એકમ–18 માધ્યમ વ્યક્તિઓ (Media Persons)

: રૂપરેખા :

18.0 ઉદ્દેશો

18.1 પ્રસ્તાવના

18.2 સમૂહ માધ્યમો

18.2.1 કાર્યો, ક્ષેત્ર અને વિસ્તરતા પરિમાણો

18.3 સમૂહ માધ્યમોનાં ઘટકો

18.3.1 મુદ્રિત માધ્યમ

18.3.2 રેડિયો પ્રસારણ

18.3.3 દૂરદર્શન

18.3.4 દૃશ્ય શ્રાવ્ય માધ્યમ

18.3.5 ચલચિત્રો

18.4 વિજ્ઞાપનો

18.5 જાહેર સંબંધો

18.6 માહિતી પ્રત્યાયન ટેક્નોલોજી અને સમુહ માધ્યમો

18.7 માહિતી સ્રોતો તરીકે માધ્યમ વ્યક્તિઓ

18.8 સંદર્ભ અને પરામર્શ સાધનો સમૂહ માધ્યમોમાં

18.9 સારાંશ

18.10 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો

18.11 ચાવીરૂપ શબ્દો

18.12 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન

18.0 ઉદ્દેશો (OBJECTIVES)

- **આ એકમ વાંચ્યા બાદ, આપ શક્તિમાન થશો કે...**
  - સમૂહ માધ્યમો અને તેનાં ઘટકતત્ત્વો સમજવા.
  - સમૂહ માધ્યમનાં ઘટકોની પ્રવૃત્તિઓ અને કાર્યાત્મક આંતરદૃષ્ટિ (સૂઝ) મેળવવા.
  - વર્તમાનપત્રો, પ્રસાર, દૂરદર્શનનાં કાર્યો અને ક્ષેત્ર પ્રાપ્ત કરવા.
  - સમૂહ માધ્યમમાં સંકળાયેલા વ્યાવસાયિકોને ઓળખવા અને ઓળખ મેળવવા.
  - માહિતીના સ્રોત તરીકે સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓનું મૂલ્યની કદર કરવી.
  - સમૂહ માધ્યમમાં સંદર્ભ અને પરામર્શ સાથે પરિચય મેળવવા.

18.1 પ્રસ્તાવના (INTRODUCTION)

આ વિભાગમાં, તમે વ્યક્તિઓની છ વિવિધ કક્ષાઓ કે જેઓ માહિતીના કિંમતી સ્રોત હોય તે પરત્વે વર્ણન મેળવશો. આ એકમમાં, માહિતીના સ્રોત તરીકે માધ્યમ વ્યક્તિઓને નિહાળીએ.

સમૂહ માધ્યમો- સમૂહ પ્રત્યાયન તરીકે પણ ઓળખાય છે. તે જાહેર અભિપ્રાય અને જાહેર નીતિ ઘડવા માટે - આકાર આપવા માટે શક્તિશાળી સાધન છે. તેઓ લગભગ પ્રત્યેક કુદરતી પ્રસંગ અને તત્કાલીન માનવ પ્રસંગો અને પ્રવૃત્તિઓનું સર્વેક્ષણ કરે છે. સમૂહ માધ્યોમાં કામ કરતી વ્યક્તિઓ માહિતીના અમૂલ્ય સ્રોતો છે. તેમનું જ્ઞાન વ્યવહારુ કૌશલ્યો અને અનુભવ કદાપી સંપૂર્ણ રીતે નોંધણી થતાં નથી તેથી જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે અન્યોને તેનો ઉપયોગ કરવા માટે ઉપલબ્ધ હોતા નથી. આથી , તેઓ તેમની જાતે માહિતીના સ્રોતો હોય છે. - જે નોંધણી માટે લાયક હોય છે. - સમૂહ માધ્યમો અને સંબંધિત પ્રવૃત્તિઓ વિશે માહિતી મેળવવા માટે.

પુસ્તકાલય અને માહિતી વ્યાવસાયિકો સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓમાં રસ ધરાવે છે. એટલા માટે નહીં કે તેઓ માહિતીનો અમૂલ્ય સ્રોતો છે પણ માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ. ખરીદ-વેચાણની તેમની પોતાની 8 પ્રવૃત્તિઓ માટે. માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ વધારે અને વધારે વાણિજ્યીક બની રહ્યાં હોવાના કારણે આપણાં પોતાના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ વેચવા અને ખરીદ વેચાણ કરવા સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓ પાસેથી વિચારો અને વિશેષજ્ઞમત પધ્ધતિઓ પાસેથી વિચારો અને વિશેષજ્ઞમત પધ્ધતિઓ અને પ્રયુક્તિઓ લગાવવાની આપણને જરૂર પડે છે.

આ એકમમાં, આપણે સમૂહ માધ્યમને કેટલુક અનાવરણ તેના ઘટકો, તેમનાં કાર્યો, ક્ષેત્ર, પરિમાણો વગેરે મેળવવા માટે પ્રયત્ન કરીશું. આપણે મુખ્ય સમૂહ માધ્યમનાં કાર્યો જેવાં કે વર્તમાનપત્રો, પ્રસારણ, દૂરદર્શન કે જે રોકી ન શકાય એ રીતે જાહેરાતો અને જાહેર સંપર્કો સાથે જોડાયેલાં છે. તેમનાં પણ અભ્યાસ કરીશું. કેન્દ્રિત થતી કમ્પ્યુટર, પ્રત્યાયન બહુ માધ્યમ અને આંગુલિક/અંકીય ટેક્નોલોજીએ - ઇન્ટરનેટ અને વેબ સાથે જોડાયેલ સમૂહ માધ્યમને વિવિધતાસભર માહિતી રજૂ કરવામાં અને તેને વિશ્વમાં કોઈ પણ સ્થળે પ્રસાર કરવામાં વિસ્તુતિકરણ અને નવીનીકરણ માટે અમર્યાદિત ક્ષેત્ર (વિસ્તાર) આપ્યો છે.

આપણે માહિતીના સ્રોતો તરીકે માધ્યમોના મૂલ્યને સમજવા માટે પ્રયત્ન કરીશું. માધ્યમોનું મૂલ્ય સમજવા આપણે તેમનાં વિવિધ કૌશલ્ય, વિશેષત્રમત અન અનુભવ કે જે માહિતીનો અમૂલ્ય સ્રોત રચે છે. તેનો અભ્યાસ કરીશું આપણે તેઓ કઈ રીતે માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓ વેચવામાં અને ખરીદ - વેચાણમાં વાપરી શકાય છે. તેની પણ ચર્ચા કરીશું.

18.2 સમૂહ માધ્યમો (MASS MEDIA)

સમૂહ માધ્યમ એ માનવોની પ્રવર્તમાન બનાવો અને પ્રવૃત્તિઓ તથા પ્રત્યેક અગત્યની કુદરતી ઘટનાઓ તથા અન્ય આવી જાહેરહિતની ઘટનાઓ વિશે લોકોને માહિતગાર કરવાની વાસ્તવિક રીતે અદ્યતન અવબોધન સેવા છે. તે લગભગ પ્રત્યેક કલ્પીય વિષયને આવરી લે છે અને તેમની પશ્ચાદ્ભૂમિકા અને જ્ઞાનની ઉપેક્ષાએ વિશાળ સ્રોતાગણ પર કેન્દ્ર હોય છે. વિદ્વાનો, સામાન્ય માણસો, વૈજ્ઞાનિકો, કલાકારો, સંગીતકારો, વાસ્તવમાં વ્યક્તિઓનું પ્રત્યેક જૂથ સમૂહ માધ્યમ દ્વારા પુરું પડાયેલ તેમના રસની કોઈ બાબત મેળવે છે. તેની માનવજીવન પર ગહન અસર હોય છે.

સમૂહ માધ્યમ આજે ચોથી જાગીર તરીકે મનાય છે. જે લોકશાહી માળખામાં જાહેર બાબતોને આકાર આપે છે, અસર કરે છે અને અપ્રત્યક્ષ રીતે સંચાલન કરે છે. જો કે માધ્યમને રાજ્યની બાબતો પર અંકુશ રાખવા માટે કોઈ બંધારણીય સત્તા હોતી નથી તેમ છતાં જે લોકશાહી વહીવટમાં અગત્યના કોઈ મુદ્દા ઉપર અભિપ્રાય ઘડવા માટે શક્તિશાળી સાધન છે અને તે સ્વીકાર્ય જાહેર નીતિએ પહોંચવામાં ખૂબ મહત્વની રીતે ફાળો આપે છે.

અહીં માધ્યમ માત્ર પ્રત્યાયનની ભૌતિક ઢબો કે જેની મારફતે માહિતી સંચારિત થાય છે તેનો ઉલ્લેખ કરતું નથી પરંતુ વિવિધ માધ્યમો (માર્ગો) જેવા કે છપાઈ તેમજ બિન - છપાઈ કે જેમની મારફતે સમાચાર અને માહિતી ઉપયોગકારને સંચારિત કરાય છે. તેનો પણ ઉલ્લેખ કરે છે. સમૂહ માધ્યમ પ્રભાવી રીતે નીચેની બાબતોનો સમાવેશ કરે છે.

- છપાઈ માધ્યમ પ્રાથમિક રીતે વર્તમાનપત્રો, લોકપ્રિય સામયિકો અને અન્ય
- રેડિયો પ્રસારણ
- દૂરદર્શન
- દૃષ્ય - શ્રાવ્ય સાધનો સીડી-ડીવીડી વગેરે અને
- ચલચિત્રો

જાહેરાત અને જાહેર સંપર્કો સમૂહ માધ્યમના સુગ્રથિત ભાગ બન્યા છે કારણ કે તેઓ એટલા આત્મીયતાથી જોડાયેલા છે કે તેમના સિવાય સમૂહ માધ્યમ કાર્ય કરવા શક્તિમાન ન રહે.

ચાલો આપણે હવે પછીના પેટા-વિભાગમાં સમૂહ માધ્યનાં કાર્યો, ક્ષેત્ર (વ્યાપ) અને વિસ્તરતા પરિમાણો જોઈએ.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

1. અદ્યતન અવબોધન સેવા તરીકે સમૂહ માધ્યમને તમે કેવી રીતે ગણો છો ?

2. સમૂહ માધ્યમના ઘટકો કયા કયા છે.

નોંધ : 1. તમારા ઉત્તરો નીચે આપેલી જગ્યામાં લખો

2. એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારા ઉત્તરો ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.2.1 કાર્યો, ક્ષેત્ર અને વિસ્તરતા પરિમાણો (Functions, Scope and Expanding Dimensions)

સમૂહ માધ્યમોનાં કાર્યો વિશાળ શ્રોતાગણને માહિતીની માહિતી આપવા, અસર કરવા, ઘડવા અથવા આકાર આપવા, મનોરંજન આપવા અને વેચવાનાં છે. વિશાળ શ્રોતાવર્ગ બાળકો, વિદ્યાર્થીઓ, જુવાનીયાઓ, વયસ્કો, વૃદ્ધો, સામાન્ય માણસો, વિદ્વાનો, વિશેષજ્ઞો, વ્યાવસાયિકો, વાસ્તવમાં પ્રત્યેક વિચાર કરી શકાય એવા જૂથનો સમાવેશ કરે છે. તમામ કાર્યક્રમોની વિવિધ કક્ષાઓનાં જૂથોને સંબંધિત થવા માટે કલ્પના કરાય છે. (વિચારાય છે) રચના કરાય અને વિકસાવાય છે. કાર્યક્રમોના સ્વરૂપના આધારે ઉપર દર્શાવ્યા મુજબનાં કાર્યો આ હેતુઓ સિદ્ધ કરવા અમલમાં મૂકાય છે.

શ્રોતાગણના રસની તમામ બાબતોનો સમાવેશ કરે એમ કાર્યક્રમોનો વિષય પણ ખૂબ વિશાળ હોય છે જેમ કે અદ્યતન પ્રવૃત્તિઓ અને પ્રસંગોના સમાચાર કલા અને સંગીત, ભાષા અને સાહિત્ય, વિજ્ઞાન અને ટેક્નોલોજી, વ્યાપાર અને ઉદ્યોગ, શિક્ષણ અને તાલીમ વ્યવસ્થાપન, ઈતિહાસ અને ભૂગોળ, પ્રવાસો અને પ્રવાસન, વાહન વ્યવહાર અને પ્રત્યાયન, કમ્પ્યુટર અને દૂરદર્શન વગેરે

આ વિષયો પૈકી કોઈપણ વિષય પર કાર્યક્રમો રજૂ કરવામાં રચનાકારો અને વિકાસકારોએ વિવિધ ભૌતિક માધ્યમોમાંથી પસંદ કરવું પડે છે.

સમૂહ માધ્યમના તમામ તત્વોને ઉચ્ચકક્ષાની બૌદ્ધિક આગતોની જરૂર પડે છે. આમ છતાં, બહુ માધ્યમની સાથે જોડાઈને માહિતી અને પ્રત્યાયન ટેક્નોલોજીના અદ્ભૂદ વિકાસની સાથે અગત્યના તત્વ તરીકે ભૌતિક માધ્યમો પર વર્ધીતભાર મૂકવામાં આવે છે કારણ કે આ માધ્યમ સંદેશ પ્રસાર કરવાના અસરકારક પર ચાવીરૂપ ઘટક ગણાય છે/સમજાય છે.

આ સંદર્ભમાં, આ સૂત્રમાં યાદ કરવું યોગ્ય છે. માધ્યમ એ જ 'સંદેશ' - જે માર્શલ મેકલુહાન દ્વારા વ્યવહારમાં મૂકાયું હતું. આનો અર્થ એ થાય છે કે કોઈપણ ભૌતિક સ્વરૂપ, માનવ અવાજ, છાપ અથવા પાઠ્યપુસ્તક અંકીય - પ્રત્યાયનનો વાહક ક્યારેય શક્ય હોય તે કરતાં વધારે મહત્વની રીતે સંદેશો, મોકલનાર, શ્રોતાગણને સમૂહ માધ્યમની અસરોને અસર કરે છે. બહુમાધ્યીય ટેક્નોલોજીના વિકાસના સાથે આ વધારે મોટું સત્ય છે.

આજે સમૂહ માધ્યમમાં માહિતીના સરળ ભૌતિક પ્રસારકો માત્ર નથી પણ જટિલ, સુગ્રથિત, આંતરમિશ્રિત અને આંતરસક્રિય પધ્ધતિ છે કે જે બહુમાધ્યમ ટેક્નોલોજી દ્વારા શક્તિમાન કરાયેલ એકલ અંકીય માહિતી પર્યાવરણમાં માહિતીની સાંધારહિત અખંડીતતા, પાઠ્યપુસ્તકો, છાપો અને ધ્વનિમાં પરિણમ્યાં છે.

સમૂહ પ્રત્યાયનમાં નવું પરિમાણ પુરું પાડતા માર્ગો (ચેનલ્સ) કે જેઓ માહિતી લઈ જાય છે. તેઓ પણ વિસ્તરી રહ્યા છે અને ભૌતિક માધ્યમો સાથે અત્યંત આંતર શિસ્તીય અને આંતર સક્રિય છે.

છતાં, માહિતી વિગતોની ગુણવત્તા કે જે વિશ્વસનીયતા, અધિકૃતતા, ઉપયોગકારને મૈત્રીપૂર્ણ

રજૂઆતના સંદર્ભમાં પ્રત્યાયન કરાય છે. તે પ્રાથમિક અગત્યની હોય છે અને સર્વોત્તમ માધ્યમ પસંદ કરાયું હોવા છતાં ગ્રાહક સુધી પહોંચતા સંદેશાની અસરકારકતાની ખાતરી આપે છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

(3) સમૂહ માધ્યમનાં કાર્યો કયાં છે ?

નોંધ : 1. આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો

2. એકમને અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.3 સમૂહ માધ્યમોનાં ઘટકો (COMPONENTS OF MASS MEDIA)

છપાઈ માધ્યમ, ખાસ કરીને દૈનિક વર્તમાનપત્રોનું મુખ્ય કાર્ય જાહેર અગત્યની પ્રત્યેક મુખ્ય બાબત વિશે જાહેર અભિપ્રાયો ઘડવાનું , માહિતી આપવાનું, અસર કરવાનું છે.

છપાઈ માધ્યમો કે જેઓ સમૂહ પ્રત્યાયન તરફ નિર્દેશ કરે છે. તે પૈકી દૈનિક વર્તમાન પત્ર કેન્દ્રિય સ્થાન મેળવે છે. દૈનિક વર્તમાન પત્રો વિવિધ આવૃત્તિઓમાં પ્રકાશિત કરાય છે. કેટલીક ઉચ્ચ વર્તમાન પત્ર એજન્સીઓ સ્થાનિક સમાચાર બનાવો અને પ્રવૃત્તિઓ ઉપર પ્રકાશ પાડવા વિવિધ શહેરોમાંથી તેમનાં દૈનિકો પ્રકાશિત કરે છે. રવિવાર આવૃત્તિઓ/પૂર્તિઓ સાપ્તાહિક સામયિકો, વિશિષ્ટ જાહેરાતો અને અન્ય પૂર્તિઓ લઈ આવે છે. દરરોજ દૈનિકો ખાસ મુદ્દાઓ ઉપર એક અથવા વધારે પૂર્તિઓ પ્રકાશિત કરે છે જેવી કે શિક્ષણ અને તાલીમ, વ્યાપાર અને અર્થ વ્યવસ્થા, ઉદ્યોગ અને વેપાર, ખેલકૂદ અને રમતો, કલા અને સંગીત, તેમનાં બજારને વિતારવા માટે વર્તમાન પત્ર એજન્સીઓ વચ્ચે તીવ્ર સ્પર્ધા અસ્તિત્વ ધરાવે છે.

ભારતમાં દૈનિક વર્તમાનપત્રો લગભગ તમામ પ્રાદેશિક ભાષાઓમાં પ્રકાશિત કરાય છે. તે પૈકી કેટલાકનો તો ખૂબ વિશાળ ફેલાવો હોય છે.

18.3.1 મુદ્રિત માધ્યમ (Print Media)

સામાન્ય રીતે દૈનિક વર્તમાન પત્રો સમાચારો, સમીક્ષાઓ અને રાજકીય, આર્થિક, સામાજિક મુદ્દાઓ, તાજા બનાવો, વ્યક્તિત્વો અને જાહેર રસના વિવિધ વિષયો પર રૂપક લેખો, હવામાન વિષે સામાન્ય માહિતી, સ્થાનિક કાર્યક્રમો અને પ્રવૃત્તિઓ, વ્યાપારી માહિતી, શેર બજાર માહિતી તથા સમાચાર અને બીજી અન્ય પ્રકારની માહિતી લઈ આવે છે. વર્તમાન ખાસ વિષયો પર સંપાદકીય લેખો રવિવારની આવૃત્તી સિવાય એ દૈનિક લક્ષણ/વિશેષતા છે.

આ સંપાદકીય લેખોનું ખાસ મૂલ્ય છે કારણ કે તે જાહેર અગત્યના મહત્વના મુદ્દાઓ ઉપર નિષ્પક્ષ/નિરપેક્ષ વિચારો વ્યક્ત કરે છે.

જાહેરાતો વર્તમાનપત્રમાં મુખ્ય ભાગની જગ્યા ધરાવે છે. એવા વર્તમાનપત્રો છે કે જેઓ સંપૂર્ણ રીતે અર્થવ્યવસ્થા અને વાણીજ્ય, વેપાર અને ઉદ્યોગ, ચલચિત્ર અને દૂરદર્શન, ખેલકૂદ અને રમતો અને આવા જાહેર હિતના અન્ય વિષયો વિષે હોય છે.

અંગ્રેજી અને પ્રાદેશિક ભાષાઓમાં સાપ્તાહિકો, પખવાડિકો અને માસિકોને સમાચારો ઉપર કેન્દ્ર હોતુ નથી સિવાય કે ખાસ 8 બાબતો વિષે સંપાદકીય લેખો પરંતુ તેમની પાસે નવલકથા ધારાવાહિકો, ટૂંકી વાર્તાઓ, કાવ્યો અને કવિતાઓ, ચલચિત્ર સમીક્ષાઓ, ખેલકૂદ બાબતો, ધાર્મિક બાબતો, તંદુરસ્તી કાળજી અને અન્ય ૧થી બાબતોનો સમાવેશ કરતાં અમુક વધારાનાં લક્ષણો હોય છે. એવાં સામયિકો હોય છે કે વિશિષ્ટરીતે સંગીત ખેલકૂદ અને રમતો, ધર્મ, ચલચિત્રો અને આવા અન્ય વિષયોને સમર્પિત હોય છે.

આ તમામ સામયિકોમાં, જાહેરાતો અભિન્ન ભાગ રચે છે અને તો ખૂબ વિશાળ જગ્યા લઈ જાય છે.

લગભગ તમામ દૈનિકો અને સામયિકોને તેમની પોતાની વેબસાઈટ હોય છે અને તે ઇન્ટરનેટ દ્વારા પ્રવેશગમ્ય હોય છે. વેબ જાહેરાતો ફરીથી આ તમાનનું લક્ષણ છે.

મોટાં વર્તમાનપત્રો કે જેમની પાસે દેશના વિવિધ ભાગો અને વિશ્વમાંથી સમાચારો મેળવવાની તેમની પોતાની કાર્યપ્રણાલી હોય છે. - સમાચાર એજન્સીઓ દ્વારા પૂરા પડાતા સમાચારો ઉપરાંત એજન્સીઓ દ્વારા પૂરા પડાતા સમાચારો ઉપરાંત તે સિવાયનાં મોટાં ભાગનાં અન્ય વર્તમાનપત્રો રાષ્ટ્રીય સમાચાર એજન્સી Press Trust of India, United News of India, Samachar અને આંતરરાષ્ટ્રીય સમાચાર એજન્સીઓ જેવી કે Reuters, Associated Press વગેરે ઉપર આધાર રાખે છે.

અન્ય સમૂહ માધ્યમોની જેમ, વર્તમાનપત્ર સંસ્થાઓ ઉચ્ચ રીતે માળખાકૃત અને સુ-વ્યવસ્થાપિત હોય છે પણ તેના સંગઠન અને કાર્યમાં અત્યંત જટિલ હોય છે. વર્તમાનપત્રનું સંચાલન સામાન્ય રીતે ત્રણ મુખ્ય વિભાગોમાં વિભાજીત હોય છે. જેમ કે સમાચાર અને સંપાદકીય લેખો, વ્યાપાર અને ઉત્પાદન.

વર્તમાનપત્ર ઉદ્યોગો બૌદ્ધિકો, શિક્ષણકારો, વ્યવસ્થાપકો અને ટેકનીશિયાનો સારુ પ્રમાણ શોષી લે છે. (ખેંચી લે છે) સંપાદકીય સંપાદકો- જુદી જુદી કક્ષાએ, રૂપક, લેખકો, કલાકારો અને વ્યંગકારો તથા ઘણા અન્ય વ્યવસ્થાપકોનો સમાવેશ કરે છે. - સંગઠનની બહારના નિષ્ણાતો વર્તમાનપત્રો દ્વારા લઈ જવાતી માહિતીને ગુણવત્તા આપવા ખૂબ ફાળો આપે છે. જાહેરાતો આજે વર્તમાનપત્રો ઉદ્યોગનો અભિન્ન અંગ રચે છે. આ જાહેરાતો તેમને પોષણ આપે છે.

પ્રકાશકોને સમૂહ માધ્યમોમાં ભૂમિકા ભજવવી પડે છે. પુસ્તકોનાં સમુહ શીર્ષકોનાં ઉત્તમ વેચાણોને વીજાણુ બજાર અને વાચકગણ હોય છે. વિપુલ પ્રમાણમાં પુસ્તકોની છપાઈ અને પ્રકાશન સાહિત્ય પ્રસાર અને વિતરણમાં મહત્વનું સીમાચિહ્ન છે.

પેપરલેહ (સખત પૂઠામાં બાંધવામાં આવેલ પુસ્તક) નો પ્રવેશ (આગમન) ને સમૂહ પ્રત્યાયન સાંસ્કૃતિક માધ્યમ તરીકે પુસ્તકોની તાજી છાપ માટે તકનીકી સાધનો પોષાય છે. ખાસ કરીને પાશ્ચાત્ય દેશોમાં સર્વોત્તમ વેચાણની દસ લાખ નકલોનું વેચાણ એ આજે સામાન્ય લક્ષણ છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

4. વર્તમાનપત્ર ઉદ્યોગમાં સમાવિષ્ટ વ્યક્તિઓની કક્ષાઓના નામ આપો.
   1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તરો લખો
   2. એકમને અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.3.2 રેડિયો પ્રસારણ (Radio Broadcasting)

રેડિયો પ્રસારણે ગઈ સદીના પાંચમા દાયકાના મધ્ય સુધી કોઈપણ જાતની સ્પર્ધા સિવાય આ સદીના શરૂઆતના અમુક દાયકાઓ માટે શ્રોતાઓને માહિતી આપી છે અને મનોરંજન આપ્યું છે. અન્ય માધ્યમોની જેમ, રેડિયો સ્ટેશન ચોવીસ કલાક સમાચાર પ્રસારિત કરે છે. સમાચારના સામયિક સાર આપે છે. વર્તમાન પ્રસંગો અને પ્રવૃત્તિઓ પર સમીક્ષાઓ, પૃથક્કરણ અને સમીક્ષાત્મક ટીકા-ટીપ્પણો આપે છે, વિવિધ રચના મનોરંજન કાર્યક્રમમાં જેવા કે સંગીત, ધારાવાહિકો, નાટકો આપે છે. સ્ત્રીઓ, બાળકો, ખેડૂતો, ઉદ્યોગપતિઓના સામાન્યરસના ઘણા કાર્યક્રમ આપે છે અને વિવિધ વય જૂથનાં બાળકો માટે ઉપયોગી માહિતી, ખેલકૂદ અને રમતોની સ્પર્ધાઓની સમીક્ષાઓ આપે છે.

રેડિયો એ વ્યક્તિ અને અનુકુલનશીલ છે અને સંભવિત રીતે રેકર્ડ કરાયેલ સંગીત જેટલો ખાનગીકરણને સવેદનશીલ હોય છે પરંતુ વિગતનાં વધારે વૈવિધ્ય સાથે તે સુવાહક અને પૂરક માધ્યમ છે અને તે દૂરદર્શન અથવા પુસ્તકો જેટલું અવિભાજીત ધ્યાન માંગતુ નથી. આ સામર્થ્યો સાથે, દૂરદર્શનની ગુંગળાવનારી સ્પર્ધા હોવા છતાં રેડિયો હાલના પ્રત્યાયન અને માહિતી સમાજમાં ખાસ સ્થાન ધરાવવાનું ચાલુ રાખે છે.

સમાચારો, સંગીત, જાહેક હીતના વિશિષ્ટ મુદ્દાઓના વાર્તાલાપ, પ્રસારણ માટે જાહેરાતોના સાચા મિશ્રણના કાર્યક્રમો ગોઠવવા એ આજના રેડિયો સ્ટેશન માટે સફળતાની ચાવી છે. સામાન્ય વર્તમાનપત્રોની જેમ, રેડિયો પણ ફેશન અને રસની બાબતોને પ્રભાવિત કરે છે, આકાર આપે છે અને વિકસાવે છે અને મનોરંજનને પણ ફાળો આપે છે.

રેડિયોના સંગઠન અને માળખામાં ત્રણ મુખ્ય ઘટકો હોય છે. જેમ કે સ્થાનિક સ્ટેશન, માળખાં અને કાર્યક્રમ પુરવઠાકારા સંગીત, ખેલકૂદ ખાસ લેખો (રૂપકો) અને સમીક્ષાઓનો સમાવેશ કરતા કાર્યક્રમ સેવાઓની વ્યૂહરચના પૂરી પડાતી વિવિધતાસભર રેડિયો માળખાં અને એજન્સીઓ છે. વર્તમાનપત્રની જેમ, રેડિયો પ્રસારણ સંગઠનનું માળખુ, રેડિયો પત્રકારત્વમાં વિશિષ્ટતાપ્રાપ્ત અમુક પ્રકારના વિશેષજ્ઞો અને વ્યાવસાયિકોની વૈવિધ્યસભર વિશેષજ્ઞમતની જરૂરિયાત માળું જટિલ છે.

રેડિયો પ્રસારણમાં કર્મચારીઓ ઉત્પાદકો, દિગ્દર્શકો પ્રવૃત્તિઓની વિવિધ કક્ષાના કાર્યક્રમ વિશેષજ્ઞો ઉપરાંત કલાકારો, સંગીતકારો, પટકથા લેખકો, સંવાદદાતાઓ, ક્ષેત્ર લેખકો, ઈજનેરો, ટેક્નોલોજીસ્ટ, સમાચારવાચકો અને સમીક્ષકોનો સમાવેશ કરે છે. નિયત રીતે તે સર્વોત્તમ કાર્યક્રમોનું ઉત્પાદન કરવામાં સંદર્ભમાં શાણા ટુકડી વ્યવસ્થાપન અને જૂથકાર્ય છે. ઘણા બાહ્ય નિષ્ણાતો અને ઉત્પાદનમાં ફાળો આપે છે.

કાર્યક્રમ વિતરણ માટે ઉપગ્રહોનો ઉપયોગ, ઇન્ટરનેટ અને વેબસાઈટો દ્વારા પ્રવેશ, પ્રસારણ ટેક્નોલોજી ખાસ કરીને અંકીય શ્રાવ્ય પ્રસારણનો વિકાસ/ઉદ્દભવ અને તેના વિસ્તૃત ઉપયોગના ઉદ્દભવે કાર્યક્રમ રચવાના વિકલ્પોમાં વધારો કર્યા છે અને દૂરદર્શન તરફથી ભયંકર સ્પર્ધા હોવા છતાં અંકુશ ખર્ચાઓ અને સંચાલનો સુધારવા અને માધ્યમોના વ્યાપારમાં ટકી રહેવા રેડિયો સ્ટેશનની ક્ષમતામાં સુધારો કર્યો છે.

જાહેરાતો જે રીતે તેઓ વર્તમાનપત્ર ઉદ્યોગને ટકાવી રાખે છે તે જ રીતે રેડિયો પ્રસારણ પણ અસંખ્ય જાહેરાતો પર વિકસે છે/ટકે છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

(5) રેડિયો પ્રસારણમાં સંકળાયેલ વ્યક્તિઓની કલાઓની યાદી બનાવો

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારા જવાબો લખો

2. એકમને અંતે આપેલા જવાબો સાથે તમારો જવાબ ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.3.3 દૂરદર્શન (Television)

દૂરદર્શન આપણા જીવનમાં પ્રભાવી સ્થાન ધરાવે છે. તે ખૂબ ઉચ્ચ કક્ષાની પુરસ્કૃતતાને પહોંચવા માટેનું વૃદ્ધિ પામતું અન વિકસતું યુવાન સમૂહ માધ્યમ છે. તે શ્રાવ્ય અને દશ્યનું જોડાણ કરે છે તે કારણ તે યુવા અને વૃદ્ધોને સરખી રીતે આકર્ષે છે તે માધ્યમનાં લગભગ તમામ કાર્યો બજાવે છે અને જૂથ અથવા વ્યક્તિઓની વર્તણૂંકને આકાર આપે છે.

રાજકીય, સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક બાબતોને લગતા અસંખ્ય મુદ્દાઓ ઉપર વિશ્વમત કેળવવા માટે તેના કાર્યક્રમો મનોરંજનથી શરૂ કરી ઉચ્ચ રીતે આયોજિત અને માળખાકૃત દૂર પરિષદ યોજવા સુધી

પથરાયેલા હોય છે. વિવિધ સંખ્યામાં અને વૈવિધ્યસભર વ્યક્તિઓ વિવિધ દૂરદર્શન કાર્યક્રમોના વિચાર, આયોજન, રચના, અમલ અને ઉત્પાદનમાં સંમિલિત/સમાવિષ્ટ થાય છે વર્તમાન બીનાઓના તથા પ્રવૃત્તિઓ દષ્ટિબિંદુઓ અને સમીક્ષાઓ તમામ કક્ષાના વિદ્યાર્થીઓ માટે શૈક્ષણિક કાર્યક્રમો, લોકોને વિજ્ઞાન અને ટેક્નોલોજીમાં શિક્ષિત કરવા અને સામાજિક જીવન સાથે તેના સંબંધો, રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય ખેલકૂદ અને રમતોનું જીવંત પ્રસારણ અને સામાન્ય જાહેર રસના અન્ય પ્રસંગોને નિયમિત રીતે પ્રસારિત કરાય છે.

ખેલકૂદ અને રમતો, વન્યજીવન વિષે જ એકમાત્ર/અનન્ય રીતે ખાસ દૂરદર્શન ચેનલો, સતત સમાચાર પત્રો, ચલચિત્રો, ધાર્મિક ભાષણો અને ઉત્સવો એ વધારા પર છે. (વધી રહ્યા છે) જાહેર રસના લગભગ તમામ પ્રસંગો દર્શકોને આકર્ષવા માટે અને દરેક વ્યક્તિને ચોંટાડી રાખવા જીવંત પ્રસારિત કરાય છે.

દૂરદર્શન એજન્સીઓ વચ્ચે ભયંકર સ્પર્ધા છે. દૂરદર્શન પર જાહેરાતો સર્વ વ્યાપક છે. કોઈપણ જાહેરાતનો સમય હિસ્સો કાર્યક્રમોના 50% હોય છે. જ્યારે તે ધારાવાહિક સમાચાર પત્ર, ખેલકૂદ અને રચતોનું જીવંત પ્રસારણ, ધાર્મિક ભાષણો અને કોઈ પ્રસંગનું જીવંત પ્રસારણ હોય, વિજ્ઞાપનો સમયનો સિંહભાગ હોય છે. ઘણા કાર્યક્રમોને વ્યાપાર, વ્યવસાય અને ઉદ્યોગોને તેમના સંલગ્ન ચીજોની અભિવધ્ધી માટે પ્રાયોજિત કરાય છે. વિજ્ઞાપનો સિવાય રહી શકે નહીં.

આવા જકડી રાખતા કાર્યક્રમોનું ઉત્પાદન કરવા માટે જરૂરી વિશેષજ્ઞમત અને ખાસ જ્ઞાનના પ્રકારોની સરળતાથી કલ્પના કરી શકાય છે. કાર્યક્રમ રચનાકારો વિકાસકારો, પટકથા લેખકો, ટેકનીશિયનો અને ટેક્નોલોજી , કલાકારો, સંગીતકારો, છબી કલાકારો અને બીજા ઘણા અન્ય વિશેષજ્ઞો પ્રસારણની પૂરી પ્રક્રિયામાં સંકળાયેલા હોય છે.

દૂરદર્શનનું પાયાનું કાર્ય કાળજીપૂર્વક પસંદ કરાયેલા વિષયો અને મુદ્દાઓ, દર્શકોના રસ ઉપર વિવિધ કાર્યક્રમોનું ઉત્પાદન અને પ્રસારણ દૂરદર્શન એજન્સીઓ દ્વારા તેમની વિવિધ ચેનલો મારફતે કરાય છે. કાર્યક્રમ ઉત્પાદન અને માળખાં, સ્ટેશનો અને કાર્યક્રમ ઉત્પાદન કંપનીઓની જવાબદારી છે. વિતરણએ જમીની સુવિધાઓ અને પ્રસાર એજન્સીઓનો ઉપયોગ કરીને માળખાનું ગંભીર કાર્ય છે.

કેબલ ટીવી એ એક અન્ય એજન્સી છે જે ગ્રાહક અભિમુખિત કાર્યક્રમોનું પ્રસારણ કરે છે અને તેણે પ્રસારણમાં નવું પરિમાણ દાખલ કર્યું છે વિસ્તૃત દર્શકો સુધી પહોંચવા માટે આ એજન્સીઓ વચ્ચે કઠીન સ્પર્ધા છે.

ભારતમાં દૂરદર્શન એજન્સીઓ ઝડપથી વૃધ્ધી પામી રહી છે. તેઓ એકબીજા સાથે સ્પર્ધા કરી રહી છે. દૂરદર્શન, સ્ટાર ટીવી, ઝી ટીવી, અંગ્રેજી, હીન્દીમાં ઘણા અન્ય માટે લગભગ તમામ પ્રાદેશિક ભાષાઓમાં વિવિધ કાર્યક્રમો માટે વિશિષ્ટતાકૃત ચેનલો ચોવીસ કલાક (સતત) પ્રસારણ કરે છે.

માધ્યમ વિશેષજ્ઞો એવો અભિપ્રાય આપે છે કે દૂર દર્શનનું ભાવિ તેમના પોતાના હેતુઓ માટે તેની ઉપર અંકુશ રાખવા અને તેનો ઉપયોગ કરવા સ્રોતાઓની શક્તિ ઉપર નિર્ભર છે. એવું કહેવાય છ કે દૂરદર્શન એ બજાર છે અને તે વિવિધ ટેકનલોજીકલ અને સામાજિક બળો દ્વારા પુનઃ આકાર અપાઈ રહ્યો છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

6. દૂરદર્શનમાં સંકળાયેલ વ્યક્તિઓના પ્રકારો કયા છે ?

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો

2. એકમને અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તરો ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.3.4 દૃશ્ય શ્રાવ્ય માધ્યમ (Audio - Visual Media)

સમૂહ પ્રત્યાયનમાં ઉપયોગમાં લેવાતા ઘણા દૃશ્ય - શ્રાવ્યમ માધ્યમો વચ્ચે (પૈકી) વીડીયો કેસેટ, સીડી રોમ, ડીવીડી સૌથી વધારે પ્રભાવક છે. તેઓ અત્યંત ઉપયોગકાર મૈત્રીપૂર્ણ હોય છે અને વ્યક્તિગત તથા જૂથ ઉપયોગ સાથે નીકટતાથી જોડાયેલા હોય છે. આ દૃશ્ય શ્રાવ્ય માધ્યમો પૈકી ઘણાનું ખૂબ કાળજીથી રચના કરાય છે અને શ્રાવ્ય આધારે તેના મૂલ્યને ખૂબ માત્રામાં વધારે છે.

CD-Rom and DVD C Digital versatile Dise) દફતરીય હેતુઓ માટે અત્યંત મૂલ્યાવાન હોય છે. તેઓ ખૂબ ઓછી જગ્યા રોકે છે. સર્વજ્ઞાન સંગ્રહ સેટ અંક સીડી ઉપર સંકેતિક કરી શકાય છે અને થોડી જગ્યા પણ બચે છે.

દૃશ્ય શ્રાવ્ય માધ્યમનું ઉત્પાદન અને જટિલ અને સૂક્ષ્મ બાબત છે. ઘણા પ્રકારના વિશેષજ્ઞો મનોરંજન માટે સારું દૃશ્ય, સમાચાર સમીક્ષા અથવા પૃથક્કરણમાનું અને અન્ય શીખવુ તે ઉત્પાદન કરવા જરૂરી હોય છે. પડદા પટકથા લેખકો, રચના અને વિકાસ નિષ્ણાતો, ખરીદ-વેચાણ વિશેષજ્ઞો અને ઉત્પાદન નિષ્ણાતો તથા બીજા અસંખ્યો દૃશ્ય - શ્રાવ્ય બાબતોના ઉત્પાદનોમાં સામાન્ય રીતે સંકળાયેલા હોય છે.

વિનિયોગ કરાયેલ ટેક્નોલોજી વિવિધ અને જટિલ હોય છે. દૃશ્ય શ્રાવ્યો ઉત્પાદનો કરવા ઉપયોગમાં લેવાયેલ ખાસ કરીને બહુમાધ્યમોની સાથે (કારણે) જટિલતાઓ વધે છે. આ પ્રકારના માધ્યમોનું ખરીદ વેચાણ કરી પાછું ઉચ્ચ કક્ષાની વિશેષતાનું કાર્ય છે. આ માધ્યમમાં અનધિકૃત પ્રકાશન ભરપૂર છે. ઉપરાંત બૌદ્ધિક માલિકી હક્કોનું ઉલ્લંઘન પણ ભરપૂર છે. ઉપરાંત બૌદ્ધિક માલિકી હકકોનું ઉલ્લંઘન પર ભરપૂર છે આ નાણાં ગુણવત્તા માનવબળ અને ઉત્પાદનના સંદર્ભમાં ઉચ્ચ રોકાણનું વાણિજ્યીક સાહસ છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

7. દૃશ્ય શ્રાવ્ય ઉત્પાદનોમાં સંકળાયેલ વ્યક્તિઓનો પ્રકાર દર્શાવો

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તરો લખો

2. એકમને અંતે આપેલા ઉત્તર સાથે તમારો ઉત્તર ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.3.5 ચલચિત્રો (Motion Film)

મનોરંજન ચલચિત્રો, દસ્તાવેજીઓ અને આવાં અન્ય પણ સમૂહ માધ્યમના અગત્યનાં ઘટકો છે. આ ઉચ્ચ ટેક્નોલોજી અને વિવિધ કક્ષાઓની વ્યક્તિઓ, બૌદ્ધિકો, સાથી કલાકારો સાથે નાયકો અને નાયિકાઓ, છબીકારો, શણગાર માટેની વ્યક્તિઓ ધ્વનિ નિષ્ણાતો, ગીતકારો, સંગીતકારો, સંગીતમંડળ, કલાકારો, રોશની નિષ્ણાતો, સંપાદકો, ઉત્પાદન નિષ્ણાતો, દિગ્દર્શકો અને વિવિધ પ્રકારોના ખૂબ અન્ય કક્ષાના કાર્યકરોનો અમુક દૃશ્યવિધાન (પરિવેશ) સાથે શુટીંગ નિષ્ણાતો અને બાહ્ય શુટીંગમાં નિષ્ણાંતોનો સમાવેશ થાય છે. આ પ્રકારના માધ્યમમાં નાણાંકીય રોકાણ લગભગ અત્યંત મોટું હોય છે અને બજાર અત્યંત સ્પર્ધાત્મક હોય છે.

18.4 વિજ્ઞાપનો/ (જાહેરાતો/જાહેર ખબરો) (ADVERTISEMENTS)

વિજ્ઞાપન એ ઈચ્છિત કાર્યને પ્રેરિત કરવા વૈવિધ્ય સભર સમૂહ પ્રત્યાયન માધ્યમ મારફતે માહિતીના પૈસા ચૂકવીને થતા પ્રસાર તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરાય છે. વિજ્ઞાપનો મફત નથી તેઓ માટે ચૂકવણું કરવું પડે છે. વર્તમાનપત્રો અથવા સામયિકો અથવા છાપકામ માધ્યમમાં જગ્યા ખરીદાય છે. રેડિયો અને ટીવી પર સમય ખરીદાય છે. સ્થળ અને સમય માટે આ ચૂકવણા દ્વારા, માહિતીનો પ્રસાર કરાય છે. આ માહિતી ખાતર માહિતી હોતી નથી પરંતુ વેચાણ અથવા સેવાઓ અને વસ્તુઓ વેચવા માટે

મદદ કરવા અથવા વિચારોનો સ્વીકાર મેળવવાના હેતુ માટે હોય છે. આ વિચારોએ લોકોને ઈચ્છિત રીતે વિચારવા અથવા કાર્ય કરતા બનાવે છે. આધુનિક વિજ્ઞાપન ઉદ્યોગના સ્ત્રી કાર્યકર તરીકે ઉદ્ભવ્યું છે. તે સમૂહ ઉત્પાદન, સમૂહ બજાર, સમૂહ વિતરણ અને સમૂહ પ્રત્યાયનનો અતિ વિકાસ કે અતિ વૃદ્ધિ છે તે વ્યાપાર અને વાણિજ્યને ચલિત/ચલાયમાન રાખે છે અને સામૂહિક રીતે ઉત્પાદિત વસ્તુઓ અને સેવાઓ માટે માંગી સર્જીને અર્થ વ્યવસ્થાની વૃદ્ધિને મદદ કરે છે.

વિજ્ઞાપનો મૂળભૂત રીતે નીચેનાં ત્રણ કારણો માટે સમૂહ માધ્યમના અભિન્ન ભાગ છે.

1. તેઓ સમૂહ માધ્યમ અને એથી વિપરીત માટે પુષ્કળ નાણાંકીય આધાર પૂરો પાડે છે. એક બીજા સિવાય ટકી શકે નહીં.
2. તેઓ વિસ્તાર કરવા અને નવીનીકરણ કરવા માટે નાટકીય પરિવર્તનો અને પડકારો સાથે ઝડપી વિકાસ માટે ક્ષેત્રમાં એટલે કે સમૂહ માધ્યમમાં વ્યવસાયીઓનો સામનો કરવાનો અગત્યનો ઉદ્યોગ તરીકે ઘણા દ્વારા જોવાય છે.
3. તેઓ આધુનિક સંસ્કૃતિનો વ્યાપક ભાગ છે. તેઓ અન્ય વસ્તુઓ વચ્ચે આપણી છબીઓ તથા સમાજના ઘડતર માટે માધ્યમ છે. સમૂહ માધ્યમ કદાચ આ હેતુઓ સિદ્ધ કરવાનો એક માત્ર માર્ગ છે.

વિજ્ઞાપન, જાહેરાત, પ્રચાર, ખરીદ-વેચાણ અર્થમાં તેમના પોતાની છાયાના તફાવત સાથે લગભગ સમાનાર્થી છે. આ પધ્ધતિઓ દ્વારા પ્રસાર કરાયેલ માહિતી પ્રસંગોપાત વિકૃત બને, અતિશિયોક્તિપર્ણ બને, અતિ ભાર અપાયેલ બંને પરંતુ તેમના હેતુઓ બને, પ્રતિ ભાર અપાયેલ અને પરંતુ તેમના હેતુઓ કોઈ ઉત્પાદન અને સેવા ખરીદવાની બાબતમાં તરફેણની રીતે સમજાવવા, પ્રભાવિત કરવા, પ્રેરિત કરવા અને પ્રતિક્રિયા કરવા માટે છે.

જાહેરાતોમાં સમાવિષ્ટ સંદેશાઓ પ્રત્યાયનનાં સ્વરૂપો છે કે જે સર્જજનાત્મકતા, સમજૂતિ અને સંદેશાઓની અસરનો સમાવેશ કરે છે. જાહેરાતો પ્રાયોજક દ્વારા અંકુશિત અને ચૂકવણું કરાયેલ અવૈયક્તિત સંદેશાઓ લઈ આવે છે.

મોટા ભાગનાં વિજ્ઞાપનો ગ્રાહક વિજ્ઞાપનો હોય છે પરંતુ વ્યાપાર, વ્યવસાયથી વ્યવસાય ઉદ્યોગ ગૃહોની જાહેરાતો, વિજ્ઞાપન ઉદ્યોગનો મુખ્ય ભાગ છે. આંતરરાષ્ટ્રીય વિજ્ઞાપનો અત્યંત અગત્યની બની રહી છે કારણ કે વધારેને વધારે કંપનીઓ ઇન્ટરનેટ અને વેબ પેઈઝીસ મારફતે વૈશ્વિક ખરીદ - વેચાણમાં કાર્યરત થઈ રહી છે.

વિજ્ઞાપનોને ત્રણ મુખ્ય લક્ષ્યો હોય છે.

1. વિજ્ઞાપનકારો તેનાં ઉત્પાદનો અને સેવાઓ ના ખરીદ - વેચાણ કરવા માટે મદદ કરવા વિજ્ઞાપન કરી રહ્યા છે.
2. વિજ્ઞાપન એજન્સીઓ એ વિશિષ્ટતાકૃત કંપનીઓ છે જે મોટાભાગના વિજ્ઞાપનકારો માટે વિજ્ઞાપન અભિયાનનું આયોજન કરે છે અને અમલમાં મૂકે છે.
3. વિજ્ઞાપન માધ્યમ ગ્રાહકો સુધી વિજ્ઞાપન લઈ જાય છે અને તે વિજ્ઞાપન આવક (મહેસૂલ પર) આધારિત હોય છે.

વિજ્ઞાપનોને વિચારાય છે. પ્રાથમિક આકાર અપાય છે, પરિવર્તિત કરાય છે અને આખરે અમલમાં મૂકાયમાં છે. સમગ્ર કાર્ય એ લાંબી પ્રક્રિયા છે જે પરિસ્થિતિ પૃથક્કરણ, હેતુઓ, વ્યૂહો, પ્રક્રિયાઓ અને મૂલ્યાકંનનો સમાવેશ કરાય છે. પરિસ્થિતિ પૃથક્કરણએ વિજ્ઞાપનકારની સમસ્યાના અર્થ નિરૂપણ તરફ દોરી જતા સંશોધનનો સમાવેશ કરે છે. વિજ્ઞાપનોના હેતુઓ અવબોધનના સર્જનથી ખરીદી વિનંતી, ઉત્પાદન કે સેવા સ્વીકારવા પ્રેરણા આપવા અને પ્રભાવિત કરવા સુધી વિસ્તરે છે (વ્યાપ ધરાવે છે) વ્યૂહો અને યુક્તિઓ હેતુઓ સિદ્ધ કરવા જરૂરી કાર્યો છે. મૂલ્યાકંન એ અભિયાને તેના લક્ષ્યો પ્રાપ્ત કર્યા કે નહીં તે નિર્ધારિત કરવાની પ્રક્રિયા છે.

વિજ્ઞાપન એજન્સીએ એવું માધ્યમ પસંદ કરે છે જેના દ્વારા વિજ્ઞાપનો ખાસ દેખાવ કરે છે/વિશિષ્ટ અંગ બને છે. વર્તમાનપત્રો, સામયિકો અને છપાઈમાં જોવાં મળતાં આવાં અન્ય સમૂહ માધ્યમો તેમની જાહેરાતોને તેમનાં 50% ઉપરાંત પાન આપે છે. આ ખાસ કરીને વિશાળ ફેલાવો ધરાવતાં વર્તમાનપત્રોમાં આવું હોય છે. મનોરંજન ચલચિત્રો, વિડિયો કેસેટ, રેડિયો અને દૂરદર્શન પ્રસારણો

અને અન્ય તમામ દશ્ય-શ્રાવ્ય વિજ્ઞાપનો માટે પ્રમાણમાં ઘણો લાંબો સમય પૂરો પાડે છે.

એવો વિવેકપૂર્વક નિર્ણય કરી શકાય કે જાહેરાતોને નિયતરીતે (નિયતરીતે) વિવિધ ક્ષમતાઓ અને ઉચ્ચ ગુણવત્તાના કૌશલ્યોની જરૂર પડે છે. આમાં કેટલાંક વધારે અગત્યનાં છે. કલ્પના અને સર્જનાત્મકતા ગ્રાહક માનસિકતા ગ્રહણ કરવાની શક્તિ, દશ્ય સાધનો રચવાનું સામર્થ્ય અને ઈચ્છિત સંદેશ લઈ જવા અસરકારક ટૂંકી પટકથા લખાવી, દર્શકો ઉત્પાદન અથવા સેવા ખરીદે તે માટે પ્રેરિત કરે અથવા પ્રભાવિત કરે તેવા સાચા માધ્યમને પસંદ કરવું. જાહેરાતની અસરનું મૂલ્યાકંન કરવું વગેરે દશ્યો અને શ્રાવ્યોના કિસ્સામાં, વિજ્ઞાપનોનો સમયગાળો અને જો તેઓ પ્રસારિત કરાય (રેડિયો ઉપર) અથવા પ્રસારણ કરાય (દૂરદર્શન પર) તો રજૂઆતનો યોગ્ય સમય વગેરે અગત્યની વિચારણાઓ છે. કાર્યના વિશેષતાયુક્ત પ્રકારો હાલ સામાન્ય રીતે વિજ્ઞાપન એજન્સીઓને સોંપાય છે. જો કે વિશાળ ઔદ્યોગિક વિભાગોમાં અલગ વિભાગો કે જેમાં વિશિષ્ટતાકૃત વ્યક્તિઓને કામ રક રખાયેલા હોય છે. તે વિભાગે દ્વારા આ કાર્યો પૈકીનાં કેટલાંક કાર્યો પાર પડાય છે.

સર્વોત્તમ વિજ્ઞાપનો મેળવવા માટે કમ્પ્યુટર, પ્રત્યાયન અને બહુ માધ્યમ ટેક્નોલોજીનું એક કેન્દ્રિતકરણ એ સુવિધાકારો છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

8. વિજ્ઞાપન શું છે ?
9. વિજ્ઞાપનોને સમૂહ માધ્યમના અભિન્ન અંગ તરીકે કેમ ગણાય છે
10. વિજ્ઞાપનના ત્રણ લક્ષ્યોને અભિવ્યક્ત કરો

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારા ઉત્તરો લખો

2. એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.5 જાહેર સંપર્કો - લોક સંપર્ક (Public Relations)

જાહેર સંપર્કોની સંસ્થાના મત મુજબ જાહેર સંપર્ક એ સંસ્થા અને તેની પ્રજા વચ્ચે પરસ્પર સંબંધ સ્થાપવા અને જાળવી રાખવાના ઈરાદાપૂર્વકનો, આયોજીત અને લગાતાર પ્રત્યન છે. સમજ પેદા કરવા, સંબંધિત સંસ્થા માટે પ્રજા (સમાજ) ને સમજવી અને જાહેર હિતની સંસ્થાની પ્રવૃત્તિઓનું વર્ણન કરવું જરૂરી છે.

આજે પ્રત્યેક માનવ પ્રવૃત્તિ નિયત રીતે સંસ્થાઓ દ્વારા ગોઠવાય છે. તે વ્યાપાર હોય કે ઉદ્યોગ, રાજ્યની બાબતો, સામાજિક, આર્થિક, સંસ્કૃતિ, ખેલકૂદ અને રમતો હોય. વાસ્તવમાં તમામ પ્રવૃત્તિઓ સંસ્થાઓ દ્વારા આયોજીત કરાય છે. આ સંસ્થાઓ પૈકી ઘણી (અતિ) વિશાળ હોય છે જેમ કે ઔદ્યોગિક સાહસો, સહકાર અને આવી અન્ય. આ સંસ્થાઓ વિવિધ કક્ષાઓએ વૈવિધ્યસભર સંબંધો, વિધિત હિતો સાથે સંબંધો, વિવિધ પ્રેરણાઓ સાથે સંબંધો અલગ આર્થિક, શૈક્ષણિક અને સાંસ્કૃતિક પશ્ચાદ્ ભૂમિકાઓ સાથેની જરૂરિયાતો સાથે સંબંધોની માત્રા અન્ય સંસ્થાઓની સાથે અલગ પડે છે. આ સંસ્થાઓને સિદ્ધ કરવા માટે વિશિષ્ટ લક્ષ્યો હોય છે અને તેઓને તેમના પ્રયત્નોમાં સફળ થવા માટેની છાપ ઉપસાવવા કરામત કરવી પડે છે. એ લોક સંપર્ક વ્યાવસાયિકો છે જેઓ સંસ્થા માટે એક છબી (પ્રતિમા) બાંધે છે. અને તેને જાળવી રાખે છે. આ પ્રક્રિયામાં લોકસંપર્ક કર્મચારીઓએ માધ્યમો સાથે તેમના સંબંધોની માત્રા જાળવી રાખવી પડશે. આમાં યોગ્ય સમયે માધ્યમ સભાઓ વિવિધ પ્રકારની લોક માધ્યમ પ્રસારણ, વિશિષ્ટ માહિતી પત્રકોની તૈયારી દૂરદર્શન અને પ્રસારણ માટે કાર્યક્રમો અતિ

અગત્યની વ્યક્તિઓ (VIP) સાથે પ્રત્યક્ષ મુલાકાતો, દસ્તાવેજીઓની રચના અને ઉત્પાદન વગેરેનો સમાવેશ કરે છે.

આંતરરાષ્ટ્રીય જાહેર સંપર્ક સંગઠનના મત મુજબ જાહેર સંપર્ક વ્યવહારોના 15 અગત્યના ક્ષેત્રો છે.

1. માનવ વર્તણૂંકની સમજના આધારે સલાહ આપવી
2. ભાવિ પ્રવાહોનું પૃથક્કરણ કરવું અને તેનાં પરિણામોની આગાહી કરવી.
3. જાહેર અભિપ્રાય, વલણો અને અપેક્ષાઓમાં સંશોધન અને જરૂરી કાર્ય માટે સલાહ આપવી
4. સત્ય અને ભવિષ્યની માહિતીના આધારે દ્વિ-માર્ગી પ્રત્યાયન સ્થાપવું અને જાળવી રાખવું.
5. ગેર સમજો અને સંઘર્ષો અટકાવવા
6. પરસ્પર સન્માન અને સામાજિક જવાબદારીની અભિવૃદ્ધિ કરવી
7. જાહેર અને વ્યક્તિગત હિતોની સંવાદિતા સ્થાપવી
8. કર્મચારીઓ, પુરવઠાકારો અને ગ્રાહકો સાથે સદ્ભાવની અભિવૃદ્ધિ કરવી.
9. ઔદ્યોગિક સંબંધો સુધારવા
10. સારા કર્મચારીઓને આકર્ષવા અને શ્રમ ઉથલપાથલને ઘટાડવી
11 ઉત્પાદનો અથવા સેવાઓની અભિવૃધ્ધિ
12 નફાકારકતાને મહત્તમ બનાવવું
13 ઉદ્યોગગૃહ ઓળખને ઉભારવી/રજૂ કરવી
14. આંતરિક બાબતોમાં રસન પ્રોત્સાહિત કરવો અને
15. લોકશાહીની સમજની અભિવૃદ્ધિ કરવી

આ તમામમાં અને વધારે પ્રત્યક્ષ લોકસંપર્ક પ્રત્યાયન માટે પણ દશ્ય-શ્રાવ્ય માધ્યમોને આજે અતિશય શક્યતાઓ છે. રેડિયો અને દૂરદર્શન ખાસ કરીને અસંખ્ય વાણિજ્યિક ચેનલો ઉપલબ્ધ હોવાની સાથે પ્રત્યક્ષ અસર (છાપ) ઘડતર માટે નહીં પણ સામાજિક ખરીદ - વેચાણ માટે પણ કાર્યક્રમો પ્રાયોજિત કરવા માટે તકો પૂરી પાડે છે. સામાજિક ખરીદ-વેચાણ- એવો શબ્દ જે ખરીદ-વેચાણ સંકલ્પનાઓ સિદ્ધાંતો, પ્રયુક્તિઓ અને કૌશલ્યો, વિચારો, મૂલ્ય પદ્ધતિઓ અને કૌશલ્યો, વિચારો, મૂલ્ય પધ્ધતિઓ અને સામાજિક કારણો, ઉદ્યોગ સાહસોની સામાજિક જવાબદારીઓના અનુભવો તરીકે જાહેર સંપર્કોના કાયદેસર વિસ્તારોનું વર્ણન કરવા વપરાતો.

જ્યારે વિજ્ઞાપનો વસ્તુઓ અને સેવાઓની ખરીદ-વેચાણની અભિવૃદ્ધિ કરે છે ત્યારે જનસંપર્ક આવી પ્રવૃત્તિ માટે પૃષ્ઠભૂમિ તૈયાર કરે છે. પ્રત્યાયન નિષ્ણાતો અને વિશેષજ્ઞો હકીકતો, અભિપ્રાયોનું પ્રત્યાયન કરવા સહકાર આપવા મદદરૂપ થવા, ધ્યાન મેળવવા અને ઉપયોગકારો સાથે નિકટતાથી કામ કરીને પ્રત્યાયનની અસરકારક પધ્ધતિઓ પસંદ કરવા અને તેમના જ્ઞાન અને પ્રતિપોષણને લાગુ કરવા જરૂરી હોય છે.

આ વિભાગમાં અગાઉ દર્શાવ્યા પ્રમાણે, જો કે લોકસંપર્ક અવારનવાર વ્યાપાર અને ઉદ્યોગ હિતો સાથે જોડાયેલ હોય છે. તેમ છતાં આપણા સમાજના મોટાભાગના વિસ્તારો જનસંપર્ક (લોકસંપર્ક/જાહેરસંપર્ક)નો સ્થાનિક, રાજ્ય અને કેન્દ્ર સરકારોના સમાવેશ સાથે પ્રજાના વિવિધ પ્રકારો સાથે સંબંધોને જાળવવાનો અને અનુકૂલન કરવાનો માર્ગ તરીકે ઉપયોગ કરે છે.

વિવિધ ક્રિયાવિધિઓ જેના દ્વારા લોક સંપર્કે નિષ્ણાતો પ્રજા સાથે તેમના સંબંધો/સંપર્કો બાંધે છે તે કાગળ - છપાઈ માહિતી પત્રો, ચોપાનિયાં, આલેખન સામગ્રી, છબીઓ, ચિત્રો અને ચલિત છાયો, ચલચિત્રપટ્ટીઓ, ચલચિત્રો અને કેસેટ ખોખાં (ડબ્બા) ફલોપી અને આવાં અન્ય મારફતે હોય છે. આ તમામમાં, કમ્પ્યુટર, પ્રત્યાયન અને બહુમાધ્યમ ટેક્નોલોજીનાં જોડાણનો ઉપયોગ સર્વોત્તમ (સામાન) અસબાબ પૂરી પાડવા માટે અતિશય ક્ષેત્ર આપે છે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

11. લોક સંપર્કની વ્યાખ્યા આપો

12. કઈ કાર્યવિધિઓ છે જેની મારફતે લોક સંપર્ક નિષ્ણાતો તેમના સંપર્કો પ્રજા સાથે બાંધે છે ?

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારા ઉત્તરો લખો

2. એકમના અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારા ઉત્તરને ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.6 માહિતી પ્રત્યાયન ટેક્નોલોજી અને સમુહ માધ્યમો (INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGIES AND MASS MEDIA)

માહિતી પ્રત્યાયન ટેક્નોલોજી અને સમૂહ માધ્યમો સાથે સાથે વૃદ્ધિ પામે છે ICT માં પ્રગતિ ચોવીસ કલાક (સતત) કાર્યક્રમો, નવા કાર્યક્મોના વિકાસ અને રચનામાં નવીનીકરણો, વિશ્વવ્યાપી પ્રસાર અને પ્રસારણ વગેરે ના સંદર્ભમાં સમૂહ માધ્યમો વિસ્તરણ માટે અમાર્યાદિત ક્ષેત્ર આપે છે.

ટૂંકમાં ICT એ સમૂહ માધ્યમો માટે દૂરગામી અસરો સાથે અસંખ્ય વિકાસોનું સરળીકરણ કર્યું છે. સમૂહ માધ્યમોનું પ્રત્યેક ઘટક, છાપકામ, રેડિયો પ્રસારણ, દૂર દર્શન અને દશ્ય-શ્રાવ્ય માધ્યમ ICT નો લાભદાયી રીતે ઉપયોગ કરે છે.

આજે મુખ્ય પ્રકાશકેન્દ્ર ઈન્ટરનેટ પર છે. જે નવા સામાજિક કાર્યક્ષેત્ર તરીકે આર્થિક , રાજકીય અને સાંસ્કૃતિક વિનિમયના નવાં સ્વરૂપોને સરળ બનાવે છે. તે બહુ ક્રિયાત્મક અને અન્યોન્ય વિભાગીય છે. તે World Wide Web અને ઈ-મેઈલને સમાવે છે. તે બજાર, સરકાર, શિક્ષણ, માધ્યમ અને પ્રત્યેક સામાજિક વિભાગોનો સમાવેશ કરે છે. તે દશ્ય-શ્રાવ્ય અને પાઠ્યપુસ્તકીય સામગ્રીને સુગ્રંથિત કરવાનું બહુ માધ્યમ છે. તે તેની સ્થિતિ સ્થાપકતાની નવી પધ્ધતિ મારફતે, જ્ઞાન પર્યાવરણના પુનઃ આકાર આપવા અને તેમાં પ્રવેશની બાબતોને ફાળો આપીને દૂર શિક્ષણમાં વિકાસને શક્તિમાન બનાવે છે.

ભાવિ પ્રવાહો ઉપર ટીકા કરીને, એક માધ્યમ વિશેષજ્ઞ કરે છે. એકવીસમી સદીના આગળનો (વહેલો) Mediascape અગાઉના 50% વર્ષથી મહત્વની રીતે અલગ છે. પરંપરાગત માધ્યમોએ બદલાતા પર્યાવરણને અનુકુલન કરવામાં અને નવી ટેક્નોલોજી ઉપયોગ કરવામાં સ્થિતિસ્થાપકતા દર્શાવી છે. સમૂહ ગ્રાહકો માટે તેઓ માહિતી અને મનોરંજન પ્રવેશ કરે છે તે રીતોમાં પરિણામ વધારે વિવિધતાસભર અને વિસ્તરની પસંદગી છે. આ વિસ્તરણ અને પૂર્તિનાં વૈવિધ્યપૂર્ણ સાધનો એ નવા માધ્યમો માટે સામગ્રી વિકાસ માટેની માંગણીને પ્રોત્સાહન આપ્યું છે. કેન્દ્રીકરણ કરવામાં અને અત્યંત આંતર સક્રિય વિષે ચાવીરૂપ પ્રશ્ન છે. ઉપયોગકારો વિશુધ્ધ રીતે નવીન અને સામગ્રીનાં વધારે વિવિધતાસભર સ્વરૂપોનો પ્રવેશ મેળવશે કે કેમ અથવા માત્ર 'આ જ બાબતમાં વધારે' હશે કે કેમ. વેપારીકરણનાં દબાણો સૂચવે છે કે નવીનીકરણ અને પ્રયોગશીલતા નફાકારક આવશ્યકતાઓ દ્વારા મર્યાદિત કરાશે.

નવા સમૂહ માધ્યમોમાં સામગ્રીમાં ટેક્નોલોજી અને તેના વિનિયોગમાં ગમે તે વિકાસ હોય, માધ્યમ વ્યક્તિઓનો વિશેષજ્ઞમત અને અનુભવે પુસ્તકાલય અને માહિતી વ્યવસાયને ઉપયોગી અને કિંમતી હશે.

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

13. સમૂહ માધ્યમમાં ઇન્ટરનેટનું કેન્દ્ર શું છે?

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો

2. એકમને અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.7 માહિતી સ્રોતો તરીકે માધ્યમ વ્યક્તિઓ (MEDIA PERSONS AS SOURCE OF INFORMATION)

સમૂહ માધ્યમમાં અને તેના ઘટકોની અગાઉની વિગતમાંથી આપણા માટે મહત્વના સ્રોત તરીકે માધ્યમ વ્યક્તિઓની ઉપયોગીતા સમજવી અને મૂલવણી કરવી એ શક્ય છે.

અગત્યનાં પરિબળો પૈકી કેટલાંક કે જે સમૂહ માધ્યમ પ્રક્રિયાઓનું સંચાલન કરે છે અને સંભવિત સ્રોત તરીકે તેમની પ્રાથમિક અગત્ય ગણાય છે તે પરિબળો છે...

- સમૂહ માધ્યમ વ્યાપારી અને સ્પર્ધાત્મક પર્યાવરણમાં સંચાન કરે છે.
- આ સમૂહ માધ્યમો દ્વારા સર્જીત અથવા ઉત્પાદિત ઉત્પાદનો અને સેવાઓ ઉંમર ગુણવત્તા ખાતરી ફરમાવે છે (હુકમ આપે છે)
- વર્તમાનપત્રો, સામયિકો, દૂરદર્શન અને રેડિયો કાર્યક્રમો અને સમૂહ માધ્યમોના ઘણાં માધ્યમ ઉત્પાદકો કડક સમય માળખામાં સંચાલન કરવાનું હોય છે.
- આ અગત્યનું પરિબળ કેટલાક માધ્યમ વ્યક્તિઓને ગુણવત્તા સાથે સમાધાન કર્યા સિવાય ખૂબ ગતિથી લખવા અને કાર્ય કરવા તેમની જાતનો તાલમેલ કરવાની જરૂરિયાત ઊભી કરે છે. તેઓની સ્રોત વિશ્વાસનીયતા મૂલ્યાકંન કરવાના સંદર્ભમાં આ ખાસ કરીને ખૂબ મૂલ્યાવાન અગત્યનું પરિબળ છે.
- સમય તત્વ માધ્યમ પુરુષોને ખૂબ ટૂંકી સૂચનાથી ઉપયોગ માટે તેઓની માહિતી તૈયાર રાખવા જરૂરિયાત ઊભી કરે છે આથી તેઓનો માહિતી સ્રોત તેમની આંગળીઓના ટેરવે હોય છે.
- માધ્યમ કાર્ય એ ટુકડી કાર્ય છે અને તેમાંનો પ્રત્યેક ભાગ લેનાર (સ્પર્ધક) સાચા સ્થળે ટુકડીમાં યોગ્ય રીતે ગોઠવવો જોઈએ કારણ કે નિર્ગમન (નીપજ) એ સામાન્ય હેતુ છે અને
- માધ્યમ 4 વ્યક્તિઓનો વિશેષજ્ઞમત, અનુભવ અને જ્ઞાન કદાપિ યોગ્ય રીતે નોંધણી કરાવતું નથી અને તેથી તે સરળતાથી ઉપલબ્ધ હોતુ નથી. આ પરિબળ એકલું જ માધ્યમ વ્યક્તિઓને માહિતીના સ્રોત તરીકે પૂરવઠો પૂરો પાડવા માટેનું કાયદેસર કારણ છે.

આપણે પ્રત્યાયન ઘટકોના સંદર્ભમાં વિવિધ કક્ષાના માધ્યમ વ્યક્તિઓનું સારણીયુક્ત વિધાન નીચે રજૂ કરી રહ્યા છીએ. પ્રત્યાયન ઘટકો કે જેમાં તેઓ પ્રભાવી રીતે કાર્ય કરે છે અને સંચાલન કરે છે. કક્ષાઓના કક્કાવારી ક્રમામાં નિર્દિષ્ટ કરાયેલ યાદી ન તો સંપૂર્ણ રીતે નિસ્તૃત છે કે ન તો પરસ્પરરીતે એકમાત્ર છે. કેટલાંક કૌશલ્યો અને કાર્યો વધુ વિસ્તરે (એકબીજા પર ચડી જાય)

માધ્યમ વ્યક્તિઓની માત્ર વિસ્તૃત કક્ષાઓ સારણીમાં રજૂ કરાઈ છે. આ વિસ્તૃત કક્ષાઓ પૈકી પ્રત્યેકને વિશિષ્ટને વિશિષ્ટ કૌશલ્યની ઘણી પેટા-કક્ષાઓ હોઈ શકે. દાખલા તરીકે સંપાદકોમાં કેટલાય પેટા જૂથો હોય જેવા કે વિશિષ્ટ ફરજો અને જવાબદારીઓ માટે (ખાસ સંપાદકો, સમાચાર, ખેલકૂદ, અને રમતો, રૂપકો (ખાસ લેખ) લેખો) દૈનિકોનો વિવિધ આવૃત્તિઓના સંપાદકો, સામયિકો અને પૂર્તિઓના સંપાદકો, સંપાદકોની કક્ષાઓ જેમ કે મુખ્ય સંપાદકો, મદદનીશ, સહ પેટા સંપાદકો અને

મદદનીશ સંપાદકો વગેરે આ પ્રત્યેકને વિશિષ્ટ કૌશલ્ય હોય છે. માધ્યમ વ્યક્તિઓના પ્રકાર, જરૂરી કૌશલ્યો, બજાવવાના કાર્યો વગેરે આ એકમના સંબંધિત વિભાગોમાં ટૂંકાણોમાં ઉલ્લેખ કરાયો છે.

Table 18.1 Categories of Media Persons and the relative position in Media Channels

No.	Categories of Media Persons	Ads	AC	MF	NA	NP	PP	PR	TV	Video	RB
1.	Artis (Art, Music, Commercial)	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
2	Ads Specialists	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
3.	Camera Person	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
4.	Computers HDSF Graphics	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
5.	Correspondes	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
6.	Direction	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
7.	DTP Specialists	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
8.	Editors	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
9.	Illamiration/	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	Lightexpert										
10	Managen	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
11	Marcketing Specialists	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
12	Network Specialists	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
13	PROs	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
14	Progress	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
15	Reporters	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
16	Researchers	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
17	Photographers	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
18	Programme Specialist	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
19	Sonia	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
20	Studio & Settings	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
21	Subject Specialists	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
22	Writes	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√

Ads વિજ્ઞાપનો
Ac શ્રાવ્ય કેસેટ
NA વર્તમાનપત્ર એજન્સી
MP ચલચિત્રો
NP વર્તમાનપત્ર
PP લોકપ્રિય સામયિકો
PR લોક સંપર્કો
TV દૂરદર્શન
VC વિડિયો કેસેટ
RB રેડિયો પ્રસારણ

◆ **તમારી પ્રગતિ ચકાસો**

14. પુસ્તકાલય અને માહિતી વ્યાવસાયિકો સંભવતઃ કઈ રીતોમાં તેમનાં ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે માધ્યમ વ્યક્તિઓના વિશેષજ્ઞમતનો ઉપયોગ કરે છે ?

નોંધ : 1. નીચે આપેલી જગ્યામાં તમારો ઉત્તર લખો

2. એકમને અંતે આપેલા ઉત્તરો સાથે તમારો ઉત્તર ચકાસો

....

....

....

....

....

....

18.8 સંદર્ભ અને પરામર્શ સાધનો સમૂહ માધ્યમોમાં (Reference and Referal Tools in Mass Media)

સમૂહ માધ્યમ પર સાહિત્યનું વધતું જતું ઘટક (પિંડ/અંગ) છે જે અસંખ્ય સંદર્ભ અને પરામર્શ સાધનોનો ઉપયોગ કરે છે. નીચે યાદી કરેલ કેટલાંક આવાં સંદર્ભ અને પરામર્શ સાધનો વિવિધ માધ્યમોમાં કાર્યાન્વિત માધ્યમ વ્યક્તિઓ અને વ્યાવસાયિકો વિષે માહિતી આપે છે. જો કે અમારા હેતુઓ માટે અને ઈચ્છા રાખીએ તેવા તેઓ ન પણ હોય. આમ છતાં, આ સાધનો માધ્યમમાં હાલના વિકાસો અને વુદ્ધિઓનું સંપૂર્ણ દર્શન મેળવવામાં ઉપયોગી હોય. આ યાદી સર્વજ્ઞાન સંગ્રહો, વસ્તુપુસ્તકો, વાઙ્મયસૂચિઓ અને સામયિકોની નિર્દેશિકાઓનો સમાવેશ કરે છે.

Blum, Eleanor (ed al) (1991) Mass Media

Bibliography, Annotated Guide G. and Journals for Research and References, Champaign 111, University of Illionis.

Barrow, Erik (ed al) (eds) (1989) Informationl Encyclopedia of ... Communication Information Newyork, Mcrallian 3 vols.

Schemert, Jorge Reina (ed) (2002) Encyvlopedia of Communication Information Newyork, Macmillan 3 Vols

Sterching, Christipher and Height Timpthy R. (eds) The Mass Media Aspen Gn. Communication. Newyork : Prager

Rivers William L (ed al) The Aspen Handbook on Media, Newyork : Preger

Ward, Jeans and Kathereen, Hance A. Search Strtegies in Mass Communication White Plains. N.U. Longmar.

વાઙ્મયસૂચિય સ્રોતો જેવાં કે સામાન્ય જ્ઞાન, જીવન ચરિત્ર વગેરે પ્રમુખ સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓ પર ઉપયોગી માહિતી ફેંકે છે. સમૂહ માધ્યમ અને પ્રત્યાયન પર પ્રાથમિક, દ્વિતિય અને તૃતીય સામયિકોની Ulrich International Perionacals Directory and The Indian Periodicals directory માં યાદી કરાઈ છે.

આ નિર્દેશિકાએ તપાસોના ક્ષેત્રને સંબંધિત સામયિકોના શીર્ષકોને ઓળખવા માટે ઉપયોગી છે. પ્રાથમિક સામયિકો યોગદાતાઓનાં સંસ્થાકીય જડાણો અને સંસ્થામાં તેમનાં સ્થાનો (પદો) વિષેની અન્ય માહિતીઓ સાથે તેમનાં નામો ઓળખવામાં મદદ કરે. યોગદાતાઓનાં સંસ્થાઓમાં પદો કોઈપણ સામાજિક ક્ષેત્રમાં તેમના વિશેષજ્ઞમત અને અનુભવનું સૂચન કરે.

વર્તમાન પત્રો અને અદ્યતન બાબતોનાં સામયિકો જેવાં કે **Asian Recorder Keessigns Contemporary Archiers and Facts on File** ની નિર્દેશિકા માધ્યમ વ્યક્તિઓના નામો, તેમના ફેરફાર શીષર્કો સાથે અને વીજાણુપ ઢબ અને વેબ સાઈટમાં ઓળખવામાં પણ મદદ કરે છે.

મોટાભાગના કિસ્સાઓમાં આ સામાન્ય સ્રોતો માધ્યમ વ્યક્તિઓ ઓળખવા માટે સર્વોત્તમ સ્રોતો

તરીકે સેવા ન આપે. દાખલા તરીકે જો તપાસનો પ્રકાર વિડિયો કાર્યક્રમ માટે પટકથા લેખકને શોધવા માટે સંબંધ ધરાવતો હોય તો પછી વિડિયો એજન્સીઓ સાથે સીધો સંપર્ક કરાવવો પડે. જે વિડિયો એજન્સીઓ નિષ્ણાત સાથે સંપર્ક રાખવા વિડિયો કાર્યક્રમોનું ઉત્પાદન કરે છે.

18.9 સારાંશ (SUMMARY)

આ એકમમાં આપણે સમૂહ માધ્યમો અને તેમનાં ઘટકો કે જે પ્રભાવી રીતે છપાઈ માધ્યમો, રેડિયો, દૂરદર્શન, દશ્ય-શ્રાવ્ય ઉત્પાદનો અને ચલચિત્રોનો સમાવેશ કરે છે. તેમના પરત્વે ઝડપી અનાવરણ મેળવીએ છીએ. આપણે સમૂહ માધ્યમ કાર્યક્રમો અને પ્રવૃત્તિઓમાં સમાવિષ્ટ નિષ્ણાતોના મૂલ્યની યોગ્ય સમજ મેળવવા સંભવિત માહિતી સ્રોતો તરીકે સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓ વૈવિધ્યસભર વિષયોની બાબતમાં માહિતી સેવાના વિવિધ સંદર્ભમાં કિંમતી સ્રોતો તરીકે સેવા આપે. તેમનો વિશેષજ્ઞમત માહિતી ઉત્પાદનો અને સેવાઓના ખરીદ વેચાણમાં સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓના જ્ઞાનને સ્વીકારવા અને અનુકુલન કરવા માહિતી વ્યાવસાયિકોને ઉપયોગી છે.

સમૂહ માધ્યમના ઘટકો - છપાઈ (છાપકામ) (જે દૈનિક વર્તમાનપત્રો, લોકપ્રિય સામયિકો અને સર્વોત્તમ વેચાણ ધરાવતા પુસ્તકો), રેડિયો પ્રસારણ, દૂરદર્શન, કેબલ ટીવી, A/V ઉત્પાદનો અને આધુનિક ચલચિત્રો ICT અને બહુમાધ્યમમાં વિકાસની સાથે ઝડપથી વિસ્તર્યા છે અને વૃદ્ધિ પામ્યાં છે. આપણે સમૂહ માધ્યમમાં ઘટકો, તેમનાં કાર્યો, ક્ષેત્ર અને વિકાસ અને તેમાં કામ કરતાં નિષ્ણાતો અને વ્યાવસાયિકોના પ્રકારોવો નિર્ણય લેવા તેમના પ્રત્યેકનું વિહંગાવલોકન આપીએ છીએ. સમૂહ માધ્યમના વિસ્તાર અને વિસ્તરણમાં, ICT અને બહુ માધ્યમ ટેક્નોલોજીના એકત્રીકરણની અસર દૂરગામી છે. સમૂહ માધ્યમ કોઈપણ બાબત પર જાહેર અભિપ્રાપય ઘડવા અને આકાર આપવા માટે સૌથી શક્તિશાળી સાધન હોવાના કારણે પ્રત્યાયનની સામગ્રી અધિકૃતતા, વિશ્વસનીયતા અને ઉપયોગ મૈત્રી પૂર્ણતા હોવા માટે અત્યંત અગત્યની છે. ટેક્નોલોજી વિવિધ લક્ષ્ય સ્રોતાગણોને માફક આવે છે એ માટે સંદેશાઓનું પ્રત્યાયન કરવા, કાર્યક્રમો રચવા અને વિકસાવવા વિશાળ વ્યાપ ધરાવતી પસંદગી પૂરી પાડે છે.

વિજ્ઞાપન અને જાહેર સંપર્કો એ આજવા સમૂહ માધ્યમનો અભિન્ન ભાગ છે. સમૂહ માધ્યમાં તેમની ભૂમિકા ઉજાગર કરવા માટે કેટલીક વિગતોમાં તેની ચર્ચા કરાઈ છે. સમૂહ માધ્યમમાં કામ કરતા લોકોના પ્રકાર અને તેઓ જોડાયેલા છે એ ચેનલો સારણીયુક્ત વિધાનમાં સારાંશ રૂપે અપાયેલ છે.

18.10 તમારી પ્રગતિ ચકાસોના ઉત્તરો (ANSWERS TO SELF CHECK EXERCISES)

1. અદ્યતન અવબોધન સેવાઓ સંશોધન વ્યક્તિઓ અને અન્યોનું કોઈપણ વિષય પર અદ્યતન સંશોધન પત્રો અને સંબંધિત પત્રો પરત્વે ધ્યાન પર લાવવા રચાઈ છે અને વિકસાવાઈ છે. લગભગ તે જ રીતે સમૂહ માધ્યમ લોકોના તેમના હિતની અદ્યતન માનવ પ્રસંગો પ્રવૃત્તિઓ પરત્વે ધ્યાન પર લાવે છે.

2. સમૂહ માધ્યમોનાં ઘટકો છે.
   - છપાઈ માધ્યમ, પ્રાથમિક રીતે, વર્તમાન પત્રો
   - રેડિયો પ્રસારણ
   - દશ્ય - શ્રાવ્ય, સીડી-ડીવીડી વગેરે અને
   - ચલચિત્રો

3. સમૂહ માધ્યમના કાર્યો વિશાળ સ્રોતાગણને માહિતી આપવાનું, પ્રભાવિત કરવાનું, ઘડવા કે આકાર આપવાનું, શિક્ષણ આપવાનું, મનોરંજન આપવાનું અને માહિતી વેચવાનું છે.

4. વર્તમાનપત્ર ઉદ્યોગો બૌદ્ધિકો, શિક્ષણકારો, વ્યવસ્થાપકો અને ટેકનીશિયનોનો સારું પ્રમાણ શોષી લે છે. સંપાદકીય વ્યક્તિઓમાં વૃત્તાંતકારો, સંવાદદાતાઓ, વિવિધ ક્ષેત્રે સંશોધન સંપાદકો, રૂપક લેખકો, કલાકારો અને વ્યંગકારો અને બીજા ઘણા પત્રકારોનો સમાવેશ થાય છે. વ્યાપાર જૂથ સંગઠનના વ્યવસ્થાપન અને તમામ વાણિજ્યિક પ્રવૃત્તિઓ સાથે સંબંધ રાખવા વ્યવસ્થાપકોનો સમાવેશ કરે છે. ઉત્પાદન વિભાગ ઉત્પાદનનાં તમામ ટેક્નિકલ

અને ટેક્નોલોજીકલ બાબતોનું સંચાલન કરે છે. સંસ્થા/સંગઠનની બહારના નિષ્ણાતો વર્તમાનપત્રો દ્વારા લઈ જવાતી માહિતી પરત્વે ખૂબ જ ગુણવત્તા આપવા માટે હિસ્સો/ફાળો/યોગદાન આપે છે.

5. રેડિયો પ્રસારણના કર્મચારીઓમાં ઉત્પાદકો, (નિર્માણકારો) દિગ્દર્શકો, કલાકારો, સંગીતકારો, પટકથા લેખકો, પત્રકારો અને ક્ષેત્ર લેખકો, ઈજનેરો, ટેક્નોલોજીસ્ટો, સમાચાર વાચકો અને સમીક્ષકો ઉપરાંત પ્રવૃત્તિઓની વિવિધ કક્ષાઓના કાર્યક્રમ વિશેષજ્ઞોનો સમાવેશ કરે છે. નિયતરીતે તે ટુકડી કાર્ય અને કાબેલ ટુકડી વ્યવસ્થાપન છે. - સર્વોત્તમ કાર્યક્રમ ઉત્પાદન કરવું અગત્યનું છે. ઘણા બાહ્ય નિષ્ણાતો અને વ્યાવસાયિકો કાર્યક્રમ આયોજન, અમલ અને નિર્માણમાં યોગદાન આપે છે.

6. કાર્યક્રમ રચનાકારો, વિકાસકારો, પટકથા લેખકો, ટેક્નીશીયનો, ટેક્નોલોજીસ્ટો, કલાકારો અને સંગીતકારો, છબી કલાકારો, છબીકારો અને અન્ય ઘણા વિશેષજ્ઞો દૂરદર્શન પ્રસારણની સંપૂર્ણ પ્રક્રિયામાં સામેલ કરાય છે.

7. દૃશ્ય-શ્રાવ્ય માધ્યમનું નિર્માણ જટિલ અને સૂક્ષ્મ બાબત છે. ઘણા પ્રકારના વિશેષજ્ઞોની કાંતો મનોરંજન, સમાચાર સમીક્ષાઓ અથવા પૃથક્કરણ માટે, (નાનુ વાયોલિન) અસબાબ શીખવા અને અન્યો માટે સારું વિડિયોનું નિર્માણ કરવા જરૂરી છે. પડદા પટકથા લેખકો, રચના અને વિકાસ નિષ્ણાતો, ખરીદ - વેચાણ વિશેષકો અને નિર્માંમ નિષ્ણાતો અને બીજા ઘણા સામાન્ય રીતે દૃશ્ય - શ્રાવ્ય બાબતોના નિર્માણમાં સંમિલિત કરાય છે.

8. વિજ્ઞાપનને ઈચ્છિત કાર્યને પ્રેરિત કરવા વિવિધતા સભર સમૂહ પ્રત્યાયન માધ્યમ દ્વારા માહિતીનો શુલ્ક સહિત (પૈસા ચૂકવીને) પ્રસાર તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરાય છે. વર્તમાનપત્રો અને સામયિકો અથવા છપાઈ માધ્યમમા જગ્યા ખરીદાય છે. રેડિયો અને ટીવી પર ઉપર સમય ખરીદાય છે.

9. મૂળભૂત રીતે નીચેના ત્રણ કારણોસર વિજ્ઞાપનો સમૂહ માધ્યમનો અભિન્ન ભાગ છે.

- તેઓ સમૂહ માધ્યમ અને એથી ઉલટુ પ્રચૂર આર્થિક આધાર પૂરો પાડે છે. એક બીજા વગર ટકી શકે નહીં.
- ઘણી વ્યક્તિઓ દ્વારા વિજ્ઞાપનો વિસ્તારવા અને નવીનીકરણ કરવા સમૂહ માધ્યમના સંબંધમાં ક્ષેત્રમાં વ્યવસાયીઓ દ્વારા પત્રકારોનો સામનો કરતા અને નાટકીય ફેરફારો સાથે ઝડપથી વિકસતી મહત્વના ઉદ્યોગ તરીકે જોવાય છે.
- વિજ્ઞાપનો આધુનિક સાંસ્કૃતિકનો વ્યાપક ભાગ છે. અન્ય વસ્તુઓની વચ્ચે આપણી પ્રતીમાઓ અને સમાજની પ્રતીમાઓનો રચનાનું માધ્યમ છે. કદાચ સમૂહ માધ્યમ આ હેતુઓ સિદ્ધ કરવા માટેનો એકમાત્ર માર્ગ છે.

10 વિજ્ઞાપનો પાસે ત્રણ મહત્વના લક્ષ્યો હોય છે.

- વિજ્ઞાપનકારો તેમનાં ઉત્પાદનો અને સેવાઓના ખરીદ - વેચાણ માટે તેમને મદદ કરવા વિજ્ઞાપન કરી રહ્યા છે.
- વિજ્ઞાપન એજન્સીઓ વિશિષ્ટતાકૃત કંપનીઓ છે. જેઓ મોટાભાગના વિજ્ઞાપનકારો માટે વિજ્ઞાપન અભિયાનોનું આયોજન કરે છે અને અમલ કરે છે. તેમનું કાર્ય વિજ્ઞાપન સર્જન, માધ્યમ આયોજન અને સંશોધનનો સમાવેશ કરે છે અને
- વિજ્ઞાપન માધ્યમો ગ્રાહકો સુધી વિજ્ઞાપન લઈ જાય છે અને વિજ્ઞાપન આવક (મહેસુલ) પર તેઓ નિર્ભર છે.

11. જાહેર સંપર્ક એ સંસ્થા અને તેની પ્રજા (લોકો) વચ્ચે પરસ્પર સમજણ સ્થાપિત કરવા અને જાળવી રાખવા ઈરાદાપૂર્વક આયોજીત અને લગાતાર પ્રયત્નો છે.

12 વિવિધ ક્રિયાવિધિઓ કે જેના દ્વારા જાહેર સંપર્ક નિષ્ણાતો પ્રજા સાથે તેમના સંપર્કોનું ઘડતર કરે છે. તેઓ પત્ર - છપાઈ, માહિતીપત્રો, ચોપાનીયાં, આલેખન સામગ્રી, દૃશ્ય અને શ્રાવ્ય, રેડિયો પ્રસારણ, દૂર દર્શન કાર્યક્રમો, છબીઓ પ્રતીમાઓ અને ચલિત છાપો, ચલચિત્ર

પટ્ટીઓ, ચલચિત્રો અને કેસેટ ખોખાં, ફલોપી અને આવાં અન્યોની મારફતે હોય છ આ બધામાં, કમ્પ્યુટર, પ્રત્યાયન અને બહુ માધ્યમ ટેક્નોલોજીના જોડાણનો ઉપયોગ સર્વોત્તમ અસબાબ (સાધનો) પૂરાં પાડવા અતિશય ક્ષેત્ર/વ્યાપ (વિસ્તાર) આપે છે.

13. આજે મુખ્ય પ્રકાશકેન્દ્ર નવા સામાજિક ક્ષેત્ર તરીકે ઇન્ટરનેટ પર છે. ઇન્ટરનેટ આર્થિક રાજકીય અને સાંસ્કૃતિક વિનિમયનાં નવાં સ્વરૂપો સરળ કરી આપે છે. તે બહુ ક્રિયાત્મક અને પ્રતિ - વિભાગીય છે. તે World Wide Web અને ઈ-મેઈલ સમાવે છે. તે બજાર, સરકાર શિક્ષણ, માધ્યમો અને પ્રત્યેક સામાજિક વિભાગનો સમાવેશ કરે છે. તે દશ્ય, શ્રાવ્ય અને પાઠ્યપુસ્તકીય સામગ્રી સુગ્રથીત કરનારું બહુ માધ્યમ છે તે તેની સ્થિતિસ્થાપકતાની નવી પધ્ધતિ દ્વારા, જ્ઞાન પર્યાવરણના પુનઃ આકાર આપવામાં અને તેમાં પ્રવેશના મુદ્દાઓમાં યોગદાન આપીને દૂર શિક્ષણમાં વિકાસને શક્તિમાન બનાવે છે.

14. સમૂહ માધ્યમ વ્યક્તિઓ મોટાભાગે માહિતી ક્ષેત્રમાં કામ કરે છે પરંતુ અલગ હેતુ અને કેન્દ્ર સાથે તેમના નિભાવ માટે સમૂહ માધ્યમો જે જાહેરાતો મેળવે છે તે સામાન્ય રીતે ઉચ્ચરીતે સર્જનાત્મક અને કલ્પનાત્મક હોય છે અને સફળતાની ખાતરી આપે છે તથા ઓછી વધતી રીતે લક્ષ્ય સિદ્ધ કરે છે. માહિતી વ્યાવસાયિકો માત્ર તાજેતરનાં દસકાઓમાં તેમનાં ઉત્પાદકો અને સેવાઓ માટે બજારમાં પ્રવેશી રહ્યા છે. અને તો ગ્રાહક વિજ્ઞાપનોની તેમની સામગ્રીમાં ખૂબ જ લાભ મેળવશે. તેઓની રચના અને અનુરોધ (અપીલ) અને પટકથા અને પ્રાણસંચાર સાથે રજૂઆત તેઓ તેમનાં ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે તેમના પોતાના બજારને માફક આવે તે માટે આ વિચારોને કદાચ (ફેરવે) સુધારે. વિચારો ઉછીના લેવા ઉપરાંત, પુસ્તકાલય અને માહિતી વ્યાવસાયિકો તેમનાં પોતાના વિજ્ઞાપનો અને અભિવૃદ્ધિગમ્ય માર્ગોની રચના કરવા અને વિકસાવવામાં માધ્યમ વ્યક્તિઓ સાથે એક સાથે કામ કરી શકે.

18.11 ચાવીરૂપ શબ્દો (Keywords)

1. **ચોથી જાગીર** : સામાન્ય બંધારણીય સત્તાઓ સિવાયનું જૂથ (અહી માધ્યમ) જેવું કે રાજ્યની ધારાસભા, કારોબારી અને ન્યાયતંત્ર જે દેશના રાજકરણમાં પ્રભાવ દાખવે છે.
2. **સમૂહ પ્રત્યાયન** : વિશાળ સ્રોતાગણને પ્રત્યાયન કરેલ માહિતી.
3. **સમૂહ માધ્યમ** : અત્યંત અસરકારક રીતે વિવિધ આઈસીટી અને અંકીય ટેક્નોલોજીનો ઉપયોગ કરીને વિશાળ સ્રોતાગણને પ્રત્યાયન કરેલ માહિતી.
4. **માધ્યમ વ્યક્તિઓ** : સમૂહ માધ્યમ પ્રત્યાયનમાં સંચાલન કરી રહેલા અને કાર્ય કરી રહેલા વિવિધ કક્ષાઓના નિષ્ણાતો અને વિશેષજ્ઞો.
5. **બહુ માધ્યમ** : અંકીય પર્યાવરણમાં પાઠ્યપુસ્તક (સામગ્રી) પ્રતીમા (છાપ અને ધ્વનિનું અખંડ એકત્રીકરણ)
6. **અખંડ (સળંગ) એકત્રીકરણ/એકીકરણ** : બાંધવાની રસ્સી સિવાય પ્રત્યેક સ્વરૂપનો બાંધીને અંકીય માહિતી પર્યાવરણમાં પાઠ્યપુસ્તક (સામગ્રી), પ્રતિમા (છાપ) અને ધ્વનિનું એકીકરણ/એકત્રીકરણ (સંઘટન)

18.12 સંદર્ભો અને વિશેષ વાંચન (REFERENCE AND FURTHER READING)

Balaji. Er. C. Babu (ed) (2001). Mass Media and Inpersonal Communication For Social Awakening Delhi : Authors, Press.

Baneriec, Subraba (2002). Advertising as a career 2nd ed - New Delhi : National Book Trust.

Communication 2000 AD. New Delhi : Indian Institute of Mass Communication

Gandhi, Ved Prakas (2004), Mass Media and Communication, Strategies 2nd ed, New Delhi Kamska Distributors

Gorman, Z-and Melen, David (2003). Media and Society in the twentith Century : A Historical Introduction - Blackwall Publishing.

Hisbert, Ray Elden (ed al) (1991). Mass Media : VI : An Introduction to Morden Communication. Newyork : Longmans

Hunt, Todd and Ruben, D (1993). Mass Communication : Producers and Consumers. Newyork : Harper Collins Collete Publishers

Kumar, Keval J (2002). Mass Comminication in India 3rd ed. Cpmpletely Revised an Updated. Delhi : Jaico.

Newbold, Chris (ed.al) (2002). The Media Book, London : Arnold.

Preston, Paschal (2001). Reshaping Communication : Technology, Information and Social Change, New Delhi : Sage Publications.

Shrivastava, K.M. (1998). Media, Towards 21st, Century. New Delhi : Sterling Publishers.