

Impact Factor - 3.452

ISSN - 2348-7143

INTERNATIONAL RESEARCH
FELLOWS ASSOCIATION'S

RESEARCH JOURNEY

Multidisciplinary International E-research Journal

PEER REFREED & INDEXED JOURNAL

December : 2017
SPECIAL ISSUE - XXII

Guest Editor
Prin. Dr. Dillip Shinde

Chief Editor
Dr. Dhanraj T. Dhangar

Executive Editor
Dr. Kiran Rakibe

This Journal is indexed in :

- University Grants Commission (UGC) Sr.No.40107 & 44117
- Scientific Journal Impact Factor (SJIF)
- Cosmoc Impact Factor (CIF)
- Global Impact Factor (GIF)
- Universal Impact Factor (UIF)
- International Impact Factor Services (IIFS)
- Indian Citation Index (ICI)
- Dictionary of Research Journal Index (DRJI)



इलेक्ट्रॉनिक मीडिया रेडियो एफ.एम. : हिंदी

डॉ. दीपा दत्तात्रय कुचेकर^१ आणि श्री. राजेश दत्तात्रय झनकर^२

१. कला वाणिज्य एवम् विज्ञान महाविद्यालय ओझर मिग, नाशिक महाराष्ट्र भारत

२. के.एस.के. डब्ल्यू. कला, विज्ञान व वाणिज्य महाविद्यालय, सिडको. नाशिक.

किसी भी सुचना, घटना, दुर्घटना, जानकारी, खोज, रहस्य आदि को जनसामान्य तक पहुंचाने का कार्य माध्यमों द्वारा होता रहा है! सामान्य रूप से माध्यमोंका उपयोग जनसामान्य तक जानकारी पहुंचाना रहा है। यही से जनसामान्यतक जानकारी पहुंचाने के साधन को जनसंचार माध्यम कहा जाने लगा। ये जनसंचार माध्यम समयानुरूप परिवर्तित होते रहे या यु कहे की, नित - नए संचार के माध्यम विकसित होते रहे और विस्तार पाते रहे है।

सामान्य रूप में इस जनसंचार माध्यमों को परंपरागत रूपों में देखते आये है। उनमें कटपुतली, ढिंढोरची, लोकगीत, लोककथा, लोकगाथा, लोकनाट्य आदि इसके बाद हम जैसे जैसे उन्नती करते गए वैसे वैसे हमारे संचार के माध्यम भी विकसित होते गये। जैन, बौद्ध काल में पाषाण संदेशों के माध्यम से जनसंपर्क किया जाता था। मुद्रण और कागज का उद्भव "सर्वप्रथम चीन ने ८६८ ई. में हुआ, इसके बाद यूरोप में " १

मुद्रण कला के विकास से, संचार के माध्यमों में बढ़ोतरी हुई। समाचार पत्र, पत्रिका, पुस्तक, पोस्टर, स्टिकर, ब्रोशर पत्रक, आदि अपनी भूमिका निभाने लगे। १९ वी शताब्दी में रेडिओ का अविष्कार हुआ। "इटली के इंजिनियर गुग्लियो मार्कोनीने सर्वप्रथम रेडिओ टेलीग्राफि के जरिए पहला संदेश प्रसारित किया। मनुष्य की आवाज पहलीबार सन १९०६ ई. में सुनाई दी।" २ भारत में रेडिओ की शुरुआत सन १९२६ ई. में "२३ जुलाई १९२७ को प्रथम रेडिओ प्रसारण बम्बई से किया गया।" ३ इस क्रम में ऑडिओ कॅसेट, ऑडिओ सिडी आदि विकसित होती रही। जो केवल श्राव्य माध्यम के रूप में था तद् पश्चात दृश्य-श्राव्य माध्यम विकसित हुए। इन में टेलिविजन, विडीओ फिल्म, विडिओ सिडी/ डीव्हीडी आदि समाविष्ट हुए।

वर्तमान समय में जनसंचार के माध्यमों के अन्तर्गत इंटरनेट, पेजर, सेल्यूलर फोन, मोबाईल फोन, ई-मेल ब्लॉग, नेट पत्र, पत्रिकाएँ, सर्च इंजिन, आदि का समावेश किया जा सकेगा।

सुचना प्रौद्योगिकी के इस युग में संचार के माध्यमों में सबसे अहम भूमिका निभा रही है भाषा। जो भाषा सुचना उपकरणों के साथ समायोजित हो रही है वही भाषा माध्यम भाषा बनी है। इसमें हुए परिवर्तन आश्चर्यजनक भी लगते है और समयानुरूप अनुकूल भी। इनमें कई भाषाएँ एकत्रित हो रही है। जिसे जनमानस सहज स्वीकार कर रहा है। इस दृष्टी से हिंदी भाषा सुचना उपकरणों की भाषा बनकर जनसंचार माध्यमों के द्वारा नवीन बहुलतम रूप में विकसित हो रही है। विशेष रूप में अंग्रेजी और हिंदी का संमिश्र रूप बाहुल्य लिए है। विद्वानों के मत में यह नई हिंदी - "हिंग्लिश, अंग्रेजी, अच्छी हिंदी, मिश्रित भाषा, और खिचड़ी भाषा की संज्ञा दे रहे है।" ४

यह अंग्रेजी - हिंदी खिचड़ी भाषा का श्रेय मिडीया को ही जाता है। खासकर इलेक्ट्रॉनिक मिडीया को। वैसे देखा जाए तो प्राचिन काल से ही हिंदी भाषा देश - विदेश के अनेक भाषाओं के शब्दों को अपने में समाहित करते आयी है। यही उसकी समृद्धि का कारण है। नवीन शोधकर्ताओं के अनुसार " विश्व में चीनी भाषा के पश्चात हिंदी का दूसरा स्थान है।" ५ वर्तमान में हिंदी बाजार की भाषा बनी है। देहात से लेकर मेट्रो सिटीज में अपना ढोलपीट रही है। भारतीय युवकों द्वारा व दिन दुगनी रात चौगुनी तरक्की कर समृद्ध हो रही है। भाषा के लिए नये शब्द प्रयोग कर्ता ही दे रहे है।

प्रसारण की दृष्टी से सबसे तेज प्रभावकारी माध्यमोंमें मोबाईल, दूरदर्शन अन्य चॅनेल एवं आकाशवाणी की, महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहे है। देश में बढ़ता मोबाईल का प्रयोग और उसक प्रयोग कर्ताओं की सुविधा जन्य



भाषा हिंदी बढ़ती जा रही है। इस का रूप हिंदी का है। रेडिओ और टिवी के कार्यक्रमों की भाषा एक ओर शुद्ध साहित्यिक और एकदम सटिक होती है। जो दूर संचारोंकी , कुछ चैनलों की भाषा है। तो दूसरी ओर रेडिओ के एफ.एम. और टीवी के चैनलों के प्रायोजित और निजी कार्यक्रमों की भाषा शुद्ध हिंदी के साथ क्षेत्रीय भाषा और अंग्रेजी भाषा का संमिश्र रूप दिखायी देता है।

रेडिओ पर २४ घण्टे विभिन्न कार्यक्रमों का प्रसारण होता रहता है। इन कार्यक्रमों में समाचार, विज्ञापन, मनोरंजन, नाटक, रूपक, आदि के साथ-साथ कुछ विशेष कार्यक्रम जैसे बच्चों के लिए, महिलाओं के लिए, युवकों के लिए, स्वास्थ्य संबंधी, वृद्धों के लिए, छात्रों के लिए आदि आ जाते हैं। जिनमें विषय, कथा, आयु आदि के अनुरूप भाषा का प्रयोग मिलता है। इन कार्यक्रमों के अलावा भाषिक परिवर्तन सबसे अधिक एफ.एम. रेडिओ की भाषा में सुनने , देखने को मिलती है। मेट्रो सिटीज से लेकर गाँव कजबों तक कार्यालयों से लेकर खेती बाड़ी तक २४ घंटे मनोरंजन हिंदी भाषा के कार्यक्रमों के प्रसारण से हो रहा है।

एफ.एम. रेडिओ चैनलों की हिंदी, चपल, चटपटी, अंग्रेजी-हिंदी मिश्रित , पाप, मनोरंजक ऐसी गतिशील हुई है। जो हिंदी का नित-नए रूप में सज-धज रही है। वह युवकों की भाषा है जो सारे बंधनों से मुक्त है। ना व्याकरणिकता , ना तुकबंदी का आग्रह है। इसमें तकनीकी स्तर पर सुधार किया जा रहा है। कार्यक्रम की प्रस्तुती, संयोजन और भाषा स्तर बदल रहा है। रेडियो सिटी (एफ.एम. ९१.१) रेड एफ.एम. (९३.५) और रेडियो मिर्ची (९८.३) को सुनते सुनते क्षेत्रीय चैनल या आकाशवाणी इन्द्रप्रस्थ चैनल को सुने तो यह फर्क तुरन्त समझ में आ जाता है। रेडियो एफ.एम. पर क्रिकेट अपडेट, कैम्पस गॉशप, दिल्ली की, महक, फैशन के फंडे, ऋचा के साथ मसाला मिक्स अर्थात हर चीज मनचाही लगती है। एफ.एम. रेडियो चैनलों ने अपने प्रस्तुतीकरण में ही बदलाव नहीं किया बल्कि श्रोताओं को भी बदल दिया है। उनकी रुचि को बदला है। इस बदलाव का कारण कार्यक्रमों के उद्घोषकों अर्थात रेडियो जॉकी को जाता है। जो इस बदलाव के सुत्रधार हैं। इनके द्वारा प्रयुक्त भाषा, विशेष रूप से हिंदी में जबरदस्त बदलाव नजर आता है। ऋचा की हिंदी हो या रोशन आब्बास की बॉलीबुड के सिलेब्रिटीज की प्रयोग की हुई हिंदी हो। रेडियो मिर्ची पर प्रयुक्त होनेवाली हिंदी एक नए हिंदी को जन्म देती है। एफ.एम. के निजी चैनलों में भाषा वैविध्य देखने को मिलता है। यह वैविध्य रेडियो की नई संस्कृती को जन्म दे रही है।

रेडियो के जॉकी की हिंदी, विज्ञापनों की हिंदी, एफ.एम. चैनलों के विविध कार्यक्रमों के विज्ञापनों की हिंदी आदि।

रेडियो जॉकी अपना परिचय देकर कार्यक्रम का आरम्भ करते हैं। जैसे ऋचा कहती है। "गाना फुल प्लेट, सुनिए भर पेट, मैं हूँ सेंटी, कुडी, ऋची कोई बात नहीं, अब थोडा नाँटी हो जाती हूँ, की फर्क पडत्या जी।" "मैं हूँ देव और वेलकम आपका यहाँ। एंटी है फॉर एवरी बाँडी, टोटल फिल्मी। आप सुन रहे हो रेडियो मिर्ची ९८.३ एफ.एम. पर।"

इन रेडियो जॉकी की भाषा में अनौपचारिकता होती है, बोलचाल की भाषा एवं शब्दों का प्रयोग किया जाता है। प्रस्तुति में एक रवानगी निर्माण की जाती है। इनमें बंफिक्राना अंदाज, मस्ती, होती है। इनके विशेष शब्द प्रयोग हैं। जैसे बातचीत के लिए गुटरगू आदि।

एफ.एम. की हिंदी में शब्दों का कोई अर्थ या चरित्र नहीं रह जाता। कोई भी शब्द कही पर भी प्रयोग में लाया जाता है। जैसे क्रिकेट खेल के प्रदर्शन के दौरान जब खराब प्रदर्शन होता है उस समय यह जॉकी की भाषा में विलाप, खिलाडियों के लिए मजाक, व्यंग्य आदि आता है। मंत्रा कहती है " हाय,हाय,हाय! लुट गए, बर्बाद हो गए, हमारे तीन-तीन खिलाडी आउट हो गए। अरे भाई, दादा निपटे"



लुट गए, बर्बाद हो गए यह विलाप प्रायः किसके मरने पर, या सभी कुछ लुट जाने पर किया जाता है। लेकिन यहां पर अतिरंजना से मजाक के लिए किया जाता है। खिलाड़ियों के भाई, दादा यह रूप मजाकिया अंदाज में पेश किए जाते हैं।

एफ.एम. पर लवगुरु की भाषा हम देखते हैं। इसमें लवगुरु की बातचीत में मजाकीया टिप्पणी नहीं होती वह कालर की बात शान्त गंभीर रूप में सुनते हैं। और उसी रूप में लेते भी हैं। सरल, सपाट भाषा का प्रयोग करते हैं। यही कारण है की लव गुरु की भाषा के प्रति सुनने वालों के मन में विश्वास पैदा होता है। वैसे तो लवगुरु युवाओं की समस्या का समाधान कराते हैं। यह कहते समय वे सामाजिक मान्यताओं की बात भी करते हैं। इसका परिणाम केवल मनोरंजन न रहकर उसमें व्यवहारिकता का पक्ष उभरता है।

जैसे लवगुरु की दृष्टि से - "दोस्त... हम हमेशा सोचते हैं या हमारे जेहन में यह बात बचपन से बैठा दी जाती है कि कई लडका-लडकी का रिश्ता शादी से पहले अच्छा नहीं होता, लडकियों से बात करना अच्छी बात नहीं होती",

इस बातचीत का परिणाम यह होता है की कालर्स प्रभावित होकर आत्मविश्वास के साथ अपनी बात सहजतापूर्वक उनके सामने रखते हैं।

एफ.एम. चैनल पर जो विज्ञापन प्रसारित होते हैं उनकी भाषा भाषाई खेल है। इनमें कुछ शब्दों के नए अर्थ दिए गए हैं। जो अर्थों का अतिक्रमण रूप है। कुछ शब्दों को कुछ खास उत्पाद तक मर्यादित किया गया है। या यु कहे की वह शब्द, वाक्य केवल उसी के लिए है। ऐसा जान पड़ता है।

जैसे ठंडा मतलब...

हम जानते हैं ठंडा पानी, बर्फ, मरा हुआ या अचेतन आदि किन्तु विज्ञापन जो बना उत्पादक वस्तु को ऐसे परोसा की बडों को छोड़ो अब बच्चा बच्चा यह जानता है की ठंडा मतलब कोका कोला।

यहाँ ठंडे के मुल अर्थ में नया अर्थ जोड़ दिया गया है। वह जोड़ ऐसे बना की अब मुल अर्थ से पहले उत्पादित वस्तु का नाम सहजता से याद हो गया।

विज्ञापन का असर सहजता से देखने में आता है। रेडियों के विज्ञापन ध्वनि पर आधारित होते हैं। यह ध्वनियां भाषा के हिसाब से उच्चारित होती हैं। जैसे-डेटॉल, विक्स वेपोरब आदि।

वर्तमान के विज्ञापनों की भाषा यो मात्र हिंदी-अंग्रेजी, शब्दों, वाक्यों का मेल जोल नहीं बल्कि उसमें समाहित हैं परिस्थितियों के अनुरूप व्यक्त होनेवाले भाव।

जैसे-सरकारी, जनहित में जारी विज्ञापन जो स्वच्छ भारत अभियान के अन्तर्गत है। अमिताभ बच्चनजी का शौचालय का विज्ञापन "शट द डोअर" हिंदी में बने एफ.एम. विज्ञापनों में बात अभिधात्मक नहीं व्यंजनात्मक कही जाती है। जिससे व्यंग्य पैदा होता है। इन विज्ञापनों में मनोरंजन एवं मजाक का स्वर उभरता है। जैसे" मम्मी ! सुबह का भूला शाम को घर लौट आए तो उसे क्या कहते हैं तुम्हारे पापा। "।

एफ.एम चैनल अपने कार्यक्रमों एवं स्वयं चैनलों का विज्ञापन जॉकी ही कराते हैं, परिणाम स्वरूप इनके विज्ञापनों की भाषा प्रकृति, रेडियों जॉकी की भाषा और विज्ञापन के बीच की भाषा बन जाती है। नाशिक एफ.एम. की बात करते इसमें हिंदी, मराठी, अंग्रेजी का मेल देखने को मिलता है। यहाँ नई मराठी का प्रयोग होता है। इसका अपना अंदाज है। जैसे स्कुल में बंड्या बोलला।

1. अगला गाना मैं प्लेकरने वाली हूँ। लगे रहीं ए स्मीता के साथ अभी फिलहाल आज जो मेरे साथ है नकी बाँडी में कुछ खास हे अर्जून के लाईफ में खास है।" (१३.५ रेडियो एफ.एम. नाशिक मधली सुट्टी)
2. अब मैं मारती हूँ कलटी आप सुनिए गाना (स्पतरंगी ऋचा १५.० एफ.एम. रेडियो सिटी रग रग में नाशिक सिटी)



३. शादी तो अपने गर्लफ्रेंड से करनी चाहिए, दूसरों की गर्लफ्रेंड से शादी तो घरवाले कर ही देते हैं। (१०४.२ नाशिक सिटी)

"स्कूल में बंड्या बोलला मास्टर जी, बोर्ड पर लिखे अक्षर, पुसने पर कहाँ जाते है।"

"९८.३ एफ.एम. सुनने वाले ऑलवेज खुश"

"रेड एफ.एम. सुपरहिट ९३.५"

शब्दों को लेकर बेफिक्राना अंदाज एफ.एम. रेडियो की पहचान है।

जैसे " साहिबान, कद्रदान

पानदान, पीकदान,

सुनिए दिल्ली की कहानी,

टोटल दिल से " ११

इसी रूप में एफ.एम. के फिलर्स की हिंदी देखने को मिलती है। उद्घोषक द्वारा शायरी, चुटकुले, या कुछ रोचक प्रसंगों को प्रस्तुत किया जाता है। अब फिलर्स स्वतंत्र विधा के रूप में उभर रहा है। अगला कार्यक्रम तयार हो, इस बीच फिलर्स का प्रयोग किया जाता है। जैसे रेडियो सिटी पर बब्बर शेर, एफ.एम. पर एंग्री गणेशन आदि इनकी हिंदी हास्य प्रदान होती है। इसके बीच व्यंग्य भी झलकता है।

मुलाजा फरमाइए।

अर्ज है।

"शेर सुना रहा हूँ, शेर सुना रहा हूँ।

जंगल में भी है शेर

बहुत खूब

वह भी एक शेर है

यह भी एक शेर, यह भी एक शेर" १२

इससे हास्य एवं व्यंग पैदा किया जाता है। हिंदी का यह रूप नियोजित कार्यक्रमों से भिन्न है। यह बिलकुल तत्काल प्रयोग में आनेवाली भाषा है।

इस तरह से देखा जाए तो एफ.एम. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से जुड़कर हिंदी हिंग्रजी से होते हुए अलग-अलग कार्यक्रमों से जुड़कर अलग-अलग रूपों में परिवर्ती होकर विस्तार पा रहे है। चाहे वह एफ.एम. मनोरंजन की भाषा हो, या विज्ञापनों की, फिलर्स की हो या अवचेतन मन की उसका उद्घोषक सतरंगी ऋचा हो या रौशन अब्बास, नकुल यानि लवगुरु देव, अनंत या सायमा, इनका अपना अंदाज है।

१) रौशन अब्बास : रेडियो सिटी

मेरा नाम है रौशन अब्बास ...

आप सुन रहे है, फिल्म सिटी एक्सप्रेस

२) नकुल : रेडियो सिटी

नकुल यानि लवगुरु तब काम आते है...

"जब रिश्ते बन जाए वहम का सफर..

तो हाजिर है, लव गुरु"

३) देव : रेडियो मिर्ची

अंग्रेजी एंड हिंदी मतलब मेड फॉर इच अदर





३. शादी तो अपनै गर्लफ्रेंड से करनी चाहिए, दूसरों की गर्लफ्रेंड से शादी तो घरवाले कर ही देते हैं। (१०४.२ नाशिक सिटी)

"स्कूल में बंड्या बोलला मास्टर जी, बोर्ड पर लिखे अक्षर, पुसने पर कहाँ जाते है।"

"९८.३ एफ.एम. सुनने वाले ऑलवेज खुश"

"रेड एफ.एम. सुपरहिट ९३.५"

शब्दों को लेकर बेफिक्राना अंदाज एफ.एम. रेडियों की पहचान है।

जैसे " साहिबान, कद्रदान

पानदान, पीकदान,

सुनिए दिल्ली की कहानी,

टोटल दिल से " ११

इसी रूप में एफ.एम. के फिलर्स की हिंदी देखने को मिलती है। उद्घोषक द्वारा शायरी, चुटकुले, या कुछ रोचक प्रसंगों को प्रस्तुत किया जाता है। अब फिलर्स स्वतंत्र विधा के रूप में उभर रहा है। अगला कार्यक्रम तयार हो, इस बीच फिलर्स का प्रयोग किया जाता है। जैसे रेडियों सिटी पर बब्बर शेर, एफ.एम. पर एंग्री गणेशन आदि इनकी हिंदी हास्य प्रदान होती है। इसके बीच व्यंग्य भी झलकता है।

मुलाजा फरमाइए।

अर्ज है।

"शेर सुना रहा हूँ, शेर सुना रहा हूँ।

जंगल में भी है शेर

बहुत खूब

वह भी एक शेर है

यह भी एक शेर, यह भी एक शेर" १२

इससे हास्य एवं व्यंग पैदा किया जाता है। हिंदी का यह रूप नियोजित कार्यक्रमों से भिन्न है। यह बिलकुल तत्काल प्रयोग में आनेवाली भाषा है।

इस तरह से देखा जाए तो एफ.एम. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से जुडकर हिंदी हिंग्रजी से होते हुए अलग-अलग कार्यक्रमों से जुडकर अलग-अलग रूपों में परिवर्तीत होकर विस्तार पा रहे है। चाहे वह एफ.एम. मनोरंजन की भाषा हो, या विज्ञापनों की, फिलर्स की हो या अवचेतन मन की उसका उद्घोषक सतरंगी ऋचा हो या रौशन अब्बास, नकुल यानि लवगुरु देव, अनंत या सायमा, इनका अपना अंदाज है।

१) रौशन अब्बास : रेडियो सिटी

मेरा नाम है रौशन अब्बास ...

आप सुन रहे है, फिल्म सिटी एक्सप्रेस

२) नकुल : रेडियो सिटी

नकुल यानि लवगुरु तब काम आते है...

"जब रिश्ते बन जाए वहम का सफर..

तो हाजिर है, लव गुरु"

३) देव : रेडियो मिर्ची

अंग्रेजी एंड हिंदी मतलब मेड फॉर इच अदर





आप सुन रहे है रेडियो मिर्ची ९८.३ एफ.एम.

४) सायमा : रेडियो मिर्ची :

रेडियो मिर्ची ९८.३ एफ.एम. सुन रहे है आप और मैं हूँ सायमा।

रेडियो एफ.एम. की भाषा या हिंदी भाषा का प्रयोग यह स्पष्ट करता है की, इस चैनलो से अनेक प्रान्त , प्रदेश , राज्य, एवं बोली के लोग जुडे है। यह हिंदी बाजारख आधुनिकता, फैशन, वर्तमान जीवन शैली, मनोरंजन आदि से जुडकर समृद्ध हो रही है। यहा यह सवाल नही की वह शुद्ध है, अशुद्ध है या व्याकरणिक रूप से क्या है?

एफ.एम. चैनलों की हिंदी अनौपचारिक है। इसमें अंग्रेजी का प्रयोग स्वाभाविक है। वह परंपरागत घिसे-पिटे हिंदी से अलग हो गयी है। जो नियमों से बाहर होकर मतवाली हो गई है।

संदर्भ :

१. मुद्रण कला एवं प्रेस कानून- एन.सी. पंत/तक्षशिला प्रकाशन। पृ-१
२. संचार माध्यमों की भाषा और नई हिंदी/ डॉ. सतीश शर्मा 'जाफरावादी' पृ-१५८ तक्षशिला प्रकाशन
३. संचार माध्यमों की भाषा और नई हिंदी/ डॉ. सतीश शर्मा 'जाफरावादी' पृ-१६० तक्षशिला प्रकाशन
४. आधुनिक जनसंचार और हिंदी / डॉ. हरिमोहन/ तक्षशिला प्रकाशन पृ-१४१
५. संचार की नई हिंदी/ संचार माध्यमों की भाषा और नई हिंदी/ डॉ. सतीश शर्मा 'जाफरावादी' पृ-१५ तक्षशिला प्रकाशन
६. रेडियो सिटी/एफ.एम. ९१.१ कार्यक्रम मिक्स मसाला
७. रेडियो सिटी/ एफ.एम. ९१.१ कार्यक्रम टोटल मिर्ची
८. रेडियो सिटी/ एफ.एम. ९१.१ कार्यक्रम मसाला मिक्स
९. रेडियो सिटी/ एफ.एम. ९१.१ कार्यक्रम जोश
१०. रेडियो सिटी/ एफ.एम. ९८.३ बी.एस.सी.एस. का विज्ञापन
११. रेडियो मिर्ची , टशन का विज्ञापन
१२. रेडियो मिर्ची, नितिन का भेजा फ्राय कॉन्टेस्ट

सहाय्यक ग्रंथ :

१. मिडिया और समाज : संजय गुलावढी, सन्मार्ग प्रकाशन दिल्ली ११०००८७ प्र.सं. २००३
२. भाषा और साहित्य के विभिन्न आयाम - डॉ. रमा नवले विकास प्रकाशन , कानपुर, प्र. सं. २०११
३. विज्ञापनों का मसौदा लेखन- संपादक-डॉ. रघुनाथ देसाई, सारंग प्रकाशन, वाराणसी -०७, प्र.सं. २०१४
४. संचार माध्यमों की भाषा, और नई हिंदी, डॉ. सतीश शर्मा 'जाफरावादी' तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली ११०००२ प्र.सं. २०१३