Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

MESC
Media & Entertainment Skills Council

प्रतिभागी हैंडबुक

क्षेत्र
मीडिया और मनोरंजन

उप-क्षेत्र
विज्ञापन, प्रिंट, आउट-ऑफ-होम विज्ञापन (OOH), डिजिटल

पेशा
कला और डिजाइनिंग

संदर्भ आईडी: **एमईएस/क्यू 0601,संस्करण2.0**
एनएसक्यूएफ स्तर 4

ग्राफिक डिजाइनर

यह पुस्तक
मीडिया और मनोरंजन कौशल परिषद
पता :522-524, डीएलएफ टॉवर ए, जसोला, नई दिल्ली 110025
द्वारा क्रिएटिव कॉमन्स लाइसेंस के तहत :CC-BY -SA
प्रायोजित है

Attribution-ShareAlike: CC BY-SA

यह लाइसेंस तभी तक किसी व्यक्ति को व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए भी आपके कार्य में मिश्रण, थोडा बदलने व निर्माण करने कि आज्ञा देता है, जब तक कि वे आपको श्रेय देते हैं और समान शर्तों के तहत अपनी नई रचनाओं का लाइसेंस देते हैं। इस लाइसेंस की तुलना अक्सर "कॉपीराइट" सोर्स सॉफ्टवेयर-फ्री और ओपनलाइसेंस से की जाती है। आपके कार्य के आधार पर निर्मित सभी नए कार्यों का एक ही लाइसेंस होगा, इसलिए यह किसी भी व्युत्पन्न कार्य के व्यावसायिक उपयोग की भी अनुमति देगा। यह विकिपीडिया द्वारा उपयोग किया जाने वाला लाइसेंस है और उन सामग्रियों के लिए अनुशंसित है जो विकिपीडिया और इसी तरह के लाइसेंस प्राप्त परियोजनाओं से ली गई हैं।

कौशल एक बेहतर भारत का निर्माण कर रहा है।
यदि हमें भारत को विकास की ओर ले जाना है
तो कौशल विकास हमारा मिशन होना चाहिए।

श्री नरेंद्र मोदी
भारत के प्रधान मंत्री

Certificate

COMPLIANCE TO
QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

MEDIA AND ENTERTAINMENT SKILLS COUNCIL

for the

SKILLING CONTENT: PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of
Job Role/ Qualification Pack: '**Graphic Designer**' QP No. '**MES/Q0601 NSQF Level 4**'

Date of Issuance:
Valid up to: **February 23, 2027**
* Valid up to the next review date of the Qualification Pack
'Valid up to date mentioned above (whichever is earlier)

Authorised Signatory
(Media and entertainment skills council)

स्वीकृतियाँ

मीडिया और मनोरंजन कौशल परिषद (एमईएससी) उन सभी व्यक्तियों और संस्थानों का आभार व्यक्त करना चाहता है जिन्होंने इस "प्रतिभागी मैनुअल" को तैयार करने में अलग-अलग तरीकों से अपनी भागीदारी निभाई। उनके योगदान के बिना यह पूरा नहीं हो सकता था। विशेष रूप से उन लोगों का धन्यवाद जिन्होंने इसके विभिन्न मॉड्यूल को तैयार करने में अपना सहयोग दिया। इन मॉड्यूल के लिए सहकर्मी समीक्षा प्रदान करने वाले सभी लोगों की भी दिल खोल कर प्रशंसा की जाती है।

मीडिया और एंटरटेनमेंट इंडस्ट्री के सहयोग के बिना इस मैनुअल को तैयार करना कभी भी संभव नहीं हो पाता। शुरुआत से लेकर अंत तक उद्योग जगत का फीडबैक बेहद उत्साहजनक रहा है और उनकी दी गयी प्रतिक्रिया से ही हमने उद्योग जगत में मौजूदा कौशल अंतर को कम करने की कोशिश की है।

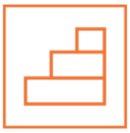
यह प्रतिभागी मैनुअल उन इच्छुक युवाओं को समर्पित है जो विशिष्ट कौशल प्राप्त करना चाहते हैं जो भविष्य में उनके प्रयासों की आजीवन संपत्ति साबित हो सकती है।

इस पुस्तक के बारे में

इस प्रतिभागी हैंडबुक को संदर्भ आईडीः एमईएस/क्यू 0601 के साथ ग्राफिक डिजाइनर के योग्यता पैकः (क्यूपी) के लिए प्रशिक्षण के लिए तैयार किया गया है। इस योग्यता पैक के तहत 4 राष्ट्रीय व्यावसायिक मानक (एनओएस) हैं। इस पुस्तक में प्रत्येक राष्ट्रीय व्यावसायिक (NOS) को 4 यूनिट्स में शामिल किया गया है।
प्रत्येक एनओएस के लिए सीखने के प्रमुख उद्देश्य उस एनओएस के लिए इकाई की शुरुआत को चिह्नित करते हैं। विषय-सूची में, आपको मॉड्यूल के नाम उनके संबंधित एनओएस कोड के साथ मिलेंगे। इस पुस्तक में प्रयुक्त प्रतीकों का वर्णन नीचे किया गया है।

प्रयुक्त प्रतीक

सीखने के प्रमुख परिणाम


चर

समय

टिप्स

नोट्स

इकाई उद्देश्य

अभ्यास

विषय-सूची

क्रमांक	मॉड्यूल और इकाइयाँ	पृष्ठ संख्या
1.	परिचय और अभिविन्यास	1
	इकाई 1.1 - मीडिया और मनोरंजन का परिचय	2
	यूनिट 1.2 - एक ग्राफिक डिजाइनर के कर्तव्य और जिम्मेदारियां	14
2.	ग्राफिक विज़ुअलाइज़ेशन की संक्षिप्त में व्याख्या एमईएस/एन0601	22
	यूनिट 2.1 - ग्राफिक शैली सामग्री में लेआउट का महत्व	24
	यूनिट 2.2 - ग्राफिक शैली की शुरुआत- लेआउट और संरचना	27
	यूनिट 2.3 - ग्राफिक शैली की शुरुआत- रंग	35
	यूनिट 2.4 - कला, डिजाइन और अन्य की मूल बातें	52
	यूनिट 2.5 - ब्रांडिंग और पहचान	67
3.	ग्राफिक टूल्स का प्रबंधन एमईएस/एन0602	81
	यूनिट 3.1 - डिजाइन प्रक्रिया के लिए टूल तैयार करना	83
	यूनिट 3.2 - उत्पादन के दौरान कार्य उत्पाद	97
	यूनिट 3.3- सामान्य ग्राफिक शैली फ़ाइल प्रारूपों की व्याख्या	106
4.	विज़ुअल और डिजाइन तैयार करना एमईएस/एन0603	114
	यूनिट 4.1 - एक कुशल उत्पाद स्तर का उत्पादन कैसे करें	116
5.	ग्राफिक डिजाइन बनाना और संपादित करना एमईएस/एन0604	126
	यूनिट 5.1- रास्टर और वेक्टर ग्राफिक्स इम्पोर्ट करना	128
	यूनिट 5.2- ग्राफिक्स एक्सपोर्ट करना	135
	यूनिट 5.3-वेक्टर ग्राफिक्स के रूप में एक्सपोर्ट करना	138
	यूनिट 5.4- सिंगल पेज स्टाइल बनाम मल्टीपल पेज वेबसाइट	151
	यूनिट 5.5 - छह आवश्यक ग्राफिक डिजाइन सॉफ्टवेयर।	159
6.	कार्यस्थल को स्वस्थ्य और सुरक्षित बनाए रखना एमईएस/एन0104	170
	यूनिट 6.1 - कार्यक्षेत्र को स्वस्थ और सुरक्षित बनाए रखना	172
	यूनिट 6.2 - प्राथमिक चिकित्सा	175

क्रमांक	मॉड्यूल और इकाइयाँ	पृष्ठ संख्या
7.	सॉफ्ट स्किल्स और कम्युनिकेशन स्किल्स	191
	यूनिट 7.1 - सॉफ्ट स्किल्स का परिचय	192
	यूनिट 7.2 - प्रभावी संचार	197
	यूनिट 7.3 - सौंदर्य (ग्रूमिंग) और स्वच्छता	202
	यूनिट 7.4 - पारस्परिक कौशल विकास	217
	यूनिट 7.5 - सामाजिक संपर्क	232
	यूनिट 7.6 - समूह बातचीत	241
	यूनिट 7.7 - समय प्रबंधन	249
	यूनिट 7.8 - रिज्यूमे की तैयारी	251
	यूनिट 7.9 - साक्षात्कार की तैयारी	262

1. परिचय

यूनिट 1.1 - मीडिया और मनोरंजन इकाई का परिचय
यूनिट 1.2 - एक ग्राफिक डिजाइनर के कर्तव्य और जिम्मेदारियां

इकाई 1.1: मीडिया और मनोरंजन का परिचय

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- भारत में मीडिया और मनोरंजन उद्योग का वर्णन करना
- मीडिया और मनोरंजन उद्योग में अपेक्षित विकास का वर्णन करना
- उद्योग के विभिन्न उत्पादों और प्रक्रियाओं का प्रदर्शन
- उद्योग में उपयोग किए जाने वाले कुछ मुख्य शब्दों (कीवर्ड) की पहचान करना

1.1.1 भारत में मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र

भारतीय मीडिया और मनोरंजन (एम एंड ई) क्षेत्र दुनिया में सबसे बड़ा क्षेत्र है। यह दुनिया में सबसे बड़े क्षेत्रों में 14 वें स्थान पर है। यह क्षेत्र भारतीय सकल घरेलू उत्पाद का 1.7% है और 2022 में इसके 4.5 लाख करोड़ रुपये के साथ सकल घरेलू उत्पाद का
2.2% होने की उम्मीद है। यह क्षेत्र हमारे देश के 9.3% कार्यबल को रोजगार देता है और हम 2017 के अंत तक इसके 17% होने की उम्मीद कर रहे हैं

2014 से 2018 तक मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में लगभग 11 प्रतिशत सीएजीआर की वृद्धि हुई है जो मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र को 1.43 ट्रिलियन रुपये का उद्योग बनाती है। यह अनुमान है कि वित्त वर्ष 18-23 में भारतीय मीडिया और मनोरंजन बाजार 13.1% के सीएजीआर के साथ बढ़कर 2.66 ट्रिलियन रुपये तक पहुंच जाएगा। एम एंड ई क्षेत्र का औद्योगिक प्रदर्शन नीचे दिए गए चित्र में दर्शाया गया है।

Overall industry size (INR billion)	FY14	FY15	FY16	FY17	FY18	Growth in FY18 over FY17
TV	433.7	489.9	551.7	595.3	651.9	9.5%
Print	248.2	268.4	288.4	308.4	318.9	3.4%
Films	126.4	126.9	137.1	145.0	158.9	9.6%
Digital advertising	32.5	47.0	64.9	86.2	116.3	35.0%
Animation and VFX	41.0	46.5	53.2	62.3	73.9	18.6%
Gaming	20.3	24.3	27.6	32.4	43.8	35.1%
OOH	19.9	22.3	25.5	28.6	32.0	11.9%
Radio	17.2	19.8	22.7	24.0	25.9	7.9%
Music	8.5	10.2	11.2	12.6	14.4	14.7%
Total	**947.6**	**1,055.1**	**1,182.3**	**1,294.7**	**1,436.0**	**10.9%**

Source: KPMG in India analysis, 2018 based on primary and secondary research

चित्र 1.1. 1 एम एंड ई उद्योग का राजस

2017 की तुलना में 2018 में, डिजिटल विज्ञापन व्यवसाय में 35% की वृद्धि हुई। एक अन्य उच्च-विकास उप-क्षेत्र गेमिंग है जिसमें वित्त वर्ष 2017 की तुलना में वित्त वर्ष 2018 में 35.1% की वृद्धि हुई है। वित्त वर्ष 2018 से 2023 के लिए उद्योग की अनुमानित वृद्धि नीचे दिए गए चित्र में दर्शाई गई है।

Overall industry size (INR billion)	FY19	FY20	FY21	FY22	FY23	FY18-23 CAGR%
TV	746.4	855.3	959.1	1,066.6	1,179.6	12.6%
Print	338.5	357.8	378.6	400.8	424.9	5.9%
Films	171.7	185.4	199.3	213.9	228.8	7.6%
Digital advertising	154.7	202.6	263.4	339.8	435.0	30.2%
Animation and VFX	86.7	100.9	116.8	133.5	151.8	15.5%
Gaming	55.4	70.9	84.7	103.3	118.8	22.1%
OOH	35.7	38.6	42.0	45.7	49.7	9.2%
Radio	28.3	31.8	34.8	38.8	42.1	10.2%
Music	16.6	19.1	22.1	25.6	29.6	15.5%
Total	**1,633.9**	**1,862.5**	**2,100.7**	**2,368.0**	**2,660.2**	**13.1%**

चित्र 1.1. 2 एम एंड ई क्षेत्र की अनुमानित वृद्धि

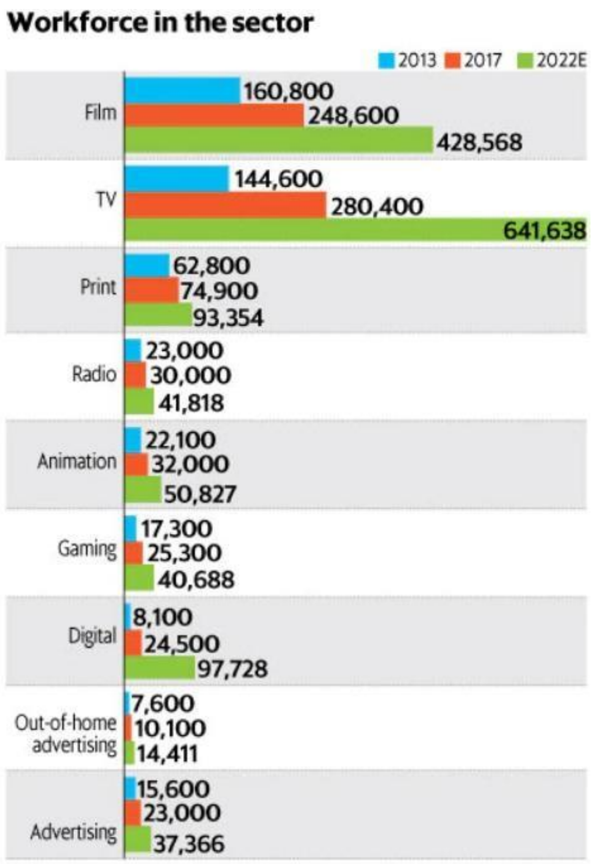
भारत दुनिया के सबसे बड़े प्रसारकों में से एक है, जिसमें लगभग 800 टीवी चैनल, 242 एफएम चैनल और 100 से अधिक सामुदायिक रेडियो नेटवर्क वर्तमान में काम कर रहे हैं। बॉलीवुड, भारतीय फिल्म उद्योग दुनिया भर में फिल्मों का सबसे बड़ा निर्माता है, जिसमें 400 प्रोडक्शन और कॉरपोरेट हाउस शामिल हैं।

भारत सरकार अधिक संस्थागत फंडिंग के लिए केबल टीवी को डिजिटाइज़ करने, केबल और डीटीएच उपग्रह प्लेटफार्मों में विदेशी निवेश को 74 प्रतिशत से बढ़ाकर 100 प्रतिशत करने जैसी विभिन्न योजनाओं को शुरू करके मीडिया और मनोरंजन उद्योग को समर्थित कर रही है। सरकार ने आसान वित्त के लिए फिल्म उद्योग को उद्योग का दर्जा भी दिया है।

1.1.2 मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में रोजगार

मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र 11-12 लाख लोगों को सीधे रोजगार देता है (2017 की रिपोर्ट के अनुसार) और अगर हम अप्रत्यक्ष रोजगार पर भी विचार करें तो गिनती 35-40 लाख लोगों तक जाती है। मीडिया क्षेत्र अर्थव्यवस्था के दृष्टिकोण से विज्ञापन राजस्व और उद्योग के प्रदर्शन पर अत्यधिक निर्भर है। 2013 में इस क्षेत्र में 4 लाख लोगों कार्यबल था और हमें उम्मीद है कि यह 2022 तक 13 लाख तक पहुंच जाएगा, जिसका अर्थ है 2013-22 की अवधि में 9 लाख अतिरिक्त रोजगार प्रदान करना।

- मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में कार्यरत लोगों में से 1/4 लोग फिल्म उद्योग से हैं।
- मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में लगभग 4.60 लाख लोग कार्यरत हैं, और 2017 तक 13% की दर से बढ़कर 7.5 लाख तक पहुंचने का अनुमान है।
- मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र जिसके 2023 तक 13.1% की दर से बढ़ने की उम्मीद है, जिसका अर्थ है कुशल पेशेवरों के लिए 2.7 लाख करोड़ का व्यवसाय होना।
- कार्यबल का एक बड़ा हिस्सा फिल्म और टेलीविजन क्षेत्र में मीडिया और मनोरंजन में कार्यरत है। फिल्मों और टेलीविजन दोनों क्षेत्रों में की जा रही डिजिटलीकरण गतिविधियां इस मांग के प्रमुख खिलाड़ी हैं।



चित्र 1.1.3 मीडिया और मनोरंजन के विभिन्न क्षेत्रों में रोजगार

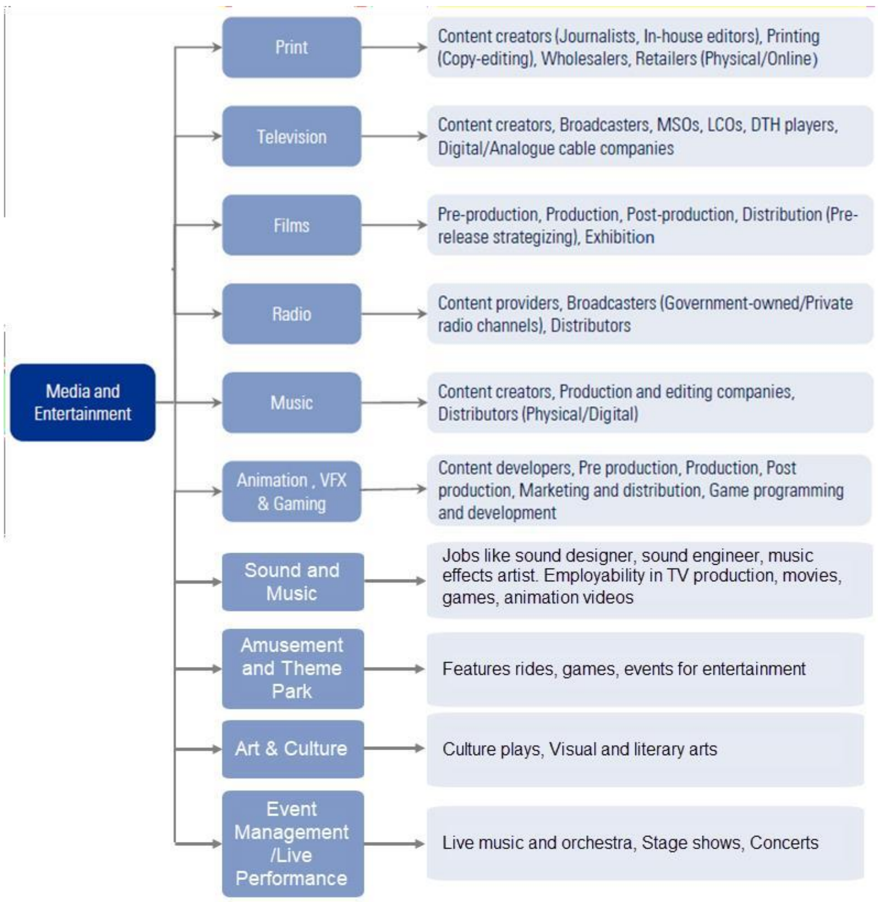
1.1.3 मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र का विकास

- 1923 में ब्रिटिश शासन के तहत भारत में रेडियो क्लब ऑफ़ बॉम्बे द्वारा रेडियो प्रसारण शुरू किया गया था।
- दुनिया के सबसे बड़े रेडियो नेटवर्कों में से एक ऑल इंडिया रेडियो (एआईआर) ने 1936 में काम करना शुरू किया था।
- दूरदर्शन (डीडी) ने भारत में 15 सितंबर, 1959 को टीवी के युग की शुरुआत की।
- 1990 तक भारतीय अर्थव्यवस्था बंद थी, और किसी भी निजी खिलाड़ी को इस क्षेत्र में प्रवेश करने की अनुमति नहीं थी 1990 के दशक में, भारतीय फिल्म उद्योग पूरी तरह से बिखर चूका था।
- बीबीसी ने 1995 में अपनी राष्ट्रीय सेवा शुरू की
- आयोजित की गई और 37 लाइसेंस जारी किए गए, जिनमें से 21 14 शहरों में चालू हैं।

- 1999 में, सरकार ने निजी भारतीय फर्मों को लाइसेंस शुल्क के आधार पर अपने एफएम स्टेशन स्थापित करने की अनुमति दी
- मई 2000 में, रेडियो प्रसारण लाइसेंसिंग के पहले चरण के हिस्से के रूप में, नीलामी आयोजित की गई और 37 लाइसेंस जारी किए गए, जिनमें से 21 14 शहरों में चालू हैं।
- 2022 तक लगभग 1000 टीवी चैनल और 1052 रेडियो स्टेशनों के काम करने की उम्मीद है।

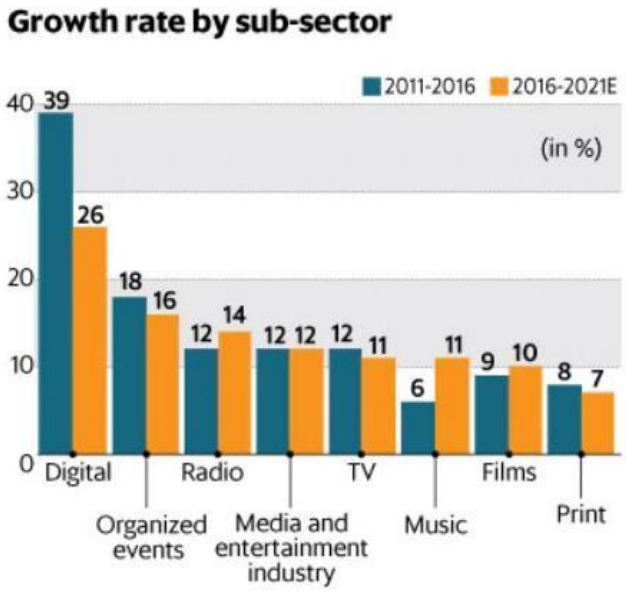
1.1.4 प्रमुख उपक्षेत्र और खंड

- भारतीय एम एंड ई उद्योग में कई उप-क्षेत्र शामिल हैं, जैसे टेलीविजन, रेडियो, प्रिंट मीडिया (समाचार पत्रों और पत्रिकाओं सहित), फिल्में, एनिमेशन और विज़ुअल इफेक्ट्स (वीएफएक्स), ध्वनि और संगीत, मनोरंजन और थीम पार्क, कला और संस्कृति, और इवेंट मैनेजमेंट/लाइव प्रदर्शन।
- विज्ञापन उद्योग उद्योग का प्रमुख राजस्व उत्पन्न करने वाला हिस्सा है और इस क्षेत्र की वृद्धि उद्योग के समग्र विकास को तय करती है।
- हालांकि इस उद्योग से निर्यात करने के लिए बहुत कुछ नहीं है लेकिन अर्थव्यवस्था में आयात का काफी हिस्सा है जैसे न्यूज़प्रिंट, सेट-टॉप बॉक्स और एंटीना आदि का आयात।



चित्र 1.1.4 मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र

- उद्योग सांस्कृतिक और जातीय पृष्ठभूमि के लिए विशिष्ट है, और विशिष्ट केंद्रों के आसपास संगठित है जो किसी दिए गए जनसंख्या खंड के लिए उत्पादन में विशेषज्ञ होते हैं। उदाहरण के लिए, मुंबई फिल्म उद्योग (बॉलीवुड) देश में एक प्रमुख फिल्म हब है। ऐसा ही एक हब दक्षिण भारत में भी मौजूद है।



1.1.5 इस पुस्तक में प्रयुक्त सामान्य प्रमुख शब्द

- **एनिमेटिक:**संवादों (डायलॉग) और ध्वनि के साथ संपादित छवियों की एक श्रृंखला को एनिमेटिक कहा जाता है।
- **कंपोजिटिंग:**इमेजेज़/एलिमेंट्स की लेयर्स को एक ही फ्रेम में मिलाना कंपोजिटिंग कहलाता है।
- **कम्पोज़िशन (रचना):**पृष्ठभूमि और कैमरे के अनुसार कैरेक्टर की पोजिशनिंग कोकम्पोज़िशन (रचना) कहा जाता है।
- **क्रिएटिव ब्रीफ:**एक दस्तावेज जो प्रोडक्शन के लिए महत्वपूर्ण प्रश्नों को शामिल करता है, जिसमें विज़न,लक्षित दर्शकों का उद्देश्य, बजट, परियोजना, माइलस्टोन, समयसीमा और हितधारक शामिल होते हैं, क्रिएटिव ब्रीफ कहलाता है।
- **मुख्य फ्रेम:** मुख्य पोज़ जो किसी विशेष एनिमेशन सीक्वेंस के लिए स्टार्ट और एंड पोज़ देते हैं, मुख्य फ्रेम कहलाता हैं।
- **मॉडलिंग:** एक विशेष सॉफ्टवेयर का इस्तेमाल करके एनीमेशन के लिए थ्री-डायमेंशनल मॉडल बनाना मॉडलिंग कहलाता है।

- **प्रतिपादन (रेंडरिंग):**त्रि-आयामी मॉडल को 3डी इफेक्ट्स के साथ दो-आयामी छवियों में परिवर्तित करना प्रतिपादन (रेंडरिंग)कहलाता है।
- **रिगिंग:**पोज़िंग के दौरान गति में सहायता के लिए एक स्थिर त्रि-आयामी मॉडल में जॉइंट्स ऐड करने की प्रक्रियाको रिगिंग कहा जाता है।
- **2डी एनिमेशन:**दो-आयामी वातावरण में चित्रों को मूव करना 2डी एनिमेशन कहलाता है जैसेकम्प्यूटरीकृत एनिमेशन सॉफ़्टवेयर में।
- **3डी एनिमेशन:**गहन 2डी एनिमेशन को 3डी एनिमेशन कहा जाता है। इसके उदाहरणों में हेलो और मैडेन फुटबॉल जैसेवीडियो गेम शामिल हैं।
- **एनिमेशन:**विभिन्न अंतर-संबंधित फ़्रेमों को अनुक्रम में चलाना एनिमेशन कहलाता है।
- **एंटीसिपेशन (पूर्वानुमान)** : एक एक्शन की तैयारी के माध्यम से पूर्वानुमान बनाया जाता है।
- **आस्पेक्ट रेशियो** : एक टीवी पिक्चर की चौड़ाई और ऊंचाई के अनुपात को आस्पेक्ट रेशियो कहा जाता है।
- **बैकग्राउंड पेंटिंग:**एनिमेशन की पृष्ठभूमि में की गई कलाकृति को बैकग्राउंडपेंटिंग कहा जाता है।
- **सीजीआई (कंप्यूटर जनरेटेड इमेजरी):**कंप्यूटर सॉफ्टवेयर का उपयोग करके फ्रेम में फिगर्स, सेटिंग्स याअन्य चीज़ों का निर्माण सीजीआई कहलाता है।
- **क्लीन-अप:**2डी एनिमेशन की रफ आर्टवर्क को परिष्कृत (रिफाइनिंग) करने की प्रक्रिया को क्लीन-अप

  कहा जाता है।
- **कंप्यूटर एनिमेशन:**कंप्यूटर में बनाई गई किसी भी तरह की एनिमेशन को कंप्यूटर एनिमेशन कहा जाता है।
- **फ़्रेम:**यह मूवी या एनिमेशन बनाने में उपयोग की जाने वाली फिल्म की एक पट्टी पर स्थिर पारदर्शी तस्वीरों कीश्रृंखला में से एक होती है।

- **फ्रेम रेट:**एनिमेशन में फ्रेम बदलने की दर को फ्रेम रेट कहा जाता है। इसे फ्रेम प्रति सेकेंड (एफपीएस)में मापा जाता है।
- **ग्राफिक्स टैबलेट:**यह एक उपकरण है जिसका उपयोग स्केच बनाने के लिए किया जाता है।
- **पिक्सेल:**किसी छवि के सबसे छोटे अविभाज्य भाग को पिक्सेल कहते हैं।
- **रैस्टर (रेखापुंज):**रैस्टरिंग एक छवि बनाने के लिए सीआरटी स्क्रीन पर विभिन्न पिक्सेल की प्रोजेक्शन होती है।
- **रोटोस्कोपिंग:**एनिमेशन की पृष्ठभूमि छवियों के निर्माण और हेरफेर कोरोटोस्कोपिंग कहा जाता है। इसे मैन्युअल रूप से और साथ ही कंप्यूटर सॉफ्टवेयर का उपयोग करके किया जा सकता है।
- **टाइटल कार्ड्स:**टाइटल कार्ड्स को एनिमेशन का एफआईआर भी कहा जाता है। टाइटल कार्ड्सएनिमेशन के बारे में संक्षिप्त जानकारी देते हैं।
- **ट्वीन:**एनिमेशन में एक फ्रेम से दूसरे फ्रेम में ट्रांज़िशन को ट्वीन कहा जाता है।
- **वेक्टर:**कुछ कलाकृतियां (आर्टवर्क) पिक्सेल के बजाय वैक्टर द्वारा बनाई जाती है। यह साफ-सुथरी औरआसान एनिमेशन की अनुमति देता है क्योंकि छवियों को गणितीय समीकरण समाधानों द्वारा प्रदर्शित किया जाता है।
- **सीईएल:** यह एक सेलूलोज़ शीट है जिसका उपयोग करैक्टर को चित्रित करने के लिए किया जाता है। यह आजकल अभ्यास में है। एक चरित्र, वस्तु, और/या विशेष प्रभाव की रूपरेखा और रंग के साथ संयोजन में प्लास्टिक शीट है ।

अभ्यास-1

भारतीय अर्थव्यवस्था में मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र की भूमिका की चर्चा करें।

अभ्यास-2

मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र में विभिन्न उप-क्षेत्रों की रोजगारपरकता पर चर्चा करें।

____

____

____

____

यूनिट 1.2: ग्राफिक डिजाइनर के कर्तव्य और जिम्मेदारियां

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- उद्योग में ग्राफिक डिजाइनर की भूमिका के बारे में चर्चा करना।
- प्रमाणित ग्राफिक डिजाइनर बनने के लिए न्यूनतम आवश्यकता की पहचान करना।
- ग्राफिक डिजाइनर के कार्य क्षेत्र का वर्णन करना ।
- ग्राफिक डिजाइनर के लिए उपलब्ध अवसरों की पहचान करना।

1.2.1 ग्राफिक डिजाइनर की नौकरी की भूमिका का परिचय

विज़ुअल क्रिएटर्स हाथ से या पीसी प्रोग्रामिंग का इस्तेमाल करके विज़ुअल आइडिया तैयार करते हैं, ताकि खरीदारों को प्रेरित करने, सलाह देने या आकर्षित करने वाले विचारों को व्यक्त किया जा सके। वे प्रचार, पत्रक, पत्रिकाओं और कॉर्पोरेट रिपोर्ट के लिए सामान्य प्रारूप और जनरेशन प्लान बनाते हैं।

जिम्मेदारियां:

विज़ुअल क्रिएटर्स आमतौर पर निम्नलिखित कार्य करते हैं:

- किसी कार्य की सीमा तय करने के लिए ग्राहकों या कारीगरी प्रमुख से मिलना
- दर्शकों के एक विशिष्ट समूह से संपर्क करने के लिए प्रक्रियाओं पर ग्राहकों को संकेत देना
- उस संदेश को तय करना जिसे संरचना को चित्रित करना है
- ऐसे चित्र बनाना जो किसी वस्तु को पहचान सके या संदेश दे सके
- आइटम की रूपरेखा, लोगो और साइटों के लिए डिज़ाइन तैयार करना
- रंग, चित्र, सामग्री के स्टाइल और प्रारूप का चयन करना
- ग्राहकों या शिल्प कौशल कार्यकारी को योजना प्रस्तुत करना
- अंतिम योजना में ग्राहकों द्वारा निर्धारित परिवर्तनों को मजबूत बनाना
- प्रिंटिंग या वितरण करने से पहले गलतियों के लिए सर्वेक्षण संरचना

कारीगरी और नवाचार को अपनाने के लिए विज़ुअल आर्किटेक्ट चित्र और साइट और प्रिंटिड पेज के प्रारूप के माध्यम से अपने विचार प्रदान करने के लिए इसमें शामिल होते हैं। वे कल्पनाशील या स्पष्ट प्रभावों को पूरा करने के लिए संरचना घटकों के वर्गीकरण का इस्तेमाल कर सकते हैं।

ग्राफिक डिजाइनर सामग्री और चित्रों दोनों के साथ काम करते हैं। वे नियमित रूप से पाठ्य शैली, आकार, शेडिंग, और सुविधाओं, शीर्षकों और सामग्री की पंक्ति लंबाई का चयन करते हैं। इसी तरह विज़ुअल फ़ैशनर्स चुनते हैं कि प्रिंट या वेबसाइट पेज पर चित्र और सामग्री एक साथ कैसे जाएगी, जिसमें प्रत्येक को कितनी जगह दी जाएगी। प्रारूपों में सामग्री का उपयोग करते समय, विज़ुअल फ़ैशनर्स उन विद्वानों के साथ मिलकर काम करते हैं जो शब्दों को चुनते हैं और चुनते हैं कि शब्दों को अनुभागों, अभिलेखों या तालिकाओं में रखा जाएगा या नहीं। चित्रों, सामग्री और शेडिंग का इस्तेमाल करके, विज़ुअल ओरिजिनेटर मापन योग्य जानकारी को विज़ुअल डिज़ाइन और ग्राफ़ में बदल सकते हैं, जो जटिल विचारों को ज़्यादा से ज़्यादा लोगो तक पहुंचा सकते हैं।

1.2.2 ग्राफिक डिजाइनर की जॉब प्रोफाइल

ग्राफिक डिजाइनरों में निम्नलिखित विशिष्ट गुण भी होने चाहिए:

- विश्लेषणात्मक कौशल: ग्राफिक डिजाइनरों को अपने ग्राहकों के पढ़ने और जांच करने के उद्देश्य से अपने काम की पुष्टि करने में सक्षम होना चाहिए, हालांकि, उनके द्वारा तैयार की जाने वाली स्टाइल को ग्राहक द्वारा यह सुनिश्चित करने के लिए माना जाएगा कि वे ग्राहक को उनकी इच्छा के अनुसार कार्य देते हैं ।
- कलात्मक क्षमता: ग्राफिक डिजाइनरों को कलात्मक रूप से ध्यान खींचने वाली और खरीदारों और ग्राहकों को आकर्षित करने वाली स्टाइल का निर्माण करने में सक्षम होना चाहिए । वे या तो हाथ से स्केचिंग करके या बग को नियोजित करके स्टाइल की अवधारणाओं का मोटे तौर पर चित्रण करते हैं।
- संचार कौशल: ग्राफिक डिजाइनरों को खरीदारों, ग्राहकों और वैकल्पिक डिजाइनरों के साथ संवाद करना चाहिए ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि उनका स्टाइल ग्राहकों द्वारा बताए आवश्यक संदेश और प्रभावी रूप से विशिष्ट जानकारी को सटीक रूप से दे रहा है।
- कंप्यूटर कौशल: अधिकांश ग्राफिक स्टाइलर अपनी स्टाइल को व्यवस्थित करने के लिए विशेष ग्राफिक डिजाइन कंप्यूटर कोड का इस्तेमाल करते हैं।
- क्रिएटिविटी (रचनात्मकता) : ग्राफिक डिजाइनरों को ग्राहकों के लिए मानवीय क्रिया अवधारणाओं के नए तरीकों पर विचार करने में सक्षम होना चाहिए। वे एक विशिष्ट स्वीकार करने योग्य स्टाइल बनाते हैं, जिसका मतलब है उनके खरीदारों की पसंद के अनुसार ।
- समय-प्रबंधन कौशल: ग्राफिक डिजाइनर आमतौर पर एक ही समय पर बहुत सारे काम करते हैं, सभी काम एक अलग पॉइंट के साथ।

1.2.3 ग्राफिक डिजाइनर करियर के अवसर

नीचे आप ग्राफिक स्टाइल की डिग्री वाले उम्मीदवारों की तलाश करने वाले कुछ प्रमुख सामान्य पदों के बारे में जानकारी देखेंगे ।

1. ग्राफिक डिजाइनर

ग्राफिक डिजाइनर उत्पाद चित्रण, कंपनी लोगो, वेबसाइटों और ऐसे बहुत से काम के लिए ग्राफिक्स और लेआउट तैयार करते हैं। यह नौकरी शीर्षक उद्योगों की एक बहुत बड़ी श्रृंखला में काफी कामों को इसमें शामिल करेगा।

तो, व्यवहार में यह कैसा प्रतीत होगा? रुआन ने एक तकनीकी पत्रिका में ग्राफिक डिजाइनर के रूप में काम किया, पत्रिका लेआउट, कुछ विज्ञापन, प्रिंट उत्पादन और थोड़ी मात्रा में कुल स्टाइल बनाई।

'जस्ट डांस 2019' औद्योगिक।"

2. आर्टिस्टिक निर्देशक

आर्टिस्टिक निर्देशक एक परियोजना की कलात्मक दृष्टि की पुष्टि करते हैं। वे एक चीज बनाने के लिए चरणों के माध्यम से अपनी टीम का नेतृत्व करके निश्चित रूप से सामान्य सौंदर्य और सामंजस्यपूर्ण रूप बनाते हैं, चाहे वह एक खेल, फिल्म, पत्रिका या एक चीज का एक मूर्त उत्पाद प्रकार हो या सहयोगी डिग्री धर्मयुद्ध या पूरी पहचान जैसे बहुत सारे सार हों।

नौकरी में प्रबंधन कौशल, नेतृत्व और कभी-कभी बजट और समय प्रबंधन कौशल अभी भी कलात्मक दृष्टि के रूप में शामिल हैं।

3. उपयोगकर्ता विशेषज्ञता (यूएक्स) डिजाइनर

यूएक्स डिजाइनर उत्पाद, प्रक्रियाओं और सेवाओं को उपयोगकर्ताओं के लिए सहज, संतुष्टिदायक और सहज ज्ञान युक्त बनाने के लिए काम करते हैं। उनका मानना है कि हालांकि उत्पाद दिखता है, हालांकि उपयोगकर्ता इसका इस्तेमाल कर सकते हैं। वे सुनिश्चित करते हैं कि उनका उत्पाद भविष्य की ओर आगे कदम बढ़ाता है। यूएक्सओआर डिज़ाइनर विधि को टेस्ट करते समय उन्हें इस विधि में कई मुश्किलें या उलझन भी सामने आती है। इस करियर में बहुत-से सेरेब्रेशन, कलात्मक अंतर्ज्ञान और स्विश स्टाइल के लिए स्वाभाविक प्रशंसा शामिल हैं। यह स्टाइल अनुशासन आमतौर पर नेट डिज़ाइन में पाया जाता है, जहां कहीं भी संगठन सहयोगी डिग्री डाल रहे हैं, यह सुनिश्चित करने पर जोर दिया गया है कि उनकी वेब साइट स्टाइल सभी के लिए आकर्षक हो और इस्तेमाल करने में आसान हो ।

1. प्रोग्राम (यूआई) डिजाइनर

यूआई स्टाइल को आमतौर पर यूएक्सओआर डिज़ाइन के एक सेट के रूप में माना जाता है और इसके सभी लक्ष्य समान होते हैं। प्रोग्राम डिज़ाइनर इस बात पर ध्यान केंद्रित करते हैं कि हालाँकि माल का ऑर्डर दिया गया है। वे प्रत्येक स्क्रीन और प्रत्येक पेज को स्टाइल करते हैं, यह सुनिश्चित करते हुए कि लेआउट देखने में उस सामान्य पाथ के साथ अच्छा लग रहा है या नहीं जिसका चार्ट यूएक्सओआर डिज़ाइनर ने तैयार किया है।

यूआई स्टाइलर प्रत्येक स्क्रीन या पेज को डिज़ाइन करते हैं, जिसके साथ उपयोगकर्ता इंटरैक्ट करता है, यह सुनिश्चित करता है कि यूआई देखने में यूएक्सओआर डिज़ाइनर चार्ट अच्छा लग रहा है या नहीं। वे यह तय कर सकते हैं कि सामग्री को सहयोगी डिग्री एनालिटिक्स डैशबोर्ड पर जारी रखना चाहिए या किसी पेज को देखते समय उपयोगकर्ता के लिए कौन से टूल सबसे महत्वपूर्ण हैं। वे प्रचलित संबद्धता पर भी पूरा ध्यान देते हैं और सुनिश्चित करते हैं कि उत्पाद हमेशा बना रहे।

2. प्रोडक्शन क्रिएटर

प्रोडक्शन आर्टिस्ट उत्पादन के सक्रिय चरणों का ध्यान रखते हैं - चाहे वह ग्राफिक्स, फिल्म, कला या वैकल्पिक प्रारूपों में हो। वे बदलाव करते हैं और सुनिश्चित करते हैं विकास के अंतिम चरणों में स्टाइल फ़ाइलों की सटीकता बनी रहे। काम एक जैसे स्टाइल घटक और लैपटॉप एप्लिकेशन की प्रतिभा है।

प्रोडक्शन आर्टिस्ट स्केलिंग, क्रॉपिंग, रीटचिंग और पोज़ीशन जैसे अंतिम स्पर्श बनाने के रूप में स्थिर छवि को पूरा करने वाले काम का विस्तार करने की सलाह देते हैं।

3. प्रोडक्ट डेवलपर

प्रोडक्ट डेवलपर मानसिक रूप से उत्पाद के निर्माण का नेतृत्व और प्रबंधन करते हैं। वे इतनी बड़ी संख्या में विभिन्न चीजों पर काम करते हैं कि उनकी नौकरी के कर्तव्य अलग-अलग होते हैं, हालांकि सामान्य कार्यों में व्यापार विश्लेषण खेलना, चित्रण करना, माल को नियोक्ताओं या हितधारकों को प्रस्तुत करना और प्रतिस्पर्धा विधि में योगदान देना शामिल है।

4. स्टेज निर्देशक

स्टेज निर्देशक पत्रिकाओं, समाचार पत्रों, उत्पाद की पैकेजिंग और चित्र और टीवी प्रस्तुतियों में दृश्य प्रचलन और सामग्री का नियंत्रण लेते हैं। वे हर अंशदायी कृति को विकसित करने के लिए स्टाइल का निर्माण करते हैं और वैकल्पिक कलाकारों को निर्देशित करते हैं। वे एक रचनात्मक दृष्टि को मजबूत करने के लिए अपने नियोक्ताओं या खरीदारों के साथ मिलकर काम करते हैं जो उद्देश्यों, बाजार के बजट और वांछित प्रभाव को पूरा करता है।

5. प्रचार विशेषज्ञ

प्रचार विशेषज्ञ, ग्राहकों को नहीं बल्कि जानकारी को एकत्र कर उसका विश्लेषण करते हैं, अपनी कंपनी, माल या सेवाओं के बाजार में सामने लाने के लिए कैंपेन और लाइव प्रभावशीलता जैसे अवसर तैयार करते हैं

जैसा कि आप सभी को पता होगा, कि ग्राफिक स्टाइल के करियर में ज़्यादातर प्रचार करना शामिल है। कोरियोग्राफर का कहना है कि बहुत से ग्राफिक डिजाइनर को अपने द्वारा प्रदान किए जाने वाले विशिष्ट अनुभव के साथ प्रमोशन क्लास में नौकरी के शीर्षक पर विचार करना चाहिए।

6. मल्टीमीडिया सिस्टम निर्माता या एनिमेटर

मल्टीमीडिया कलाकार और एनिमेटर स्टाइल, एडवांस ग्राफिक्स और एनीमेशन उपयोग करने वाले लैपटॉप एनीमेशन या मॉडलिंग कार्यक्रम। उनका मानना है कि उनके नियोक्ता के उद्देश्यों को पूरा करने के लिए कहानी का विकास, दृश्य प्रभाव और प्लेटफार्म, मीडिया सामग्री बनाना ज़रूरी है। बहुत सारे ब्रांड और संगठन अपनी ऑनलाइन वीडियो उपस्थिति को बढ़ाना चाहते हैं - और यह एनीमेशन और मोशन ग्राफिक्स कौशल वाले ग्राफिक डिजाइनरों के लिए एक वरदान रहा है।

7. फ्रीलांसर

हालांकि यह अपने दावे में यह काम की कोई नई शैली नहीं है, हालांकि ऊपर उल्लिखित अधिकांश काम एक फ्रीलांसर के रूप में किए जा सकते हैं। डिजाइनर यूएन एजेंसी के पास अपने रेज़्युमे में कुछ विशेषज्ञता है, किसी काम का चौंकाने वाला पोर्टफोलियो या स्टाइल, प्रचार और ग्राफिक्स जैसे किसी विशिष्ट क्षेत्रों में अनुभव इसमें कैरियर का निर्माण कर सकते हैं जिसमें फ्रीलांस आपकी मदद कर सकता है।

हालांकि, फ्रीलांसिंग एक साइड-गिग के रूप में अतिरिक्त रूप से शानदार है जो कुछ और नकदी की शुरुआत कर सकता है–और आपके अनुभव को बढ़ा सकता है

अभ्यास

- ग्राफिक डिजाइनर कौन है?

- ऐसे कौन से सामान्य उद्योग हैं जहां ग्राफिक डिजाइनर को नौकरी मिल सकती है?

- एक ग्राफिक डिजाइनर की नौकरी की जिम्मेदारियों पर चर्चा करें।

नोट्स

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

2. ग्राफिक विज़ुअलाइज़ेशन की संक्षिप्त में व्याख्या

एमईएस/एन0601

विज़ुअलाइज़ेशन काम

MESC
Media & Entertainment Skills Council

2.1 ग्राफिक स्टाइल सामग्री में लेआउट का महत्व

2.2 ग्राफिक स्टाइल की शुरुआत - लेआउट और संरचना

2.3 ग्राफिक स्टाइल की शुरुआत- कलर

2.4 कला, डिजाइन और अन्य की मूल बातें

2.5 ब्रांडिंग और पहचान

सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रीप्रोजेक्टिव संकेतक (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के रूप में विज़ुअल प्लेटफॉर्म बनाना|
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना

यूनिट 2.1: ग्राफिक विज़ुअल ब्रीफ की व्याख्या करें

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- आवश्यकतानुसार दृश्य अवधारणा बनाना।
- एक दृष्टिकोण तैयार करना और प्रक्रिया की योजना बनाना ।
- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परारी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रोजेक्ट इंडिकेटर्स (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के अनुसार विज़ुअल प्लेटफॉर्म बनाना ।
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना ।

2.1 ग्राफिक स्टाइल सामग्री में लेआउट का महत्व

ग्राफिक स्टाइल में लेआउट एक प्रमुख भूमिका निभाता है। लेआउट आमतौर पर इमेज, टेक्स्ट और भव्यता के विशिष्ट स्थान से संबंधित पेज पर भागों की व्यवस्था को संदर्भित करता है। स्टाइल के लेआउट को समझना बेहद जरूरी है। यदि लेआउट को ठीक से नहीं समझा गया है, तो इस बात की संभावना है कि आपको जो संदेश देने की जरूरत है वह खो जायगा और विज्ञापन का मूल्य बेकार चला जाएगा।

अधिकांश डिजाइनरों और विज्ञापनदाताओं के लिए, "Z" लेआउट को एक प्रथागत उत्तर या अनुसरण करने का एक प्रारूप माना जाता है।

चित्र 2.1: Z लेआउट

"Z" लेआउट वह लेआउट है जिसमें संरचना Z अक्षर के अंदर होती है - वह चिह्न जिसमें पाठक पेज, विज्ञापन या स्टाइल पर मौसम को देखता है। हेडलाइन, इमेजरी, बॉडी कॉपी, कैप्शन और सिग्नेचर या कार्रवाई करने के निर्णय से लेकर आम तौर पर वह क्रम होता है जिसका पालन किया जाता है। स्वभाविक रूप से, मानव आँख इस पैटर्न का अनुसरण तब करती है जब वे किसी पोस्टर या डिज़ाइन किए गए लेआउट की जांच करते हैं।

अधिकांश डिजाइनर और विज्ञापनदाताओं के लिए, "Z" लेआउट को एक प्रथागत उत्तर या अनुसरण करने के लिए प्रारूप माना जाता है।"Z" लेआउट वह लेआउट है जिसमें संरचना Z अक्षर की संख्या के अंदर होती है - वह चिह्न जिसमें पाठक पेज, विज्ञापन या स्टाइल पर मौसम को देखता है। हेडलाइन, इमेजरी, बॉडी कॉपी, कैप्शन और सिग्नेचर या कार्रवाई करने के निर्णय से लेकर आम तौर पर वह क्रम होता है जिसका पालन किया जाता है। स्वभाविक रूप से, मानव आँख इस पैटर्न का अनुसरण तब करती है जब वे किसी पोस्टर या डिज़ाइन किए गए लेआउट की जांच करते हैं।

जैसा कि आप वर्तमान में महसूस करेंगे, विज़ुअल भागों के लिए लेआउट एक उत्पादक स्टाइल बनाने और ग्राफिक स्टाइल में आने के लिए एक प्रमुख भूमिका निभाता है, जो संभावित ग्राहकों को आकर्षित करता है, यह आसान है, इसे ब्राउज़ करना आसान है और अतिरिक्त की तलाश करने की आवश्यकता है।

नोट्स

इकाई 2.2: ग्राफिक स्टाइल शुरू करना - लेआउट और संरचना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- आवश्यकतानुसार दृश्य अवधारणा बनाना।
- एक दृष्टिकोण तैयार करना और प्रक्रिया की योजना बनाना ।
- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परारी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रोजेक्ट इंडिकेटर्स (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के अनुसार विजुअल प्लेटफॉर्म बनाना ।
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना ।

2.2.1 पांच बुनियादी सिद्धांत

लेआउट और रचना में महारत हासिल करने की कुंजी एक डिजाइनर की तरह होना है । सौभाग्य से, यह जितना लगता है उससे कहीं अधिक आसान है। 5 बुनियादी सिद्धांत हैं जो आपको अपने काम को फिर से तैयार करने और स्टाइल को अपने अनुसार अनुकूल बनाने में उनका इस्तेमाल करते रहें। सहायता कर सकते हैं। अपने अगले प्रोजेक्ट और तरीकों के लिए उपस्थिति के दौरान उन्हें ध्यान में रखें

चित्र 2.2.1: 5 बुनियादी सिद्धांत

1. अनंतरता

अनंतरता आपकी सामग्री में संबंधों को इंगित करने के लिए गलत व्यवहार से संबंधित है। लागू होने पर, यह आसान है– आपको बस इतना करने की कोशिश करनी चाहिए कि कनेक्टेड चीजों को प्रमाणित किया जाए (उदाहरण के लिए, ग्राफ़िक के दौरान टेक्स्ट के ब्लॉक या कंपोनेंट्स, जैसा कि नीचे दिए गए उदाहरण में है)।

ऐसे ग्रुप जो एक-दूसरे से जुड़े हुए प्रतीत नहीं होते हैं, उन्हें अपने संबंध की कमी पर स्पष्ट रूप से जोर देने के लिए अलग किया जाना चाहिए। कुल मिलाकर, यह आपके काम को एक नज़र में समझने में आसान बनाता है, चाहे वह सिर्फ टेक्स्ट हो या कुछ अतिरिक्त दृश्य।

चित्र 2.2.2: अनंतरता

2- सफ़ेद एरिया

सफ़ेद एरिया प्रत्येक रचना का एक बहुत ही महत्वपूर्ण हिस्सा है। अब, इसका मतलब शाब्दिक सफ़ेद एरिया नहीं है; इसका सीधा सा मतलब है कि नेगेटिव स्पेस , ठीक आपकी सामग्री के बीच के एरिया की तरह, लाइनों के बीच, और यहां तक कि बाहरी किनारों पर भी।

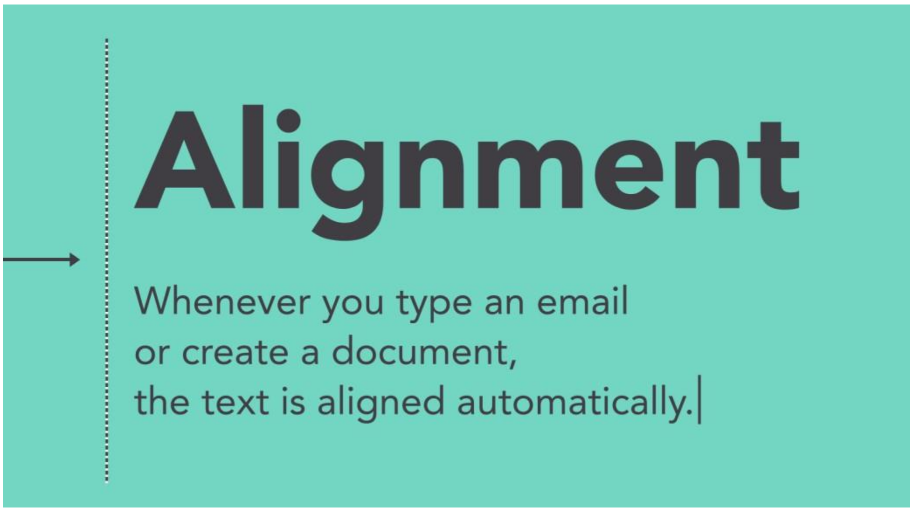
चित्र 2.2.3: वाइट एरिया

वाइट एरिया को ठीक से इस्तेमाल करने का कोई तरीका नहीं है, लेकिन इसके उद्देश्य को समझना जरुरी है। वाइट एरिया आपको पूरी तरह से रूपरेखा तैयार करने और और इन्हे अलग-अलग वर्गों में बांटने में मदद करता है; यह आपकी सामग्री के लिए जगह प्रदान करता है। यदि आपको अपना काम कभी भी अव्यस्थित या असहज महसूस लगता है, दिखने वाला वाइट एरिया बस वही हो सकता है जो किसी छेड़छाड़ करने वाले ने अनुक्रमित किया होगा ।

चित्र 2.2.4: वाइट स्पेस का उदाहरण

3.एलाइनमेंट

एलाइनमेंट कुछ ऐसी चीजें होती हैं जिनसे आप हर समय संघर्ष करते हैं, भले ही आप इसे नहीं समझते हैं। जब भी आप किसी प्रकार के ईमेल करते हैं या कोई दस्तावेज़ प्रस्तुत करते हैं, तो टेक्स्ट को मकैनिक्ली रूप से अलाइन किया जाता है।



चित्र 2.2.5: एलाइनमेंट

ऑब्जेक्ट को अपने आप से पोजिशन करते समय (उदाहरण के लिए, चित्र या अलग टेक्स्ट बॉक्स), इसे सही तरीके से करना अक्सर मुश्किल होता है। सबसे महत्वपूर्ण आवश्यक कारक लगातार होना है।

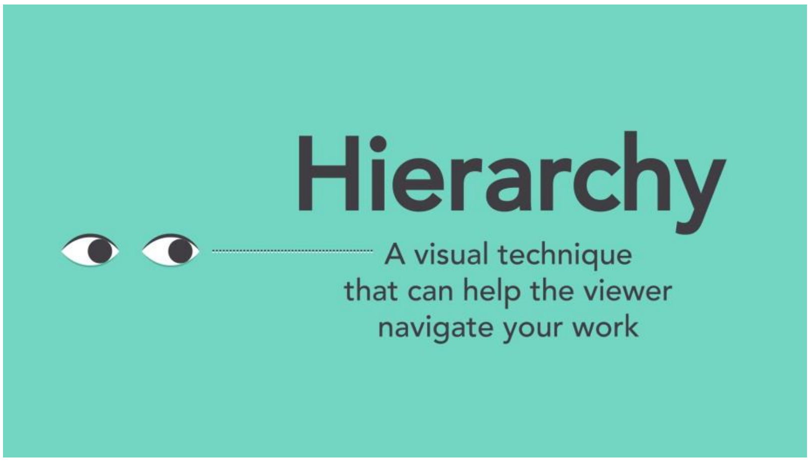
यह नीचे दिए गए उदाहरण की तरह, यह आपकी सामग्री को ग्रिड के अंदर व्यवस्थित करने की सुविधा दे सकता है। ध्यान दें, हालांकि प्रत्येक इमेज को टेक्स्ट में केंद्रित करने वाली सहयोगी अदृश्य रेखा है। प्रत्येक समूह को समान आकार के मार्जिन के साथ समान रूप से विभाजित और अलाइन किया जाता है।

चित्र 2.2.6: एलाइनमेंट उदाहरण

रचना के विवरण पर ध्यान इसे नेविगेट करने में आसान बनाता है। लगातार एलाइनमेंट नहीं होने पर, आपका काम गलत होना शुरू कर सकता है

4.कंट्रास्ट का तात्पर्य केवल यह है कि एक वस्तु दूसरे से बिल्कुल अलग है। लेआउट और संरचना में, यह अंतर आपको कई चीज़ों में मदद करेगा, जैसे पाठक की नज़र में आना, तनाव पैदा करना, या किसी आवश्यक चीज़ को इंगित करना। नीचे दिए गए उदाहरण में अंतर पैदा करने के लिए, हमने रंग, टेक्स्ट का एक रूप और अलग-अलग आकार की वस्तुओं का उपयोग किया है। यह योजना को अतिरिक्त गतिशील बनाता है और इसलिए, संचार में अपना संदेश अधिक व्यावहारिक बनाता है।

5.कंट्रास्ट का तात्पर्य केवल यह है कि एक वस्तु दूसरे से बिल्कुल अलग है। लेआउट और संरचना में, यह अंतर आपको कई चीज़ों में मदद करेगा, जैसे पाठक की नज़र में आना, तनाव पैदा करना, या किसी आवश्यक चीज़ को इंगित करना। नीचे दिए गए उदाहरण में अंतर पैदा करने के लिए, हमने रंग, टेक्स्ट का एक रूप और अलग-अलग आकार की वस्तुओं का उपयोग किया है। यह योजना को अतिरिक्त गतिशील बनाता है और इसलिए, संचार में अपना संदेश अधिक व्यावहारिक बनाता है।

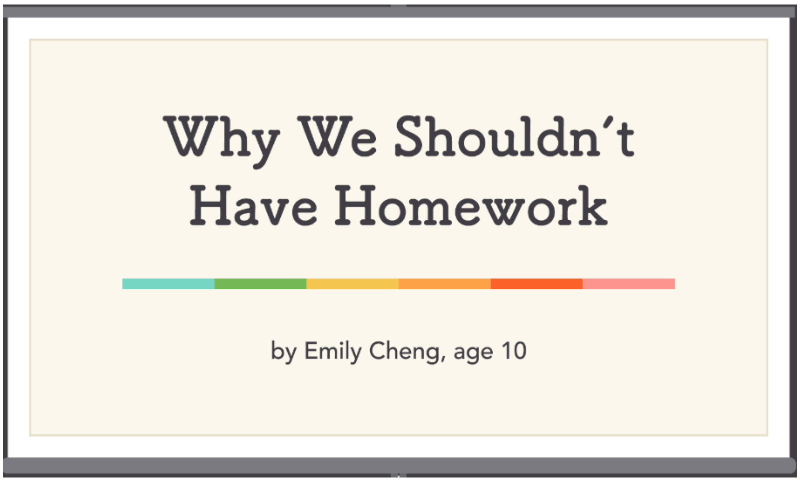


चित्र 2.2.7: पदानुक्रम

6.पदानुक्रम

कंट्रास्ट पदानुक्रम से जुड़ा हुआ है, यह विज़ुअल तकनीक भी हो सकती है जो दर्शकों को आपके काम को मार्गनिर्देशन करने में सुविधा प्रदान कर सकती है। दूसरे शब्दों में, यह उन्हें दिखाता है कि कहां से शुरू करना है और फिर आगे कहाँ जाना है, यह तनाव का पूरी तरह से अलग लेवल हैं।

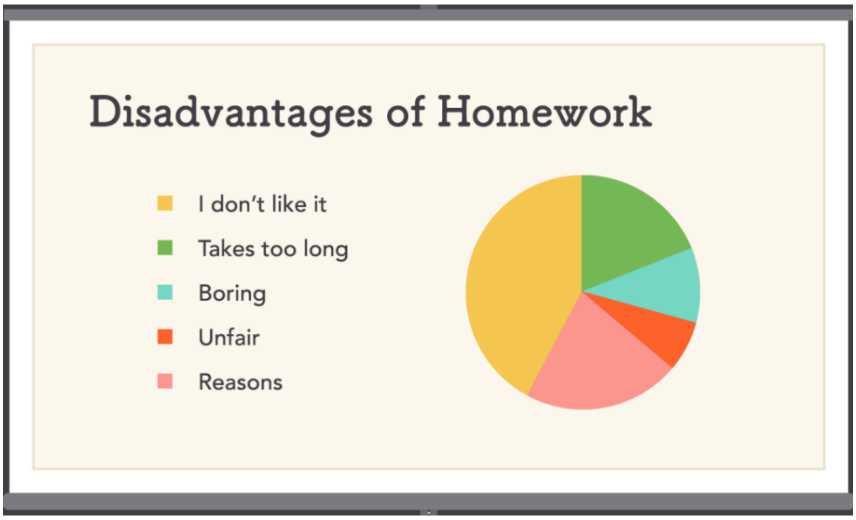
पदानुक्रम स्थापित करना आसान है: बस उन घटकों को तय करें जिन्हें आप चाहते हैं कि आपका पाठक शुरू में ध्यान दे, फिर उन्हें तैयार करें। उच्च-स्तरीय या आवश्यक चीजें को कभी-कभी बड़ी, बोल्ड, या अतिरिक्त विशिष्ट कैसे होती हैं।



चित्र 2.2.8: दोहराव

7. रिपीटशन (दोहराव)

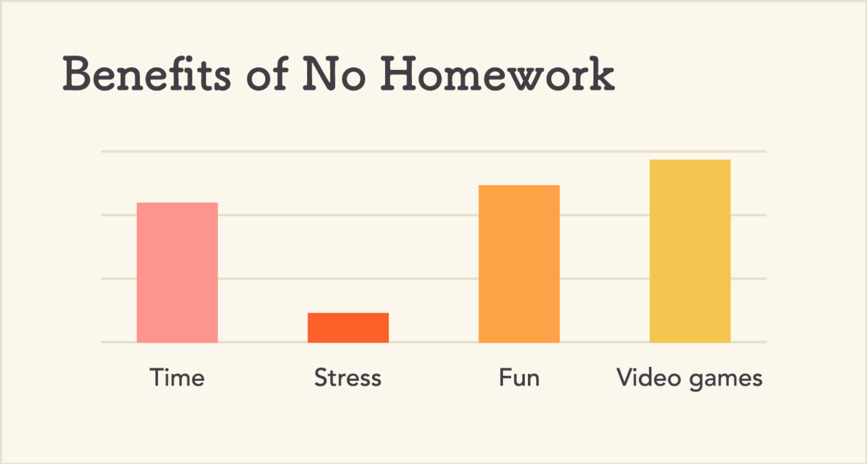
दोहराव एक रिमाइंडर हो सकता है कि प्रत्येक परियोजना को एक समरूप रूप और अनुभव होना चाहिए। यह उन तरीकों को खोजने का सुझाव देता है जो कुछ घटकों को जारी रखने या फिर से जोड़कर आपकी स्टाइल को मजबूत करते हैं।



चित्र 2.2.9: होमवर्क का नुकसान

उदाहरण के लिए, यदि आपके पास एक चयनित कलर पैलेट है, तो इस पर काम करने के तरीकों की तलाश करें। यदि आपने एक विशेष हैडर प्रचलन चुना है, तो इसे नियमित रूप से उपयोग करें।

यह केवल सौंदर्य संबंधी कारणों से नहीं है - सुसंगत होने से काम को ब्राउज़ करना भी आसान हो सकता है। एक बार जब दर्शक सीख जाएंगे कि क्या करना है, तो आसान सेसामग्री को लक्षित कर लेंगे



चित्र 2.2.10: होमवर्क के लाभ

नोट्स

यूनिट 2.3: ग्राफिक स्टाइल कलर की शुरुआत

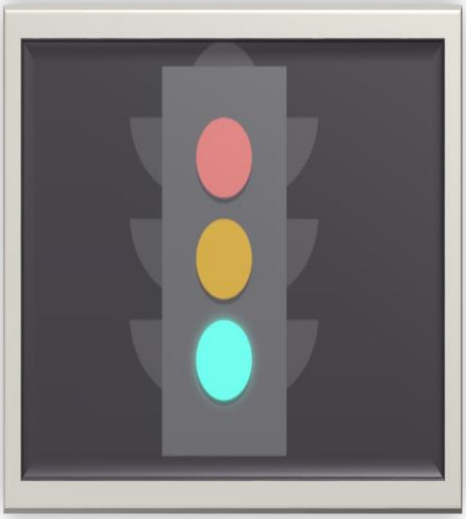
यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- आवश्यकतानुसार दृश्य अवधारणा बनाना।
- एक दृष्टिकोण तैयार करना और प्रक्रिया की योजना बनाना ।
- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परारी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रोजेक्ट इंडिकेटर्स (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के अनुसार विजुअल प्लेटफॉर्म बनाना ।
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना ।

2.3 ग्राफिक स्टाइल कलर की शुरुआत

शैली और जीवन शैली में रंग एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह आपकी आंख को एक तस्वीर की ओर आकर्षित करेगा। आम तौर पर, यह एक भावनात्मक प्रतिक्रिया को ट्रिगर करेगा। यहां तक कि शब्दों को ज़रा भी पीड़ित न करते हुए यह एक महत्वपूर्ण बात का संचार करेगा।

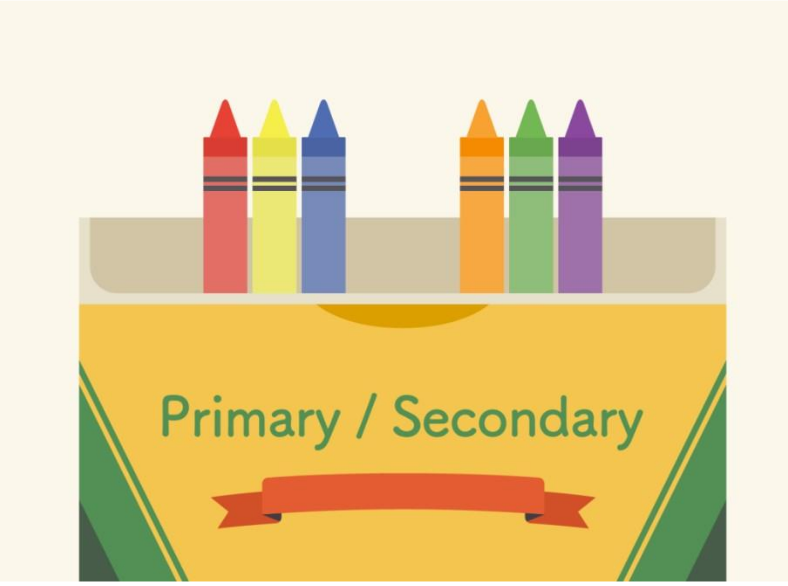


चित्र 2.3.1: कलर

तो हालांकि, क्या हम समझ सकते हैं कि कौन से कलर अच्छे दिखते हैं और उनमें से कौन से नहीं? समाधान बिलकुल सरल है रंग सिद्धांत। कलाकारों और डिजाइनरों ने सैकड़ों वर्षों से रंग सिद्धांत का पालन किया है; हालाँकि, कोई भी इसके बारे में बहुत कुछ सीख सकता है। यह आपको कई अलग-अलग चीजों में आश्वस्त महसूस करने में मदद करेगा, चाहे वह किसी स्टाइल के लिए कलर का चयन करना हो या सही पोशाक बनाना हो। एक स्पर्श अंतर्दृष्टि के साथ, आप परिवर्तन

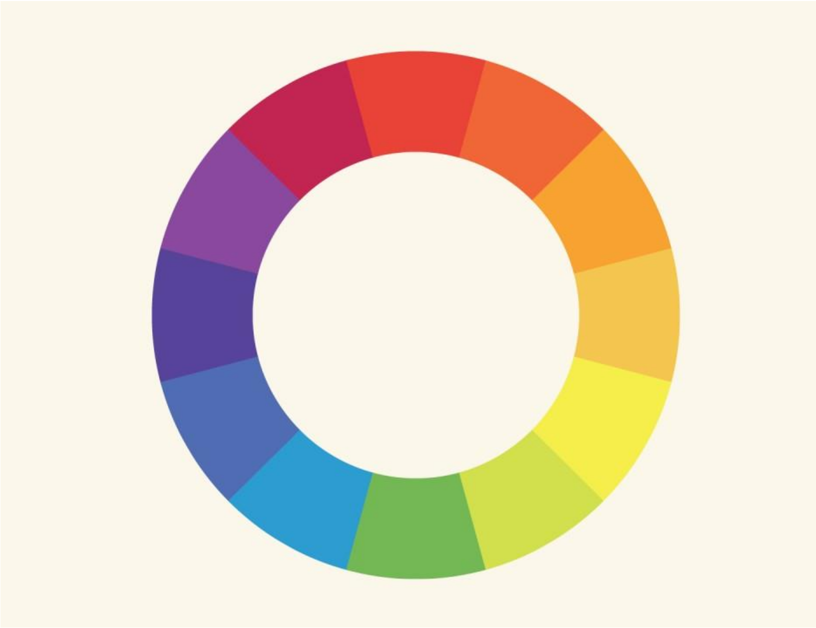
रंग के बारे में मूल बातें

आइए एक नयेपन के साथ मूल बातों की शुरुआत करते हैं। प्राथमिक और द्वितीयक कलर विद्यालय से संबंधित सीखने को ध्यान में रखें? तब आपके पास पहले से ही रंग सिद्धान्त का कुछ डेटा होगा।



चित्र 2.3.2: रंग

यदि हम इन रंगों को एक साथ मिलाते हैं, तो हमें लाल-नारंगी और रंगीन जैसे कई मध्यम रंग भी मिलते हैं। ये सभी एक साथ, कलर चार्ट के रूप में संदर्भित की जाती हैं। (आप सबसे अधिक संभावना देखेंगे कि इसका नाम कहीं भी होगा।)



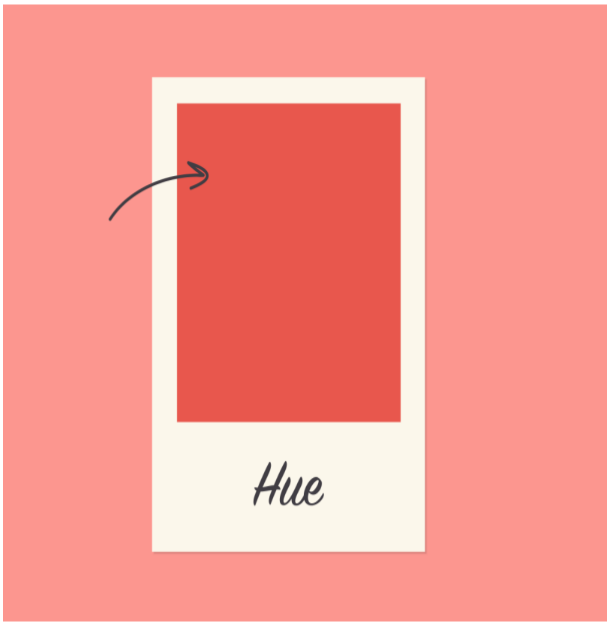
करीब से देखने पर

अब जब आप कलर व्हील को आसानी से समझ गए हैं, तो आइए ह्यू, सेचुरेशन और वैल्यू समझने के लिए एक कदम आगे बढ़ाएं। ये वर्ग माप आपको रोज़मर्रा की ज़िंदगी में नहीं मिलेंगी, हालाँकि ये बहुत सारे सूक्ष्म रंगों को समझने की कुंजी हैं - जैसे कि हाउस इम्प्रूवमेंट स्टोर पर बहुत कम पेंट चिप्स की तरह ।

चित्र 2.3.4: कलर चार्ट

ह्यू

ह्यू सबसे अच्छा होता है; यह अनिवार्य रूप से रंग के लिए बस एक और शब्द है। नीचे दिए गए उदाहरण में, आप अपनी व्याख्या के आधार पर रंग को मूंगा गुलाबी या हल्का लाल रंग के रूप में वर्णित कर सकते हैं।



चित्र 2.3.5: ह्यू

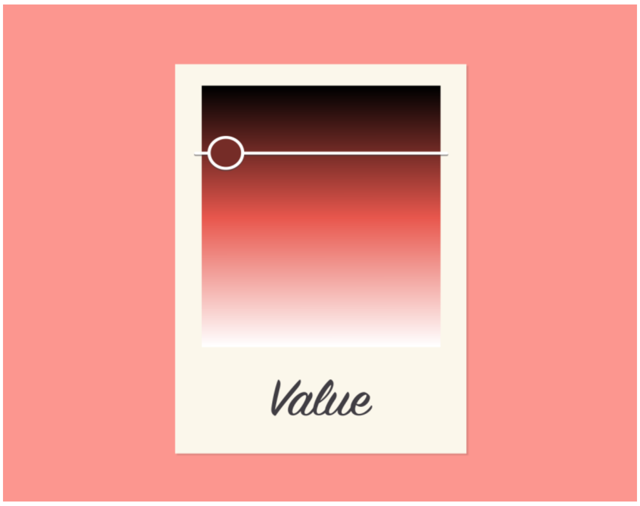
सैचरेशन

सेचुरेशन , गहनता को संदर्भित करती है - अन्य शब्दों में, चाहे रंग बहुत महीन या बहुत चटकीला लगता है। अत्यधिक सेचुरेशन रंग वर्ग का माप चमकीला या तीव्र होता है। डीसेचुरेशन रंगों में वर्णक कम होता है और बहुत कम आकर्षण होता है ।

चित्र 2.3.6: सेचुरेश

मान

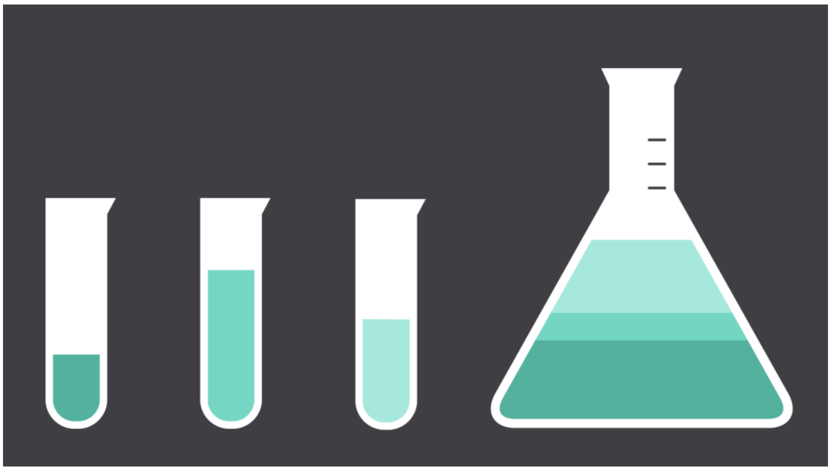
मान का संबंध काले या सफेद रंग से शुरू होकर चाहे जितना भी गहरा या हल्का हो, इससे संबंधित होना चाहिए। जैसा कि आप नीचे देखेंगे, यह गहरे भूरेपन से लेकर हल्के-पेस्टल गुलाबी तक कई तरह के रंग प्रदान करता है।



चित्र 2.3.7: मान

रंग योजनाएँ बनाना

तो पेशेवर दिखने वाली रंग योजनाएँ बनाने के लिए हम इसे एक साथ कैसे रख सकते हैं? वस्तुतः उपयोग किए और सच्चे सूत्र हैं जो एक चीज का समर्थन करते हैं जिसे रंग सामंजस्य कहा जाता है जो सुविधा प्रदान करेगा।

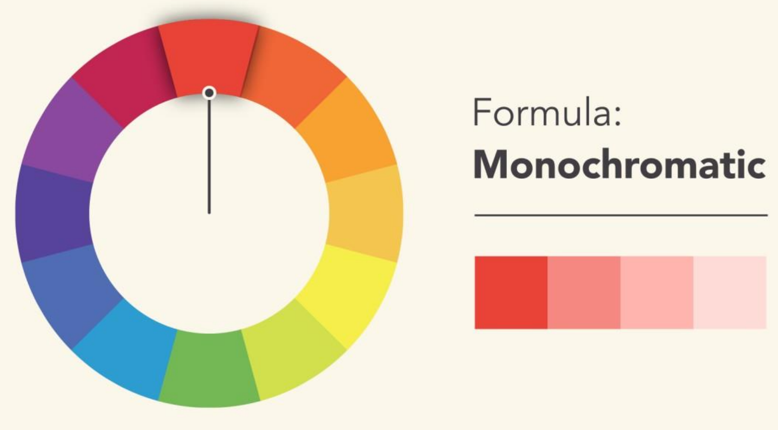


चित्र 2.3.8: रंग सामंजस्य

रंग सामंजस्य, कलर व्हील का उपयोग करता है उदाहरण के लिए परीक्षण किए गए रंग संयोजन। हम नीचे सामान्य प्रकार के रंग सामंजस्य के बारे में जानेंगे।

मोनोक्रोमेटिक

सामंजस्य के लिए सबसे आसान सूत्र मोनोक्रोमैटिक है क्योंकि इसमें केवल एक रंग या हयू का उपयोग किया जाता है। एक मोनोक्रोमैटिक कलर स्कीम बनाने के लिए, कलर व्हील पर एक जगह चुनें, फिर विविधता बनाने के लिए अपने सेचुरेशन और मान के डेटा का उपयोग करें।

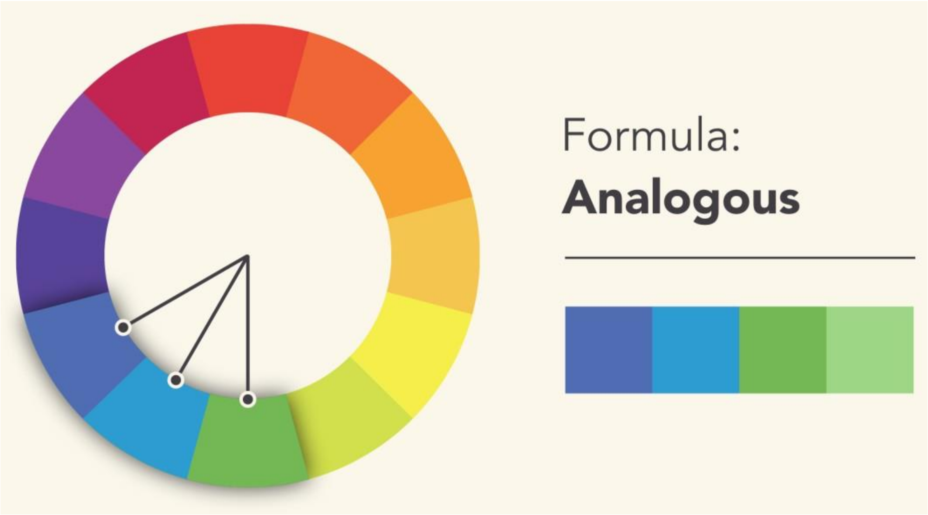


चित्र 2.3.9: मोनोक्रोमेटिक कलर स्कीम

मोनोक्रोमेटिक कलर स्कीम से संबंधित सबसे अच्छी बात यह है कि वे पूरी तरह से मैच कर जाते हैं। रंग एक दूसरे पर पूरी तरह से मैच करते हैं क्योंकि वे सभी एक ही वर्ग से हैं।

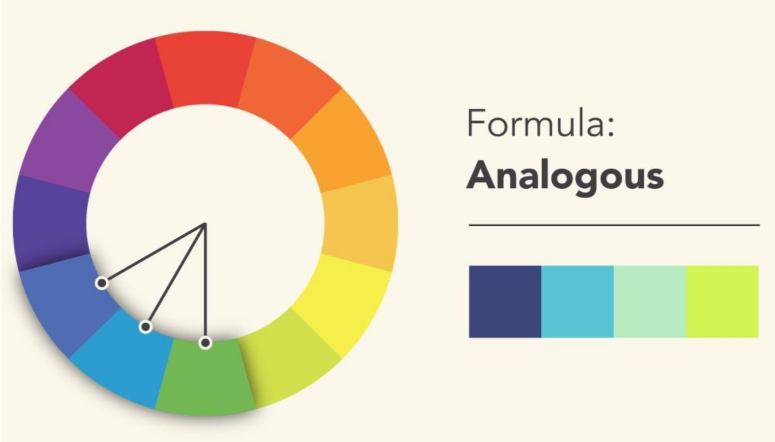
अनुरूप

एक अनुरूप रंग योजना उन रंगों का उपयोग करती है जो कलर व्हील पर हर विकल्प के साथ होते हैं, जैसे लाल और नारंगी या नीला और हरा।



चित्र2.3.10: अनुरूप रंग योजना

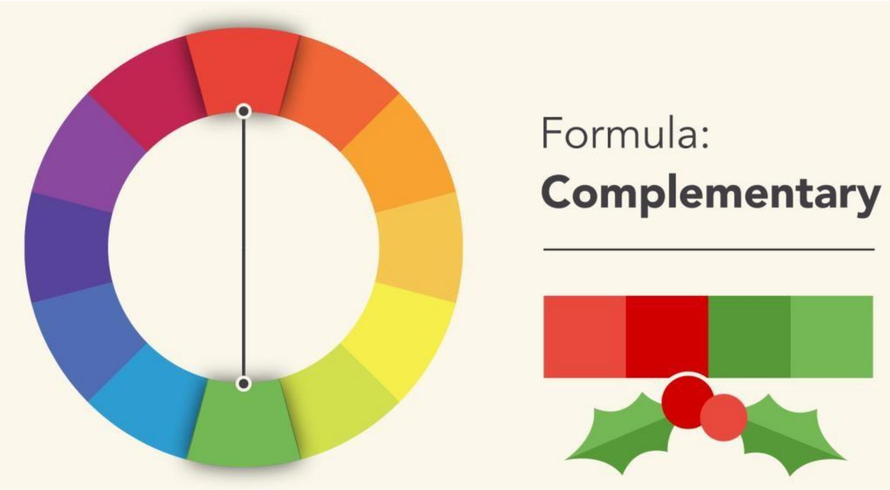
पैलेट का उपयोग करने और अपनी विशिष्ट व्याख्या बनाने से घबराए नहीं। यही रंग सामंजस्य है; सूत्र केवल शुरुआती बिंदु हैं जो आपको मार्गदर्शन करने और आपको प्रोत्साहित करने में मदद करते हैं।



चित्र 2.3.11: अनुरूप रंग सामंजस्य

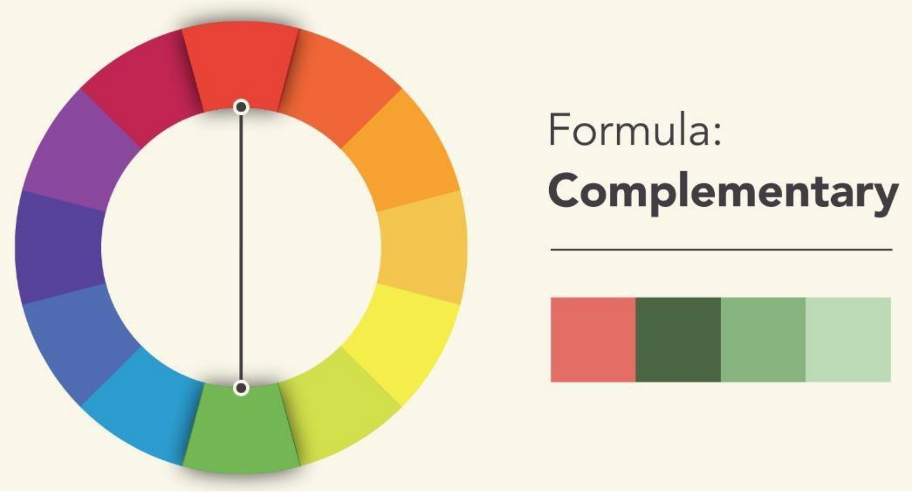
पूरक

पूरक रंग कलर व्हील पर एक दूसरे के विपरीत होते हैं; एक उदाहरण के रूप में, नीला और नारंगी या क्लासिक लाल और हरा।



चित्र2.3.12: पूरक रंग

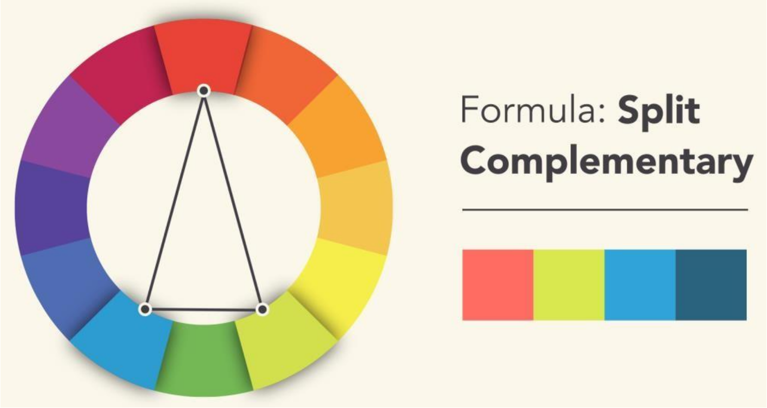
वर्णक्रमीय रंग योजनाओं से बचने के लिए, जो वर्ग माप को बहुत अधिक सरलीकृत करते हैं, हल्का, गहरा या वांछित रंग पेश करके कुछ चयन जोड़ें।



चित्र2.3.12: पूरक रंग योजना

विभाजित -पूरक

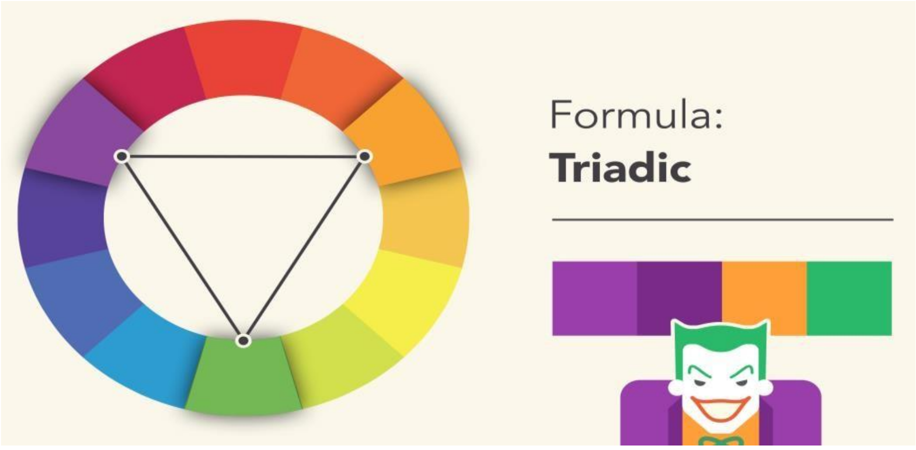
एक विभाजित-पूरक रंग योजना पूरक के किसी भी पहलू पर रंगों का उपयोग करती है। यह आपको वर्णक्रमीय रंग विषय के रूप में समान स्तर का अंतर देता है, हालांकि बहुत सारे रंग (और निस्संदेह बहुत सारे आकर्षक परिणाम) के साथ।



चित्र2.3.13: विभाजित पूरक कलर स्कीम

ट्राईएडिक

एक ट्राईएडिक रंग योजना 3 रंगों का उपयोग करती है जो हर वर्ग को समान रूप से मापते हैं, कलर व्हील पर सम्पूर्ण त्रिकोण बनाते हैं।

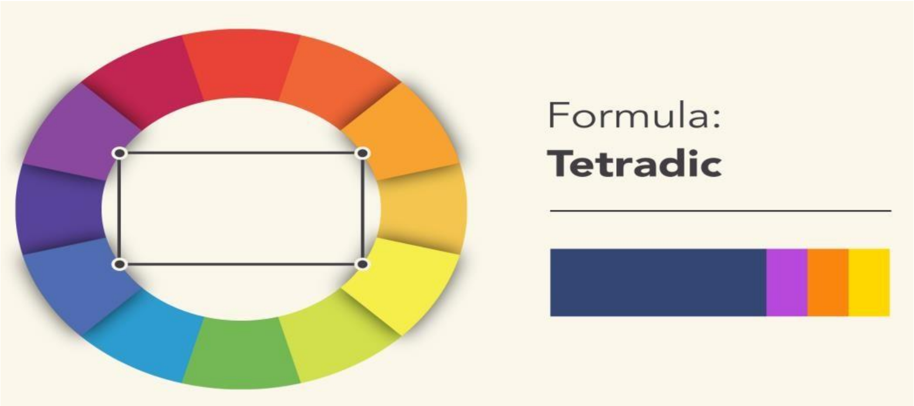


चित्र2.3.14: ट्राईएडिक कलर स्कीम

ये संयोजन स्पष्ट होते हैं - विशेष रूप से एक बार जब वे प्राथमिक या द्वितीयक रंगों को शामिल कर लेते हैं - इसलिए अपने काम में उपयोग होने के बाद सचेत रहें।

टेट्राडिक

टेट्राडिक कलर स्कीम, कलर व्हील पर एक समांतर चतुर्भुज की तरह होती हैं, उपयोग एक नहीं बल्कि 2 वर्णक्रमीय रंग का जोड़ है। यह सूत्र सबसे अच्छा काम करता है अगर आप एक रंग को हावी होने देते हैं जबकि अन्य एएन एक्सेंट का काम करते हैं।



चित्र 2.3.15: टेट्राडिक स्कीम

सामान्य गलती करने से बचे:

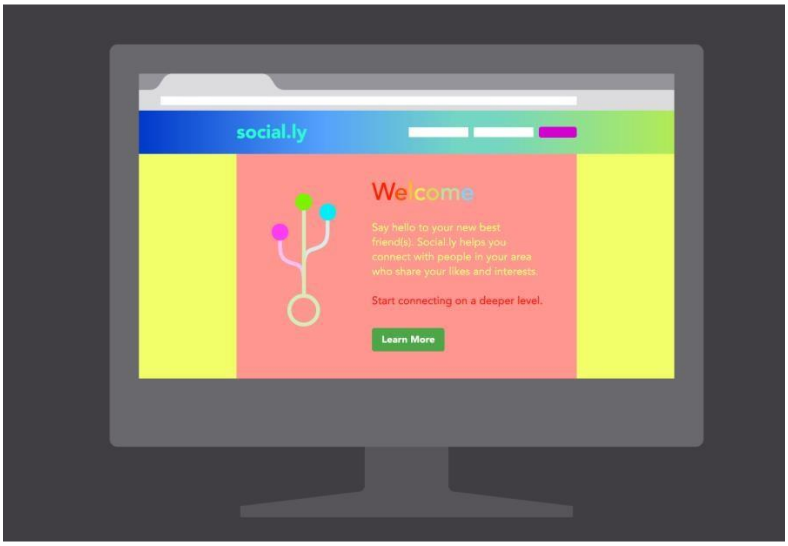
जब रंग की बात आती है तो कुछ विशेष क्या करें और क्या न करे हैं। उदाहरण के तौर पर, क्या आपने कभी ऐसे रंग देखे हैं जो एक दूसरे के साथ में रखने कुछ अलग ही दिखाई देते हैं?

चित्र2.3.16: वाइब्रेंट रंग के उदाहरण

इसका समाधान यह है कि इसे कम किया जाए - शाब्दिक रूप से - और इसका एक सीधा तरीका है। एक रंग से शुरू करें, और इसकी रौशनी, अंधेरे, या सचुरेशन को समायोजित करते हुए देखें। आम तौर पर, एक स्पर्श भेद आपके सभी रंग पैलेट चाहता है।

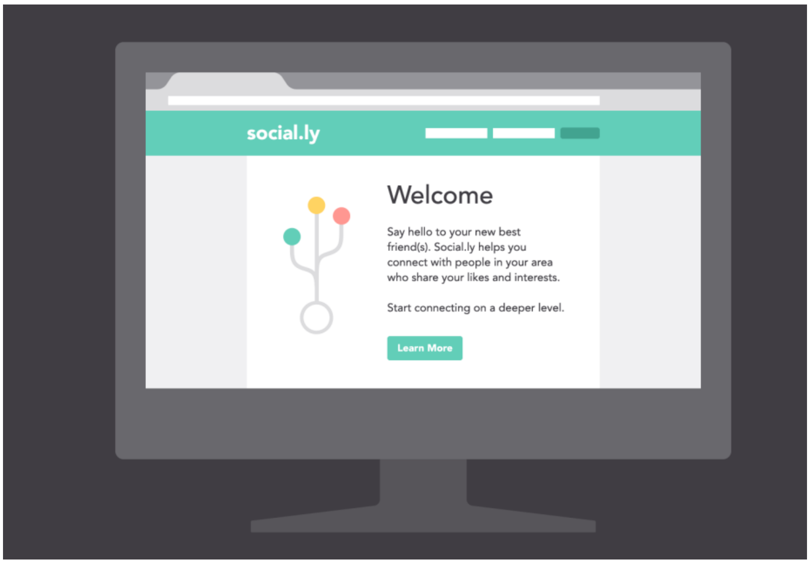
चित्र2.3.17: टोन डाउन कलर्स के उदाहरण

पठनीयता किसी भी शैली के बारे में एक महत्वपूर्ण सोच है। आपका रंग आंखों के लिए अच्छा और समझ आना चाहिए, खासकर टेक्स्ट के साथ काम करते समय।



चित्र 2.3.18: पठनीयता के उदाहरण

कभी-कभी जिसका अर्थ होता है NOT विक्टिमाइजेशन कलर - कम से कम सभी बहुत छोटे काम में नहीं? काले, सफेद और ग्रे जैसे न्यूट्रल रंग आपकी स्टाइल को संतुलित करने में आपकी सहायता करेंगे, इस प्रकार जब आप रंग का उपयोग करते हैं, तो यह बेहद विशिष्ट होता है।



चित्र 2.3.19: न्यूट्रल रंग के उदाहरण

उचित रंग चुनना

हर रंग एक संदेश देता है। अपनी परियोजना की टोन पर विचार करना और मेल खाने वाले रंग पैलेट का चयन करना महत्वपूर्ण है।

उदाहरण के लिए, चमकीले रंग मज़ेदार या फैशनेबल दिखावा पैदा करते हैं।

चित्र2.3.19: चमकीले रंग के उदाहरण

डीसचुरेशन कलर आमतौर पर बहुत जटिल या व्यवसायिक लगते हैं।

चित्र2.3.20: डीसचुरेशन कलर

कभी-कभी यह केवल संदर्भ पर निर्भर करता है। निरीक्षण और क्षमता के साथ, इसकी कोई सीमा नहीं है।

चित्र2.3.21: कॉन्टेक्स्ट पैटर्न

प्रेरणा ढूँढना

आप विज्ञापन और अस्वीकृति से लेकर कला के ज्ञात कार्यों तक, सभी आकर्षक स्थानों के बताए गए रंग योजनाओं के लिए अवधारणाओं को देख सकते हैं।

चित्र 2.3.22: कला के साथ रंग योजनाएं

आप रंग पैलेट ब्राउज़ करने या अपना खुद का बनाने के लिए इंटरनेट संसाधन का उपयोग भी कर सकते हैं।

अनुभवी डिजाइनर आमतौर पर अपने आसपास की दुनिया से प्रेरणा लेते हैं। एक चीज जिसे आप पसंद करते हैं उसे खोजने और उसे बनाने में कुछ भी गलत नहीं है।

चित्र2.3.23: रंग पैलेट

- ग्राफिक स्टाइल के साथ रंग की क्षमता

प्रभावी ग्राफिक स्टाइल मिश्रित घटकों के मिश्रण पर निर्भर करती है। रंग उन घटकों में सबसे महत्वपूर्ण हैं, क्योंकि वे प्रतिनिधि, प्रतीकात्मक और संचार शैलियों के लिए उपयोग किए जाते हैं। रंगों और लोगों पर इसके प्रभाव का अध्ययन शक्तिशाली और अत्यंत आवश्यक रहा है। डिजाइनरों और कलाकारों को मिश्रित रंगों के मनोवैज्ञानिक प्रभाव की अच्छी समझ होनी चाहिए, और उन्हें डिजाइन, विज्ञापन, कपड़ों के डिजाइन, आंतरिक सजावट और वास्तव में ग्राफिक डिजाइनिंग में ठीक से लागू करने में सक्षम होना चाहिए।

रचना, लेआउट, छवि, फ़ॉन्ट और रंग वर्ग ग्राफिक स्टाइल के सभी कई घटकों को वर्ग माप के आधार पर मापते हैं जो दर्शकों द्वारा संदेश को समझने के तरीके को प्रभावित करने के लिए एक बहुत ही उद्देश्यपूर्ण चीज़ के साथ जुड़े होते हैं। लोक वर्ग माप उन शैलियों की ओर बहुत अधिक आकर्षित होता है जो देखने में मोहक और आकर्षक हैं। रंग और टाइपोग्राफी डिजाइन की संरचना या प्रारंभिक योजना में 2 सबसे महत्वपूर्ण घटक हैं। संस्कृति या राष्ट्र के आधार पर अक्सर रंग की धारणाएं पूरी तरह से अलग अलग होती हैं, लेकिन कुछ रंगों का सार्वभौमिक अर्थ होता है। ग्राफिक स्टाइल के प्रभावी होने के लिए, रंग सबसे महत्वपूर्ण कारकों में से एक है, इसके आदी उत्पाद के लिए लक्षित बाज़ार को प्रभावित करने के लिए डिजाइनर को इस पर विचार करना चाहिए।

रंग दो प्रकार के होते हैं -कूल कलर और हीट कलर। रंग स्पेक्ट्रम वर्ग माप के लाल स्थान के भीतर के रंगों को "वार्म कलर" कहा जाता है। इनमें लाल, नारंगी और पीला रंग शामिल हैं। इस रंग में हीट और लक्ज़री से लेकर क्रोध और शत्रुता की भावनाओं तक की भावनाओं को दर्शाता है। स्पेक्ट्रम के नीले स्थान पर रंगों को "कूल कलर" के रूप में वर्गीकृत किया जाता है। इनमें नीला, बैंगनी और हरा रंग शामिल है। इन्हें अक्सर शांत रंगों के रूप में जाना जाता है और ये अप्रसन्नता या उदासीनता की भावनाओं को दर्शाते हैं। क्या आपको पता था? मानव आंखे कूल कलर से पहले हीट कलर की पहचान कर लेती हैं।

रंग एक ग्राफिक और इंटरनेट डिजाइनर के लिए सबसे महत्वपूर्ण सहायक उपकरणों में से एक है। ये आविष्कारशील व्यवसाय संभावित ग्राहकों की नज़र में मोहक और आकर्षक होने के बारे में हैं। विशेष रूप से पूरी छवि को देखने के लिए, अपनी वेब साइट, पोर्टफोलियो या शैली के काम को देखने के लिए एवं आकर्षक बनाने के लिए, सही रंग योजनाएं बनाए। व्यवसाय के उद्देश्य, विषय, स्वभाव और उद्देश्य को विशिष्ट करने के लिए रंगों का उपयोग विवेकपूर्ण ढंग से किया जाना चाहिए। नेट पर, रंग का सही उपयोग आपकी वेबसाइट को दूसरी साइट से अलग बनाएगा।

कुछ उपयोगी टिप्स: रंग सामंजस्य का प्रयोग करना चाहिए। रंग पुनरावृत्ति को अक्सर एक शैली में सामंजस्य बनाने के लिए नियोजित किया जाता है, उपचर्या में एसोसिएट को ब्रांड नाम निरंतरता और स्थिरता की समग्र भावना के लिए संतुलित किया जाता है। रंग अक्सर स्थिति के सबसे महत्वपूर्ण आवश्यक घटकों पर दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने के आदी होते हैं, लेकिन ध्यान रखें कि रंग का अत्यधिक उपयोग ग्राहक की आँखों पर गहरा प्रभाव डालेगा और संभवतः ग्राहक को मुख्य संदेश से विचलित कर देगा। रंगों के साथ प्रयोग करने से चौंकाने वाले परिणाम आएंगे, इसलिए जितना संभव हो उतना प्रयोग करने से न डरें । किसी भी स्टाइल के लिए सटीक रंग चुनने से पहले दर्शकों के संबंध में सही विश्लेषण आवश्यक हो सकता है।

लोगों पर रंग और उनके प्रभाव (शारीरिक और भावनात्मक रूप से):

- नीला: शांत करने वाला, ठंडा करने वाला और यह संदेह को दूर करने में मदद करता है।
- हरा: सुखदायक, आरामदेह शारीरिक रूप के अतिरिक्त, ये नवीकरण, आत्म-नियंत्रण और सद्भाव का एक तरीका प्रदान करता है।

- पीला: मानसिक रूप से आकर्षक, स्मृति को सक्रिय करता है और संचार को प्रोत्साहित करता है।
- संतरी : गतिविधि और समाजीकरण को प्रोत्साहित करता है।
- लाल: ऊर्जा बढ़ाने में मदद करेगा, ऊर्जा को उत्तेजित करेगा, काम और आत्मविश्वास बढ़ाने के लिए प्रोत्साहित करेगा।
- बैंगनी: आविष्कारशील, मन और तंत्रिकाओं को शांत करने वाला, आध्यात्मिकता का एक तरीका प्रदान करता है और कल्पना को प्रोत्साहित करता है।
- भूरा: गुणवत्ता, स्थिरता, दुनिया के संदर्भ की भावना और व्यवस्था का एक तरीका प्रदान करता है।
- सफेद: मानसिक स्पष्टता में सहायता करता है, गड़बड़ी या बाधाओं को दूर करने के लिए यू.एस. को प्रोत्साहित करता है, विचारों या कार्यों की शुद्धि विकसित करता है और समकालीन शुरुआत की अनुमति देता है।
- स्लेटी: परेशान और सतर्क।
- काला: एक आरामदायक खालीपन, शक्तिशाली, रहस्यमय, संभावित और जोखिम का एक तरीका।

नोट्स

इकाई 2.4: कला, डिजाइन औरअन्य की मूल बातें

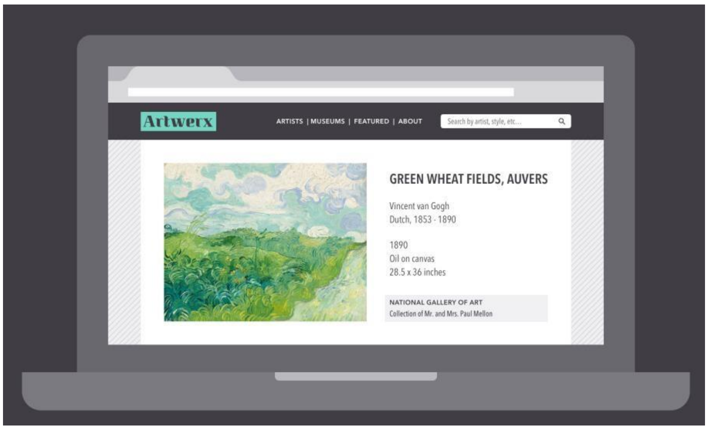
यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- आवश्यकतानुसार दृश्य अवधारणा बनाना।
- एक दृष्टिकोण तैयार करना और प्रक्रिया की योजना बनाना ।
- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रोजेक्ट इंडिकेटर्स (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के अनुसार विज़ुअल प्लेटफॉर्म बनाना ।
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना ।

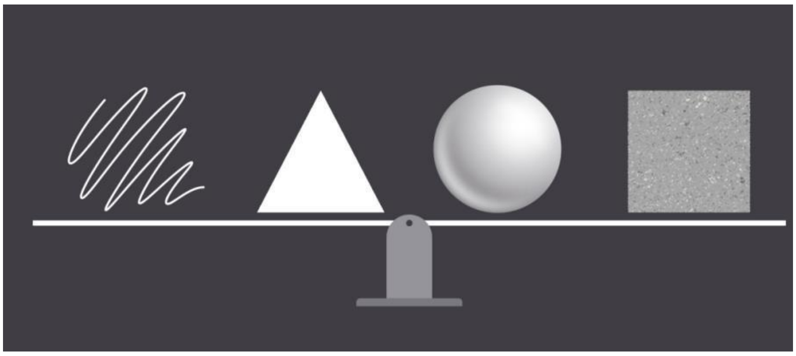
2.4 कला, डिजाइन और अन्य की मूल बातें

कला से लेकर फैशनेबल नेट स्टाइल तक, शैली के मूल तत्व प्रत्येक दृश्य माध्यम का संग्रह हैं। वे स्पष्ट रूप से महत्वहीन विवरणों में भी उपहार हैं, ठीक वैसे ही जैसे अधिकांश रचनाओं को फ्रेम करने वाले फोंट।



चित्र *2.4.1.*फ्रेमआर्ट

इन उदाहरणों में क्या समानता है? रेखा, आकार, रूप, बनावट और संतुलन के साथ कुछ बहुत ही मूल हिस्से। वे अपने आप में प्रचुर मात्रा में प्रतीत नहीं हो सकते हैं, हालांकि, वे लगभग हर उस चीज का हिस्सा हैं जिसे हम देखते और बनाते हैं।

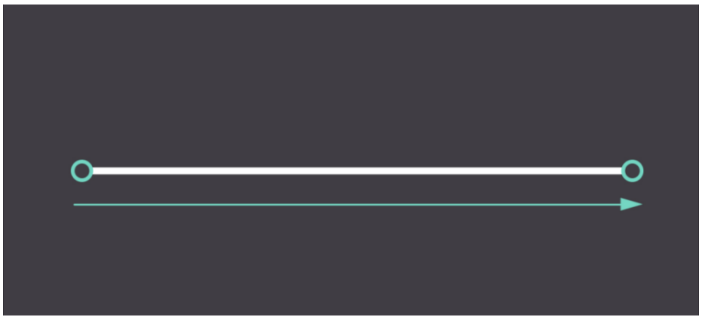


चित्र 2.4.2: आकृति

मूल बातें अक्सर शुरुआत में हतोत्साहित करने वाली होती हैं, खासकर यदि आप अपने आप को सहयोगी निर्माता नहीं सोचते हैं। हालांकि, अगर आप पूर्ण रूप से जुड़े रहें, वे आपको अलग-अलग संपत्तियों के बारे में सिखाएंगे और आप शुरुआत से ही आसान विज़ुअल बना सकते हैं।

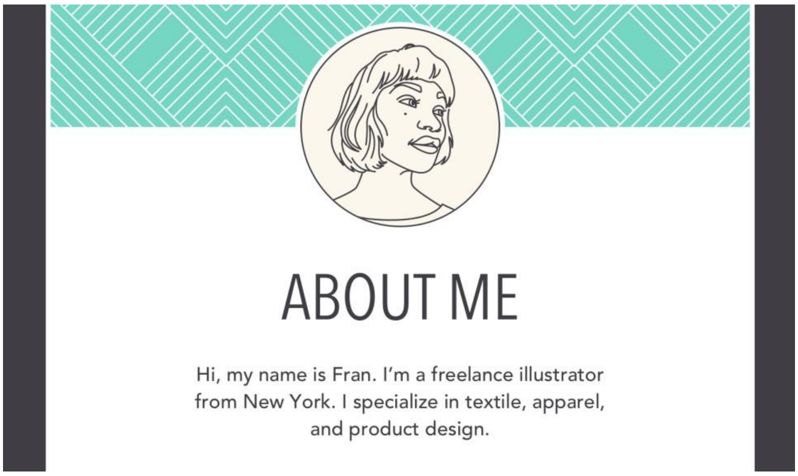
रेखा

एक लाइन (रेखा) एक ऐसा रूप हो सकता है जो 2 या उससे ज़्यादा बिंदुओं को जोड़ता है। यह अक्सर मोटा, पतला, लहरदार या दांतेदार होती है - और ये लिस्ट जारी है। हर बार रेखा एक बिल्कुल अलग एहसास प्रदान करता है।



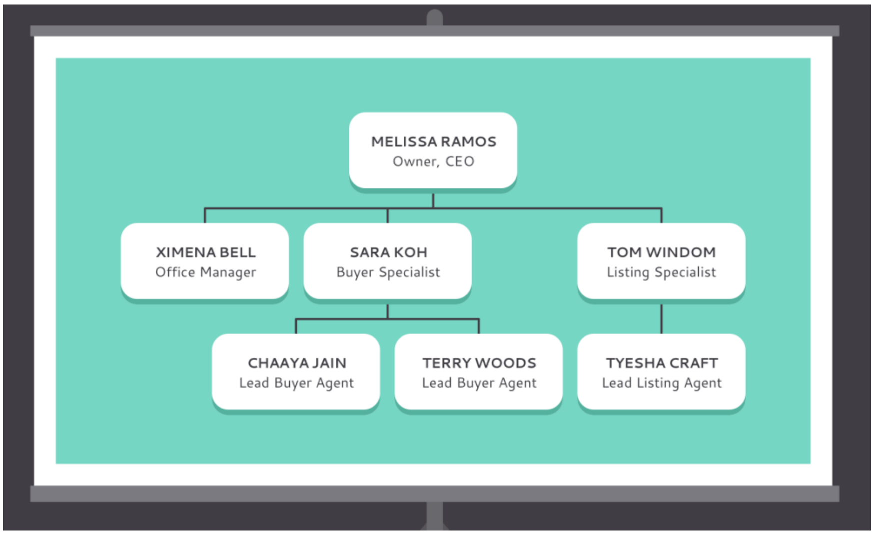
चित्र 2.4.3: रेखा

रेखाएं अक्सर डिजाइन में लगती हैं; एक उदाहरण के रूप में, चित्र और उदाहरण में, वे बनावट, पैटर्न और बैकग्राउंड जैसे ग्राफिक भागों में समान रूप से कॉमन हैं।



चित्र 2.4.4: रेखा का उदाहरण

रेखाएं अक्सर बहुत सी विनम्र रचनाओं में नियोजित होती हैं, वह भी—संगठन के लिए, जोर देने के लिए, या केवल सजावट के लिए। नीचे दिए गए उदाहरण में, एक फ्लो चार्ट बनाने के लिए रेखाओं का उपयोग किया जाता है जो पाठक की नज़र को एक घटक से सफल होने के लिए निर्देशित करता है।



चित्र 2.4.5: फ्लो चार्ट

रेखाओं के साथ काम करते समय, वजन, रंग, बनावट और स्टाइल जैसी चीजों पर ध्यान केंद्रित करें। इन परिष्कृत गुणों का आपकी स्टाइल के दृष्टिकोण पर बहुत प्रभाव पड़ेगा।

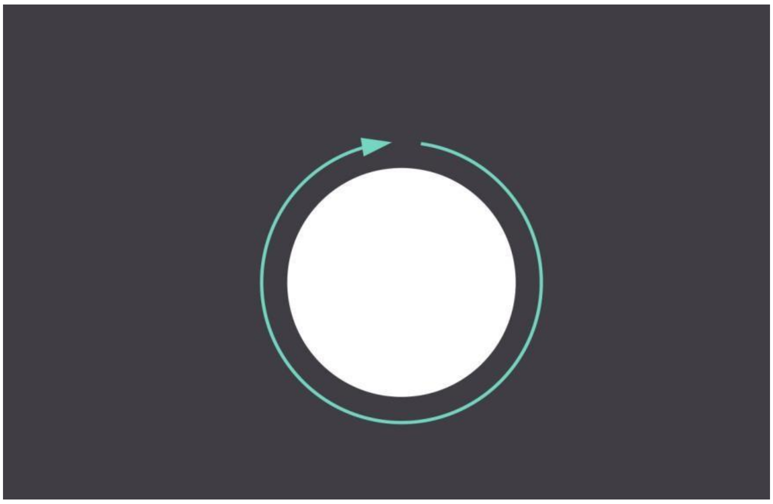
चित्र 2.4.6: रेखाओं के साथ संचालन

उन जगहों की तलाश करें जहां सीधी दृष्टि में रेखाएं छिपी हों; एक उदाहरण के रूप में, टेक्स्ट में। यहां भी, पूरी तरह से अलग लाइन गुणों के साथ प्रयोग करने से आपको बहुत अलग परिणाम मिलेंगे।

चित्र 2.4.7: टेक्स्ट में उदाहरण

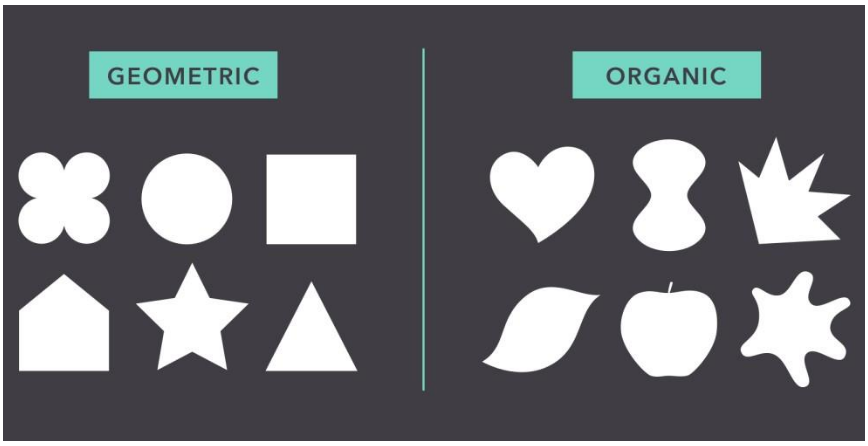
आकृति

एक रूप एक पहचानने योग्य सीमा के साथ कोई भी द्वि-आयामी स्थान है। इसमें वृत्त, वर्ग, त्रिभुज आदि शामिल हैं।



चित्र 2.4.8: आकृति

आकृतियों में 2 अलग-अलग श्रेणियां होती हैं: ज्यामितीय (या नियमित) और जैविक (जहां आकार बहुत मुक्त रूप में होते हैं)।



चित्र 2.4.9: मुक्त रूप की आकृतियाँ

आकृतियाँ दृष्टि से संचार विचार का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। वे भारी मात्रा में चित्र प्रस्तुत करते हैं और उन्हें पहचानने योग्य बनाते हैं। हम आकार के कारण अधिकांश भाग के लिए सड़क के संकेतों, प्रतीकों और यहां तक कि अमूर्तवाद को भी समझते हैं।

चित्र 2.4.10: आकृतियों के कारण सबसे अधिक अमूर्ततावाद

रोजमर्रा की स्टाइल में आकृतियों के उपयोग की एक चौंकाने वाली श्रृंखला है। वे सामग्री को व्यवस्थित करने या अलग करने में, आसान चित्र बनाने में, या बस आपके कार्य में रुचि जोड़ने में आपकी सहायता करेंगे। देखें कि क्या आप नीचे दी गई छवि में कई उदाहरणों को देख पाएंगे

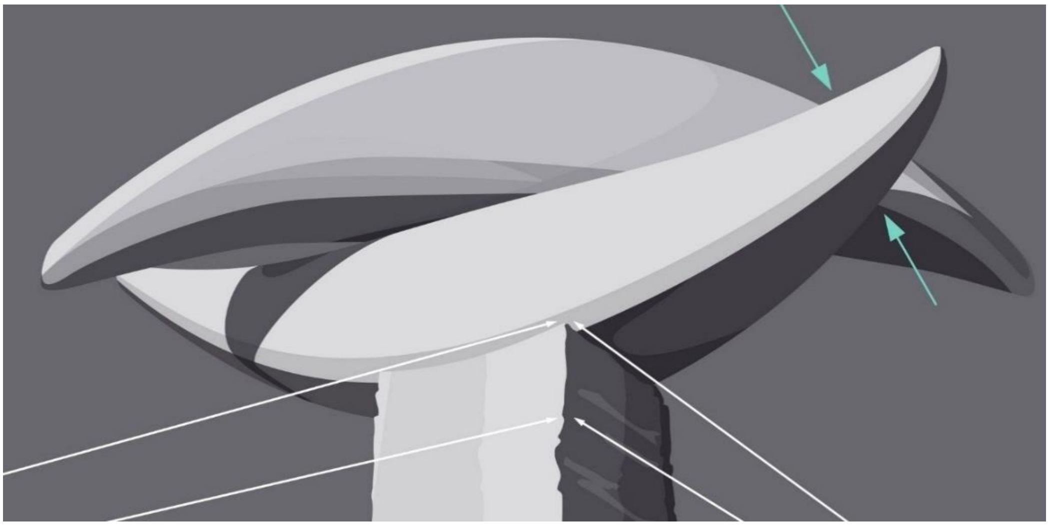
चित्र 2.4.12: बिजनेस कार्ड और आकृतियों वाला ऐप

रूप

जब कोई आकृति 3D बन जाती है, तो हम उसे एक प्रकार/रूप कहते हैं। मूर्तियां, डिजाइन और
वैकल्पिक त्रि-आयामी वस्तु के साथ-साथ ब्रह्मांड के भीतर कई चीजें तैयार करती हैं।

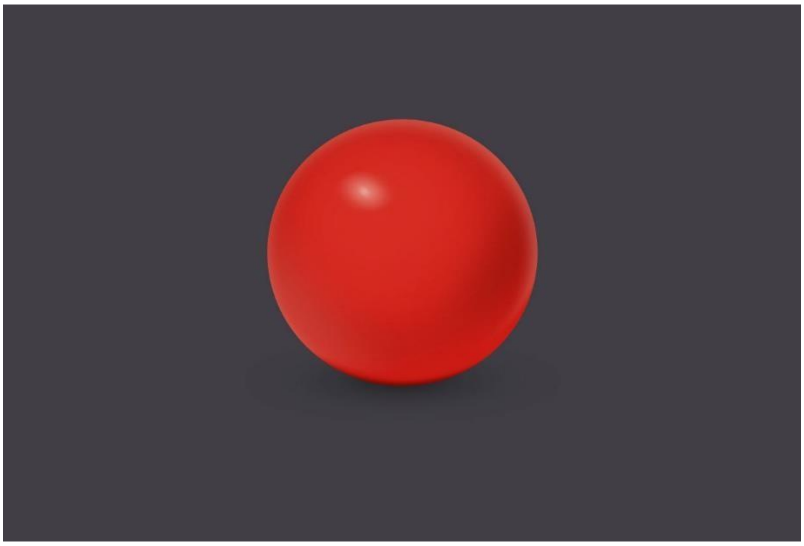
चित्र 2.4.13: मूर्तिकला प्रदर्शन

हालाँकि, प्रपत्रों को त्रि-आयामी आकार नहीं मिला है । वे गहराई का भ्रम पैदा करने के लिए चित्रण, प्रकाश, छाया, और परिप्रेक्ष्य जैसी तकनीकों के माध्यम से भी शांत रहेंगे।



चित्र 2.4.14: मूर्तिकला का सचित्र संस्करण

द्वि-आयामी शैली में, प्रकार यथार्थवाद को प्राप्त करने योग्य बनाता है। इसके बिना, नीचे दी गई छवि की तरह ही रेंडरिंग- हाइलाइट्स और शेडिंग वाली बॉल- बस समान नहीं होगी।



चित्र 2.4.15: सजीव रबर की गेंद

यहां तक कि कम सजीव चित्र भी आयाम बनाने के लिए समान तकनीकों का उपयोग करते हैं। नीचे, प्रकाश और शैडो को शैलीबद्ध किया गया है, हालांकि अभी भी प्रकार और गहराई पर संकेत देते हैं।

चित्र 2.4.16: शैडो के साथ फ्लैट ग्राफिक

रोजमर्रा की रचना में, रूप का उद्देश्य समान होता है, हालांकि छोटे पैमाने पर। एक उदाहरण के रूप में, एक सीधी शैडो परतों का भ्रम पैदा करेगी या सहयोगी वस्तु को एक स्थान प्रदान करेगी।

चित्र2.4.17: परिष्कृत छाया के साथ मेनू

मूल रूप आपके काम में बमुश्किल यथार्थवाद लाएंगे, जो एक बार मॉडरेशन में नियोजित होने पर एक शक्तिशाली उपकरण हो सकता है।

बनावट

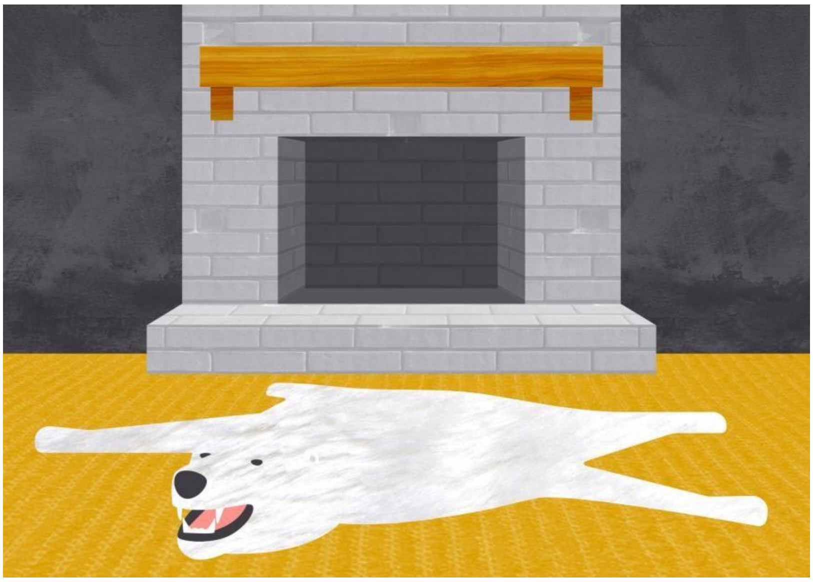
बनावट वह है जो किसी सतह का भौतिक गुण है। रूप की तरह, यह अक्सर एक त्रि-आयामी वस्तु का एक हिस्सा होता है, जैसा कि नीचे दिए गए उदाहरण में है (एक अत्यधिक चमकदार सिरेमिक बर्तन में एक छोटा कांटेदार सक्युलन्ट)।

चित्र 2.4.18: कैक्टस प्रदर्शन

या यह चित्रण के माध्यम से अक्सर शांत रहता है, यह सुझाव देता है कि वास्तविक दुनिया में मौजूद होने पर इसकी बनावट हो सकती है।

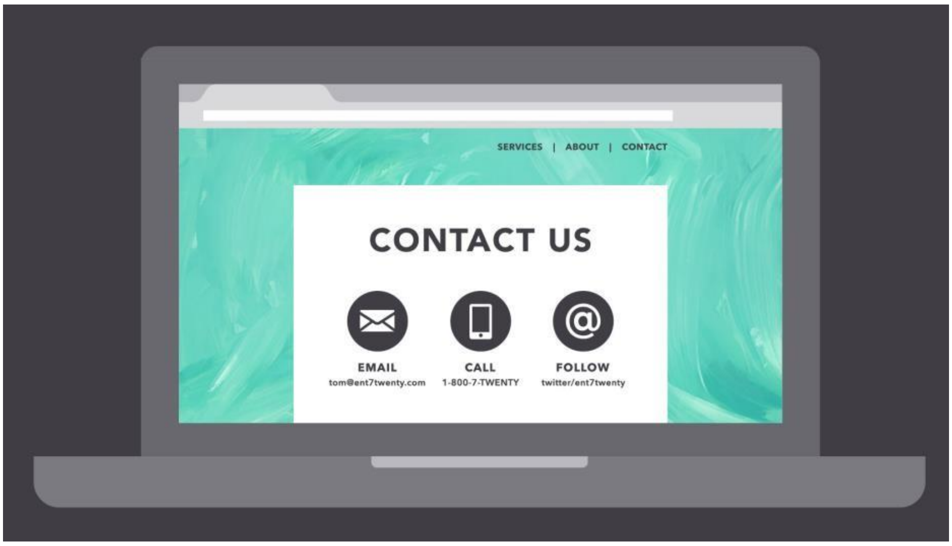
चित्र 2.4.19: सक्युलन्ट का ग्राफिक संस्करण

डिज़ाइन में, बनावट गहराई और कुछ थीसिस को अन्यथा सपाट चित्रों में जोड़ती है। खेल के मौसम पर निर्भर करते हुए, वस्तुएं चिकनी, खुरदरी, कठोर या नरम प्रतीत होंगी।



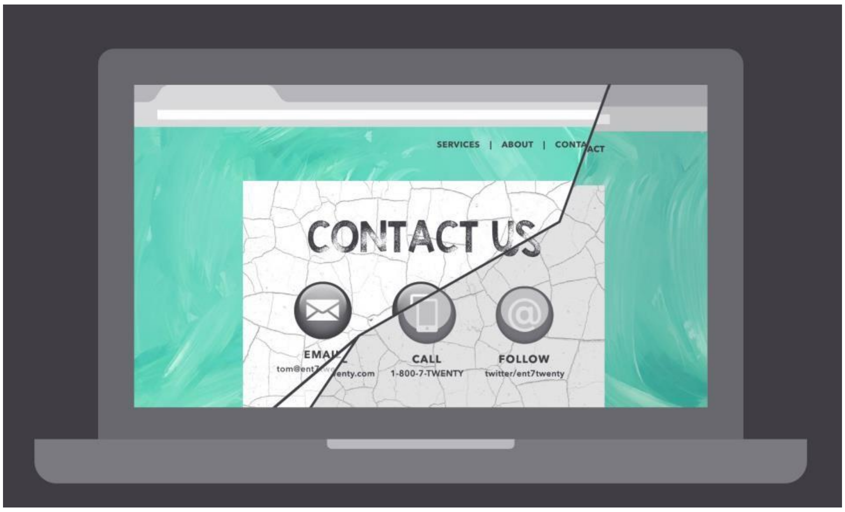
चित्र 2.4.20: टेक्सचर चित्रण

शुरुआती लोगों के लिए, टेक्सचर अच्छा बैकग्राउंड चित्र बनाती है और आपके काम में बहुत रुचि जोड़ सकती है। बारीकी से देखें, और आप अचानक स्थानों पर टेक्सचर महसूस करेंगे, जैसे व्यथित फोंट और चिकना, चमकदार आइकन।



चित्र 2.4.21: टेक्सचर बैकग्राउंड वाली वेबसाइट

ओवरबोर्ड न जाने के लिए बस सावधानी बरतें- अत्यधिक सिंगल स्टाइल में बहुत अधिक टेक्सचर जल्दी से अपरिहार्य हो जाएगा ।



चित्र2.4.22: टेक्सचर बैकग्राउंड, टेक्स्ट बॉक्स, फ़ॉन्ट और आइकन

संतुलन

संतुलन का मतलब है दिखने में एक जैसा (अधिक विशेष रूप से, कोई भी घटक किस अनुपात में दर्शकों की आंखों को आकर्षित करता है) रंग, आकार, संख्या और नकारात्मक क्षेत्र के साथ संतुलन को अक्सर कई चीजों से संतप्त किया जाता है।

चित्र2.4.23: संतुलित आकार

शुरुआती लोगों के लिए संतुलन में महारत हासिल करना अक्सर कठिन होता है क्योंकि इसके लिए कुछ अंतर्ज्ञान की आवश्यकता होगी। सौभाग्य से, देखने में दुनिया उदाहरणों से भरी हुई है जो आपको इसके अलग-अलग पुनरावृत्तियों को समझने में मदद करेगी।

चित्र 2.4.24: मैगज़ीन लेआउट

सममित शैलियाँ सहयोगी अक्ष के प्रत्येक पक्ष पर समान या एक जैसी होती हैं। वे संतुलित महसूस करते हैं क्योंकि दोनों पक्ष प्रभावी रूप सेएक जैसे हैं (यदि एक जैसे नहीं हैं)।

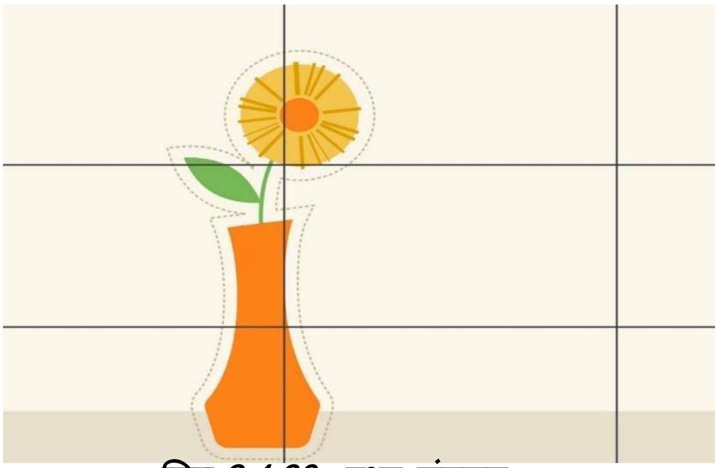
चित्र 2.4.25: सममित कार्ड

असममित शैलियों पूरी तरह से अलग हैं; हालाँकि, भार समान रूप से वितरित किया जाना जारी है। रचना संतुलित है क्योंकि इसके परिणामस्वरूप उचित चीजों पर ध्यान दिया जाता है (इस उदाहरण में, व्यक्ति का नाम और कंपनी का लोगो)

चित्र 2.4.26: असममित कार्ड

तिहाई का नियम

डिज़ाइनर और फ़ोटोग्राफ़र सहित बहुत से लोग एक नियम का उपयोग करते हैं, जिसे तिहाई का नियम कहा जाता है। यह कल्पना करता है कि आपका कार्यक्षेत्र 3x3 ग्रिड में विभाजित है। छवि के ध्यान का केंद्र शेष क्षेत्र के साथ दृश्य संतुलन बनाते हुए, ग्रिड लाइनों में से प्रत्येक में एक पर या उसके करीब रखा गया है।



चित्र 2.4.30: दृश्य संतुलन

हम इस तरह की रचना को आकर्षक पाते हैं, क्योंकि अध्ययन के साथ-साथ, मानव आंख स्वाभाविक रूप से एक डिजाइन की जाँच करने के बाद इस मार्ग का अनुसरण करती है।

नोट्स

यूनिट 2.5: ब्रांडिंग और पहचान

यूनिट के उद्देश्य

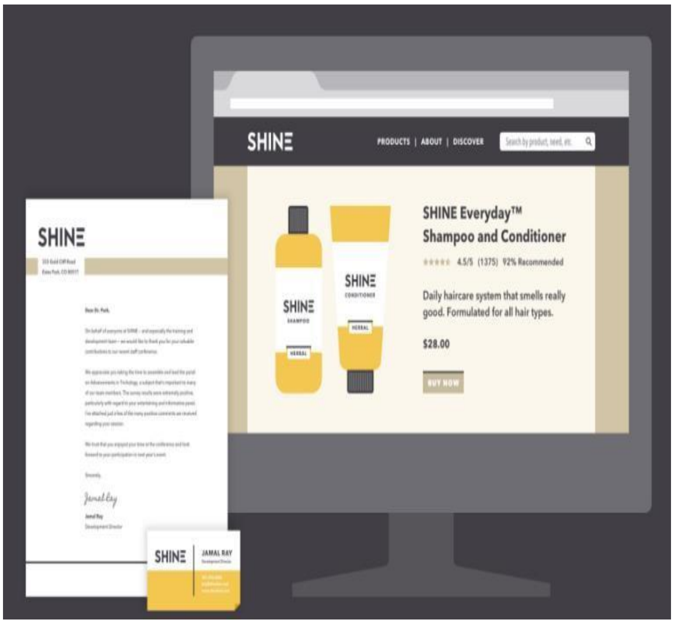
इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- आवश्यकतानुसार दृश्य अवधारणा बनाना।
- एक दृष्टिकोण तैयार करना और प्रक्रिया की योजना बनाना ।
- स्टाइल लेआउट समर्थित नौकरी टेम्परारी (आयाम, ऑपरेटिव प्लेटफॉर्म, आदि) का उत्पादन करना
- परियोजना की आवश्यकता के अनुसार विज़ुअल थीम्स को स्केच करना और बॉटम प्लान, थीम और कंस्ट्रक्शन का वर्णन करना ।
- दुकानदारों की अस्वीकृति स्थापित करना (कलर थीम , लोगो, दर्शक, आदि)
- प्रोजेक्ट इंडिकेटर्स (टेलीविजन, फिल्म, प्रिंट, गेमिंग आदि) के अनुसार विज़ुअल प्लेटफॉर्म बनाना ।
- उसकी नौकरी की भूमिका (प्रारूप, संख्या, प्रकार, डुप्लिकेट आदि) के लिए प्रासंगिक विषय-समर्थित परियोजना के ग्राफिक्स तैयार करना ।
- पिक्चर में उपयोग होने वाले लेयर मास्क मिलाना और स्टाइल में टेक्स्ट जोड़ना ।

2.5 ब्रांडिंग और पहचान

डिजाइन के माध्यम से प्रभावित करना

ब्रांडिंग और विजुअल पहचान पूरे अमेरिका में हैं। बारीकी से देखें, और आप उन्हें वेबसाइटों, उत्पाद पैकेजिंग और विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों पर देख सकते हैं। यहां तक कि व्यक्तिगत चीजें, जैसे दस्तावेज और बिजनेस कार्ड, जो एक प्रकार की पहचान रखते हैं।



चित्र2.5.1: ब्रांड पहचान प्रणाली

सीधे शब्दों में कहें तो दोषारोपण वह है जो लोग सोचते हैं - आपके बारे में, आपकी कंपनी के बारे में, आपके उत्पाद के बारे में, या आपकी सेवा के बारे में। दृश्य पहचान वह है जो पूरी तरह से आपके ब्रांड से लेकर आपके रंग निर्णयों तक कहीं ज्यादा है।

चित्र 2.5.2: फास्ट फूड का दोषारोपण

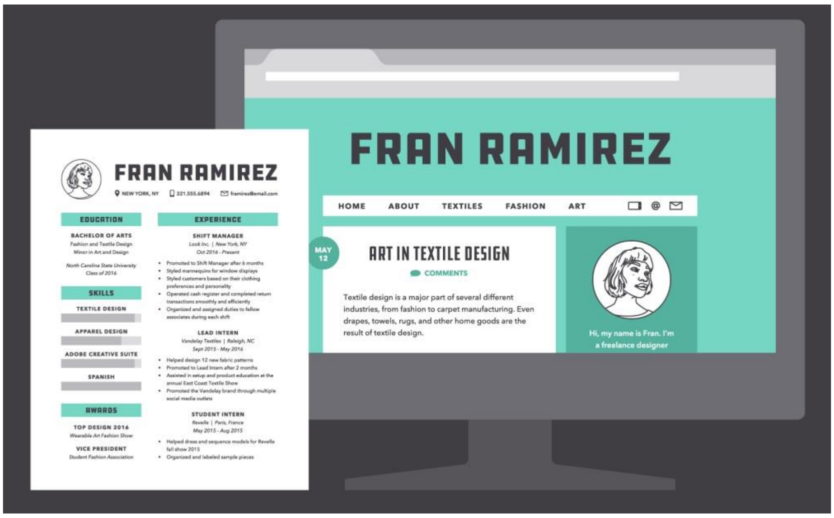
मजबूत दृश्य अक्सर बहुत प्रेरक होते हैं। एक ग्राहक के रूप में अपने अनुभवों पर विचार करें। क्या आपने कभी किसी उत्पाद को सिर्फ इसलिए चुना है क्योंकि आप जिस तरह से दिखते हैं वह पसंद करने योग्य है? दृश्य पहचान को समझने से आपकी भूमिका, माध्यम या क्षमता स्तर चाहे जो भी हो, आपको बहुत सारे विचारशील शैली चयनों का निर्माण करने में मदद मिलेगी।

एक करीब से जांच की गई दृश्य पहचान

दृश्य पहचान यथोचित रूप से आपके सभी पूर्वावलोकन की तरह है। आपकी शैली का प्रत्येक भाग एक सुराग हो सकता है जो दर्शकों को बताता है कि वे क्या अपेक्षा करेंगे। आपका सौंदर्य अक्सर प्राचीन, आधुनिक, या वहां से बहुत अधिक स्पर्श होता है-हर संपूर्ण पूरी तरह से अलग होता है। चाहे जो भी हो, आपके सभी स्टाइल पार्ट्स विशेष रूप से यह इंगित करने के लिए काम करते हैं कि आपका संपूर्ण क्या है।

चित्र2.5.3: रेस्तरां का मेन्यू

बेशक, यह पूर्ण व्यवसाय नहीं है। आप व्यक्तिगत शैलियों के साथ-साथ किसी भी प्रकार की परियोजना में पहचान के विचार को लागू करने में सक्षम होंगे। आप अपना रिज्यूमे बदल रहे हैं या नहीं या अपने जर्नल को बढ़ावा देने के तरीके खोजने की कोशिश कर रहे हैं, समान दृश्य प्रचलन के कई पहलू हैं।



चित्र 2.5.4: व्यक्तिगत वेब साइट और बायोडाटा

कुछ सहयोग संयुक्त राष्ट्र की वास्तविक प्रचलन मार्गदर्शिका का उपयोग अपनी संपूर्ण चाहत को सुसंगत रखने के लिए करते हैं। यदि आप केवल शैली के साथ मानक प्राप्त कर रहे हैं, तो बहुत अधिक आकस्मिक दृष्टिकोण अपनाना ठीक है।

चित्र 2.5.5: कॉर्पोरेट प्रचलन गाइड

दृश्य पहचान के मुख्य भाग हैं ब्रांड, रंग, टाइपोग्राफी और चित्र। बहुत कुछ बताने के लिए ब्राउज़ करें।

प्रतीक चिन्ह (लोगो):

एक ब्रांड वह है जो आपके पूरे रोजगार को एक विशिष्ट चिह्न, एक तरह की स्टाइल, या दोनों की पहचान करता है। सबसे महत्वपूर्ण प्रभावी लोगो सरल होते हैं—कुछ ऐसी बातें जिन्हें दर्शक स्वीकार कर सकते हैं और ध्यान में रख सकते हैं।

चित्र 2.5.6: ट्रेलफाइंडर ब्रांड

आपके ब्रांड का हर हिस्सा आपकी पूरी पहचान में योगदान देता है, साथ ही आपके फ़ॉन्ट विकल्प, रंग और अलग-अलग इमेजिंग के साथ। इन भागों में से एक को भी संशोधित करें, और यह आपके परइ तरह से समझने के तरीके पर बहुत बड़ा प्रभाव डालेगा।

चित्र 2.5.7: वैकल्पिक ट्रेलफाइंडर ब्रांड

अनुसरण में, हर जगह लोगो हैं। आप उन्हें कंपनी की सेटिंग में पाएंगे, साथ ही बाहर और संबंधित, छोटे व्यवसायों, फ्रीलांसरों और अन्य उद्यमियों का प्रतिनिधित्व करते हैं। एक ब्रांड लाखों प्रकार का एक शाब्दिक ब्रांड हो सकता है - हालांकि लोग आपको स्वीकार करने और अपना उत्पाद या सेवा स्थापित करने के लिए वापस आते हैं।

चित्र 2.5.8: बेकरी डिलीवरी वैन

इसलिए जरूरी है कि समझदारी दिखाते हुए इसका इस्तेमाल किया जाए। एक ब्रांड जो पिक्सलेटेड, विकृत, या ब्राउज़ करने के लिए बहुत कम है, दर्शकों को गलत प्रभाव प्रदान कर सकता है। नीचे, आपको निम्न-गुणवत्ता वाली फ़ाइलों के कई नमूने मिलेंगे।

चित्र 2.5.9: खराब गुणवत्ता वाली ब्रांड फ़ाइलें

इससे निपटने के लिए, एक मास्टर डिजिटल कॉपी रखें जो तेज हो, गुणवत्ता में ज्यादा हो, और किसी भी परियोजना के लिए पर्याप्त हो। इस तरह, आप किसी भी चीज़ के लिए तैयार हैं जो वापस आ सकती है, चाहे वह एक छोटा प्रिंट काम हो या बहुत बड़ा काम हो।

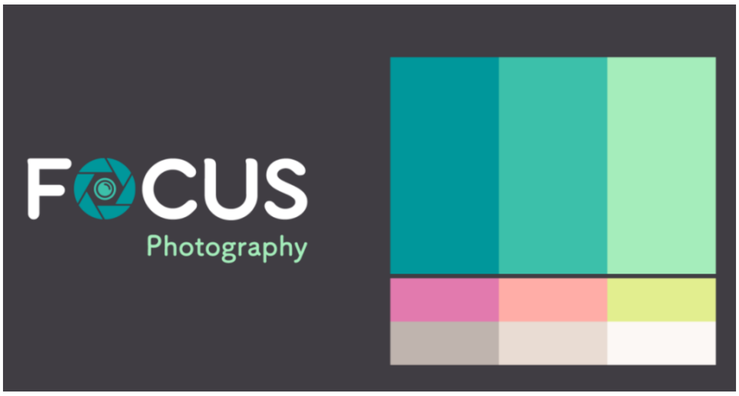
चित्र 2.5.10: ब्लिंप पर लोगो

कलर

कलर आपके ब्रांड को बहुत शक्तिशाली तरीके से रेखांकित करने में मदद करता है। न केवल यह दर्शक पर एक शक्तिशाली प्रभाव बनाएगा; हालाँकि, यह अतिरिक्त रूप से एकता का एक तरीका बनाता है जिसका उपयोग कई बार या प्लेटफॉर्म पर किया जाता है।

चित्र 2.5.11: एरिज़ोना स्मृति चिन्ह

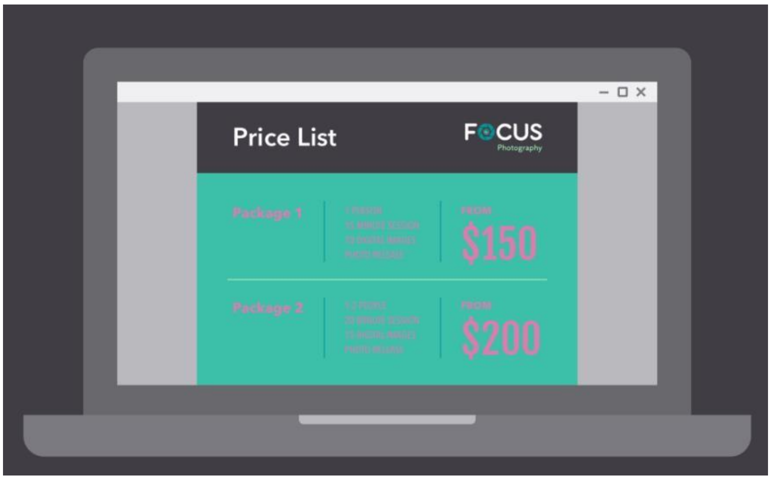
अधिकांश ब्रांड अपने मुख्य कलर सीधे कॉर्पोरेट ब्रांड से प्राप्त करते हैं। आगे के कलर आपको सबसे अधिक पैलेट का विस्तार करने में मदद करेंगे और आपके ब्रांड के स्वभाव और भव्यता की रूपरेखा तैयार करेंगे।



चित्र2.5.12: लोगो और कलर स्कीम

ऐसे कई तरीके हैं जिनसे सभी कलर का उपयोग किया जा सकता है। बस ओवरबोर्ड न जाने के लिए देखें या व्यापक स्वीकृत शैली मानकों की उपेक्षा करें। स्मार्ट रंग का उपयोग मॉडरेशन से संबंधित है।

सामान्य नुकसान से बचें, जैसे कलर जो दर्शकों को आपके काम से अलग या विचलित करते हैं। एक उदाहरण के रूप में, नीचे दी गई छवि के भीतर, टेक्स्ट बैकग्राउंड के साथ टकराता है, जिससे ब्राउज़ करना मुश्किल हो जाता है

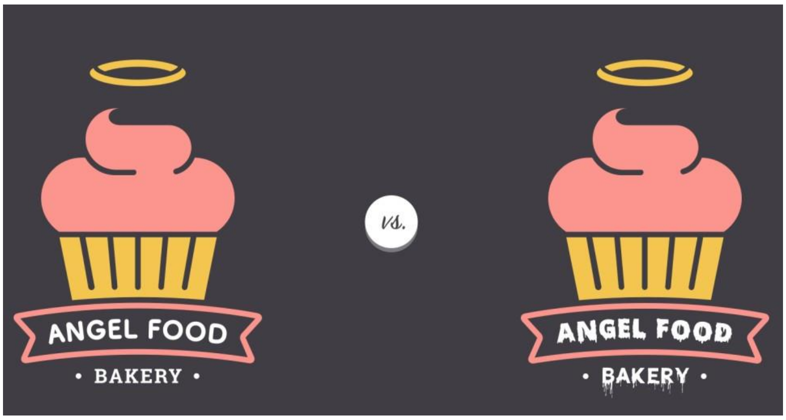


चित्र 2.5.13: टकराव दस्तावेज़

अपने रंग पैलेट में न्यूट्रल रंगों को शामिल करना सुनिश्चित करें, जैसे कि काला, ग्रे, सफेद या ऑफ-व्हाइट। इस तरह, आपके द्वारा अपने ब्रांड के रंगों का उपयोग करने के बाद, वे बेहद अलग दिखाई देते हैं।

टाइपोग्राफी

पहचान के आसान पहलुओं में से एक टेक्स्ट है; हालाँकि यह अक्सर आश्चर्यजनक रूप से संचारी होता है। यह केवल एक पूरी तरह से अलग फ़ॉन्ट हो सकता है, और आप अपने पूरे अनुभव को सूक्ष्म रूप से (या इसलिए सूक्ष्म रूप से नहीं) संशोधित कर पाएंगे।



चित्र 2.5.14: कंट्रास्टिंग शॉप लोगो

अधिकांश ब्रांड 2 से 3 फोंट का चयन करते हैं-अक्सर बुनियादी, दैनिक उपयोग के लिए लोगो से प्रभावित होते हैं। कलात्मक फोंट को भी सावधानी से चुना जाना चाहिए और विशिष्ट दृश्य पहचान की छवि को प्रतिबिंबित किया जाएगा।

चित्र2.5.15: विंटर शॉप फ्लायर

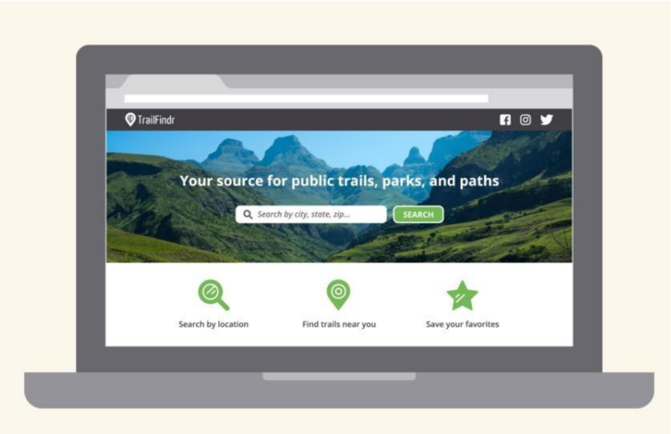
ऐसे बॉन्ड फोंट हैं जिन्हें पेशेवर उन फोंट से बचने के लिए समझते हैं जो एक बार स्टैंडर्ड थे, हालांकि वर्तमान में अप्रचलित और अधिक उपयोग के बारे में सोचा जाता है। नीचे दिए गए फोंट प्रसिद्ध उदाहरण हैं

चित्र 2.5.16: पुराने फॉन्ट

अनिश्चित होने पर, बहुत सारे डेटलेस,कम किया गया फ़ॉन्ट शायद आपके संदेश से कम करने के लिए एक छोटी मात्रा है। आपका फ़ॉन्ट विकल्प आपके संपूर्ण का पूरक होना चाहिए, हालांकि, अभी भी वर्तमान और कुशल है।

छवियां

छवियां एक नई पहचान बनाने का एक बड़ा हिस्सा हैं। यह माना जाता है की प्रत्येक चित्र, ग्राफ़िक, आइकन और बटन आपके संपूर्ण को प्रदर्शित करने और उस विधि को बनाने की संभावना हो सकती है ।



चित्र 2.5.17: ट्रेलफाइंडर वेब साइट

कुशल सेटिंग में, चित्र कभी-कभी विशेष रूप से ब्रांड के लिए बनाए जाते हैं; उदाहरण के तौर पर, किसी ऐप में कैटलॉग या ग्राफ़िक्स में चित्र। यदि आपके पास इसका पॉश नहीं है, तो आप नाजुक लाइन के माध्यम से चित्रों का चयन करके समान परिणाम प्राप्त कर सकेंगे; उदाहरण के लिए, एक सिग्नेचर कलर या इसी तरह के प्रचलन।

चित्र 2.5.18: पीले रंग की योजना वाली तस्वीरें

सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि उन चित्रों से बचें जो सामान्य या स्पष्ट रूप से प्लेटफॉर्म पर लाये हुए लगते हैं। यदि आप तीसरे पक्ष के स्टॉक की प्रतीक्षा कर रहे हैं तो यह अक्सर परेशानी भरा होता है, हालांकि ऐसे तरीके हैं जो आपको पूरी तरह से अलग करते हैं।

चित्र2.5.19: स्टॉक पावरपॉइंट छवि

ऐसी तस्वीर से बचें जिसमें संदर्भ की कमी हो या जो अक्सर अलग-अलग ब्रांड शैलियों में दिखाई देती हो। नीचे के चित्र लें। ज़बरदस्ती कारण और आर्टिफिशल बैकग्राउंड की वजह से कुछ दर्शक इसे स्थगित करते हुए दिख सकते हैं।

चित्र 2.5.10: लैपटॉप कंप्यूटर के साथ लड़की

इसके बजाय, उन चित्रों का चयन करें जो वास्तविक दिखाई देते हैं जिनमें प्रामाणिक लोग, स्थान और चीजें हैं। सबसे सरल चित्र आपके पढ़ने के विशिष्ट उद्देश्य का प्रतीक हैं। वे प्रतिनिधित्व करते हैं लेकिन आप चाहते हैं कि एक बार लोगों को आपके ब्रांड पर भरोसा हो जाए।

चित्र 2.5.11: कार्यालय सहयोग

अभ्यास

1. डेटा विज़ुअलाइज़ेशन के तीन सबसे महत्वपूर्ण सिद्धांत क्या

____

____

2. विज़ुअलाइज़ेशन तकनीक क्या है?

____

____

____

नोट्स

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

3. ग्राफिक उपकरण प्रबंधित करना

3.1 डिजाइनिंग प्रक्रिया के लिए टूल्स तैयार करना
3.2 उत्पादन के दौरान काम के उत्पाद।
3.3 सामान्य ग्राफिक स्टाइल फ़ाइल स्वरूपों की व्याख्या

एमईएस/एन0602

सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- रॉ स्टॉक इमेजरी / सामग्री (जैसे फोटोग्राफ, क्लिपआर्ट, इमेज फिल्टर) इकट्ठा करना और प्रासंगिक सामग्री का चयन करना जिसका उपयोग किया जा सकता है या योजना बनाई जा सकती है।
- टाइप करना और बनावट को उत्पादन विधि के लिए तैयार करना ।
- गारंटी कंप्यूटर कोड/इंस्ड्रुमेंटलिटी उपयोग के लिए तैयार करना (जैसे फोटोशॉप, स्कैनर, आदि)
- सचित्र निरूपण (ब्रश, विभिन्न आकार और रंगों के चुनने वाले) के अनुरूप उपकरण तैयार करना ।
- लागू फ़ाइल स्वरूपों में अंतरिम कार्य-उत्पादों के लिए बैकअप लेना ।
- गारंटी अंतिम कार्य-उत्पाद अनुपयुक्त फ़ाइल स्वरूपों (जैसे PSD, .ai, cdr, आदि) और लागू माध्यम (जैसे DVD, cd और डिजिटल फ्लैश ड्राइव) के लिए तैयार रखना ।
- लॉग्स /डेटा क्लियर करना और भविष्य में उपयोग के लिए कंप्यूटर कोड और उपकरण तैयार रखना ।

यूनिट 3.1: डिजाइनिंग प्रक्रिया के लिए उपकरण तैयार करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

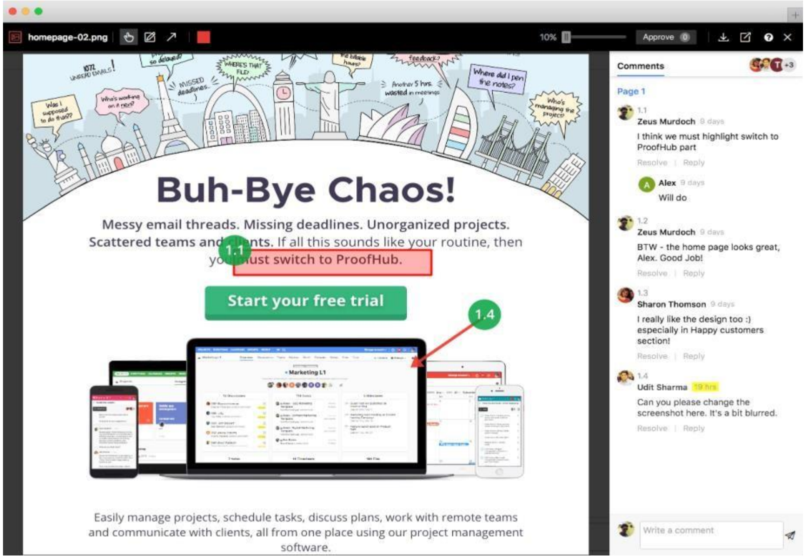
- रॉ स्टॉक इमेजरी / सामग्री (जैसे फोटोग्राफ, क्लिपआर्ट, इमेज फिल्टर) को इकट्ठा करना और प्रासंगिक सामग्री का चयन करना जिसका उपयोग योजना बनाने के लिए किया जा सकता है।
- टाइप करना और बनावट को उत्पादन विधि के लिए तैयार करना ।
- गारंटी कंप्यूटर कोड / इंस्ट्रुमेंटलिटी उपयोग के लिए तैयार रखना (जैसे फोटोशॉप, स्कैनर, आदि)
- सचित्र निरूपण (ब्रश, विभिन्न आकार और रंगों के चुनने वाले) के अनुरूप उपकरण तैयार करना ।
- लागू फ़ाइल स्वरूपों में अंतरिम कार्य-उत्पादों के लिए बैकअप लेना ।
- गारंटी अंतिम कार्य-उत्पाद अनुपयुक्त फ़ाइल स्वरूपों (जैसे PSD, .ai, cdr, आदि) और लागू माध्यम (जैसे DVD, cd और डिजिटल फ्लैश ड्राइव) के लिए तैयार रखना ।
- लॉग्स /डेटा क्लियर करना और भविष्य में उपयोग के लिए कंप्यूटर कोड और उपकरण तैयार रखना ।

3.1 डिजाइनिंग प्रक्रिया के लिए उपकरण तैयार करना

यदि कोई डिज़ाइनर कुछ उपकरणों का उपयोग करता है, तो यह मानव गतिविधि के लिए अवधारणाओं और कार्य को सरल बनाने के लिए एक ठोस आधार प्रदान करेगा। इसलिए, एक अच्छे डिज़ाइनर से एक बढ़िया डिज़ाइनर बनने की यात्रा के दौरान, आपको बस अपने साथ टूल्स का एक संग्रह रखने का प्रयास करना होगा।

खैर, हमने एक ऑनलाइन और ग्राफिक डिजाइनर के जीवनकाल में आवश्यक टूल्स की एक सूची का पता लगाया है।

1. प्रूफ हब - प्रूफिंग टूल



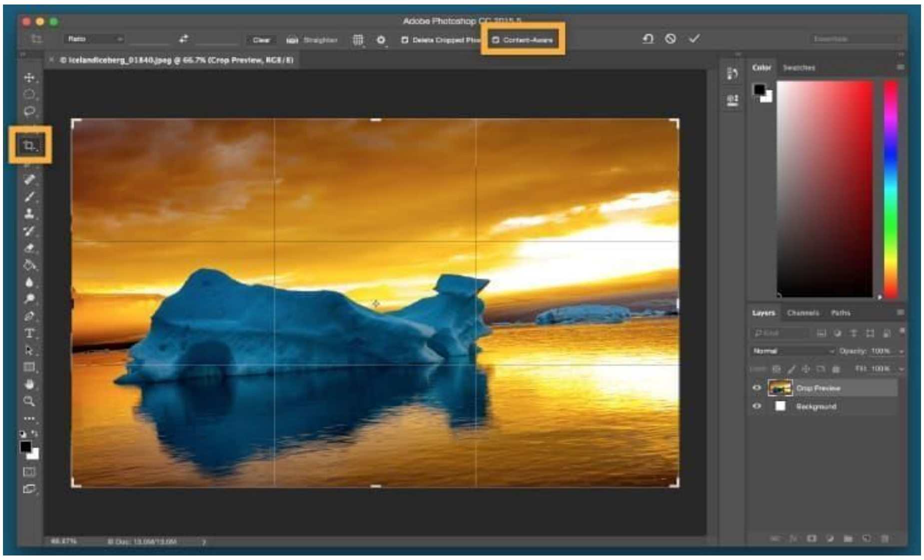
चित्र 3.1.1: प्रूफ हब

डिजाइनिंग समूह क्षेत्र इकाई आविष्कारशील कार्य से भरी हुई है जिसमें लुक, ड्राफ्टिंग देखने के लिए रूपरेखा, परिवर्तन करना और बहुत सी अलग-अलग चीजों को सँभालने से संबंधित चर्चाएं हैं ।

आपके द्वारा बनाए गए लुक को अंतिम रूप देने से पहले कई स्तरों पर जाँच की जाएगी। और इसलिए, पूरी पद्धति में अनगिनत परिवर्तन, बहुत सारी प्रतिक्रियाएँ और बहुत सी चीज़ें शामिल हैं। इसलिए, डिजाइनरों के लिए जो सबसे बड़ी चुनौती आती है, वह है प्रूफिंग।

समूहों के साथ आने के लिए प्रूफ हब जैसे प्रूफिंग टूल आपके सभी कार्यों को सरल और परेशानी मुक्त कर सकते हैं। उपभोक्ता आपके लिए केवल एक स्थिति बना देगा जैसे- हे, इस टेक्स्ट को यहां शिफ्ट करें, या लुक के वर्तमान हिस्से में रंग जोड़ें। यह ईमेल, प्रतिक्रिया और अनुमोदन के खेल को समाप्त करता है और पूरी विधि के लिए लगने वाले समय को कम करता है। प्रूफ हब जैसे इंटरनेट प्रूफ़िंग टूल के साथ, आप अपनी फ़ाइल में तुरंत बदलाव करेंगे, टिप्पणियां जोड़ेंगे, स्टाइल के अंदर की खामियों को उजागर करेंगे, जबकि सभी को एक-दूसरे से जोड़े रखेंगे।

2. फोटोशॉप - अपनी तस्वीरों और स्टाइल को बेहतर बनाएं



चित्र 3.1.2: एडोब फोटोशॉप डिजाइनरों के लिए सबसे अच्छा टूल

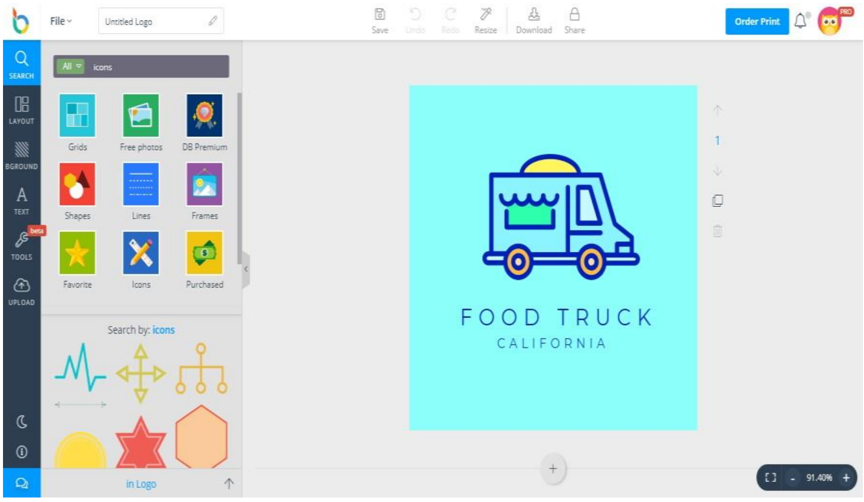
फोटोशॉप प्रिंट और पैटर्न बनाने के लिए एक बहुत ही शक्तिशाली प्रोग्राम है जो आपको अपनी स्टाइल की दुनिया में सबसे प्रभावी बनाने के लिए है। डिजाइनरों के लिए नए अवसरों को खोलने के लिए अनगिनत विकल्प, उपकरण और सेटिंग्स हैं, ताकि स्टाइल को सही स्टीयरिंग के साथ अतिरिक्त प्रामाणिक बनाया जा सके।

डिजाइनरों के लिए फोटोशॉप निम्नलिखित की अनुमति देता है:

- अपने स्टाइल कौशल में विश्वास पैदा करना
- नई अंतर्दृष्टि का आनंद लेना
- मुख्य रूप से अपने चित्रों के आधार पर डिजिटल डिज़ाइन बनाना
- छोटे चरणों के निर्देश से सीखें
- सीखने और ध्यान में रखने के लिए धन्यवाद
- अपनी शैली पद्धति को गति दें
- अपनी अवधारणाओं को जीवंत करें
- दैनिक ईमेल और पाठों के माध्यम से बने रहें

1988 में लॉन्च किया गया फोटोशॉप आजकल कई डिजाइनरों के लिए एक मददगार प्रोग्राम के रूप में बदल रहा है।

3. डिजाइन बोल्ड



चित्र 3.1.3: डिजाइन बोल्ड

डिज़ाइन बोल्ड एक आसान ऑनलाइन स्टाइल टूल हो सकता है (मूल रूप से फ़ोटोशॉप का एक सरलीकृत संस्करण) जो आपको केवल कई ड्रैग-एंड-ड्रॉप्स के बीच सुंदर स्टाइल का उत्पादन करने में मदद करता है। बारह, 080++ अनुकूलन योग्य लेआउट और असंख्य शैली संसाधनों की एक विशाल लाइब्रेरी के साथ, डिज़ाइन बोल्ड आपके लिए वेब साइट भागों को स्वयं बनाने के लिए एक अच्छा विकल्प हो सकता है। एक उदाहरण के रूप में, आपकी वेब साइट सामग्री के लिए एक लोगो, एक हेडर या अन्य प्रकार के दृश्य। यह प्रत्येक शौकिया और कुशल डिजाइनर के लिए तेज, लागत प्रभावी और उपयुक्त है।

4. फोटोर - चित्रों और शैली पोस्टर, निमंत्रण में ऑनलाइन संपादन

चित्र 3.1.4: फोटोर

कोई फर्क नहीं पड़ता कि मौलिक आइकन रिडक्शन जैसे एक-टैप छवि को ब्राइट और पोर्ट्रेट सुंदरता को बढ़ाता है, या कुछ व्यवसाय प्रचार सामग्री बनाना , पोस्टर, कार्ड बनाना, फोटोर आपके लिए एक स्मार्ट सहायक हो सकता है। बस अपनी खुद की छवि इनपुट करें या सीधे इसकी स्टॉकिंग का उपयोग करें, इसे सरलता से अनुकूलित करने के लिए कुछ टेक्स्ट और स्टिकर जोड़ें।
यहाँ विकल्पों की एक यूनिट है जो एरिया यूनिट डिजाइनरों के लिए उपयोगी है, जैसे:

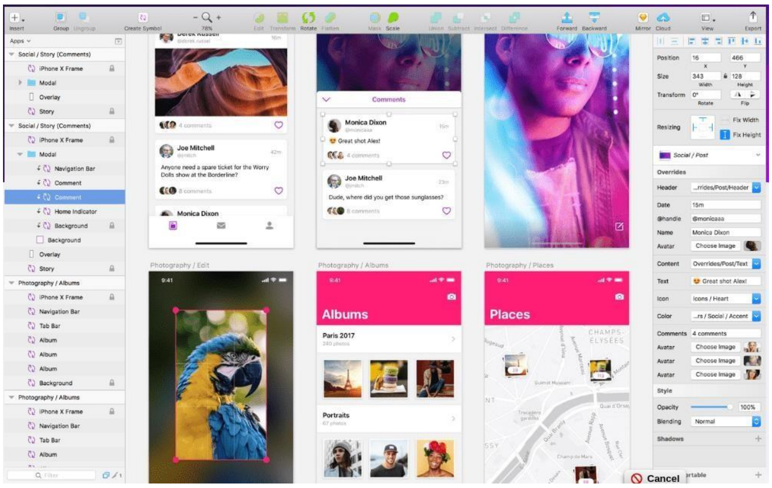
- डिजाइन टेम्पलेट्स
- डिज़ाइन स्टिकर
- टेक्स्ट और फोंट
- क्लाउड सेविंग

5. रचनात्मक व्यक्ति - लोगो, चिह्न और रेखाचित्र तैयार करें

चित्र 3.1.5: एडोब रचनात्मक व्यक्ति

एडोब रचनात्मक व्यक्ति शैली की उन्नति के भीतर शक्ति बढ़ाने के लिए दूसरा या 3D ग्राफिक्स बदलाव प्रदान करता है। लार्वा ग्राफिक डिजाइनर और डिजिटल कलाकारों के साथ डिजाइनर रचनात्मक व्यक्ति का उपयोग कई तरह के डिजिटल उत्पाद बनाने के लिए करेंगे। यह डिज़ाइनरों के लिए आकर्षक विकल्प पेश करता है जैसे वेरिएबल फोंट, तेज़ दस्तावेज़ निर्माण, आसान छवि क्रॉपिंग, टेक्स्ट के लिए स्टाइलिस्ट सेट, स्थिरता में वृद्धि, और फैशनेबल उपयोगकर्ता विशेषज्ञता और बहुत कुछ।

6. स्केच थ्री - ग्राफिक ऐप



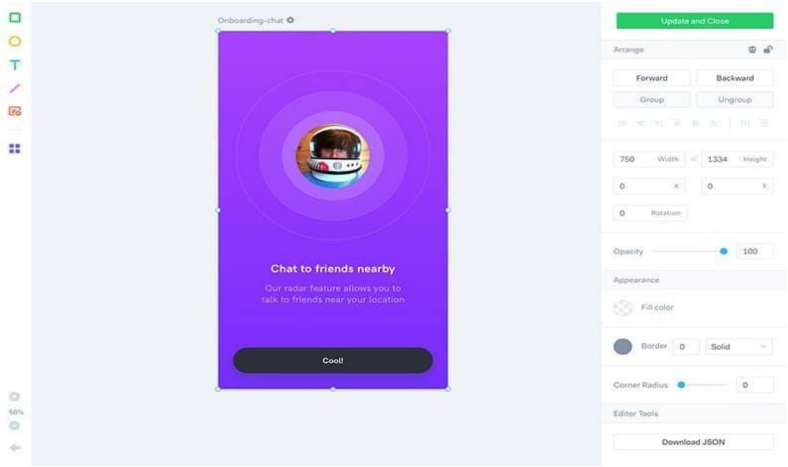
चित्र 3.1.6: स्केच मीडिया

स्केच थ्री ने स्थिर प्रतीकों को तैयार किया है जो आपके सर्वोत्तम काम का निर्माण करने में मदद कर सकते हैं। आप आसानी से पुन: प्रयोज्य, बहुमुखी शैली बनाने के लिए प्रतीकों को मिश्रित करेंगे। विकल्पों की बहुत सारी श्रेणी है जो एरिया यूनिट डिजाइनरों के लिए असाधारण रूप से सहायक होती है, जैसे:

- आर्ट बोर्ड
- टेक्स्ट और शेयर्ड डिज़ाइन
- कलर पिकर
- पिक्सेल परफेक्शन

और अभी बहुत कुछ । डिजाइनरों के एक्स्प्लोर करने के लिए स्केच थ्री एक उपयोगी टूल हो सकता है।

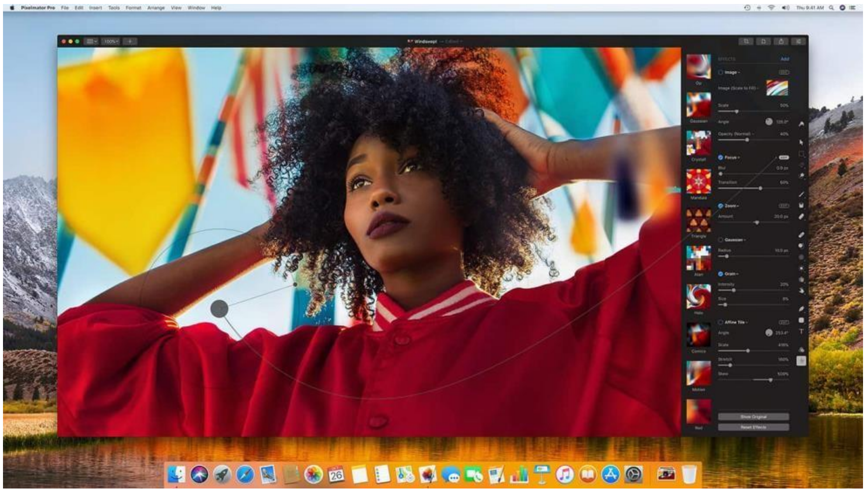
7.मार्वल - प्रोटोटाइप टूल



चित्र 3.1.7: मार्वल - प्रोटोटाइप टूल

हाल ही में नेट स्टाइल की प्रगति के लिए प्रोटोटाइप एक आवश्यक टूल है। मार्वल के साथ, आप शुरुआत से ही कुछ बना सकेंगे ; अपने क्लाउड स्टोरेज से स्टाइल सिंक्रोनाइज़ करें! स्केच. मार्वल कैनवास के साथ डिजाइन करें। प्रोटोटाइप और अपनी शैली में जेस्चर और ट्रांज़िशन जोड़ें। मार्वल एक अत्यंत आसान इंटरफ़ेस हो सकता है जो इसे खोजने के लिए त्वरित और सरल बनाता है। यह उपकरण सभी गैर-डिजाइनर लोगो के लिए अच्छी तरह से काम करता है।

8. पिक्सेललेट - इमेज एडिटर

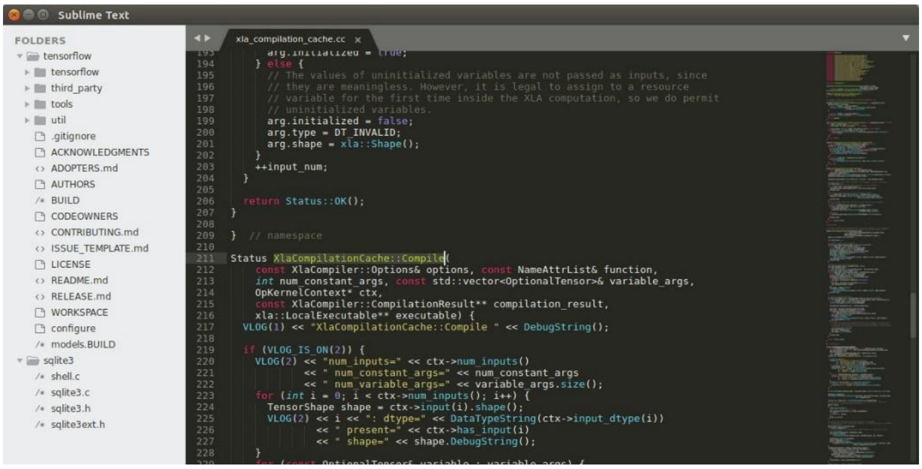


चित्र 3.1.8: पिक्सेलेट - इमेज एडिटर

प्रत्येक डिजाइनर को समय-समय पर एक नवाचार लाना चाहिए। पिक्सेलेट पेशेवर नवप्रवर्तन से भरे डिजाइनरों के लिए एक टूल हो सकता है। यह एक चिक सिंगल विंडो इंटरफेस और इंटेलिजेंट इमेज रिडक्शन विकल्पों के साथ सरलीकृत रिडक्शन टूल का विकल्प देता है। यह बहुत सारे बनाने के लिए सही उपकरण है जो लेयर्स को हिलाने, आकार बदलने और व्यवस्था करने के लिए सहज उपकरण के साथ आता है।

आपके अंदर के चित्रकार को बाहर लाने के लिए पिक्सेलेट पेशेवर को हैंडक्राफ्टेड ब्रशों की एक नई श्रेणी के साथ भी तैयार किया गया है। ब्रश में जुड़वां बनावट होती है जो आपकी कला को एक नया गतिशील मिश्रण प्रदान करती है। इसलिए, इमेज एडिटर टूल के साथ अपनी शैली को उतना ही आकर्षक बनाएं जितना आप चाहते हैं।

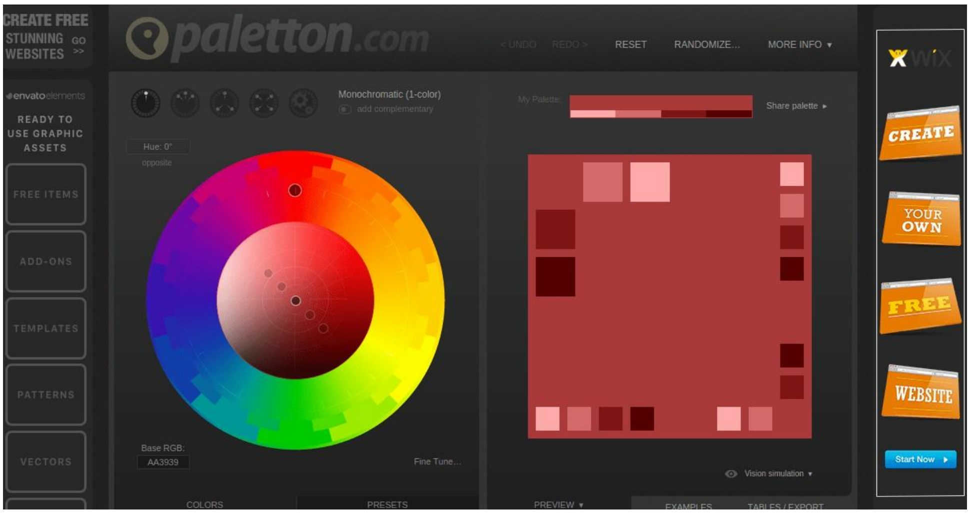
9. एलिगेंट टेक्स्ट - टेक्स्ट एडिटर



चित्र 3.1.9: सबलाइन टेक्स्ट - टेक्स्ट एडिटर

उदात्त पाठ वह पाठ संपादक है जिससे आप निश्चित रूप से आसक्त होने का लक्ष्य रखते हैं। एलिगेंट टेक्स्ट दो एक न्यूनतम क्रिप्टोग्राफी संपादक हो सकता है जो आपको अपने कोड पर पूरी तरह ध्यान केंद्रित करने की अनुमति दे सकता है। यदि आप वेबसाइटों पर प्रदर्शन कर रहे हैं, तो यह आपकी महाशक्ति को कुछ दस्तावेज़ों को लीप करने, फ़ाइल को फ़िल्टर करने और त्वरित रूप से संपादन बनाने के लिए शक्तिशाली शॉर्टकट और टूल प्रदान कर सकता है।

10. पैलेट ऑन - एक संयोजन



चित्र3.1.10: पैलेट ऑन - एक संयोजन

रंग किसी भी शैली में जान डाल सकते हैं और एक डिजाइनर को एक अच्छे संयोजन के बड़े महत्व के बारे में पता होता है। पैलेट ऑन रंग मिश्रण बनाने के लिए डिज़ाइनर टूल है जो साथ-साथ रोजगार भी देता है। यदि आप चाहते हैं कि आपकी वेब साइट के लिए संयोजन से उत्पन्न होने वाली कुछ सुविधा हो, तो पैलेट ऑन आपको कुछ अद्भुत मिश्रण प्रदान कर सकता है। एक रंग सर्कल पर अपने रंगों का चयन करें और मोनोक्रोमैटिक, आसन्न रंग, ट्रायड, टेट्राड और रेस जैसे कुछ रंग मिश्रणों को आजमाएं।

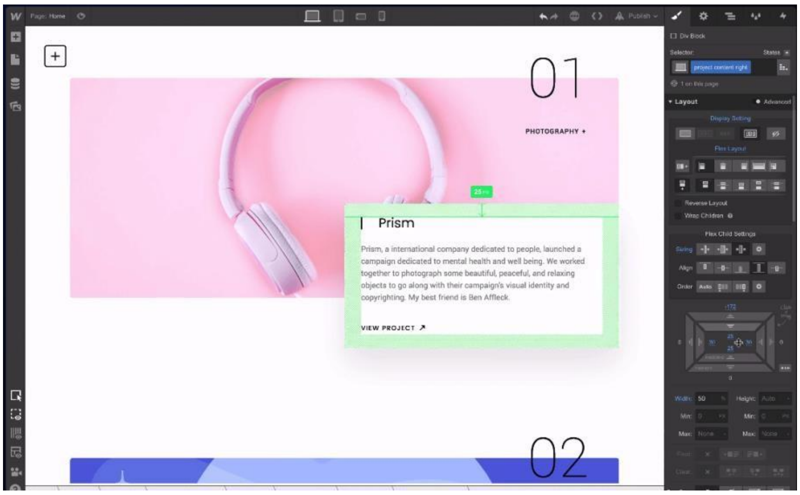
11. गिटहब - कंप्यूटर कोड डेवलपमेंट प्लेटफार्म

चित्र3.1.11: गिटहब

कोड लिखना कठिन होता है। स्टिंकर न होने पर कोड लिखना प्रश्न से बाहर है। हां, डिजाइनर इसी तरह गिटहब का इस्तेमाल करेंगे। एक स्केच प्लगइन है जो डिज़ाइनर को सीधे स्केच में स्टिंकर का उपयोग करने की अनुमति देता है।

टिंकर सबसे प्रभावी के लिए आपके कोड में संशोधन कर सकता है और आपकी शैली के काम को आनंददायक बना सकता है

12. वेब फ्लो - रिस्पॉन्सिव नेट स्टाइल टूल

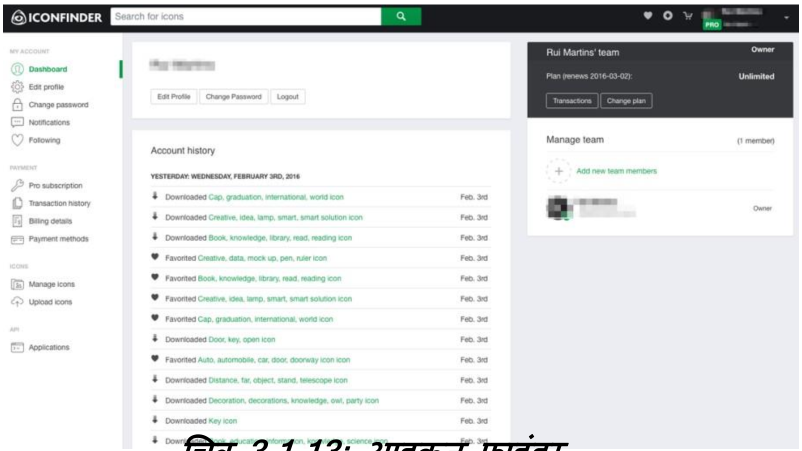


चित्र 3.1.12: वेब फ्लो - रिस्पॉन्सिव नेट स्टाइल टूल

वेब प्रवाह डिजाइनरों को तुलनात्मक रूप से कम समय में साइट बनाने की अनुमति देता है। वेब प्रवाह के साथ न्यूनतम प्रयास के साथ, आप निरंतर समय पर स्टाइल और विकास करेंगे। चिंता न करें कि आपको टूल के साथ कोड को पहचानने की आवश्यकता नहीं है, आप ग्राहक की इच्छा के अनुरूप साइट की हाइपरटेक्स्ट मार्क-अप भाषा / सीएसएस टैग को आसानी से एक्सपोर्ट और बदल देंगे।

13. आइकन फाइंडर

आइकॉन फ़ाइंडर दुनिया के सबसे बड़े प्रीमियम आइकॉन को होस्ट करता है। आप SVG, PNG और Icon Jar स्वरूपों में सभी या किन्हीं दो,171,326 आइकनों तक पहुंच प्राप्त करेंगे। दृश्य भाषा एक प्रतिस्थापन प्रवृत्ति में प्रवेश कर रही है और आइकन फाइंडर वह है जो डिजाइनरों के लिए प्रेरणा और समझदार आइकन का एहसास करने के लिए सबसे अच्छी जगह है।



चित्र 3.1.13: आइकन फाइंडर

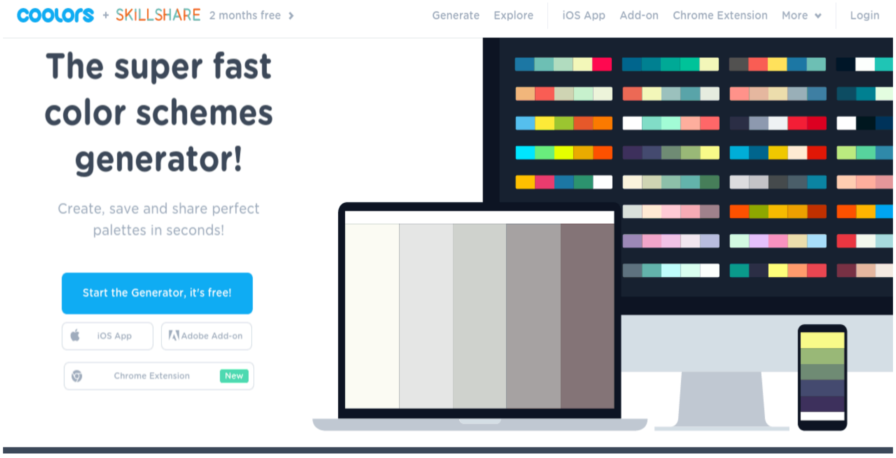
औद्योगिक कार्यों से मेल खाने वाले लाइसेंस वाले आइकन प्राप्त करने के लिए यह सभी संभावनाओं में सबसे आसान धन्यवाद हो सकता है

14. बिग कैट 3डी - हैक स्टाइल टूलकिट

चित्र 3.1.14: चीता 3डी

शैली के युग में, गुणवत्ता में 3D कला बढ़ रही है। अपने अगले iPhone गेम के लिए 3D डिज़ाइन तैयार करें या अपना पहला एनिमेटेड चरित्र बनाएं। चीता 3D में कार्य के लिए विकल्पों की एक विस्तृत श्रृंखला है। चीता 3डी 3डी में मॉडलिंग को नए और कुशल उपयोगकर्ताओं के लिए समान रूप से शक्तिशाली यूवी संपादक के साथ एक नोड मुख्य रूप से आधारित सामग्री प्रणाली के साथ जोड़ती है।चीता3डी के साथ अद्भुत तस्वीरें तैयार करें: दोस्तों, सहकर्मियों और खरीदारों को मंत्रमुग्ध कर दें।

15. रंग - संयोजन जनरेटर



चित्र 3.1.15: रंग - संयोजन जनरेटर

रंग पसंद एक बड़ा तरीका हो सकता है और कभी-कभी बहुत सारे ट्विकिंग की आवश्यकता होती है। लुक के लिए रंगों का चुनाव करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है। रंग एक सुपरफास्ट संयोजन जनरेटर हो सकता है जो सेकंड में अच्छा पैलेट बनाता है, सहेजता है और साझा करता है। अपने पसंदीदा रंगों का चयन करें और अपनी सामग्री शैली पैलेट उत्पन्न और डाउनलोड करने योग्य प्राप्त करें।

उन्हें अपने खाते में सहेजें, या उन्हें .PNG, .PDF, .SVG, आदि के रूप में निर्यात करें। नर्सिंग आईओएस ऐप, एडोब एड-ऑन और क्रोम एक्सटेंशन में एसोसिएट के रूप में रंगों की पेशकश की जाती है। अब आप सही टूल के साथ कुछ बेहतरीन काम करेंगे। अपनी रचनात्मकता को सुपरचार्ज करें और आपके द्वारा डिज़ाइन किए गए साधनों में बदलाव करें।

16. डायगो

डायगो नेट डिजाइनरों के लिए एक उपयोगी तरीका हो सकता है जो उन्हें किसी ऑनलाइन पेज के किसी भी हिस्से को आसानी से हाइलाइट करने और उसमें स्टिकी नोट्स जोड़ने में मदद करता है। यह सूची में इसे दूसरों से अलग करता है कि इसका उपयोग सामाजिक बुकमार्किंग टूल के रूप में किया जा सकता है, इसी तरह जहां भी आप दूसरों को टैग करेंगे और पेज साझा करेंगे।

चित्र3.1.16: डायगो

नोट्स

यूनिट 3.2: उत्पादन के दौरान कार्य उत्पाद

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

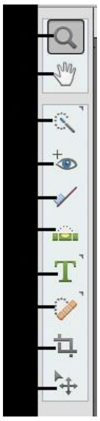
- रॉ स्टॉक इमेजरी / सामग्री (जैसे फोटोग्राफ, क्लिपआर्ट, इमेज फिल्टर) को इकट्ठा करना और प्रासंगिक सामग्री का चयन करना जिसका उपयोग योजना बनाने के लिए किया जा सकता है।
- टाइप करना और बनावट को उत्पादन विधि के लिए तैयार करना ।
- गारंटी कंप्यूटर कोड / इंस्ट्रुमेंटलिटी उपयोग के लिए तैयार रखना (जैसे फोटोशॉप, स्कैनर, आदि)
- सचित्र निरूपण (ब्रश, विभिन्न आकार और रंगों के चुनने वाले) के अनुरूप उपकरण तैयार करना ।
- लागू फ़ाइल स्वरूपों में अंतरिम कार्य-उत्पादों के लिए बैकअप लेना ।
- गारंटी अंतिम कार्य-उत्पाद अनुपयुक्त फ़ाइल स्वरूपों (जैसे PSD, .ai, cdr, आदि) और लागू माध्यम (जैसे DVD, cd और डिजिटल फ्लैश ड्राइव) के लिए तैयार रखना।
- लॉग्स /डेटा क्लियर करना और भविष्य में उपयोग के लिए कंप्यूटर कोड और उपकरण तैयार रखना ।

3.2 उत्पादन के दौरान कार्य उत्पाद

फ़ोटोशॉप घटक आपको अपनी तस्वीरों पर नियोजित होने में सहायता के लिए तेज़ और कुशल मोड में एक टूलबॉक्स प्रदान करते हैं। आप टूलबॉक्स में मौजूद टूल का उपयोग चित्रों को चुनने, उन्हें बेहतर बनाने, आरेखित करने और उनकी जांच करने के लिए करेंगे।

फास्ट मोड के अंदर टूलबॉक्स

फास्ट मोड के टूलबॉक्स में उपयोग में आसान टूल का एक छोटा सा सेट होता है। इस मोड के दौरान उपलब्ध टूल ज़ूम, हैंड, फास्ट चॉइस, आई, कलर टीथ, स्ट्रेटेन, टाइप, स्पॉट हीलिंग ब्रश, क्रॉप और मूव को मापते हैं।



A. ज़ूम टूल B. टूल C. फास्ट चाइस टूल D. आइ टूल E. कलर टॉथ टूल F. स्ट्रेटन टूल
चित्र 3.2.1: क्विक मोड टूलबॉक्स

स्किल्ड मोड के अंदर टूलबॉक्स

कुशल मोड में, टूलबॉक्स तेज़ मोड में टूलबॉक्स की तुलना में अधिक समृद्ध होता है।उपकरण वर्ग माप निम्नलिखित तार्किक समूहों के भीतर आयोजित किया जाता है:

- देखना
- सलेक्ट करना
- सुधारना
- चित्र बनाना
- संशोधित करना

चित्र 3.2.2: विशेषज्ञ मोड चेस्ट
A. रेंड टूल B. चूज़ टूल C. एन्हास टूल D. ड्रा टूल E. मॉडिफाइ टूल F. कलर

कुशल मोड चेस्ट के रीड क्लस्टर के अंदर टूल

ज़ूम टूल (Z) - आपकी छवि को ज़ूम इन या ज़ूम आउट करता है। टूल चॉइस बार स्क्वायर मेजर पोयर और ज़ूम आउट के भीतर दिखाए गए कनेक्टेड टूल। ज़ूम टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, पोर या आउट देखें।

हैंड टूल (H)-फ़ोटोशॉप कंपोनेंट्स स्पेस में आपके फ़ोटोग्राफ़ को मूव करता है। आप इस टूल का उपयोग छवि को ड्रैग करने में करेंगे । बहुत अधिक डेटा के लिए, कुशल या तेज़ मोड में व्यू मोड देखें।

स्किल्ड मोड चेस्ट के चुनिंदा क्लस्टर के अंदर टूल

- मूव टूल (V)- विकल्प या लेयर्स को मूव करता है। बहुत सारे डेटा के लिए, मूव ए रेंज देखें।
- रेक्टेंगुलर मार्की टूल (M) - एक रेक्टेंगुलरबॉक्स के दौरान आपकी छवि में एक भाग का चयन करता है। पसंद को एक वर्ग बनाने के लिए शिफ्ट की दबाए रखें।
- एलिप्टिकल मार्की टूल (M) - आपकी छवि में सहयोगी अण्डाकार रूप में एक भाग का चयन करता है। पसंद को एक सर्किल बनाने के लिए फ्ट की दबाए रखें।
- लैस्सो टूल (L) - फ्री-फॉर्म फॉर्म के दौरान आपकी छवि में एक भाग का चयन करता है।
- मैग्नेटिक लैस्सो टूल (L) - एक फॉर्म के चारों ओर उच्च-विपरीत किनारों को चुनकर चित्र के एक हिस्से का चयन करता है।
- पॉलीगोनल लैस्सो टूल (L)- एक सीमा सीमा के सीधे-किनारे वाले सेगमेंट खींचता है।
- क्विक चॉइस टूल (A) - एक बार जब आप क्लिक या क्लिक करते हैं तो एक श्रेणी समर्थित रंग और बनावट समानता बनाता है- आप जिस दायरे को चुनना चाहते हैं उसे खींचें।
- सिलेक्शन ब्रश टूल (A) - जहां भी आप कॉम्ब से पेंट करते हैं, वहां के दायरे का चयन करता है।
- मैजिक वैंड टूल (A) - एक क्लिक के दौरान समान रंगों वाले पिक्सल का चयन करता है।
- रिफाइन चॉइस ब्रश टूल (A) - यांत्रिक रूप से परिधि का पता लगाकर क्षेत्रों को एक सीमा से जोड़ता या हटाता है। इस टूल पर बहुत अधिक डेटा के लिए, एडिट एंड रीफाइन विकल्पों को देखें।
- ऑटो चॉइस टूल (A) - आप जिस ऑब्जेक्ट को चुनना चाहते हैं, उसके चारों ओर एक फॉर्म ड्रा करने के बाद स्वचालित रूप से एक रेंज बनाता है।

स्किल्ड मोड चेस्ट के एन्हांस क्लस्टर के अंदर के टूल

- आई टूल (Y)- रेड आई इफेक्ट, पेट आई इफेक्ट को हटाता है और आपकी तस्वीरों में बंद आंखों को ठीक करता है। उपकरण के बारे में बहुत सारी जानकारी के लिए, रेड आई को बिल्कुल हटा दें, पेट आई इफेक्ट को हटा दें, और उचित बंद आंखें देखें।
- स्पॉट हीलिंग ब्रश टूल (J)- आपकी तस्वीरों से धब्बे हटाता है। इस टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, स्पॉट और अवांछित वस्तुओं को हटाना देखें।
- हीलिंग ब्रश टूल (J)- आपकी तस्वीर के लिए एक जगह चुनकर आपकी तस्वीर से धब्बे हटा देता है क्योंकि संदर्भ बिंदु से है।
- स्मार्ट ब्रश टूल (F) - एक तस्वीर के विशिष्ट क्षेत्रों में टोनल और रंग परिवर्तन लागू करता है।
- डिटेल सेंसिटिव ब्रश टूल (F) - किसी फोटोग्राफ के विशिष्ट क्षेत्रों जैसे पेंटिंग टूल में समायोजन को पेंट करता है।
-

  समझदार ब्रश से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, रंग और संगीत संकेतन को संशोधित करें, समझदार ब्रश टूल का शोषण करें और समझदार ब्रश टूल लागू करें।
- क्लोन स्टैम्प टूल (एस) - एक चित्र नमूने के साथ पेंट, जिसका उपयोग आप वस्तुओं की नकल करने, छवि की खामियों को दूर करने, या अपनी तस्वीरों में वस्तुओं पर पेंट करने के लिए करेंगे। आप अतिरिक्त रूप से किसी चित्र के एक भाग को किसी भिन्न छवि में क्लोन करेंगे।
- बहुत अधिक डेटा के लिए, चित्र में चित्रों या क्षेत्रों को क्लोन करें देखें।
- पैटर्न स्टैम्प टूल (एस) - आपकी छवि, किसी अन्य छवि, या नियोजित पैटर्न से उल्लिखित पैटर्न के साथ पेंट करें । बहुत सारे डेटा के लिए, पैटर्न स्टैम्प टूल का उपयोग करें देखें।
- ब्लर टूल (R) - विवरण को कम करके किसी चित्र के थकाऊ किनारों या क्षेत्रों को नरम करता है। बहुत अधिक डेटा के लिए, किनारों को धुंधला करना या नरम करना देखें.
- शार्प टूल (R) - स्पष्टता या फ़ोकस बढ़ाने के लिए फ़ोटो के भीतर नरम किनारों को फ़ोकस करके फ़ोटोग्राफ़ को शार्प करता है। शार्पनिंग पर बहुत सारे डेटा के लिए, शार्पन ए पिक्चर देखें।
- स्मज टूल (R) - गीले पेंट के माध्यम से उंगली खींचने की क्रियाओं का अनुकरण करता है। जहां भी स्ट्रोक शुरू होता है, टूल रंग लेता है और उसे उस दिशा में भेज देता है जिस दिशा में आप उसे खींचते हैं।

- टूल पर बहुत अधिक डेटा के लिए, यूज़ दी स्मज टूल देखें।
- लाइटन या डार्कन आइसोलेटेड देखें।

- स्पंज टूल (O)- किसी भाग के कलर सचुरेशन को बदलता है। उपकरण का उपयोग करने के तरीके के बारे में बहुत सारे डेटा के लिए, मॉडिफाई सचुरेशन इन आइसोलेटेड एरिया देखें।
- डॉज टूल (O)- एक तस्वीर के क्षेत्रों को हल्का करता है। आप छाया में विवरण लाने के लिए इस टूल का उपयोग करेंगे। डॉज टूल पर बहुत अधिक डेटा के लिए, क्विक्ली
- बर्न टूल (O)- छवि के क्षेत्रों को काला करता है। आप हाइलाइट में विवरण लाने के लिए टूल का उपयोग करेंगे। बर्न टूल पर बहुत अधिक डेटा के लिए, क्विक्ली लाइटन या डार्कन आइसोलेटेड देखें।

कुशल मोड टूलबॉक्स के ड्रा क्लस्टर के अंदर के टूल

- ब्रश टूल (B) - रंग के नरम या थकाऊ स्ट्रोक बनाता है। आप इसका उपयोग एयरब्रश तकनीकों का अनुकरण करने के लिए करेंगे। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ कॉम्ब टूल देखें।
- इम्प्रेशनिस्ट ब्रश टूल (B) - आपकी छवि में प्रचलित रंगों और विवरणों को बदलता है इसलिए आपकी तस्वीर ऐसा प्रतीत होता है जैसे यह बिल्कुल कृत्रिम ब्रश स्ट्रोक का उपयोग करके चित्रित किया गया था। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ इम्प्रेशनिस्ट ब्रश टूल देखें।
- कलर रिप्लेसमेंट टूल (B)- आपकी इमेज में विशिष्ट रंगों के आदान-प्रदान को आसान बनाता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, रिप्लेस कलर राइज़ ए पिक्चर देखें।
- इरेज़र टूल (E) - जैसे ही आप छवि के भीतर पिक्सेल खींचते हैं, उन्हें मिटा देता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ दी इम्प्लीमेंट टूल देखें।
- बैकग्राउंड इम्प्लीमेंट टूल (E)- कलर पिक्सल्स को क्लियर पिक्सल्स में बदल देता है ताकि आप एसोसिएट ऑब्जेक्ट को उसकी बैकग्राउंड से आसानी से हटा सकें। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ बैकग्राउंड इम्प्लीमेंट टूल देखें।
- मैजिक इम्प्लीमेंट टूल (E) - एक बार जब आप किसी फोटोग्राफ के बीच ड्रैग करते हैं तो सभी समान पिक्सल को बदल देता है। बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ मैजिक इम्प्लीमेंट टूल देखें।
- पेंट बकेट टूल (K) - आपके द्वारा क्लिक किए गए पिक्सेल के रंग के समान एक भाग भरता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ पेंट बकेट टूल देखें।
- पैटर्न टूल (K)- प्रत्येक कॉम्ब टूल में से किसी एक का उपयोग करने के बजाय, आपकी छवि में एक भरण या एक पैटर्न लागू करता है। बहुत सारे डेटा के लिए, फिल ए लेयर टू कलर देखें।
- ग्रेडिएंट टूल (G) - छवि के एक भाग को ग्रेडिएंट द्वारा भरता है। बहुत सारे डेटा के लिए, अप्लाई ग्रेडिएंट देखें।
- कलर पिकर टूल (I)- आपके फोटोग्राफ के एक हिस्से के रंग को कॉपी या सैंपल करता है ताकि एक रिप्लेसमेंट फोरग्राउंड या बैकग्राउंड कलर को लाइन किया जा सके। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, आईड्रॉपर टूल के साथ रंग का चयन करें देखें।

 कस्टम फॉर्म टूल (U) - आपके लिए ड्रॉ करने के लिए पूरी तरह से अलग फॉर्म विकल्प प्रदान करता है। एक बार जब आप कस्टम प्रपत्र टूल चुन लेते हैं, तो आप टूल विकल्प बार में इन आकृतियों तक पहुंच पाएंगे.

टूल चॉइस बार में उपलब्ध अन्य आकार-संबंधी टूल इस प्रकार हैं:

- रेक्टेंगुलर
- राउंडीड परलोएगराम
- एलिप्स
- पोलीगोन
- स्टार
- रेखा
- चयन

आकृतियाँ बनाने से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, प्रोड्स

शेप्स देखें। टाइप टूल (T)- आपकी इमेज पर टेक्स्ट बनाता

और संपादित करता है।

अन्य प्रकार से संबंधित निम्नलिखित टूल, टूल विकल्प बार के अंदर उपलब्ध हैं:

- वेर्टिकल काइंड
- हॉरिजॉन्टल काइंड मास्क
- वर्टिकल काइंड मास्क
- टेक्स्ट ऑन चॉइस
- टेक्स्ट ऑन फॉर्म
- टेक्स्ट ऑन कस्टम

अपनी छवि पर टेक्स्ट जोड़ने और संपादित करने से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, टेक्स्ट जोड़ें देखें। पेंसिल टूल (N)- हार्ड-एज फ्रीहेंडेड लाइन्स बनाता है। बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ पेंसिल टूल देखें।

स्किल्ड मोड टूलबॉक्स के संशोधित क्लस्टर के अंदर के टूल

- क्रॉप टूल (C)- पसंद के अनुसार चित्र के भाग को ट्रिम करता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, क्रॉप ए पिक्चर देखें।

▪ कुकी कटर टूल (C) - एक तस्वीर को एक ऐसे रूप में क्रॉप करता है जिसे आप चुनते हैं। उपकरण से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, यूज़ किचन यूटेन्सिल टूल देखें।
▪ पर्सपेक्टिव क्रॉप टूल (C)- किसी इमेज को क्रॉप करते समय उसके एंगल को बदल देता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, पर्सपेक्टिव क्रॉप टूल देखें।
▪ रीकंपोज़ टूल (W) - गतिशील रूप से आवश्यक दृश्य सामग्री, जैसे लोग, भवन, जानवर, और बहुत कुछ नहीं करते हुए बुद्धिमानी से फ़ोटो का आकार बदलता है। बहुत सारे डेटा के लिए, रीकंपोज़ ए फोटोग्राफ इन स्किल्ड मोड देखें धीरे-धीरे, निर्देशित कार्यप्रणाली के लिए, निर्देशित मोड में रीकंपोज़ ए फोटोग्राफ इन गाइडेड मोड देखें।
▪ कंटेंट-अवेयर मूव टूल (क्यू) - आपकी तस्वीर में सहयोगी वस्तु का चयन करता है और पसंद को एक विशेष स्थान पर ले जाता है या इसे विस्तारित करता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, मूव एंड रीपोजीशन ऑब्जेक्ट देखें।
▪ स्ट्रेटेन टूल (P)- किसी चित्र को लंबवत या क्षैतिज रूप से पुन: संरेखित करता है। टूल से संबंधित बहुत सारे डेटा के लिए, स्ट्रेटन ए पिक्चर देखें।

एक टूल का इस्तेमाल करना

तेज़ या कुशल मोड में किसी टूल का उपयोग करने के लिए, पहले चेस्ट से टूल चुनें। इसके बाद, अपना कार्य पूरा करने के लिए टूल विकल्प बार के भीतर विभिन्न विकल्पों का उपयोग करें।

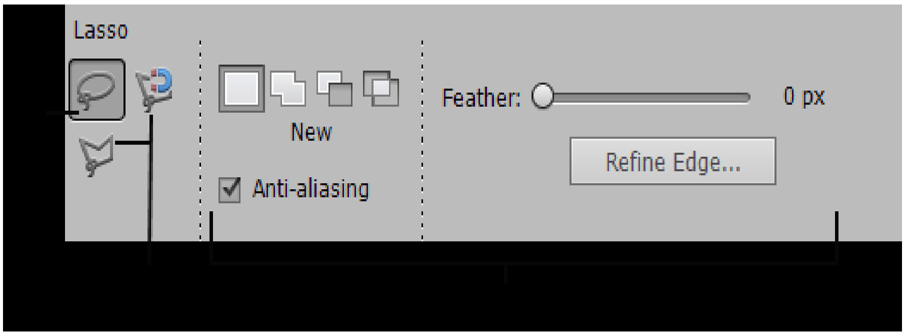
एक टूल चुने

निम्नलिखित में से प्रत्येक में एक कार्य करें:
▪ टूलबॉक्स के अंदर एक टूल पर क्लिक करें।
▪ टूल के लिए कीबोर्ड रोड दबाएं। उदाहरण के तौर पर, कॉम्ब टूल को चुनने के लिए B दबाएं। टूल के लिए कीबोर्ड रोड टूल टिप के अंदर प्रदर्शित होता है। आप अतिरिक्त रूप से टूल चुनने के लिए कीज़ में उपयोगी कीबोर्ड शॉर्टकट की एक सूची देखेंगे।

टूल चॉइस बार से विकल्प चुनें

टूल चॉइस बार फोटोशॉप कंपोनेंट्स विंडो के भीतर रॉक बॉटम पर लगता है। यह एक उपकरण के लिए विकल्प प्रदर्शित करता है। एक उदाहरण के रूप में, यदि आप चेस्ट से क्रॉप टूल लेने का निर्णय लेते हैं, तो आप कनेक्टेड टूल (कुकी कटर टूल और पर्सपेक्टिव क्रॉप टूल) और टूल चॉइस बार के अंदर विभिन्न विकल्पों की खोज करते हैं।

नोट: यदि टूल चॉइस बार दिखाई नहीं दे रहा है, तो चेस्ट में टूल आइकन पर क्लिक करें



चित्र 3.2.3: लैस्सो टूल के लिए टूल चॉइस बार
A. सक्रिय टूल आइकन B. कनेक्टेड टूल C. आगे के विकल्प

नोट्स

इकाई 3.3: सामान्य ग्राफिक स्टाइल फ़ाइल स्वरूपों की व्याख्या

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- रॉ स्टॉक इमेजरी / सामग्री (जैसे फोटोग्राफ, क्लिपआर्ट, इमेज फिल्टर) को इकट्ठा करना और प्रासंगिक सामग्री का चयन करना जिसका उपयोग योजना बनाने के लिए किया जा सकता है।
- टाइप करना और बनावट को उत्पादन विधि के लिए तैयार करना ।
- गारंटी कंप्यूटर कोड / इंस्ट्रुमेंटलिटी उपयोग के लिए तैयार रखना (जैसे फोटोशॉप, स्कैनर, आदि)
- सचित्र निरूपण (ब्रश, विभिन्न आकार और रंगों के चुनने वाले) के अनुरूप उपकरण तैयार करना ।
- लागू फ़ाइल स्वरूपों में अंतरिम कार्य-उत्पादों के लिए बैकअप लेना ।
- गारंटी अंतिम कार्य-उत्पाद अनुपयुक्त फ़ाइल स्वरूपों (जैसे PSD, .ai, cdr, आदि) और लागू माध्यम (जैसे DVD, cd और डिजिटल फ्लैश ड्राइव) के लिए तैयार रखना ।
- लॉग्स /डेटा क्लियर करना और भविष्य में उपयोग के लिए कंप्यूटर कोड और उपकरण तैयार रखना ।

3.3 सामान्य ग्राफिक स्टाइल फ़ाइल स्वरूप

आमतौर पर, जिन फाइलों को सामान्य व्यक्ति नहीं खोल पाएगा, वे AI, EPS और PSD एक्सटेंशन वाली फाइलें हैं। उन 3 फ़ाइल प्रकारों में से प्रत्येक को डिज़ाइनर, प्रिंटर, संचय निर्माताओं और प्रचार उत्पाद निर्माताओं द्वारा उपयोग किए जाने वाले एक विशेष सॉफ़्टवेयर सिस्टम प्रोग्राम की आवश्यकता होती है।

यहां विभिन्न फ़ाइल एक्सटेंशन की एक सूची हो सकती है, जिन्हें आप एक बार ग्राफिक डिजाइनर के साथ काम करने पर चूक जायेंगे , उनमें से प्रत्येक क्या इंगित करता है, और जिस तरह से फ़ाइल प्रारूप नियोजित होता है।

1.एआई: एडोब रचनात्मक व्यक्ति

एआई फाइलें वेक्टर फाइलें हैं जिनका उपयोग डिजाइनरों और औद्योगिक प्रिंटरों द्वारा विभिन्न फाइल प्रारूपों और आकारों की फाइलें प्राप्त करने के लिए किया जाता है। एआई फाइलें केवल एडोब क्रिएटिव व्यक्ति का उपयोग करके खोली जाएंगी और लेयर्स में बनाई जानी चाहिए। एसोसिएट एआई फ़ाइल प्रिंटर, प्रचार उत्पाद निगमों, सिल्क स्क्रीनर्स, बैनर और साइन कॉरपोरेशन, और वैकल्पिक तृतीय-पक्ष क्रिएटिव द्वारा सबसे लोकप्रिय प्रारूपों में से एक है।

2.ईपीएस: एनकैप्सुलेटेड पोस्टस्क्रिप्ट

ईपीएस फाइलें आमतौर पर डिजाइनरों द्वारा किसी चित्र या डिज़ाइन को स्थानांतरित करने के लिए उपयोग की जाती हैं, आमतौर पर एक वेक्टर फ़ाइल किसी अन्य एप्लिकेशन में। वेक्टर-आधारित ईपीएस फाइलें किसी भी आकार में बढ़ाई जा सकती हैं। एडोब क्रिएटिव व्यक्ति, फ्रीहैंड, या एडोब फोटोशॉप का उपयोग करके ईपीएस फाइलें खोली जाएंगी। एक वेक्टर ईपीएस फ़ाइल प्रिंटर, प्रचार उत्पाद निगमों, रेशम स्क्रीनर्स, बैनर और साइन निगमों, और वैकल्पिक तृतीय-पक्ष क्रिएटिव द्वारा सबसे लोकप्रिय प्रारूपों में से एक है।

3.पीडीएफ: परिवहनीय दस्तावेज़ प्रारूप

एक पीडीएफ एक सार्वभौमिक फ़ाइल प्रारूप हो सकता है जो किसी भी आपूर्ति दस्तावेज़ के फोंट, छवियों, लेआउट और ग्राफिक्स को संरक्षित/एम्बेड करता है, भले ही उपकरण इसका उत्पादन न करे। पीडीएफ फाइलों को मुफ्त एडोब रीडर सॉफ्टवेयर सिस्टम के साथ साझा, देखा और लिखा जाएगा। कुछ पीडीएफ फाइलों का उपयोग औद्योगिक, डिजिटल और/या डेस्कटॉप प्रिंटिंग के लिए किया जाएगा।

4.पीएसडी: फोटोशॉप दस्तावेज़

पीएसडी फ़ाइल प्रारूप, कभी-कभी एक गठन प्रारूप होते हैं , जो एडोब फोटोशॉप इमेज रिडक्शन सॉफ्टवेयर सिस्टम में बनाए गए ग्राफिक्स और फोटो होते हैं। आमतौर पर डिजाइनर और प्रिंटर द्वारा उपयोग किया जाता है। पीएसडी

5. पीएनजी: परिवहनीय नेटवर्क ग्राफ़िक्स

पीएनजी फ़ाइल प्रारूप का उपयोग आमतौर पर ऑनलाइन और वेबसाइटों पर उनके कम रिज़ॉल्यूशन के कारण किया जाता है। पीएनजी फाइलें आइकॉन पिक्चर्स हैं जो दोषरहित सूचना संपीड़न का उपयोग करती हैं, और जीआईएफ फाइलों की तरह, पीएनजी फाइलें स्पष्ट पृष्ठभूमि के साथ बनाई जाएंगी।

समर्थित फ़ाइल प्रारूप

यह दस्तावेज़ कलाकार में समर्थित फ़ाइल स्वरूपों का सारांश प्रदान करता है। विशिष्ट प्रारूपों और उनके उपयोग के बारे में जानकारी के लिए, कलाकार सुविधा देखें।

फ़ाइल स्वरूप खोलने के लिए समर्थित

- एडोब आइडिया फ़ाइल (आइडिया)
- एडोब इलस्ट्रेटर (एआई, एआईटी)
- एडोब इलस्ट्रेटर ड्रा (ड्रा)
- एडोब इलस्ट्रेटर लाइन (लाइन)
- एडोब पीडीएफ (पीडीएफ)
- एडोब फोटोशॉप स्केच (स्केट)
- ऑटोकैड ड्राइंग (डीडब्ल्यूजी)
- ऑटोकैड इंटरचेंज फ़ाइल (डीएक्सएफ)
- बीएमपी (बीएमपी, आरएलई, डीआईबी)
- कंप्यूटर ग्राफिक्स मेटाफाइल (सीजीएम)
- कोरलड्रा 5, 6, 7, 8, 9, 10 (सीडीआर)
- एनकैप्सुलेटेड पोस्टस्क्रिप्ट (ईपीएस, ईपीएसएफ, पीएस)
- एन्हांस्ड मेटाफ़ाइल (ईएमएफ)
- जीआईएफ89ए (जीआईएफ)
- इलस्ट्रेटर ईपीएस (ईपीएस, ईपीएसएफ, पीएस)
- जेपीईजी (जेपीजी, जेपीई, जेपीईजी)
- जेपीईजी 2000 (जेपीएफ, जेपीएक्स, जेपी 2, जे2के, जे2सी, जेपीसी)
- मैकिन्टोश पीआईसीटी (पीआईटी, पीसीटी)
- माइक्रोसॉफ्ट आरटीएफ (आरटीएफ)
- माइक्रोसॉफ्ट वर्ड (डीओसी)
- माइक्रोसॉफ्ट वर्ड डीओसीएक्स (डीओसीएक्स)
- पीसीएक्स (पीसीएक्स)

- फोटोशॉप (पीएसडी , पीडीडी)
- पिक्सर (पीएक्सआर)
- पीएनजी (पीएनजी, पीएनएस)
- एसवीजी (एसवीजी)
- एसवीजी कंप्रेस्ड (एसवीजीजेड)
- टार्गा (टीजीए, वीडीए, आईसीबी, वीएसटी)
- पाठ (टीएक्सटी)
- टीआईएफएफ (टीआईएफ, टिफ)
- विंडोज मेटाफाइल (डब्ल्यूएमएफ)

फ़ाइल स्वरूपों को रखने के लिए समर्थित

- एडोब इलस्ट्रेटर (एआई, एआईटी)
- एडोब पीडीएफ (पीडीएफ)
- ऑटोकैड ड्राइंग (डीडब्ल्यूजी)
- ऑटोकैड इंटरचेंज फ़ाइल (डीएक्सएफ)
- बीएमपी (बीएमपी, आरएलई, डीआईबी)
- कंप्यूटर ग्राफिक्स मेटाफाइल (सीजीएम)
- कोरलड्रा 5, 6, 7, 8, 9, 10 (सीडीआर)
- एनकैप्सुलेटेड पोस्टस्क्रिप्ट (ईपीएस, ईपीएसएफ, पीएस)
- एन्हांस्ड मेटाफ़ाइल (ईएमएफ)
- जीआईएफ89ए (जीआईएफ)
- जेपीईजी (जेपीजी, जेपीई, जेपीईजी)
- जेपीईजी 2000 (जेपीएफ, जेपीएक्स, जेपी 2, जे2के, जे2सी, जेपीसी)
- मैकिन्टोश पीआईसीटी (पीआईटी, पीसीटी)
- माइक्रोसॉफ्ट आरटीएफ (आरटीएफ)
- माइक्रोसॉफ्ट वर्ड (डीओसी)
- माइक्रोसॉफ्ट वर्ड डीओसीएक्स (डीओसीएक्स)
- पीसीएक्स (पीसीएक्स)
- फोटोशॉप (पीएसडी , पीडीडी)
- पिक्सर (पीएक्सआर)
- पीएनजी (पीएनजी, पीएनएस)
- एसवीजी (एसवीजी)
- एसवीजी कंप्रेस्ड (एसवीजीजेड)
- टार्गा (टीजीए, वीडीए, आईसीबी, वीएसटी)
- पाठ (टीएक्सटी)
- टीआईएफएफ (टीआईएफ, टिफ)
- विंडोज मेटाफाइल (डब्ल्यूएमएफ)

सेव करने के लिए समर्थित फ़ाइल स्वरूप

- एडोब इलस्ट्रेटर (एआई)
- एडोब पीडीएफ (पीडीएफ)
- इलस्ट्रेटर ईपीएस (ईपीएस)
- इलस्ट्रेटर टेम्पलेट (एआईटी)
- एसवीजी (एसवीजी)
- एसवीजी कंप्रेस्ड (एसवीजीजेड)
- **एक्सपोर्ट करने के लिए समर्थित फ़ाइल स्वरूप**
- ऑटोकैड ड्राइंग (डीडब्ल्यूजी)
- ऑटोकैड इंटरचेंज फ़ाइल (डीएक्सएफ)

- बीएमपी (बीएमपी)
- सीएसएस (सीएसएस)
- एन्हांस्ड मेटाफ़ाइल (ईएमएफ)
- फ्लैश (एसडब्ल्यूएफ)
- जेपीईजी (जेपीजी)
- मैकिंतोश पीआईसीटी (पीसीटी)
- फोटोशॉप (पीएसडी)
- पीएनजी (पीएनजी)
- एसवीजी (एसवीजी)
- टरगा (टीजीए)
- पाठ प्रारूप (टीएक्सटी)
- टीआईएफएफ (टीआईएफ)
- विंडोज मेटाफाइल (डब्ल्यूएमएफ)

वेब के लिए सेव करने के लिए समर्थित फ़ाइल स्वरूप

- जीआईएफ (जीआईएफ)
- जेपीईजी (जेपीजी)
- पीएनजी (पीएनजी)

स्क्रीन के लिए सेव करने के लिए समर्थित फ़ाइल स्वरूप

- एडोब पीडीएफ (पीडीएफ)
- जेपीईजी (जेपीजी)
- पीएनजी (पीएनजी)
- एसवीजी (एसवीजी)

अभ्यास

1. एक अच्छे ग्राफिक डिजाइनर में कौन से गुण और कौशल

2. अगर मैं आपसे एक्स डिज़ाइन करने के लिए कहूं, तो आप किस सॉफ्टवेयर का उपयोग करेंगे? फोटोशॉप में एक्स का क्या उपयोग होता है?

नोट्स

4. कल्पना करें और डिजाइन तैयार करें

यूनिट 4.1 - एक कुशल उत्पाद लेबल कैसे तैयार करें

सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- स्टाइल का समर्थन करने के लिए प्रासंगिक ज्ञान पर चर्चा करना ।
- अवधारणा की जाने वाली योजना अवधारणा की सूची बनाना ।
- सांकेतिक संदेशों के साथ योजना को सटीक रूप से प्रकाशित करना ।
- भावपूर्ण ग्राफिक्स के साथ धारणा को संबंधित करना
- उत्पादन के मौसम की स्थापना करना जो कि आविष्कारशील अस्थायी और प्रदान किए गए इनपुट के अनुसार प्रासंगिक हैं।
-
- अवधारणा, विषयवस्तु और संकल्पना दशमांश पीअर्स को पहचानना ।
- शैली का समर्थन करने के लिए जानकारी से संबंधित सटीक मुखर चित्रण का वर्णन करना।

यूनिट 4.1: एक कुशल उत्पाद लेबल कैसे तैयार करें

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- स्टाइल का समर्थन करने के लिए प्रासंगिक ज्ञान एकत्र करना ।
- अवधारणा की जाने वाली योजना अवधारणा की सूची बनाना ।
- सांकेतिक संदेशों के साथ योजना को सटीक रूप से प्रकाशित करना ।
- भावपूर्ण ग्राफिक्स के साथ धारणा को संबंधित करना
- उत्पादन के मौसम की स्थापना करना जो कि आविष्कारशील अस्थायी और प्रदान किए गए इनपुट के अनुसार प्रासंगिक हैं।
-
- कॉन्सेप्ट, थीम और कॉन्सेप्शन दशमांश पीअर्स को उपहार में देना ।
- शैली का समर्थन करने के लिए जानकारी के लिए प्रासंगिक सटीक मुखर चित्रण का सामना करना ।

4.1 एक कुशल उत्पाद लेबल कैसे तैयार करें

उत्पाद लेबल किसी उत्पाद का अभी भी वर्णन करते हैं क्योंकि यह शेल्फ पर प्रतिस्पर्धियों से अलग होने की सुविधा देता है। एक बार उत्पाद लेबल बनाने के बाद पालन करने के लिए कोई निर्धारित नियम नहीं हैं और आपको लेआउट, आकार, आकार, रंग और अतिरिक्त के भीतर कई चयन मिले हैं। हालांकि, निश्चित बिंदुओं का पालन करने से एक अच्छी तरह से डिज़ाइन किया गया उत्पाद लेबल और अंततः, अधिक बिक्री का कारण होगा।

उचित स्टाइल पैकेज चुनें

अपने उत्पाद का लेबल बनाने का पहला चरण उस पैकेज को शैली पद्धति के भीतर उपयोग करने का निर्णय लेना है। ग्राफिक स्टाइल पैकेज चयन (एडोब इनडिजाइन, पेज प्लस, कोरलड्रा, एडोब आर्टिस्ट, ज़ारा डिज़ाइनर प्रोफेशनल, माइक्रोसॉफ्ट पब्लिशर, आदि) इन दिनों उपलब्ध हैं।

सबसे सरल सिफारिश जो हम यहां आपको देते हैं, वह है एएन एप्लिकेशन स्थापित करना, जिसका आप केवल उपयोग कर रहे हैं। हालाँकि, यह समझना आवश्यक है कि आप जो भी पैकेज चुनें, उसमें आपके डिज़ाइन को बर्बाद होने से बचाने या एएन ईपीएस फ़ाइल या पीडीएफ फ़ाइल के रूप में एक्सपोर्ट करने की शक्ति होनी चाहिए। आपको स्टाइल फ़ाइल के सभी फ़ॉन्ट्स को आउटलाइन में बदलने के लिए अतिरिक्त रूप से शक्ति की आवश्यकता होगी।कुछ प्रिंटर अनुरोध कर सकते हैं कि आप बस इतना ही करें फोंट को आउटलाइन में बदलने के परिणामस्वरूप आपके डिज़ाइन के सभी टेक्स्ट को वेक्टर ऑब्जेक्ट्स में बदल देता है, जिससे यह सुनिश्चित हो जाता है कि आपके पैकेज से प्रिंटर पर आर्ट फ़ाइल वितरित होने के बाद टेक्स्ट का रूप वैसा ही बना रहता है जैसा आप इसे

अपनी स्क्रीन पर देखते हैं। और स्पष्ट रूप से, यदि किसी दस्तावेज़ में किसी भी फ़ॉन्ट का उपयोग नहीं किया गया है, तो आपको लापता या परिवर्तित फ़ॉन्ट के साथ कोई समस्या नहीं होगी। इन कारणों से, एडोब कलाकार को आपके उत्पाद लेबल के निर्माण के लिए अत्यधिक परामर्श दिया जाता है।

कलर्स

आपके उत्पाद लेबल एरिया यूनिट पर इस्तेमाल किए गए कलर महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे खरीदार के खरीदारी चयनों को सीधे प्रभावित करेंगे। एक बार अपने उत्पाद लेबल के लिए रंग चुनने पर कई कारकों पर विचार किया जाना चाहिए। उदाहरण के लिए, आपको इंस्ट्रूमेंटेशन के रंग को ध्यान में रखना चाहिए या, यदि इंस्ट्रूमेंटेशन स्पष्ट है, तो आप मर्चेंडाइज के रंग पर विचार करना चाहते हैं, क्योंकि इन चीजों को नकारात्मक रूप से प्रभावित करने के लिए आपको अपने उत्पाद लेबल की आवश्यकता नहीं है।

परंपरागत रूप से, लाल और पीले एरिया यूनिट रंग जो ग्राहकों को एक अधिग्रहण बनाने के लिए "आग्रह" करते हैं, हालांकि यह हमेशा सबसे सरल विकल्प नहीं हो सकता है। सौभाग्य से, आपको यह कॉल स्वयं बनाने की आवश्यकता नहीं है। कई बेहतरीन ऑनलाइन टूल हैं जो आपके उत्पाद लेबल रंग चयन में आपकी सहायता करेंगे। कलर ब्लेंडर और एडोब कुलर 2 शानदार टूल हैं,

हालाँकि वहाँ अभी भी अन्य टूल हैं।

और, फिर से, ध्यान रखें कि एक बार अपने प्रतिस्पर्धियों के बगल में देखे जाने के बाद आपको बस अलमारियों पर माल की आवश्यकता होती है। इसलिए, इससे पहले कि आप अपने उत्पाद लेबल के लिए योजना बनाने का तरीका शुरू करें, कुछ स्थानीय स्टोरों में एक स्पर्श प्रतिस्पर्धी विश्लेषण और विश्लेषण करें।

स्पॉट कलर बनाम फुल कलर-प्रिंटिंग

उपरोक्त बिंदुओं से सीधे जुड़े हुए हैं, आपको यह विचार करना चाहिए कि क्या आप चाहते हैं कि आपके उत्पाद लेबल स्पॉट या फुल-कलर (जिसे विधि या सीएमवाईके भी कहा जाता है) प्रिंटिंग का उपयोग करके प्रिंट किया जाए। स्पॉट रंगों के साथ, आप आम तौर पर एक, 2 या 3 सिंगल रंगों को चुनने तक ही सीमित होते हैं। इस प्रकार की प्रिंटिंग के दौरान, आपके पास लिखित टुकड़े पर केवल काली स्याही होगी, आपके पास काली और नीली स्याही होगी, और अन्यथा आप काली, लाल और नीली स्याही आदि का विकल्प चुन सकते हैं।

चित्र 4.1.1: स्पॉट कलर बनाम फुल कलर-प्रिंटिंग

फुल -कलर प्रिंटिंग ज्यादा जटिल है और लिखित टुकड़े को बनाने के लिए सभी चार मुख्य प्रिंटिंग कलर्स (सियान, मैजेंटा, पीला और काला) का उपयोग करता है। यदि आप अपने लेबल पर कलर फोटोग्राफ बनाना चाहते हैं तो कभी-कभी फुल -कलर प्रिंटिंग की आवश्यकता होती है।

स्पॉट कलर प्रिंटिंग ऐतिहासिक रूप से कम कीमत का विकल्प रहा है, हालांकि, कई फुल -कलर लिखित लेबल चीजें एरिया यूनिट की लागत वर्तमान में कीमत में बहुत तुलनीय है। अधिकांश प्रिंटर उत्पाद लेबल के लिए कई विकल्प प्रदान करते हैं जो प्रत्येक स्थान और फुल -कलर प्रिंटिंग चयन का उपयोग करते हैं।

फ़ॉन्ट्स

चित्र 4.1.2: फ़ॉन्ट्स

आपके फ़ॉन्ट चयन आवश्यक हैं और उन्हें सावधानीपूर्वक सोचा और डिज़ाइन किया जाना चाहिए। एक बार अपने उत्पाद लेबल के साथ आने के बाद मानक सिस्टम फोंट जैसे एरियल, टाइम्स न्यू रोमन, आदि को स्वीकार न करें। एक ऐसा फ़ॉन्ट चुनें जो मर्चेंडाइज को स्क्वायर आउट करने की सुविधा प्रदान कर सके, या वह जो मर्चेंडाइज के स्वभाव को पकड़ सके। उदाहरण के लिए, यदि व्यापारिक माल एक गर्म नाचो सॉस हो सकता है, तो एक ऐसे फ़ॉन्ट का प्रयास करें जो मज़ेदार हो या व्यापारिक माल के स्पाइसी साइड तक चलता हो। या, यदि व्यापारिक माल मोटर वाहन बाजार के भीतर है, तो एक साहसी फ़ॉन्ट या ऐसा करने का प्रयास करें जो कठोरता या दीर्घायु के पक्ष को चित्रित करता हो।

हालाँकि, फ़ॉन्ट विकल्प के सबसे महत्वपूर्ण आवश्यक मुद्दों में से एक यह सुनिश्चित करना है कि आपका पाठ कई फीट की दूरी (फ़ॉन्ट पर सबसे अधिक पाठ के लिए) और ऊपर से बंद होने से अच्छी तरह से समझने योग्य है। संभावित उपभोक्ताओं की नज़र में आने के लिए आपके पास वस्तुतः केवल कुछ सेकंड हैं, इस प्रकार आपका फ़ॉन्ट आसानी से स्कैन करने के लिए आसान होना चाहिए।

जाहिर है, हजारों फ़ॉन्ट चयनों की क्षेत्र इकाई है। और, आपके लिए Fonts.com और dafont.com जैसे कई ऑन-लाइन स्रोत हैं, जो आपको कभी-कभार किसी कीमत पर या पूरी तरह से फ्री करने के लिए फ़ॉन्ट प्राप्त कर सकते हैं। जबकि आप यहां क्रिएटिव में हैं, बस मुफ्त फोंट की तलाश करें और आप महसूस करेंगे कि आपके लेबल के लिए लगभग कई अच्छे फोंट मिले हैं। तो, कुछ मज़े करो। एक ऐसा फ़ॉन्ट चुनें जो प्रोडक्ट के साथ अच्छी तरह से चला जाए जो स्कैन करने में आसान हो और सब ठीक हो जायेगा ।

उत्पाद / कंपनी का नाम

इसे मौखिक संचार नहीं करते हुए जाना चाहिए, हालांकि लेबल स्टाइल पर माल और/या नाम को स्पष्ट रूप से प्रदर्शित करना सुनिश्चित करें, इसलिए यह आसानी से पहचानने योग्य है और इसलिए खरीदार द्वारा नोटिस की जाने वाली पहली चीज़ है। समग्र योजना के अनुसार रहना भी आवश्यक है ताकि ग्राहकों को अगली बार जब वे समान लेने के लिए किसी खुदरा केंद्र पर जाएँ तो उन्हें शेल्फ पर सभी समान का एहसास हो सके।

लेबल सामग्री

विशेष स्टाइल विधि शुरू करने से पहले, व्यापारिक लेबल की सामग्री पर समझौता करना एक ईमानदार योजना है। आपकी स्टाइल से कोई फर्क नहीं पड़ता, यह अंततः आपकी लेबल सामग्री के साथ सेट में होगा। सामान्य लेबल सामग्री चयन क्षेत्र इकाई सफेद, क्लियर, क्रीम रंग का, या शायद सोने या चांदी की फॉयल । एक सफेद या फॉयल सामग्री का चयन करने से आपकी स्टाइल पैकेजिंग से अलग हो जाएगी, जबकि एक पारदर्शी लेबल सामग्री का चयन कस्टम फॉर्म बनाने या उत्पाद के उपकरण के साथ लेबल को उच्च मिश्रण बनाने में भी सहायक होता है, जो आसान हो सकता है यदि पैकेजिंग रंगीन है।

ग्राफिक्स / चित्र

पेशेवर ग्राफिक्स जैसे चित्र या चित्र आपके उत्पाद की ओर ध्यान आकर्षित करने के संबंध में एक विस्तारित दृष्टिकोण अपनाएंगे। यदि आपके पास अपने स्वयं के ग्राफिक्स या उत्पाद की तस्वीरें नहीं हैं, तो आईस्टॉक फोटो और बिगस्टॉक सहित ऑनलाइन विभिन्न स्रोतों की एक इकाई है जहां आपको सस्ते, अत्यंत कुशल चित्रों का एहसास होगा। आप वेक्टर चित्रों या चित्रों में से चयन करेंगे और इसलिए मूल्यांकन बेहद सस्ता है, प्रति छवि केवल कुछ ग्रीनबैक जितना कम है। हालांकि, उपयोग पर प्रतिबंधों के लिए किसी भी लाइसेंसिंग अनुबंध की कल्पना करना सुनिश्चित करें। पिछली कहावत को ध्यान में रखें कि "छवि 1000 शब्दों का मूल्य है"? खैर, यह उत्पाद लेबल पर बहुत सही हो सकता है।

ब्लीड या नो ब्लीड?

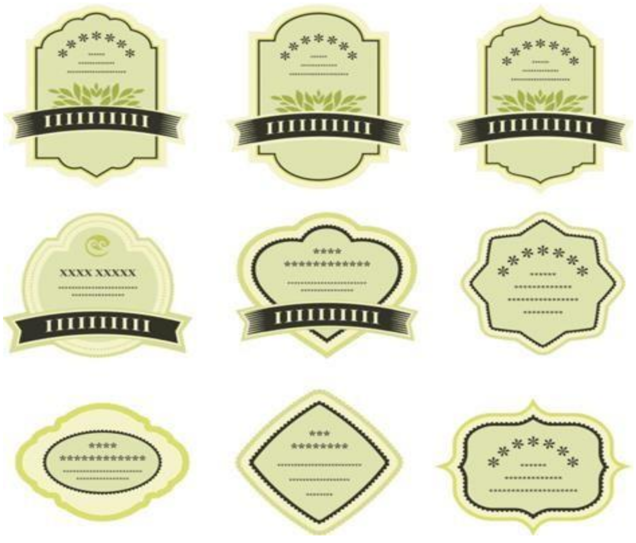
"ब्लीड" मुख्य रूप से यह दर्शाता है कि आपका डिज़ाइन लेबल के किनारों से फ्लो करता है। नो ब्लीड का अर्थ है कि आपके लेबल में डिज़ाइन के चारों ओर एक सफ़ेद (या वैकल्पिक लेबल सामग्री रंग) बॉर्डर शामिल है। ब्लीड लेआउट के साथ बैठ जाएगा, फिर भी टेक्स्ट या ग्राफ़िक्स/फ़ोटो के रूप में जो लेबल के स्टिंग तक पहुँचते हैं। उत्पाद लेबल जो पहुंचते हैं लेबल के स्टिंग के लिए सभी को धन्यवाद, जबकि मार्जिन को "ब्लीड ऑफ" के रूप में लाया गया है।

लेबल का आकार

आपका लेबल आकार विकल्प अधिकांश भाग के लिए उत्पाद के उपकरण/पैकेजिंग पर निर्भर हो सकता है। आपके पास माल के आगे/पीछे के लिए एक लेबल या एकाधिक लेबल के साथ आने का विकल्प भी हो सकता है।

आगे और पीछे के लेबल आपको लेबल के मोर्चे पर कलंक / शैली को छोटे आकार की चीजों जैसे सामग्री, दिशा, आदि से अलग करने की अनुमति देते हैं, जो पीछे की तरफ रखे जाएंगे। लेकिन, माल के लिए 2 अलग-अलग लेबल खरीदना सबसे महत्वपूर्ण मूल्य प्रभावी विकल्प नहीं हो सकता है। विकल्प के रूप में, आप अतिरिक्त रूप से एक "रैप-अराउंड" लेबल को इस तरह से स्टाइल करेंगे जो आपको अभी भी आकर्षक और आकर्षक फ्रंट पैनल को स्टाइल करने की अनुमति देगा, जबकि आपकी पैकेजिंग को डिज़ाइन किया गया है, इस पर विचार करते हुए, छोटे अतिरिक्त टेक्स्ट-आधारित चीजों को पहलू या पीछे से फायदा उठाएं।

लेबल फॉर्म



चित्र 4.1.3: लेबल आकार

आपके लेबल के आकार से शेल्फ़ पर मौजूद मर्चेंडाइज़ की ओर ध्यान आकर्षित करने में मदद मिलेगी. अधिकांश ऑनलाइन और नेटिव लेबल प्रिंट आउटलेट आयतों, वर्गों, स्क्वायर, ओवल, सील, हर्ट्स और अन्य के साथ कई स्टॉक लेबल आकार प्रदान करते हैं। और, ये वही प्रिंटर आम तौर पर आपके इच्छित किसी भी कस्टम फॉर्म को ऑर्डर करने के लिए अतिरिक्त शक्ति प्रदान करते हैं। कस्टम फ़ॉर्म लेबल ऑर्डर करने पर एक बार का डाई चार्ज लग सकता है। कोई शुल्क है या नहीं और इसलिए मूल्यांकन एक प्रिंटर से दूसरे प्रिंटर में भिन्न होता है। एक वैकल्पिक विकल्प यह होगा कि एक पारदर्शी लेबल स्टॉक पर समझौता किया जाए और इसलिए इस फॉर्म में डिज़ाइन किए गए पृष्ठभूमि रंग को नियोजित करने वाला एक कस्टम फॉर्म तैयार किया जाए।

लेबल एन्ड

अपने लेबल में मैट या चमकदार एन्ड जोड़ना कुछ ऐसी चीज़ें हैं जो आपके उत्पाद लेबल के आकर्षण को अतिरिक्त रूप से प्रभावित करेंगी। अपने उत्पाद लेबल को लैमिनेट करने से लेबल के जीवनकाल में अतिरिक्त रूप से वृद्धि होती है और धब्बा को रोकने में मदद मिलती है। एक नियमित मैट लैमिनेट आपके उत्पाद लेबल को एक क्लासिक, मंद रूप देने में मदद करेगा, जबकि एक हाई-ग्लॉस लैमिनेट रंगों पर प्रभाव डालता है और लेबल को एक चमकदार, लगभग चिंतनशील गुणवत्ता प्रदान करता है।

बारकोड

चित्र 4.1.4: बारकोड

बारकोड लेबल का वह भाग जो इलेक्ट्रॉनिक स्कैनर्स को आपके उत्पाद के बारे में जानकारी देता है। पहली बार किराने की दुकानों में उपयोग किए जाने वाले, बारकोड वर्तमान में किसी उत्पाद को सभी प्रकार के स्टोरों में बेचे जाने के लिए आसान बनाते हैं। यूपीसी (यूनिवर्सल प्रोडक्ट कोड) बारकोड निगमों को इन्वेंट्री ट्रैक करने या उनके व्यापार में सुरक्षा जोड़ने की सुविधा के लिए अभ्यस्त नहीं हैं।
यूपीसी बारकोड को एक प्रकार के ऑप्टिकल कोड के रूप में सर्वोत्तम रूप से चित्रित किया जाएगा। आम तौर पर काली पट्टियों और विभिन्न चौड़ाई के सफेद क्षेत्रों की एक श्रृंखला, यूपीसी बारकोड एरिया यूनिट एएन ऑप्टिकल स्कैनर के साथ स्कैन करती है जो कोड को संख्याओं और अक्षरों में व्याख्या करती है जो एरिया यूनिट एक पीसी पर पारित होती है।

उत्पाद यूपीसी यूनिफ़ॉर्म कोड काउंसिल (यूसीसी) नामक संगठन के माध्यम से प्राप्त किए जाने चाहिए। यूपीसी प्रणाली में प्रवेश करने की अनुमति के लिए निर्माता यूसीसी में आवेदन करते हैं, जिसके लिए बहुत कम वार्षिक शुल्क की आवश्यकता होती है। पारस्परिक रूप से सदस्यता के लिए, यूसीसी प्रत्येक निर्माता को एक छह अंकों की "निर्माता पहचान संख्या" और राशि का उपयोग करने के तरीके के बारे में बताता है। एक बार निर्माता के पास यह जानकारी हो जाने के बाद, वे इसे बारकोड लेबल बनाने में सक्षम किसी भी प्रिंटर को पास कर देंगे और इसलिए प्रिंटर वहां से काम संभाल सकता है।

संपर्क जानकारी

एक उत्पाद लेबल बनाने के अलावा जो शेल्फ पर होता है, कंपनी की संपर्क जानकारी जोड़ना भी एक कुशल उत्पाद लेबल की शैली का सबसे महत्वपूर्ण पक्ष है। किसी उत्पाद को बढ़ाने और ग्राहकों के साथ प्रेरक संचार करने के लिए स्पष्ट रूप से संपर्क जानकारी सूचीबद्ध करना एक आवश्यक कदम है।

चित्र 4.1.5: संपर्क जानकारी

कंपनी की 800 किस्म, वेब साइट का पता, भौतिक पता, और सोशल मीडिया की जानकारी (ट्विटर, फेसबुक, आदि) सभी को प्रत्येक उत्पाद लेबल पर संलग्न किया जाना चाहिए ताकि यह सुनिश्चित हो सके की वे अपने ग्राहकों से प्रतिक्रिया प्राप्त करेंगे और उत्पादों को आगे बढ़ाने के लिए उन ग्राहकों को क्रमिक रूप से बदलेंगे!

तो, वहां आपको को चाहिए वो मिल गया है। इस सूची में एक कुशल उत्पाद लेबल बनाने के मूल सिद्धांतों को शामिल किया गया है। इस जानकारी का उपयोग तब करें जब आप, या आपके ग्राफिक डिजाइनर, अपने नए उत्पाद लेबल के साथ आना शुरू करें।

अभ्यास

1. मान लीजिए कि आप हमारी कंपनी के लिए एक नया लोगो डिजाइन कर

____

____

____

1. एक महत्वपूर्ण समाचार शीर्षक के लिए कौन से दो टेक्स्ट फॉर्मेट सबसे

A. News Alert

B. News Alert

C. News Alert

D. News Alert

E. News Alert

नोट्स

Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

5. ग्राफिक डिजाइन बनाएं और संपादित करें

MESC
Media & Entertainment Skills Council

यूनिट 5.1 - रास्टर और वेक्टर ग्राफ़िक्स इम्पोर्ट करना
यूनिट 5.2- ग्राफ़िक्स एक्सपोर्ट करना
यूनिट 5.3- वेक्टर ग्राफिक्स के रूप में एक्सपोर्ट करना
यूनिट 5.4 - सिंगल पेज वी मल्टी-पेज वेबसाइट
यूनिट 5.5- छह आवश्यक ग्राफिक डिजाइन सॉफ्टवेयर

मई

सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- रंग आउटपुट चुनना जो आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करता है।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

इकाई 5.1: रास्टर और वेक्टर ग्राफिक्स इम्पोर्ट करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

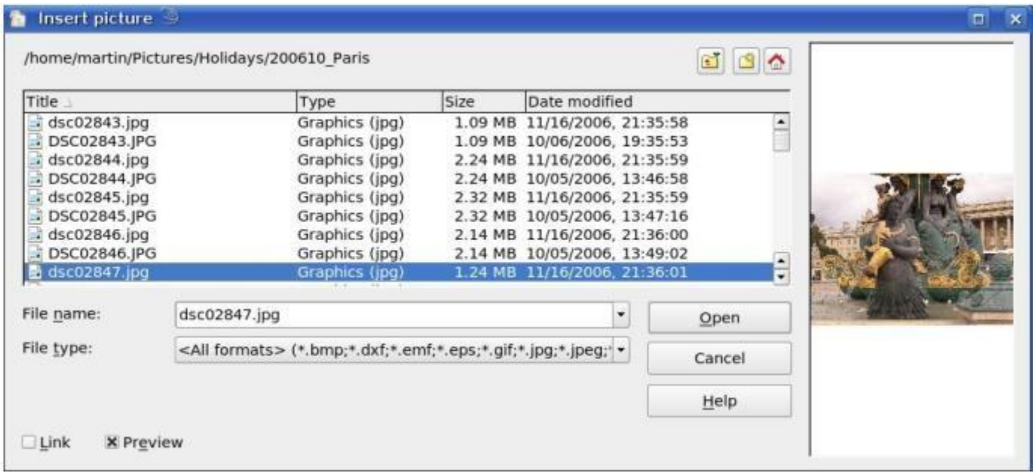
- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- रंग आउटपुट चुनना जो आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करता है।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

5.1 रास्टर और वेक्टर ग्राफिक्स इम्पोर्ट करना

फार्मेशन और वेक्टर ग्राफिक्स इम्पोर्ट करना

ग्राफ़िक्स फ़ाइलों पर होल्ड इम्पोर्ट करने के लिए, सबसे मेनू बार > छवि > फ़ाइल से चुनें या ड्रा टूलबार पर आइकन पर क्लिक करें। कई पूरी तरह से अलग वेक्टर और फार्मेशन ग्राफिक्स प्रारूपों के लिए ड्रा में इम्पोर्ट फ़िल्टर हैं; *.svg (स्केलेबल वेक्टर ग्राफिक्स) फाइलों के लिए एक फिल्टर सहयोगी एक्सटेंशन, http://extensions.services.openoffice.org/en/project/svgimport के रूप में उपलब्ध है। यदि आपकी फ़ाइल में एक गैर-मानक एक्सटेंशन है, तो आपको इसका व्यापर करते समय स्पष्ट रूप से प्रारूप का चयन करना होगा।

यदि आप इन्सर्ट इमेज डायलॉग में प्रीव्यू संभावना चुनते हैं, तो ड्रा दायीं तरफ बॉक्स के भीतर इमेज का प्रीव्यू दिखाता है। इससे आप जो छवि चाहते हैं उस पर निर्णय लेना और यह कल्पना करना बहुत आसान हो जाता है कि क्या ड्रा इस प्रारूप की एक फ़ाइल इम्पोर्ट करेगा।



चित्र.5.1.1: एक पिक्चर इन्सर्ट करना लिंक करने के लिए या एम्बेड करने के लिए?

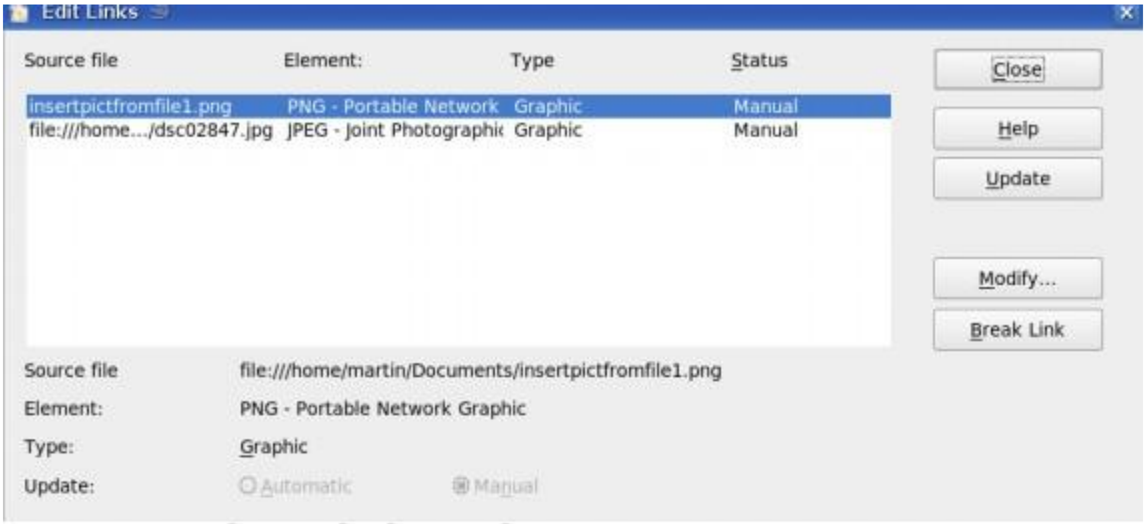
यदि आप इन्सर्ट इमेज डायलॉग में लिंक संभावना चुनते हैं, तो ग्राफ़िक एम्बेड किए जाने के बजाय लिंक किया गया है। यह वास्तव में दस्तावेज़ में सम्मिलित नहीं है; इसके बजाय, ग्राफिक का लिंक बनाया जाता है। यह लिंक उस फ़ोल्डर से संबंधित है जहां दस्तावेज़ को होल्ड किया गया है, यद्यपि यह एडिट लिंक में दिखाई देता है

डायलॉग (चित्र 2 देखें) सहयोगी निरपेक्ष लिंक के रूप में। यदि आप दस्तावेज़ और ग्राफ़िक को एक ही फ़ोल्डर में संग्रहीत करते हैं और फ़ोल्डरों को पूर्ण रूप से किसी दूसरे लैपटॉप में ले जाते हैं, तो ग्राफिक पहले की तरह दस्तावेज़ के भीतर दिखाई दे सकता है।

लिंक किए गए ग्राफ़िक्स को OpenOffice.org के भीतर संवितरित किसी भी क्रिया के परिणामस्वरूप संशोधित नहीं किया जाता है। इस तरह के परिवर्तन केवल दस्तावेज़ के भीतर ग्राफ़िक के पढ़ने को प्रभावित करते हैं, न कि ग्राफ़िक को। विशेष रूप से, सम्मिलित ग्राफिक का प्रारूप अपरिवर्तित रहता है। विशेष रूप से, जब एस्टर ग्राफ़िक को सहयोगी OOo दस्तावेज़ में एम्बेड किया जाता है, तो यह फिर से पीएनजी प्रारूप में निकलता है।

लिंक करने से ड्रा डॉक्युमेंट का फाइल साइज छोटा रहता है। छवि को संशोधित किया जा सकता है या शायद किसी अन्य द्वारा प्रतिस्थापित किया जा सकता है और लिंक अभी भी काम कर सकता है। जब तक नई छवि को निरंतर नाम दिया जाता है क्योंकि हाल ही में, लिंक फिर से स्थापित होने जा रहे हैं और लिंक वाले दस्तावेज़ को अगली बार खोले जाने के बाद अपडेट किया जाएगा। हालांकि, कुछ क्रियाएं इस सत्र से आगे नहीं चलती हैं (उदाहरण के लिए, फ़िल्टर) या वर्ग माप केवल एक जुड़े हुए ग्राफ़िक पर संभव नहीं है (उदाहरण के लिए रंगों का आदान-प्रदान करने के लिए आईड्रॉपर का उपयोग)।

लिंक आसानी से हटा दिए जाएंगे। तब शामिल हुई छवि को दस्तावेज़ में एम्बेड किया जा सकता है। किसी लिंक को बाधित करने के लिए, सर्वाधिक मेनू बार से एडिट > लिंक्स का विकल्प चुनें। एडिट लिंक डायलॉग में (चित्र 2 देखें), टूटे हुए लिंक का चयन करें और फिर ब्रेक लिंक बटन पर क्लिक करें।



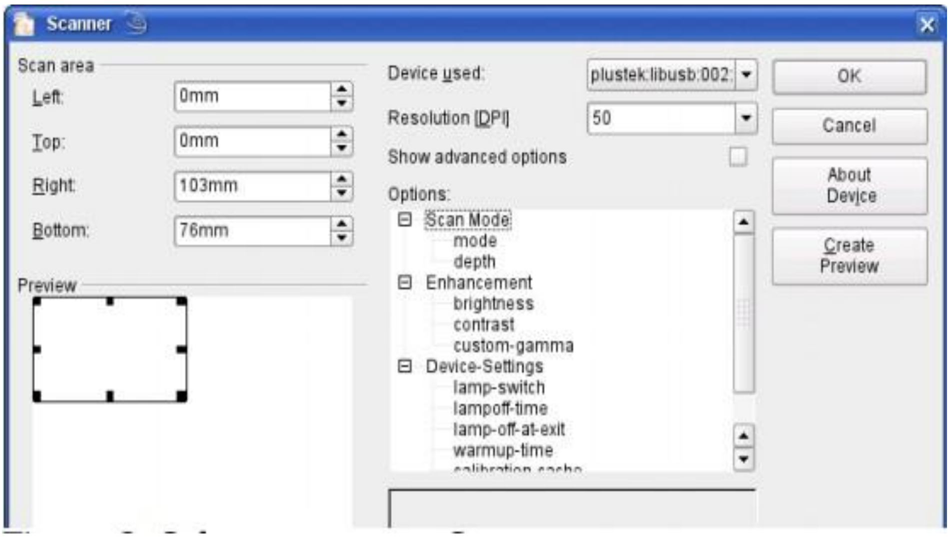
चित्र 5.1.2: दस्तावेज़ों के लिंक लिखने का अंश

स्कैनिंग

अधिकांश स्कैनर के साथ आप दस्तावेज़ में स्कैन की गई छवि को सीधे सम्मिलित करने में सक्षम होंगे। इन्सर्ट > इमेज > स्कैन के लिए ऑप्ट करें फिर सोर्स या रिक्वेस्ट चुनें।

चयन आपूर्ति संभावना एक विंडो खोलती है जो एक स्कैनर डिवाइस के लिए सहयोगी इंटरफ़ेस के रूप में कार्य करती है। कुछ स्कैनर विकल्प सीधे इस विंडो से सेट किए जाते हैं। चित्र तीन देखें।

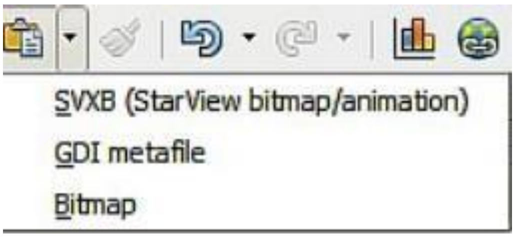
प्रीव्यू स्कैन को होल्ड करने के लिए प्रोडक्शन प्रीव्यू पर क्लिक करें। परिणाम वर्ग माप बाईं ओर प्रीव्यू बॉक्स के भीतर दिखाया गया है। स्कैन स्थान को इच्छानुसार संशोधित करें और परिणाम की पहले की तरह समीक्षा करें। एक बार जब आप स्कैन पूर्वावलोकन आउटपुट से खुश हो जाते हैं, तो ओके पर क्लिक करें और फिर दस्तावेज़ में स्कैन को इन्सर्ट> इमेज> स्कैन> रिक्वेस्ट के साथ डालें।
स्कैन किए गए चित्र पीएनजी प्रारूप में दस्तावेज़ के भीतर एम्बेडेड वर्ग माप।



चित्र 5.1.3: आपूर्ति स्कैनर चुनें

राइटिंग बोर्ड से चिपकाना

ग्राफिक्स डालने के लिए राइटिंग बोर्ड अलग तरह से ऑफर करता है। स्रोत और सॉफ्टवेयर के आधार पर आंकड़े कई प्रारूपों में भी हो सकते हैं। आप मेनू बार से एडिट > पेस्ट स्पेशल का चयन करके या मुख्य टूलबार पर पेस्ट आइकन के मेनू पर क्लिक करके एक रूपरेखा प्राप्त कर सकते हैं।



चित्र 5.1.4: चिपकाने वाले चिह्न मेनू बार

ड्रगिंग और ड्रॉपिंग

ड्रैग एंड ड्रॉप एक साथ कई चीजों में काम करता है। सटीक तरीके से ड्रैग एंड ड्रॉप कार्य का निर्णय इस बात से नहीं होता है कि ग्राफिक को एम्बेड किया जाना है या शामिल होना है, हालांकि उपयोग में सॉफ्टवेयर और ग्राफिक की आपूर्ति द्वारा होता है ।

नियंत्रण या प्रबंधन शिफ्ट कुंजियों के साथ व्यवहार को नियंत्रित किया जाता है।

अक्सर उपयोग की जाने वाली वस्तुओं और चित्रों को गैलरी में होल्ड करके रखा जाता है।

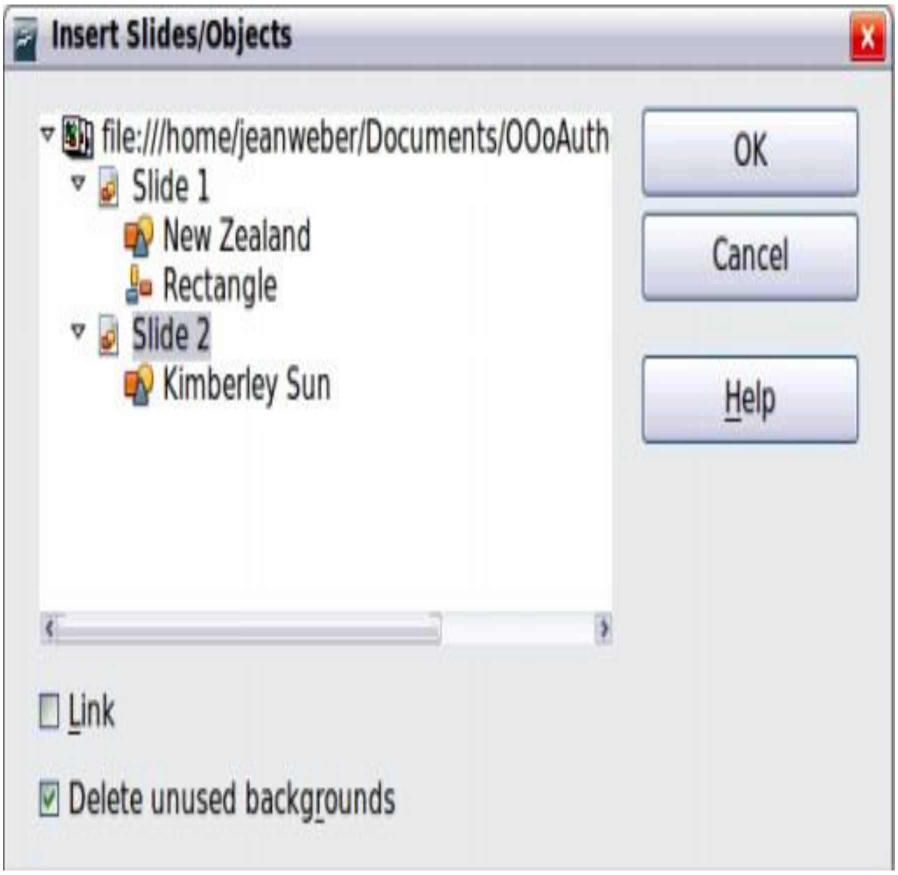
वस्तुओं को गैलरी से ड्रा की सतह तक केवल खींच लिया जाता है।

10 (उन्नत ड्रा तकनीक)।

फ़ाइल से सम्मिलित करना

इस चयन के साथ, आप अपने ड्रा दस्तावेज़ में मौजूदा ड्रा या इम्प्रेस दस्तावेज़ों से संपूर्ण पृष्ठ या सिंगल ऑब्जेक्ट सम्मिलित कर सकेंगे। इसके अलावा, आप रिच टेक्स्ट फॉर्मेट (आरटीएफ), हाइपरटेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज फॉर्मेट या प्लेन टेक्स्ट में टेक्स्ट डालने में सक्षम होंगे। टेक्स्ट टेक्स्ट फ्रेम के अंदर समाहित होने जा रहा है। इस पाठ के लिए सामान्य पैराग्राफ और वर्ण डेटा प्रारूप विकल्प वर्ग मापते हैं।

इन्सर्ट > फ़ाइल चुनना फ़ाइल विकल्प डायलॉग लाता है। यदि फ़ाइल एक ड्रा या इम्प्रेस दस्तावेज़ है, तो एक विशेष इम्पोर्ट डायलॉग संवाद खुलता है।



चित्र 5.1.5: किसी पृष्ठ पर संपूर्ण पृष्ठ या ऑब्जेक्ट सम्मिलित करना

दस्तावेज़ के सिंगल पेज या स्लाइड तक पहुँचने के लिए, पसंद स्थान के भीतर फ़ाइल नाम के बाईं ओर विस्तार छवि (आमतौर पर a + या बहुत कम त्रिकोण, आपके ऑपरेटिंग सिस्टम पर गणना) पर क्लिक करें। स्लाइड के अंदर सिंगल ऑब्जेक्ट को दिखाने के लिए एक ही कार्यप्रणाली का उपयोग किया जाता है। रास्टर ग्राफिक्स (उदाहरण के लिए, फोटो) और मेटाफाइल को प्रतीक के साथ चिह्नित किया जाता है, वस्तुओं को एक प्रतीक के साथ चित्रित किया जाता है।

चीज़ या ऑब्जेक्ट चुनें (बहुविकल्पी उपयोग प्रबंधन या Shift की से संभव है)। यदि सम्मिलित वस्तु को आपूर्ति दस्तावेज़ में नामित किया गया था, तो यह अपना मूल नाम तब तक रखता है जब तक कि वर्तमान दस्तावेज़ में नाम पहले से मौजूद न हो। उस स्थिति में आपको चीज़ को डालने से पहले एक प्रतिस्थापन नाम प्रदान करने की आवश्यकता होती है। संबद्ध सम्मिलित वस्तु का नाम बदलने के लिए, राइट-क्लिक करें और पॉप-अप मेनू से नेम चुनें। नाम बदलने से यह फायदा होता है कि वह चीज़ नेविगेटर में सूचीबद्ध हो जाती है।

आप चुन सकते हैं कि चुने हुए पेज या ऑब्जेक्ट को पेश करना है या लिंक करना है।

नोट्स

यूनिट 5.2: ग्राफिक्स एक्सपोर्ट करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करने वाले रंग आउटपुट का चयन करें।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

5.2 ग्राफिक्स एक्सपोर्ट करना

मूल OpenOffice.org ड्रा प्रारूप (*.odg) के भीतर ड्रॉइंग का अर्थ है कि आम तौर पर केवल OOo (या स्टार ऑफिस) उपयोगकर्ता, या उपयोगकर्ता UN एजेंसी ने एक उपयुक्त ODF इंसर्ट डाला है, वे फाइलें खोलेंगे। विभिन्न उपयोगकर्ताओं के लिए इसे आसान बनाने के लिए और विभिन्न अनुप्रयोगों में चित्रों का उपयोग करने के लिए, आप विभिन्न स्वरूपों में ग्राफिक्स निर्यात कर सकते हैं।

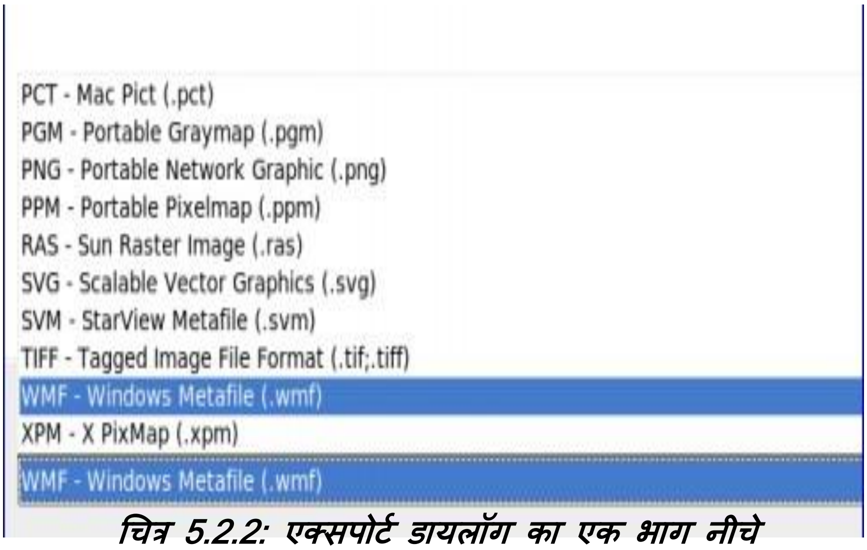
फ़ाइल>एक्सपोर्ट का विकल्प चुनें और फिर फ़ाइल प्रारूप पुल-डाउन सूची में निर्दिष्ट प्रारूप चुनें (चित्र 5 देखें)।

चित्र 5.2.1: फ़ाइल चयन सूची का सेक्शन

पूरी फ़ाइल एक्सपोर्ट करना

फ़ाइल प्रारूप बॉक्स (पीडीएफ, फ्लैश, और एचटीएमएल) के उच्च स्थान के भीतर फ़ाइल प्रारूप विकल्प हमेशा के लिए पूरी फ़ाइल पर लागू होते हैं। फ्लैश या एचटीएमएल प्रारूप के उपयोग से ड्रा दस्तावेज़ के प्रत्येक पृष्ठ को एक फॉर्मेशन ग्राफिक के रूप में निर्यात किया जाता है। हो सकता है कि अब आप पेज पर अलग-अलग ऑब्जेक्ट तक न पहुंच पाएं। यदि आप चाहें, तो एक पेज से दूसरे पेज पर जाने में सहायता के लिए एक्सपोर्ट सहायक नेविगेशन सहायता उत्पन्न करेगा।

यदि आप विभिन्न अनुप्रयोगों में वस्तुओं का उपयोग करना चाहते हैं, तो फ़ाइल प्रारूप सूची के निचले हिस्से के भीतर सभी मेटाफ़ाइल स्वरूपों (जेपीईजी, पीएनजी, टीआईएफएफ, बीएमपी) में से एक को चुनें (चित्र 6 देखें)। इस तरह के एक्सपोर्ट के साथ, केवल वर्तमान में सक्रिय पृष्ठ ही एक्सपोर्ट किया जाता है।



चित्र 5.2.2: एक्सपोर्ट डायलॉग का एक भाग नीचे करें

सिंगल ऑब्जेक्ट को एक्सपोर्ट करना

अलग-अलग ड्रॉइंग ऑब्जेक्ट्स को एक्सपोर्ट करने के लिए, आप उन्हें पहले चुनना चाहेंगे। एक श्रेणी एक वस्तु पर शामिल होगी । निर्यात संवाद पर विकल्प विकल्प चुनने पर ध्यान दें।

नोट्स

यूनिट 5.3: वेक्टर ग्राफिक्स के रूप में एक्सपोर्ट करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करने वाले रंग आउटपुट का चयन करें।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

5.3 वेक्टर ग्राफिक्स के रूप में एक्सपोर्ट करना

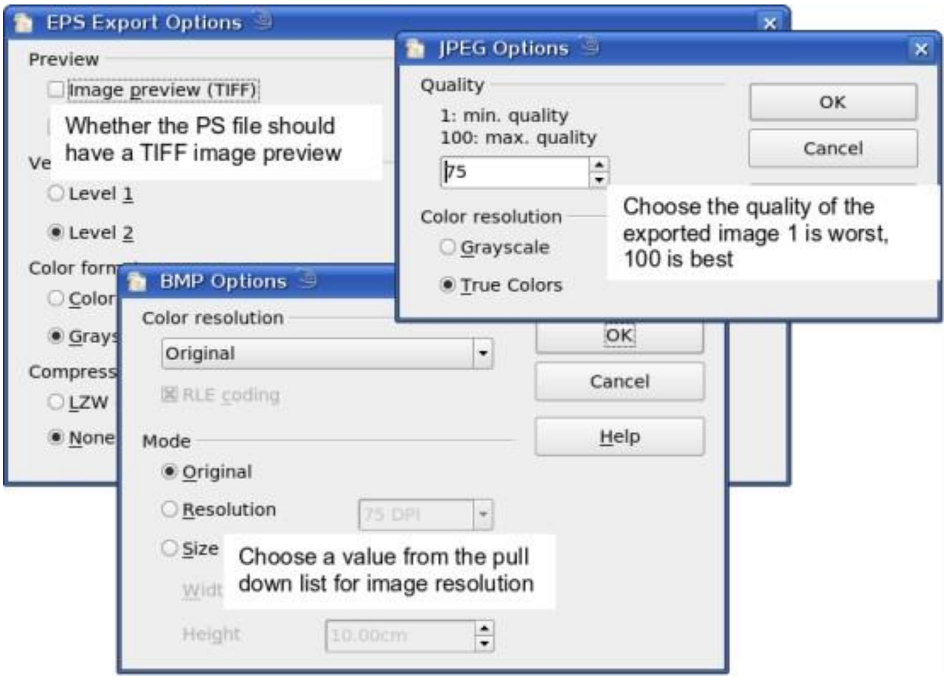
वेक्टर प्रारूपों का चुनाव प्रतिबंधित रहता है। निर्यात को DXF प्रारूप फ़ाइल (ऑटोकैड) में संबद्ध करना फिर भी संभावित नहीं है। यहां तक कि एक SVGformat फ़ाइल में ग्राफ़िक का निर्यात अभी भी पूरी तरह से लागू नहीं किया गया है: दूसरा ग्राफ़िक ऑब्जेक्ट वर्ग माप निर्यात किए गए तरीके और 3D ऑब्जेक्ट केवल पूर्वावलोकन चित्रों के रूप में। सबसे अच्छा समर्थित वर्ग मेटाफ़ाइल स्वरूपों और उनमें से कम से कम एक के लिए व्यावसायिकता को मापता है जो आमतौर पर अपराजित होता है।

एक फार्मेशन ग्राफिक के रूप में एक्सपोर्ट करना

वह एक फार्मेशन ग्राफिक के रूप में एक्सपोर्ट के लिए प्रारूपों की पसंद अधिकांश विभिन्न अनुप्रयोगों का समर्थन करने के लिए पर्याप्त है। केवल संदेह के मामले में, सबसे प्रभावी परिणाम प्रदान करने वाले की कल्पना करने के लिए पूरी तरह से अलग प्रारूपों को देखें; कुछ प्रोग्राम उनमें विदेशी छवि के प्रारूप के आधार पर अलग तरह से व्यवहार करते हैं। एक्सपोर्ट की गई फ़ाइल के लिए अत्यधिक नाम टाइप करने और फ़ाइल स्वरूप चुनने के बाद, आप चुने गए प्रारूप के आधार पर एक्सपोर्ट की गई छवि- कम्प्रेशन, रंग प्रारूप, मेटाफ़ाइल के संस्करण के लिए विकल्प सेट कर पाएंगे।

विभिन्न संभावना संवादों के कुछ नमूने चित्र सात में दिखाए गए वर्ग माप हैं।

जहां एक्सपोर्ट डायलॉग आपको छवि रिज़ॉल्यूशन निर्दिष्ट करने की अनुमति देता है, यह छवि के भीतर गठन बिंदुओं की मात्रा को प्रभावित नहीं करता है। बल्कि यह छवि में डेटा सम्मिलित करता है जो विभिन्न कार्यक्रमों को छवि प्रदर्शित करने में नियोजित किए जाने वाले आयामों को बताता है। इसका तात्पर्य यह है कि, अन्य बातों के अलावा, अलग-अलग प्रोग्राम के भीतर ग्राफ़िक खोले जाने के बाद, मिसिंग फार्मेशन बिंदुओं को प्रक्षेपित किया जाता है।



चित्र 5.3.1: एक्सपोर्ट से पहले प्रारूप विशिष्ट गुणों का समायोजन

उपयोग किए गए पिक्सेल की वास्तविक विविधता सॉफ़्टवेयर द्वारा उत्पन्न स्क्रीन रिज़ॉल्यूशन और टूल्स> विकल्प> OpenOffice.org ड्रा> सामान्य में सेट किए गए ड्रॉइंग मल्टीप्लायर फैक्टर द्वारा तय की जाती है। यह इस यूजर इंटरफेस का परिसीमन है;
यह विभिन्न रेसोलुशन के शिकार मैक्रोज़ को पंक्तिबद्ध करने की क्षमता है।
एंबेडेड रैस्टर ग्राफ़िक्स, या ऑब्जेक्ट जो बिटमैप या मेटाफ़ाइल में फिर से जन्म लेते हैं (मेनू कन्वर्ट > टू आइकन / टू मेटाफ़ाइल से संदर्भ लें) बाद में चित्र के रूप में सेव किये जा सकते हैं; संदर्भ मेनू से छवि के रूप में सेव का चयन करें। यह छवि की सुरक्षा करता है जबकि टेक्स्ट भागों, सीमाओं, या छाया जैसे विशिष्ट जोड़ नहीं खींचता है और एक बार एक्सपोर्ट करने के बाद किसी भी विकल्प को सेट करने की संभावना के बिना।

ड्रा ऑब्जेक्ट केवल लेखक, कैल्क, या इंप्रेस दस्तावेज़ों में बाह्य होंगे। आमतौर पर उपयोग की जाने वाली वस्तुओं के लिए, इसे गैलरी के भीतर संग्रहीत करके या लेखन बोर्ड पर उपयोग करके सबसे आसानी से किया जा सकता है। चूंकि लेखक और कैल्क के पास ड्रा के अंदर लगातार भिन्न-भिन्न उपकरण नहीं होते हैं, इसलिए यह समझ में आता है कि ड्रा का उपयोग एक फैंसी ड्राइंग प्रदान करने के लिए किया जाता है और फिर इसे विपरीत ओओओ एप्लिकेशन में दोहराने के लिए किया जाता है।

हालांकि आप OLE ऑब्जेक्ट्स में शामिल होने के रूप में विभिन्न मॉड्यूल के भीतर ड्रॉ दस्तावेज़ों को शामिल करने में सक्षम होंगे।

सुझाव

एक बार स्केलिंग में आने वाली समस्याओं से बचने के लिए, टेक्स्ट वाली वस्तुओं को लेखक के रूप में वाणिज्य करने के बाद ड्रा करें, गैलरी में संग्रहीत करने या राइटिंग बोर्ड पर इसे दोहराने से पहले चीज़ को बहुभुज आकार में बदलें।

फार्मेशन वस्तु गुणों को संशोधित करना

विभिन्न वस्तुओं की तरह, एक फॉर्मेशन ग्राफ़िक के गुण संशोधित होते हैं। आप ग्राफिक विक्टिमाइजेशन को फॉर्मेट मेन्यू या संदर्भ मेन्यू में फॉर्मेट कर पाएंगे। ग्राफ़िक फ़िल्टर बार को फ़िल्टर करने के लिए छवि टूलबार का उपयोग करें या फ़िल्टर को संशोधित करें; लाइन्स, एरिया और शैडो प्रॉपर्टीज में बदलाव करें।

स्वरूप मेनू के भीतर पारदर्शिता संपत्ति गठन ग्राफ़िक की पारदर्शिता से संबंधित नहीं है, बल्कि पृष्ठभूमि स्थान से संबंधित है।

ग्राफिक की पारदर्शिता को रेखांकित करने के लिए, आपको पिक्चर टूलबार का उपयोग करना होगा। ग्राफिक्स में एक टेक्स्ट घटक भी हो सकता है।

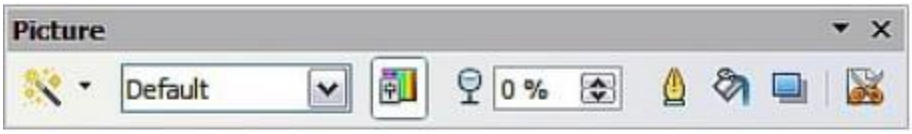
आप ग्राफिक्स की स्थिति और आकार में संशोधन कर सकते हैं या उन्हें घुमा सकते हैं।

फॉर्मेशन ग्राफ़िक्स फ़्लिप किया गया है (मॉडिफाई > फ़्लिप), हालांकि ध्यान दें कि कुछ मेटाफ़ाइल स्वरूपों को फ़्लिपिंग टेक्स्ट की समस्या की आवश्यकता हो सकती है।

एक समूह के सदस्य के रूप में संलग्न ग्राफिक्स एक बार क्लस्टर के गुणों को बदलने के बाद अलग-अलग ड्राइंग ऑब्जेक्ट्स की तरह व्यवहार करते हैं।
यह संशोधित मेनू या संदर्भ मेनू से ग्राफिक पीड़ित नाम को (पुनः) नाम देने के लिए एक ईमानदार योजना है। नेविगेटर के भीतर दिखाई देने वाले एकमात्र नामित ऑब्जेक्ट वर्ग माप और पूरी तरह से नामित ऑब्जेक्ट किसी अन्य फ़ाइल से सीधे बाह्य होते हैं।

चित्र (संपादन) टूलबार

यदि आपने छवि टूलबार (रीड > टूलबार) को सक्षम किया है, तो जब भी आप (बिटमैप) चित्र चुनते हैं तो यह स्वचालित रूप से स्क्रीन पर दिखाई देगा (चित्र 8 देखें)। यह डेटा प्रारूप टूलबार के स्थान पर या तो सीधे मेनू बार के नीचे या स्क्रीन पर कहीं और फ्लोटिंग टूलबार के रूप में लगता है।



चित्र 5.3.2: इमेज टूलबार

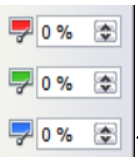
निम्न तालिका छवि टूलबार पर अलग-अलग कार्यों की व्याख्या करती है और उदाहरणों के साथ उनके उपयोग को दर्शाती है।
फ़िल्टर फ़िल्टर टूलबार खोलता है, जो पृष्ठ पन्द्रह पर "ग्राफ़िक फ़िल्टर टूलबार" में दर्शाया गया है।

ग्राफ़िक्स मोड ग्राफिक के शो को पारंपरिक रंग से ग्रेस्केल, ब्लैक एंड व्हाइट, या वॉटरमार्क में बदलने के लिए

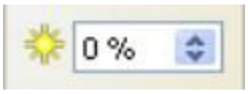
ग्राफ़िक्स मोड मेनू का उपयोग करें
यह सेटिंग केवल छवि के प्रदर्शन और प्रिंटिंग को प्रभावित करती है, चित्र स्वयं अपरिवर्तित रहता है।
डिफ़ॉल्ट: ग्राफ़िक को बिना कम किए रंग में प्रदर्शित किया जाता है। ग्रेस्केल: ग्राफिक 256-रिमाइंडर ग्रे ब्लैक/व्हाइट में प्रदर्शित होता है: ग्राफिक ब्लैक और व्हाइट रंग में प्रदर्शित होता है।
वॉटरमार्क: ग्राफिक वर्ग माप की चमक और भेद इस हद तक कम हो जाता है कि ग्राफिक को वॉटरमार्क (बैकग्राउंड) के रूप में उपयोग किया जाता है।

कलर 3 आरजीबी रंगों के मूल्यों, चमक, भेद और गामा मूल्य को विनियमित करने के लिए रंग उपकरण का उपयोग करें।

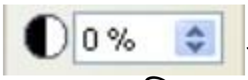
इन परिवर्तनों का प्रारंभिक चित्र पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता है, हालांकि अलग-अलग डेटा प्रारूप सेट के रूप में ड्रा में मान वर्ग माप को बनाए रखा जाता है।



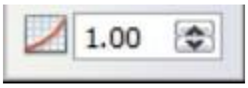
आप -100% (कोई रंग नहीं) से +100% (पूर्ण तीव्रता) के बीच के मान चुन सकते हैं; तीसरा संपत्ति की मूल कीमत का प्रतिनिधित्व करता है।



चमक को -100% (पूरी तरह से काला) और +100% (पूरी तरह से सफेद) के बीच समायोजित किया जाता है।



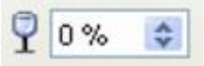
अंतर को -100% (न्यूनतम) और +100% (अधिकतम) के बीच समायोजित किया जाता है।



गामा की कीमत मध्यम रंग के टोन की चमक को प्रभावित करती है। मान शून्य से भिन्न होंगे।10 (न्यूनतम) से दस (अधिकतम)

संकेत: इस कीमत को समायोजित करने का प्रयास करें यदि कभी-कभी बदलती चमक / कंट्रास्ट आपको वांछित परिणाम प्रदान नहीं करता है

पारदर्शिता छवि की पारदर्शिता की डिग्री को तीसरे (अपारदर्शी) और 100 प्रतिशत (पूरी तरह से पारदर्शी) के बीच समायोजित किया जाता है।

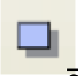


रेखा रोड डायलॉग खोलती है।

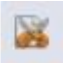
इस सन्दर्भ में रेखा का अर्थ सीमा क्षेत्र की परिभाषा से है जो वर्ल्ड डायलॉग को खोलता है

यहां आप बैकग्राउंड स्पेस के रंग, ग्रेडिएंट, हैचिंग और फिल को संपादित करने में सक्षम होंगे, जिसमें ग्राफ़िक ही नहीं बल्कि ग्राफ़िक भी शामिल है। बैकग्राउंड देखने के लिए, आपको ग्राफिक की पारदर्शिता को उचित उच्च मूल्य पर सेट करने की आवश्यकता है।

शैडो इस टूल का उपयोग ग्राफ़िक के चारों ओर एक शैडो रिजल्ट को लाइन करने के लिए करें।



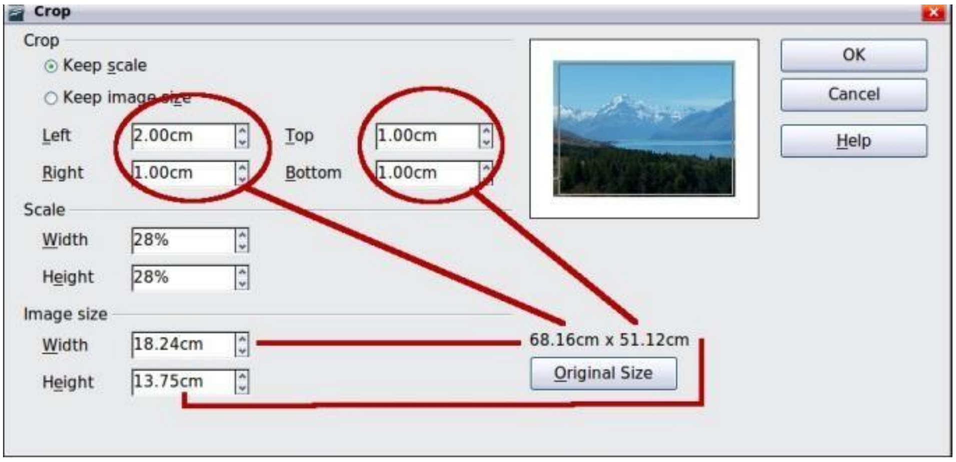
क्रॉप इस ऑपरेट का उपयोग किसी चित्र को क्रॉप (ट्रिम) करने के लिए करें।

 जब आप इस आइकन पर क्लिक करते हैं, तो छवि पर फसल के निशान दिखाई देते हैं (चित्र 9)।

चित्र को अपने आवश्यक आकार में क्रॉप करने के लिए उनमें से एक या बहुत से निशान खींचें। बहुत सी सही क्रॉपिंग के लिए, नीचे "क्रॉपिंग" देखें।

चित्र 5.3.3: चित्र पर इंटरएक्टिव क्रॉपिंग के निशान

क्रॉपिंग



चित्र 5.3.4: क्रॉपिंग डॉयलॉग

फ़ॉर्मेट मेनू के माध्यम से क्रॉपिंग फ़ंक्शन पर अधिक प्रबंधन और सटीकता उपलब्ध है। फ़ॉर्मेट > क्रॉप इमेज पर क्लिक करें और चित्र दस में पैनल लग सकता है। बाएँ, दाएँ, ऊपर और नीचे के क्षेत्र स्वीकार्य किनारे से काटे जाने वाली मात्रा को स्थापित करते हैं।

क्रॉपिंग के अलावा, आप कभी भी शेयर स्केलिंग मानों को बदलकर ग्राफ़िक के आयामों को बढ़ा या घटा सकते हैं।

छवि आकार चौड़ाई और ऊंचाई बक्से के भीतर दिखाए गए ग्राफिक स्क्वायर माप के नए आयाम, जिन्हें सीधे समायोजित भी किया जा सकता है।

चित्र दस में आप देख पाएंगे कि बाईं ओर से सेमी की एक जोड़ी और ऊपर, नीचे और दाईं ओर से एक सेमी का जोड़ा प्रारंभिक वस्तु से काटा जा रहा है।

पूर्वावलोकन फलक ग्राफ़िक के नए किनारों की स्थिति को दर्शाता है। इसके अलावा प्रत्येक ऊंचाई और चौड़ाई को अट्ठाईस से घटाया गया है।

• यदि आप कीप स्केल पर निर्णय लेते हैं, तो ग्राफ़िक को चौड़ाई और ऊँचाई वाले बक्सों के भीतर दिखाए गए पैमानों पर क्रॉप किया जाएगा और इसके परिणामस्वरूप छवि का आकार कम हो जाएगा।

• यदि आप छवि का आकार बनाए रखने का निर्णय लेते हैं, तो ग्राफ़िक को क्रॉप किया जाएगा और फिर प्रारंभिक छवि आकार में बड़ा किया जाएगा।

इन कार्यों में सावधानी बरतें: क्रॉप डायलॉग के भीतर चौड़ाई और ऊंचाई वर्ग माप को पूरी तरह से स्वतंत्र मान माना जाता है। एक को बदलते रहने पर दूसरे को बदलने से छवि का महत्वपूर्ण विरूपण हो सकता है; यह वह नहीं हो सकता है जो आप चाहेंगे। (संदर्भ मेनू पर स्थिति और आकार संवाद में चौड़ाई रखने के लिए सहयोगी संभावना है: ऊंचाई मात्रात्मक संबंध सभी 2 आयामों में से एक को बदलते समय माउंट किया जाता है)। एक स्थान (स्केल या छवि आकार) में कभी-कभी बदलते मान अलग-अलग स्थान में संगत रूप से दिखाई दे सकते हैं।

सावधानी:क्रॉप डायलॉग में किए गए संशोधन केवल तस्वीर के पठन को बदलते हैं।

प्रारंभिक छवि को संशोधित नहीं किया गया है। यदि आप किसी क्रॉप किए गए ग्राफ़िक को निर्यात करना चाहते हैं, तो आपको फ़ाइल > एक्सपोर्ट के माध्यम से जोड़े की आवश्यकताहै। यदि आप संदर्भ मेनू से छवि के रूप में सहेजें विकल्प का उपयोग करते हैं, तो परिवर्तन एक्सपोर्ट नहीं किए जाते हैं।

ग्राफ़िक फ़िल्टर टूलबार फ़िल्टर टूलबार खोलने के लिए फ़िल्टर चिह्न पर क्लिक करें

ड्रॉ ग्यारह फ़िल्टर प्रभाव प्रदान करता है।फिल्टर सहयोगी वस्तु के इस रीड पर काम करते हैं और उन्हें जोड़ा जा सकता है।फिल्टर हमेशा के लिए पूरे ग्राफिक पर लागू होते हैं; किसी चीज़ के केवल एक भाग को संपादित करने के लिए फ़िल्टर का उपयोग करना संभव नहीं है। एक तस्वीर के रंगों को उल्टा (उलटा) करता है, इसलिए यह छवि के नेगेटिव रंग के रूप में दिखाई देता है।

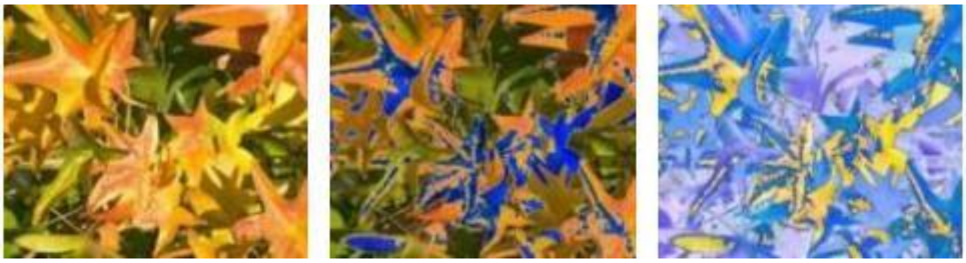
चिकना पड़ोसी पिक्सल के बीच के अंतर को कम करता है और तीखेपन की एक छोटी सी कमी पैदा करता है। यदि आप अत्यधिक पंक्ति में कई बार फ़िल्टर का उपयोग करते हैं, तो परिणाम प्रबल होगा।

चमक भेद पर बल देते हुए, शार्प आस पास के पिक्सल के बीच अंतर को बढ़ाएगा। यह रूपरेखा को तेज कर सकता है।

परिणाम मजबूत होने वाला है यदि आप फ़िल्टर को एक से अधिक पंक्ति में कई बार लागू करते हैं तो रिमूव नॉइज़ प्रत्येक घटक की उसके आस पास के साथ तुलना करता है और एक औसत रंग मान के साथ एक घटक द्वारा तीव्र मानों (जो कि एक औसत मान से बड़ी मात्रा में रंग में विचलन करता है) को प्रतिस्थापित करता है।
छवि डेटा की मात्रा में वृद्धि नहीं होती है, लेकिन वहां वर्ग माप के परिणामस्वरूप कम अंतर परिवर्तन होते हैं, हमारा दिमाग आगामी ग्राफिक को बेहतर ढंग से स्वीकार करेगा। यह फ़िल्टर छवि को बहुत अधिक आकर्षक बनाने की प्रवृत्ति रखता है

सौरकरण मूल रूप से एक रसायन विज्ञान का परिणाम था। यदि किसी फ़ोटोग्राफ़िक का स्थान सामान्य रूप से अत्यधिक रोशनी वाला है, तो आप रंग और चमक में परिवर्तन का अनुभव कर सकते हैं।
इसी तरह, विकासशील विधि में प्रकाश का प्रवेश चमक मूल्यों को उलट देता है। इन घटनाओं का उपयोग चित्रों के निर्माण के लिए किया गया था।

इस फ़िल्टर के साथ आप एक थ्रेशोल्ड ब्राइटनेस मूल्य इनपुट करते हैं, जिसके ऊपर रंग मान वर्ग माप उलट जाता है (मध्य छवि, थ्रेशोल्ड मूल्य 70%)।इन्वर्ट की संभावना के साथ परिणामी छवि का पूरा रंग (दायां चित्र) में इन्वर्ट होता है।



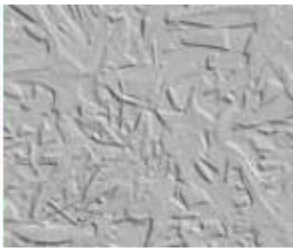
एजिंग फ़ुटेज को एक स्पष्ट "लुक" देता है जो हाल ही की तस्वीरों से मिलता-जुलता है। पहली विधि मूल से एक ग्रेस्केल छवि बनाती है, फिर नीले और हरे रंग के मूल्यों की तीव्रता को कम करती है, इसलिए अंतिम छवि गहरा और लाल दिखाई देती है। मध्य उदाहरण के भीतर, एजिंग डिग्री 0% पर सेट की गई थी, ठीक यह बिल्कुल वी-जे दिवस था।

पोस्टराइज़ छवि के भीतर रंगों की मात्रा को कम करता है। जितने कम रंग, उतनी ही सपाट छवि दिखती है। नीचे सही तस्वीर में रंगों की मात्रा घटाकर आठ कर दी गई थी।
इस फ़िल्टर के परिणाम हमेशा के लिए सही नहीं होते हैं।

पॉप आर्ट फिल्टर का मतलब है कि तस्वीर के रंग को पॉप आर्ट फॉर्मेट में बदलना है, हालांकि दुख की बात है कि यह वर्तमान में ठीक से काम नहीं करता है।

चारकोल स्केच छवि को ऐसा लगता है जैसे इसे चारकोल से खींचा गया हो। काले रंग में रूपरेखा वर्ग माप और मूल रंग वर्ग माप को दबा दिया गया है।

राहत फ़िल्टर छवि के राहत में पक्षों की गणना करता है और एक छवि उत्पन्न करता है जैसे कि हल्के वजन की आपूर्ति द्वारा प्रकाशित किया जाता है, रोशनी वाले हल्के की स्थिति परिवर्तनीय होती है और कई दिशाओं और परिमाण में छाया का निर्माण होता है।



मोज़ेक पिक्सेल की टीमों को लेता है और उन्हें एक रंग के आयताकार टाइल में परिवर्तित करता है। पूरा चित्र मोज़ेक जैसा लगता है। नीचे मध्य और दाएँ फ़ुटेज में पाँच पिक्सेल का एक घटक रिज़ॉल्यूशन था।
दाईं ओर की छवि में *एन्हांस किनारों* की संभावना का चयन भी किया गया था; किनारों पर बड़े अंतर के साथ, यह एक टच ट्रिकस्टर लगता है।

सावधानी

यदि आपकी छवि जुड़ी हुई है, तो केवल इस दृश्य पर लागू वर्ग माप फ़िल्टर करें। छवि पर होल्ड संशोधित नहीं है। एक बार जब आप दस्तावेज़ को बंद कर देते हैं, तो सभी फ़िल्टरिंग खो जाती है।

आपको यह सुनिश्चित करना होगा कि आप सभी फ़िल्टर लागू (फ़ाइल>एक्सपोर्ट) के साथ एक प्रतिकृति बनाने के लिए छवि को निर्यात करें।
यदि आपने दस्तावेज़ के भीतर ग्राफ़िक एम्बेड किया है, तो सभी फ़िल्टर सीधे एम्बेडेड ग्राफ़िक पर लागू होते हैं और बाद के सत्र में इसे पूर्ववत नहीं किया जा सकता है। यदि आपको फ़िल्टर बनाए रखने की आवश्यकता नहीं है, तो आपको संपादन की पूर्व स्थिति को संबद्ध करने के लिए वापस आने के लिए एडिट > अनडू का उपयोग करने की आवश्यकता है। एक बार जब आप दस्तावेज़ को सेव और बंद कर देते हैं, तो फ़िल्टर प्रभाव वर्ग माप को स्थायी रूप से प्रभावित करता है।

नोट्स

यूनिट 5.4: सिंगल पेज स्टाइल V मल्टी-पेज वेबसाइट्स

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करने वाले रंग आउटपुट का चयन करें।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

5.4सिंगल पेज स्टाइल वी मल्टी-पेज वेबसाइट

वह सब कुछ जो आप अपनी साइट की सामग्री के लिए उचित शैली तय करने में मदद करना चाहते हैं सिंगल पेज और मल्टी पेज स्टाइल के बीच फैसला करना मुश्किल होगा। मोबाइल और सोशल मीडिया ब्राउजिंग में वृद्धि के साथ, सरल, तेज और उत्तरदायी सिंगल पेज इंटरनेट साइटें अब तक के सबसे प्रमुख मानक वेब रुझानों में से एक हैं। दूसरी ओर, प्राचीन नेविगेशन प्रवाह द्वारा उल्लिखित बहु-पृष्ठ वेबसाइटें, उपयोगकर्ताओं द्वारा प्रसिद्ध और भरोसेमंद वर्ग मापती हैं।

यह एक पेचीदा फैसला है। सिंगल पेज और मल्टी -पेज स्टाइल में से चुनने का सबसे आसान धन्यवाद अपनी साइट की सामग्री और नेविगेशन प्रवाह पर विचार करना है। क्या आपकी साइट की सामग्री ब्राउज़ करने में तेज़ और आसान है, या क्या ऐसी ढेर सारी सामग्री है जिसे उपयोगकर्ताओं को खोजने के लिए रणनीतिक रूप से रखा जाना है? आपकी इंटरनेट शैली के लिए सामग्री-प्रथम दृष्टिकोण के साथ, आप अपनी वेबसाइट के लिए उचित नेविगेशन सिस्टम का चयन करने के लिए अतिरिक्त रूप से प्रतीत होते हैं। और यदि आप अभी भी इस बारे में अस्पष्ट हैं कि क्या सिंगल पेज और मल्टी -पेज स्टाइल यह है कि उनकी इंटरनेट शैली का चयन करने के लिए धन्यवाद, यह पोस्ट आपको प्रत्येक के निष्पादन और विपक्ष का वजन करने में सहायता कर सकती है। अपनी साइट की सामग्री के लिए उचित नेविगेशन प्रवाह की तलाश करने के लिए स्कैन करें।

सिंगल पेज वी मल्टीपेज वेब {साइट} डिजाइन: सिंगल पेज साइट

एक सिंगल या एक पेज वाली वेब साइट पूरी तरह से एक इंटरनेट साइट है जिसमें केवल एक HTML पेज होता है। कोई अतिरिक्त पेज नहीं होता हैं, जैसे संबंधित डिग्री, विकल्प या संपर्क उत्तर अमेरिकी राष्ट्र पेज ।

जैसा कि एडब्ल्यू वार्ड बताते हैं, सिंगल पेज वेबसाइटों पर सामग्री प्रारंभिक पेज के भीतर पूरी तरह से भरी हुई है, जिससे उपयोगकर्ता के लिए विशेषज्ञता अतिरिक्त निरंतर और तरल बनती है। एक-पेज वेब साइट पर पूरी तरह से भिन्न गंतव्यों पर नेविगेट करने के लिए, उपयोगकर्ता नेविगेशन लिंक पर क्लिक करते हैं जो उन्हें पेज पर गंतव्यों पर कूदने में सक्षम बनाता है, या सामग्री के पूरी तरह से अलग अनुभागों को प्राप्त करने के लिए पेज को नीचे स्क्रॉल करता है।

चित्र 5.4.1: सिंगल-पेज-बनाम-मल्टी-पेज-वेबसाइट-टिलमूक

एकल पृष्ठ वेबसाइटों का उद्देश्य उपयोगकर्ता को कॉल करने और उस पर कार्रवाई करने के लिए केवल उचित मात्रा में ज्ञान का उत्पादन करना है, आमतौर पर यही कारण है कि लैंडिंग पृष्ठों, पोर्टफोलियो और घटना-संबंधित वेबसाइटों के लिए अक्सर सिंगल-पेज शैली का उपयोग किया जाता है। यह नाममात्र की इंटरनेट शैली उपयोगकर्ता के ध्यान को सबसे महत्वपूर्ण सामग्री पर केंद्रित करते हुए, इंटरफ़ेस से किसी भी अतिरिक्त शोर को हटा देती है। यहां एक-पृष्ठ की इंटरनेट शैली के लिए क्या करें और क्या न करें के बारे में और अधिक स्कैन करें।

सिंगल पेज वेब साइट स्टाइल के फायदे

एक मल्टी-पेज डिज़ाइन के बजाय अपनी वेब साइट के लिए सिंगल -पेज स्टाइल का चुनाव क्यों करें? शुरुआत के लिए, सिंगल पेज वेबसाइटों को साफ और बहुत गहरा लेने योग्य बनाया गया है। एक पेज की वेब साइट, जो सामग्री को छोटे टुकड़ों में विभाजित करती है और UI लिटर को हटाती है, उपयोगकर्ताओं के लिए यूज़ करने में आसान है।

सिंगल पेज स्टाइल भी उपयोगकर्ता की सहज ज्ञान युक्त यात्रा को जोड़ने में योगदान देता है। अतिरिक्त पृष्ठों के बिना, गेस्ट एक रैखिक नेविगेशन प्रवाह की कल्पना करते हैं - जो एक कहानी को स्पष्ट रूप से विशिष्ट शुरुआत, मध्य और अंत के साथ बताता है।
आसान नेविगेशन सिस्टम प्राप्त करने का एक अन्य लाभ यह है कि कभी-कभी उपयोगकर्ता द्वारा केवल 1 कार्रवाई की जाती है। अध्ययनों से पता चलता है कि एक पेज होने से मल्टी-पेज साइटों की तुलना में बढ़े हुए रूपांतरण (>37.5%) होंगे क्योंकि उपयोगकर्ता इस पद्धति को जल्दी शुरू करते हैं और इसके माध्यम से अतिरिक्त तेज़ी से आगे बढ़ते हैं, अस्पष्टता के साथ किसी अन्य आपूर्ति से खो जाने या विचलित होने का आग्रह करते हैं।

क्या हम उत्तरदायी मोबाइल वेबसाइटों के लिए एकल शैली का उल्लेख करना पसंद करते हैं? कम मात्रा में सामग्री (और एक पृष्ठ पर सभी फिटिंग) के साथ, आप एकल पृष्ठ वेबसाइटों को छोटी स्क्रीन और उपकरणों को सरल और व्यवस्थित रूप से अनुकूलित करने में सक्षम होंगे। साथ ही, स्क्रॉलिंग बिट स्क्रीन मोबाइल उपकरणों के लिए एक सीधी और स्वाभाविक गतिविधि है।

चित्र 5.4.2: सिंगल-पेज-बनाम-मल्टी-पेज-वेबसाइट-अनंत-स्क्रॉल

लेकिन इतना ही नहीं - डिजाइनरों के लिए भी कुछ आकर्षक फायदे हैं। एक उदाहरण के रूप में, केवल 1 पेज के साथ, एक मल्टी-पेज स्टाइल की तुलना में शून्य स्क्रीन-टू-स्क्रीन लिंक और बहुत कम सामग्री का वर्ग माप होता है। यह सिंगल-पेज इंटरनेट स्टाइल को आमतौर पर लागू करने, रीटेल करने और बनाए रखने में आसान बनाता है। हुर्रे!

सिंगल पेज वेब साइट स्टाइल के नुकसान

लेकिन यह सब बहुत अच्छा नहीं है। आपकी वेब साइट के लिए सिंगल पेज स्टाइल सही नहीं होने के कई कारण हैं।

सिंगल पेज वेबसाइटें SEO (सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन) पर बड़े पैमाने पर नहीं हैं। वास्तव में, वे Google के साथ आपकी रैंकिंग की संभावनाओं को नुकसान पहुंचा सकते हैं और कम रूपांतरण और उपयोगकर्ता जुड़ाव में समाप्त हो सकते हैं। इसलिए बहुत कम सामग्री के साथ, एकल पृष्ठ साइटों पर लक्षित खोजशब्दों को आमतौर पर उपेक्षित किया जाता है। इसके अलावा, सोलोइंग (उन क्षेत्रों में अधिकार प्रदर्शित करने के लिए रुचि के मुख्य क्षेत्रों द्वारा अपनी वेब साइट को संरचित करने का आवेदन) एक नो-गो हो सकता है। अच्छी खबर यह है कि विवरण और अतिरिक्त मानसिक इमेजरी को शामिल करने के लिए विस्तार योग्य डिव के साथ दुर्व्यवहार जैसे वर्ग माप समाधान हैं।

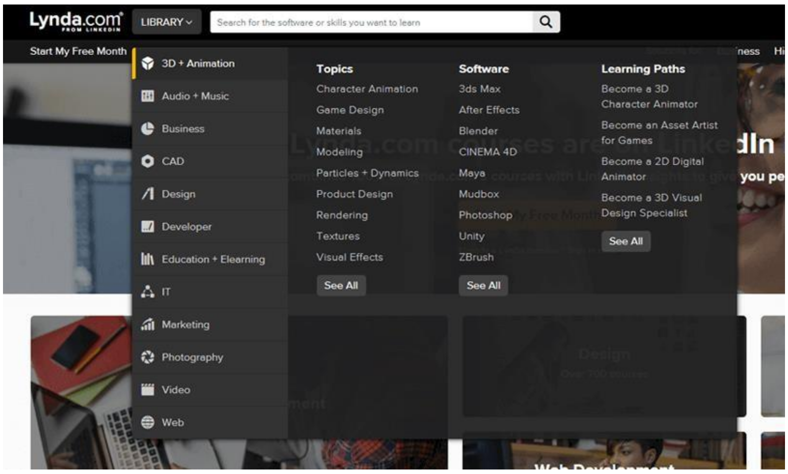
इसके अतिरिक्त, एकमात्र पृष्ठ वेब साइट बढ़ते हुए संपूर्ण के लिए सही उम्मीदवार नहीं है, क्योंकि इसके पैमाने की क्षमता प्रतिबंधित है। जैसा कि हम पहले ही देख चुके हैं, सिंगल पेज वेबसाइटों में एक पतला फोकस और वर्ग माप होता है, इसलिए उन वेबसाइटों के लिए उपयुक्त नहीं है जिन्हें सामग्री के बड़े पैमाने पर जटिल और/या विविध उपयोग की आवश्यकता होती है। इसलिए, भले ही आप छोटी वेब साइट का संचालन कर रहे हों, लेकिन ध्यान रखें कि आप बहुत साल पीछे होंगे और सिंगल और मल्टी पेज स्टाइल के बीच चयन करते समय इसे ध्यान में रखें।

अंत में, इस तथ्य को ध्यान में रखें कि आपके पास समझने के लिए केवल एक समान संसाधन लोकेटर होगा। यह बहुत बड़ी उलझन की तरह नहीं लग सकता है, लेकिन एक बार जब आप अपनी वेबसाइट पर सोशल मीडिया समुदाय के साथ कुछ साझा करना चाहते हैं, या गूगल एनालिटिक्स में एक लिंक ट्रैक करना चाहते हैं? प्रत्येक लिंक मायने रखता है!

सिंगल पेज बनाम मल्टी-पेज वेब {साइट} डिज़ाइन: मल्टी-पेज साइट

एक मल्टी-पेज वेब साइट में एक मेनू के बीच कई पेज और सब पेज होते हैं। सिंगल पेज वेब साइट के विपरीत, मल्टी-पेज स्टाइल में पेजों पर नेविगेट करने और उनकी जांच करने के लिए धन्यवाद मेनू के बीच के लिंक पर क्लिक करना है।

मल्टी-पेज स्टाइल मल्टी-पेज इंटरनेट स्टाइल के लगभग प्रत्येक प्रकार के प्रोजेक्ट नमूने के लिए उपयुक्त है जो ई-कॉमर्स साइटों (जैसे अमेज़ॅन), डैशबोर्ड (जैसे एटलसियन) और ई लर्निंग साइट्स (जैसे लिंडा) में पाए जाएंगे।



चित्र 5.4.3: सिंगल-पेज-बनाम-मल्टी-पेज-वेबसाइट-लिंडा

मल्टी-पेज वेब साइट स्टाइल के लाभ

सिंगल पेज वेब साइट पर मल्टी-पेज के माप 3 मुख्य आशीर्वाद हैं।
सबसे पहले, मल्टी-पेज स्टाइल असीमित मात्रात्मकता प्रदान करती है। जितने चाहें उतने पेज तैयार करें और आवश्यकतानुसार नेविगेशन सिस्टम का विस्तार करें। एक उदाहरण के रूप में, अंतहीन नेविगेशन संभावनाओं के लिए एक शोध बार के साथ एक कस्टम मेगा मेनू के लिए अपने प्राइम नेविगेशन बार को स्वैप करें। याद रखें, आप जिस प्रकार की नेविगेशन स्टाइल के लिए निर्णय लेते हैं, वह आपकी वेब साइट की गहराई पर निर्भर कर सकती है, अतिरिक्त मानक नेविगेशन संघर्ष कर सकता है - यहां अतिरिक्त जानें।

दूसरी तरफ , एक मल्टी-पेज वेब साइट के नेविगेशन प्रवाह का अनुसरण करना आसान है। इस तरह की वेब साइट 90 के दशक के आसपास रही है, जो बताती है कि अधिकांश उपयोगकर्ता इससे परिचित हैं, और शायद ही कभी साइटों पर कई पेजों की तलाश करने की उम्मीद करते हैं। यदि आपकी वेबसाइट के नेविगेशन प्रवाह का अनुसरण करना आसान है, तो आप एक मल्टी-पेज स्टाइल शैली के साथ जा सकते हैं।
अंत में, कई पेजों वाली साइटों में शक्तिशाली एसईओ क्षमताएं होती हैं। हमने स्थापित किया है कि मल्टी-पेज साइटों में एक पेज वाली साइटों की तुलना में अधिक मात्रा में सामग्री होने की संभावना अधिक होती है। और यद्यपि प्रत्येक वेब साइट की एसईओ क्षमता आपकी डिजिटल बिक्री रणनीति पर बहुत अधिक निर्भर करती है, बस आपके एसईओ को अनुकूलित करने के लिए सामग्री की क्षमता एक अच्छी शुरुआत हो सकती है। अपनी वेब साइट पर एसईओ के महत्व के बारे में यहाँ और जानें।

मल्टी-पेज वेब साइट स्टाइल के नुकसान

मल्टी-पेज वेबसाइटों ने अब तक उत्तर अमेरिकी राष्ट्र के लिए काम किया है, लेकिन विचार करने के लिए कई नुकसान हैं।

उदाहरण के लिए, इस बात पर ध्यान दें कि आप अपनी वेबसाइट पर नियमित अपडेट प्रबंधित करेंगे। यह मत भूलो कि हर कोई उस सामग्री को रूप और सामग्री समूहों द्वारा बनाए रखा जाना चाहिए। एक बार यह विचार करने के बाद कि क्या एक 1 पृष्ठ या बहु-पृष्ठ वेब साइट को स्टाइल करना है, आप इस पर भरोसा करना चाहेंगे कि क्या कई सामग्री होने से लागत प्रभावी है। जैसा कि Undsgn कहते हैं: "एक पेज को अपडेट करना और उसे बनाए रखना कई की देखभाल करने से कम जटिल है - आप गणित के साथ बहस नहीं कर सकते!" और ध्यान रखें कि निम्न-गुणवत्ता या कम-अनुकूलित सामग्री व्यवसाय के लिए सामान्य रूप से हानिकारक है। विचार करने के लिए एक और कारक है आपकी साइट की बाउंस दर। गंभीर मात्रा में सामग्री वाली वेबसाइटें आमतौर पर धीमी गति से लोड हो रही हैं, ध्यान भंग कर रही हैं, और उपयोगकर्ताओं को कंप्यूटर प्रोग्राम जर्नल के साथ-साथ बाउंस कर सकती हैं।

और यद्यपि प्रत्येक बहु-पृष्ठ वेब साइट सामग्री-भारी नहीं है, उस सभी क्षेत्र के पैमाने के साथ, यह एक चीज है जिसके लिए बाहर निकलना है। अपनी सामग्री और चित्रों को अनुकूलित करने के लिए इस पोस्ट को अतिरिक्त स्कैन करें।

अंत में, मल्टी पेज स्टाइल मोबाइल के अनुकूल होने के लिए अधिक टिकाऊ है। सिंगल पेज साइटों के विपरीत, जहां समान बैकएंड कोड मोबाइल वेब साइट को विकसित करने के लिए अभ्यस्त नहीं होगा, मोबाइल संस्करण की आपूर्ति के लिए मल्टी-पेज स्टाइल्स को नए सिरे से शुरू करने के लिए मजबूर किया जाना चाहिए।

चित्र 5.4.4: सिंगल -पेज-बनाम-मल्टी पेज -वेबसाइट-बहुत-ज्यादा -सामग्री

इतना ही नहीं यह अतिरिक्त महंगा और लंबा है, हालांकि आप इंटरनेट और मोबाइल प्लेटफॉर्म पर स्टाइल की स्थिरता खोने का जोखिम उठाते हैं।

सिंगल पेज बनाम मल्टी-पेज वेब साइट स्टाइल - सबसे आसान उपाय क्या है?

हमें उम्मीद है कि हमारी पोस्ट ने सिंगल और मल्टी-पेज स्टाइल के बीच की भिन्नताओं पर कुछ प्रकाश डाला है। जोड़ने के लिए: एक बार जब आपका ध्यान कम हो जाता है या आप उपयोगकर्ताओं को कार्य करने के लिए प्रोत्साहित कर रहे होते हैं तो सिंगल पेज स्टाइल अच्छी होती है। यह मोबाइल-फर्स्ट स्टाइल के लिए भी आदर्श है। दूसरी ओर, मल्टी पेज आपको अपनी पहुंच क्षमता का विस्तार करने, प्राचीन नेविगेशन सिस्टम जारी रखने और अपनी एसईओ रणनीति को अनुकूलित करने की अनुमति देती है।

जब यह निर्धारित किया जाता है कि एक या मल्टी-पेज वेब साइट को स्टाइल करना है या नहीं, तो ऐसा कोई नियम नहीं है। कोशिश करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण जरुरी कारक अपनी सामग्री को पहले स्थान पर रखना है। जानकारी ज्ञान डेटा } पर विचार करें कि आप अपने उपयोगकर्ताओं से आग्रह करना चाहते हैं और उस जानकारी को उपयोगकर्ताओं के लिए सुलभ बनाने के तरीके पर विचार करें। और यदि आप अभी भी अनिश्चित हैं, तो अपने उपयोगकर्ताओं को निर्णय लेने दें!

नोट्स

यूनिट 5.5: छह आवश्यक ग्राफिक डिजाइन सॉफ्टवेयर

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- योजना के प्लान अनुसार ग्राफिक घटकों का चयन करना ।
- रंग विकल्प को फ्रीज करना जो डिजाइन योजना का समर्थन करता है।
- योजना के विचार, जरूरतों और विशिष्टताओं के अनुसार ग्राफिक्स तैयार करना ।
- वेक्टर कलाकृतियां और चित्र तैयार करना ।
- रंग आउटपुट चुनना जो आवश्यक अंतिम शैली का समर्थन करता है।
- शैली के विनिर्देशों के लिए उपयुक्त सिंगल/मल्टी पेज दस्तावेज़ तैयार करना ।
- लक्ष्य प्लेटफ़ॉर्म विनिर्देश के अनुसार अंतिम दस्तावेज़ तैयार करना ।

5.5 छह आवश्यक ग्राफिक डिजाइन सॉफ्टवेयर

1. फोटोशॉप

पद्धति जो जंक्शन रेक्टिफायर टू पिक्चर रिडक्शन इस प्रकार कभी भी ध्यान खींचने वाली नहीं थी। स्वचालित विकल्प आपके काम को 'शहर के बारे में बात' बनाते हुए आपके चित्रों में जान डाल देते हैं, भले ही आप एक नौसिखिया हों।नौसिखियों के लिए सरल ग्राफिक शैली कोड क्योंकि यह साथ आता है

चित्र 5.5.1: फोटोशॉप ग्राफिक स्टाइल कोड

फोटोशॉप के साथ आप कई तस्वीरों को आसानी से मिला सकते हैं और यहां तक कि इमेज अवांछित वस्तुओं को भी हटा सकते हैं

यह परिप्रेक्ष्य सुधार, चैनल संयोजन और क्लोन स्टैम्प टूल जैसे बुनियादी विकल्प प्रदान करता है। फोटोशॉप हर विंडोज और वाटरप्रूफ पर चलता है। फोटोशॉप भी माना जाता है नौसिखियों के लिए सरल ग्राफिक शैली कोड क्योंकि यह साथ आता है सरलीकृत विकल्पों में से एक के बारे में जैसे:

बेसिक: क्रॉपिंग, स्ट्रेटनिंग, रोटेटिंग और
फ्लिपिंग। ऑटो-फिक्स: एक बिट समायोजन।
दोष हटाना: छवि से किसी भी स्थान या गंदगी से छुटकारा पाने की
क्षमता। रंग: छवि के रंगों को बढ़ावा देने के लिए स्लाइड नियंत्रण।
वन-टच फिल्टर: बीस विशिष्ट प्रभाव से निपटने के लिए।
छवि प्रतिपादन: व्यापक छवि संभावना।
बॉर्डर : अपना व्यक्तिगत बिट जोड़ें।
रॉ पिक्चर सपोर्ट: रॉ फॉर्मेट सपोर्ट।
साझा करना: फेसबुक, रेवेल, ट्विटर, टम्बलर, आदि जैसी साइटों के माध्यम से।

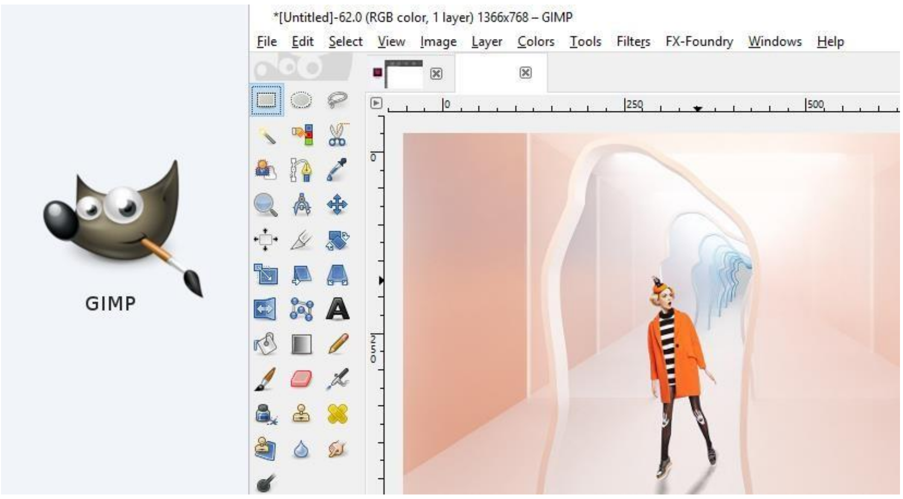
फ़ायदे

- वीडियो रिडक्शन स्विश है।
- क्रॉपिंग उपकरण एक तरह से प्रभावी है।
- प्रदर्शन में अत्यधिक सुधार हुआ है।

नुकसान

- कोई स्थायी लाइसेंस नहीं।
- इंटरफ़ेस क्रश होता है।
- कुछ उपकरणों में प्रोग्रेस बार दृश्यता की कमी होती है।

2. जीआईएमपी



चित्र 5.5.2: जीआईएमपी ग्राफिक स्टाइल कोड

जीआईएमपी या एंटेलोप इमेज मैनिपुलेशन प्रोग्राम एडोब फोटोशॉप के लिए अच्छा है। कुशल उपकरण न केवल ग्राफिक डिजाइनरों बल्कि फोटोग्राफरों के लिए भी इसे आदर्श बनाते हैं। पिक्चर मैनिपुलेशन सुविधा अत्यधिक बढ़ जाती है। टूल का लचीलापन आपको क्रिस्टल-क्लियर ग्राफिक्स बनाने की अनुमति देता है। एक बार जब आप काम करना शुरू कर देते हैं, तो यह निस्संदेह सामान को आपके मुख्य प्रकाशन उपकरण के रूप में वितरित करेगा। इंटरफ़ेस पूरी तरह से अनुकूलन योग्य है, और फ़ुल-स्क्रीन मोड आपको समान समय पर देखने और संपादित करने की अनुमति देता है। हां, सभी गहन विकल्प उपलब्ध नहीं हैं। फिर भी, ऐसे कई विकल्प हैं जो आपको एक अच्छी विशेषज्ञता प्रदान करेंगे। गेमनेस जीएनयू/लिनक्स, ओएस एक्स, विंडोज और वैकल्पिक ओएस पर चलता है। एक क्रॉस-संगत ग्राफिक शैली कोड होने के नाते, यह एक मजबूत समर्थन समुदाय है। शुरुआती लोगों के लिए ग्राफिक स्टाइल कोड चुनने पर यह सभी प्रमुख चयनों में से एक है।

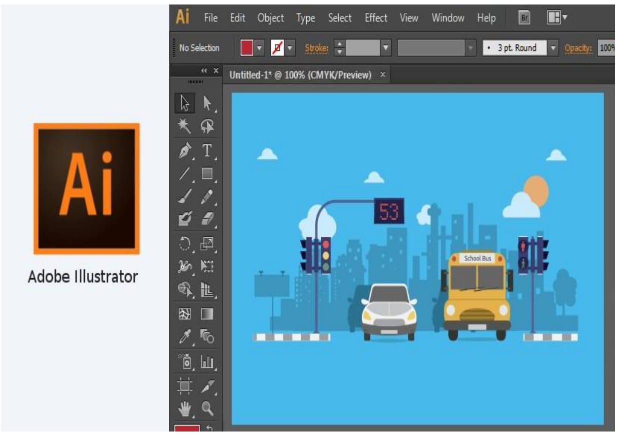
फ़ायदे

- यूआई ब्राइट और आधुनिक है।
- उपयोग करने में बहुत आसान।
- सिंगल विंडो यूसेज के साथ आता है।

नुकसान

- कई बग हैं।
- प्रारंभिक चरण में सिंटिक टैबलेट के साथ संघर्ष।

3. इलस्ट्रेटर



चित्र 5.5.3: इलस्ट्रेटर ग्राफिक स्टाइल कोड

यदि आप लोगो, स्केच, टाइपोग्राफी, आइकन या शायद वीडियो या मोबाइल के लिए उन्नत चित्र बनाने के लिए वेक्टर कला का उपयोग करना चाहते हैं तो रचनात्मक व्यक्ति वह उपकरण है जो आपके लिए है। आप पिक्सेल-पूर्ण आकृतियों को आरेखित करके सहज संरेखण के साथ डिज़ाइन तैयार करने में सक्षम होंगे। रचनात्मक व्यक्ति के साथ आने से पहले कभी भी जल्दी नहीं हो सकता है। रचनात्मक व्यक्ति अपने स्वयं के प्लगइन्स के साथ आता है जो एक रिक्त वेब सामग्री को एक उत्कृष्ट प्रयास करने वाली वेब सामग्री में बनाने में सुविधा प्रदान करता है। कुछ प्लगइन्स एआई के पुराने संस्करणों के लिए बनाए गए हैं और कलात्मक क्लाउड जैसे ब्रांड के नए संस्करणों के लिए हाल के विकल्पों का एक उत्साह है, जो इसे एक आदर्श ग्राफिक शैली कोड बनाता है। कलात्मक क्लाउड का हिस्सा होने के नाते, आप अपने डेस्कटॉप और वाटरप्रूफ दोनों पर ऐप का उपयोग कर सकते हैं।

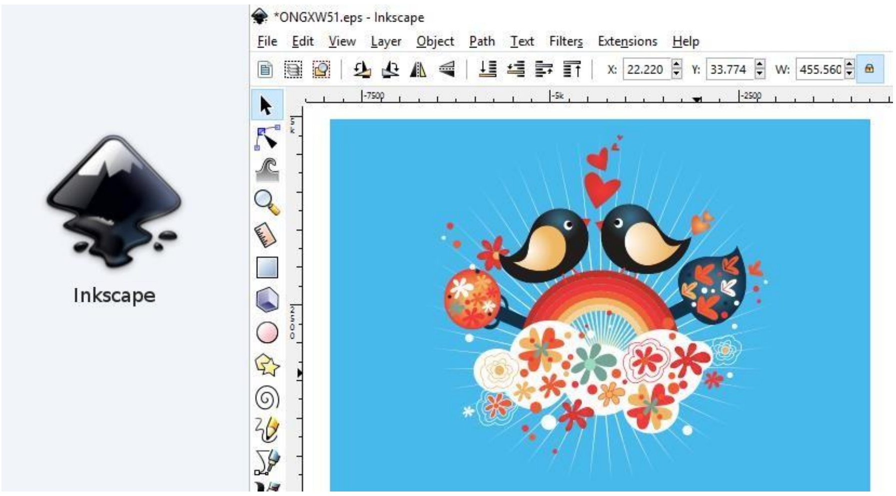
फ़ायदे

- टच-टाइप टूल भयानक है।
- फ्री रीवर्क टूल का उपयोग करना बेहद आसान है।
- विंडोज और वाटरप्रूफ के लिए

उपलब्धता। नुक्सान

- कीमत ज्यादा है।

4. इंकस्केप



चित्र 5.5.4: इनस्केप ग्राफिक स्टाइल कोड

इंक केप, एआई के लिए एक और, वेक्टर कला प्रेमियों के लिए एक कुशल उपकरण आदर्श हो सकता है और ग्राफिक डिजाइनर एसवीजी फ़ाइल प्रारूप का उपयोग करते हैं। यह टूल विंडोज, लिनक्स, ओएस और वाटरप्रूफ के अलावा आदर्श है। इससे कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप जानकार हैं या बस एक निजी वेब लॉग के लिए वेक्टर चित्र बनाने की व्यक्तिगत इच्छा है। स्केचिंग, रंग भरने या चित्र बनाने के मामले में इंकस्केप का उपयोग करना बेहद आसान है।

घोस्ट स्क्रिप्ट एक्सटेंशन .eps फाइलों के साथ एआर बस समझने योग्य है। यह अतिरिक्त रूप से भयानक विकल्पों के साथ आता है जैसे:

- एएससीआईआई पाठ फ़ाइल को सीधे संपादित करने की क्षमता।
- स्क्रीन पिक्सल को कुशलता से करने की कुंजी।
- कैनवास पर क्लोन संपादित करें।
- ग्रेडिएंट संपादित करें।
- एक क्लिक से पेंट-बकेट भरें।

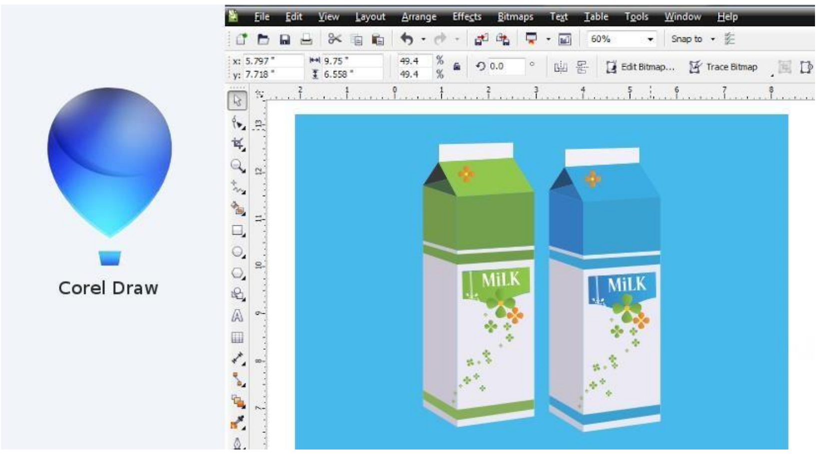
फ़ायदे

- बिल्कुल फ्री है ।
- बहुत सरे फिल्टर।
- बोनस के रूप में नए परिणाम उपकरण।

नुकसान

- बेहद धीमा है ।

5. कोरल ड्रा



चित्र 5.5.5: कोरल ग्राफिक स्टाइल कोड

क्या आप डिग्री के इच्छुक नेट डिज़ाइनर को संबद्ध कर रहे हैं और एक ऐसे ग्राफ़िक्स संपादक की तलाश कर रहे हैं जो आपको समान समय पर अपने कौशल का सम्मान करते हुए बिना किसी प्रतिबंध के अनंत शैलियों को बनाने की सुविधा प्रदान करता है? यदि इस प्रकार, आपको एक वेक्टर ग्राफिक्स संपादक, कोरल ड्रा की कल्पना करने की आवश्यकता हो सकती है, जो वर्तमान में सभी सबसे लोकप्रिय व्यावसायिक प्रथागत संपादकों में से एक है। कोरल ड्रा में कुछ अच्छे उत्पादक कार्य हैं जो इतने सरल उपयोग से जुड़े हैं कि कोई भी वैकल्पिक वेक्टर संपादक मेल नहीं खाएगा।

उपकरण आपको पूर्ण प्रबंधन प्रदान करते हैं इस प्रकार आप त्वरित और गतिशील परिणाम प्राप्त करने में सक्षम होंगे। कोरल ड्रा संस्करण X5 के साथ और इसके शीर्ष पर, आपको एसोसिएट डिग्री इंटीग्रल ऑर्गनाइज़र (कोरल कनेक्ट) अतिरिक्त रूप से मिलता है।

ट्वर्ल, स्मीयर, रेपेल और अट्रैक्ट जैसे टूल के साथ - वेक्टर ऑब्जेक्ट रिडक्शन कभी आसान नहीं था। संरेखण मार्गदर्शिका आपको अपनी मांग के अनुसार वस्तुओं को रखने की अनुमति देती है।

कोरल ड्रा, कोरल फोटो -पेंट में विशाल फाइलों के साथ जाकर काम करता है, जिससे यह ग्राफिक स्टाइल कोड सूची के भीतर होना चाहिए। यह अतिरिक्त रूप से बारकोड विजार्ड, डुप्लेक्सिंग विजार्ड, बिट स्ट्रीम फॉन्ट नेविगेटर आदि जैसे ऐप्स को सपोर्ट करता है।

फ़ायदे

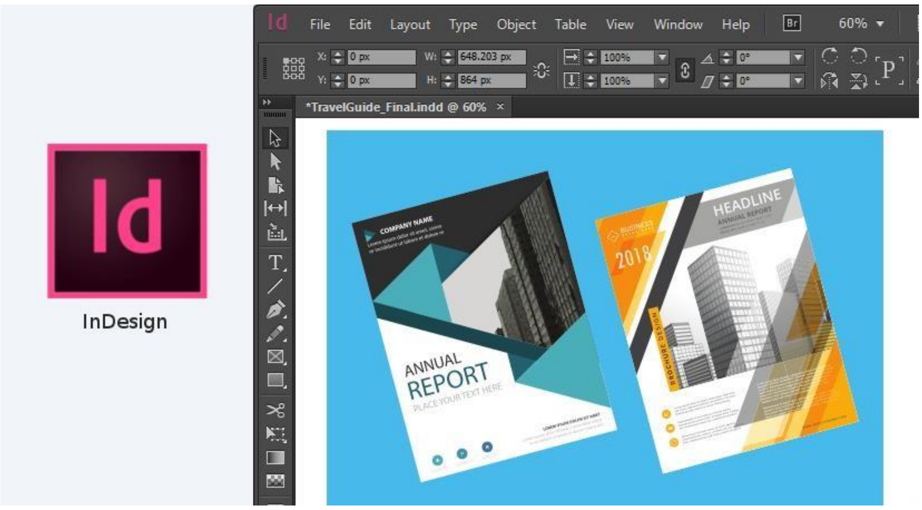
- इंटरफ़ेस अनुकूलन अच्छा है।
- डिजाइन बेहद समकालीन है।
- कोचिंग वीडियो बहुत उपयोगी हैं।
- स्थायी लाइसेंस या सदस्यता में से चुनें।
- राइट-क्लिक बुरा वैश्वीकरण प्रदान करता है।
- स्टीवडोर को आकार देना सबसे अधिक उपयोग प्रदान करता है।

नुकसान

- कोई वाटरप्रूफ संस्करण नहीं।
- नए लोगों को खोजने के लिए उपकरण थकाऊ हैं।
- नेविगेशन आसान नहीं है।
- नेविगेशन बोर्ड दिखाई नहीं दे रहा है।
- फ्रीहैंड ब्रश का उपयोग करना मुश्किल है।

6. एडोब इनडिजाइन

एडोब पूर्ण द्वारा समर्थित, इनडिजाइनडेस्कटॉप और मोबाइल उपकरणों के लिए समान रूप से स्वच्छ लेआउट बनाने के लिए शीर्ष कार्यकारी है। एडोब इनडिजाइन ऑनलाइन पत्रिकाओं की तरह लेआउट शैली के उपयोग के लिए अच्छा है। आप लिखित पुस्तकों, ब्रोशर या डिजिटल पत्रिकाओं के लिए लेआउट बनाना चाहते हैं या नहीं एडोब इनडिजाइनवह उपकरण है जो आप चाहते हैं। लचीलापन अच्छा है क्योंकि यह आपको अलग-अलग परतों को आसानी से खींचने की अनुमति देता है और आप आसानी से चित्रों को आकार देने में सक्षम होंगे।



चित्र 5.5.6: इनडिजाइन ग्राफिक स्टाइल कोड

कलात्मक क्लाउड का एक हिस्सा होने के नाते, आपको लैपटॉप और वाटरप्रूफ के लिए डेस्कटॉप ऐप तक आसानी से पहुँचा जा सकता है। इसके अलावा आप टैबलेट और स्मार्टफोन उपकरणों के लिए उनतीस डेस्कटॉप ऐप और दस मोबाइल ऐप के साथ तुलना ऐप कॉम्प सीसीआउट प्राप्त कर सकते हैं।

आप अतिरिक्त रूप से बीहंस और टाइप किट सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं जो आपको फोटोग्राफी, वीडियो, आने वाले और नेट या ऐप डेवलपमेंट के बीच अपनी प्रगति को संलग्न करने के लिए बदल देती हैं। एडोब कलात्मक समायोजन के साथ आप अपने डेस्कटॉप और मोबाइल ऐप के बीच अपने सभी काम को साझा या समायोजित करने में सक्षम होंगे, इस प्रकार आप तेजी से काम करने में सक्षम होंगे।

एक बार जब आप एक सदस्य के रूप में हिस्सा बन जाते हैं तो आप नवीनतम अपडेट और इंस्टॉलेशन कॉल के साथ नए विकल्प पूरी तरह से आपके पास हो सकते हैं। फ़ायदे

- टेक्स्ट और ग्राफिक्स का संयोजन सरल हो जाता है।
- सीखने की अवस्था बेहद कम है, जो नए लोगों के लिए आदर्श है।
- इनडिजाइन के साथ जुड़ने वाले विकल्प अविश्वसनीय हैं।

नुकसान

- ग्राफिक्स बनाने के लिए उपकरण सीमित हैं ।
- ग्राफिक्स टूल उतने शक्तिशाली नहीं लगते।
- तस्वीरों का समायोजन प्रतिबंधित है क्योंकि यह अक्सर फोटो-संपादन कोड नहीं होता है।

अभ्यास

1. रेस्टर और वेक्टर ग्राफिक्स में क्या अंतर है?
2. रेस्टर और वेक्टर इमेज क्या हैं?
3. जब आप वेक्टर छवि का आकार बदलते हैं तो क्या होता है?
4. उनमे बड़ी फाइलें होती हैं।
   - जीआईएफ
   - डब्ल्यूएवी
   - जेपीजी
   - पीआईसीटी
5. वेब पर उपयोग किए जाने वाले दो सबसे आम 2D ग्राफिक फ़ाइल स्वरूप हैं?
   - जीआईएफ और बीएमपी
   - जेपीजी और बीएमपी
   - जीआईएफ और जेपीजी
   - जेपीजी और टीआईएफ
6. रेस्टर /बिटमैप प्रकार ग्राफ़िक का उपयोग करने का मुख्य नुकसान क्या है?
   - वे केवल 265 रंगों का उपयोग कर सकते हैं।
   - बिटमैप ग्राफिक्स का उपयोग करने के कोई वास्तविक नुकसान नहीं हैं।
   - छवि में डीग्रेडेशन के बिना उन्हें बहुत बड़ा नहीं किया जा सकता है।
   - वे वेक्टर छवियों की तुलना में अधिक फोटो-यथार्थवादी हैं।

नोट्स

6. कार्यस्थल बनाए रखें स्वास्थ्य और सुरक्षा

यूनिट 6.1 - सुरक्षा, स्वास्थ्य और स्वच्छता यूनिट 6.2 - प्राथमिक चिकित्सा

एमईएस

सीखने के प्रमुख परिणाम

इस मॉड्यूल के अंत में, आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- वर्तमान स्वास्थ्य, सुरक्षा, सुरक्षा नीतियों और संगठन की प्रक्रिया का अवलोकन करना और समझना।
- स्वयं के व्यवसाय से संबंधित सुरक्षित कार्य पद्धतियों को समझना।
- दुर्घटनाओं, बीमारी, आग या अन्य के लिए आपातकालीन प्रक्रियाओं सहित स्वास्थ्य और सुरक्षा से संबंधित सरकारी नियमों और नीतियों को समझना।
- कार्य क्षेत्र में स्वास्थ्य और सुरक्षा के लिए जिम्मेदार व्यक्ति की पहचान करना, जिसमें वे लोग भी शामिल हैं जिनसे आपातकालीन स्थिति में संपर्क करना है।
- कार्यस्थल में फायर अलार्म, सीढ़ियां, फायर वार्डन स्टेशन, प्राथमिक चिकित्सा और चिकित्सा कक्ष में सुरक्षा संकेतों की पहचान करना।
- कार्य क्षेत्र में संभावित कार्य खतरों की पहचान करना जो दूसरों के स्वास्थ्य और सुरक्षा के लिए जोखिम पैदा कर सकते हैं।
- एहतियाती उपायों के माध्यम से कार्यस्थल में अपना और दूसरों का स्वास्थ्य और सुरक्षा सुनिश्चित करना।
- स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा में सुधार के लिए अपने कार्यस्थल के नामित व्यक्ति के बुनियादी नियमों और अवसरों की पहचान करना और उनकी सिफारिश करना।
- अपने कार्य क्षेत्र में और व्यक्ति के अधिकार की सीमा के भीतर दुर्घटनाओं, बीमारी और आग के कारणों की पहचान करना और उन्हें ठीक करना।

यूनिट 6.1: कार्यस्थल स्वास्थ्य और सुरक्षा बनाए रखें

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- वर्तमान स्वास्थ्य, सुरक्षा, सुरक्षा नीतियों और संगठन की प्रक्रिया का अवलोकन करना और समझना।
- एहतियाती उपायों के माध्यम से कार्यस्थल में अपना और दूसरों का स्वास्थ्य और सुरक्षा सुनिश्चित करना।
- स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा में सुधार के लिए अपने कार्यस्थल के नामित व्यक्ति को बुनियादी नियमों और अवसरों की पहचान करें और उनकी सिफारिश करें।

6.1.1 परिचय:

जब इमारत के अंदर रहना सुरक्षित न हो तो आपातकालीन निकासी की आवश्यकता होती है। हर संगठन में एक निकासी प्रक्रिया होती है। प्रत्येक संगठन के पास संगठन परिसर के भीतर या संगठन परिसर के बाहर एक सुरक्षित स्थान होता है जहां सभी कर्मचारियों से आपातकालीन निकासी के मामले में इकट्ठा होने की अपेक्षा की जाती है। टीम लीडर टीम का मार्गदर्शन करता है और उन्हें सुरक्षित स्थान पर ले जाता है। इन मामलों में, तुरंत सुरक्षित क्षेत्र में इकट्ठा होना बहुत महत्वपूर्ण है।

यदि आप सुरक्षित क्षेत्र में समय पर नहीं पहुंचते हैं, तो आपकी सुरक्षा के लिए जिम्मेदार टीम लीडर किसी व्यक्ति को आपकी तलाश के लिए भेजेगा। इससे दूसरे व्यक्ति की जान खतरे में पड़ जाएगी।

निकासी के लिए शर्तें

तत्काल निकासी की आवश्यकता वाली आपात स्थितियों में शामिल हैं:

- विस्फोट
- आग
- भूकंप
- तूफान
- बाढ़

- कार्यस्थल में हिंसा
- विषाक्त सामग्री का रिसाव होना
- बवंडर
- नागरिक उपद्रव

हर कंपनी के पास निम्नलिखित होता है:

- **एक निकासी नीति।** सभी टीएल अपने कर्मचारियों को इसके बारे में सूचित करने के लिए जिम्मेदार हैं। जब टीएल आपको इन विवरणों के बारे में सूचित कर रहा हो, तो ध्यान से सुनें। थोड़ी सी लापरवाही से जान भी जा सकती है।
- **आपात स्थिति के लिए एक निर्दिष्ट स्थान।**सुनिश्चित करें कि आपको मालूम हो कि यह
- स्थान कहाँ है।
- **विशेष जरूरतों या विकलांग व्यक्तियों के लिए एक "बडी सिस्टम"।**यदि आप किसी के मित्र हैं, तो सुनिश्चित करें कि आपका मित्र आपके साथ परिसर से सुरक्षित बाहर निकले।

चित्र 6.1.1 निकासी के लिए शर्तें

- **कार्य क्षेत्रों में निकासी मार्गों के साथ तल योजनाएं (फ्लोर प्लान्स)**। सुनिश्चित करें कि आप इसे समझ गए हैं ताकि आप आवश्यकता के समय इसका उपयोग कर सकें।
- **जनसमूह क्षेत्र**।ये ऐसे क्षेत्र होते हैं जहां निकासी के बाद आपको इकट्ठा होना आवश्यक होता है।
- **सामयिक निकासी अभ्यास**।सुनिश्चित करें कि आप उन अभ्यासों के दौरान ध्यान दें। आपको अपनी जान
बचाने की आवश्यकता है और आप किसी और की जान बचाने में भी मददगार हो सकते हैं।

6.1.2 नकली अभ्यास /निकासी

आपात स्थिति में श्रमिकों की सुरक्षा की जिम्मेदारी अग्नि सुरक्षा और निकासी कर्मियों पर होती है। इन श्रमिकों को कर्तव्यों और जिम्मेदारियों को जानने के लिए प्रशिक्षण से गुजरने की आवश्यकता होती है। एक कार्यस्थल में, अभ्यास ड्रिल हर 3 महीने में नकली आग की स्थिति उत्पन्न करके की जानी चाहिए ताकि श्रमिकों को अपनी और दूसरों की जान बचाने की तकनीक का पता चल सके। फायर ड्रिल्स में अभ्यास करके, सभी श्रमिक क्षेत्र आपात स्थिति के मामले में आवश्यक जीवन रक्षा पद्धति को जानने में सक्षम होंगे।

आपातकालीन स्थिति के अनुसार कर्मचारियों की प्रतिक्रिया की जांच के लिए डिज़ाइन किए गए अभ्यासों को अपनाएं। यह आपातकालीन कर्मचारियों, कार्यरत कर्मचारियों और अग्नि सुरक्षा विभाग के अन्य सदस्यों की भी परीक्षा है। कभी-कभी अभ्यास सफल नहीं होता है लेकिन यह ठीक है क्योंकि इंसान पिछली गलतियों से सीखता है। लेकिन सभी सदस्यों के लिए यह जरूरी है कि वे समय पर अपनी गलती सुधारें। कभी-कभी सभी गलतियाँ स्टाफ के सदस्यों की नहीं होती हैं, कभी-कभी गलती दोषपूर्ण उपकरण और सुरक्षा योजनाओं की भी होती हैं। लेकिन, समय-समय पर कर्मचारियों को प्रशिक्षण की आवश्यकता होती है।

चित्र 6.1.2 नकली अभ्यास

अग्नि सुरक्षा योजना तैयार करने के लिए दो महत्वपूर्ण घटक हैं जो कि इस प्रकार हैं:

1. एक आपातकालीन एक्शन प्लान, जो आपातकाल के मामले में अनुकूलित होने की प्रक्रिया के बारे में बताता है।
2. आग से बचाव की योजना, जो जल्द से जल्द आग को शांत करने के लिए अनुकूलन के तरीकों के बारे में बताती है।

आपको अपनी व्यक्तिगत सुरक्षा और दूसरों की सुरक्षा के लिए संगठन द्वारा व्यवस्थित में भाग लेने की आवश्यकता है।

कर्मचारियों को उन कर्तव्यों और जिम्मेदारियों के प्रति जागरूक बनाए रखने में मदद करने के लिए निरंतर प्रशिक्षण की आवश्यकता है। अग्निशमन प्रशिक्षण कर्मचारियों के सदस्यों के लिए दोहराई गई आग की स्थितियों के तहत मान्य करने के लिए एक संभावना के रूप में कार्य करता है, कि वे उन कर्तव्यों और जिम्मेदारियों को सुरक्षित और कुशलता से कर सकते हैं। यह श्रमिकों या कर्मचारियों के लिए बचाव के स्थान पर रणनीतियों के बारे में प्रदर्शित करने का भी समय है और कर्मचारी अपनी देखभाल में लोगों की सुरक्षा के लिए अग्नि सुरक्षा सुविधाओं और निकास सुविधाओं का लाभ उठाने में सक्षम हैं।

एक दोहराए गए आपातकाल के लिए कर्मचारियों की प्रतिक्रिया का मूल्यांकन करने के लिए डिज़ाइन किए गए सफल उत्कृष्ट अभ्यास । सफल अभ्यास भी अग्नि सुरक्षा/निकासी रणनीतियों और स्टाफ प्रशिक्षण कार्यक्रमों का भी परीक्षण है। यह जरूरी नहीं है कि सब कुछ सुचारू रूप से चले। यह ठीक है, जब तक कर्मचारी और संगठन उनसे समझते हैं और गलतियों को सुधारते हैं। इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि प्रत्येक नकली अभ्यास का विश्लेषण किया जाए ताकि पता लगने वाली किसी भी समस्या का समाधान किया जा सके। शायद समस्याएं अधूरी या पुरानी अग्नि सुरक्षा/प्रवास योजनाओं के कारण हुई हैं। शायद कर्मचारियों को और प्रशिक्षण देने की आवश्यकता है।

अग्नि तैयारी योजना के दो आवश्यक घटक निम्नलिखित हैं:

1. एक आपातकालीन एक्शन प्लान, जो बताता है कि आग लगने पर क्या करना चाहिए।
2. आग रोकथाम योजना, जो बताती है कि आग लगने से रोकने के लिए क्या करना चाहिए।

6.1.3 चिकित्सा आपात स्थिति

हर कोई आपात स्थिति की योजना बनाता है। यही कारण है कि हम प्राथमिक चिकित्सा किट अपने पास रखते हैं। हालांकि, काम के दौरान बहुत अधिक तनाव और शारीरिक गतिविधि का सामना करना पड़ता है। इससे कुछ चिकित्सा आपात स्थिति हो सकती है। प्राथमिक चिकित्सा उपायों और ज्ञान के साथ तैयार रहना बेहतर है उन्हें खुद पर और दूसरों पर लागू करें । यह मॉड्यूल आपको उस जानकारी से लैस करता है।

इन चिकित्सा आपातकालीन प्रक्रियाओं पर ध्यान दें यह समझने के लिए कि महत्वपूर्ण स्तिथि में आपको कैसे संचालित किया जाए। इन सत्रों के दौरान ध्यान दें। आप अपनी और अपने दोस्त की जान बचाने में सक्षम हो सकते हैं।

6.1.3.1 आपात चिकित्सा (मेडिकल इमरजेंसी) के मामले में

आपात चिकित्सा स्थिति एक ऐसी स्थिति है जिसमें एक कर्मचारी के साथ दुर्घटना हो जाती है और उसे चिकित्स्कीय सहायता की आवश्यकता होती है। चोट गंभीर या जीवन के लिए खतरा हो सकती है। कुछ स्थिति जहां:

- व्यक्ति साँस नहीं ले रहा है
- दिल का दौरा या स्ट्रोक
- बहुत ज़्यादा या गंभीर रक्तस्राव
- बिजली का झटका
- जहर निगलने के मामले में
- कोई व्यक्ति जल जाता है

चिकित्सा आपात स्थिति के मामले में, व्यक्ति या पीड़ित को तत्काल सहायता की आवश्यकता होती है। कभी-कभी आपातकालीन हेल्पलाइन पर कॉल करने से पहले व्यक्ति पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है।

स्वयं और अन्य कर्मचारियों की सुरक्षा के लिए आपातकालीन हेल्पलाइन या आपातकालीन चिकित्सा सेवा (ईएमएस) का नंबर जानना या याद रखना महत्वपूर्ण है।

क्या ना करें

- पीड़ित को कुछ भी खाने या पीने न देना।
- पीड़ित को बांध देना
- पीड़ित के चेहरे पर या जख्म पर किसी भी तरल पदार्थ के छींटे मारना।
- पीड़ित को किसी अन्य क्षेत्र या स्थान पर स्थानांतरित करना जब तक कि पीड़ित की सुरक्षा का यही एकमात्र तरीका न हो।

रक्ततस्राव होना

- पीड़ित के घाव पर पट्टी या किसी अन्य साधन से किसी भी प्रकार का दबाव डालना।
- रक्तस्राव को धीमा करने के लिए घाव को ऊपर उठाना।
- जब आवश्यक हो, अतिरिक्त रक्तस्राव को रोकने के लिए घाव के पास दाब बिंदुओं (प्रेशर पॉइंट्स) पर दबाव डालना।

बेहोश होना

- बेहोशी चेतना की क्षति है जो पीड़ित के मस्तिष्क में अस्थायी रूप से रक्त के प्रवाह में कमी के कारण होती है।
- पीड़ित की बेहोशी के कारण उसे कार्यस्थल में ज़्यादा चोट लग सकती है।
- पीड़ित की नाड़ी धीमी होना।
- पीड़ित की त्वचा पीली और ठंडी पड़ जाना और पसीना आना।

बेहोशी के कारण:

- खाने या पीने में तरल पदार्थ की कमी जिसे निर्जलीकरण (डिहाइड्रेशन) भी कहा जाता है।
- पीड़ित का निम्न रक्तचाप।
- नींद की कमी के कारण।
- कार्यकर्ता का बहुत ज़्यादा थक जाना

बेहोशी के लिए प्राथमिक उपचार:

- पीड़ित को पीठ के बल लेटाएं और पैरों को उसके दिल के स्तर से ऊपर उठाएं।
- पीड़ित की नाक की निकासी सुनिश्चित करें।
- खांसी, या सांस लेने में समस्या के लक्षणों की जाँच करें।
- गले की टाई, कॉलर और बेल्ट जैसे तंग कपड़ों को ढीला करें।
- यदि पीड़ित 1 मिनट से बेहोश रहता है, तो जितनी जल्दी हो सके ईएमएस को कॉल करें।

शॉक (सदमा)

मानव शरीर में परिसंचरण तन्त्र के विफल होने पर सदमा लग सकता है। जब शरीर के ऊतकों में ऑक्सीजन की अपर्याप्त मात्रा पहुंचती है, तब भी सदमा लग सकता हैं। यदि इस स्थिति का जल्द से जल्द इलाज नहीं किया जाता है, तो यह अंग (ऑर्गन) की विफलता और मृत्यु का कारण बन सकता है। पीड़ित के डर और दर्द से सदमे बदतर हो जाते हैं।

सदमे के लिए प्राथमिक चिकित्सा:

- हो सके तो पीड़ितों को लेटने की स्थिति में ही रखें।
- जब तक आपको पीठ और हड्डी में चोट का संदेह न हो, तब तक पैरों को जमीनी स्तर से 10-12 इंच ऊपर उठाएं।
- अगर पीड़ित को ठंड लग रही हो तो उसे ढक दें। अगर पीड़ित को गर्मी लग रही है तो उसे ढककर घुटन पैदा न करें।
- यदि पीड़ित को उल्टी होने लगे तो पीड़ित को उपयुक्त स्थान पर ले जाएं।
- तंग कपड़ों को ढीला करें।

मांसपेशियों में ऐंठन

- शरीर के ऐंठन वाले हिस्से को संतुलित करने के लिए पीड़ित की प्रभावित मांसपेशियों को स्ट्रेच करें।
- ऐंठन वाली मांसपेशियों की मजबूती से मालिश करें।
- प्रभावित क्षेत्र को गरम चीज़े से सेंकें।
- अगर मांसपेशियों में ऐंठन बनी रहती है, तो जल्द से जल्द चिकित्सा सहायता लें।
- इसके अलावा - दर्द पैदा करने वाले संचलनों और गतिविधियों से बचें।
- इसके अलावा - दर्द पैदा करने वाले संचलनों और गतिविधियों से बचें।
- प्रभावित जगह पर इलास्टिक बैंडेज जैसा हल्का कंप्रेशन लगाने से सूजन कम हो सकती है।

- प्रभावित क्षेत्र को हृदय के स्तर से ऊपर उठाने से सूजन और दर्द भी कम हो सकता है।

फ्रैक्चर

जैसा कि हम सभी फ्रैक्चर के बारे में जानते हैं जो हड्डी में दरार (क्रैक) या हड्डी का टूटना है।

डिस्लोकेशन

डिस्लोकेशन तब होती है जब हड्डी निर्दिष्ट स्थान से खिसक जाती है। यह आमतौर पर कंधों, अंगूठे, कोहनी, उंगलियों, निचले जबड़े और अन्य चल जोड़ों में होती है।

डिस्लोकेशन और फ्रैक्चर के लिए प्राथमिक उपचार:

- प्रभावित भाग को गतिहीन करें।
- प्रभावित भाग को स्थिर करें
- कपड़े को स्लिंग के रूप में प्रयोग करें।
- एक गोफन के रूप में बोर्ड का प्रयोग करें।

6.1.4 प्राथमिक चिकित्सा

फर्स्ट ऐड किसी भी व्यक्ति को अचानक बीमारी या चोट से पीड़ित व्यक्ति को दी जाने वाली सहायता है, जो जीवन को संरक्षित करने, स्थिति को बिगड़ने से रोकने या स्वास्थ्य लाभ को बढ़ावा देने के लिए प्रदान की जाती है।

किट सामग्री में भिन्न होती हैं लेकिन अधिकांश किट में निम्नलिखित वस्तुएं होती हैं:

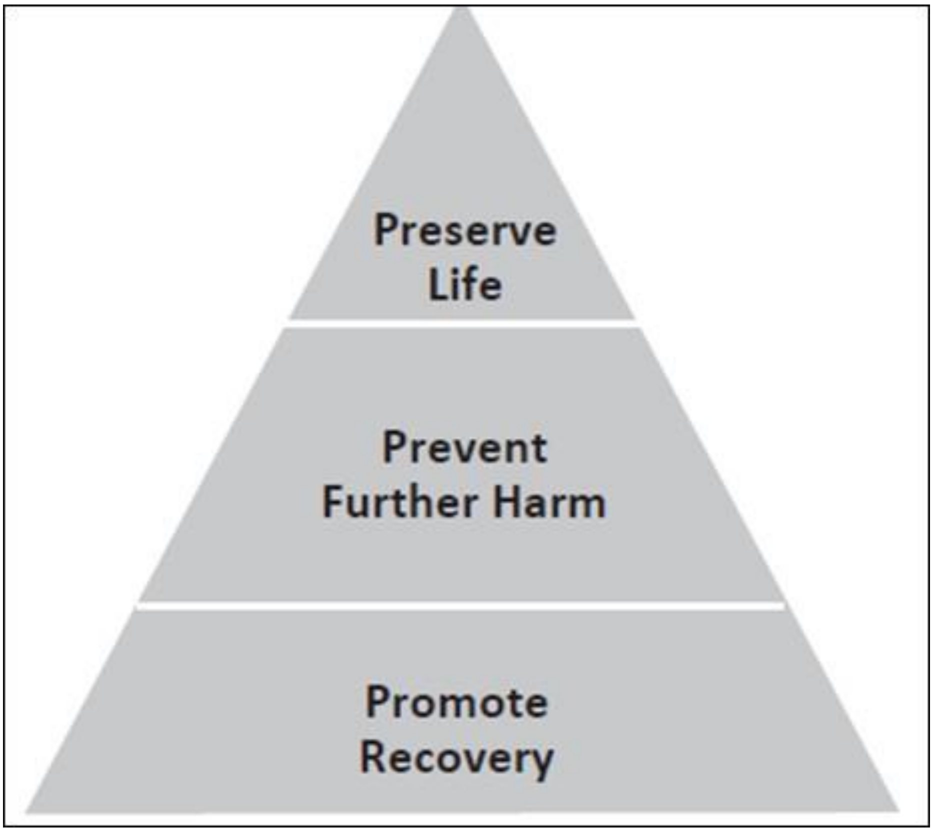
- बैंड-एड्स / चिपकने वाली पट्टियाँ
- गौज पैड और टेप
- कैंची, कोल्ड पैक
- घाव के लिए पट्टी / सेक
- आई पैड / आई वॉश सॉल्यूशन
- प्राथमिक उपचार / बर्न क्रीम
- प्रतिजैविक मलहम (एंटीबायोटिक ऑइंटमेंट)
- सीपीआर प्रदान करने के लिए फेस शील्ड या बैरियर मास्क
- चिमटा / चिमटी
- डिस्पोजेबल थर्मामीटर
- प्राथमिक उपचार निर्देश पुस्तिका

6.1.5 व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण (पीपीई)

व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण (पीपीई) सुरक्षात्मक कपड़े, हेलमेट, गोगल्स, या पहनने वाले के शरीर को चोट या संक्रमण से बचाने के लिए डिज़ाइन किए गए अन्य वस्त्र या उपकरण को संदर्भित करता है। सुरक्षात्मक उपकरणों द्वारा सुरक्षा में बिजली, गर्मी, भौतिक, जैव जोखिम, रसायन, और वायुजनित कण पदार्थ शामिल हैं।

चित्र 6.1.3 व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण

कार्यस्थल में, ऐसी कई स्थितियां हैं जिनमें पीड़ित को तत्काल प्राथमिक चिकित्सा की आवश्यकता होती है और कई देशों ने कुछ नियम, कानून और मार्गदर्शन बनाए हैं जो पीड़ित को दी जाने वाली प्राथमिक चिकित्सा के न्यूनतम स्तर को निर्दिष्ट करते हैं। इसके लिए कार्यकर्ता को तत्काल प्राथमिक उपचार प्राप्त करने के लिए विशेष प्रशिक्षण और क्षेत्र की आवश्यकता होती है। इसे हासिल करने के लिए विशेषज्ञ प्राथमिक चिकित्सा अधिकारी द्वारा प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए और शिक्षण संस्थान द्वारा आवश्यक प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए। प्राथमिक चिकित्सा के प्रशिक्षण के लिए किसी विशिष्ट उपकरण और टूल की आवश्यकता नहीं होती है, लेकिन इसमें प्रशिक्षण के समय दी जाने वाली सामग्री के साथ सुधार शामिल हो सकता है।



चित्र 6.1.4 प्राथमिक चिकित्सा पिरामिड

प्राथमिक उपचार देते समय हमेशा याद रखें:

- ख़राब होने से बचाने के लिए।
- पीड़ित के साथ मिलकर और आत्मविश्वास से कार्य करें।
- दुर्घटना से पहले 60 मिनट गोल्डन ऑवर का समय होना चाहिए।
- प्लेटिनम पीरियड का समय दुर्घटना के बाद पहले 15 मिनट का होना चाहिए।
- शरीर के सदमें (शॉक) और श्वसन मार्ग में अवरोध को रोकें।
- घाव से खून बहना रोकें।
- पीड़ित के कपड़े ढीले करें।
- पीड़ित की श्वसन प्रणाली को विनियमित करें।
- पीड़ित के पास भीड़ न करें।
- पीड़ित को सुरक्षित स्थान या अस्पताल ले जाएं।
- आपात स्थिति में आसानी से और बिना किसी डर के भाग लें।
- हमेशा याद रखें कि अति न करें। क्योंकि प्राथमिक उपचार देने वाला डॉक्टर नहीं है।

अभ्यास

1. कार्यशाला में काम करने के लिए कुछ सामान्य सुरक्षा नियमों पर चर्चा करें।

2. पीपीई क्या है और पीपीई के सामान्य घटक क्या हैं?

3. दुर्घटना क्या है और दुर्घटना कितने प्रकार की होती है?

4. अग्निशामक के प्रकार और उनके उपयोग पर चर्चा करें?

5. स्वास्थ्य और स्वच्छता पर एक संक्षिप्त नोट लिखें?

---

6. प्राथमिक उपचार किट के सामान्य घटक क्या हैं?

---

7. प्राथमिक चिकित्सा किट के सामान्य घटक क्या क्या हैं?

8. गर्मी की थकावट के लक्षण क्या हैं और प्राथमिक उपचार क्या होना चाहिए?

Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

MESC
Media & Entertainment Skills Council

7. सॉफ्ट स्किल्स और संचार कौशल

यूनिट 7.1 - सॉफ्ट स्किल्स का
परिचय यूनिट 7.2 - प्रभावी संचार
यूनिट 7.3 - सौंदर्य और स्वच्छता
यूनिट 7.4 - पारस्परिक कौशल
विकास यूनिट 7.5 - सामाजिक संपर्क
यूनिट 7.6 - समूह बातचीत
यूनिट 7.7 - समय प्रबंधन
यूनिट 7.8 - रिज्यूमे तैयारी
करना यूनिट 7.9 -
साक्षात्कार की तैयारी

यूनिट 7.1: सॉफ्ट स्किल्स का परिचय

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- सॉफ्ट स्किल्स के मूल अर्थ, उनके घटकों और उनके लाभों को समझना।
- काय तत्परता और उसके महत्व को समझना।

7.1.1 सॉफ्ट स्किल क्या है?

ये व्यक्तिगत विशेषताएं हैं जो किसी व्यक्ति की लोगों और आसपास की स्थितियों के साथ बातचीत करने की क्षमता का वर्णन करती हैं। सॉफ्ट स्किल्स को एक ऐसे समूह के रूप में समझाया जा सकता है

व्यक्तित्व

Fig 7.1.1: Soft Skills

। सॉफ्ट स्किल्स का

जिसमें व्यक्तित्व लक्षण, सामाजिक गौरव, भाषा, आदतें, सामाजिकता और आशावाद शामिल हैं जो अन्य लोगों के साथ संबंधों की विशेषता रखते हैं। सॉफ्ट स्किल्स कठिन कौशल के पूरक हैं जो नौकरी और कई अन्य गतिविधियों की व्यावसायिक आवश्यकताएं हैं। वे फीलिंग, भावनाओं, अंतर्दृष्टि से जुड़े हुए

मतलब है कि हम जो जानते हैं उससे

कहीं ज्यादा यह जानना की हम कौन

हैं।

हम कौन हैं से संबंधित हैं। उदाहरण के लिए - डॉक्टर के लिए आवश्यक सॉफ्ट स्किल्स समानुभूति, समझ, सक्रिय होकर सुनना और किसी मरीज से मिलने का अच्छा ढंग होगा। सॉफ्ट स्किल्स यह भी निर्धारित करती है कि पेशेवर और व्यक्तिगत स्थितियों में व्यक्ति कितना संतुष्ट और खुश रहता है।

7.1.1 सॉफ्ट स्किल्स के घटक

- **अनुकूलन क्षमता:**यह किसी व्यक्ति के परिवर्तन को प्रबंधित करने की क्षमता है। यह इस बारे में है कि

  एक व्यक्ति कितनी तेजी से और आसानी से बदले हुए वातावरण में ढल जाता है
- **भावनात्मक क्षमता:**इसमें मूड को प्रबंधित करना और उस पर नियंत्रण रखना शामिल है। भावनात्मक रूप से मजबूत व्यक्ति अपना मूड और भावनाएं जैसे क्रोध, निराशा और उत्तेजना को निर्देशित करने में सफल होता है।
- **नेतृत्व की गुणवत्ता:**किसी व्यक्ति के व्यक्तिगत और पेशेवर स्थिति में विवाद का प्रबंधन करना और लोगों को आश्वस्त करना उसके नेतृत्व की गुणवत्ता को दर्शाता है।
- **टीम को साथ लेकर चलने की क्षमता:**यह विभिन्न प्रकार के लोगों को प्रबंधित करने और उन्हें एक-दूसरे के साथ सौहार्दपूर्वक रूप से काम करने की क्षमता होती है।
- **निर्णय लेना:**यह दर्शाता है कि कोई व्यक्ति अपने समय और अन्य संसाधनों को कुशल और उत्पादक तरीके से कैसे प्रबंधित कर सकता है।
- **पारस्परिक संचार-संवाद:**यह एक व्यक्ति की दूसरे के साथ प्रभावी संचार करने और उसकी एक

  सकारात्मक छवि बनाने की प्रक्रिया में क्षमता है
- **समझौता-वार्ता कौशल:**यह दर्शाता है कि कोई व्यक्ति दूसरों के साथ समझौता-वार्ता कैसे करता है और काम, पेशेवर और व्यक्तिगत वातावरण में तनाव के स्तर को कैसे कम करता है।

7.1.1 सॉफ्ट स्किल्स के लाभ

सॉफ्ट स्किल्स के कुछ लाभ इस प्रकार हैं:

- ग्राहको के साथ विश्वसनीयता मे वृद्धि होना।
- ग्राहको की सतुष्टि मे वृद्धि होना।
- अधिक उत्पादक कर्मचारी
- प्रतिस्पर्धा से आगे निकलने में मदद करते हैं
- उद्योग, नियोक्ता और साथियों से मान्यता
- रोजगार के नए अवसर

7.1.1 कार्य तत्परता

कार्य तत्परता में आपके पास वह होना शामिल है जिसे नियोक्ता "सही रवैया" कहते हैं। सबसे बुनियादी स्तर पर आपके पास होना चाहिए:

- कार्यस्थल पर कुछ दिन बिताने का सकारात्मक दृष्टिकोण
- अन्य सहकर्मियों के समर्थन के बिना परिपक्व वातावरण में कार्य करने की क्षमता

चित्र 7.1.2: कार्य तत्परता

- मालिक के प्रति एक उत्साहपूर्ण रवैया
- किए जाने वाले काम में स्पष्ट रुचि
- उस कार्य की अपेक्षाएं जिसे प्राप्त करने के लिए व्यावसायिक लक्ष्यों के साथ एक फ्रेशर कार्यस्थल पर करने में सक्षम होगा
- पर्यवेक्षण की इच्छा होना, निर्देशों का पालन करना और निर्देशानुसार सुरक्षा गियर पहनना
- निर्देशों को स्पष्ट करने के लिए प्रश्न पूछने का आत्मविश्वास होना
- उपयुक्त व्यक्तिगत प्रस्तुति पर गर्व होना
- एक वयस्क कामकाजी माहौल में उचित रूप से संचार-संवाद करने की क्षमता होना
- ग्राहकों को स्वीकार करने और नियोक्ता द्वारा अनुशंसित सहायता प्रदान करने की क्षमता होना
- कार्यस्थल में बिताई गई पूरी अवधि के लिए उनकी विश्वसनीयता और समय की पाबंदी बनाए रखने की प्रतिबद्धता होना
- कार्यस्थल सीखने के कार्यक्रम की तैयारी पूरी करना जिसमें ओएच एंड एस (OH&S) अभ्यास, कार्यस्थल में स्वीकार्य व्यवहार (बाल संरक्षण मुद्दों सहित) और आपातकालीन संपर्क प्रक्रियाएं शामिल हैं।

यूनिट 7.2: प्रभावी संचार

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे: लोगों के बीच बोलना।

- किसी व्यक्ति की पसंद और नापसंद का वर्णन करना।
-
- बातचीत के बुनियादी शिष्टाचार को जानना।

7.2.1 परिचय

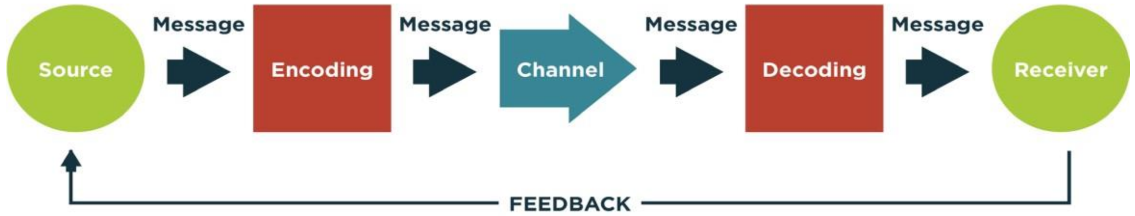
हम एक जानकारी रखने वाले माहौल में जी रहे हैं जहां संचार-संवाद हमारे जीवन का एक अभिन्न अंग है।

हमें हर दिन बड़ी संख्या में संदेश भेजना, प्राप्त करना और संसाधित करना होता है। लेकिन प्रभावी संचार-संवाद सिर्फ एक दूसरे को जानकारी देने से कहीं अधिक है। एक प्रभावी संचार-संवाद जानकारी के पीछे की भावना को समझने के अलावा और कुछ नहीं है। प्रभावी संचार हमें घर में, काम और सामाजिक परिस्थितियों में दूसरों के साथ अपने संबंधों को गहराई से छान कर और टीम वर्क, समस्या समाधान और
निर्णय लेने में सुधार करके संबंध विकसित करने में मदद करता है।

प्रभावी संचार कौशल एक सीखने का कौशल है, यह अधिक प्रभावी होता है जब यह एक विधि की तुलना में
आसान होता है

7.2.1 संचार प्रक्रिया

मतो, विचारो, भावनाओ, इरादो, भाषण, हावभाव, लेखन आदि के माध्यम से सूचनाओ के आदान-प्रदान की प्रक्रिया को संचार कहा जाता है। यह दो या दो से अधिक प्रतिभागियों के बीच सूचना का सार्थक आदान-प्रदान है।



चित्र 7.2.1: संचार प्रक्रिया

CONTEXT

संचार-संवाद के लिए एक प्रेषक, एक संदेश, एक माध्यम और एक प्राप्तकर्ता की आवश्यकता होती है। यदि कोई प्राप्तकर्ता प्रेषक के

संदेश को नहीं समझता है तो संचार प्रक्रिया पूरी नहीं होती है।

दूसरों के साथ संचार-संवाद में तीन चरण शामिल हैं:

- **संदेश:**सबसे पहले जानकारी प्रेषक के दिमाग में मौजूद होनी चाहिए। यह एक अवधारणा, एक विचार, एक गठन या

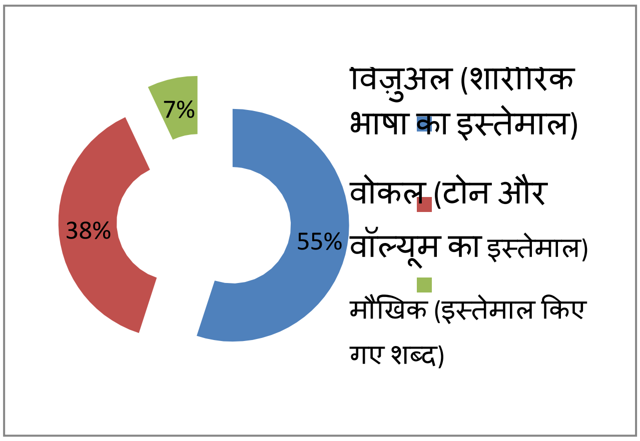
  कूट लेखन (एन्कोडिंग):इसमें प्राप्तकर्ता को संदेश एक एन्कोडेड भाषा/प्रारूप में भेजा जाता है।
-
- **डिकोडिंग:** अंत में प्राप्तकर्ता शब्दों या प्रतीकों का एक अवधारणा या जानकारी में अनुवाद करता है जिसे एक व्यक्ति समझ सकता है।

7.2.1 मौखिक और गैर-मौखिक संचार

संचार-संवाद के तीन मुख्य प्रकार हैं। ये निम्नलिखित हैं:

मौखिक संचार: इसका मतलब है

कि आप किसी व्यक्ति को यह समझने के लिए सुनते हैं कि वह व्यक्ति क्या संदेश देने की कोशिश कर रहा है। स्पीकर को तत्काल प्रतिक्रिया का लाभ मिलता है। इस प्रकार का संचार भावनाओं को व्यक्त करने के लिए सबसे अच्छा है और इसमें कहानी सुनाना और महत्वपूर्ण बातचीत शामिल हो सकती है।



चित्र 7.2.3: संचारकों के प्रकार का प्रतिशत

लिखित संचार-संवाद:पत्र, किताबें, समाचार पत्र लिखित संचार-संवाद के कुछ उदाहरण हैं। मुद्रित मीडिया, ईमेल को भी इस संचार-संवाद में वर्गीकृत किया जा सकता है। वे अतुल्यकालिक हैं, कई पाठकों तक पहुँच सकते हैं और जानकारी देने के लिए सर्वोत्तम हैं।

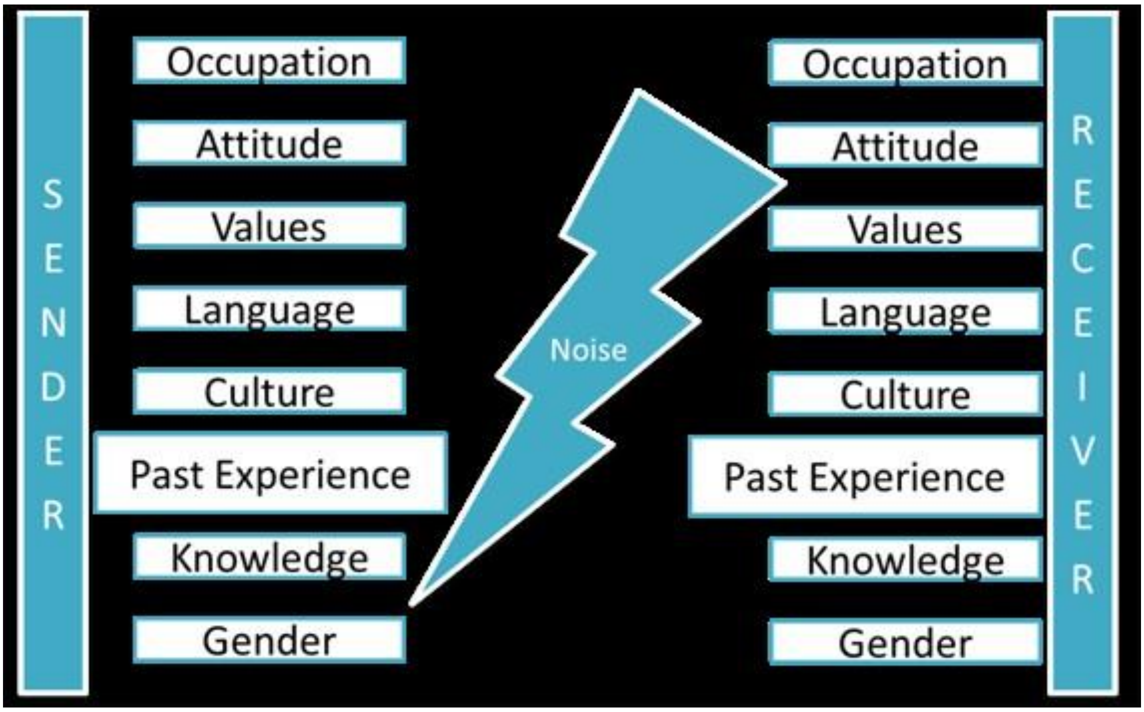
गैर मौखिक/अशाब्दिक संचार-संवाद:एक गैर मौखिक संचार-संवाद को शारीरिक भाषा भी कहा जा सकता है क्योंकि इस संचार-संवाद में कोई मौखिक बातचीत शामिल नहीं होती है बल्कि संचार-संवाद में लोगों का अवलोकन शामिल होता है। मौखिक और लिखित दोनों संचार-संवाद गैर मौखिक संचार-संवाद को व्यक्त करते हैं और शारीरिक भाषा, आंखों के संपर्क, चेहरे की अभिव्यक्ति, मुद्रा, स्पर्श और स्थान द्वारा भी समर्थित होते हैं।

एक अध्ययन के अनुसार एक संदेश के प्राप्तकर्ता की समझ के सिर्फ सात सदस्य प्रेषक के वास्तविक शब्दों पर निर्भर करते हैं, 38 वाँ पारभाषाविद् संचार-संवाद (स्वर, गति और भाषण की मात्रा) पर निर्भर करता है और 55 वाँ गैर मौखिक संकेतों पर निर्भर करता है।

शोध से पता चलता है कि जब लोग झूठ बोल रहे होते हैं, तो वे निस्संदेह अधिक बार पलकें झपकाते हैं, अपना वजन शिफ्ट करते हैं और कंधे हिलाते हैं।

7.2.1 प्रभावी ढंग से संचार करना

सचार-सवाद के प्रभावी और सफल न होने के कइ कारण है। ये विफलताए
संचार-संवाद में बाधाओं के कारण आती हैं जो संचार-संवाद प्रक्रिया में किसी भी स्तर पर आ सकती हैं। बाधाएं किसी के संदेश को भ्रामक बना सकती हैं और इसलिए भ्रम और गलतफहमी पैदा करके समय और धन दोनों बर्बाद होने का जोखिम हो सकता है। प्रभावी संचार-संवाद में
इन बाधाओं को दूर करना और एक त्रुटिरहित और संक्षिप्त संदेश को भेजना शामिल है।



चित्र 7.2.4: प्रेषक और प्राप्तकर्ता के बीच प्रभावी ढंग से संचार करना

एक कुशल व्यक्ति को इन बाधाओं को याद रखना चाहिए और नियमित रूप से समझ की जाँच करके या सही प्रतिक्रिया देकर

बाधाओं से निपटना

- सरल, आसानी से समझे जाने वाले शब्दों का प्रयोग करें। अधिक उलझाने से
- दूसरी भाषा में बोलते समय हमेशा पहले से तैयारी करें
- संचार-संवाद की प्रभावशीलता सुनिश्चित करने के लिए हमेशा प्रतिक्रिया देतें
- या लेते रहें और संकेतों के प्रति सतर्क रहें
- सुनें, सुनें और सुनें...
- अपनी समझ का परीक्षण करें और राय, धारणा को साझा करें

7.2.1 प्रभावी संचार-अभ्यास

सक्रिय होकर सुनना

हमारे पास सबसे महत्वपूर्ण कौशल में से एक सुनना है। एक अच्छा श्रोता बनने के लिए यह महत्वपूर्ण है कि आप मौखिक संचार-संवाद को सक्रिय रूप से सुनने का अभ्यास करें।

सक्रिय होकर सुनने के लिए कुछ सुझाव

- **चरण 1:**व्यक्ति के बात करने के मुख्य मुद्दे पर ध्यान दे न कि शोर या अन्य बाहरी विकर्षणों पर।
- **चरण 2:**उसकी भावनाओं को समझें इससे आप उसकी बात आसानी से समझ जाएंगे। क्या वक्ता क्रोधित, खुश या स्पष्ट रूप से जिज्ञासु है?
- **चरण 3:**जब वक्ता कुछ कह रहा हो या कुछ बता रहा हो, तो उसे बीच में न टोकें।
- **चरण 4:**वक्ता के वाक्यों को पूरा करने से न बचें। पहले उनकी बात समाप्त होने दें उसके बाद ही कुछ बोलें।
- **चरण 5:**यदि आप पहली बार में बात न समझ पाएं तो भी कोई बात नहीं। जानकारी को दोहराने का अनुरोध करें।
- **चरण 6:**अभ्यास मनुष्य को पूर्ण बनाता है। ध्यान से सुनें, ध्यान केंद्रित करें और अन्य आवाज़ों को अनदेखा करें। पहले सिर्फ ध्यान से सुनें और आवश्यकता पड़ने पर ही बात करें।

सक्रिय श्रोता होने के लिए बहुत अधिक एकाग्रता और दृढ़ संकल्प की आवश्यकता होती है। पिछली आदतों को छोड़ना कठिन होता है और यदि आपकी सुनने की आदतें अच्छी नहीं हैं तो आपको उन्हें सुधारना होगा। ध्यान से सुनना शुरू करें और अपने आप को बार-बार संकेत दें कि आपका लक्ष्य वास्तव में यह सुनना है कि दूसरा व्यक्ति क्या कह रहा है।

यूनिट 7.3: सौंदर्य और स्वच्छता

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित

- सफ़ाइ और स्वच्छता बनाए रखना।
- बोलते समय सकारात्मक शारीरिक भाषा बनाए रखना।
- "क्या न करें" की तुलना में "क्या करें" में सक्षम होना।
- गुटखा और शराब जैसी बुरी चीजों से परहेज करें।खाने की
- अच्छी आदत और स्वास्थ्य पर उनके प्रभाव के बारे में

7.3.1 व्यक्तिगत सौंदर्य

अपने शरीर और दिमाग को स्वच्छ रखने की कला को व्यक्तिगत सौंदर्य कहते हैं। यह बहुत जरूरी है कि सभी अपनी स्वच्छता और साफ-सफाई का ध्यान रखें। इससे व्यक्ति न सिर्फ अच्छा दिखेगा बल्कि स्वस्थ भी महसूस करेगा। अपने शरीर की बनावट का ख्याल रखना जरूरी है। एक बार जब आप अपने स्टोर/विभाग में प्रवेश करते हैं तो आपको कंपनी के मानकों के अनुसार पूरी यूनिफॉर्म में तैयार होना चाहिए, और सेवा नैतिकता (सर्विस एथिक्स) के अनुसार खुद को ठीक से तैयार करना चाहिए।

व्यक्तिगत सौंदर्य न सिर्फ हमें आकर्षक बनाता है बल्कि हमें अपने बारे में आत्मविश्वास महसूस कराता है। अच्छे स्वास्थ्य के लिए अच्छी व्यक्तिगत स्वच्छता आवश्यक है। जिन आदतों को व्यक्तिगत सौंदर्य माना जाता है उनमें, स्नान करना, कपड़े पहनना, श्रृंगार करना, अवांछित बालों को हटाना और अपने दांतों, नाखूनों और त्वचा की देखभाल करना शामिल हैं।

दिखावट/सूरत

- फ्रंट लाइन व्यक्ति/टीम कंपनी का ब्रांड एंबेसडर होता है, ठीक वैसे ही जैसे आपके शरीर के लिए आपका चेहरा होता है। स्टोर पर आने वाले ग्राहकों का इस टीम द्वारा अभिवादन किया जाता है और हर तरीके से उनकी सहायता की जाती है। इसलिए उनसे साफ-सुथरा दिखने की अपेक्षा की जाती है।

- स्टोर परिसर में, ऑफ-ड्यूटी ऑवर के दौरान भी, अच्छी तरह से तैयार रहने की आवश्यकता होती है। उनसे यूनिफार्म (शर्ट, पेंट, जूते और जुराबों सहित) में होने की अपेक्षा की जाती है, जो कि साफ-सुथरी और इस्त्री की हुई होनी चाहिए।
- हमें इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि यूनिफार्म पर कोई दाग, टूटे बटन या ढीले धागे न हों।
- आपको हमेशा अपने जूते साफ और पॉलिश करने चाहिए। ड्यूटी के दौरान सैंडल/चप्पल/स्पोर्ट्स शूज और सफेद जुराबें
  नहीं पहननी चाहिए
- नाखन कटे हए और साफ होने
- ड्यूटी शुरू करने से पहले बालों में अच्छी तरह से कंघी करनी चाहिए। यदि महिला सदस्यों के बाल कंधे की लंबाई से अधिक लम्बे हो तो
  उन्हें अपने बाल बांध कर रखने चाहिए। ड्यूटी पर होने पर आईडी कार्ड प्रदर्शित होना चाहिए
  क्योंकि ग्राहकों के लिए जवाबदेही महत्वपूर्ण है

7.3.1 विशिष्ट वर्दी दिशानिर्देश

क्र.सं.	विशेष रूप से पुरुषों के लिए	विशेष रूप से महिलाओं के लिए
1	निर्धारित यूनिफॉर्म साफ और इस्त्री की हुई होनी चाहिए।	जिन महिलाओं के बाल लंबे होते हैं, उन्हें इसे रबर बैंड या हेयर क्लिप से लगा कर रखना चाहिए और बालों को खुला नहीं रखना चाहिए।
2	जूते साफ और पॉलिश्ड होने चाहिए	उन्हें चमकीले रंग की नेल पॉलिश और लंबे नाखूनों से बचना चाहिए क्योंकि वे ग्राहकों को विचलित करने या डिस्प्ले पर माल को नुकसान पहुंचाने का कारण बन सकते हैं।
3	बाल छोटे, साफ सुथरे होने चाहिए।	कम से कम, गैर-चमकदार आभूषण पहने जाने चाहिए।
4	क्लीन शेव लुक की उम्मीद की जाती है	लटकते हुए झुमके, शोरगुल वाली पायल और चूड़ियाँ फ्लोर पर नहीं पहननी चाहिए
5	दाढ़ी/मूंछों के मामले में उन्हें साफ-सुथरा और ट्रिम किया जाना चाहिए।	हल्का-फुल्का मेकअप लगाया जाना चाहिए (सिर्फ बहुत हल्के रंगों की लिप-स्टिक)
6	नाखूनों को नियमित अंतराल पर ट्रिम या काटा जाना चाहिए।	आधिकारिक घंटों के दौरान किसी भी प्रकार के झुमके, स्टड और ब्रेसलेट फ्लोर पर नहीं पहने जाने चाहिए।

7.3.1 शारीरिक मुद्रा

- कर्मचारियों को अपने हाथों को हर समय साफ रखने की जरूरत होती है क्योंकि वे ज्यादातर व्यापारिक माल को संभाल रहें होते है या ग्राहकों के संपर्क में होते हैं।

- शरीर की गंध और सांस की दुर्गंध को नियंत्रण में रखना ज़रूरी है क्योंकि उससे ग्राहक चिढ़ सकते हैं।
- दुकान के फ्लोर पर सादगी भरी और सीधी मुद्रा बनाए रखनी चाहिए।
- फ्लोर पर झुकना, जेब में हाथ रखना, कूल्हों पर हाथ रखना ग्राहक के लिए शिष्टापूर्वक नहीं है और इसलिए इससे बचना चाहिए।

लोगों को दूसरों से पहली बार मिलने पर उनका आकलन करने में बस कुछ ही सेकंड लगते हैं। दूसरा व्यक्ति
व्यक्ति उपस्थिति, बॉडी लैंग्वेज, तौर-तरीकों और किसी के कपड़े पहनने के तरीके के आधार पर एक राय बनाता है। हमेशा सकारात्मक व अच्छा प्रभाव बनाने के लिए निम्नलिखित बातों का पालन करें:

- हमेशा
- वास्तविक बने रहें और आराम से रहें
- अपने आप को उचित रूप से प्रस्तुत करें और हमेशा
-
- मुस्कुराएं
-
- विनम्र और चौकस रहें

7.3.1 सकारात्मक शारीरिक भाषा

किसी भी व्यक्ति से पहली बार मिलते समय हमेशा याद रखें कि आपको न सिर्फ सकारात्मक बातें करनी चाहिए बल्कि आपकी शारीरिक भाषा (बॉडी लैंग्वेज) भी सकारात्मक होनी चाहिए। सकारात्मक शारीरिक भाषा के लिए कुछ टिप्स इस प्रकार हैं:

- अपनी जेब में हाथ ना डालें। अपने हाथों को अपनी जेब से बाहर रखें। जेब में हाथ डालने से लगता है कि हम खुद को लेकर असहज और अनिश्चित हैं। अपने हाथों को खुला रखना आत्मविश्वास को दर्शाता है और यह दिखाता है कि लोगों के पास छिपाने के लिए कुछ नहीं है।

- स्वभाव में चंचलता न रखें। अस्थिरता घबराहट का एक स्पष्ट संकेत है। जो व्यक्ति स्थिर नहीं रह सकता वह एक चिंतित, तनावग्रस्त और आत्मविश्वास की कमी वाला व्यक्ति है। अपने हावभाव को शांत और नियंत्रण में रखें।
- हमेशा सामने देखें। यह दर्शाता है कि आप दूसरे के साथ संचार-संवाद में रुचि रखते हैं।
- अपने कंधों को पीछे करके सीधे खड़े रहें। यह आत्मविश्वास को दर्शाता है।
- बड़े कदमों से चलें। यह आपको उद्देश्यपूर्ण दिखाता है और एक व्यक्तिगत शांति को सुझाता है और आत्मविश्वास को दर्शाता है।

- दृढ़ता से हाथ मिलाना (फर्म हैंडशेक)। लोगों से डर के हाथ मिलाने के बजाए उनका हाथ मजबूती से और

आत्मविश्वास से पकड़ें। दृढ़ता हाथ मिलाने में गर्मजोशी और उत्साह लाती है। लेकिन ध्यान रखें

- दूसरे लोगों से मिलते समय अपनी बाहों को क्रॉस करके न रखें। यह एक
- प्रशंसा दिखाने के लिए स्पर्श का

7.3.1 व्यक्तिगत स्वच्छता

व्यक्तिगत स्वच्छता क्या है?

व्यक्तिगत स्वच्छता किसी के स्वास्थ्य को बनाए रखने के लिए पालन किए जाने वाले आचरणों का समूह है। उच्च स्तर की व्यक्तिगत स्वच्छता बनाए रखने से संक्रमण होने की संभावना को कम करते हुए आत्म-सम्मान बढ़ाने में मदद मिलेगी। खराब व्यक्तिगत स्वच्छता का नौकरी के आवेदनों की सफलता या पदोन्नति की संभावना पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ सकता है।

चित्र 7.3.1: व्यक्तिगत स्वच्छता के लिए अच्छी आदतें

7.3.1 शारीरिक स्वास्थ्य

इन स्वच्छता आचरणों का पालन करने के अलावा, व्यक्ति को शारीरिक रूप से भी स्वस्थ होना चाहिए। फिजिकल फिटनेस नियमित व्यायाम का परिणाम है। व्यायाम कई तरह का हो सकता है जैसे टहलना, सुबह की सैर, वेट-लिफ्टिंग, जिम, तैराकी, साइकिल चलाना, योग और बहुत कुछ।

फिजिकल फिटनेस के लाभ

- यह शरीर के सही वजन को बनाए रखता है।
- यह बीमारियों के खतरे को कम करता है।
- यह आत्मविश्वास और आत्म सम्मान को बढ़ाता है।
- यह तनाव, चिंता और अवसाद (डिप्रेशन) को कम करता है।

पौष्टिक भोजन/खाना

हम स्वच्छ आचरणों का पालन कर सकते हैं और नियमित रूप से व्यायाम कर सकते हैं, लेकिन हम जो खाते हैं उसका हमारे स्वास्थ्य पर सबसे अधिक प्रभाव पड़ता है। स्वस्थ रहने के लिए स्वस्थ खाना जरूरी है। लेकिन स्वस्थ खाने से हमारा क्या मतलब है?
स्वस्थ, संतुलित आहार खाने से हमारे शरीर को पोषक तत्व मिलते हैं। ये पोषक तत्व हमें ऊर्जा देते हैं; हमारे मस्तिष्क को सक्रिय रखते हैं और हमारी मांसपेशियों को कार्यरत रखते हैं।

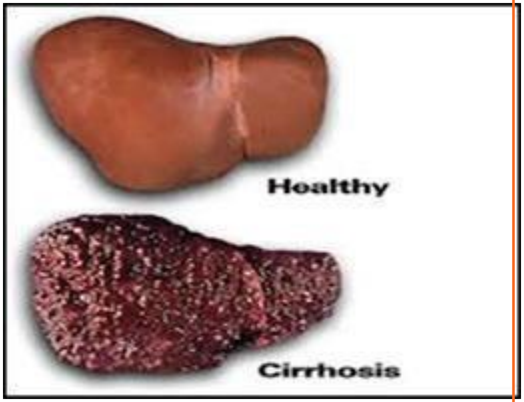
स्वस्थ खाने की आदतें क्या हैं?

- हमेशा घर का पका हुआ खाना खाने की कोशिश करें
- तैलीय भोजन से बचें
- हमेशा ताजा खाना बनाएं और खाएं
- जंक फूड जैसे बर्गर, कार्बोनेटेड ड्रिंक आदि से परहेज करें।
- नियमित रूप से फल खाएं
- खूब पानी पिएं

परहेज करने योग्य बातें

कुछ आदतें ऐसी होती हैं जिनका स्वास्थ्य पर गंभीर प्रभाव पड़ता है। स्वस्थ जीवन के लिए ऐसी आदतों से बचना चाहिए।

शराब



यह वह प्रवृत्ति है जिसके दौरान व्यक्ति कठिनाइयों का प्रबंधन करने या

अस्वस्थ महसूस करने से बचने के लिए शराब का सेवन करता है।

शराब में शरीर के साथ-साथ मस्तिष्क के लगभग हर अंग को बाधित करने की क्षमता होती है। शराब का अनियंत्रित सेवन न सिर्फ पीने वाले के स्वास्थ्य बल्कि मानवीय संबंधों और सामाजिक प्रतिष्ठा को भी प्रभावित करता है।

चित्र 7.3.2: शराब से प्रभावित लीवर

इसके प्रभाव:

- स्वास्थ्य से हृदय रोग, कैंसर, बिगड़ा हुआ प्रतिरक्षा प्रणाली, यकृत संक्रमण (सिरोसिस) आदि का खतरा बढ़ जाता है।
- काम में ध्यान कम होना और प्रदर्शन में गिरावट आना
- सामाजिक और आर्थिक स्थिति में गिरावट आना
- विदड्रॉल के लक्षण जैसे चिंता, कम्पन, थकान, सिरदर्द और अवसाद आदि।

तंबाकू

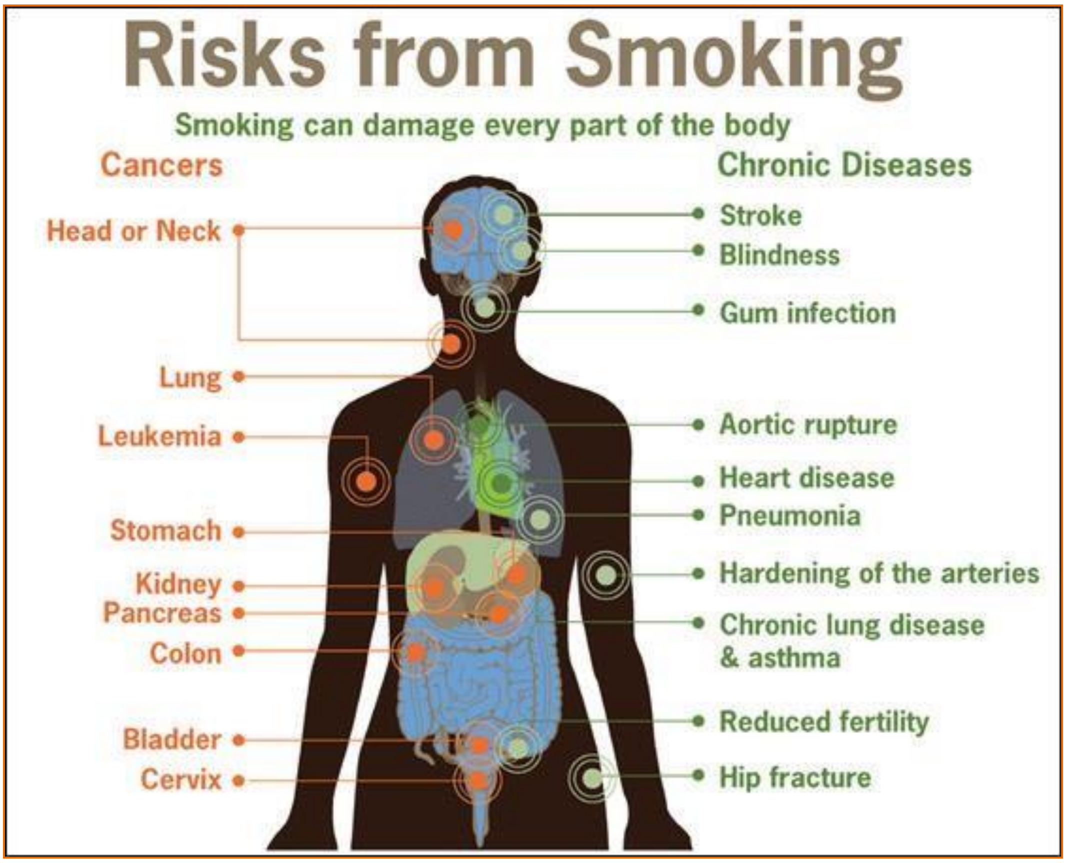
तंबाकू दुनिया में मौत का दूसरा सबसे बड़ा कारण है। यह हर छह सेकंड में एक मौत का कारण बनता है। धूम्रपान किसी पदार्थ को जलाने और उससे निकलने वाले धुएं को अंदर लेने की पद्धति है। आम धूम्रपान उपकरणों में सिगरेट, बीड़ी, हुक्का और पाइप शामिल हैं। एक रिपोर्ट के अनुसार दुनिया भर में हर साल 4.9 मिलियन लोगों की मौत धूम्रपान के कारण होती है। धूम्रपान फेफड़ों के कैंसर का प्रमुख कारण है। एक अध्ययन के अनुसार धूम्रपान करने वाले पुरुष अपने जीवन के औसतन 13.2 वर्ष खो देते हैं जबकि एक धूम्रपान करने वाली महिला

अपने जीवन के 14.5 वर्ष खो देती है। धूम्रपान न करने वालों की तुलना में धूम्रपान करने वालो में हृदय रोगों की संभावना 50% बढ़ जाती है।

चबाने वाला तंबाकू एक ऐसा उत्पाद है जिसका एक हिस्सा गाल और ऊपरी मसूड़े या ऊपरी होंठ के दांतों के बीच रखकर और चबाकर खाया जाता है। तंबाकू खाने से मुंह के कैंसर का खतरा बढ़ जाता है।

इसके प्रभाव:

- यह मुंह के कैंसर का सबसे बड़ा कारण है जो मुंह, जीभ, गाल, मसूड़ों और होंठों को प्रभावित करता है
- तंबाकू चबाने से व्यक्ति के स्वाद और सूंघने की क्षमता कम हो जाती है
- धूम्रपान करने वालों को फेफड़ों के कैंसर से पीड़ित होने का अधिक खतरा होता है



चित्र 7.3.3: धूम्रपान से होने वाले जोखिम

गुटखा

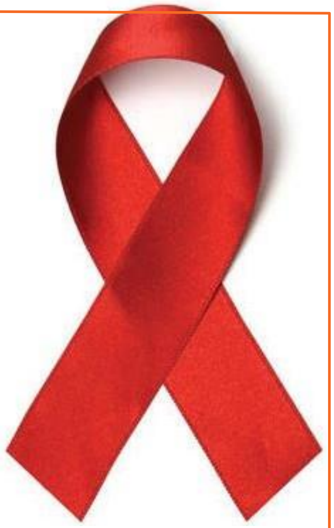
गुटखे की लत बहुत ज़्यादा लग जाती है और यह एक स्वीकृत पदार्थ है। गुटखा के अधिक सेवन से भूख में कमी हो सकती है; तंबाकू से संबंधित विभिन्न समस्याओं के अलावा असामान्य नींद के पैटर्न और एकाग्रता की हानि जैसे प्रभाव पड़ते हैं। गुटखा खाने वाले के गंदे पीले नारंगी से लेकर लाल रंग के काले रंग के दागदार दांत अलग ही चमकते हैं। कभी-कभी सामान्य ब्रश करने से दाग नहीं हटते हैं और उसके लिए डेंटिस्ट के पास जाना पड़ता है। विश्व वयस्क तंबाकू सर्वेक्षण के अनुसार 53.5% भारतीय तंबाकू उत्पादों का उपयोग करते हैं। गुटखे के प्रत्येक पाउच में 4000 रसायन होते हैं, जिनमें से 50 रसायन, सुपारी, तंबाकू, स्वाद कैंसर का कारण बनते हैं।

स्वास्थ्य पर गुटखे का प्रभाव

- जीभ में संवेदना की हानि
- मुंह का विकृत हो जाना
- गर्मी, मसाले, ठंड और मसालों के प्रति संवेदनशीलता में वृद्धि हो जाना
- मुंह खोलने में दिक्कत आना
- सूजन, गांठ, मसूड़ों पर या मुंह के अंदर अन्य जगहों पर खुरदुरे धब्बे हो जाना

- मुंह में अस्पष्टीकृत खून आना
- निगलने में कठिनाई होना और अंत में मुंह का

7.3.1 एड्स/एचआईवी जागरूकता



एड्स की फुल फॉर्म एक्वायर्ड इम्यूनो डेफिशियन्सी सिंड्रोम है। एड्स एचआईवी (ह्यूमन इम्यूनो डेफिशियन्सी सिंड्रोम) के कारण होता है। यह एचआईवी संक्रमण का अंतिम चरण है, यदि कोई व्यक्ति एचआईवी पॉजिटिव है, तो वह एड्स से पीड़ित है।

एक सर्वेक्षण के अनुसार भारत में एड्स रोगियों की संख्या 2 से 3.1 मिलियन के बीच है, जो एड्स के कुल रोगियों का लगभग 50% है। महिलाओं से ज्यादा पुरुष एचआईवी पॉजिटिव हैं। कुल 0.29% महिलाएं एड्स से पीड़ित हैं

चित्र 7.3.4: एड्स

जागरूकता रिबन से एड्स जबकि 0.43% पुरुष पीड़ित हैं।

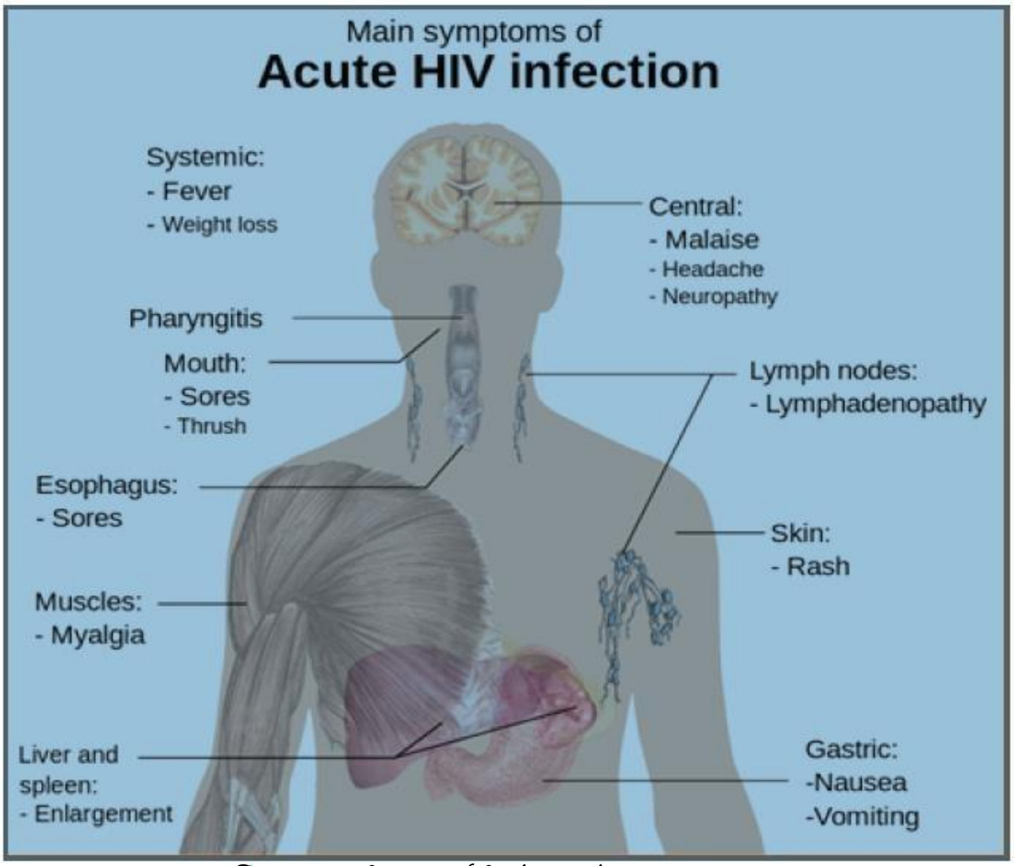
एड्स निम्नलिखित द्वारा संचारित होता है :

- असुरक्षित यौन संबंध बनाने से
- दूषित रक्त आधान से
- इस्तेमाल की हुई सुईयों से
- संक्रमित मां से उसके बच्चे को

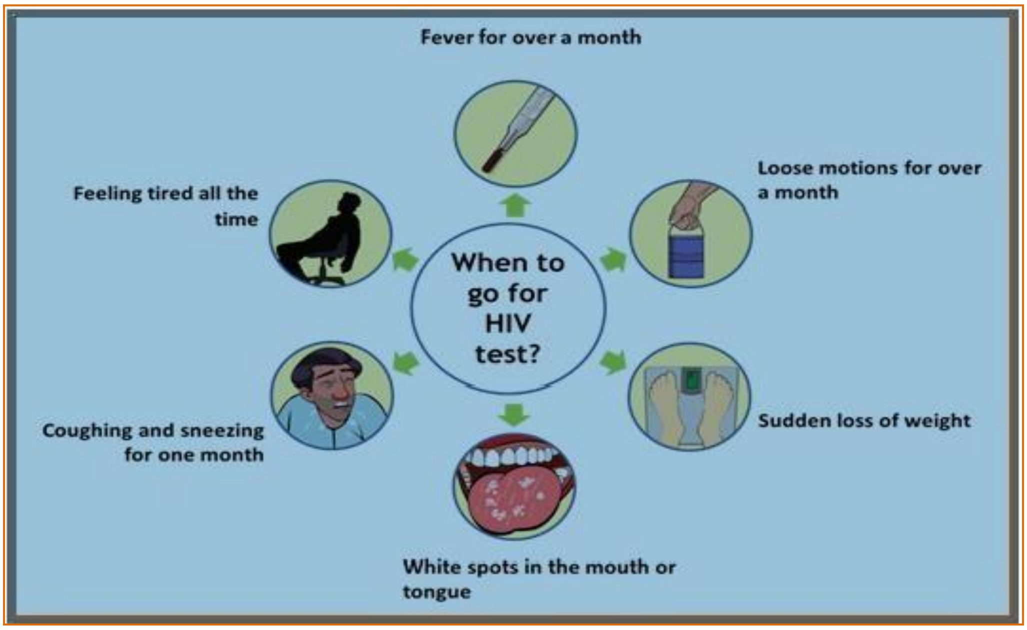
भारत में किए गए अध्ययनों के अनुसार एचआईवी/एड्स मुख्य रूप से यौनकर्मियों के साथ असुरक्षित संबंध बनाने से होता है। देश में करीब 86 फीसदी एचआईवी की घटनाएं असुरक्षित यौन संबंध से होती हैं। प्रवासी कामगार, ट्रक ड्राइवर और पुरुषों के साथ यौन संबंध रखने वाले अधिकांश पुरुष अपने पति या पत्नी और अजन्मे बच्चों को संक्रमित करने का अधिक जोखिम रखते हैं। एड्स का 31% हिस्सा 18-29 आयु वर्ग के लोग हैं।

एड्स के लिए अभी तक कोई दवा या टीका उपलब्ध नहीं है। बाजार में जो इलाज और दवाएं उपलब्ध हैं, वे महंगी हैं और उनके दुष्प्रभाव भी हैं।

एड्स कैंसर या मलेरिया जैसी बीमारी नहीं है, बल्कि एक ऐसी स्थिति है जो किसी व्यक्ति की बीमारियों (प्रतिरक्षा प्रणाली) से लड़ने की क्षमता को कमजोर कर देती है। एड्स न सिर्फ आपको प्रभावित करता है, बल्कि आपके परिवार और दोस्तों पर भी गंभीर प्रभाव डालता है। केवल एक गलती एचआईवी पॉजिटिव होने के लिए काफी है।



चित्र 7.3.5: तीव्र एचआईवी संक्रमण के मुख्य लक्षण



चित्र 7.3.6: तीव्र एचआईवी संक्रमण के सामान्य लक्षण

वफादार रहे

- भारत में बड़ी संख्या में लोग काम के लिए एक जगह से दूसरी जगह
- क्या आप उनमे से एक है?
- अपना ध्यान रखें। देखें कि कहीं आपको एड्स का कोई संक्रमण तो नहीं है।
- यहां तक कि यौन कर्मी के पास केवल एक बार जाने से भी एचआईवी संक्रमण हो सकता है।
- इसलिए यह सलाह दी जाती है कि कई यौन-साथी रखने से बचें और संभोग के दौरान हमेशा

एड्स निम्नलिखित के माध्यम

- साथ बैठने
- एक साथ काम करने से
- गले लगाने से
- हाथों को छूने से
- मच्छर के
- काटने से लार
- या खांसी का

यूनिट 7.4: पारस्परिक कौशल विकास

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित

- सकारात्मक दृष्टिकोण और व्यवहार विकसित करना
- लक्ष्य निर्धारण को समझना
- काम पर टीम की भागीदारी को प्रेरित करें।
- रिश्तों को मैनेज करना सीखें।
- तनाव और क्रोध प्रबंधन कौशल के बारे में जानें।
-

7.4.1 परिचय

पारस्परिक कौशल विकास दिन-प्रतिदिन के जीवन के विभिन्न लक्षणों का मिश्रण है जो दूसरों के मन में हमारी छाप बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह अंदर से शुरू होता है। पारस्परिक कौशल विकास की भूमिका का कार्य हमें यह समझने में मदद करना है कि हम हमारे दृष्टिकोण और कार्यों के बारे में चुनाव कैसे करें। यह हमें समझने में सक्षम बनाता है:

- अभी हम कहा है?
- परिवर्तन और विकास सफलतापूर्वक कैसे होता
- हम अपने मनचाहे परिणाम पाने के लिए और काम और निजी जीवन मे अधिक प्रभावी होने के लिए अपना दृष्टिकोण कैसे बदल सकते हैं?

उपयुक्त विकल्प और प्रतिक्रियाएं बनाकर हम अपनी नौकरी और उनके पर्यावरण के कई पहलुओं पर नियंत्रण करना सीख सकते हैं।

इनमें विभिन्न लक्षण शामिल हैं

- सकारात्मक
- प्रेरणा (मोटिवेशन)
-

- टीम वर्क
- संबंधों का प्रबंधन
- शिष्टाचार
- तनाव और क्रोध प्रबंधन
- मतभेद का समाधान

7.4.1 सकारात्मक दृष्टिकोण

रवैया क्या है?

- हमारा
- स्थितियों और दूसरों के प्रति हमारा दृष्टिकोण...
- हम दूसरों के प्रति जो भावनाएँ व्यक्त करते हैं। हमारा
- नजरिया सकारात्मक और आशावादी होना चाहिए।

याद रखें:

- किस्मत उनका साथ देती है जो खुद की मदद करते हैं
- चीजों के घटित होने का इंतजार न करें उन्हें खुद करें
- नकारात्मक प्रभावों से दूर रहें अपने दिन की शुरुआत
- एक सकारात्मक सोच के साथ करें
- उन चीजों को पसंद करना सीखें जिन्हें करने की आवश्यकता है
- सकारात्मक दृष्टिकोण निम्नलिखित तरीकों से दिखता है:
- रचनात्मक बातें रचनात्मक सोच
- लक्ष्यों को प्राप्त करने की प्रेरणा और ऊर्जा।
- खुशी का एक तरीका

सकारात्मक दृष्टिकोण से खुशी के साथ-साथ सफलता भी मिलती है। सकारात्मकता न केवल आपको और आपके दुनिया को देखने के तरीके को प्रभावित करती है, बल्कि यह काम के माहौल और आपके आसपास के लोगों को भी प्रभावित करती है।

गाजर, अंडे और कॉफी बीन्स की कहानी

राजू एक कारखाने में सुपरवाइज़र के रूप में कार्य करता है। वह अपनी नौकरी से खुश नहीं है। एक दिन उसने अपने बुजुर्ग मित्र प्रशांत से अपनी निराशा के बारे में बात करता है, जो कारखाने के कर्मचारियों के लिए एक छोटी सी कैंटीन चलाता है। उसने कहा "प्रशांत मैं अपने काम से संतुष्ट नहीं हूं। फैक्ट्री में कई तरह की दिक्कतें हैं। अगर मैं एक समस्या को हल करता हूं, तो दूसरी समस्या आ जाती है । ऐसा लगता है कि समस्याएं कभी खत्म नहीं होतीं। मैं काफी तंग आ चुका हूं और नौकरी छोड़ना चाहता हूं।"

प्रशांत ने कुछ नहीं कहा। उसने चुपचाप तीन बर्तन चूल्हे पर पानी के साथ रख दिए। उसने एक बर्तन में कुछ गाजर, दूसरे में कुछ अंडे और तीसरे बर्तन में कॉफी बीन्स डाल दीं। बर्तनों में पानी उबलने लगा। राजू ने सोचा कि क्या हो रहा है! "ओह, यहाँ मैं अपनी परेशानी के बारे में बता रहा हूँ , और यह अनपढ़ रसोइया अपने बिजनेस के बारे में बता रहा है!"

कुछ देर बाद, प्रशांत ने स्टोव बंद किया और गाजर, अंडे और बीन्स को अलग-अलग प्यालों में रख दिया। फिर उसने कहा, "मेरे दोस्त, तुम यहाँ क्या देख रहे हो?" "गाजर, अंडे और कॉफी", राजू ने चिढ़कर कहा। "बेशक! अब आओ और उन्हें एक-एक करके महसूस करो", प्रशांत ने कहा। "हे भगवान!

आप क्या साबित करना चाहते हैं?" राजू ने अपने गुस्से पर काबू करते हुए पूछा। "गाजर नरम हो गए हैं। इसके नरम खोल के अंदर अंडे को सख्त उबाला जाता है और कॉफी सुगंध में प्रबल होती है। "बिल्कुल" प्रशांत ने कहा, "उनमें से प्रत्येक ने एक ही डिग्री की गर्मी का सामना किया, लेकिन प्रत्येक ने अलग तरह से प्रतिक्रिया दी। गाजर जो पहले इतनी सख्त थीं, नरम और कमजोर हो गईं। अंडा अपने पतले बाहरी खोल के साथ नाजुक था, लेकिन उबालने के बाद यह सख्त हो गया और भीतरी तरल भाग उबला हुआ सख्त हो गया। लेकिन कॉफी बीन्स अद्‌वितीय हैं। पानी में उबालने के बाद, वे प्रबल और खुशबूदार हो गई । तो मेरे दोस्त, मुझे बताओ, क्या आप गाजर, अंडा या कॉफी बीन हैं?

आप कठिन परिस्थितियों का कैसे जवाब देते हैं? क्या आप उस गाजर की तरह हैं जो दिखने में कठिन है लेकिन थोड़ी सी कठिनाई आने से कमजोर और मुलायम हो जाती है? क्या आप नरम दिल से पैदा हुए अंडे हैं, लेकिन कठिन या कड़वे अनुभव के बाद सख्त और मजबूत हो गए हैं? या आप उस कॉफी बीन की तरह हैं जो मजबूत और सख्त हो जाती है और अत्यधिक प्रतिकूल परिस्थितियों या कठिनाई में अपने चरम पर पहुंच जाती है?

जब चीजें बदत्तर होती हैं, तो तुम बेहतर हो जाते हो।

"धन्यवाद प्रशांत। तुमने मेरी आँखें खोल दीं। मैं प्रयास करूंगा और अपना सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करूंगा।"

7.4.1 लक्ष्य निर्धारण

अपने आदर्श भविष्य पर विचार करने के लिए लक्ष्य निर्धारण एक शक्तिशाली तरीका है। लक्ष्य निर्धारित करने की विधि आपको यह तय करने में मदद करती है कि आप जीवन में कहाँ जाना चाहते हैं।

लक्ष्य निर्धारण में विशिष्ट, औसत दर्जे के, प्राप्त करने योग्य, यथार्थवादी और समय लक्षित लक्ष्य की स्थापना शामिल है। लक्ष्य निर्धारण व्यक्तियों को अपने स्वयं के उद्देश्यों की दिशा में काम करने में मदद करता है। लक्ष्य एक प्रकार की प्रेरणा है जो प्रदर्शन के साथ आत्म-संतुष्टि के लिए मानक निर्धारित करती है।

अपने लिए लक्ष्य प्राप्त करना सफलता का एक पैमाना है और नौकरी की चुनौतियों को पूरा करने की क्षमता होना कार्यस्थल में सफलता को मापने का एक तरीका है। स्मार्ट लक्ष्य निर्धारित करें:

- एस : विशिष्ट (स्पेसिफिक)
- एम: निर्धारणीय (मैज़रेबल)
- ए: प्राप्ति (अटेन्मेन्ट)
- आर: प्रासंगिक (रेलेवेंट)
- टी: समयबद्ध (टाइम बाउंड)

निम्नलिखित की पहचान करें:

- आप क्या हासिल करना चाहते हैं,
- आपको अपने प्रयासों को कहां केंद्रित करना है
- उन विकर्षणों की भी पहचान करें जो आपको भटका सकते हैं।

पहले अपने सपनों की एक "बड़ी तस्वीर" बनाएं (अगले 10 साल तक की):

- उन बड़े पैमाने के लक्ष्यों को पहचानें जिन्हें आप अभी हासिल करना चाहते हैं।
- फिर इन्हें छोटे-छोटे लक्ष्यों में तोड़ें, जिन्हें आपको अपने जीवन के लक्ष्यों में सफल होने के लिए प्राप्त करना है।
- एक बार जब आप अपनी योजना बना लेते हैं, तो आप इन लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए उस पर काम करना शुरू कर देते हैं।
-

एक व्यक्ति के लिए लक्ष्य निर्धारित करना महत्वपूर्ण है क्योंकि:

- लक्ष्य होने से ध्यान बहुत कम चीज़ों पर केंद्रित होता है और हम लक्ष्य से संबंधित गतिविधियों के लिए सीधे प्रयास कर पाते हैं।
- लक्ष्य अधिक प्रयास की ओर ले जाते हैं।
- यदि कोई लक्ष्य का पीछा कर रहा है तो वह असफलताओं के माध्यम से काम करता है।
- यह व्यक्तियों के व्यवहार को विकसित और परिवर्तित करता है।

लक्ष्यों का वर्गीकरण

अपने जीवन के सभी महत्वपूर्ण क्षेत्रों का व्यापक संतुलन बनाए रखने के लिए अपने जीवन की सभी महत्वपूर्ण श्रेणियों में लक्ष्य निर्धारित करें जैसे:

- **करियर:**आप अपने करियर में किस स्तर तक पहुंचना चाहते हैं या आप कहां पहुंचना चाहते हैं

- **वित्तीय:**आप किस उम्र तक, कितना कमाना चाहते हैं? यह आपके करियर के लक्ष्यों से कैसे संबंधित है?
- **शिक्षा:**क्या कोई विशिष्ट ज्ञान है जिसे आप जीवन में प्राप्त करना चाहते हैं? अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए आपको कौन सी जानकारी और कौशल प्राप्त करने की आवश्यकता है?
- **परिवार:**आप अपने जीवनसाथी और परिवार के सदस्यों के सामने कैसे दिखना चाहते हैं?
- **स्वास्थ्य:**क्या आप अपने बुढ़ापे में स्वस्थ रहना चाहते हैं? आप इसे हासिल करने के लिए क्या योजना बना रहे हैं?
- **लोक सेवा:**यदि आप दुनिया को बेहतर बनाना चाहते हैं, तो आप क्या करेंगे?

7.4.1 टीम की गतिशीलता

एक टीम एक सामान्य उद्देश्य से जुड़े लोगों के समूह से बनी होती है। टीमों को विशेष रूप से कठिन कार्यों के संचालन के लिए बनाया जाता है। टीम एक उदाहरण है जहां लोग एक लक्ष्य साझा करते हैं। यह टीम के सदस्यों के बीच एक गतिशील बंधन बनाता है क्योंकि वे सफलता के लिए एक दूसरे पर निर्भर होते हैं। उदाहरण के लिए एक स्पोर्ट्स टीम समग्र रूप से जीतती है या हारती है।

टीम के सदस्यों को सीखने को

- एक दूसरे की सहायता कैसे करें
- उनकी वास्तविक क्षमता का एहसास करें
- ऐसा माहौल तैयार करें जो प्रत्येक सदस्य को अपनी क्षमता से परे काम करने के लिए सुगम

टीम डायनेमिक्स के कारक

- सहिष्णुता और सहभागिता
- जाति, पंथ, पेशे की भावनाओं को अलग रखें
- एक दूसरे का साथ रखें
- प्रत्येक की शक्तियों को
- पहचानें कौन क्या कर

एक टीम में, व्यक्तिगत लाभ के लिए कोई जगह नहीं है और निश्चित रूप से विश्वासघात के लिए। एक टीम में:

- एक अकेला व्यक्ति एक बड़े कार्य को अकेले ही प्राप्त नहीं कर सकता
- सामूहिक प्रयास से, टीमों के माध्यम से ही बड़े और कठिन कार्य पूरे किए जा सकते हैं।

- एक टीम में, टीम के सदस्य अच्छे और बुरे समय में समान रूप से एक दूसरे के साथ खड़े रहते हैं।
- एक समान लक्ष्य की दिशा में मिलकर काम करें।
- कार्य को बाँटें और बोझ को साझा करें।
- मदद करें और दूसरों से मदद स्वीकार करें।

कहानी: छोटी मछलियाँ और बड़ी मछली

एक बार समुद्र में छोटी लाल मछलियों का झुंड रहता था। उनमें से एक थोड़ी अलग थी । उसका नाम स्विमी था और वह काले रंग की थी। स्विमी अपने समूह में सबसे तेज तैराक थी। मछली भोजन की तलाश में समुद्र में तैरती रहती। एक दिन जब वे दोपहर के भोजन की तलाश में व्यस्त थे, तो स्विमी जो दूसरों से बहुत आगे थे, उसने देखा की उनकी दिशा में एक बड़ी मछली आ रही है। बड़ी मछली भी अपने दोपहर के भोजन यानी छोटी मछली की तलाश कर रही थी । स्विमी डर गई ! यदि बड़ी मछलियाँ उनका समूह देख लेती, तो वे सब को खा जातीं। स्विमी ने कोई रास्ता निकालने के बारे में सोचा और जल्दी से एक योजना के साथ आई । वह झट से तैर कर वापस अपने समूह पर गयी और सभी मछलियों को बड़ी मछली के बारे में बताया और खुद को खाने से बचाने की अपनी योजना के बारे में भी बताया। जब बड़ी मछली करीब आई तो उसने देखा कि एक और भी बड़ी मछली उसकी दिशा में तैर रही है, जिसके विशाल जबड़े खुले हुए हैं। उसे देख कर बड़ी मछली डर गयी कि कहीं वह उसे न खा जाए, यह सोचकर बड़ी मछली वापस चली गई। अगर उसने ध्यान से देखा होता, तो उसे एहसास होता कि विशाल मछली वास्तव में सभी छोटी लाल मछली थी जो एक साथ बहुत करीब से तैर रही थी कि वे एक बड़ी मछली की तरह लग रही थीं। और नन्ही काली स्विमी, अलग बनाकर 'विशाल' मछली की आंख बन गई थी !

7.4.1 संबंधों का प्रबंधन

हम लोगों के अंदर अलग-अलग व्यक्तित्व, अलग-अलग इच्छाएं और कामनाएं होती हैं, और अपनी भावनाओं को दिखाने के अलग-अलग तरीके होते हैं जो हमारे आसपास के लोगों को प्रभावित करते हैं।

कार्यस्थल पर काम सीखने का लगभग 70% भाग अनौपचारिक है, एक बार जब लोग एक-दूसरे के साथ काम पर चर्चा करते हैं तो वे वास्तव में अपना काम बेहतर तरीके से करना सीखते हैं। दोस्ताना कर्मचारी प्रभावी संचारक होते हैं, नियोक्ता और सहकर्मी अधिक उत्पादक और भरोसेमंद होते हैं।

हमारे आसपास के लोगों के साथ संबंध सुधारने के लिए टिप्स:

- ध्यान दें कि आप लोगों के प्रति कैसे प्रतिक्रिया करते हैं जैसे कि क्या आप किसी निष्कर्ष पर पहुंचते हैं।

- ईमानदारी से देखें कि आप कैसे सोचते हैं और अन्य लोगों के साथ कैसे बातचीत यानी इंटरैक्ट करते हैं।
- काम के माहौल को देखें। क्या आप उपलब्धियों के लिए लोगों का ध्यान आकर्षित करना चाहते हैं या दूसरों को सकते हैं
- अपनी कमजोरियों को साहसपूर्वक स्वीकार करें और उन पर काम करें।
- अपने कार्यों की जवाबदेही लें।
- अगर आपको लगता है कि किसी को आपके द्वारा ठेस पहुंची है तो उस व्यक्ति से सीधे माफी मांगें।

7.4.1 शिष्टाचार

शिष्टाचार कुछ और नहीं बल्कि व्यक्तिगत और पेशेवर जीवन में अच्छे और स्वीकार्य माने जाने वाले व्यवहार को संचालित करने वाले नियम हैं। शिष्टाचार में निम्नलिखित शामिल हैं:

सकारात्मक प्रभाव बनाना

- सीधे खड़े रहें, आंखों से संपर्क बनाएं और जब वे बोल रहे हों तो लोगों की ओर मुड़ें और लोगों के साथ वास्तव में हसमुख रहें।
- संगठन द्वारा निर्धारित ड्रेस कोड का पालन करें।
- किसी से पहली बार मिलते समय हमेशा सौम्य दृढ़ता से हाथ मिलाएं।
- हर दिन काम पर हमेशा जल्दी पहुंचें।

आप लोगों के साथ कैसा व्यवहार करते हैं

- सोचें कि आप अपने पर्यवेक्षकों और सहकर्मियों के साथ कैसा व्यवहार करते हैं।
- कार्यस्थल पर लोगों का मूल्यांकन न करें। प्रत्येक व्यक्ति का समान रूप से सम्मान करें।
- कार्यस्थल पर लोगों के व्यक्तिगत स्थान का सम्मान करें।

कार्यक्षेत्र में संचार

- कार्यक्षेत्र को पेशेवर और साफ-सुथरा रखें।
- कार्यस्थल पर अन्य लोगों को बाधित न करें।
- व्यक्तिगत कॉल्स को सीमित करें, खासकर जब आप किसी निर्माण इकाई में काम कर रहे हों।

- निर्दिष्ट क्षेत्रों में ही खाएं और धूम्रपान करें अन्यथा इससे अन्य लोग परेशान हो सकते हैं।

कार्य शिष्टाचार व्यक्ति को अत्यधिक काम के माहौल में स्थितियों को संभालने के दौरान व्यवहार करने का एक तरीका बताता है, चाहे जो भी मामूली स्थिति हो। यह सहकर्मियों के साथ सह-कार्यकर्ता बातचीत और संचार पर भी लागू होता है।

कार्य नैतिकता

कार्य नैतिकता कड़ी मेहनत और सावधानी पर आधारित मूल्य है। कार्य नैतिकता में शामिल हैं:

- **अनुशासन:**हर दिन अपने कार्यों को पूरा करने के लिए एक निश्चित स्तर की प्रतिबद्धता की आवश्यकता होती है। केवल अनुशासन से ही व्यक्ति अपने लक्ष्यों पर स्थिर रह सकता है और अपने कार्य को पूरा करने के लिए दृढ़संकल्पित रह सकता है।
- **काम के प्रति प्रतिबद्धता:**काम के प्रति प्रतिबद्धता की एक मजबूत भावना एक व्यक्ति के काम करने के तरीके और उसके द्वारा किए जाने वाले काम की मात्रा को प्रभावित करती है। जब एक कार्यकर्ता काम करने के लिए प्रतिबद्ध होता है तो वह समय पर आता है, अपना सर्वश्रेष्ठ प्रयास करता है और परियोजनाओं को अपनी पूरी क्षमता से पूरा करता है।
- **समय की पाबंदी:**यह दर्शाता है कि आप अपने काम के प्रति समर्पित हैं, काम में रुचि रखते हैं और जिम्मेदारी संभालने में सक्षम हैं। समय का पाबंद होना आपकी व्यावसायिकता और काम के प्रति प्रतिबद्धता को दर्शाता है।
- **स्वामित्व और जिम्मेदारी:**एक कर्मचारी की नौकरी के सभी पहलुओं में स्वामित्व और जिम्मेदारी निहित है। सहकर्मी ईमानदार प्रतिक्रिया देने वाले कर्मचारियों की क्षमता को महत्व देते हैं। पर्यवेक्षक उच्च नैतिक मानकों पर भरोसा करते हैं और भरोसा करते हैं कि वे समस्याएं पैदा नहीं करेंगे और जिम्मेदार हैं।
- **उत्कृष्टता के लिए प्रयास करना:**अपने क्षेत्र के नए विकास और जानकारी से खुद को अपडेट रखें। अपने करियर को ऊपर उठाने के लिए आवश्यक नए कौशल, तकनीक, तरीके सीखें। अच्छी कार्य नीति का प्रदर्शन करने वाले श्रमिकों को आमतौर पर उच्च पदों, बढ़ी हुई जिम्मेदारी के साथ-साथ पदोन्नति के लिए चुना जाता है। अच्छे कार्य नैतिकता का प्रदर्शन नहीं करने वाले श्रमिकों को अक्षम माना जा सकता है और वे वेतन के लिए नियोक्ता को उचित मूल्य प्रदान करने में विफल हो सकते हैं।

7.4.1 तनाव और क्रोध प्रबंधन

क्रोध एक सामान्य और स्वस्थ भावना है। क्रोध प्रबंधन उन लोगों के लिए महत्वपूर्ण हो सकता है जिन्हें इसे नियंत्रण में रखना मुश्किल लगता है। अनसुलझे क्रोध से संबंधित कई स्वास्थ्य समस्याएं हैं जैसे दिल का दौरा, उच्च रक्तचाप, चिंता, अवसाद, सर्दी और फ्लू / बुखार और पाचन संबंधी समस्याएं आदि ।

यदि आपका दिल तेजी से धड़कता है और आप तेजी से सांस लेते हैं, आपके कंधे में तनाव है या आपने अपनी मुट्ठियां बंद कर रखी हैं, तो सावधान रहें क्योंकि आपका शरीर गुस्से का संकेत दे रहा है, अपने आप को शांत करने के लिए कदम उठाएं। एक बार जब आप गुस्से के संकेतों को पहचानने में सक्षम हो जाएंगे तो आप अपने आप को शांत कर सकते हैं।

हमेशा याद रखें:

- अनावश्यक तनाव से बचें, ना कहना सीखें और अपने वातावरण पर नियंत्रण रखें
- अपनी भावनाओं को बढ़ाने के बजाय व्यक्त करें।
- उन चीजों को स्वीकार करें जिन्हें आप बदल नहीं सकते।
- क्षमा करना सीखें।
- क्रोध और खतरे में कोई ज्यादा बड़ा अंतर नहीं है क्रोध जीवन को नष्ट कर सकता है, रिश्तों को नष्ट कर सकता है खुद को दूसरों की जगह पर रख कर देखें।
- तुरंत प्रतिक्रिया न करें

7.4.1 संघर्ष समाधान

मतभेद क्या है?

एक समस्या या स्थिति जिसे समझना या उससे निपटना मुश्किल हो सकता है।

हमें मतभेद को हल करने की आवश्यकता क्यों है?

- यदि किसी समस्या का सही समय पर हल या समाधान नहीं किया गया तो यह नियंत्रण से बाहर जा सकती है
- एक अनसुलझी समस्या कैंसर की तरह हो सकती है जो जीवन के अन्य सभी क्षेत्रों में फैल सकती है और परिवर्तित हो सकती है
- अनसुलझी समस्याएं कड़वाहट और निराशा के स्तर को बढ़ा सकती हैं यह बुरी
- आदतों को बढ़ावा दे सकती है जैसे पीठ पीछे बुराई करना, चुगली करना आदि।
- मतभेद में शामिल व्यक्ति अपना ध्यान खो सकते हैं और बदले जा सकने वाले विशिष्ट व्यवहार के बजाय एक-दूसरे के चरित्र को लक्षित कर सकते हैं।

मतभेद का समाधान कैसे करें?

- **रुकें**. . . इससे पहले कि आप अपना आपा खो दें और मतभेद को बदतर बना दें।
- **कहें**. . . आपको क्या लगता है कि समस्या क्या है। असहमति का कारण क्या है? आपको क्या पसंद है?
- **सुनें**. . . दूसरों के विचारों और भावनाओं को सुनें।
- **सोचें**. . ऐसा समाधान जो दोनों पक्षों को संतुष्ट करते हैं।

यदि आप अभी भी सहमत नहीं हो सकते हैं, तो इसे हल करने में किसी और की मदद लें।

7.4.1 नेतृत्व कौशल

प्रभावी ढंग से नेतृत्व करने की क्षमता विभिन्न प्रकार के प्रमुख कौशलों पर निर्भर करती है। नियोक्ताओं द्वारा इन कौशलों की अत्यधिक मांग की जाती है क्योंकि इनमें कई लोगों को इस तरह से प्रबंधित करना, प्रेरित करना, उत्साहित करना और सम्मान का निर्माण करना शामिल है। कुछ गुण जो हर अच्छे नेता में होने चाहिए:

- **ईमानदारी:**यदि आप ईमानदार और नैतिक व्यवहार को एक महत्वपूर्ण मूल्य बनाते हैं तो आपकी टीम आपकी राह पर चलेगी।
- **प्रत्यायोजित करने की क्षमता:**उपयुक्त व्यक्ति में से किसी एक को कार्य सौंपना सबसे महत्वपूर्ण कौशलों में से एक है जिसे विकसित करने की आवश्यकता है। प्रत्यायोजन की कुंजी टीम की मुख्य शक्तियों की पहचान करना और उनका लाभ उठाना है।
- **अच्छा संचार कौशल:** स्पष्ट रूप से संवाद करने में सक्षम होना काफी महत्वपूर्ण है।
- **आत्मविश्वास:**इससे कठिन समय में भी टीम का मनोबल ऊंचा रहता है।
- **प्रतिबद्धता:** यदि आप उम्मीद करते हैं कि आपकी टीम कड़ी मेहनत करेगी और गुणवत्तापूर्ण सामग्री तैयार करेगी तो आपको उसका एक उदाहरण पेश करना चाहिए।
- **सकारात्मक दृष्टिकोण:**टीम को कंपनी की निरंतर सफलता के लिए प्रेरित करते रहना।
- **रचनात्मकता:**महत्वपूर्ण परिस्थितियों के दौरान कार्रवाई के निर्धारित पाठ्यक्रम को प्राथमिकता देने के बजाय आउट ऑफ़ द बॉक्स समाधान सोचना महत्वपूर्ण है।
- **निर्णायक बनें:**अप्रत्याशित के लिए योजना बनाएं और आपको कुछ भी आश्चर्यचकित नहीं करेगा। यदि आपने सोचा है कि किसी विशेष कार्य में चीजें गलत हो जाती हैं तो आप आवश्यक होने पर सुधारात्मक कार्यों पर आत्मविश्वास से निर्णय लेने में सक्षम होंगे।
- **बड़े लक्ष्य पर ध्यान केंद्रित करें:**अपने विभाग के लिए भविष्य की रणनीतियों की योजना बनाएं और उन्हें पर्यवेक्षकों और कर्मचारियों के सदस्यों को बताएं। यथार्थवादी और निर्धारणीय व्यक्तिगत और टीम के लक्ष्य निर्धारित करें और बड़े लक्ष्य के संदर्भ में अपनी अपेक्षाओं को संप्रेषित करें।

नेता कैसे बनें:

- अवसरों पर कार्रवाई करने के लिए पहल का प्रयोग करें। सबसे आगे बढ़ें, इससे पहले कि दूसरे लोग आपको
- स्वयं के उद्देश्यों की जिम्मेदारी लें, प्राथमिकताएं
- दूसरों पर थोपने की बजाय मामले को सुलझाने का प्रयास करें।
- कार्य करने के लिए कहे जाने पर अतिरिक्त कार्य करें । अपने नौकरी विवरण से
- परे जाएं। उत्साह दिखाएँ ।
- मुद्दों का स्वामित्व लें। संभावित मुद्दों का अनुमान लगाएं, प्री-एम्प्टिव कार्रवाई करें और
- चीजों को करने के तरीकों में सुधार का परिचय दें।
- अभिनव प्रथाओं को विकसित करें। नई सोच को महत्व दें।
- नए कौशल सीखें जो क्षमता बढ़ा सकते हैं।

यूनिट 7.5: सामाजिक संपर्क

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- सामाजिक बातचीत और सामाजिक बातचीत व्यवहार में अंतर समझना।
- सार्वजनिक रूप से अपने बारे में संक्षिप्त विवरण देना।
- दैनिक कर्तव्यों का पालन करना।
- समाज़ में साथियों, परिवार और अन्य सदस्यों के साथ

7.5.1 सामाजिक संपर्क

सामाजिक बातचीत एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से हम अपने साथ बात करने वाले लोगों को प्रतिक्रिया देते हैं। इसमें ऐसे कार्य शामिल हैं जहां लोग एक-दूसरे के प्रति प्रदर्शन करते हैं और वे बदले में प्रतिक्रियाएँ देते हैं। सामाजिक बातचीत में कई व्यवहार होते हैं। उनमें से कुछ इस प्रकार हैं:

- **आदान-प्रदान:**आदान-प्रदान सामाजिक बातचीत का सबसे मुख्य प्रकार है। यह एक मानवीय प्रक्रिया है

जिसके द्वारा उसके जैसे या अधिक मूल्य के किसी प्रकार के पुरस्कार के लिए सामाजिक व्यवहार का आदान-प्रदान किया जाता है।

- **प्रतियोगिता:**यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा दो या दो से अधिक व्यक्ति एक ऐसे लक्ष्य को प्राप्त करने की योजना बनाते हैं जिसे केवल एक ही प्राप्त कर सकता है। यह मनोवैज्ञानिक तनाव, सामाजिक संबंधों में सहयोग की कमी, मतभेद और यहां तक कि संघर्ष को भी जन्म देता है।
- **सहयोग:** यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें लोग साझा लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए मिलकर काम करते हैं। उनके सहयोग के बिना कार्य पूर्ण नहीं हो सकता।
- **मतभेद:**सामाजिक मतभेद दुर्लभ संसाधनों पर नियंत्रण प्राप्त करने के लिए समाज के बीच एजेंसी या शक्ति के लिए मतभेद। यह तब होता है जब दो या दो से अधिक व्यक्ति असंगत लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए सामाजिक बातचीत में एक-दूसरे का विरोध करते हैं।
- **अवपीड़न/बलप्रयोग:**लोगों या टीमों को अन्य लोगों या टीमों की इच्छा के अनुसार प्रदान करने के लिए मजबूर किया जाता है।

7.5.1 स्व-परिचय

हम सभी को अपने जीवन काल में दूसरों को अपना परिचय देना होता है। परिचय आमतौर पर लगभग 2 मिनट से 3 मिनट तक का होता है। यह बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह दूसरे के दिल में हमारी पहली छाप (फर्स्ट-इम्प्रैशन) छोड़ता है। इसका आपके आत्म-सम्मान और आत्म-विश्वास पर बहुत प्रभाव पड़ता है। यह निम्नलिखित में मददगार है:

- अपने बारे में बेहतर महसूस करना
- अपने आत्मविश्वास को बढ़ाना
- अपने आत्म-सम्मान का निर्माण
- दोस्त बनाना
- नियंत्रण में महसूस करना

आत्म परिचय के लिए बिंदु

कुछ आत्म-परिचय बिंदु निम्नलिखित हैं:

- **शुभकामनाएं:**यह पहली चीज है जो हमें किसी सभा को संबोधित करने से पहले करने की आवश्यकता होती है। इस बिंदु पर हमें दर्शकों का ध्यान खींचने के लिए प्रयास करने की आवश्यकता होती है। आपको समय के अनुसार या तो गुड मॉर्निंग, गुड आफ्टरनून या गुड इवनिंग कहना होगा।
    - गुड मॉर्निंग। मेरे प्यारे दोस्तों
    - आदरणीय महोदय! सुप्रभात
    - आप सभी की सुबह ख़ास और प्यारी हो
- **उद्देश्य:**हमें दर्शकों के सामने आने का उद्देश्य बताना होगा। हम कह सकते हैं कि मैं यहां आपको अपने बारे में बताने आया/आई हूँ।
- **नाम:** यहां आप अपने नाम के बारे में बताएं... दर्शकों का ध्यान खींचने के लिए, आपको अपना नाम अलग तरह से पेश करना होगा।

  अलग तरह से पेश करना होगा। यदि आप जानते हैं तो आप अपने नाम का अर्थ बता सकते हैं या किसी अन्य प्रसिद्ध हस्ती के साथ अपने नाम को जोड़कर परिचय दे सकते हैं।

- **पिता का नाम :** यहां आपको अपने पिता के नाम के बारे में बताना है। अपने पिता का नाम मिस्टर या प्रोफेसर या डॉक्टर के रूप में शुरू करें।

- **परिवार:**अपने परिवार के बारे में जानकारी देने का यह एक अच्छा मौका है, इसलिए छोटे प्रिंट में बताएं कि आप उनके बारे में क्या बताना चाहते हैं।
- **पेशा:**अपने पेशे के बारे में बताएं कि आप इस समय क्या कर रहे हैं।
- **स्थान:**आप जहां भी रह रहे हैं, अपने वर्तमान स्थान के बारे में बताएं और यदि आप चाहें तो यह भी बता सकते हैं कि आप किसके साथ रह रहे हैं। आप अपने मूल स्थान के बारे में भी बता सकते हैं। अपने स्थान के बारे में वो बताना बेहतर है जिसके लिए वह प्रसिद्ध है।

- **शौक/आदतें:**शौक का मतलब है कि आप फुर्सत में क्या करना पसंद करते हैं और आदत का मतलब है आपकी नियमित गतिविधियां। यह भाग आपके स्वभाव और आपकी जीवन शैली के बारे में बताता है, इसे बताते समय सावधान रहें।
- **जीवन का उद्देश्य:**जीवन में अपने लक्ष्य के बारे में बताएं, लक्ष्य ऊंचा होगा तो अच्छा होगा। आपको ऊंचा सोचना है और ऊंचाई पर पहुंचना है।
- **उपलब्धियां:**अब तक आपने जो हासिल किया है उसके बारे में बताएं, कम से कम तीन उपलब्धियों और अधिकतम पांच के बारे में बताना अच्छा होता है। बेशक उपलब्धियां छोटी हों उनके बारे में बताएं यह आपके आत्मविश्वास को दर्शाता है लेकिन यह न कहें कि मेरी कोई उपलब्धि नहीं है।
- **पसंदीदा व्यक्ति या आदर्श:**अपने आदर्श व्यक्तियों के बारे में कहना अच्छा है।
- **पसंदीदा फिल्में, चीजें, रंग, स्थान आदि:**यदि आप अपने पसंदीदा चीज़ों के बारे में बताना चाहते हैं, जो आपके स्वाद और वरीयताओं के बारे में दूसरों को बताती हैं।
- **आपकी क्षमताएं और कमजोरियां:**आप अपनी क्षमताओं और कमजोरियों के बारे में बता सकते हैं। सुनिश्चित करें कि आपकी कमजोरी बेतुकी या असुधार्य नहीं होनी चाहिए।
- **जिन लोगों को आप पसंद और नापसंद करते हैं:** आपको यह बताना होगा कि आप किस तरह के लोगों को पसंद करते हैं या किस तरह के लोगों को नापसंद करते हैं। आपके जीवन का कोई भी ऐसा मोड़ जो आपको दूसरों से अलग करता है
- **निष्कर्ष:**निष्कर्ष में उस प्रश्न पर एक यादगार उत्तर प्रस्तुत करें जो श्रोताओं के मन में आपके सार्वजनिक भाषण को सुनने से आया हो। बताएं कि आपके जीवन का यह पहलू "आप क्या हैं और आप कौन हैं" कैसे बनाता है। यह आपके आत्म-परिचय का एक अच्छा अंत होगा।
- **अंत में धन्यवाद कहें।**

आपको अपने भाषण को समय के अनुसार बनाए रखना होगा, आम तौर पर 3 मिनट और आपको भाषण उन लोगों के वर्ग के आधार पर बनाना होगा जिन्हें आप भाषण दे रहे हैं और आप अपने बारे में क्या बताना चाहते हैं।

आत्म-परिचय में सुधार करना

कुछ चीजें हैं जो आपके आत्म-परिचय को बेहतर बनाने में मदद कर सकती हैं:

- **सुनें कि आप अपने आप से क्या कह रहे हैं:**ध्यान दें कि आपकी आंतरिक आवाज क्या कह रही है। सुनने के लिए कुछ समय निकालें और जो आप सोच रहे हैं उसे लिख भी लें।
- **अपनी आत्म-चर्चा की निगरानी करें:**विश्लेषण करें कि आपकी आत्म-चर्चा नकारात्मक से अधिक सकारात्मक है।
- **अपना परिचय बदलें:**सकारात्मक विचारों के साथ अपने नकारात्मक विचारों का मुकाबला करें। नकारात्मक बोलने से बचें और उन चीजों की तलाश करने की कोशिश करें जो कठिन परिस्थिति को बेहतर दिशा में मोड़ सकें

7.5.1 हमारे कर्तव्य और उत्तरदायित्व

कुछ कर्तव्य हैं जो भारत के संविधान द्वारा निर्धारित किए गए हैं। इन कर्तव्यों को भारत के प्रत्येक नागरिक को पूरा करना चाहिए। ये इस प्रकार हैं:

- संविधान का पालन करना और उसके आदर्शों और प्रतिष्ठानों, राष्ट्रीय ध्वज और राष्ट्रगान का भी सम्मान करना।
- स्वतंत्रता के लिए हमारे राष्ट्रीय संघर्ष में मदद करने वाले महान आदर्शों को प्रोत्साहि करना और उनका सम्मान करना।
- भारत गणराज्य की संप्रभुता, एकता और अखंडता को बनाए रखना और उसकी रक्षा करना।
- देश की रक्षा करने और एक बार ऐसा करने के लिए बुलाए जाने पर राष्ट्रीय सेवा प्रदान करना।
- धार्मिक, भाषाई और क्षेत्रीय विविधताओं से परे भारत गणराज्य के सभी लोगों के बीच सद्भाव और सम्मान की भावना को बढ़ावा देना।
- महिलाओं की गरिमा के लिए अपमानजनक प्रथाओं को रोकना।
- हमारी संस्कृति की समृद्ध और विविध विरासत को संरक्षित करना।
- वनों, झीलों, नदियों और वन्य जीवन जैसे प्राकृतिक परिवेश का संरक्षण करना और जीवों के प्रति दया भाव रखना।
- वैज्ञानिक सोच, मानवतावाद और जांच और सुधार की भावना का विकास करना।
- सार्वजनिक संपत्ति की रक्षा करना और हिंसा को त्यागना।
- व्यक्तिगत और सामूहिक गतिविधि के सभी क्षेत्रों में उत्कृष्टता की ओर प्रयास करना ताकि राष्ट्र निरंतर प्रयास और उपलब्धि के उच्च स्तर तक पहुंचे।

देश के विकास के लिए भारत के प्रत्येक नागरिक को इनका पालन करने की आवश्यकता है।

7.5.1 सहयोग

जीवों के समूहों को पारस्परिक लाभ के लिए एक साथ कार्य करना या कार्य करने की प्रक्रिया को सहभागिता
कहा जाता है। परिवार के सदस्यों, दोस्तों और साथियों के बीच सहभागिता बहुत सामान्य और स्वस्थ अभ्यास है। यह किसी भी समाज की रीढ़ की हड्डी होती है।

पारिवारिक सहभागिता एक परिवार को करीब आने का अवसर प्रदान करता है। यह मुकाबला करने और निर्णय लेने के कौशल
को बढ़ाती है। पारिवारिक सहभागिता को बढ़ावा देने के लिए कुछ कदम इस प्रकार हैं:

- **चीजों की एक साथ योजना बनाएं:**यह बातचीत और समझौता करने का आह्वान करता है और सभी को दूसरों के दृष्टिकोण के प्रति

  अधिक सहिष्णु और विचारणीय होना सिखाता है।
- **जिम्मेदारियां साझा करें:**पारिवारिक सहयोग में आवश्यक घरेलू जिम्मेदारियों को पूरा

  करना एक अच्छा अभ्यास हो सकता है।

साथियों का सहयोग तभी मिलता है जब व्यक्ति एक दूसरे को ज्ञान, अनुभव और भावनात्मक, सामाजिक या उचित मदद प्रदान करता है। यह सामाजिक समर्थन की एक अलग स्थिति है इसमें समर्थन का स्रोत एक सहकर्मी एक व्यक्ति हो सकता है जो समर्थन प्राप्त करने के तरीकों के अनुरूप है।

प्रभावी सहकर्मी समर्थन निम्नलिखित के रूप में हो सकता है:

- **सामाजिक समर्थन:**दूसरों के साथ सकारात्मक मनोवैज्ञानिक बातचीत के रूप में

  जिनके साथ परस्पर विश्वास और दिलचस्पी है।
- **अनुभवात्मक ज्ञान:**समस्याओं को हल करने और जीवन की गुणवत्ता में सुधार करने में योगदान देता है।
- **भावनात्मक समर्थन:**सम्मान, लगाव और आश्वासन
- **उपकारी समर्थन:**उत्पाद और सेवाएं। एक सहकारी व्यक्ति कैसे बनें: एक सहकारी

  व्यक्ति होने के लिए निम्नलिखित बातें करने की आवश्यकता है:
- दूसरों की बात ध्यान से सुनें और सुनिश्चित करें कि आप समझ रहे हैं कि वे क्या व्यक्त कर रहे हैं।

- जब आपके पास कुछ ऐसा हो जो दूसरों को वास्तव में पसंद आए तो उसे साझा करें।
- एक बार कुछ ऐसा करें जो कोई नहीं करना चाहता, या जब एक से अधिक व्यक्ति एक समान कारक करना चाहते हैं।
- जब आपका कोई महत्वपूर्ण मतभेद हो तो समझौता करें।
- अपने भाग को सबसे अच्छा करें जितना आप कर सकते हैं। यह दूसरों को भी ऐसा करने के लिए प्रेरित करेगा।
- लोगों के योगदान के लिए उनकी सराहना करें।
- लोगों को सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करने के लिए प्रोत्साहित करें।
- लोगों को आवश्यक महसूस करवाएं एक साथ काम करना उस तरह से बहुत अधिक मजेदार हो सकता है।
- किसी को अलग या बहिष्कृत न करें। हर किसी के पास पेशकश करने के लिए कुछ मूल्यवान होता है, और कोई भी छोड़े जाने को पसंद नहीं करता है।

यूनिट 7.6: समूह बातचीत

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- कक्षा में समूह चर्चाओं में भाग लेना
- जनता के बीच भाषण देना
- टीम बिल्डिंग और टीम वर्क के महत्व को समझना

7.6.1 समूह बातचीत

हर दिन हम सामाजिक और पेशेवर रूप से लोगों के समूह के साथ मिलते हैं। हालाँकि हम उन छापों (इम्प्रेशंस) में एक बड़ा रोल निभाने के लिए बातचीत (इंटरैक्ट) करते हैं जो हम छोड़ना चाहते हैं। जब कोई समूह किसी सहभागिता वाले कार्य को पूरा करता है तो उस समय होने वाली सहभागिता बताती है कि समूह कैसे काम करता है। एक सफल और सकारात्मक सामूहिक बातचीत के लिए इन चरणों का पालन करने की आवश्यकता है:

- अपने मोबाइल फोन को दूर रखें या साइलेंट मोड में रखें।
- सभी का अभिवादन करें।
- समूह में सभी के साथ दोस्ताना रहें।
- तारीफ करके दूसरों में दिलचस्पी दिखाएँ और जो चर्चा की जा रही है उसे ध्यान से सुनें।

- सक्रिय रहें और समूह में दूसरों को अपना परिचय दें।
- खराब शारीरिक मुद्रा कम आत्मसम्मान का संकेत होती है।सीधे बैठें।
- बात करने वाले व्यक्ति पर अपना ध्यान केंद्रित करें।
- किसी के कमेंट को कम न समझे । याद रखें कि हर कोई अलग होता है और सोचने की क्षमता भी अलग होती है।

- पहले तोलें फिर बोलें। वार्तालाप में अपनी बात रखने में जल्दबाजी न करें।
- एक सम्मानजनक श्रोता और पर्यवेक्षक बनें।
- बात करते समय सभी को शामिल करें। समूह में प्रत्येक व्यक्ति के साथ आँख से संपर्क बनाना सुनिश्चित करें।
- जब तक कोई स्पष्ट संकेत न हो, विषय को न बदलें। अन्यथा इससे लोगों को लगेगा कि आपको विषय में कोई दिलचस्पी नहीं है।

- अतिरिक्त वार्तालाप शुरू न करें या उसमें भाग न लें। उनकी गलती को आपको एक अच्छा श्रोता बनने

  से रोकने की अनुमति न दें।
- सुनिश्चित करें कि मुस्कुराते हुए हाथ मिलाएँ और गले लगाएँ और वार्तालाप के दौरान प्रत्येक व्यक्ति को नाम से पुकारें और चर्चा समाप्त होने पर भी व्यक्ति के नाम का उपयोग करें।

सामूहिक रूप में आप जो भी कर रहे हैं वह समूह में सभी पर प्रभाव डालता है। कभी भी यह न सोचें कि कोई बात मायने नहीं रखती। सब कुछ मायने रखता है। अनौपचारिक और औपचारिक सामूहिक बातचीत में भाग लेने के हर मौके का लाभ उठाएं। चर्चा में छोटे योगदान देकर शुरुआत करें, किसी अन्य व्यक्ति की टिप्पणी के साथ इसे उठाने या सत्य मानने के लिए एक मुद्दा तैयार करें। दूसरे व्यक्ति की राय पूछें।

7.6.1 समूह बातचीत का महत्व

सहभागी समूह के रूप में बातचीत महत्वपूर्ण है क्योंकि:

- यह आपको किसी विषय को और गहराई से समझने में मदद करती है
- यह आपकी सकारात्मक सोचने की ताकत में सुधार करती है
- यह एक गंभीर मुद्दे को सुलझाने में मदद करती है
- यह टीम को अंतिम निर्णय लेने में मदद करती है
- यह आपको दूसरों के विचारों को सुनने का मौका प्रदान करती है यह आपके
- सुनने के कौशल में सुधार करती है
- यह संचार में आपका विश्वास बढ़ाती है

एक मध्यस्थ (मॉडरेटर) के रूप में एक सामूहिक बातचीत निम्नलिखित में मदद करती है:

- सदस्य पारस्परिक कौशल को समझना
- यह पहचानना कि क्या कोई सदस्य एक टीम में काम करने में सक्षम है
- किसी के व्यवहार को समझना
- एक परिप्रेक्ष्य पद्धति में एक परिप्रेक्ष्य सदस्य का चयन करना

सामूहिक बातचीत के "क्या करें" और "क्या न करें"

क्या करें	न करें
• समूह के साथ सुखद और अच्छे ढंग से बात करें अपना	• अपना आपा खोना। एक चर्चा एक तर्क नहीं है।
• प्रत्येक वक्ता के योगदान का सम्मान करें	• चिल्लाना। मध्यम स्वर और मध्यम आवाज का प्रयोग करें।
• याद रखें कि चर्चा कोई बहस नहीं है। शिष्टाचार के साथ असहमत होना सीखें	• बोलते समय बहुत ज़्यादा हावभाव का प्रयोग करें। उंगली की ओर इशारा करते हुए और टेबल थंपिंग जैसे जेस्चर आक्रामक दिखाई देते हैं
• बोलने से पहले अपने योगदान के बारे में सोचें। आप प्रश्न का सर्वोत्तम उत्तर कैसे दे सकते हैं/विषय में योगदान कैसे कर सकते हैं?	• चर्चा पर हावी रहें। आत्मविश्वास से भरे वक्ताओं को शांत छात्रों को योगदान देने का अवसर देना चाहिए
• चर्चा के विषय का अनुसरण करने का प्रयास करें। बाहर की जानकारी न दें।	• व्यक्तिगत अनुभव या उपाख्यान पर बहुत अधिक आकर्षित करें। हालांकि कुछ ट्यूटर छात्रों को अपनी विशेषज्ञता पर चिंतन करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, लेकिन ध्यान रखें कि अत्यधिक सामान्यीकरण न करें
• बोलते समय अपने दृश्य संचार से अवगत रहें	
• जो आपको आकर्षक लगे, उससे सहमत हों और स्वीकार करें	• बीच में टोकना । बोलने से पहले वक्त की बात पूरी होने की प्रतीक्षा करें

7.6.1 टीम वर्क

टीम वर्क पेशेवर जीवन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। इसका निम्नलिखित पर बड़ा प्रभाव पड़ सकता है:

एक सगठन की लाभप्रदता पर।

लोग उनके काम का आनंद लेते हैं।

टीम बिल्डिंग गतिविधियों से न केवल टीम के सदस्यों का मनोबल बढ़ता है, बल्कि यह टीम की सफलता दर को भी बढ़ा सकता है। टीम बिल्डिंग एक महत्वपूर्ण गतिविधि है क्योंकि यह:

- **बेहतर संचार-संवाद की सुविधा देती है:**ऐसी गतिविधियाँ जो चर्चा शुरू करती हैं कर्मचारियों के बीच और कर्मचारियों और प्रबंधन के बीच खुले संचार में परिणामित होती हैं। इससे कार्यालय का माहौल भी बेहतर होता है और काम की गुणवत्ता भी।
- **कर्मचारियों को प्रेरित करता है:** टीम के सदस्य अपने विचारों और विचारों को साझा करने के लिए जितने सहज होंगे, वे उतने ही अधिक आश्वस्त होंगे। यह उन्हें नई परियोजनाओं या चुनौतियों को लेने के लिए प्रेरित करता है।
- **रचनात्मकता को बढ़ावा देती है:**टीम के अन्य सदस्यों के साथ मिलकर काम करने से रचनात्मकता बढ़ती है और नए विचारों को बढ़ावा मिलता है।
- **समस्या-समाधान कौशल विकसित करती है:**टीम निर्माण गतिविधियाँ जिनमें समस्याओं को हल करने के लिए टीम के सदस्यों को मिलकर काम करने की आवश्यकता होती है यह तर्कसंगत और तार्किक रूप से सोचने की क्षमता में सुधार करती है। टीम जो यह निर्धारित करती हैं कि कोई समस्या कब उत्पन्न होती है और उसका समाधान जानती है, वास्तविक समस्या होने पर बेहतर काम कर सकती है।
- **बाधा को तोड़ती है:**टीम बिल्डिंग से श्रमिकों में विश्वास बढ़ता है।

टीम में काम करने के लिए क्या करें और क्या न करें:

- **सार्वजनिक रूप से बहस न करें:**यदि समूह में किसी के साथ आपकी असहमति है तो स्थिति पर चर्चा करने के लिए एक निष्पक्ष स्थान खोजें।
- **एक दूसरे को प्रोत्साहित करें:**जब चीजें कठिन हो जाती हैं तो कठिनाइयां बढ़ती जाती हैं। कठिन परिस्थिति में टीम का योगदान करें।
- **पीठ पीछे बात न करें:**यदि आपको टीम के किसी सदस्य से परेशानी है तो दूसरों के साथ साझा न करें। सीधे उस व्यक्ति के पास दयालु और करुणामय तरीके से जाएं और जो आपके मन में है उसे साझा करें।
- **मदद के लिए हाथ बढ़ाएं:**यदि टीम का कोई सदस्य मदद मांग रहा है तो उसकी मदद करने में संकोच न करें।
- **सबसे कमजोर कड़ी न बनें:**अपनी जिम्मेदारियों को निभाएं, टीम की अपेक्षाओं को पूरा करें और टीम में प्रभावी ढंग से संवाद करें।
- **प्रतिक्रिया दें और प्राप्त करें:**बढ़ती टीम के एक हिस्से के रूप में सम्मानपूर्वक और शालीनता से प्रतिक्रिया दें और प्राप्त करें।

यूनिट 7.7: समय प्रबंधन

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- समय प्रबंधन के महत्व को समझना
- समय प्रबंधन कौशल विकसित करना

7.7.1 समय प्रबंधन

समय प्रबधन एक विशिष्ट कार्य को दिए गए समय पर विशेष रूप से प्रभावशीलता, दक्षता और उत्पादकता बढ़ाने के लिए योजना बनाने और नियंत्रण करने की प्रक्रिया है। यह सीमित समय की सीमित स्थिति के भीतर गतिविधियों के एक समूह के समग्र लाभ को बढ़ाने के लक्ष्य के साथ एक गतिविधि है।

कुछ प्रभावी समय प्रबधन

- कार्य
- समय बर्बाद करने वाली गतिविधियों को पहचान
- गतिविधियों को मिलाएं - उनके लिए योजना बनाएं
-
- बड़े कार्यों को छोटे से छोटे संभव कार्य में विभाजित करें,
-
- उन्हें एक-एक करके पूरा करें

  दिन के अंत में यह देखने के लिए एक सरल विश्लेषण करें कि किस गतिविधि में समय लगा

7.7.1 समय ख़राब करने वाले

समय गंवाने वाली गतिविधियाँ वे हैं जो कार्यस्थल पर रुकावट पैदा करती हैं। ये गतिविधियाँ उन उद्देश्यों से ध्यान भटकाती हैं जिन्हें प्राप्त करने की आवश्यकता होती है। समय गंवाने वाली गतिविधियां इस प्रकार हो सकती हैं:

- खराब व्यक्तिगत योजना और अनुसूची (शेड्यूलिंग) बनाना
- बिना नियुक्तियों (अप्वाइंटमेंट) के लोगों द्वारा रुकावट पैदा होना
- खराब प्रत्यायोजन
- मीडिया का सही से उपयोग न करना: टेलीफोन, मोबाइल, ई-मेल और फैक्स आदि

- जंक मेल पढ़ना
- अच्छे समय प्रबंधन के लिए चिन्ताशील होने का अभाव
- स्पष्ट प्राथमिकताओं का अभाव

समय गंवाने वाली गतिविधियों से इस प्रकार बचा जा सकता है:

- हर समय सक्रिय रहें
- एक संगठित व्यक्तिगत गतिविधि कार्यक्रम का विकास और रखरखाव करें
- अपनी प्राथमिकताएं उचित प्रत्यायोजन के साथ निर्धारित करें
- आधुनिक तकनीकी मीडिया का उपयोग करें

यूनिट 7.8: रिज्यूमे तैयार करना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- रिज्यूमे के महत्व को समझना
- रिज्यूमे तैयार करने का तरीका जानना

7.8.1 परिचय

रिज्यूमे एक स्व-घोषणा है जो एक बार ठीक से भरने के बाद किसी व्यक्ति के कौशल, अनुभव को दर्शाता है

और उपलब्धियां उस कार्य की आवश्यकता से मेल खाती हैं जिसे वे प्राप्त करना चाहते हैं। फिर से शुरू करने का एकमात्र उद्देश्य एक साक्षात्कार जीतना है। यह भविष्य के नियोक्ता को आश्वस्त करता है कि वह संभावित कर्मचारी से नए करियर या स्थिति में क्या चाहता है। यह एक व्यक्ति को उच्च मानकों और उत्कृष्ट लेखन कौशल के साथ एक पेशेवर व्यक्ति के रूप में इस तथ्य के आधार पर स्थापित करता है कि उसका बायोडाटा अच्छी तरह से लिखा गया है। यह आपको अपनी दिशा, योग्यता और ताकत को स्पष्ट करने, आपके आत्मविश्वास को बढ़ाने या
प्रतिबद्ध होने की प्रक्रिया शुरू करने में भी मदद करता है।

एक रिज़्यूमे के बारे में पता होना चाहिए कि:

- आपका रिज़्युमे आपको इंटरव्यू दिलाने का एक साधन है, लेकिन नौकरी नहीं
- नियोक्ता आपके रिज्यूमे को सिर्फ 15-20 सेकंड के लिए देखेगा यही वह समय है जब आपका रिज्यूम
  नियोक्ता पर प्रभाव डालेगा

रिज़्युमे पर एक ही क्रम में अलग-अलग सेक्शन होते हैं, जैसा कि नीचे दर्शाया गया है:

खंड	नियोक्ता क्या ढूंढ रहा है
हैडर	आपकी पहचान और आपसे संपर्क करने के लिए जानकारी
उद्देश्य	यह जांचना कि क्या उनकी आवश्यकता और आपका उद्देश्य मेल खाता है
शिक्षा	यह जांचने के लिए कि क्या आपके पास नौकरी/इंटर्नशिप के लिए मूल योग्यता है जिसके लिए आप आवेदन कर रहे हैं

व्यावहारिक अनुभव/ प्रोजेक्ट्स	यह देखना कि क्या आपने कुछ ऐसा किया है जो आपकी संभावित क्षमता को दर्शाता है। यह भी देखना कि आप अपने साथियों से कैसे अलग हैं
कौशल	आप अपने व्यक्तित्व लक्षणों के साथ-साथ व्यावसायिक कौशल के मामले में कितने सुसज्जित हैं
रूचियाँ	पेशेवर पहलुओं के अलावा, आपका जीवन कितना सार्थक है?
अन्य	क्या कोई और महत्वपूर्ण और प्रासंगिक है जिसे आप दिखाना चाहते हैं, जो आपके रेज़्यूमे में वैल्यू जोड़ देगा

तैयारी और महत्वपूर्ण टिप्स

अपना रेज़्युमे तैयार करने से पहले चेकलिस्ट का पालन करना सुनिश्चित करें:

- अंकों की गणना के लिए कक्षा दस के बाद के शैक्षिक दस्तावेज
- उन सभी चीजों की सूची बनाएं जिन्हें आपको अपने रेज़्युमे में ऐड करना है। जैसे इंटर्नशिप, प्रोजेक्ट, पार्ट टाइम जॉब, एक्स्ट्रा करिकुलर एक्टिविटीज, स्पोर्ट्स, ट्रेनिंग, कौशल, रूचि आदि। लिस्ट को पूरा करने की जरूरत नहीं है, आपके पास हमेशा ही सूची में कुछ न कुछ ऐड करने के लिए होगा।

रिज्यूमे तैयार करने से पहले हमेशा याद रखें:

- आपके रेज़्युमे में प्रत्येक बिंदु विशिष्ट होना चाहिए और कई तथ्यात्मक सूचनाओं द्वारा समर्थित होना चाहिए।
- अपने सभी बिंदुओं में एक्शन वर्ब्स का प्रयोग करें। वे तुरंत ध्यान आकर्षित करते हैं और आपके वाक्यों को स्पष्ट करते हैं।
- पैराग्राफ नहीं बल्कि बुलेट का प्रयोग करें।
- अपनी जिम्मेदारियों का जिक्र न करें जो आपने पूरा किया है उसका उल्लेख करें।
- एक सामान्य गलती जो हम रेज़्युमे बनाते समय करते हैं, वह यह है कि हम अपने दोस्तों के रेज़्युमे के फॉर्मेट को कॉपी कर लेते हैं और उसी के आधार पर अपना रेज़्युमे बनाते हैं।

रिज्यूमे रीडर

उद्देश्य:आपको अपने बारे में कुछ जानकारी देनी होगी, ताकि नियोक्ता आप तक पहुंच सके।**अनिवार्य क्षेत्रों में शामिल हैं:**नाम, वर्तमान पता, ईमेल आईडी, फोन नंबर और जन्म तिथि। आपका नाम बड़े फॉन्ट में लिखा होना चाहिए।

क्या न करें:

- अपनी फोटो डालना
- फ़ाइल के शीर्षक के रूप में RESUME लिखना
- परिवार की जानकारी, वैवाहिक स्थिति आदि जैसे विवरण देना
- इन विवरणों को अपने रिज्यूमे के निचले भाग में जोड़ना या इन विवरणों को भरने के लिए अधिक स्थान घेरना

फ्रेम्स तैयार करना

उद्देश्य:नियोक्ता को यह बताने के लिए कि आपके लक्ष्य क्या हैं। ध्यान एक विशिष्ट उद्योग में एक विशेष स्थान प्राप्त करने पर होना चाहिए।

हमेशा याद रखें: आपके उद्देश्य में निम्नलिखित शामिल होने चाहिए:

- पद आवश्यकता
- कार्यात्मक क्षेत्र
- उद्योग आवश्यकता
- विशिष्ट बनें और इसे न्यूनतम शब्दों तक सीमित रखें।
- आपके द्वारा आवेदन की जाने वाली प्रत्येक भूमिका के लिए आपका उद्देश्य अलग होना चाहिए
- उद्देश्य लिखते समय नियोक्ता की आवश्यकता को ध्यान में रखें। उद्देश्य वह नहीं है जो आप कंपनी से चाहते हैं, यह कंपनी की आवश्यकता के बारे में है।

शिक्षा

आपके रेज़्युमे में अगला सत्र आपकी शैक्षणिक योग्यता को उजागर करना है।

उद्देश्य:नियोक्ता द्वारा यह जानने के लिए कि आप जिस नौकरी के लिए आवेदन कर रहे हैं उसके लिए आपके पास बुनियादी योग्यता है या नहीं।

हमेशा याद रखें:

- कक्षा 10 से उच्चतम शिक्षा तक सभी शैक्षणिक योग्यताएं लिखें।
- कक्षा 10 और 12 के लिए - स्कूल / कॉलेज का नाम, बोर्ड, स्ट्रीम / विशेषज्ञता (यदि कोई हो), अध्ययन का वर्ष और अंक दर्ज करें।
- अंडरग्रेजुएट के लिए - कॉलेज का नाम, विश्वविद्यालय का नाम, डिग्री और विशेषज्ञता, अध्ययन का वर्ष दर्ज करें।
- अपनी सभी योग्यताओं को उल्टे कालानुक्रमिक क्रम में लिखें, यानी शीर्ष पर नवीनतम योग्यता।
- आप शैक्षिक योग्यताओं को एक के बाद एक सारणीबद्ध प्रारूप में या साधारण रूप में लिख सकते हैं।

परियोजनाएं (प्रोजेक्ट्स) और इंटर्नशिप

आपके रेज़्यूमे के अगले भाग में आपके द्वारा किए गए कार्य शामिल हैं, जैसे प्रोजेक्ट, इंटर्नशिप, इन-प्लांट ट्रेनिंग, पार्ट टाइम जॉब, वॉलंटियरिंग, एक कंपनी शुरू करना और अन्य पहल। की गई पहलों की संख्या और प्रकृति परिभाषित करती है कि क्या एक शीर्षक रखना है या विभिन्न शीर्षकों के तहत उनका विवरण देना है।

उद्देश्य:यह आपके रिज्यूमे का एक अनिवार्य हिस्सा है, क्योंकि आपके काम पर हाथ और आपके पाठ्यक्रम के अलावा आपने जो पहल की है, वह आपकी वास्तविक क्षमता को दर्शाएगी और साथ ही आपके साथियों से आपके रिज्यूमे को भी अलग करेगी।

याद रखें:

- शीर्षक इस प्रकार होना चाहिए - शीर्षक / प्रोजेक्ट का नाम, भूमिका, कंपनी / संगठन का नाम, विशिष्ट
- समय अवधि के बारे में -2 पंक्तियों का विवरण।
- समयावधि अनिवार्य है।
- प्रत्येक शीर्षक के अंतर्गत प्रविष्टियां विपरीत कालानुक्रमिक क्रम में होनी चाहिए।
- आपने जो हासिल किया है उसके बारे में विशिष्ट रहें। जहाँ भी संभव हो गणनाएं और तथ्य डालें।

क्या न करें:

- सरल विवरण न लिखें। यह नियोक्ता को आपके द्वारा किए गए कार्य की स्पष्ट तस्वीर नहीं देता है। इस प्रकार नियोक्ता यह मान सकता है कि आपने प्रमाणपत्र के लिए इंटर्नशिप की है।

कौशल

सामान्य शीर्षक में निम्नलिखित शामिल हो सकते हैं:**शीर्षक:**आपके पास कौशल के तहत कई शीर्षक हो सकते हैं।

- **सॉफ्ट स्किल्स:**ये ज़रूर शामिल होने चाहिए, ये कौशल आपके व्यक्तित्व लक्षणों को प्रदर्शित करते हैं।
- **मुख्य व्यावसायिक कौशल:**वैकल्पिक में शामिल हैं यदि आपके पास कोई मूल कौशल है। ये वे कौशल हैं जो उस भूमिका के लिए प्रासंगिक हैं जिसके लिए आप आवेदन कर रहे हैं।
- **आईटी कौशल:**वैकल्पिक, यदि आप आईटी/सॉफ्टवेयर से संबंधित भूमिकाओं के लिए आवेदन कर रहे हैं तो शामिल कर सकते हैं।

याद रखें:

- अपने कौशल को सूचीबद्ध करें और एक बिंदु जोड़ें जो आपके कौशल का सबसे बेहतर ढंग से समर्थन करता है।
- विशिष्ट बिंदु बनाएं। जहाँ भी संभव हो गणनाएं और तथ्य डालें।
- केवल तीन से चार सॉफ्ट स्किल्स चुनें जो आपका सबसे अच्छा वर्णन करें।
- अपने पास मौजूद इन कौशलों में से सर्वश्रेष्ठ को खोजने के लिए अपने अतीत को देखें और इसका समर्थन करने के लिए आप सबसे अच्छा उदाहरण उद्धृत कर सकते हैं।

रूचियाँ

अपने रेज़्युमे के इस भाग में ध्यान से चुनें कि आप अपने रेज़्युमे पर कौन सी रुचियां दिखाना चाहते हैं ताकि वे आपके जीवन को सार्थक बना सकें।

आपकी रुचियां आपके चरित्र के बारे में बताती हैं। ये रुचियां अक्सर साक्षात्कार के दौरान चर्चा के विषय के रूप में सामने आती हैं; इसलिए समझदारी से चुनें कि क्या दिखाना है।

याद रखें:

- उन रुचियों को सूचीबद्ध करें जो सार्थक हैं और कुछ सीखने को प्रदर्शित करती हैं।
- आपके द्वारा सूचीबद्ध रुचि का समर्थन करें
- बिंदुओं को विशिष्ट बनाएं और इसमें सहायक तथ्य जोड़ें।
- केवल रुचियों के यादृच्छिक समूह को सूचीबद्ध न करें जैसे: एडवेंचर, गिटार, पढ़ना, पर्यावरण
- कभी भी पार्टी करना, फिल्में देखना आदि रुचियों को शामिल न करें। ये गलत प्रभाव डालती हैं।

सन्दर्भ

(रिफरेन्स)सन्द

र्भ दें

आपके रिज्यूमे में सबसे आखिरी चीज 2-4 पेशेवर संदर्भों की सूची होनी चाहिए। ये वे सभी हैं जिनसे आप संबंधित नहीं हैं, लेकिन जिन्हें आपने पेशेवर तरीके से संभाला है। आप संभवतः अपने संदर्भ पृष्ठ पर शामिल करने के लिए पिछले लीडर, संकाय सदस्य या स्वयंसेवी समन्वयक के बारे में सोचेंगे।

- संदर्भ का नाम, आपसे उनका संबंध, डाक का पता, ईमेल और टेलीफोन नंबर शामिल करें।
- जिस स्थान पर आप आवेदन कर रहे हैं, वह इन लोगों से संपर्क कर सकता है, इसलिए उन्हें यह समझने की अनुमति देने के लिए हमेशा उन्हें अग्रिम रूप से कॉल करें कि आप उन्हें संदर्भ के लिए उपयोग कर रहे हैं और वर्तमान में नौकरी के लिए आवेदन कर रहे हैं।

याद रखने योग्य बातें

- सुनिश्चित करें कि आपके रिज्यूमे में दो से अधिक पृष्ठ नहीं है
- दोबारा जांच करें और पुष्टि करें कि आपके रिज्यूमे में कोई त्रुटि नहीं है। कोई व्याकरण संबंधी त्रुटि नहीं, कोई वर्तनी की गलतियाँ नहीं, कोई विराम चिह्न त्रुटियाँ नहीं होनी चाहिए।
- एन्हांसमेंट और वाक्यांश वाक्यों को बेहतर बनाने के लिए अपने रिज्यूमे को बार-बार देखें
- ग्यारह या बारह के आकार में एक पेशेवर फ़ॉन्ट चुनें। आप रिज्यूमे के विभिन्न तत्वों के लिए कई फ़ॉन्ट का उपयोग कर सकते हैं, लेकिन इसे अधिकतम दो फ़ॉन्ट तक सीमित करने का प्रयास करें। फ़ॉन्ट को बदलने के बजाय, इसके बजाय विशिष्ट सेक्शन को बोल्ड या इटैलिसाइज़्ड बनाने का प्रयास करें
- आपके हैडर का फ़ॉन्ट साइज और परिचय का फ़ॉन्ट साइज़ चौदह या सोलह हो सकता है

- आपका टेक्स्ट ठोस काली स्याही से मुद्रित होना चाहिए। किसी भी हाइपरलिंक को निष्क्रिय करना सुनिश्चित करें

  ताकि वे नीले या अन्य विपरीत रंग में प्रिंट न हों

- आपके पृष्ठ में 1.5 या 2 पॉइंट लाइन स्पेसिंग के साथ चारों ओर एक इंच का मार्जिन होना चाहिए।

  आपके रिज्यूमे का मुख्य भाग बाईं ओर संरेखित होना चाहिए और आपका शीर्षलेख पृष्ठ के शीर्ष पर केंद्र में होना चाहिए।

यूनिट 7.9: साक्षात्कार की तैयारी

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत तक आप निम्नलिखित कार्य करने योग्य होंगे:

- साक्षात्कार की प्रक्रिया को समझना
- मॉक इंटरव्यू करना
- समझें कि उन्हें एक साक्षात्कार के दौरान कैसे प्रस्तुत किया जाए
- प्रशिक्षण अवधि समाप्त होने के बाद काम करने के लिए प्रेरित करना

7.9.1 साक्षात्कार

एक साक्षात्कार दो या दो से अधिक व्यक्तियों (साक्षात्कारकर्ता और (साक्षात्कारदाता) के बीच बातचीत है जहां साक्षात्कारकर्ता द्वारा साक्षात्कारदाता से जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रश्न पूछे जाते हैं। साक्षात्कार पहली और आखिरी बाधा है जिसे आपको रोजगार पाने के लिए पार करना होगा।

साक्षात्कार के सामान्य प्रकार

पारंपरिक मानव संसाधन साक्षात्कार (ट्रडिशनल एचआर इंटरव्यू):अधिकांश साक्षात्कार आमने-सामने (फेस-टू-फेस) साक्षात्कार होते हैं। सबसे पारंपरिक मानव संसाधन कार्यकारी के साथ आमने-सामने की बातचीत है जहां उम्मीदवार का ध्यान प्रश्न पूछने वाले व्यक्ति पर होना चाहिए। आपको सलाह दी जाती है कि आप आँखों का संपर्क बनाए रखें, ध्यान से सुनें और तुरंत उत्तर दें।

पैनल इंटरव्यू:इस स्थिति में, एक से अधिक साक्षात्कारकर्ता होते हैं। दो से दस सदस्यों का एक पैनल चयन प्रक्रिया के इस भाग का संचालन कर सकता है। यह आपके लिए समूह प्रबंधन और समूह प्रस्तुति कौशल प्रस्तुति करने का एक आदर्श अवसर है।

तकनीकी साक्षात्कार:इस साक्षात्कार का उद्देश्य मूल रूप से तकनीकी ज्ञान का मूल्यांकन करना है।

अधिकांश प्रश्न उम्मीदवार के रिज़्यूमे में उल्लिखित स्किल्स सेट पर आधारित होंगे।

टेलीफ़ोनिक साक्षात्कार:टेलीफ़ोनिक साक्षात्कार का उपयोग उन उम्मीदवारों की प्रारंभिक जांच के लिए किया जाता है जो कार्य स्थल से बहुत दूर रहते हैं।

इंटरव्यू के लिए जाने से पहले, आप जिस भूमिका के लिए आवेदन कर रहे हैं, उसके बारे में स्पष्टता होना जरूरी है। आपके लिए यह जानना भी महत्वपूर्ण है कि आप कहां आवेदन कर रहे हैं और आप किससे बात कर रहे हैं। आपके उत्तरों को नियोक्ता को बताना चाहिए कि आप वह मैच हैं जिसकी वे तलाश कर रहे हैं।

इसके लिए आपको निम्नलिखित क्षेत्रों पर एक थोड़ा सा शोध करने की आवश्यकता है:

- कंपनी और फील्ड
- नौकरी का विवरण
- स्वयं (कौशल, मूल्य और रुचियां)
- रिज्यूमे (अनुभव)

यदि आप एक नियोक्ता होते, तो आप एक ऐसे व्यक्ति को चुनते जो खुद के बारे में सुनिश्चित हो, शांत हो और
आत्मविश्वासी हो। तो यह महत्वपूर्ण है कि आप:

- आत्मविश्वास से भरपूर हों
- आराम से हों
- खुद पर यकीन हो
- तैयार हों
- साक्षात्कार के पहले, के दौरान और बाद में, आपको तैयार रहना ज़रूरी है।
- पेशेवर कपड़े पहनें

यह एक सिद्ध तथ्य है कि हम जिस तरह से कपड़े पहनते हैं, उससे लोगों द्वारा हमें देखने के तरीके में बहुत फर्क पड़ता है। आप जिस तरह से अन्य लोगों के साथ संवाद करते हैं, उसका 90% बॉडी लैंग्वेज (हावभाव आदि) और हमारे द्वारा छोड़ी गई पहली छाप (फर्स्ट इम्प्रेशन) के माध्यम से होता है।यह महत्वपूर्ण है कि आप पेशेवर कपड़े पहनें। एक अच्छा फर्स्ट इम्प्रेशन बनाना बहुत आसान है।

एक अच्छा फर्स्ट इम्प्रेशन बनाने के लिए यह महत्वपूर्ण है कि:

- हमारी महक अच्छी हो
- हमारी उपस्थिति पेशेवर हो
- अपने सौंदर्य पर ध्यान दें
- आँखों से संपर्क बनाएं
- जानिए आप क्या और कैसे बोलते हैं
- हमारा समग्र व्यक्तित्व हमारी पूरी धारणा में योगदान देता है

साक्षात्कार के लिए कैसे कपड़े पहने

Men	Women
Long-sleeved buttoned shirt (clean and pressed)	**Conservative pump, no stilettos**
Dark shoes (cleaned and polished) and dark socks	Jewellery -One set of earrings (preferably knobs)
Get a haircut (short hair is always best)	No bangles
No Jewellery (chains, earrings, piercing)	Minimal use of makeup
No beards or Tattoos	

7.9.1 साक्षात्कार के दौरान

- आत्मविश्वासी बनें,
- अपने आपको मूल्यवान साबित करें -
- अपनी ऊर्जा को बनाए रखें
- सही मुद्रा में बैठें
- सकारात्मक रहें, शिकायत न करें

विचारों का होना पर्याप्त नहीं है। उन्हें साक्षात्कार में प्रभावी ढंग से व्यक्त किया जाना चाहिए। साक्षात्कार के दौरान जिन मापदंडों पर उम्मीदवारों का मूल्यांकन किया जाता है, वे बहुत सरल हैं। ये वे पैरामीटर हैं जिनके लिए इस प्रशिक्षण कार्यक्रम ने आपको तैयार किया है।

7.9.1 सक्रिय होकर सुनना

- विचारों और अभिव्यक्तियों पर स्पष्टता
- सही भाषा
- अच्छी शारीरिक भाषा
- विचारों को बेधड़क सही स्वर,
- सही आवाज और सही अभिव्यक्ति में व्यक्त किया जाना चाहिए

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

Media & Entertainment Skills Council

पता: मीडिया और मनोरंजन कौशल परिषद, 522-524,5वींमंजिल
डीएलएफ टॉवर ए जसोला नई दिल्ली-110025

ईमेल: info@mescindia.com

वेब: www.mescindia.org

फोन: +911149048335/49048336

सीआईएन नंबर: 00000000

बिक्री के लिए नहीं- केवल आंतरिक संचलन के लिए

कीमत: ₹