

International Multidisciplinary Research Journal

Golden Research Thoughts

Chief Editor
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor
Dr.Rajani Dalvi

Honorary
Mr.Ashok Yakkaldevi

Golden Research Thoughts Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

Regional Editor

Dr. T. Manichander

International Advisory Board

Kamani Perera
Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka

Mohammad Hailat
Dept. of Mathematical Sciences,
University of South Carolina Aiken

Hasan Baktir
English Language and Literature
Department, Kayseri

Janaki Sinnasamy
Librarian, University of Malaya

Abdullah Sabbagh
Engineering Studies, Sydney

Ghayoor Abbas Chotana
Dept of Chemistry, Lahore University of
Management Sciences[PK]

Romona Mihaila
Spiru Haret University, Romania

Ecaterina Patrascu
Spiru Haret University, Bucharest

Anna Maria Constantinovici
AL. I. Cuza University, Romania

Delia Serbescu
Spiru Haret University, Bucharest,
Romania

Loredana Bosca
Spiru Haret University, Romania

Ilie Pinteau,
Spiru Haret University, Romania

Anurag Misra
DBS College, Kanpur

Fabricio Moraes de Almeida
Federal University of Rondonia, Brazil

Xiaohua Yang
PhD, USA

Titus PopPhD, Partium Christian
University, Oradea, Romania

George - Calin SERITAN
Faculty of Philosophy and Socio-Political
Sciences Al. I. Cuza University, Iasi

.....More

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade
ASP College Devrukh, Ratnagiri, MS India Ex - VC. Solapur University, Solapur

Iresh Swami

Rajendra Shendge
Director, B.C.U.D. Solapur University,
Solapur

R. R. Patil
Head Geology Department Solapur
University, Solapur

N.S. Dhaygude
Ex. Prin. Dayanand College, Solapur

R. R. Yaliker
Director Management Institute, Solapur

Rama Bhosale
Prin. and Jt. Director Higher Education,
Panvel

Narendra Kadu
Jt. Director Higher Education, Pune

Umesh Rajderkar
Head Humanities & Social Science
YCMOU, Nashik

Salve R. N.
Department of Sociology, Shivaji
University, Kolhapur

K. M. Bhandarkar
Praful Patel College of Education, Gondia

S. R. Pandya
Head Education Dept. Mumbai University,
Mumbai

Govind P. Shinde
Bharati Vidyapeeth School of Distance
Education Center, Navi Mumbai

G. P. Patankar
S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka

Alka Darshan Shrivastava
Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar

Chakane Sanjay Dnyaneshwar
Arts, Science & Commerce College,
Indapur, Pune

Maj. S. Bakhtiar Choudhary
Director, Hyderabad AP India.

Rahul Shriram Sudke
Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore

Awadhesh Kumar Shirotriya
Secretary, Play India Play, Meerut (U.P.)

S. Parvathi Devi
Ph.D.-University of Allahabad

S.KANNAN
Annamalai University, TN

Sonal Singh,
Vikram University, Ujjain

Satish Kumar Kalhotra
Maulana Azad National Urdu University



मीडिया का सामाजिक सरोकर व व्यापारिक स्थिति

डॉ. रणजीत कुमार

सारांश :

सामाजिक तानाबाना बनाए रखने में मीडिया के सहयोग से इनकार नहीं किया जा सकता। अनेक मौकों पर इसने अपने दायित्व का निर्वहन करके अपनी सामाजिक प्रतिबद्धता दोहराई है। लेकिन इसके व्यापारिक चरित्र ने इसकी विश्वसनीयता को भी कटघरे में खड़ा किया है। देश और दुनिया के मीडिया संस्थानों को संचालित करनेवाले औद्योगिक घरानों की अपनी भी महत्वकांक्षा है। इस महत्वकांक्षा को पूरी करने के लिए ये मीडिया का दुरुपयोग नहीं करेंगे अथवा नहीं कर रहे हैं। यह कहना मुश्किल नहीं है।

शोध केंद्रित शब्द : समाचार पत्र, समाचार चैनल, समाचार, सामाजिक सरोकार, समाज, व्यापार।

शोध प्रविधि : मीडिया के सामाजिक सरोकार व्यापारिक स्थिति को दर्शाने के लिए वर्णनात्मक विधि का प्रयोग किया गया है। यह पूर्णतया द्वितीयक स्रोत पर आधारित है।



शोध का महत्व : मीडिया का पहचान उसका जनपक्ष है। अगर वह इससे विमुख हो जाएगा तो सामाजिक समरसता और विकास का मार्ग अवरुद्ध हो जाएगा। प्रस्तुत शोध के माध्यम से मीडिया के सरोकार और उसकी व्यापारिक महत्वकांक्षा को समझने का प्रयास किया गया है।

उद्देश्य : प्रस्तुत शोध के माध्यम से यह बताने का प्रयास किया गया है कि मीडिया का जनसरोकार अब क्षीण होता रहा है। इसके बदले में केवल व्यापारिक प्रतिस्पर्धा को वरीयता मिल रही है।

उपकल्पना : मीडिया में जनसरोकार की उपेक्षा करके व्यापारिक गतिविधियों को महत्व दिया जा रहा है।

प्रस्तावना :

मीडिया का सामाजिक सरोकार उसका सबल पक्ष है जबकि व्यापारिक स्थिति दुर्बल पक्ष। समाज के पहलू के रूप में मीडिया की कार्यप्रणाली न सिर्फ उसकी विश्वसनीयता को कायम रखता है अपितु उसका प्रभाव भी बढ़ता है। मीडिया के इतिहास का संबंध सामाजिक क्रांति से रहा है। मानव सभ्यता के इतिहास में मीडिया के सकारात्मक भूमिका का योगदान इसके आरंभ से ही देखने को मिलता है। मीडिया में विद्यमान जनसंचार की क्षमता इसके प्रभाव को दर्शाता है। सामाजिक क्रांति में सक्रिय योगदान इसकी सबसे बड़ी उपलब्धी है। भारतीय समाचार पत्रों के बारे ठाकुर दत्त शर्मा 'आलोक' ने कहा है—“...भारतवर्ष में पत्रकारिता के सूर्योदय के साथ दो तत्व मुख्य रूप से जुड़ गए। पहला सरकार एवं भ्रष्टाचार की आलोचना दूसरा सरकार की ओर से समाचार पत्रों का दमन।”

वैश्वीकरण के इस दौर में ऐसा कोई भी क्षेत्र नहीं है, जहां मीडिया की पहुंच न हो। इस संदर्भ में नार्वे के विद्वान जॉन गेलटिंग का कथन है कि 'मीडिया जैसे जनसंचार साधन नियमित, सर्वव्यापक तथा सर्वत्र विद्यमान हैं'। पास-पड़ोस से लेकर देश और दुनिया की हर जानकारी मीडिया प्रतिक्षण दे रहा है। इसके असीमित दायरे ने मार्शल मैक्लुहान के 'विश्वग्राम' की भविष्यवाणी को वास्तविकता की धरातल पर उतार दिया है। 21वीं सदी के इस आरंभिक दौर में मीडिया सारी भौगोलिक दूरियों को खत्म करके एक नई दुनिया की कल्पना साकार कर रहा है। इस दुनिया में उत्पाद और उपभोक्ता का बोल-बाला है। मीडिया के नित नए रूप और चकाचौंध से हर कोई प्रभावित है। यही कारण है कि मीडिया जो भी सूचना दे रही है, वह एक उत्पाद के रूप में सामने आ रहा है। जिस मीडिया का सरोकार कभी जनसमस्याओं से था, वह हाशिए पर चला गया है। इसकी जगह उपभोक्तावादी संस्कृति ने ले ली है। "मीडिया संसार पर एक अल्पतंत्रीय भूमंडलीय बाजार हावी है और उसने बहुत उच्चस्तरीय अवरोधकों का रूप धारण कर लिया है। कहने को राष्ट्रीय बाजार अब भी कायम हैं और वे किसी विशेष राष्ट्रीय स्थिति को समझने के लिए अपरिहार्य भी हैं लेकिन उनका महत्व गौण हो गया है। भूमंडलीय मीडिया बाजार पर प्रथम स्तर के दस दीर्घाकार मीडिया समूहों का वर्चस्व कायम है। जिसमें डिज्ने, टाइम वारनर, बर्टल्समन, वायकॉम, द न्यूज कार्पोरेशन, टीसीआई, सोनी, जनरल इलेक्ट्रिक (एनबीसी की मालिक), पॉलिग्राम (मुख्य रूप से डच इलेक्ट्रॉनिक कंपनी फिलिप्स के स्वामित्व में), और सियाग्राम (यूनिवर्सल का मालिक) शामिल हैं।”

मीडिया की संकल्पना जनहित को मूल में रखकर की गई थी। अपने आरंभिक दौर में इसने इस जिम्मेदारी की तन्मयता से निर्वहन की। जिसके चलते इसकी लोकप्रियता बढ़ती गई। इस लोकप्रियता को बाद में मीडिया ने भुनाना शुरू कर दिया। जिसके परिणामस्वरूप सत्य और निष्पक्ष सूचनाओं के मुक्त प्रवाह में बाधा उत्पन्न होने लगी। धीरे-धीरे मीडिया संचालकों ने इसे अपने प्रभाव में लेकर एकाधिकार स्थापित कर लिया। जिसके बाद से इसका विकृत रूप सामने आया। समाचार पत्रों की व्यापारिक स्थिति के बारे में आर. के. गुप्ता का कहना है— “आज जिन पत्रों के अधिक संस्करण निकल रहे हैं या जो अकेले ही हैं, उन सबका प्रधान उद्देश्य जीवित रहना ही नहीं, अपने आर्थिक साधन बढ़ाकर अपना विकास करना—पृष्ठ संख्या में, प्रचार में, प्रेस सामग्री में या कि संपत्ति में, मुख्य ध्येय हो गया है। पत्र उद्योग अन्य उद्योगों की तरह एक व्यापार हो गया है।”¹³ मीडिया का जो स्वरूप आज हमारे समय में है और जिसे लेकर चिंतन और विमर्श के कई आयाम तथा राज्य और जनता के अंतरसंबंधों की चर्चा चलती है अत्यंत महत्वपूर्ण और हमारे समय के लिए जानने का एक जरूरी क्षेत्र है। इसकी व्यापकता, प्रारम्भ, संचार और मीडिया की चर्चा होती रही है। आज के समय में जब मीडिया की आचार संहिता, उसके सामाजिक भूमिका के सैद्धान्तिक और व्यावहारिक पक्षों पर जब चर्चा होती है तो एक महत्वपूर्ण चीज जो या तो छोड़ दी जाती है या ओझल रहती है वह है मीडिया की वर्ग अंतर्वस्तु तथा उसका पूरे सामाजिक ताने बाने में राजनीतिक अर्थशास्त्र के दृष्टि से अवस्थिति। मीडिया को इस प्रकार देखा जाने लगता है या दिखाने की कोशिश की जाने लगती है जिससे उसका एक सार्वभौमिक, आदर्शिकरण होता है और वह सामाजिक ताने बाने में अवस्थित होते हुए भी निरपेक्ष स्थिति को प्राप्त कर लेती है। और साथ ही इससे शासक वर्ग द्वारा राय निर्मित और वैधीकरण के हथियार के रूप में इसके इस्तेमाल के प्रचारक और संस्कृति के पहलू पर ध्यान कम जाता है। इस संदर्भ में जगदीश्वर चतुर्वेदी का मानना है— “जनमाध्यम प्रभुत्वशाली वर्गों के सांस्कृतिक प्रभुत्व के उपकरण हैं, इनसे सांस्कृतिक उन्नति अर्जित नहीं की जा सकती।”¹⁴ लेकिन इस तरह के संरचनाओं तथा उसमें अंतर्निहित विचार क्षेत्रों की पड़ताल करते समय यह प्रश्न जरूरी है की यह किसके द्वारा संचालित है, किसके लिए है, और इसका लक्ष्य क्या है? अगर मीडिया के जिस क्षेत्र में व्यावसायिकता तथा व्यापारिकरण की बात करते हुए पेड़ न्यूज की स्थिति की पड़ताल करना इस शोध का लक्ष्य है तो यह सतत ध्यान में रखने की जरूरत आसन्न जान पड़ती है जिसे कार्ल मार्क्स ने जर्मन विचारधारा में बड़े ही साफ शब्दों में व्यक्त किया है— मार्क्सिय दृष्टिकोण का मानना है कि जो वर्ग उत्पादन के साधनों का स्वामी होता है, वही विचारों के उत्पादन का स्वामी भी होता है। उत्पादन के संबंधों का विकास उत्पादन के उपकरणों के विकास पर निर्भर है। उत्पादन के संबंध और उत्पादन के उपकरण मिलकर आर्थिक बुनियाद का निर्माण करते हैं। ये संबंध ही सामाजिक संबंधों की प्रकृति का निर्धारण करते हैं।¹⁵ इस रूप में आज मीडिया न केवल सूचनाओं तक सीमित रह गई है वरन् यह वर्चस्व व वैधीकरण के शासक वर्गीय दृष्टि को जनता में आरोपित करने का माध्यम के साथ ही सत्ता के लिए वैधीकरण का एक महत्वपूर्ण उपकरण भी है। और जनता के ऊपर लगातार शासक वर्ग के विचार को संस्कृति के दायरे से लेकर सीधे सूचनाओं के दायरे तक आरोपित करने का काम करता है। साथ ही आज मीडिया की भूमिका उद्योग की जिस श्रेणी में आती है उसमें पूंजीवादी उत्पादन के सभी नियम उसी रूप में लागू होते हैं जैसे अन्य क्षेत्रों में। जब एक बार कोई भी क्षेत्र पूंजीवादी उत्पादन के सीमा के अंतर्गत आ जाता है तो उसमें बेलगाम लाभ लोभ की गलाकाटू प्रतिस्पर्धा की वह शुरुआत होती है जिसकी कोई नैतिकता नहीं होती और वह एक ही नैतिकता के प्रति समर्पित होती है वृत्तिसका नाम है मुनाफा। मीडिया उद्योग में मुनाफे के सामान्य नियम वही होते हैं जो और पूंजीवादी उत्पादन में होते हैं परंतु चूंकि यह वैधीकरण और विचार निर्मित का एक क्षेत्र भी है अतः इसमें खरीद फरोख्त की विद्रूपताएं ऐसी स्थिति में अत्यधिक हो जाती हैं जब पूंजीवाद भयंकर संकटों और मंदी से गुजरता हो और पूरी व्यवस्था के सामने एक ढांचागत संकट खड़ा हो जाता हो। ऐसे स्थिति में स्वयं पूंजीवादी सत्ता और उसके तमान संरचनाएं जो अभी तक नैतिक होने का दावा करती हैं खुद ही जनता के सामने ऐसी छवियाँ प्रस्तुत करती हैं जिससे शासन की पवित्रता के आदर्शिकृत दावे अब अच्छे और बुरे के एक जंग में तब्दील होते दिखाई देते हैं और शासक वर्ग की समूची नैसर्गिक विद्रूपता कुछ गलतियों के रूप में दिखाने की कोशिश की जाने लगती है।

मीडिया जब अपने जनसरोकार से विमुख होकर कार्य करने लगता है तब समाज में अनेक विकृतियां पनपने लगती हैं। वरिष्ठ पत्रकार एन. के. सिंह ने अपने एक आलेख में इस बात का उल्लेख करते हुए कहा कि “भारतीय जनता में सही मुद्दों की समझ काफी कम है और अधिकतर लोग इस बात से चिंतित नहीं कि देश में पिछले कई दशकों से गरीब—अमीर की खाई लगातार बढ़ती जा रही है यानी गरीब ज्यादा गरीब होता जा रहा है। एक साल पहले अमेरिकी संस्था मेकेंजी ने भी इस बढ़ती खाई का जिक्र करते हुए कहा था कि भारत के चुनावों में भी और गरीब होता गरीब एवं और अमीर होता अमीर कोई मुद्दा ही नहीं बन पाता। ताजा रिपोर्ट के अनुसार भारत में इस समय एक प्रतिशत अमीरों के पास देश की 70 प्रतिशत संपत्ति है जो कि मात्र 15 साल पहले 37 प्रतिशत थी। अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा बैंक के अनुसार भारत के इन अरबपतियों की संपत्ति पिछले 15 सालों में 12 गुना बढ़ी है।”¹⁶ इस विषमता को बढ़ाने में मीडिया की भूमिका से इनकार नहीं किया जा सकता। क्योंकि अगर मीडिया ने अपने दायित्व का निर्वहन किया तो निश्चय ही इस प्रकार की परिस्थितियां जन्म नहीं ली होती। प्रतिस्पर्धा के इस दौर में केवल मीडिया का व्यापारिक चरित्र ही उभरकर सामने आता है। ज्वरीमल पारख ने कहा है— “पश्चिम का मीडिया हो या भारतीय मीडिया खबरों का यह चयन और उनको मिलने वाला महत्व दरअसल इस बात से तय होता है कि उनका राजनैतिक प्रभाव क्या होगा।”¹⁷

भारतीय मीडिया के इतिहास पर दृष्टिपात करने पर यह ज्ञात होता है कि मीडिया का व्यापारिक चरित्र इसके आरंभ से ही इसमें विद्यमान था। तभी तो गणेश शंकर विद्यार्थी ने कहा था— इस देश में भी समाचार पत्रों का आधार धन हो रहा है। धन से ही वे निकलते हैं, धन ही के आधार पर चलते हैं और बड़ी वेदना के साथ कहना पड़ता है कि उनमें काम करने वाले बहुत से पत्रकार भी धन की ही अभ्यर्थना करते हैं। अभी यहां पूरा अंधकार नहीं हुआ है किंतु लक्षण वैसे ही हैं।¹⁸ आजादी के बाद भारतीय मीडिया की महत्वकांक्षा तो बढ़ी लेकिन जनसरोकार का मामला शनैः—शनैः गौड़ होता चला गया। आपातकाल इसका उदाहरण है। उस दो खेमें में बंटी मीडिया के एक पक्ष ने आपातकाल का विरोध किया तो दूसरे पक्ष ने समर्थन। विरोध करनेवालों का दमन किया गया तो समर्थन देनेवालों को अनेक रूपों में लाभ पहुंचाया गया। इस संदर्भ में वरिष्ठ पत्रकार कुलदीप नैयर का कहना है— “पत्रकारों की पूरी जमात को व्यवस्था और कार्पोरेट सेक्टर द्वारा दिए जानेवाले ‘भाव’ ने बिगाड़ रखा था। सब जानते थे कि कुछ प्रेस कॉफ्रेंसों में उन्हें तोहफों में सूट का कपड़ा और शेरय भेंट किए जाते थे। इससे इनकी स्वाधीनता की भावना पर असर पड़ना स्वाभाविक था। उनमें से कुछ तो अपने पेशे के प्रति कुछ भी प्रतिबद्धता महसूस नहीं करते थे।”¹⁹ वैश्वीकरण के दौर और निजी समाचार चैनलों के आगमन मीडिया के सामाजिक सरोकार को बाजारवादी व्यवस्था में बदल दिया। इसका प्रमुख कारण था— समाचार पत्रों का विस्तार और नित् नवीन समाचार चैनलों का आगमन। जब समाचार पत्रों के अनेक संस्करण निकलने लगे तो पुराने अधिपतियों को न केवल चुनौती मिली बल्कि बाजार में बने रहने का दबाव भी सामने आने लगा। इसी दौर में छोटे-छोटे समूहोंवाले समाचार पत्र या तो बंद हो गए अथवा किसी बड़े घराने में विलीन हो गए। समाचार चैनलों की भी यही स्थिति रही। जो प्रतिस्पर्धा में बने रहे उनका वर्चस्व कायम रहा और जो पिछड़ गए उनका सूरज अस्त हो गया। इन परिस्थितियों ने संपादकीय दायित्व को बदल दिया। इसके बारे में प्रभाष जोशी ने कहा— “मीडिया की लीडरशीप संपादकीय हाथ से निकलकर मार्केटिंग के हाथ में चली गई है। खबर को सामाजिक, राजनीतिक रूप से आंकने वाले प्रभावी नहीं हैं। प्रभावी हैं खबर के बिकाऊ होने की संभावना को समझने वाले।”²⁰ मीडिया की प्रभावशीलता ने इसकी व्यापारिक महत्वकांक्षा को अधिक सबल बना दिया। ऐसा कोई मीडिया संस्थान नहीं है जिसमें शीर्ष उद्योगपतियों ने निवेश न किया हो। ऐसे में मीडिया का सामाजिक सरोकार कितना कायम रहेगा इसका भविष्य में आंकलन किया जाएगा लेकिन इनकी व्यापारिक स्थिति मजबूती की ओर अग्रसर है। रेमंड विलियम का कहना है—

“समाज संबंधी पुरानी अवधारणाओं के अंतर्गत जीवन की शुरुआत करने वाले अनेक लोगों ने आधुनिक संचार माध्यमों को मनुष्य के सीखने अथवा विचारों और अनुभवों के आदान-प्रदान की क्षमता के विस्तार के साधन के रूप में नहीं, बल्कि शासन करने के नए तरीके और व्यापार के नए अवसरों के रूप में देखा है। संचार के सभी नए माध्यमों का राजनीतिक नियंत्रण (प्रचार के जरिए) और व्यावसायिक लाभ (विज्ञापन के जरिए) के लिए दुरुपयोग किया जा चुका है।”

निष्कर्ष :

मीडिया का अस्तित्व भले ही उसके सामाजिक सरोकार से रहा है। लेकिन वह इसमें अनेक मौकों पर विफल भी रहा है। बुद्धिजीवियों ने इस बात को सहर्ष स्वीकार किया है कि मीडिया अपने आचरण के अनुरूप व्यवहार न करके संचालकों के हाथों की कठपुतली बन कर कार्य करता रहा है और कर रहा है। ऐसे में उसके सामाजिक सरोकार पर प्रश्नचिन्ह लगना स्वाभाविक है। बढ़ रही विषमता की खाई मीडिया के व्यापारिक स्थिति को दर्शा रहा है। ऐसे में मीडिया संस्थानों को आत्मावलोकन करने की आवश्यकता से इनकार नहीं किया जा सकता।

सुझाव :

- ★ मीडिया का झुकाव जनसरोकार की तरफ होना चाहिए।
- ★ मीडिया में व्यापारिक प्रतिस्पर्धा को सीमित करने की तरफ ध्यान देना होगा।
- ★ मीडिया को औद्योगिक घरानों से मुक्त करने की आवश्यकता है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

- शर्मा आलोक, ठाकुरदत्त. (2000, 2009). हिंदी पत्रकारिता एवं जनसंचार. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 15.
- मैक्वेस्नी, रॉबर्ट डब्लू: वुड, इलेन मिक्संस व फॉस्टर जॉन बेलेमी (संपादक). (1998, 2006). पूंजीवाद और सूचना का युग. (राजेंद्र शर्मा, अनु.) नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी. पृष्ठ संख्या 40.
- गुप्ता, आर. के. (2008). हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं विकास. दिल्ली: ओमेगा पब्लिकेशंस. पृष्ठ संख्या 154.
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर. (2002). माध्यम साम्राज्यवाद. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 10.
- चतुर्वेदी, जगदीश्वर व सिंह, सुधा. (2002). जनमाध्यम सैद्धांतिकी. नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 09.
- मीडिया को समझ बदलनी होगी. एन. के. सिंह 13.12.2015 लोकमत समाचार पृ. 4.
- पारख, ज्वरीमल. (2006). जनमाध्यमों का राजीतिक चरित्र. . नई दिल्ली: अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 37.
- मिश्र, कृष्ण बिहारी. (2004). पत्रकारिता इतिहास और प्रश्न. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 109.
- नैयर, कुलदीप. (2012). एक जिंदगी काफी नहीं आजादी से आज तक के भारत की अंदरूनी कहानी. नई दिल्ली. राजकमल प्रकाशन प्राइवेट लिमिटेड. पृष्ठ संख्या 277-278.
- जोशी, प्रभाष. (2009). मीडिया : बढ़ता एकाधिकार. द्वारा अनामीशरण बबल (संपा.). मीडिया : वाद-विवाद, सवांद. (पृ. 255-260). नई दिल्ली: श्री नटराज प्रकाशन.
- विलियम्स, रेमंड. (2000). संचार माध्यमों का वर्ग चरित्र. (सत्यम वर्मा व प्रमोद झा, अनु.) नई दिल्ली: ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्रा. लि. पृष्ठ संख्या 18.

Publish Research Article

International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- * International Scientific Journal Consortium
- * OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- ✦ EBSCO
- ✦ Index Copernicus
- ✦ Publication Index
- ✦ Academic Journal Database
- ✦ Contemporary Research Index
- ✦ Academic Paper Database
- ✦ Digital Journals Database
- ✦ Current Index to Scholarly Journals
- ✦ Elite Scientific Journal Archive
- ✦ Directory Of Academic Resources
- ✦ Scholar Journal Index
- ✦ Recent Science Index
- ✦ Scientific Resources Database
- ✦ Directory Of Research Journal Indexing

Golden Research Thoughts
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.aygrt.isrj.org