International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 8 Issue 7, July- 2018
ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |**Thomson Reuters Researcher ID: L-5236-2015**

भारतीय शिक्षा प्रणाली और जन संचार के मायम : एक विश्लेषणात्मक अध्यन

डॉ. ललित कुमार
प्रिंसिपल, आकाश कॉलेज ऑफ एजुकेशन कालीरावान जिला हिसार
ईमेलः dralalitkumar2015@gmail-com

प्रस्तावना:
संचार का माध्यम वह माध्यम है जिसके माध्यम से ज्ञान या जानकारी का एक टुकडा दुनिया को भेजा जाता है। संचार का यह माध्यम बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि एक ही जानकारी किसी मुद्रित पृष्ठ पर या टेलीफोन, रेडियो या टेलीविजन पर दी जाएगी तो वह अलग–अलग दिखाई देगी और हम पर अलग–अलग प्रभाव डालेगी। अतः सूचना के एक टुकड की प्रभावशीलता उसके माध्यम पर निर्भर करती है। कल की शिक्षा अपनी भूमिका को अधिक प्रभावी ढग से निभाने में सक्षम होगी यदि लोग उपयक्त मीडिया का उपयोग करके रचनात्मक, सक्रिय और कुशल होते हैं। शिक्षा की सफलता केवल यांत्रिक साधनों को मनुष्यों की जगह लेकर नहीं मिल सकती।, बल्कि अधिक से अधिक लोगों को बेहतर और अधिक तेजी से पढ़ाने के लिए तकनीकी और मानव प्रगति का उपयोग करके नए पैटर्न बनाए जा सकते हैं। रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्रों और फिल्मों सहित जनसंचार के कई माध्यम हैं। जनसंचार माध्यम को पहले केवल व्यक्तिगत चित्रण के लिए प्रयोग किया जाता था। इन माध्यमों में सुसंगत विचार और वैज्ञानिक उपयोग नहीं था। लेकिन कुछ शिक्षकों की दिलचस्पी और प्रयास से उनका अधिक उपयोग हुआ है और शिक्षा के विकास में जनसंचार के माध्यमों का महत्वपूर्ण योगदान रहा है
इसने शिक्षा का महत्व समझने और वंचित और सामाजिक–आर्थिक पिछड़े वर्गों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। मीडिया का महत्व न केवल शिक्षा के विकास में है, बल्कि प्रौद्योगिकी का सही उपयोग, सामाजिक कल्याण, काय के अवसरो, प्रेरणा और संचार जैसे अन्य क्षेत्रों में भी है। इस बदलाव के लिए मीडिया बहुत जिम्मेदार है। इस लेख में मीडिया की शिक्षा में भूमिका का विश्लेषण किया जाएगा।
मुख्य शब्द: मीडिया, शिक्षा, संचार, प्रौद्योगिकी, विकास

परिचय

मीडिया शब्द की उत्पत्ति मीडियम से हुई है, जिसका अर्थ है वाहक या मोड। मीडिया विशेष रूप से बड दर्शकों तक पहुंचने के लिए बनाया गया है। समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में इस शब्द का पहला उपयोग हुआ था। लेकिन रेडियो, टीवी, सिनेमा और इंटरनेट के आविष्कारों से शब्द का विस्तार हुआ। मीडिया का काम जनता को सूचित करना, शिक्षित करना और मनोरंजन करना है, जिससे समाज मजबूत होता है। बड़ी संख्या में लोगों तक पहुंचने की अपनी अंदरूनी क्षमता के कारण इसका व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है ताकि जनमत और जागरूकता बनाया जा सके। पुस्तकालयों, कंप्यूटर प्रयोगशालाओं और टेलीविजन सेटों की संख्या, जो आज अधिकांश स्कूलों में पाठ्यक्रम का हिस्सा बन गए हैं, मीडिया की शिक्षा मे महत्वपूर्ण भूमिका का प्रमाण हैं। मीडिया कई रूपों में आता है, और प्रत्यक रूप से छात्रों को सीखाना और जानकारी को समझाने का काम करता हैं। विभिन्न विश्वविद्यालयों के विद्यार्थी अब केवल इंटरनेट के माध्यम से जुड रह सकते हैं, क्योंकि मीडिया ने दुनिया को वैश्वोकरण के करीब ला दिया है। यह व्यापक है कि मीडिया में क्या होता है। सोशल और जनसंचार माध्यम ने अलग–अलग तरीके से काम किया। ऑनलाइन शिक्षण एक समय में हजारों लोगों को पढ़ाया जा सकता है क्योंकि मीडिया इतना

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 8 Issue 7, July- 2018
ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |**Thomson Reuters Researcher ID: L-5236-2015**

व्यापक और विशाल है कि बहुत कम लागत पर लोगों को पढ़ाया जा सकता है। यह शिक्षकों और विद्यार्थियों को कक्षा की दिवारो से बाहर विचारों को जोड़ने और साझा करने की संभावना को बढ़ाता है, जिससे विचारों को कक्षा–चर्चा के विस्तार के रूप में जोडा जा सकता है।जो कुछ साल पहले संभव नहीं था, लेकिन सोशल मीडिया ने इसके उपयोग को और अधिक सरल तथा संभव बना दिया है।

जनसंचार मीडिया क्या है?

जनसंचार मीडिया की एक स्पष्ट और सरल व्याख्या नहीं है। यह मुख्य रूप से डिजिटल सूचना संचार प्रौद्योगिकियों (ICT) के लगातार विकास से हुआ है। इसमें समाचार पत्र और पत्रिकाए, इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन, टेलीविजन और रेडियो कार्यक्रम, टेलीटेक्स्ट और अन्य सभी संपादित कायक्रम शामिल हैं जो समय–समय पर आम लोगों के लिए आसानी से उपलब्ध लिखित और मुखर सामग्री के प्रसारण के माध्यम से प्रकाशित होते हैं। विद्वान हालांकि इस बात पर सहमत हैं कि शब्द ष्मास मीडियाष सूचना या डेटा के भंडारण, प्रसारण और वितरण में उपयोग किए जाने वाले उपकरणों को शामिल करता है। हालाँकि, कुछ लोगों को लगता है कि ष्मास मीडियाष शब्द मीडिया के उस भाग को संदर्भित करता है जो किसी विशेष क्षेत्र की पूरी आबादी जैसे बड दर्शकों को पहुँचने के लिए बनाया गया है। यह ध्यान देने योग्य है कि शब्द ष्मास मीडियाष बुलेटिन, कैटलॉग और प्रकाशनों के उन सभी रूपों को नहीं शामिल करता है जो विज्ञापन, व्यावसायिक संचार, शैक्षिक प्रक्रियाओं, कंपनियों, संस्थानों, समाजों, राजनीतिक दलों और चर्चों के आंतरिक कार्यों को शामिल करते हैं। और चित्रों को अन्य संस्थाओं, स्कूलों, आधिकारिक राजपत्रों, पोस्टरों, पर्चों, ब्रोशरों और पारदर्शिता में स्थानांतरित किए बिना वीडियो पृष्ठों (अवैतनिक रिपोर्ट), जब तक कि कानून द्वारा अन्यथा निर्धारित नहीं किया जाए! समाचार पत्रों, टेलीविजनों, रेडियो प्रसारणों और पाठ प्रकाशनों सहित मीडिया (समाचार और मनोरंजन) में इसका उपयोग भी किया गया है। जनसंचार माध्यम ने दूरसंचार में एक क्रांति को गहराई से प्रभावित किया है, जो लंबी दूरी के संचार के लिए नया मीडिया लाकर संचार को बहुत बदल दिया है। अन्य लोग इसे ष्जन संचार संचारित करने के लिए उपयोग किए जाने वाला माध्यमष मानते हैं।

जनसंचार मीडिया के काय

1) **जानकारी देना:** य मीडिया को जनता को जानकारी देने में मदद करते हैं। लोगों को बहुत जल्दी विविध ज्ञान मिलता है।

2) **व्यावसायिक ज्ञान देना:** मीडिया समुदाय के एक बड़े समूह को व्यावसायिक और व्यापारिक जानकारी देने में मदद करता है।

3) **जागरूकता फैलाना और लोगों को नागरिक उत्तरदायित्व का ज्ञान देना:** जन माध्यमों के माध्यम से लोग समाज की विभिन्न समस्याओं और समाज को बदलने में उनकी भूमिका के बारे में जागरूक हो सकते हैं। देशवासी अपने अधिकारों और कर्तव्यों को जानते हैं।

4) **अध्ययन कायक्रम:** जनसंचार माध्यम के माध्यम से लोगों को विभिन्न कायक्रमों के लिए अनुकूल आदत बनाने में मदद मिलती है और वे अपने खाली समय को उत्पादक तरीके से व्यतीत करते हैं। विभिन्न कायक्रमों के माध्यम से लोगों का व्यवहार भी प्रभावित होता है।

5) **अनौपचारिक संस्था की भूमिका:** विकासशील समाज अब जनसंचार माध्यम को शिक्षा की अनौपचारिक संस्थाओं के रूप में नहीं देखता है। शैक्षिक विषयों को व्यवस्थित तरीके से कवर करने के कारण उन्हें अनौपचारिक एजेंसियां कहा जाता है।

यह स्पष्ट है कि ये मीडिया भविष्य में कक्षा शिक्षण को बदल सकते हैं। मास मीडिया, इसलिए, समाज को शिक्षित करने का प्रमुख साधन है। य लोगों को शिक्षित करने का सबसे सस्ता और अच्छा उपाय हैं।

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 8 Issue 7, July- 2018
ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |**Thomson Reuters Researcher ID: L-5236-2015**

जनसंचार के माध्यम से प्रभाव और प्रेरणा बहुत तेज हाती है। शिक्षक को कक्षा में शैक्षिक माध्यमों और विधियों का प्रभावी ढग से उपयोग करना चाहिए।

जनसंचार माध्यम के तरीके

प्रिंट मीडिया: दैनिक समाचार पत्रों में विभिन्न विषयों (जैसे शिक्षा, विज्ञान, प्रौद्योगिकी, व्यवसाय, प्रबंधन, खेल और मनोरंजन) पर चर्चा होती ह, जो जन संचार के लिए प्राथमिक माध्यम हैं। शनिवार और रविवार की पत्रिकाए, राष्ट्रीय स्तर पर महत्वपूर्ण अवसरों पर विशेष पूरक और महत्वपूर्ण धार्मिक त्योहारों पर विशेष संस्करण भी प्रकाशित करती हैं। लोकप्रिय पत्रिकाए, जो मुख्य रूप से हल्की पठनीय सामग्री हैं, अंगजी और भारतीय दोनों भाषाओं में आम हैं। समाचार पत्रों में टिप्पणियां, विश्लेषण, समीक्षा, व्यक्तित्व, खेल, मौसम, स्थानीय कायक्रम, रेडियो और टीवी शो, शेयर बाजार की खबरें और व्यावसायिक जानकारी शामिल हैं। विज्ञापन अधिकांश समाचार पत्रों पर हावी है। समाचार पत्र उद्योग अच्छी तरह से संरचित है, जिसमें शिक्षित, अनुभवी और आधुनिक प्रौद्योगिकी में कुशल कर्मचारी हैं। द टाइम्स ऑफ इंडिया और द हिंदू जैसे कई समाचार पत्रों में प्रलेखन और सूचना सेवा शामिल हैं, जिनके इंटरनेट संस्करण भी हैं। समाचार पत्र संग्रह आर समाचार पत्र क्लिपिंग सेवाएं भी शोध पुस्तकालयों का अभिलेखीय और एतिहासिक महत्व हैं। समाचार पत्रों की छोटी–छोटी फिल्में भी सुरक्षित हैं।

रेडियो प्रसारण: 20वीं शताब्दी की शुरुआत से ही भारत में रेडियो प्रसारण एक महत्वपूर्ण साधन रहा है, जिसमें आकाशवाणी (आकाशवाणी) सबसे बडा प्रदाता है। देश भर के रेडियो स्टेशनों पर समाचार, मनोरंजन, संगीत और शिक्षा का प्रसारण होता है। कंप्यूटर, स्वचालित प्रसारण प्रौद्योगिकी और उपग्रहों ने संचालन और प्रोग्रामिंग में सुधार किया है। रेडियो प्रसारण में काम करने वालों में प्रबंधक, निदेशक, कलाकार, संगीतकार, पटकथा लेखक, कलाकार, पत्रकार, इंजीनियर, प्रौद्योगिकीविद, समाचार पाठक और टिप्पणीकार शामिल हैं।

टेलीविजन: टेलीविजन एक तेजी से बढ़ता जन माध्यम है, जो मनोरंजन से लेकर टेलीकॉन्फ्रेंसिंग और विश्व समाचार तक कायक्रमों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है। यह सभी उम्र, लिंग और व्यवसाय के लोगों को आकर्षित करता है, जिनमें विश्व भर में सौ से अधिक टेलीविजन नेटवर्क और स्टेशन हैं। भारत में, निजी टेलीविजन नेटवर्क भी कई प्रकार के शो देते हैं। वीडियो कैसेट और सीडी–रोम जनसंचार में सबसे अच्छे ऑडियो–विजुअल मीडिया हैं क्योंकि वे उपयोगकर्ता के अनुकूल हैं और अभिलेखीय उद्देश्यों के लिए महत्वपूर्ण हैं।

जनसंपक: जनसंपर्क एक जटिल गतिविधि है जिसमें व्यक्तियों के बीच सूचना देने, संघर्षों को हल करने और समझ में सुधार करने के लिए संचार के माध्यम से संबंध बनाना शामिल है। जैसे–जैसे जनसांख्यिकीय दबाव अधिक जटिल होते गए हैं, समूहों और व्यक्तियों के बीच संचार अधिक शामिल हो गया है, जिससे एक नए विषय के रूप में जनसंपर्क का विकास हुआ है। संचार विशेषज्ञों का काम है कि प्रेषक और प्राप्तकर्ता, नियोक्ता और कर्मचारी, और ग्राहक और बिक्री केंद्र के बीच दो–तरफा संबंधों को बनाने में मदद करें। व्यापार और कॉर्पोरेट हित अक्सर पीआर गतिविधियों से जुड होते हैं, लेकिन सार्वजनिक गतिविधियों में शामिल विभिन्न प्रकार के लोगों के साथ संबंधों को बनाए रखने और समायोजित करने की जरूरत है। पीआर विशेषज्ञों का काम है संगठन की छवि बनाना, संघर्षों को दूर करना, सद्भावना पैदा करना और लोगों को नीतियों और सरकारी कार्रवाई के बारे में जानकारी देना. इन माध्यमों में शामिल हैं ब्रोशर, पर्चे, ग्राफिक सामग्री, तस्वीरें, स्लाइड, फिल्म स्टिप्स, मोशन पिक्चर्स और फ्लापी।

विज्ञापन: आधुनिक संस्कृति में विज्ञापन की अपनी एक व्यापक भूमिका है जो वित्तीय समर्थित और जन–आधारित है। इसमें अनुनय, रचनात्मकता और संदेश देने का प्रभाव होता है। बढ़ता हुआ विज्ञापन का

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 8 Issue 7, July- 2018
ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |**Thomson Reuters Researcher ID: L-5236-2015**

क्षेत्र विकास के कई रास्ते खोलता है। मीडिया में विज्ञापन समाचार पत्र, समाचार पत्र, टेलीविजन, प्रसारण, वीडियो और ऑडियो कैसेट हैं। विज्ञापन व्यवहार, आदतों और फैशन को प्रभावित करते हैं। जनसंचार विशेषज्ञ विज्ञापनों में अपने ज्ञान और तकनीक का इस्तेमाल कर सकते हैं जैसे–जैसे विज्ञापन क्षेत्र बढ़ता जाता है। विज्ञापन एजेंसियां मल्टीमीडिया तकनीक का पूरा उपयोग करती हैं और कई अलग–अलग क्षेत्रों से लोगों को काम पर लगाती हैं।

जनसंचार माध्यम के उत्तरदायित्व

जनसंचार माध्यम व्यक्तियों और समाज के लिए सूचना का एक महत्वपूर्ण स्रोत है, जो लोकतंत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है और अपने कार्यों के माध्यम से परिवर्तनों को सुविधाजनक बनाता है।

सामाजिक मीडिया परिवर्तन में मदद कर सकता हैरू जनसंचार माध्यम लोगों के दृष्टिकोण और आदतों को बदल सकते हैं, जैसे कि एचआईवी/एडस और कुष्ठ रोगों के बारे में गलत धारणाओं को दूर करना। रेडियो, टेलीविजन और संदेशों द्वारा सूचना दी जा सकती है कि रोगियों को छूने से संक्रमण नहीं फैलता है। परिवर्तन से देश भी बेहतर होता है क्योंकि पुराने तरीकों और उपकरणों को नए, अधिक सक्षम तरीकों से बदल दिया जाता है। टेलीविजन की तरह जनसंचार माध्यम कौशल प्रदान कर सकते हैं, जैस कि आधुनिक रसोई उपकरण का उपयोग करके खाना बनाना।

दुनिया को जनसंचार माध्यमों ने छोटा और करीब बना दिया हैः मीडिया के तेज प्रसारण ने दुनिया भर के लोगों को एकजुट कर दिया है, जिससे वे घटनाओं का सीधा अनुभव कर सकते हैं और भीड का हिस्सा महसूस कर सकते हैं। ष्ग्लोबल विलेजष् नामक यह घटना दिखाती है कि दुनिया एक गाव बन रही है। एक ही प्रकार के उत्पाद और विज्ञापन हर जगह देखे जाते हैं, जिससे पूरी दुनिया खुद को एक बड परिवार की तरह महसूस करती है। इंटरनेट और वेब ने भी लोगों और देशों को करीब लाया है, जिससे उनका विश्वव्यापी सम्बन्ध बड हैं।

जनसंचार माध्यमों से वस्तुओं का वितरण होता हैरू उपभोक्ता उद्योग विज्ञापन करने के लिए जनसंचार माध्यम का उपयोग करता है, जिससे लोगों को विभिन्न वस्तुओं और सेवाओं की कीमतों और उपलब्धता को समझने में मदद मिलती है, जैसे सूप, तेल, टीवी सेट, कार, बैंक, बीमा और अस्पताल. इससे दोनों पक्षों को फायदा होता है।

जनसंचार माध्यमों की **नैतिकता**

प्रिंट, रेडियो और टेलीविजन पत्रकारों सहित जनसंचार माध्यमों की बडो शक्ति को अक्सर राजनेताओं, नौकरशाहों और पुलिस अधिकारियों द्वारा चिंता के साथ देखा जाता है। चिकित्सा या कानून जैसे अन्य व्यवसायों की तरह मीडिया भी सही और गलत का निर्धारण करने के लिए नैतिक मूल्यों का पालन करना चाहिए। जनसंचार माध्यमों में कोई सख्त आचार संहिता नहीं है और केवल कुछ दिशानिर्देश हैं। भारतीय प्रेस परिषद ने मीडिया नैतिकता पर नियम बनाए हैं, जिससे मीडिया व्यवसायियों को अपने पेशे का सही नाम बचाने के लिए कुछ नियमों का पालन करना चाहिए।

क) **सत्यापनः** मीडिया में प्रसारित जानकारी सटीक और आधारहीन होनी चाहिए क्योंकि गलत जानकारी व्यक्ति, संगठन या देश का नुकसान पहुंचा सकती है। मीडिया को तथ्यों की शुद्धता का दावा करना चाहिए और लोगों को कहानी का अपना अनुभव देना चाहिए। उदाहरण के लिए, अगर कोई मीडियाकर्मी किसी पर बेईमानी का आरोप लगाता है, तो उसे कहानी का अपना संस्करण देने का अवसर मिलना चाहिए।

ख) **गोपनीयताः** विभिन्न स्रोतों से मिली जानकारी को मीडिया गोपनीय रखता है।

International Journal of Research in Economics and Social Sciences(IJRESS)
Available online at: http://euroasiapub.org
Vol. 8 Issue 7, July- 2018
ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |**Thomson Reuters Researcher ID: L-5236-2015**

ग) **स्रोतों का बचाव:** एक स्रोत जो गोपनीय जानकारी देता है, कभी नहीं दिखाना चाहिए। उदाहरण के लिए, अगर कोई सरकारी अधिकारी अपने विभाग से संबंधित जानकारी देता है, तो मीडियाकर्मिया को किसी भी हानि से बचाने के लिए उस अधिकारी का नाम नहीं बताना चाहिए।

घ) **आत्मसम्मान का अधिकार:** पत्रकारों को निजता का सम्मान करना चाहिए। इसका अर्थ है कि आम लोगों के निजी जीवन के बारे में पत्रकारों को नहीं लिखना चाहिए।

ई) **हिंसा का कोई उकसावा नहीं:** जनसंचार माध्यमों को अपराध या हिंसा करने के लिए उकसाना नहीं चाहिए। लेखन में हिंसा भी नहीं होनी चाहिए।

च) **कोई अश्लीलता नहीं:** जनसंचार माध्यमों को कुछ भी अश्लील लिखना, दिखाना या प्रसारित करना नहीं चाहिए।

छ) **कोई लेख सांप्रदायिक नहीं:** भारत का संविधान धर्मनिरपेक्षता का समर्थन करता है और सभी धर्मों का सम्मान भी करता है। मीडिया, दूसरी ओर, विभिन्न धर्मों के बारे में लिखकर या सांप्रदायिक मुद्दों को प्रोत्साहित करके विभिन्न धर्मों के अनुयायियों के बीच विवाद पैदा कर सकता है। कई बार इसने सांप्रदायिक दंगों और हत्याओं को भी जन्म दिया है, जो मीडिया को जनहित में काम करने की जरूरत पर जोर देता है। अतः ऐसा नहीं होना चाइये।

निष्कर्ष:

मीडिया में निकटता है, जो लोगों को अच्छे और बुरे दोनों तरह से शिक्षित कर सकती है, और इसका बहुत बड़ा असर हो सकता है। उन्नत समाजों में मीडिया का काम लोगों को शिक्षित करना होगा और सांप्रदायिक और विभाजनकारी प्रवृत्तियों को रोकना होगा। शिक्षा में मीडिया का एकीकरण लगभग नया है, लेकिन कक्षा में इसका उपयोग आम है। मीडिया कक्षाओं में अभी भी आम नहीं है, लेकिन इसकी शक्ति बहुत बडो है और लोगों को कम पैसे में शिक्षित कर सकते हैं। आज, मीडिया लोगों को देश और दुनिया में होने वाली घटनाओ के बारे में बताता है, जिसमें राजनीति, युद्ध, स्वास्थ्य, वित्त, विज्ञान, फेशन, संगीत और मौसम जैसे विषय शामिल हैं। विशेष समाचार चौनलों आर पत्रिकाओं की स्थापना ने अधिक समाचारों की जरूरत पैदा की है, जिससे लोग जब चाहें नवीनतम समाचार देख, सुन और पढ़ सकें। मीडिया की व्यापक और बडो शक्ति इसे लोगों को कम खर्च पर शिक्षित करने के लिए प्रोत्साहित करती है।

संदर्भ

- http://www.yourarticlelibrary.com/education/role-of-mass-media-in-education-inindia/45260/
- http://www.assignmentpoint.com/arts/sociology/presentation-on-mass-media.html
- https://www.evry.com/in/news/articles-india/blog-revolution-of-digital-trends-in-education-technology/
- http://www.academia.edu/28597212/classification_of_educational_media
- https://wikieducator.org/%5cRole-of-computer-in-education%5c
- https://www.ed.gov/oii-news/use-technology-teaching-and-learning

- http://www.mashable.com/2009/07/15/social-media-public affairs/3hrQdpnQwc8q9
- http://collegiatebd.blogspot.in/2013/12/the-merits-and-demerits-of-mass-media.htm
- https://www.drishtiias.com/hindi/model-essays/role-of-media-in-society
- https://www.researchgate.net/publication/323725768_Role_of_Media_in_the_Development_of_Education
- https://www.academia.edu/8948833/Media_Education_in_India_Peer_Perspective
- https://www.researchgate.net/publication/347563292_media_education_in_India
- दिशा (2000). अहमदाबादः विकास और शैक्षिक संचार?
- अग्रवाल, बिनोद सी. (2000). उच्च शिक्षा के लिए उपग्रह संचार। नई दिल्लीः कॉन्सेप्ट पब्लिशिंग कंपनी।
- त्रिवेदी, बेला। (2001). उपग्रह शिक्षा के उपयोग के लिए अनुसंधान इनपुट। अहमदाबादः विकास और शैक्षिक संचार इकाई।