

सामाजिक परिवर्तन में मीडिया प्रबंधन

डॉ० ललित चंद्र जोशी*, डॉ० पीयूष पोखरिया**

सारांश

सूचना और तकनीक ने आज इस युग को एक नये मुकाम पर लाकर खड़ा किया है। आज विश्व में घट रही घटनाओं को सीधे अपने कमरे में चाय पीते हुए देख सकते हैं। देशी तथा विदेशी समाचारों के प्रदर्शन पर अपनी राय भेज सकते हैं। इन सब का श्रेय केवल जनसंचार माध्यमों को जाता है जो सामाजिक-सांस्कृतिक परंपराओं एवं रूढ़ियों की जटिलताओं का निस्तारण करते हुए एक नवीन समाज की स्थापना कर रहा है। नैतिक मूल्यों के साथ वर्तमान में जिस परिवर्तन का दर्शन कर रहे हैं उसमें सबसे अधिक श्रेय मीडिया को जाता है। सामाजिक समस्या, सामाजिक मुद्दों के प्रति लोगों की जागरूकता इत्यादि यह 'मीडिया परिवर्तन' का फल है। आज के दौर में व्यक्ति भले ही अभाव में जी रहा है, पर मीडिया के माध्यम से हर अच्छे और बुरे पहलू को समझ रहा है। 'मीडिया' लोकतंत्र के 'चौथे-स्तम्भ' के रूप में समाज को मजबूत दशा व दिशा प्रदान कर रहा है। जनहित की रक्षा करने के लिए सरकार पर नियंत्रण रखते हुए लोकतांत्रिक प्रक्रिया को मजबूती प्रदान करने का कार्य मीडिया कर रहा है।¹

मुख्य शब्द— मीडिया, सूचना, तकनीक, जनसंचार।

प्रस्तावना

“सूचना प्रौद्योगिकी की 21वीं सदी का यह समय इंटरनेट और मनुष्य जीवन के बीच एक नए सह-संबंध का समय भी है। इंटरनेट की तकनीकी सशक्तिकरण ने तमाम सोशल नेटवर्कों, पेशेवर और कामकाजी अभ्यासों, आर्थिक उत्पादकता (ई कॉमर्स) सामाजिक व्यवहारों और उपभोक्ता प्रवृत्तियों के बदलावों की शिनाख्त के काम को पूरी तरह से बदल दिया है। नागरिक जीवन में इंटरनेट की अपरिहार्यता के समय में शैक्षिक पर्यावरण भी एक नई बनावट में ढल रहा है। सबसे ज्यादा प्रभाव अगर इसका पड़ता है तो विद्यार्थियों पर। जो अब एक नए वर्चुअल यथार्थ के साथ अपने वास्तविक यथार्थ अपने विश्व को समझ रहे हैं। एक नेटवर्क सोसायटी का निर्माण हो चुका है जैसा कि अमेरिकी चिंतक मैनुअल कासल बता चुके हैं।”

डेविड किंग्सले ने कहा है कि “सामाजिक परिवर्तन से हमारा अभिप्राय उन परिवर्तनों से है जो सामाजिक संगठन अर्थात् समाज की संरचना और कार्यों से उत्पन्न होते हैं।”³

बनेर और अन्य (1963) का मानना है कि जनमाध्यमों के उत्पादन में आधुनिकीकरण का प्रभाव दिखता है। कुमार, पी० (1995) ने अपने अध्ययन में स्पष्ट किया कि संचार माध्यमों में सामाजिक परिवर्तन को गति देने वाले मुद्दों की परिचर्चा एवं वाद-विवाद को महत्वपूर्ण स्थान दिया जा रहा है। महिलाओं की स्थिति व विकास को पूरे समाज के विकास के प्रतिबिंब के रूप में मीडिया द्वारा प्रस्तुत किया जा रहा है।⁴ प्रेम विज (1999) ने अपने अध्ययन में पाया कि जिस राष्ट्र की पत्रिकाएं जितनी स्वतंत्र, निर्भीक एवं जागरूक होंगी, वह राष्ट्र उतने ही करीब से विश्व की एक-एक नस की धड़कन महसूस कर सकता है। पत्रिकाएं लोकतंत्र की प्रहरी और सरकार तथा जनता के बीच पुल का काम करती हैं।

समाज में सकारात्मक परिवर्तन लाने के लिए मीडिया के पास पैदायशी क्षमता है लेकिन उस क्षमतारूपी सूर्य को व्यापारिक हितों, प्रतिबद्धता की कमी और निहित स्वार्थ बादल की तरह ढक देते हैं। किसी भी समाज में सकारात्मक परिवर्तन तब संभव होता है जब समाज के लोगों की परिवर्तनकारी कारक के ऊपर आस्था हो। समाज सकारात्मक दिशा में सोचे और चले। आज समाज में संचार माध्यमों द्वारा भारी परिवर्तन किया जा रहा है। मीडिया के माध्यमों का सही प्रबंधन कर समाज में सकारात्मक परिवर्तन किया जा सकता है।

आज हर क्षण सामाजिक परिवेश में सामाजिक मान्यताएं तथा सामाजिक सरोकार बदल रहे हैं। इनके संपर्क में आकर समाज में कई परिवर्तन हो रहे हैं। जनसंचार के माध्यम मुद्रित शब्द, रेडियो, टी० वी० ने इस परिवर्तन को क्रांति के रूप में परिवर्तित किया है। इस द्रुतगामी परिवर्तन ने एक ओर जहां सामाजिक दृष्टिकोण तथा सामाजिक मूल्यों में परिवर्तन किया है तो वहीं दूसरी ओर समाज के हर वर्ग के लोगों को विकास के पथ पर लाने का असंभव कार्य भी संभव किया है। आज जनसंचार माध्यम समाज में मार्गदर्शक की भूमिका का निर्वाह कर रहे हैं। संचार माध्यमों ने समाज में व्याप्त कुरूपियों, कुप्रथा, वर्गभेद, रूढ़ियों, अंधविश्वास आदि को समाप्त करने में महत्वपूर्ण सफलता प्राप्त की है। समाज में राष्ट्रप्रेम, जनजागृति, जनजागरूकता चेतना पैदा की है। युवा पीढ़ी पर बोलने, खाने-पीने सभी पर इसका प्रभाव पड़ा है।

* पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, सोबन सिंह जीना परिसर, अल्मोड़ा (उत्तराखंड)

** वणिज्य एवं प्रबंधन विभाग, सोबन सिंह जीना परिसर, अल्मोड़ा (उत्तराखंड)

“सूचना तंत्र विश्व की धुरी हैं। संपूर्ण विश्व सूचनाओं के इर्द-गिर्द ही मंडरा रहा है। सत्य एवं प्रमाणिक सूचनाएं ही किसी भी निजी प्रतिष्ठान अथवा सरकारी कार्यालय का आधार हैं। सूचनाओं का अपना एक विस्तृत क्षेत्र है। सूचनाओं की कोई एक सीमा नहीं है और इसके प्रकार भी असीम हैं। इन सूचनाओं को प्रेषित करने एवं प्राप्त करने के लिए विभिन्न तकनीक एवं आधुनिक यंत्र अपनाए जाते हैं, तभी हरित क्रांति औद्योगिक क्रांति के बाद सूचना क्रांति का उदय हुआ।”⁴

“हमारे दैनिक जीवन में भी सूचनाओं का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान है। सूचनाओं को एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजने के लिए नित नए उपयोग एवं प्रयत्न होते रहे हैं। डाक सेवा, टेलीफोन, रेडियो, टेलीविजन, रडार एवं उपग्रह आदि संचार प्रणाली इन्हीं प्रयत्नों का परिणाम हैं।”⁵ मीडिया विशेषज्ञ टी0 माइसन का मानना है कि “आधुनिक सामाजिक परिवेश में जनसंचार की तकनीकी तथा रूमानि भूमिका भी हमारे सामने है। जिसका मनोवैज्ञानिक प्रभाव तथा उसका लक्षण हमें इस शताब्दी में छोर तक पहुंचते-पहुंचते दिखाई देने लगा है तथा 21वीं शताब्दी तक ये और भी आक्रामक रूप में अपनी गिरफ्त में जकड़ लेगा।”⁶

मीडिया, जिससे हम जनसंचार माध्यम के रूप में भली-भांति परिचित हैं। ‘संचार’ के माध्यम समाचार पत्र, रेडियो, टी0 वी0, सिनेमा के कारण सांस्कृतिक आदान-प्रदान के साथ-साथ सूचना की गतिशीलता में वृद्धि हुई है। इस वृद्धि ने विश्व में मानवीय संवेदनाओं के नए सरोकार स्थापित किए हैं तथा संपूर्ण विश्व में बंधुत्व की भावना जाग्रत की है। जनसंचार माध्यमों ने जहां एक ओर समाज पर अच्छा प्रभाव डाला है तो वही इसके दुष्प्रभाव को भी अस्वीकार नहीं किया जा सकता है।

जनसंचार (टेलीविजन, रेडियो व समाचार पत्र) सामाजिक मूल्यों के निर्माण में भी अपना योगदान देता है। समाज की सांस्कृतिक प्रतिष्ठा और उसकी अस्मिता की रक्षा का दायित्व जनसंचार बखूबी निभाता है। वह समाज को बदलते समय के साथ-साथ बदलने की प्रेरणा देता है जिससे परंपरागत मूल्यों के साथ समाज की सामान्य धारा में समाहित हो जाते हैं।⁷

“लोगों के ज्ञान के स्तर में वृद्धि करना, जनसंचार साधनों का एक महत्वपूर्ण कार्य है। रेडियो, समाचार-पत्र एवं टेलीविजन द्वारा समाज के लोग मात्र घटनाओं की सूचना ही नहीं प्राप्त करते, वरन् समाज के जीवित प्रश्नों, उनके परिणामों, अनेक नीतियों का ज्ञान भी होता है। जो कि समस्याओं के समाधान के लिए बनायी जाती हैं। इनकी भी सूचना प्राप्त करते हैं। जनसंचार साधनों के द्वारा व्यक्ति के ज्ञान की वृद्धि होती है। जनसंचार साधन स्कूली शिक्षा के भी अंग बनते जा रहे हैं तथा साक्षरता के लिए भी अनोखे कार्य कर रहे हैं। इस प्रकार जनसंचार साधन लोगों के ज्ञान में वृद्धि में सहायक होने के साथ-साथ सामाजिक तथा मानवीय मूल्यों की भी शिक्षा देता है।”⁸ मीडिया (माध्यम) को हम इस प्रकार समझें कि जिससे हम अपनी बात को बड़े पैमाने पर लोगों के बीच फैला सकें। जिसके सहारे हम अपनी बात को लोगों तक पहुंचाने में सफल होते हैं वही माध्यम है—जैसे—टेलीविजन, रेडियो, लाउड स्पीकर, फोन, फैक्स, पेजर आदि। आज माध्यमों का स्वरूप बदल गया है। डिजिटल रूप में अपनी बात को बेहतर ढंग से प्रस्तुत किया जा रहा है जिससे लोगों को सूचना पहुंचाई जा रही है। ‘मीडिया’ हमें सूचना देता है, मनोरंजन करता है और ज्ञान देता है। यह हमें प्रेरणा देने का कार्य भी करता है। एकता बढ़ाने में सहयोग प्रदान करता है। सांस्कृतिक उन्नयन करता है। आज मीडिया के द्वारा सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभाव पड़ रहे हैं।

डेनिस मैक्विल⁹ के अनुसार जनसंचार एवं समूह संचार से भिन्न वह प्रक्रिया है। जिसमें कि व्यक्तिवादिता का उन्मूलन हो जाता है। जनसंचार तकनीकी एवं संस्था पर आधारित जन आधारित संदेश उत्पादन संप्रेषण प्रक्रिया है जो कि औद्योगिक समाज की देन है अर्थात् जनसंचार साधन मौटे तौर पर प्रेस, सिनेमा, रेडियो, टेलीविजन हैं। प्रेस, प्रिंट मीडिया से जुड़ा है। ये सघन, वृहत, विजातीय, अज्ञात, अपृथक समूह में अपना संदेश पहुंचाता है।

एम0 वी0 देसाई के अनुसार, ‘जनसंचार साधन वर्तमान औद्योगिक एवं तकनीकी समाज की देन है। प्राचीन समय में लोग छोटे-छोटे समूहों में निवास करते थे। उस समय आमने-सामने के संपर्क से मानव जुड़ा था। वर्तमान समय में लाखों लोगों तक एक साथ संचार माध्यमों द्वारा सूचनाएं भेजी जा रही हैं। “इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यमों में रेडियो अत्यंत प्रभावशाली माध्यम है। यह एक ऐसा माध्यम है जो अदृश्य विद्युत चुंबकीय तरंगों के साथ संदेश एक स्थान से दूसरे स्थान पर प्रेषित करता है। सूचना, मनोरंजन, शिक्षा आदि के प्रसारण क्षेत्र में इस माध्यम से विशेष ख्याति अर्जित की है। संप्रति ध्वनि तथा बिंबों का यह माध्यम संपूर्ण जगत को अपनी परिधि में लिए हुए है।”¹⁰

‘टेलीविजन के आरंभ होने से अन्य संचार माध्यमों की स्थिति गौण हो गयी। यह रूढ़ियों, कुरतियों और अंधविश्वासों को तोड़ने में अहम् भूमिका निभा रहा है। ‘दूरदर्शन के गुणों के संदर्भ में यह बात कटु सत्य है कि दूरदर्शन पत्रकार, शिक्षक और विकास अभिकर्ता होता है। वह ऐसा शिक्षक है जो भौतिक वातावरण को बदलने के साथ-साथ मानव-मन की आंतरिक कलियों को विकसित करता है। दूरदर्शन पत्रकार होने के साथ विकास कार्यकर्ता, परिवर्तनकर्ता और मनोरंजनकर्ता होता है।”¹¹ इसने जीवन स्तर को सुधारा है। यह बौद्धिक प्यास को बुझा रहा है। घर बैठे टेलीविजन के

माध्यम से सीखने लगे हैं। “तात्कालिकता, घनिष्ठता और विश्वसनीयता के कारण टेलीविजन सामाजिक परिवर्तन लाने में सर्वाधिक सशक्त ‘जनसंचार माध्यम’ है।”¹²

टी0 वी0 ने राष्ट्रीय एकता बढ़ाने, जनजागरण करने, जागरूकता पैदा करने, जनसंख्या नियंत्रण करने, पर्यावरण संतुलन बनाने, कृषि के उत्पादन में प्रोत्साहन दिया है। प्रो0 कार्ल होल्जमर ने कहा है कि “किशोर हमेशा तनाव में रहते हैं। यह तनाव समय पूर्व शारीरिक परिपक्वता और अविकसित नैतिक प्रौढ़ता के कारण होता है। तनाव की इस स्थिति में इले0 मीडिया का नकारात्मक प्रभाव अधिक पड़ता है। दृश्य और श्रव्य छवियों की निरंतर बरसात से उनके संवेदी अंग अत्यधिक उद्दीप्त हो जाते हैं।”¹³

टी0 वी0 पर विज्ञापनों को दिखाकर उपभोक्ताओं को आकर्षित किया जा रहा है। महिलाओं को सुंदर बनने की लालसा ने जहां सौंदर्य प्रसाधन की सामग्री की बिक्री में 100 गुना वृद्धि की है तो वही नहाने का साबुन, मुँह धोने का फेसवॉश, पसीने की दुर्गंध रोकने के लिए डियोडेंट तथा बालों को संवारने के लिए अलग शैम्पू ने अपनी जगह आम लोगों के बाथरूमों में बना ली है। आज सामान्य परिवार के बाथरूम भी विज्ञापित उत्पादों से भरे नजर आते हैं। आजकल बाथरूम भी एक दुकान के शो केश की तरह शोभनीय हो गए हैं। विज्ञापनों ने लोगों को भ्रमित कर दिया है। विज्ञापनदाता विज्ञापनों पर जितना पैसा व्यय करता है उससे ज्यादा वह विज्ञापनों से कमाता भी है। इन विज्ञापनों के अंधाधुंध प्रचार से उपभोक्तावादी संस्कृति का विकास हुआ है। टेलीविजन पर एक ही वस्तु के अनेक उत्पादकों के बीच प्रतिस्पर्धा चल रही है। प्रत्येक उत्पादक अपने उत्पाद को श्रेष्ठ बताकर ग्राहकों के मस्तिष्क पर अपने ब्रांड की अमिट छाप छोड़ने में प्रयासरत है।

टी0 वी0 पर उत्पादों को एक तरीके से लांच किया जा रहा है। दर्शकों को अच्छे शिक्षाप्रद प्रोग्राम व स्वस्थ मनोरंजन देने के लिए इसका निर्माण किया गया था। परंतु यह आज के परिवेश में इसके विपरीत कार्यक्रमों को प्रसारित कर रहा है। टी0 वी0 कार्यक्रमों ने दर्शकों का नैतिक पतन शुरू कर दिया है। जिस कारण सामाजिक संरचना भी परिवर्तित हो गई है।

डॉ0 कृष्ण कुमार रत्नू ने जनसंचार माध्यम और विज्ञापन के संबंध में कहा कि “इन विज्ञापनों में उपभोग की प्रवृत्तियों को बढ़ावा देकर विलासितापूर्ण जीवन जीने की सीख दी जा रही है। मुनाफा कमाने वाली कंपनियों ने सस्ते मनोरंजन को एक वृहद उद्योग की शक्ल दे दी है। चिंता की बात यह है कि दूरदर्शन पर ये सस्ते मनोरंजन के व्यापारी हावी होते जा रहे हैं और स्वस्थ मनोरंजन सपना बन गया है।”¹⁴

ग्रामीण एवं नगरीय समाज में मीडिया के साधनों का प्रभाव: संचार साधनों ने देश-दुनिया को प्रभावित किया है। छोटा-बड़ा, बुजुर्ग, महिला, मजदूर, युवा, ग्रामीण समाज, नगरीय समाज आदि इससे अछूते नहीं हैं। पहले माना जाता था कि ग्रामीण समाज में परिवर्तन की प्रक्रिया बहुत धीमी होती है। वहां परिवार का अधिक नियंत्रण, धार्मिक प्रभाव आदि की तत्परता देखी जाती है। किंतु अब यह कहना कठिन है। अब हर समाज परिवर्तित हो रहा है। यहां तक कि गांव भी अब बदल रहे हैं। इस बदलाव के लिए जो जिम्मेदार हैं उसे हम जनसंचार साधन या मीडिया के नाम से जानते हैं। मीडिया के कारण ही ग्रामीण समाज में जागरूकता बढ़ी है। शिक्षा का प्रसार तेजी से होने लगा है, राजनीतिक सहभागिता बढ़ी है। वहां सहकारी बैंक, सामाजिक संगठनों के कार्यों से चेतना विकसित हुई है। अब बैंकिंग सुविधाओं का विस्तार गांवों तक हो गया है। इन सबके साथ संचार साधन या मीडिया भी घर-घर तक पहुंचा है। ग्रामीण अंचलों को देश-दुनिया से जोड़ने के लिए टी0वी0, रेडियो, समाचार पत्र, मोबाइल आदि ने महत्वपूर्ण कार्य किया है। समाचार पत्रों ने तो ग्रामीण परिवारों और वहां की कृषि के आधुनिकीकरण में अपना योगदान दिया है।

‘सूचना क्रांति’ के कारण दुनिया तेजी से बदली है। नगरीय व ग्रामीण समाज में भी परिवर्तन की प्रक्रिया निरंतर जारी है। एक छोटे से स्थान की वस्तु भी अब इन संचार साधनों के कारण वैश्विक पटल पर चर्चा का केंद्र बन रही है। हम आज से कुछ दशकों पूर्व नहीं जानते थे कि अमेरिका, चीन, जापान, कोरिया आदि देशों के समाज, संस्कृति, राजनीति आदि में क्या घटित हो रहा है, लेकिन संचार माध्यमों के आगमन से आज हमें कुछ ही सेकंड में मालूम चल जा रहा है कि देश-दुनिया में क्या चल रहा है। एक समय था कि रेडियो ही ग्रामीण क्षेत्रों में सूचना का केंद्र हुआ करता था। अब अखबार भी गांवों में पहुंच गए हैं। वहां टेलीविजन भी पहुंच चुका है। लोगों ने उनका बहुत लाभ उठाया है।

देश के हर राज्य, हर गांव में आज समाचार पत्र, पत्रिकाएं, फोन, टी0 वी0, रेडियो हैं। ये सभी हमारे गांवों में तेजी से बढ़ रहे हैं। इन सभी के माध्यम से सूचनाएं निरंतर बह रही हैं। युवा और महिलाओं को प्रभावित करने के लिए संचार के साधनों ने स्पेशल पृष्ठ निकालना, स्पेशल कार्यक्रम दिखाना शुरू किया है। यहां तक टेलीविजन में भी युवा वर्ग, महिलाओं आदि को ध्यान में रखकर कार्यक्रम तैयार किए जा रहे हैं। प्रिंट मीडिया के तहत समाचार पत्रों में छपने वाले समाचारों या

सूचनाओं को आज भी ग्रामीण समाज विश्वसनीय मानता है। आज भी उसपर भरोसा जताया जाता है। आज इले0 मीडिया के विस्तार के बाद समाचार पत्रों का प्रसार भी हुआ है। पूर्व में यह कहा जा रहा था कि टेलीविजन के आगमन से रेडियो और समाचार पत्रों को काफी नुकसान उठाना पड़ेगा, लेकिन ऐसा कुछ नहीं हुआ। हालांकि छोटे-मझौले पेपरों ने काफी संघर्ष किया है।

कंप्यूटर या लैपटॉप भी अब ग्रामीण क्षेत्रों में पहुंचा है। कंप्यूटर और इंटरनेट होने से कई कई समाचार पत्रों की पहुंच ऑनलाइन हो गयी है। अब ऑनलाइन पोर्टल बन गए हैं और वेबसाइट बन गयी हैं, जिसमें अपने अनुसार समाचारों का चयन कर पाठक पढ़ते हैं। व्यापार, खेलकूद, सांस्कृतिक कार्यक्रम, व्यवसाय आदि से संबंधित खबरों को पढ़ते हैं। खेती-किसानी समाचार को शहरी पाठक नहीं पढ़ता। ग्रामीण पाठक खेती या किसानी खबरों को पढ़ता है, क्योंकि वह उसके लिए उपयोगी हैं। अब ग्रामीण क्षेत्रों में देखा जा रहा है कि वहां समाचार पत्र कम पहुंचते हैं। टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट, मोबाइल, फोन और संचार के कई साधन हमारे गांवों की ओर तेजी से बढ़ रहे हैं। इन साधनों ने हमें खबरों के बहुत करीब पहुंचा दिया है। समाचार पत्रों और चैनलों ने कई लक्षित समूहों को ध्यान में रखकर नए कार्यक्रम शुरू किए हैं। युवाओं और महिलाओं के लिए कॉलम से लेकर ज्योतिष, स्वास्थ्य और फैशन जैसे कई परिशिष्ट भी निकाले जा रहे हैं।

भारत में रेडियो प्रसारण देश की सांस्कृतिक और भाषायी विविधता के अनुरूप कार्यक्रमों का प्रसारण कर जनता को शिक्षित करना, सूचित करना और मनोरंजन करना, तीन महती उद्देश्यों को पूरा करते हैं। शहरी व ग्रामीण जनता में बच्चे, जवान, बूढ़े, मजदूर, किसान, श्रमिक, महिलाएं सभी के लिए रेडियो के पास विविध और अनूठे कार्यक्रम उपलब्ध हैं। दूरदर्शन तथा एच डी चैनलों की तुलना में आकाशवाणी का महत्व आज भी ग्रामीण समाज में सबसे अधिक बरकरार है गांवों में अभी भी 90 फीसदी लोग आकाशवाणी के समाचारों तथा कार्यक्रमों से ही ज्ञान और मनोरंजन हासिल करते हैं। आज रेडियो ग्रामीण समाज के लिए आवश्यक अंग है।

संदर्भ सूची:

1. यादव, ब्रजेश कुमार, 'सामाजिक परिवर्तन में मीडिया की भूमिका', वर्ल्ड वाइड जर्नल ऑफ मल्टी डिमीडियनरी रिसर्च एंड डेवलपमेंट, आईआईएसएसएन0 2454-6615, 2017 पृ0 447
2. Laughey, D. (2009). Media Studies: Theories and Approaches. Herts, Britain: Kamera Books.
3. डेविड किंग्सले, ह्यूमन सोसाइटी, पृ0 622
4. गोयल, हेमंत कुमार, कंप्यूटर शिक्षा, आर0 लाल बुक डिपो, मेरठ, पृ0 249
5. वही, पृ0 249
6. अग्निहोत्री राम अवतार, आधुनिक हिंदी सिनेमा का सामाजिक व राजनैतिक अध्ययन, कॉमनवेल्थ पब्लिशर्स, दिल्ली, 1990, पृ0 254
7. Bharti, Sachin ; Mass Communication and Society, Aavishka Publisher, Jaipur, 2006, pp.68-69.
8. Bharti, Sachin ; Mass Communication and Society, Aavishkar Publisher, Jaipur, 2006, pp37
9. Deni, S. Mcquail : Mass Communication Theory-AnIntroduction, Sage Publication, New Delhi, 1983, p.35.
10. Kumar, K.J. : Mass Communication in India, Jai Co. Publishing House, Bombay, 1981, p.160-180.
11. तिवारी अर्जुन, जनसंचार और हिंदी पत्रकारिता, जयभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, 1994, पृ0 98
12. गुप्त, ब्रजमोहन, जनसंचार: विविध आयाम, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली, 1992, पृ0 92
13. वही, पृ0 94
14. रत्नू, कृष्णकुमार, संचार क्रांति और बदलता सौंदर्यबोध, प्वाइंटर पब्लिशर्स, जयपुर, 1998, पृ0 82