

हिन्दी पत्रिकाओं की चुनौतियां एवं निर्धारित तत्व

डॉ. सोनाली नरगुन्दे

एसोसिएट प्रोफेसर, पत्रकारिता एवं जनसंचार अध्ययनशाला, देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर

डॉ. मनीष काले

अतिथि व्याख्याता, पत्रकारिता एवं जनसंचार अध्ययनशाला, देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर

सारांश

संचार एक क्रिया है और उसके बिना मनुष्य के जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती है। संचार, समाज की पारम्परिक क्रिया की गतिशील प्रक्रिया है। संचार के कई माध्यम हैं, जो सामाजिक परिवर्तन के श्रेष्ठ वाहक के रूप में लोगों की चेतना को जाग्रत कर रहे हैं। प्रिंट मीडिया, एक ऐसा माध्यम है, जिसके द्वारा न केवल सूचनाओं का अदान-प्रदान किया जाता है, बल्कि गहराई से विश्लेषण कर लोगों को हर क्षेत्र में जागरूक करने के साथ ही स्वच्छ और नैतिक जनमत भी बनाया जाता है। इसमें भी पत्रिकाओं की अपनी सशक्त भूमिका है। समसामयिक मुद्दों की गहराई से सूचना पाने की बात हो या गंभीरता से उस मुद्दे को समझने की या फिर एक मुद्दे के तमाम पहलुओं को जानने की, पत्रिकाएं हमेशा से ही पाठकों की पसंद रही हैं। पत्रिकाओं का भविष्य क्या है? इनके सामने किस तरह की चुनौतियां हैं और उनका समाधान क्या है? इन सबके उत्तर जानने के लिये यह शोध किया गया।

मुख्य बिंदू— पत्रिका, चुनौतियों, तत्व, संभावनाएं, उपलब्धियां।

प्रस्तावना

इंटरनेट के आने के बाद पत्रिकाओं की पहुंच का दायरा और बढ़ गया है और अब वह एक साथ कई प्लेटफॉर्म पर पाठकों के लिये उपलब्ध है। भारत को आजादी दिलाने से लेकर आज नए भारत के निर्माण में पत्रिकाओं की महती भूमिका है। भारत में पत्रकारिता की बात करें तो इसका श्रीगणेश ही पत्रिकाओं से होता है। भारत में प्रेस की स्थापना गोवा में हुई। 1556 में भारत में सबसे पहले पुर्तगाली भाषा में पहली किताब छपी, जो एक धार्मिक पुस्तक थी। भारत में ईसाई धर्म के प्रचार-प्रसार के लिये 1577 में स्थानीय भाषा तमिल के टाइप ढाले गए और तमिल में प्रकाशन किया गया। इसके बाद बंगला और देवनागरी भाषाओं के अक्षरों ने आकार लिया। चार्ल्स विल्किन्स ने देवनागरी अक्षरों को इजाद किया और हिन्दी भाषा में मुद्रण का दौर आरंभ हुआ। 1780 में मुद्रण कला का पत्रकारिता में प्रवेश हुआ। इसके साथ ही पत्रिकाओं के प्रकाशन का दौर आरंभ हुआ, जो आज भी जारी है। पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन का श्रेय कोलकाता को जाता है।

देश की पहली मासिक पत्रिका 'केलकटा मैगजीन ऑर ओरिएण्टल एम्यूजमेंट' का प्रकाशन कोलकाता से 6 अप्रैल 1785 को हुआ। इसका उद्देश्य अंग्रेजों की नीतियों और गतिविधियों का प्रचार-प्रसार करना था। इसके बाद भारत की स्वतंत्रता और सामाजिक बुराईयों को लेकर लोगों को जागृत करने के लिये ही पत्रिकाओं का प्रकाशन होता रहा। मध्यप्रदेश में 6 मार्च 1849 को पत्रिका ने 'मालवा अखबार' के रूप में दस्तक दी। यह पत्र

इंदौर से प्रकाशित हुआ। आजादी के बाद पत्रिकाओं और पाठकों दोनों में बदलाव आया। स्वतंत्रता के बाद भारत के विकास को लेकर शुरू हुआ पत्रिकाओं का लेखन पाठकों की रुचि आधारित होता चला गया। समय के साथ पत्रिकाओं की लेखनी में बदलाव आता चला गया।

पत्रिकाएं आज भी समाज के लिये उपयोगी साबित हो रही हैं। भारत में वर्तमान में 1,18,239 पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है। जिसमें से 1,00,666 पत्रिकाएँ हैं। मध्यप्रदेश की बात करें तो यह आंकड़ा 7,831 है। इसमें से 1,907 दैनिक समाचार पत्र हैं और 5,924 पत्र-पत्रिकाएं एक समयावधि में प्रकाशित हो रही हैं। इसमें मासिक पत्रिकाओं की बात करें तो यह आंकड़ा 4,466 है। हर महीने नई पत्रिकाओं आ रही हैं।

पत्रिका शब्द अरबी शब्द से आता है, जिसका अर्थ है “गोदाम”। इसका इस्तेमाल उस स्थान का वर्णन करने के लिए किया जाता है जो बड़ी मात्रा में विभिन्न वस्तुओं को जमा करता है। मीडिया में मोटे तौर पर पत्रिकाओं से तात्पर्य उन प्रकाशनों से समझा जाना चाहिए जो नियत अवधि के पश्चात् नियमित रूप से प्रकाशित होते हैं। इसमें नवीनतम सूचनाएं समीक्षा के साथ होती हैं। पत्रिका वास्तव में विचार ही है, जो एक जगह पर एक तय समय पर प्रकाशित होते हैं। समीक्षात्मक, रचनात्मक और आलोचनात्मक विषय सामग्री का एक समय अन्तराल पर प्रकाशन ही पत्रिका है। पत्रिका इस बात पर फोकस करती है कि कोई भी घटना क्यों हुई और उसके कारण क्या थे? घटना का भूत, वर्तमान और भविष्य बताने की चेष्टा पत्रिका में की जाती है।

यूनेस्को की परिभाषा पर आधारित प्रेस रजिस्टार की अवधारणा के अनुसार “साप्ताहिक से लेकर वार्षिक तक सभी नियतकालिक प्रकाशन पत्रिका माने जा सकते हैं।” प्रचलित धारणा के अनुसार मासिक, त्रैमासिक, अर्द्धवार्षिक आदि ही पत्रिकाओं की परिभाषा के अंतर्गत आती हैं। पत्रिका कहलाने के लिये किसी भी पुस्तक में दो तत्वों का होना जरूरी है। पहली नियत समय पर नियमित रूप से प्रकाशित होना और दूसरा जनता में प्रसारण का उद्देश्य लेकर मुद्रित प्रकाशित होना। इस कसौटी के अनुसार साप्ताहिक, पाक्षिक मासिक, द्वैमासिक, त्रैमासिक, अर्द्धवार्षिक या वार्षिक नियतकालिकता के अंतर से प्रकाशित प्रकाशनों को ही पत्रिका माना जा सकता है।

शोध उद्देश्य

1. मध्यप्रदेश से प्रकाशित पत्रिकाओं की चुनौतियों तथा संभावनाओं का अध्ययन करना।
2. पत्रिकाओं के मूल्य तथा उसके निर्धारित तत्वों का अध्ययन करना।

शोध प्रविधि

यह विवरणात्मक प्रकार का शोध है। इसके लिये गुणात्मक एवं मात्रात्मक शोध पद्धति का उपयोग किया गया है। इसी के साथ ऐतिहासिक शोध सर्वेक्षण पद्धतियों का उपयोग किया गया। प्रस्तुत शोध का अध्ययन क्षेत्र मध्यप्रदेश है, जिसमें विविध विषयों पर निकलने वाली पत्रिकाओं का अध्ययन किया गया है। मीडिया शिक्षा से जुड़े 500 छात्रों और पत्रिकाओं के 30 सम्पादकों का चयन किया गया है। यह चयन दैव निदर्शन तरीके से किया गया। पत्रिकाओं का चयन वगीकृत निदर्शन विधि से किया गया। प्रश्नावली के द्वारा आंकड़ें एकत्रित किये गए।

साहित्य पुनरावलोकन

जोशी, एस., (1986) 'हिंदी पत्रकारिता : विकास और विविध आयाम' में पत्रकारिता और साहित्य के रिश्ते को बताया गया है। साहित्य और पत्रकारिता का गहरा रिश्ता रहा है। जो पत्रिकाएं साहित्यिक हैं, वे तो सीधे-सीधे साहित्य की सेवा कर रही हैं, लेकिन जो पूरी तरह साहित्यिक नहीं हैं, वह भी साहित्य को आगे बढ़ा रही हैं। ये पत्रिकाएं भी कविता, कहानी, नाटक के साथ ही निबंध, लेख, फीचर, संस्मरण, आत्मकथा, डायरी, रिपोर्ट जैसी सामग्री को भी प्रकाशित कर रही हैं। पंत, एन., (1992) 'पत्रकारिता का इतिहास' में पत्रिकाओं के क्रमवार विकास को बताया गया है। हिंदी पत्रकारिता का प्रारंभ पश्चिम बंगाल से हुआ लेकिन विस्तार उत्तर प्रदेश से हुआ। साप्ताहिक या पाक्षिक समाचार पत्रों के बाद पत्रिका का उदय माना जाता है। तिवारी, आर., (1995) 'पत्रकारिता के विविध रूप' में पत्रिकाओं की पत्रकारिता के बारे में बताया। एक सप्ताह या इससे अधिक समयावधि में निकलने वाला समाचार पत्र पीरियोडिकल माना जाता है, जिसे पत्रिका कहा जाता है। वैदिक, वी., (2002) 'हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम' में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के अंतर को परिभाषित किया गया है। समाचार पत्र जहां समाचारों की धूरी पर धूमते हैं वही पत्रिकाएं मूलतः विचारों के आस-पास। पत्रिकाओं में गम्भीरता से विषय विशेष को प्रस्तुत किया जाता है। इसका उद्देश्य जानकारी देने के साथ ही विषय का गहराई से चिंतन भी होता है। सामाजिक चेतना पैदा करना इसका उद्देश्य होता है। प्रेसटाम, आर., (2008) 'द रोल ऑफ ए मैगजीन टूडे' में पत्रिकाओं की सामग्री के स्वरूप पर प्रकाश डाला गया है। सूचनाओं के साथ ही पत्रिकाओं में गहराई से तथ्यों तक पहुंचा जाता है। विचार प्रधान वाले फीचर भी इसकी अपनी पहचान हैं। पत्रिकाएं फिल्ड गाइड की तरह होती हैं जिसकी जानकारी, ग्राफिक्स और चॉर्ट रीडर को अपनी तरफ आकर्षित करते हैं। भल्ला जी., (2011) 'मोड ऑफ प्रोडक्शन, डिस्ट्रीब्यूशन एण्ड रिसेप्शन ऑफ राइटिंग इन हूमन मैगजीन-ए स्टडी इन क्रिटिकल डिसकोर्स एनालिसिस' विषय पर शोध किया। प्रस्तुत शोध में पाया गया कि महिलाओं पर केंद्रित पत्रिकाओं जैसे फेमिना, वुमन, कॉस्मोपोलिटन आदि में एक छद्म माहौल तैयार किया जाता है। हालांकि यह असल में केवल पाठकों को हीनभावना और जलन का भाव ही पैदा करती है। हालांकि ये पाठकों के लिए व्यक्तिगत स्थान का निर्माण भी करती है। पूरी, ए., (2018) 'साक्षात्कार' में 2017 के इंडियन रीडरशीप सर्वे में पत्रिकाओं की बढ़ोत्तरी को भविष्य के लिहाज से आशावादी बताया गया। इंडियन रीडरशीप सर्वे 2017 में जिस तरह से पत्रिकाओं की रीडरशीप 75 प्रतिशत बढ़ी है, उससे प्रकाशकों का उत्साह बढ़ा है। प्रकाशकों को इससे और बेहतर कंटेंट तैयार करने में सहायता मिलेगी। इससे यह भी सिद्ध होता है कि पाठकों की रुचि पत्रिकाओं को पढ़ने में है। पत्रिका इंडस्ट्री के लिये यह दौर महत्वपूर्ण है। कटारा, आर., (2018) 'साक्षात्कार' में पत्रिकाओं के सामने आने वाली चुनौतियों का जिक्र किया गया है। समय के साथ विश्लेषणात्मक खबरों का महत्व बढ़ा है, जो केवल पत्रिकाओं में ही मिलती है। एक बड़ा परिवर्तन आया है कि पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाली सामग्री अब अखबारों में छपने लगी है, जो इसके महत्व को बताती है। इतना ही नहीं पहले पत्रिका जैसी सामग्री अखबारों के अंदर के पन्नों पर छपती थी, वह आज पहले पन्ने पर छप रही है।

विश्लेषण

पत्रिकाओं का अपना पाठक वर्ग है। समय के साथ मानवीय सोच की प्रवृत्ति भी बदलती है। पत्रिकाओं के पाठक को इससे अछुता नहीं माना जा सकता है। सरिता, गृहशोभा, कादम्बिनी, मायापुरी, कल्याण ने बिक्री के रिकार्ड तोड़े तो कई रविवार और दिनमान जैसी पत्रिकाएं बंद भी हुयी। प्रस्तुत शोध में पत्रिकाओं के रुझान, चुनौतियों और समाधान को फोकस किया गया है।

1. पत्रिका पढ़ने के कारणों को क्रमवार नंबर दीजिए।

क्रं.	विवरण	प्रतिशत
1.	मनोरंजन	12.8
2.	ज्ञान	29.4
3.	संचेतना	4.6
4.	समीक्षात्मक जानकारी	13.6
5.	जागरूकता	26.8
6.	मुद्दे को गहरायी से समझने के लिये	9.2
7.	समय पास करने	3.4

पत्रिका पढ़ने के कारणों को क्रमवार नंबर दीजिए, इस प्रश्न को लेकर सात विकल्प दिये गए थे। सर्वे में ज्ञान के लिये पत्रिका पढ़ने वाला का प्रतिशत सबसे ज्यादा आया। 29.4 प्रतिशत लोगों ने ज्ञान के लिये पत्रिका पढ़ने की बात कही जबकि 26.8 प्रतिशत लोगों ने जागरूकता के लिये पत्रिका पढ़ने का कहा। समीक्षात्मक जानकारी के लिये पत्रिका पढ़ने वालों का प्रतिशत 13.6 रहा वहीं 12.8 प्रतिशत लोग मनोरंजन के लिये पत्रिका पढ़ते हैं। सर्वे में यह भी सामने आया कि 9.2 प्रतिशत लोग मुद्दे को गहरायी से समझने के लिये, 4.6 प्रतिशत लोग संचेतना के लिये पत्रिका पढ़ते हैं। समय पास करने के लिये पत्रिका पढ़ने वाले लोगों का प्रतिशत 3.4 मिला।

2. किसी भी पत्रिका को नहीं पढ़ने के क्या कारण है।

क्रं.	विवरण	प्रतिशत
1.	पसंद नहीं है।	10.2
2.	सामग्री अच्छी नहीं होती है।	34.0
3.	उपलब्धता ही नहीं है।	10.4
4.	सोशल मीडिया अच्छा विकल्प है।	45.4

किसी भी पत्रिका को नहीं पढ़ने के क्या कारण हैं, इस पर जब मीडिया शिक्षा से जुड़े 500 विद्यार्थियों से बात की गई तो इस पर आंकड़े प्राप्त हुए। 10.2 प्रतिशत विद्यार्थियों ने पत्रिका पढ़ने पसंद नहीं होने को कारण बताया, जबकि 34 प्रतिशत विद्यार्थियों ने सामग्री अच्छी नहीं होने के कारण पत्रिका को नहीं पढ़ने को कारण बताया। इसी तरह 10.4 प्रतिशत विद्यार्थियों ने पत्रिका की उपलब्धता नहीं होने को कारण बताया है तो 45.4 प्रतिशत विद्यार्थियों ने पत्रिका नहीं पढ़ने का कारण सोशल मीडिया को अच्छा विकल्प बताया है।

3. आप किस विषय की पत्रिका पढ़ना पसंद करते हैं?

क्रं.	विवरण	प्रतिशत
1.	समसामयिक	18.8
2.	राजनीति	21.8
3.	लाईफ स्टाइल	37.2
4.	कोई भी जो मिल जाए	22.2

आप किस विषय की पत्रिका पढ़ना पसंद करते हैं, इस पर जब मीडिया शिक्षा से जुड़े 500 विद्यार्थियों से बात की गई तो कई महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त हुयी। समसामयिक विषय की पत्रिका को 18.8 प्रतिशत विद्यार्थियों पढ़ना पसंद करते हैं, जबकि राजनीति विषय की पत्रिका को पढ़ने वाले विद्यार्थियों का प्रतिशत 21.8 है। इसी तरह 37.2 प्रतिशत विद्यार्थी लाईफ स्टाइल विषय वाली पत्रिकाओं को पढ़ना पसंद करते हैं तो 22.2 प्रतिशत विद्यार्थी किसी भी विषय की पत्रिका को पढ़ते हैं।

4. आप किस अवधि की पत्रिकाएँ पढ़ते हैं?

क्रं.	विवरण	प्रतिशत
1.	साप्ताहिक	45.8
2.	पाक्षिक	6
3.	मासिक	42.2
4.	वार्षिक	6

आप किस अवधि की पत्रिकाएं पढ़ते हैं, इस प्रश्न को मीडिया शिक्षा से जुड़े 500 विद्यार्थियों से पूछा गया। इसके चार विकल्प दिये गए थे, जिसमें से 45.8 प्रतिशत विद्यार्थियों ने साप्ताहिक पत्रिका पढ़ने की बात कही तो 6.0 प्रतिशत विद्यार्थियों ने पाक्षिक पत्रिका। इसी तरह 42.2 प्रतिशत विद्यार्थियों ने मासिक पत्रिका पढ़ने की बात कही वहीं 6.0 प्रतिशत विद्यार्थियों ने वार्षिक पत्रिका पढ़ने की बात कही।

5. क्या पत्रिकाओं को जनमत निर्माण का माध्यम मानते हैं?

क्रं.	विवरण	प्रतिशत
1.	हाँ	28.0
2.	नहीं	7.0
3.	कुछ मुद्दों पर है	52.0
4.	अनभिज्ञता	13.0

क्या पत्रिकाओं को जनमत निर्माण का माध्यम मानते हैं, के सवाल पर चार विकल्प दिये गए थे। मीडिया शिक्षा से जुड़े 500 विद्यार्थियों को जब इस प्रश्न पर बात की गई तो कई तथ्य सामने आए। 28.0 प्रतिशत विद्यार्थी इससे सहमत थे कि जनमत निर्माण में पत्रिकाओं की भूमिका अहम होती है, जबकि 7 प्रतिशत विद्यार्थियों का कहना था कि इससे जनमत निर्माण नहीं होता है। इसी तरह 52.0 प्रतिशत विद्यार्थी मानते हैं कि कुछ मुद्दों पर पत्रिकाएं जनमत निर्माण का माध्यम हैं जबकि 13 प्रतिशत विद्यार्थियों ने इस प्रश्न पर अनभिज्ञता व्यक्त की।

निष्कर्ष

पत्रिका प्रबंधन के सामने सबसे बड़ी चुनौती आर्थिक प्रबंधन की है। प्रसार संख्या कम होने और विज्ञापन नहीं मिल पाने के कारण आर्थिक स्थिति कमजोर रहती है। सोशल मीडिया सीधे तौर पर पत्रिकाओं को चुनौती दे रहा है। विचार ही पत्रिकाओं की पहचान थी, जिस पर आज के समय में सोशल मीडिया का कब्जा होता दिख रहा है। समय के साथ पाठकों की सोच और व्यवहार तेजी से बदल रहे हैं, जिसको समझते हुए पत्रिकाओं में विषय का चयन प्रबंधन नहीं कर पा रहा है। हर पल विभिन्न माध्यम सूचनाएं दे रहे हैं, ऐसे में सामग्री की प्रासंगिकता बनाए रखना पत्रिकाओं के लिए मुश्किल भरा काम है। वह भी एक समयावधि के बाद। पत्रिकाओं में प्रकाशित समीक्षात्मक और फीचर प्रधान सामग्री आज समाचार पत्रों में प्रमुखता से प्रकाशित होने लगी है। मीडिया प्रबंधन किसी न किसी राजनीतिक विचारधारा से प्रभावित है। यही कारण है कि पत्रिकाओं में प्रकाशित सामग्री या मुद्दे कई बार राजनीति विचारधारा से प्रभावित होते हैं। परिणाम यह होता है कि मुद्दे एक तरफ झूके नजर आते हैं। पत्रिका विचारप्रधान होती है और नए विचारों का सैलाब लाने का जिम्मा लेखकों पर होता है। आज के लेखकों के पास ही नए विचार नहीं हैं। दरअसल आज का लेखक भी गुटबाजी और राजनीतिक के रंग में रंगा हुआ है। श्रेय लेने की होड़ में लेखकों के बीच जमकर गुटबाजी हो गयी।

सुझाव

आर्थिक मजबूती के लिये प्रबंधन को वितरण व्यवस्था में सुधार के साथ ही नए पाठक बनाने और उसने मासिक शुल्क वसूली की व्यवस्था को विकसित करना होगा। समाचार पत्रों की तरह ही ब्यूरो व्यवस्था को विकसित किया जाना चाहिए। विज्ञापन के परम्परागत क्षेत्रों के साथ ही नए क्षेत्रों की खोज की जानी चाहिए। क्लब

मैंबरशीप, ईवेंट्स का सहारा भी आर्थिक मजबूती के लिये लिया जाना चाहिए। लक्षित पाठक वर्ग की पंसद को ध्यान में रखते हुए विषयों का चयन किया जाना चाहिए। स्थानीय स्तर पर निकलने वाली पत्रिकाओं में स्थानीय मुद्दों को फोकस किया जाना चाहिए। प्रायोजित सामग्री के प्रकाशन को कम किया जाना चाहिए। विषय का समग्र और गहरा विश्लेषण करने के साथ ही उच्च स्तरीय सामग्री का प्रकाशन किया जाना भी आज की जरूरत है। विशेष विषय क्षेत्र को फोकस कर पत्रिकाओं का प्रकाशन किया जाना चाहिये। ऐसे में विशेष विषय का चयन करने से न केवल पाठक वर्ग बढ़ता है और लंबे समय तक बना भी रहता है। पत्रिकाओं को समय की मांग के अनुसार ऑनलाइन आना ही होगा। साथ ही यह भी ध्यान रखना होगा कि ऑनलाइन संस्करण में सामग्री हर रोज अपडेट हो। पत्रिकाओं की सामग्री डिजिटल के साथ ही ऑडियो मीडियम से पाठकों तक पहुंचाई जानी चाहिए।

संदर्भ सूची

- भानावत, एस.,(1992). पत्रकारिता के विविध परिदृश्य. रचना प्रकाशन. जयपुर. मीडिया की अंतर्कथा. महात्मा गांधी अंतर्राष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय. वर्धा.
- तिवारी, आर., (1995). पत्रकारिता के विविध रूप. आलेख प्रकाशन. नई दिल्ली.
- रावत, सी., (2005). प्रेस: प्रहार और प्रतिरोध, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली।
- मोहन, ए.,(2006). मीडिया, शासन और बाजार. वागदेवी प्रकाशन. बीकानेर.
- कुमार, एस., (2006). हिंदी पत्रकारिता का बदलता स्वरूप, आमेगा पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली।
- शर्मा, ए., (2006). आधुनिक पत्रकारिता: चुनौतियां और संभावनाएं. डायमंड पॉकेट बुक्स प्रायवेट लिमिटेड. नई दिल्ली।
- शर्मा, के., (2007), भूमंडलीकरण और मीडिया, ग्रंथ अकादमी, नई दिल्ली।
- परिहार, के.,(2008), मीडिया के सामाजिक सरोकार. अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा) लिमिटेड, नई दिल्ली।
- त्यागी, एन.,(2015). हिंदी साहित्य के पितामह भारतेंदु. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ हिंदी रिसर्च. वॉल्यूम-1. इश्यू-1. डब्ल्यूडब्ल्यूडब्ल्यू.हिंदी जर्नल.कॉम.
- मिश्र, के., (2016). मूल्य मीमांसा. माधवराव सप्रे स्मृति समाचार पत्र संग्रहालय एवं शोध संस्थान. भोपाल.
- द्विवेदी, डी.,(2017), आखिर क्यों जरूरी है पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन, राष्ट्रभाषा भारती, अंक-111, नई दिल्ली।
- मुद्गल, सी., (2017, दिसंबर), पाठकों और पुस्तकों के बीच बढ़ती दूरियां, इंदौर लिटरेचर फेस्टिवल, इंदौर।
- "भैगजीन जर्नलिस्म के भविष्य पर विशेषज्ञों ने जताया भरोसा" (2017), मूल्यानुगत मीडिया, वर्ष 10, अंक 9, पेज 9।