

भारत के ग्रामीण क्षेत्र में जनसंचार माध्यमों के प्रसार का मूल्यांकन

धीरेन्द्र कुमार

डॉ० शिवाली अग्रवाल

विजय कुमार

शोधार्थी

एस० प्रोफे०

शोधार्थी

राजनीति विज्ञान विभाग

राजनीति विज्ञान विभाग

राजनीति विज्ञान विभाग

आई०एन० पीजी कालिज, मेरठ

आई०एन० पीजी कालिज, मेरठ

मेरठ कॉलेज, मेरठ

ई-मेल- drshivali09@gmail.com

सारांश

ग्रामीण भारत में सूचना और संचार सम्बन्धी आधारभूत सुविधाओं का विकास गति पकड़ रहा है। जिस अन्दाज में मोबाईल फोन, एफ०एम० रेडियो, केबल टीवी, और इन्टरनेट के उपभोक्ताओं की संख्या में तेजी से बढ़ोत्तरी हो रही है उसे देखते हुए यह तेजी स्वाभाविक है। एक तरफ केन्द्र सरकार और राज्य सरकारों में सरकारी सेवाओं को डिजिटल माध्यमों से आम लोगों तक पहुंचाने का संकल्प मजबूत हुआ है तो दूसरी ओर बाजार की शक्तियां भी ग्रामीण सुविधाओं को ढांचागत विकास पर ध्यान केन्द्रित कर रहीं हैं। अब वह जमाना नहीं रहा जब गाँव के लोगों को टेलिफोन पर बात करने के लिए पास के शहर की यात्रा करनी पड़ती थी या टेलीविजन देखने के लिए किसी एक घर में जुट जाना होता था। विकास की यात्रा गाँवों तक भी पहुंची है और भारत में प्रति व्यक्ति आय में लगातार हो रही बढ़ोत्तरी ग्रामीण उपभोक्तकों के निरन्तर सक्षम होते चले जाने का सबूत है। अब डिजिटल इण्डिया, ई-कामर्स और मोबाइल तकनीकों की बढ़ती लोकप्रियता के दौर में गाँवों में विकास के नये रूप देखने को मिल रहे हैं। यह विकास अपने साथ अनेक तरह के अवसर भी लेकर आ रहा है जिनसे रोजगार सृजन से लेकर कारोबार का विस्तार और शिक्षा के साथ-2 जागरूकता का प्रसार भी सामिल है।

प्रस्तावना

महानगरों, नगरों, कस्बों और गाँवों की परिभाषा का सबसे महत्वपूर्ण मानक उनका सम्पर्क सूत्र है। कुछ गाँव कस्बे और कस्बे शहरों में तबदील हो गये, इसकी सबसे बड़ी वजह है उसकी कनेक्टिविटी। सड़क, रेललाईन, टेलीफोन, मोबाईल, बिजली, पानी, इन्टरनेट व संचार के अन्य साधन इस सम्पर्क के बुनियादी मॉडल है। मानव विकास का इतिहास साक्षी है कि किसी भी क्षेत्र के विकास में परिवहन की जितनी बड़ी भूमिका होती है, उतनी ही महत्ती भूमिका संचार माध्यमों की भी होती है। विज्ञान, तकनिक और समाज का प्राचीन काल से ही सामन्जस्य रहा है। आज के दौर में मोबाईल, इन्टरनेट, रेडियो, दूरदर्शन आदि जनसंचार माध्यमों ने हमारे गाँवों को सूचना व संचार की सारी सुविधाएं मुहैया कराई हैं।'

जनसंचार माध्यमों के भारतीय गाँवों में प्रसार की वजह से ग्रामीण भारत का आधुनिकरण हुआ है और बिजली तथा अन्य इन्फ्रास्ट्रक्चर सुविधाओं के साथ मिलकर जनसंचार माध्यमों ने वहाँ के सामाजिक परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। भारत सरकार ने भी इन परिवर्तनों का लाभ उठाते हुए ऐसी अनेक योजनाएँ एवं कार्यक्रम चलाये हैं जिनकी मदद से ग्रामीणों की सरकार से तथा सरकार की ग्रामीणों तक सीधी पहुँच हो सके और वे विभिन्न योजनाओं का लाभ उठाकर अपना व समाज का विकास कर सकें। मगर अभी भी ग्रामीण क्षेत्र में जनसंचार के प्रसार में सुधार की आवश्यकता है।²

रेडियो, ट्रांजिस्टर, टेलीविजन, कम्प्यूटर, केबल टीवी, होम विडियो, उपग्रह, इन्टरनेट आदि ने समाज में जनसंचार का ऐसा जाल बिछा दिया है कि दुनियाँ सिमट कर घर के आंगन और ड्राइंग रूम तक आ गयी है। घर की खिड़कियाँ समस्त संसार की ओर खुल गई हैं। इसी कारण **मार्शल मैक्लूहान** ने आज की दुनियाँ को '**ग्लोबल विलेज**'³ की संज्ञा दी है। स्पष्ट रूप से देखा जाये तो सम्पूर्ण विश्व पर मीडिया पूरी तरह छा चुका है। व्यक्ति के सम्पूर्ण व्यक्तित्व को निखारने, सँवारने व विकसित करने का काम इन जनसंचार माध्यमों द्वारा ही हो रहा है। संस्कृतियों के संरक्षण से लेकर संस्कृतियों के प्रसार तक जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। लेकिन इसके बावजूद अभी भी अगर गाँवों की तरफ देखे तो ग्रामीण समाज एवं नगरीय समाज में बहुत अन्तर है। शहरी समाज में जहाँ टी0वी0, कम्प्यूटर, इन्टरनेट, विभिन्न समाचार पत्र-पत्रिकाएँ पूरी तरह से अपनी जगह बना चुकी हैं, वही ग्रामीण समाज में इन जनसंचार माध्यमों की स्थिति कमजोर है।

जनसंचार माध्यमों ने प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से मानव समाज में स्वतन्त्रता, समानता एवं भाइचारे के सिद्धान्त का जन्म, विकास एवं पोषण किया है। इसी कारण से तानाशाही शासन तन्त्रों के स्थान पर जनता की सहभागिता वाला शासनतन्त्र अर्थात् लोकतन्त्र का आगमन हो सका, और इस प्रकार प्रजातांत्रिक शासन व्यवस्था के चौथे स्तम्भ के रूप में मीडिया यानी जनमाध्यम स्थापित हो गए हैं। यह कहना गलत नहीं होगा कि प्रजातांत्रिक शासन व्यवस्था के संचालन का उत्तरदायित्व मीडिया का ही है। अपने इस उत्तरदायित्व को भलि-भांति निभाते हुए संचार माध्यमों ने जनता का सामाजिक-राजनीतिक-आर्थिक विकास करने का कार्य अच्छे ढंग से किया है। इसी कारण से जनसंचार माध्यमों को लोकतन्त्र का पोषक एवं राजनीतिकरण का मुख्य उपकरण माना जाने लगा है। बड़े शहरों में रसोई घर से शयनकक्ष तक व्यक्ति के विचारों से जरूरत तक अपनी पहचान बना चुके ये माध्यम अभी भी ग्रामीण समाज का राजनीतिकरण करने एवं उन्हें बड़े शहरों से जोड़ने में पूर्ण सफल नहीं हो पाये हैं। यही कारण है कि ग्रामीण समाज की सामाजिक, आर्थिक व राजनीतिक विकास में वह वृद्धि नहीं हो सकी, जिसकी आशा की जाती है।

भारत में राष्ट्रीय स्वतन्त्रता आन्दोलन के समय से ही जनसंचार माध्यमों ने विशेष योगदान दिया था। जनसंचार माध्यमों ने भारतीय क्रान्तिकारियों को एक साथ जोड़ने व राष्ट्रीय चेतना जागृत करने में महान भूमिका निभाई और अंग्रेजी शासन के विरुद्ध एक शक्तिशाली शस्त्र

के रूप में प्रयोग किया गया। भारतीय राष्ट्रीय आन्दोलन में जनमाध्यमों की महत्ता को **अकबर इलाहबादी**⁴ के शेर से समझा जा सकता है—**‘ना तीर निकालों, ना तलवार निकालों।**

जब तोप मुकाबिल हो, तो अखबार निकालों।।

इस प्रकार जनसंचार माध्यमों (विशेषकर अखबार ने) ने राष्ट्रीय आन्दोलन में निहत्थे भारतीयों की सुरक्षा भी की और उन्हें संगठित भी किया। स्वतन्त्रता के तत्काल बाद भी जनसंचार माध्यमों की देश के विकास में महत्ता को समझा गया और इसके विकास की दिशा में महत्वपूर्ण प्रयास किये गये। भारत के प्रथम **प्रधानमंत्री जवाहरलाल नेहरू** ने दूरदर्शिता दिखाते हुए इस बात को समझा था और स्पष्ट तौर पर कहा था कि **‘सब कुछ इन्तजार कर सकता है मगर कृषि नहीं।’**⁵ इस बात को ध्यान में रखते हुए दूरदर्शन और रेडियो पर ग्रामीण व कृषि कार्यक्रमों को विशिष्ट स्थान दिया गया।

भारत की विकास यात्रा में जनसंचार माध्यम यानी मीडिया लोगों तक जानकारी पहुंचाने का काम तो कर रहा है, लेकिन भारत का एक बहुत बड़ा भाग आज भी जनसंचार माध्यमों से बहुत दूर है या यूँ कहें कि लगभग अछूता है। हम बात कर रहे हैं गाँवों की। हिन्दुस्तान के गाँव आज भी जनसंचार माध्यमों से अछूते हैं। शहरी विकास की बातें तो सामने आती हैं लेकिन ग्रामीण क्षेत्र में हो रहे बदलाव, विकास या समस्याओं की तस्वीर नहीं दिखती। अशिक्षा, स्वास्थ्य, सामाजिक कुर्रतियाँ, भेदभाव, गरीबी समेत कई जनहित के मामले बहुत कम उठायें जा रहे हैं। जनसंचार के उपलब्ध माध्यमों में रेडियो, टीवी, सिनेमा, समाचारपत्र, विज्ञापन, इन्टरनेट, लोकनृत्य, नाटक आदि विकासशील भारत को विकासशील बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। लेकिन इसे पूरी तरह से अस्वीकार नहीं किया जा सकता है कि जनसंचार के अधिकांश माध्यम केवल शहरों तक ही सीमित हैं। रेडियो को छोड़ दिया जाए तो किसी अन्य माध्यम की पहुँच भारतीय गाँवों तक नहीं के बराबर है। सरकारी मीडिया ने शहरों के साथ-साथ गाँवों पर भी फोकस किया मगर निजी मीडिया ने (विशेषकर प्रिन्ट मीडिया ने) अपने को शहरों तक ही रखा।⁶

सभी प्रमुख जनसंचार माध्यम मुख्यतः बड़े शहरों, राज्यों की राजधानियों और बड़े नगरों से ही संचालित होते हैं। महानगरीय शहरों, उपनगरों, व छोटे नगरों में प्रमुख जनमाध्यमों का थोड़ा-अधिक उपयोग होता है, लेकिन भारत की लगभग 70 प्रतिशत जनसंख्या ग्रामीण क्षेत्रों में रहती है जहाँ पर बिजली आपूर्ति में कमी, अच्छी सड़कें या तो हैं नहीं या फिर अप्रत्याप्त हैं। तकनीकी, सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक कारणों से ऐसे इलाकों में अभी भी आधुनिक जनसंचार माध्यमों का उपयोग बहुत कम हो रहा है।⁷

हम सब सूचना युग या मीडिया क्रान्ति के युग में रह रहे हैं। लेकिन क्या हम ईमानदारी से कह सकते हैं कि एक ऐसा देश, जहाँ आधी आबादी निरक्षर, तीन-चौथाई अनपढ़ हो, वह सूचना का युग में है। **महात्मा गाँधी** ने कहा था कि **‘भारत की आत्मा उसके गाँवों में बसती है’**⁸ लेकिन दुख तो यही है कि इस आत्मा के प्रति हम उदासीन हो गए। देश के विकास और उन्नति के लिए इस उदासीनता को दूर करना होगा। आज अंतरिक्ष युग के प्रवेश के बाद भी हमारी ग्रामीण जनता की समाचार पत्र खरीदने की हैसियत नहीं है। 45 प्रतिशत से अधिक

आबादी गरीबी रेखा से नीचे है। यह आश्चर्य की बात है कि जनसंचार माध्यमों ने हमारी जनसंख्या के अधिकतम भाग तक किस प्रकार की व कितनी पहुँच बनाई है।

स्वतन्त्र भारत की पहली जनगणना के मुताबिक 1951 में शहरी/ग्रामीण आबादी का अनुपात 17/83 था। इसके 60 साल बाद 2011 की जनगणना में शहरी/ग्रामीण आबादी का अनुपात 31/69 था। यानी भारत की कुल 1.21 अरब जनसंख्या में से 83.3 करोड़ गाँवों में और 37.7 करोड़ शहरों में रहती है। जाहिर है ढांचागत और जीवनयापन की सुविधाओं के मामले में जमीन-आसमान के अन्तर के बावजूद शहरों की तुलना में अभी भी गाँवों में रहने वालों की संख्या करीब दो गुणी है, हालांकि वर्ष 2011 की जनगणना के आंकड़े बताते हैं कि बहुत तेजी से गाँवों के लोग शहरों में आ रहे हैं। माना जाता है कि हर एक मिनट पर गाँव के 30 लोग शहर की ओर पलायन कर जाते हैं।⁹ अगर हमें गाँवों से विस्थापन रोकना है तो प्राथमिकता से गाँवों में विकास करना होगा। हमें लोगों को गाँव में ही रहने के लिए प्रोत्साहित करना होगा चूँकि गाँवों में रहना आज भी न केवल सस्ता है बल्कि पर्यावरण अनुकूलन के कारण स्वास्थ्य के लिए भी अच्छा है तथा इससे शहरों पर बोझ भी ज्यादा नहीं बढ़ेगा मगर इसके लिए सरकार व नीति निर्माताओं को जनसंचार माध्यमों का उचित प्रयोग करना होगा।

वर्तमान में वैश्वीकरण व विकास के नाम पर गाँवों को उजाड़ा जा रहा है मगर ग्लोबलाइजेशन का अर्थ गाँव को गायब करना नहीं है। उल्टे गाँव से विश्व अर्थव्यवस्था को जोड़ना है। ऐसे में मीडिया को भी गाँव को अपना एक बड़ा विषय बनाना चाहिए, लेकिन वैसा दिखता नहीं है। देश की 70 प्रतिशत ग्रामीण आबादी का यथार्थ उनकी नजरों में चढ़ता नहीं है। कही आग लगने, गोली चलने, अपराध होने पर मीडिया खबर बना दे तो बना दे। इसके विपरीत मीडिया में राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय, खेल, सिनेमा की खबरों के लिए कई पेज होते हैं। यह मीडिया के अति शहरीकरण या मैटोकरण का ही नतीजा है। जबकि जनसंचार माध्यमों का एक बड़ा और अपना काम शहरी लोगों को ग्राम्य जीवन, उनकी आवश्यकताओं, उनकी समस्याओं के प्रति संवेदनशील बनाना हो सकता है। मीडिया शहर को गाँव से काटकर ग्लोबल दुनियाँ में ले जायेगा तो समाज में एक 'खाई' पैदा होगी, नये विभाजन होंगे और यह देश व समाज के लिए भला न होगा।¹⁰

इस बात से इन्कार नहीं किया जा सकता है कि संचार क्रान्ति के दौर में मीडिया ने भी लम्बी छलांग लगाई है। जनसंचार के माध्यमों में रेडियो, अखबार, टीवी, खबरियाँ चैनल, इन्टरनेट और मोबाइल सहित नए-नए माध्यम रोजाना विकसित हो रहे हैं। ये संचारतन्त्र समाचारों को क्षण भर में एक जगह से कौसों दूर बड़े लोगों तक पहुँचाने में कोई कसर नहीं छोड़ रहे हैं। बात साफ है, मीडिया का दायरा बढ़ा है और वे भी विकेन्द्रीकरण के आधार पर कार्य करने लगे हैं। विकेन्द्रीकरण की प्रक्रिया के तहत दैनिक पत्रों ने महानगरों से निकलकर गाँव-कस्बों की राह पकड़ी है। यहां अपनी पहुँच और दायरा बढ़ाने के लिए इन्होंने जिला या तहसीलवार क्षेत्रीय परिशिष्टों का प्रकाशन शुरू किया है। एक जिले की भौगोलिक सीमाओं में होने वाली राजनीति, सामाजिक, सांस्कृतिक और आपराधिक गतिविधियों को कवर करने वाले

इन परिशिष्टों की हैसियत अपने क्षेत्रों में अब स्वतन्त्र अखबारों जैसी हो गयी है। मगर इन परिशिष्टों का अधिकांश भाग विज्ञापनों से भरा रहता है, बाकी हिस्से में जो लूटपाट, हत्या, दुर्घटना, समारोह आदि की जानकारी होती है उसके भी स्रोत प्रायः विश्वसनीय नहीं रहते हैं। ये परिशिष्ट अपने क्षेत्र की तो जानकारी देते हैं मगर दूसरे क्षेत्रों की व दूसरे क्षेत्रों को जानकारी देने में सक्षम नहीं रहते हैं।¹¹

यह वर्तमान की एक विडम्बना है कि मुख्य धारा की मीडिया में गाँव एकदम गायब कर दिए गए हैं। वे अब किसी विज्ञापन या धारावाहिक में ही दिखाई देते हैं। कस्बाई मीडिया भी बड़े मीडिया की तर्ज पर कार्य करते हैं। वे गाँव कस्बे को कम व शहरों को ज्यादा महत्व देते हैं। नौकरशाही, केन्द्रीय, प्रान्तीय, बड़े घोटालों पर ज्यादा सामग्री होती है। ग्रामीण या कस्बाई क्षेत्र से तो दुर्घटना या लूटपाट जैसी खबरे उठाई जाती हैं और स्थानीय राजनीति, पंचायतीराज या विकास के समाचार विलुप्त ही रहते हैं। बड़ा मीडिया कभी-कभी बलात्कार, हत्याकाण्ड, दंगा-फसाद की किसी बड़ी घटना को मात्र टी0आर0पी0 बढ़ाने के लिए दिखा देते हैं संचेत करने के लिए नहीं।¹²

डा0 अम्बेडकर ने गाँवों को अज्ञानता, संकीर्ण विचारों और साम्प्रदायिकता के अड्डे बताया था लेकिन उन्होने शायद यह नहीं सोचा होगा कि ऐसे जघन्य अपराध सैकड़ों लोगों की मौजूदगी में भी हो सकते हैं। इन घटनाओं का सबसे खतरनाक पहलू यह है कि मौके की गवाह खामोश निगाहों में विरोध की बजाय प्रायः सहमति ही नजर आती है और फिर यह तो वे हादसे हैं जो पुलिस तक पहुँच गये वरना ऐसे हादसों की तो कोई गिनती ही नहीं होती, वरना भारत में प्रतिवर्ष पैदा होने वाली 1.25 करोड़ बच्चियों की संख्या 15 वर्ष तक की आयु तक पहुँचते-पहुँचते 85 से 90 लाख तक न रह जाती और गर्भ से शुरू हुआ उत्पीडन उन्हें बाल्यवस्था से वृद्धावस्था तक न झेलना पड़ता।

जनसंचार माध्यमों के लिए सबसे अधिक जरूरी है ऐसी घटनाओं को प्रकाश में लाना और इनके विरुद्ध जनमत तैयार करना। कहते हैं ना कि पत्थर पर लगातार पानी गिरने से पत्थर भी किसी दिन टूट जाता है इसलिए अगर लगातार प्रयास करें तो ग्रामीणों को ऐसी परिस्थितियों से उबारा जा सकता है। मगर वास्तव में यह दुखद है कि जनसंचार माध्यमों में ऐसी घटनाएं केवल समाचार के रूप में ली जाती हैं, समस्या के रूप में नहीं।¹³

भारत की राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक व सांस्कृतिक संरचना गाँवों पर ही टिकी हुई है। 2011 की जनगणना के अनुसार भारत की कुल जनसंख्या लगभग 121 करोड़ है, जिसमें से अधिकतर 70 फीसदी जनता गाँवों में रहती है। इनके लिए सरकार योजनाएं बनाती तो है लेकिन वे प्रभावशाली ढंग से लागू नहीं हो पाती। इसके लिए दोष केवल सरकार का ही नहीं हमारा भी है, विशेषकर सामाजिक समस्याओं के लिए। गाँवों में अगर सामाजिक समस्याओं का समाधान हो जाये तो आदर्श गाँव बनने में देर नहीं लगेगी। मीडिया को इस सन्दर्भ में अपनी भूमिका ठहरकर सोचनी होगी। आज ग्राम्य जगत के लिए अलग से मीडिया विकल्प बनाएं जाने चाहिए। गाँव शहर में आना चाहिए, शहर गाँव में जाना चाहिए। 15 अगस्त, 26 जनवरी पर देशभक्ति गीत बजाना व उन्हें जनता को दिखाना/सुनाना पर्याप्त नहीं, असली देशभक्ति तो, गाँवों के विकास में है। मीडिया को इसके लिए आगे आना चाहिए। हर जनसंचार माध्यम यदि

थोड़ी सी जगह गाँवों को अनिवार्यता दे दे तो अवश्य ही कुछ बदलेगा। ग्रामीण विकास की महत्ता पर बल देते हुए सुप्रसिद्ध पत्रकार गणेश शंकर विद्यार्थी ने अपने पत्रकारिता जीवन के प्रारम्भ में कहा था कि, 'राष्ट्र महलों में नहीं रहता। प्रकृष्ट राष्ट्र के निवास स्थान में वे अनगिनत झोपड़े हैं जो गाँवों और पुरवों में फैले हुए खुले आकाश से प्रकृति का संदेश देते हैं। इसलिए राष्ट्र का मंगल और उसकी जड़ उस समय तक मजबूत नहीं हो सकती जब तक कि अगणित पौधों की जड़ों में जीवन का जल नहीं सींचा जाता।'¹⁴ अतः जब तक ग्रामीण व पिछड़े भारत को संचारिक चक्र से पूरी तरह नहीं जोड़ा जायेगा, तब तक विकास की बात करना बेईमानी होगा।

निष्कर्ष के तौर पर हम यह कह सकते हैं कि देश के सामाजिक-आर्थिक विकास और बेहतर भविष्य के लिए हमें गाँवों को अच्छी गुणवत्ता की सड़कों के साथ शहर से जोड़ना होगा, पीने के साफ पानी और स्वच्छता को सुनिश्चित करना होगा, हर व्यक्ति के पास घर और घर में बिजली पहुँचानी होगी और सरल, सुगम व सच्चे जनसंचार माध्यमों की व्यवस्था करनी होगी क्योंकि सड़क, बिजली, पानी, खाद्यान्न आदि मौजूद होने पर भी आज के दौर में जनसंचार माध्यमों के बिना कुछ भी सम्भव नहीं है।

संदर्भ ग्रंथ

1. कुरुक्षेत्र (पत्रिका), फरवरी 2016, पेज 04
2. कुरुक्षेत्र (पत्रिका), दिसम्बर 2015, पेज 28
3. इस्सर देवेन्द्र, 'मीडिया : मिथ और मूल्य', इन्द्रप्रस्थ प्रकाशन, दिल्ली, 2006, पेज 07
4. इदा उम्मेद सिंह, 'संसदीय व्यवस्था में परिवर्तन की दिशा', कल्पज पब्लिकेशन, दिल्ली, 2010, पेज 260
5. योजना (पत्रिका) जुलाई 2013 पेज 54
6. कुमार संजय, 'मीडिया : महिला, जाति और जुगाड़', प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, 2017, पेज 105-106
7. विलानिलम जे0वी0, 'भारत में जनसंचार की सृद्धि और विकास', राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, नई दिल्ली, 2016, पेज 120
8. नैयर रेणूका, 'ग्रामीण क्षेत्र की पत्रकारिता', हरियाणा सहित्य अकादमी, हरियाणा, 2002, भूमिका से
9. कुरुक्षेत्र (पत्रिका), फरवरी 2016, पेज 07
10. पचौरी सुधीस, 'भूमण्डलीय समय और मीडिया', ज्ञानदीप प्रकाशन, नई दिल्ली, 2006, पेज 15
11. हाड़ा माधव, 'सीढ़ियां चढ़ता मीडिया', आधार प्रकाशन, हरियाणा, 2012, पेज 51
12. पचौरी सुधीस, 'उत्तर आधुनिक मीडिया विमर्श', वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2009, पेज 288
13. नैयर रेणूका, 'ग्रामीण क्षेत्र की पत्रकारिता', हरियाणा सहित्य अकादमी, हरियाणा, 2002, पेज 132
14. पाण्डेय ज्ञान प्रकाश, 'जनसंचार सिद्धान्त एवं शोध', मानक प्रकाशन प्रा0लि0, दिल्ली, 2005, पेज 118