जनसंचार, केवल जे कुमार, जैको पब्लिशिंग हाउस मुंबई
2. संचार के सिद्धांत, आशा हिंगड़, मधु जैन, सुशीला पारीक, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
3. संप्रेषण: प्रतिरूप एवं सिद्धांत, डॉ श्रीकांत सिंह, भारती पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स, फैजाबाद
4. संचार के मूल सिद्धांत, ओमप्रकाश सिंह, लोक भारती प्रकाशन
5. मास कम्युनिकेशन थ्योरी, डेनिस मैक्वेल, सेज पब्लिकेशन नई दिल्ली
6. कम्युनिकेशन मीडिया यस्टरडे टुडे एंड टुमारो, पीएन मल्हन, प्रकाशन विभाग नई दिल्ली
7. कम्युनिकेशन, सीएस रेडु, हिमालय पब्लिशिंग हाउस मुंबई
8. द प्रोसेस एंड इफेक्ट ऑफ मास कम्युनिकेशन, श्रैम, डब्लू एंड रोबर्ट्स डीएफ

DSC 14 हाशिए का समाज और हिंदी मीडिया

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
DSC 14 हाशिए का समाज और हिंदी मीडिया	4	3		1		

Learning Objectives

The Learning Objectives of this course are as follows:

1. हाशिए के समाज की अवधारणा से परिचित करवाना।
2. हाशिए के समाज की समस्याओं से अवगत करवाना।
3. हिंदी मीडिया में हाशिए के समाज की भूमिका बताना।
4. सामाजिक बदलाव के लिए छात्रों को तैयार करना।

Course Learning Outcomes

1. छात्र हाशिये के समाज के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।
2. छात्र समाज का महत्व समझेंगे।
3. छात्र समाज परिवर्तन के लिए तैयार होंगे।

1. भारतीय सामाजिक व्यवस्था और हाशिए का समाज

10 घंटे

- हाशिए का समाज – अर्थ और अवधारणा
- भारतीय सामाजिक व्यवस्था और समस्याएं
- सामाजिक विकास में हाशिए के समाज का योगदान

2. दलित- आदिवासी समाज और मीडिया

10 घंटे

- दलित और आदिवासी वर्ग की समस्याएं
- मीडिया की मुख्यधारा दलित और आदिवासी समाज
- मीडिया की खबरें और समतामूलक समाज – निर्माण का उद्देश्य एवं सामाजिक समरसता

3. जेंडर समानता और अस्मिता विमर्श

10 घंटे

- स्त्री विमर्श की भारतीय अवधारणा
- मीडिया के जेंडर समानता के सवाल
- थर्ड जेंडर का मुद्दा और हिंदी मीडिया

4. अस्मिता विमर्श और माध्यम व्यवहार

15 घंटे

- लोक संस्कृति के पहलू और हाशिए का समाज
- जन माध्यमों का बाजार और हाशिए का जीवन
- सामाजिक न्याय और मीडिया

प्रायोगिक कार्य

30 घंटे

- महाविद्यालय में हाशिए के समाज सम्बन्धी कार्यक्रम की रिपोर्टिंग करवाना।
- किसी एक अखबार की हाशिए के समाज सम्बन्धी खबरों का विश्लेषण।
- किसी एक चैनल की हाशिए के समाज सम्बन्धी खबरों का विश्लेषण।
- हाशिए के समाज के प्रमुख व्यक्तित्व से भेंटवार्ता और साक्षात्कार।

सहायक पुस्तकें :

1. मीडिया के सामाजिक सरोकार कालूराम परिहार, अनामिका पब्लिशर्स एन्ड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा०लि०मि०टेड, नईदिल्ली
2. भारतीय समाज (अनुवाद: वंदना मिश्र) श्यामा चरण दुबे, नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली
3. समकालीन मीडिया- परिदृश्य और अस्मिता मूलक विमर्श डा०मधु लोमेश, हेमाद्रि प्रकाशन, नईदिल्ली
4. आधुनिकता के आइने में दलित समाज, अभय कुमार दुबे, वाणी प्रकाशन प्रा०लि०, दिल्ली
5. स्त्रीवादी साहित्य विमर्श जगदीश्वर चतुर्वेदी, अनामिका पब्लिशर्स एन्डब्यूटर्स, दिल्ली

DSC 15 विज्ञापन

CREDIT DISTRIBUTION, ELIGIBILITY AND PRE-REQUISITES OF THE COURSE

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Eligibility criteria	Pre-requisite of the course (if any)
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
DSC 15 विज्ञापन	4	3		1		

Learning Objectives

The Learning Objectives of this course are as follows:

Course Objective

- छात्रों को मीडिया में विज्ञापन के महत्व से अवगत कराना।
- छात्रों को विज्ञापन निर्माण का व्यावहारिक अभ्यास कराना।
- छात्रों को विज्ञापन के भारतीय समाज पर पड़ने वाले प्रभाव की जानकारी देना।

Course Learning Outcomes

- छात्र मीडिया के अर्थतंत्र को जान पायेंगे।
- विज्ञापन के कॉपी निर्माण का व्यावहारिक ज्ञान होगा।
- विज्ञापन में भाषा की रचनात्मकता का महत्व सीख सकेंगे।
- विज्ञापन की आचार संहिता को जान पायेंगे।

1. विज्ञापन : अर्थ एवं सिद्धांत

10 घंटे

- विज्ञापन : अर्थ, प्रकार एवं उद्देश्य
- विज्ञापन के सिद्धांत : AIDA व DAGMAR
- ब्रांड की अवधारणा

2. माध्यमगत विज्ञापन 10 घंटे

- प्रिंट एवं ई/डिजिटल विज्ञापन की विशेषता
- रेडियो विज्ञापन
- वीडियो/टेलीविजन विज्ञापन की विशेषता

3. विज्ञापन निर्माण एवं भाषा 10 घंटे

- विज्ञापन कॉपी निर्माण एवं तत्व
- विज्ञापन में रचनात्मकता एवं भाषाई प्रयोग
- विज्ञापन अभियान एवं चरण

4. विज्ञापन एवं समाज 15 घंटे

- विज्ञापन का समाज एवं संस्कृति पर प्रभाव
- विज्ञापन परिषद की आचार संहिता
- विज्ञापन एजेंसी की संगठन संरचना

प्रायोगिक कार्य : 30 घंटे

- किसी एक विषय पर विज्ञापन की कॉपी तैयार करना।
- रेडियो जिंगल तैयार करना।
- सामाजिक जागरूकता हेतु वीडियो विज्ञापन तैयार करना।
- समाज पर विज्ञापन के प्रभाव का विश्लेषणात्मक अध्ययन करना।

सहायक पुस्तकें :

1. हिन्दी विज्ञापनों का पहला दौर, आशुतोष पार्थेश्वर, अद्वैत प्रकाशन
2. विज्ञापन व्यवसाय एवं कला, डॉ रामचंद्र तिवारी, अलेख प्रकाशन, नई दिल्ली
3. विज्ञापन तकनीक एवं संपादन, डॉ नरेंद्र यादव, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
4. विज्ञापन की दुनिया, प्रो कुमुद शर्मा, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली