

Pool of GE (Any One GE) 4 Credits [Offered by the Department of Hindi related to MA Patrakarita (Hindi) Course for all the PG courses other than MA Patrakarita (Hindi).]	
Semester I of One-year PG & Semester III of Two-year PG Structure 1 (Level 6.5): PG Curricular Structure with only course work & Structure 2 (Level 6.5): PG Curricular Structure with course work & Research	मीडिया और मानवाधिकार
	डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता
	सोशल मीडिया ट्रेंड्स
	विकास संचार और सामुदायिक रेडियो

एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
GE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
मीडिया और मानवाधिकार

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE मीडिया और मानवाधिकार	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- विद्यार्थियों को मानवाधिकार के अर्थ, प्रकृति, दार्शनिक आधार एवं ऐतिहासिक विकास की समग्र समझ प्रदान करना।
- भारतीय संविधान, मौलिक अधिकारों तथा संबंधित संस्थाओं की भूमिका को समझाते हुए उनके व्यावहारिक महत्व से परिचित कराना।
- मीडिया को “चौथे स्तंभ” के रूप में समझाते हुए उसकी भूमिका, प्रभाव, जिम्मेदारियों एवं मानवाधिकार संरक्षण में योगदान का अध्ययन कराना।
- डिजिटल अधिकार, निजता, डेटा सुरक्षा, साइबर अपराध एवं सोशल मीडिया के प्रभाव सहित मानवाधिकार से जुड़े कानूनों, नीतियों और समकालीन मुद्दों का विश्लेषण कराना।
- मीडिया सामग्री और मानवाधिकार मुद्दों का समालोचनात्मक विश्लेषण करते हुए छात्रों में नैतिकता, संवेदनशीलता और जिम्मेदार नागरिकता की भावना विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र मानवाधिकार के अर्थ, प्रकृति, दार्शनिक आधार एवं ऐतिहासिक विकास का सम्यक् ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे।
- छात्र भारतीय संविधान, मौलिक अधिकारों एवं संबंधित संस्थाओं की भूमिका को समझकर उनका विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र मीडिया की भूमिका, प्रभाव, सीमाएँ एवं जिम्मेदारियों का मानवाधिकार के संदर्भ में आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।
- छात्र डिजिटल अधिकार, निजता, डेटा सुरक्षा, फेक न्यूज़ एवं साइबर अपराध जैसे समकालीन मुद्दों का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
- छात्र मीडिया सामग्री एवं मानवाधिकार मुद्दों का समालोचनात्मक विश्लेषण करते हुए सामाजिक संवेदनशीलता, नैतिकता एवं जिम्मेदार नागरिकता का विकास कर सकेंगे।

इकाई 1: मीडिया और मानवाधिकार

(09 घंटे)

- मानवाधिकार : अर्थ, प्रकृति एवं क्षेत्र
- मीडिया और मानवाधिकार
- मीडिया, मानवाधिकार और भारतीय संविधान
- मीडिया ट्रायल, मौलिक अधिकार और मानवाधिकार

इकाई 2: अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता, मीडिया और मानवाधिकार

(12 घंटे)

- भारतीय संविधान का अनुच्छेद 19(1)(a) एवं अनुच्छेद 19(2)
- भारतीय परंपरा में मीडिया और मानवाधिकार सिद्धांत
- संवैधानिक और कानूनी स्वरूप
- न्यायपालिका और मानवाधिकार संरक्षण : जनहित याचिका (PIL), न्यायिक सक्रियता

इकाई 3: डिजिटल मीडिया और मानवाधिकार

(12 घंटे)

- सोशल मीडिया और मानवाधिकार
- साइबर अपराध और मानवाधिकार
- निजता का अधिकार : डेटा संरक्षण और साइबर निगरानी
- साइबर बुलिंग, इंटरनेट बंदी एवं नागरिक अधिकार

इकाई 4: मीडिया और मानवाधिकार का वैश्वीकरण

(12 घंटे)

- वैश्विक मीडिया : संघर्ष और मानवाधिकार उल्लंघन
- मीडिया एडवोकेसी और मानवाधिकार अभियान
- मानवाधिकार संस्थाएँ
- मीडिया, मानवाधिकार और आतंकवाद

प्रायोगिक कार्य :

(30 घंटे)

- किसी एक वास्तविक मानवाधिकार उल्लंघन के मामले का अध्ययन कर उसकी रिपोर्ट तैयार करना।
- किसी समाचार पत्र/टीवी/डिजिटल प्लेटफॉर्म पर मानवाधिकार से संबंधित खबर का आलोचनात्मक विश्लेषण करना।
- मानवाधिकार विषय पर 5-10 मिनट की वीडियो या डॉक्यूमेंट्री तैयार करना।
- मानवाधिकार जागरूकता के लिए एक डिजिटल अभियान (पोस्टर, हैशटैग, पोस्ट) बनाना।
- सोशल मीडिया पर फैल रही किसी फेक न्यूज़ की पहचान कर उसके प्रभाव और सत्यापन प्रक्रिया को समझना।
- किसी संस्था किसी NGO की कार्यप्रणाली पर रिपोर्ट तैयार करना।
- पत्रकार, सामाजिक कार्यकर्ता या वकील से मानवाधिकार विषय पर साक्षात्कार लेकर रिपोर्ट बनाना।
- मानवाधिकार से संबंधित कानून (जैसे RTI, बाल अधिकार) पर पोस्टर या पैम्फलेट बनाना।
- किसी न्यायालय, NGO या सामाजिक संस्था का भ्रमण कर अनुभव आधारित रिपोर्ट तैयार करना।
- डिजिटल मीडिया और मानवाधिकार के किसी विषय (जैसे निजता, साइबर अपराध) पर प्रस्तुति या लघु शोध पत्र तैयार करना।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- पांडेय, उग्रसेन. (2020). भारत में मानवाधिकार. हिंदी बुक सेंटर. ISBN 9789380801759.
- सिन्हा, पुष्पा. (2015). मानवाधिकार की असीमित सरहदें (136 पृष्ठ). हिंदी बुक सेंटर. ISBN 9789383233977.

- मिश्र, पवन कुमार. (2016). मानवाधिकार: संवैधानिक प्रावधान एवं वास्तविकता—एक समाजशास्त्रीय विश्लेषण (174 पृष्ठ). हिंदी बुक सेंटर. ISBN 9789385981319.
- Gankidi, S. (Ed.). (2019). Human rights in India: Prospective and retrospective. Rawat Publications. ISBN 9788131610602.
- Gupta, N. (Ed.). (2021). Social justice and human rights in India. Rawat Publications. ISBN 9788131611517.
- Street, J. (2011). Mass media, politics and democracy (2nd ed.). Palgrave Macmillan.
- Mackay, H., & O'Sullivan, T. (Eds.). (1999). The media reader: Continuity and transformation (pp. 13–28, 43–73, 287–305). SAGE Publications.
- Asen, R., & Brouwer, D. C. (2001). Counterpublics and the state (pp. 1–35, 111–137). State University of New York Press.

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Ninan, S. (2007). Headlines from the heartland: Reinventing the Hindi public sphere. SAGE Publications India.
- Curran, J. (1996). Rethinking mass communication. Arnold.
- Berger, A. A. (2012). Media and society: A critical perspective (pp. 9–21, 167–180). Rowman & Littlefield.
- Nichols, J., & Price, J. (1999). Advanced studies in media (pp. 42–55). Thomas Nelson.
- Thirumal, P., & Tartakov, G. M. (2010). India's Dalits search for a democratic opening in the digital divide. In International exploration of technology equity and the digital divide: Critical, historical and social perspectives (p. 20).
- Balnaves, M., Donald, S., & Shoesmith, B. (2009). Media theories and approaches: A global perspective (pp. 3–53). Palgrave Macmillan.
- Ravi Kumar, D. (2007). The unwritten writing: Dalits and the media. In N. Rajan (Ed.), 21st century journalism in India (pp. 61–78). SAGE Publications India.
- Menon, B. (2009). Social movements and the mass media. In N. Chandhoke & P. Priyadarshi (Eds.), Contemporary India: Economy, society, politics (pp. 156–169). Pearson Education India.
- Rajagopal, A. (Ed.). (2009). The Indian public sphere: Readings in media history (pp. 278–290). Oxford University Press.
- Banerjee, M., Menon, N., & Priyam (Eds.). (2010). Human rights, gender and environment. Pearson.
- Nanda, V. (2016). Tinka Tinka Dasna (N. Talwar, Trans., pp. 31–60). Tinka Tinka Foundation.

GE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- विद्यार्थियों को डीपफेक तकनीक की प्रकृति, कार्यप्रणाली और विकास से परिचित कराना।
- मीडिया में विश्वसनीयता, सत्यता और प्रामाणिकता के महत्व को समझाना।
- डीपफेक के सामाजिक, राजनीतिक और नैतिक प्रभावों का विश्लेषण कराना।
- फेक कंटेंट की पहचान, सत्यापन और रोकथाम के कौशल विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- विद्यार्थी डीपफेक और अन्य भ्रामक कंटेंट की पहचान करने में सक्षम होंगे।
- मीडिया सामग्री की सत्यता जांचने के विभिन्न टूल्स और तकनीकों का उपयोग कर सकेंगे।
- विद्यार्थी मीडिया विश्वसनीयता के सिद्धांतों को समझकर उनका व्यावहारिक अनुप्रयोग कर पाएंगे।
- जिम्मेदार और नैतिक पत्रकारिता के तहत सत्यापित कंटेंट का निर्माण कर सकेंगे।

इकाई 1 : डीपफेक का परिचय

(12 घंटे)

- डीपफेक की परिभाषा अवधारणा और प्रकृति
- डीप लर्निंग और AI का आधार
- डीपफेक तकनीक का विकास और प्रकार
- डीपफेक के उदाहरण और केस स्टडी - राजनीतिक डीपफेक/ सेलिब्रिटी डीपफेक/ फर्जी समाचार वीडियो

इकाई 2 : मीडिया विश्वसनीयता और नैतिकता

(12 घंटे)

- मीडिया में विश्वसनीयता
- पत्रकारिता की आचार संहिता
- फेक न्यूज और दुष्प्रचार
- मीडिया की दायित्व और जवाबदेही

इकाई 3 : डीपफेक का प्रभाव

(12 घंटे)

- सामाजिक और राजनीतिक प्रभाव
- चुनाव और लोकतंत्र पर प्रभाव

- व्यक्तिगत गोपनीयता और सुरक्षा
- साइबर अपराध और कानूनी पहलू

इकाई 4 : टूल्स, सिद्धांत एवं सत्यापन तकनीक

(9 घंटे)

- फैक्ट-चेकिंग के सिद्धांत
- डिजिटल वेरिफिकेशन टूल्स
- इमेज और वीडियो सत्यापन तकनीक
- डीपफेक डिटेक्शन के आधुनिक उपाय

व्यावहारिक कार्य:

(30 घंटे)

- फेक और वास्तविक कंटेंट की पहचान का अभ्यास
- फैक्ट-चेकिंग टूल्स (जैसे रिवर्स इमेज सर्च) का उपयोग
- वीडियो/इमेज सत्यापन प्रोजेक्ट
- डीपफेक केस स्टडी का विश्लेषण
- फेक न्यूज पर रिपोर्ट तैयार करना
- मीडिया कंटेंट की विश्वसनीयता का मूल्यांकन और प्रस्तुति

सहायक ग्रंथ :

1. डॉ. संजीव भानावत, *मीडिया और नैतिकता*, रावत पब्लिकेशन, जयपुर (राजस्थान), 2008।
2. डॉ. अर्जुन तिवारी, *नवीन मीडिया और पत्रकारिता*, साहित्य भवन, आगरा (उत्तर प्रदेश), 2012।
3. डॉ. ओमप्रकाश सिंह, *डिजिटल मीडिया और समाज*, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2018।
4. अजय कुमार सिंह, *साइबर पत्रकारिता*, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, 2015।
5. नील पोस्टमैन, *टेक्नोपॉली*, पेंगुइन बुक्स, नई दिल्ली, 1992।

सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)

एवं

सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)

सोशल मीडिया ट्रेंड्स

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE सोशल मीडिया ट्रेंड्स	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- विद्यार्थियों को सोशल मीडिया के विकास, संरचना और ट्रेंड्स से परिचित कराना।
- विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उपयोग और प्रभाव को समझाना।
- डिजिटल कंटेंट, ट्रेंड एनालिसिस और ऑडियंस बिहेवियर की जानकारी देना।
- सोशल मीडिया के सामाजिक, राजनीतिक और व्यावसायिक प्रभावों का विश्लेषण करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- विद्यार्थी सोशल मीडिया ट्रेंड्स की पहचान और विश्लेषण कर सकेंगे।
- विभिन्न प्लेटफॉर्म के लिए प्रभावी और ट्रेंड-आधारित कंटेंट तैयार कर पाएंगे।
- विद्यार्थी ऑडियंस एंगेजमेंट और डिजिटल कम्युनिकेशन रणनीतियों को समझ सकेंगे।
- सोशल मीडिया के नैतिक और जिम्मेदार उपयोग के प्रति जागरूक होंगे।

इकाई 1 : सोशल मीडिया का परिचय

(12 घंटे)

- सोशल मीडिया की अवधारणा और विकास
- प्रमुख प्लेटफॉर्म (Facebook, Twitter/X, Instagram, YouTube)
- सोशल मीडिया के प्रकार और उपयोग
- डिजिटल संचार की विशेषताएँ

इकाई 2 : सोशल मीडिया ट्रेंड्स और एल्गोरिथ्म

(12 घंटे)

- ट्रेंड्स की अवधारणा और प्रकार
- एल्गोरिथ्म और कंटेंट विजिबिलिटी
- हैशटैग, वायरल कंटेंट और मीम कल्चर
- इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग

इकाई 3 : ऑडियंस और कंटेंट रणनीति

(12 घंटे)

- ऑडियंस बिहेवियर और एनालिटिक्स
- कंटेंट प्लानिंग और कैलेंडर
- एंगेजमेंट रणनीतियाँ
- ब्रांडिंग और डिजिटल पहचान

इकाई 4 : प्रभाव, नैतिकता और चुनौतियाँ

(9 घंटे)

- सोशल मीडिया का सामाजिक और राजनीतिक प्रभाव
- फेक न्यूज और दुष्प्रचार
- डेटा प्राइवेसी और सुरक्षा
- डिजिटल वेलबीइंग और जिम्मेदारी

व्यावहारिक कार्य:

(30 घंटे)

- सोशल मीडिया कंटेंट (पोस्ट/रील/थ्रेड) तैयार करना
- ट्रेंडिंग टॉपिक्स का विश्लेषण
- हैशटैग और एंगेजमेंट रणनीति बनाना
- सोशल मीडिया कैम्पेन डिजाइन करना
- एनालिटिक्स टूल्स (Insights) का उपयोग
- किसी ब्रांड/पेज का कंटेंट ऑडिट और प्रेजेंटेशन

सहायक ग्रंथ :

हिन्दी पुस्तकें :

1. डॉ. ओमप्रकाश सिंह, *डिजिटल मीडिया और पत्रकारिता*, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2018
2. डॉ. अर्जुन तिवारी, *नवीन मीडिया और जनसंचार*, साहित्य भवन, आगरा (उत्तर प्रदेश), 2012
3. डॉ. संजीव भानावत, *मीडिया और समाज*, रावत पब्लिकेशन, जयपुर (राजस्थान), 2009।
4. अजय कुमार सिंह, *सोशल मीडिया और संचार*, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, 2017।
5. फिलिप कोटलर, *मार्केटिंग मैनेजमेंट*, पियर्सन एजुकेशन, नई दिल्ली, 2016

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
GE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
विकास संचार और सामुदायिक रेडियो

Course title & Code	Credits	Credit distribution of the course			Pre-requisite of the course (if any)	Content of Course and reference is in
		Lecture	Tutorial	Practical/ Practice		
GE विकास संचार और सामुदायिक रेडियो	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- विद्यार्थियों को विकास संचार की अवधारणा, सिद्धांत और महत्व से परिचित कराना।
- सामाजिक परिवर्तन में मीडिया, विशेषकर सामुदायिक रेडियो की भूमिका को समझाना।
- ग्रामीण और वंचित समुदायों के लिए संचार रणनीतियों का ज्ञान देना।
- सामुदायिक भागीदारी और जनसंचार के माध्यम से विकास प्रक्रिया को सशक्त बनाना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- विद्यार्थी विकास संचार के विभिन्न मॉडल और सिद्धांतों को समझ सकेंगे।
- सामुदायिक रेडियो के संचालन और कार्यक्रम निर्माण की प्रक्रिया को जान सकेंगे।
- विद्यार्थी विकास से जुड़े मुद्दों पर प्रभावी संचार सामग्री तैयार कर पाएंगे।
- सामुदायिक सहभागिता आधारित मीडिया पहल को समझकर उसका विश्लेषण कर सकेंगे।

इकाई 1 : विकास संचार का परिचय

(12 घंटे)

- विकास संचार की अवधारणा महत्व और इतिहास
- विकास के मॉडल और सिद्धांत
- संचार और सामाजिक परिवर्तन
- विकास में मीडिया की भूमिका

इकाई 2 : सामुदायिक रेडियो का स्वरूप

(12 घंटे)

- सामुदायिक रेडियो की अवधारणा और विशेषताएँ
- भारत में सामुदायिक रेडियो का विकास
- लाइसेंसिंग और नीतियाँ
- सामुदायिक भागीदारी और प्रबंधन

इकाई 3 : कार्यक्रम निर्माण और प्रसारण

(12 घंटे)

- रेडियो कार्यक्रमों के प्रकार

- स्क्रिप्ट लेखन और प्रस्तुति
- ऑडियो प्रोडक्शन तकनीक
- स्थानीय मुद्दों पर आधारित कार्यक्रम

इकाई 4 : चुनौतियाँ और संभावनाएँ

(9 घंटे)

- विकास संचार की चुनौतियाँ
- सामुदायिक रेडियो की समस्याएँ
- डिजिटल मीडिया और सामुदायिक रेडियो
- केस स्टडी (भारत और वैश्विक उदाहरण)- संगम रेडियो (तेलंगाना)/रेडियो नमस्कार (ओडिशा)

व्यावहारिक कार्य:

(30 घंटे)

- विकास विषय पर रेडियो स्क्रिप्ट तैयार करना
- सामुदायिक रेडियो कार्यक्रम (रिकॉर्डिंग/प्रोडक्शन)
- फील्ड सर्वे और ऑडियंस एनालिसिस
- इंटरव्यू और वॉइस रिकॉर्डिंग
- रेडियो प्रोग्राम एडिटिंग
- समूह में प्रोजेक्ट (विकास आधारित रेडियो शो)

सहायक ग्रंथ :

1. डॉ. संजीव भानावत, *विकास संचार और पत्रकारिता*, रावत पब्लिकेशन, जयपुर (राजस्थान), 2010
2. डॉ. अर्जुन तिवारी, *जनसंचार और विकास*, साहित्य भवन, आगरा (उत्तर प्रदेश), 2013
3. डॉ. ओमप्रकाश सिंह, *विकास पत्रकारिता*, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2016
4. के. एम. श्रीवास्तव, *रेडियो प्रसारण*, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, 2008
5. उषा रानी, *कम्युनिटी रेडियो*, ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, नई दिल्ली, 2014