

# Braddock's Model

## ब्राडॉक का प्रतिरूप

**Dr. Archana Bharti**

**Guest Faculty, MMHAPU**

**MJMC/SEM 1/Paper 101**

**Date- 26/06/2021**

# Braddock's Model

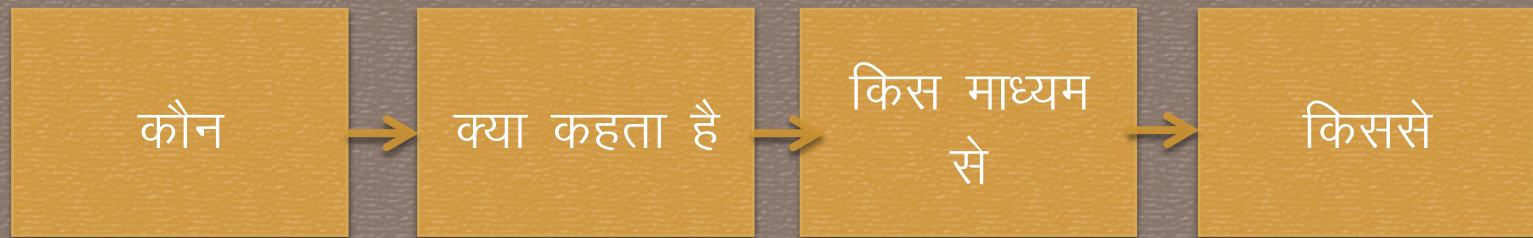


- ❧ वर्ष 1958 में ब्राडॉक ने लासवेल के मॉडल में कुछ परिवर्तन किए।
- ❧ इन्होंने बताया कि संचार प्रक्रिया में प्रभाव (**Effect**), परिस्थितियां और उद्देश्य पर निर्भर करता है।
- ❧ ब्राडॉक ने संचार की प्रक्रिया में दो तत्वों को जोड़ते हुए बताया कि "किन परिस्थितियों में संदेश को भेजा जाता है और संदेश पहुंचाने का उद्देश्य क्या है।

# Braddock's Model

- ❧ ब्राडॉक ने अपने प्रतिरूप में सात तत्वों (**Elements**) की चर्चा की है जो इस प्रकार हैं—
- ❧ इनके प्रतिरूप में कौन (**Who**), क्या कहता है (**Says What**), किस माध्यम से (**In which channel**), किससे (**To whom**), किन परिस्थितियों में (**In which situation**), किस उद्देश्य से (**What objective**) और क्या प्रभाव पड़ा (**With what effect**)?
- ❧ इन्होंने स्थिति और उद्देश्य को जोड़कर संचार को समग्रता में प्रस्तुत करने का प्रयास किया।

# Braddock's Model



किस अवस्था में ?  
किस उद्देश्य के लिए ?  
क्या प्रभाव पड़ा ?

# सीमाएं (Limitations)

---

- ❧ ब्राडॉक के मॉडल में निम्नलिखित सीमाएं हैं—
- ❧ इस प्रतिरूप के अनुसार, स्रोत (Who) चाहता है कि वह श्रोता को प्रभावित करने के उद्देश्य से सम्प्रेषण करे परन्तु हमेशा ऐसा नहीं होता है।
- ❧ यह सिद्धांत प्रोपेगण्डा को अधिक स्पष्ट करता है क्योंकि प्रोपेगण्डा में हमेशा लक्ष्य को प्रभावित करने के उद्देश्य से संचार किया जाता है।

# सीमाएं (Limitations)



इस मॉडल के अनुसार सम्प्रेषण का हमेशा कुछ न कुछ प्रभाव होता है परन्तु यह जरूरी नहीं। कभी-कभी यह सम्प्रेषण प्रभावहीन हो जाता है। इस प्रतिरूप से संचार के शक्तिशाली और प्रभावशाली होने का भ्रम होता है। जिसके कारण इसमें सम्प्रेषण को 'जादुई प्रक्रिया' के रूप में माना जाने लगता है।

# सीमाएं (Limitations)

---

- सम्प्रेषण की प्रक्रिया में शोध के क्षेत्र अलग-अलग होते हैं। जैसे कि- रेडियो, टेलीविजन एवं समाचार पत्र-पत्रिकाओं की सामग्रियों में काफी अंतर होता है। इसके लक्षित समूह भिन्न-भिन्न होते हैं।
- इस प्रतिरूप में फीडबैक अथवा प्रतिपुष्टि को स्थान नहीं दिया गया है।