

ब्रिटानिया अपने उत्पादों की कीमतें बढ़ाएगी

- कंपनी का 6-6.5 फीसदी कीमत वृद्धि का लक्ष्य

नई दिली ।

एफएमसीजी की प्रमुख बिटानीया इंडस्ट्रीज लिमिटेड ने इस वित्त वर्ष के अंत तक अपने प्रोडक्ट्स की कीमतें बढ़ाने की घोषणा की है। कंपनी ने दिसंबर में तिमाही में 2 फीसदी तक की कीमत बढ़ाती कर दी थी। ब्रिटानिया जो बाइंड्स जैसे कि बिटानिया गुड डे और मारी गोल्ड का नाम रखती है, ने अपने निवेशकों को बताया कि वित्त वर्ष 2025 तक 4-4.5 फीसदी तक कीमतें बढ़ाने की योजना बन्नहीं है। महाराष्ट्र और कर्नाटक मांग के हालात पर ध्यान देते हुए, कंपनी

ने 6-6.5 फीसदी कीमत वृद्धि का लक्ष्य रखा है। इस नए नीति के साथ बिटानिया की समोकेत शुद्ध लाभ में 31 दिसंबर को 5 फीसदी की वृद्धि दर्ज की गई, जो विशेषज्ञों के अनुमान से अधिक है। इनके बाबूद शेर बाजार में कंपनी के शेयरों में एक चीयरपंटी देखी गई। ब्रिटानिया ने 31 दिसंबर को समाप्त तिमाही के लिए समोकेत शुद्ध लाभ में 5 फीसदी की वृद्धि दर्ज की, कंपनी का मुनाफा 582 करोड़ रुपये रहा जिसको के 521 करोड़ रुपये के अनुमान से अधिक था। ब्रिटानिया का तिमाही राजस्व 8 फीसदी बढ़कर 4,593 बाजार में ब्रिटानिया के शेयरों में



9 फीसदी बढ़कर 3,875 करोड़ शुक्रवार को 1.70 फीसदी की तक पहुंच गया। हालांकि, शेर गिरावट देखी गई और यह 4,872 बाजार में ब्रिटानिया के शेयरों में पर बढ़ गुए।

डिलीवरी बॉय, कैब ड्राइवर को भी मिलेगी पेंशन!

नई दिली ।

अमेजन, फिलपार्ट और जॉमेटो आदि के लिए काम करने वाले डाइवर्स बॉय, ओलो-उरर के कैब ड्राइवर्स महिल अंदर थे जो उन्होंने में लगे गए वर्कर्स की पीछेसे देने का इंतजाम सरकार करने जा रही है। इनके अलावा सरकार गिर वर्कर्स को प्रधानमंत्री जन आयोग योजना के तहत सास्थ्य बीमा करने देने की योजना भी बना रही है। यह पहल गिर वर्कर्स के लिए अतिक भूमिका सुनिश्चित करने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम भी बना रही है। इनके अलावा नियोक्ता ब्रांच योगदान काटा जाएगा।

मुवई ।

भारती एयरटेल ने तीसरी तिमाही के नीतिजे पेश किए। अक्टूबर-दिसंबर अवधि में कंपनी को 14,781 करोड़ रुपये का मुनाफा हुआ है। इसकी मुख्य बजार इंडस्ट्रीज दावर के कासेलिंगशन के कारण बन्दाइम विशेष लाभ को शामिल किया जाए तब कंपनी को वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 5,514 करोड़ का लाभ हुआ

है, जो कि पिछले साल की समान अवधि में 2,442 करोड़ रुपये था। कंपनी की अंपरेशन्स से आय सालाना आधार पर 19 प्रतिशत बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गई है। इसकी बजार भारत और अफ्रीका के कारोबार में मजबूत वृद्धि हो गई है। उन्होंने कहा कि कंपनी की वैतनी शीर्ष मजबूत बनी हुई है, जिसे मजबूत बनाए सुना जा सकता है। अपरेटर ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 245,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

एलआईसी ने तीसरी तिमाही में कंसोलिडेट मुनाफा 11,008 करोड़ रुपये रहा

नई दिली । भारतीय जीवन बीमा नियम (एलआईसी) ने वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही के नीतिजे जारी किए हैं। अक्टूबर-दिसंबर अवधि में कंपनी का कंसोलिडेट मुनाफा 11,008 करोड़ रुपये रहा है, जो कि वीतो साल की वित्त वर्ष के पहले नी माह में कंपनी का कारोबार के बाद मुनाफा 2,138 करोड़ रुपये हो गई है। इसकी बजार भारत और अफ्रीका के कारोबार में मजबूत वृद्धि हो गई है। उन्होंने कहा कि कंपनी की वैतनी शीर्ष मजबूत बनी हुई है, जिसे मजबूत बनाए सुना जा सकता है। अपरेटर ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड सेमग्रेट में अपनी नियोक्ता का ट्रॉफी वैरिएटी ब्रांचीरीजिंग को मजबूत बनाए रखा है और इस सेमग्रेट की आय में वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में 19 प्रतिशत का इजाफा हुआ है।

एयरटेल ने अपने कारोबारों पर नियोक्ता ब्रांचीरीजिंग से संपोर्ट मिल प्रदर्शन जारी रखा। कंपनी की आय

प्रति यूजर (एआरपीजी) में मजबूत वृद्धि दर्ज की गई है और वित्त वर्ष 25 की तीसरी तिमाही में बढ़कर 45,129 करोड़ रुपये हो गया है, जो कि पिछले साल समान अवधि में 208 रुपये था। एयरटेल ने तीसरी तिमाही में 6 लाख नए ग्राहक जोड़कर पोस्टपेड



क्या सच है ये जादू

जब टीवी या थियेटर में तुम कोई फैटेसी से भी, जादू वाली मूर्ती देख रहे हो तो तुम्हें सच में जादूई दुनिया पर यकीन होने लगता है। ऐसा लगता है मानो हीरी पॉटर का जादूई झाड़ा और नार्निया का बोलने वाला रौद्रदार शेर सच में हो सकता है, लेकिन असल में परदे पर इन कल्पनाओं को साकार करने के लिए इसी दिमाग की ताकत और कम्प्यूटर जनरेटर इमेजरी का भर्यूर इस्टरेमल होता है। वहाँ ऐसे ही कुछ फैटेस से रुबरु होते हैं, जहाँ इसान के हाथों ने वीएफएस यानी जिजुअल इफेक्ट्स के साथ जादू रखा है।

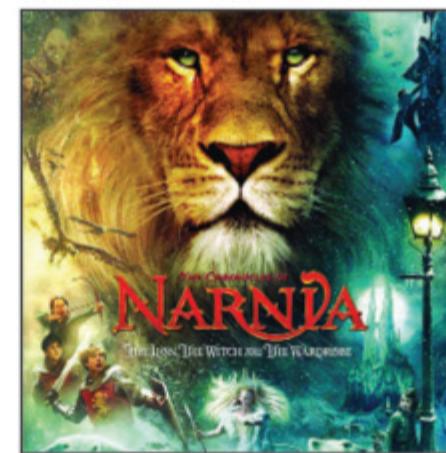
हीरी पॉटर

टैनोलोजी की आज की दुनिया में हालांकि स्पेशल इफेक्ट्स की दुनिया इनी बड़ी ही गई है कि इसान कई कल्पनाओं को सच कर सकता है। फिल्मों में इन इफेक्ट्स का होना वर्षीयों के लिए रोमांच तो पढ़ा करता ही है, साथ ही साइंस से भी जोड़ता है। बच्चों के लिए बनने वाली फिल्मों में इस तरह के इफेक्ट्स और भी रोमांच तरिके से फिल्माएं जाते हैं ताकि बच्चे अपीली कल्पना का विस्तार कर सकें। हीरी पॉटर मूर्ती में हीरी के लम्बे घौँड़े दानव रुधी दोस्त हैंगिड का होना वास्तव में

स्पेशल इफेक्ट्स से जुड़े कुछ बड़े नाम

जो नाम यहाँ शामिल हैं वे ज्यादातर किनी भी मूर्ती में स्पेशल इफेक्ट्स बेने वाली टीम के लैंडर या सीनियर सस्पर्स हैं। ऐसे कई लोगों की टीम मिलकर ही किसी मूर्ती में ढेर सारे इफेक्ट्स से जुड़े काम करती है जिसमें अलग-अलग डिपार्टमेंट होते हैं और सभी मिलकर काम करते हैं। इसलिए बधाई के पात्र भी सभी तो होते हैं।

- ▶ एंगस बिकर्टन - ड्रॉनिकल्स ऑफ नार्निया: द वॉरिंग औफ द डॉन ट्रेडर
- ▶ स्कॉट फेरर - ट्रासफॉर्मर्स: डाकै औफ द मून
- ▶ टिम ब्रुक - हीरी पॉटर एंड द डेथल लैंड
- ▶ वीज़ शिवेल - थेर
- ▶ डेनिस म्यूरेन - सुपर 8, ईटी और जुरासिक पार्क
- ▶ डीन राइट और वेंडी रॉजर्स - द क्रॉनिकल्स ऑफ नार्निया-2



इफेक्ट्स का कमाल मिलता है।

फिल्म के प्रोड्यूसर्स ने एक 6 फीट 10 इंच के आदी की हॉटेंड की भूमिका निभाने वाले कलाकार के बड़ी डबल की तरह रुज किया।

साथ में हैंगिड की छापड़ी की दो वर्जन बनाए गए। एक बड़ा सेट जिसमें हीरी, उसके दोस्त और बाकी नॉर्मल साइज के लोग छोटे दिखे और एक छोटा सेट जिसमें हैंगिड देख जाना बड़ा दिखे। जब सीन को फाइनली एडिट करके विनुअल इफेक्ट्स के साथ दिखाया जाता है तो ऐसा लगता है मानो हैंगिड सच में ऐसा ही है। यही नहीं इसी मूर्ती में जो घूमते, बल्ली-फिरी सीदिया दिखाई देती है उनमें से सिर्फ़ एक ही असली थी बाकी सभी सीदियों के छोटे मॉडल्स थे।

द क्रॉनिकल्स ऑफ नार्निया

इस सीरीज की एक मूर्ती को स्पेशल इफेक्ट्स के मालिनी द्वारा नीती तरह माना जाता है।

इसके कलाइमैट्स में हाथ में अपनी जगह पर खड़ी लहरों को दिखाने के लिए स्पेशल दिखाऊल इफेक्ट्स का सहारा लिया गया। इस मूर्ती में हवाइट विच के रूप को दिखाने के लिए एफेक्ट्स टिल्कर के विनुअल इफेक्ट्स के साथ दिखाया जाता है तो ऐसा लगता है मानो जादूई सच में ऐसा ही है।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर आए। इसके अलावा इसी सीरीज की एक मूर्ती में जब एक पानी में उछलने-कूदने वाली जलपरी की ज़रूरत पड़ी तो एक इसानी बेहोर और मछली जैसी दुम के साथ आटिफिशियल मॉडल बनाकर उस असली पानी के साथ शुरू किया गया, ताकि वह असली जैसा लुक दे सके।

उसके बेहोर को इस प्रकार दिखाया गया कि वह बड़ी बड़ी नीत नजर

