

Public Relations Research



Communication Audit

संगठन के संचार की **प्रभावशीलता** का व्यवस्थित **मूल्यांकन** करना।



Boundary Scanning

बाहरी वातावरण की जानकारी जुटाकर संगठन के लिए **अवसर** और **खतरे** पहचानना।



PEST Analysis

राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक और तकनीकी कारकों का विश्लेषण करना।



SWOT Analysis

संगठन की ताकत, कमजोरियाँ, अवसर और खतरों का विश्लेषण करना।



Critical Incidents

महत्वपूर्ण घटनाओं की पहचान कर उनसे सीख लेना और सुधार के उपाय निकालना।



Discourse Analysis

भाषा और संवाद की गहराई से जाँच कर **अर्थ**, **धारणाओं** और **प्रभाव** को समझना।

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.



Research in Public Relations



- Research plays a crucial role in public relations by offering essential information to strategize public relations activities and assess their impact.
शोध जनसंपर्क में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, आवश्यक जानकारी प्रदान करके जनसंपर्क गतिविधियों की रणनीति बनाने और उनके प्रभाव का आकलन करने में मदद करता है।



- Management requires concrete facts rather than relying on intuition or speculation.
प्रबंधन के लिए ठोस तथ्यों की आवश्यकता होती है, न कि अंतर्ज्ञान या अटकलों पर निर्भर रहने की।



PR research is essential for understanding target audiences, guiding strategic planning, managing crises, measuring campaign effectiveness, building relationships, and maintaining reputation, thereby enabling informed decision-making and effective communication strategies.

जनसंपर्क शोध लक्षित दर्शकों को समझने, रणनीतिक योजना बनाने, संकट प्रबंधन करने, अभियान की प्रभावशीलता मापने, संबंध बनाने और प्रतिष्ठा बनाए रखने के लिए आवश्यक है, जिससे सूचित निर्णय लेने और प्रभावी संचार रणनीतियों को सक्षम बनाया जा सके।



Understanding
Target Audiences

लक्षित दर्शकों को
समझना



Guiding Strategic
Planning

रणनीतिक योजना
बनाने में मार्गदर्शन



Managing
Crisis

संकट
प्रबंधन करना



Measuring Campaign
Effectiveness

अभियान की
प्रभावशीलता मापना



Building
Relationships

संबंध
बनाना



Maintaining
Reputation

प्रतिष्ठा
बनाए रखना

Research in Public Relations

जनसंपर्क में अनुसंधान

Understanding Audiences:

Research helps PR professionals understand their target audiences, including their preferences, behaviours, and media consumption patterns.

दर्शकों की समझ: अनुसंधान PR पेशेवरों को अपने लक्षित दर्शकों को समझने में मदद करता है, जिनमें उनकी प्राथमिकताएँ, व्यवहार और मीडिया उपभोग पैटर्न शामिल हैं।



Strategic Planning:

By providing data and insights about the market, industry trends, public opinion, and competitive landscape, research informs the development of more effective and strategic PR plans.

रपनीतिक योजना: बाजार, उद्योग रुझानों, जनमत और प्रतिस्पर्धी परिदृश्य के बारे में डेटा और अंतर्दृष्टि प्रदान करके, अनुसंधान अधिक प्रभावी और रपनीतिक PR योजनाओं के विकास में मदद करता है।



Crisis Management:

PR research is vital in identifying potential issues and vulnerabilities before they escalate into crises. Regular monitoring and analysis of public sentiment and media coverage can alert organizations to emerging threats, allowing them to prepare or respond proactively.

संकट प्रबंधन: संभावित मुद्दों और कमजोरियों की पहचान करने में PR अनुसंधान महत्वपूर्ण है, इससे पहले कि वे संकट में बदल जाएं। नियमित निगरानी और जनभावना तथा मीडिया कवरेज का विश्लेषण उभरते खतरों के लिए संगठनों को सचेत करता है, जिससे वे सक्रिय रूप से तैयारी या प्रतिक्रिया कर सकें।



Measuring Success:

Research methods such as surveys, media analysis, and social media monitoring enable PR professionals to evaluate the effectiveness of their campaigns and strategies.

सफलता का मापन: सर्वेक्षण, मीडिया विश्लेषण और सोशल मीडिया निगरानी जैसी अनुसंधान विधियों PR पेशेवरों को अपने अभियानों और रपनीतियों की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने में सक्षम बनाती हैं।



Building Relationships:

PR is about building and maintaining relationships with various stakeholders, including customers, employees, partners, and the media. Research aids in understanding the needs and expectations of these groups, fostering stronger relationships, and enhancing stakeholder engagement.

संबंध निर्माण: PR विभिन्न हितधारकों, जिनमें ग्राहक, कर्मचारी, भागीदार और मीडिया शामिल हैं, के साथ संबंध बनाने और बनाए रखने के बारे में है। अनुसंधान इन समूहों की आवश्यकताओं और उम्मीदों को समझने, सश्रुत संबंधों को बढ़ावा देने और हितधारक जुड़ाव को बढ़ाने में मदद करता है।



Reputation Management:

In today's fast-paced digital world, an organization's reputation can change rapidly. PR research helps in tracking public perceptions and sentiments, allowing companies to maintain and improve their reputation proactively.

प्रतिष्ठा प्रबंधन: आज की तेज गति वाली डिजिटल दुनिया में, किसी संगठन की प्रतिष्ठा तेजी से बदल सकती है। PR अनुसंधान जन धारणाओं और भावनाओं को ट्रैक करने में मदद करता है, जिससे कंपनियों अपनी प्रतिष्ठा को सक्रिय रूप से बनाए रख और सुधार सकें।



JRF Media Academy
by Rohit

Process of Public Relations Research

Cutlip, Center, & Broom introduces a four-step model for the public relations process:



Q1

What is the importance of research in public relations?

लोक संबंधों में शोध का महत्व क्या है?

A

To formulate strategy
रणनीति बनाने के लिए

B

To maintain discipline among the employees
कर्मचारियों में अनुशासन बनाए रखने के लिए

C

To prevent crises
संकट (crises) को रोकने के लिए

D

To compete with others
दूसरों से प्रतिस्पर्धा करने के लिए

E

To measure success
सफलता को मापने के लिए

Choose the correct answer from the options given below

नीचे दिए गए विकल्पों में से सही उत्तर चुनें

1

A, C and E only

**2**

B, C and D only

3

A, C and D only

4

C, D and E only

Q2

Identify the correct order :

सही क्रम पहचानिए :

According to Cutlip, Center and Broom,

the correct sequence of **four stages** of public relations process is :

कटलिप, सेंटर और ब्रूम के अनुसार, लोक संबंध प्रक्रिया के चार चरणों का सही क्रम है :



Research-
Listening
शोध-सुनना



Planning-
decision making
योजना बनाना-
निर्णय लेना



Communication-
action
संचार-क्रियान्वयन



Evaluation
मूल्यांकन

A

Communication-action, Research-Listening, Planning-decision making, Evaluation

B

Planning-decision making, Evaluation, Communication-action, Research-Listening

C

Evaluation, Planning-decision making, Research-Listening, Communication-action

D

Research-Listening, Planning-decision making, Communication-action, Evaluation



JRF Media Academy by Rohit

1 Defining public relations problems



The first process phase involves **gathering information** to define and anticipate potential public relations issues. Techniques include :

1 Environmental Monitoring

2 Public relations audits

3 Communications audits

4 Social audits.



Environmental Monitoring

- Also known as **Boundary Scanning**.

इसे बॉर्डर स्केनिंग भी कहा जाता है।

- It involves the continuous observation and analysis of changes and trends in a company's external environment that could impact public perceptions.

इसमें कंपनी के बाहरी वातावरण में हो रहे बदलावों और रुझानों का लगातार अवलोकन और विश्लेषण शामिल है, जो जनधारणा को प्रभावित कर सकते हैं।

- It includes monitoring news, social media, and other public forums to understand public opinion and emerging issues relevant to the organization.

इसमें समाचार, सोशल मीडिया और अन्य सार्वजनिक मंचों की निगरानी शामिल है ताकि जनमत को समझा जा सके और संगठन से जुड़े उभरते मुद्दों की पहचान हो सके।



JRF Media Academy by Rohit

Environmental Monitoring

पर्यावरण निगरानी

Trigger Event Analysis

A technique involves having researchers search for a **Trigger event**, which is an occurrence or activity that could draw public attention to a particular topic or matter.

एक तकनीक जिसमें शोधकर्ता किसी ट्रिगर घटना की तलाश करते हैं, जो किसी विशेष विषय या मामले पर सार्वजनिक ध्यान आकर्षित करने वाली कोई घटना या गतिविधि होती है।

Precursor Analysis

- It includes identifying and evaluating potential trends before they lead to an adverse event or accident.
- It involves the systematic identification of early warning signs or indicators (precursors) that could lead to a future negative outcome.
- इसमें प्रतिकूल घटना या दुर्घटना होने से पहले संभावित रुझानों की पहचान और मूल्यांकन करना शामिल है।
- इसमें संभावित नकारात्मक परिणाम की ओर ले जाने वाले शुरुआती चेतावनी संकेतों या संकेतकों (पूर्वसूचक) की व्यवस्थित पहचान शामिल है।



JRF Media Academy
by Rohit

Environmental Monitoring

 JRF Media Academy by Rohit

PEST Analysis

POLITICAL
FACTORS

P



ECONOMIC
FACTORS

E



SOCIAL
FACTORS

S



TECHNOLOGICAL
FACTORS

T



PEST Analysis stands for political, economic, social, and technological. This type of analysis is used to gauge external factors that could impact the profitability of a company.

PEST Analysis राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक और तकनीकी कारकों के लिए खड़ा है। इस प्रकार का विश्लेषण बाहरी कारकों का आकलन करने के लिए उपयोग किया जाता है जो किसी कंपनी की लाभप्रदता को प्रभावित कर सकते हैं।

PESTEL Analysis

P

Political



राजनीतिक

E

Economical



आर्थिक

S

Social



सामाजिक

T

Technological



तकनीकी

E

Environmental



पर्यावरणीय

L

Legal



कानूनी

PESTLE stands for the same but adds "legal" and "environmental" factors to the analysis. Generally, it is more effective with larger organizations that are more likely to experience the effects of macro events.

PESTLE का अर्थ वही है लेकिन इसमें "कानूनी" और "पर्यावरणीय" कारकों को विश्लेषण में शामिल किया जाता है। आम तौर पर, यह बड़े संगठनों के साथ अधिक प्रभावी होता है जो व्यापक घटनाओं के प्रभावों का अनुभव करने की अधिक संभावना रखते हैं।



Environmental Monitoring

MOST Analysis MOST विश्लेषण



MOST Analysis stands for Mission, Objectives, Strategies, and Tactics, is a framework tool that helps businesses analyze their internal environment and improve their culture and processes.

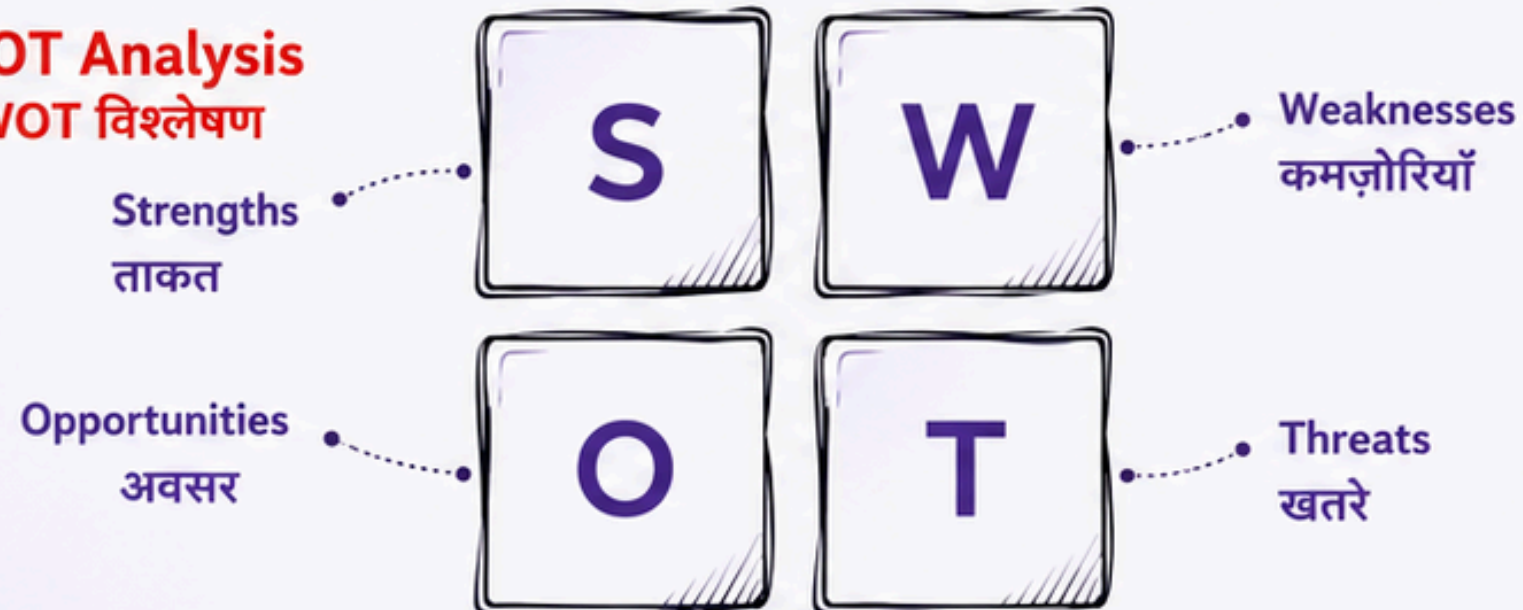
MOST विश्लेषण

मिशन, उद्देश्य, रणनीतियाँ, और युक्तियाँ को दर्शाता है, यह एक ढांचा उपकरण है जो व्यवसायों को उनके आंतरिक वातावरण का विश्लेषण करने और उनकी संस्कृति और प्रक्रियाओं को बेहतर बनाने में मदद करता है।



Environmental Monitoring

SWOT Analysis SWOT विश्लेषण



SWOT stands for **strengths, weaknesses, opportunities, and threats.**

It's a framework that helps identify and analyze internal and external factors that may affect an organization's current and future operations.

SWOT

ताकत, कमज़ोरियाँ, अवसर और खतरे को दर्शाता है। यह एक ढांचा है जो संगठन के आंतरिक और बाहरी कारकों की पहचान और विश्लेषण करने में मदद करता है, जो उसके वर्तमान और भविष्य के संचालन को प्रभावित कर सकते हैं।



Environmental Monitoring

पर्यावरण निगरानी

Public Opinion Analysis

जनमत विश्लेषण

- The phase of environmental monitoring consists of tracking public opinion on major issues.
- It involves the systematic collection and analysis of data to understand the attitudes, beliefs, and perceptions of a target audience or the general public regarding a particular topic, organization, product, or service.
- This research can be longitudinal as well as cross sectional studies
- पर्यावरण निगरानी का यह चरण प्रमुख मुद्दों पर जनमत को ट्रैक करने से संबंधित है।
- इसमें किसी विशिष्ट विषय, संगठन, उत्पाद या सेवा के बारे में लक्षित दर्शकों या सामान्य जनता के विचारों, मान्यताओं और धारणाओं को समझने के लिए डेटा का व्यवस्थित संग्रह और विश्लेषण शामिल है।
- यह शोध अनुदैर्घ्य (लॉन्गिट्यूडिनल) और क्रॉस सेक्शनल दोनों प्रकार के अध्ययन हो सकते हैं।

Internet

इंटरनेट

- The majority of current public relations research is centered on the Internet, which serves as both a research tool for background information and a data collection device.
- Monitoring the internet has now become a crucial aspect of environmental scanning. According to Paine (2002), there are various techniques suggested for monitoring chat rooms, evaluating the relationship between web public relations campaigns and sales, and gauging the cost-effectiveness of web PR efforts.
- वर्तमान में जनसंपर्क अनुसंधान का अधिकांश हिस्सा इंटरनेट पर केंद्रित है, जो पृष्ठभूमि जानकारी और डेटा संग्रह दोनों के लिए एक शोध उपकरण के रूप में कार्य करता है।
- इंटरनेट की निगरानी अब पर्यावरणीय स्कैनिंग का एक महत्वपूर्ण पहलू बन गई है। पेन (2002) के अनुसार, चैट रूम की निगरानी, वेब जनसंपर्क अभियानों और बिक्री के बीच संबंध का मूल्यांकन, और वेब जनसंपर्क प्रयासों की लागत-प्रभावशीलता का आकलन करने के लिए विभिन्न तकनीकों का सुझाव दिया गया है।



JRF Media Academy
by Rohit

2. Public Relations Audits



The public relations audit assesses an organization's PR status internally and externally, providing insights for future strategies.

जनसंपर्क ऑडिट संगठन की आंतरिक और बाहरी स्थिति का मूल्यांकन करता है और भविष्य की रणनीतियों के लिए अंतर्दृष्टि प्रदान करता है।



Studies like these are employed to assess a company's position from both internal perspectives (employee perceptions) and external viewpoints (customer opinions, stockholders, community leaders).

इस तरह के अध्ययन कंपनी की स्थिति का आकलन करने के लिए उपयोग किए जाते हैं चाहे आंतरिक दृष्टिकोण (कर्मचारी धारणा) से हो या बाहरी दृष्टिकोण (ग्राहक राय, शेयरधारक, समुदाय के नेता)।



Step 1: Identifying the key stakeholders in the organization

चरण 1: संगठन के प्रमुख हितधारकों की पहचान करना



Step 2: Determine how the organization is viewed by each of these audiences.

चरण 2: यह निर्धारित करना कि संगठन को इन प्रत्येक दर्शकों द्वारा किस प्रकार देखा जाता है।



Inaccessible
अप्राप्य



Totally Accessible
पूरी तरह से सुलभ



Rude
असभ्य



Courteous
शिष्ट



Caring
देखभाल करने वाला



Unsympathetic
असंवेदनशील

The main objective of PR Audit is to assess

पीआर ऑडिट का मुख्य उद्देश्य मूल्यांकन करना है



1 The strengths and weakness of PR in an organization.

किसी संगठन में पीआर की ताकत और कमजोरियाँ।



2 The negative image of an organization.

किसी संगठन की नकारात्मक छवि।



3 The relationship between an organization and its key public.

किसी संगठन और उसके प्रमुख जनसमूह के बीच संबंध।



4 The internal relationship of employees in an organization.

किसी संगठन में कर्मचारियों के आंतरिक संबंध।

1. Defining Public Relations Problems

Example



- A tech company has noticed a significant **decrease in customer satisfaction** due to product reliability issues reported on social media.
एक टेक कंपनी ने सोशल मीडिया पर रिपोर्ट की गई उत्पाद विश्वसनीयता समस्याओं के कारण ग्राहक संतुष्टि में महत्वपूर्ण कमी देखी है।



- To define and research this PR problem, the company would start by **monitoring and analyzing** social media mentions, customer reviews, and feedback.
इस PR समस्या को परिभाषित करने और शोध करने के लिए, कंपनी सोशल मीडिया मेंशन, ग्राहक समीक्षाओं और फीडबैक की निगरानी और विश्लेषण शुरू करेगी।



- They might conduct **surveys or focus groups** to understand customer perceptions and experiences better.
वे ग्राहक धारणाओं और अनुभवों को बेहतर समझने के लिए सर्वे या फोकस समूह आयोजित कर सकते हैं।



- The objective here is to **identify the root causes** of the negative sentiment and how it is affecting the company's reputation.
यहाँ उद्देश्य नकारात्मक भावना के मूल कारणों की पहचान करना और यह कंपनी की प्रतिष्ठा को कैसे प्रभावित कर रहा है, यह समझना है।



2. Planning Public Relations Programs

जनसंपर्क कार्यक्रमों की योजना बनाना



After collecting data through different environmental scanning methods, the subsequent step involves interpreting the information to pinpoint particular issues and opportunities that can be tackled through a well-planned public relations strategy.

विभिन्न पर्यावरण स्कैनिंग विधियों के माध्यम से डेटा एकत्र करने के बाद, अगला चरण जानकारी की व्याख्या करना है ताकि विशिष्ट मुद्दों और अवसरों की पहचान की जा सके जिनसे एक सुविचारित जनसंपर्क रणनीति के माध्यम से निपटा जा सके।



- Based on the research findings, the tech company will launch a PR program aimed at addressing the platform's reliability concerns and improving customer satisfaction.

शोध निष्कर्षों के आधार पर, टेक कंपनी एक जनसंपर्क कार्यक्रम शुरू करेगी जिसका उद्देश्य प्लेटफॉर्म की विश्वसनीयता संबंधी चिंताओं को दूर करना और ग्राहक संतुष्टि में सुधार करना है।



- The planning phase would involve setting clear objectives (e.g., improve customer satisfaction ratings by 20% within six months), identifying target audiences (e.g., current customers, tech bloggers, industry influencers), developing key messages (e.g., commitment to quality, steps being taken to improve product reliability), and choosing the appropriate channels for communication (e.g., social media, press releases, email newsletters).

योजना चरण में स्पष्ट उद्देश्यों को निर्धारित करना (जैसे, छह महीनों के भीतर ग्राहक संतुष्टि रेटिंग में 20% सुधार), लक्षित दर्शकों की पहचान करना (जैसे, वर्तमान ग्राहक, टेक ब्लॉगर, उद्योग प्रभावक), प्रमुख संदेश विकसित करना (जैसे, गुणवत्ता के प्रति प्रतिबद्धता, उत्पाद विश्वसनीयता में सुधार के लिए उठाए जा रहे कदम), और संचार के लिए उपयुक्त चैनलों का चयन करना (जैसे, सोशल मीडिया, प्रेस विज्ञप्ति, ईमेल न्यूज़लेटर) शामिल होगा।



3. Implementing Public Relations Programs through actions and communications



During the implementation phase, the most common type of research involves **monitoring** the public relations efforts.

कार्यान्वयन चरण के दौरान, अनुसंधान का सबसे सामान्य प्रकार जनसंपर्क प्रयासों की निगरानी करना होता है।



In this phase, the tech company would put the planned PR program into action.

इस चरण में, टेक कंपनी नियोजित पीआर कार्यक्रम को क्रियान्वित करेगी।



This phase includes **Gatekeeping Research**.

इस चरण में गेटकीपिंग रिसर्च शामिल है।



Gatekeeping Research



Gatekeeping is the process of selecting and then filtering, items of media that can be consumed within the time or space that an individual happens to have.

गेटकीपिंग उन मीडिया सामग्री के चयन और फिर छँटाई की प्रक्रिया है जिन्हें कोई व्यक्ति अपने पास उपलब्ध समय या स्थान के भीतर देख या उपयोग कर सकता है।

4. Evaluating the Program

कार्यक्रम का मूल्यांकन



- Evaluation research involves assessing the effectiveness of **program planning**, **implementation**, and **outcomes**.
- मूल्यांकन शोध में कार्यक्रम की योजना, कार्यान्वयन और परिणामों की प्रभावशीलता का आकलन शामिल है।



- The public relations researcher takes before-and-after measures and determines if any significant differences exist that can be attributed to the campaign.
- जनसंपर्क शोधकर्ता अभियान से पहले और बाद के माप लेता है और यह निर्धारित करता है कि क्या कोई महत्वपूर्ण अंतर मौजूद है जिसे अभियान का परिणाम माना जा सकता है।



- Researchers aim to assess the level of **cognitive level**, **affective** and **behavioral change**
- शोधकर्ता संज्ञानात्मक स्तर, भावनात्मक और व्यवहारिक परिवर्तन के स्तर का आकलन करने का लक्ष्य रखते हैं।



JRF Media Academy
by Rohit



Media Audit



- A media audit involves collecting and analyzing data on various media outlets, including traditional media, social media, and digital platforms.

मीडिया ऑडिट में पारंपरिक मीडिया, सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म सहित विभिन्न मीडिया आउटलेट्स पर डेटा एकत्र करना और उसका विश्लेषण करना शामिल है।



- The primary goal is to evaluate media coverage, understand public perception, and assess the effectiveness of PR campaigns.

इसका प्राथमिक लक्ष्य मीडिया कवरेज का मूल्यांकन करना, जनता की धारणा को समझना और पीआर अभियानों की प्रभावशीलता का आकलन करना है।



- Conducting regular media audits ensures that PR strategies remain relevant, responsive to public sentiment, and aligned with communication goals.

नियमित मीडिया ऑडिट यह सुनिश्चित करते हैं कि पीआर रणनीतियाँ प्रासंगिक, जनभावनाओं के प्रति उत्तरदायी और संचार लक्ष्यों के अनुरूप बनी रहें।



Gatekeeping Research



- Gatekeeper research in public relations refers to the study and analysis of individuals or entities that control the flow of information between an organisation and its public.

जनसंपर्क में गेटकीपर रिसर्च से तात्पर्य उन व्यक्तियों या संस्थाओं के अध्ययन और विश्लेषण से है जो किसी संगठन और उसके जनसमूह के बीच सूचना के प्रवाह को नियंत्रित करते हैं।



- These gatekeepers can be journalists, editors, influencers, bloggers, or even algorithms in the case of social media platforms and search engines.

ये गेटकीपर पत्रकार, संपादक, प्रभावशाली व्यक्ति, ब्लॉगर या सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और सर्च इंजनों के मामले में एल्गोरिदम भी हो सकते हैं।



- They act as filters, deciding what information is published, broadcasted, or shared with the audience.

वे फ़िल्टर के रूप में कार्य करते हैं, यह तय करते हुए कि कौन सी जानकारी दर्शकों के साथ प्रकाशित, प्रसारित या साझा की जाए।



Models of Evaluation

मूल्यांकन के मॉडल

Preparation, Implementation, Impact (PII) (1985)

Cutlip, Center and Broom कटलिप, सेंटर और ब्रूम



- A three-level evaluation model for differing demands: preparation, implementation and impact.

- यह विभिन्न आवश्यकताओं के लिए तीन स्तरों वाला मूल्यांकन मॉडल है: तैयारी, क्रियान्वयन और प्रभाव।



IMPACT (प्रभाव)

यह स्तर बताता है कि अभियान का समाज और जनता पर क्या प्रभाव पड़ा।

- Social and Cultural Change | सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन
- Number who repeat behavior | वे लोग जो व्यवहार दोहराते हैं
- Number who behave as desired | वे लोग जो अपेक्षित व्यवहार करते हैं
- Number who change attitudes | वे लोग जिनके दृष्टिकोण बदलते हैं
- Number who change opinions | वे लोग जिनकी राय बदलती है
- Number who learn message content | वे लोग जो संदेश की सामग्री सीखते हैं



IMPLEMENTATION (क्रियान्वयन)

यह स्तर बताता है कि संदेश और गतिविधियाँ कितनी और कैसे लागू की गईं।

- Number who attend to messages and activities | वे लोग जो संदेश और गतिविधियों पर ध्यान देते हैं
- Number who receive messages and activities | वे लोग जो संदेश और गतिविधियों प्राप्त करते हैं
- Number of messages placed and activities implemented | कितने संदेश प्रसारित किए गए और कितनी गतिविधियाँ लागू की गईं
- Number of messages sent to media and activities designed | मीडिया को भेजे गए संदेशों की संख्या और गतिविधियों की योजना बनाई गई



PREPARATION (तैयारी)

यह स्तर बताता है कि कार्यक्रम शुरू करने से पहले कितनी अच्छी तैयारी की गई।

- Quality of messages and activity presentation | संदेशों और गतिविधियों की प्रस्तुति की गुणवत्ता
- Appropriateness of message and activity content | संदेश और गतिविधि की सामग्री की उपयुक्तता
- Adequacy of background information base for designing program | कार्यक्रम की योजना बनाने के लिए पृष्ठभूमि जानकारी की पर्याप्तता



Pyramid Model (Macro Model) (1992)

Jim McNamara



JRF Media Academy



- It was inspired from PII model of Cutlip, Broom and Center.
- यह Cutlip, Broom और Center के PII मॉडल से प्रेरित है।



- It has a bottom-up structure, with the base of the pyramid being the starting point of the strategy and the peak being the outcome of the campaign.
- इसकी संरचना नीचे से ऊपर की ओर है, जिसमें पिरामिड का आधार रणनीति की शुरुआत का बिंदु होता है और शिखर अभियान का परिणाम होता है।



- It consists of three parts: inputs, outputs, and outcomes.
- इसमें तीन भाग होते हैं: इनपुट, आउटपुट और आउटकम।



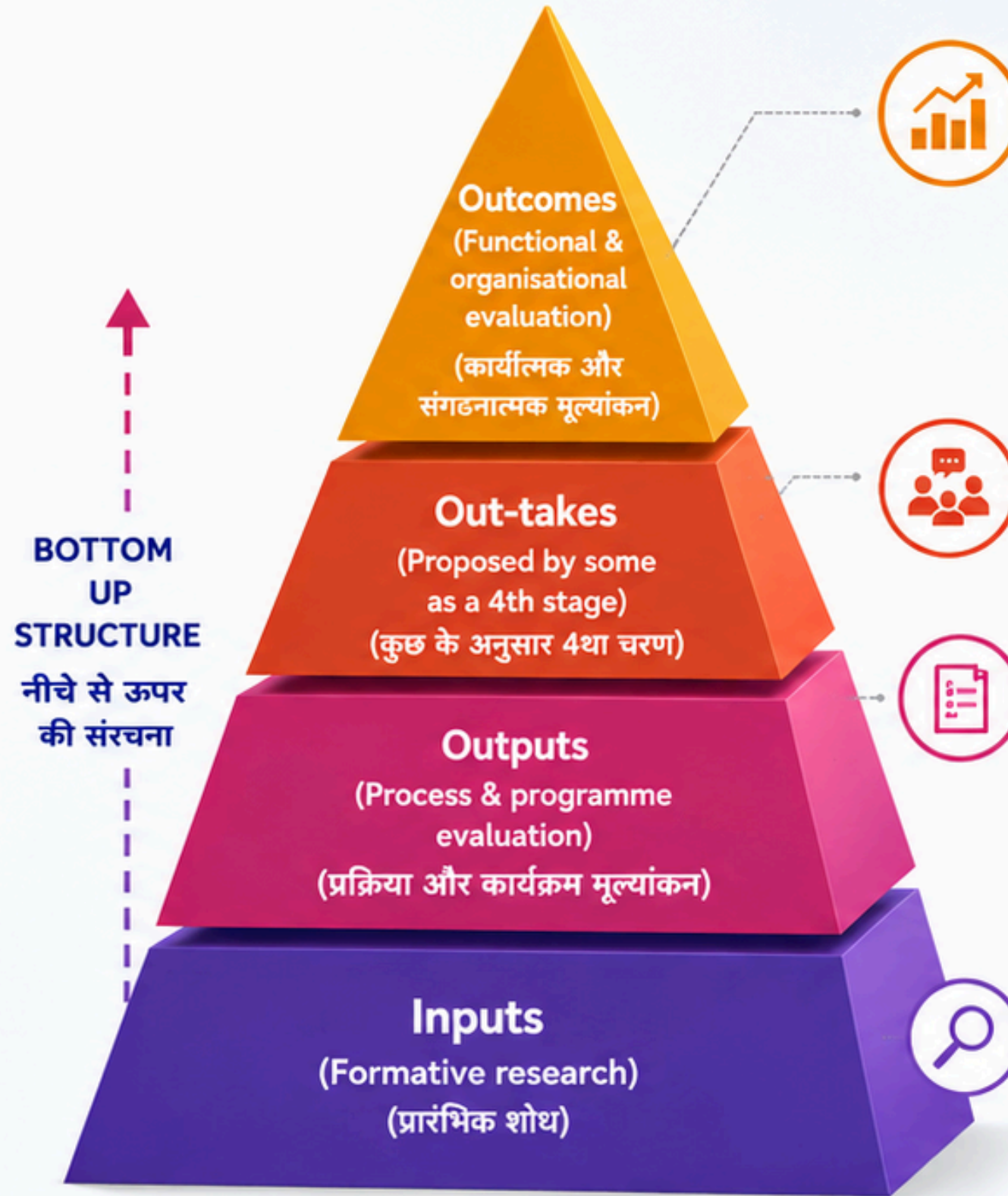
- Inputs** are elements of communication projects and programmes and include the following: the choice of medium, the content of communication as well as format.
Inputs संचार परियोजनाओं और कार्यक्रमों के तत्व हैं और इनमें निम्न शामिल हैं: माध्यम का चयन, संचार की सामग्री और प्रारूप।



- Outputs** are the materials and activities created (e.g. promotional materials, events, and media publicity) and the process to create them.
Outputs वे सामग्री और गतिविधियाँ हैं जो बनाई जाती हैं (जैसे प्रचार सामग्री, कार्यक्रम, और मीडिया पब्लिसिटी) और उन्हें बनाने की प्रक्रिया।



- Outcomes** are the impacts and effects of communication efforts
- Outcomes संचार प्रयासों के प्रभाव और प्रभाव हैं।



Key Steps / Stages in Communication
संचार में प्रमुख कदम / चरण



Measurement Methodologies: **by Rohit**
(formal & informal)

मापन पद्धतियाँ: (औपचारिक और अनौपचारिक)

- Goals; Voting results; Adoption rates; Observations
- मात्रात्मक सर्वे (बड़े पैमाने पर संरचित) सेल्स; वोटिंग परिणाम; अपनाने की दर; अवलोकन
- Focus groups; Surveys (targeted) (eg Customer, Employee or Shareholder Satisfaction); Reputation studies फोकस समूह; सर्वे (लक्षित) (जैसे ग्राहक, कर्मचारी या शेयरहोल्डर संतुष्टि); प्रतिष्ठा अध्ययन
- Focus groups; Interviews; Complaint decline; Experiments Interviews; Focus groups; Mini-surveys; Experiments
- फोकस समूह; साक्षात्कार; शिकायतों में कमी; प्रयोग साक्षात्कार; फोकस समूह; लघु सर्वे; प्रयोग
- Response mechanisms (1800, coupons); Inquiries
- Media Content Analysis; Communication Audits
- Media Monitoring (clippings, tapes, transcripts)
- Circulations; Event attendances; Web visits & downloads
- Distribution statistics; Web pages posted
- प्रतिक्रिया तंत्र (1800, कूपन); पृष्ठताछ
- मीडिया सामग्री विश्लेषण; संचार ऑडिट
- मीडिया मॉनिटरिंग (क्लिपिंग्स, टेपस, ट्रांसक्रिप्ट्स)
- प्रसार संख्या; कार्यक्रम उपस्थिति; वेब विजिट और डाउनलोड वितरण आँकड़े; वेब पेज पोस्ट किए गए
- Expert analysis; Peer review; Feedback; Awards
- Feedback; Readability tests (eg. Fog, Flesch); Pre-testing
- Case studies; Feedback; Interviews; Pre-testing (eg. PDFs)
- Academic papers; Feedback; Interviews; Focus groups Observations; Secondary data; Advisory groups; Chat rooms & online forums; Databases (eg. Customer complaints)
- विशेषज्ञ विश्लेषण; सहकर्मी समीक्षा; फीडबैक; पुरस्कार
- फीडबैक; पठनीयता परीक्षण (जैसे Fog, Flesch); पूर्व परीक्षण
- केस स्टडी; फीडबैक; साक्षात्कार; पूर्व परीक्षण (जैसे PDFs)
- शैक्षणिक शोध पत्र; फीडबैक; साक्षात्कार; फोकस समूह
- अवलोकन; द्वितीयक डेटा; सलाहकार समूह; चैट रूम और ऑनलाइन फोरम; डेटाबेस (जैसे ग्राहक शिकायतें)

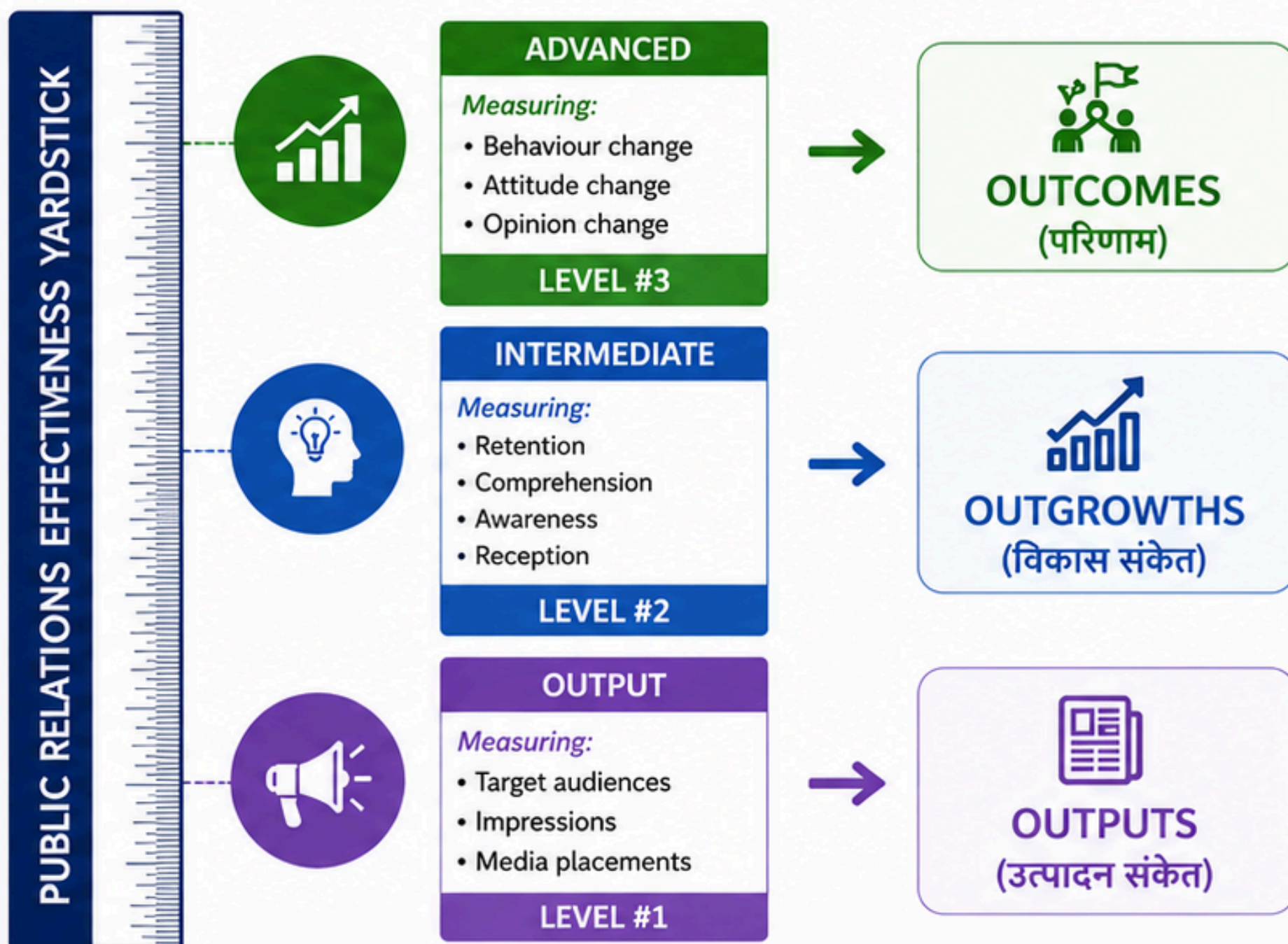
Yardstick Model

Walter Lindemann (1993)



A model with three levels to allow a practitioner to measure the effectiveness of a campaign.

यह एक ऐसा मॉडल है जिसमें तीन स्तर होते हैं, जिससे प्रशिक्षक किसी अभियान की प्रभावशीलता को माप सकता है।



JRF Media Academy by Rohit



Match List – I with List – II:

सूची – I का सूची – II के साथ मिलान कीजिए:

List- I (Models)

- a** Preparation, Implementation, Impact Model
- b** Three step yardstick model.
- c** Pyramid Model
- d** Short term and continuing programme model

List- II (Author)

- 1** Lindermann
- 2** Watson & Nobel
- 3** Cutlip, Center & Broom
- 4** McNamara

Codes:

	(a)	(b)	(c)	(d)
(A)	2	4	1	3
(B)	3	2	4	1
(C)	4	1	2	3
(D)	3	1	4	2



In his book, **The Unseen Power**, Scott M. Cutlip talks about major developments in the field of Public relations from a historical perspective.

अपनी पुस्तक **The Unseen Power** में, स्कॉट एम. कटलिप सार्वजनिक संबंधों के क्षेत्र में ऐतिहासिक दृष्टिकोण से प्रमुख विकासों के बारे में बात करते हैं।

He refers to the primary sources. These eras include:
वे प्राथमिक स्रोतों का उल्लेख करते हैं। इन युगों में शामिल हैं:



1 Seedbed Era | सीडबेड युग



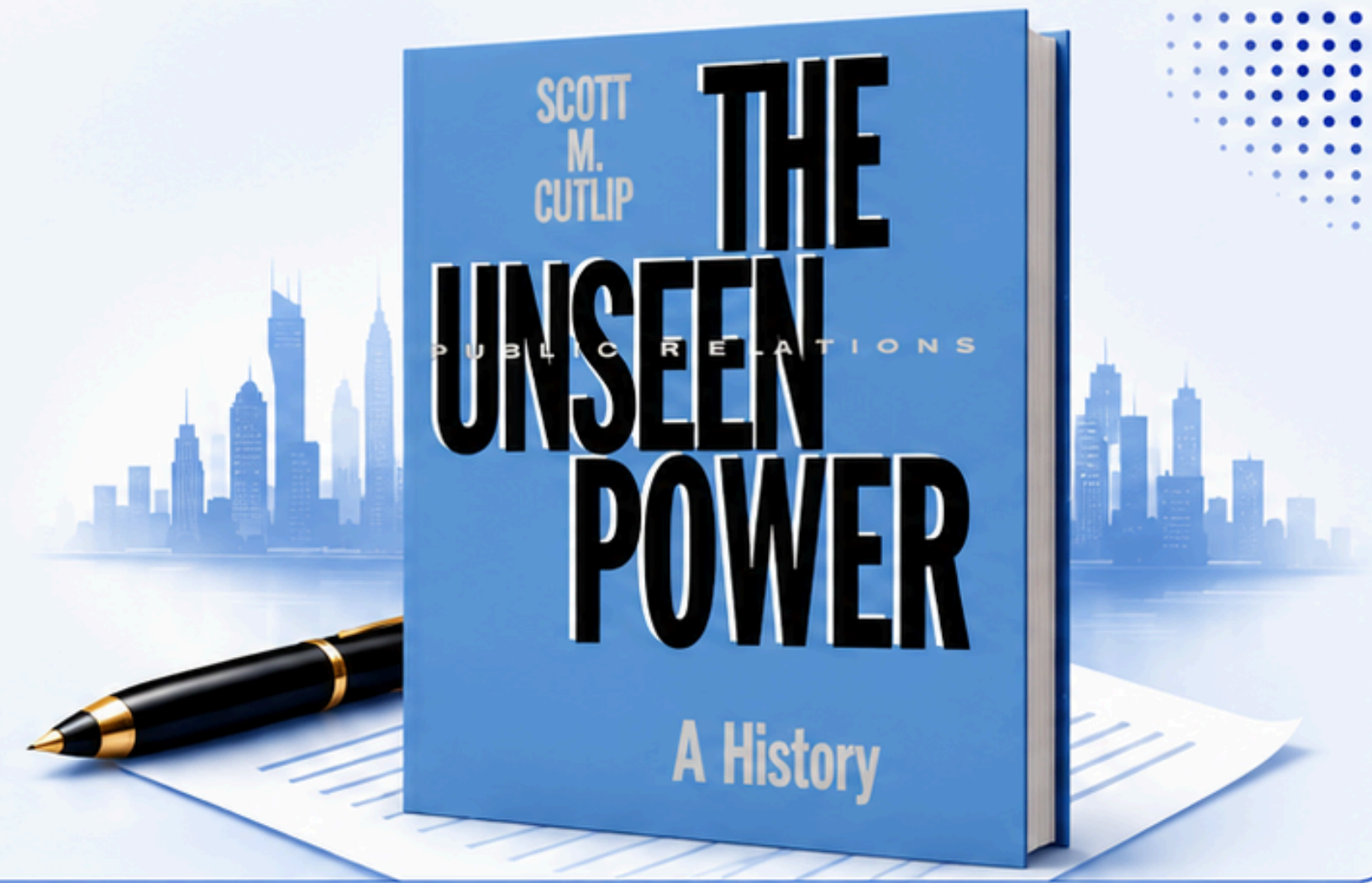
2 World War I | प्रथम विश्व युद्ध युग



3 Roosevelt Era (WW2) | रूजवेल्ट युग (द्वितीय विश्व युद्ध)



4 The era of information society | सूचना समाज का युग



SCOTT M. Cutlip has divided the developments of public relations in modern context into the following periods:

स्कॉट एम. कटलिप ने आधुनिक संदर्भ में सार्वजनिक संबंधों के विकास को निम्नलिखित अवधियों में विभाजित किया है:

A



Seedbed Era | सीडबेड युग

B



World War First. | प्रथम विश्व युद्ध युग

C



Donald Trump Era | डोनाल्ड ट्रम्प युग

D



Anna Andolan Period. | अन्ना आंदोलन काल

E



The Era of Information Society. | सूचना समाज का युग

1.

A. B and C only | केवल A, B और C

2.

A. B and E only | केवल A, B और E



3.

A. D and E only | केवल A, D और E

4.

B. D and E only | केवल B, D और E



JRF Media Academy by Rohit