

## पत्रकारिता की अवधारणा और मीडिया माध्यमों में चित्रित नारी छवि के विभिन्न रूप

पंकज कुमार,

शोधार्थी—हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग  
जे0 एस0 विश्वविद्यालय, शिकोहाबाद,  
(फिरोजाबाद)उ.प्र.

डॉ० सुमित मोहन,

सह प्राध्यापक—हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग,  
जे0 एस0 विश्वविद्यालय, शिकोहाबाद,  
(फिरोजाबाद)उ.प्र.

### शोध सारांश

वर्तमान समय मीडिया का है, सदियों से मीडिया का समाज से घनिष्ठ संबंध रहा है दूरदर्शन और इंटरनेट ने रेडियो, ट्रांजिस्टर और मुद्रित माध्यम से जुड़कर मीडिया को आज विश्व की महाशक्ति बना दिया है। वर्तमान में भू-मंडलीकरण और मुक्तबाजार के हित भी मीडिया से जुड़ गए हैं। अब मुद्रण माध्यम की तरह वह न तो सीमित रहा है। और न रेडियो की तरह विभिन्न सरकारों द्वारा नियंत्रित सैटेलाइट ने इसे विश्व के लिए सुलभ करा दिया है और हर क्षेत्र में उसकी भूमिका निर्णायक हो गई है। मनुष्य की विविध अनुभूतियों में सौंदर्यानुभूति का विशेष महत्व है। सौंदर्यप्रियता मानव की नैसर्गिक प्रवृत्ति रही है। यह सौंदर्यप्रियता प्रकृति के प्रति तो रही ही है, जो बाल, पुरुष और नारी-सौंदर्य के रूप में नजर आता है। भारतीय वाङ्मय में पुरुष सौंदर्य की तुलना में अधिक विस्तार मिला है। नारी का दैहिक सौंदर्य दूसरों को सहज ही अपनी ओर आकर्षित कर लेता है। साहित्य के साथ-साथ कला के विविध क्षेत्रों में भी नारी के असीम सौंदर्य को स्थान प्राप्त होता है। समय के साथ-साथ इसने अन्य क्षेत्रों में भी पदार्पण किया है ऐसा ही एक क्षेत्र मीडिया भी है। किसी भाषा, विचार, भाव, सूचना अथवा जानकारी को विशाल जन समुदाय तक पहुँचाना ही मीडिया है। यह बड़ी तादाद में लोगों तक संदेशों को संप्रेषित करने की आधुनिक कला है।

**Keywords:** भारत, लोकतंत्र पत्रकारिता, मीडिया माध्यम, नारी, छवि ।

ज्ञान और विचारों की समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन-जन तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह वह विधा है जिसमें सभी प्रकार के पत्रकारों के कार्यों कर्तव्यों और लक्ष्यों का विवेचन होता है। गाँधी जी ने कहा कि पत्रकारिता का उद्देश्य सेवा है। अकबर इलाहाबादी ने ठीक ही कहा था कि— खीचों न कमानों को न तलवार निकालों, जब तोप मुकाबिल हो तो अखबार निकालों। टी0वी0 चैनल, समाचार, पत्र-पत्रिकाएँ, फिल्में, यू ट्यूब, सोशल मीडिया, इण्टरनेट, सिटिजन जर्नलिस्ट, लिस्ट सर्वर्स, ब्लाग से ट्विटर तक यह बहुत विविधतापूर्ण और व्यापक है। इन

सबका मकसद सूचना देने के साथ मनोरंजन करना है। पत्रकारिता के लिए अंग्रेजी भाषा का जर्नलिज्म शब्द प्रयोग में लाया जाता है। जो जर्नल से निकलता है जिसका शब्दिक अर्थ 'दैनिक' होता है। 17वीं तथा 18वीं शताब्दी में पीरियाडिकल के स्थान पर लैटिन शब्द डियूरनल और जर्नल शब्दों के प्रयोग हुए। बीसवीं शताब्दी में गम्भीर समालोचना और विद्वता पूर्ण प्रकाशन को इसके अर्न्तगत माना गया। जर्नल से बना जर्नलिज्म अपेक्षाकृत व्यापक शब्द है। इस प्रकार समाचारों का संकलन – प्रसारण विज्ञान की कला एवं पत्र का व्यवसायिक संगठन पत्रकारिता है।

चैम्बर और न्यू बेबेस्टर डिक्सनरी के अनुसार प्रकाशन, संपादन, लेखन एवं प्रसारण युक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है। पत्रकारिता अभिव्यक्ति की एक मनोरम कला है। सम्पादक विखेमस्टीड के अनुसार – मैं समझता हूँ कि पत्रकारिता कला, वृत्ति एवं जनसेवा है। भारत में पत्रकारिता को पहले मिशन के रूप में अपनाया गया। व्यवसाय के रूप में नहीं क्योंकि युगान्तर पत्र का मोटो “युगान्तरेर मूल्यः फिरंगीर कांचा माया”। परन्तु आज की पत्रकारिता व्यवसायिक हो गयी है क्योंकि सी. जी. मूलर ने कहा कि सामायिक ज्ञान का व्यवसाय ही पत्रकारिता है।

स्वतंत्रता के पूर्व की पत्रकारिता तेजस्विनी, ओजस्विनी, निर्भय, परम न्यायपरायण तथा सर्वतः पुण्यसंचारिणी रही है। इसीलिए तो महर्षि अरविन्द, भूपेन्द्रनाथ दत्त, डॉ० एनी बेसेण्ट, गोपालकृष्ण गोखले, बालगंगाधर तिलक, लाला लाजपतराय, विपिनचन्द्र पाल, चितरंजन दास, सुरेन्द्र नाथ बनर्जी, महात्मा गाँधी, जवाहर लाल नेहरू, डॉ० राजेन्द्र प्रसाद आदि वरेण्य नेताओं ने राष्ट्र – सेवा हेतु पत्रों से अपना घनिष्ठ सम्बन्ध रखा। साहित्यानुरागी भारतेन्दु हरिश्चन्द्र, लाल खड्ग बहादुर मल्ल, अम्बिकादत्त व्यास, गणेश शंकर विद्यार्थी, बाबूराव विष्णु पराडकर, माखनलाल चतुर्वेदी, लक्ष्मणनारायण गरदे, बालकृष्ण शर्मा, ‘नवीन’ तथा श्री कृष्णदत्त पालीवाल के पत्रकारिता के राष्ट्रीय जागरण का एक साधन स्वीकार किया तथा ‘मिशन’ के रूप में इसको त्यागशील संघर्षमयी परम्परा का नियामक माना।

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद भारत में लोकतंत्र की स्थापना हुई। नये रचनात्मक क्रिया – कलाओं और राष्ट्रहित में कर्तव्यों के परिपालन में पत्र ठोस भूमिका का निर्वहन कर रहे हैं। बढ़ती हुई जनसंख्या, आर्थिक और औद्योगिक भूमिका का आयाम, संचार की सुविधा, एवं साक्षरता की वृद्धि

के कारण पत्रों के पाठकों का महासागर उमड़ रहा है। अब पत्र स्वतः ‘निर्वाक की वाणी’ सिद्ध हो रहे हैं। पहले पराधीन भारत की पत्रकारिता का चरित्र प्रतिरोध का था, वह जोखिम भरी थी जो इस पर चलते वे झुकते नहीं थे भले ही टूट जाते। पत्रकार ‘भावुक’ परन्तु अब नये परिवेश में उसे चतुर होना पड़ेगा। भ्रष्टाचार, पक्षपात, लालफीताशाही, सत्ता के दुरुपयोग और अव्यस्था के खुले विरोध द्वारा पत्रों को जन – सामान्य के हितों को सुरक्षित रखना है। विधायक और कल्याणकारी दृष्टि द्वारा लोक रुचि के परिष्कार का महानकार्य पत्रकारिता द्वारा संभव है। नवीनतम आविस्कारों के चलते संवाद – प्रेषण, मुद्रण एवं पत्र – प्रसारण में क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए हैं, तदनुकूल पत्र-उत्पादन की प्रक्रिया जटिल हुई है। अब पत्रों के उपभोगता (ग्राहक और पाठक) वर्ग की आवश्यकताएँ, आकांक्षाएँ, अपेक्षाएँ बाध्य करती हैं, कि पत्र – जगत में युगान्तरकारी परिवर्तन परिलक्षित हैं। पत्रकारिता को पब्लिक ट्रस्ट और पत्रकारों को ट्रस्टी माना जाता है। राष्ट्रपति से लेकर एक सामान्य राहगीर के चरम सुख और चरम दुःख से सम्बद्ध पत्रकारिता सार्वजनिक दायित्व से परिपूर्ण एक प्रक्रिष्ट कला है जैसा की कर्लाइल ने स्पष्ट कहा है कि “महान् है पत्रकारिता, लोकमानस को प्रभावित करने वाला होने के कारण पत्रकार क्या विषय का शासक नहीं?” वास्तव में रोचक एवं चुनौतीपूर्ण इस पेशे में वही सक्षम सिद्ध होगा जिसमें कवि की कल्पना – शक्ति, कलाकार की सृजनात्मक योग्यता, न्यायाधीश की विषय-निष्ठता, वैज्ञानिक की सुस्पष्टता और कम्प्यूटर मशीन की गति हो। ऐसे प्रतिभासम्पन्न पत्रकार को ढेर सारे विषय में थोड़ा सा के विषय में ढेर सा जानना चाहिए।”

मीडिया माध्यमों में चित्रित नारी के विभिन्न रूप नारी के प्रति समाज के और समाज के प्रति नारी के खुलेपन को दर्शाते हैं। किन्तु यह भी वास्तविकता है कि यह खुलापन सकारात्मक सोच पर आधारित न होकर

बाजारवादी दृष्टि का आधार लिए हुए है जहाँ नारी कामुकता को उभार कर प्रस्तुत किया जाता है ताकि उत्पाद की माँग जन्म ले सके। वास्तविकता यह है कि मीडिया में विशेष तौर पर विज्ञापनों की दुनिया में नारी मुख्य रूप से दो रूप में चित्रित नजर आती है। ये दो रूप हैं— नारी के कमनीय रूप का प्रदर्शन, और परंपरागत रूढ़ियों के अनुरूप छवि निर्माण। नारी को जागरूक बनाने में अग्रणी भूमिका निभाने वाले मीडिया में आज नारी की छवि को संतुलित दृष्टि से प्रतिष्ठापित करने की अत्यधिक आवश्यकता है। यही दृष्टि भारतीय संस्कृति की पहचान को पुनःप्रतिष्ठित कर सकती है। वास्तव में देखा जाए तो मीडिया नारी की दशा की ओर दिशा का निर्धारण करने में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। वह नारी की दृष्टि को समाज में जागरूकता लाने का प्रयास कर सकता है वह उनके अधिकारों के प्रति चेतना जगाने में साथ अत्याचारों एवं दुर्व्यवहार की निंदा करने में मीडिया की महती भूमिका हो सकती है। आज रेडियों का प्रसारण देश की 98 प्रतिशत जनता तक पहुँच रहा है, टेलीविजन का प्रसारण 86 प्रतिशत जनता तक उपग्रह एवं विदेशी चैनलों के माध्यम से पहुँच रहा है अखबार भी विभिन्न भाषाओं में प्रकाशित हो गाँव-गाँव तक पहुँच रहे हैं। महिलाओं की स्थिति में सुधार लाने एवं सामाजिक दृष्टिकोण में परिवर्तन लाने के लिये प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को काफी कुछ करना है। विज्ञापनों में नारी की छवि, उसे एक वस्तु के रूप में और 'सेक्स' के प्रति आकर्षण पैदा करके— प्रस्तुत करने की प्रवृत्ति पर रोक लगानी होगी। बलात्कार या यौन शोषण की घटनाओं की भर्त्सना की जानी चाहिए महिलाओं पर होने वाले अत्याचारों के संबंध में टी.वी. चैनलों एवं फिल्मों को इन समस्याओं का गहराई से विश्लेषण कर समाज में जागरूकता लाकर समाधान देने होंगे। आज समाज के बीच में मीडिया एवं जनसंचार माध्यमों के द्वारा

अश्लीलता, हिंसा, अपराध, बलात्कार व यौन शोषण की घटनाओं से संबंधित कार्यक्रम को चटपटा बनाकर प्रस्तुत किया जा रहा है। टीआरपी बढ़ाने की होड़ में आज मीडिया अपने सामाजिक उत्तरदायित्व को भूल गया है।

नारी की छवि को भुनाने के साथ-साथ मीडिया ने नारी को जागरूक बनाने में भी अग्रणी भूमिका निभाई है। मीडिया से प्रेरित होकर ही नारी दहेज के लोभी परिवार वालों की बारात वापस लौटाने तक की हिम्मत कर पा रही है। और ऐसे लोभियों को सजा दिलाने की दिशा में आगे बढ़ रही है। इस जागरूकता ने उसे रूढ़ियों की बेड़ियों को काट फेंकने का साहस दिया है। न्यूज चैनलों की भीड़ इस प्रकार के समाचारों को प्रमुखता से स्थान देकर समाज में जन-चेतना का काम कर रहे हैं। आज की नारी इतनी जागरूक हो चुकी है कि वह छेड़छाड़ करने वाले शरारती वत्तों की सरेआम धुनाई करने से नहीं चूकती। इस जागरूकता से साहित्य, समाज और खेल आदि के क्षेत्र में स्त्री विमर्श चेतना बढ़ी है, जिसका प्रत्यक्ष प्रमाण है— चक दे इंडिया फिल्म, वर्तमान समय में शिक्षा, नौकरी, देश-विदेश में प्रतिभा-प्रतिष्ठा, राजनीति, चिकित्सा, समाज व्यवस्था, सेवा भावना, विज्ञान, प्रौद्योगिकी, आत्मरक्षा की चेतना तथा इसी प्रकार के अनेक क्षेत्रों में नारी की रचनात्मक भूमिका को उजागर किया जा रहा है। मीडिया इस दिशा में क्रांतिकारी भूमिका निभा रहे है। प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का नारी-जागरण की दिशा में किया गया यह प्रयास भारत के विकास की नई दिशाएँ खोल रहा है। वैसे मीडिया नारी की छवि को बदलने की दिशा में अग्रसर तो हैं किन्तु उसमें नारी की जिस भोगवादी छवि को उभारा जा रहा है, उसे मनोरंजन, वासना अथवा उपभोग की वस्तु के रूप में प्रस्तुत किया है उसके परिणामस्वरूप महिला-वर्ग पर आत्याचार और कामजन्म हिंसा को भी बढ़ावा मिल रहा है नारी को समाज में निरंतर हिंसा और दुराचार का

शिकार होना पड़ रहा है। नारी के प्रति यह प्रवृत्ति भिन्न-भिन्न प्रकार से और नए-नए रूपों में नारी-हिंसा को बढ़ावा दे रही है समूचे समाज को विकृत मानसिकता की ओर धकेल रही है। छोटी-छोटी बच्चियों के साथ बलात्कार के समाचार, इसी विकृत मानसिकता की परिणति कहे जा सकते हैं। इससे समाज में असुरक्षा की भावना तो पनप ही रही है, साथ ही भावी पीढ़ी पर भी बुरा असर पड़ रहा है क्योंकि उसमें यह समझ विकसित ही नहीं हो पाएगी कि कामजन्य हिंसा बुरी चीज भी होती है। नारी की छवि को धूमिल करने वाली मीडिया और विज्ञापन एजेंसियों की इन प्रवृत्तियों पर अंकुश लगाने की आवश्यकता है। महिलाओं की सकारात्मक छवि को उभारने वाले तत्वों को प्रोत्साहन देना और नारी की तथाकथित नई मीडिया छवि की प्रवृत्ति को हतोत्साहित करने की आवश्यकता है। इसके लिए नारी को स्वयं भी मीडिया के तथाकथित चंगुल से छूटने के प्रयास करने होंगे।

टी.वी. में दिखाये जाने वाले अधिकांश सीरियलों में नारी की नकारात्मक छवि ही प्रदर्शित की जाती है। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया व्यावसायिक हो गया है। वह कार्यक्रम को एक वस्तु के रूप में पेश करता है, यानी जो 'बिके' जिससे टीआरपी बढ़े। मीडिया या जनसंचार माध्यमों के व्यावसायिक हित हो सकते हैं, परन्तु वह अपने सामाजिक दायित्वों से मुँह नहीं मोड़ सकते यदि वे अपने इस दायित्व से दूर होंगे तो समाज में महिलाओं के प्रति दृष्टिकोण में परिवर्तन की आशा करना व्यर्थ है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया व प्रिंट मीडिया का यह उत्तरदायित्व है कि वह महिलाओं के प्रति रूढ़िवादी छवि को बदले, महिलाओं एवं बालिकाओं के साथ समाज में होने वाले अत्याचारों व भेदभावों की सही छवियां प्रस्तुत करें एवं उन्हें न्याय दिलाने में सहायक बने। प्रियदर्शनी मंटु कांड, जेसिका लाल हत्याकांड में मीडिया ने अपनी सकारात्मक भूमिका निभाते हुए दोषियों को जेल की सीखचों तक

पहँचाने में सहायता की। मीडिया महिलाओं के प्रति अत्याचारों को ही महिमामंडित न करे उनकी क्षमताओं, उनकी सकारात्मक गतिविधियों और विभिन्न क्षेत्रों में महिलाओं की उपलब्धियों को भी दिखाये। महिलाओं से संबंधित कानूनी प्रावधानों व अधिकारों की जानकारी देकर उन्हें जागरूक बनाया जा सकता है।

विज्ञापनों में नारी की छवि को सुधारने एवं अश्लील कार्यक्रमों पर सख्ती से अंकुश लगाया जाना चाहिए, इसके लिये अधिकार सम्पन्न समिति बनाई जाए। देश में महिलाओं की स्थिति सुधारने और उन पर होने वाले अपराधों को रोकने के लिए प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, लेखको, बुद्धिजीवियों, रंगकर्मियों, अभिनेता व अभिनेत्री कलाकारों राजनैतिक व सामाजिक कार्यकर्ताओं, महिला संगठनों और हर माता-पिता को आगे आना चाहिए, आज हम अक्सर इस बात पर काफी विलाप होते देखते हैं कि मीडिया और खास तौर पर विज्ञापनों ने भारतीय स्त्री की छवि को तोड़ दिया है। भारतीय संस्कृति पर चहुँ ओर खतरा मडरा रहा है। दरअसल जो लोग भारतीय संस्कृति वाली स्त्री की बात कर रहे हैं वह स्त्री छवि वह है जिस पर आसानी से शासन किया जाता रहा है और आज भी किया जा सकता है। स्त्रियों की साक्षरता और आत्मनिर्भरता ने उनके कपड़ों की चुनाव की छमता को भी बढ़ाया है। हमारा समाज भी धीरे-धीरे सूचना समाज बन रहा है जो स्त्री निरक्षर भी है उसे भी टेलीवीजन घर बैठे सूचना दे रहा है। कल तक जो औरत चिट्ठी पत्री लिखने के लिए पढ़ रही थी वह आज अखबार पढ़ रही है कार चला रही है, बड़े पद सम्भाल रही है। आज मीडिया विज्ञापनों की बदलती स्त्रियाँ यही है, विज्ञापन उन्हीं को संबोधित है। क्योंकि वह उनकी खरीददार है। अब किसी को यह छवि पसन्द नहीं आ रही है तो भी समय के चक्र को उल्टा नहीं किया जा सकता।

जिस परम्परागत भारतीय नारी की छवि की हमें तलाश है, घर में बंद वह नारी आज की आत्मनिर्भर नारी नहीं हो सकती। हमारे साहित्यकार नारी को जिस रूप में साहित्य में लाये थे बिल्कुल उससे हटकर ही टी.वी. और फिल्म वाले ला रहे हैं। दुर्भाग्य से मीडिया जिस नारी को सामने लाता जा रहा है— वह हाई क्लास जीवन से जुड़ी हुई है। आज नंगापन खुलेआम हो गया है। शहर भर में नंगे पोस्टर लागये जा रहे हैं। कपड़े उतारने की होड़ में ये नारियाँ, ब्लू फिल्म को भी पीछे छोड़ चुकी है। उनके सारे आदर्श ही आज बदले हुए नजर आ रहे हैं। उनकी अवस्था मानसिक रूप से पीड़ित हो चुकी है। सब कुछ प्राप्त करने के बावजूद भी विशेष खुशी नहीं है। वह खुद के दुख से दुखी नहीं है बल्कि दूसरों के सुख से दुखी है। अपने दुख की अपेक्षा उसे दूसरे का दुख देखना अच्छा लगता है। भले ही इसके लिए अपने ही घर में आग क्यों न लगाई जाए। परिवार तोड़ने वाली, खलनायिका, अब नायिका बनी है। अपने ही घर में आग लगाकर मुस्कुराती है आज की टी.वी. वाली नायिका ये हाल है सीरियलों का नारी के किस रूप पर बात करें हम, नारी का कौन रूप आज मीडिया सामने ला रहा है? साहित्यकार या मीडिया वाले कौन सही है? समाज को दिशा कौन दे रहा है? कौन सिर्फ पैसा बना रहा है? पैसा नंगा कर रहा है या हम नंगे हो रहे हैं? भविष्य में नारी का कौन सा रूप सामने लाया जायेगा? ऐसी कई बातों की चिंता आज करनी आवश्यक है। मीडिया और आधुनिकीकरण की जो जबरदस्त भूमिका है उसके साथ तालमेल बैठते हुए ही नारी अपनी अस्मिता, अधिकार और अपने सामाजिक पक्ष को मजबूत कर सकेगी और इस मजबूती में ही नारी मुक्ति के नये-नये सपने भी हैं और नये-नये आयाम भी। नारी के बेहतर भविष्य की परिकल्पना नारी ही सही तरीके से कर सकती है। आगे इसकी दूसरी संभावनायें भी बाजार में आ रही हैं और बाजार बना रहीं हैं,

क्योंकि शिक्षा ने उसे जागृत किया है और इस जागृति के फलस्वरूप वह ईश्वरीय सत्ता, धर्म सत्ता परिवार प्रणाली में पुरुष वर्चस्व और वैवाहिक संस्था के जाल को भेद सकने में समर्थ साबित होगी। स्त्री पुरुष गैर बराबरी के खिलाफ संघर्ष के स्तर तेज हो रहे हैं।

## सन्दर्भ

1. कुरुक्षेत्र मासिक पत्रिका, फरवरी 2009, प्रधान संपादक नीता प्रसाद सूचना भवन लोदी रोड ,नई दिल्ली
2. खण्डिलकर रा0 र0 –पत्र और पत्रकार , ज्ञानमण्डल वाराणसी। 2001
3. मिश्र हेरम्ब –: पत्रकारिता संकट व संत्रास, अनादि प्रकाशन ,इलाहाबाद। 2012
4. दिक्षित प्रवीण : जनमाध्यम और पत्रकारिता, सहयोगी साहित्य संस्थान, माहेश्वरी मोहाल, कानपुर। 2010
5. नारायण के0 पी0 : सम्पादन कला, मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल। 2016
6. तिवारी अर्जुन : आधुनिक पत्रकारिता व हिन्दी पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन ,वाराणसी। 2011
7. आधुनिक पत्रकारिता : डॉ0 अर्जुन तिवारी , विश्वविद्यालय प्रकाशन ,वाराणसी। 2015
8. गुप्तनिबंधावली भाग-1,2:सं-झाबरमल्ल शर्मा, बनारसीदासचतुर्वेदी, प्रकाशक-गुप्त स्मा0 ग्रंथ, 2011
9. वृहद हिन्दी पत्र –पत्रिका कोष :डॉ0सूर्य प्रसाद दीक्षित ,वाणी प्रकाशन ,दिल्ली। 2010

10. स्वतंत्रता आंदोलन और हिन्दी पत्रकारिता:डॉ० अर्जुन तिवारी,विश्वविद्यालय प्रकाशन ,वाराणसी-2011
11. हिन्दी पत्रकारिता :कृष्ण बिहारी मिश्र ,लोकभारती प्रकाशन ,15-ए ,महात्मा गाँधी पार्क ,इलाहाबाद |2019
12. हिन्दी पत्रकारिता :विविध आयाम :डॉ० वेद प्रताप वैदिक ,नेशनल पब्लिशिंग हाउस ,नई दिल्ली-2018
13. शर्मा श्यामसुन्दर : समाचार पत्र मुद्रण एवं साजसज्जा म. प्र. हिन्दी ग्रंथ अकादमी ,भोपाल। 2021
14. जोशी सुशीला : पत्रकारिता विकास के विविध आयाम, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी,जयपुर। 2019
15. चटर्जी आर. के. : मासकम्युनिकेशन, नेशनल बुक ट्रस्ट ,नई दिल्ली। 2018
16. मेहता डी. एस. : मासकम्युनिकेशन, एण्ड जर्नलिज्म इन इण्डिया, एलाइड पब्लिशर्स लि. ,नई दिल्ली। 2015
17. जान होहेनवर्ग-द प्रोफेशनल जर्नलिज्म आक्स फोर्ड एण्ड आई. बी. एच.पब्लिसिंग कम्पनी,नईदिल्ली। 2014
18. जी. के. पुरी : जर्नलिज्म सुधा पब्लिकेशन्स प्रा० लि०,नई दिल्ली |2016
19. आर० आर० भटनागर – द राइज एण्ड ग्रोथ आफ जर्नलिज्म, किताब महल ,इलाहाबाद। 2019
20. नया ज्ञानोदय, प्रबंध संपादक, अखिलेश जैन, अंक 36, फरवरी 2006 लोदी रोड, नई दिल्ली।
21. रचना द्विमासिक ,पत्रिका अंक, 80 सितंबर 2009 ,पृष्ठ 36 ,हिंदी ग्रंथ अकादमी, भोपाल ।
22. कथादेश मासिक पत्रिका, अक्टूबर 2008,सम्पादक हरिनारायण, सहयात्रा प्रकाशन नवीन शाहदरा ,नई दिल्ली
23. वागर्थ अंक 175 – संपादक विजय बहादुर सिंह, 13 प्रफुल्ल सरकार स्ट्रीट, कोलकाता, 700072 ।
24. योजना मासिक पत्रिका, दिसंबर 2008 ,प्रधान संपादक नीता प्रसाद, 538 योजना भवन, नई दिल्ली ।