

प्रिंट मीडिया में बदलती प्रवृत्तियाँ : हिन्दी पत्रों में समाचारों के प्रस्तुतिकरण व लेआउट के संदर्भ में

अश्विनी कुमार

रिसर्च स्कोलर, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, महर्षि दयानंद विश्वविद्यालय, रोहतक

**सारांश:** मनुष्य का स्वभाव सूचनाएं हासिल करने का है। संचार क्रांति के बढ़ते युग में सूचनाएं हासिल करने के तौर तरीके भी लगातार बदलते जा रहे हैं। पुराने समय में सूचनाएं अर्जित करने का साधन गांवों में बने पनघट, चौपालें आदि होती थी, वहीं अब मनुष्य को देश व विदेशों की सूचनाएं जनसंचार के माध्यमों से मिलती हैं। ऐसा सूचना प्राद्योगिकी के विकास के चलते हुआ है। सूचनाएं लोगों तक पहुंचाने में जनसंचार के माध्यमों में मुख्यतः रेडियो, टीवी व अखबार शामिल हैं इनमें जहां रेडियो व टीवी को श्रव्य दृश्य संचार माध्यमों में गिना जाता है वहीं अखबार प्रिंट मीडिया की श्रेणी में आते हैं, जिस तरह समय के साथ-साथ समाज के रहन-सहन में बदलाव आया है ठीक उसी प्रकार जनसंचार के इन माध्यमों में परिवर्तन रह चुका है।

**मुख्य शब्द :** संचार, समाचार पत्र, हिंदी, प्रबंधन

आज विश्व के किसी कोने में घटित घटना की जानकारी हम चंद मिनटों में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से प्राप्त कर लेते हैं वहीं प्रिंट मीडिया में उस घटना का विस्तृत ब्यौरा घटना के अगले दिन हमें सचित्र पढ़ने को मिल जाता है। प्रिंट मीडिया की प्रवृत्तियों भी बदलाव लगातार आ रहा है। इन बदलावों को पाठक वर्ग ने स्वीकार भी कर लिया है। आज अखबारों में उसी तरह की सामग्री परोसी जा रही है जिसे पाठक पढ़ना पसंद करता है। पाठक भी उन्हीं खबरों को पढ़ना पसंद करता है जिनका आकार छोटा व संपूर्ण जानकारी से युक्त होता है। चूंकि भागदौड़ की जिंदगी में किसीके पास इतना समय नहीं होता कि वह संवाददाता द्वारा दिए गए समाचार को काफी समय दे। समाचार पत्रों में आज खबरों के प्रस्तुतिकरण से लेकर पृष्ठ के ले आउट तक में बदलाव नजर आ रहा है, वह अपने आप में पाठक और समाचार पत्र प्रबंधन के लिए लाभाकारी साबित हो रहा है। प्रिंट मीडिया में समाचार पत्रों की जानकारी हासिल करने के बाद पता चलता है कि रिलेशन विश्व का पहला मुद्रित अखबार है। दुनिया के अन्य देशों की भांति भारत में भी समाचार पत्रों का युग 18 वीं सदी के आरंभ में हुआ। 1826 ई. में प्रकाशित उदंत मार्तण्ड को हिन्दी का पहला समाचार पत्र होने का गौरव प्राप्त है। करीब 220 वर्ष पुरानी हिंदी पत्रों की विकास यात्रा में कई बार उतार-चढ़ाव आए हैं। हिन्दी पत्रकारिता के शुरुआती दौर में समाचार पत्रों का जो स्वरूप था, उसमें भी तकनीकी प्रद्योगिकी के विकास के साथ पत्रों का स्वरूप बदला है। आज इन पत्रों में समाचारों का प्रस्तुतिकरण, उनकी बनावट, कलर फोटो के प्रकाशन में बढ़ोतरी, घटनात्मक व अपराध समाचारों का बढ़ता प्रचलन, हिंदीभाषी समाचार पत्रों में अंग्रेजी शब्दों की भरमार व घटनात्मक चित्रों को ज्यादा महत्व दिया जा रहा है। वर्तमान समय में अखबारों के क्षेत्रीय संस्करण शुरु होने से लाकल पुल आउट का प्रकाशन भी आरंभ हुआ है। वहीं क्षेत्रीय पत्र होने के कारण प्रिंट मीडिया की गांव तक पहुंच बढ़ी है। परन्तु इतना सब होते हुए भी प्रिंट मीडिया शहरों की चकाचौंध से बाहर नहीं निकल पा रहा है, जिससे आज भी ग्रामीण क्षेत्रों में जनहित से जुड़ी समस्याओं को उतना स्थान नहीं मिल रहा है जितना मिलना चाहिए। क्षेत्रीय संस्करण निकालने के पीछे अखबार मालिकों ने न केवल अपने व्यवसाय को आगे बढ़ाने का काम किया है, साथ ही इससे लोगों को समय पर अखबार मिलना भी शुरु हुआ है। पाठकों तक जल्दी समाचार पत्र पहुंचाने के लिए राष्ट्रीय पत्र अलग-अलग जगहों से संस्करणों का प्रकाशन कर रहे हैं, ताकि प्रतियोगिता के दौर में समय पर

पाठकों तक पत्रपहुंच पाए। प्रिंट मीडिया में हिंदी समाचार पत्रों में खबरों के प्रस्तुतिकरण से लेकर फोटो प्रकाशन व पत्र के ले आऊट में भी निरंतर परिवर्तन लाया जा रहा है। इसके पीछे पत्र प्रबंधन का उद्देश्य नए पाठक तैयार करना और विज्ञापनदाताओं को अपनी ओर आकर्षित करना है। चूंकि अगर पत्र का ले आऊट सुंदर व आकर्षक होगा तो पाठकों व ग्राहकों का ध्यान बरबस ही अपनी ओर खींच लेगा, जिससे अखबार की प्रसार संख्या में इजाफा होगा, साथ ही विज्ञापन की दृष्टि से आय में भी वृद्धि होगी।

समाचार पत्रों की बदलती प्रवृत्तियों व बदलते जमाने के साथ पत्रकारिता का उद्देश्य भी बदल गया है, पहले पत्रकारिता एक मिशन थी और संपादकों का उद्देश्य समाज सेवा करना था, लेकिन अब पत्रकारिता पूरी तरह व्यवसाय बन चुकी है। पत्र प्रबंधन का एकमात्र ध्येय धन कमाना शेष रह गया है। हालांकि पहले भी पत्र निकालने के लिए पैसे की जरूरत होती थी, जोकि चंदे या छोटे-छोटे विज्ञापनों से ही पूरी होती थी। परन्तु उस दौर में विज्ञापनों को लेकर समाचारों के स्थान में कोई कटौती नहीं की जाती थी। परन्तु आज हालात इस कदर पहुंच चुके हैं कि पत्र के अमुक पृष्ठ पर कोई विज्ञापन आ जाए तो तुरन्त उस स्थान पर प्रकाशित होने वाले समाचार का स्थान छोटा कर दिया जाता है जहां पर विज्ञापन प्रकाशित होना होता है। कई बार तो विज्ञापन के चक्कर में समाचारों के महत्व की अनदेखी कर दी जाती है और उसे उस स्थान पर जगह मिलती है जहां पाठक की सीधी दृष्टि नहीं पड़ पाती। अक्सर इस तरह की स्थिति त्यौहारों या स्वतंत्रता दिवस पर होती है। मुद्रण की बदलती तकनीकों के कारण अब पत्रों के प्रकाशन में पहले वाली बात नहीं रही जब पत्र में प्रकाशित होने वाले समाचारों व विज्ञापनों को एक निरचित समय सीमा तक फाइनल कर दिया जाता था। अब तो विशेषकर त्यौहारों पर पेज की प्लेटें बनने से पूर्व भी विज्ञापन का प्रकाशन संभव है। लेकिन यहां पर विज्ञापनों की बजाय प्रिंट मीडिया की बदलती प्रवृत्तियों पर प्रकाश डालने का प्रयास किया गया है, जिसमें मुख्यतः हिंदी पत्रों में समाचारों के प्रस्तुतिकरण और ले आऊट को लेकर विस्तार से प्रकाश डाला जाएगा। अखबारों की इन बदलती प्रवृत्तियों में निम्नलिखित बिंदुओं पर प्रकाश डाला गया है :

### 1. हिंदी पत्रों में अंग्रेजी शब्दों का बढ़ता प्रचलन

शब्दों के शुद्धिकरण को लेकर सत्यता की पुष्टि करने वाले समाचार पत्रों में आज क्या कुछ प्रकाशित हो रहा है, इसके बारे में पाठक वर्ग अनभिज्ञ नहीं है। अखबार प्रबंधन को भी प्रकाशित हो रही शब्दावली के बारे में जानकारी है लेकिन अंग्रेजी के अनेक शब्दों को हिंदी ने ग्रहण कर लिया है परन्तु उनके अतिरिक्त भी हजारों शब्दों का प्रकाशन हर रोज देखने को मिल जाता है। पहले जहां हिंदी भाषी अखबारों में शुद्ध हिंदी का प्रयोग होता था, आज उनमें हिंदी के साथ-साथ उर्दू, पंजाबी व अंग्रेजी और यहां तक की हरियाणवी शब्दों का प्रयोग बहुतायत में होने लगा है। वर्तमान में अखबारों में सबसे ज्यादा अंग्रेजी के शब्दों का प्रयोग स्पष्ट रूप से दिखाई पड़ता है। समाचार लेखन में अंग्रेजी के इन शब्दों को हु ब हूं हिंदी में लिखा जा रहा है। लेकिन पत्र मुख्यालय में संपादकीय विभाग में कार्यरत समाचार संपादक व उपसंपादक भी उन शब्दों को सही करने की बजाय उनका यथावत प्रकाशन कर रहे हैं। अंग्रेजी शब्दों का मिश्रण होने के कारण हिंदी के अनेक शब्दों के प्रकाशन का प्रचलन भी समाप्ति के कगार पर पहुंच गया है। हाल में अंग्रेजी वर्णमाला से जुड़े शब्द मैडम, सर, मिनिस्टर, एसडीओ, एक्सईएन, एसडीएम, पोस्टमार्टम आदि का प्रयोग हो रहा है। इन शब्दों के निरंतर खबरों में आने से आज स्थिति यह है कि पाठक वर्ग उपायुक्त की बजाय डीसी को ज्यादा जानने लगा है। इसी प्रकार अगर किसी समाचार में एक्सईएन की बजाय कार्यकारी अभियंता प्रकाशित हो जाए तो पाठक संशय में

पड़ जाता है। अंग्रेजी के ये सब समाचारों में कम होने को अपेक्षा बढ़ रहे हैं, अगर समाचार संपादक इन शब्दों की ओर थोड़ा गौर करें तो इनके प्रयोग में कमी की जा सकती है।

## 2. अंग्रेजी शब्दों का हिंदी में बहुवचन होने से वाक्यों में त्रुटियाँ

हिंदीभाषी समाचार पत्रों में प्रकाशित समाचारों में अंग्रेजी के अनेक शब्द समाहित हो चुके हैं, लेकिन इन शब्दों का बहुवचन के रूप में गलत प्रयोग रहा है। बहुवचन के तोर पर जब वाक्यों में इनका प्रस्तुतिकरण होता है तो वाक्य का अर्थ ही बदल जाता है। वर्तमान समय में अखबारों में टीचरों शब्द का प्रयोग पढ़ने को मिल रहा है और इस शब्द के प्रयोग से अध्यापक शब्द का महत्त्व गौण हो जाता जा रहा है, जबकि अध्यापक शब्द का बहुवचन अध्यापकों होता है, लेकिन अंग्रेजी शब्दों ने उक्त शब्द का पूरी तरह अर्थ परिवर्तन कर दिया है। उदाहरण के तौर पर देखा जाए तो अब समाचारों में कई बार प्रकाशित हाता है कि मांगों को लेकर जेबीटी टीचरों, नाँ व वर्करों का प्रदर्शन। इन शब्दों का बहुवचन के रूप में प्रयोग गलत हो रहा है। पाठकों को इन शब्दों के पढ़ने की आदत पड़ चुकी है। संपादकीय विभाग के सामने इन शब्दों पर लगाम लगाना किसी चुनौती से कम नहीं है। चूंकि उक्त शब्द आम बोल चाल की भाषा में प्रयुक्त होने के कारण पाठक वर्ग के जहन में उतर चुके हैं। खबरों में नीहित वाक्यों को त्रुटिपूर्ण बनाने में इन शब्दों का पूरा योगदान अखबारों में देखने को मिल रहा है।

## 3. अखबारों में शेष का समापन

वर्तमान समय में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की दर्शकों तक बढ़ती पहुंच के चलते समाचारों की जानकारी तुरन्त उपलब्ध करा देते हैं, हालांकि प्रिंट मीडिया में उक्त समाचार अगले दिन प्रकाशित होता है। परन्तु भी प्रिंट मीडिया का अपना वर्चस्व आज भी कायम है। वो बात अलग है कि दर्शक समाचार को संक्षिप्त रूप में देखकर या सुनकर अपनी इति श्री कर ले, लेकिन अगले दिन वह उक्त समाचार को पूरे विवरण सहित पढ़ने में भी उतनी ही रुचि लेते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में जहां समाचारों को जहां लाइव दिखाया जाता है वहीं अखबारों में खबरों के शेष देने की परंपरा रही है, लेकिन समाचार पत्रों में अब शेष देने की परंपरा धीरे-धीरे खत्म होती जा रही है। इसके पीछे पाठक के पास इतना समय नहीं है कि वह पन्ने पलटकर शेष को पढ़े। वहीं शेष भी अलग पन्नों पर मिलने से पाठक को बाकी हिस्सा तलाशने में परेशानी होती थी। जो समय पहले पाठक अखबार पढ़ने में लगाता था, वह समय अब कम होता जा रहा है। उसी के कारण पत्रों में भी शेष देने का प्रचलन समाप्त होता जा रहा है। जब देश में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रभुत्व स्थापित नहीं हो पाया था, तब लोगों को केवल आकाशवाणी व दूरदर्शन से ही खबरें सुनने व देखने को मिलती थी। वहीं समाचार पत्रों का प्रचलन भी उतना प्रभावी नहीं था जितना की अब बढ़ रहा है। अक्सर कम लोग ही अखबार खरीदकर पढ़ना पसंद करते थे या फिर पुस्तकालयों में अखबार पढ़ने को मिलते थे। उस दौर में समाचारों के शेष देने की परंपरा का चलन कुछ ज्यादा था। प्रथम पृष्ठ पर प्रकाशित समाचारों का शेष पृष्ठ आठ पर जाता था। ऐसे में अगर अखबार में शेष वाला पृष्ठ किसी दूसरे के पास होता तो उसे शेष खबर पढ़ने के लिए उस पर तब तक निर्भर रहना पड़ता था जब तक वह उस पृष्ठ को नहीं दे देता, लेकिन मीडिया में आए बदलाव के कारण इस परंपरा को समाप्त किया जा रहा है। दूसरी ओर शेष दूसरे पृष्ठों पर छोड़ने के कारण कई बार या तो शेष प्रकाशित नहीं हो पाते थे, या फिर गलत जगह प्रकाशन हो जाता था, जिससे पाठक के सामने खबर का बाकी हिस्सा ढूढ़ना टेढ़ी खीर हो जाता था। फिलहाल अब एक तो शेष को दो नंबर पृष्ठ पर दिया जा रहा है वहीं शेष पहले जहां बड़े-बड़े छोड़े जाते थे वहीं अब छोटे किए जा रहे हैं।

#### 4. अपराध समाचारों का बढ़ता प्रचलन

दिन प्रतिदिन समाज को नई दिशा देने वाले समाचार पत्रों में जनहित से जुड़े समाचारों की बजाय अपराध, आतंकवादी गतिविधियों से जुड़ी खबरों को ज्यादा महत्व दिया जा रहा है। कुछ समाचारों के प्रकाशन के बाद संबंधित मामले में आरोपी न केवल प्रसिद्धी पाता है साथ ही समाचारों को लीड या सैकिंड लीड बनाए जाने के बाद पाठक का सीधा ध्यान उक्त समाचार की ओर जाता है। यहां तक कि समाचार का वाचन करने के बाद पाठक के मन में आरोपी के खौफ का डर भी पैदा हो जाता है। ऐसे में अपराधी प्रवृत्ति से जुड़े लोगों की प्रसिद्धी तो हो ही रही है साथ ही पाठक वर्ग व आम समाज का इन समाचारों से क्या भला हो सकता है। हालांकि सूचनाएं उपलब्ध करवाने के नाम पर पाठकों तक पहुंचने वाले समाचार पत्रों को अब अपराध से जुड़ी सूचनाओं का प्रकाशन संक्षिप्त रूप में करना चाहिए। लेकिन वर्तमान में ऐसी खबरों में अपराधी का सैकेच सहित ब्यौरा दिया जा रहा है। प्रिंट मीडिया में ऐसे समाचारों का प्रकाशन ज्यादा होने के कारण जन समस्याओं से जुड़ी खबरों को उतना स्थान नहीं मिल पाता जितना कि मिलना चाहिए। ऐसे में समाज सेवा करने वाले लोकतंत्र के इस चौथे स्तम्भ के क्या मायने शेष रह जाएंगे।

#### 5. समाचार पत्रों में खबरों का घटता आकार

वर्तमान में प्रिंट मीडिया का तकनीकी विकास होने के कारण अब खबरों का आकार भी सीमित होकर रह गया है। पाठक को संपूर्ण जानकारी छोटे समाचार में ही उपलब्ध करवाई जा रही है। पृष्ठ को तैयार करते समय उप संपादकों द्वारा इसे 4 भागों में बांटा जाता था अब उसे 5 भागों में विभाजित किया जा रहा है। 5 भागों में विभाजन करने के बाद पृष्ठ पर बनने वाले कॉलम तो 5 और 7 के बीच में ही रहते हैं लेकिन समाचार चौड़ाई में अंतर आ जाता है। इस अंतर के चलते कॉलम तो पूरे हो जाते हैं लेकिन उसका स्थान छोटा हो जाता है। स्थान छोटा होने के कारण अब समाचारों का आकार भी छोटा किया जा रहा है। समाचारों का आकार छोटा होने के साथ ही शब्दों की संख्या में भी कटौती हो गई है। पहले जहां एक विशेष स्टोरी के लिए कम से कम 5 कॉलम में 5 हजार शब्दों का समाचार प्रकाशित होता था अब उसको मात्र 2 से ढाई हजार शब्दों के बीच ही समेटना पड़ रहा है। यानि संवाददाता को कहानी की भूमिका कम से कम एक कॉलम में बनानी पड़ती थी अब उसे मात्र 4 या 5 लाईनों में पूरी करता है। समाचारों का आकार छोटा होने के बाद अब पेज पर एक तो समाचारों की संख्या में बढ़ोतरी हो रही है साथ ही छोटे समाचारों के प्रकाशन से पेज का लेआउट भी आकर्षक बनता जा रहा है। पाठक के पास इतना लंबा-चौड़ा संवाद पढ़ने का समय नहीं होने के कारण पत्र प्रबंधन को भी अपने नीतियों में बदलाव करना पड़ा है। समाचारों के प्रस्तुतिकरण में अब संवाददाता द्वारा थोड़े स्थान में पूरी बात लिखी पड़ती है। इतना ही नहीं लेखन के साथ बीच-बीच में खबर से संबंधित उपशीर्षक भी लगाए जा रहे हैं ताकि पाठक की सीधी नजर पड़ सकें और उस स्थान से समाचार के प्रमुखता का आकलन कर सकें।

#### 6. फोटो का अधिक प्रचलन

प्रिंट मीडिया में अब क्षेत्रीय संस्करणों के आने से समाचार पत्रों में फोटो की संख्या बढ़ी है। पहले जहां एक पेज पर मात्र 2 या 3 फोटो प्रकाशित होते थे आज उनकी संख्या दुगुनी हो चुकी है। इसके साथ ही श्वेत श्याम फोटो के स्थान पर अब रंगीन फोटो छप रहे हैं। समाचारों के साथ अब फोटो का प्रकाशन अनिवार्य हो चला है। अगर किसी समाचार का फोटो कारणवश छायाकार द्वारा नहीं लिया जाता तो समाचार को उबारने के लिए रंग-बिरंगे शीर्षक व कार्टून लगा दिए जाते हैं। जिससे समाचार

और अधिक आकर्षक बन सकता है और पाठकों की नजर सीधे रूप से उस पर पड़ सके। समाचार पत्रों के लेआऊट में आ रहे परिवर्तनों में अब घटनात्मक समाचारों का प्रचलन बढ़ रहा है। ऐसे समाचारों को फोटो सहित प्रकाशित करने के लिए रिपोर्टर सहित कम से कम चार या पांच फोटो भेजने के आदेश संपादकीय विभाग की ओर से दिए जाते हैं। इसके पीछे समाचार का आकार तो कम होता है परंतु उनके स्थान की पूर्ति फोटो से कर ली जाती है। कम से कम चार या पांच कॉलम लीड बनने वाली खबर का आकार अब तीन कॉलम में सिमट कर रह गया है। पहले जहां 4 कॉलम के समाचार के नीचे तीन कॉलम का समाचार नहीं सैट किया जाता था वैसी धारणा अब समाप्त हो चुकी है। पृष्ठ को आकर्षक बनाने के लिए अब ऐसा किया जा रहा है।

**निष्कर्ष :** समाचार पत्रों में बदलती प्रवृत्तियों से जहां अखबार के लेआऊट में सुधार हुआ है वहीं समाचार भी छोटे और आकर्षक रूप में पाठक को पढ़ने के लिए मिल रहे हैं। इन प्रवृत्तियों से आए बदलाव के कारण पहले जहां सभी पाठक समाचार की ओर ध्यान लगाता था अब समाचार खुद ही पाठक को अपनी ओर आकर्षित करने लगे हैं। समाचारों के शीर्षक पाठक को पहले समाचार पढ़ने के लिए प्रेरित करते थे अब फोटो व लेआऊट ही पाठक को संवाद की पृष्ठभूमि से अवगत करा रहे हैं। समाचार पत्रों को प्रवृत्तियां बदलने में कम्प्यूटर का योगदान भी विस्मरणीय है। जिसके माध्यम से आज हमें ऐसा समाचार पत्र पढ़ने को मिल रहा है जिसकी छपाई तो अच्छी है साथ ही उसका मेकअप भी अपनी ओर खींच रहा है। इतना सब होने के बावजूद इन प्रवृत्तियों के माध्यम से थोड़े-बहुत सुधार की आवश्यकता अभी शेष बची है। हिंदी भाषी पत्रों में अंग्रेजी शब्दों का तेजी से बढ़ता प्रचलन पाठक की शैली को खराब कर रहा है। चूंकि पाठक हिंदी पत्र का ग्राहक है। इसलिए अंग्रेजी शब्दों की बढ़ती परम्परा पर रोक लगाने के लिए संपादकीय विभाग को सुधार करना होगा। दूसरी ओर अंग्रेजी शब्दों के कारण अब समाचारों में इनके बहुवचन का प्रयोग भी बढ़ता जा रहा है। जब इन शब्दों का प्रयोग खबर में होता है तो उसके उच्चारण में परिवर्तन आ जाता है। उच्चारण व बोलचाल की भाषा में जब शब्द का प्रयोग गलत तरीके से होता है तो उक्त शब्द व उसके अर्थ की विश्वनीयता भी समाप्त होने लगती है। इस तरह के शब्दों के बढ़ते प्रयोग के कारण पाठक के मन में भी शब्दों को लेकर शंका होने लग जाती है कि अमूक शब्द किस प्रकार लिखा जाएगा। इसलिए संवाददाताओं, उपसंपादकों व समाचार संपादकों का यह दायित्व बनता है कि वे उसी भाषा के शब्दों का ज्यादा से ज्यादा प्रयोग करें जिस भाषा में समाचार पत्र प्रकाशित हो रहा है ताकि संवाद का शुद्ध रूप सामने आ सके। कुल मिलाकर यही कहा जाएगा कि बेशक सूचना प्रौद्योगिकी के विकास के साथ-साथ प्रिंट मीडिया का विकास हुआ है लेकिन प्रिंट मीडिया में बदलती प्रवृत्तियों के चलते उनके गुण व दोषों को भी जांचना होगा।

#### सन्दर्भ ग्रंथ सूची :

1. तिवारी अर्जुन (1982), स्वतंत्रा आंदोलन और हिन्दी पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी
2. जैन कुमार रमेश (1987), हिन्दी पत्रकारिता का आलोचनात्मक इतिहास हंसा प्रकाशन, जयपुर, 88-931
3. चड्ढा सविता (1989), इतिहास और पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।
4. पंत नवीन चन्द्र (1990), मुद्रण के तकनीक सिद्धान्त, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ. 58-621
5. पातंजलि प्रेमचन्द्र (1997), मोडिया के पचास वर्ष, राधा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली, पृ. 42,53-54
6. गुप्त धर्मेन्द्र (2000), लघु पत्रिकाएं और साहित्यिक पत्रकारिता, उक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ. 19-23

7. रतू कुमार कृष्ण (2001), सूचना तंत्र और प्रसारण माध्यम, मंगलदीप पब्लिकेशन्स, जयपुर, पृ. 225-232
8. गौतम रुपचन्द (2004), प्रिंट मीडिया, श्री नटराज प्रकाशन दिल्ली, पृ 32-341
9. चतुर्वेदी जगदीश प्रसाद (2004), हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ. 352-355
10. शर्मा बेला रानी, आधुनिक पत्रकारिता एक नजर, 163-167
11. भट्ट राजेद्र षंकर, हिन्दी पत्रकारिता का भविष्य, पृ. 811
12. सरदाना चंद्रकांत (2004), जनसंचार कल, आज और कल, ज्ञान गंगा, प्रकाशन, दिल्ली, पृ. 143-149
13. गौतम सुरेश और गौतम वीणा, हिन्दी पत्रकारिता कल आज और कल, सत्साहित्य प्रकाशन, दिल्ली, पृ. 222-224

