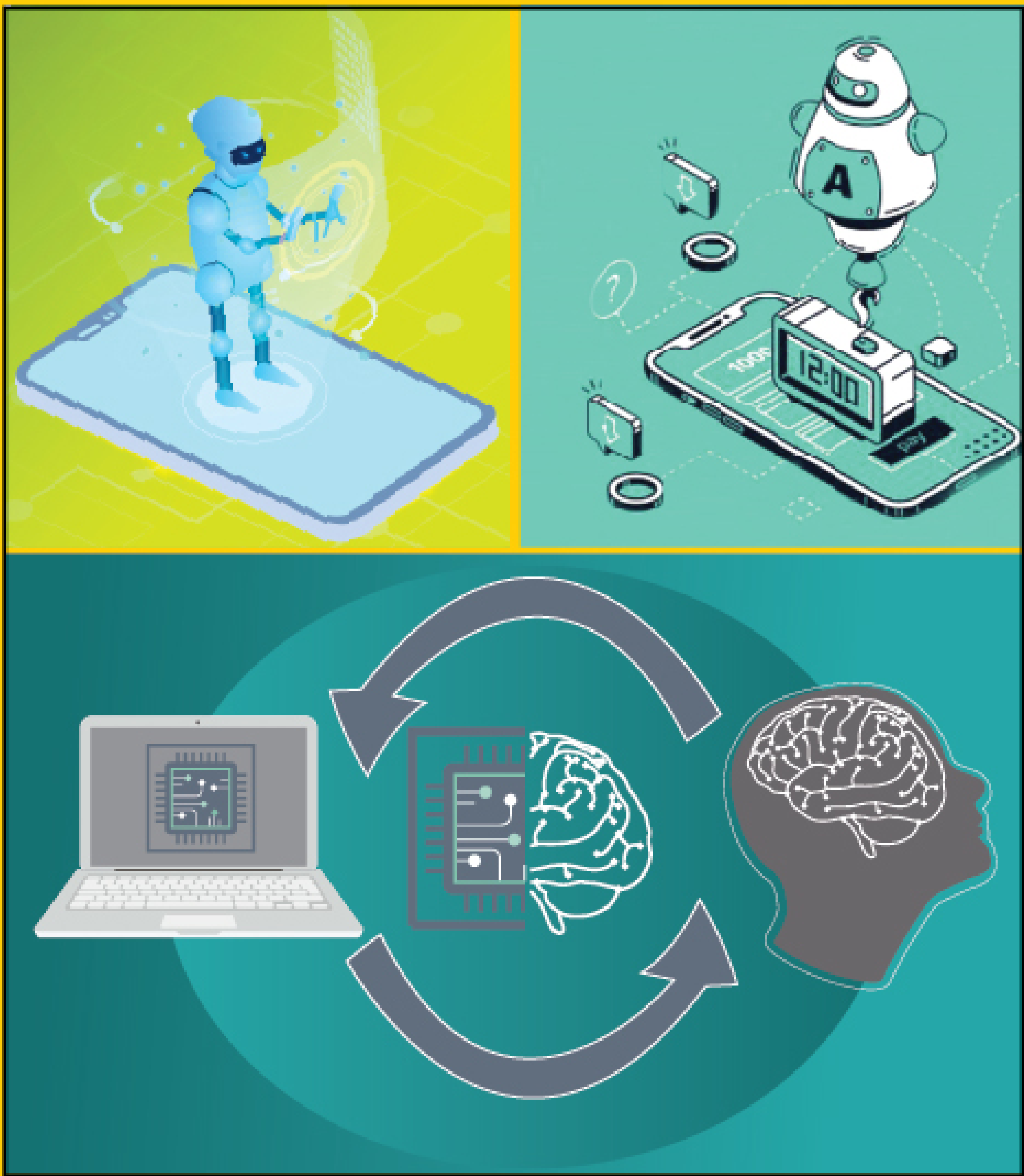
इग्नू
जन जन का
विश्वविद्यालय

इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ

बी.सी.ओ.एस.—183

व्यापार में कंप्यूटर का अनुप्रयोग



भाग ख

बी.सी.ओ.एस.—183 व्यापार में कंप्यूटर का अनुप्रयोग भाग ख

इग्नू
जन जन का
विश्वविद्यालय
प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ

बी.सी.ओ.एस. – 183
व्यापार में कम्प्यूटर का अनुप्रयोग

यह विकल्प आधारित क्रेडिट प्रणाली (CBCS) योजना के तहत बी.कॉम कार्यक्रम में कौशल वृद्धि पाठ्यक्रमों में से एक है। इस पाठ्यक्रम का मुख्य उद्देश्य छात्रों को व्यापार में कंप्यूटर का अनुप्रयोग से परिचित कराना है तथा वह इसे कैसे व्यापार निर्णय लेने में उपयोग करते है। इस पाठ्यक्रम में कुल 20 इकाइयाँ है जिन्हें दो भागों में विभाजित किया गया है, (भाग–क और भाग–ख)। भाग–क पुस्तिका में तीन खंड 1, 2 और 3 कुल मिलाकर 12 इकाइयाँ हैं। भाग–ख में दो खंड 4 और 5 हैं और इसमें कुल 8 इकाइयाँ हैं। भाग–ख का संक्षिप्त परिचय इस प्रकार है:

भाग–ख

खंड 4 पावर प्वाइंट प्रस्तुति और मल्टीमीडिया

इकाई 13
पावर पॉइंट्स के साथ कार्य करना 7

इकाई 14
मल्टीमीडिया, वीडियो बनाना तथा यूट्यूब संरचना 29

इकाई 15
व्यावसायिक प्रस्तुति बनाना 52

खंड 5 स्प्रेडशीट और व्यवसाय आवेदन

इकाई 16
स्प्रेडशीट की अवधारणाएँ 73

इकाई 17
सूत्र और प्रकार्य 125

इकाई 18
डाटा की चित्रमय प्रस्तुतियाँ 159

इकाई 19
स्प्रेडशीट में संयुक्त उन्नत विकल्प 170

इकाई 20
व्यापार में स्प्रेडशीट का सृजन 195

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

कार्यक्रम डिजाइन समिति – बी.कॉम (सी.बी.सी.एस.)

प्रो. मधु त्यागी निर्देशक, एस.ओ.एम.एस, इग्नू प्रो. आर. पी. हुडा पूर्व कुलपति, एम.डी. विश्वविद्यालय, रोहतक प्रो. बी. आर. अनंथन रानी चेन्नम्मां विश्वविद्यालय, बेलगाँव, कर्नाटक प्रो. आई. वी. त्रिवेदी पूर्व कुलपति, एम.एल. सुखादिया विश्वविद्यालय, उदयपुर प्रो. पुरुषोत्तम राव (सेवानिवृत्त) वाणिज्य संकाय, उस्मानिया विश्वविद्यालय, हैदराबाद	प्रो. डी.पी.एस. वर्मा (सेवानिवृत्त) वाणिज्य संकाय, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली प्रो. के.वी. भानुमूर्ति (सेवानिवृत्त) डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली प्रो. कविता शर्मा डिपार्टमेंट ऑफ कामर्स दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली प्रो. खुर्शीद अहमद बट डीन, वाणिज्य एवं प्रबंधन संकाय, कश्मीर विश्वविद्यालय, श्रीनगर प्रो. डेबब्रत्ता मित्रा वाणिज्य संकाय, उत्तर बंगाल विश्वविद्यालय, दार्जिलिंग	प्रो. आर. के. ग्रोवर (सेवानिवृत्त) प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ, इग्नू **संकाय सदस्य** **एस.ओ.एम.एस. इग्नू** प्रो. एन .वी. नरसिम्हम प्रो. नवल किशोर प्रो. एम. एस. एस. राजू प्रो. सुनील कुमार डॉ. सुबोध केसरवानी डॉ. रशमी बंसल डॉ. मधुलिका पी. सरकार डॉ. अनुप्रिया पाण्डेय

पाठ्यक्रम डिजाइन समिति

प्रो. मधु त्यागी निदेशक, एस.ओ.एम.एस, इग्नू डॉ. नीरज गुप्ता इन्सीटयूट ऑफ कारपोरेट ऑफेरस मानेसर डॉ देवेन्द्र कुमार धूसीया जामिया मिल्लिया इस्लामिया, दिल्ली डॉ. एम पी मिश्रा एस. ओ.सी.आई.एस. इग्नू	डॉ. दीपश्री दिल्ली स्कूल ऑफ मनेजमेंट दिल्ली टेक्नोलाजिकल विश्वविद्यालय डॉ. रितेश सक्सेना सी.एम.ई, ए.आई.एम.ए , नई दिल्ली डॉ. सुधांश शर्मा एस. ओ.सी.आई.एस. इग्नू डॉ. अरंविद कुमार दूबे एस. ओ.टी.एच.एस.एम. इग्नू **Mk- lqcks/k dslj okuh** **(संपादक एवं पाठ्यक्रम समन्वयक)**	**संकाय सदस्य** **एस. ओ. एम. एस. इग्नू** प्रो. एन. वी. नरसिम्हम प्रो. नवल किशोर प्रो. एम.एस.एस. राजू प्रो. सुनील कुमार डॉ. सुबोध केसरवानी डॉ. रशमी बंसल डॉ. मधुलिका पी. सरकार डॉ. अनुप्रिया पाण्डेय

पाठ्यक्रम निर्माण दल

डॉ. एम.पी. मिश्रा एस.ओ.सी.आई एस., इग्नू (इकाई 13 और 15) डॉ. सुबोध केसरवानी एस.ओ.एम.एस, इग्नू नई दिल्ली (इकाई 14)	डॉ. सुधांश शर्मा एस.ओ.सी.आई एस., इग्नू (इकाई 16) डॉ. दुर्गांश शर्मा पेट्रोलियम विश्वविद्यालय और एनर्जी स्टडीज, देहरादून (इकाई 17, 18, 19 और 20)	**अनुवादक** डॉ. राजीव नयन सिंह वणिज्य संकाय, जागरण कालेज ऑफ, आर्ट, साइंस और कार्मस, कानपुर (इकाई 13, 14 और 15) डॉ. देवेन्द्र कुमार धूसीया जामिया मिल्लिया इस्लामिया, दिल्ली (इकाई 16) श्री कृपा शंकर सक्सेना (सेवानिवृत्त) सहायक निर्देशक, वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग, नई दिल्ली (इकाई 17, 18, 19 और 20) सुश्री ज्योति शोध छात्रा, प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ, इग्नू **Mk- lqcks/k dslj okuh** **(संपादक एवं पाठ्यक्रम समन्वयक)**

सामग्री निर्माण

Jh okbZ- ,u- 'kekZ सहायक कुलसचिव (प्रकाशन) एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली	**Jh lq/khj dqekj** अनुभाग अधिकारी (प्रकाशन) एम.पी.डी.डी., इग्नू, नई दिल्ली

दिसम्बर, 2020

© bfnjk xka/kh jk"Vªh; eqDr fo'ofo|ky;] 2020

ISBN : 978-93-90496-93-8

सर्वाधिकार सुरक्षित, इस कार्य का कोई भी अंश इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन सेपुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के बारे में विश्वविद्यालय कार्यालय मैदान गढ़ी, नई दिल्ली से अधिक जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

bfnjk xka/kh jk"Vªh; eqDr fo'ofo|ky; dh vksj ls dqylfpo] lkexzh fuekZ.k ,oa forj.k foHkkx }kjk eqfnzr ,oa izdkf'krA

yst j Vkbi lsfVax % Vsl ehfM;k ,.M dEI;Vl] lh 206] 'kkgheu ckx] tkfe;k uxj] ubZ fnYyh A

eqfnzd % ,l th f-.V iSd -k fy¶ ,Q&478] lsDVj&63] uks,Mk&201301] m¶-¶A

खंड 4
पावर प्वाइंट प्रस्तुति और मल्टीमीडिया

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

खंड 4 पावर प्वाइंट प्रस्तुति और मल्टीमीडिया

यह ''व्यापार में कंप्यूटर का अनुप्रयोग'' पाठयक्रम पर चौथा खंड है। यह खंड आपको कंप्यूटर के अनुप्रयोग, मल्टीमीडिया, यूटयूब तथा वीडियो बनाने और व्यावसायिक प्रस्तुति बनाने से परिचित करेगा। यह खंड आपको पावर पॉइंट पर काम करने, पावर पॉइंट प्रस्तुति बनाने, तथा उनके विभिन्न उपयोगो, एवं मल्टीमीडिया, वीडियो और यूटयूब आदि के उपयोग से भी परिचित करेगा। यह खंड इन संबंधित पहलुओं को दर्शाने के लिए बना है। ''पावर प्वाइंट प्रस्तुति और मल्टीमीडिया'' विषय पर खंड में तीन इकाई शामिल हैं, जिनका विवरण नीचे दिया गया हैः

इकाई 13: इस विशेष खंड की पहली इकाई पावरपॉइंट के मूल उद्देश्य पर काम करने के लिए केंद्रित है। यह इकाई हमारी प्रस्तुतियों में विभिन्न मल्टीमीडिया तत्वों का उपयोग करने के तरीके को और अधिक शानवर्धक और प्रभावी बनाने तथा सीखने के लिए प्रेरित करती है।

इकाई 14: यह इकाई मल्टीमीडिया, वीडियो बनाना और यूटयूब के विभिन्न उपयोग एवं विशेषताओं पर केंद्रित है। यह मल्टीमीडिया, ग्राफिक्स और एनीमेशन के अनुप्रयोग से शिक्षार्थियों को परिचित कराती है। यह इकाई व्यावसायिक वीडियो बनाने तथा व्यक्तिगत यूटयूब चैनल बनाने के तरीके आदि एवं यूटयूब के उपयोग के बारे में भी बताती है।

इकाई 15: यह इकाई शिक्षार्थियों को पावरपॉइंट के विभिन्न तत्वों और विशेषताओं से परिचित कराती है। यह चरणबद्ध तरीके से बताती है कि पावरपॉइंट प्रस्तुतियों को कैसे बनाया जाता है। पावरपॉइंट के अलावा यह इकाई व्यवसाय प्रस्तुति एवं परियोजना प्रस्तुति बनाने और उसके महत्व के बारे में भी बताती है।

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 13 पावर पॉइंट्स के साथ कार्य करना

इकाई की रूपरेखा

13.0 उद्देश्य

13.1 प्रस्तावना

13.2 पॉवरपॉइंट की मूल बातें : नई स्लाइड शामिल करना

13.3 स्लाइड व्यू (Slide View)

13.4 लेखाचित्र एवं आरेख को शामिल करना

13.4.1 ग्राफ / चार्ट को शामिल करना

13.4.2 आरेख को शामिल करना

13.5 चित्र शामिल करना

13.6 ध्वनि शामिल करना

13.7 वीडियो शामिल करना

13.8 बाह्य मेमोरी में पावरपॉइंट फाइल्स को सहेजना (सुरक्षित करना)

13.9 सारांश

13.10 शब्दावली

13.11 स्वपरख प्रश्न

13.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप इस योग्य हो सकेंगे कि :

- अपनी प्रस्तुति में एक नई स्लाइड शामिल कर सके;
- विभिन्न स्लाइड दृश्य देख सकें;
- स्लाइड में ग्राफ और आरेख शामिल करें सकें;
- स्लाइड्स में तस्वीरें शामिल कर सके;
- स्लाइड में ध्वनि और वीडियो शामिल कर सकें, और
- पेन ड्राइव (Pen Drive) / सीडी (CD) में प्रस्तुति की प्रति रख सकें।

13.1 प्रस्तावना

पावरपॉइंट माइक्रोसाफ्ट का सॉफ्टवेयर है, जिसका उपयोग प्रस्तुति बनाने के लिए किया जाता है। आम तौर पर एक प्रस्तुति व्यक्तिगत स्लाइड के तार्किक संग्रह द्वारा बनाई जाती है, जिसमें एक विशिष्ट विषय पर जानकारी होती है। पावर पॉइंट् का उपयोग शैक्षिक प्रस्तुति, व्यावसायिक प्रस्तुति, और सामाजिक जागरूकता प्रस्तुतियों आदि सहित विभिन्न विषयों पर प्रस्तुतियों की श्रृंखला श्रेणी तैयार करने के लिए किया जाता है।

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

पॉवरपॉइंट हमें अपनी प्रस्तुति में विभिन्न तत्वों जैसे चित्र, ऑडियो और वीडियो / दृश्य सुविधाओं को जोड़ने की अनुमति देता है। इन तत्वों को मल्टीमीडिया तत्व कहा जाता है। मल्टीमीडिया प्रस्तुति बनाने के लिए हमें विभिन्न तत्वों छवि, ऑडियों, वीडियों और एनीमेशन में से कम से कम एक का उपयोग अवश्य करना होता है। पिछली इकाइयों में आपने पावर पॉइंट् पर कैसे काम करना सीखा है। इस इकाई में हम इसे आगे बढ़ाएंगे और यह सीखेंगे कि अपनी प्रस्तुतियों में विभिन्न मल्टीमीडिया तत्वों का उपयोग कैसे करें ताकि इसे अधिक जानकारीपूर्ण और प्रभावीशाली बनाया जा सके।

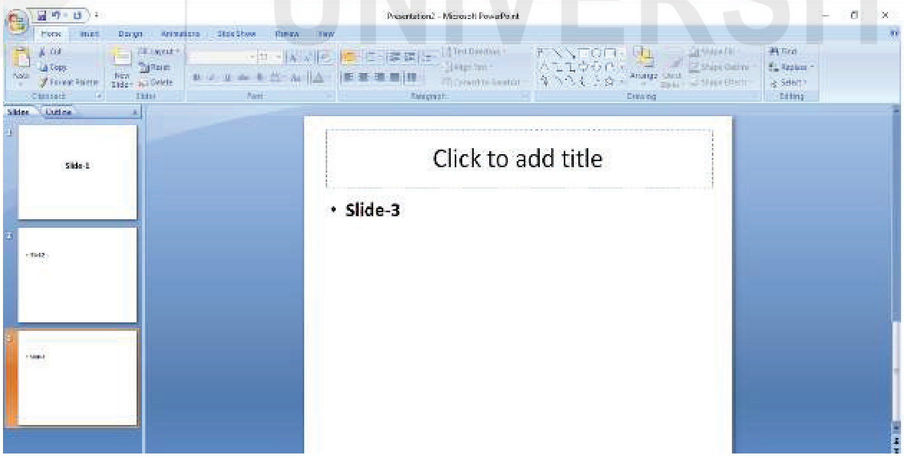
13.2 पॉवरपॉइंट की मूल बातें : नई स्लाइड शामिल करना

जब आप पावर पॉइंट प्रस्तुति बनाते हैं, तो कुछ पाठ, छवि या अन्य मल्टीमीडिया घटकों को जोड़ने के लिए दो स्लाइडों के बीच स्लाइड डालने के लिए कुछ समय बाद इसकी आवश्यकता पड़ती है। प्रस्तुति में एक नई स्लाइड शामिल करने के लिए निम्नलिखित तीन तरीकों में से एक का उपयोग किया जा सकता है:

1) स्लाइड डालने के लिए होम मेनू के लिए स्लाइड टैब का उपयोग करना,
2) संक्षिप्त स्लाइड शामिल करने के लिए CTRL + M से संक्षिप्त कुंजी का उपयोग करना।
3) दो पक्षों के बीच की जगह पर क्लिक करना जहां नई स्लाइड शामिल की जानी है और फिर माउस का दायां–बटन दबाकर और स्लाइड डालने के लिए नए स्लाइड विकल्प पर क्लिक कर आप स्लाइड शामिल कर सकते हैं।

आईये देखें कि प्रस्तुति में नई स्लाइड डालने के लिए हम इन तीन विकल्पों का उपयोग कैसे कर सकते हैं:

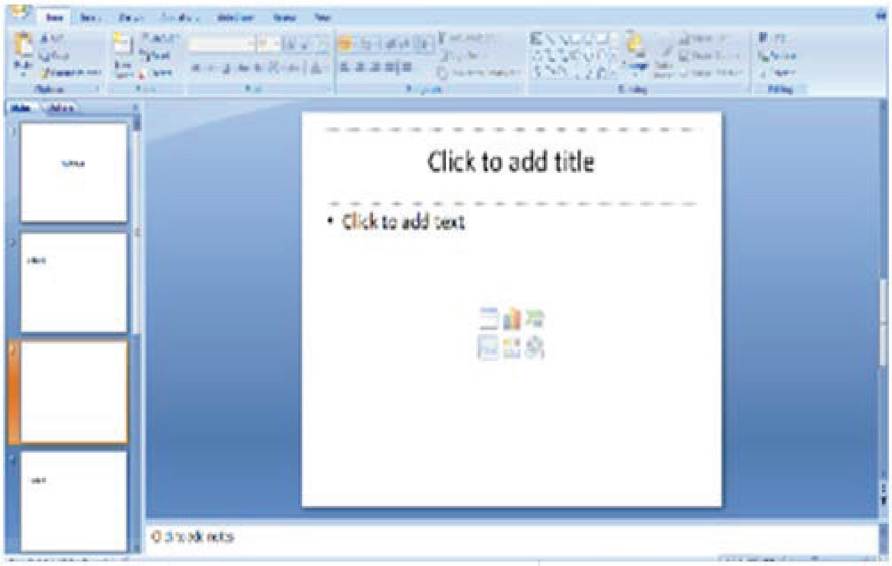
होम मेनू के नए स्लाइड टैब का उपयोग करना



चित्र 13.1: प्रस्तुति मे नई स्लाइड शामिल करना

ऊपर दिए गए चित्र 13.1 में यदि आप स्लाइड 2 और स्लाइड 3 के बीच स्लाइड शामिल करना चाहते हैं, तो स्लाइड 2 और स्लाइड 3 के बीच क्लिक करें और फिर

ऊपर दिए गए तीन विकल्पों में से किसी एक का भी उपयोग करके नई स्लाइड शामिल कर सकते हैं।

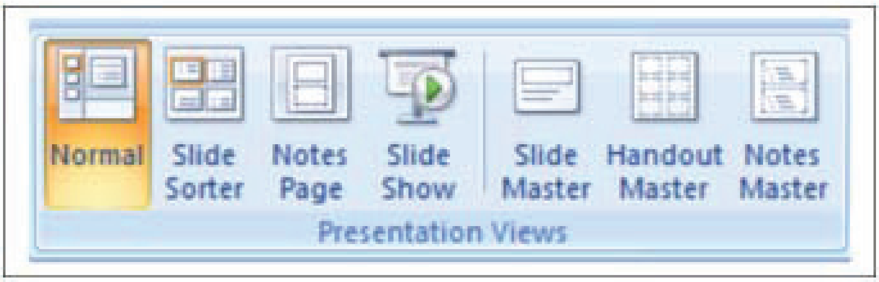


चित्र 13.2 : माउस के दाये बटन का प्रयोग करके नई स्लाइड शामिल करना

13.3 स्लाइड व्यू (Slide View)

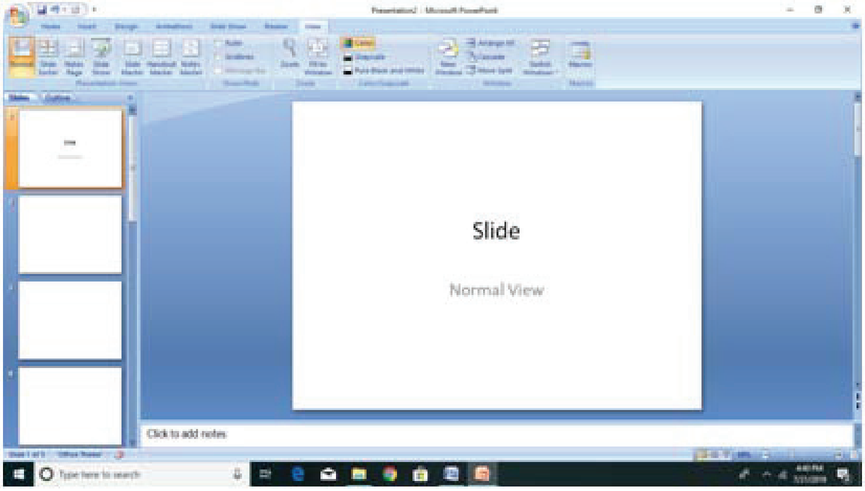
माइक्रोसाफ्ट पावर पॉइंट्स में निम्नलिखित व्यू (View) हैं, जिनका उपयोग तैयारी, संशोधन, स्लाइड प्रस्तुति और मुद्रण के दौरान विभिन्न उद्देश्यों के लिए अलग–अलग समय पर किया जा सकता है।

- सामान्य व्यू
- स्लाइड सॉर्टर व्यू (Slide Sorter View)
- नोट्स पेज व्यू
- स्लाइड शो व्यू
- स्लाइड मास्टर व्यू
- हैंडआउट व्यू
- नोट्स मास्टर व्यू



चित्र 13.3 : स्लाइड व्यू

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

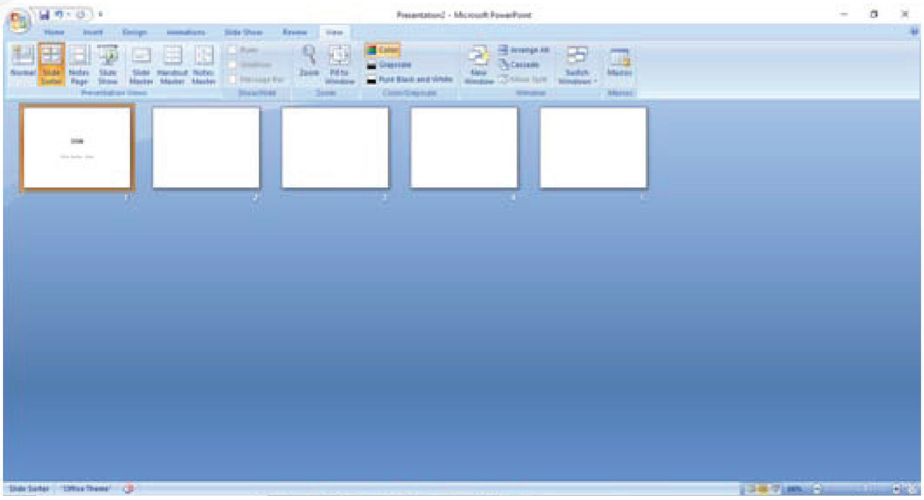


चित्र 13.4 : स्लाइड व्यू

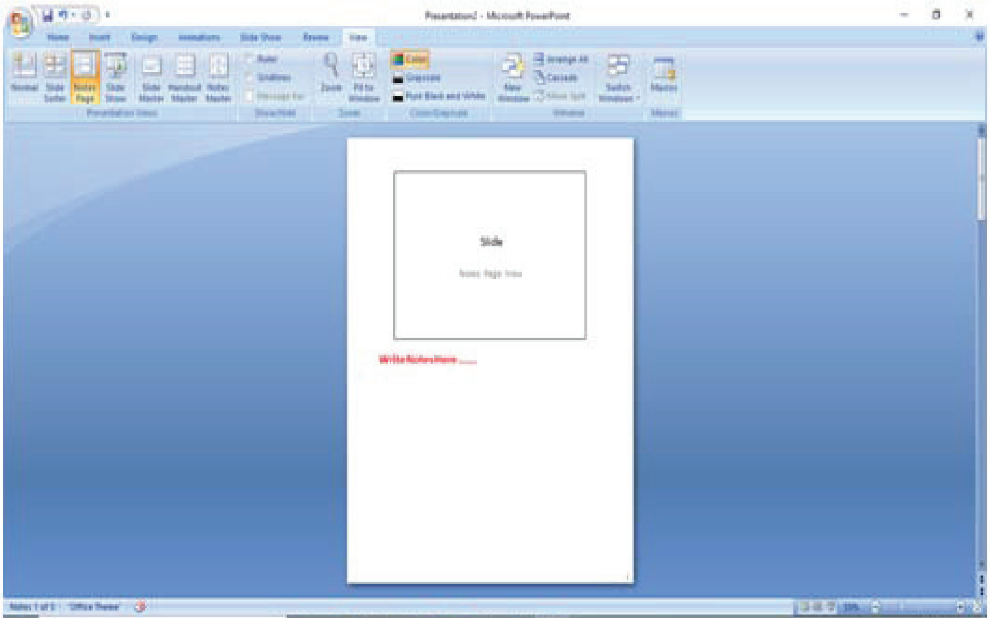
पावर प्वाइंट प्रस्तुति का उपयोग करते हुए आप व्यू (view) आइकॉन पर क्लिक करके दृश्यों के बीच जल्दी से बदलाव कर सकते हैं।

सामान्य दृश्यः यह मुख्य संपादन व्यू है, जिसका उपयोग प्रस्तुति को लिखने और डिजाइन करने के लिए किया जाता है। सामान्य व्यू बाईं ओर स्लाइड पर थंबनेल प्रदर्शित करता है, एक बड़ी विंडो (window) जो वर्तमान स्लाइड दिखाती है, जिसमें (Thumbnail) आप सामग्री प्रविष्टि या संपादन करना चाहते हैं।

स्लाइड सॉर्टर व्यू : यह व्यू क्षैतिज (horizontal) प्रस्तुति में आपकी प्रस्तुति की सभी स्लाइड्स को प्रदर्शित करता है। यह व्यू आपकी स्लाइड्स का चयन करने एवं प्रस्तुति में उनके पदों को पढ़ने में मदद करता है। आप बस एक क्लिक से अपनी स्लाइड्स को एक नए स्थान पर ले जा सकते हैं और अपनी प्रस्तुति स्लाइड्स का सार्थक समूह भी बना सकते हैं। स्लाइड सॉर्टर व्यू में आप स्लाइड की सामग्री को संपादित नहीं कर सकते। आपको स्लाइड व्यू पर स्विच करना होगा, जहां आप सामग्री को संपादित करना चाहते हैं।

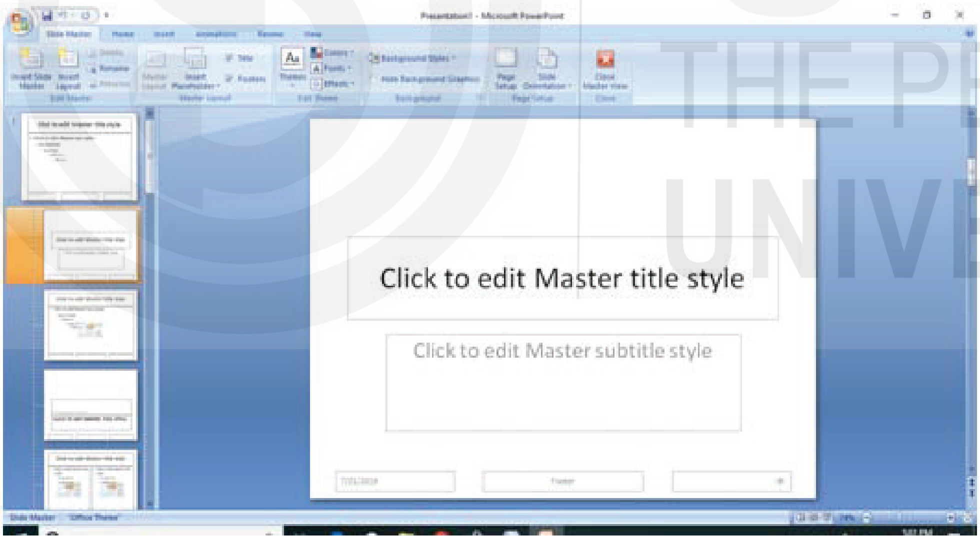


चित्र 13.5 : सॉर्टर व्यू



चित्र 13.6 : स्लाइड सॉर्टर व्यू नोट्स पेज व्यू

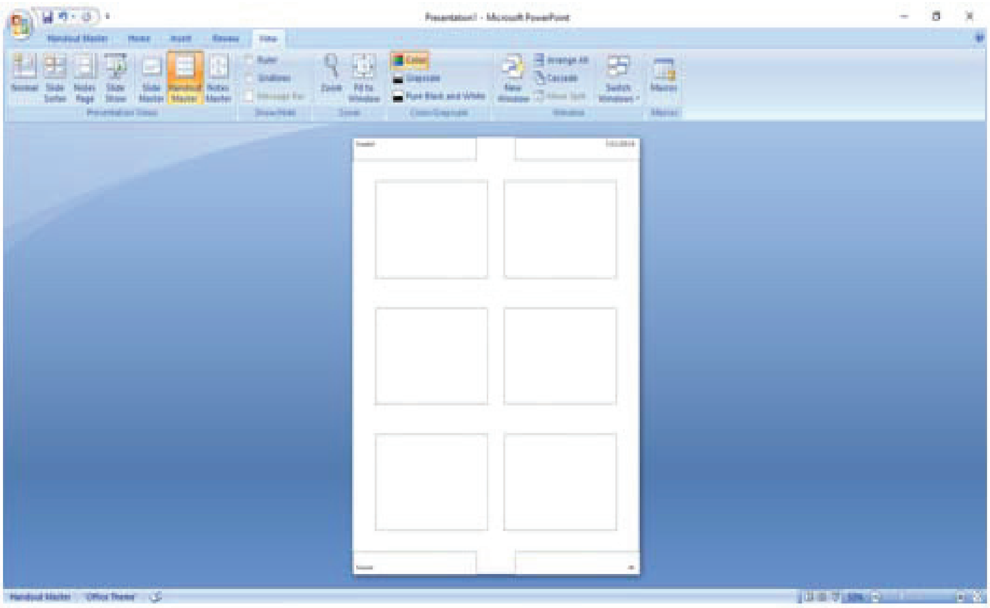
नोट्स पेज स्लाइडः नोट्स पेज स्लाइड विंडो के नीचे स्थित है। यह आपको उस विशिष्ट स्लाइड पर नोट्स के रूप में कुछ बिंदु लिखने की अनुमति देता है। जिससे की आप अपने नोट्स को संदर्भ के लिए प्रिंट कर सकते हैं या दर्शकों को भी नोट्स दे सकते हैं। जब आप अपनी स्लाइड की प्रस्तुति करते है, तब आप नोट्स का उपयोग भी कर सकते हैं।



चित्र 13.7 : नोट्स पृष्ठ व्यू

स्लाइड मास्टर व्यूः इस दृश्य में स्लाइड, हैंड आउट और नोट्स शामिल हैं। मास्टर व्यू में काम करने का लाभ यह है कि आप अपनी प्रस्तुति से जुड़े प्रत्येक स्लाइड, पेज व्यू या हैंडआउट को सार्वभौमिक शैली में परिवर्तन कर सकते हैं। जब आप अपने सभी स्लाइड्स में एक ही फॉन्ट और छवियों को शामिल करना चाहते हैं, तो आपको एक जगह (स्लाइड मास्टरं) को बदलने की आवश्यकता होगी और यह परिवर्तन आपके सभी स्लाइड्स पर लागू हो जाएगा।

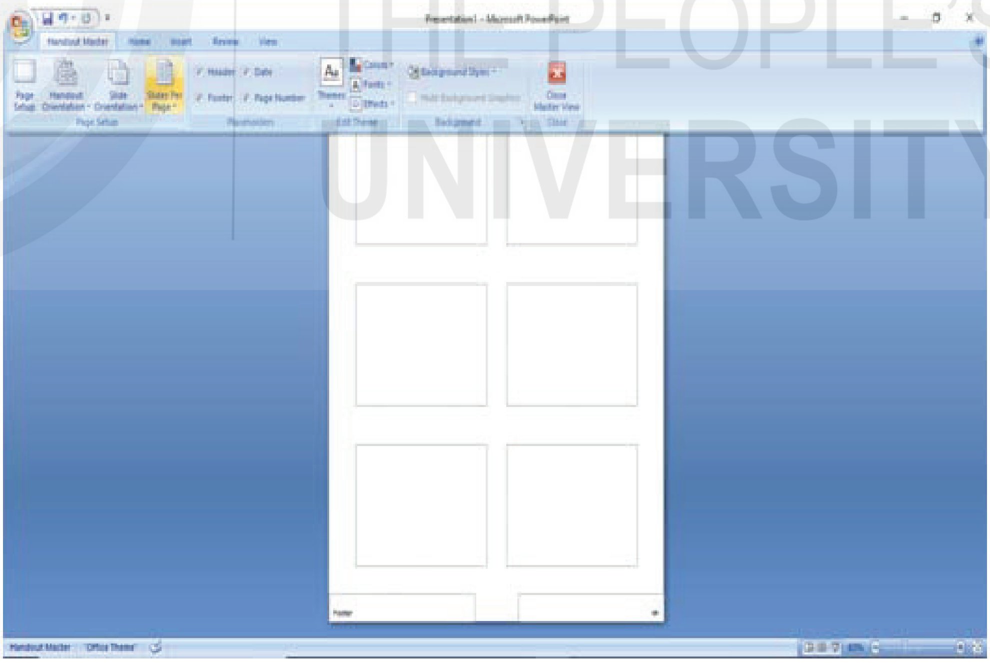
ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY



चित्र 13.8 : स्लाइड मास्टर व्यू

आप जब स्लाइड मास्टर व्यू में स्लाइड लेआउट को बदलते और व्यस्थित करते हैं। हर थीम में कई स्लाइड लेआउट होते हैं। इसमें कुछ लेआउट पाठ के लिए बेहतर हैं और कुछ ग्राफिक्स के लिए बेहतर होते है। आपको उन लेआउट को चुनना होगा जो आपकी स्लाइड सामग्री के लिए उपयुक्त हैं।

हैंडआउट मास्टर व्यू: इस व्यू का उपयोग जब आप प्रिंटिंग करते है, उस समय प्रस्तुतियों का प्रबंधन करने के लिए किया जाता है।



चित्र 13.9 : हैंडआउट मास्टर व्यू हैंडआउट

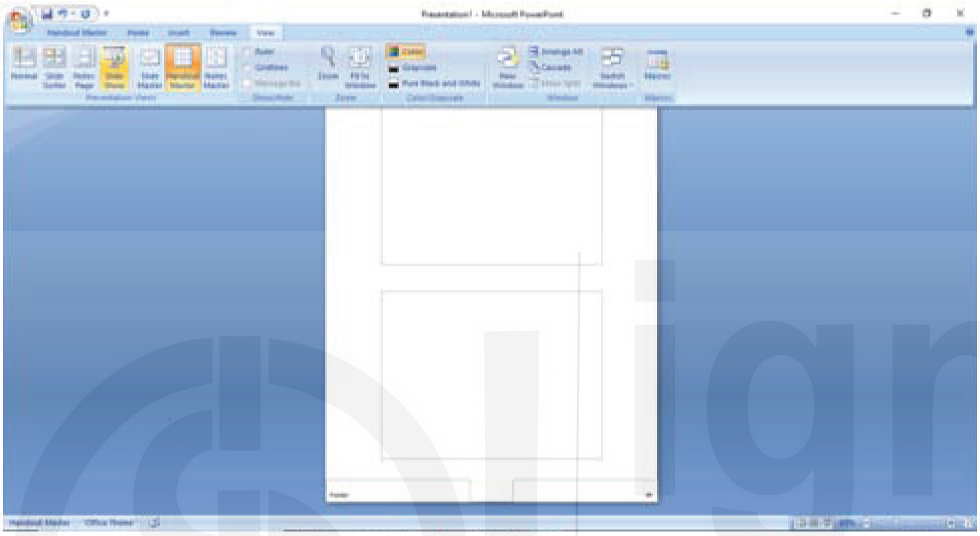
हैंड आउट मास्टर व्यू अनुसरण सेट करने के लिए निम्नलिखित विकल्प प्रदान करता है:

- पेज सेटअप (Page Setup)

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

- हैंडआउट दिशानिर्देश,
- स्लाइड दिशानिर्देश,
- प्रति पेज स्लाइड

इस व्यू का उपयोग दर्शकों को आपकी प्रस्तुति दिखाने के लिए किया जाता है। यह व्यू पूर्ण–स्क्रीन मोड में एक समय में एक स्लाइड प्रदर्शित करता है। आप F5 कुंजी का उपयोग करके स्लाइड शो शुरू कर सकते हैं।



चित्र 13.10 : हैंडआउट मास्टर व्यू विकल्प स्लाइड शो व्यू

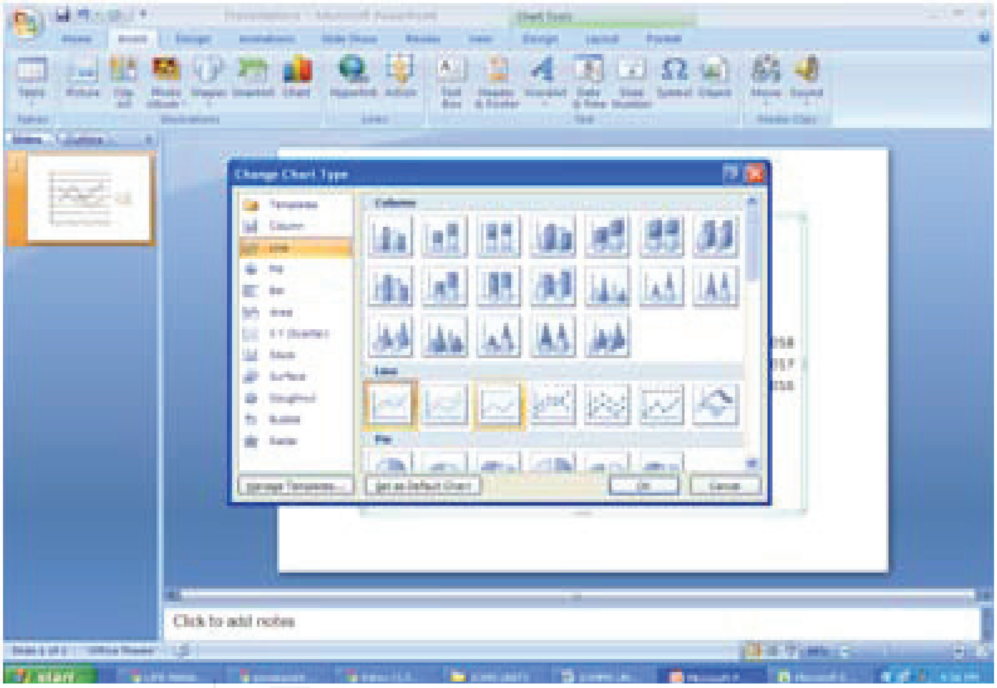
13.4 ग्राफ एवं आरेख को शामिल करना

कभी–कभी हमें अपनी प्रस्तुति को ज्यादा प्रभावी बनाने के लिए ग्राफ और आरेखों का उपयोग करने की आवश्यकता पड़ती है। मान लीजिए कि हम पिछले पांच वर्षों में कंपनी के कुछ उत्पाद के उत्पादन की प्रवृत्ति के प्रदर्शन के लिए एक पावर पॉइंट्स प्रस्तुति तैयार कर रहे हैं। इस स्थिति में हमारी प्रस्तुति में इस जानकारी को शामिल करने के लिए हमारे पास कई विकल्प होते हैं। यह जानकारी पाठ के द्वारा लिखी जा सकती है, या फिर एक तालिका के रूप में प्रस्तुत की जा सकती है, लेकिन बेहतर तरीका यह है कि इसे और अधिक आकर्षक बनाने के लिए एक ग्राफ तैयार करें और इसका प्रस्तुति में उपयोग करें।

13.4.1 ग्राफ/चार्ट को सम्मिलत करना

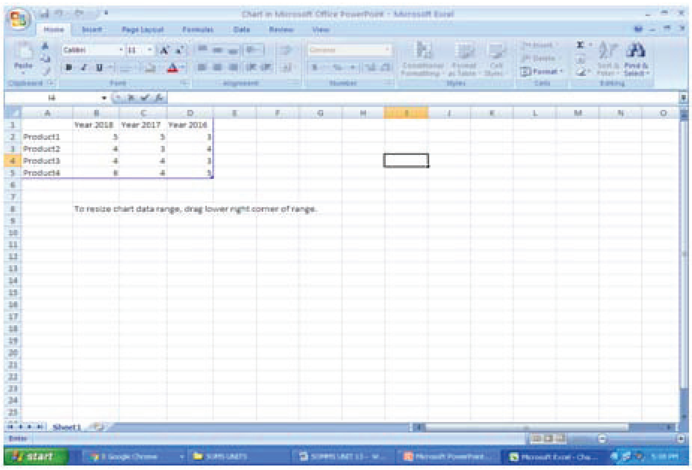
प्रस्तुति में एक ग्राफ डालने की प्रक्रिया निम्नलिखित है:

1) सर्वप्रथम पावर पॉइंट्स प्रस्तुति खोलें, वह स्लाइड चुनें, जिस पर आप ग्राफ को शामिल करना चाहते हैं, फिर शामिल करें मेनू पर जाएं और चार्ट आइकन पर क्लिक करें/दबाएं आपको निम्नलिखित विडों दिखाई देगी:



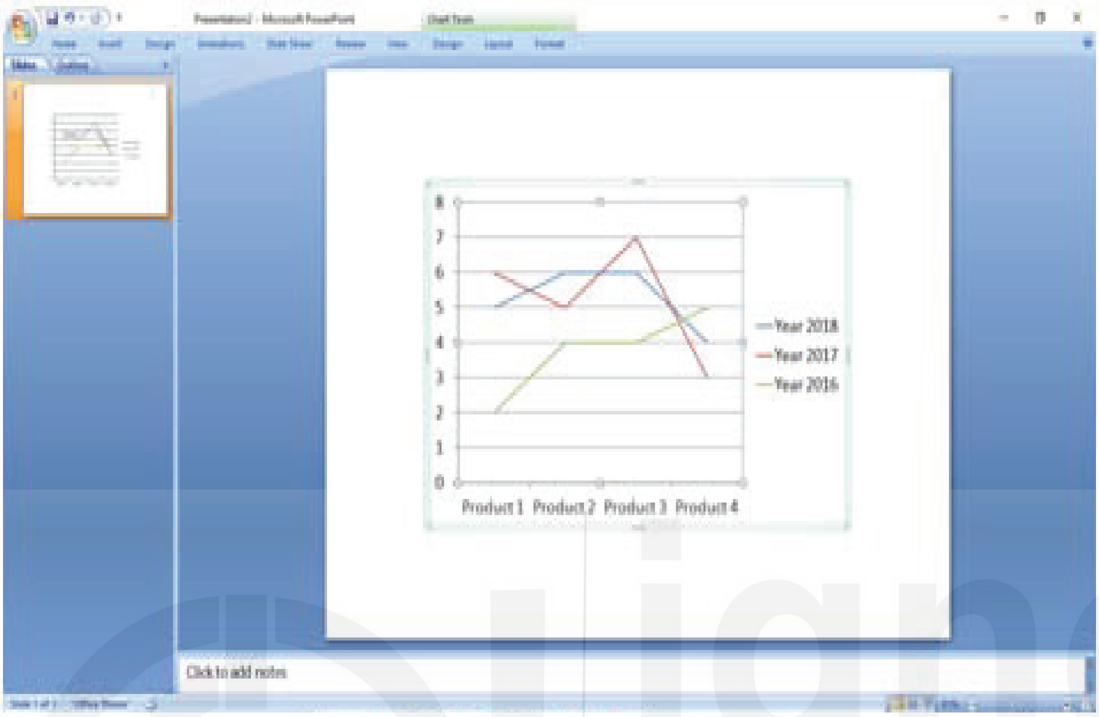
चित्र 13.11 : चार्ट शामिल करना

2) चार्ट का प्रकार चुनें जिसे आप अपनी प्रस्तुति में शामिल करना चाहते हैं। यहाँ विभिन्न चार्ट टेम्पलेट उपलब्ध हैं। ये टेम्पलेट कॉलम, लाइन, पाई, बार, एरिया, XY (स्कैटर), स्टॉक, सरफेस, डोनट, बबल और रडार हैं। इन विकल्पों में से अपनी प्रस्तुति के लिए उपयुक्त टेम्पलेट का चयन कर सकते है। लाइन चार्ट प्रकार का चयन करें। इसको चुनने के बाद डिफॉल्ट डेटा वाली एक विंडो दिखाई देगी। यह माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल शीट के समान होती है। इस शीट में आप अपनी जरूरत के अनुसार जानकारी को संपादित कर सकते हैं। जैसा कि आप देख सकते हैं कि चित्र 13.12 की जानकारी संपादित की जा सकती है, कॉलम में वर्ष दर्ज किए जाते हैं और पंक्तियों में विभिन्न उत्पादों को दर्ज किया जाता है। भविष्य में उपयोग के लिए आंकड़ा 2 में दिखाए गए इस डेटा को सहेजने की आवश्यकता होती है। यदि आपको भविष्य में चार्ट को अपडेट करने की आवश्यकता होगी, तो इस फाइल की आवश्यकता पड़ेगी। यदि चार्ट प्रकार को बदलने की आवश्यकता होगी तो भी इस डेटा की आवश्यकता होगी।



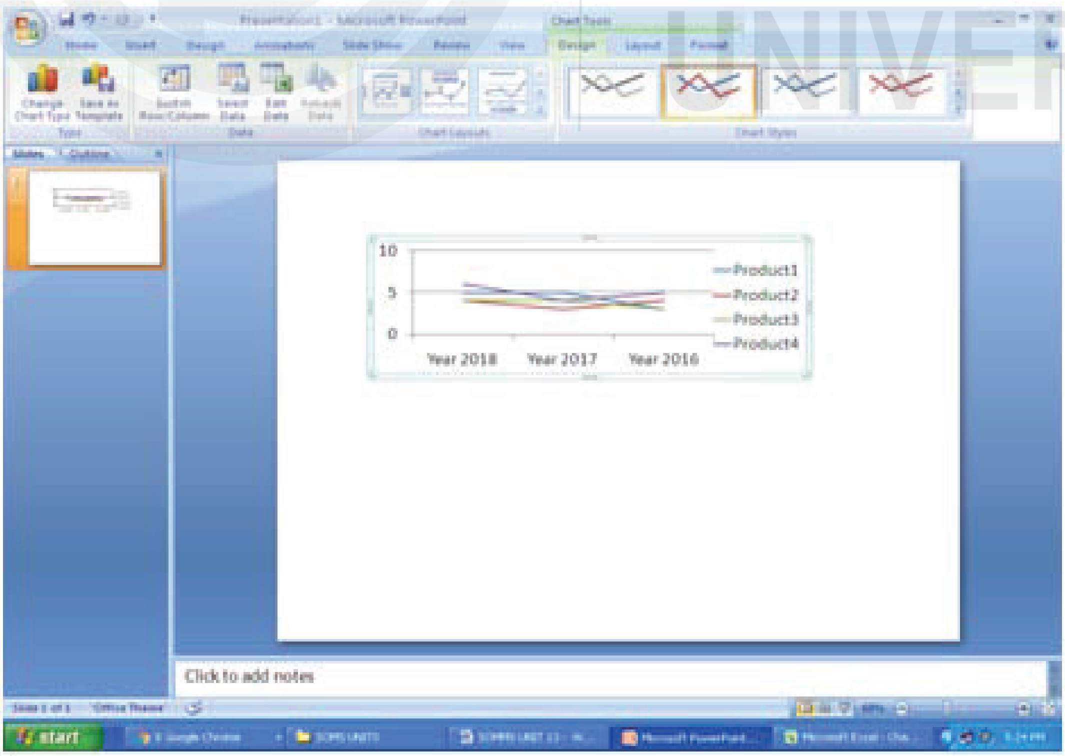
चित्र 13.12 : चार्ट बनाना

जैसा कि आप अपनी शीट में चित्र 13.13 का अंकड़ा बदलते हैं। जैसा कि चित्र 13.13 में दिखाया गया है, आप अपनी प्रस्तुति स्लाइड चार्ट में परिवर्तन देखगें जो कि चित्र 13.14 में दिखाया गया है।



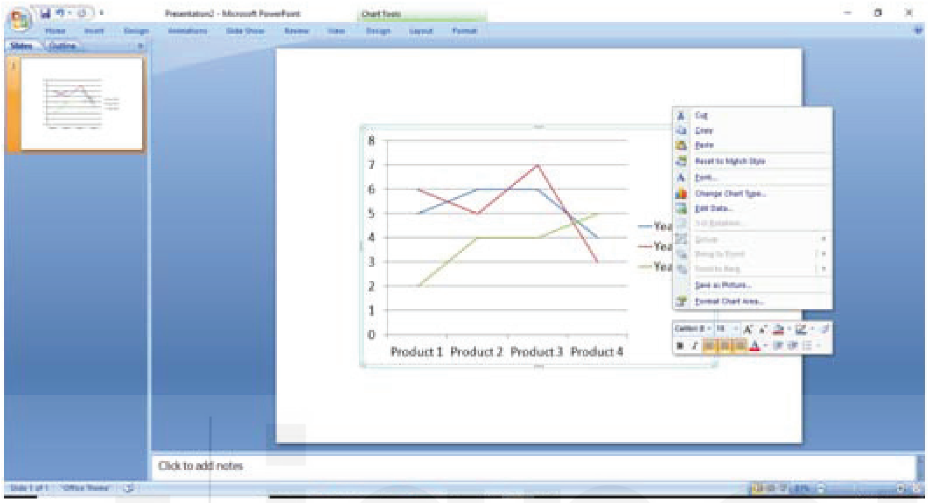
चित्र 13.13 : प्रस्तुति में चार्ट शामिल करना

एक बार जब आप चार्ट / ग्राफ शामिल कर लेते हैं, तो जरूरत के अनुसार, आप अपनी प्रस्तुति स्लाइड पर चार्ट का आकार बदल सकते हैं जैसा कि चित्र 13.15 में दिखाया गया है।

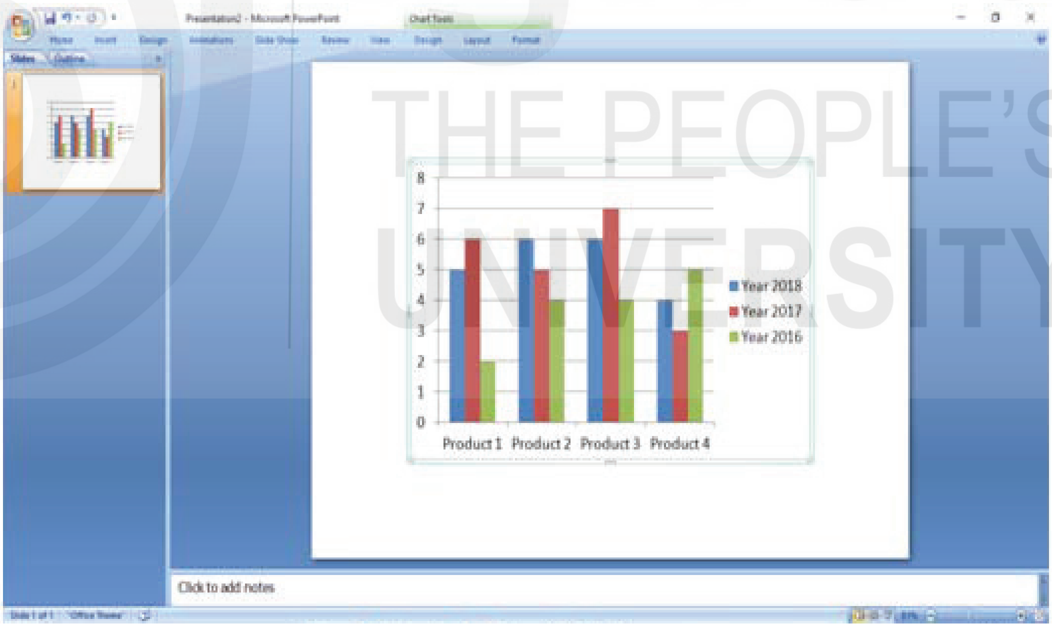


चित्र 13.14: चार्ट का आकार बदलना

यदि आपको चार्ट प्रकार बदलने की आवश्यकता होती है, तो आपको माउस बटन पर राइट क्लिक करना होगा तथा परिवर्तन चार्ट प्रकार पर क्लिक करना होगा और उस चार्ट का चयन करना होगा, जिसके साथ आप इस चार्ट को बदलना चाहते हैं। यदि आप अवश्यकतानुसार बार चार्ट का चयन करते हैं, तो आपको निम्न परिणाम प्राप्त होगा जैसा कि चित्र 13.16 में दिखाया गया है।



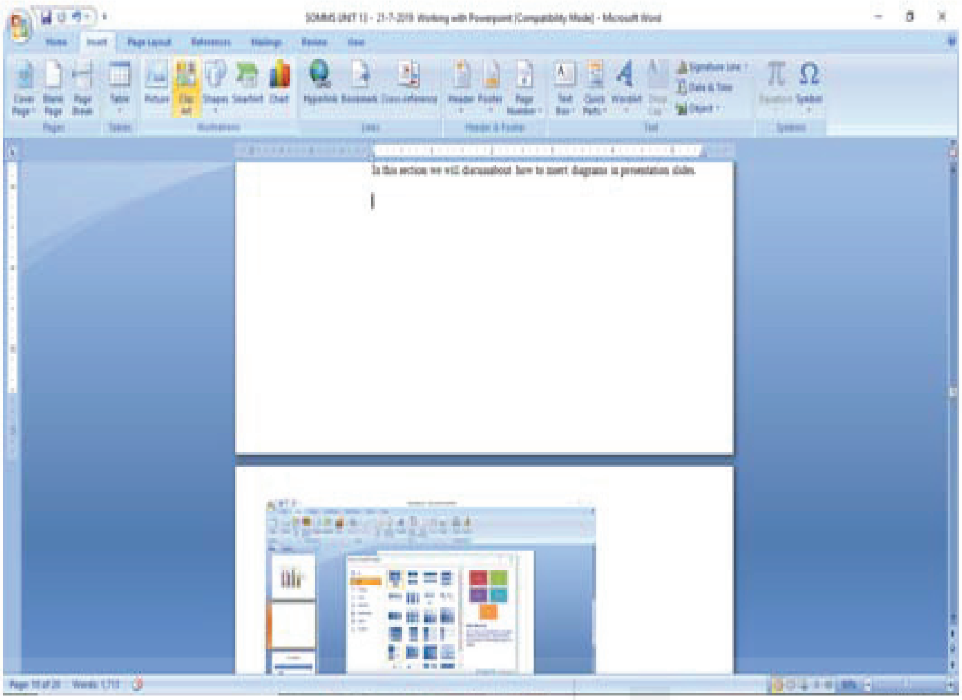
चित्र 13.15 : चार्ट प्रकार बदलना



चित्र 13.16 : बार चार्ट

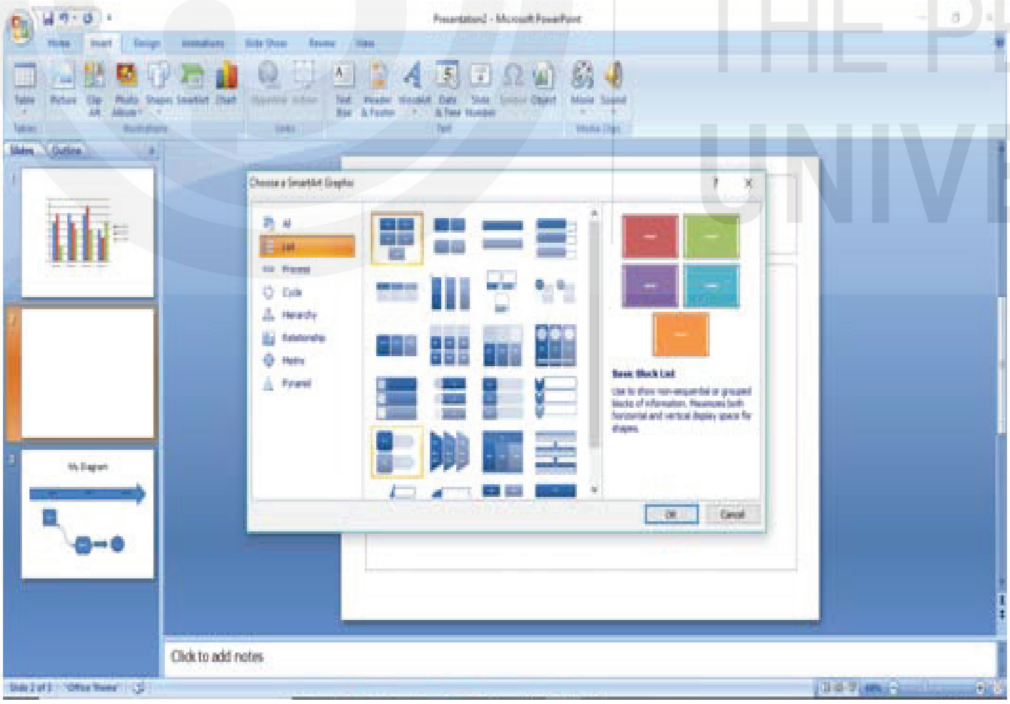
13.4.2 आरेख सम्मिलत करना

इस भाग में हम प्रस्तुति स्लाइड में आरेख शामिल करने के तरीके के बारे में चर्चा करेंगे।



चित्र 13.17 : आरेख शामिल

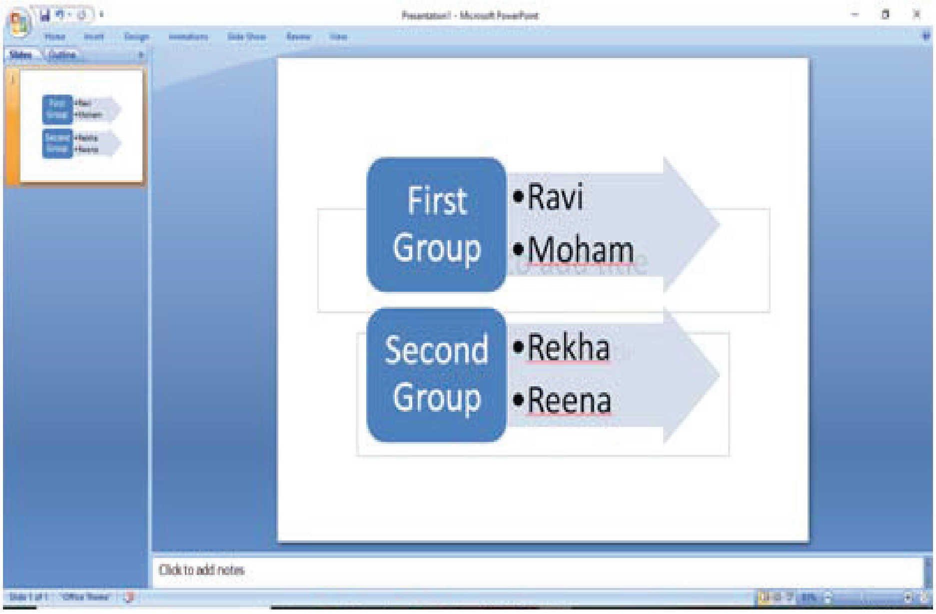
आप इन्सर्ट (insert) मेनू का उपयोग करके आरेख शामिल कर सकते हैं। यहां आपको पिक्चर (picture), क्लिप आर्ट (clip art) फोटो एल्बम, स्मार्ट आर्ट (smart art) और शेप (shape) जैसे कई विकल्प मिलेंगे।



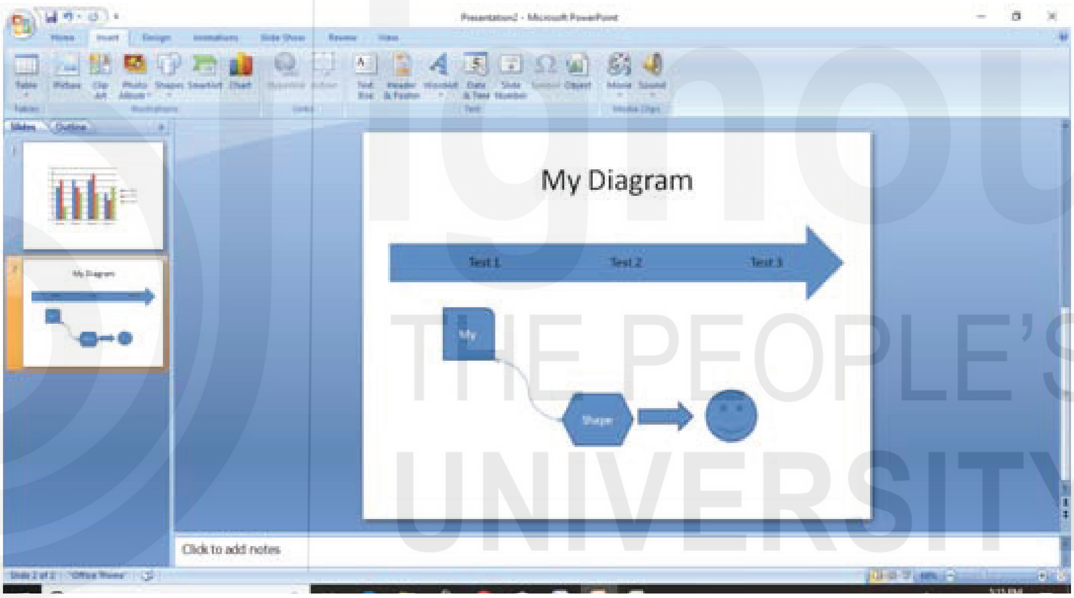
चित्र 13.18 : स्मार्ट ग्राफिक्स चुनना

या तो आप फोटो एल्बम से या फिर क्लिप आर्ट से उपलब्ध आरेख का चयन कर सकते हैं, या फिर आप शेप विकल्प में उपलब्ध विभिन्न आकृतियों का उपयोग करके अपना स्वयं का आरेख बना सकते हैं।

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY



चित्र 13.19 : ऊर्ध्वाधर तीर सूची



चित्र 13.20 : प्रस्तुति के लिए खुद की आकृति बनाना

बोध प्रश्न क

1) स्लाइड सॉर्टर व्यू का उपयोग करके किसी प्रस्तुति में स्लाइड्स को कैसे फिर से व्यवस्थित किया जा सकता है ?

....

....

....

....

....

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

2) बुनियादी लेखांकन में बी. कॉम प्रथम सेमेस्टर के छात्रों के प्रदर्शन के आधार पर एक पावर पॉइंट्स प्रस्तुति तैयार की जा रही है। छात्रों के अंक नीचे तालिका में दिए गए हैं:

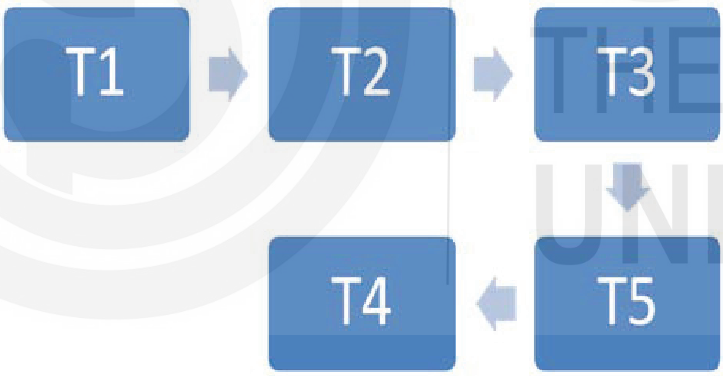
छात्रों का नाम	**बेसिक अकाउंटिंग में अंक**
रवि	76
मोहन	57
सरिता	69
रोहित	88
मोहित	92
अनीता	56

प्रस्तुति में कॉलम चार्ट के रूप में इन चिह्नों को शामिल करें।

....

....

3) बी.कॉम प्रथम सेमेस्टर के पंजीकरण को पूरा करने के लिए आवश्यक चरणों के अनुक्रम के सम्बन्ध में एक स्लाइड बनाने के लिए स्मार्टआर्ट आरेख का उपयोग करें।



....

....

....

....

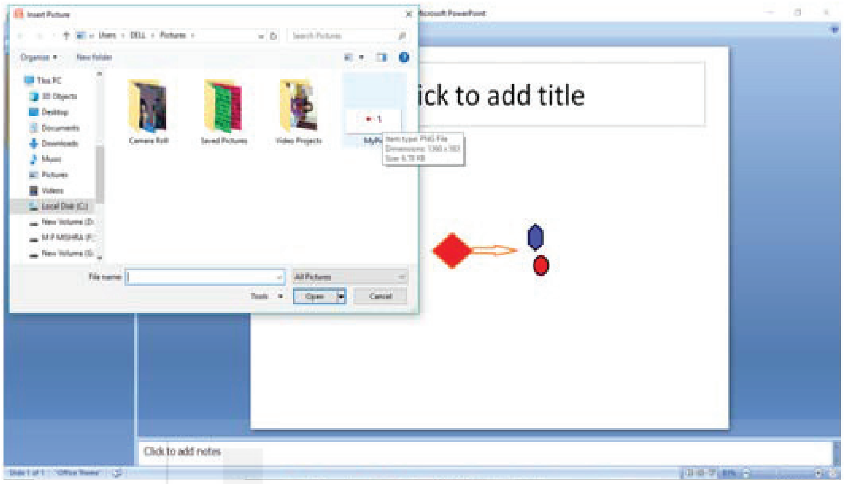
....

13.5 चित्र शामिल करना

जब आप अपने पी.सी.(PC) में चित्र संग्रहीत करते हैं तो आप इसे अपनी प्रस्तुति में उपयोग करना चाहते है। प्रस्तुति में चित्र शामिल करने के लिए आप निम्न चरणों का पालन कर सकते है:

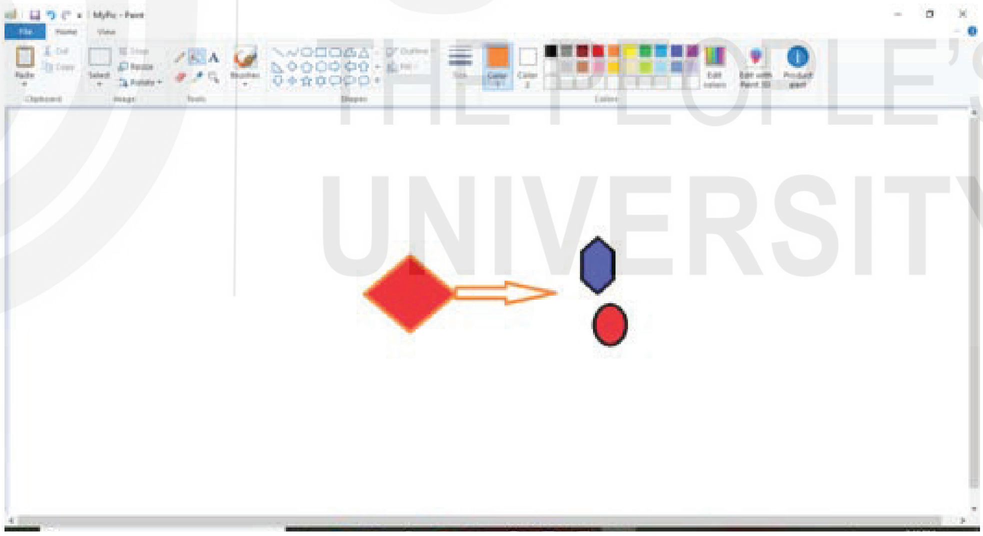
1) मेनू डालें >> चित्र विकल्प चुनें >> चित्र चुनें।

2) यह आपको पिक्चर फोल्डर में ले जाएगा और वहां से आप अपनी प्रस्तुति में डाली जाने वाली पिक्चर का चयन कर सकते हैं, जैसा कि चित्र 13.22 में दिखाया गया है



चित्र 13.21 : प्रस्तुति में चित्र शामिल करना

अगर आप अपनी खुद की तस्वीर बनाने और प्रस्तुति में उपयोग करने का सोचते है। तो आप पेंट टूल का उपयोग करके चित्र बना सकते हैं। जैसा की चित्र 13.23 में दिखाया गया है।



चित्र 13.22 : चित्र बनाना

अपनी प्रस्तुति में चित्र शामिल करने का एक अन्य तरीका भी है कि चित्र को किसी फाइल / फोल्डर से या अन्य स्रोत जैसे इंटरनेट, पेन ड्राइव, सीडी से कॉपी करके अपनी स्लाइड में पेस्ट करें। कभी–कभी स्लाइड में टेक्स्ट बॉक्स (text box) डालना बेहतर होता है और फिर टेक्स्ट बॉक्स के अंदर की तस्वीर कॉपी करते है। यहाँ यह भी ध्यान दें कि आपको केवल उन चित्रों का उपयोग करना चाहिए, जो स्रोत या स्वामी द्वारा मुफ्त में कॉपी या उपयोग करने की अनुमति देते हैं।

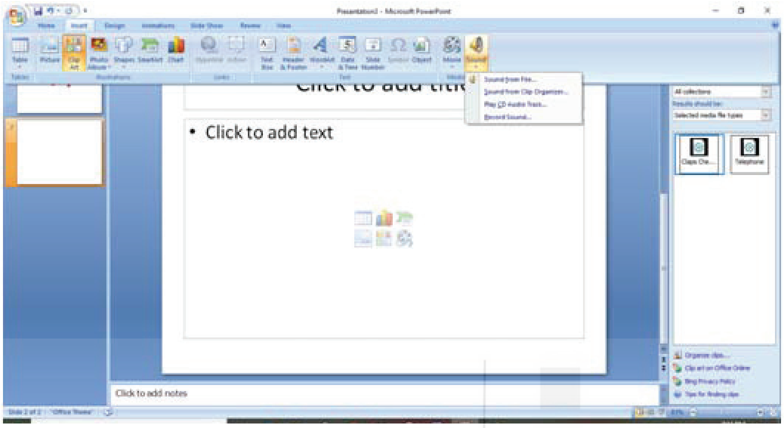
ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

13.6 ध्वनि शामिल करना

ध्वनि संचार के प्रभावी माध्यमों में से एक है, यदि आपकी प्रस्तुति में कुछ ध्वनि तत्व का उपयोग करने की स्थिति उत्पन्न होती है, तो आप निम्न कार्य कर सकते हैं:

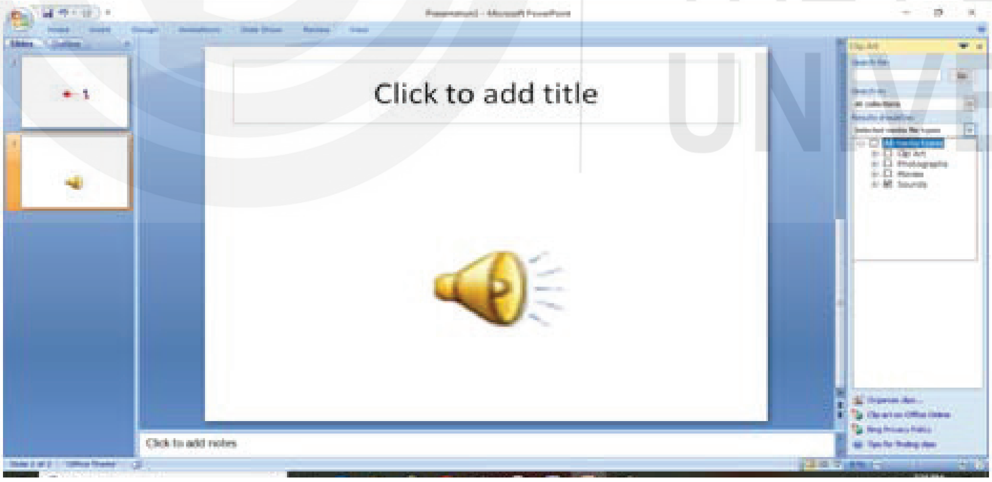
1) इन्सर्ट मेनू चुनें

2) ध्वनि विकल्प चुनें



चित्र 13.23 : ध्वनि शामिल करना

साउंड फाइल का उपयोग करके या क्लिप ऑर्गनाइजर (clip organizer) का उपयोग करके ध्वनि शामिल की जा सकती है या फिर सी.डी में संग्रहीत ध्वनि फाइल का चयन किया जा सकता है या आप स्पष्टीकरण के लिए अपनी खुद की ध्वनि रिकॉर्ड कर सकते हैं। जब आप एक ध्वनि फाइल शामिल करेंगे, और इस ध्वनि को स्लाइड में शामिल किया जा सकता है।



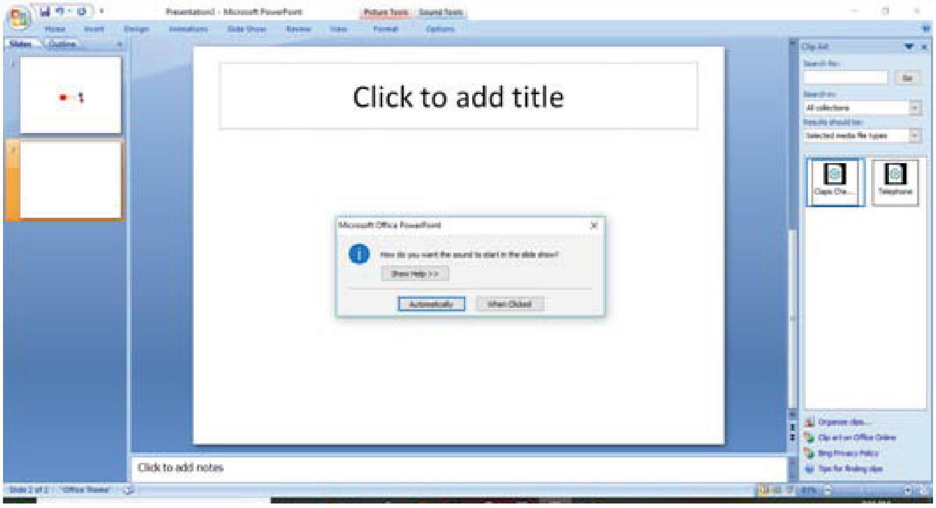
चित्र 13.24 : ध्वनि फाइल से ध्वनि शामिल करना

जब आप एक ध्वनि फाइल शामिल करेंगे, तो आपको ध्वनि शुरू करने के लिए दो विकल्पों में से एक चुनने के लिए कहा जाएगा:

1) स्वचालित रूप से

2) जब ध्वनि (sound) आईकान पर क्लिक किया जाता है

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

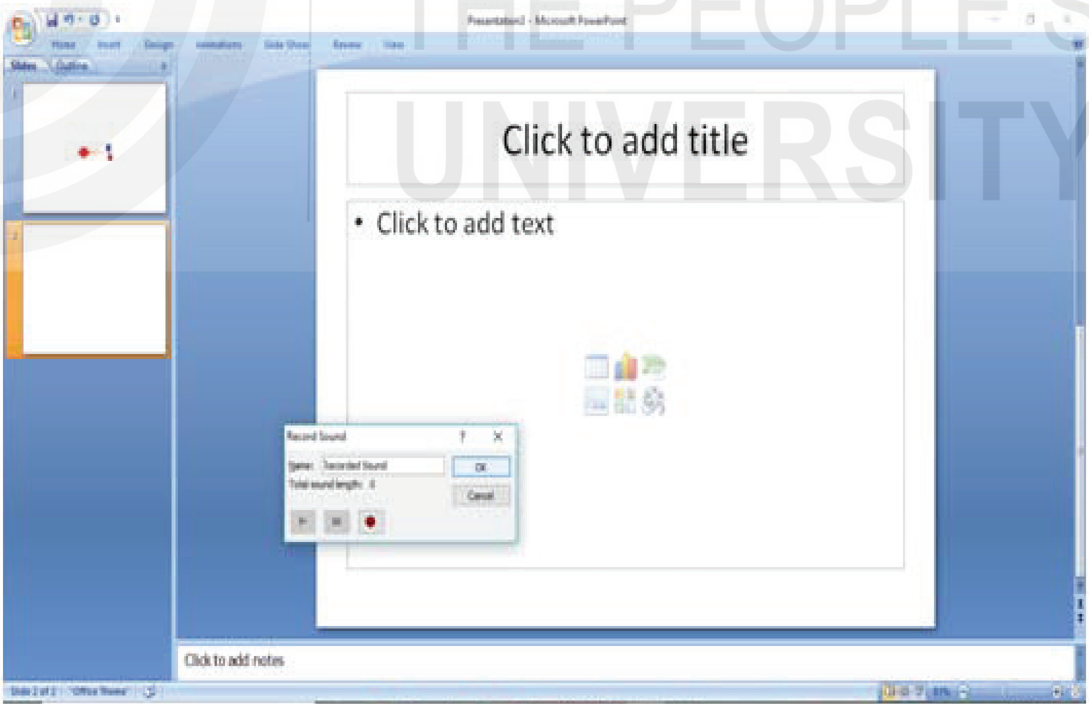


चित्र 13.25 : क्लिप ऑर्गनाइजर से ध्वनि शामिल करना

जब आप स्वचालित रूप करे चुनते हैं, तो जैसे ही आप स्लाइड शो व्यू में उस स्लाइड तक पहुंचते हीं ध्वनि फाइल स्वचालित रूप से खुल जाएगी। यदि आपने क्लिक करते समय ध्वनि आईकान का चयन किया है, तो ध्वनि फाइल तभी चलेगी जब आप स्लाइड शो व्यू में ध्वनि आइकन पर क्लिक करेंगे।

यदि आप अपनी स्वयं की ध्वनि को एक विशिष्ट स्लाइड के लिए रिकॉर्ड करना चाहते हैं, तो जिसमें आप इसका उपयोग कर सकते हैं। इसके लिए आपको निम्न चरणों का पालन करें:

1. मेनू शामिल करें >> ध्वनि विकल्प >> रिकॉर्ड ध्वनि



चित्र 13.26 : प्रस्तुति के लिए रिकॉर्ड ध्वनि

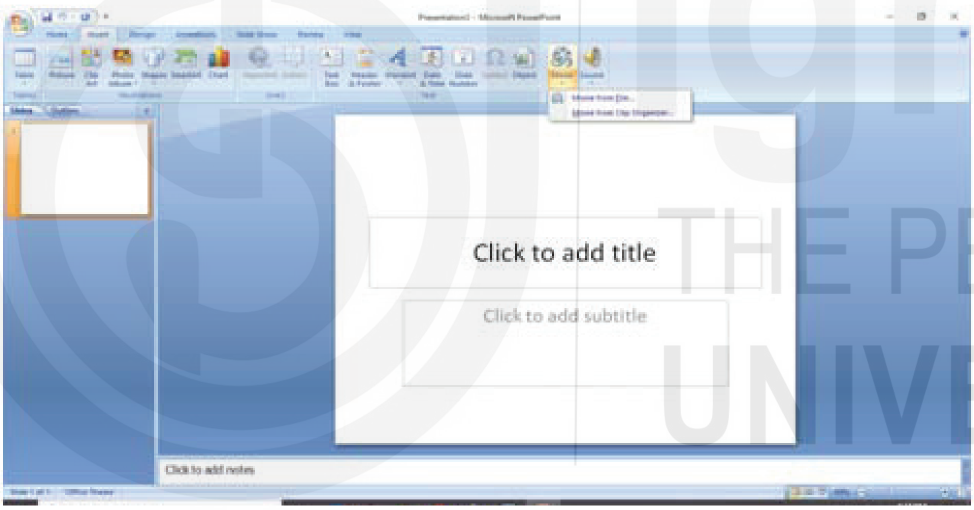
ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

13.7 वीडियो शामिल करना

वीडियो संचार का एक बहुत शक्तिशाली माध्यम है। बहुत बड़े पाठ का उपयोग करने के बजाय छोटे आकार के वीडियो का उपयोग करके कई प्रक्रियाओं या गतिविधियों की आसानी से व्याख्या कर सकते हैं।

पावर प्वाइंट प्रस्तुति में वीडियो घटकों का उपयोग आमतौर पर गतिविधियों को प्रदर्शित करने और प्रस्तुति को अधिक प्रभावी बनाने के लिए किया जाता है। आप अपनी प्रस्तुतियों में आप अपने कंप्यूटर में उपलब्ध वीडियो को शामिल कर सकते हैं। आप वीडियो रिकॉर्डर / कैमरा का उपयोग करके या फिर अपने स्मार्ट फोन का उपयोग करके अपना वीडियो बना सकते हैं तथा अपनी प्रस्तुति में इन वीडियो का उपयोग कर सकते हैं।

पावर पॉइंट्स प्रस्तुति में वीडियो शामिल करने के लिए आपको शामिल मेनू का चयन करना होगा और फिर शामिल होने के लिए उपयुक्त वीडियो फाइल का चयन करने के लिए मूवी (movie) विकल्प चुनना होगा।



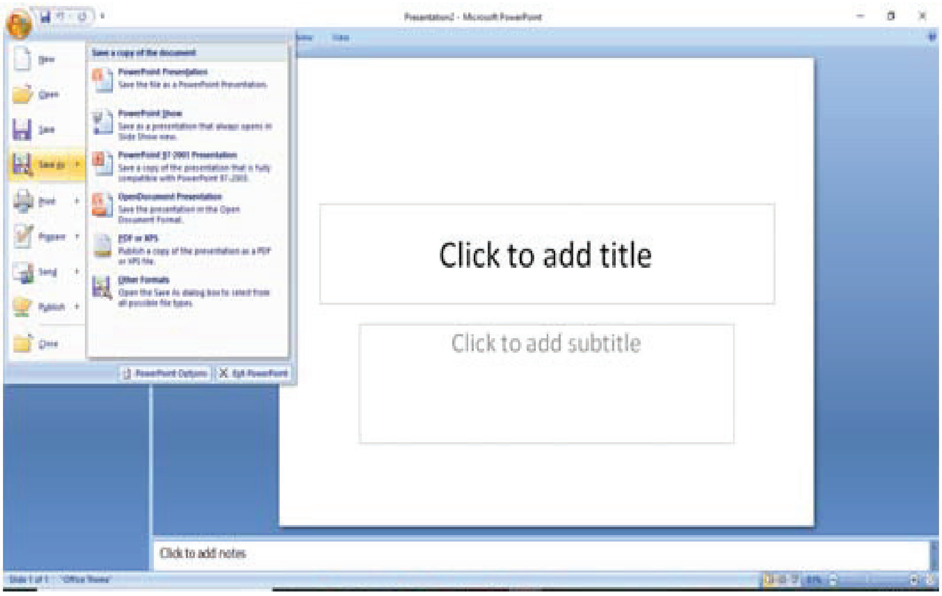
चित्र 13.27 : वीडियो शामिल करना

13.8 बाह्य मेमोरी में पावरपॉइंट फाइल्स को सहेजना (सुरक्षित करना)

जब आप प्रस्तुति बनाते हैं, तो इसे एक फाइल में सुरक्षित करते हैं। कभी–कभी इन फाइलों को अपनी यू.एस.बी. मेमोरी (पेन ड्राइव) में कॉपी करने की आवश्यकता होती है क्योंकि प्रस्तुति देने के लिए हमेशा अपने लैपटॉप को अपने साथ ले जाना संभव नहीं होता है। अतः पेन ड्राइव में पी.पी.टी. फाइलों की कॉपी / सेव (सुरक्षित) करने के लिए निम्न तरीकों का उपयोग कर सकते हैं:

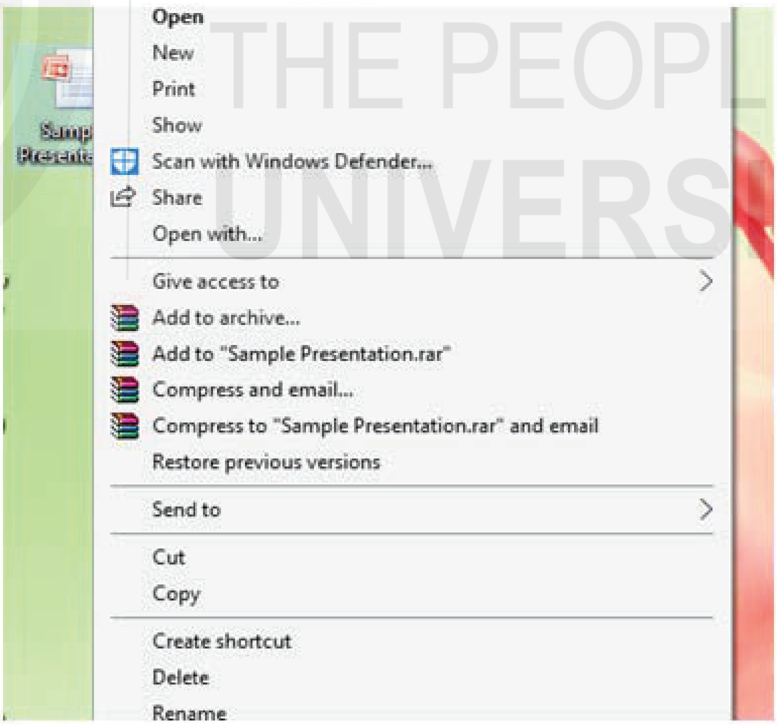
1) यदि आप नई प्रस्तुति बना रहे हैं और आप इसे पेन ड्राइव में सहेजना चाहते हैं। तो फाइल को सहेजते समय Save As विकल्प का उपयोग कर सहेजने के लिए पेन ड्राइव का चयन करें।

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY



चित्र 13.28 : Save As विकल्प का उपयोग करके प्रस्तुति फाइलों को सहेजना

2) यदि फाइल पहले से डेस्कटॉप सुरक्षित की गई है, और आप उसको अपने डेस्कटॉप से अपने पेन ड्राइव में कॉपी करना चाहते है, तो आप उस फाइल को अपनी पेन ड्राइव में सहेज सुरक्षित कर सकते है। इसके लिए माउस का उपयोग करते हुए फाइल का चयन करें। माउस बटन पर राइट क्लिक करें और सेंड टू ऑप्शन (send to option) चुनकर और पेन ड्राइव का चयन करें यह फाइल पेन ड्राइव में कॉपी हो जाएगी।



चित्र 13.29 : पेन ड्राइव में फाइल कॉपी करना

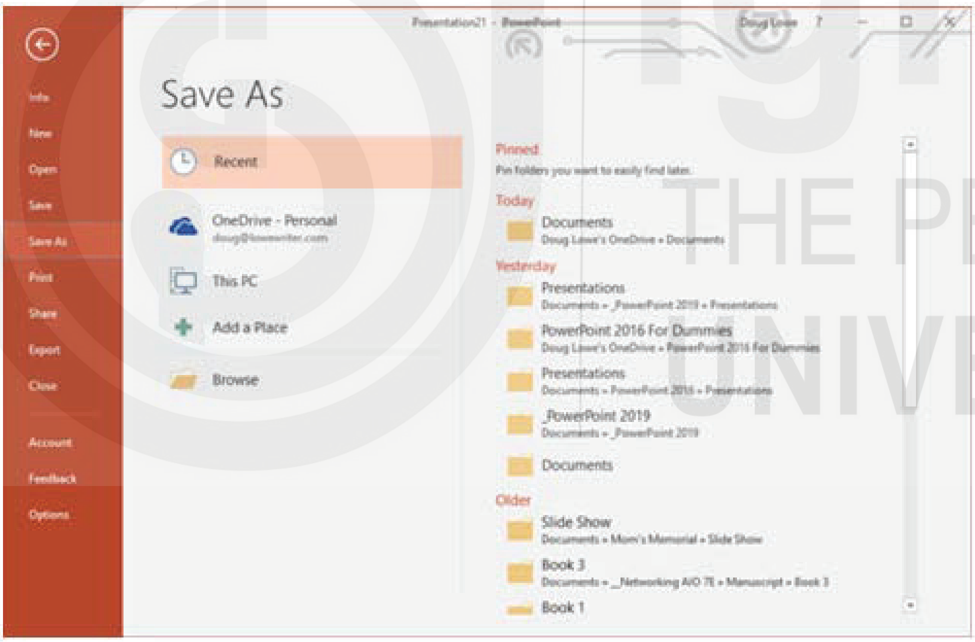
क्लाउड में पावर पाइंट प्रस्तुति फाइल्स सेव करना

1) OneDrive में एक PowerPoint 2019 प्रस्तुति साझा करें

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

अपनी फाइलों को क्लाउड पर सहेजने से आप उन्हें कहीं से भी प्राप्त कर सकते हैं और उन्हें परिवार और दोस्तों के साथ साझा करना आसान बनाता है। OneDrive के साथ दस्तावेजों को ऑनलाइन सहेजने के लिए, Office में साइन इन करें। किसी Office प्रोग्राम में किसी दस्तावेज को खोलने के साथ, फाइलझ इस रूप में सहेजेंझ Office प्रोग्राम में किसी दस्तावेज को खोलने के लिए निम्न चरणो का पालन करें, किल्क करें फाईल ⟶ Save As ⟶ OneDrive पर क्लिक करें। यदि आपने साइन इन नहीं किया है, तो आज ही साइन इन पर क्लिक करें।

- फाइल चुनें → Save As पेज दिखाई देता है, जो कई स्थानों को प्रस्तुत करता है, जिनसे प्रस्तुति को बचाया जा सकता है, जैसा कि नीचे चित्र में 13.30 में दिखाया गया है।
- OneDrive स्थान पर क्लिक करें, जहाँ आप अपनी प्रस्तुति को संग्रहीत करना चाहते हैं।
- दूसरे OneDrive फोल्डर में नेविगेट करें या एक नया OneDrive फोल्डर बनाएँ।
- फाइल नाम बदलें और फिर सेव (save) पर क्लिक करें



स्रोत: वन ड्राईव

चित्र 13.30 : वन ड्राईव (One Drive) क्लाउड में फाइल कापी करना

2) एक पावरपॉइंट को गूगल स्लाइड में बदलें

   i) गूगल ड्राइव खोलें।

   ii) स्क्रीन के ऊपरी बाएं कोने में "नया" चुनें।

   iii) "फाइल अपलोड करें" चुनें।

   iv) वांछित पावरपॉइंट प्रस्तुति का चयन करें।

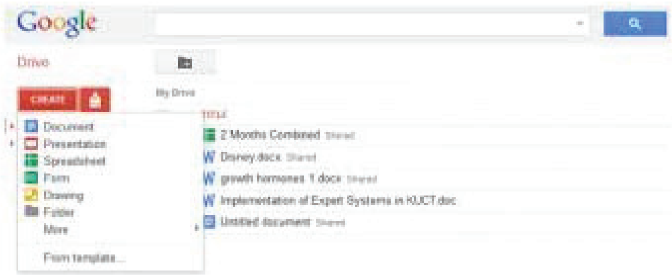
ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

v) अपलोड करने के बाद, दाया (right click) क्लिक करें और ''Open with'' चुनें, फिर ''Google स्लाइड्स'' चुनें।

vi) ''फाइल का चयन करें।''

vii) ''Google स्लाइड के रूप में सहेजें'' का चयन करें।

viii) गूगल ड्राइव पर जाएं।



स्त्रोत: गूगल ड्राईव

चित्र 13.31 : फाइल को गूगल ड्राइव (क्लाउड) में कॉपी करना

3) अपना डेटा हार्ड ड्राईव की तुलना से क्लाउड में अधिक सुरक्षित है। यहां पर फाइलों में अधिक सुरक्षित है। यहां पर फाइलों को प्राप्त करना एवं अनुरक्षण (maintain) करना आसान है। फिर भी क्लाउड सेवाएं अंततः आपके डेटा को अन्य लोगो के हाथों में डाल देती है। यदि आप मुख्य रूप से गोपनीयता के बारे में चिंतित नहीं है तो कोई बड़ी बात नहीं है।

बोध प्रश्न ख

1) यदि आप दैनिक जीवन में कंप्यूटर का उपयोग सिखाने के लिए एक प्रस्तुति तैयार कर रहे हैं। तो इस प्रस्तुति के लिए आपको स्लाइड में एक कंप्यूटर सिस्टम के विभिन्न घटकों के चित्र शामिल करने होंगे। इस गतिविधि को करने के लिए आप जिस प्रक्रिया का पालन करेंगे, उसे प्रक्रिया को समझाइए।

....

....

....

....

....

2) मान लीजिए कि आप अपनी प्रस्तुति में एक चित्र बना रहे हैं और आप अपनी आवाज में उस चित्र के लिए स्पष्टीकरण डालना चाहते हैं। तो समझाएं कि आप इसे कैसे करेंगे।

....

....

....

....

3) आप अपने पेन ड्राइव में एक प्रस्तुति संग्रहीत (सुरक्षित) कर रहे हैं, आपको अपने दोस्त के लैपटॉप का उपयोग करके उस प्रस्तुति में कुछ संशोधन करने की आवश्यकता है तथा फिर से उसे अपनी पेन ड्राइव में उस संशोधित प्रस्तुति की कॉपी सेव करनी है। तो इस गतिविधि की प्रक्रिया को समझाइए।

....

....

....

....

....

13.9 सारांश

चूंकि बेहतर संचार के लिए मल्टीमीडिया घटक बहुत महत्वपूर्ण उपकरण हैं। पावरपॉइंट प्रस्तुति में बड़े पैमाने पर इसका उपयोग किया जाता है, ताकि इसे अधिक से अधिक प्रभावी बनाया जा सके। इस इकाई में हमने पावर पॉइंट की बुनियादी विशेषताओं को सीखा जैसे कि किसी प्रस्तुति में नई स्लाइड कैसे डालें। हमने इस इकाई में विभिन्न स्लाइड दृश्यों और उनके उद्देश्य के बारे में चर्चा की। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि हमने अपनी प्रस्तुतियों में विभिन्न मल्टीमीडिया घटकों जैसे कि ग्राफ, आरेख, चार्ट, चित्र, ऑडियो और वीडियो को और अधिक आकर्षक, प्रभावी और रोचक बनाने का तरीका सीखा। अंत में हमने पेन ड्राइव / बाहरी मेमोरी में प्रस्तुति को कॉपी / सेव करने के बारे में चर्चा की और उस प्रक्रिया को समझा।

13.10 शब्दावली

पावरपॉइंट (Power Point): यह माइक्रोसॉफ्ट का सॉफ्टवेयर है जिसका इस्तेमाल प्रस्तुति बनाने के लिए किया जाता है। आम तौर पर, एक प्रस्तुति व्यक्तिगत स्लाइड के तार्किक संग्रह द्वारा बनाई जाती है, जिसमें एक विशिष्ट विषय पर जानकारी होती है। पावरपॉइंट का उपयोग शैक्षिक प्रस्तुति, व्यावसायिक प्रस्तुति, सामाजिक जागरूकता प्रस्तुतियों आदि सहित विभिन्न विषयों पर प्रस्तुतियों की श्रेणी तैयार करने के लिए किया जाता है।

सामान्य व्यू (Normal View): यह मुख्य संपादन व्यू है, जिसका उपयोग प्रस्तुति को लिखने और डिजाइन करने के लिए किया जाता है। सामान्य व्यू बाईं ओर स्लाइड थंबनेल प्रदर्शित करता है, एक बड़ी विडों (Window) जो वर्तमान स्लाइड दिखाती है, जिसमें आप सामग्री प्रविष्टि या संपादन करते हैं।

स्लाइड सॉर्टर व्यू (Slie Sorter view): यह व्यू क्षैतिज प्रस्तुति में आपकी प्रस्तुति की सभी स्लाइड प्रदर्शित करता है। यह व्यू आपकी स्लाइड्स का चयन करने और आपकी प्रस्तुति में उनके पदों को पढ़ने में मदद करता है।

नोट्स पृष्ठ व्यू (Notes Page View): नोट पृष्ठ स्लाइड विंडो (Window) के नीचे स्थित है। यह आपको उस विशिष्ट स्लाइड पर नोट्स के रूप में कुछ बिंदु लिखने की अनुमति देता है।

स्लाइड मास्टर व्यू (Slides Master View): इस व्यू में स्लाइड, हैंडआउट और नोट्स शामिल हैं। मास्टर व्यू में काम करने का लाभ यह है कि आप अपनी प्रस्तुति से जुड़े हर स्लाइड, नोट्स पेज या हैंडआउट में सार्वभौमिक शैली परिवर्तन कर सकते हैं। जब आप अपने सभी स्लाइड्स को एक ही फांट और छवियों को शामिल करना चाहते हैं, तो आपको उन्हें एक जगह (स्लाइड मास्टर में) बदलने की आवश्यकता है और परिवर्तन आपके सभी स्लाइड्स पर लागू होंगे।

हैंडआउट मास्टर व्यू (Handout Mater View): इस व्यू का उपयोग प्रिंटिंग करते समय प्रस्तुति का प्रबंधन करने के लिए किया जाता है।

स्लाइड शो व्यू (Slide ShowView): इस व्यू का उपयोग दर्शकों को आपकी प्रस्तुति दिखाने के लिए किया जाता है। यह व्यू पूर्ण–स्क्रीन मोड में एक समय में एक स्लाइड प्रदर्शित करता है। आप F5 कुंजी का उपयोग करके स्लाइड शो शुरू कर सकते हैं।

13.11 स्वपरख प्रश्न

1) मल्टीमीडिया क्या है? इसे और अधिक प्रभावी बनाने के लिए एक पावर पॉइंट्स प्रस्तुति में इसका उपयोग कैसे किया जा सकता है?

2) स्लाइड सॉर्टर व्यू का उपयोग क्या है?

3) पावरपॉइंट प्रस्तुति में आप अपने स्मार्ट फोन का उपयोग करके बनाए गए वीडियो का उपयोग कैसे कर सकते हैं?

4) एक उदाहरण की मदद से पावर पॉइंट्स में एक चार्ट बनाने की प्रक्रिया को समझाइए।

5) बताइए कि पॉवरपॉइंट प्रस्तुति में प्रयुक्त तालिका की व्याख्या के लिए आप अपनी आवाज कैसे रिकॉर्ड करेंगे ?

नोट: ये प्रश्न आपके अभ्यास के लिए हैं। इनके उत्तर लिखने का अभ्यास करें किंतु उत्तरों को विश्वविद्यालय में मूल्यांकन के लिए न भेजें। प्रश्नों के उत्तर लिखकर आप स्वयं अपनी प्रगति की जाँच कर सकते हैं।

इकाई 14 मल्टीमीडिया, वीडियो बनाना तथा यूट्यूब संरचना

इकाई की रूपरेखा

14.0 उद्देश्य

14.1 प्रस्तावना

14.2 मल्टीमीडिया का अर्थ

14.2.1 मल्टीमीडिया के लाभ

14.3 मल्टीमीडिया का उपयोग तथा संरचना

14.4 व्यवसाय में मल्टीमीडिया टूल को लागू करने में आने वाली चुनौतियाँ

14.5 ग्राफिक्स के उपयोग से डिजाइनिंग करना

14.6 एनिमेशन

14.7 ग्राफिक्स का उपयोग व प्रस्तुतिकरण

14.8 मल्टीमीडिया का उपयोग कर प्रस्तुति बनाना

14.9 एनीमेशन का उपयोग करके प्रस्तुति बनाना

14.10 यूट्यूब

14.11 व्यवसाय में यूट्यूब का अनुप्रयोग

14.12 यूट्यूब के माध्यम से वीडियो अपलोड करना

14.13 यूट्यूब द्वारा विज्ञापन से आय अर्जित करना

14.14 गूगल ऐडसेंस

14.15 यूट्यूब पर व्यक्तिगत चैनल का निर्माण

14.16 यूट्यूब को सब्सक्राइब व अनुसरण करना

14.17 यूट्यूब चैनल पर वीडियो डालना

14.18 वीडियो व्यवस्थित करने के लिए प्लेलिस्ट बनाएं

14.19 कृत्रिम बुद्धिमाता के साथ एनीमेशन का भविष्य

14.20 सारांश

14.21 शब्दावली

14.22 स्वपरख प्रश्न

14.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के पश्चात् आप इस योग्य हो सकेंगे कि:

- मल्टीमीडिया और इसके लाभ जान सकें;
- ग्राफिक्स, मल्टीमीडिया तथा एनीमेशन के प्रयोग द्वारा प्रस्तुतिकरण बनाना समझ सकें;
- व्यवसाय में यूट्यूब के उपयोग की जानकारी ले सकें;

- यूट्यूब के माध्यम से वीडियो अपलोड करने के तरीके को समझ सकें; और
- यूट्यूब व्यक्तिगत चैनल का निर्माण करने की जानकारी ले सकें।

14.1 प्रस्तावना

मल्टीमीडिया वह सब कुछ है जिसे आप विषय, तस्वीर, व्यू, श्रव्य एवं कई अन्य साधनों के रूप में देखते और सुनते हैं जो की वर्तमान परिव्यू में मौजूद हैं। यह आम तौर पर कम्प्यूटरीकृत और इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों द्वारा सूचना सामग्री को प्राप्त कर इन उपकरणों द्वारा खोला जाता है, सब प्रदर्शित या एक्सेस किया जाता है। मल्टीमीडिया में हम व्यवसाय, स्कूल, घर, सार्वजनिक स्थान एवं भ्रमात्मक सच्चाई में उपयोग कर सकते हैं। मल्टीमीडिया में एनीमेशन, संगीत, वीडियो तथा इस से अधिक भी बहुत कुछ है। मल्टीमीडिया प्रस्तुति एक खुद को साबित करने की प्रस्तुति है जिसमें स्लाइड, वीडियो का डिजिटल प्रस्तुतीकरण शामिल है। और इसमें ध्वनि भी शामिल होती है जो एक कथा, संगीत या ध्वनि प्रभाव हो सकती है। मल्टीमीडिया मस्तिष्क की योग्यता का मौखिक और व्यू श्रव्य वर्णन एव उल्लेखित सामग्री क्षमता का लाभ उठाता है, जिससे प्रमुख व गहरी समझ पैदा होती है, एव बदलते परिवेश में स्थानीय ज्ञान के हस्तांतरण का सहयोग करता है। वर्तमान समय में जब तकनीक द्वारा दुनिया बदल रही है एवं प्रतिमान में बदलाव ला रही है, इस समय धरती पर सबसे अधिक उपयोग होने वाला मल्टीमीडिया डिवाइस स्मार्टफोन है। इसकें द्वारा हम वीडियो, एनीमेशन, टेक्स्ट व ऑडियो का उपयोग करते हैं। समाज के अलग–अलग स्तर पर मल्टीमीडिया व सेलफोन के सन्दर्भ में अलग–अलग स्वीकृति व विचार हैं। इसके अलावा कुछ अलग विशेष टीवी, कंप्यूटर और गेम कंसोल होंगे। तथा, आइपॉड और व्यक्तिगत डिजिटन अस्सिटेन्ट (पी.डी.ए.) के कई मिश्रण को भी जोड़ा जा सकता है।

यह इस संयोग पर निर्भर करेगा कि आपको मल्टीमीडिया के विभिन्न प्रकारों की कितनी गंभीर आवश्यकता होगी। इस संदर्भ में हम रोजमर्रा के जीवन में मल्टीमीडिया के विभिन्न उपयोग व अमल और उपयोग पर चर्चा करेंगे जिसमें मनोरंजन, शिक्षा, शिक्षण, विद्या एवं और भी बहुत कुछ शामिल हैं।

14.2 मल्टीमीडिया का अर्थ

मल्टीमीडिया के बारे में समझने के लिए, मीडिया शब्द को समझना बेहतर होगा। मीडिया प्रसारण के लिए समर्पित है, जिसमें वीडियो तथा वीडियो संपादन एवं समाचार मंचों, समाचार माध्यम (नए पत्र, रिपोर्टर) आदि सम्मिलित है। सम्पूर्ण मल्टीमीडिया में विभिन्न मीडिया व माध्यम (एनीमेशन, मीडिया, वीडियो, सिनेमा, ग्राफिक डिजाइन तथा उनके उपकरण) शामिल हैं।

मल्टीमीडिया टेक्स्ट, ग्राफिक्स, साउंड, एनीमेशन और वीडियो का संयोजन है, जो उपयोगकर्ता को संवादात्मक या डिजिटल साधनों के उपयोग की व्याख्या करता है। मल्टीमीडिया में टेक्स्ट, वीडियो, ध्वनि, ग्राफिक्स एवं एनीमेशन आदि तत्व शामिल है। एनीमेशन और मल्टीमीडिया के बारे में सीखने से आपको जीवन के अधिकांश समय में

नौकरी करने की आवश्यकता नहीं है। आप घर पर रहकर या कहीं से भी आय अर्जित कर सकते हैं। मल्टीमीडिया का अधिकांश काम फिल्मों एवं संगीत उद्योगों से संबंधित है

14.2.1 मल्टीमीडिया के लाभ

- **उपयोगकर्ता मैत्रीपूण :** इसे उपयोगकर्ताओं की संख्या की आवश्यकता नहीं है, अर्थात् कोई डेमो (प्रदर्शन) देखने के लिए बैठ सकता है, कोई भी पाठ पढ़ सकता है व ध्वनि सुन सकता है। इसे दर्शकों की विविधता के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है, एव इसमें एक व्यक्ति से लेकर पूरे समूह तक को शामिल किया जा सकता है।

- **मल्टी–सेंसरी (बहु संवेदी) :** यह कई उपयोगकर्ताओं के ज्ञान का उपयोग करता है, मल्टीमीडिया के उपयोग के दौरान देखना सुनना व बात करना शामिल है। इसका उपयोग दर्शकों की परिवर्तनशीलता के लिए किया जा सकता है, व इसमें एक व्यक्ति से लेकर पूरे समूह तक को शामिल किया जा सकता है।

- **व्यापक एवं परस्पर संवादात्मक :** डिजिटल एकीकरण द्वारा पारस्परिकी बातचीत व आसान प्रतिक्रिया की संभावना आसान हो जाती है। यह बहुत लचीला भी है तथा इसे विभिन्न परिस्थितियों व दर्शकों के अनुकूल बनाने के लिए आसानी से बदला जा सकता है।

- **गहरी सहानुभूतिः** मल्टीमीडिया ज्ञान, मस्तिष्क की अभिवृत्ति को सामग्री के मौखिक और व्यू प्रस्तुतीकरण के बीच संबंध बनाने के लिए गति प्रदान करता है। जिससे एक गहन विचारशील सोच उत्पन्न होती है, जो अन्य स्थितियों के ज्ञान सीखने के हस्तांतरण का समर्थन करता है। जो आज की 21 वीं सदी की कक्षाओं के लिए यह सब महत्वपूर्ण है, यह छात्रों को भविष्य के लिए उच्च–स्तरीय सोच, समस्या का समाधान एवं ठोस कौशल के साथ तैयार करता है।

- **समस्या हल करने में सहायकः** मानव मस्तिष्क का एक बड़ा हिस्सा व्यू प्रसंस्करण के लिए ज्यादा समर्पित रहता है। इससे, एक टेक्स्ट के साथ व्यू, वीडियो और एनिमेशन का उपयोग मस्तिष्क को अत्यधिक कार्यशील करता है। छात्र के विचार और स्मृतिधारण करने में वृद्धि होती है। मल्टीमीडिया सीखने से इन परिस्थितियों में, छात्र उस परिदृश्य को अधिक आसानी से पहचान सकते हैं और समस्याओं को हल कर सकते हैं, जहां शिक्षण केवल पाठयपुस्तकों द्वारा संभव किया जाता है।

- **जानकरी की एक विशाल विविधता के लिए उपयोगः** कंप्यूटर, टैबलेट, स्मार्टफोन और इंटरनेट के साथ, छात्र आज उन सूचनाओं को खोजने तथा उसका विश्लेषण करने के लिए पहले से बेहतर सुसज्जित हैं जिनकी उन्हें जरूरत है।

14.3 मल्टीमीडिया का उपयोग तथा संरचना

मल्टीमीडिया का अत्यधिक उपयोग मनोरंजन उद्योग में मुख्यतः फिल्मों एवं एनिमेशन (वीएफएक्स, 3 डी एनीमेशन, 3 डी प्रिंटिंग, आदि) में विशेष प्रभाव विकसित करने के लिए। मल्टीमीडिया गेम समय गुजारने के लिए होता है। यह एक लोकप्रिय साधन है और आसानी से सीडी–रोम या ऑनलाइन उपलब्ध हैं। प्रत्येक दिन जीवन में मल्टीमीडिया उपयोग के निम्नलिखित लाभ हैं–

- मल्टीमीडिया एप्लिकेशन कंप्यूटर उपयोगकर्ता को विभिन्न तरीकों से कंप्यूटर सिस्टम के साथ या तो बोलकर या लिखकर चलचित्र के द्वारा संवाद स्थापित करने की अनुमति देता है।
- यह कंप्यूटर का उपयोग करते समय उपयोगकर्ताओं को एक वास्तविक दुनिया का बोध करता है।
- यह दूरस्थ स्थानों से लोगों के साथ संचार को संभव बनाता है, जैसे सभी एक ही ड्राइंग रूम में बैठे हैं।
- उपयोगकर्ताओं द्वारा डेटा को कंप्यूटर स्वीकार्य रूप में परिवर्तित करने की आवश्यकता नहीं है, बल्कि डेटा को आवाज, चलती तस्वीरों और छवियों आदि के रूप में आसानी से स्वीकार्य किया जा सकता है।
- यह अक्षम व्यक्तियों को कंप्यूटर सिस्टम द्वारा अन्य मशीनों और इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों से जोड़ने व कंप्यूटर सिस्टम का उपयोग करने में सक्षम बनाता है।

वर्तमान परिव्यू में **दो प्रकार के मल्टीमीडिया तत्व विद्यमान हैः**

क) **व्यक्ति से व्यक्ति संचारः** यह उपयोगकर्ता को एक दूसरे के साथ बातचीत करने के लिए एक तंत्र तथा एक उपयोगकर्ता से दूसरे उपयोगकर्ता में मल्टीमीडिया सिग्नल को स्थानांतरित करने के लिए एक परिवहन परत प्रदान करता है। मल्टीमीडिया सिग्नल, उपयोगकर्ता इंटरफेस द्वारा बनाया गया है और उपयोगकर्ता को वीडियो फोन, टेलीकांफ्रेंसिंग आदि के माध्यम से सहभाग व बातचीत करने की अनुमति प्रदान करता है।

ख) **मशीन से व्यक्ति संचारः** यह मल्टीमीडिया सिग्नल के भंडारण और पुनर्प्राप्ति के लिए एक तंत्र प्रदान करता है, जो या तो उपयोगकर्ता द्वारा अनुरोध किया जाता है या उपयोगकर्ता द्वारा बनाया जाता है। उदाहरणों में संग्रह और वीडियो प्रसारण, व व्यापार मीटिंग नोट्स का निर्माण आदि शामिल हैं

14.4 व्यवसाय में मल्टीमीडिया टूल को लागू करने में आने वाली चुनौतियाँ

कंपनियां आम तौर पर नई चुनौतियों का सामना तब करती हैं, जब उनका नई तकनीकी से सामना होता है। अगर कंपनियों को नई तकनीकों पर कुशलता से आत्मसात (नियंत्रण) करना है, तो प्रबंधकों को इन पर काबू पाना होगा। इसी तरह, व्यवसाय में विभिन्न मल्टीमीडिया टूल का उपयोग करके प्रस्तुति कंपनी के काल्पनिक और भौतिक स्वरूप को प्रस्तुत करने का एक शानदार तरीका है। लेकिन इससे पहले

कुछ चुनौतियां हैं, जिन्हें कंपनियों को चिन्हित करना चाहिए, जो वास्तव में एक व्यवसाय को बढ़ाने में मददगार हो सकती हैं। ऐसी चुनौतियां नीचे सूचीबद्ध हैं जैसे:

- सूचना सुरक्षा (डेटा गोपनीयता, भंडारण एवं प्रबंधन)
- सामाजिक मीडिया
- जोखिम प्रबंधन और शासन
- नियामक अनुपालन
- प्रौद्योगिकी एकीकरण और उन्नयन
- संसाधन प्रबंधन
- अधोसंरचना प्रबंधन आदि।

14.5 ग्राफिक के उपयोग से डिजाइनिंग करना

ग्राफिक डिजाइन को ''दृश्य और पाठय सामग्री के साथ विचारों अनुभवों की योजना को पेश करने की कला और अभ्यास'' के रूप में परिभाषित किया गया है। अन्य शब्दों में, ग्राफिक डिजाइन कुछ विचारों या संदेशों को व्यू, श्रव्य तरीके से संप्रेषित करता है। ये व्यू व्यवसाय के लोगो के रूप में सरल हो सकते हैं, या वेबसाइट पर पेज लेआउट के रूप में जटिल हो सकते हैं। सभी जगहों पर ग्राफिक डिजाइन उपयोगी है। ग्राफिक डिजाइनर कुछ स्थानों तक ही काम करने के लिए सीमित नहीं हैं। एक ग्राफिक डिजाइनर पत्रिकाओं, विज्ञापन, विपणन एजेंसियों, और अन्य स्थान पर कार्य करते है। वे चित्रमय और पाठय तत्वों को लेकर कई प्रकार के मीडिया में उसको कार्यान्वित करते हैं। सामान्यतः डिजाइन का उपयोग कंपनियों द्वारा विज्ञापन के माध्यम से उत्पादों को बढ़ावा देने और बेचने के लिए भी किया जाता है, या वेबसाइटों द्वारा इन्फोग्राफिक्स के माध्यम से, या व्यवसायों को विकसित करने के लिए एक गर्भित तरीके से जटिल जानकारी देने के लिए किया जा सकता है। अन्य चीजों के अलावा ब्रांडिंग के माध्यम से एक पहचान विकसित करी जाती है। इन विभिन्न ग्राफिक डिजाइन तत्वों में रंग, रूप, रेखा, आकार, स्थान और बनावट शामिल हैं। ग्राफिक तत्वों का उपयोग दृष्टिगत हड़ताल एवं प्रभावशाली डिजाइन बनाने के लिए एक दूसरे के साथ संयोजन या विरोध में किया जाता है। आधुनिक समय में ग्राफिक्स के निम्न उदाहरण हैं:

- **वेबसाइट डिजाइन:** इसमें उपयोगकर्ताओं के लिए आकर्षक और सहज वेब पेज बनाना शामिल है। इसमें सम्पूर्ण लेआउट, रंग योजना और नेविगेशन शामिल हैं।
- **उपयोगकर्ता अनुभव (यू एक्स) डिजाइन:** यह वेबसाइट या एप्लिकेशन के संतोषजनक उपयोग करने के आश्वासरन सुनिश्चित करने पर केंद्रित है। ये डिजाइनर मूल्य, प्रयोज्य, उपयाग, स्वीकारिता और वांछनीयता पर जोर देता हैं।
- **मोशन ग्राफिक्स डिजाइनर एनीमेशन:** यह विशेष प्रभाव, टीवी शो, वीडियो गेम और फिल्मों आदि के माध्यम से जीवन के लिए व्यू में विशेष प्रभाव लाता है।

14.6 एनिमेशन

मल्टीमीडिया द्वारा एनिमेशन में गेमिंग उत्पादों में डिजाइन, ड्राइंग, लेआउट बनाने तथा फोटोग्राफिक व्यूों की तैयारी एवं गमिंग उत्पादों की प्रक्रिया शामिल है। इस कार्य में फोटो से उत्पन्न भ्रम की स्थिति का व्यवस्थित दोहन एवं प्रबन्धन शामिल है। एनिमेशन बनाने वाले व्यक्ति को एनिमेटर कहा जाता है। एनीमेटर विभिन्न छवियों को कैप्चर करने के लिए कंप्यूटर की विभिन्न तकनीकों का उपयोग करता है और फिर वांछित अनुक्रम में इन्हें एनीमेट करता है। आधुनिक मनोरंजन ने उद्योग उदाहरण स्वरूप फिल्म व टेलीविजन में लोकप्रियता की ऊचाइयाँ प्राप्त की हैं। टेलीविजन विज्ञापन, कार्टून धारावाहिक, प्रस्तुतियाँ और मॉडल डिजाइन सभी एनीमेशन और मल्टीमीडिया तकनीकों का लगातार उपयोग करते हैं। एनीमेशन के कई लोकप्रिय रूपों में से तीन सबसे प्रमुख हैं:

1) **2 डी क्लासिकल हैंड–ड्रॉन एनिमेशन** (2D Classical Hand-Drawn Animation) : "2 डी क्लासिकल हैंड–ड्रॉन एनिमेशन", एनिमेशन का सबसे पुराना और सरलतम तरीका है, परंतु अब तक का सबसे आसान और सस्ता तरीका भी नहीं है। तकनीक की उन्नति के साथ ड्राइंग का सिद्धांत इसके लिए समान है, इसमें पेंसिल का स्टाइलस के लिए प्रयोग किया जाता है एवं सिंटिक और वाकोम टैबलेट के लिए पेपर एक्सचेंज किया जाता है। ये तकनीकी उपकरण इसे आसान और अधिक सुलभ बना रहे हैं, जिनमें से कुछ महान एनिमेटरों ने अभी भी पेंसिल और कागज का अपने एनीमेशन को अधिक आकर्षित करने के लिए प्रयोग किया है।

2) **3 डी कंप्यूटर ग्राफिक्स एनीमेशन** (3D Computer Graphics Animation) : एनीमेशन का यह रूप 1990 के दशक में कंप्यूटर ग्राफिक्स में नवाचारों के साथ संभव हुआ, और तब से व्यापक रूप से लोकप्रिय हो रहा है। कंप्यूटर ग्राफिक्स एनिमेटर को फोटो की वास्तविक छवियां बनाने की अनुमति देते हैं, जो शास्त्रीय एनीमेशन नहीं कर सकते। इसके अलावा, इन सबके मध्य शक्तिशाली एनीमेशन सॉफ्टवेयर द्वारा लाइटिंग, बिल्डिंग भीड़, वातावरण एवं अन्य बहुत कुछ के लिए अनुमति प्रदान करता है। इस वजह से, यह आज फिल्म उद्योग में उपयोग किए जाने वाले एनीमेशन का सबसे लोकप्रिय रूप बन गया है।

3) **स्टॉप–मोशन एनीमेशन** (Stop Motion Animation) : स्टॉप मोशन एनीमेशन सबसे पुराना और साथ ही एनीमेशन का सबसे दिलचस्प रूप है। इस फॉर्म में भौतिक मॉडल, वस्तुओं, कठपुतलियों या लोगों की अलग–अलग तस्वीरें लेना शामिल है, क्योंकि उन्हें एक समय में एक फ्रेम में इधर से उधर ले जाया जाता है।

14.7 ग्राफिक का उपयोग व प्रस्तुतिकरण

ग्राफिक्स का उपयोग करके प्रस्तुतियों को और अधिक रोचक और आकर्षक बनाया जा सकता है। एक अच्छी और सुखद ग्राफिक्स प्रस्तुति एक ऐसी चीज है, जो सुरूचि की दृष्टि से मनभावन व सुसंगत हो, जो विषय और लेखक से दर्शकों का ध्यान भटकाने

के लिए पर्याप्त रूप से अनुकूल है और जो शब्द बोले जाते हैं, उनके लिए एक आदर्श जोड़ होना बहुत महत्वपूर्ण हैं। ग्राफिक्स प्रस्तुतियों को सरल प्रस्तुति की तुलना में अधिक लोकप्रिय माना जाता है। कुछ ऐसे लाभ हैं, जो सरल पाठ की तुलना में ग्राफिक्स प्रदान कर सकते हैं। ग्राफिक्स विशेष रूप से यह बताने के लिए अच्छा है कि सापेक्ष वस्तुं का चित्रण करते समय एक चीज दूसरे से बड़ी होती है और आसानी से समझने के लिए कई ग्राफिक्स द्वारा को आसानी से तोड़ कर उसकी प्रस्तुति कर सकते हैं।

14.8 मल्टीमीडिया का उपयोग कर प्रस्तुति बनाना

मनुष्य दृश्य निर्माता हैं, और हम एक दृश्य चित्रण जैसा ही पसंद करते हैं। एक मल्टीमीडिया प्रस्तुति एक सामान्य प्रस्तुति से अलग होता है, एनीमेशन में मल्टी मीडिया का कुद रूप शामिल होता हैं। मल्टीमीडिया प्रस्तुतियाँ आजकल व्यवसाय और शिक्षा का अनिवार्य हिस्सा बन गई हैं। शसक्त और सुविधा मुफ्त प्रस्तुति के लिए सॉफ्टवेयर की मांग बढ़ी है, डेवलपर्स अधिक से अधिक उन्नत उपकरण प्रस्तुत कर रहे हैं, जो में उपयोगकर्ताओं को पहले से कहीं अधिक तेजी से और आसानी से प्रभावशाली प्रस्तुतियां बनाने में मददगार हैं। मल्टीमीडिया प्रस्तुति एक स्वयं की प्रस्तुति है, जिसमें स्लाइड, वीडियो या डिजिटल प्रतिनिधित्व के साथ प्रस्तुत की गई जानकारी शामिल होती है तथा इसमें ध्वनि के साथ कथा, संगीत व ध्वनि प्रभाव भी शामिल होती है। स्पर्श और गंध को छोड़कर, यह लगभग आमने–सामने (प्रत्यक्ष) संचार के समान है, खासकर जब जब एक उच्च–रिजॉल्यूशन जीवन आकार स्क्रीन में प्रस्तुत किया जाता है। आमतौर पर, एक मल्टीमीडिया प्रस्तुति निम्न तत्वों में से एक होता हैः

1) वीडियो या फिल्म क्लिप
2) एनीमेशन
3) ध्वनि (यह वॉयस–ओवर, बैकग्राउंड म्यूजिक या साउंड क्लिप हो सकता है)
4) नेविगेशन संरचना

मल्टीमीडिया प्रस्तुति प्रौद्योगिकी के विकल्पः

प्रस्तुति के लिए सबसे पहला कठिन हिस्सा प्रौद्योगिकी का चयन करना है। चुनाव दो मुख्य दावेदारों, एडोब फ्लैश या माइक्रोसॉफ्ट पॉवरपॉइंट के नीचे आता है। एडोब फ्लैश और माइक्रोसॉफ्ट पावरप्वाइंट दोनों पर एक संक्षिप्त विवरण नीचे दिया गया हैः

एडोब फलैश : एडोब फलैश में एक बहुत अच्छी वीडियो संक्षिप्तीकरण तकनीक है; जो सशक्त एनीमेशन द्वारा प्रस्तुतियाँ बनाने की अनुमति प्रदान करता है। फ्लैश का सबसे महत्वपूर्ण भाग यह है कि ये सीधे सम्बन्धित वेबसाइट पर प्रस्तुतियाँ देने की अनुमति भी देता है।

माइक्रोसॉफ्ट पावरप्वाइंटः मल्टीमीडिया प्रस्तुति बनाने का सबसे आसान तरीका माइक्रोसॉफ्ट पावरप्वाइंट में है। एम .एस .पॉवरपॉइंट प्रस्तुति में हम अपनी आवश्यकताओं के अनुसार यथोचित वीडियो, एक गीत संगीत और एनीमेशन का एक

उचित अंश जोड़ सकते हैं। पावरपॉइंट में मल्टीमीडिया प्रस्तुति बनाने का सबसे बड़ा फायदा यह है कि कोई भी प्रस्तुति को एडिट कर सकता है।

14.9 एनीमेशन का उपयोग करके प्रस्तुति बनाना

एनिमेशन प्रभाव का उपयोग करके प्रस्तुतियों को आकर्षक बनाया जा सकता है। एक प्रस्तुति में एनीमेशन का उपयोग सामग्री को पूर्ण बनाता है और उपयोगकर्ता के ध्यान को मुख्य तत्वों पर आकर्षित करता है। प्रस्तुति में एनीमेशन प्रभाव डालने के लिए किसी अलग ऐप का उपयोग करने की आवश्यकता नहीं है। पावरपॉइंट ऐसा करने के लिए कुछ सबसे आसान, पॉइंट और क्लिक टूल प्रदान करता है। प्रस्तुति के लिए एनीमेशन जोड़ते समय प्रस्तुति की सामग्री को प्रभावित करने के बजाय ध्यान मुख्य बिन्दु पर होना चाहिए। माइक्रोसॉफ्ट पावरप्वाइंट में एनीमेशन के दो प्रमुख प्रकार हैं, जिनका उपयोग प्रस्तुति में एनीमेशन प्रभाव को जोड़ने के लिए किया जा सकता है:

- ऑब्जेक्ट एनिमेशन में एक स्लाइड पर गति में जाने वाले व्यक्तिगत सामग्री जैसे पाठ या आकार शामिल हो सकते हैं।
- एनिमेटेड बदलावों में वे प्रभाव शामिल होते हैं जो पावरपॉइंट में एक स्लाइड से अगली स्लाइड में खुलता है।

बोध प्रश्न क

1) मल्टीमीडिया तत्व किस प्रकार के होते हैं?

....

....

....

....

....

2) व्यवसाय में मल्टीमीडिया टूल को लागू करने में किन–किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है?

....

....

....

....

3) एनीमेशन के विभिन्न लोकप्रिय रूप क्या हैं?

....

....

....

....

4) ग्राफिक्स का उपयोग करके प्रस्तुतियाँ कैसे बनाते है?

....

....

....

....

....

14.10 यूट्यूब

यूट्यूब वीडियो साझा करने के लिए डिजाइन की गई वेबसाइट है। दुनिया भर में लाखों उपयोगकर्ताओं ने उस साइट पर अपने खाते बनाए हैं, जो उन्हें वीडियो अपलोड करने की अनुमति देता है, जिसे कोई भी देख सकता है। हर दिन हर मिनट बड़ी संख्या में वीडियोस यू–ट्यूब पर अपलोड कर साझा किए जाते हैं।

स्रोतः यूट्यूब

चित्र 14.1: यूट्यूब के बारे में

वीडियो फाइलें बहुत बड़ी हो सकती हैं और ईमेल द्वारा किसी और को भेजने पर अक्सर बहुत बड़ी होती हैं। यूट्यूब पर एक वीडियो पोस्ट करके, आप किसी अन्य व्यक्ति को URL Link जो संबंधित इंटरनेट पेज का एड्रेस होता है, वे भेजकर बस एक वीडियो साझा कर सकते हैं। जब यूट्यूब को 2005 में बनाया गया था, तब लोगों को मूल वीडियो व सामग्री पोस्ट करने एवं साझा करने का मंच उपलब्ध कराया गया था, लेकिन तब से यह लोगो के पसंदीदा क्लिप, गाने, चुटकुले संग्रहीत करने के लिए एक संग्रह बन गया है, साथ ही साथ विपणन कंपनियों द्वारा अपने उत्पाद के विज्ञापन के लिए एक मार्केटिंग साइट भी है।

यूट्यूब के मुख्य कार्य

1) उपयोगकर्ता अपनी रुचि के वीडियो खोज और देख सकते हैं।

2) लोगों के एक बड़े समूह तक पहुंचने के लिए एक व्यक्तिगत यूट्यूब चैनल बनाया जा सकता है

3) अपने चैनल पर वीडियो अपलोड कर सकते है।

4) यूट्यूब पर अपलोड किए गए वीडियो को दूसरों के साथ निःशुल्क देखा और साझा किया जा सकता है।

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

5) उपयोगकर्ता अन्य यूट्यूब चैनलों की सदस्यता ले सकते हैं और उनका अनुसरण कर सकते हैं और उपयोगकर्ताओं को चैनल द्वारा आगे की अधिसूचना से अपडेट किया जाता है।

6) विभिन्न प्लेलिस्ट को एक साथ व्यवस्थित करने और समूह वीडियो बनाने की आवश्यकता के अनुसार एक साथ व्यवस्थित व बनाया जा सकता है

14.11 व्यवसाय में यूट्यूब का अनुप्रयोग

किसी भी तरह के व्यवसाय छोटा हो या बड़ा को लगातार अपने उत्पादों को ज्यादा से ज्यादा लोगों के सामने लाने के तरीकों के बारे में सोचना चाहिए। यूट्यूब यदि सक्रिय रूप से अपनी विपणन रणनीतियों के हिस्से के रूप में उपयोग किया जाता है, तो वह व्यवसाय के लागत को किफायत करने में बहुत मदद कर सकता है।

व्यवसाय में यूट्यूब के कुछ अनुप्रयोग नीचे दिए गए हैंः

1) **ब्रांड जागरूकता के लिए यूट्यूब का उपयोगः** जागरूकता पैदा करने के लिए कई विज्ञापनदाता अक्सर अपने ब्रांडों के विज्ञापन के लिए यूट्यूब का उपयोग करते हैं। यहां यह व्यक्तिगत वीडियो या सेवाओं के बारे में नहीं है, बल्कि यह उसी तरह से ब्रांड को बढ़ावा देने के लिए एक श्रृंखला प्रयास है जो टेलीविजन पर देखा जाता है। एकल वीडियो वीडियो के ढेर में खो सकते हैं, लेकिन ब्रांड वीडियो के साथ ऐसा नहीं हैं। ब्रांड जागरूकता वीडियो मनोरंजन एक सरल दृष्टिकोण है, जहां ब्रांड अपने दर्शकों में आनंद के साथ अपनी एक छवि भी बनाता है।

2) **विज्ञापन उत्पादों के लिए यूट्यूब का उपयोग करनाः** यूट्यूब का उपयोग उत्पादों के विज्ञापन के लिए किया जा सकता है। व्यक्तिगत उत्पादों को बल देने वाली श्रेणी के लिए, यूट्यूब सबसे अच्छा स्थान होता है, क्योंकि इसके लिए एक परिपक्व दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है, जो ब्रांड और मनोरंजन पर ध्यान केंद्रित रखते हुए वीडियो को शैक्षिक एवं जानकारी पूर्ण बनाता है।

3) **खुदरा प्रचार के लिए यूट्यूब का उपयोग करनाः** रिटेल स्टोर को बढ़ावा देने के लिए कई ब्रांड यूट्यूब का उपयोग करते हैं। इस मामले में निर्मित वीडियो सामान्य या विशेष रूप से लक्षित या अल्पकालिक प्रचार के लिए हो सकते हैं। यहां तक कि शैक्षिक संस्थान एडुकॉम्प स्मार्ट क्लासेस, टीच नेक्स्ट या अन्य ऐसी सेवाओं जैसे उत्पादों का प्रदर्शन करके यूट्यूब वीडियो के लिए स्वर तैयार कर सकते हैं जो वे प्रदान करते हैं।

4) **बिक्री के लिए यूट्यूब का उपयोग करनाः** उत्पाद व सेवाओं की बढाने के लिए यूट्यूब का उपयोग करना एक जबरदस्त विचार है और इसे जमीनी स्तर पर ही लागू किया जा सकता है। उत्पाद की क्रिया व प्रयोग या फिर सवाल से संबंधित सेवा की एक क्लिप दिखाकर वेबसाइट पर दर्शक को प्रत्यक्ष करके बिक्री उत्पन्न करने के लिए प्रेरित करता है। उत्पाद वीडियो में यह प्रदर्शित होता है, वस्तु का उपयोग कैसे करना, उसे कैसे अपग्रेड करना है तथा ऐसे अन्य उपयोगिता

इत्यादि। उन वीडियो का एक छोटा संस्करण बनाना चाहिए। जिसें यूट्यूब पर विज्ञापनों का उपयोग करके प्रचारित किया जा सकता है, परन्तु वीडियो में उस उत्पाद के लक्ष्यों पर ध्यान अवश्य केंद्रित करें, जिसे उपयोगकर्ता देखना चाहता है तभी यूट्यूब अधिक दर्शक प्राप्त कर सकेगा।

5) **उत्पाद या ग्राहक सहायता के लिए यूट्यूब का उपयोग करनाः** कई कंपनियां खुद को ग्राहक समर्थन के रूप में दिखाती हैं, जो सच नहीं है; केवल कुछ कंपनियां मौजूदा और आगामी ग्राहकों के लिए अपने समर्थन का विस्तार करती हैं। इस मामले में यूट्यूब व्यवसायों को बढाने में ध्यान केंद्रित करने के लिए मदद करता है। तथा ग्राहकों की समस्याओं, पर ध्यान केंद्रित करने में मदद करता है। एवं इन समस्याओं और समाधान विधियों को हल करने के लिए वीडियो का निर्माण करने में मदद करती है। इसमें न केवल ग्राहकों की मदद होगी, बल्कि भविष्य में विपणनकर्ता की भी मदद होगी। सेवा संबंधित उपयोगी वीडियो से हमेशा कंपनी की लागत कम होगी ।

6) **ट्रेनिंग के उद्देश्य से यूट्यूब का उपयोग करनाः** यूट्यूब वीडियो का उपयोग आंतरिक और बाहरी उद्देश्यों के लिए भी किया जा सकता है जैसे कि मीटिंग, कॉन्फ्रेंस आदि के लिए उत्पाद प्रशिक्षण आदि। ऐसा करने से समय की बहुत बचत होती है। हाल ही में डिजिटल मार्केटिंग कंपनियां जैसे एमओजेड, डिस्टिल्ड, और ब्लू ग्लास इन तरीकों का इस्तेमाल कर कॉन्फ्रेंस के द्वारा उपभोक्ताओं तक पहुंचा हैं। इनके अलावा, जो लोग विभिन्न कारणों से सम्मेलनों में भाग लेने में असमर्थ हैं, वे संबंधित दुकानों से इन सूचनात्मक वीडियो को ऑनलाइन खरीद सकते हैं। यूट्यूब में इन सूचनात्मक वीडियो व उसकी उपयोग लोकप्रियता प्राप्त कर रहा है, अब वीडियो किराये के उद्देश्य के लिए भी उपलब्ध हैं जहां उपयोगकर्ता उन्हें आवश्यकतानुसार जब चाहे देख सकते हैं।

14.12 यूट्यूब के माध्यम से वीडियो अपलोड करना

यूट्यूब पर वीडियो नीचे दिए गए चार आसान चरणों के अनुसार अपलोड किए जा सकते हैं :

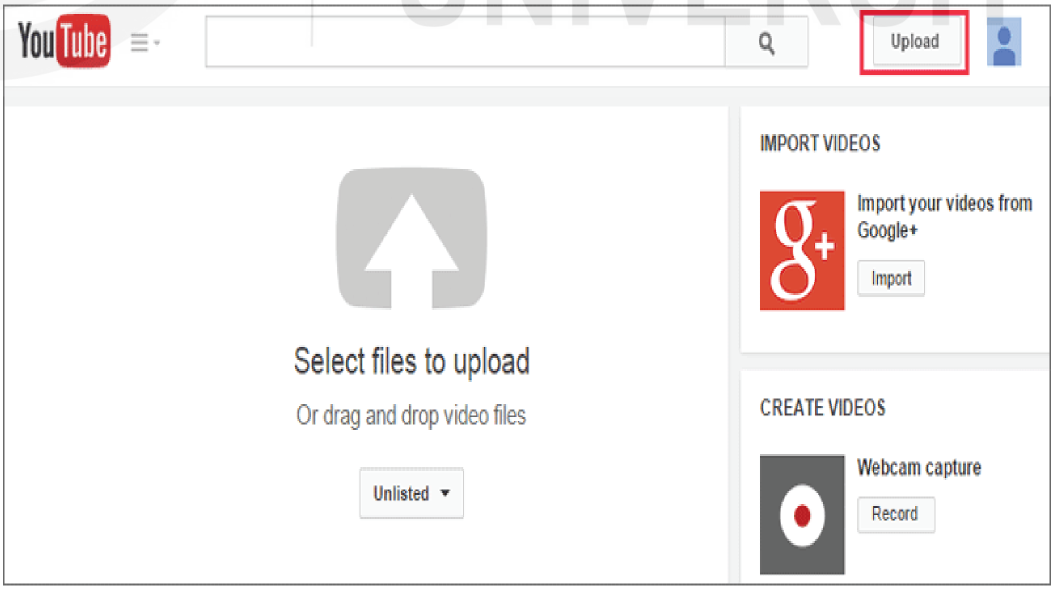
चरण 1: अपने खाते में साइन इन करें: यूट्यूब पर वीडियो अपलोड करने के लिए पहला चरण खाते में साइन इन (Sign-in) करना है, वीडियो तब तक अपलोड नहीं किए जा सकते जब तक कि उपयोगकर्ता खाते में साइन इन न हो। यूट्यूब मुखपृष्ठ पर जाने के लिए साइन अप करें और ऊपरी दाएं कोने में स्थित साइन–इन लिंक पर क्लिक करें। यदि आपके पास आपके द्वारा उपयोग किए जा रहे डिवाइस से जुड़े कई खाते हैं, तो आपको उपयुक्त खाता चुनने के लिए प्रेरित किया जाएगा। ऐसा करने के बाद, अपना पासवर्ड दर्ज करें और यह आपको मुख्य यूट्यूब पृष्ठ पर वापस ले जाएगा।

चरण 2: अपलोड बटन पर क्लिक करें: पहला चरण पूर्ण करने के बाद उपयोगकर्ता को अपलोड बटन पर क्लिक करना होगा। यह शीर्ष दाहिने कोने में स्थित है और इसके नीचे एक पंक्ति के साथ ऊपर तीर द्वारा दर्शाया गया है। यह

आपको एक समर्पित अपलोड पृष्ठ पर ले जाएगा, जहाँ आप अपना स्रोत चुन सकते हैं कि आप अपनी आगामी वायरल सनसनी को कहाँ से बनाते हैं।

चरण 3: वीडियो स्रोत और गोपनीयता सेटिंग्स चुनें: अपलोड पृष्ठ आपको चुनने के लिए कुछ अलग विकल्प देता है और वे सभी विचार करने योग्य हैं। शुरुआत के लिए, आपको यह तय करने की आवश्यकता है कि आप किसका वीडियो देखना चाहते हैं, और तदनुसार गोपनीयता सेटिंग्स समायोजित करें। यदि आप किसी को भी या सभी को इसे दिखाना चाहते हैं, तो केंद्रीय ड्रॉप–डाउन में ''सार्वजनिक'' सेटिंग चुनना पडेगा करना है। यदि आप इसे देखना चाहते हैं, तो ''अनलिस्टेड'' का चयन करना पड़ेगा जो अधिक नियंत्रण देता है, जो इसे खोजों के माध्यम से खोजे जाने हेतु अधिक योग्य बनाए रखता है। लोगों को सीधे लिंक पर क्लिक करने या अपने चैनल पर जाने की आवश्यकता होगी। यदि आप वीडियो को निजी तौर पर अपने लिए रखना चाहते हैं, या बाद में अनावरण के लिए कुछ स्टोर करना चाहते हैं, तो अपने वीडियो को ''निजी'' बनाने या विकल्प चुनें। ''शेडयूल किया गया'', आपको वीडियो के सार्वजनिक होने के लिए भविष्य का समय और तारीख चुनने का अवसर देता है। एक बार जब आपने अपना निर्णय ले लिया कि आपका वीडियो कौन देख सकता है, तो आपको यह चुनने की आवश्यकता है कि आप इसे कहाँ से अपलोड कर रहे हैं लाइव–स्ट्रीमिंग (live streaming) या आयात के लिए दाईं ओर विशिष्ट विकल्प हैं, अधिकांश लोग अपने डिवाइस से ऐसा करते रहे है। स्क्रीन के केंद्र में एक ग्रे बैकड्रॉप (Grey Backdrop) के साथ बड़े सफेद तीर पर क्लिक करें और वह वीडियो चुनें जिसे आप अपनी विभिन्न फाइलों और फोल्डरों से अपलोड करना चाहते हैं।

चरण 4: अपलोड का संचालन करना: अपलोड किए जा रहे वीडियो की पुष्टि उपयोगकर्ता द्वारा ही जाती है, अपलोड पृष्ठ पर जा कर उपयोगकर्ता स्क्रीन के शीर्ष पर एक प्रगति बार देख पाएंगे, जो यह दिखाएगा कि यह कितना अपलोड हो गया है, और यह कब तक पूरा होता है।



चित्र 14.2 : यूट्यूब पर वीडियो अपलोड करना

14.13 यूट्यूब द्वारा विज्ञापन से आय अर्जित करना

यूट्यूब से आय प्राप्त करना आसान है, लेकिन इस प्लेटफॉर्म से बड़ी आय प्राप्त करना एक चुनौती हो सकती है। यूट्यूब से आय प्राप्त करने के कुछ तरीको को नीचे बताया गया है :

अपने खाते पर यूट्यूब के लिए ऐडसेंस सक्षम करें: यूट्यूब के साथ ऑनलाइन आय अर्जित करना सीखना पहला दो चरण खाता खोलना और खाता मुद्रीकरण चालू करना है। मुद्रीकरण को सक्षम करने के लिए यूट्यूब के विज्ञापन दिशानिर्देशों को स्वीकार करना और भुगतान के लिए एंड सेन्स खाते से कनेक्ट करना आवश्यक है। यूट्यूब वीडियो में विज्ञापन सक्षम करने के लिए यूट्यूब के विज्ञापन आय हिस्से से सहमत होना आवश्यक है। सभी सामग्री रचनाकारों के लिए 45/55 का अंश विभाजन है, इसलिए गूगल सभी यूट्यूब विज्ञापनों का 45 प्रतिशत प्रति वीडियो पर रखता है, तथा उपयोगकर्ताओं को शेष 55 प्रतिशत मिलता है।

वीडियो अपलोड कर तथा प्रचार करें: किसी वीडियो पर आय अर्जित करने के लिए, पहले वीडियो के यूट्यूब खाते पर पोस्ट करना होगा। एक बार वीडियो ऑनलाइन हो जोने के बाद लोगों को इसे देखना उनकी आवश्यकता बनती जायेगी। प्रचार सामग्री को बढ़ावा देने के लिए, उपयोगकर्ताओं को इसे अपने सामाजिक नेटवर्क पर, परिवार और दोस्तों के ब्लॉग्स एवं किसी भी अन्य संभावित डिजिटल आउटलेट पर साझा करना चाहिए। क्योंकि वीडियो जितना ज्यादा देखा व साझा किया जायेगा। जेब में उतना ही अधिक पैसा आयेगा।

14.14 गूगल ऐडसेंस

वेबसाइट ट्रैफिक को मुद्रीकृत करने के कई तरीके हैं, और उनमें से अधिकांश वेबसाइट आगंतुको को तीसरे पक्ष के उत्पादों या सेवाओं के विज्ञापन से संबंध होते है। इसमें कई विज्ञापन कार्यक्रम हैं जो आजकल आय बढ़ाने में मदद कर सकते हैं, लेकिन सबसे लोकप्रिय गूगल ऐडसेंस है। यह विज्ञापन कार्यक्रम गूगल द्वारा 2003 के मध्य में लॉन्च किया गया था और वर्तमान में यह इंटरनेट पर सबसे लोकप्रिय विज्ञापन कार्यक्रम है। यह वेबमास्टरों और साइट स्वामियों को अपने ट्रैफिक का मुद्रीकरण करने का एक अच्छा अवसर प्रदान करता है। एक बार ऐडसेंस खाता उपयोगकर्ताओं के यूट्यूब खाते से लिंक हो जाने के बाद, उन्हें प्रत्येक वीडियो से मासिक आय प्राप्त होना शुरू हो जाता है। एक बार 100 डालर कमाई में जमा हो जाने के बाद गूगल पंजीकृत उपयोगकर्ताओं के बैंक खाते में भुगतान जारी करता है। उपयोगकर्ता को सीधे जमा (सभी देशों में उपलब्ध नहीं) या चेक द्वारा भुगतान किया जा सकता है, दोनों विकल्पों में से प्रत्यक्ष जमा सबसे तेज तरीका है और इसमें कोई शुल्क भी नही लगता है।

गूगल ऐडसेंस के लाभ या गुणः

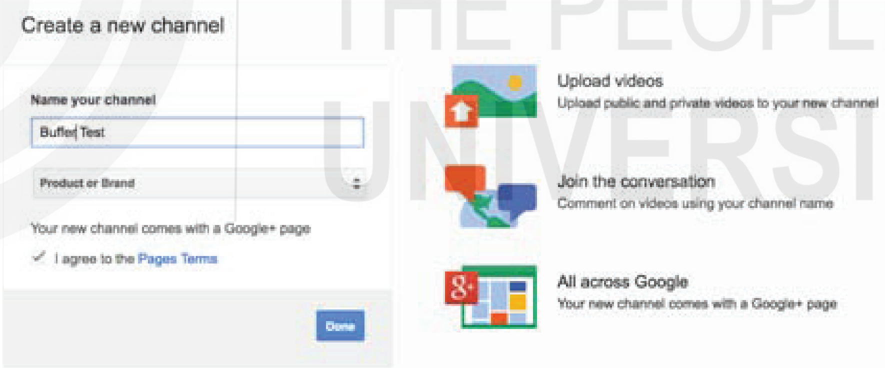
1) प्रकाशक और विज्ञापनदाताओं की बड़ी संख्याः अभी तक, 10 मिलियन से अधिक वेबसाइट इस प्लेटफार्म का उपयोग कर रही हैं।

2) विज्ञापनदाताओं और प्रकाशकों दोनों के लिए उच्च स्तर की सुरक्षा, और पारदर्शिताः यह ऐडसेंस की एक और अच्छी विशेषता है। गूगल दोनों पक्षों के बीच एक मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है और पूरी प्रक्रिया को पारदर्शी व सभी के लिए स्पष्ट होने का ध्यान रखता है। गूगल विश्लेषण खाते के अन्दर ट्रैक किया जा सकता है।

3) विज्ञापन प्रारूपों की ऐडसेंस में, विज्ञापनदाता टेक्स्ट, चित्र, HTML विज्ञापन, वीडियो विज्ञापन तथा और भी बहुत कुछ कई अलग–अलग आकारों में चला सकते हैं। पब्लिशर्स अलग–अलग विज्ञापनों के साथ कई प्रकार के प्रयोग करते है और यह पता लगाने का प्रयास करते हैं कि किसमें सबसे अधिक लाभ है।

14.15 यूट्यूब पर व्यक्तिगत चैनल का निर्माण

कोई भी व्यक्ति बिना यूट्यूब खाता खोले यूट्यूब देख सकता है। फिर भी, यदि आपका विचार वीडियो अपलोड करने, टिप्पणियां जोड़ने या प्लेलिस्ट बनाने के लिए एक यूट्यूब चैनल (यह मुफ्त है) बनाने की आवश्यकता होती है। अपने खाते का नाम और छवि सहित प्रदर्शित जानकारी की समीक्षा करनी चाहिए एवं जानकारी को अधिकृ त करें कि आपका चैनल बनाने के लिए यह जानकारी सही है



स्रोतः यूट्यूब

चित्र 14.3ः एक यूट्यूब व्यक्तिगत चैनल बनाना

1) **मूल रूप से शुरू करनाः** एक व्यवसायिक चैनल बनाना अविश्वसनीय रूप से आसान है। यह दिए गए चरणों का पालन करके कुछ ही क्लिक के द्वारा बनाया जा सकता हैः

- यूट्यूब में साइन इन करें और स्क्रीन के शीर्ष दाईं ओर उपयोगकर्ता आइकन पर क्लिक करें
- अपने खाते की यूट्यूब सेटिंग में जाने के लिए गियर आइकन पर क्लिक करें

THE PEOPLE'S UNIVERSITY

- एक नया चैनल बनाएं पर क्लिक करें
- फिर ''एक व्यवसाय या अन्य नाम का उपयोग करें'' व चुनें
- अपना ब्रांड नाम जोड़ें एवं खाता बनाएँ पर क्लिक करें

2) **प्रोफाइल रूपरेखा बनाएः** आधार भूत कार्य करने के बाद, अगला चरण प्रोफाइल और चैनल विवरण भरना है। यहां ब्रांड का वर्णन करने की जरूरत है, क्योंकि दर्शक चैनल पर वही देखेगा जो वह चाहता है। यह वेबसाइट और अन्य सोशल मीडिया नेटवर्क के लिंक जोड़ने के लिए भी अनुकूल जगह है। यह विवरण चैनल पर एक से अधिक स्थानों पर दिखाई देता है।

3) **अपनी कला का चैनलः** जब आप एक यूट्यूब चैनल पर जाते हैं, तो चैनल आपका तुरंत अपना नाम प्रदर्शित करने वाले बड़े बैनर के साथ स्वागत करेगा। यह आपका आवरण चित्र तथा आपके ब्रांड को प्रस्तुत करने के लिए प्रमुख अचल संपत्ति है। आप अपने आवरण चित्र को असाधारण व कम से कम खर्च में अपनी पसंद के अनुसार बना सकते हैं, परन्तु यह सुनिश्चित करना होगा कि ब्रांड का केन्द्र बिन्दु कया है, क्योंकि यह पहला प्रमान है, जो किसी को चैनल पर प्रवेश करते समय दिखती है।

4) **बाजार एवं सामग्री के प्रकार को जानना :** यूट्यूब चैनल शुरू करने के दौरान उपयोगकर्ता के पास काम करने के लिए पर्याप्त स्रोत सामग्री होनी चाहिए, और उसे एक से अधिक तरीकों से सामग्री को प्राप्त करने में सक्षम होना चाहिए। उपयोगकर्ता को ऐसी सामग्री भी बनानी चाहिए जो व्यवसाय के लक्ष्य जनसांख्यिकीय लक्ष्य के उद्देश्य से हो। आप जितना अधिक अपने केन्द्रित (लक्षित) बाजार पर पकड़ रखते है, उतना अधिक आपका फिल्मांकन होगा और लोग आपकी व्यावसायिक सेवाओं को देखना चाहेंगे।

5) **पहला आधिकारिक वीडियो अपलोड करनाः** वीडियो के उचित फिल्मांकन एवं संपादन के बाद इसे अपलोड करने का समय आता है। वीडियो को खाते में लॉग इन करते समय स्क्रीन के ऊपरी दाईं ओर अपलोड विकल्प पर क्लिक करके अपलोड किया जा सकता है।

6) **खोज के लिए अनुकूल :** आपके वीडियो को खोज होते अनुकूल बनाने के लिए यूट्यूब का अपना स्वयं का मापदण्ड है। उपयोगकर्ता को वीडियो अपलोड करते समय शीर्षक, विवरण व टैग आदि भरने के लिए कहा जाता है। ये वीडियो का यूट्यूब में आसानी से खोजे जाने वाले आवश्यक घटक हैं। अपने व्यवसाय व वीडियो का वर्णन करने के लिए उचित शब्द (Keyword) का उपयोग अपनी क्षमता के अनुसार करें। यदि वीडियो यूट्यूब के लिए अच्छी तरह से अनुकल है, तो यह सर्च इंजन तक भी विस्तारित हो सकता है।

7) **लगातार बने रहना एक सफल** यूट्यूब चैनल बनाने में समय और मेहनत लगती है, और दर्शक उन चैनलों से निरंतरता बने रहने की अपेक्षा रखते हैं, चैनल वे सदस्यता लेते हैं। पहले वीडियो के बाद, समय से पहले अगले कुछ वीडियो की योजना बनाना सुनिश्चित कर लेना चाहिए फिर अपने चैनल को

बढ़ावा देने के लिए इसे वेबसाइट पे एकीकृत करना चाहिए और यूट्यूब के बाहर साझा करना चाहिए।

14.16 यूट्यूब को सब्सक्राइब व अनुसरण करना

चैनल उपयोगकर्ता उन चैनलों की सदस्यता ले सकते है जिनमें वे अधिक सामग्री देखना चाहते हैं तथा उन चैनलों से नवीनतम समाचार के साथ अपडेट होते हैं। किसी भी यूट्यूब वीडियो के तहत या किसी चैनल की सदस्यता के लिए सदस्यता बटन पर क्लिक करके विशेष चैनल को सब्सक्राइब (subscribe) किया जा सकता है। यूट्यूब चैनल की सदस्यता के लिए नीचे दिए गए विभिन्न चरणों का पालन किया जाना चाहिए। यूट्यूब की सदस्यता धारित अनुसरण करने के लिए निम्नलिखित चरणः

1) यूट्यूब ऐप खोलें या यूट्यूब डाट कॉम पर जाएं।

2) यूट्यूबमें साइन इन करें।

3) यदि आप होम टैब पर हैं:

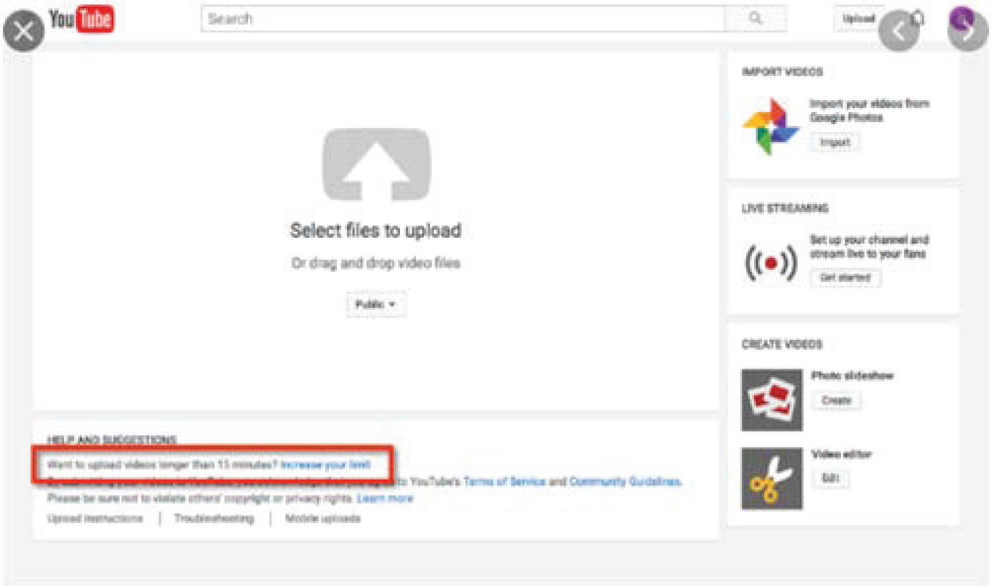
   - तो उस वीडियो के नीचे जिसका चैनल आप सब्सक्राइब करना चाहते हैं, चैनल आइकन पर और लाभ उठाएं
   - सदस्यता लें टैप करें।

4) यदि आप एक वीडियो देख रहे हैं जिसके चैनल को आप सब्सक्राइब करना चाहते हैं:

   - वीडियो के नीचे, सदस्यता लिंक पर टैप करें। एक बार जब आप एक चैनल की सदस्यता लेते हैं, तो आपको अपनी स्क्रीन पर अनुशंसित चैनलों की एक सूची दिखाई देगी। ये संबंधित चैनलों पर आधारित हैं जिन्हें आपने पहले से सब्सक्राइब नहीं किया है। सदस्यता लेने से पहले आप हमेशा चैनल की सामग्री देख सकते हैं। हर बार जब चैनल आपकी अधिसूचना सेटिंग्स को बदलकर सामग्री प्रकाशित करता है, तो आप एक अधिसूचना प्राप्त करने का विकल्प चुन सकते हैं। किसी चैनल से सदस्यता समाप्त करने के लिए, चैनल की सदस्यता के समान निर्देशों का पालन करें। 'सदस्यता' लें टैप करने के बजाय सब्स्क्राइब पर टैप करें। कि आपने चैनल से सदस्यता समाप्त कर ली है, आपकी स्क्रीन के नीचे दिखाई देगी।

14.17 चैनल पर वीडियो अपलोड करना

यूट्यूब या किसी अन्य मुफ्त वीडियो–साझा करने वाली साइट का उपयोग करना वेबसाइट पर वीडियो डालने का सबसे आसान तरीका है। इनमें से अधिकांश साइटें मुफ्त खाते प्रदान करती हैं और उपयोगकर्ताओं को असीमित संख्या में वीडियो अपलोड करने की इजाजत देती हैं। यूट्यूब आपकी वेबसाइट या ब्लॉग पर आपके वीडियो को लगाने करने के लिए या उपयोग करने के लिए एक कोड देती है।



स्रोतः यूट्यूब

चित्र 14.4: यूट्यूब पर वीडियो अपलोड करना

कंटेंट डिलीवरी नेटवर्क (सी.डी.एन) का उपयोग वेबसाइट वीडियो के लिए भी किया जा सकता है। यह आपकी वेबसाइट के वीडियो अपलोड, कन्वर्ट, होस्ट और स्ट्रीम करता है, और इसके अलावा भी बहुत कुछ संभव बनाता है। आप वीडियो प्लेयर के लुक और व्यवहार को अनुकूल बना कर सकते हैं, स्वचालित रूप से आप अपने वेब वीडियो में विज्ञापन डाल सकते हैं, या उपयोगकर्ताओं को आपकी वीडियो सामग्री डाउनलोड करने के लिए शुल्क लागू कर सकते हैं।

14.18 वीडियो व्यवस्थित करने के लिए प्लेलिस्ट बनाएं

एक प्लेलिस्ट यूट्यूब पर आपके या किसी और के द्वारा बनाए गए वीडियो का एक समूह है। चाहे आप यूट्यूब दर्शक हों या निर्माता, यह समान विशेषताओं वाले वीडियो को व्यवस्थित करने का एक तरीका है। यदि आपने अतीत में कोई संगीत प्लेलिस्ट (Play list) बनाई है, तो यह एक ऐसी अवधारणा है जिससे आप भली भांति परिचित होंगे। संक्षेप में, प्लेलिस्ट दर्शकों के लिए उन वीडियो को ढूंढना आसान बनाती हैं जिन्हें वे कुछ साधारण क्लिक के साथ देखना चाहते हैं, जहां पर वीडियो सहेजे जाते हैं और क्रमबद्ध रहते हैं।

स्रोतः यूट्यूब

चित्र 14.5: यूट्यूब प्लेलिस्ट का आयोजन

अधिकांश लोग अब संगीत प्लेलिस्ट की अवधारणा से परिचित हैं, लेकिन बहुत से लोगों को यह जानकारी नहीं है कि वो वीडियो प्लेलिस्ट को भी व्यक्तिगत बना सकते हैं। यूट्यूब के साथ, प्लेलिस्ट बनाना पसंदीदा वीडियो को समूहीकृत करने का एक आसान तरीका है।

प्लेलिस्ट में वीडियो कैसे जोड़ें:

यूट्यूब प्लेलिस्ट में वीडियो जोड़ना आसान है। हर वीडियो के नीचे आइकन में ऐड चिन्ह जो की है (प्लस सिंबल के रूप में दिखाई देता है)। यदि आपने पहले ही कोई प्लेलिस्ट बना ली है, तो वे ड्रॉप–डाउन मेनू में सूचीबद्ध होते हैं, साथ ही बाद में देख विकल्प और एक नया प्लेलिस्ट विकल्प दिखाई देता है। यदि आप एक नई प्लेलिस्ट बनानें का चयन करते हैं, तो आपको प्लेलिस्ट के लिए एक नाम प्रविष्ट करने और गोपनीय सेटिंग का चयन करने के लिए कहा जाता है। गोपनीय सेटिंग्स निम्नलिखित हैं:

- सार्वजनिक – कोई भी आपकी प्लेलिस्ट देख सकते है और खोज सकता है
- अनलिस्टेड – सिर्फ वे लोग ही जिन्हें आप लिंक भेजते हैं, प्लेलिस्ट देख सकते हैं
- निजी – केवल आप ही प्लेलिस्ट देख सकते हैं

अपने यूट्यूब प्लेलिस्ट को कैसे व्यवस्थित करें:

मौजूदा प्लेलिस्ट को यूट्यूब स्क्रीन के बाईं ओर मेनू से पहले करके व्यवस्थित और संपादित किया जा सकता है। यदि आप इसे नहीं देखते हैं, तो पहले फलक का विस्तार करने के लिए ऊपरी बाएँ कोने में तीन–क्षैतिज–पंक्ति मेनू आइकन पर क्लिक करें। लाइब्रेरी अनुभाग में वॉच लेटर सूची तथा आपके द्वारा बनाई गई प्रत्येक प्लेलिस्ट शामिल होती जाती है। प्लेलिस्ट के बारे में जानकारी के लिए प्लेलिस्ट पर क्लिक कर सकते जिसमें आपके द्वारा जोड़े गए प्रत्येक वीडियो की एक सूची शामिल है। आप प्लेलिस्ट से वीडियो को निकाल सकते हैं, व मिश्रण प्ले विकल्प का भी चयन कर सकते हैं, तथा प्लेलिस्ट के लिए एक छवि का चयन कर सकते हैं।

खोज के लिए यूट्यूब प्लेलिस्ट कैसे अनुकूलित करें:

यूट्यूब उपयोगकर्ताओं को केवल प्लेलिस्ट वीडियो में शीर्षक, टैग और विवरण जोड़ने की अनुमति देता है। इस जानकारी को जोड़ने से लोगों को किसी भी प्लेलिस्ट को खोजने में आसानी होती है जब वे लोग वेब पेज पर खोज करते हैं जब यूट्यूब उस विषय समान वीडियो देखने वाले के लिए प्लेलिस्ट की सिफारिश करता है। बाएं फलक में प्लेलिस्ट पर क्लिक करने के बाद और प्लेलिस्ट सूचना स्क्रीन में खुलने पर 'संपादित करें' का चयन करें। 'विवरण जोड़ें' पर क्लिक करने के बाद और उस उद्देश्य के लिए दिए गए बॉक्स में शीर्षक, टैग और विवरण दर्ज करें पर क्लिक करें। इस स्क्रीन में, उपयोगकर्ता प्लेलिस्ट में वीडियो को फिर से व्यवस्थित कर सकते हैं एवं गोपनीयता सेटिंग्स भी बदल सकते हैं।

14.19 कृत्रिम बुद्धिमता के साथ एनीमेशन का भविष्य

मल्टीमीडिया के क्षेत्र मे अनुसंधान और प्रौद्योगिकियों की एक विस्तृत श्रृंखला को शामिल करता है, जो व्यक्तिगत विषयों (शिक्षण) के साथ–साथ बहु–विषयक क्षेत्र के लिए समाधानों को आगे बढ़ाने का इरादा रखता है। शुरुआत से ही मल्टीमीडिया अनुसंधान ने इस क्षेत्र में विभिन्न मुकाबलों को व्यक्त करने के हमें इस क्षेत्र के लिए कृत्रिम बुद्धिमता तकनीकों को नियोजित करने के लिए प्रेरित किया है।

जब हम एनीमेशन के बारे में बातचीत करते हैं तो जो महानुभाव ध्यान में आते हैं वह समय ''वॉल्ट डिजनी'', वे एनीमेशन की मुख्यधारा के साथ समान हैं। वह एक दूरदर्शी व्यक्ति थे वह अपने समय में भी भविष्य के बारे में पूर्वानुमान लगाता थे। उनकी योग्यता और विचारशीलता 2–डी पात्रों को आसान बनाया और एक चूहे व बत्तख के पात्र द्वारा मिलियन– मिलियन डालर का बहुराष्ट्रीय व्यापार किया।

मल्टीमीडिया शहरों में मल्टी मॉडल सेंसर और स्मार्ट ऑब्जेक्ट्स के अत्यधिक प्रसार के कारण स्मार्ट सिटी इको–सिस्टम में मल्टीमीडिया एक उर्जावान धरिता निभाता है, भिन्न–भिन्न संगठनों के बीच मल्टीमीडिया टीमवर्क में वृद्धि हुई है, और सामाजिक रूप से जुड़े लोगों के बीच मर्ल्ड मीडिया साझाकरण कार्य वास्तविक समय है।

पारंपरिक एनीमेशन (या शास्त्रीय एनीमेशन, सेल एनीमेशन और हाथ से खींचा गया एनीमेशन) एक एनीमेशन प्रक्रिया है जिसमें प्रत्येक फ्रेम को हाथ से खींचा जाता है। यह पद्धति सिनेमा में एनीमेशन का प्रमुख रूप थी, जब तक कि कंप्यूटर का आगमन नहीं हुआ था। 21वी सदी के 3डी त्रिकोणं और बहुभुज का मिश्रण नहीं हैं, लेकिन, यथार्थवादी चरित्र जो अक्सर इतनी सावधानी से बनाए जाते हैं कि स्वचालित मंत्र द्वारा भी वास्तविक और ऊर्जावान के बीच अंतर करने के लिए पर्याप्त नही होते।

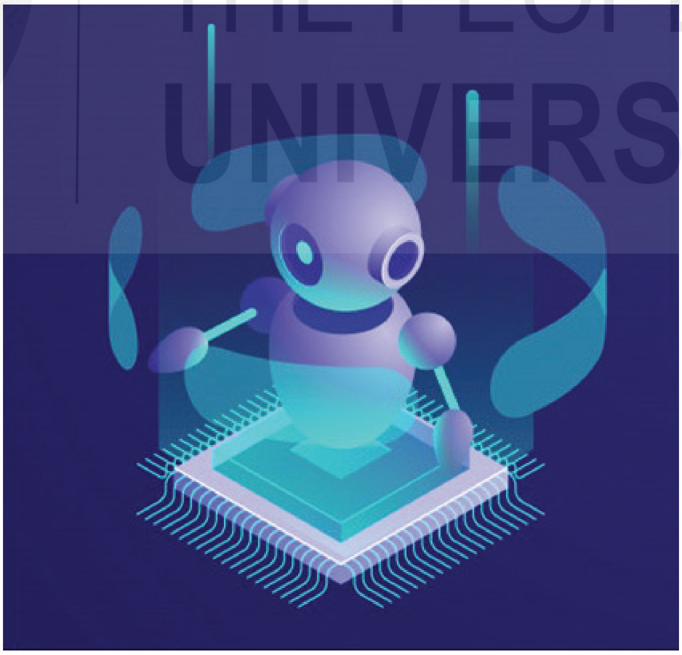
3 डी एनीमेशन के प्रकार

- 3 डी एनीमेशन के प्रकारों में, 3 डी वीडियो और फिल्म सबसे आम समान हैं।
- इंटरएक्टिव 3 डीः यह एक 3 डी एनीमेशन उत्पादन है जो विशुद्ध रूप से डिजिटल सीमो की सुविधा देता है और एक 3 डी कंप्यूटर सॉफ्टवेयर का उपयोग करके बनाया गया है।
- 3 डी द्वारा अभासी वास्तविकता
- विपरीत गतिज
- प्रवाही सतत् तंत्र
- 3 डी कंकाली एनीमेशन
- कृत्रिम बुद्धिमता के साथ एनीमेशन

एनिमेशन में कृत्रिम बुद्धिमताः कृत्रिम बुद्धिमता में "द ग्राफिक्स ग्रुप" (The Graphics Group) के जरिए दुनिया को 3 डी एनिमेशन से परिचित कराया गया। 21 वीं सदी के 3 डी अक्षर त्रिकोण और बहुभुज का मिश्रण नहीं हैं। मशीनें अब केवल रिव्यू नहीं दे रही हैं, बल्कि कल्पना भी कर रही हैं। वर्तमान वर्षों ने गहन शिक्षण और कृत्रिम बुद्धिमता के मुख्य रूप से निर्मित उपकरणो की तत्काल प्रगति देखी है कि अदृश्य

स्तर तक एनीमेशन की विशेषताएं समकालीन संभावना को आगे बढ़ा रही हैं। स्वचालन एव कृत्रिम बुद्धिमता (ए.आई.) व्यवसायों को बदल रहे हैं और उत्पादकता में योगदान के माध्यम से आर्थिक विकास को रेखांकित कर रहे है। एनीमेशन एवं मल्टीमीडिया द्वारा यह एक आश्चर्य कर रहा है।

- कृत्रिम बुद्धिमता एवं स्वचालन ट्रेन के ग्रहण शिक्षण एल्गोरिदम (Algorithm) के साथ नियमित कार्यों को पूरा करने के लिए जैसे डिजिटल चरित्र लुक को आजीवन बनाते हैं।
- कृत्रिम बुद्धिमता (ए.आई.) 3 डी मॉडल और एनिमेशन, शुद्ध गणित गेम, कहानी का एकीकरण व बनावट जैसे विभिन्न साहसी तत्वों के तेजी से गठन की सुविधा देता है।
- कृत्रिम बुद्धिमता (ए.आई.) उपकरण, और रोबोट उद्योग पर हावी होना शुरू कर सकते हैं, वे जिस दृष्टिकोण से कारखानों का संचालन करते हैं और उसी आधार पर ग्राहक सेवा कर्तव्यों का पालन करते हैं।
- अविष्कारशील कलाकार फ्रेम उत्पादन विधि द्वारा कम समय समर्पित करने और अतिरिक्त आकर्षक चीजों को लक्षित करने के लिए कार्यरता होता है।
- कृत्रिम बुद्धिमता (ए.आई.) (Artificial Intelligence) सॉफ्टवेयर ऑटो रिग उपकरण, मानव गति सिमुलेशन और सम्मिश्रण के साथ–साथ एक गति एडिटर भी है जो 3 डी एनीमेशन और गेम डिजाइन आवश्यकताओं की एक विस्तृत श्रृंखला को समझ सकता है।



स्रोत : टैगर

चित्र 14.6 : एकाधिक कार्य में आभासी सहयोग

उपरोक्त आकृति में एकाधिक कार्य में आभासी सहयोग शामिल हैं, जो उन छोटे अनुप्रयोग से जुड़ते हैं जो उपयोगकर्ताओं की ओर से सूचित करने, सम्भालकर रखने में या व्यवस्थित करने के लिए खोज का उपयोग करते हैं।

नवाचार के इस नए युग में कृत्रिम बुद्धिमत्ता महत्वपूर्ण प्रभाव रखती है, एक तरफ जहां कंप्यूटर हमारे ज्ञान के तहत हमारी ओर से तार्किक रूप से काम करते हैं। यह एक ऐसी समय है, जहां पता है कि कैसे अधिक सहज, अधिक अनौपचारिक, दिमागी हो कर व्यवसायों को पहले से बेहतर तरीके से अपने ग्राहकों की बेहतरीन तरीके जानने और उनकी सहायता करने की अनुमति देता है, वे अंततः पृथ्वी के कुछ प्रमुख सम्बन्धित प्रसंगो में सहायता करता है।

बोध प्रश्न ख

1) खुदरा प्रचार के लिए यूट्यूब का उपयोग कैसे करें?

....

....

....

....

....

2) गूगल ऐडसेंस के क्या–क्या फायदे हैं?

....

....

....

....

....

3) प्लेलिस्ट में वीडियो कैसे जोड़ा जाता है?

....

....

....

....

....

4) यूट्यूब से विज्ञापन आय अर्जित करने के क्या–क्या तरीके हैं?

....

....

....

....

14.20 सारांश

मल्टीमीडिया आज के समाज में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है, क्योंकि इस समाज की सभी चीजें समय के हिसाब से बनी हुई हैं। मल्टीमीडिया संचार के लिए एक अच्छा तरीका है, क्योंकि इससे संचार और भाषा समझने में आसानी होती है कि वे क्या कह रहे हैं। मल्टीमीडिया में एनीमेशन, संगीत, वीडियो व इस से अधिक बहुत कुछ शामिल है। मल्टीमीडिया प्रस्तुति एक स्टैंड एकेली प्रस्तुति है, जिसमें स्लाइड, वीडियो व डिजिटल प्रस्तुति के साथ प्रस्तुत की गई जानकारी शामिल होती है और इसमें ध्वनि के साथ–साथ, संगीत व ध्वनि प्रभाव भी शामिल हो सकता है।

एनिमेशन में गति के द्वारा भ्रम को उत्पन्न करने के लिए फोटो (छवियों) का दोहन और प्रबंधन शामिल है। एनिमेशन बनाने वाले व्यक्ति को एनिमेटर कहा जाता है। वह अभी भी फोटो (छवियों) को तीव्रता से पकड़ने के लिए व फिर वांछित क्रम में इनको चेतन करने के लिए विभिन्न कंप्यूटर तकनीकों का उपयोग किया जाता है। पावर प्वांइन्ट में एनिमेशन वास्तव में एक प्रस्तुति के तत्वों के लिए आपके दर्शकों का ध्यान आकर्षित कर सकते हैं। एनीमेशन प्रभाव बनाने के लिए आपको अलग–अलग ऐप्स का उपयोग करने की आवश्यकता नहीं है। पावर प्वांइन्ट आपकी प्रस्तुतियों में एनीमेशन जोड़ने के लिए कुछ आसान, बिंदु और क्लिक टूल प्रदान करता है।

यूट्यूब वीडियो साझा करने के लिए डिजाइन की गई वेबसाइट है। दुनिया भर में लाखों उपयोगकर्ताओं ने साइट पर खाते बनाए हैं, जो उन्हें वीडियो अपलोड करने की अनुमति देते हैं जिसे कोई भी देख सकता है। हर दिन हर मिनट, 35 घंटे से अधिक का वीडियो यूट्यूब पर अपलोड किया जाता है। वीडियो अपलोड करने के लिए कोई भी आपके खाते में प्रवेश कर सकता है, अपलोड बटन पर क्लिक करें, वीडियो स्रोत और गोपनीयता सेटिंग्स चुन कर अपलोड को प्रबंधित कर सकते हैं। आपकी वेबसाइट के यातायात को मुद्रीकृत करने के कई तरीके हैं, और उनमें से अधिकांश आपकी वेबसाइट के यातायात के लिए तीसरे पक्ष के उत्पादों या सेवाओं के विज्ञापन से जुडें हुए (संबंधित) हैं। ऐसे कई विज्ञापन कार्यक्रम हैं जो आजकल आपको धन कमाने में मदद कर सकते हैं, लेकिन सबसे लोकप्रिय गूगल ऐडसेंस है। यह विज्ञापन कार्यक्रम गूगल द्वारा 2003 के मध्य में शुरू किया गया था और वर्तमान में यह इंटरनेट पर सबसे लोकप्रिय विज्ञापन कार्यक्रम है। यह वेबमास्टर्स और साइट मालिकों को अपने वेबसाइट यातायात का मुद्रीकरण करने का एक अच्छा अवसर प्रदान करता है – हर साल, गूगल अपने प्रकाशकों को $10 बिलियन से अधिक का भुगतान करता है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (ए.आई.) विशेष रूप से एनिमेशन कार्यों को स्वचालित कर रहा है ताकि एनिमेटरों को फ्रेम द्वारा फ्रेम के लालच में न आयें । कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआइ) आधारित उन्नत एल्गोरिदम उन्नत व्यू प्रभावों के प्रतिपादन को स्वचालित बनाने में कुशल हैं।

14.21 शब्दावली

मल्टीमीडिया (Multimedia): मल्टीमीडिया पाठ, ग्राफिक्स, ध्वनि, एनीमेशन और वीडियो का एक संयोजन है, जो उपयोगकर्ता को दिए गए जोड तोड का परस्पर संवादात्मक या डिजिटल साधन है।

मल्टीमीडिया प्रस्तुति (Multimedia Presentation): मल्टीमीडिया प्रस्तुति खुद को साबित करने की प्रस्तुति है, जिसमें स्लाइड, वीडियो, या डिजिटल प्रस्तुति के साथ कथा, संगीत या ध्वनि प्रभाव द्वारा समस्त जानकरी शामिल होती है।

एनीमेशन (Animation): यह डिजाइनिंग, ड्राइंग, लेआउट बनाने और फोटोग्राफिक व्यूों की तैयारी की प्रक्रिया है, जो मल्टीमीडिया और गेमिंग उत्पादों में एकीकृत हैं।

यूट्यूब (YouTube): यूट्यूब सेवा का उपयोग करने के लिए स्वतंत्र माध्यम है और किशोरों व अन्य को अपनी पसंद की चीजों की खोज करने के लिए एक बढ़िया स्थान हो सकता है। कई यूट्यूब का उपयोग संगीत वीडियो, कॉमेडी शो, गाइड, रेसिपी, हैक और बहुत कुछ देखने के लिए करते है

गूगल एडसेंस (Google AdSense): गूगल ऐडसेंस प्रकाशकों को अपनी ऑनलाइन सामग्री से धन कमाने का एक तरीका प्रदान करता है। एडसेंस आपकी सामग्री और विजिटर के आधार पर आपकी साइट पर विज्ञापनों का मिलान करने का काम करता है। विज्ञापन उन विज्ञापनदाताओं द्वारा बनाए और भुगतान किए जाते हैं जो अपने उत्पादों का प्रचार करना चाहते हैं।

यूट्यूब प्लेलिस्ट (You Tube playsit): एक प्लेलिस्ट यूट्यूब पर आपके या किसी और द्वारा बनाए गए वीडियो का एक समूह है। चाहे आप यूट्यूब दर्शक हों या निर्माता, यह समान विशेषताओं वाले वीडियो को व्यवस्थित करने का एक तरीका है।

14.22 स्पपरख प्रश्न

1) मल्टीमीडिया क्या है? मल्टीमीडिया सीखने के क्या फायदे है ?
2) मल्टीमीडिया टूल को लागू करने में किन–किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है।
3) एनीमेशन के विभिन्न रूप क्या–क्या है ?
4) यूट्यूब व्यवसायों के लिए कैसे उपयोगी है ?
5) यूट्यूब के माध्यम से कोई वीडियो कैसे अपलोड किया जा सकता है ?
6) यूट्यूब से विज्ञापन आय कैसे कमाई जा सकती है ?
7) गूगल ऐडसेंस क्या है? इसके विभिन्न फायदे क्या–क्या है ?
8) कोई यूट्यूब निजी चैनल कैसे बनाया जाता है ?
9) चैनल को सब्स्क्राइब / फॉलो करने के लिए विभिन्न उपयोगी चरणों का वर्णन कीजिए।
10) यूट्यूब प्लेलिस्ट क्या है? यूट्यूब प्लेलिस्ट कैसे व्यवस्थित की जाती है।

नोट: ये प्रश्न आपके अभ्यास के लिए हैं। इनके उत्तर लिखने का अभ्यास करें किंतु उत्तरों को विश्वविद्यालय में मूल्यांकन के लिए न भेजें। प्रश्नों के उत्तर लिखकर आप स्वयं अपनी प्रगति की जाँच कर सकते हैं।

इकाई 15 व्यावसायिक प्रस्तुति बनाना

इकाई की रूपरेखा

15.0 उद्देश्य
15.1 प्रस्तावना
15.2 पावरपॉइंट की विशेषताओं के साथ प्रस्तुति : एक अध्ययन
15.3 व्यवसाय प्रस्तुति बनाना
15.4 शोध प्रस्ताव प्रस्तुति बनाना
15.5 परियोजना प्रस्तुति बनाना
15.6 सारांश
15.7 शब्दावली
15.8 स्वपरख प्रश्न

15.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप इस योग्य हो सकेंगे कि

- प्रस्तुति के लिए विभिन्न तत्वों की पहचान कर सके;
- व्यावसायिक प्रस्तुति में एनीमेशन का उपयोग में सक्षम हो सके;
- व्यावसायिक प्रस्तुति में छवियों और क्लिप आर्ट का उपयोग में सक्षम हो सके;
- व्यावसायिक प्रस्तुति में वीडियो / फिल्म का उपयोग कर सके;
- व्यापार प्रस्तुति बनाना समझ सकें;
- शोध प्रस्ताव प्रस्तुति कैसे बनायें समझ सकें; और
- परियोजना प्रस्तुति कैसे बनाएं समझ सकें।

5.1 प्रस्तावना

पावरपॉइंट (Power Point) प्रस्तुति बनाने के लिए बहुत उपयोगी सॉफ्टवेयर टूल है। यह प्रस्तुति डेवलपर /यूजर (developer/user) को प्रस्तुति में विभिन्न तत्वों को शामिल करने का अवसर प्रदान करता है, ताकि इसे प्रभावी और अधिक आकर्षक बनाया जा सके। यह समझना आवश्यक है कि पावरपॉइंट सिर्फ अच्छी प्रस्तुति देने के लिए एक उपकरण है। एक उपयोगकर्ता के रूप में आपके पास एक अच्छी प्रस्तुति बनाने के लिए आपकी योजना और सामग्री होनी चाहिए। यदि आपने इस इकाई की पिछली इकाइयों में पावरपॉइंट की विभिन्न विशेषताएं सीख ली हैं। तो अब यह समय है कि आप पावरपॉइंट के ज्ञान को निकालें तथा अपनी आवश्यकताओं के अनुसार प्रस्तुति बनाएं। इस इकाई में हम विभिन्न उद्देश्यों के लिए पावर पॉइंट प्रस्तुति बनाने की तैयारी के बारे में चर्चा करेंगे जैसे, कक्षा में किसी विषय के प्रदर्शन के लिए प्रस्तुति

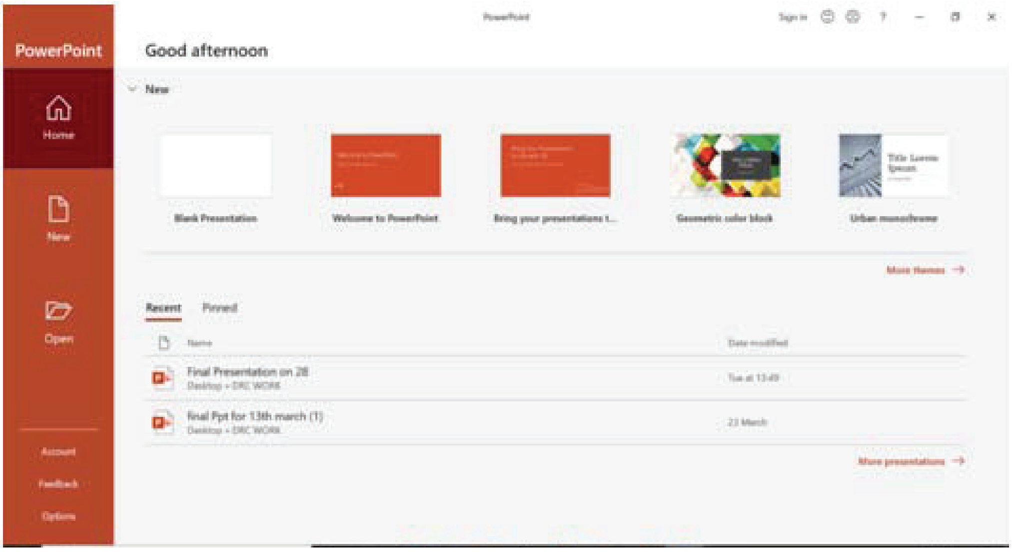
बनाना, उत्पाद (व्यवसाय प्रस्तुति) के बारे में प्रस्तुति बनाना, संगोष्ठी/कार्यशाला की प्रस्तुति बनाना, अकादमिक प्रस्तुति बनाना इत्यादि।

15.2 पावरपॉइंट की विशेषताओं के साथ प्रस्तुति : एक अध्ययन

जब हमें किसी विषय पर दस से पंद्रह मिनट तक बोलने के लिए कहा जाता है, तो हमारे दिमाग में पहली बात आती है कि क्या बोलना है और क्या नहीं बोलना है। यह वह बिंदु है जहां से प्रस्तुति की तैयारी शुरू होती है। हम यह सोचना शुरू कर सकते हैं कि प्रस्तुति में किस तरह के घटकों का उपयोग किया जाएगा ? क्या प्रस्तुति सरल पाठ या छवियों में होगी ? प्रभावी बनाने के लिए ग्राफ, तालिकाओं का उपयोग किया जाएगा इसके अलावा, हम प्रस्तुति को प्रभावी बनाने के लिए ऑडियो और वीडियो की आवश्यकताओं का पता लगाते हैं। एक महत्वपूर्ण बात यह है कि एक प्रस्तुति बनाने की योजना बनाते समय, विषय का ज्ञान होना बेहतर होता है। यदि आपको विषय का उचित ज्ञान नहीं है, तो आपके लिए उस विषय पर प्रस्तुति देना बहुत कठिन है। विषय का ज्ञान आपको प्रस्तुति बनाने के लिए विभिन्न घटकों की पहचान करने में मदद करेगा। जब आप प्रस्तुति देने की योजना बनाते हैं, तो सबसे पहले आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि प्रस्तुति में उपलब्ध संसाधनों का क्या उपयोग किया जाए। उदाहरण के लिए, यदि आपको अंतिम वर्ष की परीक्षा में विभिन्न पाठयक्रमों कें अपने बैच में छात्रों के प्रदर्शन को दिखाने के लिए एक पावर पॉइंट प्रस्तुति बनानी है तो आपको इस विषय से संबंधित सभी प्रासंगिक जानकारी होनी चाहिए। यह समस्या आपके लिए सरल है, क्योंकि आप समस्या के बारे में जानते हैं क्योंकि आप जानते हैं कि आपके वर्तमान सेमेस्टर में पाठयक्रम क्या हैं। आपके बैच में मौजूद कितने छात्र हैं, तथा बैच में मौजूद प्रत्येक छात्र के बारे में भी विशिष्ट विवरण क्या है। इसके अलावा, आप मूल्यांकन मानदंडों और विभिन्न पाठयक्रमों की उतीर्ण आवश्यकताओं के बारे में जानते हैं। इसलिए इस विषय को प्रस्तुत करना आपके लिए कठिन नहीं होना चाहिए।

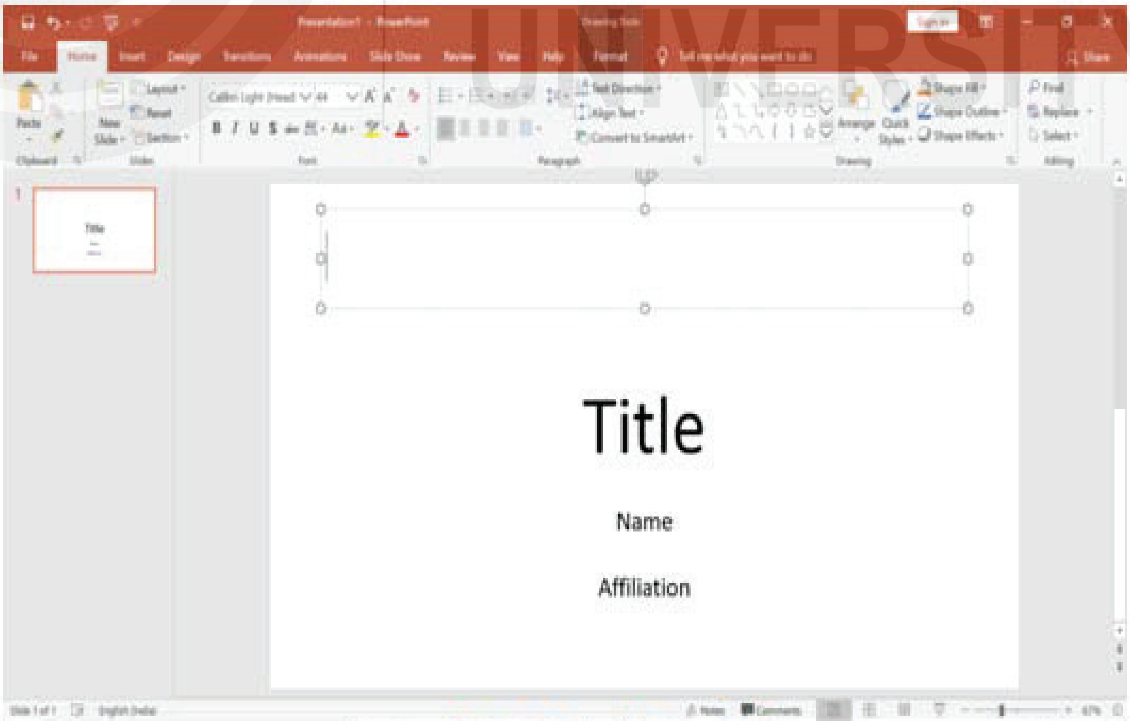
एक बार जब आपको विषय का ज्ञान हो जाता है, तो आपको अपनी प्रस्तुति को बनाने में पावरपॉइंट की सुविधाओं पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है। नीचे कुछ महत्वपूर्ण बिंदु दिए गए हैं, जिन पर आपको अपनी प्रस्तुति के लिए उपयोगी उपयुक्त बिंदुओं और घटकों पर विचार करने और पहचानने की आवश्यकता है। इसके बाद हम इन बिंदुओं के बारे में संक्षेप में चर्चा करेंगे:

1) **खाली प्रस्तुति और टेम्पलेट के बीच चयन** : जब आप एक नया पावरपॉइंट फाइल शुरू करते हैं, तो आप एक खाली प्रस्तुति या टेम्पलेट बना सकते हैं। रिक्त प्रस्तुति आपको अपनी खुद की शैली लागू करने की अनुमति देती है, लेकिन यह एक समय लेने वाली प्रक्रिया हो सकती है। टेम्प्लेट आपकी प्रस्तुति को एक समान शैली दे सकते हैं। आप फाइल टैब से टेम्प्लेट एक्सेस कर सकते हैं। नया क्लिक करने के बाद उपलब्ध टेम्पलेट्स ब्राउज कर सकते हैं।



चित्र 15.1 : खाली स्लाइड

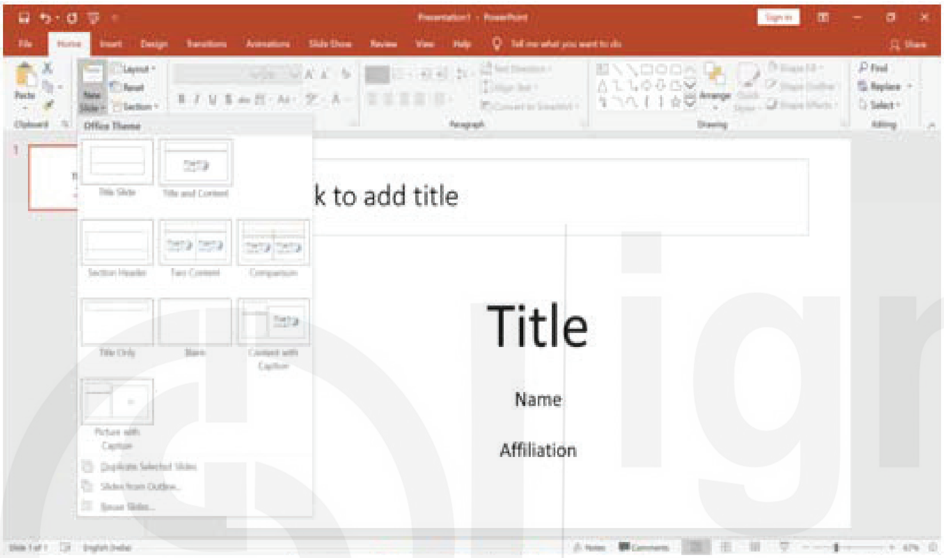
2) **प्रस्तुति का शीर्षक :** जब आप प्रस्तुति बनाते हैं तो आपको जो पहली चीज तय करनी होती है, वह प्रस्तुति का शीर्षक होता है। शीर्षक ही पहली चीज होती है, जिसे आपके दर्शक सर्वप्रथम देखते है। प्रस्तुति के विषय के बारे में एक बुनियादी अवलोकन पढ़ना और देना आसान होना चाहिए। प्रस्तुतकर्ता का नाम, प्रस्तुतकर्ता की संबद्धता (संगठन किससे प्रस्तुतकर्ता जुड़ा हुआ है) का नाम दिखने के लिए पहली स्लाइड का उपयोग किया जाना चाहिए। आपको शीर्षक का लिपि आकार उचित रूप से रखना चाहिए साथ भी यह आसानी से दिखाई देने के लिए पर्याप्त बड़ा भी होना चाहिए। इसी तरह, पाठ का रंग भी उचित रूप से इस तरह से चुना जाना चाहिए कि यह आंखों के लिए सुखदायक और पठनीय हो।



चित्र 15.2: शीर्षक स्लाइड

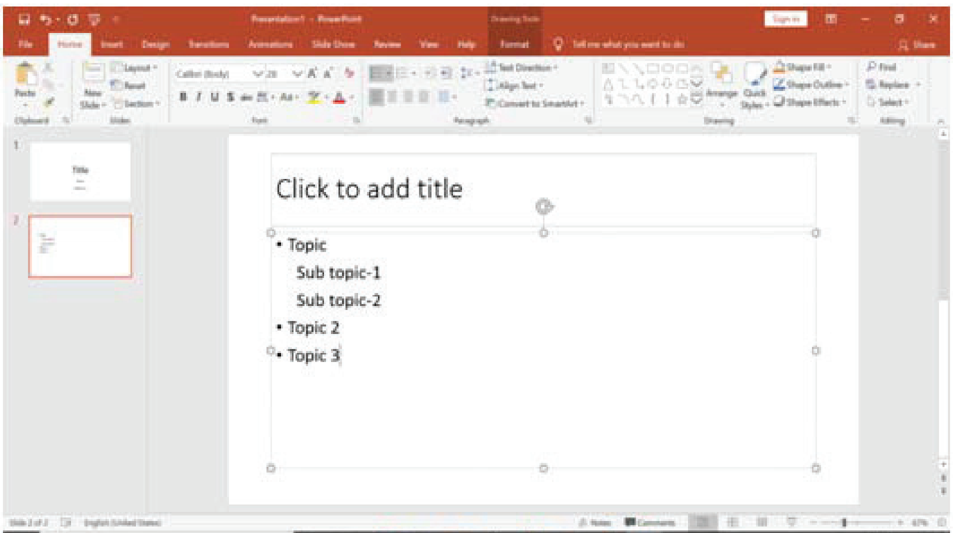
ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

3) **नई स्लाइड जोड़ना:** नई स्लाइड के लिए Ctrl + M दबाएँ। वर्तमान में आप जिस स्लाइड पर हैं उसके बाद एक रिक्त स्लाइड जोड़ी जाएगी। स्लाइड में एक शीर्षक बॉक्स और एक पाठ बॉक्स होगा। आप इन का उपयोग कर सकते हैं या फिर सम्मिलित टैब का उपयोग करके अपनी खुद की सामग्री को सम्मिलित कर सकते हैं। जब एक पाठ बॉक्स को जोड़ते हैं, तो आप इसे क्लिक कर जिस आकार (size) में भी बताना चाहे बना सकते हैं जैसा आप चाहें। आप इसके बाद अपने कर्सर के साथ कोनों में से किसी एक को पकड़कर और फिर से क्लिक करके बढ़ा या घटा सकते हैं। फिर आप किसी भी टेक्स्ट बॉक्स (text box) पर क्लिक कर और अपनी प्रस्तुति में टेक्स्ट जोड़ना शुरू कर सकते हैं।



चित्र 15.3 : नया स्लाइड

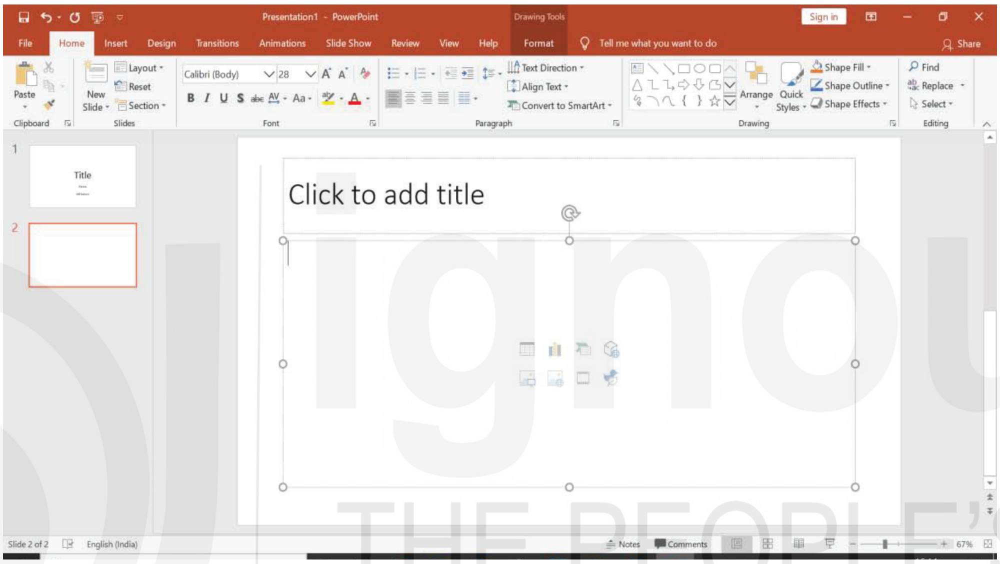
4) **प्रस्तुति की सामग्री जोड़ना:** दूसरी स्लाइड में प्रस्तुति में शामिल की जाने वाली सामग्री जोड़ी जानी चाहिए। विषयवस्तु लिखते समय विषयों और उपविषयों के लिए स्पष्ट अंकन किया जाना चाहिए। इसके अलावा, जहाँ भी उचित लगे, आप बिन्दुओं का उपयोग कर सकते हैं।



चित्र 15.4 : प्रस्तुति में सामग्री जोड़ें

5) **स्लाइड के टेक्स्ट को फॉर्मेट करना:** प्रस्तुति के पाठ को निम्न लिखित विधि से आवश्यकतानुसार बदला जा सकता है:

- उस पाठ का चयन करें जिसे आप बदलना चाहते हैं
- होम टैब पर क्लिक करें और टूलबार के "फॉन्ट" (Font) अनुभाग में अपने पाठ प्रारूपित विकल्पों की समीक्षा करें।
- चयनित पाठ के फॉन्ट (Font) को बदलने के लिए, वर्तमान फॉन्ट के नाम पर क्लिक करें और फिर अपने पसंदीदा फॉन्ट पर क्लिक कर चुनें।
- पाठ का आकार बदलने के लिए, गिने गए ड्रॉप–डाउन बॉक्स पर क्लिक करें और फिर पाठ को आवश्यकतानुसार बड़ा या छोटा करने के लिए क्लिक करें।



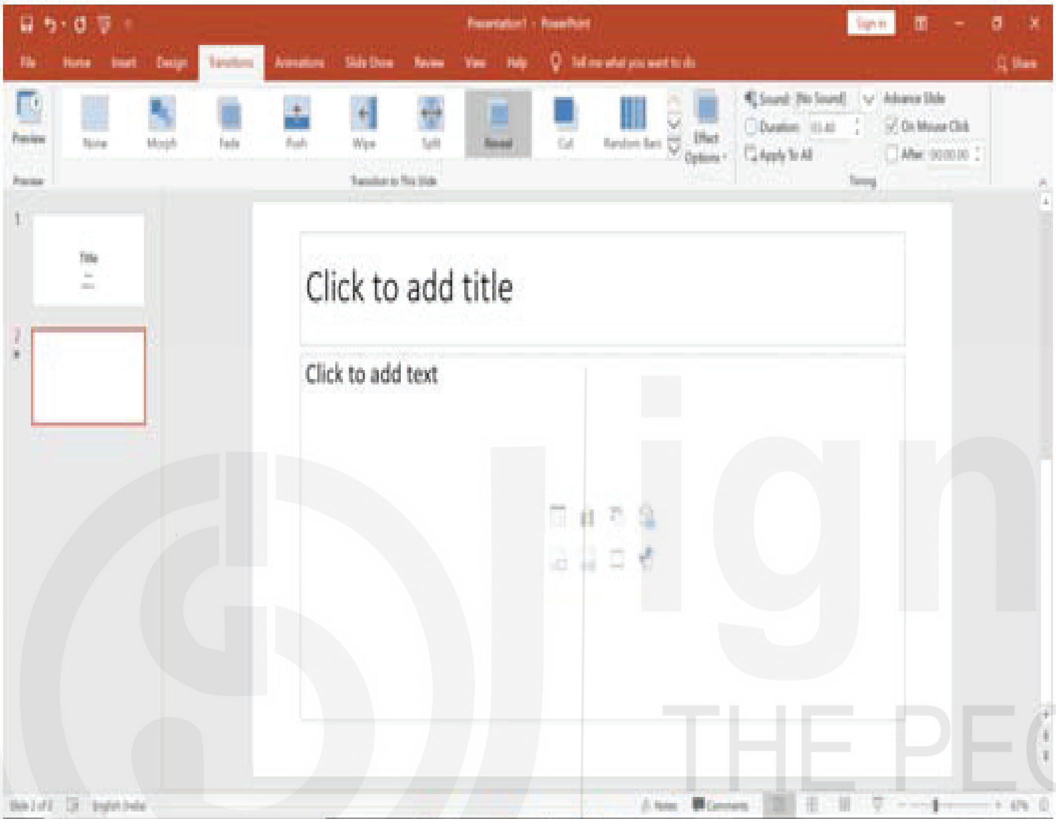
चित्र 15.5 : पाठ स्वरूपण

जब हम प्रस्तुति बनाते हैं तो फॉन्ट साइज को अलग–अलग उद्देश्यों के लिए आवश्यकतानुसार उपयोग करते हैं। उदाहरण के लिए, हेडिंग और सब हेडिंग स्लाइड पर मौजूद सामग्री की तुलना में बड़ा फॉन्ट साइज होना चाहिए। यदि आप अपनी स्लाइड में तालिका और इमेज (image) रखते हैं, तो उनके लेवल के लिए उपयुक्त फॉन्ट साइज (font size) का उपयोग करें। उदाहरण के लिए, यदि आप 10–15 लोगों के बीच व्यापार बैठक चर्चा, के लिए प्रस्तुति बना रहे है, तो फॉन्ट का आकार अपेक्षाकृत छोटा हो सकता है। अगर प्रस्तुति का उपयोग बड़ी संख्या में दर्शकों के सामने व्याख्यान देने के लिए किया जाएगा, तो फॉन्ट 50 या उससे भी अधिक हो सकती है। फॉन्ट आकार इस तरह से रखना चाहिए कि फॉन्ट का प्रस्तुति सामग्री दर्शकों में अंतिम व्यक्ति को भी दिखाई दे। आप यहां से फॉन्ट का रंग, गहरा (बोल्डिंग), करना इटैलिकाइजेशन (italicization), अंडरलाइनिंग (underlining) करना आदि भी बदल सकते हैं।

6) **स्लाइड के बीच परिवर्तन करना:** एक बार जब आप अपनी स्लाइड में कुछ सामग्री लिखते हैं, तो इसे अपने दर्शकों के लिए और दिलचस्प बनाने में मदद करने के लिए कुछ प्रभाव जोड़ सकते हैं। नीचे दिए गए विधियों का अनुसरण करके स्लाइडों में बदलाव जोड़े जा सकते हैं:

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

- एक स्लाइड का चयन करें और परिवर्तन टैब पर क्लिक करें सामान्य बदलाव की एक सूची प्रस्तुत होगी जैसा कि चित्र में दिखाया गया है।
- जब आप एक परिवर्तन चुनते हैं, तो यह प्रदर्शित करेगा कि वह स्लाइड कैसे दिखाई देती है।
- जब आप प्रत्येक परिवर्तन पर क्लिक करते हैं, तो आप स्लाइड संपादन विंडो में एक पूर्वावलोकन दिखेगा।

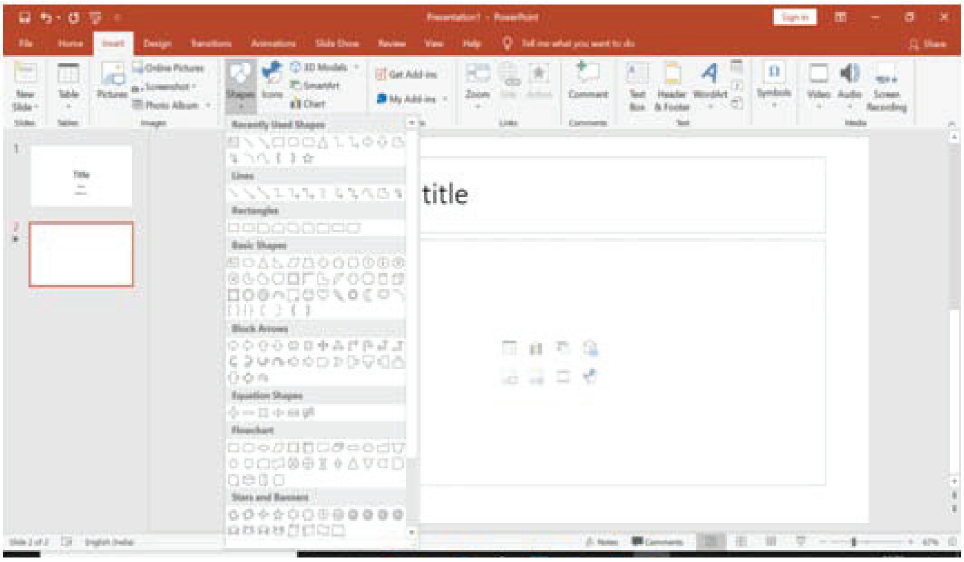


चित्र 15.6 : संक्रमण जोड़ें

7) **आकार/स्मार्ट कला/चार्ट जोड़ना:** विभिन्न आकारों, मॉडल, ग्राफ और चार्ट को आवश्यकतानुसार प्रस्तुति में जोड़ा जा सकता है। चार्ट्स बटन का उपयोग पढ़ने में आसान चार्ट डालने के लिए किया जाता है जो दर्शकों को आपके डेटा को समझने में मदद करेगा। एक बार जब आप अपना चार्ट का प्रकार चुन लेते हैं, तो एम.एस.एक्सेल खुल जाएगा, जिससे आप अपने डेटा में प्रवेश कर सकते हैं या इसे किसी मौजूदा स्प्रेडशीट से कॉपी कर सकते हैं। इसके बाद, आकारों के बटन में पूर्व–निर्मित आकार को सम्मिलित करने या अपने स्वयं के बनाये आकारों को शामिल करने लिए हैं। आप आकारों का उपयोग महत्वपूर्ण पाठ को रेखांकित करने या तीर या अन्य दृश्य संकेतक बनाने के लिए कर सकते हैं। आकारों या चार्टों को जोड़ने के लिए निम्नलिखित कार्य करें:

   - टूलबार के इंसर्ट (insert) पर क्लिक करें, तथा उसमें चित्रण पर जाएं।
   - चित्रण में उपलब्ध आकृतियों, स्मार्ट कला, 3 डी मॉडल, अपनी पसंद के चार्ट से चयन करें।

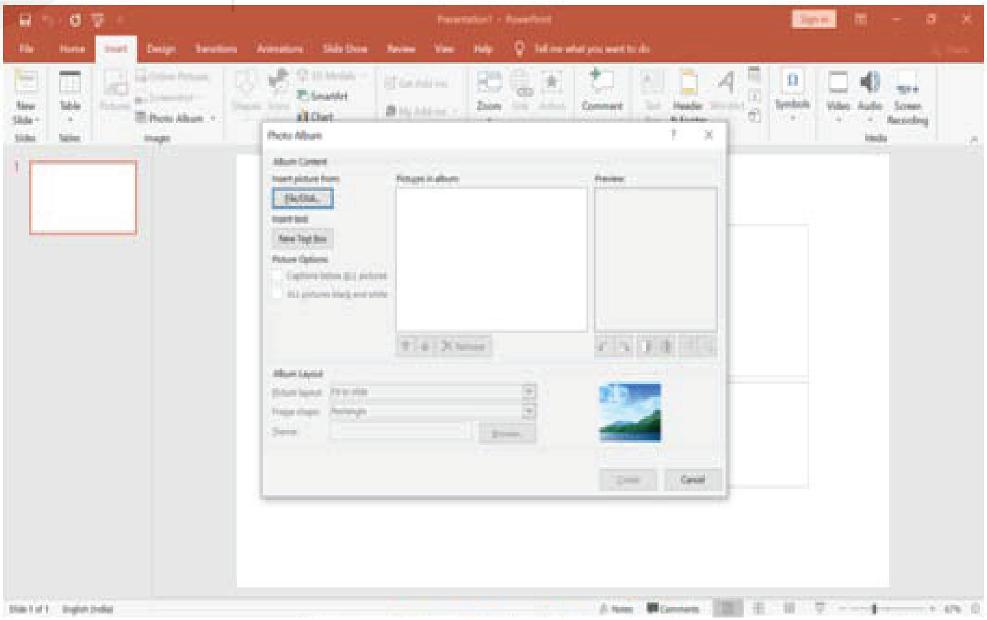
ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY



चित्र 15.7 : चित्रो / आरेखों / अन्य दृश्य

8) **चित्र जोडना:** हम प्रस्तुतियों में चित्रों, आरेखों और अन्य दृश्य को जोड़ सकते हैं, ये दर्शकों को संदेश या विचारों को जल्दी` समझने में मदद करते हैं। छवि पाठ की नीरसता को तोड़ती हैं और दर्शकों को समस्वरण (टयूनिंग) से बाहर रखने में मदद करती हैं। प्रस्तुति में चित्र जोड़ने के लिए, नीचे दिए गए चरणों का पालन करें:

- इन्सर्ट टैब (insert tab) पर क्लिक करें, और इमेजेस ऑप्शन (image options) पर जाएँ, यहाँ ऑब्जेक्ट्स (objects) डालने पर बड़ी संख्या में विकल्प आयेंगे।
- अपने कंप्यूटर पर फाइल से चित्र सम्मिलित करने के लिए चित्र बटन पर क्लिक करें।
- आप फोटो एल्बम बटन पर क्लिक करके स्लाइड में संपूर्ण फोटो सम्मिलित कर सकते हैं।

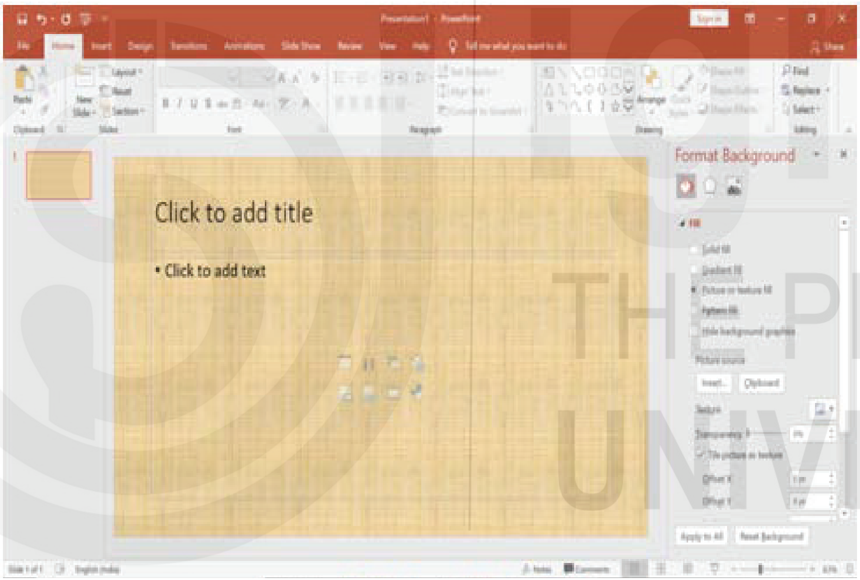


चित्र 15.8 : चित्र जोड़ें

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

9) **भूमिका जोडना :** सादा व सफेद प्रस्तुति उबाऊ होती है, प्रस्तुति को अधिक जीवंत और अविष्कारक बनाने के लिए उपयुक्त भूमिका को इसमें जोड़ा जा सकता है। एक उपयुक्त भूमिका जोड़ना प्रस्तुति के लिए दृश्य स्वभाव देता है। भूमिका जोड़ने के लिए नीचे दिए गए चरण का अनुसरण करें:

- अपनी स्लाइड के रिक्त भाग पर राइट–क्लिक करें और ''फॉर्मेट बैकग्राउंड'' (format background) चुनें, या
- डिजाइन टैब पर क्लिक करें और सबसे दाईं ओर बैक ग्राउन्ड (background) ''पृष्ठभूमि'' के बगल में तीर आइकन पर क्लिक करें।
- जिसे आप रखना चाहते हैं, उसे आप ठोस रंग, ग्रेडिएंट फिल, एक पिक्चर बैकग्राउंड या एक पैटर्न फिल चुन सकते हैं। प्रत्येक पसंद का चयन इसके लिए कई विकल्प प्रदर्शित करेगा, जैसे कि रंग भरना, चित्र, स्थान, ढाल सेटिंग्स, और बहुत कुछ।
- 'सभी पे न चुनने की कमी भूमिका से', भूमिका केवल आपकी सक्रिय स्लाइड पर लागू होगी। हर स्लाइड पर अपनी भूमिका विकल्पों को लागू करने के लिए ''सभी पर लागू करें'' बटन पर क्लिक करें।

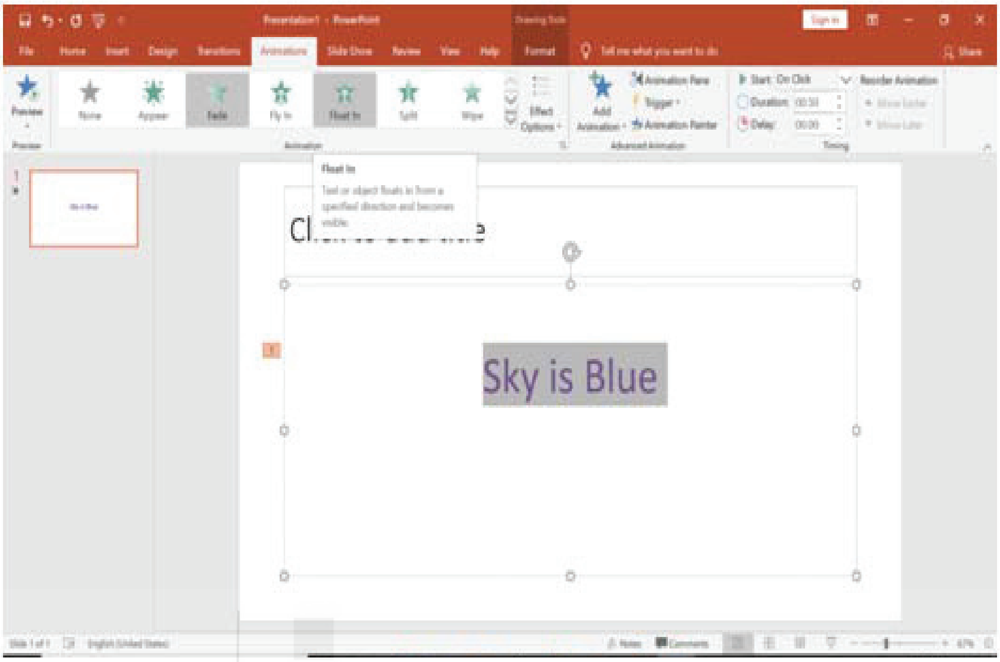


चित्र 15.9 : पृष्ठभूमि जोड़ें

10) **पावर प्वाइंट एनिमेशन जोड़ना:** पावर प्वाइंट आपकी रचनात्मकता को शक्ति देने के लिए डिजाइन किया गया एक अविश्वसनीय रूप से मजबूत एनिमेशन इंजन है। एनिमेशन ऐसे मूवमेंट (movement) हैं, जिन्हें आप अपनी स्लाइड के अलग–अलग ऑब्जेक्ट (object) पर लागू कर सकते हैं। आप उन सभी को पहले से चुनकर और फिर उन पर एनिमेशन लागू करके एक बार में कई ऑब्जेक्ट्स में एनिमेशन जोड़ सकते हैं। अपनी स्लाइड के एक तत्व में एक पावर प्वाइंट एनीमेशन जोड़ने के लिए, निम्न चरणो का पालन करें:

- तत्वों का चयन करें
- पूर्ववर्ती में एनिमेशन टैब पर जाएं
- अपने विकल्पों को देखने के लिए ड्रॉप–डाउन तीर पर क्लिक करें

- इच्छानुसार एनीमेशन का चयन करें



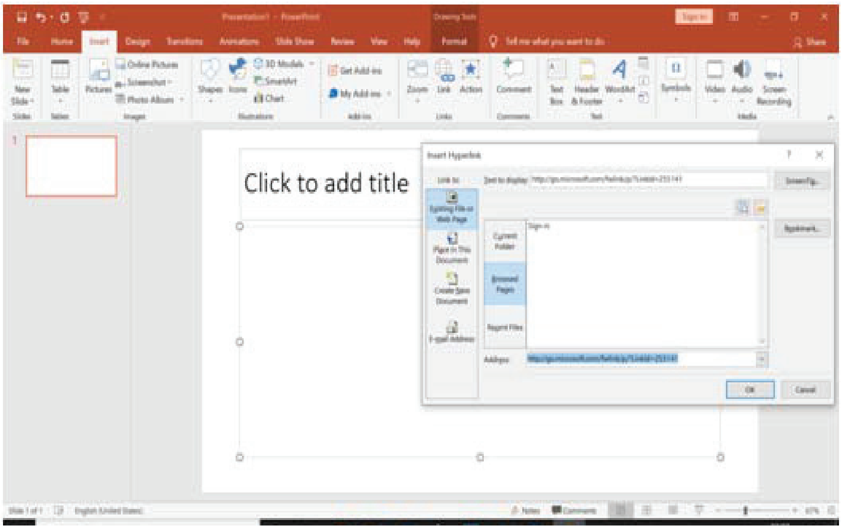
चित्र 15.10: एनिमेशन जोड़ें

पावर प्वाइंट एनीमेशन का पूर्वावलोकन करने के तीन तरीके हैं:

- एनिमेशन टैब में प्रीव्यू (preveiw) बटन पर क्लिक करें
- स्लाइड के आगे बने छोटे स्टार पर क्लिक करें
- स्लाइड को स्लाइड शो मोड में चलाएं

11) **श्रृंखला जोड़ना:** आप अपनी स्लाइड में श्रृंखला जोड़ सकते हैं, जो आपको वेबसाइटों या ईमेल पतों पर जल्दी पहुंचने की अनुमति देता है। एक श्रृंखला जोड़ने के लिए,

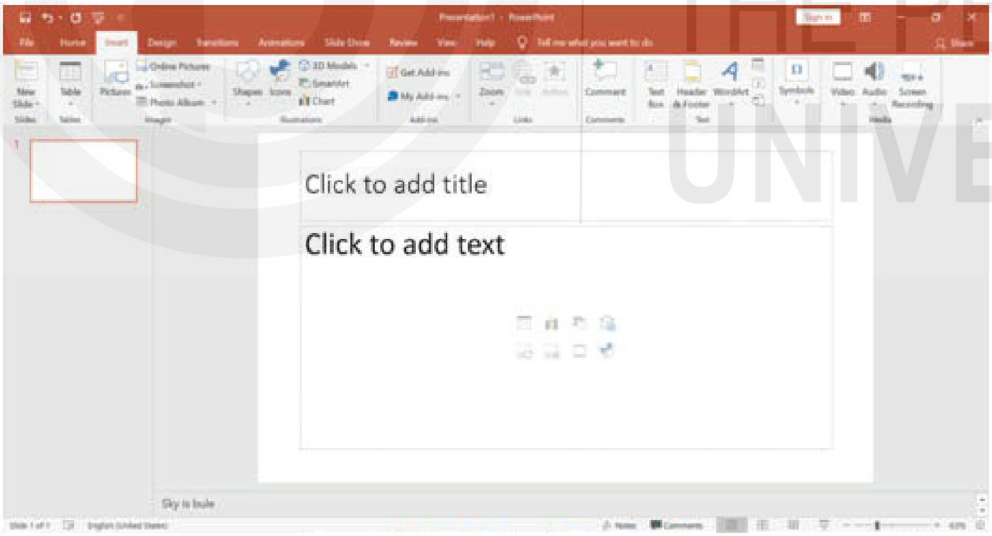
    - टेक्स्ट बॉक्स में कर्सर रखें और फिर राइट क्लिक करें
    - एक संवाद बॉक्स दिखाई देगा, फिर हाइपरलिंक विकल्प चुनें, हाइपरलिंक पर क्लिक करने के दौरान जैसा कि चित्र में दिखाया गया है, एक बॉक्स दिखाई देगा, उस वस्तु का चयन करें जिसे आप श्रृंखला करना चाहते हैं और ''ओके'' पर क्लिक करें।
    - आप अपने कंप्यूटर पर फाइल, वेबपेज, ईमेल पता, या अपनी प्रस्तुति में एक और स्लाइड से लिंक करने का विकल्प चुन सकते हैं।



चित्र 15.11: लिंक जोड़ें

12) **स्पीकर नोट्स जोड़ना** जब आप बहुत अधिक मात्रा में जानकारी नहीं रख सकते तो स्लाइड सबसे अच्छा माध्यम होता है। आप स्पीकर नोट्स में उपयोगी तथ्य एवं नोट्स डाल सकते हैं, और जिस रूप में उसे पेश करेगें वह आपको उसी रूप में दिखेंगे तथा उसके पश्चात आप उसी नोट्स को स्क्रीन के नीचे की विंडो से खोल सकते हैं।

- नीचे दिए गए पावर प्वाइंट में नोट्स बटन पर क्लिक करें।
- स्लाइड के नीचे नोट्स फलक के अंदर क्लिक करें, और अपने नोट्स टाइप करना शुरू करें।



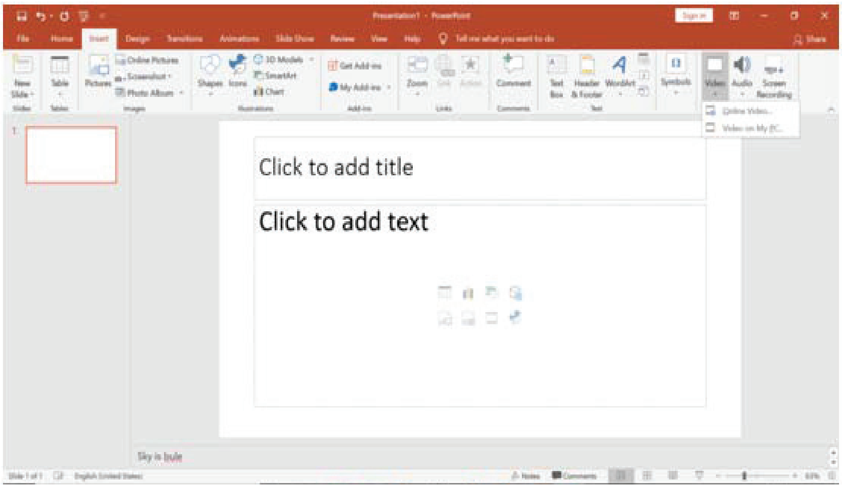
चित्र 15.12: स्पीकर नोट्स जोड़ें

13) **वीडियो जोड़ना:** आप अपनी स्लाइड में वीडियो फाइलों को जोड़ सकते हैं। यह रिपोर्ट या किसी अन्य वीडियो फाइल के लिए उपयोगी हो सकता है जो आपकी प्रस्तुति से संबंधित हो सकती है। स्लाइड दिखाई देने पर वीडियो फाइल चलेगी।

- शामिल करें टैब में वीडियो बटन पर क्लिक करें।

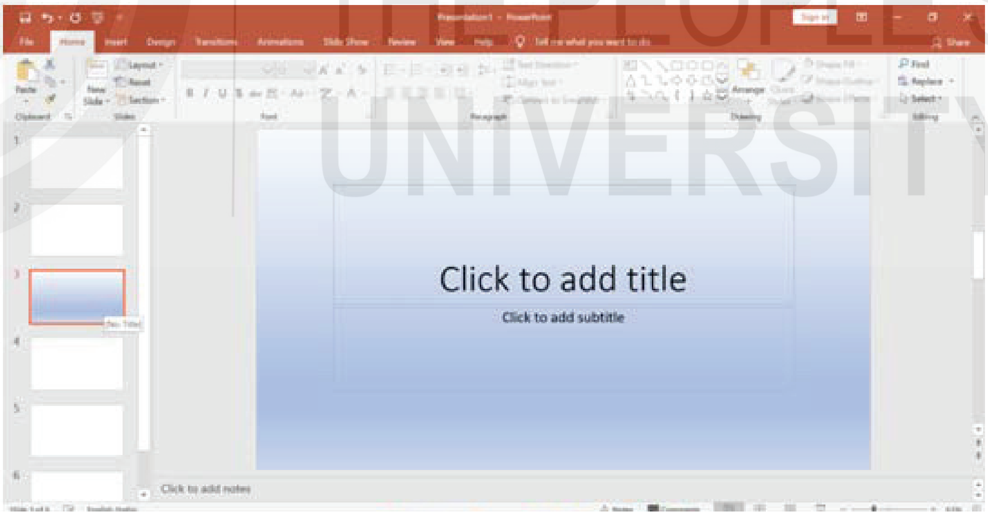
ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

- आप पीसी पर ऑनलाइन वीडियो और वीडियो के बीच चयन करने में सक्षम होंगे, आवश्यकतानुसार अपनी पसंद का वीडियों चयन करें और प्रस्तुति में जोड़ें।



चित्र 15.13: वीडियो जोड़ें

14) **अपनी प्रस्तुति में पथ प्रदर्शक बनायें** : आप अपनी स्लाइड के माध्यम से जल्दी से स्क्रॉल करने के लिए विंडो (window) के बाईं ओर फ्रेम का उपयोग कर सकते हैं। उनमें से किसी पर क्लिक करने से वह स्लाइड खुल जाएगी जिसे आप खोलना चाहते है ताकि आप उसे संपादित कर सकें। आप अपनी प्रस्तुति की रूपरेखा ट्री देखने के लिए आउटलाइन टैब पर क्लिक कर सकते हैं। प्रत्येक स्लाइड को स्लाइड शीर्षक द्वारा लेबल किया जा सकता है।



चित्र 15.14 : प्रस्तुति को नेविगेट करें

15) **अपनी प्रस्तुति का पूर्वावलोकन करना:** आप स्लाइड शो शुरू करने के लिए F5 बटन दबाकर इस बिंदु पर अपनी प्रस्तुति के प्रवाह के लिए एक वास्तविक अनुभव प्राप्त कर सकते हैं। स्लाइड्स को आगे बढ़ाने के लिए माउस पर क्लिक करें। प्रिव्यू (preveiw) स्लाइड शो का उपयोग यह जानने के लिए करते है कि प्रस्तुति कितनी लंबी है और एक स्लाइड से दूसरी में कितनी अच्छी जानकारी शामिल हैं।

15.3 व्यवसाय प्रस्तुति बनाना

व्यावसायिक प्रस्तुति को व्यापार, उत्पादों या व्यावहारिक जानकारी के लिए किसी भी औपचारिक जानकारी के रूप में परिभाषित कर आंतरिक एवं बाहरी दर्शकों को सूचित शिक्षित, प्रेरित और प्रभावित किया जाता है। इन प्रस्तुतियों को आमतौर पर ऑडियो या वीडियो प्रस्तुति सामग्री जैसे कि, सांख्यिकीय दस्तावेज, प्रोजेक्टर, फ्लिप चार्ट, व्हाइटबोर्ड (whiteboard) आदि के माध्यम से किया जाता है। व्यापारिक फर्म आमतौर पर बिक्री, प्रशिक्षण और आंतरिक संचार कार्यक्रमों में प्रस्तुतीकरण शब्दों और चित्रों की शक्ति का उपयोग करके करते हैं। ताकि, उनके दर्शक अपना ध्यान बनाए रखें। इसके लिए व्यवसाय के प्रस्तुतीकरण में सबसे आम उदाहरण इंट्रा–संगठन (intra-organisation) तथा बिक्री प्रस्तुतियाँ शामिल हैं। आम तौर पर, आपूर्तिकर्ता अपनी सेवाओं को पिच करने के उद्देश्य से एक संभावित ग्राहक के सामने बिक्री का आयोजन करते हैं, जबकि एक कंपनी के सदस्यों द्वारा इंट्रा संगठन प्रस्तुति का आयोजन अपने सहकर्मियों के सामने इस उद्देश्य के साथ किया जाता है कि वे नए ऑपरेशन या पॉलिसी का केस प्रस्तुत करें।

व्यावसायिक प्रस्तुति का महत्व

व्यावसायिक प्रस्तुतियों को अक्सर दर्शकों को अपनी पेशकश को स्वीकार करने के लिए प्रेरित करने के लिए अपने विचार या उत्पाद को बेचने के तरीके के रूप में व्यवसाय द्वारा उपयोग किया जाता है। एक प्रभावी व्यावसायिक प्रस्तुति व्यवसाय को बाजार और प्रतिस्पर्धी जानकारी प्राप्त करने में मदद करती है, जो एक तरह से उन्हें अपने व्यवसाय के प्रदर्शन को बेहतर बनाने में मदद करता है। अधिकारियों और प्रबंधकों को प्रमुख बाजारों और प्रतिस्पर्धी रणनीतियों के बारे में सूचित करने के लिए इसका उपयोग किया जा सकता है, इससे प्रबंधन को रणनीति बनाने में मदद मिल सकती है तथा विभिन्न बाजारों की जरूरतों के अनुसार विपणन योजना तैयार की जा सकती है व प्रबंधक प्रतिस्पर्धी विपणन रणनीतियों के बारे में अधिक जान सकते हैं। व्यावसायिक प्रस्तुतियाँ महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे अधिकारियों को कंपनी के प्रदर्शन पर विवरण साझा करने में सक्षम बनाती हैं। प्रदर्शन की जानकारी में कंपनी की बिक्री और मुनाफे, बाजार हिस्सेदारी और प्रति शेयर आय आदि पर विवरण शामिल हो सकता हैं। बिक्री की जानकारी प्रस्तुत करने से प्रबंधकों को बिक्री में सुधार करने के लिए रणनीति विकसित करने की अनुमति मिलती है।

एक व्यावसायिक प्रस्तुति की प्रभावशीलता को कई कारण निर्धारित करते हैं। उनमें से कुछ निम्नलिखित है :

- **कनेक्ट करना** (connecting)**:** एक व्यावसायिक प्रस्तुति कनेक्टिव (connective) होनी चाहिए; तथा यह समग्र संदेश देने के लिए दर्शकों और प्रस्तुतकर्ता के बीच एक यादगार सबंध अनुभव रखने के लिए संवादात्मक होनी चाहिए।
- **सूचनात्मक:** एक व्यावसायिक प्रस्तुति दर्शकों को जानकारी का एक अच्छा संदेश देना चाहिए जो आंख खोलने वाला तथा ज्ञानवर्धक हो।
- **प्रेरणादायक:** एक व्यावसायिक प्रस्तुति को महत्वपूर्ण बिंदुओं पर ध्यान केंद्रित करके साथ–साथ दर्शकों का ध्यान खींचने में सक्षम होना चाहिए।

- **अपील करना:** दृश्य या भौतिक प्रॉप्स (props) का उपयोग करने से व्यावसायिक प्रस्तुति का समग्र प्रभाव भी प्रभावित होता है। दर्शकों को अपील करने वाले कुछ कारक स्क्रीन प्रोजेक्टर, हैंडआउट, स्लाइड और प्रस्तुतकर्ता की बॉडी लैंग्वेज (body language) हैं।

व्यावसायिक प्रस्तुतियों के प्रकार

व्यापार प्रस्तुतियाँ मूल रूप से चार प्रकार की होती हैं, जो नीचे बताई गई हैं:

1) **समूह प्रस्तुतियाँ:** समूह प्रस्तुतियाँ संरचना में सूचनात्मक हैं, वे दर्शकों को नई रणनीतियों और कार्यक्रमों को स्वीकार करने के लिए मनाने की कोशिश करती हैं। ये प्रस्तुतियाँ एक टीम के निष्कर्षों को प्रभावी ढंग से संप्रेषित करती हैं। इनका उपयोग अक्सर बड़ी कॉर्पोरेट बैठकों में किया जाता है, जहां एक वरिष्ठ कार्यकारी विस्तृत कॉर्पोरेट दिशा–निर्देश प्रस्तुत करता है, जो विस्तृत रणनीति पेश करने वाले स्टाफ सदस्यों की एक श्रृंखला होती है।

2) **प्रस्तुति एड्स:** आजकल प्रस्तुतकर्ता द्वारा अपनी प्रस्तुति को सुधारने के लिए फ्लैश और पॉवरपॉइंट जैसे कंप्यूटर प्रोग्राम्स का इस्तेमाल किया जाता है। पावर प्वाइंट प्रस्तुतियाँ सरल, सस्ती और संपादित करने में आसान हैं और यह एक प्रभावी दृश्य उपकरण हैं। जबकि फ्लैश प्रस्तुतियां, अधिक महंगी, वीडियो अंशों के माध्यम से दर्शकों को प्रस्तुति का अनुभव करने में मदद कर सकती हैं।

3) **प्रेरक प्रस्तुतियाँ:** प्रेरक प्रस्तुतियाँ दर्शकों को एक निश्चित दृष्टिकोण का समर्थन करने के लिए राजी करना चाहती हैं। आम तौर पर, यह एक संगठन के लक्ष्य या समस्या की रूपरेखा तैयार करता है और फिर वर्तमान स्थिति के विवरण के लिए बयानों के द्वारा इसका अनुसरण करता है। यह प्रस्तुति दर्शकों को उस समाधान के पक्ष में ले जाएगी जो प्रस्तुतकर्ता द्वारा तथ्यों के साथ–साथ समान व्यावसायिक स्थितियों के उदाहरणों का उपयोग करते हुए पक्ष लिया गया हैं। उदाहरण के लिए, एक नया उत्पाद या सेवा शुरू करने या संयंत्र या उपकरण का विस्तार करने के लिए प्रस्तुति।

4) **सूचनात्मक प्रस्तुतियाँ:** किसी भी संगठन की उन्नति में एक सूचनात्मक व्यावसायिक प्रस्तुति महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है और दर्शकों को शिक्षित करने में मदद करती है। इसमें विपणन योजना सारांश व स्थिति रिपोर्ट शामिल है। इस तरह की प्रस्तुतियाँ में आम तौर पर एक समग्र मिशन वक्तव्य या लक्ष्य के साथ बारीकियों और कार्य योजनाओं का अनुसरण किया जाता है।

15.4 शोध प्रस्ताव प्रस्तुत करना

शोध प्रस्ताव एक शोध परियोजना का प्रस्ताव करने वाला दस्तावेज है। यह पूरी शोध परियोजना की रूपरेखा तैयार करता है और बताता है कि जांच का इरादा क्या है, यह कैसे किया जाएगा, और यह क्यों करना महत्वपूर्ण है। इस प्रस्ताव के प्रस्तुति का लक्ष्य प्रस्तुतकर्ता को यह प्रस्तुत करने का अवसर है कि वह अपने शोध विचारों को अन्य के समक्ष प्रस्तुत करके और उनको प्रतिक्रिया एवं सुझाव देने का अवसर प्रदान

करता है। आम तौर पर, शोध प्रस्ताव में अनुसंधान प्रक्रिया में शामिल सभी प्रमुख तत्व शामिल होने चाहिए और प्रस्तावित अध्ययन का मूल्यांकन करने के लिए पाठकों के लिए पर्याप्त जानकारी भी शामिल होनी चाहिए। प्रस्ताव में आपके पाठकों को यह समझाने के लिए पर्याप्त जानकारी होनी चाहिए कि आपके पास एक महत्वपूर्ण शोध विचार है, जो सिर्फ आपके पास है, प्रासंगिक साहित्य और प्रमुख मुद्दों की अच्छी समझ, तथा एक उचित कार्य प्रणाली है।

एक शोध प्रस्ताव के घटकः

एक शोध प्रस्ताव में निम्नलिखित तत्व शामिल हैं:

1) **शोध का शीर्षकः** प्रस्तुतिकरण की पहली स्लाइड में अध्ययन के तहत शोध प्रस्ताव के शीर्षक का उल्लेख किया जाना चाहिए। यह सूचनात्मक लघु आकर्षक होना चाहिए जो स्वतंत्र और आश्रित चर को इंगित करे। एक अच्छा शीर्षक शोध के वर्गीकरण और अनुक्रमण के लिए ''मुख्य शब्द'' (key words) प्रदान करता है।

2) **सारः** शीर्षक स्लाइड के बाद अगली स्लाइड में सार का उल्लेख किया जाता है। सार अनुसंधान के बारे में लगभग 200–300 शब्दों का एक संक्षिप्त सारांश है। इसमें सभी केंद्रीय तत्वों जैसे तर्क, उद्देश्यों, विधियों, आबादी, समय सीमा, और सटीक अध्ययन के अपेक्षित परिणामों को संक्षेप में प्रस्तुत करना होता है।

3) **परिचयः** सार के बाद अगली स्लाइड में शोध की शुरूआत बताई जानी चाहिए। परिचय की भूमिका की जानकारी पाठकों को की जाती है। इसमें स्पष्ट रूप से विषय क्षेत्र, शोध प्रश्न और शोध के महत्व ज्ञान को स्पष्ट रूप से निर्दिष्ट करना चाहिए।

4) **साहित्य की समीक्षाः** अगली स्लाइड में साहित्य की समीक्षा का उल्लेख होना चाहिए। इस खंड में हम सबसे प्रासंगिक और महत्वपूर्ण अध्ययनों का उल्लेख करते हैं जो पहले से ही विषय के बारे में प्रर्याप्त जानकरी रखते हैं। एक मजबूत साहित्य समीक्षा पाठक को आश्वस्त करती है कि प्रस्ताव के पास मौजूदा ज्ञान या सिद्धांत में एक ठोस आधार है और यह प्रदर्शित करता है कि इसका इस बातचीत में कैसा योगदान होगा। साहित्य की समीक्षाएं सारांश नहीं हैं, वे तर्क हैं कि एक अंतराल है, जिसे भरने के लिए पाठक को यह समझाने की जरूरत है कि अनुसंधान इन अंतरालों को भर देगा या कुछ महत्वपूर्ण सीमा या कमी को पूर्ण करेगा।

5) **उद्देश्यः** साहित्य की व्यापक समीक्षा देने के बाद, अगली स्लाइड में प्रस्तावित अनुसंधान के उद्देश्य स्पष्ट रूप से बताए जाने चाहिए। अनुसंधान उद्देश्य अनुसंधान का संचालन करके प्राप्त किए जाने वाले लक्ष्य हैं। उद्देश्य को स्थानीय परिस्थितियों के अनुसार देखते हुए तार्किक, सुसंगत, व्यवहार्य और यथार्थवादी होना चाहिए। उद्देश्यों को उन विशिष्ट चरणों के रूप में जाना जाता है जिन्हें आप अपने उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए करेंगे। उद्देश्य अनुसंधान का ''क्या' है, और इसका लक्ष्य "क्या" है।

6) **प्रश्न और/या परिकल्पनाएंः** उद्देश्यों के बाद, अगली स्लाइड में अध्ययन की परिकल्पना बताई जानी चाहिए। एक परिकल्पना को दो या दो से अधिक चरों के बीच संबंधों की एक अस्थायी भविष्यवाणी या स्पष्टीकरण के रूप में परिभाषित किया गया है। यह अस्थायी विचार या धारणा है, जो तर्क के लिए प्रस्तावित है ताकि यह देखने के लिए परीक्षण किया जा सके कि यह सच है या नहीं।

7) **कार्यप्रणालीः** अनुसंधान प्रस्ताव बनाने का अगला चरण कार्य पद्धति है। कार्यप्रणाली उन प्रक्रियाओं को बताती है, जिनका उपयोग अनुसंधान के उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए किया जाएगा। यह प्रश्न, अनुसंधान डिजाइन, अनुसंधान विषयों, नमूना प्रक्रिया, डेटा की आवश्यकता, विश्लेषणात्मक तकनीकों आदि के दृष्टिकोण को कवर करता है।

8) **ग्रंथ सूची संदर्भः** पद्धति के बाद, अगली स्लाइड में प्रस्ताव में उल्लिखित विभिन्न अध्ययनों, रिपोर्टों और आंकड़ों के संदर्भों को निर्दिष्ट किया जाना चाहिए। आमतौर पर, संदर्भों को वैंकूवर शैली (Uancover style)में लिखा जाता है और क्रम में पाठ के पूरे पुष्ट में लगातार लिखा जाना चाहिए जिसमें वे पहली बार उल्लिखित हैं।

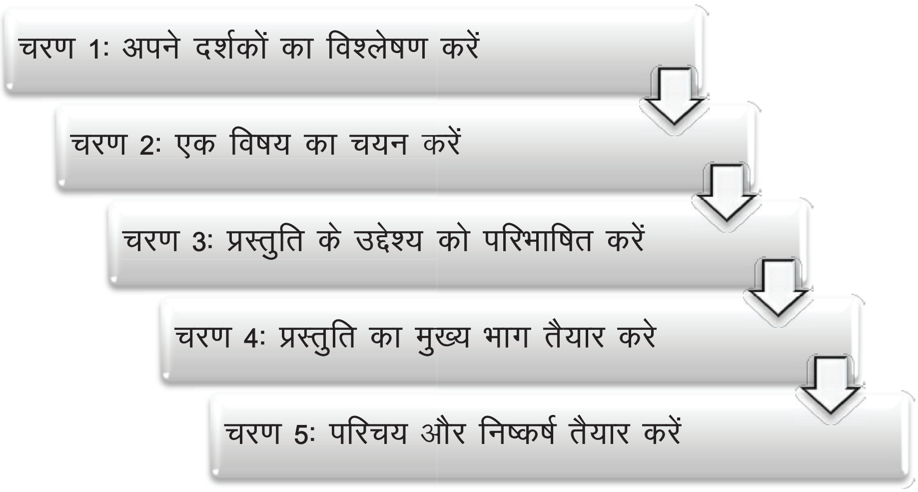
9) **अनुलग्नकः** प्रस्तुति की अंतिम स्लाइड में अध्ययन के लिए परिशिष्ट संलग्न करना चाहिए। इसमें विभिन्न दस्तावेज जैसे कि, साक्षात्कार, प्रोटोकॉल, सूचित सहमति प्रपत्रों का नमूना, उपयुक्त हितधारकों को भेजे गए पत्र, अनुसंधान करने के लिए आधिकारिक पत्र, मूल वेतनमान या प्रश्नावली आदि शामिल हैं।

15.5 परियोजना प्रस्तुति बनाना

उत्पाद या परियोजना की प्रक्रिया को मूल्यांकनकर्ताओं को समझाने के लिए परियोजना प्रस्तुति बनाए जाते हैं। यह परियोजना प्रस्तुति दस्तावेजों और उत्पाद डेमो द्वारा पूरा होता है। प्रस्तुतकर्ता प्रस्तुति द्वारा सूचना देने, मनाने, प्रेरित करने, अच्छी सोच बनाने या दर्शकों को एक नया विचार बनाने के लिए प्रस्तुति देता है। मूल्यांकनकर्ता मौके पर सवाल पूछकर संदेह को दूर कर सकते हैं। हालांकि अधिकांश मूल्यांकनकर्ता दस्तावेज को पढ़ना चाहते हैं, फिर भी इस बात की कोई गारंटी नहीं होती है कि वे इसे पूरा पढ़ेंगे। इसलिए, वे पहले प्रस्तुति में भाग लेना पसंद करते हैं और बाद में रिपोर्ट पढ़ते हैं। ऐसे मामले में, प्रस्तुति मूल्यांकनकर्ता के दिमाग में परियोजना की पहली छाप बनाता है। और कुछ मामलों में, संपूर्ण मूल्यांकन पूरी तरह से प्रस्तुति पर आधारित होता है जो निश्चित रूप से प्रस्तावित परियोजना का एक प्रमुख निर्धारक है।

एक परियोजना प्रस्तुति की तैयारी में उठाये जाने वाले कदम

अगर सही कहा जाए तो प्रोजेक्ट प्रस्तुति की योजना बनाना एक भारी अनुभव हो सकता है। एक प्रभावी परियोजना प्रस्तुति में निम्न चरणों का वर्णन किया गया हैः



चित्र 15.15 : परियोजना प्रस्तुति की तैयारी में उठाये जाने वाले कदम

1) **चरण 1: अपने दर्शकों का विश्लेषण करें:** परियोजना प्रस्तुति बनाने का पहला चरण दर्शकों का विश्लेषण करना है, जिनके लिए प्रस्तुति को संबोधित किया जाएगा और उनके बारे में अधिक से अधिक जानने की कोशिश करनी चाहिए। प्रस्तुतकर्ता को प्रस्तुति से उनकी अपेक्षाओं के बारे में विचार प्राप्त करने के लिए दर्शकों की पृष्ठभूमि, अहमियत व रूचि बारे में जानकारी प्राप्त करनी चाहिए।

2) **चरण 2: एक विषय का चयन करें:** दर्शकों का विश्लेषण करने के बाद, प्रस्तुतकर्ता को उस विषय का चयन करना चाहिए, जो दर्शकों और आपके लिए रुचिकर हो किसी प्रस्तुति को प्रस्तुत करना तब बहुत आसान हो जाता है, जब प्रस्तुतकर्ता के हित के विषय पर शोध करने के लिए दर्शकों को प्रासंगिक और अधिक सुखद लगता है।

3) **चरण 3: प्रस्तुति के उद्देश्य को परिभाषित करें:** परियोजना के विषय में से एक का चयन करने के पश्चात्, अगला चरण एकल संक्षिप्त विवरण में प्रस्तुति के उद्देश्य को लिखना है। उद्देश्य को निर्दिष्ट करना होगा कि प्रस्तुतकर्ता दर्शकों को क्या संदेश देना चाहता है। प्रस्तुतकर्ता के पास समय की मात्रा और दर्शकों की पृष्ठभूमि के ज्ञान के आधार पर उद्देश्य होते हैं। उद्देश्य प्रस्तुतकर्ता को उसे केंद्रित रखने के लिए मार्गदर्शन करते हैं और प्रस्तुति को विकसित करने के लिए मार्गदर्शन प्रदान करते हैं।

4) **चरण 4: प्रस्तुति का मुख्य भाग तैयार करें:** प्रस्तुति के उद्देश्यों को परिभाषित करने के बाद, अगला कार्य यह निर्धारित करना है कि आवंटित समय में कितनी जानकारी प्रस्तुत की जा सकती है। प्रस्तुति का मुख्य भाग वह जगह है जहां प्रस्तुतकर्ता अपने विचारों को प्रस्तुत कर सकता है। विचारों को प्रस्तुत करने के लिए प्रस्तुतकर्ता को विभिन्न तथ्यों और आंकड़ों का उपयोग करना चाहिए, जो व्यक्तिगत अनुभव से संबंधित हो और साथ प्रस्तुति तैयार करके जीवन विवरण प्रदान करना हो। प्रस्तुतिकर्ता को विवरण के सही स्तर के साथ प्रस्तुति तैयार करने के लिए दर्शकों के बारे में ज्ञान को ध्यान में रखना चाहिए।

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

5) **चरण 5: परिचय और निष्कर्ष तैयार करें**: एक बार प्रस्तुति के सभी आवश्यक शर्तें पूरी हो जाने के बाद, प्रस्तुतकर्ता को इस बात पर निर्णय लेना चाहिए कि कैसे शुरू और समाप्त करें। दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने और उनका ध्यान केन्द्रित करने के लिए प्रस्ताव को पर्याप्त रूप से आकर्षक होना चाहिए। परिचय श्रोताओं के लक्ष्यों, मूल्यों और आवश्यकताओं के लिए प्रासंगिक होना चाहिए तथा प्रस्तुति के उद्देश्य को स्पष्ट करता हुआ होना चाहिए। प्रस्तुति का निष्कर्ष महत्वपूर्ण बिंदुओं को संक्षेप में प्रस्तुत करना और मुख्य विचारों को संप्रेषित करना होना चाहिए।

बोध प्रश्न क

1) पावर प्वाइंट प्रस्तुति में स्पीकर्स नोट्स कैसे जोड़ें जात हैं?

....

....

....

....

....

2) पावर प्वाइंट प्रस्तुति में एक नई स्लाइड कैसे जोड़ें?

....

....

....

....

....

3) प्रेरक प्रस्तुति क्या है?

....

....

....

....

....

4) शोध प्रस्ताव क्या है?

....

....

....

....

....

....

5) साहित्य की समीक्षा से आप क्या समझते हैं?

....

....

....

....

....

15.6 सारांश

पावरपॉइंट, प्रस्तुति के लिए बहुत उपयोगी सॉफ्टवेयर टूल है। यह प्रस्तुति डेवलपर / यूजर को प्रस्तुति में विभिन्न तत्वों को शामिल करने का अवसर प्रदान करता है, ताकि इसे प्रभावी एवं अधिक आकर्षक बनाया जा सके। विषय का ज्ञान आपको प्रस्तुति को रोचक बनाने के लिए विभिन्न घटकों की पहचान करने में मदद करेगा। जब आप प्रस्तुति देने की योजना बनाते हैं, तो सबसे पहले आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि प्रस्तुतिकरण में उपलब्ध संसाधनों का क्या उपयोग किया जाए।

व्यावसायिक प्रस्तुति को व्यापार, उत्पाद या व्यावहारिक जानकारी के बारे में किसी भी औपचारिक जानकारी, को आंतरिक और बाहरी दर्शकों को शिक्षित, प्रेरित और सूचित करने के लिए प्रयोग किया जाता है। व्यावसायिक प्रस्तुतियों में अक्सर दर्शकों को अपनी पेशकश के द्वारा स्वीकार करने के लिए प्रेरित करने के लिए अपने विचार या उत्पाद को बेचने के तरीके के रूप में व्यवसाय द्वारा उपयोग किया जाता है। एक प्रभावी व्यावसायिक प्रस्तुति व्यवसाय को बाजार और प्रतिस्पर्धी जानकारी प्राप्त करने में मदद करती है, जो एक तरह से उन्हें अपने व्यवसाय के प्रदर्शन को बेहतर बनाने में मदद करता है। व्यावसायिक प्रस्तुतियाँ मूल रूप से चार प्रकार की होती है समूह प्रस्तुति, सहायता प्रस्तुति, प्रेरक प्रस्तुति तथा सूचनात्मक प्रस्तुति हैं।

शोध प्रस्ताव एक शोध परियोजना का प्रस्ताव करने वाला दस्तावेज है। यह पूरी शोध परियोजना की रूपरेखा तैयार करता है और बताता है कि जांच का इरादा क्या है, यह कैसे किया जाएगा, और यह क्यों करना महत्वपूर्ण है। एक प्रस्ताव प्रस्तुति का लक्ष्य प्रस्तुतकर्ता को पेश करने का अवसर है और यह अपने शोध विचारों को अन्य के लिए प्रस्तुत करने और उनसे प्रतिक्रिया व और सुझाव प्राप्त करने का अवसर प्रदान करता है। एक शोध प्रस्ताव प्रस्तुति में महत्वपूर्ण शीर्षक शामिल होने चाहिए, जैसे कि शोध का शीर्षक, सार, साहित्य की समीक्षा, अध्ययन के उद्देश्य, शोध पद्धति, ग्रंथ सूची, संदर्भ आदि।

उत्पाद या परियोजना की प्रक्रिया को मूल्यांकनकर्त्ताओं को समझाने के लिए परियोजना प्रस्तुति बनाए जाते हैं। यह परियोजना प्रस्तुति दस्तावेजों और उत्पाद डेमो द्वारा पूरा होता है। प्रस्तुतकर्ता प्रस्तुति द्वारा सूचना देने, मनाने, प्रेरित करने, अच्छी इच्छा बनाने या दर्शकों को एक नया विचार बनाने करने के लिए प्रस्तुति देता है। प्रस्तुति में दर्शकों के लिए पांच आसान चरण शामिल किये जाते है, एक विषय का चयन करते हुए, प्रस्तुति के उद्देश्य को परिभाषित करते हुए, प्रस्तुति का निकाय तैयार करते हुए, क्रमशः परिचय और निष्कर्ष तैयार करते हैं।

15.7 शब्दावली

क्लिप आर्ट्स (Clip Arts): क्लिप आर्ट मीडिया फाइलों (छवियों, वीडियो, ऑडियो और एनीमेशन फाइलों) का एक संग्रह है, जिसे माइक्रोसाफ्ट पावरप्वांइट के अनुप्रयोग के साथ शामिल करता है।

अनुसंधान प्रस्ताव (Research Proposal): एक शोध प्रस्ताव एक शोध परियोजना का प्रस्ताव करने वाला एक दस्तावेज है। यह पूरी शोध परियोजना की रूपरेखा तैयार करता है और बताता है कि जांच का इरादा क्या है, यह कैसे किया जाएगा, और यह क्यों करना महत्वपूर्ण है।

सार (Abstract): अनुसंधान के बारे में लगभग 200–300 शब्दों का एक संक्षिप्त सार है। इसमें सभी केंद्रीय तत्वों जैसे तर्क, उद्देश्यों, विधियों, आबादी, समय सीमा, और सटीक अध्ययन के अपेक्षित परिणामों को संक्षेप में प्रस्तुत करना चाहिए।

साहित्य की समीक्षा (Review of Literature):: साहित्य की समीक्षा तर्क है कि एक अंतराल को जिसे भरने के लिए पाठक को यह समझाने की आवश्यकता है कि अनुसंधान इन अंतरालों को भर देगा या कुछ महत्वपूर्ण सीमा या कमी को पूर्ण करेगा।

परिकल्पना (Hypothesis): एक परिकल्पना को एक अस्थायी भविष्यवाणी या दो या अधिक चर के बीच संबंधों की व्याख्या के रूप में परिभाषित किया गया है। यह अस्थायी विचार या धारणा है, जो तर्क के लिए प्रस्तावित है, ताकि यह देखने के लिए परीक्षण किया जा सके कि यह सच है या नहीं।

व्यवसाय प्रस्तुति (Business presentation): व्यावसायिक प्रस्तुति को व्यापार, उत्पादों या व्यावहारिक जानकारी के बारे में किसी भी औपचारिक जानकारी के रूप में परिभाषित किया जाता है, इसका उद्देश्य आंतरिक और बाहरी दर्शकों को शिक्षित, प्रेरित और सूचित करना होता है।

प्रस्तुति ऐड्स (Presentation aids): प्रस्तुतकर्ता द्वारा अपनी प्रस्तुति को बढ़ाने के लिए फ्लैश और पॉवरपॉइंट जैसे कंप्यूटर प्रोग्राम को प्रस्तुति ऐड्स के नाम से जाना जाता है।

परियोजना प्रस्तुतिः (Project presentation): उत्पाद या परियोजना की प्रक्रिया को मूल्यांकनकर्ताओं को समझाने के लिए परियोजना प्रस्तुतियाँ की जाती हैं। परियोजना प्रस्तुति दस्तावेजों और उत्पाद डेमो द्वारा पूरी होती है।

15.8 स्वपरख प्रश्न

1) पावरपॉइंट प्रस्तुति कैसे बनाई जाती हैं? पावर प्वांइट प्रस्तुतियों को बनाने के घटक बताए।
2) व्यावसायिक प्रस्तुति से आप क्या समझते हैं? विभिन्न प्रकार की व्यावसायिक प्रस्तुतियाँ बताइए।
3) व्यावसायिक प्रस्तुति का महत्व क्या है? व्यावसायिक प्रस्तुतियों की प्रभावशीलता को निर्धारित करने वाले विभिन्न कारक बताएं।
4) अनुसंधान प्रस्ताव के विभिन्न घटकों के बारे में बताइये।
5) परियोजना प्रस्तुति में शामिल विभिन्न चरणों की व्याख्या करें।

नोटः ये प्रश्न आपके अभ्यास के लिए हैं। इनके उत्तर लिखने का अभ्यास करें किंतु उत्तरों को विश्वविद्यालय में मूल्यांकन के लिए न भेजें। प्रश्नों के उत्तर लिखकर आप स्वयं अपनी प्रगति की जाँच कर सकते हैं।