

नमूना प्रश्न पत्र

नमूना प्रश्न पत्र
जनसंचार (उच्चतर माध्यमिक)
(335)

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 80

टिप्पणी : i) खंड 'क' के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

ii) खंड 'ख' से अपनी पसंद के किसी एक मॉड्यूल से प्रश्नों का उत्तर दें।

iii) प्रश्नों के समक्ष निर्धारित अंक मुद्रित हैं।

खंड 'क'

- (1) प्राचीन ज्ञान तथा कौशल किस प्रकार एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक हस्तांतरित होता था? (1)
- (2) जन माध्यम के रूप में रेडियो के विभिन्न उद्देश्यों में से किसी एक का उल्लेख करें। (1)
- (3) कल्पना करें कि आप रेडियो स्टूडियो में एक साक्षात्कार रिकार्ड कर रहे हैं। इसके लिए आप कौन सा माइक्रोफोन उपयोग करेंगे? (1)
- (4) लिखित संप्रेषण के क्या लाभ हैं? (2)
- (5) समाचारपत्र में दायित्व निर्वहन हेतु आवश्यक उप-संपादक के किन्ही दो गुणों का उल्लेख करें। (2)
- (6) रेडियो प्रसारण हेतु उत्तरदायी किसी रेडियो केन्द्र के दो अंगों के नाम लिखें। (2)
- (7) किस तरह कल्पना आधारित (फिक्शन) कार्यक्रम अकाल्पनिक (नॉन-फिक्शन) कार्यक्रमों से भिन्न होते हैं? प्रत्येक कार्यक्रम रूपों का एक उदाहरण दें।
- (8) जिंगल तथा स्पॉट में अंतर करें। (2)
- (9) किसी एक कार्यक्रम/संदेश/कार्य जिसे न्यू मीडिया के माध्यम से संप्रेषित/प्रदर्शित किया जा सकता हो, का उल्लेख करें। आप दैनन्दिन जीवन से कोई उदाहरण भी ले सकते हैं। (2)
- (10) हम अपने दैनन्दिन जीवन में अंतर-वैयक्तिक संप्रेषण का किस प्रकार उपयोग करते हैं। (4)

- (11) प्रिंट मीडिया तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मध्य किन्हीं चार अंतरों का उल्लेख करें। (4)
- (12) सामुदायिक रेडियो से आप क्या समझते हैं? (4)
- (13) रेडियो की किन्हीं चार सीमाओं का उल्लेख करें। (4)
- (14) कल्पना करें कि आप किसी टेलीविजन कार्यक्रम के निर्देशक हैं। अपने मुख्य उत्तरदायित्वों में से चार का उल्लेख करें। (4)
- (15) किसी उत्पाद को बाजार में उतारने या उन्नयन हेतु प्रयुक्त उत्पाद जनसंपर्क के चार तरीकों का उल्लेख करें। (4)
- (16) वेबसाइट से आप क्या समझते हैं? विशेषीकृत (नीश) वेबसाइट क्या हैं? (4)
- (17) उन चार तरीकों को सूचीबद्ध करें जिनसे न्यू मीडिया विद्यार्थियों हेतु उपयोगी होता है। (4)
- (18) कारण सहित उन छः बिंदुओं की व्याख्या करें जिससे कोई आयोजन या घटना समाचारपरक बनता है। (6)
- (19) टेलीविजन की मुख्य विशेषताओं का वर्णन करें। (6)
- (20) ऐसी परिस्थिति पर विचार करें जिसमें जनता का ध्यान आकर्षित करने के लिए आपको आउटडोर मीडिया का उपयोग करना जरूरी है। उन आउटडोर मीडिया रूपों का वर्णन करें जिनका इसके लिए आप उपयोग करेंगे। (6)

खंड 'ख'

वैकल्पिक मॉड्यूल VII 'क' (परम्परागत माध्यम)

- (21) प्रधानमंत्री को पूरे भारत को जितना शीघ्र संभव हो एक संदेश देना है। निम्नांकित में से कौन सा माध्यम इसके लिए ज्यादा उपर्युक्त होगा—(क) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (ख) परंपरागत माध्यम (1)
- (22) कठपुतली के चार मूल प्रकार कौन से हैं? (2)
- (23) कम से कम दो तरीके बताएँ जिनसे परंपरागत माध्यमों का समाज के लाभ के लिए उपयोग हो सके। (2)
- (24) कल्पना करें कि किसी सामाजिक मुद्दे पर जागरूकता के प्रसार के लिए आप नुक्कड़ नाटक कर रहे हैं। किन्हीं चार विशेषताओं का उल्लेख करें जिनके कारण नुक्कड़ नाटक श्रोताओं में प्रभावी तरीके से संदेश प्रसार हेतु आपके लिए उपयोगी हो सकता है। (4)
- (25) परंपरागत माध्यम तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मध्य अंतरों की व्याख्या करें। (6)

वैकल्पिक मॉड्यूल VII 'ख'

(फोटो पत्रकारिता)

- (21) कैमरे के उस प्रकार का नाम लिखें जिसमें फोटोग्राफ लेने के लिए आप फिल्म रोल का उपयोग करेंगे। (1)
- (22) फोटोग्राफ लेने वाला पहला व्यक्ति कौन था? उसने यह फोटोग्राफ कब लिया? (2)
- (23) फोटोग्राफी में आवश्यक दो उपकरणों का उल्लेख करें। (2)
- (24) कम से कम फोटो पत्रकारिता के चार रूपों का उल्लेख करें तथा संक्षेप में उनके कार्य बताएँ। (4)
- (25) कैमरा के विभिन्न अंगों का वर्णन करें। (6)

अंक निर्धारण योजना

जनसंचार

उत्तर	मूल्य संख्या	अंक
(1) मौखिक	1x1	1
(2) (i) सूचित करना (कोई एक)	1x1	1
(ii) शिक्षित करना		
(iii) मनोरंजन करना		
(3) द्वि-दिशामूलक माइक्रोफोन	1x1	1
(4) (i) लिखित संप्रेषण शब्द तथा विचार को स्थायीपन देता है।		
(ii) जो लोग पढ़ सकते थे उन्हें सूचना तथा ज्ञान उपलब्ध हो सका।		
(iii) विचारों के प्रसार का अगुआ रहा। (कोई दो)	1x2	2
(iv) सामाजिक तथा राजनैतिक प्रक्रिया तेज हुई।		
(5) (i) गलतियाँ सुधार हेतु कॉपी जाँचना		
(ii) समाचार में मूल्य बढ़ाना		
(iii) समाचार हेतु उपर्युक्त शीर्षक चयन		
(iv) समाचार में फोटोग्राफ, ग्राफ आदि का समावेश करना		
(v) पुनर्लेखन तथा संपादन कर समाचार की कसावट या संघनन		
(vi) रिपोर्टर को बाइलाइन देने के लिए समाचार संपादक को सुझाव देना (कोई दो)	1x2	2
(6) (i) कार्यक्रम खंड	1x2	2
(ii) अभियांत्रिकी खंड		
(7) (i) कल्पना आधारित (फिक्शन) कार्यक्रम कल्पनाशीलता तथा नाटकीयता पर निर्भर करते हैं। उदाहरण-धारावाहिक।		

उत्तर	मूल्य संख्या	अंक
<p>(ii) यथार्थ आधारित (नॉन-फिक्शन) कार्यक्रम सामान्यतः सूचना देते हैं या शिक्षित करते हैं।</p> <p>उदाहरण: समाचार बुलेटिन, खेल/प्रश्नोत्तरी कार्यक्रम, वार्ता तथा परिचर्चा कार्यक्रम।</p>	1x2	2
<p>(8) (i) जिंगल काव्यात्मक गीत हैं जो उत्पाद के विज्ञापन में प्रयुक्त होते हैं।</p> <p>(ii) स्पॉट द श्य-श्रव्य माध्यमों जैसे रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा या केबल टेलीविजन पर जारी विज्ञापन होते हैं।</p>	1x2	2
<p>(9) (i) इंडियन रेलवे की वेबसाइट द्वारा ऑन लाइन रेलवे टिकट बुक करना।</p> <p>(ii) एयर लाइंस वेबसाइट द्वारा ऑनलाइन एयर टिकट बुक करना।</p> <p>(iii) ऑनलाइन शॉपिंग सेंटर पर जाना तथा ऑन लाइन उत्पाद क्रय करना।</p> <p>(iv) स्कूल, कॉलेज वेबसाइट द्वारा शैक्षिक पाठ्यक्रमों की सूचनाओं तक पहुँच।</p> <p style="text-align: center;">(कोई दो)</p>	1x2	2
<p>(10) (i) अपने मित्रों तथा परिवार के सदस्यों से संप्रेषण</p> <p>(ii) बैठकों तथा सम्मेलनों के दौरान</p> <p>(iii) विक्रय पटल द्वारा उत्पाद विक्रय</p> <p>(iv) साक्षात्कार हेतु</p>	1x4	4
<p>(11) प्रिंट मीडिया</p> <p>(1) प्रिंट मीडिया हेतु साक्षरता मूल आवश्यकता है। केवल साक्षर लोग ही इसे पढ़ सकते हैं।</p> <p>(2) प्रिंट मीडिया डेडलाइन की समय सीमा में काम करता है। सामान्यतः प्रातःकालीन समाचार- पत्र पूर्व के दिन की मध्य रात्रि तक का समाचार देता है।</p>	<p>इलेक्ट्रॉनिक मीडिया</p> <p>1. निरक्षर व्यक्ति भी समाचार बुलेटिन देख सकता है तथा इसकी विषय वस्तु को समझ सकता है, भले ही वह स्क्रीन पर प्रदर्शित लिखित सामग्री नहीं पढ़ सके।</p> <p>2. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की कोई डेडलाइन नहीं होती। इस पर नये समाचार कभी भी जारी हो सकते हैं।</p>	

	मूल्य संख्या	अंक
<p>(3) प्रिंट मीडिया का प्रभाव ज्यादा होता है।</p> <p>(4) घटनाओं के गंभीर विश्लेषण हेतु प्रिंट मीडिया के पास ज्यादा अवसर होते हैं।</p> <p>(5) प्रिंट मीडिया पर सजीव परिचर्चा का अवसर नहीं होता।</p> <p>(6) भाषा अपेक्षाकृत अधिक साहित्यिक तथा सजावटी एवं पाठक के अनुकूल</p> <p>(7) समाचार को निरन्तर अद्यतन करना संभव नहीं।</p>	<p>3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रभाव तात्कालिक होता है। दर्शक पीछे नहीं जा सकते और पुनः जाँच भी नहीं कर सकते।</p> <p>4. इस तरह के दीर्घ गहरे विश्लेषण हेतु कम अवसर।</p> <p>5. सजीव परिचर्चा संभव।</p> <p>6. प्रयुक्त भाषा बोलचाल की तथा दर्शक के अनुरूप।</p> <p>7. हर मिनट अद्यतन करना संभव।</p>	<p>1x4</p> <p>4</p>
<p>(12) सामुदायिक रेडियो</p> <p>(i) समरूप तथा सीमित क्षेत्रगत विस्तार के समुदाय के हितों के अनुरूप।</p> <p>(ii) स्थानीय समुदाय के लिए प्रासंगिक व उनमें लोकप्रिय कार्यक्रमों का प्रसारण।</p> <p>(iii) स्थानीय समुदाय की भाषा-बोली में कार्यक्रमों का प्रसारण।</p> <p>(iv) विकास के मुद्दों पर केन्द्रित</p>	<p>1x4</p>	<p>4</p>
<p>(13) (i) वन चांस माध्यम</p> <p>(ii) विजुअल इमेज का अभाव</p> <p>(iii) रेडियो पर सुने हुए संदेश जल्द ही विस्मृत हो जाते हैं।</p> <p>(iv) श्रव्य असमर्थता वाले लोगों हेतु उपयोगी नहीं।</p> <p>(v) सूचना या संदेश के प्रस्तुतीकरण पर स्रोत का आकर्षण निर्भर (कोई चार)</p>	<p>1x4</p>	<p>4</p>

	मूल्य संख्या	अंक
(14) (i) अभिनेताओं को निर्देशन के प्रभारी (ii) तकनीकी क्रियान्वयन के प्रभारी (iii) स्क्रिप्ट को प्रभावी दृश्य तथा श्रव्य संदेश में रूपान्तरण हेतु उत्तरदायी (iv) कैमरा संचालन नियंत्रण (v) अभिनेताओं की स्थिति का निर्धारण करना (vi) शॉट के प्रकारों के निर्धारण पर नियंत्रण (कोई दो)	1x4	4
(15) (i) विशेष इवेंट्स का आयोजन (ii) प्रदर्शनियाँ (iii) विंडो डिस्प्ले (iv) मीडिया इवेंट जैसे संवाददाता सम्मेलन (v) मुद्रित सामग्री जैसे पैम्फलेट तथा ब्रोसर का वितरण (कोई चार)	1x4	4
(16) न्यू मीडिया का सर्वाधिक स्तरीय उत्पाद वेबसाइट है। विशिष्ट वेबसाइट वह वेबसाइट है जो विशेषीकृत विषयवस्तु जैसे यात्रा, स्वास्थ्य आदि पर आधारित होती है।		
(17) (i) विद्यार्थी न्यू मीडिया का उपयोग कर आसानी से ई-मेल प्रेषित कर सकते हैं और प्राप्त कर सकते हैं। (ii) वे अपने प्रोजेक्ट या एसाइंमेंट के लिए वांछित विषय की किसी भी सूचना तक पहुँच सकते हैं। (iii) वे अपना खुद का ऑन लाइन ब्लॉग या डायरी शुरू कर सकते हैं। (iv) वह न्यू मीडिया से जुड़े विविध विभागों / कार्यों तथा रचनात्मक कामों से जुड़ सकते हैं या रोजगार पा सकते हैं।	1x4	4
(18) (i) समयबद्धता : समाचार वह जो नया है। अतः समाचार के निर्धारण में समयबद्धता महत्वपूर्ण कारक है। (ii) प्रभाव : किसी घटना का प्रभाव उसकी समाचारपरकता का निर्धारण करता है। जब सुनामी की लहरों ने विश्व के अनेक हिस्सों को झकझोरा तो इससे हजारों लोग प्रभावित हुए। यह समस्त विश्व के लिए महत्वपूर्ण समाचार बना। लेकिन यदि चक्रवात से बांग्लादेश में 20 लोग मरते हैं		

	मूल्य संख्या	अंक
<p>तो हो सकता है कि दुनिया के अन्य हिस्से में इसका कोई प्रभाव नहीं पड़े।</p> <p>(iii) निकटता : ब्रिटेन में 'बर्ड फ्लू का प्रसार तथा सैकड़ों चूजों की मौत', क्या यह आपके लिए समाचार है? आप हो सकता है कि इसे पढ़ें लेकिन इससे चिंतित नहीं होंगे। लेकिन बर्ड फ्लू यदि पश्चिम बंगाल में फैलता है तो आप सावधान हो जाएँगे। ऐसा इसलिए क्योंकि यह जगह आपके पास है। अतः कह सकते हैं कि निकटता भी समाचार की निर्धारक होती है।</p> <p>(iv) विवाद : लोग विवादों के विषय में पढ़ना पसंद करते हैं। कुछ भी जो संघर्ष, बहस, आरोप-प्रत्यारोप, लड़ाई तथा तनाव से जुड़ा हो समाचार होता है। हम सभी कारगिल के विषय में जानते हैं। यह पूरे विश्व में महत्वपूर्ण समाचार बना।</p> <p>(v) प्रमुखता : यदि किसी घटना से कोई प्रमुख व्यक्ति जुड़ा हो तो यह समाचार बन जाएगा। यदि किसी सामान्य आदमी की कार खराब हो जाती है तथा उसके ठीक होने तक उसे दस मिनट सड़क के किनारे इंतजार करना पड़ता है तो यह समाचार नहीं है। लेकिन यदि प्रधानमंत्री की कार खराब हो जाती है तथा उनके काफिले को पाँच मिनट रुकना पड़ता है तो यह समाचार है।</p> <p>(vi) तात्कालिकता : समाचार तात्कालिक घटनाओं पर आधारित होता है। जैसे यदि ओलम्पिक खेल भारत में हो तो यह समाचार है क्योंकि इसमें सभी लोग रुचि लेंगे। इसी प्रकार यदि एक सप्ताह तक लगातार अत्यंत ठंड का मौसम जारी रहे तो कुहरे से हवाई, रेल तथा सड़क परिवहन व्यवस्था प्रभावित हो जाय तो यह समाचार है।</p> <p>(vii) असामान्यता: असामान्य चीजों से भी समाचार बनते हैं। असामान्य तथा अप्रत्याशित घटनाएँ लोगों की जिज्ञासा बढ़ाती हैं। अपने बालों से कार खींचता आदमी, महिला द्वारा एक साथ तीन बच्चों को जन्म देना, लगातार 48 घंटे गाकर गायक का गिनिज बुक में नाम दर्ज कराना; यह सभी असामान्य समाचार लोगों की व्यापक रुचि पैदा करते हैं।</p> <p>(viii) भावना : मानवीय अभिरुचि की कथाओं से भी अच्छे समाचार बनते हैं। उदाहरण के लिए दो हफ्ते की तलाश के बाद अपहरणकर्ताओं के चंगुल से पुलिस एक स्कूली बच्चे को मुक्त कराती है। माता-पिता भावुक माहौल में बच्चे से मिलते हैं। इस मिलन का एक फोटोग्राफ</p>		

	मूल्य संख्या	अंक
<p>सहित समाचार सुंदर मानवीय अभिरुचि का समाचार होगा।</p> <p>(ix) उपयोगिता : कई बार समाचार भी अनेक रूपों में लोगों की मदद करते हैं। उदाहरण के लिए मौसम की पूर्व सूचना देने वाले मछुआरों को विशेष दिनों में जब मौसम खराब हो तो मछली मारने के लिए समुद्र में जाने से सावधान करते हैं। समाचारपत्र लोगों की सहायता के लिए पुलिस स्टेशन, अस्पताल, एम्बुलेंस सेवा आदि के टेलीफोन नम्बर प्रकाशित करते हैं।</p> <p>(x) शैक्षिक मूल्य : समाचार का शैक्षिक मूल्य भी होता है। लगभग सभी समाचारपत्रों में शैक्षिक तथा रोजगार अवसरों से सम्बन्धित कॉलम होते हैं। यह आपका विभिन्न शैक्षणिक पाठ्यक्रमों, उपलब्ध रोजगार विकल्प, उच्च अध्ययन हेतु अवसरों आदि के बारे में मार्गदर्शन करते हैं। यह समाचार आपकी ज्ञानवृद्धि में सहायता करते हैं। (कोई छः)</p>	1x6	6
<p>(19) (i) टेलीविजन एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है। यह दृश्य तथा श्रव्य दोनों का समावेश है।</p> <p>(ii) टेलीविजन घरेलू या अंतरंग माध्यम है। कोई भी घर पर परिवार सहित टेलीविजन देख सकता है।</p> <p>(iii) टेलीविजन सजीव माध्यम है। यह दृश्य तथा सूचनाओं को तत्क्षण प्रसारित कर सकता है।</p> <p>(iv) टेलीविजन जन माध्यम है। इसकी विस्तारित सामग्री तथा पहुँच है तथा यह निरक्षर लोगों द्वारा भी समझा जा सकता है।</p> <p>(v) टेलीविजन एक क्षणिक माध्यम है। उदाहरण के लिए समाचारपत्र का लेख दिन में कभी भी पढ़ा जा सकता है लेकिन टेलीविजन के संदर्भ में ऐसा नहीं है क्योंकि इसका एक समय निर्धारित होता है।</p> <p>(vi) टेलीविजन खर्चीला माध्यम है। यह जटिल प्रौद्योगिकी एवं संगठन की माँग करता है जो व्ययसाध्य है।</p>	1x6	6
<p>(20) (i) विशाल बोर्डों द्वारा विभिन्न उत्पादों के विज्ञापनों का प्रदर्शन होता है। इसे होर्डिंग कहते हैं तथा इनमें से अनेक जो इलेक्ट्रॉनिक रूप से संचालित होते हैं उन्हें इलेक्ट्रॉनिक होर्डिंग कहते हैं। यह आकर्षक होते हैं तथा दर्शक का ध्यान तुरंत आकर्षित कर लेते हैं।</p>		

	मूल्य संख्या	अंक
<p>(ii) संदेशों को बस पैनल तथा बस टर्मिनल, हवाई अड्डों तथा रेलवे स्टेशनों पर बड़े बोर्डों पर अंकित किया जा सकता है। जहाँ ढेर सारे लोग एकत्र होते रहते हैं।</p> <p>(iii) हवा में लटकते विशाल गुब्बारों पर भी संदेश लिखे होते हैं। यह गर्म हवा के गुब्बारे होते हैं तथा आसानी से जनता का ध्यान खींच लेते हैं।</p>	2x3	6
<p>वैकल्पिक मॉड्यूल VII 'क' परम्परागत माध्यम</p>		
(21) (क) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया		
(22) (i) दस्ताना कठपुतली		
(ii) डोर कठपुतली		
(iii) दंड कठपुतली		
(iv) छाया कठपुतली	½x4	2
(23) (i) एड्स, पोलियो उन्मूलन जैसे मुद्दों पर जागरूकता प्रसार हेतु उपयोग किया जा सकता है।		
(ii) जनता द्वारा सामाजिक, पारम्परिक, नैतिक तथा भावनात्मक आवश्यकताओं की अभिव्यक्ति हेतु प्रयोग किए जा सकते हैं।		
(iii) परम्परागत माध्यमों द्वारा संचार अच्छे सम्बन्ध बनाने में सहायक हो सकता है।		
उदाहरण : ग ह सजाना, त्यौहारों पर मिठाइयों तथा बधाइयों का आदान-प्रदान।		
(कोई दो)	1x2	2
(24) (i) दर्शक तथा कलाकार एक ही स्तर पर रहते हैं। यह इंगित करता है कि कलाकार तथा दर्शक अलग नहीं होते। यह कलाकार तथा दर्शक के मध्य तारतम्य स्थापित करने में सहायक होता है।		
(ii) अभिनेता से सीधा नेत्र संपर्क दर्शक को नाटक के प्रवाह में व्यस्त रखता है।		
(iii) अभिनेता चारों ओर से दर्शकों से घिरा होता है तथा उनकी सर्जक दृष्टि		

	मूल्य संख्या	अंक
<p>के दायरे में रहता है। अतः दर्शक तथा अभिनेता दोनों में एक-दूसरे के प्रति जुड़ाव तथा उत्तरदायित्व का भाव होता है।</p> <p>(iv) दर्शकों को ज्यादा गहराई से जोड़ने के लिए उन्हें कोरस गान हेतु आमंत्रित किया जा सकता है।</p> <p>(v) थियेटर की गत्यात्मक प्रकृति उन लोगों तक इसकी पहुँच में सहायक होती है जो थियेटर तक नहीं पहुँच सकते हैं।</p> <p>(vi) समुचित मंच का अभाव, प्रकाश, वस्त्र तथा रुपसज्जा सामग्री का गैर जरूरी होना इसे अत्यन्त लोचपूर्ण माध्यम बनाते हैं। (कोई दो)</p> <p>(25) (i) टेलीविजन प्रकृति से प्रौद्योगिकीय जबकि परम्परागत माध्यम अ-प्रौद्योगिकीय होता है।</p> <p>(ii) परम्परागत माध्यम प्रकृति से लोचपूर्ण होता है। जबकि टेलीविजन के लिए ऐसा बनना कठिन है।</p> <p>(iii) परम्परागत माध्यम सांस्कृतिक रूप से रूढ़ होता है जबकि दूसरी ओर टेलीविजन सांस्कृतिक स्वतंत्रता से संपक्त्त होता है।</p> <p>(iv) परम्परागत माध्यम के विपरीत टेलीविजन एक खर्चीला माध्यम है।</p> <p>(v) परम्परागत माध्यम में संदेश सजीव रूप से श्रोता के समक्ष प्रस्तुत किए जाते हैं। टेलीविजन में संदेश प्रसारण हेतु जारी किए जाते हैं।</p> <p>(vi) परम्परागत माध्यम की पहुँच सीमित होती है। दूसरी ओर टेलीविजन एक बड़ी दर्शक संख्या तक पहुँच सकता है।</p> <p>(vii) टेलीविजन में प्रतिपुष्टि विलम्बित होती है जबकि परम्परागत माध्यमों में तात्कालिक होती है।</p> <p>(viii) टेलीविजन परम्परागत माध्यम से कम अंतरंग होता है।</p> <p>(ix) टेलीविजन कार्यक्रमों का अभिलेखन आसान है जबकि परम्परागत माध्यम के रूपों के अभिलेखन का अत्यंत कम मौका है।</p>	1x4	4
<p>वैकल्पिक मॉड्यूल - 'ख'</p> <p>फोटो पत्रकारिता</p>		
(21) फिल्म कैमरा	1x1	1
(22) जोसेफ नीस : 1827	1x2	2

	मूल्य संख्या	अंक
(23) (i) असत्य (ii) ट्राइपॉड या कैमरा स्टैंड	1x2	2
(24) (i) युद्ध फोटो पत्रकारिता : मीडिया के लिए युद्ध दृश्य कवर करना इस श्रेणी में आता है। (ii) ग्लैमर फोटो पत्रकारिता : फिल्म स्टार, संपन्न तथा प्रसिद्ध लोगों तथा इनसे जुड़े आयोजनों की फोटोग्राफी इस श्रेणी में आती है। (iii) तात्कालिक समाचार फोटो पत्रकारिता : अर्थात् ऐसे घटनाक्रम जिनसे दिन-प्रतिदिन की खबर बनती है जैसे दुर्घटना का दृश्य या कोई सार्वजनिक आयोजन। (iv) खेल फोटो पत्रकारिता : यह मीडिया के लिए खेल आयोजनों की फोटो कवरेज है।		
(25) (i) व्यू फाइंडर : यह वह बिन्दु है जिसमें से हम देखते हैं तथा जिसका फोटोग्राफ लेना है उस स्थिति में कैमरे को करते हैं। (ii) शटर रिलीज : यह वह बटन है जिसे दबाकर हम फ्रेम को रिलीज करते हैं। (iii) लेंस : यह वह उपकरण है जिसकी सहायता से हम उस सतह पर फोकस करते हैं जो दृश्य रिकार्ड करेगा। यह शीशे का बना होता है तथा प्रकाश को मोड़कर शार्प इमेज निर्मित करता है। (iv) अपरचर : यह लेंस में होता है व प्रकाश का प्रवेश नियंत्रित करता है। (v) फोकसिंग रिंग : यह एडजस्टमेंट फोटोग्राफ के विषय को शार्प फोकस में लाने में सहायक होता है। (vi) लाइट मीटर : यह उपकरण फोटोग्राफर की अपरचर तथा शटर सेटिंग में मदद करता है जब वह फोटोग्राफ लेता है। यह विषय पर पड़ने वाले प्रकाश की मात्रा की रीडिंग करता है तथा उसे बताता है। उपयोग सुलभ कैमरों में यह रीडिंग स्वचालित होती है।	1x6	6