दिल्ली विश्वविद्यालय
University of Delhi

परिषद शाखा - II, कमरा नं: 211, नया प्रशासनिक खंड, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली-110007, दूरभाष: 011-27001156/54
Council Branch - II, Room No. 211, New Administrative Block, University of Delhi, Delhi – 110007, Ph: 27001156/54

CNC-II/093/1/AC-1027/26/10
Dated: 27.07.2026

NOTIFICATION

Sub: Amendment to Ordinance V

(AC dated 24.07.2026)

Following addition be made to Annexure-II-A to the Ordinance V (2-A) of the Ordinances of the University;

Add the following:

The following syllabi of the Department of Hindi under the Faculty of Arts based on Postgraduate Curriculum Framework 2024 are notified herewith for the information of all concerned:

Department	Syllabi	Annexure
Hindi	(i) Two-Year M.A. Hindi Patrakarita (Semester III) and One-Year M.A. Hindi Patrakarita (Semester-I). (ii) Pool of Generic Elective Courses offered by the Department of Hindi for all PG programmes other than M.A. Hindi Patrakarita.	1 & 2

REGISTRAR

Structure 1: (Level 6.5): PG Curricular Structure with only course work.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 एक वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एवं दो वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एम.ए. पत्रकारिता (हिंदी) दिल्ली विश्वविद्यालय						
Semester I of One-year PG & Semester III of Two-year PG Structure 1 (Level 6.5): PG Curricular Structure with only course work	**DSC (2 DSC)** 4 Credits Each		**Pool of DSE (Any Three DSEs Or Any Two DSEs & One GE)** 4 Credits Each		**Pool of SBC (Anyone)** 2 Credits	**Pool of GE (Anyone)** 4 Credits [Offered by the Department of Hindi related to MA Patrakarita (Hindi) Course for all the PG courses other than MA Patrakarita (Hindi).]
	DSC-7	कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन	मीडिया शोध एवं प्रविधियाँ	मीडिया का अर्थशास्त्र	कंटेंट निर्माण	मीडिया और मानवाधिकार
	DSC-8	संचार सिद्धांत और मॉडल	डिजिटल ऑडियो कल्चर	ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाज़ार	खोजी पत्रकारिता	डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता
			डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता	मीडिया और कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व	प्रोडक्शन तकनीक	सोशल मीडिया ट्रेंड्स
			मीडिया साक्षरता			विकास संचार और सामुदायिक रेडियो

Structure 2: (Level 6.5): PG Curricular Structure with course work & Research.

<table>
<tr><th colspan="7">राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एक वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम
एवं
दो वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम
एम.ए. पत्रकारिता (हिंदी)
दिल्ली विश्वविद्यालय</th></tr>
<tr><td rowspan="5">Semester I of One-year PG & Semester III of Two-year PG Structure 2
(Level 6.5): PG Curricular Structure with course work & Research.</td><td colspan="2">DSC
(2 DSC)
4 Credits Each</td><td colspan="2">Pool of DSE
(Any Two DSE or Any One DSE & One GE.)
4 Credits Each</td><td>लघु शोध-प्रबंध/अकादमिक परियोजना-कार्य/उद्यमिता
6 Credits</td><td>Pool of GE
(Anyone)
4 Credits
[Offered by the Department of Hindi related to MA Patrakarita (Hindi) Course for all the PG courses other than MA Patrakarita (Hindi).]</td></tr>
<tr><td>DSC-7</td><td>कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन</td><td>मीडिया शोध एवं प्रविधियाँ</td><td>मीडिया का अर्थशास्त्र</td><td rowspan="4">विद्यार्थियों द्वारा चयनित किसी विषय अथवा क्षेत्र पर लघु शोध-प्रबंध/परियोजना-कार्य/उद्यमिता (इसके विस्तृत स्वरूप से अवगत होने के लिए दिल्ली विश्वविद्यालय द्वारा दिनांक 13.02.2025 को अधिसूचित Ordinance-V का Anneuxture-I द्रष्टव्य है।)</td><td>मीडिया और मानवाधिकार</td></tr>
<tr><td>DSC-8</td><td>संचार सिद्धांत और मॉडल</td><td>डिजिटल ऑडियो कल्चर</td><td>ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाज़ार</td><td>डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2"></td><td>डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता</td><td>मीडिया और कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व</td><td>सोशल मीडिया ट्रेंड्स</td></tr>
<tr><td>मीडिया साक्षरता</td><td></td><td>विकास संचार और सामुदायिक रेडियो</td></tr>
</table>

नोट : राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 के अनुरूप निर्मित एक एवं दो वर्षीय एम.ए. पत्रकारिता (हिंदी) पाठ्यक्रम की **तृतीय संरचना (Structure 3)** का विवरण **पृष्ठ संख्या 39** से प्रारंभ।

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3(दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन

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		
DSC-7 **कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	___

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (**Course Objectives**)

- विद्यार्थियों को कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन की अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र तथा संगठनात्मक संरचना की मूलभूत समझ प्रदान करना।
- कॉर्पोरेट संचार के अंतर्गत छवि निर्माण (**Image Building**), पहचान (**Identity**) एवं ब्रांड प्रबंधन की प्रक्रियाओं का विश्लेषणात्मक अध्ययन कराना।
- विभिन्न सैद्धांतिक दृष्टिकोणों (जैसे उत्कृष्टता सिद्धांत, कंटिजेंसी सिद्धांत एवं प्रतिष्ठा प्रबंधन सिद्धांत) की समझ विकसित करना तथा उनके व्यावहारिक अनुप्रयोग को स्पष्ट करना।
- कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन में रणनीति निर्माण, उपकरणों, नैतिकता, पारदर्शिता एवं कॉर्पोरेट गवर्नेंस के महत्व को समझाना।
- मीडिया उद्योग में वित्तीय प्रबंधन, बजटिंग, ऑडियंस विश्लेषण, नियामक संस्थाओं (**TAM, TRP, BARC** आदि) तथा बाजार शक्तियों एवं स्वामित्व संरचना का आलोचनात्मक विश्लेषण विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (**Course Learning Outcomes**)

- छात्र कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन की अवधारणा, प्रकृति, क्षेत्र तथा संगठनात्मक संरचना को स्पष्ट रूप से समझने और विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
- छात्र कॉर्पोरेट एवं मीडिया संगठनों की कार्यप्रणाली, प्रबंधन प्रक्रियाओं तथा रणनीतिक संचार (Strategic Communication) का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।
- छात्र कॉर्पोरेट पहचान (Identity), छवि (Image) एवं प्रतिष्ठा (Reputation) के निर्माण एवं प्रबंधन की प्रक्रियाओं को समझकर उनका विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र प्रमुख सैद्धांतिक दृष्टिकोणों (जैसे उत्कृष्टता सिद्धांत, कंटिजेंसी सिद्धांत एवं राजनीतिक अर्थव्यवस्था सिद्धांत) को समझकर उनके व्यावहारिक अनुप्रयोग का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- छात्र ब्रांडिंग, मीडिया प्रबंधन, ऑडियंस विश्लेषण, नैतिकता, कॉर्पोरेट गवर्नेंस, नियामक संस्थाओं (TAM, TRP, BARC आदि) तथा मीडिया उद्योग की बाजार संरचना का समग्र विश्लेषण कर सकेंगे।

इकाई 1 : कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन **(9 घंटे)**

- कॉर्पोरेट संचार : अर्थ प्रकृति एवं क्षेत्र

- मीडिया प्रबंधन
- कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन : संरचना
- कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन : छवि एवं पहचान

इकाई 2 : कॉर्पोरेट संचार एवं मीडिया प्रबंधन के सिद्धांत **(12 घंटे)**

- उत्कृष्टता सिद्धांत (Excellence Theory) एवं कंटिजेंसी सिद्धांत (Contingency Theory)
- प्रतिष्ठा प्रबंधन सिद्धांत (Reputation Management Theory) एवं राजनीतिक अर्थव्यवस्था सिद्धांत (Political Economy Theory)
- संबंध प्रबंधन सिद्धांत (Relationship Management Theory) एवं मानवीय संबंध सिद्धांत (Human Relations Theory)
- समेकित संचार सिद्धांत (Integrated Communication Theory) एवं नवाचार प्रसार सिद्धांत (Diffusion of Innovation Theory)

इकाई 3 : कॉर्पोरेट संचार : योजना एवं रणनीति **(12 घंटे)**

- कॉरपोरेट संचार की रणनीति
- कॉरपोरेट संचार के उपकरण एवं तकनीकें
- कॉरपोरेट संचार, कॉरपोरेट गवर्नेंस एवं पारदर्शिता
- ब्रांड प्रबंधन एवं निवेशक संबंध (Investor Relations)

इकाई 4 : मीडिया प्रबंधन : योजना एवं रणनीति **(12 घंटे)**

- मीडिया प्लानिंग, कंटेंट रणनीति एवं ऑडियंस विश्लेषण
- वित्तीय प्रबंधन एवं पूंजी निवेश (Capital Inflow)
- नैतिक मुद्दे एवं मीडिया नियामक संस्थाएँ : TAM, TRP, BARC, HITS
- बाजार शक्तियाँ (Market Forces) एवं स्वामित्व के बदलते स्वरूप (Changing Ownership Patterns)

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- कॉर्पोरेट संचार योजना (Corporate Communication Plan) तैयार करना
    - किसी संगठन के लिए संचार रणनीति बनाना
    - लक्षित जनसमूह (Target Audience) का विश्लेषण
- मीडिया विश्लेषण रिपोर्ट (Media Analysis Report)
    - किसी समाचार पत्र/टीवी चैनल/डिजिटल प्लेटफॉर्म का अध्ययन
    - कंटेंट, प्रस्तुति एवं ऑडियंस का विश्लेषण
- प्रेस विज्ञप्ति (Press Release) लेखन
    - किसी कॉर्पोरेट घटना/उत्पाद के लिए प्रेस रिलीज तैयार करना
- कॉर्पोरेट प्रोफाइल एवं ब्रांडिंग अभ्यास
    - किसी कंपनी की पहचान (Identity), छवि (Image) एवं ब्रांड रणनीति का अध्ययन
- प्रस्तुतीकरण (Presentation Skills)

- कॉर्पोरेट विषयों पर PPT तैयार कर प्रस्तुत करना

- केस स्टडी विश्लेषण
  - भारतीय एवं अंतरराष्ट्रीय कॉर्पोरेट/मीडिया संस्थानों का अध्ययन
- मीडिया प्लानिंग अभ्यास
  - किसी अभियान (Campaign) के लिए मीडिया योजना बनाना
  - उपयुक्त मीडिया चयन एवं बजट निर्धारण
- नैतिक मुद्दों पर रिपोर्ट
  - पेड न्यूज़, फेक न्यूज़, मीडिया ट्रायल और नेरेटिव आदि पर अध्ययन एवं रिपोर्ट लेखन
- इंटरव्यू/फील्ड वर्क (यदि संभव हो)
  - मीडिया या कॉर्पोरेट पेशेवर से बातचीत
  - रिपोर्ट तैयार करना
- डिजिटल मीडिया प्रबंधन अभ्यास
  - सोशल मीडिया कंटेंट तैयार करना
  - एंगेजमेंट रणनीति बनाना

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- कौल, जवाहरलाल. (2008). हिंदी पत्रकारिता का बाजार भाव (प्रथम संस्करण). प्रभात प्रकाशन।
- पचौरी, सुधीश. (2015). जनसंचार: सिद्धांत और अनुप्रयोग. वाणी प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया अध्ययन: सिद्धांत और विमर्श. अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2011). संचार, समाज और संस्कृति. अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स।
- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2018). जनसंचार और पत्रकारिता. भारतीय ज्ञानपीठ।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2016). जनसंचार माध्यम: सिद्धांत और व्यवहार. राधाकृष्ण प्रकाशन।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2020). मीडिया विमर्श और लोकतंत्र. प्रभात प्रकाशन।
- शर्मा, रमेशचंद्र. (2017). मीडिया और जनमत. ग्रंथ शिल्पी प्रकाशन।
- गुप्ता, वीरेंद्र कुमार. (2016). जनसंचार: सिद्धांत एवं व्यवहार. राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- Balan, K. R. (2005). Corporate public relations. Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Balan, K. R., & Raudu, C. S. (2008). Handbook of public relations and communication. Castle Books Pvt. Ltd.
- Dilenschneider, R. L., & Forrestal, D. J. (1990). Public relations handbook. Prentice Hall.
- Hakemulder, J. R. (2002). Future of journalism, mass communication and public relations. New Delhi: Anmol Publications.
- Janowitz, M., & Hirsch, P. (Eds.). (1981). Reader in public opinion and mass communication. Free Press.
- Mehta, D. S. (2006). Handbook of public relations in India. New Delhi: Allied Publishers.

- Moore, F. H., & Kalupa, F. B. (1985). Public relations: Principles, cases and problems. Surjeet Publications.
- Newman, G. (1999). Corporate communication. State University of New York Press.
- Sahai, B. (2007). Public relations: A scientific approach. New Delhi: Himalaya Publishing House.
- Shri, J., & Jethu, N. (2004). Public relations concept. Sterling Publishers Pvt. Ltd.
- Venkataraman, (1998). Corporate communication. Sterling Publishers Pvt. Ltd.

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Herrick, D. F. (2012). Media management in the age of giants. Surjeet Publications.
- Holt, J., & Perren, A. (Eds.). (2009). Media industries: History, theory and method. Wiley-Blackwell.
- Jeffrey, R. (2000). India's newspaper revolution. Oxford University Press.
- Khandekar, V. K. (2010). Indian media business. Sage Publications.
- Küng, L. (2008). Strategic management in media. Sage Publications.
- Lavine, J. M., & Wackman, D. B. (1988). Managing media organisations. Longman.
- Thomas, P. N. (2010). Political economy of communications

हिंदी रिपोर्ट्स

- भारत सरकार, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय. (2024). वार्षिक प्रतिवेदन 2023–24. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार।
- प्रसार भारती. (2024). वार्षिक प्रतिवेदन 2023–24. प्रसार भारती।
- प्रेस परिषद् भारत. (2024). वार्षिक प्रतिवेदन 2023–24. प्रेस परिषद् भारत।
- भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण. (2024). भारतीय दूरसंचार सेवाओं का वार्षिक प्रदर्शन संकेतक प्रतिवेदन. TRAI.
- भारतीय विज्ञापन मानक परिषद. (2024). विज्ञापन स्व-नियमन एवं उपभोक्ता शिकायत रिपोर्ट 2024. ASCI.
- फिक्की एवं अर्न्स्ट एंड यंग. (2025). भारतीय मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग रिपोर्ट 2025. FICCI–EY.
- इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया. (2024). भारत में इंटरनेट उपयोग रिपोर्ट 2024. IAMAI.
- ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल इंडिया. (2024). टेलीविजन दर्शक मापन एवं मीडिया उपभोग रिपोर्ट. BARC India.
- नीति आयोग. (2024). डिजिटल अर्थव्यवस्था एवं शासन रिपोर्ट. नीति आयोग।
- लोकनीति–सीएसडीएस. (2024). मीडिया, लोकतंत्र और जनमत सर्वेक्षण रिपोर्ट. सीएसडीएस।

English Reports

- Edelman. (2025). Edelman trust barometer 2025. Edelman.
- World Economic Forum. (2025). The global risks report 2025. World Economic Forum.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). Digital news report 2025. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- UNESCO. (2024). World trends in freedom of expression and media development: Global report 2024. UNESCO.
- PricewaterhouseCoopers. (2025). Global entertainment & media outlook 2025–2029. PwC.
- Deloitte. (2025). Digital media trends survey 2025. Deloitte Insights.
- International Telecommunication Union. (2024). Measuring digital development: Facts and figures 2024. ITU.

- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). Government at a glance 2024. OECD Publishing.
- World Bank. (2021). World development report 2021: Data for better lives. World Bank.
- International Public Relations Association. (2024). Global public relations and communication management report. IPRA.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
संचार सिद्धांत और मॉडल

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		
DSC -8 **संचार सिद्धांत और मॉडल**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- प्रमुख संचार सिद्धांतों जैसे एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, निर्भरता सिद्धांत एवं नवाचार प्रसार (**Diffusion of Innovation)** के माध्यम से मीडिया प्रभाव और दर्शक व्यवहार का विश्लेषण कराना।
- भारतीय एवं वैश्विक संचार परंपराओं, विचारकों एवं सिद्धांतों का तुलनात्मक अध्ययन कर आलोचनात्मक सोच विकसित करना तथा संचार सिद्धांतों के व्यावहारिक अनुप्रयोग की क्षमता प्रदान करना।
- छात्रों को संचार के विभिन्न मॉडल (प्रारंभिक, रैखिक एवं आधुनिक/उन्नत मॉडल) की मूलभूत अवधारणाओं से परिचित कराना तथा उनकी संरचना और कार्यप्रणाली को समझाना।
- संचार मॉडल की सैद्धांतिकी एवं व्यावहारिक अनुप्रयोग (**Transmission, Ritual, Social Media** एवं **AI Models)** की समझ विकसित कर मीडिया संचार की वास्तविक प्रक्रिया को स्पष्ट करना।
- सामाजिक, मनोवैज्ञानिक एवं दार्शनिक दृष्टिकोणों (सुसंगति सिद्धांत, सामाजिक यथार्थ निर्माण, सार्वजनिक क्षेत्र आदि) के आधार पर संचार की भूमिका एवं प्रभाव को समझाना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र प्रमुख संचार सिद्धांतों (एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, निर्भरता, नवाचार प्रसार एवं उपयोग व संतुष्टि सिद्धांत) के माध्यम से मीडिया प्रभाव एवं दर्शक व्यवहार की व्याख्या कर सकेंगे।
- छात्र सामाजिक एवं दार्शनिक सिद्धांतों (सुसंगति सिद्धांत, सामाजिक यथार्थ का निर्माण, सार्वजनिक क्षेत्र आदि) के संदर्भ में संचार की भूमिका का समालोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- छात्र भारतीय एवं वैश्विक संचार परंपराओं तथा सिद्धांतों का तुलनात्मक अध्ययन कर उनके समकालीन महत्व को समझते हुए व्यावहारिक अनुप्रयोग कर सकेंगे।
- छात्र विभिन्न संचार मॉडल (अरस्तू, लैसवेल, SMCR, शैनन-वीवर आदि) की संरचना, तत्वों एवं कार्यप्रणाली को समझकर उनका विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र संचार मॉडल की सैद्धांतिकी एवं व्यावहारिक अनुप्रयोग (Transmission, Ritual, Social Media एवं AI Models) का आलोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।

इकाई 1: संचार सिद्धांत **(09 घंटे)**

- निर्भरता सिद्धांत (Dependency Theory), सूचना का प्रवाह सिद्धांत एवं नवाचार प्रसार सिद्धांत (Diffusion of Innovations)
- एजेंडा-सेटिंग सिद्धांत, फ्रेमिंग सिद्धांत एवं क्रॉस-कल्चरल एडाप्टेशन सिद्धांत

- जनमत सिद्धांत (Public Opinion Theory) एवं उपयोग एवं संतुष्टि सिद्धांत (Uses and Gratifications)
- सामाजिक यथार्थ का निर्माण (Social Construction of Reality)

इकाई 2: संचार सिद्धांत: भारतीय सैद्धांतिकी एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- महर्षि नारद मुनि का संचार सिद्धांत और भारतीय संचार का रस एवं साधारणीकरण सिद्धांत
- तुलसीदास, कबीर, रैदास एवं गुरु नानक देव का संचार सिद्धांत
- जैन धर्म का संचार सिद्धांत एवं बौद्ध संचार सिद्धांत
- स्वामी विवेकानंद का संचार दर्शन

इकाई 3: संचार मॉडल **(12 घंटे)**

- अरस्तू का संचार मॉडल एवं हेरोल्ड लैसवेल का मॉडल
- संचार का SMCR मॉडल एवं बरलो का संचार मॉडल (Berlo's Model of Communication)
- क्लॉड शैनन एवं वॉरेन वीवर का मॉडल एवं गर्बनर मॉडल (Gerbner Model of Communication)
- वेसली और मैक्लीन का मॉडल एवं ऑसगुड - श्रैम मॉडल

इकाई 4: संचार मॉडल: सैद्धांतिकी एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- रिचुअल मॉडल (Ritual Model of Communication)
- स्टुअर्ट हॉल का रिसेप्शन मॉडल (Stuart Hall's Reception Model)
- प्रेषण/संदेश भेजने का मॉडल (Transmission Model)
- पब्लिसिटी/ध्यान आकर्षण मॉडल (Publicity Model) एवं डांस हेलिकल मॉडल

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- संचार मॉडल का प्रस्तुतीकरण
- किसी एक संचार मॉडल (जैसे SMCR, लैसवेल, शैनन-वीवर आदि) का चार्ट/पावरपॉइंट के माध्यम से प्रस्तुतीकरण
- उसके तत्व, प्रक्रिया, उपयोग एवं सीमाओं का विश्लेषण
- दो संचार मॉडलों (जैसे अरस्तू एवं ऑसगुड-श्रैम) की तुलना
- समानताएँ, भिन्नताएँ एवं उपयोगिता पर रिपोर्ट तैयार करना
- किसी एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म (जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर) का चयन
- संचार मॉडल (रिसेप्शन/ट्रांसमिशन/एआई मॉडल) के आधार पर उसका विश्लेषण
- किसी समाचार, विज्ञापन या टीवी कार्यक्रम का चयन
- एजेंडा-सेटिंग एवं फ्रेमिंग सिद्धांत के आधार पर विश्लेषण
- किसी सामाजिक/मीडिया विषय पर जनमत सर्वेक्षण (Survey Project) करना
- प्रश्नावली तैयार करना, डाटा संग्रह एवं विश्लेषण प्रस्तुत करना
- महर्षि नारद, तुलसीदास, गुरु नानक देव या विवेकानंद के विचारों का अध्ययन
- उनके सिद्धांतों को आधुनिक मीडिया/समाज में लागू कर रिपोर्ट तैयार करना

- नवाचार प्रसार या नॉलेज गैप सिद्धांत से संबंधित किसी वास्तविक उदाहरण का अध्ययन
- रिपोर्ट लेखन एवं कक्षा में प्रस्तुतीकरण
- किसी एक संचार सिद्धांत (जैसे उपयोग एवं संतुष्टि, सार्वजनिक क्षेत्र आदि) पर समूह में चर्चा
- किसी मीडिया संस्थान/सामाजिक आयोजन का अवलोकन
- संचार प्रक्रिया का विश्लेषण एवं रिपोर्ट तैयार करना
- पाठ्यक्रम से संबंधित किसी एक विषय पर विस्तृत प्रोजेक्ट (3000–5000 शब्द)

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- मिश्रा, सागर. (2015). संचार के सिद्धांत और मॉडल. नई दिल्ली: ज्ञान प्रकाशन।
- सिंह, वी. एस. (2014). जनसंचार: सिद्धांत एवं व्यवहार. नई दिल्ली: प्रकाशन संस्थान।
- तिवारी, रवीन्द्रनाथ. (2016). भारतीय संचार परंपरा. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- शर्मा, रामचंद्र. (2013). संचार सिद्धांत: एक परिचय. नई दिल्ली: अटलांटिक पब्लिशर्स।
- विवेकानंद, स्वामी. (2006). विवेकानंद साहित्य (सम्पूर्ण संस्करण). कोलकाता: अद्वैत आश्रम।
- तुलसीदास. (2000). रामचरितमानस. गोरखपुर: गीता प्रेस।
- गुरु नानक देव. (2004). गुरु ग्रंथ साहिब. अमृतसर: शिरोमणि गुरुद्वारा प्रबंधक कमेटी।
- भरतमुनि. (2002). नाट्यशास्त्र. दिल्ली: मोतीलाल बनारसीदास

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (7th ed.). Cengage Learning.
- Carey, J. W. (2009). Communication as culture: Essays on media and society (Rev. ed.). Routledge.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). Theories of mass communication (5th ed.). Longman.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Theories of human communication (9th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.
- Schramm, W. (1964). Mass media and national development: The role of information in the developing countries. Stanford University Press.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
मीडिया शोध एवं शोध प्रविधियाँ

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		
DSE **मीडिया शोध एवं प्रविधियाँ**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- छात्रों को मीडिया शोध की अवधारणा, प्रकृति, महत्व तथा विभिन्न शोध प्रकारों एवं चरणों की स्पष्ट समझ प्रदान करना।
- मात्रात्मक, गुणात्मक एवं मिश्रित शोध दृष्टिकोणों की समझ विकसित कर मीडिया शोध में उनके उपयोग को स्पष्ट करना।
- शोध समस्या की पहचान, विषय चयन, साहित्य समीक्षा, परिकल्पना निर्माण एवं शोध डिज़ाइन की प्रक्रिया का व्यावहारिक ज्ञान प्रदान करना।
- उपलब्ध सामग्री की समझ और प्रामाणिकता का विकास होगा एवं डाटा संग्रह की विभिन्न विधियों (साक्षात्कार, सर्वेक्षण, केस स्टडी आदि), सैंपलिंग तकनीकों तथा वैधता एवं विश्वसनीयता की समझ विकसित करना।
- डाटा विश्लेषण, सांख्यिकीय परीक्षण, SPSS/Excel के उपयोग, शोध रिपोर्ट लेखन, संदर्भ शैली (APA/MLA) एवं शोध नैतिकता के प्रति दक्षता विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र मीडिया शोध की मूल अवधारणाओं, प्रकृति, महत्व तथा शोध के विभिन्न प्रकारों एवं चरणों को समझकर उनका विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
- छात्र मात्रात्मक, गुणात्मक एवं मिश्रित शोध दृष्टिकोणों के बीच अंतर स्पष्ट कर उपयुक्त शोध विधि का चयन एवं उपयोग कर सकेंगे।
- छात्र शोध समस्या की पहचान, विषय चयन, साहित्य समीक्षा, परिकल्पना निर्माण एवं शोध डिज़ाइन विकसित करने की क्षमता प्राप्त करेंगे।
- छात्र डाटा संग्रह की विभिन्न विधियों (साक्षात्कार, सर्वेक्षण, केस स्टडी, एथ्नोग्राफी आदि) एवं सैंपलिंग तकनीकों का प्रयोग कर वैध एवं विश्वसनीय डाटा एकत्रित कर सकेंगे।
- छात्र डाटा विश्लेषण, सांख्यिकीय परीक्षण, SPSS/Excel के उपयोग तथा शोध रिपोर्ट लेखन (APA/MLA शैली) एवं शोध नैतिकता के पालन में दक्षता प्राप्त करेंगे।

इकाई 1: मीडिया शोध प्रविधियाँ **(9घंटे)**

- शोध की परिभाषा, प्रकृति, अवधारणा एवं महत्व
- शोध के प्रकार : मौलिक, अनुप्रयुक्त, वर्णनात्मक, विश्लेषणात्मक एवं अन्वेषणात्मक

- शोध के दृष्टिकोण: मात्रात्मक दृष्टिकोण (Quantitative), गुणात्मक दृष्टिकोण (Qualitative) एवं मिश्रित दृष्टिकोण (Mixed Methods) एवं अंतःविषयक एवं बहुविषयक शोध
- शोध समस्या की पहचान, चयन, निर्धारण एवं साहित्य समीक्षा (Review of Literature)

इकाई 2: मीडिया शोध प्रविधि: सैद्धांतिकी एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- शोध प्रश्न, उद्देश्य एवं परिकल्पना
- परिकल्पना, अवलोकन, अंतर्वस्तु विश्लेषण एवं प्रक्षेपी विश्लेषण
- अनुसंधान अभिकल्प : प्रयोगात्मक, वर्णनात्मक एवं प्रकरण अध्ययन अभिकल्प
- निदर्शन (Sampling) : संभाव्यता एवं असंभाव्यता विधियाँ

इकाई 3: मीडिया शोध तकनीक **(12घंटे)**

- डाटा संग्रहण तकनीक : प्राथमिक एवं द्वितीयक डेटा, प्रश्नावली निर्माण, अनुसूची, साक्षात्कार, अवलोकन, फोकस समूह चर्चा एवं केस स्टडी
- सर्वेक्षण (Survey) एवं नृवंशविज्ञान तकनीक (Ethnography)
- डायरी विधि, इंटरनेट आधारित उपकरण एवं प्रत्यक्ष (Obtrusive) एवं अप्रत्यक्ष (Non-obtrusive) तकनीकें
- साहित्यिक चोरी (Plagiarism), जाँच तकनीक, रेटिंग एवं टीआरपी विश्लेषण तकनीक

इकाई 4: शोध एवं सांख्यिकीय तकनीक **(12घंटे)**

- सांख्यिकीय शोध तकनीक : डाटा सहसंबंध, प्रस्तुतीकरण, दृश्यांकन, वर्गीकरण, प्रसंस्करण, विश्लेषण, व्याख्या एवं परिकल्पना परीक्षण
- मापन एवं स्केलिंग तकनीक : नाममात्र, क्रमबद्ध, अंतराल, अनुपात मापन, विश्वसनीयता एवं वैधता परीक्षण एवं SPSS, Excel आदि।
- शोध रिपोर्ट लेखन तकनीक एवं संदर्भण शैली, संदर्भ प्रबंधन
- आधुनिक शोध तकनीक : कृत्रिम बुद्धिमत्ता, बिग डाटा, डाटा एनालिटिक्स, मशीन लर्निंग तकनीक एवं क्लाउड तकनीक

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- शोध विषय का चयन एवं समस्या की पहचान
  - मीडिया से संबंधित उपयुक्त विषय चुनना और शोध समस्या निर्धारित करना।
- शोध प्रस्ताव (Research Proposal) तैयार करना
  - उद्देश्य, परिकल्पना, शोध विधि एवं अपेक्षित परिणाम शामिल करना।
- साहित्य समीक्षा (Review of Literature)
  - चयनित विषय पर पूर्व शोधों का विश्लेषण एवं संक्षेप तैयार करना।
- परिकल्पना निर्माण (Hypothesis Formulation)
  - शोध के अनुरूप उपयुक्त परिकल्पनाओं का निर्माण करना।
- प्रश्नावली/अनुसूची का निर्माण
  - सर्वेक्षण हेतु प्रभावी प्रश्नावली या अनुसूची तैयार करना।
- सर्वेक्षण (Survey) करना
  - कम से कम 30–50 उत्तरदाताओं से डाटा संग्रह करना।

- साक्षात्कार (Interview) आयोजित करना
    - किसी मीडिया पेशेवर/दर्शक का साक्षात्कार लेकर रिपोर्ट तैयार करना।
- केस स्टडी (Case Study)
    - किसी मीडिया संस्थान/घटना का विस्तृत अध्ययन करना।
- सैंपलिंग तकनीक का प्रयोग
    - उपयुक्त सैंपलिंग विधि का चयन कर उसका व्यावहारिक उपयोग करना।
- डाटा एंट्री एवं विश्लेषण
    - Excel या SPSS में डाटा प्रविष्टि कर चार्ट/ग्राफ बनाना।
- सांख्यिकीय परीक्षण का अभ्यास
    - सरल पैरामीट्रिक/नॉन-पैरामीट्रिक परीक्षण लागू करना।
- शोध रिपोर्ट एवं प्रस्तुतीकरण
    - पूर्ण शोध रिपोर्ट (3000–5000 शब्द) तैयार करना एवं PPT के माध्यम से प्रस्तुति देना (APA/MLA शैली में संदर्भ सहित)।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- शर्मा, वी. (2018). जनसंचार एवं पत्रकारिता. राधा पब्लिकेशन।
- गुप्ता, एस. (2016). संचार शोध के सिद्धांत और विधियाँ. मयूर पेपरबैक्स।
- सिंह, आर. (2019). मीडिया शोध: सिद्धांत और प्रयोग. आरबीएसए पब्लिशर्स।
- त्रिपाठी, पी. (2017). शोध पद्धति. साहित्य भवन।
- चौधरी, डी. (2015). सामाजिक शोध विधियाँ. किताब महल।
- अग्रवाल, वी. (2018). संचार सिद्धांत एवं शोध. शारदा पब्लिशिंग हाउस।
- आहूजा, राम. (2014). सामाजिक शोध. रावत पब्लिकेशन्स।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Berger, A. A. (2017). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). Mass media research: An introduction (10th ed.). Cengage Learning.
- Bertrand, I., & Hughes, P. (2018). Media research methods: Audiences, institutions, texts (2nd ed.). Red Globe Press.
- Allen, M., Titsworth, S., & Hunt, S. K. (2008). Quantitative research in communication. Sage Publications.
- Berg, B. L. (2009). Qualitative research methods for the social sciences (7th ed.). Pearson.
- Tracy, S. J. (2013). Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact. Wiley-Blackwell.

- Tan, A. S. (2018). Global communication and media research. Peter Lang.
- Griffin, E. (2012). A first look at communication theory (8th ed.). McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill.
- Campbell, R., Martin, C. R., & Fabos, B. (2018). Media and culture: An introduction to mass communication (12th ed.). Bedford/St. Martin’s.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (7th ed.). Cengage Learning.
- Carey, J. W. (2009). Communication as culture: Essays on media and society (Rev. ed.). Routledge.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). Theories of mass communication (5th ed.). Longman.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Theories of human communication (9th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). McQuail’s mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
मीडिया का अर्थशास्त्र

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		
DSE **मीडिया का अर्थशास्त्र**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- विद्यार्थियों को मीडिया अर्थशास्त्र की अवधारणा, प्रकृति, महत्व तथा मीडिया उद्योग की संरचना और बाजार तंत्र की मूलभूत समझ प्रदान करना।
- आर्थिक प्रणाली में मीडिया की भूमिका, मीडिया अभिसरण (Convergence) एवं क्रॉस-मीडिया स्वामित्व (Cross-media ownership) की समझ विकसित करना।
- मीडिया अर्थशास्त्र के प्रमुख सिद्धांतों (राजनीतिक अर्थशास्त्र, सार्वजनिक हित सिद्धांत, सांस्कृतिक उद्योग एवं नव-उदारवादी दृष्टिकोण) का विश्लेषणात्मक अध्ययन कराना।
- वैश्वीकरण एवं डिजिटल युग में मीडिया उद्योग के बदलते स्वरूप, उत्पादन, निवेश, राजस्व मॉडल तथा प्रतिस्पर्धी बाजार संरचना को समझाना।
- OTT, डिजिटल मीडिया, सोशल मीडिया, क्रिएटर इकॉनमी, विज्ञापन, इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग तथा गेमिंग उद्योग के आर्थिक मॉडल और मुद्रीकरण प्रक्रियाओं का व्यावहारिक अध्ययन कराना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcome)

- छात्र मीडिया अर्थशास्त्र की मूल अवधारणाओं, प्रकृति एवं महत्व को समझकर मीडिया उद्योग की संरचना और बाजार तंत्र का विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र मीडिया अभिसरण (Convergence) और क्रॉस-मीडिया स्वामित्व सहित आर्थिक प्रणाली में मीडिया की भूमिका का आलोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- छात्र राजनीतिक अर्थशास्त्र, सार्वजनिक हित सिद्धांत, सांस्कृतिक उद्योग एवं अन्य प्रमुख सिद्धांतों का व्याख्यात्मक एवं आलोचनात्मक विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र वैश्वीकरण और डिजिटल मीडिया अर्थव्यवस्था के प्रभावों को समझते हुए मीडिया उद्योग में उत्पादन, निवेश, राजस्व मॉडल एवं व्यावसायिक संरचनाओं का अध्ययन कर सकेंगे।
- छात्र OTT प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया, क्रिएटर इकॉनमी, डिजिटल कंटेंट, मुद्रीकरण, इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एवं गेमिफिकेशन जैसे आधुनिक आर्थिक मॉडलों का विश्लेषण कर सकेंगे।

इकाई 1: मीडिया का अर्थशास्त्र **(9 घंटे)**

- मीडिया का अर्थशास्त्र : अवधारणा एवं महत्व

- मीडिया राजस्व
- अर्थव्यवस्था में मीडिया
- मीडिया में एकाधिकार के प्रश्न

इकाई 2: मीडिया का अर्थशास्त्र : सैद्धांतिकी एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- सार्वजनिक हित सिद्धांत (Public Interest Theory)
- सांस्कृतिक उद्योग सिद्धांत (Cultural Industries Theory) एवं उपयोग और संतुष्टि सिद्धांत (Economic Perspective)
- मीडिया प्रतिस्पर्धा सिद्धांत (Competition Theory)
- डिजिटल मीडिया अर्थशास्त्र का सिद्धांत (Digital Media Economics)

इकाई 3: मीडिया उद्योग: उत्पादन, प्रोत्साहन और अर्थशास्त्र **(12 घंटे)**

- टीवी, रेडियो और प्रिंट का डिजिटल एकीकरण और FDI (Foreign Direct Investment)
- बॉक्स ऑफिस अर्थशास्त्र, कॉपीराइट और सेंसरशिप कानून
- रॉयल्टी, लाइसेंसिंग, डिजिटल स्ट्रीमिंग और सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट
- स्पोर्ट्स मीडिया राइट्स, राजस्व और ऑनलाइन गेमिंग का बाजार

इकाई 4: OTT, डिजिटल कंटेंट और सोशल मीडिया राजस्व अर्थव्यवस्था **(12 घंटे)**

- सोशल मीडिया अर्थशास्त्र
- क्रिएटर इकॉनमी : कंटेंट निर्माण, वितरण और मुद्रीकरण
- इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग, इंटरएक्टिव कंटेंट
- हाइब्रिड मॉडल एवं ई-कॉमर्स, ब्रांडेड कंटेंट और OTT प्लेटफॉर्म का आर्थिक मॉडल

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- केस स्टडी विश्लेषण
  - किसी एक फिल्म/वेब सीरीज/मीडिया प्रोजेक्ट का चयन करें
  - उसके बजट, राजस्व, वितरण एवं ROI (Return on Investment) का विश्लेषण करें
- OTT प्लेटफॉर्म अध्ययन
  - किसी एक OTT प्लेटफॉर्म (जैसे Netflix, Amazon Prime आदि) का चयन
  - उसके बिजनेस मॉडल, सदस्यता योजना, कंटेंट रणनीति और राजस्व स्रोतों का अध्ययन
- सोशल मीडिया एवं क्रिएटर इकॉनमी
  - किसी इन्फ्लुएंसर/यूट्यूबर का चयन
  - उनके कंटेंट मॉडल, ब्रांड सहयोग, आय के स्रोत और ऑडियंस एंगेजमेंट का विश्लेषण
- विज्ञापन एवं ब्रांड विश्लेषण
  - किसी विज्ञापन अभियान का अध्ययन
  - उपभोक्ता व्यवहार, ब्रांड पोजिशनिंग और कानूनी अनुपालन का मूल्यांकन

- मीडिया कानून केस स्टडी
  - किसी एक मीडिया से जुड़े कानूनी मामले (कॉपीराइट/पायरेसी/मानहानि) का चयन
  - उसके तथ्य, निर्णय और प्रभाव का विश्लेषण
- समाचार या मीडिया संस्थान का आर्थिक अध्ययन
  - किसी न्यूज़ चैनल/अखबार/डिजिटल पोर्टल का चयन
  - उसके राजस्व मॉडल (विज्ञापन, सदस्यता), लागत संरचना और बाजार रणनीति का अध्ययन
- ऑनलाइन गेमिंग या स्पोर्ट्स मीडिया अध्ययन
  - किसी गेमिंग ऐप या स्पोर्ट्स लीग का चयन
  - उसके राजस्व स्रोत, उपयोगकर्ता आधार और नियामक पहलुओं का विश्लेषण
- डाटा और डिजिटल सुरक्षा विश्लेषण
  - किसी डिजिटल प्लेटफॉर्म की डाटा प्राइवेसी नीति और साइबर सुरक्षा उपायों का अध्ययन
  - उपयोगकर्ता डाटा के आर्थिक महत्व का विश्लेषण
- फील्ड सर्वे / प्रश्नावली
  - मीडिया उपभोग (OTT, सोशल मीडिया, न्यूज़ आदि) पर सर्वे तैयार करें
  - डाटा संग्रह, विश्लेषण और निष्कर्ष प्रस्तुत करें
- प्रोजेक्ट रिपोर्ट / प्रस्तुति
  - उपरोक्त किसी भी विषय पर समूह या व्यक्तिगत प्रोजेक्ट
  - लिखित रिपोर्ट एवं पावरपॉइंट प्रस्तुति

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- सिंह, ओ. पी. (2018). मीडिया प्रबंधन और जनसंचार. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2017). मीडिया का बदलता परिदृश्य. भोपाल: मध्यप्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- पचौरी, सुधीश. (2015). नया मीडिया : नए मुद्दे. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- मिश्र, रामशरण. (2016). जनसंचार माध्यम : सिद्धांत और व्यवहार. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- यादव, सुरेश. (2019). मीडिया और बाजारवाद. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- त्रिपाठी, अरुण कुमार. (2018). डिजिटल मीडिया और समाज. नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- पांडेय, सुधीर. (2017). मीडिया प्रबंधन एवं विज्ञापन. नई दिल्ली: साहित्यागार।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया अध्ययन : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।
- पचौरी, सुधीश. (2012). भूमंडलीकरण और मीडिया. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, रमेश. (2018). विज्ञापन, जनसंपर्क एवं मीडिया व्यवसाय. जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- जोशी, पूरनचंद. (2011). मीडिया विमर्श और बाजार. नई दिल्ली: ग्रंथशिल्पी।
- शर्मा, विनोद. (2019). न्यू मीडिया और डिजिटल संस्कृति. नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।

- गुप्ता, संजय. (2021). सोशल मीडिया : समाज, संस्कृति और अर्थव्यवस्था. नई दिल्ली: साहित्यागार।
- द्विवेदी, शंभुनाथ. (2016). संचार, संस्कृति और मीडिया उद्योग. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- Albarran, A. B. (2010). Media economics: Understanding markets, industries and concepts (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Doyle, G. (2013). Understanding media economics (2nd ed.). SAGE Publications.
- Picard, R. G. (2002). The economics and financing of media companies. Fordham University Press.
- Albarran, A. B., Wirth, M. O., & Picard, R. G. (Eds.). (2006). Handbook of media management and economics. Lawrence Erlbaum Associates.
- Doyle, G. (2002). Media ownership: The economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media. SAGE Publications.
- Noam, E. M. (2016). Who owns the world's media? Media concentration and ownership around the world. Oxford University Press.
- McChesney, R. W. (2008). The political economy of media: Enduring issues, emerging dilemmas. Monthly Review Press.
- Flew, T. (2018). Understanding global media (2nd ed.). Palgrave Macmillan.
- Napoli, P. M. (2011). Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences. Columbia University Press.
- Vogel, H. L. (2020). Entertainment industry economics: A guide for financial analysis (10th ed.). Cambridge University Press.
- Kohli-Khandekar, V. (2013). The Indian media business (4th ed.). SAGE Publications.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट:

- Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), & Ernst & Young (EY). (2024). Shape the future: Indian media and entertainment is scripting a new story. EY India.
- Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), & Ernst & Young (EY). (2025). Stories, scale and impact: Unlocking India's M&E economy. EY India.
- PricewaterhouseCoopers (PwC). (2024). Global entertainment & media outlook 2024–2028. PwC.
- KPMG. (2023). Media and entertainment report: India's digital future. KPMG India.
- Telecom Regulatory Authority of India (TRAI). (2023). Annual report 2022–23. Government of India.
- Ministry of Information and Broadcasting. (2023). Annual report 2022–23. Government of India.
- Internet and Mobile Association of India (IAMAI). (2023). Digital in India report. IAMAI.
- GroupM. (2024). This year, next year: India report 2024. GroupM India.
- UNESCO. (2022). Media development indicators: Assessing media development in the digital age. UNESCO Publishing.
- FICCI. (2023). FICCI FRAMES report 2023. Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
डिजिटल ऑडियो कल्चर

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		
DSE **डिजिटल ऑडियो कल्चर**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- छात्रों को डिजिटल ऑडियो कल्चर की परिभाषा, प्रकृति, अवधारणा, महत्व एवं इसके ऐतिहासिक विकास की समझ प्रदान करना।
- पारंपरिक मौखिक परंपरा से लेकर आधुनिक डिजिटल ऑडियो माध्यमों तक के परिवर्तन एवं उनके आपसी संबंधों का विश्लेषणात्मक अध्ययन कराना।
- डिजिटल ऑडियो इकोसिस्टम में ऑडियो प्रोडक्शन, वितरण और उपभोग की प्रक्रियाओं की व्यापक समझ विकसित करना।
- भारतीय श्रुति परंपरा, गुरु-शिष्य परंपरा, लोककथाओं, लोकगीतों एवं प्रवचन संस्कृति के माध्यम से सांस्कृतिक एवं सामाजिक आयामों का अध्ययन कराना।
- पॉडकास्टिंग, सोशल मीडिया ऑडियो प्लेटफॉर्म्स, ऑडियो कंटेंट निर्माण तकनीकें (स्क्रिप्ट लेखन, रिकॉर्डिंग, एडिटिंग), AI/वॉयस टेक्नोलॉजी एवं फेक ऑडियो जैसी समकालीन चुनौतियों की समझ विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र डिजिटल ऑडियो कल्चर की मूल अवधारणा, प्रकृति, महत्व तथा ऑडियो माध्यमों के ऐतिहासिक विकास (मौखिक परंपरा से डिजिटल प्लेटफॉर्म तक) को समझने और विश्लेषित करने में सक्षम होंगे।
- छात्र पारंपरिक एवं आधुनिक ऑडियो माध्यमों के बीच संबंध और अंतर को पहचानते हुए भारतीय श्रुति-श्रवण एवं मौखिक संचार परंपरा का सम्यक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- छात्र श्रवण संस्कृति के प्रमुख आचार्यों एवं भारतीय संचार परंपरा के योगदान का विश्लेषण कर मौखिक संचार सिद्धांतों का व्यावहारिक उपयोग कर सकेंगे।
- छात्र पॉडकास्ट एवं सोशल मीडिया ऑडियो प्लेटफॉर्म्स पर ऑडियो कंटेंट निर्माण, प्रस्तुति तथा ऑडियो प्रोडक्शन (स्क्रिप्ट, रिकॉर्डिंग, एडिटिंग, साउंड डिजाइन) में तकनीकी दक्षता प्राप्त करेंगे।
- छात्र डिजिटल ऑडियो माध्यमों में श्रोता व्यवहार, सहभागिता, एनालिटिक्स, तथा नैतिकता, कॉपीराइट, AI/वॉयस टेक्नोलॉजी एवं फेक ऑडियो जैसी चुनौतियों का आलोचनात्मक विश्लेषण कर सकेंगे।

इकाई 1: डिजिटल ऑडियो कल्चर **(09 घंटे)**

- डिजिटल ऑडियो कल्चर : अवधारणा एवं महत्व
- डिजिटल ऑडियो कल्चर : इतिहास एवं विकास
- पारंपरिक और आधुनिक ऑडियो माध्यम
- ऑडियो प्रोडक्शन, वितरण और उपभोग

इकाई 2: भारतीय संचार परंपरा और श्रवण संस्कृति **(12 घंटे)**

- भारतीय परंपरा में श्रुति परंपरा (Oral Tradition)
- उपनिषद परंपरा
- लोकसाहित्य, कथा एवं प्रवचन परंपरा
- मुनि परंपरा

इकाई 3: डिजिटल ऑडियो कल्चर : सैद्धांतिकी एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- स्पष्टता, शुद्धता एवं संक्षिप्तता का सिद्धांत (Clarity/Accuracy/ Brevity)
- उपयुक्तता एवं समयबद्धता का सिद्धांत (Appropriateness/Timeliness) और प्रभावशीलता का सिद्धांत (Effectiveness)
- सक्रिय श्रवण का सिद्धांत (Active Listening)
- स्वर एवं उच्चारण का सिद्धांत (Tone & Pronunciation)

इकाई 4: डिजिटल ऑडियो कल्चर : रचनात्मक रणनीतियाँ एवं प्रयोग **(12 घंटे)**

- सोशल मीडिया और ऑडियो कंटेंट : श्रोता व्यवहार, श्रवण प्रक्रिया
- पॉडकास्टिंग एवं प्रमुख प्लेटफॉर्म
- ऑडियो निर्माण तकनीक
- साउंड डिजाइन एवं नैतिक चुनौतियाँ

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- पॉडकास्ट स्क्रिप्ट लेखन
  - किसी समसामयिक विषय पर 5–10 मिनट के पॉडकास्ट के लिए स्क्रिप्ट तैयार करना।
- ऑडियो रिकॉर्डिंग अभ्यास
  - माइक्रोफोन का उपयोग करते हुए साफ एवं स्पष्ट ऑडियो रिकॉर्ड करना (Noise Control सहित)।

- ऑडियो एडिटिंग प्रोजेक्ट
    - रिकॉर्ड किए गए ऑडियो को एडिट करना (कट, मिक्स, नॉर्मलाइजेशन) जैसे सॉफ्टवेयर Audacity या Adobe Audition का उपयोग।
- पॉडकास्ट एपिसोड निर्माण
    - पूर्ण पॉडकास्ट एपिसोड (इंट्रो, कंटेंट, म्यूजिक, आउट्रो) तैयार करना और प्रस्तुत करना।
- रेडियो कार्यक्रम निर्माण
    - 10–15 मिनट का रेडियो प्रोग्राम (समाचार/मनोरंजन/शैक्षिक) तैयार करना।
- टीवी/OTT कार्यक्रम का ऑडियो विश्लेषण
    - किसी टीवी शो या OTT कंटेंट (जैसे Netflix) के ऑडियो तत्वों (डबिंग, बैकग्राउंड म्यूजिक, साउंड इफेक्ट) का विश्लेषण।
- सोशल मीडिया ऑडियो कंटेंट निर्माण
    - सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे Instagram या YouTube के लिए शॉर्ट ऑडियो/रील कंटेंट बनाना।
- वॉयस मॉड्यूलेशन एवं प्रस्तुति अभ्यास
    - विभिन्न टोन, पिच और भावनाओं के साथ वाचन/नरेशन का अभ्यास और रिकॉर्डिंग।
- फील्ड रिकॉर्डिंग एवं साउंड डॉक्यूमेंटेशन
    - किसी स्थान (बाजार, मंदिर, कार्यक्रम आदि) की प्राकृतिक ध्वनियों को रिकॉर्ड कर उसका विश्लेषण।
- श्रोता विश्लेषण एवं फीडबैक रिपोर्ट
    - तैयार किए गए ऑडियो/पॉडकास्ट पर श्रोताओं की प्रतिक्रिया (Feedback) एकत्र कर रिपोर्ट बनाना।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- शर्मा, के. के. (2012). जनसंचार माध्यम और पत्रकारिता. राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- मिश्र, विद्यानिवास. (2010). भारतीय संस्कृति और संचार. प्रभात प्रकाशन।
- दास, श्याम सुंदर. (2005). संचार के सिद्धांत. लोकभारती प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, सुरेश. (2015). रेडियो पत्रकारिता. वाणी प्रकाशन।
- तिवारी, राकेश. (2018). टेलीविजन पत्रकारिता. राजकमल प्रकाशन।
- बर्णवाल, हरीश चन्द्र. (2014). टेलीविज़न की भाषा. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- Berry, R. (2016). Podcasting: Considering the evolution of the medium. Routledge.
- Bottomley, A. J., & Lindgren, M. (Eds.). (2016). Podcasting: New aural cultures and digital media. Palgrave Macmillan.
- Crook, T. (2012). The sound handbook. Routledge.
- Kern, J. (2008). Sound reporting: The NPR guide to audio journalism and production. University of Chicago Press.
- Zettl, H. (2017). Television production handbook (12th ed.). Cengage Learning.

अकादमिक उपयोग की पुस्तकें एवं रिपोर्ट :

- McHugh, S. (2017). Podcast journalism: The future of radio and storytelling. Columbia University Press.

- Rumsey, F., & McCormick, T. (2014). Sound and recording: Applications and theory (7th ed.). Focal Press.
- Watkinson, J. (2001). The art of digital audio (3rd ed.). Focal Press.
- Negroponte, N. (1995). Being digital. Knopf.
- PwC. (2023). Global entertainment & media outlook 2023–2027. PricewaterhouseCoopers.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). Digital news report 2023. University of Oxford.
- International Telecommunication Union. (2022). Measuring digital development: Facts and figures 2022. ITU.
- UNESCO. (2021). Reshaping cultural policies: Advancing creativity for development. UNESCO Publishing.
- Deloitte. (2023). Digital media trends survey 2023. Deloitte Insights.
- Edison Research. (2023). The infinite dial 2023. Edison Research & Triton Digital.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाजार

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		
DSE **ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाजार**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- विद्यार्थियों को ब्रांड संचार एवं उपभोक्ता व्यवहार की अवधारणा, प्रकृति, महत्व तथा बाजार के साथ उनके अंतर्संबंध की समझ प्रदान करना।
- ब्रांड पहचान (Identity), ब्रांड छवि (Image) एवं उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया की गहन समझ विकसित कर प्रभावी ब्रांड प्रबंधन की क्षमता विकसित करना।
- ब्रांड इक्विटी, IMC, AIDA, DAGMAR तथा उपभोक्ता व्यवहार के प्रमुख मॉडल (Howard-Sheth, Nicosia, EBM) का विश्लेषणात्मक अध्ययन कराना।
- ब्रांड पोजिशनिंग, ब्रांड पर्सनालिटी, रचनात्मक रणनीतियों, USP एवं ब्रांड वैल्यू के व्यावहारिक उपयोग को समझाना।
- डिजिटल युग में ब्रांड संचार, उपभोक्ता दृष्टिकोण, संतुष्टि, निष्ठा एवं उपभोक्ता जुड़ाव (Engagement) के आधार पर प्रभावी विपणन रणनीतियाँ विकसित करने की क्षमता प्रदान करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार एवं बाजार की मूल अवधारणाओं को समझकर उनके पारस्परिक संबंधों का विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र ब्रांड पहचान, ब्रांड छवि एवं उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया का व्यावहारिक मूल्यांकन कर प्रभावी ब्रांड रणनीतियाँ विकसित कर सकेंगे।
- छात्र AIDA, DAGMAR, IMC एवं ब्रांड इक्विटी जैसे मॉडलों के साथ Howard-Sheth, Nicosia, EBM आदि उपभोक्ता व्यवहार मॉडलों को समझकर उनका अनुप्रयोग कर सकेंगे।
- छात्र ब्रांड पोजिशनिंग, ब्रांड पर्सनालिटी, USP, ब्रांड वैल्यू एवं उपभोक्ता दृष्टिकोण के आधार पर प्रभावी मार्केटिंग रणनीतियाँ तैयार कर सकेंगे।
- छात्र डिजिटल परिवेश में डिजिटल ब्रांड संचार, उपभोक्ता जुड़ाव (Engagement), संतुष्टि एवं निष्ठा के माध्यम से दीर्घकालिक ब्रांड संबंधों का निर्माण और विश्लेषण कर सकेंगे।

इकाई 1: ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाजार **(09 घंटे)**

- ब्रांड तथा ब्रांड संचार : परिभाषा, अवधारणा एवं महत्व

- उपभोक्ता व्यवहार : अवधारणा एवं प्रकृति
- उपभोक्ता व्यवहार और बाजार का अंतर्संबंध
- ब्रांड पहचान (Brand Identity), ब्रांड छवि (Brand Image) और उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया (Buying Decision Process)

इकाई 2: ब्रांड संचार और बाजार के सिद्धांत एवं मॉडल (12 घंटे)

- ब्रांड इक्विटी मॉडल (Aaker, Keller) और एकीकृत विपणन संचार मॉडल (IMC)
- AIDA मॉडल (Attention–Interest–Desire–Action) और DAGMAR मॉडल
- ब्रांड पोजिशनिंग सिद्धांत (Brand Positioning Theory) और ब्रांड पर्सनालिटी सिद्धांत (Brand Personality Theory)
- डिजिटल ब्रांड संचार सिद्धांत और उपभोक्ता-आधारित ब्रांड संचार सिद्धांत

इकाई 3: उपभोक्ता व्यवहार और बाजार के मॉडल (12 घंटे)

- हॉवर्ड-शेथ मॉडल (Howard-Sheth Model) और हॉवर्ड-ओस्टलंड मॉडल (Howard-Ostlund Model)
- एंगेल-ब्लैकवेल-मिनियार्ड मॉडल (Engel, Blackwell and Miniard Model)
- एंड्रियासन मॉडल (Andreasan Model)
- ब्लैक बॉक्स मॉडल (The Black Box Model)

इकाई 4: ब्रांड संचार, उपभोक्ता व्यवहार और बाजार : रचनात्मक रणनीतियाँ एवं प्रयोग (12 घंटे)

- ब्रांड प्रबंधन एवं USP (Unique Selling Proposition)
- ब्रांड परसेप्शन और एटिट्यूड
- उपभोक्ता दृष्टिकोण की प्रकृति (त्रिघटक दृष्टिकोण, वस्तु के प्रति दृष्टिकोण, दृष्टिकोण का निर्माण, परिवर्तन और रणनीतियाँ)
- ग्राहक संतुष्टि एवं उपभोक्ता व्यवहार (धारणा, निष्ठा और उपभोक्ता जुड़ाव (Engagement)

प्रायोगिक कार्य : (30 घंटे)

- ब्रांड विश्लेषण (Brand Analysis)
    1. किसी एक ब्रांड का चयन करें
    2. उसकी ब्रांड पहचान, ब्रांड छवि और USP का विश्लेषण करें
- उपभोक्ता व्यवहार सर्वे (Consumer Behaviour Survey)
    1. 20–30 लोगों पर प्रश्नावली तैयार करें
    2. खरीद व्यवहार, पसंद और निर्णय प्रक्रिया का विश्लेषण करें
- विज्ञापन अभियान अध्ययन (Advertising Campaign Study)
    1. किसी एक विज्ञापन अभियान का चयन
    2. उसमें उपयोग किए गए AIDA या DAGMAR मॉडल का विश्लेषण
- बाजार विभाजन परियोजना (Market Segmentation Project)

   1. किसी उत्पाद/सेवा के लिए
   2. लक्षित बाजार (Target Market) और सेगमेंटेशन रणनीति तैयार करें
- सोशल मीडिया ब्रांड ऑडिट
   1. किसी ब्रांड के सोशल मीडिया अकाउंट का अध्ययन
   2. कंटेंट, एंगेजमेंट और इन्फ्लुएंसर रणनीति का विश्लेषण
- उपभोक्ता दृष्टिकोण विश्लेषण (Attitude Study)
   1. किसी उत्पाद के प्रति उपभोक्ता दृष्टिकोण का अध्ययन
   2. त्रिघटक दृष्टिकोण मॉडल (Cognitive, Affective, Behavioural) के आधार पर विश्लेषण
- ब्रांड पोजिशनिंग मैप (Perceptual Mapping)
   1. 2–3 प्रतिस्पर्धी ब्रांड का चयन
   2. उपभोक्ता धारणा के आधार पर Perceptual Map तैयार करें
- केस स्टडी: उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया
   1. किसी वास्तविक खरीद (जैसे मोबाइल, कपड़े आदि) का अध्ययन
   2. Need Recognition से Post-purchase तक पूरी प्रक्रिया का विश्लेषण
- इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग विश्लेषण
   1. किसी सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर का चयन
   2. ब्रांड सहयोग, कंटेंट रणनीति और उपभोक्ता प्रभाव का अध्ययन
- ग्राहक संतुष्टि अध्ययन (Customer Satisfaction Study)
   1. किसी सेवा/ब्रांड के ग्राहकों से फीडबैक लें
   2. संतुष्टि, निष्ठा और सुधार के सुझाव प्रस्तुत करें

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- कश्यप, सुरेश एवं गुप्ता, मुकेश. (2018). विपणन प्रबंधन। नई दिल्ली: एस. चाँद एंड कम्पनी।
- शर्मा, आर. के. (2017). उपभोक्ता व्यवहार। नई दिल्ली: अटलांटिक पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स।
- सिंह, ओ. पी. (2019). विज्ञापन एवं ब्रांड प्रबंधन। नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, रमेश. (2018). विज्ञापन, जनसंपर्क एवं विपणन संचार। जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- यादव, सुरेश. (2016). बाजारवाद, मीडिया और उपभोक्ता संस्कृति। नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- पांडेय, सुधीर. (2019). विपणन संचार और विज्ञापन। नई दिल्ली: साहित्यागार।
- गुप्ता, सी. बी. एवं राजन नायर, एन. (2018). विपणन प्रबंधन (हिंदी संस्करण)। नई दिल्ली: सुल्तान चंद एंड संस।
- सक्सेना, राजन. (2016). विपणन प्रबंधन (हिंदी अनुवाद संस्करण)। नई दिल्ली: मैकग्रा हिल एजुकेशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया, बाजार और उपभोक्ता संस्कृति। नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।
- शर्मा, विनोद. (2020). डिजिटल मीडिया, ब्रांड और उपभोक्ता। नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- त्रिपाठी, अरुण कुमार. (2021). डिजिटल विपणन और सोशल मीडिया संचार। नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- मिश्रा, रामशरण. (2017). जनसंचार, विज्ञापन और बाजार। प्रयागराज: लोकभारती प्रकाशन।
- पचौरी, सुधीश. (2015). उपभोक्तावाद और मीडिया संस्कृति। नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

- जोशी, पूरनचंद. (2012). वैश्वीकरण, बाजार और संस्कृति। नई दिल्ली: ग्रंथशिल्पी।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2018). मीडिया, समाज और बाजार। भोपाल: मध्यप्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). Consumer behavior (12th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). Consumer behavior: Buying, having, and being (12th ed.). Pearson.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (12th ed.). McGraw-Hill.
- Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.). Pearson.
- Aaker, D. A. (1996). Building strong brands. Free Press.
- Fill, C. (2013). Marketing communications: Brands, experiences and participation (6th ed.). Pearson.
- Percy, L. (2018). Strategic integrated marketing communications (3rd ed.). Routledge.
- Chunawalla, S. A. (2019). Advertising, sales and promotion management (5th ed.). Himalaya Publishing House.
- Kohli-Khandekar, V. (2013). The Indian media business (4th ed.). SAGE Publications.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट:

- Nielsen. (2023). Global consumer confidence and spending intentions survey. Nielsen.
- Kantar. (2023). BrandZ global brand equity report 2023. Kantar.
- Deloitte. (2024). Global marketing trends 2024. Deloitte Insights.
- McKinsey & Company. (2023). The state of consumer behavior 2023. McKinsey & Company.
- PricewaterhouseCoopers (PwC). (2024). Global consumer insights survey 2024. PwC.
- Accenture. (2023). Life trends 2023: Consumer behaviour report. Accenture.
- Google. (2023). Think with Google: Consumer insights report. Google.
- Statista. (2024). Digital consumer trends report. Statista.
- Boston Consulting Group (BCG). (2023). Customer engagement and personalization report. BCG.
- FICCI, & EY India. (2024). Shape the future: Indian media and entertainment report. EY India.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
मीडिया साक्षरता

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		
DSE **मीडिया साक्षरता**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- छात्रों को मीडिया साक्षरता की मूल अवधारणा, प्रकृति, प्रिंट से डिजिटल विकास तथा उसके महत्व की समझ प्रदान करना।
- मीडिया को संचार एवं प्रभाव के माध्यम के रूप में पहचानते हुए उसके सामाजिक प्रभाव तथा मीडिया इंडस्ट्री, प्रोडक्ट और ऑडियंस का समालोचनात्मक विश्लेषण करने की क्षमता विकसित करना।
- समालोचनात्मक चिंतन (Critical Thinking) के तत्वों- तर्क, विश्लेषण, निर्णय, भ्रांतियों की पहचान एवं समस्या समाधान- का विकास कर दैनिक जीवन में उनके उपयोग को सक्षम बनाना।
- संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह, प्रभावी प्रश्न तकनीकों तथा फेक न्यूज़, मिसइन्फॉर्मेशन, डिसइन्फॉर्मेशन एवं प्रोपेगेंडा की पहचान एवं विश्लेषण की क्षमता विकसित करना।
- मीडिया संदेशों में निहित मूल्य, विचारधारा एवं सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों को समझते हुए विभिन्न मीडिया टेक्स्ट का आलोचनात्मक विश्लेषण कर जिम्मेदार मीडिया उपभोक्ता एवं जागरूक नागरिक बनने की क्षमता विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- छात्र मीडिया साक्षरता की अवधारणा, प्रकृति, प्रिंट से डिजिटल विकास तथा उसके सामाजिक महत्व को समझकर उसका विश्लेषण कर सकेंगे।
- छात्र मीडिया को संचार एवं प्रभाव के माध्यम के रूप में पहचानते हुए उसके सामाजिक, सांस्कृतिक एवं राजनीतिक प्रभावों का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।
- छात्र समालोचनात्मक चिंतन के सिद्धांतों को अपनाते हुए तार्किक सोच, विश्लेषण, निर्णय क्षमता एवं समस्या समाधान कौशल का प्रभावी उपयोग कर सकेंगे।
- छात्र संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह, भ्रांतियों तथा फेक न्यूज़, मिसइन्फॉर्मेशन, डिसइन्फॉर्मेशन एवं प्रोपेगेंडा तकनीकों की पहचान एवं मूल्यांकन कर सकेंगे।
- छात्र मीडिया इंडस्ट्री, मीडिया टेक्स्ट एवं ऑडियंस के विश्लेषण के माध्यम से मीडिया संदेशों में निहित मूल्य, विचारधारा एवं शक्ति संरचना को समझते हुए जिम्मेदार और जागरूक मीडिया उपभोक्ता बन सकेंगे।

इकाई 1: मीडिया साक्षरता **(09 घंटे)**

- प्रेस से मीडिया तक
- मीडिया साक्षरता : अवधारणा एवं महत्व
- मीडिया साक्षरता : प्रिंट से डिजिटल तक एवं मीडिया टेक्स्ट संचार एवं प्रभाव
- ऑनलाइन मीडिया : साक्षरता एवं चुनौतियाँ

इकाई 2: समालोचनात्मक चिंतन और मीडिया साक्षरता : रचनात्मक प्रयोग **(12 घंटे)**

- समालोचनात्मक चिंतन: अवधारणा एवं महत्व
- समालोचनात्मक चिंतन के मूल तत्व (Critical Thinking Essentials) : तर्क (Reasoning), विश्लेषण (Analysis), निर्णय (Judgment), भ्रांतियों (Fallacies) की पहचान और समस्या समाधान (Problem Solving)
- संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह (Cognitive Bias) (प्रभावी प्रश्न पूछने एवं मीडिया संदेश की तकनीक और तथ्य-जांच के उपकरण और विधियाँ)
- समालोचनात्मक चिंतन : तकनीक एवं डाटा का सत्यापन

इकाई 3: मीडिया साक्षरता का विश्लेषण **(12 घंटे)**

- मीडिया इंडस्ट्री विश्लेषण (Media Industry Analysis) (मीडिया इंडस्ट्री की संरचना, नियंत्रण और स्वामित्व, व्यावसायिक हित और प्रभाव)

  एवं

  मीडिया प्रोडक्ट विश्लेषण (Media Product Analysis) (मीडिया टेक्स्ट की प्रकृति, जॉनर (Genre) की अवधारणा, संदेश का निर्माण (Construction of Message)
- मीडिया ऑडियंस विश्लेषण (Media Audience Analysis) (लक्षित दर्शक (Target Audience), दर्शकों के बारे में धारणाएँ, दर्शक की भूमिका, ऑडियंस रिसेप्शन)

  एवं

  मीडिया वैल्यू और विचारधारा विश्लेषण (Media Values & Ideology Analysis) (मीडिया में वास्तविकता का निर्माण, अर्थ की खोज, मूल्य और विचारधारा, सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और व्यावसायिक संदेश)
- मीडिया कौशल का विश्लेषण (Analysis for Media Skills) : डिकंस्ट्रक्शन (Deconstruction), रिकंस्ट्रक्शन (Reconstruction)
- मीडिया टेक्स्ट का समालोचनात्मक विश्लेषण (Critical analysis of media texts) एवं रिसीवर और अर्थ निर्माण विश्लेषण (Receiver & Meaning Making Analysis)

इकाई 4: मीडिया साक्षरता और समालोचनात्मक चिंतन के सिद्धांत **(12 घंटे)**

- मीडिया साक्षरता का सिद्धांत और समालोचनात्मक चिंतन का सिद्धांत
- निर्माणवादी सिद्धांत (Constructionist Theory) और एजेंडा सेटिंग सिद्धांत
- कल्टिवेशन सिद्धांत
- जनमत, दर्शक (Audience) और डिजिटल व्यवहार का सिद्धांत एवं मीडिया, शक्ति और विचारधारा का सिद्धांत (Theory of Media, Power and Ideology)

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- मीडिया टेक्स्ट विश्लेषण
  - किसी समाचार पत्र, टीवी समाचार या डिजिटल समाचार का चयन कर उसके उद्देश्य, भाषा, फ्रेमिंग और पक्षपात (bias) का आलोचनात्मक विश्लेषण करना।

- फेक न्यूज़ पहचान अभ्यास
  - सोशल मीडिया पर वायरल किसी खबर की सत्यता की जांच करना तथा उसके स्रोत, लेखक और तथ्य की पुष्टि करना।
- मीडिया इंडस्ट्री अध्ययन
  - किसी मीडिया हाउस (टीवी चैनल/न्यूज़ पोर्टल) की स्वामित्व संरचना, व्यावसायिक हित और कार्यप्रणाली का अध्ययन करना।
- मीडिया प्रोडक्ट विश्लेषण
  - किसी विज्ञापन या फिल्म क्लिप का जॉनर, संदेश निर्माण और दर्शक प्रभाव के आधार पर विश्लेषण करना।
- ऑडियंस रिसर्च प्रोजेक्ट
  - विभिन्न आयु समूहों के दर्शकों की मीडिया आदतों, पसंद और प्रतिक्रिया का सर्वे करना।
- Cognitive Bias पहचान अभ्यास
  - किसी मीडिया सामग्री में मौजूद संज्ञानात्मक पूर्वाग्रह (Cognitive Bias) और भ्रांतियों (Fallacies) की पहचान करना।
- प्रोपेगेंडा विश्लेषण
  - किसी विज्ञापन, राजनीतिक भाषण या सोशल मीडिया पोस्ट में प्रयुक्त प्रचार तकनीकों (Propaganda Techniques) का अध्ययन करना।
- मीडिया संदेश निर्माण अभ्यास
  - छात्रों द्वारा एक पोस्टर, वीडियो या सोशल मीडिया पोस्ट तैयार करना जिसमें स्पष्ट संदेश और लक्षित दर्शक हों।
- डिकंस्ट्रक्शन अभ्यास (Deconstruction Task)
  - किसी मीडिया टेक्स्ट को तोड़कर उसके प्रतीक, भाषा, विचारधारा और उद्देश्य का विश्लेषण करना।
- समूह प्रस्तुति (Final Practical Project)
  - समूह में कार्य करते हुए किसी मीडिया मुद्दे (जैसे OTT कंटेंट, सोशल मीडिया प्रभाव, फेक न्यूज़) पर विस्तृत प्रस्तुति देना जिसमें विश्लेषण, निष्कर्ष और समाधान शामिल हों।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2019). मीडिया साक्षरता और मीडिया अध्ययन। नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2018). मीडिया का बदलता परिदृश्य। भोपाल: मध्यप्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- यादव, सुरेश. (2016). मीडिया, बाजार और उपभोक्ता संस्कृति। नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- शर्मा, विनोद. (2020). डिजिटल मीडिया और समाज। नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- त्रिपाठी, अरुण कुमार. (2021). डिजिटल मीडिया, सूचना और संचार। नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- जोशी, पूरनचंद. (2013). मीडिया विमर्श। नई दिल्ली: ग्रंथशिल्पी।
- द्विवेदी, शंभुनाथ. (2016). संचार, संस्कृति और मीडिया। नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पांडेय, सुधीर. (2018). जनसंचार माध्यम और समाज। नई दिल्ली: साहित्यागार।
- कुमार, के. जे. (2020). जनसंचार : सिद्धांत एवं अनुप्रयोग (हिंदी संस्करण)। नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2012). मीडिया और विचारधारा। नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।

- पचौरी, सुधीश. (2010). उत्तर आधुनिक मीडिया विमर्श। नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, रमेश. (2019). मीडिया विश्लेषण और आलोचनात्मक अध्ययन। जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- Buckingham, D. (2003). Media education: Literacy, learning and contemporary culture. Polity Press.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (7th ed.). Cengage Learning.
- Berger, A. A. (2012). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches (3rd ed.). Sage Publications.
- Couldry, N. (2012). Media, society, world: Social theory and digital media practice. Polity Press.
- Fiske, J. (1992). Introduction to communication studies (2nd ed.). Routledge.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), Culture, media, language (pp. 128–138). Hutchinson.
- Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. Aspen Institute.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press.

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press.
- Kumar, K. J. (2013). Mass communication in India (4th ed.). Jaico Publishing House.
- Livingstone, S. (2009). Children and the Internet. Polity Press.
- Masterman, L. (1985). Teaching the media. Routledge.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin Press.
- Potter, W. J. (2019). Media literacy (9th ed.). Sage Publications.
- Thussu, D. K. (2007). News as entertainment: The rise of global infotainment. Sage Publications.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट:

- Council of Europe. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Publishing.
- International Association for Media and Communication Research (IAMCR). (2023). India digital report: Internet and social media trends. IAMAI & Kantar.
- McKinsey & Company. (2022). The future of streaming and OTT platforms. McKinsey Global Institute.
- Ofcom. (2023). Online nation: Online behaviour, media use and attitudes report. Ofcom.
- Pew Research Center. (2021). News consumption across social media platforms. Pew Research Center.

- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. University of Oxford.
- UNESCO. (2013). Media and information literacy curriculum for teachers. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNESCO. (2018). Journalism, fake news and disinformation: Handbook for journalism education and training. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- World Economic Forum. (2021). The global risks report 2021: Misinformation and digital risk. World Economic Forum.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York University Press.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
SBC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
कंटेंट निर्माण

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		
SBC **कंटेंट निर्माण**	2	0	0	2	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- विद्यार्थियों में समाचार, फीचर, ब्लॉग, साक्षात्कार तथा प्रोफाइल लेखन संबंधी व्यावहारिक लेखन कौशल का विकास करना, ताकि वे विभिन्न मीडिया माध्यमों के लिए प्रभावी एवं संप्रेषणीय सामग्री तैयार कर सकें।
- समाचार संपादन, शीर्षक निर्माण, प्रेस विज्ञप्ति रूपांतरण तथा कंटेंट समीक्षा की प्रक्रियाओं से विद्यार्थियों को परिचित कराना, जिससे वे मीडिया सामग्री की गुणवत्ता, संरचना और प्रस्तुति का मूल्यांकन करने में सक्षम बन सकें।
- रेडियो, टेलीविजन तथा डिजिटल मीडिया के लिए स्क्रिप्ट लेखन और मल्टीमीडिया कंटेंट निर्माण की व्यावहारिक दक्षता विकसित करना, ताकि विद्यार्थी समकालीन मीडिया उद्योग की आवश्यकताओं के अनुरूप कार्य कर सकें।
- विद्यार्थियों को सोशल मीडिया, वेब पत्रकारिता, SEO आधारित लेखन तथा डिजिटल कंटेंट रणनीतियों का प्रशिक्षण प्रदान करना, जिससे वे डिजिटल प्लेटफॉर्मों के लिए प्रभावी, दर्शक-केंद्रित एवं खोज-अनुकूल सामग्री विकसित कर सकें।
- रचनात्मकता, विश्लेषणात्मक दृष्टि, प्रस्तुतीकरण कौशल तथा पेशेवर कंटेंट पोर्टफोलियो निर्माण की क्षमता का विकास करना, जिससे विद्यार्थी मीडिया, संचार एवं कंटेंट उद्योग में व्यावसायिक अवसरों के लिए तैयार हो सकें।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- समाचार, फीचर, ब्लॉग, प्रोफाइल, साक्षात्कार तथा अन्य मीडिया विधाओं के लिए प्रभावी, तथ्यपरक और रचनात्मक सामग्री का निर्माण कर सकेंगे तथा विभिन्न लेखन शैलियों का व्यावहारिक उपयोग कर पाएंगे।
- समाचार संपादन, शीर्षक निर्माण, प्रेस विज्ञप्ति रूपांतरण तथा कंटेंट विश्लेषण की तकनीकों का प्रयोग कर सकेंगे, जिससे वे मीडिया सामग्री की गुणवत्ता, सटीकता और प्रस्तुति में सुधार करने में सक्षम होंगे।
- रेडियो, टेलीविजन एवं डिजिटल मीडिया के लिए स्क्रिप्ट, स्टोरीबोर्ड तथा मल्टीमीडिया कंटेंट तैयार कर सकेंगे तथा विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों की आवश्यकताओं के अनुसार सामग्री विकसित कर पाएंगे।
- सोशल मीडिया, वेब पत्रकारिता और SEO आधारित कंटेंट निर्माण के सिद्धांतों एवं तकनीकों का प्रभावी उपयोग कर सकेंगे, जिससे वे डिजिटल प्लेटफॉर्मों के लिए दर्शक-केंद्रित और खोज-अनुकूल सामग्री तैयार कर सकेंगे।
- स्वतंत्र रूप से कंटेंट परियोजनाओं, पोर्टफोलियो निर्माण तथा प्रस्तुतीकरण कार्यों का निष्पादन कर सकेंगे तथा मीडिया एवं संचार क्षेत्र में आवश्यक रचनात्मक, विश्लेषणात्मक और व्यावसायिक दक्षताओं का प्रदर्शन कर पाएंगे।

इकाई 1: कंटेंट निर्माण : समाचार, फीचर एवं रचनात्मक लेखन (प्रायोगिक कार्य) (30 घंटे)

- समाचार लेखन अभ्यास : किसी स्थानीय, क्षेत्रीय अथवा राष्ट्रीय घटना के आधार पर समाचार तैयार करना। समाचार में शीर्षक, लीड, मुख्य विवरण तथा निष्कर्ष का समुचित प्रयोग करना।

- समाचार संपादन अभ्यास : दिए गए समाचार मसौदे का संपादन करते हुए भाषा, व्याकरण, तथ्य, शीर्षक और प्रस्तुति में आवश्यक सुधार करना।
- प्रेस विज्ञप्ति से समाचार निर्माण : किसी सरकारी, शैक्षिक अथवा सामाजिक संस्था की प्रेस विज्ञप्ति के आधार पर समाचार रिपोर्ट तैयार करना तथा दोनों प्रारूपों के अंतर को समझना।
- फीचर लेखन : शिक्षा, स्वास्थ्य, पर्यावरण, संस्कृति या सामाजिक मुद्दों फीचर लेख तैयार करना तथा उसमें मानवीय रुचि, तथ्य और विश्लेषण का समावेश करना।
- व्यक्तित्व-आधारित प्रोफाइल लेखन : किसी शिक्षक, कलाकार, सामाजिक कार्यकर्ता या स्थानीय व्यक्तित्व का साक्षात्कार लेकर व्यक्तित्व-केंद्रित फीचर तैयार करना।
- ब्लॉग लेखन अभ्यास : समसामयिक विषयों, सामाजिक मुद्दों अथवा युवाओं से संबंधित विषयों पर ब्लॉग लिखना तथा ब्लॉग की भाषा और शैली का अभ्यास करना।
- शीर्षक एवं इंट्रो निर्माण : विभिन्न समाचारों और लेखों के लिए प्रभावी, आकर्षक एवं संप्रेषणीय शीर्षक तथा इंट्रो (Lead) तैयार करना।
- साक्षात्कार लेखन : किसी विशेषज्ञ, शिक्षक, पत्रकार या सामाजिक कार्यकर्ता का साक्षात्कार लेकर प्रश्नावली तैयार करना तथा साक्षात्कार रिपोर्ट लिखना।
- लेख/फीचर समीक्षा : समाचार पत्र, पत्रिका अथवा वेब पोर्टल में प्रकाशित किसी लेख या फीचर का विश्लेषण करते हुए उसकी भाषा, संरचना और प्रस्तुति का मूल्यांकन करना।
- कंटेंट पोर्टफोलियो निर्माण : सत्र के दौरान तैयार किए गए समाचार, फीचर, ब्लॉग और साक्षात्कार को संकलित कर व्यक्तिगत लेखन पोर्टफोलियो तैयार करना तथा उसका प्रस्तुतीकरण करना।

इकाई 2: डिजिटल कंटेंट एवं मल्टीमीडिया निर्माण (प्रायोगिक कार्य) **(30 घंटे)**

- रेडियो स्क्रिप्ट लेखन : 3 से 5 मिनट की अवधि वाले रेडियो कार्यक्रम, रेडियो फीचर अथवा रेडियो समाचार बुलेटिन की स्क्रिप्ट तैयार करना।
- टीवी समाचार स्क्रिप्ट लेखन : टेलीविजन समाचार बुलेटिन के लिए एंकर कॉपी, विजुअल संकेत (Visual Cues) और वॉयस-ओवर सहित स्क्रिप्ट तैयार करना।
- वीडियो स्टोरीबोर्ड निर्माण : किसी सामाजिक, शैक्षिक या जागरूकता विषय पर लघु वीडियो हेतु स्टोरीबोर्ड तैयार करना तथा दृश्य अनुक्रम निर्धारित करना।
- सोशल मीडिया कंटेंट निर्माण : फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और एक्स जैसे प्लेटफॉर्मों के लिए पोस्ट, कैप्शन, हैशटैग और प्रचार सामग्री तैयार करना।
- SEO आधारित वेब लेखन : कीवर्ड चयन, मेटा विवरण, शीर्षक संरचना तथा सर्च इंजन अनुकूलन (SEO) के सिद्धांतों का प्रयोग करते हुए वेब लेख तैयार करना।
- वेब समाचार लेखन : ऑनलाइन समाचार पोर्टल के लिए समाचार लिखना तथा उसमें हाइपरलिंक, टैग, उपशीर्षक और डिजिटल प्रस्तुति के तत्वों का उपयोग करना।
- इन्फोग्राफिक कंटेंट विकास : किसी डेटा-आधारित विषय पर तथ्यों और आंकड़ों का संकलन कर इन्फोग्राफिक हेतु संक्षिप्त एवं प्रभावी सामग्री तैयार करना।
- मल्टीमीडिया कंटेंट निर्माण : पाठ (Text), चित्र (Image), ऑडियो और वीडियो तत्वों का उपयोग करते हुए समेकित डिजिटल सामग्री विकसित करना।
- कंटेंट विश्लेषण एवं प्रस्तुति : किसी समाचार वेबसाइट, ब्लॉग, यूट्यूब चैनल या सोशल मीडिया पेज का कंटेंट विश्लेषण कर उसकी भाषा, प्रस्तुति, ऑडियंस एंगेजमेंट और SEO रणनीति का अध्ययन करना तथा प्रस्तुति देना।
- समेकित डिजिटल कंटेंट परियोजना : किसी एक विषय का चयन कर समाचार, ब्लॉग, सोशल मीडिया पोस्ट, इन्फोग्राफिक तथा वीडियो/रेडियो स्क्रिप्ट सहित संपूर्ण डिजिटल कंटेंट पैकेज तैयार करना और कक्षा में प्रस्तुत करना।

सहायक ग्रंथ:

- तिवारी, अर्जुन. (1998). आधुनिक पत्रकारिता और लेखन कला. आगरा, उत्तर प्रदेश: साहित्य भवन।

- सूर्यप्रकाश. (2004). मीडिया लेखन. जयपुर, राजस्थान: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- भानावत, संजीव. (2003). पत्रकारिता के मूल सिद्धांत. जयपुर, राजस्थान: रावत पब्लिकेशन।
- रत्तू, कृष्ण कुमार. (2021). डिजिटल मीडिया और कंटेंट लेखन. नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- कुमार, सुरेश. समाचार लेखन और संपादन. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- यादव, राजेन्द्र. सृजनात्मक लेखन. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- पांडेय, अनिल. डिजिटल मीडिया और पत्रकारिता. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी प्रकाशन।
- कुमार, अरुण. मीडिया लेखन एवं संप्रेषण कला. नई दिल्ली: ज्ञान गंगा प्रकाशन।
- रंजन, प्रभात. फीचर लेखन एवं रिपोर्टिंग. नई दिल्ली: तक्षशिला प्रकाशन।
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. Crown Publishers.
- Rich, C. (2010). Writing and reporting news: A coaching method. Cengage Learning.
- Itule, B. D., & Anderson, D. A. (2007). News writing and reporting for today’s media. McGraw-Hill.
- Cappon, R. J. (2000). The Associated Press guide to news writing. Associated Press.
- White, T. (2014). Broadcast news writing, reporting, and producing. Focal Press.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. Routledge.
- Deuze, M. (2007). Media work. Polity Press.
- Godin, S. (2007). The art of digital writing. (Conceptual essays compilation).

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
SBC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
खोजी पत्रकारिता

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		
SBC **खोजी पत्रकारिता**	2	0	0	2	स्नातक उत्तीर्णs	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- विद्यार्थियों में खोजी पत्रकारिता की अवधारणा, प्रकृति, इतिहास और विकास की सैद्धांतिक समझ विकसित करना, जिससे वे इस विधा की बुनियादी संरचना और महत्व को समझ सकें।
- सूचना के विभिन्न स्रोतों जैसे RTI, दस्तावेज़, सार्वजनिक रिकॉर्ड और व्हिसलब्लोअर के उपयोग की तकनीकों से विद्यार्थियों को परिचित कराना, ताकि वे विश्वसनीय सूचना संग्रह कर सकें।
- खोजी पत्रकारिता में शोध, फील्डवर्क, साक्षात्कार और केस स्टडी आधारित विश्लेषण की क्षमता विकसित करना, जिससे विद्यार्थी गहन एवं प्रमाणिक रिपोर्ट तैयार कर सकें।
- विद्यार्थियों को पत्रकारिता की नैतिकता, कानूनी प्रावधानों तथा जोखिम प्रबंधन के प्रति जागरूक एवं संवेदनशील बनाना, ताकि वे जिम्मेदार पत्रकार के रूप में कार्य कर सकें।
- विद्यार्थियों में स्वतंत्र खोजी रिपोर्ट लेखन और शोध प्रस्ताव निर्माण की व्यावहारिक दक्षता विकसित करना, जिससे वे वास्तविक मीडिया कार्य वातावरण के लिए तैयार हो सकें।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- खोजी पत्रकारिता की अवधारणा, इतिहास, प्रकार और कार्यप्रणाली को समझ सकेंगे तथा इस क्षेत्र के सैद्धांतिक आधारों का विश्लेषण कर पाएंगे।
- **RTI,** दस्तावेज़, सार्वजनिक रिकॉर्ड, व्हिसलब्लोअर और फील्ड स्रोतों से सूचना एकत्र करने की तकनीकों का उपयोग कर सकेंगे, जिससे वे विश्वसनीय और प्रमाणिक डेटा प्राप्त कर पाएंगे।
- प्राप्त सूचनाओं का आलोचनात्मक विश्लेषण, वर्गीकरण और सत्यापन कर सकेंगे, तथा तथ्य आधारित निष्कर्ष निकालने में सक्षम होंगे।
- खोजी पत्रकारिता में नैतिक मानकों और कानूनी प्रावधानों का पालन करते हुए जिम्मेदार रिपोर्टिंग कर सकेंगे, जिससे उनकी पत्रकारिता अधिक विश्वसनीय और सुरक्षित होगी।
- स्वतंत्र रूप से खोजी रिपोर्ट, रिसर्च प्रस्ताव और केस स्टडी प्रस्तुति तैयार कर सकेंगे, तथा व्यावहारिक मीडिया कार्य में दक्षता प्राप्त करेंगे।

इकाई 1: खोजी पत्रकारिता का सैद्धांतिक एवं अनुसंधान आधार (प्रायोगिक कार्य) **(30 घंटे)**

- खोजी पत्रकारिता की अवधारणा पर लेखन अभ्यास : खोजी पत्रकारिता की परिभाषा, महत्व और उद्देश्य पर लेख तैयार करना।
- ऐतिहासिक अध्ययन : भारत और विश्व में खोजी पत्रकारिता के विकास पर संक्षिप्त अध्ययन रिपोर्ट तैयार करना।
- खोजी पत्रकारिता के प्रकारों का विश्लेषण : विभिन्न प्रकार की खोजी रिपोर्टिंग (राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक) का उदाहरण सहित अध्ययन करना।
- सूचना स्रोतों की पहचान : RTI, दस्तावेज़, व्हिसलब्लोअर और सार्वजनिक रिकॉर्ड जैसे स्रोतों की सूची तैयार करना।
- केस स्टडी अध्ययन : किसी एक प्रसिद्ध खोजी पत्रकारिता रिपोर्ट का विश्लेषण करना।
- पत्रकारिता में नैतिकता पर चर्चा : खोजी पत्रकारिता में नैतिक दुविधाओं पर समूह चर्चा और रिपोर्ट लेखन।

- कानूनी प्रावधानों का अध्ययन : भारतीय मीडिया कानून (Defamation, RTI Act आदि) का संक्षिप्त अध्ययन करना।
- पत्रकार सुरक्षा मुद्दे : खोजी पत्रकारों के सामने आने वाले जोखिमों पर केस नोट तैयार करना।
- शोध विषय चयन अभ्यास : किसी संभावित खोजी विषय (भ्रष्टाचार/घोटाला/सामाजिक मुद्दा) का चयन करना।
- खोजी पत्रकारिता रिसर्च प्रस्ताव (Research Proposal) : चुने गए विषय पर एक पृष्ठ का प्रारंभिक शोध प्रस्ताव तैयार करना।

इकाई 2: खोजी पत्रकारिता (प्रायोगिक कार्य) **(30 घंटे)**

- RTI आवेदन तैयार करना : सूचना अधिकार अधिनियम के तहत एक औपचारिक RTI आवेदन लिखना।
- RTI उत्तर का विश्लेषण : प्राप्त RTI उत्तर का अध्ययन कर निष्कर्ष निकालना।
- फील्ड रिपोर्टिंग अभ्यास : स्थानीय स्तर पर जाकर प्राथमिक जानकारी एकत्र करना।
- साक्षात्कार तकनीक : किसी व्यक्ति/विशेषज्ञ का संरचित साक्षात्कार लेना।
- दस्तावेज़ सत्यापन अभ्यास : विभिन्न दस्तावेजों की प्रामाणिकता की जांच करना।
- डेटा संग्रह और वर्गीकरण : एकत्र किए गए डेटा को तालिका/श्रेणी में व्यवस्थित करना।
- डेटा विश्लेषण अभ्यास : संग्रहित डेटा से निष्कर्ष निकालना और रिपोर्ट बनाना।
- फील्ड नोट्स तैयार करना : सभी निरीक्षणों और साक्षात्कारों का रिकॉर्ड तैयार करना।
- खोजी रिपोर्ट लेखन : एक पूर्ण खोजी पत्रकारिता रिपोर्ट तैयार करना।
- केस स्टडी प्रस्तुति : किसी प्रसिद्ध खोजी रिपोर्ट का PPT/मौखिक प्रस्तुतीकरण करना।

सहायक ग्रंथ :

- भानावत, संजीव. (2006). खोजी पत्रकारिता. जयपुर, राजस्थान: रावत पब्लिकेशन।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2007). खोजी पत्रकारिता: सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- तिवारी, अर्जुन. (1998). पत्रकारिता और रिपोर्टिंग कला. आगरा: साहित्य भवन।
- भाटिया, सुरेश. (2012). समाचार लेखन एवं खोजी पत्रकारिता. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- शर्मा, राकेश. (2015). मीडिया कानून और पत्रकारिता. जयपुर: राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- पांडेय, अनिल. (2020). डिजिटल मीडिया और खोजी रिपोर्टिंग. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी प्रकाशन।
- रत्तू, कृष्ण कुमार. (2021). डिजिटल पत्रकारिता और कंटेंट लेखन. नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- मिश्रा, राजेश. (2010). मीडिया नैतिकता और उत्तरदायित्व. भोपाल: मध्य प्रदेश हिंदी ग्रंथ अकादमी।
- वर्मा, सुधीर. (2018). फील्ड रिपोर्टिंग और पत्रकारिता तकनीक. नई दिल्ली: तक्षशिला प्रकाशन।
- De Burgh, H. (2008). Investigative journalism. Routledge.
- Houston, B. (2009). The investigative reporter’s handbook. Bedford/St. Martin’s.
- Spark, D. (2014). Investigative reporting: A study in technique. Focal Press.
- Hunter, M. L. (2011). Story-based inquiry: A manual for investigative journalists. UNESCO.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism. Crown Publishers.
- Randall, D. (2016). The universal journalist. Pluto Press.
- Houston, B. (2009). Computer-assisted reporting: A practical guide. Macmillan.
- Williams, K. (2010). Read all about it: A history of investigative journalism. Routledge.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
SBC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 1 एवं 2
प्रोडक्शन तकनीक

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		
SBC **प्रोडक्शन तकनीक**	2	0	0	2	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- मीडिया प्रोडक्शन की तकनीकी प्रक्रिया (प्री-प्रोडक्शन, प्रोडक्शन और पोस्ट-प्रोडक्शन) की मूलभूत समझ विकसित करना तथा इसके व्यावहारिक अनुप्रयोग को जानना।
- कैमरा हैंडलिंग, शॉट संयोजन, कैमरा एंगल्स एवं फ्रेमिंग-कंपोज़िशन जैसी दृश्य उत्पादन तकनीकों का प्रभावी उपयोग करना।
- प्रकाश व्यवस्था (Lighting Techniques) और ध्वनि रिकॉर्डिंग (Sound Recording) के तकनीकी पहलुओं को समझकर वास्तविक शूटिंग में लागू करना।
- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर के माध्यम से फुटेज इम्पोर्ट, कटिंग, ट्रिमिंग, सीक्वेंसिंग एवं विज़ुअल इफेक्ट्स का प्रयोगात्मक कौशल विकसित करना।
- एक संपूर्ण मीडिया प्रोजेक्ट (शॉर्ट फिल्म/डॉक्यूमेंट्री) का निर्माण करते हुए टीम वर्क, रचनात्मकता और प्रस्तुति कौशल का विकास करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- मीडिया प्रोडक्शन की संपूर्ण प्रक्रिया (प्री-प्रोडक्शन, प्रोडक्शन और पोस्ट-प्रोडक्शन) की समझ विकसित कर विभिन्न चरणों में उनकी भूमिका को स्पष्ट रूप से लागू कर सकेंगे।
- कैमरा संचालन, शॉट संयोजन, कैमरा एंगल्स, फ्रेमिंग एवं कंपोज़िशन तकनीकों का प्रयोग करके प्रभावी दृश्य सामग्री (Visual Content) का निर्माण कर सकेंगे।
- प्रकाश व्यवस्था और ध्वनि रिकॉर्डिंग तकनीकों का उपयोग करते हुए उच्च गुणवत्ता वाली ऑडियो-विज़ुअल सामग्री तैयार कर सकेंगे।
- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर का उपयोग करते हुए फुटेज संपादन, ट्रांज़िशन, ग्राफिक्स, साउंड मिक्सिंग एवं कलर करेक्शन जैसे पोस्ट-प्रोडक्शन कार्य कुशलता से कर सकेंगे।
- समूह में कार्य करते हुए शॉर्ट फिल्म या डॉक्यूमेंट्री जैसे मीडिया प्रोजेक्ट का निर्माण, प्रस्तुतीकरण एवं मूल्यांकन करने की व्यावहारिक क्षमता विकसित कर सकेंगे।

इकाई-1: मीडिया प्रोडक्शन के तकनीकी कौशल प्रयोगकार्य (Technical Production Skills) (30 घंटे)

- कैमरा हैंडलिंग का अभ्यास (Basic Camera Operation)
- विभिन्न शॉट्स का अभ्यास: लॉन्ग शॉट, मिड शॉट, क्लोज़-अप
- कैमरा एंगल्स का उपयोग: लो एंगल, हाई एंगल, आई-लेवल
- फ्रेमिंग और कंपोज़िशन तकनीक का अभ्यास
- ट्राइपॉड और स्टेबल शूटिंग तकनीक का उपयोग
- प्राकृतिक और कृत्रिम प्रकाश में शूटिंग अभ्यास
- थ्री-पॉइंट लाइटिंग सेटअप का प्रायोगिक अभ्यास

- माइक्रोफोन का उपयोग और साउंड रिकॉर्डिंग अभ्यास
- इंटरव्यू शूटिंग का प्रायोगिक अभ्यास (On-Camera Interview)
- छोटे वीडियो क्लिप की शूटिंग (Story-based Visual Recording)

इकाई-2: पोस्ट-प्रोडक्शन एवं मीडिया प्रोजेक्ट निर्माण प्रयोगकार्य (Post Production & Project Work) (30 घंटे)

- वीडियो एडिटिंग सॉफ्टवेयर (जैसे Premiere/Filmora/DaVinci) का परिचय
- फुटेज इम्पोर्ट और प्रोजेक्ट सेटअप का अभ्यास
- क्लिप कटिंग, ट्रिमिंग और सीक्वेंसिंग तकनीक
- ट्रांज़िशन और विज़ुअल इफेक्ट्स का उपयोग
- ऑडियो एडिटिंग और नॉइज़ रिमूवल तकनीक
- बैकग्राउंड म्यूजिक जोड़ने का अभ्यास
- टाइटल, सबटाइटल और ग्राफिक्स जोड़ना
- कलर करेक्शन और बेसिक कलर ग्रेडिंग
- शॉर्ट फिल्म या डॉक्यूमेंट्री का समूह निर्माण
- फाइनल प्रोजेक्ट का एक्सपोर्ट और प्रेजेंटेशन (Output & Screening)

सहायक ग्रंथ:

- श्याम आनंद. (2005). टेलीविजन प्रोडक्शन. नेशनल पब्लिशिंग हाउस.
- के. के. शर्मा. (2004). रेडियो एवं टीवी पत्रकारिता. दीप एंड दीप पब्लिकेशन्स.
- जुगल किशोर. (2008). मीडिया प्रोडक्शन के सिद्धांत. वाणी प्रकाशन.
- एस. के. दत्त. (2006). ऑडियो-वीडियो प्रोडक्शन. शिप्रा पब्लिकेशन्स.
- सिंह, राजीव. टेलीविजन एवं वीडियो प्रोडक्शन. जयपुर: रावत पब्लिकेशन.
- भानावत, संजीव. जनसंचार एवं प्रोडक्शन तकनीक. जयपुर: रावत पब्लिकेशन.
- शर्मा, अरुण. दृश्य-श्रव्य मीडिया तकनीक. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन.
- जोशी, पंकज. फिल्म एवं वीडियो निर्माण कला. नई दिल्ली: ज्ञानदा प्रकाशन.
- Millerson, Gerald & Owens, Jim. Video Production Handbook. Routledge.
- Zettl, Herbert. Television Production Handbook. Cengage Learning.
- Musburger, Robert B. Single-Camera Video Production. Focal Press.
- Katz, Steven D. Film Directing Shot by Shot: Visualizing from Concept to Screen. Michael Wiese Productions.
- Dancyger, Ken. The Technique of Film and Video Editing. Focal Press.

Structure 3 (Level 6.5): PG Curricular Structure with only Research.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 एक वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एवं दो वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एम.ए. पत्रकारिता (हिंदी) दिल्ली विश्वविद्यालय						
Semester I of One-year PG & Semester III of Two-year PG **Structure 3 (Level 6.5): PG Curricular Structure with only Research.**	**DSC** 4 Credits	**DSE** (Anyone related to identified research area) 4 Credits		**Research Methods/Tools** (2x2 = 4 Credits)	One intensive problem based research (10 Credits)	Total Credits
	मीडिया सिद्धांत एवं समकालीन मीडिया शोध	**मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग शोध**	**मूविंग इमेज सिद्धांत शोध**	मीडिया शोध : प्रविधि और तकनीक	विद्यार्थियों द्वारा चयनित किसी विषय पर गहन शोध-कार्य। **(इसके विस्तृत स्वरूप से अवगत होने के लिए दिल्ली विश्वविद्यालय द्वारा दिनांक 13.02.2025 को अधिसूचित Ordinance-V का Anneuxture-I द्रष्टव्य है।)**	22
		मीडिया प्रभाव एवं धारणा शोध	**मीडिया का सांस्कृतिक वर्चस्व शोध**			
		हिंदी पत्रकारिता शोध : 1826 से अब तक	**मीडिया प्रोफेशनल शोध**			
		ऑडियंस सिद्धांत शोध	**लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) शोध**			

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSC
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया सिद्धांत एवं समकालीन मीडिया शोध

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		
DSC 1 **मीडिया सिद्धांत एवं समकालीन मीडिया शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	___

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- ऑडियंस, मीडिया उपयोग तथा मीडिया प्रभाव संबंधी प्रमुख सिद्धांतों और शोध परंपराओं का आलोचनात्मक अध्ययन करते हुए दर्शक व्यवहार, मीडिया चयन तथा मीडिया प्रभाव की प्रक्रियाओं को समझ सकेंगे।
- मीडिया, जनमत, लोकतंत्र, संस्कृति, विचारधारा एवं प्रतिनिधित्व के मध्य संबंधों का विश्लेषण करते हुए एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग तथा कल्टीवेशन जैसे सिद्धांतों के शोधगत अनुप्रयोगों का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- मीडिया उद्योग, मीडिया स्वामित्व, राजनीतिक अर्थशास्त्र एवं मीडिया प्रबंधन से संबंधित संरचनात्मक और संस्थागत आयामों का अध्ययन कर मीडिया संगठनों की कार्यप्रणाली को समझ सकेंगे।
- वैश्वीकरण, डिजिटल मीडिया, सोशल मीडिया तथा डिजिटल सार्वजनिक क्षेत्र के उभरते स्वरूपों का अध्ययन करते हुए समकालीन संचार परिवेश में उनके सामाजिक, सांस्कृतिक और लोकतांत्रिक प्रभावों का विश्लेषण कर सकेंगे।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), डेटा पत्रकारिता, बिग डेटा एवं डिजिटल अनुसंधान प्रविधियों सहित समकालीन मीडिया शोध के नवीन क्षेत्रों एवं प्रवृत्तियों से परिचित होकर स्वतंत्र एवं अनुप्रयुक्त मीडिया अनुसंधान के लिए आवश्यक विश्लेषणात्मक और शोध कौशल विकसित कर सकेंगे।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- ऑडियंस अध्ययन, उपयोग एवं संतुष्टि, मीडिया चयन तथा मीडिया प्रभाव संबंधी प्रमुख सिद्धांतों और शोध दृष्टिकोणों की व्याख्या एवं तुलनात्मक विश्लेषण कर सकेंगे।
- एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, कल्टीवेशन, जनमत निर्माण, सार्वजनिक क्षेत्र एवं मीडिया ट्रायल से संबंधित अवधारणाओं का उपयोग करते हुए मीडिया और समाज के अंतर्संबंधों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- मीडिया स्वामित्व, राजनीतिक अर्थशास्त्र, मीडिया उद्योग, कॉरपोरेट मीडिया एवं मीडिया प्रबंधन की संरचनाओं और प्रक्रियाओं का विश्लेषण कर उनके सामाजिक, आर्थिक एवं राजनीतिक प्रभावों की पहचान कर सकेंगे।
- वैश्वीकरण, न्यू मीडिया, सोशल मीडिया, डिजिटल संस्कृति तथा डिजिटल पब्लिक स्फीयर के समकालीन आयामों का अध्ययन कर मीडिया परिदृश्य में हो रहे परिवर्तनों की व्याख्या कर सकेंगे।

- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), डेटा पत्रकारिता, बिग डेटा एवं डिजिटल अनुसंधान उपकरणों का उपयोग करते हुए मीडिया शोध समस्याओं की पहचान, विश्लेषण तथा शोध-आधारित निष्कर्ष प्रस्तुत करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1: ऑडियंस, मीडिया उपयोग एवं प्रभाव शोध (Audience, Uses and Media Effects Research) **(09 घंटे)**

- ऑडियंस शोध : ऑडियंस रिसेप्शन थ्योरी शोध, दर्शक व्यवहार एवं अर्थ-निर्माण प्रक्रिया शोध
- मीडिया उपयोग एवं चयन शोध : उपयोग एवं संतुष्टि सिद्धांत शोध एवं मीडिया चयन शोध
- मीडिया प्रभाव सिद्धांत शोध : शक्तिशाली प्रभाव सिद्धांत शोध एवं सीमित प्रभाव एवं न्यूनतम प्रभाव शोध
- मीडिया प्रभाव एवं समाज शोध : मीडिया प्रभाव शोध, मीडिया प्रभाव का सामाजिक एवं मनोवैज्ञानिक शोध एवं सामाजिक व्यवहार और मीडिया शोध

इकाई 2: मीडिया, जनमत एवं वैचारिक विमर्श शोध **(12 घंटे)**

- मीडिया एजेंडा और फ्रेमिंग शोध : एजेंडा सेटिंग शोध एवं फ्रेमिंग शोध
- दीर्घकालिक मीडिया प्रभाव शोध : कल्टीवेशन शोध एवं मीडिया एवं मनोविज्ञान शोध
- जनमत एवं लोकतांत्रिक विमर्श शोध : जनमत निर्माण शोध, सार्वजनिक क्षेत्र (Public Sphere) एवं लोकतंत्र शोध
- संस्कृति, विचारधारा एवं प्रतिनिधित्व शोध : सांस्कृतिक, लोकप्रिय संस्कृति, विचारधारा, प्रतिनिधित्व एवं मीडिया शोध

इकाई 3: मीडिया संरचना, उद्योग एवं राजनीतिक अर्थशास्त्र शोध **(12 घंटे)**

- मीडिया का राजनीतिक अर्थशास्त्र शोध एवं मीडिया स्वामित्व शोध
- मीडिया उद्योग एवं कॉरपोरेट संरचना शोध : मीडिया उद्योग शोध एवं कॉरपोरेट मीडिया शोध
- मीडिया प्रबंधन एवं संगठन शोध : मीडिया प्रबंधन शोध एवं मीडिया संस्थानों की संरचना एवं कार्यप्रणाली शोध
- वैश्वीकरण और मीडिया शोध : वैश्वीकरण एवं मीडिया शोध एवं वैश्विक मीडिया नेटवर्क एवं सांस्कृतिक प्रवाह शोध

इकाई 4: डिजिटल मीडिया, नवप्रवर्तन एवं समकालीन शोध **(12 घंटे)**

- न्यू मीडिया एवं इंटरनेट अध्ययन शोध एवं डिजिटल संचार पारिस्थितिकी शोध
- सोशल मीडिया एवं डिजिटल संस्कृति शोध एवं डिजिटल सहभागिता एवं ऑनलाइन समुदाय शोध
- डिजिटल पब्लिक स्फीयर एवं समकालीन मीडिया शोध : डिजिटल पब्लिक स्फीयर शोध एवं समकालीन मीडिया प्रवृत्तियाँ एवं शोध
- उभरती प्रौद्योगिकियाँ एवं मीडिया शोध : कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) और मीडिया शोध, डेटा पत्रकारिता शोध एवं मीडिया अनुसंधान में बिग डेटा एवं एनालिटिक्स शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- ऑडियंस विश्लेषण शोध
    - किसी समाचार चैनल, ओटीटी मंच या सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के दर्शकों का सर्वेक्षण कर उनकी मीडिया उपयोग आदतों का पर आधारित शोध एवं रिपोर्ट तैयार करना।
- उपयोग एवं संतुष्टि शोध

    - विद्यार्थियों के बीच प्रश्नावली आधारित अध्ययन कर यह विश्लेषण करना कि वे विभिन्न मीडिया माध्यमों का उपयोग किन आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु करते हैं।

- मीडिया चयन व्यवहार शोध
    - किसी विशिष्ट आयु वर्ग के लोगों के मीडिया चयन के कारणों एवं प्राथमिकताओं का विश्लेषणात्मक शोध करना।
- मीडिया प्रभाव शोध एवं विश्लेषण
    - किसी सामाजिक अभियान, विज्ञापन या समाचार कवरेज के सामाजिक एवं मनोवैज्ञानिक प्रभावों का केस स्टडी तैयार करना एवं शोध।
- एजेंडा सेटिंग एवं फ्रेमिंग शोध
    - समाचार पत्रों अथवा समाचार चैनलों द्वारा किसी एक समसामयिक मुद्दे की प्रस्तुति का तुलनात्मक विश्लेषण एवं शोध।
- जनमत निर्माण एवं सोशल मीडिया शोध
    - किसी सार्वजनिक मुद्दे पर सोशल मीडिया विमर्श का अध्ययन कर जनमत निर्माण की प्रक्रिया का विश्लेषण करना।
- मीडिया स्वामित्व एवं उद्योग संरचना परियोजना
    - किसी प्रमुख मीडिया समूह के स्वामित्व ढाँचे, व्यावसायिक मॉडल एवं मीडिया उत्पादों का अध्ययन कर रिपोर्ट तैयार करना।
- डिजिटल संस्कृति एवं ऑनलाइन समुदाय शोध
    - किसी ऑनलाइन समुदाय (Facebook Group, X, Instagram, Reddit आदि) की सहभागिता, संचार शैली एवं सांस्कृतिक विशेषताओं का शोध एवं विश्लेषण।
- डेटा पत्रकारिता प्रोजेक्ट शोध
    - किसी सार्वजनिक डेटा स्रोत (सरकारी पोर्टल, जनगणना, एनसीआरबी आदि) से डेटा एकत्रित कर इन्फोग्राफिक्स एवं समाचार शोध एवं रिपोर्ट तैयार करना।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) एवं मीडिया अनुप्रयोग शोध
    - समाचार उत्पादन, सामग्री निर्माण, तथ्य-जांच या मीडिया विश्लेषण में AI उपकरणों के उपयोग का व्यावहारिक अध्ययन कर प्रस्तुति एवं शोध करना।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें :

- बर्नवाल, हरीश. (2014). टेलीविजन की भाषा. वाणी प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2005). मीडिया विमर्श. अनामिका पब्लिशर्स।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2008). मीडिया, समाज और संस्कृति. अनामिका पब्लिशर्स।
- कौल, जवाहरलाल. (2008). हिंदी पत्रकारिता का बाजार भाव. प्रभात प्रकाशन।
- मिश्र, रामशरण. (2012). जनसंचार शोध : सिद्धांत और प्रविधियाँ. वाणी प्रकाशन।
- पचौरी, सुधीश. (2006). मीडिया : नए दौर में. वाणी प्रकाशन।
- पांडेय, सुधीर. (2015). जनसंचार एवं पत्रकारिता के सिद्धांत. राधाकृष्ण प्रकाशन।
- सिंघल, अरविंद, एवं रोजर्स, एवरट एम. (2003). जनसंचार के सिद्धांत एवं मॉडल (हिंदी संस्करण). ग्रंथ शिल्पी।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Baran, Stanley J., & Davis, Dennis K. (2021). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (8th ed.). Cengage Learning.
- Berger, Arthur Asa. (2018). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches (5th ed.). Sage Publications.
- Blumler, Jay G., & Katz, Elihu (Eds.). (1974). The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Sage Publications.
- Bryant, Jennings, & Oliver, Mary Beth (Eds.). (2009). Media effects: Advances in theory and research (3rd ed.). Routledge.
- Carlson, Matt. (2023). Artificial intelligence and journalism. Routledge.
- Gray, Jonathan, Bounegru, Liliana, & Chambers, Lucy (Eds.). (2012). The data journalism handbook. O'Reilly Media.
- Habermas, Jürgen. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (Thomas Burger & Frederick Lawrence, Trans.). MIT Press. (Original work published 1962)
- Hall, Stuart (Ed.). (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications.
- Havens, Timothy, & Lotz, Amanda D. (2017). Understanding media industries (2nd ed.). Oxford University Press.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Iain, & Kelly, Kieran. (2009). New media: A critical introduction (2nd ed.). Routledge.
- Mandiberg, Michael (Ed.). (2012). The social media reader. New York University Press.
- Mayer-Schönberger, Viktor, & Cukier, Kenneth. (2013). Big data: A revolution that will transform how we live, work, and think. Houghton Mifflin Harcourt.
- McQuail, Denis. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Mosco, Vincent. (2009). The political economy of communication (2nd ed.). Sage Publications.
- Rogers, Richard. (2013). Digital methods. MIT Press.
- Sylvie, George, Wicks, Jan LeBlanc, Hollifield, C. Ann, Lacy, Stephen, & Sohn, Ardyth Broadrick. (2008). Media management: A casebook approach (4th ed.). Routledge.
- Thussu, Daya Kishan. (2007). Media on the move: Global flow and contra-flow. Routledge.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट :

1. International Reports

- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). Digital news report 2025. Reuters Institute, University of Oxford.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2023). Guidelines for the governance of digital platforms. UNESCO.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2023). Global education monitoring report 2023: Technology in education. UNESCO.
- World Economic Forum. (2025). Global risks report 2025. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2025). Future of jobs report 2025. World Economic Forum.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). Digital economy outlook 2024. OECD Publishing.
- International Telecommunication Union (ITU). (2024). Measuring digital development: Facts and figures 2024. ITU.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2024). Digital economy report 2024. United Nations.
- Pew Research Center. (2024). News consumption across social media in 2024. Pew Research Center.
- Pew Research Center. (2024). The state of local news, trust and democracy. Pew Research Center.
- Edelman. (2025). Edelman trust barometer 2025. Edelman.

2. Indian Reports

- Internet and Mobile Association of India (IAMAI), & Kantar. (2024). Internet in India report 2024. IAMAI.
- Telecom Regulatory Authority of India (TRAI). (2025). The Indian telecom services performance indicators report. TRAI.
- Press Council of India. (2024). Report on the state of media in India. Press Council of India.
- Ministry of Information and Broadcasting. (2024). Annual report 2023–24. Government of India.
- NITI Aayog. (2024). India's AI strategy and policy framework report. Government of India.
- Data Security Council of India. (2025). India digital outlook report 2025. DSCI.
- National Crime Records Bureau. (2024). Crime in India 2024. Ministry of Home Affairs, Government of India.
- Election Commission of India. (2024). General elections 2024: Statistical report. Government of India.
- Broadcast Audience Research Council India (BARC). (2024). Television audience measurement report. BARC India.
- Registrar General & Census Commissioner, India. (2024). Sample registration system statistical report. Government of India.

3. AI, Big Data and Digital Journalism Reports

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2023). Guidance for generative AI in education and research. UNESCO.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Generative AI and journalism report. Reuters Institute, University of Oxford.
- World Association of News Publishers (WAN-IFRA). (2024). World press trends outlook 2024–2025. WAN-IFRA.
- International Center for Journalists (ICFJ). (2024). The state of technology in global journalism. ICFJ.

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). Artificial intelligence, data governance and society.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग शोध

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		
DSE **मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	___

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग की संरचना, विकास, सामाजिक-सांस्कृतिक भूमिका तथा भारतीय एवं वैश्विक मीडिया परिदृश्य की समग्र समझ विकसित कर सकेंगे।
- मीडिया अर्थशास्त्र, व्यवसाय मॉडल, कॉर्पोरेट स्वामित्व, मीडिया बाजार, उपभोक्ता व्यवहार तथा रचनात्मक अर्थव्यवस्था (Creative Economy) के सिद्धांतों और शोध प्रवृत्तियों का विश्लेषण कर सकेंगे।
- फिल्म, टेलीविजन, रेडियो, डिजिटल मीडिया, ओटीटी तथा अन्य मनोरंजन उद्योगों की उत्पादन, वितरण, विपणन और दर्शक अध्ययन संबंधी शोध प्रक्रियाओं को समझ एवं लागू कर सकेंगे।
- विज्ञापन, ब्रांड संचार, सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट, इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग, ऑडियंस मापन तथा मीडिया प्रभाव से जुड़े समकालीन शोध उपकरणों और तकनीकों का उपयोग कर सकेंगे।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR), कॉपीराइट, बौद्धिक संपदा अधिकार तथा उभरती मीडिया तकनीकों के उद्योग और शोध पर पड़ने वाले प्रभावों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग की संरचना, कार्यप्रणाली, विकास प्रवृत्तियों तथा उसके सामाजिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक प्रभावों का विश्लेषण करने में सक्षम होंगे।
- मीडिया अर्थशास्त्र, व्यवसाय मॉडल, कॉर्पोरेट स्वामित्व, मीडिया बाजार, मांग-आपूर्ति तथा मीडिया उपभोग से संबंधित शोध अवधारणाओं और सिद्धांतों का व्यावहारिक अनुप्रयोग कर सकेंगे।
- फिल्म, टेलीविजन, रेडियो, डिजिटल मीडिया एवं ओटीटी उद्योगों के उत्पादन, वितरण, विपणन तथा दर्शक व्यवहार से जुड़े शोध अध्ययनों का मूल्यांकन एवं व्याख्या कर सकेंगे।
- विज्ञापन, ब्रांड संचार, सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट, इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग, टीआरपी, ऑडियंस मापन एवं मनोरंजन विपणन रणनीतियों के प्रभावों का शोधपरक अध्ययन करने में दक्ष होंगे।

- कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR), कॉपीराइट, बौद्धिक संपदा अधिकार तथा उभरती मीडिया तकनीकों से संबंधित समकालीन चुनौतियों और अवसरों का आलोचनात्मक विश्लेषण करते हुए स्वतंत्र शोध परियोजनाएँ विकसित कर सकेंगे।

इकाई 1 : मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग शोध **(09 घंटे)**

- मीडिया उद्योग वैश्विक एवं भारतीय मीडिया शोध
- मीडिया उद्योग का सामाजिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक महत्व शोध
- प्रिंट मीडिया उद्योग एवं रेडियो, ऑडियो उद्योग शोध
- सिनेमा उद्योग एवं टेलीविजन उद्योग का विस्तार का शोध

इकाई 2 : मीडिया अर्थशास्त्र एवं व्यवसाय मॉडल शोध **(12 घंटे)**

- मीडिया उद्योग, कॉर्पोरेट स्वामित्व एवं मीडिया समूह शोध
- मीडिया उत्पाद एवं मीडिया बाजार शोध
- मांग, आपूर्ति और मीडिया उपभोग शोध
- मीडिया और रचनात्मक अर्थव्यवस्था शोध (Creative Economy)

इकाई 3 : फिल्म एवं मनोरंजन उद्योग शोध **(12 घंटे)**

- भारतीय फिल्म उद्योग, क्षेत्रीय सिनेमा और वैश्विक सिनेमा शोध
- फिल्म उत्पादन, वितरण एवं प्रदर्शनी शोध
- बॉक्स ऑफिस विश्लेषण शोध
- फिल्म दर्शक व्यवहार अध्ययन शोध

इकाई 4 : टेलीविजन, प्रसारण, डिजिटल मीडिया, विज्ञापन उद्योग शोध **(12 घंटे)**

- सार्वजनिक, निजी प्रसारण, टीआरपी और ऑडियंस मापन शोध
- कंटेंट रणनीति, प्रोग्रामिंग, डिजिटल कंटेंट उद्योग एवं OTT दर्शक शोध
- ब्रांड संचार, सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट, इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एवं मनोरंजन विपणन रणनीतियाँ शोध
- ऑडियंस मापन तकनीकें, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, वर्चुअल रियलिटी, ऑगमेंटेड रियलिटी, कॉपीराइट एवं बौद्धिक संपदा अधिकार शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- मीडिया उद्योग प्रोफाइल अध्ययन (Media Industry Profile Study)
  - किसी मीडिया संगठन (समाचार पत्र, टीवी चैनल, रेडियो स्टेशन, OTT प्लेटफ़ॉर्म आदि) का विस्तृत प्रोफाइल तैयार करना।
  - उसके स्वामित्व, व्यवसाय मॉडल, लक्षित दर्शक एवं राजस्व स्रोतों का विश्लेषण करना।
- मीडिया बाजार विश्लेषण रिपोर्ट (Media Market Analysis Report)
  - किसी मीडिया उत्पाद या सेवा के बाजार का अध्ययन।

- मांग, आपूर्ति, प्रतिस्पर्धा एवं उपभोक्ता प्रवृत्तियों का विश्लेषण।

▪ दर्शक व्यवहार सर्वेक्षण (Audience Behaviour Survey)

- फिल्म, टीवी, रेडियो या OTT दर्शकों पर प्रश्नावली आधारित सर्वेक्षण करना।
- डेटा संग्रह, विश्लेषण एवं रिपोर्ट तैयार करना।

▪ बॉक्स ऑफिस एवं कंटेंट प्रदर्शन विश्लेषण (Box Office and Content Performance Analysis)

- किसी फिल्म, वेब सीरीज़ या टीवी कार्यक्रम के प्रदर्शन का अध्ययन।
- दर्शक प्रतिक्रिया एवं व्यावसायिक सफलता का विश्लेषण।

▪ OTT प्लेटफ़ॉर्म तुलनात्मक अध्ययन (Comparative Study of OTT Platforms)

- दो या अधिक OTT प्लेटफ़ॉर्म के कंटेंट, सदस्यता मॉडल, उपयोगकर्ता अनुभव एवं व्यवसाय रणनीतियों की तुलना करना।

▪ विज्ञापन एवं ब्रांड संचार शोध परियोजना (Advertising and Brand Communication Research Project)

- किसी विज्ञापन अभियान का अध्ययन।
- उसके संदेश, लक्षित समूह, प्रभाव एवं परिणामों का विश्लेषण।

▪ सोशल मीडिया एवं इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग अध्ययन (Social Media and Influencer Marketing Study)

- किसी ब्रांड के सोशल मीडिया अभियान या इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग रणनीति का मूल्यांकन।
- एंगेजमेंट एवं प्रभाव का विश्लेषण।

▪ टीआरपी/ऑडियंस मापन डेटा विश्लेषण (Audience Measurement Analysis)

- उपलब्ध टीआरपी, व्यूअरशिप या डिजिटल एनालिटिक्स डेटा का अध्ययन।
- निष्कर्ष एवं प्रवृत्तियों की व्याख्या करना।

▪ कॉपीराइट एवं बौद्धिक संपदा अधिकार केस स्टडी (Copyright and Intellectual Property Rights Case Study)

- मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग से संबंधित किसी कॉपीराइट विवाद या कानूनी मामले का अध्ययन।
- उसके कानूनी एवं व्यावसायिक प्रभावों का विश्लेषण।

▪ शोध परियोजना एवं प्रस्तुतीकरण (Research Project and Presentation)

- मीडिया एवं मनोरंजन उद्योग से संबंधित किसी समकालीन विषय पर लघु शोध करना।
- शोध रिपोर्ट तैयार कर कक्षा में प्रस्तुतीकरण देना।

सहायक पुस्तकें :

- द्विवेदी, संजय. (2018). मीडिया: नए आयाम और चुनौतियाँ. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- तिवारी, अर्जुन. (2016). जनसंचार और मीडिया अध्ययन. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- पचौरी, सुधीश. (2015). मीडिया विमर्श. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2012). मीडिया, समाज और संस्कृति. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।
- जोशी, रामशरण. (2014). मीडिया और बाजारवाद. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी।
- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2011). मीडिया लेखन और संपादन. नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2017). जनसंचार: सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: प्रकाशन संस्थान।
- तिवारी, विश्वनाथ प्रसाद (सम्पा.). (2018). मीडिया अध्ययन: अवधारणाएँ और परिप्रेक्ष्य. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- दुबे, श्यामाचरण. (2009). संचार और समाज. नई दिल्ली: नेशनल पब्लिशिंग हाउस।
- पाण्डेय, विनोद कुमार. (2019). मीडिया प्रबंधन एवं मीडिया अर्थशास्त्र. नई दिल्ली: राधा पब्लिकेशन्स।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Albarran, A. B. (2017). Media economics: Understanding markets, industries and concepts (2nd ed.). Wiley Blackwell.
- Baran, S. J. (2021). Introduction to mass communication: Media literacy and culture (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2019). The business of media: Corporate media and the public interest (3rd ed.). SAGE Publications.
- Cunningham, S., & Craig, D. (2019). Social media entertainment: The new intersection of Hollywood and Silicon Valley. New York University Press.
- Doyle, G. (2013). Understanding media economics (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hesmondhalgh, D. (2019). The cultural industries (4th ed.). SAGE Publications.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press.
- Küng, L. (2017). Strategic management in the media: Theory to practice (2nd ed.). SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.
- Napoli, P. M. (2011). Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences. Columbia University Press.
- Picard, R. G. (2011). The economics and financing of media companies. Fordham University Press.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2022). Media now: Understanding media, culture, and technology (11th ed.). Cengage Learning.
- Vogel, H. L. (2020). Entertainment industry economics: A guide for financial analysis (10th ed.). Cambridge University Press.
- Wirtz, B. W. (2022). Media and internet management (6th ed.). Springer.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for humanity. Wiley.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया प्रभाव एवं धारणा शोध

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		
DSE **मीडिया प्रभाव एवं धारणा शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	___

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- मीडिया प्रभाव (Media Effects) तथा धारणा (Perception) संबंधी प्रमुख सिद्धांतों, प्रतिमानों एवं शोध परंपराओं का सम्यक् ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे।
- संचार, संज्ञान (Cognition), व्यवहार (Behaviour) तथा मीडिया संदेशों के प्रभावों का मनोवैज्ञानिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक संदर्भों में विश्लेषण कर सकेंगे।
- एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, प्राइमिंग, कल्टीवेशन, टू-स्टेप फ्लो, सीमित प्रभाव तथा उपयोग एवं संतुष्टि एवं मीडिया ट्रायल जैसे प्रमुख मीडिया प्रभाव सिद्धांतों के आधार पर शोध करने की क्षमता विकसित कर सकेंगे।
- दर्शक व्यवहार, चयनात्मक अवधान, चयनात्मक ग्रहण, चयनात्मक स्मृति, पुष्टिकरण पूर्वाग्रह (Confirmation Bias) तथा मीडिया उपभोग से संबंधित शोध प्रविधियों का उपयोग कर सकेंगे।
- राजनीतिक संचार, जनमत निर्माण, प्रचार, दुष्प्रचार, मिथ्या सूचना, डिजिटल पहचान तथा मीडिया धारणा से जुड़े समकालीन मुद्दों का आलोचनात्मक मूल्यांकन एवं शोधपरक अध्ययन करने में सक्षम होंगे।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- मीडिया प्रभाव एवं धारणा संबंधी प्रमुख सिद्धांतों, अवधारणाओं तथा शोध परंपराओं की व्याख्या एवं तुलनात्मक विश्लेषण कर सकेंगे।
- मीडिया संदेशों के संज्ञानात्मक, मनोवैज्ञानिक, सामाजिक एवं व्यवहारगत प्रभावों का विभिन्न शोध दृष्टिकोणों के आधार पर मूल्यांकन कर सकेंगे।
- एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, प्राइमिंग, कल्टीवेशन, टू-स्टेप फ्लो तथा सीमित प्रभाव जैसे सिद्धांतों का वास्तविक मीडिया संदर्भों में अनुप्रयोग कर सकेंगे।
- दर्शक व्यवहार, चयनात्मक ग्रहण, उपयोग एवं संतुष्टि, जनमत निर्माण, प्रचार, दुष्प्रचार तथा मिथ्या सूचना से संबंधित शोध समस्याओं की पहचान कर उनका वैज्ञानिक अध्ययन कर सकेंगे।
- मीडिया धारणा, अर्थ-निर्माण, संकेतों, प्रतीकों, डिजिटल पहचान तथा समकालीन संचार प्रक्रियाओं से जुड़े विषयों पर स्वतंत्र, आलोचनात्मक एवं शोधपरक विश्लेषण प्रस्तुत करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1 : मीडिया प्रभाव एवं धारणा शोध **(09 घंटे)**

- मीडिया प्रभाव की एवं धारणा (Perception) शोध
- संचार, संज्ञान और व्यवहार और मानसिक प्रभाव (हाइपोडर्मिक नीडल) शोध
- द्वि चरणीय प्रवाह (टू-स्टेप फ्लो) एवं ओपिनियन लीडर शोध

- सीमित प्रभाव (Limited Effects) प्रतिमान एवं रिसेप्शन विश्लेषण शोध

इकाई 2 : संज्ञानात्मक (Cognitive) प्रभाव शोध **(12 घंटे)**

- एजेंडा सेटिंग, फ्रेमिंग, प्राइमिंग शोध
- मनोवैज्ञानिक एवं व्यवहारगत मीडिया प्रभाव शोध
- समझाना (Persuasion) दृष्टिकोण, मीडिया व्यवहार, एवं मीडिया आक्रामकता शोध
- कल्टीवेशन एवं सामाजिक वास्तविकता शोध

इकाई 3 : मीडिया धारणा, दर्शक एवं चयनात्मक शोध **(12 घंटे)**

- चयनात्मक अवधान, चयनात्मक ग्रहण, चयनात्मक स्मृति एवं पुष्टिकरण पूर्वाग्रह शोध (Confirmation Bias)
- उपयोग एवं संतुष्टि एवं सक्रिय दर्शक सिद्धांत शोध
- राजनीतिक संचार, चुनाव, लोकतंत्र और जनमत निर्माण शोध
- प्रचार, दुष्प्रचार और मिथ्या सूचना शोध

इकाई 4 : धारणा शोध : मनोवैज्ञानिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक धारणा **(12 घंटे)**

- धारणा, संवेदना, अर्थ-निर्माण और मनोवैज्ञानिक शोध
- स्मृति, सूचना प्रसंस्करण, भाषा, प्रतीक और अर्थ-निर्माण शोध
- संकेत, प्रतीक, सेमियोटिक्स और मीडिया संदेश शोध
- फ्रेमिंग, एजेंडा सेटिंग, संज्ञानात्मक और डिजिटल पहचान शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- मीडिया प्रभाव सर्वेक्षण (Media Effects Survey)
  - किसी समाचार, विज्ञापन या सोशल मीडिया सामग्री के प्रभाव का सर्वेक्षण तैयार करना एवं विश्लेषण करना।
- दर्शक धारणा अध्ययन (Audience Perception Study)
  - किसी टीवी कार्यक्रम, वेब सीरीज़, समाचार चैनल या डिजिटल प्लेटफॉर्म के प्रति दर्शकों की धारणा का अध्ययन करना।
- एजेंडा सेटिंग विश्लेषण (Agenda Setting Analysis)
  - विभिन्न समाचार माध्यमों में किसी प्रमुख मुद्दे की प्रस्तुति एवं प्राथमिकता का तुलनात्मक विश्लेषण करना।
- फ्रेमिंग विश्लेषण रिपोर्ट (Framing Analysis Report)
  - किसी समाचार घटना की विभिन्न मीडिया संस्थानों द्वारा की गई फ्रेमिंग का अध्ययन करना।
- चयनात्मक ग्रहण एवं स्मृति अध्ययन (Selective Perception and Memory Study)
  - विभिन्न आयु वर्गों के लोगों पर एक ही मीडिया संदेश के ग्रहण एवं स्मरण का अध्ययन करना।
- उपयोग एवं संतुष्टि शोध (Uses and Gratifications Research)
  - सोशल मीडिया, ओटीटी या समाचार माध्यमों के उपयोग के कारणों एवं संतुष्टि स्तर का अध्ययन करना।
- प्रचार एवं मिथ्या सूचना पहचान परियोजना (Propaganda and Misinformation Project)

- सोशल मीडिया या समाचार सामग्री में प्रचार, दुष्प्रचार एवं फेक न्यूज के उदाहरणों की पहचान एवं विश्लेषण करना।

▪ राजनीतिक संचार एवं जनमत अध्ययन (Political Communication and Public Opinion Study)

- किसी चुनावी अभियान, राजनीतिक विज्ञापन या सार्वजनिक मुद्दे पर जनमत निर्माण की प्रक्रिया का अध्ययन करना।

▪ सेमियोटिक (Semiotic) विश्लेषण परियोजना

- किसी विज्ञापन, फिल्म, पोस्टर या डिजिटल अभियान में प्रयुक्त संकेतों, प्रतीकों एवं अर्थ-निर्माण प्रक्रिया का विश्लेषण करना।

▪ लघु शोध परियोजना एवं प्रस्तुति (Mini Research Project and Presentation)

- मीडिया प्रभाव, धारणा, दर्शक व्यवहार या डिजिटल संचार से संबंधित किसी विषय पर शोध रिपोर्ट तैयार कर मौखिक प्रस्तुति देना।

सहायक पुस्तकें :

- द्विवेदी, सुरेश. (2018). मीडिया: नए आयाम और चुनौतियाँ. वाणी प्रकाशन।
- तिवारी, अरुण. (2016). जनसंचार और मीडिया अध्ययन. राजकमल प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2012). जनसंचार माध्यम: सिद्धांत और स्वरूप. अनामिका पब्लिशर्स।
- कुमार, विनोद. (2014). जनसंचार: सिद्धांत एवं व्यवहार. हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय।
- मिश्र, रामशरण. (2017). संचार के सिद्धांत और प्रतिमान. विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2018). मीडिया अनुसंधान: सिद्धांत एवं पद्धति. ग्रंथ शिल्पी।
- यादव, केशव. (2016). मीडिया और समाज. राजकमल प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, संजय. (2019). मीडिया, संस्कृति और समाज. वाणी प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया और वैचारिकी. अनामिका पब्लिशर्स।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Berger, A. A. (2014). Using mass communication theory (3rd ed.). Sage Publications.
- Bryant, J., & Oliver, M. B. (Eds.). (2009). Media effects: Advances in theory and research (3rd ed.). Routledge.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2018). Media/society: Industries, images, and audiences (6th ed.). Sage Publications.
- Fiske, J. (1987). Television culture. Routledge.
- Fiske, J. (2011). Introduction to communication studies (3rd ed.). Routledge.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). Manufacturing consent: The political economy of the mass media. Pantheon Books.
- Lippmann, W. (1922). Public opinion. Harcourt, Brace and Company.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). Theories of human communication (11th ed.). Waveland Press.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Perse, E. M., & Lambe, J. (2016). Media effects and society. Routledge.

- Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. (2014). Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media (6th ed.). Pearson.
- Stacks, D. W., & Salwen, M. B. (Eds.). (2014). An integrated approach to communication theory and research (2nd ed.). Routledge.
- Treadwell, D. F. (2016). Introducing communication research: Paths of inquiry (2nd ed.). Sage Publications.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). Mass media research: An introduction (10th ed.). Cengage Learning.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
हिंदी पत्रकारिता शोध : 1826 से अब तक

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		
DSE हिंदी पत्रकारिता शोध : 1826 से अब तक	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	___

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- हिंदी पत्रकारिता के उद्भव, विकास एवं विभिन्न ऐतिहासिक चरणों (**1826** से वर्तमान तक) का सम्यक् ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे।
- हिंदी पत्रकारिता और भारतीय समाज, भाषा, संस्कृति, राष्ट्रवाद तथा सामाजिक परिवर्तन के अंतर्संबंधों का विश्लेषण कर सकेंगे।
- स्वतंत्रता आंदोलन में हिंदी पत्रकारिता की भूमिका, राष्ट्रवादी चेतना के निर्माण तथा जनमत निर्माण में उसके योगदान का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद राष्ट्र-निर्माण, लोकतांत्रिक विकास, राजनीतिक विमर्श तथा प्रेस की सामाजिक जिम्मेदारियों को समझ सकेंगे।
- उदारीकरण, वैश्वीकरण, कॉर्पोरेट स्वामित्व, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया के संदर्भ में हिंदी पत्रकारिता के समकालीन स्वरूप, चुनौतियों एवं संभावनाओं का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- हिंदी पत्रकारिता के ऐतिहासिक विकासक्रम को कालखंडवार समझ और व्याख्यायित कर सकेंगे।
- प्रमुख हिंदी समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और पत्रकारों के योगदान का आलोचनात्मक विश्लेषण कर सकेंगे।
- हिंदी पत्रकारिता के सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक प्रभावों का अध्ययन कर सकेंगे।
- स्वतंत्रता आंदोलन तथा लोकतांत्रिक विकास में मीडिया की भूमिका का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- समकालीन हिंदी मीडिया के आर्थिक, तकनीकी और वैचारिक आयामों को समझते हुए शोधपरक दृष्टिकोण विकसित कर सकेंगे।

इकाई 1 : हिंदी पत्रकारिता : प्रारंभिक विकास और राष्ट्रीय चेतना आधारित शोध (1826–1880) (09 घंटे)

- उदन्त मार्तण्ड, बंगदूत, बनारस अखबार और अन्य प्रारंभिक पत्र
- औपनिवेशिक शासन, हिंदी प्रेस एवं भारतेंदु युग की पत्रकारिता
- हिंदी नवजागरण, भाषा, राष्ट्रवाद और पत्रकारिता
- सांस्कृतिक चेतना और प्रेस

इकाई 2 : स्वतंत्रता आंदोलन और हिंदी पत्रकारिता शोध (1881 से 1920 एवं 1920 से 1921 से 1948) (12 घंटे)

- बाल गंगाधर तिलक, बंग-भंग, भाषा, संस्कृति, स्वदेशी आंदोलन और पत्रकारिता
- भारतीय राष्ट्रवाद, गणेश शंकर विद्यार्थी, एवं माखनलाल चतुर्वेदी, कर्मवीर
- महात्मा गांधी, पत्रकारिता और राष्ट्रीय चेतना
- हिंदी पत्रकारिता का राष्ट्रवादी स्वरूप

इकाई 3 : स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद हिंदी पत्रकारिता शोध (1949–1990) **(12 घंटे)**

- राष्ट्र पुनर्निर्माण : पत्रकारिता और रेडियो
- हिंदी दैनिक, समाचार एजेंसी, लोकतंत्र और पत्रकारिता
- आपातकाल और हिंदी पत्रकारिता
- सेंसरशिप, राजनीतिक विमर्श और वैकल्पिक पत्रकारिता

इकाई 4 : उदारीकरण, वैश्वीकरण और हिंदी पत्रकारिता शोध (1991 से अब तक) **(12 घंटे)**

- मीडिया बाजार, कॉर्पोरेट प्रभाव और समाचार पत्र उद्योग शोध
- संस्करण क्रांति, विज्ञापन, समाचार और मीडिया स्वामित्व शोध
- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी पत्रकारिता शोध
- डिजिटल और सोशल हिंदी मीडिया पत्रकारिता शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- प्रारंभिक हिंदी समाचार पत्रों का अभिलेखीय अध्ययन
    - उदन्त मार्तण्ड, बंगदूत, बनारस अखबार आदि का अध्ययन।
    - किसी एक पत्र के 5–10 अंकों का विश्लेषण।
    - भाषा, विषय-वस्तु और संपादकीय दृष्टिकोण की रिपोर्ट तैयार करना।
- हिंदी नवजागरण और पत्रकारिता पर शोध रिपोर्ट
    - भारतेंदु युगीन पत्र-पत्रिकाओं का अध्ययन।
    - सामाजिक सुधार, शिक्षा और भाषा आंदोलन से संबंधित सामग्री का विश्लेषण।
    - 2000 शब्दों की शोध रिपोर्ट तैयार करना।
- स्वतंत्रता आंदोलन में हिंदी पत्रकारिता की भूमिका का केस स्टडी
    - प्रताप, कर्मवीर या गांधीजी के किसी पत्र का चयन।
    - स्वतंत्रता आंदोलन से संबंधित प्रकाशित सामग्री का विश्लेषण।
    - प्रस्तुतीकरण (Presentation) तैयार करना।
- प्रमुख हिंदी पत्रकार का व्यक्तित्व एवं कृतित्व अध्ययन
    - पं. जुगल किशोर शुक्ल, गणेश शंकर विद्यार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी, बाबूराव विष्णु पराड़कर आदि में से किसी एक का चयन।
    - जीवन, पत्रकारिता-दृष्टि एवं योगदान पर शोध आलेख तैयार करना।
- स्वतंत्रता-पूर्व और स्वातंत्र्योत्तर हिंदी पत्रकारिता का तुलनात्मक अध्ययन

- दो अलग-अलग कालखंडों के समाचार पत्रों का चयन।
- विषय, भाषा, विचारधारा और उद्देश्य की तुलना।
- तुलनात्मक रिपोर्ट प्रस्तुत करना।

▪ आपातकाल (1975–77) और हिंदी प्रेस का अध्ययन

- आपातकाल कालीन समाचार कवरेज का अध्ययन।
- सेंसरशिप के उदाहरणों का संग्रह।
- 2500 शब्दों की विश्लेषणात्मक रिपोर्ट तैयार करना।

▪ हिंदी दैनिक समाचार पत्रों का कंटेंट विश्लेषण

- किसी दो प्रमुख हिंदी दैनिकों का एक सप्ताह का अध्ययन।
- राजनीति, शिक्षा, अपराध, मनोरंजन और विज्ञापनों का प्रतिशत निकालना।
- ग्राफ एवं तालिकाओं सहित रिपोर्ट तैयार करना।

▪ हिंदी डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया पत्रकारिता का अध्ययन

- किसी हिंदी न्यूज़ पोर्टल, यूट्यूब चैनल या सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का चयन।
- कंटेंट, पाठक सहभागिता और विश्वसनीयता का विश्लेषण।
- शोध रिपोर्ट तैयार करना।

▪ मीडिया स्वामित्व और कॉर्पोरेट प्रभाव पर प्रोजेक्ट

- मीडिया समूह का चयन।
- स्वामित्व संरचना, विज्ञापन नीति और संपादकीय प्रभाव का विश्लेषण।
- समूह प्रस्तुति (Group Presentation) देना।

▪ मौखिक इतिहास (Oral History) परियोजना

- किसी वरिष्ठ पत्रकार, संपादक या मीडिया विशेषज्ञ का साक्षात्कार।
- पत्रकारिता में आए ऐतिहासिक परिवर्तनों पर प्रश्न तैयार करना।
- ऑडियो/वीडियो रिकॉर्डिंग तथा लिखित प्रतिवेदन प्रस्तुत करना।

सहायक पुस्तकें :

- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2018). हिंदी पत्रकारिता का इतिहास. वाणी प्रकाशन।
- वैदिक, वेद प्रताप. (2012). हिंदी पत्रकारिता : उद्भव और विकास. हिंदी बुक सेंटर।
- तिवारी, अर्जुन. (2015). भारतीय पत्रकारिता का इतिहास. विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- कुमार, कीर्ति. (2010). जनसंचार : सिद्धांत और अनुप्रयोग. भारती भवन।
- पाण्डेय, रत्नाकर. (2001). हिंदी पत्रकारिता और राष्ट्रीय आंदोलन. राजकमल प्रकाशन।
- शर्मा, रामविलास. (1999). भारतेन्दु युग और हिंदी नवजागरण. राजकमल प्रकाशन।
- चन्द्र, बिपिन. (2009). भारत का स्वतंत्रता संग्राम. हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय।

- पचौरी, सुधीश. (2011). मीडिया विमर्श. वाणी प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया और समाज. अनामिका पब्लिशर्स।
- पंत, एन. सी. (2005). भारत में प्रेस का इतिहास. प्रकाशन विभाग, भारत सरकार।
- पराड़कर, बाबूराव विष्णु. (संपा.). हिंदी पत्रकारिता के विविध आयाम।
- नटराजन, जे. (2000). भारतीय पत्रकारिता का इतिहास. प्रकाशन विभाग।
- विद्यार्थी, गणेश शंकर. (संपा.). प्रताप के चयनित संपादकीय।
- चतुर्वेदी, माखनलाल. (संपा.). कर्मवीर के चयनित लेख।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Chandra, B., Mukherjee, M., Mukherjee, A., Panikkar, K. N., Mahajan, S., & Chandra, A. (2016). India's struggle for independence (Revised ed.). Penguin Random House India.
- Chandra, B., Mukherjee, M., & Mukherjee, A. (2008). India since independence. Penguin Books.
- Jeffrey, R. (2000). India's newspaper revolution: Capitalism, politics and the Indian-language press, 1977–1999 (2nd ed.). Oxford University Press.
- Jeffrey, R. (2006). The press in India: From the beginnings to the present day. Oxford University Press.
- Kohli-Khandekar, V. (2021). The Indian media business (5th ed.). Sage Publications.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Parthasarathi, R. (2009). Journalism in India: From the earliest times to the present day. Sterling Publishers.
- Sarkar, S. (2014). Modern India: 1885–1947 (2nd ed.). Pearson Education.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2013). Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media (6th ed.). Pearson.
- O'Shaughnessy, M., & Stadler, J. (2012). Media and society: An introduction (5th ed.). Oxford University Press.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
ऑडियंस सिद्धांत शोध

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		
DSE **ऑडियंस सिद्धांत शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- ऑडियंस अध्ययन की अवधारणाओं, प्रमुख सिद्धांतों तथा शोध परंपराओं से विद्यार्थियों को परिचित कराना तथा मीडिया–ऑडियंस संबंधों की समझ विकसित करना।
- डिजिटल युग में ऑडियंस की बदलती प्रकृति, सहभागी संस्कृति, नेटवर्क समाज एवं नागरिक पत्रकारिता के विभिन्न आयामों का अध्ययन कराना।
- सोशल मीडिया, एल्गोरिदम, कंटेंट विजिबिलिटी तथा ऑडियंस एंगेजमेंट से संबंधित समकालीन शोध प्रवृत्तियों एवं व्यवहारों की समझ विकसित करना।
- वेब एनालिटिक्स, डिजिटल डेटा, ऑडियंस मापन तकनीकों एवं एंगेजमेंट मैट्रिक्स के उपयोग द्वारा ऑडियंस व्यवहार के विश्लेषण की क्षमता विकसित करना।
- मीडिया प्रभाव, जनमत निर्माण, राजनीतिक संचार, फेक न्यूज एवं मिसइन्फॉर्मेशन से संबंधित शोध समस्याओं के अध्ययन, विश्लेषण एवं स्वतंत्र शोध कार्य हेतु आवश्यक कौशल विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- ऑडियंस अध्ययन की प्रमुख अवधारणाओं, सिद्धांतों, शोध परंपराओं तथा ऑडियंस रिसेप्शन संबंधी दृष्टिकोणों का विश्लेषणात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- डिजिटल युग में ऑडियंस की बदलती प्रकृति, सहभागी संस्कृति, नेटवर्क समाज, नागरिक पत्रकारिता एवं ऑनलाइन समुदायों के विकास का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।
- सोशल मीडिया, एल्गोरिदम, कंटेंट विजिबिलिटी तथा ऑडियंस एंगेजमेंट से संबंधित शोध प्रवृत्तियों और व्यवहारिक आयामों का विश्लेषण कर सकेंगे।
- वेब एनालिटिक्स, डिजिटल डेटा, ऑडियंस मापन तकनीकों एवं एंगेजमेंट मैट्रिक्स के माध्यम से ऑडियंस व्यवहार का अध्ययन एवं व्याख्या कर सकेंगे।
- मीडिया प्रभाव, जनमत निर्माण, राजनीतिक संचार, फेक न्यूज, मिसइन्फॉर्मेशन तथा चुनावी ऑडियंस से संबंधित समकालीन शोधों का आलोचनात्मक मूल्यांकन करते हुए स्वतंत्र शोध कार्य करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1: ऑडियंस अध्ययन : सैद्धांतिक एवं वैचारिक शोध **(9 घंटे)**

- ऑडियंस अवधारणा, प्रकार एवं ऑडियंस रिसेप्शन शोध

- ऑडियंस अध्ययन का विकास एवं प्रमुख शोध परंपराएँ
- पारंपरिक ऑडियंस सिद्धांत शोध : हाइपोडर्मिक नीडल सिद्धांत शोध, टू-स्टेप फ्लो शोध, यूज़ेज़ एंड ग्रैटिफिकेशन शोध
- मीडिया संदेश, मास ऑडियंस, सेगमेंटेड ऑडियंस एवं ऑडियंस के मध्य अंतःक्रिया शोध

इकाई 2: न्यू ऑडियंस, डिजिटल संस्कृति एवं सहभागिता शोध **(12 घंटे)**

- डिजिटल युग में ऑडियंस : सक्रिय (Active) एवं निष्क्रिय (Passive) ऑडियंस
- स्टुअर्ट हॉल का एन्कोडिंग डिकोडींग एवं रिसेप्शन
- सहभागी संस्कृति (Participatory Culture) और नेटवर्क समाज
- नागरिक पत्रकारिता, डिजिटल समुदायों एवं ऑनलाइन सहभागिता पर समकालीन शोध

इकाई 3 : डिजिटल मीडिया, एल्गोरिदम एवं ऑडियंस एंगेजमेंट शोध **(12 घंटे)**

- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स और ऑडियंस व्यवहार शोध
- कंटेंट डिस्कवरी, विजिबिलिटी, एल्गोरिदम, फ़िल्टर बबल एवं इको-चैम्बर शोध
- एंगेजमेंट मैट्रिक्स : लाइक, शेयर, कमेंट, क्लिक-थ्रू रेट एवं वॉच टाइम शोध
- ब्रांड कम्युनिकेशन, ऑडियंस एंगेजमेंट, कैंपेन एवं ऑडियंस प्रतिक्रिया शोध

इकाई 4 : मीडिया प्रभाव, जनमत एवं ऑडियंस विश्लेषण शोध : तकनीकें एवं मापन **(12 घंटे)**

- वेब एनालिटिक्स, डिजिटल डेटा एवं ऑडियंस मापन शोध
- मीडिया प्रभाव उपयोग एवं सामाजिक व्यवहार शोध
- जनमत निर्माण में मीडिया एवं ऑडियंस शोध
- राजनीतिक संचार, फेक न्यूज, मिसइन्फॉर्मेशन, ऑडियंस रिसेप्शन एवं चुनावी ऑडियंस शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- किसी समाचार पत्र, टेलीविजन चैनल अथवा डिजिटल प्लेटफॉर्म की ऑडियंस प्रोफाइल तैयार करना।
- मीडिया उपयोग एवं संतुष्टि (Uses and Gratifications) पर आधारित एक लघु सर्वेक्षण तैयार कर उसका विश्लेषण करना।
- सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करने हेतु प्रश्नावली का निर्माण एवं डेटा संग्रहण करना।
- किसी डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म (YouTube, Instagram, Facebook आदि) के ऑडियंस एंगेजमेंट मैट्रिक्स (Likes, Shares, Comments, Views) का विश्लेषण करना।
- स्टुअर्ट हॉल के एन्कोडिंग-डिकोडिंग मॉडल के आधार पर किसी मीडिया सामग्री की ऑडियंस प्रतिक्रिया का अध्ययन करना।
- किसी ऑनलाइन समुदाय (Online Community) या डिजिटल समूह का केस स्टडी तैयार करना।
- फेक न्यूज अथवा मिसइन्फॉर्मेशन से संबंधित किसी घटना का ऑडियंस रिसेप्शन एवं प्रभाव विश्लेषण करना।
- किसी ब्रांड या सोशल मीडिया अभियान (Campaign) की ऑडियंस सहभागिता (Audience Engagement) का अध्ययन एवं रिपोर्ट तैयार करना।
- वेब एनालिटिक्स अथवा सोशल मीडिया इनसाइट्स (Analytics Dashboard) के आंकड़ों का विश्लेषण कर निष्कर्ष प्रस्तुत करना।

- ऑडियंस अध्ययन से संबंधित किसी समकालीन विषय पर लघु शोध परियोजना (Mini Research Project) तैयार कर शोध रिपोर्ट एवं प्रस्तुतीकरण देना।
- ऑडियंस सर्वे प्रोजेक्ट:किसी मीडिया प्लेटफॉर्म (टीवी/यूट्यूब/इंस्टाग्राम) के दर्शकों पर सर्वे कर रिपोर्ट तैयार करना।
- सोशल मीडिया एनालिसिस:किसी पेज/चैनल के एंगेजमेंट (लाइक, शेयर, कमेंट) का विश्लेषण करना।
- कंटेंट स्ट्रेटेजी निर्माण:किसी विशेष ऑडियंस समूह (युवा, ग्रामीण, महिला आदि) के लिए कंटेंट प्लान बनाना।
- फोकस ग्रुप डिस्कशन:किसी मीडिया कंटेंट पर दर्शकों की प्रतिक्रिया समझने के लिए समूह चर्चा आयोजित करना।
- केसस्टडी: किसी वायरल कंटेंट या ट्रेंड का ऑडियंस व्यवहार के दृष्टिकोण से अध्ययन।

सहायक पुस्तकें :

- पचौरी, सुधीश. (2010). मीडिया : नया दौर, नए प्रश्न. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- जोशी, पूरनचंद्र. (2009). संचार, समाज और संस्कृति. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी।
- यादव, केशवचंद्र. (2018). जनसंचार एवं मीडिया अध्ययन. नई दिल्ली: राधा पब्लिकेशन्स।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2016). जनसंचार : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी।
- कुमार, विनोद. (2019). न्यू मीडिया : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- मिश्र, रामशरण. (2017). जनसंचार अनुसंधान. नई दिल्ली: राधा पब्लिकेशन्स।
- श्रीवास्तव, के. एम. (2015). मीडिया शोध : सिद्धांत एवं पद्धति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- The Audience Studies Reader. (2003). Edited by Will Brooker & Deborah Jermyn. London: Routledge.
- Audience Analysis. McQuail, D. (1997). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mass Communication Theory. McQuail, D. (2010). London: Sage Publications.
- Media/Society: Industries, Images, and Audiences. Croteau, D., & Hoynes, W. (2019). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- The Practice of Social Research. Babbie, E. (2020). Boston: Cengage Learning.
- Media Research Methods. Gunter, B. (2000). London: Sage Publications.
- Participatory Culture in a Networked Era. Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2016). Cambridge: Polity Press.
- Convergence Culture. Jenkins, H. (2006). New York: New York University Press.
- Digital Methods. Rogers, R. (2013). Cambridge, MA: MIT Press.
- Research Methods for Media and Cultural Studies. Stokes, J. (2013). London: Palgrave Macmillan.

आवश्यक रिपोर्ट :

हिंदी एवं भारतीय संदर्भ की रिपोर्ट

- Internet and Mobile Association of India, & Kantar. (2023). Internet in India report 2023. IAMAI.
- Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry, & Ernst & Young. (2024). Indian media and entertainment industry report 2024. FICCI & EY.

- Telecom Regulatory Authority of India. (2024). The Indian telecom services performance indicators. TRAI.
- Press Information Bureau. (2023). Digital media and internet usage in India: Statistical report. Government of India.
- Ministry of Information and Broadcasting. (2023). Annual report 2022–23. Government of India.

International Reports

- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2024). Reuters Institute digital news report 2024. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). Digital 2024: Global overview report. We Are Social.
- Nielsen. (2024). The Nielsen audience report. Nielsen.
- Edison Research, & SiriusXM Media. (2024). The infinite dial 2024. Edison Research.
- Sensor Tower. (2024). State of mobile 2024. Sensor Tower.
- WAN-IFRA. (2024). World press trends outlook 2024–2025. World Association of News Publishers.
- Statista Research Department. (2024). Media consumption worldwide: Statistics and facts. Statista.
- Dentsu. (2024). Digital society index 2024. Dentsu International.
- Pew Research Center. (2024). Social media use in 2024. Pew Research Center.
- Ofcom. (2024). Online nation 2024 report. Office of Communications (Ofcom).
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2023). Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. University of Oxford.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2023). Global media and information literacy assessment framework report. UNESCO.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मूविंग इमेज सिद्धांत शोध

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		
DSE **मूविंग इमेज सिद्धांत शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- मूविंग इमेज अध्ययन की अवधारणाओं, विकास, शोध परंपराओं तथा दृश्य-श्रव्य संचार के सैद्धांतिक आधारों से विद्यार्थियों को परिचित कराना।
- फिल्म, टेलीविजन, डिजिटल वीडियो एवं स्क्रीन संस्कृति में अर्थ-निर्माण, मीडिया प्रतिनिधित्व तथा सामाजिक-सांस्कृतिक विमर्शों की शोधपरक समझ विकसित करना।
- मूविंग इमेज की भाषा, व्याकरण, दृश्य संरचना, कैमरा तकनीकों, प्रकाश, रंग एवं ध्वनि के विश्लेषण हेतु आवश्यक आलोचनात्मक एवं शोध कौशल विकसित करना।
- फिल्म सिद्धांतों, सेमीओटिक्स, नैरेटिव संरचनाओं, मोंटाज तथा दृश्य अर्थ-निर्माण से संबंधित प्रमुख वैचारिक एवं शोध दृष्टिकोणों का अध्ययन कराना।
- संपादन, विजुअल स्टोरीटेलिंग, ऑडियंस रिसेप्शन, OTT एवं सोशल मीडिया कंटेंट के विश्लेषण द्वारा स्वतंत्र शोध, आलोचनात्मक मूल्यांकन तथा अकादमिक लेखन की क्षमता विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- मूविंग इमेज अध्ययन की प्रमुख अवधारणाओं, शोध परंपराओं तथा दृश्य-श्रव्य संचार के सैद्धांतिक आधारों की व्याख्या एवं विश्लेषण कर सकेंगे।
- फिल्म, टेलीविजन, डिजिटल वीडियो एवं स्क्रीन संस्कृति में अर्थ-निर्माण, मीडिया प्रतिनिधित्व तथा सामाजिक-सांस्कृतिक विमर्शों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- मूविंग इमेज की भाषा, दृश्य संरचना, कैमरा तकनीकों, Mise-en-scène, प्रकाश, रंग एवं ध्वनि के माध्यम से निर्मित अर्थों का शोधपरक विश्लेषण कर सकेंगे।
- औपचारिकतावाद, यथार्थवाद, औटेर, जॉनर, मोंटाज तथा सेमीओटिक्स जैसे प्रमुख फिल्म सिद्धांतों का प्रयोग करते हुए फिल्म एवं वीडियो सामग्री का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।
- संपादन, विजुअल स्टोरीटेलिंग, ऑडियंस रिसेप्शन, OTT एवं सोशल मीडिया कंटेंट से संबंधित शोध समस्याओं की पहचान कर स्वतंत्र शोध, केस स्टडी एवं अकादमिक रिपोर्ट तैयार करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1: मूविंग इमेज अध्ययन : अवधारणात्मक शोध **(9 घंटे)**

- मूविंग इमेज की अवधारणा एवं विकास
- फिल्म, टेलीविजन, वीडियो एवं डिजिटल स्क्रीन संस्कृति पर शोध की परंपरा
- दृश्य-श्रव्य संचार, संस्कृति, मीडिया प्रतिनिधित्व एवं अर्थ-निर्माण (Meaning Making) पर शोध
- मूविंग इमेज : सामाजिक, सांस्कृतिक एवं वैचारिक शोध

इकाई 2: मूविंग इमेज की भाषा, व्याकरण एवं दृश्य विश्लेषण शोध **(12 घंटे)**

- शॉट, सीन, सीक्वेंस, दृश्य संरचना, कैमरा एंगल, मूवमेंट, फ्रेमिंग एवं दृश्य बिंदु (Point of View) आदि
- Mise-en-scène, प्रकाश, रंग, ध्वनि, साउंडस्केप एवं प्रतीक के अर्थ-निर्माण
- दृश्य-श्रव्य पाठ (Audio-Visual Text) का विश्लेषण
- फिल्म एवं वीडियो सामग्री का पाठपरक (टेक्स्टुअल) अध्ययन

इकाई 3: फिल्म सिद्धांत, सेमीओटिक्स एवं नैरेटिव शोध **(12 घंटे)**

- औपचारिकतावाद (Formalism) एवं यथार्थवाद (Realism) शोध
- औटेर (Auteur) एवं जॉनर (Genre) शोध
- मोंटाज सिद्धांत, दृश्य अर्थ-निर्माण एवं दर्शक प्रभाव शोध : सर्गेई आइज़ेंस्टीन, कुलेशोव एवं पुदोवकिन
- सेमीओटिक्स (Semiotics), संकेतार्थ, मिथक, प्रतीक एवं वैचारिक शोध

इकाई 4 : संपादन, नैरेटिव विजुअल संस्कृति एवं ऑडियंस रिसेप्शन शोध **(12 घंटे)**

- संपादन सिद्धांत एवं तकनीक का अध्ययन
- विजुअल स्टोरीटेलिंग एवं पटकथा संरचना का अध्ययन
- डिजिटल वीडियो, OTT एवं सोशल मीडिया कंटेंट का अध्ययन
- ऑडियंस रिसेप्शन, व्याख्या एवं सहभागिता संबंधी शोध

प्रायोगिक कार्य : **(30 घंटे)**

- किसी चयनित फिल्म, वृत्तचित्र या वेब-सीरीज़ का मूविंग इमेज अध्ययन के दृष्टिकोण से विश्लेषणात्मक प्रतिवेदन तैयार करना।
- किसी दृश्य-श्रव्य सामग्री में शॉट, सीन, सीक्वेंस, कैमरा एंगल, मूवमेंट एवं फ्रेमिंग का अध्ययन कर रिपोर्ट प्रस्तुत करना।
- चयनित फिल्म/वीडियो में Mise-en-scène, प्रकाश, रंग, ध्वनि एवं प्रतीकों के उपयोग का विश्लेषण करना।
- किसी फिल्म, विज्ञापन या डिजिटल वीडियो का टेक्स्टुअल (Textual) एवं दृश्य-श्रव्य (Audio-Visual) विश्लेषण करना।
- औपचारिकतावाद (Formalism) अथवा यथार्थवाद (Realism) के आधार पर किसी फिल्म का आलोचनात्मक अध्ययन एवं प्रस्तुतीकरण करना।
- किसी निर्देशक (Auteur) की दो या अधिक फिल्मों का तुलनात्मक अध्ययन कर उनकी शैलीगत विशेषताओं पर रिपोर्ट तैयार करना।
- किसी फिल्म या वेब-सीरीज़ का सेमीओटिक (Semiotic) विश्लेषण करते हुए संकेत, मिथक, प्रतीक एवं वैचारिक अर्थों की पहचान करना।
- मोंटाज एवं संपादन तकनीकों के प्रभाव का अध्ययन करने हेतु किसी दृश्य (Scene) का विश्लेषणात्मक केस स्टडी तैयार करना।
- OTT प्लेटफॉर्म अथवा सोशल मीडिया वीडियो कंटेंट के दर्शक व्यवहार (Audience Reception) का सर्वेक्षण एवं विश्लेषण करना।

- मूविंग इमेज अध्ययन से संबंधित किसी समकालीन विषय पर लघु शोध परियोजना (Mini Research Project) तैयार कर शोध रिपोर्ट एवं प्रस्तुतीकरण प्रस्तुत करना।

सहायक पुस्तकें :

- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). सिनेमा के बारे में. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स।
- पचौरी, सुधीश. (2010). मीडिया : नया दौर, नए प्रश्न. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- कुमार, विनोद. (2018). फिल्म अध्ययन : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: राधा पब्लिकेशन्स।
- श्रीवास्तव, के. एम. (2015). जनसंचार एवं मीडिया अध्ययन. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2016). दृश्य-श्रव्य संचार : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी।
- मिश्र, रामशरण. (2017). मीडिया शोध : सिद्धांत एवं पद्धति. नई दिल्ली: राधा पब्लिकेशन्स।
- यादव, केशवचंद्र. (2019). फिल्म, समाज और संस्कृति. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी।
- जैन, महावीर. (2012). सिनेमा : भाषा और व्याकरण. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Bordwell, D., & Thompson, K. (2020). Film art: An introduction (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Stam, R. (2000). Film theory: An introduction. Blackwell Publishers.
- Monaco, J. (2009). How to read a film: Movies, media, multimedia (4th ed.). Oxford University Press.
- Sikov, E. (2020). Film studies: An introduction (3rd ed.). Columbia University Press.
- Wollen, P. (2013). Signs and meaning in the cinema (5th ed.). British Film Institute.
- Bordwell, D. (1985). Narration in the fiction film. University of Wisconsin Press.
- Block, B. (2020). The visual story: Creating the visual structure of film, TV and digital media (3rd ed.). Routledge.
- Nelmes, J. (Ed.). (2012). An introduction to film studies (5th ed.). Routledge.
- Chandler, D. (2017). Semiotics: The basics (3rd ed.). Routledge.
- Hole, K. L., Jelača, D., Kaplan, E. A., & Petro, P. (Eds.). (2017). The Routledge companion to cinema and gender. Routledge.
- Chion, M. (1994). Audio-vision: Sound on screen (C. Gorbman, Trans.). Columbia University Press.
- Manovich, L. (2001). The language of new media. MIT Press.
- Elsaesser, T., & Buckland, W. (2015). Studying contemporary American film: A guide to movie analysis (2nd ed.). Bloomsbury Academic.
- Nichols, B. (2017). Introduction to documentary (3rd ed.). Indiana University Press.
- Pramaggiore, M., & Wallis, T. (2020). Film: A critical introduction (4th ed.). Laurence King Publishing.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट :
हिंदी एवं भारतीय संदर्भ की रिपोर्ट

- Ministry of Information and Broadcasting. (2024). Annual report 2023–24. Government of India.
- Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry, & Ernst & Young. (2024). Indian media and entertainment industry report 2024. FICCI & EY.
- Telecom Regulatory Authority of India. (2024). The Indian telecom services performance indicators report. TRAI.
- Press Information Bureau. (2023). Media and entertainment sector in India: Statistical report. Government of India.
- Ministry of Electronics and Information Technology. (2023). Digital India annual report 2022–23. Government of India.
- Internet and Mobile Association of India, & Kantar. (2023). Internet in India report 2023. IAMAI.
- Prasar Bharati. (2023). Annual report 2022–23. Government of India.

International Reports

- European Audiovisual Observatory. (2024). Yearbook 2024: Key trends in the audiovisual sector. Council of Europe.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2021). Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. UNESCO.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. University of Oxford.
- We Are Social & Meltwater. (2024). Digital 2024: Global overview report. We Are Social.
- Motion Picture Association. (2023). Theme report 2023. Motion Picture Association.
- Netflix. (2024). What we watched: A Netflix engagement report. Netflix.
- World Intellectual Property Organization. (2022). The global entertainment and media outlook report. WIPO.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). Creative economy outlook 2022. United Nations.
- Ofcom. (2024). Online nation 2024 report. Office of Communications.
- European Commission. (2023). Media outlook report: Trends in audiovisual and media markets. European Commission.
- Deloitte. (2024). Digital media trends survey 2024. Deloitte Insights.
- PwC. (2024). Global entertainment and media outlook 2024–2028. PricewaterhouseCoopers.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया का सांस्कृतिक वर्चस्व शोध

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		
DSE **मीडिया का सांस्कृतिक वर्चस्व शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- सांस्कृतिक वर्चस्व, शक्ति, विचारधारा एवं समाज के मध्य संबंधों का अध्ययन करते हुए एंटोनियो ग्राम्शी के सांस्कृतिक वर्चस्व सिद्धांत तथा सहमति-निर्माण की प्रक्रियाओं को शोधपरक दृष्टि से समझ सकेंगे।
- मीडिया प्रतिनिधित्व, सांस्कृतिक राजनीति, रूढ़िबद्धता, वर्ग, जाति, लिंग एवं समुदाय से संबंधित विमर्शों का आलोचनात्मक विश्लेषण करते हुए मीडिया में शक्ति और विचारधारा की भूमिका का अध्ययन कर सकेंगे।
- लुई अल्थूसर के वैचारिक राज्य तंत्र (ISA), विचारधारा, ज्ञान, शक्ति एवं विमर्श संबंधी सिद्धांतों के माध्यम से मीडिया और सामाजिक संरचनाओं के अंतर्संबंधों का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- लोकप्रिय संस्कृति, उपसंस्कृति, काउंटर कल्चर, युवा संस्कृति एवं सांस्कृतिक प्रतिरोध की अवधारणाओं का अध्ययन करते हुए सांस्कृतिक अध्ययन, उपसंस्कृति तथा प्रतिरोध संबंधी प्रमुख सिद्धांतों को शोधपरक संदर्भ में समझ सकेंगे।
- वैश्वीकरण, डिजिटल संस्कृति, सोशल मीडिया, नेटवर्क समाज, ग्लोकलाइजेशन तथा डिजिटल प्रतिरोध की प्रक्रियाओं का विश्लेषण करते हुए समकालीन मीडिया, संस्कृति और शक्ति संरचनाओं के बदलते स्वरूप का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकेंगे।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- सांस्कृतिक वर्चस्व, विचारधारा, शक्ति, नागरिक समाज तथा राज्य से संबंधित प्रमुख सिद्धांतों और शोध परंपराओं का आलोचनात्मक विश्लेषण करते हुए संस्कृति और सत्ता के अंतर्संबंधों को स्पष्ट कर सकेंगे।
- मीडिया प्रतिनिधित्व, सांस्कृतिक राजनीति, रूढ़िबद्धता, वर्ग, जाति, लिंग एवं समुदाय संबंधी विमर्शों का अध्ययन कर मीडिया में निहित वैचारिक संरचनाओं तथा शक्ति संबंधों की पहचान और मूल्यांकन कर सकेंगे।
- ग्राम्शी, अल्थूसर, फ्रैंकफर्ट स्कूल तथा सांस्कृतिक अध्ययन परंपरा के प्रमुख सिद्धांतों को समकालीन मीडिया एवं सांस्कृतिक परिघटनाओं के विश्लेषण में प्रभावी रूप से लागू कर सकेंगे।

- लोकप्रिय संस्कृति, उपसंस्कृति, काउंटर कल्चर, युवा संस्कृति तथा सांस्कृतिक प्रतिरोध के विभिन्न स्वरूपों का अध्ययन कर वैकल्पिक पहचान, प्रतिरोध और सांस्कृतिक परिवर्तन की प्रक्रियाओं को समझ सकेंगे।
- वैश्वीकरण, डिजिटल संस्कृति, सोशल मीडिया, नेटवर्क समाज, ग्लोकलाइजेशन एवं डिजिटल प्रतिरोध से संबंधित समकालीन मुद्दों पर शोधपरक दृष्टिकोण विकसित करते हुए स्वतंत्र विश्लेषण, आलोचनात्मक चिंतन तथा अकादमिक अनुसंधान करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1 : सांस्कृतिक वर्चस्व एवं शोध परंपराएँ **(9 घंटे)**

- सांस्कृतिक वर्चस्व: संस्कृति, शक्ति और समाज संबंध शोध
- सांस्कृतिक वर्चस्व (Cultural Hegemony) एवं एंटोनियो ग्राम्शी का सांस्कृतिक वर्चस्व सिद्धांत का अध्ययन
- नागरिक समाज, राज्य और सत्ता एवं सहमति निर्माण की प्रक्रिया का अध्ययन
- विचारधारा, शक्ति और मीडिया शोध

इकाई 2 : मीडिया प्रतिनिधित्व और सांस्कृतिक-राजनीति शोध **(12 घंटे)**

- मीडिया, सांस्कृतिक राजनीति और प्रतिनिधित्व (Representation) शोध
- रूढ़िबद्धता (Stereotyping), वर्ग, जाति, लिंग और समुदाय का मीडिया शोध
- लुई अल्थूसर और वैचारिक राज्य तंत्र (ISA) शोध
- शक्ति, ज्ञान, विचारधारा (Ideology), वैचारिक निर्माण और विमर्श शोध

इकाई 3 : लोकप्रिय संस्कृति, उपसंस्कृति और प्रतिरोध का अध्ययन **(12 घंटे)**

- लोकप्रिय संस्कृति (Popular Culture), उपसंस्कृति (Subculture) एवं काउंटर कल्चर शोध
- सांस्कृतिक प्रतिरोध, युवा संस्कृति और वैकल्पिक पहचान का अध्ययन
- फ्रैंकफर्ट स्कूल का जनसंस्कृति सिद्धांत (Mass Culture Theory) एवं सांस्कृतिक अध्ययन सिद्धांत (Cultural Studies Theory) का अध्ययन
- उपसंस्कृति सिद्धांत (Subculture Theory) एवं प्रतिरोध सिद्धांत (Theory of Resistance) का अध्ययन

इकाई 4 : वैश्वीकरण डिजिटल संस्कृति, सोशल मीडिया और शक्ति संरचनाओं का अध्ययन **(12 घंटे)**

- वैश्विक मीडिया, स्थानीय संस्कृति, संकरण (Hybridization) और ग्लोकलाइजेशन शोध
- वैश्वीकरण, डिजिटल संस्कृति एवं नेटवर्क समाज शोध
- सोशल मीडिया, शक्ति संरचनाएँ एवं डिजिटल प्रतिरोध शोध
- डिजिटल संस्कृति, नेटवर्क समाज (Network Society) और वैश्विक मीडिया शोध

प्रायोगिक कार्य: **(30 घंटे)**

- सांस्कृतिक वर्चस्व का अध्ययन
  - किसी समाचार पत्र, टीवी चैनल अथवा डिजिटल मीडिया मंच की सामग्री का विश्लेषण कर सांस्कृतिक वर्चस्व के उदाहरणों की पहचान करते हुए रिपोर्ट तैयार करें।
- मीडिया प्रतिनिधित्व विश्लेषण
  - किसी फिल्म, वेब सीरीज़, विज्ञापन या समाचार सामग्री में वर्ग, जाति, लिंग अथवा समुदाय के प्रतिनिधित्व का अध्ययन कर प्रस्तुति दें।
- रूढ़िबद्धता (Stereotyping) अध्ययन

- विभिन्न मीडिया माध्यमों में प्रयुक्त रूढ़िबद्ध छवियों का संकलन कर उनके सामाजिक प्रभावों पर शोध-रिपोर्ट तैयार करें।

- ग्राम्शी के सांस्कृतिक वर्चस्व सिद्धांत का अनुप्रयोग
  - किसी समकालीन सामाजिक, राजनीतिक अथवा मीडिया घटना का ग्राम्शी के सिद्धांत के आधार पर विश्लेषणात्मक अध्ययन करें।
- लोकप्रिय संस्कृति सर्वेक्षण
  - युवाओं के बीच लोकप्रिय सांस्कृतिक प्रवृत्तियों (फिल्म, संगीत, फैशन, सोशल मीडिया आदि) पर प्रश्नावली आधारित सर्वेक्षण कर निष्कर्ष प्रस्तुत करें।
- उपसंस्कृति (Subculture) अध्ययन
  - किसी विशिष्ट उपसंस्कृति (जैसे गेमिंग समुदाय, फैन कल्चर, बाइकर्स समूह आदि) का केस स्टडी तैयार करें।
- सोशल मीडिया विमर्श विश्लेषण
  - किसी समसामयिक सामाजिक या राजनीतिक विषय पर सोशल मीडिया पोस्ट, टिप्पणियों एवं हैशटैग अभियानों का विश्लेषण करें।
- डिजिटल प्रतिरोध अभियान का अध्ययन
  - किसी ऑनलाइन सामाजिक आंदोलन या डिजिटल प्रतिरोध अभियान (जैसे पर्यावरण, लैंगिक समानता, शिक्षा आदि) का शोधपरक अध्ययन करें।
- वैश्वीकरण एवं स्थानीय संस्कृति परियोजना
  - वैश्वीकरण के प्रभाव से स्थानीय संस्कृति, भाषा, भोजन, पहनावे या परंपराओं में आए परिवर्तनों का क्षेत्रीय अध्ययन कर रिपोर्ट तैयार करें।
- लघु शोध परियोजना एवं सेमिनार प्रस्तुति
  - पाठ्यक्रम से संबंधित किसी विषय पर साहित्य समीक्षा, डेटा संकलन एवं विश्लेषण के आधार पर लघु शोध-पत्र तैयार कर सेमिनार में प्रस्तुत करें।

सहायक पुस्तकें :

- ग्राम्शी, ए. (2014). जेल नोटबुक्स से चयनित लेख (अनुवादित संस्करण). नई दिल्ली: ग्रंथशिल्पी.
- यादव, राजेन्द्र. (सं.). (2010). संस्कृति, मीडिया और समाज. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन.
- दुबे, श्यामाचरण. (2008). संस्कृति और समाज. नई दिल्ली: राष्ट्रीय पुस्तक न्यास.
- पचौरी, सुधीश. (2015). लोकप्रिय संस्कृति. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन.
- पचौरी, सुधीश. (2012). मीडिया विमर्श. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन.
- कुमार, विनोद. (2018). वैश्वीकरण, मीडिया और संस्कृति. नई दिल्ली: ज्ञान गंगा प्रकाशन.
- सिंह, बच्चन. (2016). सांस्कृतिक अध्ययन : सिद्धांत और परिप्रेक्ष्य. नई दिल्ली: लोकभारती प्रकाशन.
- मिश्र, रामशरण. (2017). जनसंचार, संस्कृति और समाज. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन.
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2011). मीडिया अध्ययन और सांस्कृतिक विमर्श. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स.
- तिवारी, अजय कुमार. (2019). डिजिटल संस्कृति और सोशल मीडिया. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन.

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Althusser, L. (1971). Lenin and philosophy and other essays. New York, NY: Monthly Review Press.
- Barker, C. (2021). Cultural studies: Theory and practice (6th ed.). London, England: Sage Publications.
- Castells, M. (2010). The rise of the network society (2nd ed.). Oxford, England: Wiley-Blackwell.
- Fiske, J. (2011). Understanding popular culture (2nd ed.). London, England: Routledge.
- Gramsci, A. (1971). Selections from the prison notebooks. New York, NY: International Publishers.

- Hall, S. (Ed.). (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. London, England: Sage Publications.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (Eds.). (2005). Culture, media, language. London, England: Routledge.
- Hebdige, D. (1979). Subculture: The meaning of style. London, England: Routledge.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York, NY: New York University Press.
- Kellner, D. (1995). Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern. London, England: Routledge.
- Storey, J. (2021). Cultural theory and popular culture: An introduction (10th ed.). London, England: Routledge.
- Tomlinson, J. (1999). Globalization and culture. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). The mediated construction of reality. Cambridge, England: Polity Press.
- van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford, England: Oxford University Press.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट :
हिंदी एवं भारतीय संदर्भ की रिपोर्ट :

- भारत सरकार, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय. (2024). वार्षिक प्रतिवेदन 2023–24. नई दिल्ली: भारत सरकार।
- भारत सरकार, इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय. (2024). डिजिटल इंडिया वार्षिक रिपोर्ट 2023–24. नई दिल्ली: भारत सरकार।
- प्रेस सूचना ब्यूरो. (2024). भारत में मीडिया एवं संचार क्षेत्र की स्थिति रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत सरकार।
- इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया (IAMAI), एवं KANTAR. (2024). Internet in India Report 2024. मुंबई: IAMAI.
- नीति आयोग. (2023). भारत में डिजिटल परिवर्तन और समावेशी विकास रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत सरकार।

International Reports:

- International Telecommunication Union. (2024). Measuring digital development: Facts and figures 2024. Geneva, Switzerland: ITU.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). OECD digital economy outlook 2024. Paris, France: OECD Publishing.
- Pew Research Center. (2024). Social media use and digital engagement report 2024. Washington, DC: Pew Research Center.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. Oxford, England: University of Oxford.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2024). Digital economy report 2024. Geneva, Switzerland: United Nations.
- United Nations Development Programme. (2023). Human development report 2023/2024: Breaking the gridlock—Reimagining cooperation in a polarized world. New York, NY: United Nations Development Programme.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2021). Re|Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good. Paris, France: UNESCO.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2022). Journalism is a public good: World trends in freedom of expression and media development. Paris, France: UNESCO.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2024). Global media and information literacy assessment framework. Paris, France: UNESCO.
- World Bank. (2021). World development report 2021: Data for better lives. Washington, DC: World Bank.
- World Economic Forum. (2024). Global risks report 2024 (19th ed.). Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- DataReportal. (2024). Digital 2024: Global overview report. Singapore: DataReportal.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया प्रोफेशनल शोध

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		
DSE -7 **मीडिया प्रोफेशनल शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- मीडिया पेशेवरों की भूमिका, उत्तरदायित्व एवं नैतिक मानकों की समझ विकसित करना ताकि विद्यार्थी पत्रकारिता, संपादन, समाचार चयन तथा मीडिया आचार-संहिता के सिद्धांतों का आलोचनात्मक अध्ययन कर सकें।
- मीडिया संगठनों की कार्यप्रणाली एवं समाचार उत्पादन प्रक्रियाओं का अध्ययन कराना जिससे विद्यार्थी सूचना संग्रह, रिपोर्टिंग, संपादन, न्यूज़ प्रोडक्शन तथा लोकप्रिय संस्कृति के निर्माण और प्रसार की प्रक्रियाओं को समझ सकें।
- डिजिटल मीडिया एवं नई संचार प्रौद्योगिकियों के स्वरूप का विश्लेषणात्मक ज्ञान प्रदान करना ताकि विद्यार्थी मल्टीमीडिया पत्रकारिता, सोशल मीडिया एंगेजमेंट, डेटा जर्नलिज्म, फैक्ट-चेकिंग तथा ऑनलाइन कंटेंट निर्माण की समकालीन प्रवृत्तियों का अध्ययन कर सकें।
- मीडिया में शक्ति, प्रतिनिधित्व, विनियमन एवं बाजारीकरण की प्रक्रियाओं का आलोचनात्मक मूल्यांकन करना जिससे विद्यार्थी मीडिया स्वामित्व, कॉर्पोरेट प्रभाव, टीआरपी संस्कृति, प्लेटफॉर्म शक्ति एवं सूचना प्रवाह के सामाजिक-राजनीतिक आयामों को समझ सकें।
- शोधपरक दृष्टिकोण, विश्लेषणात्मक क्षमता एवं व्यावहारिक कौशल का विकास करना ताकि विद्यार्थी मीडिया से संबंधित समस्याओं, चुनौतियों एवं समकालीन मुद्दों का अध्ययन कर स्वतंत्र शोध, तथ्य-जांच, डेटा विश्लेषण तथा मीडिया सामग्री का समालोचनात्मक मूल्यांकन कर सकें।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- मीडिया पेशेवरों की भूमिका, उत्तरदायित्व, व्यावसायिक आचरण तथा मीडिया नैतिकता के सिद्धांतों का विश्लेषण करते हुए पत्रकारिता में निष्पक्षता, वस्तुनिष्ठता, विश्वसनीयता एवं जवाबदेही के महत्व को स्पष्ट कर सकेंगे।
- मीडिया संगठनों की कार्यप्रणाली, समाचार संकलन, सत्यापन, संपादन, रिपोर्टिंग एवं समाचार उत्पादन प्रक्रियाओं का आलोचनात्मक अध्ययन कर विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों की कार्यप्रणाली का मूल्यांकन कर सकेंगे।

- डिजिटल मीडिया, मल्टीमीडिया पत्रकारिता, सोशल मीडिया संचार, डेटा जर्नलिज्म एवं फैक्ट-चेकिंग से संबंधित अवधारणाओं, तकनीकों एवं शोध पद्धतियों का प्रभावी उपयोग कर सकेंगे।
- फेक न्यूज़, मीडिया विनियमन, मीडिया स्वामित्व, कॉर्पोरेट प्रभाव, टीआरपी संस्कृति तथा प्लेटफॉर्म शक्ति जैसी समकालीन मीडिया चुनौतियों का विश्लेषण करते हुए उनके सामाजिक, राजनीतिक एवं सांस्कृतिक प्रभावों का मूल्यांकन कर सकेंगे।
- मीडिया संबंधी विषयों पर शोध, डेटा विश्लेषण, तथ्य-जांच, सामग्री विश्लेषण एवं शोध-आधारित रिपोर्ट लेखन के माध्यम से स्वतंत्र, आलोचनात्मक एवं व्यावसायिक दृष्टिकोण विकसित कर सकेंगे।

इकाई 1 : मीडिया पेशेवरों की भूमिका, उत्तरदायित्व एवं व्यावसायिक आचरण शोध (9 घंटे)

- मीडिया पेशेवरों की अवधारणा, बदलता स्वरूप और पेशेवर आचरण (Professional Conduct) का अध्ययन
- पारंपरिक एवं डिजिटल मीडिया में कार्य-क्षेत्र शोध
- समाचार संकलन, सत्यापन संपादकीय निर्णय एवं समाचार चयन की प्रक्रिया शोध
- मीडिया नैतिकता, आचार संहिता, निष्पक्षता, वस्तुनिष्ठता एवं विश्वसनीयता एवं जवाबदेही शोध

इकाई 2 : मीडिया कार्यप्रणाली, समाचार उत्पादन एवं लोकप्रिय संस्कृति पर शोध (12 घंटे)

- मीडिया कार्यप्रणाली, संगठन, समाचार कक्ष (Newsroom) की संरचना का अध्ययन
- सूचना संग्रह से समाचार तक एवं सूचना संग्रह की तकनीक पर शोध
- संपादन, न्यूज़ राइटिंग, रिपोर्टिंग और फील्ड वर्क : संकट, संघर्ष एवं विकास संबंधी रिपोर्टिंग का अध्ययन
- न्यूज़ प्रोडक्शन और प्रस्तुति मास कल्चर और लोकप्रिय संस्कृति शोध

इकाई 3 : डिजिटल मीडिया, नई कार्य प्रणालियाँ एवं कंटेंट निर्माण पर शोध (12 घंटे)

- डिजिटल मीडिया, नई मीडिया, डिजिटल संचार पारिस्थितिकी एवं मल्टीमीडिया पत्रकारिता का अध्ययन
- सोशल मीडिया एंगेजमेंट एवं ऑडियंस इंटरैक्शन : टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो, ग्राफिक्स एवं मल्टीमीडिया स्टोरीटेलिंग का विश्लेषण
- डेटा जर्नलिज्म और फैक्ट-चेकिंग : डेटा संग्रहण, विश्लेषण, विज़ुअलाइज़ेशन का अध्ययन
- ऑनलाइन कंटेंट प्रोडक्शन, फ्रेमिंग (Framing) और नैरेटिव निर्माण का अध्ययन

इकाई 4 : मीडिया की समकालीन चुनौतियाँ, विनियमन एवं शक्ति संरचनाएँ शोध (12 घंटे)

- मीडिया नियमन, पेड न्यूज, फेक न्यूज़ और मिसइन्फॉर्मेशन एवं तथ्य जांच पर शोध
- टीआरपी और कॉर्पोरेट दबाव : बाजारीकरण, टीआरपी संस्कृति, मीडिया स्वामित्व एवं कॉर्पोरेट हितों का अध्ययन
- पत्रकारों की सुरक्षा और जोखिम : संघर्ष, आपदा और संवेदनशील क्षेत्रों में रिपोर्टिंग का अध्ययन
- मीडिया डेटा, प्लेटफॉर्म और शक्ति : डेटा आधारित संचार, निगरानी पूँजीवाद (Surveillance Capitalism) और सूचना प्रवाह का अध्ययन

प्रायोगिक कार्य: (30 घंटे)

- ▪ मीडिया पेशेवरों की भूमिका एवं उत्तरदायित्व का अध्ययन
- किसी प्रिंट, टीवी या डिजिटल मीडिया संस्थान के पत्रकार/संपादक का साक्षात्कार लें।
- उनके कार्य, उत्तरदायित्व, नैतिक चुनौतियों एवं पेशेवर आचरण का विश्लेषणात्मक प्रतिवेदन तैयार करें।
- ▪ समाचार सत्यापन (News Verification) अध्ययन

- एक ही समाचार को कम-से-कम तीन विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों (प्रिंट, टीवी, डिजिटल) में खोजें।
- तथ्य, स्रोत, प्रस्तुति एवं निष्पक्षता की तुलनात्मक समीक्षा प्रस्तुत करें।

▪ समाचार चयन एवं संपादकीय निर्णय प्रक्रिया का विश्लेषण

- किसी समाचार-पत्र या न्यूज़ पोर्टल के प्रथम पृष्ठ/होमपेज का एक सप्ताह तक अध्ययन करें।
- प्रमुख समाचारों के चयन के मानदंडों का शोध-आधारित विश्लेषण प्रस्तुत करें।

▪ न्यूज़रूम संरचना एवं कार्यप्रणाली का केस स्टडी

- किसी मीडिया संगठन की न्यूज़रूम संरचना, कार्य-विभाजन एवं समाचार उत्पादन प्रक्रिया का केस स्टडी तैयार करें।
- संगठनात्मक चार्ट (Organizational Chart) भी शामिल करें।

▪ फील्ड रिपोर्टिंग परियोजना

- स्थानीय विकास, पर्यावरण, शिक्षा, स्वास्थ्य या सामाजिक समस्या से संबंधित विषय चुनकर फील्ड रिपोर्ट तैयार करें।
- साक्षात्कार, फोटो एवं अवलोकन को शोध सामग्री के रूप में संलग्न करें।

▪ लोकप्रिय संस्कृति (Popular Culture) विश्लेषण

- किसी वायरल सोशल मीडिया ट्रेंड, वेब सीरीज़, फिल्म, विज्ञापन या लोकप्रिय सांस्कृतिक घटना का अध्ययन करें।
- उसके सामाजिक एवं सांस्कृतिक प्रभावों का विश्लेषणात्मक प्रतिवेदन तैयार करें।

▪ मल्टीमीडिया स्टोरीटेलिंग प्रोजेक्ट

- किसी समसामयिक विषय पर टेक्स्ट, फोटो, ऑडियो, वीडियो एवं इन्फोग्राफिक्स का उपयोग करते हुए मल्टीमीडिया स्टोरी तैयार करें।
- ऑडियंस एंगेजमेंट की रणनीति भी स्पष्ट करें।

▪ फैक्ट-चेकिंग एवं फेक न्यूज़ अध्ययन

- सोशल मीडिया पर प्रसारित किसी संदिग्ध समाचार/दावे का चयन करें।
- तथ्य-जांच की प्रक्रिया अपनाकर उसकी सत्यता की जांच करें तथा फैक्ट-चेक रिपोर्ट तैयार करें।

▪ डेटा जर्नलिज्म परियोजना

- किसी सार्वजनिक डेटा स्रोत (जनगणना, सरकारी रिपोर्ट, चुनावी डेटा आदि) से आंकड़े एकत्र करें।
- डेटा विश्लेषण एवं विज़ुअलाइज़ेशन (चार्ट, ग्राफ, इन्फोग्राफिक) तैयार कर समाचार-आधारित रिपोर्ट लिखें।

▪ मीडिया स्वामित्व, प्लेटफॉर्म शक्ति एवं कॉर्पोरेट प्रभाव अध्ययन

- किसी प्रमुख मीडिया समूह का चयन कर उसके स्वामित्व ढाँचे, व्यावसायिक हितों एवं सामग्री पर संभावित प्रभाव का शोध-आधारित विश्लेषण करें।
- रिपोर्ट में मीडिया स्वामित्व, टीआरपी, विज्ञापन एवं कॉर्पोरेट दबाव के पहलुओं को शामिल करें।

सहायक पुस्तकें:

- जोशी, पूरन चंद्र. (2008). मीडिया और बाजारवाद. नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी।
- कुमार, विनोद. (2018). जनसंचार : सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- सिंह, अर्जुन तिवारी. (2019). आधुनिक पत्रकारिता. प्रयागराज: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2020). पत्रकारिता कोश. भोपाल: माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय।
- यादव, कुमुद शर्मा. (2017). मीडिया विमर्श. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2016). हिंदी पत्रकारिता : इतिहास और समकालीन परिदृश्य. नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- परांजपे, श्याम. (2014). जनसंचार और पत्रकारिता. नई दिल्ली: राधाकृष्ण प्रकाशन।
- जैन, सविता. (2018). डिजिटल मीडिया और पत्रकारिता. नई दिल्ली: साहित्यागार।
- पाण्डेय, राजकिशोर. (2019). मीडिया नैतिकता और सामाजिक उत्तरदायित्व. नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Allan, S. (2010). News Culture (3rd ed.). Maidenhead: Open University Press.
- Briggs, M. (2019). Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing (4th ed.). Thousand Oaks, CA: CQ Press.
- Deuze, M. (2007). Media Work. Cambridge, UK: Polity Press.
- Fenton, N. (Ed.). (2010). New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age. London: Sage Publications.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). The Elements of Journalism (4th ed.). New York: Crown.
- McQuail, D. (2013). McQuail's Media and Mass Communication Theory (6th ed.). London: Sage Publications.
- Pavlik, J. V. (2013). Media in the Digital Age. New York: Columbia University Press.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). Mediating the Message in the 21st Century: A Media Sociology Perspective (3rd ed.). New York: Routledge.
- Ward, S. J. A. (2018). Disrupting Journalism Ethics: Radical Change on the Frontier of Digital Media. New York: Routledge.
- Zelizer, B. (Ed.). (2019). The Journalism Handbook. New York: Routledge.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect* (4th ed.). Crown.
- Harcup, T. (2015). *Journalism: Principles and practice* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Rowman & Littlefield.
- Mencher, M. (2010). *News reporting and writing* (12th ed.). McGraw-Hill.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट:

हिंदी एवं भारतीय संदर्भ की रिपोर्ट:

- प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया. (2023). पत्रकारिता आचार संहिता एवं प्रेस की स्थिति संबंधी वार्षिक प्रतिवेदन. नई दिल्ली: प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया।
- भारतीय जनसंचार संस्थान. (2023). भारतीय मीडिया परिदृश्य एवं डिजिटल मीडिया अध्ययन रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारतीय जनसंचार संस्थान।
- माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय. (2022). भारतीय पत्रकारिता एवं संचार अध्ययन रिपोर्ट. भोपाल: माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय।
- नीति आयोग. (2022). डिजिटल इंडिया: प्रौद्योगिकी एवं संचार विकास रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत सरकार।
- इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय. (2023). भारत में डिजिटल मीडिया एवं सोशल मीडिया उपयोग रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत सरकार।

International Reports:

- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. Oxford, UK: University of Oxford.
- UNESCO. (2021). Journalism, fake news and disinformation: Handbook for journalism education and training. Paris, France: UNESCO.
- Reporters Without Borders. (2024). World press freedom index 2024. Paris, France: Reporters Without Borders.
- Pew Research Center. (2024). State of the news media 2024. Washington, DC: Pew Research Center.
- International Telecommunication Union. (2023). Measuring digital development: Facts and figures 2023. Geneva, Switzerland: ITU.
- UNESCO. (2023). Media development indicators: Global assessment report. Paris, France: UNESCO.
- World Economic Forum. (2024). The global risks report 2024 (19th ed.). Geneva, Switzerland: World Economic Forum.
- Freedom House. (2024). Freedom on the net 2024. Washington, DC: Freedom House.
- DataReportal. (2024). Digital 2024: Global overview report. Singapore: DataReportal.
- Committee to Protect Journalists. (2024). Attacks on the press 2024: Annual report. New York, NY: Committee to Protect Journalists.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
DSE
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) शोध

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		
DSE - **लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) शोध**	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objectives)

- लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर -Public Sphere) की अवधारणा, सिद्धांतों एवं ऐतिहासिक विकास का अध्ययन करते हुए लोकतंत्र, नागरिक समाज, जनमत निर्माण तथा सार्वजनिक विमर्श के मध्य संबंधों को समझाना।
- लोकतंत्र, संचार, सार्वजनिक राय एवं सार्वजनिक विमर्श से संबंधित प्रमुख सिद्धांतों, अवधारणाओं एवं शोध परंपराओं का विश्लेषणात्मक एवं आलोचनात्मक अध्ययन कराना।
- मीडिया, जनमत निर्माण, एजेंडा सेटिंग, प्रतिनिधित्व तथा शक्ति-संबंधों की प्रक्रियाओं का अध्ययन करते हुए पब्लिक स्फीयर में मीडिया की भूमिका का मूल्यांकन करना।
- वैकल्पिक मीडिया, सामुदायिक मीडिया, नागरिक पत्रकारिता तथा डिजिटल पब्लिक स्फीयर के उभरते स्वरूपों एवं उनके सामाजिक-राजनीतिक प्रभावों का शोधपरक अध्ययन कराना।
- सोशल मीडिया, फेक न्यूज़, मिसइन्फॉर्मेशन, डिजिटल विभाजन एवं सार्वजनिक क्षेत्र में असमानताओं जैसी समकालीन चुनौतियों का आलोचनात्मक विश्लेषण करते हुए विद्यार्थियों में स्वतंत्र शोध, डेटा विश्लेषण एवं अकादमिक लेखन कौशल का विकास करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर), लोकतंत्र, नागरिक समाज, जनमत निर्माण एवं सार्वजनिक विमर्श से संबंधित प्रमुख अवधारणाओं, सिद्धांतों तथा शोध परंपराओं की व्याख्या एवं विश्लेषण कर सकेंगे।
- युर्गन हाबर्मास के पब्लिक स्फीयर सिद्धांत सहित विभिन्न वैचारिक एवं आलोचनात्मक दृष्टिकोणों का मूल्यांकन करते हुए उनके समकालीन सामाजिक एवं मीडिया संदर्भों में अनुप्रयोग को समझ सकेंगे।
- मीडिया, जनमत निर्माण, एजेंडा सेटिंग, प्रतिनिधित्व, शक्ति-संबंधों तथा नागरिक सहभागिता के मध्य अंतर्संबंधों का आलोचनात्मक अध्ययन एवं विश्लेषण कर सकेंगे।

- पारंपरिक मीडिया, वैकल्पिक मीडिया, सामुदायिक मीडिया, नागरिक पत्रकारिता तथा डिजिटल पब्लिक स्फीयर की भूमिका, प्रभाव एवं चुनौतियों का शोधपरक मूल्यांकन कर सकेंगे।
- फेक न्यूज़, मिसइन्फॉर्मेशन, डिजिटल विभाजन, सामाजिक असमानताओं एवं समकालीन सार्वजनिक विमर्श से जुड़े मुद्दों पर उपयुक्त शोध विधियों का प्रयोग करते हुए डेटा संग्रह, विश्लेषण, रिपोर्ट लेखन एवं अकादमिक प्रस्तुतीकरण करने में सक्षम होंगे।

इकाई 1: लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) का वैचारिक आधार एवं सैद्धांतिक शोध **(9 घंटे)**

- लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) का अध्ययन: वैचारिक आधार, लोकतंत्र, नागरिक समाज एवं जनमत निर्माण
- युर्गन हाबर्मास (Jürgen Habermas) एवं पब्लिक स्फीयर का सिद्धांत
- पब्लिक स्फीयर का ऐतिहासिक विकास : कॉफी हाउस, सलों (Salon), प्रिंट मीडिया एवं नागरिक विमर्श का अध्ययन
- सार्वजनिक (Public) एवं निजी (Private) क्षेत्र : अवधारणा, अंतर एवं अंतर्संबंध का अध्ययन

इकाई 2: लोकतंत्र, संचार और सार्वजनिक विमर्श शोध **(12 घंटे)**

- लोकतंत्र, संचार एवं सार्वजनिक विमर्श : सिद्धांत, प्रक्रियाएँ और शोध
- सार्वजनिक राय (Public Opinion) : अवधारणा एवं निर्माण की प्रक्रिया
- मीडिया, जनमत निर्माण एवं लोकतांत्रिक सहभागिता
- विमर्श (Discourse), संवाद एवं सार्वजनिक क्षेत्र में संचार प्रक्रिया

इकाई 3: मीडिया और लोकवृत्त : सिद्धांत एवं संरचनाएँ **(12 घंटे)**

- लोकवृत्त एवं पारंपरिक मीडिया के सिद्धांत का अध्ययन
- समाचार, जनमत निर्माण एवं सार्वजनिक एजेंडा (Agenda Setting) का विश्लेषण
- वैकल्पिक मीडिया, सामुदायिक मीडिया, नागरिक पत्रकारिता और लोकवृत्त
- मीडिया, शक्ति एवं प्रतिनिधित्व : आलोचनात्मक दृष्टिकोण

इकाई 4 : समकालीन लोकवृत्त: डिजिटल परिवर्तन, उभरती चुनौतियाँ एवं शोध **(12 घंटे)**

- डिजिटल लोकवृत्त : डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म, एल्गोरिदम एवं सार्वजनिक संचार का अध्ययन
- सोशल मीडिया, नेटवर्क समाज, नागरिक सहभागिता, ऑनलाइन सक्रियता एवं सार्वजनिक विमर्श का अध्ययन
- फेक न्यूज़, मिसइन्फॉर्मेशन, डिसइन्फॉर्मेशन एवं सूचना सत्यापन संबंधी शोध
- लोकवृत्त में असमानताएँ : वर्ग, जाति, लिंग, क्षेत्र एवं डिजिटल विभाजन (Digital Divide) संबंधी शोध

प्रायोगिक कार्य: **(30 घंटे)**

- लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) की अवधारणा पर साहित्य समीक्षा (Literature Review)
- लोकवृत्त (पब्लिक स्फीयर) से संबंधित कम से कम 10 शोध लेखों/पुस्तकों का अध्ययन कर साहित्य समीक्षा रिपोर्ट तैयार करें।
  युर्गन हाबर्मास के पब्लिक स्फीयर सिद्धांत का आलोचनात्मक विश्लेषण
- हाबर्मास के सिद्धांत की प्रमुख अवधारणाओं, सीमाओं एवं समकालीन प्रासंगिकता पर शोध-आधारित रिपोर्ट तैयार करें।
  सार्वजनिक एवं निजी क्षेत्र का तुलनात्मक अध्ययन
- किसी सामाजिक, राजनीतिक या डिजिटल मुद्दे के संदर्भ में सार्वजनिक (Public) और निजी (Private) क्षेत्र के अंतर्संबंधों का केस स्टडी तैयार करें।

जनमत निर्माण पर मीडिया प्रभाव का सर्वेक्षण

- किसी समकालीन सामाजिक या राजनीतिक विषय पर 50 उत्तरदाताओं का सर्वेक्षण कर जनमत निर्माण में मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करें।

सार्वजनिक विमर्श (Public Discourse) का विमर्श विश्लेषण (Discourse Analysis)

- किसी समाचार पत्र, टीवी बहस या सोशल मीडिया अभियान का विमर्श विश्लेषण कर रिपोर्ट प्रस्तुत करें।

एजेंडा सेटिंग (Agenda Setting) अध्ययन

- दो समाचार माध्यमों (प्रिंट, टीवी या डिजिटल) की एक सप्ताह की समाचार सामग्री का कंटेंट विश्लेषण कर यह अध्ययन करें कि वे किन मुद्दों को प्राथमिकता देते हैं।

सामुदायिक मीडिया या नागरिक पत्रकारिता का क्षेत्रीय अध्ययन

- किसी सामुदायिक रेडियो, स्थानीय समाचार पोर्टल या नागरिक पत्रकारिता मंच का अध्ययन कर उसकी सामाजिक भूमिका पर शोध रिपोर्ट तैयार करें।

सोशल मीडिया एवं सार्वजनिक विमर्श का डिजिटल एथ्नोग्राफिक अध्ययन

- किसी हैशटैग अभियान, ऑनलाइन आंदोलन या सोशल मीडिया समूह का अवलोकन कर नागरिक सहभागिता एवं सार्वजनिक विमर्श का विश्लेषण करें।

फेक न्यूज़ एवं तथ्य-जांच (Fact-Checking) परियोजना

- विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर प्रसारित 10 वायरल समाचारों/पोस्टों का सत्यापन कर तथ्य-जांच रिपोर्ट तैयार करें तथा प्रयुक्त सत्यापन तकनीकों का वर्णन करें।

डिजिटल विभाजन (Digital Divide) एवं पब्लिक स्फीयर में असमानताओं का अध्ययन

- वर्ग, जाति, लिंग, आयु या ग्रामीण-शहरी आधार पर डिजिटल पहुंच एवं भागीदारी से संबंधित प्राथमिक या द्वितीयक आंकड़ों का विश्लेषण कर शोध रिपोर्ट तैयार करें।

सहायक पुस्तकें:

- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2014). मीडिया अध्ययन: सिद्धांत और विमर्श. अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स।
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2011). संचार, समाज और संस्कृति. अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स।
- जोशी, रामशरण. (2012). मीडिया, समाज और लोकतंत्र. राजकमल प्रकाशन।
- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2018). जनसंचार और पत्रकारिता. भारतीय ज्ञानपीठ।
- पचौरी, सुधीश. (2015). जनसंचार: सिद्धांत और अनुप्रयोग. वाणी प्रकाशन।
- पचौरी, सुधीश. (2019). नए मीडिया का समाजशास्त्र. राजकमल प्रकाशन।
- सिंह, ओमप्रकाश. (2016). जनसंचार माध्यम: सिद्धांत और व्यवहार. राधाकृष्ण प्रकाशन।
- शर्मा, रमेशचंद्र. (2017). मीडिया और जनमत. ग्रंथ शिल्पी प्रकाशन।
- श्रीधर, विजयदत्त. (2020). मीडिया विमर्श और लोकतंत्र. प्रभात प्रकाशन।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). MIT Press.
- Habermas, J. (1996). Between facts and norms: Contributions to a discourse theory of law and democracy. MIT Press.

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2021). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (9th ed.). Cengage Learning.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media (5th ed.). Longman.
- Lippmann, W. (1922). Public opinion. Harcourt, Brace and Company.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2019). Media/society: Industries, images, and audiences (6th ed.). SAGE Publications.
- Lindgren, S. (2022). Digital media and society (3rd ed.). SAGE Publications.
- Van Dijk, J. (2020). The network society (4th ed.). SAGE Publications.
- Hodkinson, P. (2017). Media, culture and society: An introduction (2nd ed.). SAGE Publications.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.

अकादमिक उपयोग की रिपोर्ट:

हिंदी एवं भारतीय संदर्भ की रिपोर्ट:

- भारत सरकार**,** सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय. (**2023).** भारत में मीडिया एवं प्रसारण क्षेत्र की वार्षिक रिपोर्ट **2022–23.** सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय।
- प्रेस परिषद् भारत. (**2023).** वार्षिक प्रतिवेदन **2022–23.** प्रेस परिषद् भारत।
- नीति आयोग. (**2024).** भारत में डिजिटल समावेशन एवं डिजिटल शासन संबंधी रिपोर्ट. नीति आयोग।
- इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय. (**2023).** डिजिटल इंडिया कार्यक्रम: वार्षिक रिपोर्ट **2022–23.** भारत सरकार।
- राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय. (**2023).** भारत में सामाजिक उपभोग: शिक्षा एवं डिजिटल पहुंच सर्वेक्षण रिपोर्ट. सांख्यिकी एवं कार्यक्रम क्रियान्वयन मंत्रालय।
- प्रसार भारती. (**2023).** वार्षिक प्रतिवेदन **2022–23.** प्रसार भारती।
- राष्ट्रीय मानवाधिकार आयोग. (**2023).** मानवाधिकार एवं सूचना तक पहुंच संबंधी वार्षिक रिपोर्ट. राष्ट्रीय मानवाधिकार आयोग।
- इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया. (**2024).** भारत में इंटरनेट उपयोग रिपोर्ट **2024. IAMAI.**
- लोकनीति–सीएसडीएस. (**2024).** मीडिया**,** लोकतंत्र और जनमत सर्वेक्षण रिपोर्ट. सीएसडीएस।
- राष्ट्रीय ई-गवर्नेंस प्रभाग. (**2023).** डिजिटल गवर्नेंस एवं नागरिक सहभागिता रिपोर्ट. इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय।

International Reports:

- UNESCO. (2023). Global education monitoring report 2023: Technology in education—A tool on whose terms? UNESCO. https://unesdoc.unesco.org
- UNESCO. (2021). World trends in freedom of expression and media development: Global report 2021/2022. UNESCO.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2025). Digital news report 2025. Reuters Institute, University of Oxford.
- Freedom House. (2024). Freedom on the net 2024: The struggle for trust online. Freedom House.
- World Bank. (2021). World development report 2021: Data for better lives. World Bank.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). Government at a glance 2024. OECD Publishing.

- United Nations Development Programme. (2023). Human development report 2023/2024. UNDP.
- International Telecommunication Union. (2024). Measuring digital development: Facts and figures 2024. ITU.
- World Economic Forum. (2024). Global risks report 2024. World Economic Forum.
- United Nations. (2023). E-government survey 2023: The future of digital government. United Nations.

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020
एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)
शोध प्रविधि एवं शोध तकनीक
सेमेस्टर-1 (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
एवं
सेमेस्टर-3 (दो वर्षीय पाठ्यक्रम)
संरचना 3
मीडिया शोध : प्रविधि एवं तकनीक

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		
मीडिया शोध : प्रविधि एवं तकनीक	4	3	0	1	स्नातक उत्तीर्ण	—

पाठ्यक्रम के उद्देश्य (Course Objective)

- विद्यार्थियों को मीडिया शोध की मूल अवधारणाओं, प्रकृति, महत्व तथा विभिन्न प्रकारों (मौलिक, अनुप्रयुक्त, वर्णनात्मक, विश्लेषणात्मक एवं अन्वेषणात्मक) की समझ प्रदान करना।
- शोध समस्या की पहचान, चयन, साहित्य समीक्षा तथा शोध प्रश्न, उद्देश्य एवं परिकल्पना निर्माण की क्षमता विकसित करना।
- विद्यार्थियों को विभिन्न शोध दृष्टिकोणों (मात्रात्मक, गुणात्मक एवं मिश्रित) तथा शोध अभिकल्प (प्रयोगात्मक, वर्णनात्मक एवं केस स्टडी) की व्यावहारिक समझ देना।
- डेटा संग्रहण तकनीकों जैसे प्रश्नावली, साक्षात्कार, अवलोकन, फोकस समूह, सर्वेक्षण एवं नृवंशविज्ञान विधियों का प्रयोगात्मक ज्ञान विकसित करना।
- सांख्यिकीय विश्लेषण, डेटा प्रसंस्करण, मापन एवं स्केलिंग तकनीक तथा आधुनिक शोध उपकरणों (SPSS, Excel, AI, बिग डेटा एवं मशीन लर्निंग) के उपयोग की क्षमता विकसित करना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- विद्यार्थी मीडिया शोध की अवधारणाओं, प्रकारों एवं उसके सैद्धांतिक आधारों को समझकर शोध के विभिन्न आयामों की व्याख्या करने में सक्षम होंगे।
- विद्यार्थी शोध समस्या की पहचान, साहित्य समीक्षा, शोध प्रश्न, उद्देश्य एवं परिकल्पना का निर्माण वैज्ञानिक ढंग से कर सकेंगे।
- विद्यार्थी विभिन्न शोध दृष्टिकोणों (मात्रात्मक, गुणात्मक एवं मिश्रित) तथा शोध अभिकल्पों का चयन एवं प्रयोग करने में सक्षम होंगे।
- विद्यार्थी डेटा संग्रहण की विभिन्न तकनीकों (प्रश्नावली, साक्षात्कार, अवलोकन, फोकस समूह, सर्वेक्षण आदि) का व्यावहारिक उपयोग कर सकेंगे।
- विद्यार्थी सांख्यिकीय विश्लेषण, डेटा व्याख्या, रिपोर्ट लेखन तथा आधुनिक शोध उपकरणों (SPSS, Excel, AI एवं बिग डेटा तकनीक) का प्रभावी उपयोग कर सकेंगे।

इकाई 1: मीडिया शोध : प्रविधि **(9 घंटे)**

- शोध की परिभाषा, प्रकृति, अवधारणा एवं महत्व
- शोध के प्रकार : मौलिक, अनुप्रयुक्त, वर्णनात्मक, विश्लेषणात्मक एवं अन्वेषणात्मक
- शोध समस्या : पहचान, चयन, निर्धारण एवं साहित्य समीक्षा (Review of Literature)
- शोध के दृष्टिकोण: मात्रात्मक दृष्टिकोण (Quantitative), गुणात्मक दृष्टिकोण (Qualitative) एवं मिश्रित दृष्टिकोण (Mixed Methods) एवं अंतःविषयक एवं बहुविषयक शोध

इकाई 2: मीडिया शोध : सिद्धांत, प्रयोग एवं प्रविधि **(12घंटे)**

- शोध प्रश्न, उद्देश्य एवं परिकल्पना
- अनुसंधान अभिकल्प : प्रयोगात्मक, वर्णनात्मक एवं प्रकरण अध्ययन अभिकल्प
- अवलोकन, अंतर्वस्तु विश्लेषण एवं प्रक्षेपी विश्लेषण
- निदर्शन (Sampling) : संभाव्यता एवं असंभाव्यता विधियाँ

इकाई 3: मीडिया शोध : तकनीक **(12घंटे)**

- सर्वेक्षण (Survey) एवं नृवंशविज्ञान तकनीक (Ethnography)
- डाटा संग्रहण तकनीक : प्राथमिक एवं द्वितीयक डेटा, प्रश्नावली निर्माण, अनुसूची, साक्षात्कार, अवलोकन, फोकस समूह चर्चा एवं केस स्टडी
- डायरी विधि, इंटरनेट आधारित उपकरण एवं प्रत्यक्ष (Obtrusive) एवं अप्रत्यक्ष (Non-obtrusive) तकनीकें
- साहित्यिक चोरी (Plagiarism), जाँच तकनीक, रेटिंग एवं टीआरपी विश्लेषण तकनीक

इकाई 4: मीडिया शोध : सांख्यिकीय तकनीक **(12घंटे)**

- सांख्यिकीय शोध तकनीक : डाटा सहसंबंध, प्रस्तुतीकरण, दृश्यांकन, वर्गीकरण, प्रसंस्करण, विश्लेषण, व्याख्या एवं परिकल्पना परीक्षण
- मापन एवं स्केलिंग तकनीक : नाममात्र, क्रमबद्ध, अंतराल, अनुपात मापन, विश्वसनीयता एवं वैधता परीक्षण एवं SPSS, Excel आदि।
- आधुनिक शोध तकनीक : कृत्रिम बुद्धिमत्ता, बिग डाटा, डाटा एनालिटिक्स, मशीन लर्निंग तकनीक एवं क्लाउड तकनीक
- संदर्भण शैली, संदर्भ प्रबंधन एवं रिपोर्ट लेखन तकनीक

प्रायोगिक कार्य: **(30 घंटे)**

- शोध विषय का चयन एवं समस्या की पहचान
  - मीडिया से संबंधित उपयुक्त विषय चुनना और शोध समस्या निर्धारित करना।
  - किसी एक मीडिया विषय पर शोध समस्या की पहचान कर उसका संक्षिप्त प्रस्ताव (Research Proposal) तैयार करना।
- शोध प्रस्ताव (Research Proposal) तैयार करना
  - उद्देश्य, परिकल्पना, शोध विधि एवं अपेक्षित परिणाम शामिल करना।

- साहित्य समीक्षा (Review of Literature)
  - चयनित विषय पर पूर्व शोधों का विश्लेषण एवं संक्षेप तैयार करना।
  - चयनित विषय पर साहित्य समीक्षा (Review of Literature) तैयार करना।
- परिकल्पना निर्माण (Hypothesis Formulation)
  - शोध के अनुरूप उपयुक्त परिकल्पनाओं का निर्माण करना।
- प्रश्नावली/अनुसूची का निर्माण
  - सर्वेक्षण हेतु प्रभावी प्रश्नावली या अनुसूची तैयार करना।
- सर्वेक्षण (Survey) करना
  - कम से कम 30–50 उत्तरदाताओं से डाटा संग्रह करना।
- साक्षात्कार (Interview) आयोजित करना
  - किसी मीडिया पेशेवर/दर्शक का साक्षात्कार लेकर रिपोर्ट तैयार करना।
- केस स्टडी (Case Study)
  - किसी मीडिया संस्थान/घटना का विस्तृत अध्ययन करना।
- सैंपलिंग तकनीक का प्रयोग
  - उपयुक्त सैंपलिंग विधि का चयन कर उसका व्यावहारिक उपयोग करना।
- डाटा एंट्री एवं विश्लेषण
  - Excel या SPSS में डाटा प्रविष्टि कर चार्ट/ग्राफ बनाना।
  - एकत्रित डेटा का SPSS या Excel में मूलभूत विश्लेषण (Mean, Percentage, Graphs) करना।
- सांख्यिकीय परीक्षण का अभ्यास
  - सरल पैरामीट्रिक/नॉन-पैरामीट्रिक परीक्षण लागू करना।
- शोध रिपोर्ट एवं प्रस्तुतीकरण
  - पूर्ण शोध रिपोर्ट (3000–5000 शब्द) तैयार करना एवं PPT के माध्यम से प्रस्तुति देना (APA/MLA शैली में संदर्भ सहित)।
  - एक पूर्ण शोध रिपोर्ट (Research Report) तैयार करना जिसमें निष्कर्ष एवं सुझाव शामिल हों।

सहायक पुस्तकें :

प्रमुख आवश्यक पुस्तकें:

- शर्मा, वी. (2018). जनसंचार एवं पत्रकारिता. राधा पब्लिकेशन।
- गुप्ता, एस. (2016). संचार शोध के सिद्धांत और विधियाँ. मयूर पेपरबैक्स।
- सिंह, आर. (2019). मीडिया शोध: सिद्धांत और प्रयोग. आरबीएसए पब्लिशर्स।
- त्रिपाठी, पी. (2017). शोध पद्धति. साहित्य भवन।
- चौधरी, डी. (2015). सामाजिक शोध विधियाँ. किताब महल।
- अग्रवाल, वी. (2018). संचार सिद्धांत एवं शोध. शारदा पब्लिशिंग हाउस।
- आहूजा, राम. (2014). सामाजिक शोध. रावत पब्लिकेशन्स।

अकादमिक उपयोग की अन्य पुस्तकें :

- Berger, A. A. (2017). Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. Sage Publications.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). Mass media research: An introduction (10th ed.). Cengage Learning.
- Bertrand, I., & Hughes, P. (2018). Media research methods: Audiences, institutions, texts (2nd ed.). Red Globe Press.
- Allen, M., Titsworth, S., & Hunt, S. K. (2008). Quantitative research in communication. Sage Publications.
- Berg, B. L. (2009). Qualitative research methods for the social sciences (7th ed.). Pearson.
- Tracy, S. J. (2013). Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact. Wiley-Blackwell.
- Tan, A. S. (2018). Global communication and media research. Peter Lang.
- Griffin, E. (2012). A first look at communication theory (8th ed.). McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (1964). Understanding media: The extensions of man. McGraw-Hill.
- Campbell, R., Martin, C. R., & Fabos, B. (2018). Media and culture: An introduction to mass communication (12th ed.). Bedford/St. Martin's.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2015). Mass communication theory: Foundations, ferment, and future (7th ed.). Cengage Learning.
- Carey, J. W. (2009). Communication as culture: Essays on media and society (Rev. ed.). Routledge.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. (1989). Theories of mass communication (5th ed.). Longman.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Theories of human communication (9th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). Sage Publications.
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press.

मीडिया शोध रिपोर्ट एवं केस स्टडी:

- प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया. (2010). पेड न्यूज़ पर उप-समिति की रिपोर्ट. नई दिल्ली: प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया।
- भारत निर्वाचन आयोग. (विभिन्न वर्ष). चुनाव एवं मीडिया निगरानी रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत निर्वाचन आयोग।
- प्रसार भारती. (विभिन्न वर्ष). वार्षिक प्रतिवेदन (Annual Report). नई दिल्ली: प्रसार भारती।
- नीति आयोग. (2022). भारत में डिजिटल परिवर्तन एवं संचार विकास रिपोर्ट. नई दिल्ली: भारत सरकार।
- भारतीय जनसंचार संस्थान. (2021). कोविड-19 और भारतीय मीडिया: एक अध्ययन. नई दिल्ली: भारतीय जनसंचार संस्थान।
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital news report 2024. University of Oxford.
- UNESCO. (2022). World trends in freedom of expression and media development: Global report 2021/2022. Paris, France: UNESCO.
- Pew Research Center. (2024). State of the news media 2024. Washington, DC: Pew Research Center.
- World Bank. (2016). World development report 2016: Digital dividends. Washington, DC: World Bank.

- Newman, N. (2024). Journalism, media, and technology trends and predictions 2024. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018). User data privacy: Facebook, Cambridge Analytica, and privacy protection. Computer, 51(8), 56–59.
- Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). Democracy's fourth wave? Digital media and the Arab Spring. New York, NY: Oxford University Press.
- Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2019). Digital feminist activism: Girls and women fight back against rape culture. Oxford, UK: Oxford University Press.
- sWorld Health Organization. (2020). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation. Geneva, Switzerland: WHO.

<table>
<tr><td colspan="2">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).</td></tr>
<tr><td rowspan="4">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</td><td>मीडिया और मानवाधिकार</td></tr>
<tr><td>डीपफेक और मीडिया विश्वसनीयता</td></tr>
<tr><td>सोशल मीडिया ट्रेंड्स</td></tr>
<tr><td>विकास संचार और सामुदायिक रेडियो</td></tr>
</table>

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 समझाना।
- 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**।

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020

एम. ए. पत्रकारिता (हिंदी)

GE

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 प्लेटफॉर्म्स 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 कराना।

पाठ्यक्रम अध्ययन के परिणाम (Course Learning Outcomes)

- विद्यार्थी सोशल मीडिया ट्रेंड्स की पहचान और विश्लेषण कर सकेंगे।
- विभिन्न प्लेटफॉर्म्स 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 प्लेटफॉर्म्स (Facebook, Twitter/X, Instagram, YouTube)
- सोशल मीडिया के प्रकार और उपयोग
- डिजिटल संचार की विशेषताएँ

इकाई 2 : सोशल मीडिया ट्रेंड्स और एल्गोरिद्म **(12 घंटे)**

- ट्रेंड्स की अवधारणा और प्रकार
- एल्गोरिद्म 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 कैंपेन 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 महत्त्व 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