

मीडिया एजुकेशन

मीडिया शिक्षा लोकप्रिय संस्कृति के सकारात्मक, रचनात्मक और सुखद आयामों को स्वीकार करती है और उनका निर्माण करती है, साथ ही युवाओं को यह भी सिखाती है कि डिजिटल और पारंपरिक मीडिया के जोखिमों और प्रभावों का प्रबंधन कैसे करें। यह तेजी से जटिल मीडिया परिदृश्य के माध्यम से नेविगेट करने में हमारी मदद करने के लिए मीडिया ग्रंथों के उत्पादन और मीडिया के बारे में महत्वपूर्ण सोच को शामिल करता है। उस परिदृश्य में न केवल पारंपरिक और डिजिटल मीडिया, बल्कि लोकप्रिय संस्कृति जैसे खिलौने, सनक, फैशन, शॉपिंग मॉल और थीम पार्क भी शामिल हैं। मीडिया शिक्षा में मीडिया के काम को एक टेक्स्ट या आर्टिफैक्ट के रूप में शामिल करना शामिल हो सकता है।



क्योंकि मीडिया के मुद्दे जटिल और अक्सर विरोधाभासी होते हैं, शिक्षक की भूमिका सही उत्तर सिखाने की नहीं होती है, बल्कि छात्रों को सही प्रश्न पूछने में मदद करने की होती है। उदाहरण के लिए: मीडिया के काम के दर्शक कौन हैं और क्यों? कहानी किसके दृष्टिकोण से कही जा रही है? किसी विशिष्ट शैली के अनूठे तत्व हम जो देखते, सुनते या पढ़ते हैं, उसे कैसे प्रभावित करते हैं? अलग-अलग दर्शक एक ही मीडिया के काम की व्याख्या कैसे कर सकते हैं? एक डिजिटल उपकरण के सामर्थ्य और चूक कैसे प्रभावित करते हैं कि हम इसका उपयोग कैसे करते हैं? उस प्रभाव के सामाजिक और राजनीतिक निहितार्थ क्या हो सकते हैं?

एक पाठ के रूप में किसी कार्य का विश्लेषण करने का अर्थ है उसकी सामग्री पर ध्यान केंद्रित करना और इसके लेखक हमारे ध्यान को निर्देशित करते हैं और अर्थ संप्रेषित करते हैं, जबकि इसे एक कलाकृति के रूप में मानने का अर्थ है इसके संदर्भ के बारे में सोचना: इसे किसने बनाया और क्यों, समान कार्यों से इसका संबंध, कैसे अलग-अलग दर्शक इसकी अलग-अलग व्याख्या कर सकते हैं, और इसी तरह। दोनों दृष्टिकोण महत्वपूर्ण हैं और एक दूसरे को सुदृढ़ करते हैं छात्रों को उनके व्यापक संदर्भ पर सार्थक चर्चा करने के लिए ग्रंथों के रूप में उनका कुछ विश्लेषण करने की आवश्यकता है। मीडिया कार्यों को क्यों बनाया जाता है, इसके बारे में कुछ संदर्भ यह समझने के लिए भी आवश्यक है कि उन्हें कैसे बनाया जाता है। इस तरह, डिजिटल मीडिया साक्षरता छात्रों को पारंपरिक और डिजिटल मीडिया दोनों के "विशेषज्ञ पाठक" बनने में मदद करती है



एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन

जनवरी 26, 2023

एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन

एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन एमिटी यूनिवर्सिटी छात्रछाया के तहत एक प्रमुख जन संचार संस्थान है जो स्नातक और स्नातकोत्तर स्तर पर व्यावसायिक पाठ्यक्रम प्रदान करता है। इसके रोल पर 1700 से अधिक छात्र हैं। समृद्ध भारतीय विरासत, मूल्य प्रणाली और संस्कारों के साथ सबसे आधुनिक और परिष्कृत शिक्षण वातावरण प्रदान करने पर संस्था में सर्वोच्च जोर दिया जाता है।

एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन एक ऐसी जगह है जहां जुनून का दृढ़ विश्वास से मिलन होता है। यह एक ऐसा स्थान है जहां एक छात्र सैद्धांतिक और व्यावहारिक पत्रकारिता की परिपक्वता प्राप्त करता है और व्यापक विश्वदृष्टि रखने वाले एक सक्षम व्यक्ति के रूप में बौद्धिक और व्यक्तिगत रूप से विकसित होता है। पारंपरिक भारतीय नैतिकता और मूल्य प्रणालियों के बेहतरीन मिश्रण के साथ, शैक्षिक क्षेत्र और मीडिया परिदृश्य में हमेशा बदलते परिदृश्य के साथ छात्रों और कर्मचारियों को रखने के लिए शिक्षण पद्धति समकालीन है। परंपरा हमें नैतिकता और मूल्य देती है और आधुनिकता हमें आगे बढ़ने और अपनी पहचान बनाने के लिए उन मूल्यों को लागू करने का अवसर देती है।

तेजी से बदलते शिक्षा परिदृश्य के साथ, जब छात्र कुलीन संस्थानों को पसंद करते हैं, एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन तेजी से बढ़ रहा है। पूरी तरह से संतुलित सीखने का माहौल देते हुए, एएससीओ के कुछ लोकप्रिय कार्यक्रम विपणन और विज्ञापन प्रबंधन में परास्नातक, पत्रकारिता और जनसंचार में परास्नातक, जनसंपर्क और कार्यक्रम प्रबंधन में परास्नातक और व्यवसाय प्रशासन (मीडिया प्रबंधन) में परास्नातक, पत्रकारिता में स्नातक और जनसंचार, पत्रकारिता और जनसंचार में स्नातक (3-महाद्वीप), और पत्रकारिता और जनसंचार (अंतर्राष्ट्रीय) में स्नातक।

एएससीओ का स्टूडियो बेजोड़ है, अत्याधुनिक सुविधाओं के साथ जहां एक छात्र अपनी रचनात्मक स्वतंत्रता का असीम रूप से प्रयोग कर सकता है, सीखने को एक नया अर्थ दे सकता है। विभाग हमेशा विभिन्न प्रकार के आयोजनों, अतिथि व्याख्यान, कार्यशालाओं, सेमिनारों और वाद-विवादों से भरा रहता है।

मीडिया की दुनिया के साथ स्कूल का अच्छा संबंध है और बड़ी संख्या में छात्र पेशे में शामिल होने से पहले नौकरी का अनुभव हासिल करने के लिए उद्योग के साथ काम करते हैं। संक्षेप में, एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन "शिक्षा द्वारा मूल्यों और मूल्यों द्वारा शिक्षा" पर आधारित है। यह वैश्विक अभिविन्यास, रचनात्मकता, नवाचार और सहयोग तकनीकों के माध्यम से अधिक प्रभाव के साथ उत्कृष्टता प्राप्त करने का प्रयास करता है।

मिशन

मानव मूल्यों की समझ और सम्मान, अपनी विरासत और संस्कृति पर गर्व, सही और गलत की भावना और पूर्णता के लिए तड़प के साथ छात्रों को न केवल उत्कृष्ट पेशेवर बल्कि अच्छे व्यक्ति बनाकर उनके समग्र व्यक्तित्व का विकास करना।



डिजिटल और सोशल मीडिया क्रांति ने किया अखबार और पत्रिकाओं का बड़ा नुकसान

भारत में अखबारों के विकास की कहानी 1780 से प्रारंभ होती है, जब जेम्स आगस्टस हिक्की ने पहला अखबार 'बंगाल गजट' निकाला। कोलकाता से निकला यह अखबार हिक्की की जिद, जूनून और सच के साथ खड़े रहने की बुनियाद पर रखा गया। इसके बाद हिंदी में पहला पत्र या अखबार 30 मई, 1826 में निकला, जिसका नाम था 'उदंत मार्तण्ड', जिसे कानपुर निवासी युगुल किशोर शुक्ल ने कोलकाता से ही निकाला। इस तरह कोलकाता भारतीय पत्रकारिता का केंद्र बना। अंग्रेजी, बंगला और हिंदी के कई नामी प्रकाशन यहां से निकले और देश भर में पढ़े गए। तबसे लेकर आज तक भारतीय पत्रकारिता ने सिर्फ विकास का दौर ही देखा है। आजादी के बाद वह और विकसित हुई। लोगों ने अखबार मंगाना बंद किया, कई स्थानों पर कालोनियों में प्रतिबंध लगे, कई स्थानों पर वितरण व्यवस्था भी सामान्य न हो सकी। बाजार की बंदी प्रसार संख्या को प्रभावित किया तो वहीं अखबारों का विज्ञापन व्यवसाय भी प्रभावित हुआ। इससे अखबारों की अर्थव्यवस्था प्रभावित हुई। इसका परिणाम अखबारों के पेज कम हुए, स्टाफ की छंटनी और वेतन कम करने का दौर प्रारंभ हुआ। आज भी तमाम पाठकों के पास अखबारों के ओर लाने के प्रयास हो रहे हैं। किंतु इस दौर में आनलाईन माध्यमों का अभ्यस्त हुआ समाज वापस लौटेगा, जो कभी नहीं जा सका।

विज्ञापन राजस्व टीवी और डिजिटल माध्यमों से जा रहा है, क्योंकि लाकड़ों के दिनों में यही प्रमुख मीडिया बर्ष गए हैं। डिजिटल माध्यमों के आगमन के बाद अखबारों की स्थिति गंभीर है। अखबारों से जूझकर भी खबरें लाने वाला मैदानी पत्रकार है तो घर से ही अखबार चला रहा डिस्क और संपादकों का समूह भी है। किसे क्या था कि समूचा न्यूज रीडिंग और लिखने-लिखने से बच सकता है। हमारे भविष्य पर पत्रकारिता के ऐसे परिदृश्य को प्रभावित किया है। जो परिवर्तन वर्षों में चार-पांच सालों में घटित होने थे, वे पलों में घटित होते दिखे।

इस बदलते अखबार को समझना है तो भारत और उसके समाज को भी समझना होगा। 1991 के बाद जीवन में घुस आई उदारीकरण के पैदा हुई, समझ को भी समझना होगा। अखबारों में अब एक साथ गंभीरता और हल्कापन दोनों है। वे बाजार को भी साधते हैं और कुछ पढ़ने वाले पाठकों को भी। वे अब एक बड़े वृत्त के लिए काम करते हैं। अखबार भी चाहते हैं कि वे भी आदमी की तरह स्मार्ट बनें और स्मार्ट पाठकों के बीच पढ़े जाएं। इसलिए अब पाठक ही नहीं, अखबार भी अपने पाठकों को चुन रहे हैं। अखबार अब सिर्फ प्रसारित नहीं होना चाहते, वे 'क्लास' के बीच पढ़े जाना चाहते हैं। वे प्रभुवर्गों के बीच अपनी मौजूदगी चाहते हैं। कई अर्थों में कार्य स्थितियां भी बेहतर हो रही हैं।

क्लब ऑफ़ ऐस्को

संगीत क्लब एवं "रॉक एंड रागा"

क्लब समय-समय पर छात्रों को अपनी संगीत प्रतिभा को प्रदर्शित करने और तराशने के लिए कई मंच प्रदान करता है। एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन के सभी छात्रों के लिए क्लब की सदस्यता खुली है। क्लब 'रॉक एंड रागा' के साथ-साथ विश्वविद्यालय द्वारा आयोजित विभिन्न कार्यक्रमों के दौरान ऐस्को छात्रों द्वारा एकल और समूह संगीत प्रदर्शन दिखाते हैं, अर्थात् टैलेंट हंट, स्वतंत्रता दिवस समारोह, शिक्षक दिवस, फ्रेशर्स पार्टी, एमिटी यूथ फेस्टिवल, फेयरवेल पार्टी, सम्मेलन आदि।



आघाज़ - ड्रामा क्लब ऑफ़ ऐस्को

क्लब का उद्देश्य मंच पर साहित्यिक नाटकों का प्रदर्शन करना है। यह छात्रों के सीखने और प्रदर्शन में भी मदद करता है। यह छात्रों के लिए एक सुरक्षित सीखने का माहौल प्रदान करता है जहां वे उठाए गए मुद्दों के बारे में सोच सकते हैं और कार्यों के परिणामों की जांच कर सकते हैं।

सोसायटी सक्रिय रूप से दिल्ली और उसके आसपास अंतर-कॉलेज उत्सवों में भाग लेती है। वे नुक्कड़-थियेटर, स्पूफ और स्टेज नाटकों जैसे रूपों का अभ्यास करते हैं।



डॉ. आशिमा सिंह के मार्गदर्शन में

लेखक जिन्होंने लेख लिखे खुशी वत्स
प्रशांत गोयल
अंजली रावत
हर्ष चौहान

