



20

जनसंपर्क : उपकरण

अपने पूर्व के पाठ में आपने सीखा कि जनसंपर्क पब्लिक से प्रभावी तरीके से संप्रेषण करने के बारे में अपनाया जाने वाला उपाय है। यह संप्रेषण के विभिन्न चैनल के माध्यम से संपन्न होता है।

क्या आपने निम्नलिखित कार्य होते देखा है:—

- विशेषज्ञों द्वारा दिया गया वक्तव्य
- आपके दैनिक समाचारपत्र के साथ वितरित होने वाला कागज का पन्ना
- रेडियो और टेलीविजन पर विज्ञापन
- एक उत्पाद विशेष के बारे में सूचना देने के लिये सड़क के किनारे लगे विशाल डिस्प्ले बोर्ड
- स्थान जहाँ अनेक उत्पाद प्रदर्शित तथा विक्रय किये जाते हैं।

ये जनसंपर्क में प्रयुक्त कुछ फॉर्मेट के उदाहरण हैं।

ये फॉर्मेट क्या हैं

इनमें मौखिक संप्रेषण, मुद्रित शब्द, प्रसारण संदेश और प्रदर्शनी शामिल है।

दूसरे शब्दों में ये जनसंपर्क के लिये प्रयुक्त विभिन्न उपकरण हैं।

इस पाठ में आप इन उपकरणों तथा कैसे ये जनसंपर्क की प्रक्रिया को सक्षम बनाते हैं, यह सीखेंगे।



टिप्पणी



उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप निम्नलिखित करने में सक्षम होंगे—

- जनसंपर्क उपकरणों के अर्थ की व्याख्या;
- विभिन्न जनसंपर्क उपकरणों की पहचान;
- मौखिक संप्रेषण का वर्णन;
- मुद्रित संप्रेषण के विभिन्न रूपों का वर्गीकरण;
- जनसंपर्क के उपकरण के तौर पर मुद्रित तथा प्रसारण माध्यमों का महत्व बताना;
- आउटडोर माध्यमों के विभिन्न रूपों की सूची बनाना;
- जनसंपर्क में माध्यमों के अन्य रूपों का महत्व बताना।

20.1 जनसंपर्क के उपकरण

आपने सीखा कि जनसंपर्क का मुख्य लक्ष्य है:

- लोगों का ध्यान आकर्षण
- विश्वास जीतना
- आपसी समझ विकसित करना
- सद्भाव अर्जित करना

परंतु यह कैसे प्राप्त किया जाय आइये हम इसका उत्तर प्राप्त करें

आप जानते हैं कि जनसंपर्क की प्रक्रिया में कोई संदेश एक विशिष्ट आडियन्स के लक्ष्य करके प्रयुक्त होता है। आइये हम एक विद्यालय के प्रधानाचार्य का उदाहरण लें जो परीक्षा से पहले छात्रों को संबोधित करती हैं। उन्हें अपना भाषण प्रभावशाली दंग से तैयार करना होगा जिससे छात्र प्रोत्साहित और प्रेरित हों।

लोगों को नगर को स्वच्छ रखने के लिये एक अभियान में भाग लेने के लिये आग्रह करने हेतु एक अन्य संदेश का उदाहरण लें। यह रेडियो या टेलीविजन पर प्रसारित किया जा सकता है।

सूचना देने के लिये वेबसाइट का उपयोग भी किया जा सकता है। आप एक



टिप्पणी

विश्वविद्यालय की वेबसाइट देखने की कोशिश कर सकते हैं जो प्रस्तावित पाठ्यक्रमों, पाठ्यक्रम हेतु आवेदन की प्रक्रिया तथा इस प्रकार की अन्य महत्वपूर्ण सूचनाएँ देता है।

ये सभी उदाहरण जनसंपर्क में प्रयुक्त उपकरणों तथा तकनीकों के हैं।

आइये हम पब्लिक को संप्रेषित करने के लिये प्रयुक्त जनसंपर्क उपकरणों को वर्गीकृत करें

- मौखिक संप्रेषण
- मुद्रित व ग्राफिक संप्रेषण
- मुद्रित माध्यम
- आउटडोर माध्यम (इलेक्ट्रॉनिक डिस्प्ले, होर्डिंग, पोस्टर्स)
- प्रसारण माध्यम (टेलीविजन, रेडियो व सिनेमा)
- अन्य माध्यम (वेबसाइट, प्रदर्शनी, एंडोर्समेंट)

20.2 मौखिक संप्रेषण

याद करिये कि आपने अन्तर-व्यक्तिगत संप्रेषण के विषय में अपने पहले मॉड्यूल में क्या सीखा था। यह द्विमागीय संप्रेषण है।

आइये हम एक अध्यापिका और छात्र के बीच होने वाली बातचीत का उदाहरण लें। छात्रा ने परीक्षा में अच्छा प्रदर्शन नहीं किया है और अध्यापिका परीक्षा में असफलता के कारणों का पता लगाने के लिये उससे बात करना चाहती है। छात्रा को अपनी समस्याएँ बताने का एक अवसर दिया जाता है और अध्यापिका उसे सांत्वना देने का प्रयास करती है और उसका मार्गदर्शन करती है जिससे वह अगली परीक्षा अच्छी तरह दे सके। यह अध्यापिका तथा छात्रा के बीच होने वाले मौखिक संप्रेषण का उदाहरण है।

मौखिक संप्रेषण अन्तर-व्यक्तिगत संप्रेषण के समान ही होता है जिसमें द्विमागीय संप्रेषण होता है। इसे आमने सामने का संप्रेषण या व्यक्ति व्यक्ति के बीच का संप्रेषण भी कहते हैं। जब संप्रेषण के आधुनिक माध्यम नहीं थे तब संप्रेषण का यही प्रकार आस्तित्व में था।

मौखिक संप्रेषण जनसंपर्क का एक प्रभावली उपकरण है जिसमें प्रश्न और स्पष्टीकरण की संभावना होती है।



टिप्पणी

भाषण और भेंटवार्ता

आपने प्रधानमंत्री या राष्ट्रपति को रेडियो या टेलीविजन पर स्वतंत्रता दिवस जैसे विशेष अवसरों पर लोगों को संबोधित करते देखा या सुना होगा। क्या आपको यह संबोधन प्रभावी लगा? आपने इस संदेश से क्या सीखा?

यह भाषण का एक उदाहरण है जो मौखिक संप्रेषण का प्राथमिक रूप है। एक अच्छा भाषण पब्लिक से प्रभावी ढंग से संप्रेषण करने में मदद करता है। यदि भाषण श्रोताओं के समक्ष दिया जाता है तो इसमें द्विमार्गीय संप्रेषण का माहौल बनता है।



चित्र 20.1 भाषण

आपने 'भेंटवार्ता' शब्द सुना होगा। आपने रेडियो या टेलीविजन पर एक फिल्म सितारों या क्रिकेट खिलाड़ी के साथ भेंटवार्ता सुना या देखा होगा। आइये हम 'भेंटवार्ता' शब्द का अर्थ समझें। भेंटवार्ता मौखिक संप्रेषण का दूसरा रूप है जहाँ आप देखते हैं कि एक व्यक्ति प्रश्न पूछता है और दूसरा उसका उत्तर देता है। पहले को साक्षात्कारकर्ता तथा दूसरे को साक्षात्कारदाता कहते हैं। इस विधि में साक्षात्कारदाता के पास श्रोताओं आडियन्स को प्रभावित करने के अवसर होते हैं, जिससे जनसंपर्क के एक लक्ष्य की पूर्ति होती है।



टिप्पणी

**पाठगत प्रश्न 20.1**

1. कोष्ठक में दिये गये सर्वाधिक उपयुक्त शब्द के साथ रिक्त स्थान की पूर्ति करें
 - i) मौखिक संप्रेषण को ----- संप्रेषण भी कहते हैं। (आमने सामने, अन्तर-वैयक्तिक अंतः वैयक्तिक)
 - ii) ----- मौखिक संप्रेषण का एक उदाहरण है। (भाषण, वेबसाइट, पोस्टर)
 - iii) जनसंपर्क का मूल लक्ष्य पब्लिक को ----- करना है। (विचलित, अपमानित आकर्षित)
 - iv) ----- मौखिक संप्रेषण का एक रूप है जिसमें प्रश्न और उत्तर शामिल होता है। (भाषण, भेंटवार्ता, अभियान)

20.3 मुद्रित व ग्राफिक संप्रेषण● **फ्लायर**

क्या आपने अपने समाचारपत्र के साथ वितरित किया गया कागज का एक पन्ना देखा है? आप पायेंगे कि ये स्कूल की छुट्टियों के दौरान बच्चों के लिये ग्रीष्म कक्षाओं, आसपास के खाने पीने के स्थान, स्कूल द्वारा दी गयी सुविधा आदि के बारे में सूचना देते हैं। आप देख सकते हैं कि आपके इलाके में उपलब्ध विभिन्न सेवाओं के बारे में ये ढेर सारी उपयोगी सूचनाएँ देते हैं।

सूचनाएँ देने वाले कागज के इन पन्नों को आमतौर पर फ्लायर या हैंडबिल कहते हैं।

इसलिये हम कह सकते हैं कि:-



टिप्पणी

फ्लायर

- जनसंपर्क में प्रयुक्त सूचना उपकरणों के सरलतम व साधारण रूप का प्रतिनिधित्व करते हैं।
- जनसंपर्क हेतु प्रयुक्त प्रथम लिखित सामग्री था।
- बुलेटिन बोर्ड पर लगाये गये बिना मोड़े हुये पन्ने होते हैं, या इन्हें डाक से भेजा जा सकता है, या हाथोहाथ वितरित किया जा सकता है।
- एकल संदेश प्रस्तुत करता है न कि अलग अलग संदेश ईकाइयों की श्रंखला
- समय विशेष पर वितरित होते हैं तथा एक विशेष इवेंट बताते हैं।
- सूचना के माध्यम से जागरूकता का उद्देश्य पूरा करते हैं।

फ्लायर्स को देखने में अधिक सुंदर बनाकर आकर्षक बनाया जा सकता है।

क्या आप जानते थे?

अड़तीस शताब्दी पहले मेसोपोटामिया में बेबीलोनिया के लोग फ्लायर (पाषाण पटल पर खुदा हुआ) कृषि क्षमता बढ़ाने के लिये जनशिक्षा अभियान के एक हिस्से के रूप में बनाते थे।

● ब्रोशर

जब संप्रेषित संदेश को श्रोताओं के मस्तिष्क में दीर्घकाल तक रखना होता है, तो फ्लायर जैसे सूचना का एक पन्ना पर्याप्त नहीं हो सकता। ऐसे मामले में एक बहुपृष्ठीय प्रकाशन या दूसरे शब्दों में एक से अधिक पृष्ठों की मुद्रित सामग्री जनसंपर्क के उपकरण के तौर पर निर्मित की जाती है। निर्मित होने के उद्देश्य तथा आकार के आधार पर इन्हें लीफलेट, फोल्डर या पैम्फलेट कहा जाता है। इन सभी प्रकाशनों को ब्रोशर कहते हैं।

अतएव हम ब्रोशर को निम्नवत परिभाषित कर सकते हैं:-

सूचना का एक मोड़ा हुआ पन्ना जिसे एक किताब की तरह पढ़ा जा सकता है और दीर्घ अवधि तक प्रासंगिक सूचना उपलब्ध कराता है।

आइये हम ब्रोशर के कुछ उदाहरण देखें:

एक विश्वविद्यालय द्वारा निर्मित ब्रोशर इसके परिसर, प्रस्तावित पाठ्यक्रम, शुल्क, छात्रावास सुविधा आदि सूचनाएँ उन छात्रों को उपलब्ध कराता है जो इसके कॉलेजों में प्रवेश चाहते हैं।

इसी तरह ट्रेवेल एजेंट भी ब्रोशर देते हैं जो उनके द्वारा योजित टूर पैकेज की सूचना देते हैं।

● न्यूजलेटर

न्यूजलेटर क्या है?

- यह नियमित अवधि पर छपने वाला मुद्रित प्रकाशन है
- यह सूचना जानने को इच्छुक विशेष श्रोताओं में वितरित होता है।
- न्यूजलेटर अपने पब्लिक या श्रोताओं के लिये प्रासंगिक सूचनाओं पर केंद्रित होता है।
- न्यूजलेटर की विषयवस्तु का प्रस्तुतीकरण कम औपचारिक तथा पत्र जैसी लेखन शैली में किया जाता है।

उदाहरण के लिये एक कॉलेज द्वारा प्रकाशित न्यूजलेटर में एक विशेष अवधि में संचालित गतिविधियों, अध्यापकों या छात्रों की विशेष उपलब्धियों सेवानिवृत्त होने वाले कर्मचारियों, नयी भर्तियों आदि के बारे में सूचना होती है। ऐसे न्यूजलेटर मात्र अध्यापकों या छात्रों के लिये ही नहीं बल्कि कालेज अल्यूम्नी के लिये भी लक्षित होते हैं।

प्रेस विज्ञप्ति

अब हम प्रेस विज्ञप्ति के बारे में अध्ययन करें जो अभी तक आप द्वारा पढ़े गये मुद्रित संप्रेषण से अलग है।

प्रेस विज्ञप्ति जनसंपर्ककर्मी द्वारा जनमाध्यमों के द्वारा उद्घोषित करने के लिये प्रयुक्त लिखित संप्रेषण का सर्वाधिक महत्वपूर्ण रूप है। इसे जन माध्यमों तक डाक द्वारा, फैंक्स या ई-मेल द्वारा भेजा जाता है।

प्रेस विज्ञप्ति कैसे तैयार होती है?

प्रेस विज्ञप्ति का टेक्स्ट आकर्षक शीर्षक के साथ एक समाचार के रूप में लिखा जाता है जिससे माध्यमों के लिये यह शीघ्र स्वीकार्य हो तथा समाचारपत्र/रेडियो/टेलीविजन द्वारा संदेश तत्काल प्रसारित किया जा सके।



क्रियाकलाप 20.2

अपने विद्यालय में आयोजित एक सांस्कृतिक कार्यक्रम पर एक संक्षिप्त प्रेस विज्ञप्ति तैयार करें।



टिप्पणी



टिप्पणी

20.4 मुद्रित माध्यम

पहले के मॉड्यूल में आपने सीखा कि समाचारपत्र तथा पत्रिकाएँ जैसे मुद्रित माध्यम को जनसंपर्क के उपकरण के तौर पर प्रयुक्त किया जाता है। समाचारपत्र और पत्रिकाओं में आपने अनेक विज्ञापन देखे होंगे। इनमें क्या होता है? इनमें लिखे गये शब्द तथा कुछ चित्र होते हैं। ये विज्ञापन मुद्रित माध्यम में प्रयुक्त जनसंपर्क उपकरणों का उदाहरण है। इन्हें अन्य स्पर्धा करने वाले विज्ञापनों से लोगों का ध्यान हटाने के लिए प्रभावी ढंग से आकर्षक बनाया जाता है।

लेकिन आप पायेंगे कि समाचारपत्रों तथा पत्रिकाओं में छपने वाले विज्ञापन कई तरह से अलग होते हैं। आइये इनकी सूची बनाएँ।

सारणी 20.1

समाचार पत्र का विज्ञापन	पत्रिका का विज्ञापन
<ul style="list-style-type: none"> — सामान्यतः श्वेत-श्याम में — विभिन्न आकारों में — एक ही पृष्ठ पर एक से अधिक विज्ञापन स्थित हो सकते हैं 	<ul style="list-style-type: none"> — सामान्यतः रंगीन — अधिकतर पूर्ण पृष्ठ पर — सामान्यतः एक पृष्ठ पर एक ही विज्ञापन स्थित



पाठगत प्रश्न 20.2

1. कुछ विवरणों की सूची नीचे दी गयी है। आपने इस पाठ में जिस मुद्रित या ग्राफिक संप्रेषण के विषय में पढ़ा है उससे इन्हें संबद्ध करें।

विवरण	मुद्रित या ग्राफिक संप्रेषण के प्रकार
i) जन माध्यमों एक उद्घोषणा करने के लिए प्रयुक्त लिखित संप्रेषण
ii) नियमित अवधि पर छपने वाला मुद्रित प्रकाशन
iii) दीर्घकाल के लिए प्रासांगिक मुद्रित सूचनाओं का मोड़ा हुआ पन्ना
iv) एक संदेश प्रस्तुत करने वाला मुद्रित सूचना का बिना मोड़ा पन्ना

2. समाचारपत्र और पत्रिका में छपने वाले विज्ञापनों के बीच का कोई दो अन्तर बताएँ।



20.5 आउटडोर माध्यम

टिप्पणी

क्या आपने रात में चमकने वाले मोबाइल फोन के एक ब्रांड का संदेश दिखाने वाले विशाल बोर्ड देखा है? इसे होर्डिंग कहते हैं और आजकल देखेंगे कि अधिकतर होर्डिंग इलेक्ट्रॉनिक संचालित होती हैं (इलेक्ट्रॉनिक होर्डिंग) जिससे वे आकर्षक लगें और दर्शकों का ध्यान आकर्षित करें। यह जनसंपर्क हेतु प्रयुक्त आउटडोर माध्यम के एक लोकप्रिय उपकरण का उदाहरण है।

इसी प्रकार आपको बस पैनल पर, बस अड्डे पर विशाल बोर्ड पर, हवाई अड्डे और रेलवे स्टेशन पर दूध तथा दुग्ध उत्पादों के संदेश पढ़ने को मिलेंगे जहाँ बहुत से लोगों का आवागमन होता है। संप्रेषण के इन प्रकारों को सामान्यतः पोस्टर माध्यम कहते हैं।

यहाँ आप ध्यान देंगे कि इसमें दृश्य संदेश या दर्शकों को जो दिखता है उस पर जोर दिया जाता है। पोस्टर संदेश में सार्थक शीर्षक के साथ स्पष्ट चित्र होते हैं। संप्रेषण का यह रूप किसी उत्पाद या विचार विशेष का दर्शक को याद दिलाने के लिए प्रयुक्त होता है।

आउटडोर माध्यम का अन्य रूप है एक लिखे संदेश के साथ हवा में तैरते बड़े गुब्बारे। ये गर्म हवा गुब्बारे होते हैं जो लोगों का ध्यान आसानी से खींचते हैं तथा इस तरह जनसंपर्क में मदद करते हैं।





टिप्पणी

आप पायेंगे कि आउटडोर माध्यम के कुछ रूप जैसे सड़क के किनारे लगी होर्डिंग को देखने के लिए बहुत कम समय मिलता है इस तरह ये प्रभावी संप्रेषण में मदद नहीं करते।



चित्र 20.4: बस पैनल पर विज्ञापन

20.6 प्रसारण माध्यम

आपने पहले के पाठ में आपने रेडियो और टेलीविजन जैसे प्रसारण माध्यमों के बारे में पढ़ा है।

आइये हम रेडियो का उदाहरण लें। इस माध्यम पर आप संदेश व संगीत सुनते हैं। यहाँ विशिष्ट लक्षण ध्वनि है जो श्रोताओं पर एक प्रभाव डालती है। संगीत और संदेश के तालमेल वाले रेडियो विज्ञापन जनसंपर्क में प्रयुक्त विज्ञापन का एक सामान्य उदाहरण हैं।

इसी प्रकार टेलीविजन को लीजिये। इसमें आप चित्र और छवि देखने के साथ संदेश और संगीत सुन सकते हैं। इन दृश्यों का एक विशेष लक्षण होता है। वे चलते हुए दिखती हैं। साथ में ध्वनि भी होता है। इस प्रकार दर्शक पर अमिट छाप छोड़ती हैं। रियलिटी संगीत व नृत्य कार्यक्रम, क्रिकेट मैच जिन्हें व्यावसायिक संगठन प्रायोजित करते हैं, किसी उत्पाद विशेष की ओर लोगों का ध्यान आकर्षित करने के लिए टेलीविजन के प्रयोग का उदाहरण हैं।

आइये अब हम इनकी तुलना मुद्रित (समाचार पत्र, पत्रिका) तथा पोस्टर माध्यम के दृश्यों तथा लिखे गये शब्दों से करें। ये स्थिर होते हैं या दूसरे शब्दों में कहें तो ये चलते नहीं।

अतएव अब आप देख सकते हैं कि प्रसारण माध्यम गति तथा ध्वनि की संभावना लिये हुए होता है। जिससे रचनात्मक और आकर्षक दृश्य प्रस्तुत करना संभव होता है।

क्या आपने इंटरनेट पर दृश्य देखे हैं। इनमें गति व ध्वनि के साथ-साथ प्रस्तुति की संभावना होती है जिससे ये संप्रेषण हेतु प्रभावशाली उपकरण बन जाते हैं। एयरलाइन कंपनियों के सस्ते हवाई टिकटों का प्रस्ताव देने वाले प्रोत्साहन इंटरनेट के जनसंपर्क उपकरण के रूप में प्रयोग का उदाहरण हैं।



पाठगत प्रश्न 20.3

1. उदाहरण के साथ आउटडोर माध्यम के किन्हीं दो प्रकारों की सूची बनाइये।
2. रिक्त स्थान की पूर्ति सबसे उपयुक्त शब्द/शब्दों के साथ कीजिये—
 - i) होर्डिंग माध्यम का उदाहरण है
 - ii) रेडियो विज्ञापन में और संदेश का तालमेल होता है।
 - iii) मुद्रित माध्यम में दृश्य और लिखित शब्द हैं।
 - iv) इंटरनेट पर दृश्य और की संभावना प्रस्तुत करते हैं।
 - v) जब संदेश बस पैनल पर लिखे हों तो संप्रेषण के इस प्रकार को माध्यम कहते हैं।

20.7 माध्यमों के अन्य रूप

वेबसाइट

आपको वेबसाइट कहाँ मिलते हैं? इंटरनेट पर? आपमें से कुछ लोगों ने वेबसाइट देखे होंगे।

आइये हम समझें वेबसाइट क्या है? वेबसाइट वेब पृष्ठों और दृश्यों का एक संकलन है जिस तक अभिगम इंटरनेट द्वारा संभव है।



टिप्पणी



टिप्पणी



चित्र 20.4: वेबसाइट द्वारा विज्ञापन

इंटरनेट वेब जनसंपर्क हेतु सबसे आमतौर पर प्रयुक्त माध्यम है। ऐसी स्थिति सोचिये जब आपको किसी शहर में ट्रेन से जाना है। इंडियन, रेलवे के वेबसाइट के माध्यम से उस शहर को जाने वाली ट्रेनों की जानकारी पाना सबसे आसान है। आप इस वेबसाइट से टिकट भी खरीद सकते हैं। इसकी तुलना उस स्थिति से कीजिये जब आपको इसी काम के लिए रेलवे बुकिंग खिड़की तक जाना पड़े। यह लोगों की सुविधा के लिए रेलवे द्वारा जनसंपर्क का एक उदाहरण है।

उपरोक्त उदाहरण द्वारा आप समझ सकते हैं कि इंटरनेट वेब द्वारा तत्काल सूचना व सेवा प्राप्त करना संभव है। इस तरह इंटरनेट किसी संगठन द्वारा उपलब्ध की जा रही सेवाओं के तरीकों में तेजी से परिवर्तन ला रहा है।

एक वेबसाइट पर सूचना आसान और बोधगम्य रूप से प्रस्तुत की जाती है। वेब पृष्ठों को आकर्षक चित्रों के साथ बनाया जाता है जिससे वे लोगों का ध्यान आकर्षित करें।

क्या अब हम कह सकते हैं कि इंटरनेट वेब जनसंपर्क के संप्रेषण का अद्भुत उपकरण है।



क्रियाकलाप 20.3

ऑल इंडिया रेडियो की वेबसाइट पर जाइये और अपनी राय लिखिये कि क्या उस पर आप द्वारा देखे गये संदेश और चित्र उपयोगी व आकर्षक हैं?

सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट (प्रसिद्ध व्यक्ति का समर्थन)

क्या आपने किसी सेलिब्रिटी या दूसरे शब्दों में एक जाने माने व्यक्ति को किसी साबुन या शीतलपेय के ब्रांड के बारे में रेडियो या टेलीविजन पर बोलते देखा या सुना है? यहाँ

आप हमेशा पायेंगे कि श्रोताओं या दर्शकों द्वारा पसंद किया जाने वाला सुपरिचित व्यक्ति किसी उत्पाद के वर्णन और उत्पाद के उपयोग के लिए लोगों को मनाने के लिए चुना जाता है। इसी को प्रसिद्ध व्यक्ति द्वारा समर्थन (सेलिब्रिटी एंडोर्समेंट) कहते हैं।

प्रसिद्ध व्यक्ति द्वारा समर्थन एक जनसंपर्क उपकरण है जो श्रोताओं को विभिन्न उत्पाद जैसे शीतलपेय, साबुन, कपड़े, दंतमंजन, चाय कॉफी आदि खरीदने के लिए इनकी जानकारी देकर/दिलचस्पी बनाकर किसी प्रसिद्ध व्यक्ति या लोकप्रिय व्यक्ति के माध्यम से राजी करता है।



क्रियाकलाप 20.4

क्या आपने ऐसे उत्पाद देखे हैं जिनका समर्थन कोई प्रसिद्ध व्यक्ति करता है? यदि हाँ तो क्या आप उस व्यक्ति की बात मान गये और आपने वह उत्पाद खरीदा? अपने अनुभव लिखिये।

प्रदर्शनी

क्या आप कभी कोई प्रदर्शनी देखने गये हैं? यहाँ आपने सजाकर प्रदर्शित किये जा रहे तथा खुले या विशाल हाल में बड़ी जगह में बेचे जा रहे अनेक उत्पाद देखे होंगे। आपने इनमें से कुछ खरीदा भी होगा। आपको बाजार में उपलब्ध कुछ नये उत्पादों के बारे में भी पता लगा होगा।



टिप्पणी



टिप्पणी

हम कह सकते हैं कि—

- प्रदर्शनी जनसंपर्क गतिविधि के वर्द्धन हेतु एक अन्य उपकरण है।
- इसमें प्रदर्शित सामग्री लोगों के मन पर एक अमिट छाप छोड़ता है।
- इसमें बड़े स्तर पर लोगों की भागीदारी होती है।
- इसमें उन्मुक्त वातावरण में उत्पाद प्रदर्शित किये जा सकते हैं।
- प्रदर्शनियाँ व्यापार स जित करने की संभावना बनाती हैं।

फिर भी आप समझ सकते हैं कि एक खर्चीला उपकरण है और इसमें बड़ी योजना बनाने की जरूरत होती है।



पाठगत प्रश्न 20.4

1. वेबसाइट क्या है? जनसंपर्क उपकरण के तौर पर यह कैसे उपयोगी है?
2. दो प्रसिद्ध व्यक्तियों का नाम दीजिये जिन्हें आपने टेलीविजन पर किसी उत्पाद का समर्थन करते देखा है?
3. प्रदर्शनी के कोई दो लक्षण लिखिये।



20.8 आपने क्या सीखा

→ जनसंपर्क उपकरण

- मौखिक संप्रेषण (भाषण व भेंटवार्ता)
- मुद्रित व ग्राफिक संप्रेषण (फलायर, ब्रोशर, न्यूजलेटर, प्रेस विज्ञप्ति)
- मुद्रित माध्यम (समाचार पत्र व पत्रिका विज्ञान)
- आउटडोर माध्यम (इलेक्ट्रॉनिक डिस्प्ले, होर्डिंग, पोस्टर)
- प्रसारण माध्यम (रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट)
- अन्य माध्यम (वेबसाइट, प्रसिद्ध व्यक्ति का समर्थन, प्रदर्शनी)



20.9 पाठन्त प्रश्न

1. पाठ में 'जनसंपर्क उपकरण' शब्द से आप क्या समझते हैं? उन जनसंपर्क उपकरणों की सूची बनाइये जो आपने सीखा।

2. एक जनसंपर्क उपकरण के तौर पर मौखिक संप्रेषण के उपयोग की व्याख्या कीजिये।
3. उदाहरण के साथ विभिन्न प्रकार के मुद्रित व ग्राफिक संप्रेषण में अंतर स्पष्ट कीजिये।
4. जनसंपर्क उपकरण के तौर पर प्रसारण माध्यम का महत्त्व बताइये।
5. किस प्रकार मुद्रित माध्यम पब्लिक से संप्रेषण हेतु प्रयुक्त होता है? समाचार पत्र व पत्रिका विज्ञापन में अंतर बताइये।
6. पब्लिक का ध्यान आकर्षित करने के लिए प्रदर्शनी तथा प्रसिद्ध व्यक्ति के समर्थन का उपयोग कैसे किया जाता है?



टिप्पणी



20.10 पाठगत प्रश्नों के उत्तर

- 20.1** 1. i) आमने सामने
ii) भाषण
iii) आकर्षित
iv) भेंटवार्ता
- 20.2** 1. i) प्रेस विज्ञप्ति
ii) न्यूजलेटर
iii) ब्रोशर
iv) फ्लायर
2. भाग 20.4 देखें
- 20.3** 1. i) भाग 20.5 देखें
2. i) आउडटोर
ii) संगीत
iii) स्थिर
iv) गति, संगीत
v) पोस्टर
- 20.4** 1. भाग 20.7 देखें
2. i) फिल्म सितारों का नाम
ii) क्रिकेट खिलाड़ी का नाम
iii) अन्य
3. भाग 20.7 देखें।