



செவிச்செல்வம்

“Diploma in Community Radio &
Mass Communication”

Radio Enabled Learning

August -2019

STUDY MATERIAL

CHAPTER 6 - FINANCIAL SUSTAINABILITY

SRUTHI CRS 90.8 MHz

Sri Sankara Arts & Science College Campus, Enathur, Kanchipuram – 631 561

FINANCIAL SUSTAINABILITY – MEANING AND IMPORTANCE

சமுதாய வானொலி நிலையமும்
நிதிநிலைத்தன்மையும்

CHAPTER – 6
EPISODE - 27

SRUTHI CRS 90.8 MHz

Sri Sankara Arts & Science College Campus, Enathur, Kanchipuram - 631 561

நிதி நலத்தன்மை

- முன்னுரை
- விளம்பரங்கள்
- ஓர் சிறிய கணக்காக
- சமுதாய விழிப்புணர்வு மற்றும் விளம்பரங்கள்
- உள்ளூர் விளம்பரங்கள்
- நுண் விளம்பரங்கள்
- சந்தாதாரர் மற்றும் உறுப்பினர் கட்டணம்
- அரசின் பிரச்சார திட்டங்கள்

முன்னுரை

- சமுதாய வானொலி என்பது நாடுகளில் உள்ள சட்ட திட்டங்களுக்கு எற்ப மாறுபடும்.
- சமுதாய வானொலி என்பது லாப நோக்கத்திற்காக நடத்தப்படுவதன்று, அது சமுதாய முன்னேற்றத்திற்காகவே செயல்படுவது.
- அக்டோபர் 1, 2018 நிலவரப்படி இந்தியாவில் மொத்தம் 538 சமுதாய வானொலி நிலையங்கள் உள்ளன.
- சில சமுதாய வானொலி நிலையங்கள் தங்கள் முக்கிய குறிக்கோளான சமுதாய முன்னேற்றம் என்பதில் இருந்து சற்றே விலகி லாப நோக்கத்தில் தங்கள் கருத்தை சேர்த்திருக்கின்றன.

விளம்பரங்கள்

- ஒவ்வொரு சமுதாய வானொலி நிலையத்தின் விளம்பரம் என்பது அச்சமுதாய வானொலியின் நேயர்களின் எண்ணிக்கை பொறுத்து அமைகின்றது.
- சமுதாய வானொலி நிலையத்தின் வெற்றி என்பது பரந்துவிரிந்த நேயர்களின் எண்ணிக்கையைப் பொறுத்து அமைவதன்று சமுதாயத்தில் அச்சமுதாய வானொலியால் ஏற்பட்ட மாறுதல்கள் மற்றும் முன்னேற்றங்களை பொருத்தே அமைகின்றது.
- டாக்டர் பிரம்மானந்த பிரம்மா தலைமையிலான குழு 2006ல் புதிதாக வழிமுறை வழங்கியது, அவ்வழி முறையின்படி ஒரு மணி நேர நிகழ்ச்சியின் இடையில் ஐந்து நிமிடங்கள் வரை விளம்பரம் செய்ய பூர்வாங்க முடிவு எடுக்கப்பட்டது.

ஓர் சிறிய கணக்காக

- நாளொன்றுக்கு 8மணி நேரம் நிகழ்ச்சிகளை ஒலிபரப்பும் ஓர் சமுதாய வானொலி நிலையமானது ஒரு மணி நேரத்திற்கு 5நிமிடங்கள் வீதம் 8 மணி நேரத்திற்கு அதிகபட்சம் 40 நிமிடங்கள் வரை விளம்பரம் ஒலிபரப்ப முடியும்.
- 2009ம் ஆண்டு டாக்டர் பிரம்மானந்த பிரம்மா தலைமையில் டாக்டர் ஸ்ரீதரை உறுப்பினராகக் கொண்டு குழுவின் பரிந்துரையின் பேரில் அரசு நொடிக்கு ஒரு ரூபாய் என்றிருந்த விளம்பர தொகையை ஒரு நொடிக்கு நான்கு ரூபாய் என்று உயர்த்தியது.
- இந்த உயர்த்தப்பட்ட தொகை மூலம் மாத வருவாயானது நான்கு மடங்கு உயர்ந்து 30 நாட்களைக் கொண்ட மாதம் ஒன்றுக்கு 280,000 ரூபாய் பெற முடியும்.

சமுதாய விழிப்புணர்வு மற்றும் விளம்பரங்கள்

- சமுதாய விழிப்புணர்வு சார்ந்தவர்களுக்கு பிரத்தியேகமாக ஏதும் கட்டணம் நிர்ணயம் செய்யவில்லை.
- இந்நூற்றாண்டு முன்னேற்றத்திற்காக ஐக்கிய நாடுகள் சபையினால் ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட இலக்குகளை அடைவதற்கு பல சர்வதேச அமைப்புகள் முழு ஈடுபாடு செய்கின்றன அவற்றுள் முதன்மையாக விளங்குவது WHO, FAO, UNICEF.
- IEC இடம் இவ்வாறு விழிப்புணர்வு பிரச்சாரம் செய்வதற்கு அதிக அளவு நிதி ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டுள்ளது.

உள்ளூர் விளம்பரங்கள்

- உள்ளூர் விளம்பரங்களுக்கான வாய்ப்பு மிகவும் அதிகமாக உள்ளது.
- சமுதாய வானொலி இயங்கும் மண்டலங்களில் விளம்பர சாத்தியக்கூறு அறிவதற்கான ஆய்வுகள் நடத்தப்பட வேண்டும் அதன் மூலம் விளம்பரத்திற்கான வாய்ப்பு நிலவரம் பற்றிய சரியான புரிதலை பெற முடியும்.
- சமுதாய வானொலி நிலையம் இயங்கும் மண்டலங்களில் உள்ள மக்களின் இல்லத்தில் உள்ள விசேஷ நாட்களில் அதைப் பற்றிய அறிவிப்புகளை வெளியிடுவதன் மூலம் வருமானம் ஈட்ட வாய்ப்பு உள்ளது.
- உள்ளூர் திருவிழாக்கள் மற்றும் நிகழ்வுகளை சமுதாய வானொலி மூலம் ஒலிபரப்பு செய்யலாம் அல்லது திருவிழா மற்றும் நிகழ்வுக்கு ஊடக பங்குதாரராக சமுதாய வானொலி திகழ முடியும்.

நுண் விளம்பரங்கள்

- குறைந்தபட்ச நேரமாக ஐந்து நொடிகளுக்கு கூட விளம்பரங்களை ஒளிபரப்பு செய்ய முடியும்.
- இவ்வாறு குறைந்த நேரங்களுக்கு செய்யப்படும் விளம்பரங்களின் மூலம் கூட சமுதாய வானொலிக்கு வருவாயை திரட்ட முடியும்.

சந்தாதாரர் மற்றும் உறுப்பினர் கட்டணம்

- சந்தாதாரர் மற்றும் உறுப்பினர்களை சேர்ப்பதற்கு பல்வேறு வழிமுறைகள் உள்ளன.
- ஜாமியா மிலியா இஸ்லாமியா வானொலி நிலையம் மாணவர்களிடமிருந்து வானொலி கட்டணம் வசூல் செய்து அதன்மூலம் வானொலி நிலையத்தை இயக்குகிறது.
- கேட்போர் சங்கங்களிடமிருந்து ஆண்டு தொகையாக ஒரு தொகையை வசூல் செய்ய வாய்ப்பு உள்ளது.

அரசின் பிரச்சார திட்டங்கள்

- மத்திய அரசு குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால பிரச்சாரம் திட்டங்களை கொண்டுள்ளது.
- DAVP அனைத்திற்கும் அடிப்படை கட்டணத்தை நிர்ணயம் செய்து உள்ளது.
- அரசு துறைகள் மற்றும் பொதுத்துறை நிறுவன நிதி உதவி பெற்று இயங்கும் நிகழ்ச்சி சமூக நலன் சார்ந்து இருக்க வேண்டும்.
- விளம்பரதாரர் நிகழ்ச்சியை நடத்தும் போது அந்த நிகழ்ச்சியில் விளம்பரதாரரின் பெருமைகளை அல்லது அவரது நிறுவனத்தின் பெருமையையோ நிறுவனத்தின் தயாரிப்பின் பெருமையையோ தவிர்க்க வேண்டும்.