



केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका

शुभम छात्र तिलक पत्रकारिता एवं जनसंचार स्कूल चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ डॉ. दीपिका वर्मा सहायक आचार्य तिलक पत्रकारिता एवं जनसंचार स्कूल चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ	Citation: Shubham, & VERMA, D. (2026). केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका. Innovative Research Thoughts in Social Sciences, 2(2), 17–23. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20152422
--	---

सारांश

जनसंचार माध्यम जैसे-रेडियो, टेलीविज़न, सिनेमा, मुद्रण प्रकाशन एवं संचार के अन्य पारंपारिक माध्यम जनता तक सूचना पहुँचाने में अहम भूमिका निभाते हैं। भारत में जनसंचार माध्यम विभिन्न आयु वर्गों को मनोरंजन संबंधी ज़रूरत पूरी करता है एवं लोगों को राष्ट्रीय अखंडता, पर्यावरण सुरक्षा, स्वास्थ्य सेवा, परिवार कल्याण, निरक्षरता उन्मूलन इत्यादि विषयों पर सूचनाएँ एवं जानकारीयाँ प्रदान करता है। सरकार की कल्याणकारी योजनाओं को जन जन तक पहुँचाने तथा योजनाओं का फीडबैक मीडिया के माध्यम से सरकार तक पहुँचाने में मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। प्रस्तुत शोध पत्र का मुख्य उद्देश्य सरकार की नीतियों, कार्यक्रमों और योजनाओं को लोगों तक प्रभावी ढंग से पहुँचाने और विकास के एजेंडे को मज़बूत करने के लिए मीडिया की भूमिका का अध्ययन करना है। शोध पत्र का स्वरूप गुणात्मक एवं मात्रात्मक है, इस अध्ययन में 100 प्रतिभागियों को शामिल किया गया है जिनमें 62 पुरुष व 38 महिला सम्मिलित हैं। डेटा संग्रहण हेतु गूगल फ़ार्म का उपयोग किया गया है आंकड़ों को प्रतिशत एवं ग्राफ के माध्यम से दर्शाया गया है। अध्ययन का महत्वपूर्ण हिस्सा केंद्र सरकार द्वारा चलायी जा रही विभिन्न योजनाओं जैसे-आयुष्मान भारत योजना, प्रधानमंत्री आवास योजना, प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना पर केंद्रित है।

बीज शब्द : मीडिया की भूमिका, सरकार की नीतियों, आयुष्मान भारत योजना, प्रधानमंत्री आवास योजना, प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना।

प्रस्तावना

सरकार की नीतियों, कार्यक्रमों और योजनाओं को लोगों तक प्रभावी ढंग से पहुँचाने और विकास के एजेंडे को मज़बूत करने के लिए मीडिया एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। लोगों तक सूचना पहुँचाने में जनसंचार माध्यम जैसे-रेडियो, टेलीविज़न, सिनेमा, मुद्रण प्रकाशन एवं संचार के अन्य पारंपरिक माध्यम की एक अहम भूमिका होती है।

भारत में जन संचार माध्यम विभिन्न आयु वर्गों को मनोरंजन संबंधि ज़रूरत पूरी करता है एवं लोगों को राष्ट्रीय अखंडता, पर्यावरण सुरक्षा, स्वास्थ्य सेवा, परिवार कल्याण, निरक्षरता उन्मूलन इत्यादि विषयों पर सूचनाएँ एवं जानकारीयां प्रदान करता है। सरकार की कल्याणकारी योजनाओं को जन जन तक पहुँचाने तथा योजनाओं का फीडबैक मीडिया के माध्यम से सरकार तक पहुँचाने में पत्रकारिता महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है।

सरकार की योजनाओं में मीडिया की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है। मीडिया एक माध्यम के रूप में सरकारी योजनाओं को लोगों तक पहुँचाने में मदद करता है जिससे जनता को उनके अधिकारों और योजनाओं के बारे में जानकारी मिलती है। जन कल्याणकारी कार्यक्रमों की सूचना सरकार मीडिया के द्वारा लोगों तक पहुँचाती है।

भारत में केंद्र सरकार द्वारा विभिन्न योजनाएं चलायी जा रही हैं जिनका उद्देश्य देश के नागरिकों के जीवन को बेहतर बनाना है। इन योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है। मीडिया के माध्यम से सरकार की योजनाओं की जानकारी देश के नागरिकों तक पहुँचाई जाती है, जिससे वे इन योजनाओं का लाभ उठा सके।

प्रस्तुत शोध पत्र का उद्देश्य केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका का अध्ययन करना है। यह शोध पत्र इस तथ्य का भी विश्लेषण करेगा कि केंद्र सरकार को मीडिया के कौन से माध्यम का उपयोग करना चाहिए जिससे केंद्र सरकार की योजनाएं अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचें।

साहित्य समीक्षा

साधिका कुमारी एवं डॉ गजेन्द्र सिंह अवास्या (2023) शोध पत्र “ग्रामीण विकास में सोशल मीडिया की उपयोगिता” के अनुसार भारत सरकार डिजिटल इंडिया को प्रोत्साहन दे रही है, केंद्र सरकार द्वारा उपलब्ध कराई जा रही सभी सेवाएँ इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। केंद्र सरकार अपनी योजनाओं एवं सूचनाओं को जनता तक पहुँचाने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर रही है ग्रामीण क्षेत्रों में सरकार अपनी पहुँच बढ़ाने के लिए सोशल मीडिया के ज़रिये दोतरफ़ा संचार स्थापित कर रही है और जनता भी सरकार से संवाद स्थापित करने के लिए मीडिया के सबसे बेहतर विकल्प के रूप में सोशल मीडिया का उपयोग कर रही है। ज़्यादातर ग्रामीण आबादी सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म के रूप में वॉट्सऐप को पसंद करती है सूचनाओं के आदान प्रदान के लिए ग्रामीणों द्वारा वॉट्सऐप का उपयोग किया जाता है हालाँकि फ़ेसबुक की लोकप्रियता भी ग्रामीण क्षेत्रों में कम नहीं है। हालाँकि ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया का उपयोग अभी इस स्तर पर नहीं किया जा रहा है फिर भी ज़्यादातर ग्रामीण केंद्र सरकार की योजनाओं की जानकारी भी सोशल मीडिया से ही प्राप्त कर रहे हैं। ग्रामीण क्षेत्रों के विकास में मीडिया ने हमेशा से पूरक के रूप में कार्य किया है। वर्तमान में सोशल मीडिया इसे और बल तो प्रदान कर ही रही है, साथ ही ग्रामीणों को सशक्त बनाने का कार्य भी कर रहा है।

बिंदिया दत्त एवं नीतू शर्मा (2025) शोध पत्र “कृषि के विकास में सोशल मीडिया की भूमिका” के अनुसार भारत एक कृषि प्रधान देश है और सोशल मीडिया द्वारा किसी के विकास के लिए जानकारी के नये आयाम स्थापित किए जा रहे हैं। यूट्यूब जैसे प्लेटफ़ॉर्म अपने आप में ज्ञानवर्धक जानकारी का विशाल भंडार है। सोशल मीडिया हर प्रकार की भौगोलिक सीमाओं को समाप्त कर किसानों को विभिन्न प्रकार की जानकारीयां प्रदान कर रहा है। सरकार द्वारा किसानों को सोशल मीडिया के माध्यम से नई योजनाओं और सरकारी नीतियों की जानकारी दी जाती है। सोशल मीडिया के माध्यम यूट्यूब व फ़ेसबुक से किसान अपने उत्पाद के उपभोक्ताओं से संपर्क स्थापित कर बिना बिचौलिए के मोल भाव कर सकते हैं और वे अपने उत्पाद का सही मूल्यांकन कर मुनाफ़ा कमा सकते

हैं। हालाँकि सोशल मीडिया किसानों के बीच अभी उस स्तर पर नहीं पहुँचा है क्योंकि कुछ किसानों के पास स्मार्टफ़ोन व इंटरनेट की पहुँच कम है। बावजूद इसके यह कहना उचित होगा कि सोशल मीडिया खेती के क्षेत्र में बहुत ही महत्वपूर्ण साधन बनता जा रहा है जो किसानों और कृषि व्यवसाय के लोगों को बड़े भौगोलिक क्षेत्रों से जोड़ता है।

डॉ. भीमराव अंबेडकर और अन्य विचारकों ने संचार माध्यमों को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में मान्यता दी है। दृष्टि आईएस (2020) के अनुसार, संचार माध्यम न केवल सरकार और जनता के बीच संवाद का सेतु हैं, बल्कि यह सरकारी योजनाओं को जन-जन तक पहुँचाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह अध्ययन बताता है कि केंद्र सरकार की योजनाओं जैसे स्वच्छ भारत मिशन, प्रधानमंत्री आवास योजना, और आयुष्मान भारत जैसी पहलों को जनता तक पहुँचाने में प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक, और डिजिटल संचार माध्यमों ने प्रभावी योगदान दिया है। हालाँकि, यह भी उल्लेख किया गया है कि सनसनीखेज खबरों और पक्षपात की प्रवृत्ति ने कभी-कभी इस प्रक्रिया को प्रभावित किया है।

हाल के वर्षों में सोशल संचार माध्यमों का प्रभाव तेजी से बढ़ा है। माप्स ऑफ इंडिया (2018, अपडेट 2023) के एक लेख में बताया गया कि फेसबुक, ट्विटर, और व्हाट्सएप जैसे मंचों ने केंद्र सरकार की योजनाओं जैसे डिजिटल इंडिया और उज्ज्वला योजना के प्रचार में क्रांतिकारी बदलाव लाया है। शोधकर्ताओं ने पाया कि सोशल संचार माध्यमों के जरिए योजनाओं की जानकारी त्वरित और व्यापक स्तर पर फैलती है, विशेषकर युवा वर्ग तक। हालाँकि, फेक न्यूज़ और भ्रामक सूचनाओं का प्रसार भी एक चुनौती के रूप में उभरा है, जिसे 2023 के विश्व प्रेस स्वतंत्रता सूचकांक में भारत की रैंकिंग में गिरावट के संदर्भ में भी देखा गया।

जागरण (2012, अपडेट 2022) और आज तक (2025) के लेखों में पारंपरिक संचार माध्यमों (अखबार, रेडियो, और टेलीविजन) की भूमिका पर जोर दिया गया है। इनका मानना है कि ग्रामीण क्षेत्रों में जहाँ डिजिटल पहुँच सीमित है, वहाँ रेडियो और टेलीविजन अभी भी प्रभावी हैं। उदाहरण के लिए, पीआईबी (2019) की एक रिपोर्ट में बिहार के मोतिहारी में

आयोजित संचार माध्यम कार्यशाला के दौरान डीएम रमण कुमार ने कहा कि सरकार की योजनाओं को जनता तक पहुँचाने में संचार माध्यमों की संयमित और सकारात्मक रिपोर्टिंग आवश्यक है। यह भी उल्लेखनीय है कि ग्रामीण विकास मंत्रालय (2025) ने अपनी रिपोर्ट में पीएमएवाई-ग्रामीण की सफलता को रेडियो जिंगल्स और स्थानीय समाचार पत्रों के योगदान से जोड़ा।

हिंदी के प्रचार-प्रसार में संचार माध्यमों की भूमिका पर प्रकाश डालते हुए अमर उजाला (2015, अपडेट 2023) और मातृभाषा (2019) के अध्ययनों में कहा गया कि हिंदी भाषी क्षेत्रों में केंद्र सरकार की योजनाओं को प्रभावी ढंग से प्रचारित करने में क्षेत्रीय समाचार पत्र और टीवी चैनल अहम हैं। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य, जीवन बीमा, और अंगदान जैसे मुद्दों पर विज्ञापनों में हिंदी का प्रयोग जनता के बीच भावनात्मक जुड़ाव पैदा करता है। myScheme (2025) पोर्टल की रिपोर्ट में भी यह पाया गया कि हिंदी में दी गई जानकारी उपयोगकर्ताओं के लिए अधिक सुलभ और प्रभावी रही।

शोध पद्धति

इस शोध पत्र का उद्देश्य यह जानना है कि केंद्र सरकार की योजनाओं की जागरूकता फैलाने में मीडिया की क्या भूमिका है तथा जनता द्वारा मीडिया के किस माध्यम का उपयोग सरकार की नीतियों और योजनाओं की जानकारी प्राप्त करने में किया जाता है। इस शोध पत्र का स्वरूप गुणात्मक एवं मात्रात्मक है। अध्ययन का क्षेत्र मेरठ (उत्तर प्रदेश) को लिया गया है। अध्ययन में प्राथमिक आंकड़ों के संग्रहण हेतु गूगल फ़ार्म के माध्यम से एक ऑनलाइन प्रश्नावली तैयार की गई तथा प्रश्नावली में प्रतिभागियों से केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका व मीडिया के किस माध्यम का सबसे अधिक प्रभाव योजनाओं की जागरूकता में पड़ता है आदि के बारे में प्रश्न पूछे गए हैं। प्रश्न बहुविकल्पी स्केल आधारित तथा कुछ खुले प्रकार के थे।

अध्ययन का महत्वपूर्ण हिस्सा केंद्र सरकार द्वारा चलायी जा रही योजनाओं जैसे-आयुष्मान भारत योजना, प्रधानमंत्री आवास योजना, प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना पर केंद्रित

केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका

रहा है। इस शोध पत्र के नमूना चयन में कुल 100 प्रतिभागियों को शामिल किया गया है जिनमें 62 पुरुष व 38 महिलाएँ शामिल हैं। शोध पत्र में डेटा विश्लेषण गूगल फ़ॉर्म से प्राप्त प्रतिक्रियाओं को गूगल शीट्स एवं एक्सेल जैसे डिजिटल टूल्स की सहायता से किया गया है। आंकड़ों को प्रतिशत एवं ग्राफ के माध्यम से दर्शाया गया है।

परिकल्पना

- H1. केंद्र सरकार की कल्याणकारी योजनाओं की जानकारी मीडिया के माध्यम से जन जन तक पहुँच रही है।
- H2. प्रिंट मीडिया के वनस्पत डिजिटल मीडिया योजनाओं की जानकारी देने में ज़्यादा प्रभावी है।
- H3. केंद्र सरकार की योजनाओं का लाभ पर्याप्त लोगों को नहीं मिल पा रहा है।

विश्लेषण

1. क्या आप केन्द्र सरकार की जनकल्याणकारी योजनाओं से परिचित है

100 responses

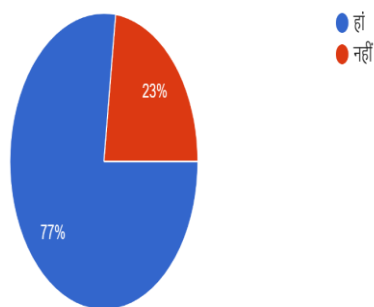


Fig.1

केंद्र सरकार द्वारा बहुत सी जनकल्याणकारी योजनाएं चलाई जा रही हैं इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि क्या चयनित किए गए उत्तरदाता इन योजनाओं से परिचित हैं। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि 100 उत्तरदाताओं में से कुल 77% उत्तरदाताओं ने माना कि वे सरकार की जनकल्याणकारी योजनाओं से परिचित हैं और 23% उत्तरदाता अभी इन योजनाओं से अपरिचित हैं।

2. क्या आपने केन्द्र सरकार की किसी योजना का लाभ लिया है

100 responses

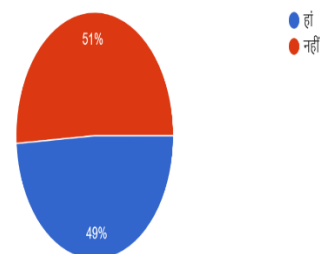


Fig.2

सरकार के द्वारा जनता के लाभ के लिए योजनाएं चलाई जाती है ताकि ज़्यादा से ज़्यादा लोगों को योजनाओं का लाभ मिल सके। इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि चयनित किए गए उत्तरदाताओं ने केंद्र सरकार की किसी भी योजना का लाभ लिया है। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि 100 उत्तरदाताओं में से कुल 49% उत्तरदाताओं ने केंद्र सरकार की किसी न किसी योजना का लाभ लिया है लेकिन 51% उत्तरदाता योजनाओं का लाभ लेने से वंचित रह गए हैं। लगभग आधे से ज़्यादा उत्तरदाताओं का केंद्र सरकार की किसी भी योजना का लाभ न ले पाना कई कारणों से हो सकता है जैसे पात्रता मानदंडों को पूरा न कर पाना, दस्तावेजीकरण की कमी या आवेदन प्रक्रिया का जटिल होना।

3. केन्द्र सरकार की योजनाओं के संबंध में किस जनसंचार माध्यम के द्वारा ज्ञात हुआ

100 responses

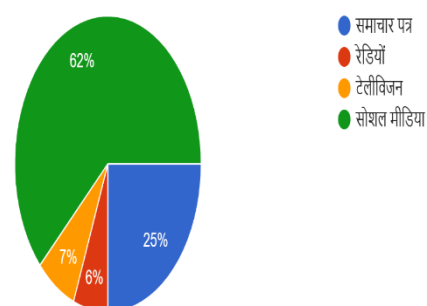


Fig.3

मीडिया सरकारी योजनाओं के प्रचार प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। मीडिया के माध्यम से ही सरकार की

योजनाओं की जानकारी लोगों तक पहुँचती है। इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि मीडिया का कौन सा माध्यम केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में सबसे अधिक भूमिका निभाता है। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि 100 उत्तरदाताओं में से 62% उत्तरदाताओं को सोशल मीडिया के माध्यम से सरकार की योजनाओं के बारे में पता चला तथा 25% उत्तरदाताओं को समाचार पत्र के द्वारा ज्ञात हुआ, 7% उत्तरदाता को टेलिविज़न व 6% उत्तरदाताओं को रेडियो के माध्यम से सरकार की योजनाओं की जानकारी प्राप्त हुई। विश्लेषण के परिणामों से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया केंद्र सरकार की जनकल्याणकारी योजनाओं की जानकारी प्रसारित करने में सबसे प्रभावी माध्यम है।

4. केंद्र सरकार की कौन सी योजना जनता के अनुसार सबसे अधिक लाभकारी है।

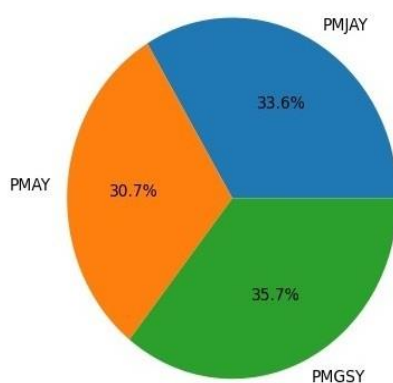


Fig.4

PMJAY- आयुष्मान भारत योजना

PMAY- प्रधानमंत्री आवास योजना

PMGSY- प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना

केंद्र सरकार द्वारा चलायी जा रही विभिन्न योजनाओं में आयुष्मान भारत योजना, प्रधानमंत्री आवास योजना, प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना शामिल हैं। इन योजनाओं का उद्देश्य देश के नागरिकों को स्वास्थ्य सेवाएँ प्रदान करना, आवास की सुविधा प्रदान व गाँवों को शहर से कनेक्ट करने के लिए सड़क की योजनाएं प्रदान करना है। इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि इन तीनों योजनाओं में से कौन

सी योजना जनता के अनुसार सबसे अधिक लाभकारी है। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि कुल 100 उत्तरदाताओं में से 33.6% उत्तरदाताओं को लगता है कि आयुष्मान भारत योजना लाभकारी है, 30.7% उत्तरदाता प्रधानमंत्री आवास योजना को लाभकारी मानते हैं, 35.7% उत्तरदाताओं ने माना कि प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना लाभदायक है।

5. मीडिया केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में उपयुक्त भूमिका निभाता है।

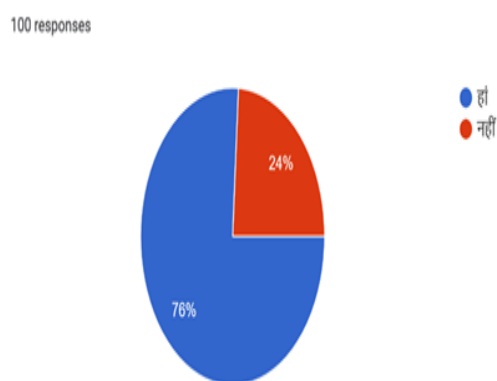


Fig.5

मीडिया की भूमिका केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में बहुत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि मीडिया के माध्यम से ही सरकार अपनी योजनाओं की जानकारी लोगों तक पहुँचाती है जिससे वे इन योजनाओं का लाभ उठा सके। इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि मीडिया केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में उपयोग भूमिका निभाता है या नहीं। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि कुल 100 उत्तरदाताओं में से 76% उत्तरदाताओं को लगता है मीडिया केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में उपयुक्त भूमिका निभाता है जबकि 24% उत्तरदाता केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका नहीं मानते।

6. मीडिया का कौन सा माध्यम केंद्र सरकार की योजनाओं को जन जन तक पहुँचाने के लिए सशक्त है।

केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका

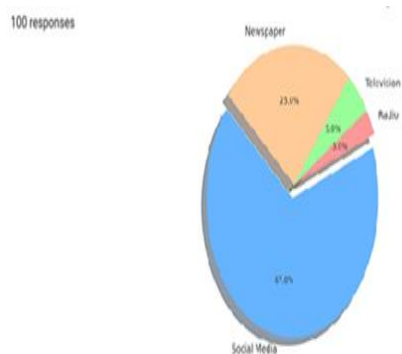


Fig.6

केंद्र सरकार की योजनाओं की सूचना जनता तक पहुँचाने में जनसंचार माध्यम जैसे-रेडियो, टेलीविज़न, सोशल मीडिया, मुद्रण प्रकाशन एवं संचार के अन्य पारंपरिक माध्यम अहम भूमिका निभाते हैं। इस प्रश्न के माध्यम से शोधकर्ता का उद्देश्य यह जानना था कि मीडिया का कौनसा माध्यम केंद्र सरकार की योजनाओं को जन-जन तक पहुँचाने में सशक्त है। विश्लेषण के बाद शोधकर्ता ने पाया कि 100 उत्तरदाताओं में 67% उत्तरदाताओं को लगता है कि सोशल मीडिया केंद्र सरकार की योजनाओं को जन-जन तक पहुँचाने में सशक्त है जबकि 25% उत्तरदाता समाचार पत्र को सशक्त मानते हैं, 5% टेलीविज़न व सबसे कम 3% उत्तरदाता रेडियो को केंद्र सरकार की योजनाओं को जन जन तक पहुँचाने में सशक्त मानते हैं।

निष्कर्ष एवं सुझाव

1. अधिकांश उत्तरदाता केंद्र सरकार की जन कल्याणकारी योजनाओं से परिचित हैं।
2. शोध में पाया गया कि केंद्र सरकार की किसी न किसी योजना का अधिकांश उत्तरदाता लाभ ले रहे हैं।
3. शोध से यह भी स्पष्ट होता है कि जनता तक केंद्र सरकार की योजनाओं की जानकारी सबसे अधिक सोशल मीडिया के द्वारा पहुँचती है।
4. केंद्र सरकार की प्रधानमंत्री ग्रामीण सड़क योजना उत्तरदाता के अनुसार सबसे अधिक लाभकारी है।
5. अधिकांश उत्तरदाता यह मानते हैं कि मीडिया केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में उपयुक्त भूमिका निभाता है।

6. अधिकतर उत्तरदाता सोशल मीडिया को केंद्र सरकार की योजनाओं को जन जन तक पहुँचाने में सशक्त मानते हैं।

सुझाव

1. डिजिटल मीडिया लिटरेसी प्रोग्राम के तहत जनता को प्रभावी ढंग से तकनीकी प्रयोग की जानकारी देना ज़रूरी है।
2. केंद्र सरकार को सोशल मीडिया के अतिरिक्त अन्य मीडिया माध्यमों को भी योजनाओं के प्रचार प्रसार में प्रभावी ढंग से उपयोग में लाना चाहिए।
3. मीडिया माध्यमों के अतिरिक्त सरकार को ग्रामीण क्षेत्रों में कैम्प के माध्यम से भी योजनाओं का प्रचार प्रसार कराना सुनिश्चित करना चाहिए।
4. केंद्र सरकार को यह भी जानने की आवश्यकता है कि सरकारी योजनाओं का लोगों को पर्याप्त लाभ नहीं मिल पाने का क्या कारण है।

संदर्भ

- Kumari,S & Avasya,G. (2023), “Grameen Vikas me social media ki Bhumika”, *Sanchar madhyam*, Vol 35(2), 50-56, ISBN : 2321-2608
- Dutt,V & Sharma,N. (2025), “Kirsi Ke Vikas mein social media ki Bhumika”, *Kirsi Kiran*,Vol 19, 1-4.
- Amar Ujala. (2023). *Hindi ke prachar-prasar mein sanchar madhyamon ki bhumika [The role of communication media in the promotion of Hindi]*. Amar Ujala Publications. <https://www.amarujala.com/> (Original work published 2015)
- Aaj Tak. (2025). *Kendriya yojanaon ke prachar mein sanchar madhyamon ki bhumika [The role of communication media in promoting central government schemes]*. Aaj Tak. <https://www.aajtak.in/>
- Hindi IAS. (2020). *Sanchar madhyam: Loktantra ka chautha stambh aur suchna ka sadhan [Communication media: The fourth pillar of democracy and a means of information]*. Hindi IAS Publications.
- Hindi IAS. (2023). *Sanchar madhyamon ke purvagrah aur corporate prabhav [Bias and corporate influence in communication media]*. Hindi IAS Publications.

केंद्र सरकार की योजनाओं के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका

- Jagran. (2022). *Paramparik sanchar madhyamon ki bhumika [The role of traditional communication media]*. Dainik Jagran. <https://www.jagran.com/> (Original work published 2012)
- Maps of India. (2023). *Social sanchar madhyamon ka uday aur uska prabhav [The rise of social media and its impact]*. Maps of India. <https://www.mapsofindia.com/> (Original work published 2018)
- Matrabhasha. (2019). *Hindi bhasha aur kshetra sanchar madhyamon ka yogdan [Contribution of Hindi language and regional communication media]*. Matrabhasha Journal.
- Ministry of Rural Development. (2025). *Annual report: PMAY-Gramin ki safalta [Success of PMAY-Rural]*. Government of India. <https://rural.nic.in/>
- Press Information Bureau. (2019). *Sanchar madhyam karyashala, Motihari, Bihar [Communication media workshop, Motihari, Bihar]*. Government of India. <https://pib.gov.in/>
- myScheme Portal. (2025). *Hindi mein suchna ki sulabhata evam prabhav [Accessibility and impact of information in Hindi]*. Government of India. <https://www.myscheme.gov.in/>