



Important Books of Mass Communication



Evolution of Press Laws and Freedom | प्रेस कानूनों और स्वतंत्रता का विकास

1215



Magna Carta

First document to put into writing the principle that the king and his government were not above the law

मैग्ना कार्टा

पहला दस्तावेज जिसमें लिखित रूप में यह सिद्धांत दिया गया कि राजा और उसकी सरकार कानून से ऊपर नहीं थे



1643



Licensing Order

A law passed by the Parliament of England that required government approval for all written material before it could be printed.

लाइसेंसिंग आदेश

इंग्लैंड की संसद द्वारा पारित एक कानून, जिसमें किसी भी लिखित सामग्री को प्रिंट करने से पहले सरकार की स्वीकृति आवश्यक थी।

1644



Aeropagitica

A pamphlet written by **John Milton** in 1644, advocating against the practice of pre-publication censorship.

एरियोपैगटिका

1644 में जॉन मिल्टन द्वारा लिखी गई एक पुस्तिका, जिसमें पूर्व-प्रकाशन सेंसरशिप के अभ्यास का विरोध किया गया था।

1689



Bill of Rights (UK)

A seminal document in American history and a foundational text of the United States.

बिल ऑफ राइट्स (यूके)

अमेरिकी इतिहास का एक महत्वपूर्ण दस्तावेज और संयुक्त राज्य अमेरिका का मौलिक पाठ।

1776



Virginia Declaration of Rights

A seminal document in American history and a foundational text of the United States.

वर्जीनिया डिक्लेरेशन ऑफ राइट्स

अमेरिकी इतिहास का एक महत्वपूर्ण दस्तावेज और संयुक्त राज्य अमेरिका का मौलिक पाठ।



Rohit Yadav

PhD Scholar at
Central University of Rajasthan

JRF Media Academy



UGC-NET PAPER 1

FULL COURSE

✓ Let's Find Out Every Concept in Detail.



COMPLETE SYLLABUS – TOPIC WISE



LATEST PYQ's WITH DETAILED SOLUTIONS



TOPIC-WISE VIDEO LECTURES



HINDI & ENGLISH



MASS COMMUNICATION
PAPER 2

FULL COURSE



UGC-NET by **Rohit**

UGC-NET Paper 1 Complete Syllabus with
Latest PYQ's Solutions.



1215: MAGNA CARTA



1215: मैग्ना कार्टा



- **Magna Carta** was issued in **June 1215** and was the first document to put into writing the principle that the king and his government was not above the law.



- **मैग्ना कार्टा** जून 1215 में जारी किया गया था और यह पहला दस्तावेज था जिसमें यह सिद्धांत लेखित रूप में रखा गया कि राजा और उसकी सरकार कानून से ऊपर नहीं है।



- The Magna Carta, or "**Great Charter**", was a document that established rights for the English people and limited the power of the king. It was signed by **King John** in 1215.
- **मैग्ना कार्टा**, जिसे "**ग्रेट चार्टर**" कहा जाता है, एक दस्तावेज था जिसने अंग्रेजी लोगों के अधिकारों की स्थापना की और राजा की शक्ति को सीमित किया। इसे **राजा जॉन** ने 1215 में हस्ताक्षरित किया था।



- The Magna Carta, or "**Great Charter**," signed in **1215**, is one of the most important documents in the history of democracy.

- **मैग्ना कार्टा**, जिसे "**ग्रेट चार्टर**" कहा जाता है, 1215 में हस्ताक्षरित, लोकतंत्र के इतिहास के सबसे महत्वपूर्ण दस्तावेजों में से एक है।



- It was drafted to make peace between the unpopular king and a group of rebel barons
- इसे अलोकप्रिय राजा और विद्रोही बैरनों के एक समूह के बीच शांति स्थापित करने के लिए तैयार किया गया था।



- It has become an international symbol of liberty, without which we might not have the rights we value so much today.
- यह स्वतंत्रता का एक अंतरराष्ट्रीय प्रतीक बन गया है, जिसके बिना आज हमारे पास जिन अधिकारों को हम इतना महत्व देते हैं, वे शायद न होते।



The Magna Carta has influenced both the United States Declaration of Independence (1776) and the Universal Declaration of Human Rights. (1948)

मैग्ना कार्टा ने संयुक्त राज्य अमेरिका की स्वतंत्रता की घोषणा (1776) और मानवाधिकारों की सार्वभौम घोषणा (1948) दोनों को प्रभावित किया है।





1644: **Aeropagitica** by John Milton

1644: एरोपेजिटिका – जॉन मिल्टन द्वारा



- "Aeropagitica" is a significant pamphlet written by John Milton in 1644, advocating against the practice of pre-publication censorship.

- "एरोपेजिटिका" 1644 में जॉन मिल्टन द्वारा लिखा गया एक महत्वपूर्ण पुस्तिका है, जो पूर्व-प्रकाशन सेंसरशिप के अभ्यास के खिलाफ है।



- Milton argued against the **Licensing Order of 1643**, which required government approval before publishing books.
- मिल्टन ने 1643 के लाइसेंसिंग ऑर्डर का विरोध किया, जिसमें किताबें प्रकाशित करने से पहले सरकारी अनुमति आवश्यक थी।



- He believed this practice was an affront to individual liberty and intellectual freedom, stifling the exchange of ideas and the truth-finding process.
- उनका मानना था कि यह अभ्यास व्यक्तिगत स्वतंत्रता और बौद्धिक स्वतंत्रता के खिलाफ है, जो विचारों के आदान-प्रदान और सत्य की खोज की प्रक्रिया को बाधित करता है।



Market Place of Ideas

The idea that the truth will emerge from the competition of ideas in free, transparent public discourse. The theory condemns censorship and encourages the free flow of ideas.

विचारों का बाज़ार

यह विचार कि स्वतंत्र, पारदर्शी सार्वजनिक चर्चा में विचारों की प्रतिस्पर्धा से ही सत्य सामने आएगा। यह सिद्धांत सेंसरशिप की निंदा करता है और विचारों के मुक्त प्रवाह को प्रोत्साहित करता है।





Important Books of Mass Communication

जनसंचार की महत्वपूर्ण पुस्तकें



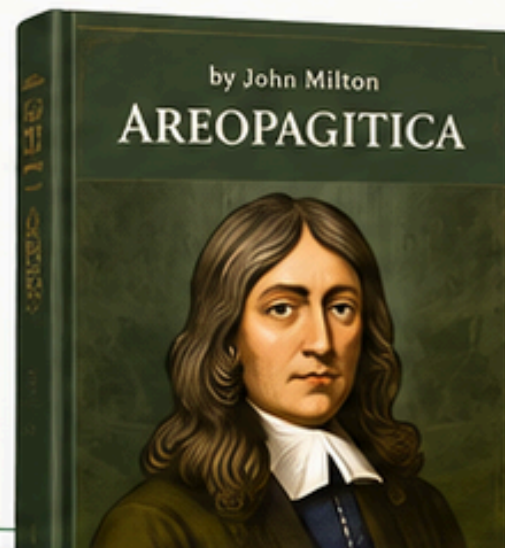
1644

Aeropagatia

Areopagitica; A speech of Mr. John Milton for the Liberty of Unlicenc'd Printing, to the Parlament of England

एरीओपैगिटिका

एरीओपैगिटिका; श्री जॉन मिल्टन द्वारा अनलाईसैंसड प्रिंटिंग की स्वतंत्रता के लिए ईंग्लैंड की पार्लियामेंट को दिया गया एक भाषण।



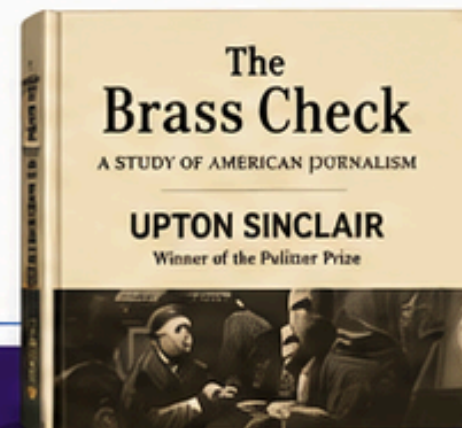
1919

Brass Check

The **Brass Check** is a 1919 investigative book by Upton Sinclair that criticizes American journalism. It mainly examines newspapers, the Associated Press wire service, and some magazines.

ब्रास चेक

ब्रास चेक उपटन सिंक्लेयर द्वारा लिखित 1919 की एक खोजी पुस्तक है जो अमेरिकी पत्रकारिता की आलोचना करती है। यह मुख्यतः समाचार पत्रों, एसोसिएटेड प्रेस वायर सर्विस और कुछ पत्रिकाओं की जाँच करती है।



1922

Public Opinion

Public Opinion is a 1922 book by **Walter Lippmann** that critiques how democracy functions. It explores how people's biased and self-serving views shape their behavior and disrupt social unity.

पब्लिक ओपिनियन

पब्लिक ओपिनियन वाल्टर लिपमैन द्वारा लिखित 1922 की पुस्तक है जो लोकतंत्र के कार्य करने के तरीके की आलोचना करती है। यह बताती है कि लोगों के पक्षपाती और स्वार्थी विचार उनके व्यवहार को कैसे प्रभावित करते हैं और सामाजिक एकता को बाधित करते हैं।

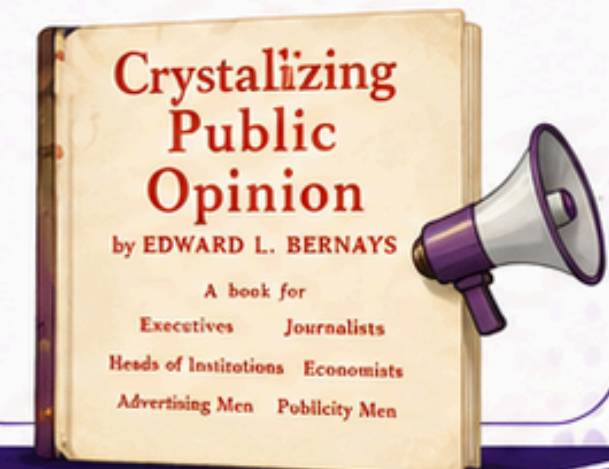


1923

Crystalizing Public Opinion

It is a book written by **Edward Bernays** and published in 1923. It is perhaps the first book to define and explain the field of public relations.

क्रिस्टलाइजिंग पब्लिक ओपिनियन यह पुस्तक एडवर्ड बर्नैज़ द्वारा लिखी गई और 1923 में प्रकाशित की गई। यह संभवतः जनसंपर्क के क्षेत्र को परिभाषित और स्पष्ट करने वाली पहली पुस्तक है।





MASS SOCIETY THEORY

जनसमाज सिद्धांत



- The mass society theory emerged towards the end of the **19th century** when traditional social elites faced challenges in understanding the disruptive effects of modernization.
- जनसमाज सिद्धांत **19वीं सदी के अंत की** ओर उभरा जब पारंपरिक सामाजिक अभिजात वर्ग आधुनिकीकरण के विघटनकारी प्रभावों को समझने में चुनौतियों का सामना कर रहा था।



- Mass newspapers of the yellow journalism era were viewed as gigantic, monopolistic enterprises employing unethical practices to pander to semiliterate mass audiences.
- पीले पत्रकारिता युग के जनसमाचार पत्रों को विशाल, एकाधिकारवादी उद्यमों के रूप में देखा जाता था जो अल्पशिक्षित जनसमुदाय को लुभाने के लिए अनैतिक प्रथाओं का उपयोग करते थे।



- The idea of the mass society arose from the significant social and cultural changes triggered by the **Industrial Revolution**.
- जनसमाज का विचार औद्योगिक क्रांति द्वारा उत्पन्न महत्वपूर्ण सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तनों से उत्पन्न हुआ।



- This shift from rural to urban living occurred during the **19th century** in the United States and Europe.
- 19वीं सदी** के दौरान संयुक्त राज्य अमेरिका और यूरोप में ग्रामीण से शहरी जीवन की ओर यह परिवर्तन हुआ।



GEMEINSCHAFT AND GESELLSCHAFT

गेमाइंसशाफ्ट और गेजेलशाफ्ट



- Ferdinand Tonnies** analyzed the forms of European social organizations and divided them into :
- फर्डिनेंड टोनिस्** ने यूरोपीय सामाजिक संगठनों के रूपों का विश्लेषण किया और उन्हें निम्न में विभाजित किया :



- 1** Gemeinschaft, or folk community
गेमाइंसशाफ्ट, या लोक समुदाय
- 2** Gesellschaft or modern industrial society.
गेजेलशाफ्ट या आधुनिक औद्योगिक समाज।



- Over the years, media have been continually accused of breaking down folk communities (gemeinschaft) and encouraging the development of amoral, weak social institutions (gesellschaft).
- वर्षों से, मीडिया पर लगातार लोक समुदायों (गेमाइंसशाफ्ट) को तोड़ने और अनैतिक, कमजोर सामाजिक संस्थानों (गेजेलशाफ्ट) के विकास को बढ़ावा देने का आरोप लगाया जाता रहा है।





1922 : Public Opinion

1922 : लोकमत / सार्वजनिक राय



1



Pictures in People's Heads: At its core, Lippmann argued that public opinions are "the pictures inside men's heads." These are the mental images and perceptions people hold about themselves, others, their needs, purposes, and relationships. Lippmann pointed out that these pictures often fail to represent reality accurately.

लोगों के दिमाग में तस्वीरें: लिपमैन के अनुसार, लोकमत "लोगों के दिमाग के अंदर की तस्वीरें" हैं। ये मानसिक छवियों और धारणाएँ हैं जो लोग अपने बारे में, दूसरों के बारे में, उनकी जरूरतों, उद्देश्यों और संबंधों के बारे में रखते हैं। लिपमैन ने कहा कि ये तस्वीरें अक्सर वास्तविकता को सही रूप में प्रस्तुत करने में असफल रहती हैं।



2



The Pseudo-Environment: Lippmann introduced the idea of a "pseudo-environment," which refers to a subjective and biased mental image of the incomplete and often fictional world. People form opinions based on this pseudo-environment, but their actions play out in the real world, creating a disconnect between perception and reality.

छद्म पर्यावरण: लिपमैन ने "छद्म-पर वातावरण" की अवधारणा प्रस्तुत की, जो अधूरी और अक्सर काल्पनिक दुनिया की एक व्यक्तिपरक और पक्षपाती मानसिक छवि को दर्शाता है। लोग इसी छद्म-पर वातावरण के आधार पर राय बनाते हैं, लेकिन उनके कार्य वास्तविक दुनिया में होते हैं, जिससे धारणा और वास्तविकता के बीच असंगति पैदा होती है।

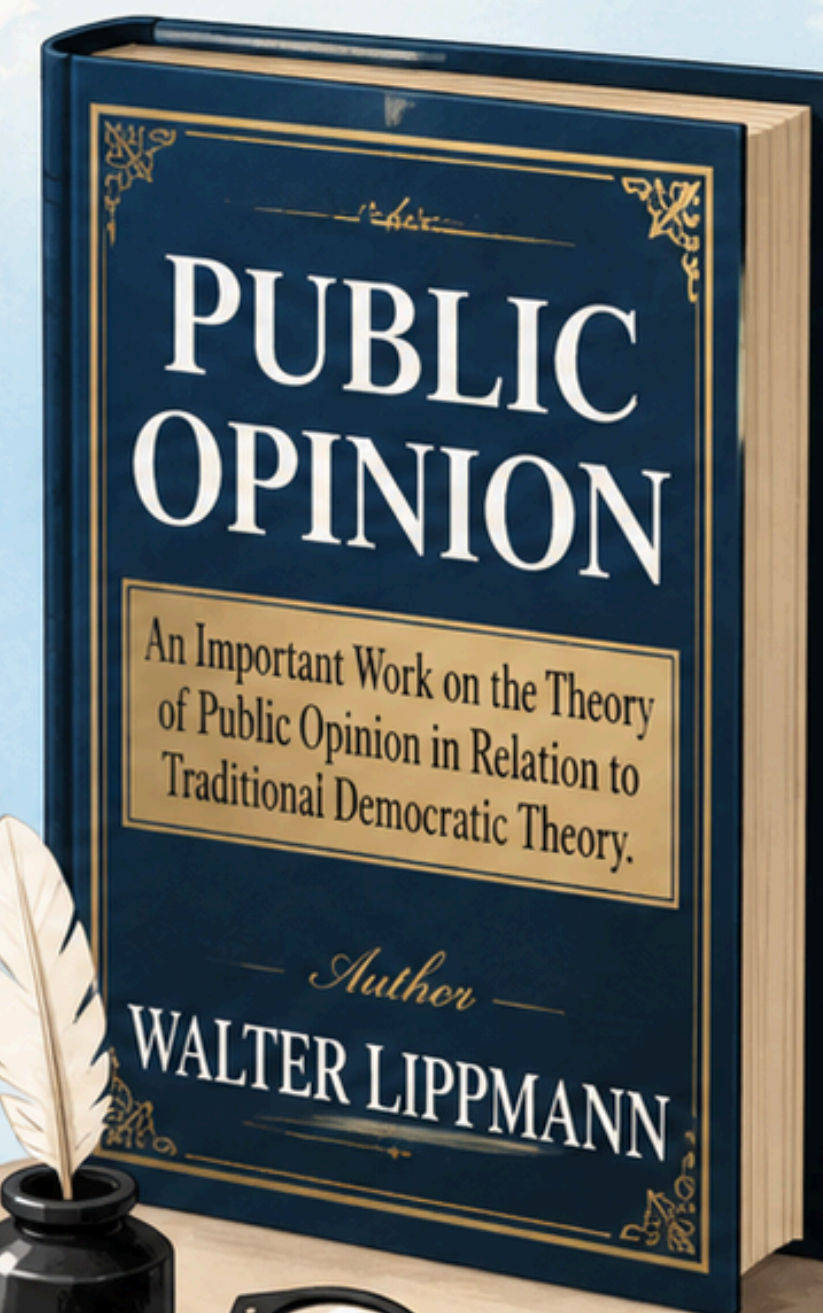


3



Stereotypes and Symbols: According to Lippmann, public opinion heavily relies on stereotypes, symbols, and simplified mental models. These cognitive shortcuts help people make sense of a complex world that largely exists outside their direct experience.

रूढ़ियों और प्रतीक: लिपमैन के अनुसार, लोकमत मुख्य रूप से रूढ़ियों, प्रतीकों और सरल मानसिक मॉडलों पर निर्भर करता है। ये संज्ञानात्मक शॉर्टकट लोगों को उस जटिल दुनिया को समझने में मदद करते हैं जो उनके सीधे अनुभव से काफी हद तक बाहर मौजूद होती है।





Media Literature | मीडिया साहित्य



1927



Propaganda technique in world war 1927

Lasswell examined propaganda techniques through a content analysis, and came to some striking conclusions.

विश्व युद्ध 1927 में प्रचार तकनीक

लासवेल ने सामग्री विश्लेषण के माध्यम से प्रचार तकनीकों की जांच की और कुछ महत्वपूर्ण निष्कर्ष निकाले।



1940



Radio and the Printed Page

Paul Lazarsfeld, examined how radio and print media influence public opinion and education.

रेडियो और मुद्रित पृष्ठ

पॉल लाज़र्सफ़ेल्ड ने जांच की कि रेडियो और मुद्रित मीडिया जनता की राय और शिक्षा को कैसे प्रभावित करते हैं।



1944



The People's Choice: How voter makes his mind in a presidential election 1944

During the 1940 campaign, Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet tracked a sample population of six hundred people from Erie County, Ohio, interviewing them monthly in the seven months leading up to

1944 में राष्ट्रपति चुनाव में मतदाता कैसे निर्णय करता है

1940 के अभियान के दौरान, पॉल एफ. लाज़र्सफ़ेल्ड, बर्नार्ड बेरलसन, और हैज़ल गॉडेट ने एरी काउंटी, ओहियो के छह सौ लोगों के एक नमूने का अनुसरण किया और सात महीनों तक नियमित रूप से साक्षात्कार लिया।



1947

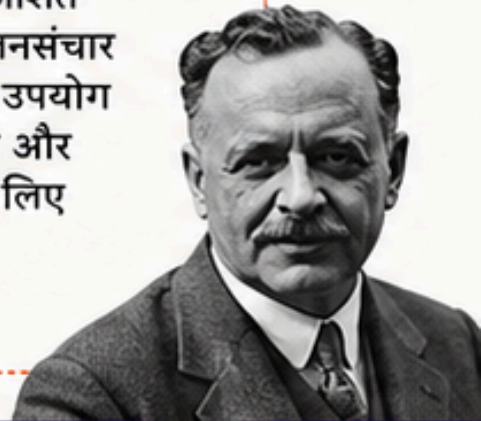


Engineering Consent

"The Engineering of Consent" is an essay by Edward Bernays first published in 1947, and a book he published in 1955. It argued that mass communication and psychological techniques could be used to shape public opinion and influence behavior.

इंजीनियरिंग ऑफ कंसेंट

"द इंजीनियरिंग ऑफ कंसेंट" एडवर्ड बर्नाज़ का एक निबंध है जो पहली बार 1947 में प्रकाशित हुआ था, और उनकी एक पुस्तक है जो 1955 में प्रकाशित हुई। इसमें तर्क दिया गया कि जनसंचार और मनोवैज्ञानिक तकनीकों का उपयोग जनता की राय को आकार देने और व्यवहार को प्रभावित करने के लिए किया जा सकता है।

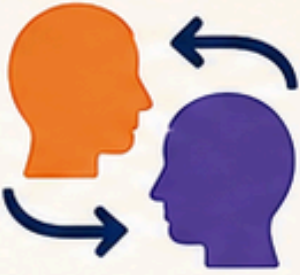


Media Effects / मीडिया प्रभाव



Direct Effects / प्रत्यक्ष प्रभाव

- Hypodermic Needle Theory
(हाइपोडर्मिक नीडल सिद्धांत)



Limited Effects / सीमित प्रभाव

- Two Step Flow
(दो चरण प्रवाह सिद्धांत)



Cumulative Effects / संचयी प्रभाव

- Cultivation Theory
(संवर्धन सिद्धांत)

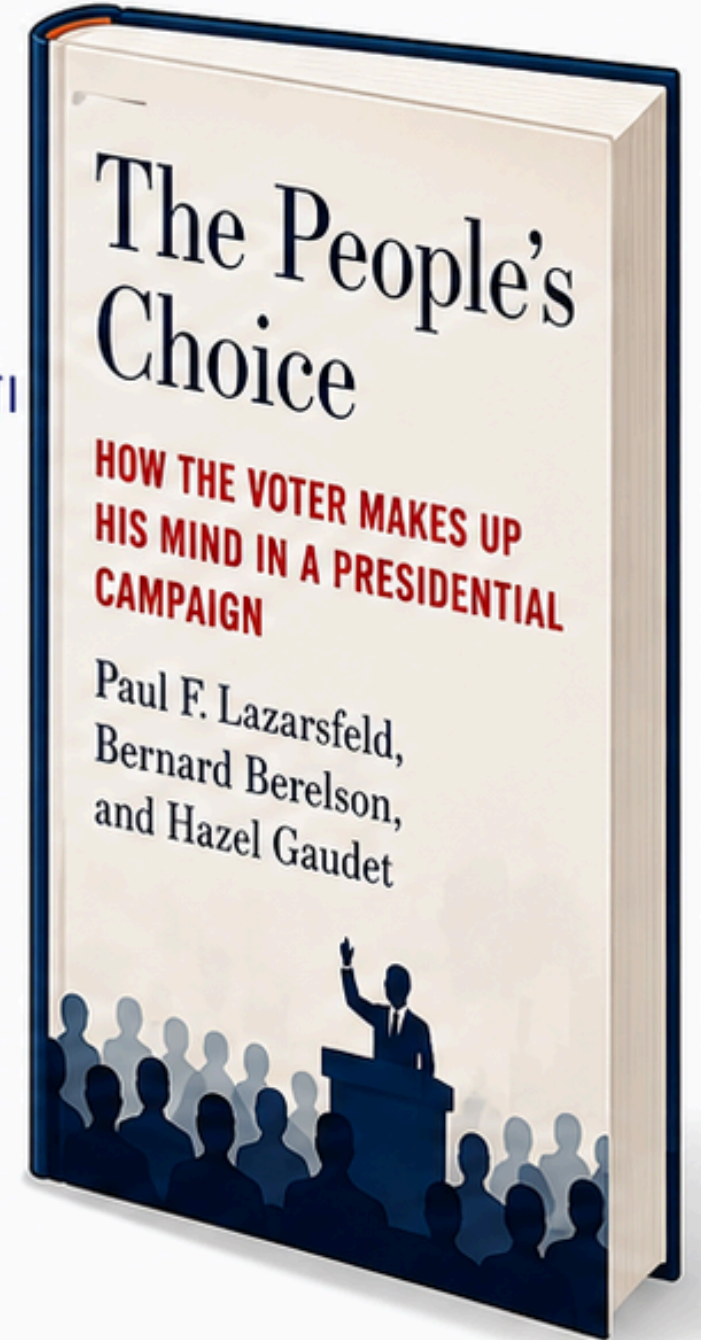
Two Step Flow Theory / दो चरण प्रवाह सिद्धांत

- The two-step flow theory was formulated in **1944** by Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet.

दो चरण प्रवाह सिद्धांत को 1944 में पॉल लाज़सफ़ेल्ड, बर्नार्ड बरल्सन, और हैज़ल गॉडेट द्वारा प्रतिपादित किया गया था।

- It was further published in the book **The People's Choice (1948)**, Which was based on research into voters' decision-making processes during the 1940 U.S. presidential election.

इसे आगे पुस्तक **The People's Choice (1948)** में प्रकाशित किया गया, जो 1940 के अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव के दौरान मतदाताओं की निर्णय-प्रक्रिया पर किए गए शोध पर आधारित था।



JRF Media Academy by Rohit



1927 : PROPAGANDA TECHNIQUE IN WORLD WAR

1927 : विश्व युद्ध में प्रचार तकनीक



- Propaganda Technique in the World War (1927) is a book by Harold Lasswell, one of the earliest studies on propaganda and mass communication. Lasswell analyzed how propaganda was used during World War I to shape **public opinion, maintain morale, and influence enemy forces.**
- प्रचार तकनीक इन द वर्ल्ड वॉर (1927) हेरोल्ड लैसवेल द्वारा लिखी गई एक पुस्तक है, जो प्रचार और जनसंचार पर प्रारंभिक अध्ययन में से एक है। लैसवेल ने विश्लेषण किया कि प्रथम विश्व युद्ध के दौरान प्रचार का उपयोग जनमत को आकार देने, मनोबल बनाए रखने, और शत्रु सेनाओं को प्रभावित करने के लिए कैसे किया गया।

KEY FINDINGS | मुख्य निष्कर्ष

1

Psychological Weapon –
Propaganda controlled perception and justified war.

मनोवैज्ञानिक हथियार –
प्रचार ने धारणा को नियंत्रित किया और युद्ध को उचित ठहराया।

2



Emotional Appeals –
Symbols, slogans, and fear-based messaging influenced people.

भावनात्मक अपील –
प्रतीक, नारे और भय-आधारित संदेशों ने लोगों को प्रभावित किया।

3



Media as a Tool –
Newspapers, posters, and speeches shaped narratives.

मीडिया एक उपकरण के रूप में –
समाचारपत्र, पोस्टर और भाषणों ने कथाओं को आकार दिया।





Media Literature | मीडिया साहित्य



1949



Experiments on Mass communication

This study examined how mass media influences attitudes and persuasion, based on experiments conducted during World War II to test the effectiveness of U.S. Army training films.

जनसंचार पर प्रयोग

इस अध्ययन में यह जांचा गया कि जन माध्यम दृष्टिकोण और मनाने की प्रक्रिया को कैसे प्रभावित करते हैं, यह द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान किए गए प्रयोगों पर आधारित था, ताकि अमेरिकी सेना की प्रशिक्षण फिल्मों की प्रभावशीलता की परीक्षा की जा सके।



1950



New Left Review (1950's)

As part of the emerging British "New Left" in the late 1950s, a number of journals were launched to carry commentary on matters of Marxist theory.

न्यू लेफ्ट रिव्यू (1950 का दशक)

1950 के दशक के उत्तरार्द्ध में उभर रहे ब्रिटिश "न्यू लेफ्ट" के हिस्से के रूप में, कई पत्रिकाएँ शुरू की गईं जो मार्क्सवादी सिद्धांतों के विषयों पर टिप्पणी लेकर चलने के लिए समर्पित थीं।



1952



Content Analysis in communication research 1952

A foundational work by Bernald Berson on analyzing media messages to study trends, biases, and influence in communication.

जनसंचार अनुसंधान में सामग्री विश्लेषण 1952

मीडिया संदेशों का विश्लेषण कर रुझानों, पूर्वाग्रहों और जनसंचार में प्रभाव का अध्ययन करने पर बर्नार्ड बर्सन द्वारा किया गया एक महत्वपूर्ण कार्य।



1953



Communication and Persuasion 1953

A key study by Carl Hovland on how messages change attitudes, focusing on source credibility, message structure, and audience traits. It shaped modern advertising, propaganda, and political communication.

संचार और मनोव्ययन 1953

कार्ल होवर्लैंड द्वारा किया गया यह एक महत्वपूर्ण अध्ययन है जिसमें संदेश दृष्टिकोण को कैसे बदलते हैं, विशेष रूप से स्रोत की विश्वसनीयता, संदेश की संरचना और दर्शकों के गुणों पर ध्यान केंद्रित किया गया। इसने आधुनिक विज्ञापन, प्रचार और राजनीतिक संचार को आकार दिया।





1949 : EXPERIMENTS ON MASS COMMUNICATION

1949 : जनसंचार पर प्रयोग

CARL I. HOVLAND
ARTHUR A. LUMSDAINE
FRED D. SHEFFIELD



- **Sleeper Effect:** A persuasive message might have a delayed impact, especially when the source is initially perceived as non-credible. Over time, recipients can forget the negative source cues but retain the message content.

- **स्लीपर इफेक्ट:** एक प्रभावशाली संदेश का प्रभाव देर से हो सकता है, विशेषकर जब स्रोत को शुरू में अविश्वसनीय माना जाता है। समय के साथ, प्राप्तकर्ता नकारात्मक स्रोत संकेतों को भूल सकते हैं लेकिन संदेश की वस्तु को याद रखते हैं।



- **Credibility Matters:** Highly credible sources tend to generate more immediate attitude change than less credible ones.

- **विश्वसनीयता महत्वपूर्ण है:** अत्यधिक विश्वसनीय स्रोत कम विश्वसनीय स्रोतों की तुलना में अधिक तत्काल दृष्टिकोण परिवर्तन पैदा करते हैं।

Experiments on Mass Communication





1953 : Communication and Persuasion



1953 : संचार और मनोयमन



1

Source Credibility –

Messages from trusted sources are more persuasive.

स्रोत की विश्वसनीयता –

विश्वसनीय स्रोतों से आने वाले संदेश अधिक प्रभावशाली होते हैं।



2

Message Structure –

Two-sided arguments work better for skeptical audiences.

संदेश की संरचना –

संदेह करने वाले दर्शकों के लिए दोनों पक्षों वाले तर्क अधिक प्रभावी होते हैं।



3

Audience Traits –

Education, prior beliefs, and motivation affect persuasion.

दर्शकों के गुणधर्म –

शिक्षा, पूर्व विश्वास और प्रेरणा प्रभाव को प्रभावित करते हैं।



4

Emotional vs. Logical Appeals –

Logical arguments work better for educated audiences, while emotional appeals influence others.

भावनात्मक बनाम तार्किक अपील –

शिक्षित दर्शकों के लिए तार्किक तर्क अधिक प्रभावी होते हैं, जबकि भावनात्मक अपील दूसरों को प्रभावित करती हैं।



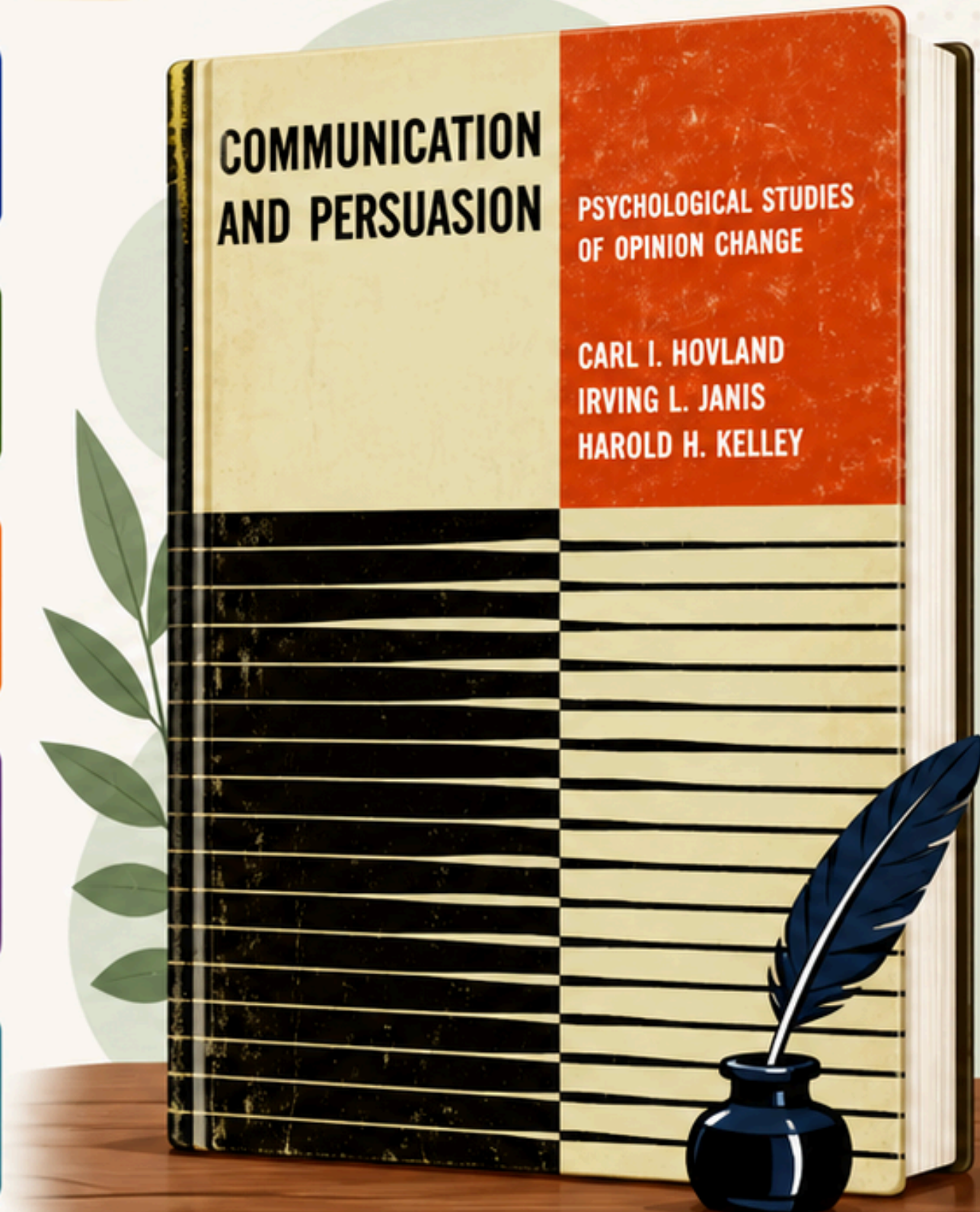
5

Effects of Repetition –

Repeated exposure strengthens message retention.

पुनरावृत्ति के प्रभाव –

बार-बार संदेश के संपर्क में आने से संदेश की स्मृति मजबूत होती है।



THEORIES OF MASS COMMUNICATION (1954–1956)

जनसंचार के सिद्धांत (1954–1956)

1954

The process and effect of mass communication

जनसंचार की प्रक्रिया और प्रभाव

Wilbur Schramm's work explored how mass communication functions, focusing on the sender-message-receiver model and feedback in media.

विलबर शाम के कार्य ने यह पता लगाया कि जनसंचार कैसे कार्य करता है, जिसमें प्रेषक-संदेश-ग्राहक मॉडल और मीडिया में प्रतिक्रिया पर ध्यान केंद्रित किया गया।



1954

Voting: A study of opinion formation in presidential election

मतदान: राष्ट्रपति चुनाव में मत निर्माण का अध्ययन

This study by Bernard Berson analyzed how voters form opinion during U.S. presidential elections. It found that social influences, party loyalty, and personal networks play a bigger role in shaping voter decisions than direct media influence.

यह अध्ययन बर्नार्ड बरसन द्वारा किया गया, जिसने विश्लेषण किया कि मतदाता अमेरिकी राष्ट्रपति चुनावों के दौरान राय कैसे बनाते हैं। इसमें पाया गया कि सामाजिक प्रभाव, दल निष्ठा, और व्यक्तिगत नेटवर्क मतदाता निर्णयों को आकार देने में प्रत्यक्ष मीडिया प्रभाव की तुलना में अधिक बड़ी भूमिका निभाते हैं।



1955

Personal Influence: The part played by people in flow of information

व्यक्तिगत प्रभाव: सूचना प्रवाह में लोगों की भूमिका

This study by Elihu Katz and Paul Lazarsfeld introduced the two-step flow theory, showing that opinion leaders— influential individuals within social networks—mediate the impact of mass media.

यह अध्ययन एलिहू काटज और पॉल लाजर्सफेल्ड द्वारा किया गया, जिसमें दो-चरण प्रवाह सिद्धांत प्रस्तुत किया गया, यह दर्शाते हुए कि राय बनाने वाले नेता—सामाजिक नेटवर्क के प्रभावशाली व्यक्ति—जनसंचार के प्रभाव को मध्यस्थित करते हैं।



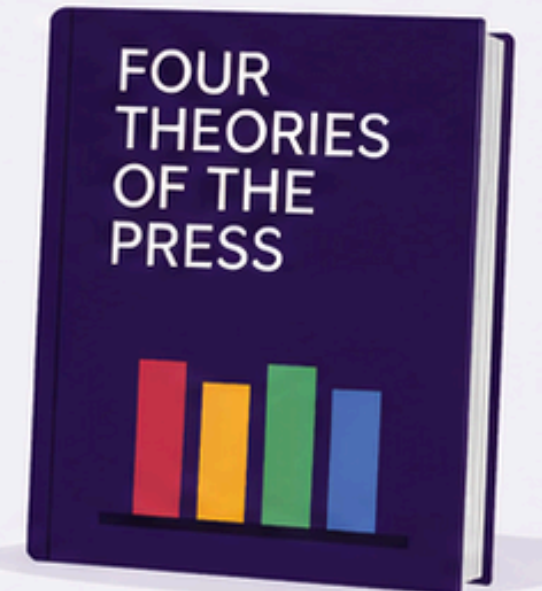
1956

4 theories of press 1956

प्रेस के 4 सिद्धांत 1956

This book classifies global media systems into four models: Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility, and Soviet Communist.

यह पुस्तक वैश्विक मीडिया प्रणालियों को चार मॉडलों में वर्गीकृत करती है: सत्तावादी, उदारवादी, सामाजिक उत्तरदायित्व, और सोवियत संचार मॉडल।



1954 : The process and effects of mass communication

1954 : जन संचार की प्रक्रिया और प्रभाव



Contributed to establishing communication models :

Schrm's model of communication
संचार मॉडल स्थापित करने में योगदान :
श्रैम का संचार मॉडल



- Wilbur Schramm was a communication expert who helped establish the Indian Institute of Mass Communication (IIMC) in 1965. He also conducted research on the use of satellite broadcasting in India.



- विलबर श्रैम एक संचार विशेषज्ञ थे जिन्होंने 1965 में भारतीय जन संचार संस्थान (IIMC) की स्थापना में मदद की। उन्होंने भारत में उपग्रह प्रसारण के उपयोग पर भी शोध किया।

1964: Mass Media and National development

1964: जन माध्यम और राष्ट्रीय विकास

“ He perceived mass media as **agents of social change** as media has the magical capability to **inform, educate, and persuade** people and accomplish the transitions to new customs and practices of a community. ”



Inform
सूचित करना



Educate
शिक्षित करना



Persuade
प्रभावित करना



Social Change
सामाजिक परिवर्तन



JRF Media Academy by Rohit



1954: Voting- A study of opinion formation in presidential election



- **Social Influence Over Media** – Bernard Berelson and his co-authors found that voter decisions are influenced more by personal networks, party loyalty, and social interactions than by direct exposure to media.
- **मीडिया से अधिक सामाजिक प्रभाव** – बरनार्ड बेरलसन और उनके सह-लेखकों ने पाया कि मतदान निर्णय मीडिया के सीधे संपर्क से अधिक व्यक्तिगत नेटवर्क, पार्टी निष्ठा और सामाजिक बातचीत से प्रभावित होते हैं।



- **Conversations with family, friends, and community members** play a crucial role in shaping political opinions, often reinforcing preexisting beliefs rather than changing them.
- **परिवार, दोस्तों और समुदाय के सदस्यों के साथ बातचीत राजनीतिक राय बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका विभाती है, अक्सर पूर्व-नोजुदा विश्वासों को मजबूत करती है बनाने के बजाय उन्हें बदलने के।**



- **Emphasizes the role of interpersonal influence and sociological factors** (family, peer groups, social class) in shaping voting behavior.
- यह पारस्परिक प्रभाव और समाजशास्त्रीय कारकों (परिवार, समान समूह, सामाजिक वर्ग) की भूमिका को रेखांकित करता है जो मतदान व्यवहार को आकार देते हैं।

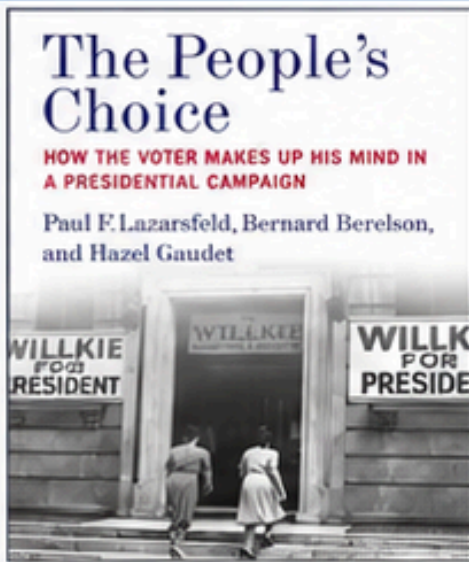
1955: Personal Influence: The part played by people in flow of information



- **Two-Step Flow Theory** – Elihu Katz, and Paul Lazarsfeld found that media influences opinion leaders first, who then shape the views of others in their social circles, rather than directly persuading the masses.
- **दो-चरण प्रवाह सिद्धांत** – एलिहू काटज़ और पॉल लाजर्सफेल्ड ने पाया कि मीडिया पहले मत-नेताओं को प्रभावित करता है, जो फिर अपने सामाजिक चक्रों में अन्य लोगों के विचारों को आकार देते हैं, न कि सीधे जनसमूह को प्रभावित करते हैं।



- **Interpersonal Communication Matters** – The study emphasized that face-to-face discussions and social interactions have a greater impact on shaping opinions than direct exposure to mass media. People are more likely to trust and be influenced by conversations with friends, family, and colleagues rather than by newspapers, radio, or television alone.
- **पारस्परिक संचार की महत्ता** – अध्ययन में जोर दिया गया कि आमने-सामने की चर्चा और सामाजिक बातचीत का प्रभाव मीडिया के सीधे संपर्क की तुलना में अधिक प्रभाव डालती है। लोग समाचारपत्रों, रेडियो या टेलीविजन की तुलना में दोस्तों, परिवार और सहकर्मियों के साथ बातचीत पर अधिक भरोसा करते हैं और उनसे प्रभावित होते हैं।

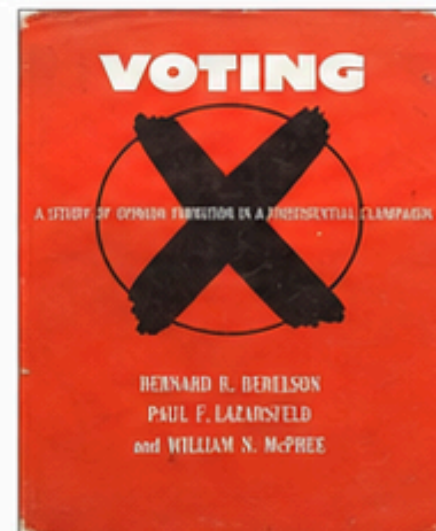


1944

The People's Choice

HOW THE VOTER MAKES UP HIS MIND IN A PRESIDENTIAL CAMPAIGN

Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet

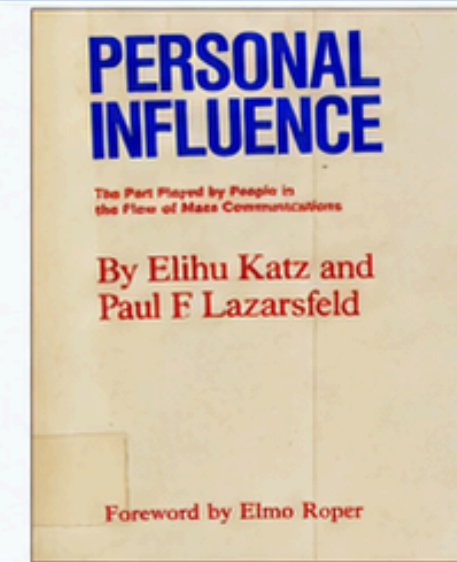


1954

VOTING

A STUDY OF OPINION FORMATION IN A PRESIDENTIAL CAMPAIGN

BERNARD R. BERELSON
PAUL F. LAZARSFELD
and WILLIAM N. MCPHEE



1955

PERSONAL INFLUENCE

The Part Played by People in the Flow of Mass Communications

By Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld

Foreword by Elmo Roper



JRF Media Academy by Rohit



FOUR THEORIES OF THE PRESS

The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do



FRED S. SIEBERT • THEODORE PETERSON • WILBUR SCHRAMM



- The book "Four Theories of the Press," authored by **Fred S. Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm**, was published in the year **1956**.



- पुस्तक "Four Theories of the Press," जिसके लेखक **Fred S. Siebert, Theodore Peterson, और Wilbur Schramm**, हैं, वर्ष **1956** में प्रकाशित हुई थी.



- It offers an exploration of **four distinct normative theories** that shape the role of media in society, shedding light on their impact on media operations within **different ideological contexts**.



- यह समाज में मीडिया की भूमिका को आकार देने वाली **चार भिन्न नैतिकात्मक (नॉर्मेटिव) सिद्धांतों** की पड़ताल करता है, जो **विभिन्न वैचारिक संदर्भों** में मीडिया संचालन पर उनके प्रभाव को उजागर करते हैं.



IMPORTANT WORKS TIMELINE / महत्वपूर्ण कृतियाँ टाइमलाइन

1958

1958

1959

1960



Culture and society 1958 | Cultural Materialism

Raymond Williams' Culture and Society (1958) explores how culture, literature, and society evolve, linking them to social and economic forces. His theory of Cultural Materialism argues that culture is shaped by history, power, and ideology, challenging the idea that it exists separately from society.



रेमंड विलियम्स की 'कल्चर एंड सोसाइटी' (1958) यह बताती है कि संस्कृति, साहित्य और समाज कैसे विकसित होते हैं और इन्हें सामाजिक और आर्थिक शक्तियों से जोड़ती है। उनका 'कल्चरल मैटेरियलिज्म' सिद्धांत कहता है कि संस्कृति इतिहास, शक्ति और विचारधारा से आकार लेती है, यह समाज से अलग नहीं होती।



The Passing of traditional society

Lerner explores how modernization and mass media transform traditional societies, focusing on the Middle East.

लर्नर बताते हैं कि आधुनिकीकरण और जन संचार माध्यम पारंपरिक समाजों को कैसे बदलते हैं, विशेषकर मध्य पूर्व पर ध्यान केंद्रित करते हुए।



The Silent Language

Edward T. Hall explores nonverbal communication and how culture shapes the way people perceive time, space, and social interactions.

एडवर्ड टी. हॉल गैर-मौखिक संचार का अध्ययन करते हैं और बताते हैं कि संस्कृति किस प्रकार लोगों के समय, स्थान और सामाजिक परस्पर क्रियाओं को समझने के तरीके को आकार देती है।



Stages of Economic Rostow 1960

Rostow outlines a five-stage model of economic development arguing that all societies progress from traditional economies to high-mass consumption.

रोस्टो पाँच चरणों वाले आर्थिक विकास मॉडल का वर्णन करते हैं और तर्क देते हैं कि सभी समाज पारंपरिक अर्थव्यवस्थाओं से उच्च-जन उपभोग तक प्रगति करते हैं।



JRF Media Academy by Rohit



1958: Culture and society | Cultural Materialism

1958: संस्कृति और समाज | सांस्कृतिक भौतिकवाद



Culture and Society (1958)

संस्कृति और समाज (1958)

- **Raymond Williams** explores how the concepts of culture, literature, and society evolved from the 18th to the 20th century. He critiques industrial capitalism's impact on culture and argues that culture is deeply connected to social and economic structures.

रेमंड विलियम्स यह बताते हैं कि संस्कृति, साहित्य और समाज की अवधारणाएँ 18वीं से 20वीं सदी तक कैसे विकसित हुई। वे औद्योगिक पूंजीवाद के संस्कृति पर प्रभाव की आलोचना करते हैं और तर्क देते हैं कि संस्कृति सामाजिक और आर्थिक संरचनाओं से गहराई से जुड़ी हुई है।



Cultural Materialism

सांस्कृतिक भौतिकवाद

- Williams' Cultural Materialism views culture as a historical and social process, shaped by economic and political forces. He challenges the idea of culture as separate from society, emphasizing its role in power, ideology, and resistance.

विलियम्स का सांस्कृतिक भौतिकवाद संस्कृति को ऐतिहासिक और सामाजिक प्रक्रिया के रूप में देखता है, जिसे आर्थिक और राजनीतिक शक्तियाँ आकार देती हैं। वे संस्कृति को समाज से अलग मानने की धारणा को चुनौती देते हैं और शक्ति, विचारधारा और प्रतिरोध में इसकी भूमिका पर बल देते हैं।



The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East (1958)

पारंपरिक समाज का अवसान: मध्य पूर्व का आधुनिकीकरण (1958)



According to Lerner, development failed because people in third-world countries were unable to 'empathize' or imaginatively identify with the modern societies' new roles, and a changed and 'better' way of life and hence they remained fatalistic, unambitious, and resistant to change.

लर्नर के अनुसार, विकास विफल रहा क्योंकि तीसरी दुनिया के देशों के लोग आधुनिक समाजों की नई भूमिकाओं और बदले और 'बेहतर' जीवन शैली के साथ 'सहानुभूति' या कल्पनाशील रूप से जुड़ नहीं पाए और इसलिए वे भाग्यवादी, महत्वाकांक्षाहीन और परिवर्तन के प्रति प्रतिकूल बने रहे।

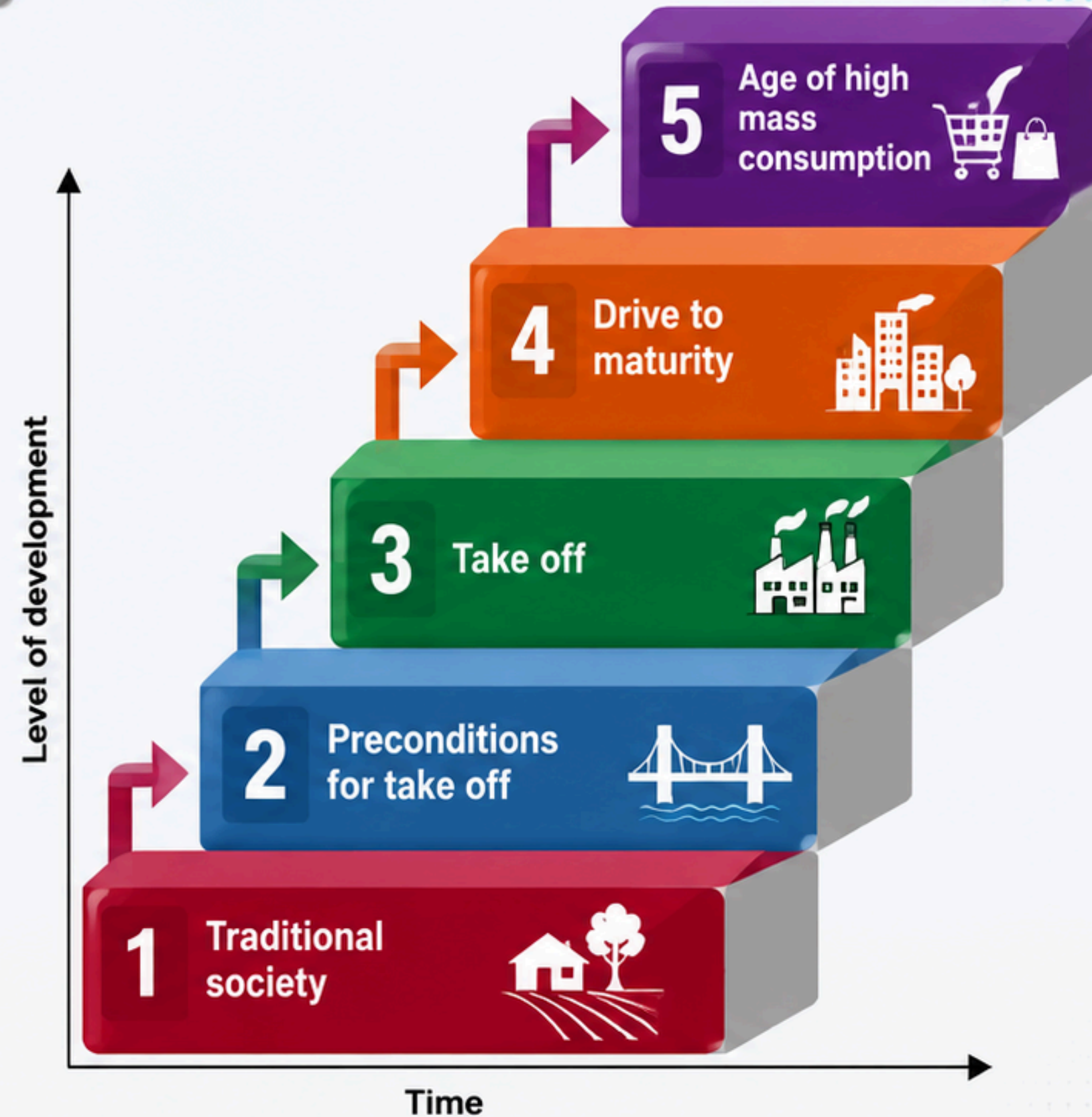


1960: STAGES OF ECONOMIC ROSTOW

1960: आर्थिक विकास के चरण (रॉस्टो मॉडल)

- Rostow outlines a five-stage model of economic development :
रॉस्टो ने आर्थिक विकास का पाँच-चरणीय मॉडल प्रस्तुत किया:

-  **1 Traditional Society** – Agriculture-based, limited technology, and static economy.
परंपरागत समाज – कृषि-आधारित, सीमित तकनीक, और स्थिर अर्थव्यवस्था।
-  **2 Preconditions for Take-Off** – Introduction of infrastructure, trade expansion, and emerging industrialization.
उड़ान के पूर्व शर्तें – आधारभूत संरचना का परिचय, व्यापार विस्तार, और उभरती औद्योगीकरण प्रक्रिया।
-  **3 Take-Off** – Rapid industrial growth, investment increase, and urbanization.
उड़ान – तीव्र औद्योगिक वृद्धि, निवेश में वृद्धि, और शहरीकरण।
-  **4 Drive to Maturity** – Diversification of industries, technological advancements, and rising living standards.
परिपक्वता की ओर अग्रसर – उद्योगों में विविधता, तकनीकी प्रगति, और बढ़ते जीवन स्तर।
-  **5 Age of High Mass Consumption** – A fully developed economy with a strong service sector and high consumer demand.
उच्च बड़े पैमाने पर उपभोग का युग – एक पूर्ण विकसित अर्थव्यवस्था जिसमें मजबूत सेवा क्षेत्र और उच्च उपभोक्ता माँग होती है।



IMPORTANT WORKS TIMELINE / महत्वपूर्ण कृतियाँ टाइमलाइन

1960



The Effects Of Mass Communication 1960's

जन संचार के प्रभाव
1960 का दशक

Joseph T. Klapper argued that mass media has limited direct effects on audiences and mainly reinforces existing beliefs.

जोसेफ टी. क्लैपर ने तर्क दिया कि जन संचार का दर्शकों पर सीमित प्रत्यक्ष प्रभाव होता है और यह मुख्यतः मौजूदा मान्यताओं को मजबूत करता है।



1961

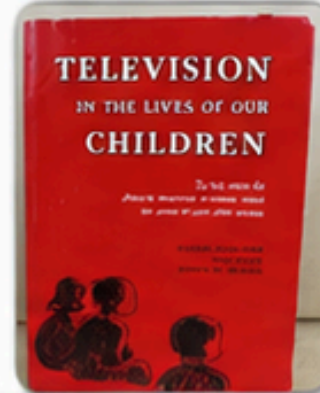


Television in the lives of our children 1961

हमारे बच्चों के जीवन में
टेलीविजन 1961

Wilbur Schramm studied the impact of television on children, finding that its effects depend on individual differences, family environment, and content quality.

विलबर श्रैम ने बच्चों पर टेलीविजन के प्रभाव का अध्ययन किया और पाया कि इसके प्रभाव व्यक्तिगत भिन्नताओं, पारिवारिक वातावरण और सामग्री की गुणवत्ता पर निर्भर करते हैं।



1962



Guttenberg Galaxy: the making of typographic man 1962

गुटेनबर्ग गैलैक्सी: द मेकिंग ऑफ
टाइपोग्राफिक मैन 1962

Marshall McLuhan explores how the printing press revolutionized communication, shaping human thought and culture.

मार्शल मैक्लूहान बताते हैं कि प्रिंटिंग प्रेस ने संचार में क्रांति कैसे लाई और मानव विचार और संस्कृति को आकार दिया।



1962



Diffusion of Innovation 1962

नवाचार का प्रसार 1962

Everett Rogers explains how new ideas, technologies, and practices spread within societies.

एवरेट रॉजर्स बताते हैं कि नए विचार, प्रौद्योगिकियों और व्यवहार समाजों के भीतर कैसे फैलते हैं।



JRF Media Academy by Rohit



1960: The Effects Of Mass Communication

1960: जन संचार के प्रभाव



Key Findings मुख्य निष्कर्ष

1



Limited Effects Theory – Mass media primarily reinforces existing attitudes rather than directly changing opinions.

सीमित प्रभाव सिद्धांत – जन मीडिया मुख्य रूप से मौजूदा दृष्टिकोणों को मजबूत करता है, न कि सीधे राय बदलता है।

2



Role of Social Factors – Personal influence, family, and social networks shape how media messages are received and interpreted.

सामाजिक कारकों की भूमिका – व्यक्तिगत प्रभाव, परिवार और सामाजिक नेटवर्क यह निर्धारित करते हैं कि मीडिया संदेशों को कैसे प्राप्त और समझा जाता है।

3



Selective Exposure – People seek out media that aligns with their beliefs, reducing the likelihood of persuasion.

चयनात्मक संपर्क – लोग अपनी मान्यताओं के अनुरूप मीडिया की खोज करते हैं, जिससे प्रभावित होने की संभावना कम हो जाती है।

4



Media as a Contributor, Not a Cause – Media works alongside existing social and psychological factors rather than acting as the sole driver of change.

मीडिया एक योगदानकर्ता, कारण नहीं – मीडिया मौजूदा सामाजिक और मनोवैज्ञानिक कारकों के साथ मिलकर काम करता है, न कि बदलाव का एकमात्र चालक बनता है।



JRF Media Academy by Rohit



Marshall McLuhan

1911-1980

A Canadian literary scholar
एक कनाडाई साहित्यिक विद्वान



He had a profound understanding of electronic media and their impact on both culture and society.

उन्हें इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और उनके संस्कृति तथा समाज पर प्रभाव की गहरी समझ थी।



McLuhan was a technological determinist.

मैकलुहान एक तकनीकी नियतिवादी थे।



His most influential writing was done in the 1960s when cultural studies emerged as a serious challenge to limited-effects perspectives on media.

उनका सबसे प्रभावशाली लेखन 1960 के दशक में हुआ जब सांस्कृतिक अध्ययन मीडिया के सीमित-प्रभाव दृष्टिकोण के लिए एक गंभीर चुनौती के रूप में उभरा।



His ideas were profound and prophetic.

उनके विचार गहन और दूरदर्शी थे।

The work's of Marshall McLuhan

The work's of Marshall McLuhan मार्शल मैक्लुहान की प्रमुख कृतियाँ

मार्शल मैक्लुहान की प्रमुख कृतियाँ

Important Books प्रमुख पुस्तकें



1952: The Mechanical Bride:
Folklore of Industrial Man.



1960: Explorations in Communication



1962: The Gutenberg Galaxy:
The Making of Typographic Man



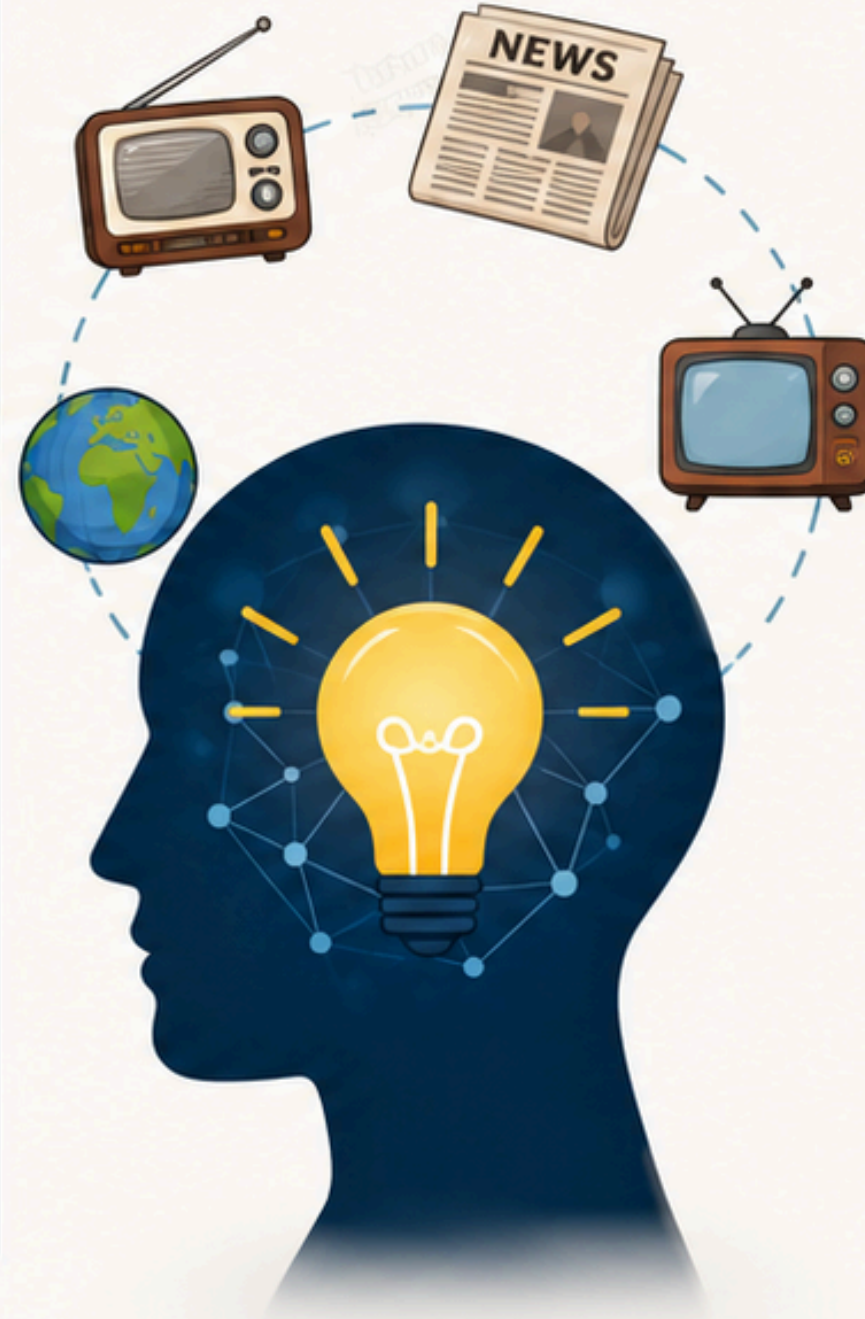
1964: Understanding Media:
The Extensions of Man



1967: The Medium is the Massage:
An Inventory of Effects



1968: War and Peace in the Global Village



1

The Mechanical Bride: Folklore of
Industrial Man (1951)

2

The Gutenberg Galaxy: The Making of
Typographic Man (1962)

3

Understanding Media: The Extensions
of Man (1964)

4

The Medium Is the Massage: An
Inventory of Effects (1967)

5

War and Peace in the Global Village (1968)

6

From Cliché to Archetype (1970)



JRF Media Academy by Rohit



Key Findings / मुख्य निष्कर्ष



- **Innovation Adoption Process** – New ideas spread through five stages: knowledge, persuasion, decision, implementation, and confirmation.

नवाचार अपनाने की प्रक्रिया – नए विचार पाँच चरणों से गुजरते हैं: ज्ञान, मनन, निर्णय, क्रियान्वयन और पुष्टि।



- **Adopter Categories** – Society is divided into innovators, early adopters, early majority, late majority, and laggards, based on how quickly they embrace change.

अपनाने वालों की श्रेणियाँ – समाज को नवप्रवर्तक, प्रारंभिक अपनाने वाले, प्रारंभिक बहुसंख्यक, अंतिम बहुसंख्यक और पिछड़े रहने वालों में बाँटा गया है, यह इस आधार पर कि वे परिवर्तन को कितनी जल्दी अपनाते हैं।



- **Role of Social Influence** – Opinion leaders, peers, and communication channels affect the speed and success of adoption.

सामाजिक प्रभाव की भूमिका – मत नेता, सहकर्मी और संचार माध्यम अपनाने की गति और सफलता को प्रभावित करते हैं।

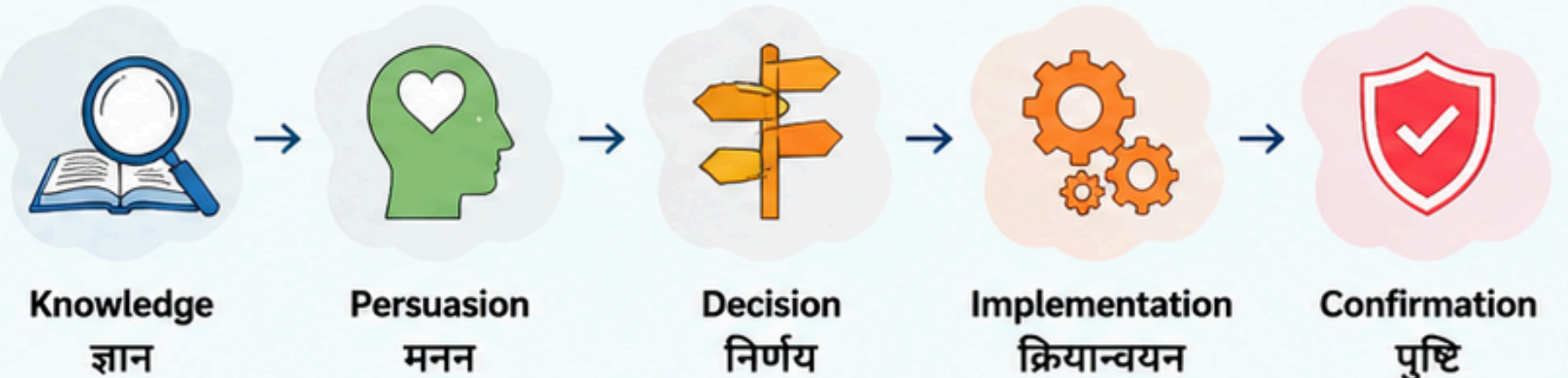
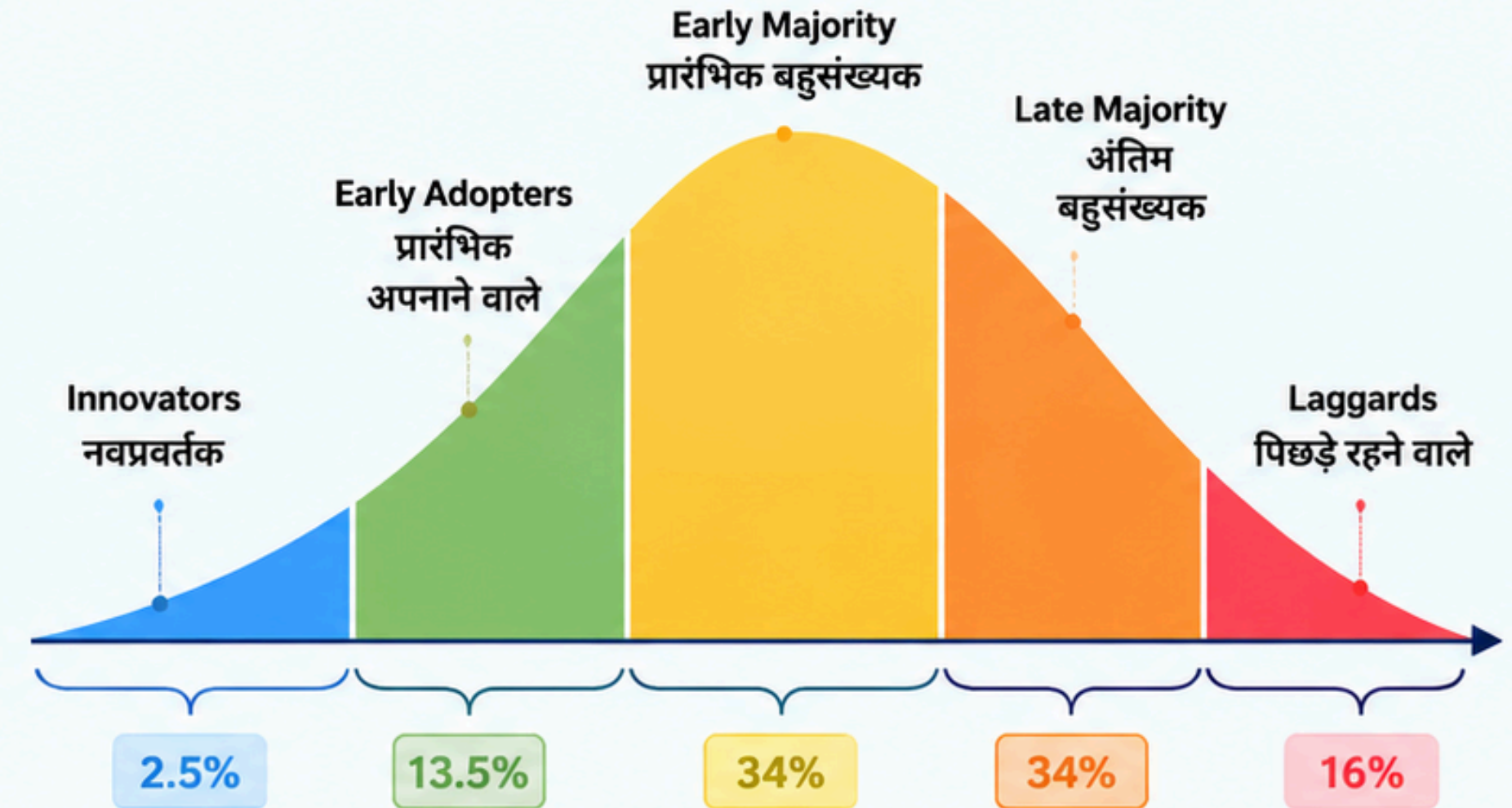


- **Rate of Adoption Factors** – Adoption depends on relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability of the innovation.

अपनाने की दर के कारक – अपनाने की प्रक्रिया नवाचार के सापेक्ष लाभ, अनुकूलता, जटिलता, परीक्षणयोग्यता और दृश्यमानता पर निर्भर करती है।

Innovation Adoption Categories

नवाचार अपनाने की श्रेणियाँ



The work's of Marshall McLuhan

मार्शल मैक्लुहान की प्रमुख कृतियाँ

Important Books प्रमुख पुस्तकें



The work's of Marshall McLuhan मार्शल मैक्लुहान की प्रमुख कृतियाँ



1952 : The Mechanical Bride:
Folklore of Industrial Man.

1952 : द मैकेनिकल ब्राइड: फोकलोर ऑफ इंडस्ट्रियल मैन।



1960: Explorations in Communication

1960: एक्सप्लोरेशन्स इन कम्युनिकेशन



1962: The Guttenberg Galaxy:
The Making of Typographic Man

1962: द गुट्टेनबर्ग गैलेक्सी: त लार्किंग ऑफ टाइपोग्राफिक मैन



1964: Understanding Media:
The Extentions of Man

1964: अंडरस्टैंडिंग मीडिया: त एक्सटेंशन्स ऑफ मैन



1967: The Medium is the Massage:
An Inventory of Effects

1967: द मीडियम इज़ द मैसेज: एन इन्वेंटरी ऑफ इफेक्ट्स



1968: War and Peace in the Global Village

1968: वॉर एंड पीस इन द ग्लोबल विलेज



1

The Mechanical Bride: Folklore of
Industrial Man (1951)

द मैकेनिकल ब्राइड: फोकलोर ऑफ इंडस्ट्रियल मैन (1951)

2

The Gutenberg Galaxy: The Making of
Typographic Man (1962)

द गुट्टेनबर्ग गैलेक्सी: त मेकिंग ऑफ टाइपोग्राफिक मैन (1962)

3

Understanding Media: The Extensions
of Man (1964)

अंडरस्टैंडिंग मीडिया: त एक्सटेंशन्स ऑफ मैन (1964)

4

The Medium Is the Massage: An
Inventory of Effects (1967)

द मीडियम इज़ द मैसेज: एन इन्वेंटरी ऑफ इफेक्ट्स (1967)

5

War and Peace in the Global Village (1968)

वॉर एंड पीस इन द ग्लोबल विलेज (1968)

6

From Cliché to Archetype (1970)

फ्रॉम क्लिके टू आर्केटाइप (1970)



JRF Media Academy by Rohit





1963



The psychology of Mass Communication

जन संचार का मनोविज्ञान

Gerhard Maletzke explores how psychological factors influence mass communication, focusing on the interaction between media, message, and audience perception.

गेरहार्ड मैलेट्ज़के यह बताते हैं कि मनोवैज्ञानिक कारक जन संचार को कैसे प्रभावित करते हैं, विशेष रूप से मीडिया, संदेश और दर्शकों की धारणा के बीच की अंतर्क्रिया पर।



1964

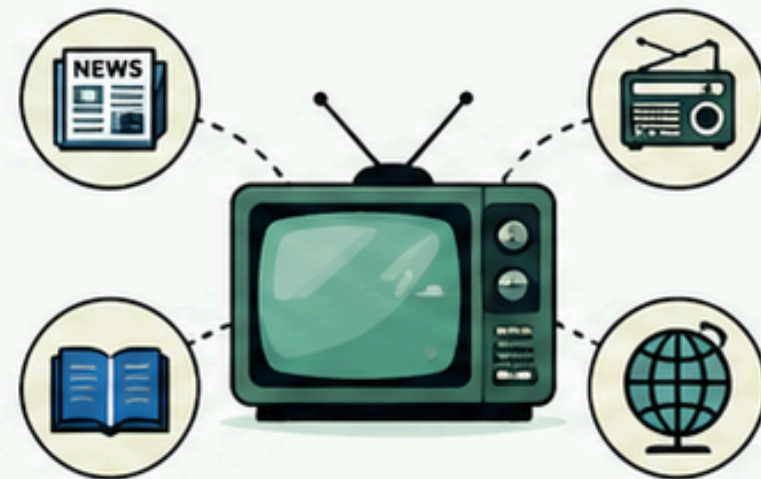


Understanding Media: Extension of Man

मीडिया को समझना: मनुष्य का विस्तार

McLuhan explores how different media shape human perception and society, introducing the famous phrase "the medium is the message."

मैकलुहान बताते हैं कि विभिन्न मीडिया मानव धारणा और समाज को कैसे आकार देते हैं, और प्रसिद्ध वाक्यांश "माध्यम ही संदेश है।" प्रस्तुत करते हैं।



1964



One Dimensional man

एक आयामी मनुष्य

Herbert Marcuse critiques advanced industrial society for creating a culture of conformity and passive consumption, limiting critical thinking and dissent.

हर्बर्ट मार्क्यूज़ उन्नत औद्योगिक समाज की आलोचना करते हैं, जो अनुरूपता और निष्क्रिय उपभोग की संस्कृति बनाता है, जिससे आलोचनात्मक सोच और असहमति सीमित हो जाती है।



1966



Theories of Mass communication

जन संचार के सिद्धांत

This work by Melvin DeFleur & Sandra Ball-Rokeach examines how mass media influences society, outlining key communication theories like the hypodermic needle model, two-step flow, uses and gratifications, and agenda-setting.

यह कार्य मेल्विन डीफ्लूर और सैंड्रा बॉल-रोकीच द्वारा यह बताता है कि जन मीडिया समाज को कैसे प्रभावित करता है, और हाइपोडर्मिक नीडल मॉडल, दो-चरण प्रवाह, उपयोग तथा संतुष्टियों, और एजेंडा-सेटिंग जैसे प्रमुख संचार सिद्धांतों को प्रस्तुत करता है।



1960: The Effects Of Mass Communication

1960: जनसंचार के प्रभाव



- 1 Media-Audience Interaction –** Mass communication is influenced by the relationship between the sender, message, and audience, shaping how media is received and interpreted.

मीडिया-दर्शक अंतःक्रिया – जनसंचार प्रेषक, संदेश और दर्शक के बीच संबंध से प्रभावित होता है, जो इस बात को आकार देता है कि मीडिया को कैसे प्राप्त और व्याख्यायित किया जाता है।



- 2 Selective Perception –** Individuals filter media messages based on personal experiences, attitudes, and social context, leading to different interpretations.

चयनात्मक धारणा – व्यक्ति व्यक्तित्व अनुभवों, दृष्टिकोणों और सामाजिक संदर्भ के आधार पर मीडिया संदेशों को फिल्टर करते हैं, जिससे अलग-अलग व्याख्याएं होती हैं।



- 3 Psychological & Social Influence –** Media effects are shaped by both psychological traits (like emotions and cognition) and social factors (such as peer influence and cultural norms).

मनोवैज्ञानिक और सामाजिक प्रभाव – मीडिया प्रभाव मनोवैज्ञानिक गुणों (जैसे भावनाएं और संज्ञान) और सामाजिक कारकों (जैसे साथी प्रभाव और सांस्कृतिक मानदंडों) दोनों से आकार लेते हैं।

1966: Theories of Mass communication

1966: जनसंचार के सिद्धांत



- 1 Media Influence Varies –** Different theories explain how media affects audiences, from direct, powerful effects (Hypodermic Needle Model) to limited, indirect influences (Two-Step Flow, Uses and Gratifications).

मीडिया प्रभाव भिन्न होता है – विभिन्न सिद्धांत बताते हैं कि मीडिया दर्शकों को कैसे प्रभावित करता है, प्रत्यक्ष, शक्तिशाली प्रभावों (हाइपोडर्मिक नीडल मॉडल) से लेकर सीमित, अप्रत्यक्ष प्रभावों (टू-स्टेप फ्लो, उपयोग और संतुष्टि) तक।



- 2 Audience as Active or Passive –** Some theories view audiences as passive recipients of media messages, while others see them as active participants who interpret content based on needs and experiences.

दर्शक सक्रिय या निष्क्रिय – कुछ सिद्धांत दर्शकों को मीडिया संदेशों के निष्क्रिय प्राप्तकर्ता मानते हैं, जबकि अन्य उन्हें सक्रिय प्रतिभागी के रूप में देखते हैं जो अपनी आवश्यकताओं और अनुभवों के आधार पर सामग्री की व्याख्या करते हैं।



- 3 Media Shapes Society –** The book explores how media reinforces social norms, sets agendas, and influences public opinion, playing a key role in communication research.

मीडिया समाज को आकार देता है – यह पुस्तक बताती है कि मीडिया सामाजिक मानदंडों को कैसे मजबूत करता है, एजेंडे निर्धारित करता है और सार्वजनिक राय को प्रभावित करता है, जो संचार अनुसंधान में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।





1966

Mass Entertainment जन मनोरंजन



Harold Mendelsohn argues that mass media serves as a form of relaxation and escapism, helping audiences cope with daily stress.

हेराल्ड मेंडेलसोहन का तर्क है कि जन माध्यम आराम और पलायन का एक रूप प्रदान करते हैं, जो दर्शकों को दैनिक तनाव से निपटने में मदद करते हैं।

1967

The Medium Is the Message माध्यम ही संदेश है

Marshall McLuhan's more accessible, visually experimental follow-up to Understanding Media, emphasizing the immersive power of media environments.

मार्शल मैकलुहान की 'अंडरस्टैंडिंग मीडिया' का अधिक सुलभ, दृश्यात्मक और प्रयोगात्मक अनुवर्ती कृति, जो मीडिया वातावरण की डूबो देने वाली शक्ति पर जोर देती है।



1967

Society of the Spectacle दृश्य का समाज



Guy Debord Critiqued how modern society is dominated by "spectacles," commodified images that mediate social life.

गय डेबोर्ड ने आलोचना की कि आधुनिक समाज "दृश्यों" द्वारा नियंत्रित है, जो वाणिज्यिक छवियों हैं जो सामाजिक जीवन को मध्यस्थता करती हैं।

Agenda-Setting Theory एजेंडा-सेटिंग सिद्धांत

It was published in a 1972 edition of Public Opinion Quarterly.

The concept of agenda setting was launched by McCombs and Shaw during the 1968 presidential election in Chapel Hill, North Carolina.



1972

Agenda Setting Theory

एजेंडा सेटिंग सिद्धांत



Developed by **Maxwell McCombs** and **Donald Shaw** in a study on the 1968 presidential election, it was published in 1972

मैक्सवेल मैकॉम्ब्स और डोनाल्ड शॉ द्वारा 1968 के राष्ट्रपति चुनाव पर किए गए अध्ययन में विकसित, इसे 1972 में प्रकाशित किया गया था



According to the theory, the media holds the power to shape and influence public opinion.

इस सिद्धांत के अनुसार, मीडिया में जनमत को आकार देने और उसे प्रभावित करने की शक्ति होती है।



It determines which topics should receive attention as well as how the narrative around it should be formed

यह तय करता है कि किन विषयों को ध्यान देना चाहिए तथा उनके आसपास की कहानी कैसे तैयार की जानी चाहिए।



JRF Media Academy by Rohit





1973

Encoding and Decoding in the Television Discourse

टेलीविजन डिस्कोर्स में एन्कोडिंग और डिकोडिंग

explores how media messages are shaped ("encoded") by producers and subsequently interpreted ("decoded") by audiences based on social, cultural, and individual contexts.

यह अध्ययन इस बात की पड़ताल करता है कि मीडिया संदेशों को निर्माता कैसे "एन्कोड" करते हैं और दर्शक उन्हें सामाजिक, सांस्कृतिक और व्यक्तिगत संदर्भों के आधार पर कैसे "डिकोड" करते हैं।



1973

Men Media and message

मीडिया, मनुष्य और संदेश

This work explores the role of media in shaping human communication, focusing on how messages are created, transmitted, and interpreted.

यह अध्ययन मीडिया की भूमिका की पड़ताल करता है कि यह मानव संचार को कैसे आकार देता है, विशेष रूप से संदेशों के निर्माण, संप्रेषण और व्याख्या की प्रक्रिया पर।



1973

The Manufacture of News

समाचार का निर्माण

This book by Cohen & Young explores how news is socially constructed, shaped by journalistic routines, media institutions, and societal power structures.

यह पुस्तक (कोहेन और यंग द्वारा) जांच करती है कि समाचार सामाजिक रूप से कैसे निर्मित किया जाता है, पत्रकारीय दिनचर्या, मीडिया संस्थानों और सामाजिक शक्ति संरचनाओं द्वारा कैसे आकार लिया जाता है।



1974

The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research

जन संचार के उपयोग: संतुष्टि अनुसंधान पर वर्तमान दृष्टिकोण

This work by Jay Blumer, Elihu Katz and Jane Trowbridge expands on the Uses and Gratifications Theory, examining how audiences actively choose media to satisfy personal needs like information, entertainment, social connection, and escapism.

यह अध्ययन (जय ब्लूमर, इलिहू काटज और जेन ट्रोब्रिज द्वारा) उपयोग और संतुष्टि सिद्धांत का विस्तार करता है, यह बताते हुए कि दर्शक जानकारी, मनोरंजन, सामाजिक जुड़ाव और पलायन जैसी व्यक्तिगत आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए सक्रिय रूप से मीडिया चुनते हैं।





Stuart Hall

स्टुअर्ट हॉल



- Stuart Hall was a British Marxist sociologist, cultural theorist, and political activist, born in Jamaica. स्टुअर्ट हॉल एक ब्रिटिश मार्क्सवादी समाजशास्त्री, सांस्कृतिक सिद्धांतकार और राजनीतिक कार्यकर्ता थे, जन्म जमैका में हुआ था।



- He was one of the pioneers of **British Cultural Studies**, along with Richard Hoggart and Raymond Williams, and his work was central to the development of the **Birmingham School of Cultural Studies**.

वह रिचर्ड हॉगार्ट और रेमंड विलियम्स के साथ ब्रिटिश सांस्कृतिक अध्ययन के अग्रदूतों में से एक थे, और उनका कार्य बर्मिंघम स्कूल ऑफ कल्चरल स्टडीज के विकास के लिए केंद्रीय था।



- Additionally, he played a crucial role in the founding of the renowned journal, **New Left Review**.

इसके अतिरिक्त, उन्होंने प्रतिष्ठित पत्रिका, न्यू लेफ्ट रिव्यू की स्थापना में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।



Stuart Hall

स्टुअर्ट हॉल



- In Hall's work, he delves into issues of **hegemony and cultural studies**, offering a post-Gramscian viewpoint. हॉल के कार्य में, वह हेगोमोनी और सांस्कृतिक अध्ययन के मुद्दों पर गहराई से चर्चा करते हैं, जो एक पोस्ट-ग्रामशियन दृष्टिकोण प्रस्तुत करता है।



- He posits that language use is entrenched within a framework of **power, institutions, and politics/economics**. वह मानते हैं कि भाषा का उपयोग शक्ति, संस्थानों और राजनीति/अर्थव्यवस्था के ढांचे में गहराई से निहित है।



- This perspective positions individuals as both **producers** and **consumers of culture**. (In Gramscian theory, hegemony refers to the socio-cultural production of consent and coercion .) यह दृष्टिकोण व्यक्तियों को संस्कृति के निर्माता और उपभोक्ता दोनों के रूप में स्थापित करता है। (ग्रामशियन सिद्धांत में, हेगोमोनी सहमति और दबाव के समाज-सांस्कृतिक उत्पादन को संदर्भित करती है।)



- For Hall, culture was not just a subject to study or appreciate, but a **critical site of social action and intervention**, where power relations are both established and potentially disrupted.

हॉल के लिए, संस्कृति केवल अध्ययन या सराहना का विषय नहीं थी, बल्कि सामाजिक कार्रवाई और हस्तक्षेप का एक महत्वपूर्ण स्थल थी, जहाँ शक्ति संबंध स्थापित भी होते हैं और संभावित रूप से चुनौती भी दिए जा सकते हैं।





Reception Theory (1973) रिसेप्शन थ्योरी (1973)



- **Stuart Hall** first developed it in his 1973 essay 'Encoding and Decoding in the Television Discourse'.
स्टुअर्ट हॉल ने इसे अपने 1973 के निबंध 'Encoding and Decoding in the Television Discourse' में पहली बार विकसित किया था।



- **Reception theory** is a literary theory that focuses on the reader's interpretation of a text while making sense of its meaning.

रिसेप्शन थ्योरी एक साहित्यिक सिद्धांत है जो पाठ के अर्थ को समझने के दौरान पाठक की व्याख्या पर केंद्रित होता है।



- It emphasizes the significance of each reader's reception in the process.
यह प्रक्रिया में प्रत्येक पाठक की ग्रहणशीलता के महत्त्व पर जोर देता है।



- This approach is called the encoding/decoding model of communication
इस दृष्टिकोण को संप्रेषण के एन्कोडिंग/डीकोडिंग मॉडल के रूप में जाना जाता है



- It is a form of textual analysis that focuses on the scope of negotiation and opposition by the audience.
यह पाठ विश्लेषण का एक रूप है जो दर्शकों द्वारा बातचीत और विरोध के दायरे पर केंद्रित होता है।



- **Umberto Eco** coined the term aberrant decoding to describe the case when the reader's interpretation differs from what the artist intended
उमबर्टो इको ने 'aberrant decoding' शब्द गढ़ा, जिसका उपयोग उस स्थिति के लिए किया जाता है जब पाठक की व्याख्या कलाकार के इरादे से भिन्न होती है।

Encoding and Decoding Model/Theory एन्कोडिंग और डिकोडिंग मॉडल/थ्योरी



- The encoding/decoding model of communication was first developed by cultural studies scholar **Stuart Hall** in 1973.
संप्रेषण के एन्कोडिंग/डीकोडिंग मॉडल को सांस्कृतिक अध्ययन के विद्वान स्टुअर्ट हॉल ने 1973 में विकसित किया था।
- It offers a theoretical approach of how media messages are produced, disseminated, and interpreted
यह मीडिया संदेशों के निर्माण, प्रसार और व्याख्या की एक सद्धांतिक दृष्टि प्रदान करता है।
- It suggests that the audience can actively decode messages based on their social contexts and ability to bring about change through collective action.
यह सुझाव देता है कि दर्शक अपने सामाजिक संदर्भों और सामूहिक कार्रवाई के माध्यम से परिवर्तन लाने की क्षमता के आधार पर संदेशों को सक्रिय रूप से डिकोड कर सकते हैं।



Encoding | एन्कोडिंग



- The encoding of a message involves creating a system of coded meanings, and the sender must have an understanding of how the audience will comprehend the message.
किसी संदेश का एन्कोडिंग करने में कोडित अर्थों की एक प्रणाली बनाना शामिल है, और प्रेषक को यह समझ होना चाहिए कि दर्शक संदेश को कैसे समझेंगे।

Decoding | डिकोडिंग



- The decoding of a message is how an audience member is able to understand, and interpret the message. It is a process of interpretation and translation of coded information into a comprehensible form
किसी संदेश का डिकोडिंग करना वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा दर्शक संदेश को समझता और उसकी व्याख्या करता है। यह कोडित जानकारी की व्याख्या और अनुवाद को एक समझने योग्य रूप में बदलने की प्रक्रिया है।



Encoding and Decoding Model/Theory एन्कोडिंग और डिकोडिंग मॉडल/थ्योरी



Stuart Hall suggests that audience members interpret media texts in one of three ways: dominant (preferred), oppositional, or negotiated.

स्टुअर्ट हॉल का कहना है कि दर्शक मीडिया पाठों की व्याख्या तीन तरीकों में से एक में करते हैं: प्रमुख (पसंदीदा), विरोधात्मक, या समझौतावादी।



Dominant, or Preferred Reading -
how the producer wants the audience to view the media text.

प्रमुख या पसंदीदा पठन -
जैसा कि निर्माता चाहता है कि दर्शक मीडिया पाठ को देखें।



Oppositional Reading -
when the audience rejects the preferred reading, and creates their own meaning for the text.

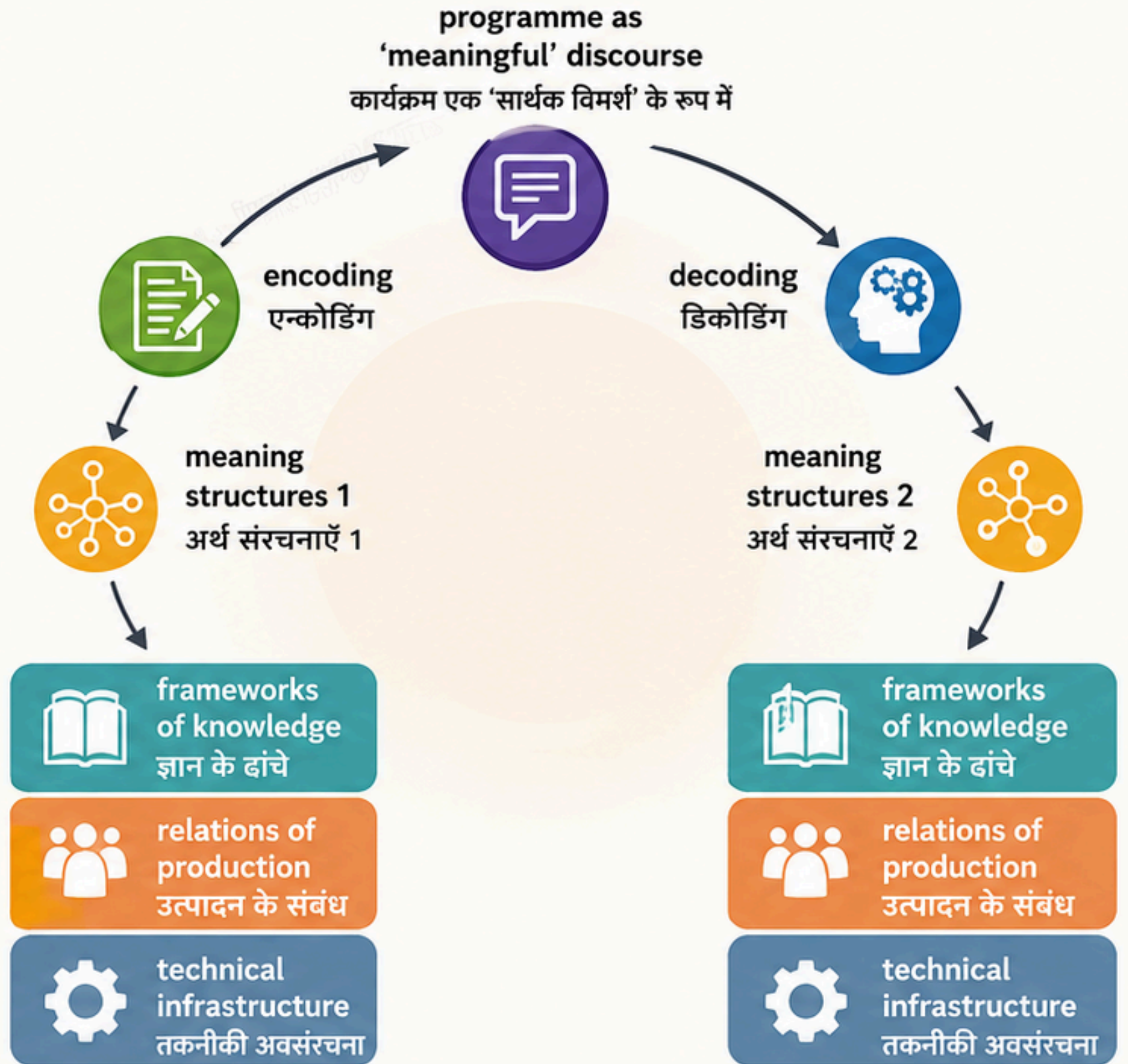
विरोधात्मक पठन -
जब दर्शक पसंदीदा पठन को अस्वीकार करता है और पाठ के लिए अपना अर्थ बनाता है।



Negotiated Reading -
a compromise between the dominant and oppositional readings, where the audience accepts parts of the producer's views, but has their own views on parts as well.

समझौतावादी पठन -
प्रमुख और विरोधात्मक पठन के बीच एक समझौता, जहाँ दर्शक निर्माता के विचारों के कुछ हिस्सों को स्वीकार करता है, लेकिन कुछ हिस्सों पर अपने विचार भी रखता है।

Encoding and Decoding Model/Theory एन्कोडिंग और डिकोडिंग मॉडल/थ्योरी





Users and Gratifications Theory (1974) उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत (1974)



- The theory suggests that people use the media for their own need and get satisfied when their needs are fulfilled
यह सिद्धांत सुझाव देता है कि लोग मीडिया का उपयोग अपनी आवश्यकता के अनुसार करते हैं और जब उनकी आवश्यकताएँ पूरी हो जाती हैं तब वे संतुष्ट होते हैं।
- The UGT theory argues that people use the media on their own accord than rather media influencing them.
यूजीटी सिद्धांत का तर्क है कि लोग मीडिया का उपयोग अपनी इच्छा से करते हैं, न कि मीडिया द्वारा प्रभावित होकर।
- This theory is in contradiction to the Magic Bullet theory
यह सिद्धांत मैजिक बुलेट सिद्धांत के विपरीत है।

Users and Gratifications Theory (1974) उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत (1974)

- The theory is attributed to researchers **Jay G. Blumler** and **Elihu Katz**.
यह सिद्धांत शोधकर्ताओं **Jay G. Blumler** और **Elihu Katz** को समर्पित है।
- In 1974, they published "The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research", which painted a complete picture of the Uses and Gratifications Theory.
1974 में, उन्होंने "The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research" प्रकाशित की, जिसने उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत की पूरी तस्वीर प्रस्तुत की।

- Users and Gratification Theory is an extension of **Maslow's Hierarchy of Needs** that argues that people actively look to satisfy their needs based on a hierarchy
उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत, **Maslow's Hierarchy of Needs** का विस्तार है जो तर्क देता है कि लोग एक क्रमबद्ध संरचना के आधार पर अपनी आवश्यकताओं की संतुष्टि के लिए सक्रिय रूप से प्रयास करते हैं।



Maslow's hierarchy of needs
मास्लो की आवश्यकताओं का क्रमबद्ध सिद्धांत



Users and Gratifications Theory (1974)

उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत (1974)



- Early research was concerned with topics such as **children's use of comics** and **the absence of newspapers during a newspaper strike**. An interest in more psychological interpretations emerged during this time period.

प्रारंभिक शोध ऐसे विषयों से संबंधित था जैसे **कॉमिक्स का बच्चों द्वारा उपयोग** और **समाचारपत्र हड़ताल के दौरान समाचारपत्रों की अनुपस्थिति**। इस समय अवधि के दौरान अधिक मनोवैज्ञानिक व्याख्याओं में रुचि उत्पन्न हुई।



- By **1944**, researchers began to look into the earliest forms of uses and gratifications with their work classifying the reasons why people chose specific types of media.

1944 तक, शोधकर्ताओं ने अपने कार्य के साथ उपयोग और संतुष्टियों के सबसे प्रारंभिक रूपों की खोज शुरू की, यह वर्गीकरण करते हुए कि लोग विशिष्ट प्रकार के मीडिया को चुनने के क्या कारण थे।



- It is a **user-centered approach** that focuses on how people use media for their own personal uses and gratification.

यह एक **उपयोगकर्ता-केंद्रित दृष्टिकोण** है जो इस बात पर केंद्रित है कि लोग अपने व्यक्तिगत उपयोग और संतुष्टि के लिए मीडिया का उपयोग कैसे करते हैं।



- This theory emphasizes **motives and the self-perceived needs** of audience members. Blumler and Katz argued that different people could use the same communication message for different purposes. The same media content may gratify different needs for different individuals.

यह सिद्धांत दर्शकों के सदस्यों के **उद्देश्यों और आत्म-धारित आवश्यकताओं** पर जोर देता है। ब्लूमलर और कैटज़ ने तर्क दिया कि अलग-अलग लोग अलग-अलग उद्देश्यों के लिए एक ही संचार संदेश का उपयोग कर सकते हैं। एक ही मीडिया सामग्री अलग-अलग व्यक्तियों की अलग-अलग आवश्यकताओं को संतुष्टि कर सकती है।



Users and Gratifications Theory

उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत



5 assumptions of the theory

सिद्धांत की 5 मान्यताएँ

1

The audience is conceived as active.

दर्शकों को सक्रिय के रूप में परिकल्पित किया जाता है।

2

In the mass communication process, much initiative in linking gratification and media choice lies with the audience member.

जनसंचार प्रक्रिया में, संतुष्टि और मीडिया विकल्प को जोड़ने की पहलकदमी मुख्य रूप से दर्शक सदस्य के पास होती है।

3

The media compete with other sources of satisfaction.

मीडिया संतुष्टि के अन्य स्रोतों के साथ प्रतिस्पर्धा करते हैं।

4

Many of the goals of mass media use can be derived from data supplied by individual audience members themselves.

जन मीडिया उपयोग के कई लक्ष्य स्वयं व्यक्तिगत दर्शक सदस्यों द्वारा प्रदान किए गए डेटा से प्राप्त किए जा सकते हैं।

5

Value judgments about the cultural significance of mass communication should be suspended while audience orientations are explored on their own terms.

जनसंचार के सांस्कृतिक महत्व के बारे में मूल्यांकन को निलंबित कर देना चाहिए, जबकि दर्शकों की अभिविन्यास को उनकी अपनी शर्तों पर खोजा जा रहा हो।

Users and Gratifications Theory

उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत



There are several needs and gratification for people. They are categorized into five needs.
लोगों की कई आवश्यकताएँ और संतुष्टियाँ होती हैं।
इन्हें पाँच आवश्यकताओं में वर्गीकृत किया गया है।



1. Cognitive needs

1. संज्ञानात्मक आवश्यकताएँ



2. Affective needs

2. भावात्मक आवश्यकताएँ



3. Personal Integrative needs (self esteem)

3. व्यक्तिगत एकीकृत आवश्यकताएँ (आत्मसम्मान)



4. Social Integrative needs

4. सामाजिक एकीकृत आवश्यकताएँ



5. Tension free needs (escapism)

5. तनाव मुक्त आवश्यकताएँ (पलायनवाद)



1966: Mass Entertainment

1966: जन मनोरंजन



- **Harold A. Mendelsohn** argues that mass media primarily serves as a source of **entertainment and escapism**, helping people cope with daily stress rather than acting as a tool for manipulation or strong persuasion.

हेरोल्ड ए. मेंडलसोहन का तर्क है कि जन मीडिया मुख्य रूप से मनोरंजन और पलायन का स्रोत है, जो लोगों को दैनिक तनाव से निपटने में मदद करता है, न कि हेरफेर या मजबूत प्रभाव डालने के औजार के रूप में कार्य करता है।



- He challenges theories that emphasize powerful media effects, suggesting instead that media functions as a harmless outlet for **relaxation, social connection, and cultural engagement**.

वे उन सिद्धांतों को चुनौती देते हैं जो शक्तिशाली मीडिया प्रभावों पर जोर देते हैं, और इसके बजाय सुझाव देते हैं कि मीडिया आराम, सामाजिक जुड़ाव और सांस्कृतिक सहभागिता के लिए एक हानिरहित माध्यम के रूप में कार्य करता है।



- His work supports the idea that audiences are **active participants** who use media to **fulfill psychological and emotional needs**.

उनका कार्य इस विचार का समर्थन करता है कि दर्शक सक्रिय प्रतिभागी होते हैं जो मीडिया का उपयोग अपनी मनोवैज्ञानिक और भावनात्मक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए करते हैं।



1974: The Uses of Mass Communications:

Current Perspectives on Gratifications Research

1974: जन संचार के उपयोग: संतुष्टि अनुसंधान पर वर्तमान दृष्टिकोण



- This work expands on the **Uses and Gratifications Theory**, emphasizing that audiences are **active consumers of media**, selecting content based on personal needs and motivations.

यह कार्य उपयोगकर्ता और संतुष्टि सिद्धांत का विस्तार करता है, यह मुख्य रूप से इस बात पर जोर देता है कि दर्शक सक्रिय उपभोक्ता होते हैं, जो व्यक्तिगत आवश्यकताओं और प्रेरणाओं के आधार पर सामग्री का चयन करते हैं।



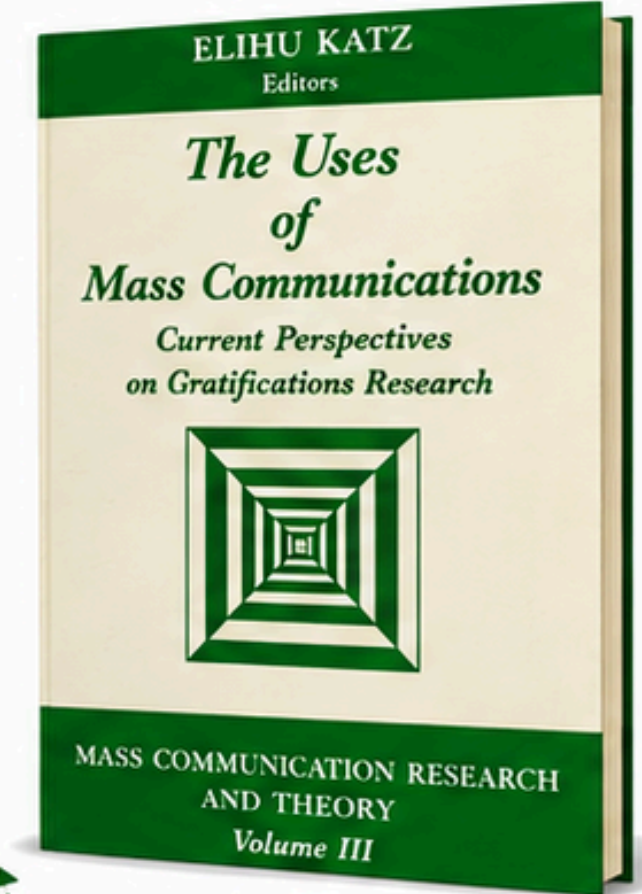
- **Blumler and Katz** explore how media fulfills various functions, such as information-seeking, entertainment, social interaction, and escapism. Rather than being passively influenced by media, individuals use it to **satisfy psychological and social needs**, shaping their own media experiences.

ब्लुमलर और कैटज यह पता लगाते हैं कि मीडिया सूचना-प्राप्ति, मनोरंजन, सामाजिक संवाद और पलायन जैसे विभिन्न कार्यों को कैसे पूरा करता है। मीडिया से निष्क्रिय रूप से प्रभावित होने के बजाय, व्यक्ति अपने मनोवैज्ञानिक और सामाजिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए इसका उपयोग करते हैं, और अपने मीडिया अनुभवों को स्वयं आकार देते हैं।



- This perspective shifted communication research away from media effects models that viewed audiences as **passive recipients**.

इस दृष्टिकोण ने संचार शोध को मीडिया प्रभाव मॉडलों से दूर किया, जो दर्शकों को निष्क्रिय प्राप्तकर्ता के रूप में देखते थे।



ELIHU KATZ



JAY G. BLUMLER



1974



From Reverence to Rape: The Treatment of Women in the Movies

Haskell critically examines the portrayal of women in Hollywood films, tracing how female characters evolved from strong, independent figures to passive, stereotyped roles.

फ्रॉम रेवरेंस टू रेप: द ट्रीटमेंट ऑफ वीमेन इन द मूवीज

हैस्कल हॉलीवुड फिल्मों में महिलाओं के चित्रण की आलोचनात्मक जांच करती है, यह पता लगाते हुए कि महिला पात्र कैसे सजबूत, स्वतंत्र व्यक्तित्व से निष्क्रिय, रूढ़िवादी भूमिकाओं में विकसित हुए।

1974



TV: The Most Popular Art

Horace Newcomb explores television as a legitimate art form, analyzing its storytelling, cultural impact, and influence on society.

टीवी: द मोस्ट पॉपुलर आर्ट

होरस न्यूकॉम्ब टेलीविजन को एक वैध कला रूप के रूप में देखते हैं, जो इसकी कहानी कहने की शैली, सांस्कृतिक प्रभाव और समाज पर इसके प्रभाव का विश्लेषण करते हैं।

1975



Visual Pleasures and Film Narratives

Laura Mulvey introduces the concept of the male gaze, arguing that classical Hollywood films are structured around a male-centered perspective, objectifying women for male pleasure.

विजुअल प्लेजर्स एंड फिल्म नैरेटिव्स

लॉरा मुलवे 'मेल गेज' की अवधारणा परिचित करती हैं, यह तर्क देते हुए कि क्लासिकल हॉलीवुड फिल्मों में पुरुष-केंद्रित दृष्टिकोण के इर्द-गिर्द संरचित होती हैं, जो पुरुषों के आनंद के लिए महिलाओं को वस्तु के रूप में प्रस्तुत करती हैं।

1975



Resistance Through Rituals

A seminal collection that explores the symbolic and stylistic practices of youth subcultures, analyzing how they resist dominant societal norms.

रेजिस्टेंस थू रिचुअल्स

एक महत्वपूर्ण संग्रह जो युवा उपसंस्कृतियों की प्रतीकात्मक और शैलीगत प्रथाओं की पड़ताल करता है, यह विश्लेषण करते हुए कि वे प्रभुत्वशाली सामाजिक मानदंडों का किस प्रकार प्रतिकार करती हैं।



1974: From Reverence to Rape: The Treatment of Women in the Movies

1974: फ्रॉम रेवरेन्स टू रेप: द ट्रीटमेंट ऑफ वुमेन इन द मूवीज़



Evolution of Female Roles –

महिला भूमिकाओं का विकास –

Hollywood films transitioned from portraying strong, independent women to more passive and stereotyped characters.

हॉलीवुड फिल्मों ने मजबूत, स्वतंत्र महिलाओं को दर्शाने से हटकर अधिक निष्क्रिय और रूढ़िवादी पात्रों की ओर रुख किया।



Impact of Patriarchy – पितृसत्ता का प्रभाव –

Cinema reflects and reinforces societal gender norms, often catering to male-dominated perspectives.

सिनेमा सामाजिक लैंगिक मानदंडों को दर्शाता है और मजबूत करता है, जो अक्सर पुरुष-प्रधान दृष्टिकोण को प्राथमिकता देता है।



The Madonna-Whore Complex – मेडोना-वेश्या कॉम्प्लेक्स –

Women in films are frequently reduced to extremes, either as virtuous and pure or overly sexualized figures. फिल्मों में महिलाओं को अक्सर दो चरम सीमाओं में सीमित कर दिया जाता है, या तो वे अत्यंत पवित्र और आदर्श होती हैं या अतिरेजित यौनिक छवि के रूप में।



Influence of Feminism – नारीवाद का प्रभाव –

Haskell's analysis is deeply tied to the feminist movement, calling for stronger, more complex female representation in media.

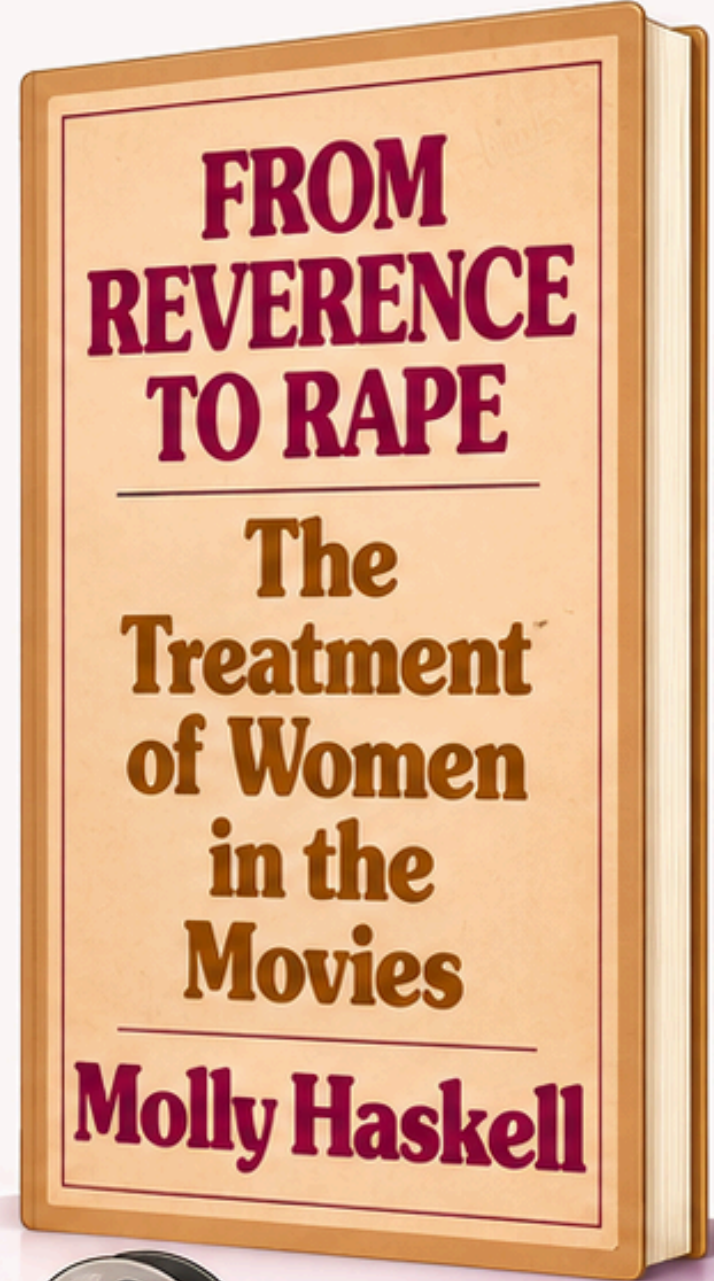
हैस्कल का विश्लेषण नारीवादी आंदोलन से गहराई से जुड़ा है, जो मीडिया में महिलाओं के अधिक मजबूत और जटिल चित्रण की वकालत करता है।



Hollywood's Shifting Trends – हॉलीवुड के बदलते रुझान –

The book traces how different historical periods and social changes influenced the way women were depicted on screen.

यह पुस्तक विभिन्न ऐतिहासिक अवधियों और सामाजिक परिवर्तनों ने पर्दे पर महिलाओं के चित्रण को कैसे प्रभावित किया, इसे दर्शाती है।



Visual Pleasure and Narrative Cinema

विजुअल प्लेजर और नैरेटिव सिनेमा



- Laura Mulvey's seminal essay "**Visual Pleasure and Narrative Cinema**," published in 1975, is a cornerstone of feminist film theory.

लॉरा मुलवे का महत्वपूर्ण निबंध "**Visual Pleasure and Narrative Cinema**," जो 1975 में प्रकाशित हुआ, नारीवादी फिल्म सिद्धांत की आधारशिला है।



- In this work, Mulvey uses **psychoanalysis** to explore how mainstream Hollywood cinema reflects and perpetuates patriarchal structures, particularly through its portrayal of women.

इस कार्य में, मुलवे मनोविश्लेषण का उपयोग करके यह विश्लेषण करती हैं कि मुख्यधारा का हॉलीवुड सिनेमा पितृसत्तात्मक संरचनाओं को कैसे दर्शाता है और उन्हें कैसे कायम रखता है, विशेष रूप से महिलाओं के चित्रण के माध्यम से।

Laura Mulvey



1978 : Television and Human Behaviour

1978 : टेलीविजन और मानव व्यवहार



- **Influence on Attitudes and Beliefs** – Television plays a major role in shaping public perceptions, attitudes, and social norms over time.
रवैये और विश्वासों पर प्रभाव – टेलीविजन समय के साथ सार्वजनिक धारणाओं, रवैये और सामाजिक मानदंडों को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।



- **Effects of TV Violence** – Studies show that repeated exposure to violent content may lead to desensitization, fear, or aggressive behavior in viewers.
टीवी हिंसा के प्रभाव – अध्ययनों से पता चलता है कि हिंसक सामग्री के बार-बार संपर्क में आने से दर्शकों में संवेदनहीनता, भय या आक्रामक व्यवहार हो सकता है।



- **Impact on Learning and Cognition** – TV serves as an educational tool, but its effectiveness depends on content quality and audience engagement.
सीखने और संज्ञानात्मक क्षमता पर प्रभाव – टीवी एक शैक्षिक उपकरण के रूप में कार्य करता है, लेकिन इसकी प्रभावशीलता सामग्री की गुणवत्ता और दर्शकों की भागीदारी पर निर्भर करती है।



- **Children and Television** – Young viewers are particularly impressionable, with TV influencing their behavior, values, and emotional development.
बच्चे और टेलीविजन – छोटे दर्शक विशेष रूप से प्रभावशील होते हैं, टेलीविजन उनके व्यवहार, मूल्यों और भावनात्मक विकास को प्रभावित करता है।



- **Long-Term vs. Short-Term Effects** – While some effects of TV are immediate, others shape behavior and cultural attitudes gradually over time.
दीर्घकालिक बनाम अल्पकालिक प्रभाव – टेलीविजन के कुछ प्रभाव तात्कालिक होते हैं, जबकि अन्य समय के साथ व्यवहार और सांस्कृतिक रूझानों को धीरे-धीरे आकार देते हैं।



George Comstock, Steven Chaffee,
Natan Katzman, Maxwell McCombs,
and Donald Roberts



1979



Gender Advertisement

Erving Goffman analyzes how advertisements reinforce gender roles through subtle visual cues, body language, and positioning.

जेंडर एडवर्टाइजमेंट

एरविंग गॉफमैन यह विश्लेषण करते हैं कि विज्ञापन सूक्ष्म दृश्य संकेतों, शारीरिक भाषा और स्थिति निर्धारण के माध्यम से लैंगिक भूमिकाओं को कैसे मजबूती देते हैं।

1980



One world many voices

Sean McBride's work examines global media inequality, emphasizing how Western countries dominate information flow, marginalizing voices from developing nations.

वन वर्ल्ड मेनी वॉइसेस

सीन मैकब्राइड का कार्य वैश्विक मीडिया असमनता की जांच करता है, जिसमें इस बात पर जोर दिया गया है कि पश्चिमी देश सूचना प्रवाह पर कैसे प्रभुत्व रखते हैं और विकासशील देशों की आवाजों को हाशिए पर डालते हैं।

1981



Simulacra and Simulation

examine the relationships between reality, symbols, and society, in particular the significations and symbolism of culture and media involved in constructing an understanding of shared existence.

सिमुलाक्रा एंड सिमुटेशन

वास्तविकता, प्रतीकों और समाज के बीच संबंधों की जांच करते हैं, विशेष रूप से संस्कृति और मीडिया के अर्थों और प्रतीकों पर, जो साझा अस्तित्व की समझ के निर्माण में शामिल होते हैं।

1983



Imagined Communities

An imagined community is a concept developed by Benedict Anderson in his 1983 book Imagined Communities to analyze nationalism.

इमेजिन्ड कम्यूनिटीज

कल्पित समुदाय एक अवधारणा है जिसे बेनिडिक्ट एंडरसन ने अपनी 1983 की पुस्तक इमेजिन्ड कम्यूनिटीज़ में राष्ट्रवाद के विश्लेषण के लिए विकसित किया।





1980: One world many voices 1980: एक दुनिया, अनेक आवाजें



Sean McBride critiques the **global media imbalance**, where Western nations dominate information flow,

सीन मैकब्राइड **वैश्विक मीडिया असंतुलन** की आलोचना करते हैं, जहां पश्चिमी देश सूचना प्रवाह पर प्रभुत्व रखते हैं,



marginalizing developing countries.

विकासशील देशों को हाशिए पर डालते हैं।



He advocates for a **fairer communication system**,

वह एक अधिक **न्यायसंगत संचार प्रणाली** की वकालत करते हैं,



promoting **media diversity**, **cultural representation**, and **equitable access**.

मीडिया **विविधता**, **सांस्कृतिक प्रतिनिधित्व** और **समान पहुंच** को बढ़ावा देते हैं।



His work influenced discussions on the **New World Information and Communication Order (NWICO)**, calling for reforms to amplify voices from underrepresented regions.

उनके कार्य ने **नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था (NWICO)** पर चर्चाओं को प्रभावित किया, हालिए पर स्थित क्षेत्रों की आवाजों को सशक्त बनाने के लिए सुधारों की मांग की।

Many Voices, One World

Towards a New,
More Just,
and More Efficient
World Information and
Communication Order



The MacBride
Commission



1979



Gender Advertisement

Erving Goffman analyzes how advertisements reinforce gender roles through subtle visual cues, body language, and positioning.

एर्विंग गॉफमैन विज्ञापनों में सूक्ष्म दृश्य संकेतों, शारीरिक भाषा और स्थितिकरण के माध्यम से लैंगिक भूमिकाओं के पुनर्निर्माण का विश्लेषण करते हैं।



1980



One world many voices

Sean McBride's work examines global media inequality, emphasizing how Western countries dominate information flow, marginalizing voices from developing nations.

सीन मैकब्राइड का कार्य वैश्विक मीडिया असमानता की पड़ताल करता है, जिसमें पश्चिमी देश सूचना प्रवाह पर प्रभुत्व रखते हैं और विकासशील देशों की आवाजों को हाशिए पर डालते हैं।



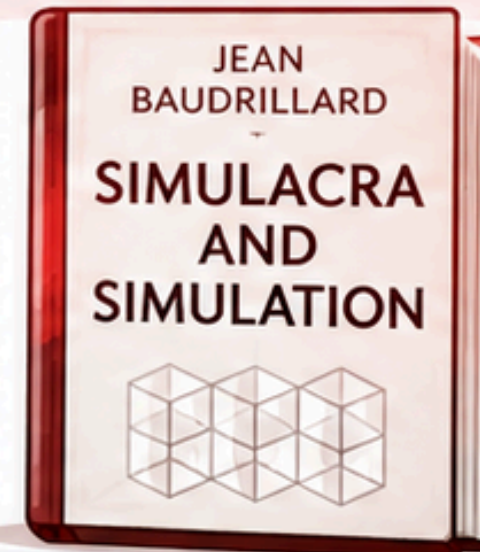
1981



Simulacra and Simulation

examine the relationships between reality, symbols, and society, in particular the significations and symbolism of culture and media involved in constructing an understanding of shared existence.

यह हमारे साझा अस्तित्व की समझ के निर्माण में संस्कृति और मीडिया से जुड़े अर्थों और प्रतीकों, विशेष रूप से वास्तविकता, प्रतीकों और समाज के बीच संबंधों की जांच करता है।



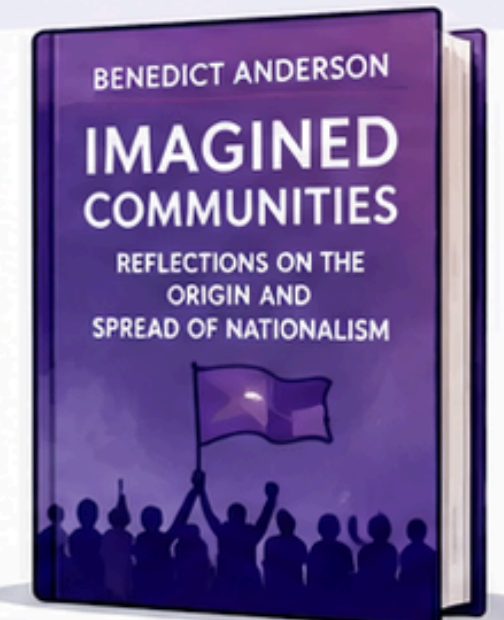
1983



Imagined Communities

An imagined community is a concept developed by Benedict Anderson in his 1983 book Imagined Communities to analyze nationalism.

बेनिडिक्ट एंडरसन ने अपनी 1983 की पुस्तक इमेजिज्ड कम्युनिटीज में कल्पित समुदाय की अवधारणा विकसित की, जिससे राष्ट्रवाद का विश्लेषण किया जाता है।





simulacra and simulation by jean baudrillard (1981)

सिमुलक्रा और सिमुलेशन – जीन बॉद्रियार (1981)



- Baudrillard explores how reality has been replaced by simulations—representations that no longer reflect a distinct reality but instead form a **"hyperreality."**

बॉद्रियार यह जांच करते हैं कि कैसे वास्तविकता को सिमुलेशन द्वारा प्रतिस्थापित कर दिया गया है—ऐसी प्रतिनिधित्व जो अब किसी विशिष्ट वास्तविकता को प्रतिबिंबित नहीं करते, बल्कि इसके बजाय **"हाइपररियलिटी"** का निर्माण करते हैं।



- **The idea of simulacra:** Copies of things that no longer have an original.

सिमुलक्रा का विचार: चीजों की प्रतियां जिनका अब कोई मूल (मूल रूप) नहीं होता।



- **Hyperreality:** The merging of the real and the fictional, especially in media and consumer culture.

हाइपररियलिटी: वास्तविक और काल्पनिक का मिश्रण, विशेष रूप से मीडिया और उपभोक्ता संस्कृति में।



Key Works / मुख्य कृतियाँ

A



Risk Society: Towards a New Modernity
by Ulrich Beck (1986).

रिस्क सोसाइटी: टुवर्ड्स अ न्यू मॉडर्निटी
– उलरिख बेक (1986)।

B



Simulacra and Simulation
by Jean Baudrillard (1981).

सिमुलक्रा और सिमुलेशन
– जीन बॉद्रियार (1981)।

C



The Liquid Modernity
by Zygmunt Bauman (2000).

द लिक्विड मॉडर्निटी
– ज़िगमंट बाउमन (2000)।

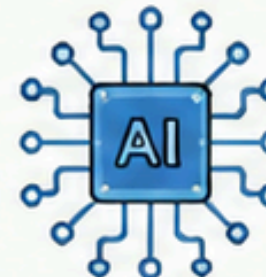
D



The Rise of the Network Society
by Manuel Castells (1996).

द राइज़ ऑफ द नेटवर्क सोसाइटी
– मैनुअल कास्टेल्स (1996)।

E



Making Sense of AI: Our Algorithmic World
by Anthony Elliott (2021).

मेकिंग सेंस ऑफ AI: अवर एल्गोरिथमिक वर्ल्ड
– एंथनी एलियट (2021)।



Timeline of Key Works / प्रमुख कृतियों की समयरेखा

1978

Orientalism ओरिएंटलिज़्म

Author: Edward Said

Said's groundbreaking work examines how Western scholarship and media have historically portrayed Eastern societies in a stereotyped and patronizing manner, thereby justifying imperial and colonial policies.

सईद का यह ऐतिहासिक कार्य यह जांच करता है कि पश्चिमी विद्वत्ता और मीडिया ने ऐतिहासिक रूप से पूर्वी समाजों को रूढ़ीबद्ध और पितृसत्तात्मक तरीके से चित्रित किया है, जिससे साम्राज्यवादी और औपनिवेशिक नीतियों को उचित ठहराया गया है।

1983

Imagined Communities इमेजिन्ड कम्युनिटीज़

Author: Benedict Anderson

About: Anderson introduces the idea that nations are "imagined" constructs, created and maintained through shared language, culture, and media, rather than by objective, enduring characteristics.

एंडरसन यह विचार प्रस्तुत करते हैं कि राष्ट्र "कल्पित" निर्माण होते हैं, जो साझा भाषा, संस्कृति और मीडिया के माध्यम से बनाए और बनाए रखते हैं, न कि वस्तुनिष्ठ, स्थायी विशेषताओं के आधार पर।

BENEDICT ANDERSON

IMAGINED COMMUNITIES

REFLECTIONS ON THE ORIGIN AND SPREAD OF NATIONALISM

1985

Amusing Ourselves to Death एम्यूज़िंग ऑरसेल्व्स टू डेथ

Author: Neil Postman

Postman critiques the dominance of television in shaping public discourse, arguing that the medium's emphasis on entertainment undermines serious public communication and civic engagement.

पोस्टमैन टेलीविजन के वर्चस्व की आलोचना करते हैं जो जन संवाद को आकार देता है, यह तर्क देते हुए कि मनोरंजन पर माध्यम का जोर गंभीर सार्वजनिक संचार और नागरिक सहभागिता को कमजोर करता है।

1986

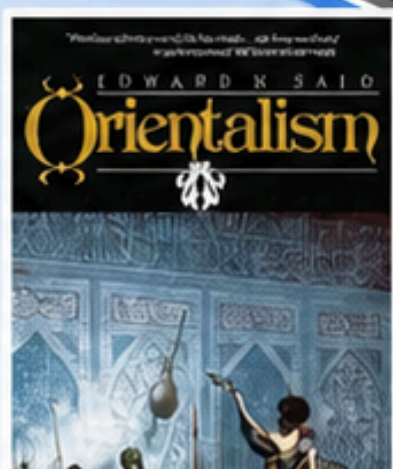
Risk Society: Towards a New Modernity रिस्क सोसाइटी: टुवर्ड्स अ न्यू मॉडर्निटी

Author: Ulrich Beck

Beck's influential work discusses how modern societies are increasingly preoccupied with managing and mitigating risks—from technological hazards to environmental crises—transforming social structures and priorities.

बेक का प्रभावशाली कार्य यह चर्चा करता है कि आधुनिक समाज तेजी से जोखिमों के प्रबंधन और निवारण—तकनीकी खतरों से लेकर पर्यावरणीय संकटों तक—में व्यस्त हैं, जो सामाजिक संरचनाओं और प्राथमिकताओं को बदल रहे हैं।

Ulrich Beck



JRF Media Academy by Rohit

1978

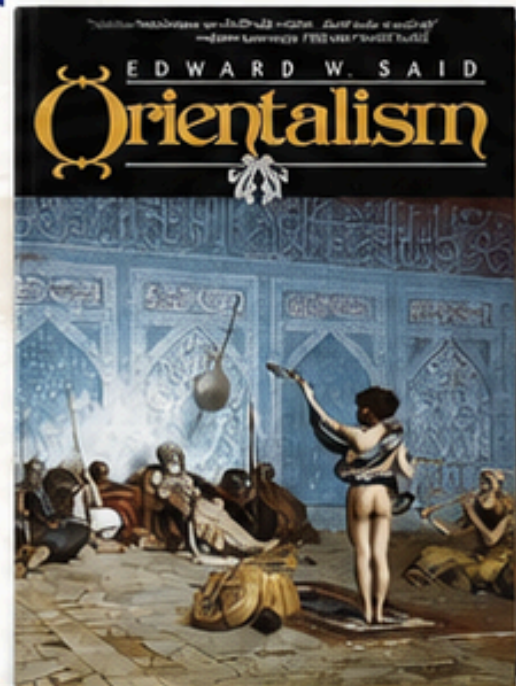


Orientalism

Author: Edward Said

Said's groundbreaking work examines how Western scholarship and media have historically portrayed Eastern societies in a stereotyped and patronizing manner, thereby justifying imperial and colonial policies.

सईद का यह महत्वपूर्ण कार्य जाँचता है कि पश्चिमी विद्वता और मीडिया ने ऐतिहासिक रूप से पूर्वी समाजों को रूढ़िवादी और संरक्षकात्मक तरीके से कैसे चित्रित किया है, जिससे साम्राज्यवादी और उपनिवेशवादी नीतियों को उचित ठहराया गया।



Orientalism



- Edward Said introduced the theory of Orientalism in his seminal book **Orientalism (1978)**.

एडवर्ड सईद ने अपनी महत्वपूर्ण पुस्तक Orientalism (1978) में ओरिएंटलिज्म के सिद्धांत की शुरुआत की।



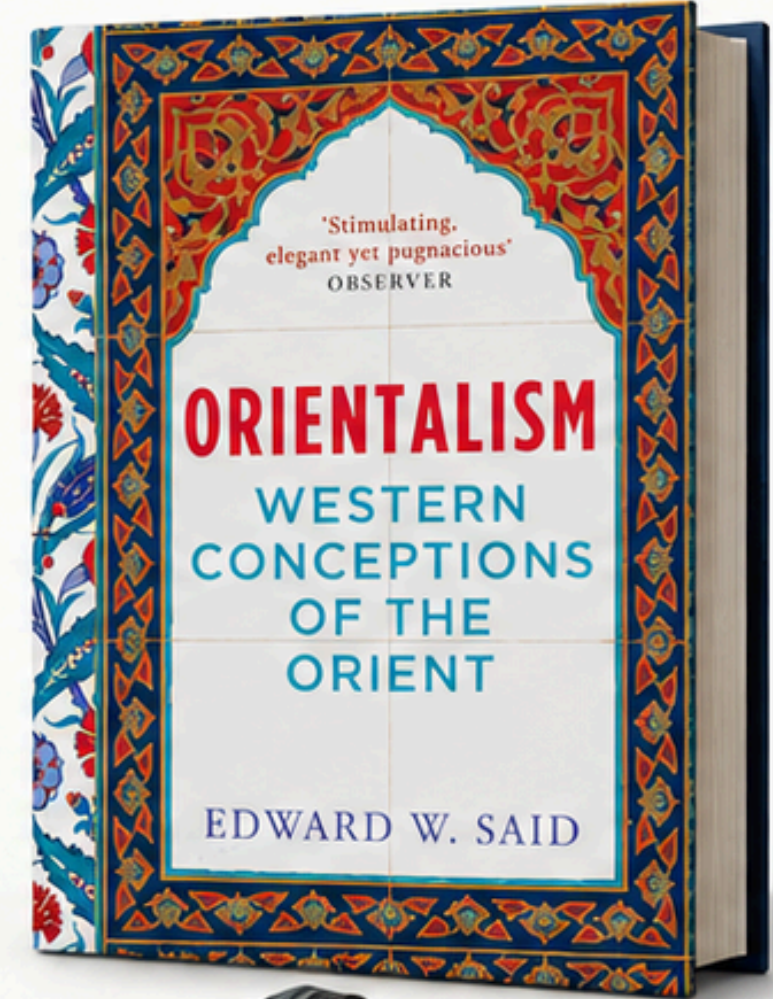
- He argued that the West constructed a stereotypical, often biased representation of the East to assert cultural and political dominance.

उन्होंने तर्क दिया कि पश्चिम ने सांस्कृतिक और राजनीतिक प्रभुत्व स्थापित करने के लिए पूर्व का एक रूढ़िवादी और अक्सर पक्षपाती प्रतिनिधित्व तैयार किया।



- The book Orientalism (1978) became a foundational text of post-colonial cultural studies.

पुस्तक Orientalism (1978) उत्तर-औपनिवेशिक सांस्कृतिक अध्ययन की एक मूलभूत पाठ्य सामग्री बन गई।





Orientalism



01



Since the publication of Edward Said's Orientalism in 1978, much academic discourse has begun to use the term 'Orientalism' to refer to a **general patronizing Western attitude towards Middle Eastern, Asian, and North African societies.**

1978 में एडवर्ड साईद की ओरिएंटलिज़्म के प्रकाशन के बाद से, अकादमिक विमर्श में 'ओरिएंटलिज़्म' शब्द का उपयोग मध्य पूर्वी, एशियाई और उत्तर अफ्रीकी समाजों के प्रति **एक सामान्य संरक्षक (पैट्रनाइज़िंग) पश्चिमी दृष्टिकोण** को संदर्भित करने के लिए किया जाने लगा।

02



In Said's analysis, 'the West' essentializes these societies as **static and undeveloped**—thereby fabricating a view of Oriental culture that can be **studied, depicted, and reproduced in the service of imperial power.**

साईद के विश्लेषण में, 'पश्चिम' इन समाजों को **स्थिर और अविकसित** के रूप में प्रस्तुत करता है—इस प्रकार एक ऐसी दृष्टि का निर्माण करता है जिसमें ओरिएंटल संस्कृति का **अध्ययन, चित्रण और पुनरुत्पादन साम्राज्यवादी शक्ति की सेवा** में किया जा सके।

03



Implicit in this fabrication, writes Said, is the idea that Western society is **developed, rational, flexible, and superior.** This allows 'Western imagination' to see 'Eastern' cultures and people as both **alluring and a threat to Western civilization**

साईद के अनुसार, इस निर्माण में निहित यह विचार है कि पश्चिमी समाज **विकसित, तर्कसंगत, लचीला और श्रेष्ठ** है। यह 'पश्चिमी कल्पना' को 'पूर्वी' संस्कृतियों और लोगों को एक साथ **आकर्षक और पश्चिमी सभ्यता के लिए खतरे** के रूप में देखने की अनुमति देता है।



1980

The Third Wave

द थर्ड वेव



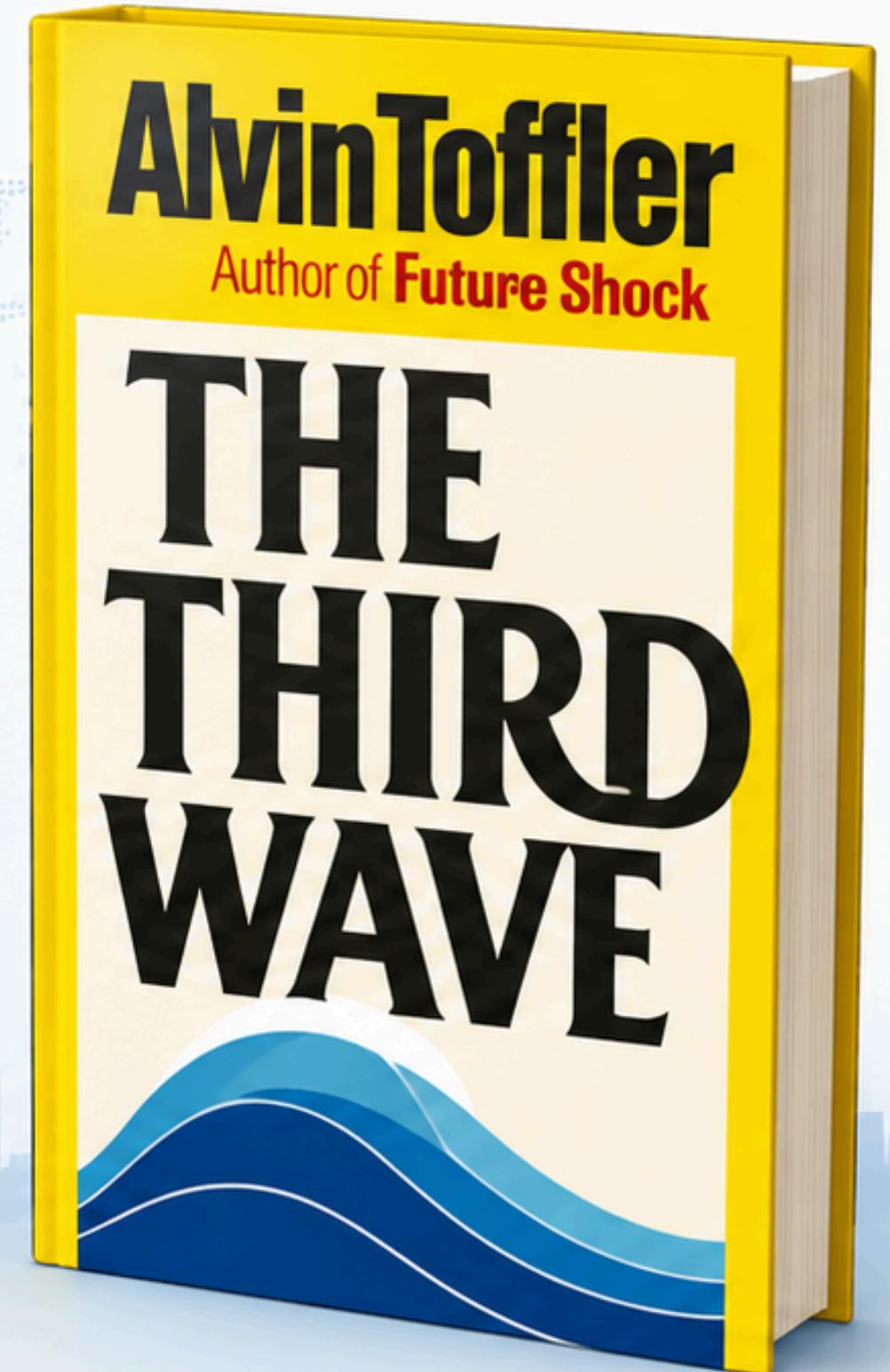
- **Author:** Alvin Toffler
लेखक: एल्विन टॉफ्लर
- The Third Wave is a **1980** book by Alvin Toffler. It is the sequel to Future Shock (1970), and the second in what was originally likely meant to be a trilogy that was continued with **Powershift: Knowledge,**
द थर्ड वेव एल्विन टॉफ्लर की **1980** की पुस्तक है। यह फ्यूचर शॉक (1970) का उत्तरक है, और मूल रूप से एक त्रयी की दूसरी कड़ी थी, जिसे आगे **पॉवरशिफ्ट: नॉलेज** के साथ जारी रखा गया।



- The Third Wave is the **post-industrial society**.
Toffler says that since the late 1950s most countries have been transitioning from a Second Wave society into a Third Wave society. He coined many words to describe it and mentions names invented by others, such as the **Information Age**.
द थर्ड वेव एक **उत्तर-औद्योगिक समाज** है। टॉफ्लर का कहना है कि 1950 के दशक के उत्तरार्ध से अधिकांश देश सेकंड वेव समाज से थर्ड वेव समाज की ओर संक्रमण कर रहे हैं। उन्होंने इसे वर्णित करने के लिए कई शब्द गढ़े और दूसरों द्वारा गढ़े गए नामों का उल्लेख किया, जैसे कि **सूचना युग**।



- Toffler's book describes the transition in developed countries from Industrial Age society, which he calls the **"Second Wave"**, to Information Age **"Third Wave"** society.
टॉफ्लर की पुस्तक विकसित देशों में औद्योगिक युग समाज, जिसे वे **"सेकंड वेव"**, से **सूचना युग "थर्ड वेव"** समाज में संक्रमण का वर्णन करती है।



Media Literature Part 4

मीडिया साहित्य भाग 4

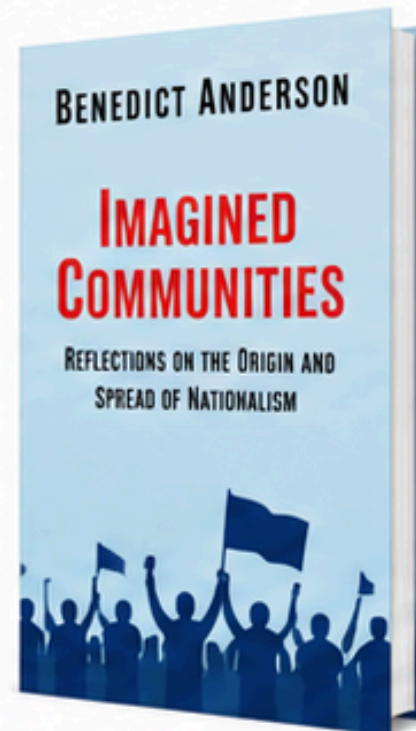
1983



Imagined Communities

Author: Benedict Anderson

About: Anderson introduces the idea that nations are “imagined” constructs, created and maintained through shared language, culture, and media, rather than by objective, enduring characteristics.



लेखक: बेंडिक्ट एंडरसन

विषय: एंडरसन यह विचार प्रस्तुत करते हैं कि राष्ट्र “कल्पित” निर्माण हैं, जो साझा भाषा, संस्कृति और मीडिया के माध्यम से बनाए और बनाए रखते हैं, न कि वस्तुनिष्ठ, स्थायी विशेषताओं द्वारा।

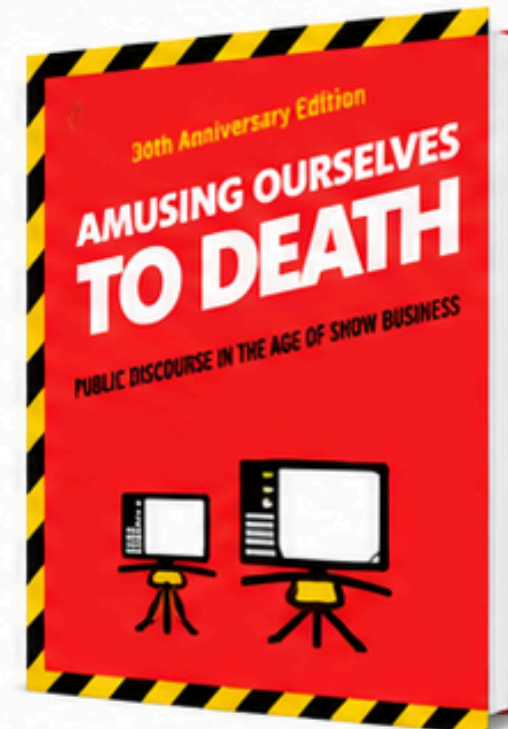
1985



Amusing Ourselves to Death

Author: Neil Postman

Postman critiques the dominance of television in shaping public discourse, arguing that the medium's emphasis on entertainment undermines serious public communication and civic engagement.



लेखक: नील पोस्टमैन

पोस्टमैन टेलीविजन के प्रभुत्व की आलोचना करते हैं, यह तर्क देते हुए कि मनोरंजन पर माध्यम का जोर गंभीर सार्वजनिक संचार और नागरिक भागीदारी को कमजोर करता है।

1986



Risk Society: Towards a New Modernity

Author: Ulrich Beck

Beck's influential work discusses how modern societies are increasingly preoccupied with managing and mitigating risks—from technological hazards to environmental crises—transforming social structures.



लेखक: उलरिख बेक

बेक का प्रभावशाली कार्य यह चर्चा करता है कि आधुनिक समाज जोखिमों—प्रौद्योगिकीगत खतरों से लेकर पर्यावरणीय संकटों तक—को प्रबंधित और कम करने में increasingly व्यस्त हैं, जो सामाजिक संरचनाओं में परिवर्तन ला रहा है।





1985: Amusing Ourselves to Death

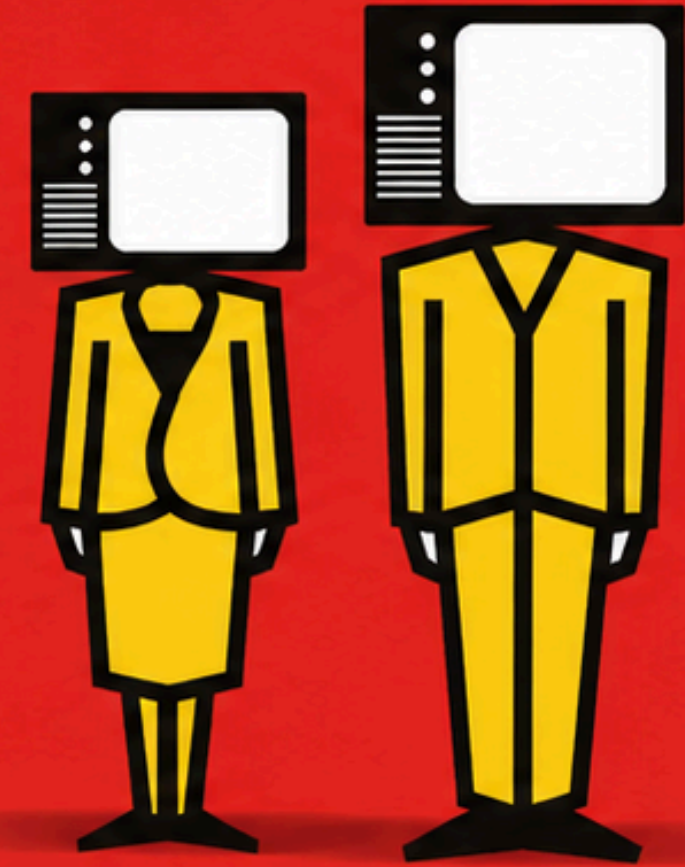
1985: खुद को मनोरंजन में खोकर मृत्यु की ओर



- **Neil Postman** argues that television and entertainment-driven media have degraded public discourse, turning news, politics, and education into superficial spectacles. He warns that society is becoming more focused on amusement than critical thinking, where serious issues are oversimplified for mass consumption. Drawing from **Aldous Huxley's Brave New World**, he suggests that the **real danger is not censorship** but a **culture distracted by trivial entertainment**, leading to **passivity and disengagement** from meaningful dialogue. His critique remains relevant in the digital age, where social media and visual culture continue to **prioritize entertainment over substance**.
- **नील पोस्टमैन** का तर्क है कि टेलीविजन और मनोरंजन-प्रधान मीडिया ने सार्वजनिक चर्चा को कमजोर कर दिया है, समाचार, राजनीति और शिक्षा को सतही तमाशों में बदल दिया है। वे चेतावनी देते हैं कि समाज मनोरंजन पर अधिक केंद्रित हो रहा है बजाय आलोचनात्मक सोच के, जहाँ गंभीर मुद्दों को जन उपभोग के लिए अतिसरलीकृत कर दिया जाता है। **ऑल्डस हक्सले की ब्रेव न्यू वर्ल्ड** से प्रेरणा लेते हुए, वे सुझाव देते हैं कि **वास्तविक खतरा सेंसरशिप नहीं है बल्कि तुच्छ मनोरंजन में उलझी हुई संस्कृति** है, जो **निष्क्रियता और सार्थक संवाद** से दूरी पैदा करती है। उनकी यह आलोचना आज भी डिजिटल युग में प्रासंगिक है, जहाँ **सोशल मीडिया और दृश्य संस्कृति** पदार्थ से अधिक **मनोरंजन** को तरजीह देती है।

AMUSING OURSELVES TO DEATH

PUBLIC DISCOURSE IN THE AGE OF SHOW BUSINESS



NEIL POSTMAN

New Introduction by Andrew Postman



JRF Media Academy by Rohit

John Fiske

1987



The influential Television Culture (1987)

John Fiske analyzes television as a cultural text, arguing that audiences actively interpret and create meaning based on their social and cultural backgrounds.

जॉन फिस्के टेलीविजन का विश्लेषण एक सांस्कृतिक पाठ के रूप में करते हैं, तर्क देते हुए कि दर्शक अपनी सामाजिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि के आधार पर सक्रिय रूप से अर्थ की व्याख्या करते हैं और उसे निर्मित करते हैं।



1989



Reading the Popular (1989)

John Fiske explores how everyday people engage with popular culture, arguing that audiences are active interpreters who assign their own meanings to media texts.

जॉन फिस्के यह खोजते हैं कि आम लोग लोकप्रिय संस्कृति के साथ कैसे जुड़ते हैं, यह तर्क देते हुए कि दर्शक सक्रिय व्याख्याकार होते हैं जो मीडिया पाठों को अपने अर्थ प्रदान करते हैं।

Reading
the Popular

1989



Understanding Popular Culture (1989)

Here John Fiske examines how popular culture reflects and challenges social power structures, emphasizing that audiences actively interpret and reshape media messages.

यहाँ जॉन फिस्के इस बात की जांच करते हैं कि लोकप्रिय संस्कृति सामाजिक शक्ति संरचनाओं को कैसे प्रतिबिंबित और चुनोती देती है, इस पर जोर देते हुए कि दर्शक सक्रिय रूप से व्याख्या करते हैं और मीडिया संदेशों को नया रूप देते हैं।



1989: Reading the Popular

1989: लोकप्रियता का पाठ



- **Active Audience Engagement** – People actively interpret and assign their own meanings to media, rather than passively consuming it.

सक्रिय दर्शक सहभागिता – लोग मीडिया का सक्रिय रूप से अर्थ निकालते हैं और अपने खुद के मतलब तय करते हैं, बजाय इसके कि वे इसे निष्क्रिय रूप से ग्रहण करें।



- **Popular Culture as Resistance** – Everyday culture is a space where individuals challenge and reshape dominant ideologies.

लोकप्रिय संस्कृति प्रतिरोध के रूप में – रोजमर्रा की संस्कृति वह जगह है जहाँ लोग प्रमुख विचारधाराओं को चुनौती देते हैं और उन्हें नया रूप देते हैं।



- **Multiple Interpretations** – Media texts can have different meanings depending on the social, cultural, and personal context of the audience.

बहुवचन व्याख्याएँ – मीडिया पाठ के अर्थ दर्शक के सामाजिक, सांस्कृतिक और व्यक्तिगत संदर्भ के अनुसार अलग-अलग हो सकते हैं।

1989: Understanding Popular Culture

1989: लोकप्रिय संस्कृति की समझ



- **Popular Culture is a Site of Struggle** – It reflects tensions between dominant power structures and everyday resistance by audiences.

लोकप्रिय सांस्कृति संघर्ष का स्थल है – यह प्रमुख सत्ता संरचनाओं और दर्शकों के रोजमर्रा के प्रतिरोध के बीच तनाव को दर्शाती है।



- **Audiences Create Meaning** – People actively interpret, reshape, and personalize media content based on their own experiences.

दर्शक अर्थ गढ़ते हैं – लोग अपने अनुभवों के आधार पर मीडिया सामग्री की सक्रिय व्याख्या करते हैं, उसे नया रूप देते हैं और व्यक्तिगत बनाते हैं।



- **Cultural Products Serve Different Groups** – The same media can be understood and used differently by various social and cultural groups.

सांस्कृतिक उत्पाद अलग-अलग समूहों की सेवा करते हैं – एक ही मीडिया को विभिन्न सामाजिक और सांस्कृतिक समूह अलग-अलग तरीके से समझते और उपयोग करते हैं।

1988: Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media

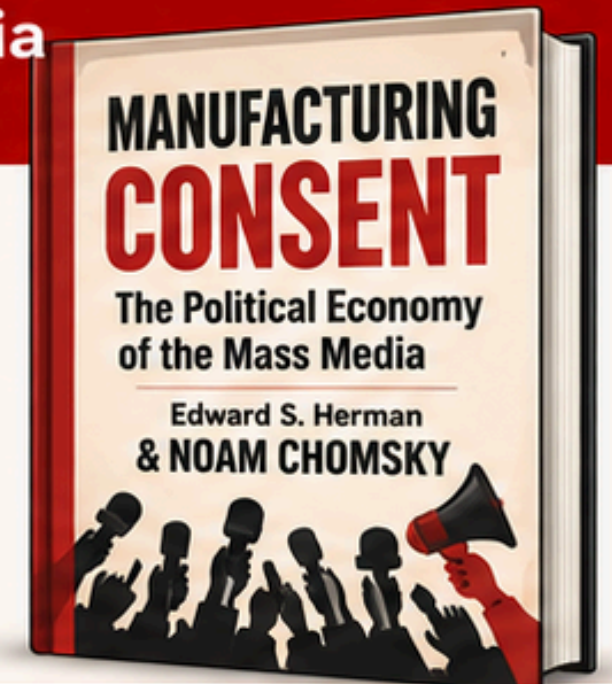
1988: सहमति का निर्माण: जनसंचार माध्यमों की राजनीतिक अर्थव्यवस्था

The five filters are:

- (1) ownership; (2) advertising; (3) official sources;
- (4) flak; and (5) marginalizing dissent.

पाँच प्रमुख फ़िल्टर हैं:

- (1) स्वामित्व; (2) विज्ञापन; (3) आधिकारिक स्रोत;
- (4) फ़्लैक; और (5) असहमति का हाशिए पर धकेलना।



Noam Chomsky / नोम चोम्स्की

1987



Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media

मैनुफैक्चरिंग कंसेंट: द पोलिटिकल
इकोनॉमी ऑफ द मास मीडिया

- book by **Edward S. Herman** and **Noam Chomsky**.
- It argues that the mass communication media of the U.S. "are effective and powerful ideological institutions that carry out a system-supportive propaganda function"
- पुस्तक एडवर्ड एस. हरमन और नोम चोम्स्की द्वारा।
- यह तर्क देती है कि अमेरिकी जन संचार मीडिया "प्रभावी और शक्तिशाली वैचारिक संस्थान हैं जो प्रणाली-समर्थक प्रचार कार्य को अंजाम देते हैं।"

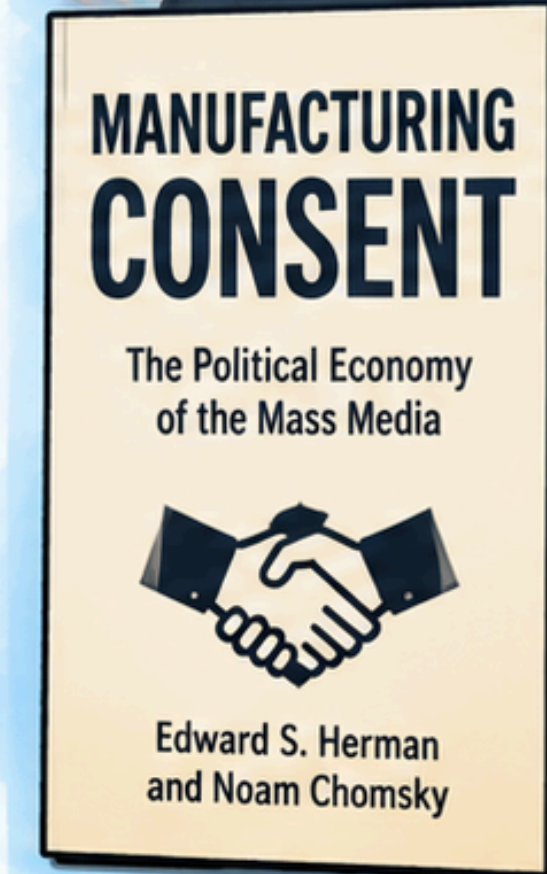
1991



Media Control: the Spectacular Achievement of Propaganda

मीडिया कंट्रोल: द स्पेक्टैकुलर
अचीवमेंट ऑफ प्रोपेगेंडा

- a book by **Noam Chomsky** that was written after the Gulf War. It explores how the media is used to control the public through propaganda.
- खाड़ी युद्ध के बाद लिखी गई नोम चोम्स्की की एक पुस्तक है। यह खोजती है कि मीडिया का उपयोग प्रोपेगेंडा के माध्यम से जनता को नियंत्रित करने के लिए कैसे किया जाता है।



1



Choose the correct option from the following:
निम्नलिखित में से सही विकल्प चुनिए:

List 1 (Theory)	List 2 (Pre-pounder/ Theorists)
(a) Dependency	(i) Carl Hovland
(b) Inoculation	(ii) Ball Rokeach and Defleur
(c) Persuasion and attitude change	(iii) Lawrence Kincaid
(d) Convergence and McGuire and divergence	(iv) McGuire and Papageorgis

A (ii), (iv), (i), (iii)

B (i), (ii), (iii), (iv)

C (iv), (iii), (ii), (I)

D (iii), (i), (iv), (ii)

2

Who is the author of the book "Public Opinion"?
पुस्तक "Public Opinion" के लेखक कौन हैं?



1 John D. Barrow

2 John Stuart Mill

3 Walter Lippmann

4 Stephen Colbert



Q1

Identify the sociologist associated with the concept of "Gemeinschaft."

"Gemeinschaft." की अवधारणा से संबंधित समाजशास्त्री की पहचान कीजिए।



1 Ferdinand Tönnies

2 Emile Durkheim

3 Max Weber

4 Brian Williams

**Q2**

Match List – I (Theorist) with List – II (Theory).

सूची – I (सिद्धांतकार) का मिलान सूची – II (सिद्धांत) के साथ कीजिए।



List – I (Theorist)	List – II (Theory)
a. Daniel Lerner	1. Primary vs. Secondary social attachment
b. Ferdinand Toennies	2. Urban vs. Rural society
c. Mahatma Gandhi	3. Gemeinschaft vs. Gesellschaft
d. C.H. Cooley	4. Traditional vs. Modern society

Codes:

(a)

(b)

(c)

(d)

A

3

1

2

4

B

1

2

3

4

C

4

2

1

3

D

4

3

2

1



1

Arrange the following in ascending order of their first publication year :

- A 'The Bias of Communication' by Harold Innis
- B 'Public Opinion' by Walter Lippmann
- C 'Effects of Mass Communication' by Joseph Klapper
- D 'Experiments in Mass Communication' by Carl Hovland and others
- E 'Personal Influence' by Paul Lazarsfeld and Elihu Katz



Choose the correct answer from the options given below :

1 (B), (D), (A), (E), (C)



2 (A), (D), (B), (C), (E)

3 (D), (B), (C), (A), (E)

4 (E), (D), (B), (C), (A)

2

Match the following media concepts to the respective authors.

MEDIA CONCEPTS

- a Audience analysis
- b Frames of reference
- c Self-formulation
- d Resistance through rituals

AUTHORS

- i Stuart Hall
- ii John B Thomson
- iii Elihu Katz
- iv Denis McQuail



Choose the correct options from those given below :

Codes: (a) (b) (c) (d)

1 I II III IV

2 IV III II I



3 III IV I II

4 IV I II III



1 Who is the author of the book
'Visual Pleasure and Narrative Cinema' 1975?
पुस्तक 'Visual Pleasure and Narrative Cinema' 1975
के लेखक कौन हैं?



- 1** Paul Gilroy
- 2** John Berger
- 3** Neil Postman
- 4** Laura Mulvey

2 Match the following media concepts
to the respective authors.
निम्नलिखित मीडिया अवधारणाओं को संबंधित
लेखकों से मेल कीजिए।



Media Concepts (अवधारणाएं)	Authors (लेखक)
a Audience analysis	i Stuart Hall
b Frames of reference	ii John B Thomson
c Self-formulation	iii Elihu Katz
d Resistance through rituals	iv Denis McQuail

Choose the correct options from those given below:
नीचे दिए गए विकल्पों में से सही विकल्प चुनिए:

Codes: (a) (b) (c) (d)

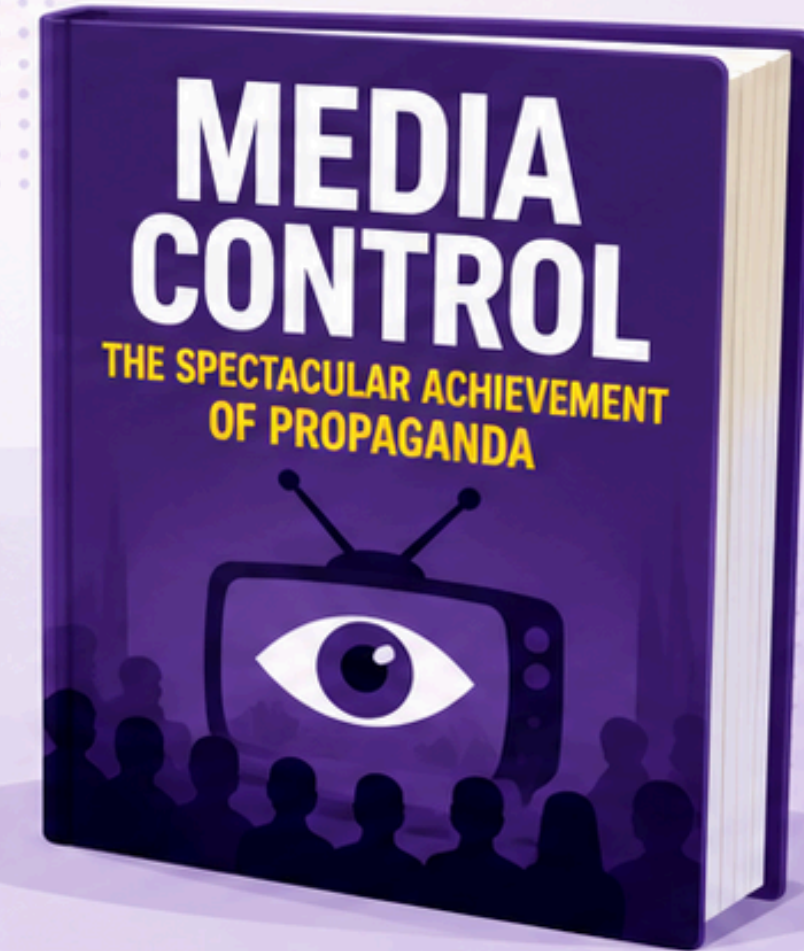
- A** I II III IV
- B** IV III II I
- C** III IV I II
- D** IV I II III



1

Who wrote the book titled 'Media Control: the Spectacular Achievement of Propaganda?'

- A Michel Foucault
- B Jurgen Habermas
- C Noam Chomsky**
- D Sagarika Ghose



2

Who co-authored Manufacturing Consent with Noam Chomsky?

- A Edward Bernays
- B Edward S. Herman**
- C Harold Innis
- D Walter Lippmann



Q1

60. Who is the originator of the theory of orientalism ?



1 Noam Chomsky

2 Edward Said



3 Roman Jakobson

4 Donald Shaw

Q2

Who is the author of the book 'Imagined Communities' published in 1983 ?



1 B. Anderson



2 L. Althusser

3 J. Baudrillard

4 T. Adorno



1 Match the books in List I with their authors in List II.
सूची I में दी गई पुस्तकों का सूची II में दिए गए लेखकों से मेल कीजिए।

LIST I (Book) / सूची I (पुस्तक)	
A	Alvin Toffler
B	Bapsi Sidhwa
C	Pearl S. Buck
D	V.S. Naipaul (TV.)



LIST II (Author) / सूची II (लेखक)	
1	The Ice Candy Man Ice
2	Good Earth
3	Third Wave
4	An Area Area of Darkness



Correct Match / सही मेल	
A	Alvin Toffler – Third Wave
B	Bapsi Sidhwa – The Ice Candy Man Ice
C	Pearl S. Buck – Good Earth
D	V.S. Naipaul (TV.) – An Area Area of Darkness

2 Choose the correct answer from the options given below.
नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनिए।

- 1** (A) – (III). (B) – (I). (C) – (II). (D) – (IV) ✓
- 2** (A) – (I). (B) – (III). (C) – (II). (D) – (IV)
- 3** (A) – (I). (B) – (II). (C) – (IV). (D) – (III)
- 4** (A) – (III). (B) – (IV). (C) – (I). (D) – (I)

