

मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि, व्यक्तित्व एवं व्यवसाय में परस्पर संबंध में: भारतीय सन्दर्भ में एक अध्ययन

बीज शब्द :

मीडिया, मीडियाकर्मी, मीडिया-संस्थान, व्यवसाय, व्यक्तित्व, कार्य-संस्कृति, मीडिया-संस्कृति, सामाजिक परिवर्तन, भूमंडलीकरण।

प्रस्तुत लेख का उद्देश्य मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि, व्यक्तित्व एवं व्यवसाय में परस्पर संबंध का अध्ययन करना है। मीडिया एक प्रभावशाली यन्त्र है, इसके माध्यम से समाज में परिवर्तन लाना सहज है। मीडिया का प्रभाव जन-जीवन पर सरलता से पड़ता है, बिना इसकी सहायता के लोगों के स्वभाव एवं मनोवृत्तियों को बदलना अत्यंत कठिन है। मीडिया लक्ष्य प्रतीकों का अविष्कार करता है जो व्यवहार में परिवर्तन का कारण बनता है।

प्रस्तुत लेख में मीडिया संस्थानों के अनेक पहलुओं को उजागर करने का प्रयास किया गया है, यथा - मीडियाकर्मियों की सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षणिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि तथा व्यवसायिक गतिविधियों के मध्य संबंध, मीडियाकर्मियों से सम्बंधित विभिन्न संस्थानों में भिन्न वर्गों की भागीदारी एवं वर्चस्वता तथा लैंगिक असमानता के असर का आकलन तथा परीक्षण। निष्पक्ष खबरों के निर्माण के लिए यह आवश्यक है कि खबरों के निर्माण में जो लोग शामिल हैं उनकी सामाजिक पृष्ठभूमि का अध्ययन किया जाये। सामाजिकता के निर्धारण के पैमाने में सहयोगी तत्व हैं संस्कृति, शिक्षा और पूँजी, अतः मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि में इन तत्वों के समावेश का वातावरण क्या और कैसा रहा है, ये जानना अति आवश्यक है। मीडिया की संस्कृति मीडिया चालक की संस्कृति की परिणति है, इस सत्यता को उभारने का प्रयत्न इस लेख के माध्यम से किया गया है।

पूर्णमा कुमारी

शोध छात्रा, माखनलाल चतुर्वेदी
राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय
भोपाल, म.प्र.
E-mail : purnimaojha1@gmail.com

मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि, व्यक्तित्व एवं व्यवसाय में परस्पर संबंध : भारतीय सन्दर्भ में एक अध्ययन

व्यक्ति की पृष्ठभूमि का प्रत्यक्ष सम्बन्ध व्यक्तित्व से और व्यक्तित्व का अनन्य सम्बन्ध व्यवसाय से होता है। व्यक्ति किसी भी देश का निवासी हो वह अपने रंग-रूप, वेशभूषा, भाषा, धार्मिक आस्थाओं, सांस्कृतिक मूल्यों और अपनी ऐतिहासिक विरासतों से सदैव पहचाना जाता है। सभ्रान्त विद्वान भी पृष्ठभूमि एवं व्यक्तित्व के सम्बन्ध को स्वीकार करते हैं। हेनरी हिगिंस का मानना था कि आपका अंग्रेजी का उच्चारण बताता है कि आप किस जगह के वासी हैं। शेक्सपियर के शब्दों में “इंसान की पहचान उसके पहनावे से होती है”, जैसे- नेता, वकील, डॉ. आदि।

व्यक्ति की जीवन शैली, वस्तुस्थिति को स्पष्ट करती है, जिसका असर जीवन के प्रत्येक भाग पर देखा जाता है और व्यवसाय भी उसी का भाग है। प्रेमचंद का गोदान देख लें या सूरदास का मन चंगा तो कठौती में गंगा या कबीर दास की झीनी-झीनी बीनी चदरिया या फिर महादेवी वर्मा की विरह रस से ओत-प्रोत कवितायें ही क्यों न हो। इन युग प्रेरणाताओं के द्वारा रचित ये सभ्रान्त कृतियाँ हैं, जिनमें लेखक की जीवन शैली एवं मनोदशा को प्रतिबिंबित होते देखा जा सकता है। प्रेमचंद भूख और गरीबी की इम्तिहान से गुजरते हुए गोदान को अंजाम दिए हैं तो वहीं कबीर का पालन-पोषण एक जुलहा के यहाँ हुआ था, इसकी स्पष्ट छवि उनकी महान कृति में नजर आती है। सूरदास अपमान का भड़ास निकालने हेतु मन चंगा तो कठौती में गंगा क्यों कहे हैं, कोई और पात्र को उदाहरण क्यों नहीं बनाये। इसी भाँति महादेवी वर्मा की विरह उत्पन्न कर देने वाली कवितायें इतनी जीवंत क्यों हैं, इसकी गहराई में जाने पर यह स्पष्ट होगा कि ये कृतियाँ उनकी सामाजिक संस्कृति की ही प्रतिफल हैं। व्यक्ति अपनी पृष्ठभूमि से विरत न कुछ सोच सकता है और न ही कुछ करने की स्थिति में होता है। उसकी हर क्रिया और प्रतिक्रिया सामाजिक संस्कृति की परिणति होती है, ऐसा सामाजिक शोधों तथा महानुभावों की जीवनी से परिलक्षित होता है।

उपरोक्त परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत लेख का आशय मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि का अध्ययन करना है, जिससे मीडिया से सम्बंधित लोगों के व्यक्तित्व तथा मीडिया संस्थानों के कार्य-विधि एवं प्रणाली के परस्पर सम्बन्ध को समझा जा सके। मीडिया सामाजिक जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है जो प्रभावशाली तरीके से व्यक्ति के जीवन शैली में बदलाव ला रहा है। मीडिया लक्ष्य प्रतीकों का अविष्कार करता है जो व्यवहार में परिवर्तन

का कारण बनता है, इसकी सहायता के बिना लोगों के स्वभाव एवं मनोवृत्तियों को बदलना अत्यंत कठिन है। प्रस्तुत लेख में मीडिया संस्थानों के अनेक पहलुओं को उजागर करने का प्रयास किया गया है, यथा:- मीडियाकर्मियों की सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षणिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि तथा व्यवसायिक गतिविधियों के मध्य संबंध; मीडियाकर्मियों से सम्बंधित विभिन्न संस्थानों में भिन्न वर्गों की भागीदारी एवं वर्चस्वता तथा लैंगिक असमानता के असर का आकलन तथा परीक्षण। निष्पक्ष ख़बरों के निर्माण के लिए यह आवश्यक है कि ख़बरों के निर्माण में जो लोग शामिल हैं उनकी पृष्ठभूमि का अध्ययन किया जाये। सामाजिकता के निर्धारण के पैमाने में सहयोगी तत्व हैं संस्कृति, शिक्षा और पूँजी, अतः मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि में इन तत्वों के समावेश का वातावरण क्या और कैसा रहा है, ये जानना अति आवश्यक है। मीडिया की संस्कृति मीडिया चालक की संस्कृति की परिणति है, इस सत्यता को उभारने का प्रयत्न प्रस्तुत लेख के माध्यम से किया गया है।

पृष्ठभूमि एवं व्यक्तित्व निर्माण: एक अवलोकन

समाजशास्त्रज्ञों एवं मनोवैज्ञानिकों के द्वारा शोध के माध्यम से ये प्रमाणित किया जा चुका है कि व्यक्तित्व की रचना में पारिवारिक माहौल, सामाजिक माहौल, शैक्षणिक माहौल, एवं आर्थिक माहौल की काफी महत्वपूर्ण भूमिका होती है। कुछ भाग व्यक्ति के स्वयं की दृढ़ता और प्रयास पर निर्भर अवश्य करते हैं किन्तु जीवन की शुरूआती चरणों में समाजीकरण की प्रक्रिया का दुरुस्त होना जरूरी है।¹

मानव-शिशु संसार में पशु की आवश्यकताओं से युक्त एक जैविकीय प्राणी के रूप में जन्म लेता है तथा समाजीकरण की प्रक्रिया द्वारा सामाजिक प्राणी बनता है। मीडियाकर्मियों की सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षणिक एवं आर्थिक पृष्ठभूमि का अध्ययन उनके व्यवसायिक व्यक्तित्व को समझने के लिए आवश्यक है क्योंकि व्यक्तित्व किसी व्यक्ति के आचरण की विशेषताओं, उसकी आदतों, मनोवृत्तियों एवं लक्षणों का योग है, जो समाजीकरण के द्वारा आरम्भ होता है। मनुष्य की भाषिक अथवा निरभाषिक, समस्त भाव उसके पारिवारिक, शैक्षणिक, सामूहिक संस्कृति को अभिव्यक्त करते हैं। समाजीकरण उन

1. जे. पी. सिंह, समाजशास्त्र: अवधारणाएं एवं सिद्धान्त, नई दिल्ली: पीएचआई लर्निंग प्राइवेट लिमिटेड, 2013.

समस्त सामाजिक प्रक्रियाओं एवं दबावों को निर्दिष्ट करता है जिनके द्वारा समूह या समुदाय के आदर्श मानकों और नियमों को व्यक्ति-सदस्यों के व्यवहारों व विश्वासों में बैठा दिया जाता है। समाजीकरण की प्रक्रिया को जॉनसन ने काफी सरल तरीके से परिभाषित करने का प्रयास किया है- 'समाजीकरण सीखने की प्रक्रिया है जो सीखने वालों को सामाजिक भूमिकाएं निभाने योग्य बनाता है। इनके अनुसार कोई एक चीज सीखना समाजीकरण नहीं है बल्कि सीखने की वही प्रक्रिया समाजीकरण है, जिसकी मदद से व्यक्ति की भागीदारी समाज में संभव होती है। सीखने का उद्देश्य सामाजिक प्रक्रियाओं में भाग लेना एवं सामाजिक नियमों तथा मूल्यों के अनुरूप अनुसरण करना होता है।'

व्यक्ति का चरित्र ही उसका व्यक्तित्व है और वह उसके आचरण, संवेदनशीलता तथा विचारों से व्यक्त होता है। व्यक्तित्व निर्माण में कई पहलुओं का योगदान होता है। आदर्श व्यक्तित्व का निर्माण साधना का प्रतिफल है जो सहज नहीं होता। व्यक्तित्व का निर्माण चिन्तन, चरित्र व विचार से होता है। चरित्रवान अपनी विश्वसनीय छवि के कारण समाज में सर्वत्र सम्मान पाते हैं। चरित्र की रचना संस्कारों से एवं संस्कारों की रचना विचारों से होती है। आदर्श चरित्र के लिए आदर्श विचारों को ही ग्रहण करना होता है। छत्रपति शिवाजी, भगतसिंह, लोकनायक जयप्रकाश नारायण और महात्मा गांधी का व्यक्तित्व व उज्ज्वल चरित्र, उनके आदर्श विचारों को ही प्रतिबिंबित करता है। अतः व्यक्तित्व गढ़ने, परिष्कृत करने हेतु श्रेष्ठ सकारात्मक विचारों को ग्रहण करना, श्रेष्ठ साहित्य पढ़ना, श्रेष्ठ संगति करना, व गलत विचारों को क्रियान्वित होने से रोकना होता है। व्यक्तित्व पर विशिष्ट एवं विलक्षण अनुभवों का भी प्रभाव पड़ता है। माता-पिता का व्यक्तित्व बच्चे के व्यक्तित्व को काफी प्रभावित करता है। फिर समूह की कृतियाँ, संचार के दृश्य माध्यम, जैसे- टेलीविज़न, चल-चित्र इत्यादि भी उनके इत्यादि भी उनके आचार-विचार को प्रभावित करती हैं।

मनुष्य की योग्यता, क्षमता और प्रतिभा का सही मूल्यांकन सामाजिक स्तर पर ही किया जाता है। कौन कितनी योग, साधना, जप-तप करता है यह सब कुछ उसके व्यक्तिगत जीवन तक ही सीमित है, किन्तु सामाजिक जीवन को कितना शिष्ट, सुसंस्कृत एवं सुव्यवस्थित बनाया है, इस आधार पर ही उसके व्यक्तित्व की प्रभाव परिधि और विकसित स्तर को आँकना संभव है। व्यक्ति ने कितनी भी ऊँची शिक्षा प्राप्त क्यों न की हो, किन्तु उसकी योग्यता गिरों को उठाने और उठों को आगे बढ़ाने वाली प्रतिभा के स्वरूप में विकसित न हो सकी तथा सामाजिक सद्ब्यवहार में नहीं उतरी

तो वह व्यर्थ साबित होगी। वस्तुतः यह सामाजिक शिष्टाचार की ही परिणति है जो मानवी व्यक्तित्व को सब प्रकार से प्रखर एवं परिष्कृत बनाती चली जाती है।

मानवी समाज में व्यक्ति के भिन्न-भिन्न स्तर दिखाई देते हैं। एक जैसे दिखने के बावजूद भी गुण, कर्म स्वभाव के आधार पर भिन्न-भिन्न पहचान बना लेते हैं। इस संदर्भ में प्रो. जी. डब्लू. आलपोर्ट ने अपने मंतव्य इस प्रकार प्रकट किये हैं- "व्यक्ति की परिपक्वता, अपने गुणों के विस्तार एवं कमियों को खुले दृष्टिकोण से स्वीकार कर सुधारने की वृत्ति के साथ आती है।" एक परिपक्व व्यक्ति के जीवन दर्शन में एकरूपता का समावेश होता है। उसके अन्तःकरण में मानव मात्र के कल्याण की भावना विकसित होती है, जिसके आधार पर वह समता, सौहार्द, सहयोग तथा मैत्री पूर्ण व्यवहार करता दिखाई देता है।

गीता के दूसरे अध्याय के 48वें श्लोक में भगवान कृष्ण ने कहा है- "योगस्थ कुरु कर्माणि संगं त्यक्त्वा धनंजय।" अर्थात् आसक्ति को त्याग कर सिद्धि और असिद्धि में समान बुद्धि वाला होकर योग में स्थित होकर कर्मों को करने वाला व्यक्ति समत्व-भाव से युक्त मनुष्य है। मनोवैज्ञानिकों साईमंडस ने भी परिपक्व व्यक्ति को "आंतरिक द्वंदों और बाह्य दुर्गुणों से मुक्त बतलाया है।" आवश्यकता है कि दृष्टि को सीमित तथा क्षणिक स्वार्थों से हटायें, अहंकार की बेड़ियों को तोड़ें और स्नेह-सौजन्य के आधार पर कुटुम्बकम् की भावना को अंगीकार करें। यह छोटा चरण भी व्यक्तित्व के सर्वांगीण विकास की दिशा में महत्वपूर्ण कदम साबित होगा।

उपरोक्त परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत लेख आगामी खंड में मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि एवं व्यक्तित्व का मीडिया संस्थानों के कार्य विधि एवं संस्कृति पर पड़ने वाले प्रभाव को समझने का प्रयास है।

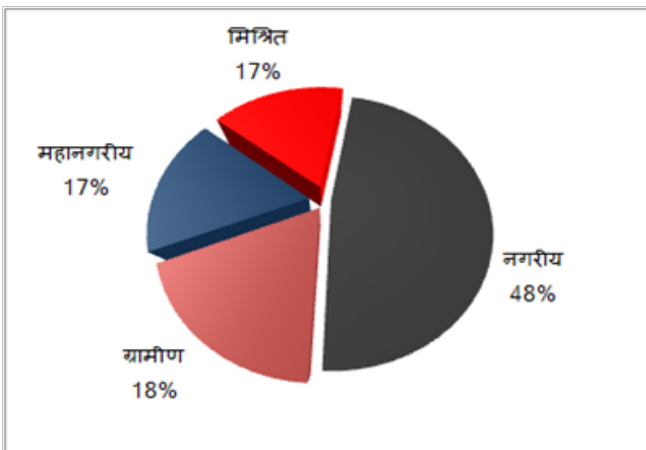
पृष्ठभूमि एवं व्यक्तित्व का कार्य विधि एवं संस्कृति पर प्रभावः

किसी भी व्यवसाय की संस्कृति वहाँ कार्य करने वाले कर्मियों के द्वारा स्थापित होती है, ठीक उसी प्रकार जैसे किसी क्षेत्र विशेष की संस्कृति वहाँ के निवासियों के माध्यम से विकसित होती है। इसी कारण आर्मी की संस्कृति, बॉलीवुड की संस्कृति तथा सामाजिक संस्कृति में भिन्नता देखने को मिलती है। यहाँ तक कि घरेलु तथा कार्यकारी महिला के घर के माहौल में भी फर्क नजर आता है।

मीडिया के विभिन्न शाखाओं में भाषाई अंतर आंतरिक कार्य-संस्कृति में भेद उत्पन्न कर देता है, यथा अंग्रेजी मीडिया, हिंदी मीडिया और क्षेत्रीय भाषा की मीडिया के आंतरिक वातावरण में स्पष्ट अंतर दृष्टिगत होता है। मीडिया के विभिन्न शाखाओं में यह अंतर क्यों व्याप्त है इसे समझने के लिए मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि को खंगालने का प्रयास किया गया। प्राप्त आंकड़ों के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि हिंदी मीडिया के अंतर्गत अधिकतम मीडियाकर्मियों का सम्बन्ध ग्रामीण अथवा छोटे शहरों से है वहीं अंग्रेजी माध्यम के अधिकतर मीडियाकर्मी शहर अथवा बड़े शहरों से सम्बन्ध रखते हैं।²

व्यक्ति का चरित्र ही उसका का व्यक्तित्व है और वह उसके आचरण, संवेदनशीलता तथा विचारों से व्यक्त होता है। चूँकि लेखक का उद्देश्य मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि का अध्ययन है अतः लेखक ने मीडियाकर्मियों के परिवार की जीविका का आधार तथा रहन-सहन के साथ-साथ किस प्रकार की पारिवारिक वातावरण के बीच पालन-पोषण हुआ है, शिक्षा का माध्यम, शिक्षा का स्तर एवं शैक्षणिक योग्यता क्या रही है- इन प्रश्नों को तलाशने का प्रयास किया है, क्योंकि व्यक्तित्व और सोच के निर्माण में इनकी भूमिका महत्वपूर्ण होती है। इस प्रश्न के माध्यम से मीडियाकर्मियों की सामाजिक पृष्ठभूमि के साथ-साथ मनोवृत्ति को भी समझने का प्रयास किया गया है।

सामाजिक पृष्ठभूमि



मीडिया के अंतर्गत अधिकतम 48 प्रतिशत मीडियाकर्मियों का

सम्बन्ध ग्रामीण अथवा छोटे शहरों से है, तो 18 प्रतिशत ग्रामीण, 17 प्रतिशत महानगरीय और 17 प्रतिशत ही मिश्रित है। मीडियाकर्मियों की सामाजिक पृष्ठभूमि बदलते ही व्यक्ति के परिवेश, सोच, दृष्टि में अंतर आ जाता है। इसी कारण हिंदी मीडिया में संकुचित विचारधाराएं व्याप्त हैं तथा अंग्रेजी मीडिया संस्थानों में अपेक्षाकृत खुली संस्कृति का बोल-बाला है।³

इस फर्क को समझने हेतु जब लेखक ने कान्वेंट और सरकारी विद्यालयों का भ्रमण किया तथा वहां के विद्यार्थियों से बात किया, फिर ये अंतर स्वतः स्पष्ट हो गया। दोनों के परिवेश और परवरिश में व्यापक अंतर है। भाषाई अंतर से मीडिया संगठन अछूता नहीं है, परिवेश और व्यक्तिगत कुंठा को भाषा उद्धृत कर ही देती है। मीडिया की कार्य संस्कृति के अंतर को एक वरिष्ठ पत्रकार ने अपने अनुभव को बांटते हुए बताया कि मिलने का वक्त लेने के लिए हिंदी और अंग्रेजी, दोनों मीडिया संगठनों द्वारा बड़े संस्थानों या सरकारी कार्यालयों में फोन किया जाता है तो अधिक महत्व अंग्रेजी मीडिया को प्राप्त होती है। कई गणमान्य राजनीतिज्ञ हैं जो हिंदी मीडिया के वाद-विवाद कार्यक्रम का हिस्सा बनने में भी रुचि नहीं रखते हैं। हिंदी भाषी को न अपेक्षित प्रतिष्ठा मिलती है और न ही हिंदी मीडिया को, इसके लिए हमारी व्यवस्था ही जिम्मेदार है।⁴

व्यक्ति की बौद्धिक क्षमता एवं मनोदशा के विकास में शैक्षणिक माहौल की भूमिका अहम होती है। कान्वेंट से शिक्षा ग्रहण किये व्यक्तियों की परिस्थिति अपेक्षाकृत बेहतर है, उनके पास बेहतर अवसर और विकल्प हैं किन्तु हिंदी माध्यम से शिक्षार्जन करने वाले के पास सीमित विकल्प और अवसर। हिंदी माध्यम से शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थान बिल्कुल जर्जर स्थिति में हैं। बहुलांश सरकारी विद्यालयों की त्रासदी यह है कि कहीं विद्यार्थियों के लिए कक्षा नहीं है तो कहीं शिक्षकों का अभाव है। वहीं अंग्रेजी माध्यम के विद्यालय प्रत्येक आधुनिक तकनीकी

2. प्रस्तुत शोध में मीडियाकर्मियों से साक्षात्कार के परिणाम स्वरूप प्राप्त आंकड़ों के आधार पर तथ्यों को प्रस्तुत किया गया है। शोध के उद्देश्य के अनुरूप दिल्ली और दिल्ली एन.सी.आर. के 43 मीडिया संस्थानों से दैव निदर्शन पद्धति द्वारा 450 मीडियाकर्मियों से निर्धारित प्रश्नों (प्रश्नावली) के आधार पर वार्तालाप आयोजित की गयी जिसके स्वरूप प्रत्यक्ष, दूरभाष तथा अप्रत्यक्ष वार्ता रही। इनमें हिंदी और अंग्रेजी दोनों ही संस्थानों के मीडियाकर्मी शामिल किये गए हैं। अध्ययन का काल 22 सितम्बर 2013 से 30 मार्च 2014 के मध्य रहा है। इस शोध में चौवालिस प्रश्नों की सहायता से मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि को परखने का प्रयास किया गया।

3. पूर्वोक्त
4. पूर्वोक्त

सुविधा से युक्त हैं, शिक्षक/शिक्षिका पर भी बेहतर प्रस्तुति के दबाव होते हैं। साथ ही शिक्षा के शुल्क भी बेहतर होते हैं। हिंदी मीडिया में अधिकतर मीडियाकर्मी हिंदी माध्यम तथा मध्यम वर्ग से सम्बन्ध रखते हैं जब कि अंग्रेजी मीडिया में बहुलांश मीडियाकर्मी अंग्रेजी माध्यम और उच्च मध्यम वर्ग से सम्बन्ध रखते हैं। वस्तुतः मौद्रिक आभाव से वर्तमान और भविष्य दोनों ही लड़खड़ाने लगता है। 57 फीसदी मीडियाकर्मियों का मानना है कि कस्बाई और हिंदी माध्यम की पृष्ठभूमि वाले व्यक्तियों का चयन अंग्रेजी मीडिया में नहीं होता।⁵ अर्थात् जीवन स्तर ही जीवन की दशा और दिशा को निर्देशित करती है। अंग्रेजी और हिंदी मीडिया में कार्यरत कर्मियों के वेतन में तो भिन्नता होती ही है किन्तु अंग्रेजी मीडिया में कार्य कर चुके मीडियाकर्मी अगर हिंदी मीडिया संबद्ध होते हैं तो उन्हें वेतन के साथ-साथ महत्व भी हिंदी मीडियाकर्मियों से अधिक प्राप्त होता है।

पूँजी का खेल शिक्षा तक ही सीमित नहीं है बल्कि समाजीकरण में भी इसकी भूमिका महत्वपूर्ण हो गयी है। विशेष रूप से शहरों अथवा महानगरों में, जैसा मुहल्ला/कॉलोनी वैसा घर का किराया अर्थात् आदर्श समाजीकरण के लिए भी आपकी निर्भरता पूँजी पर हो गयी है। जो समृद्ध हैं उन्हें बेहतर वातावरण मिलता है और बेहतर अवसर भी। व्यक्ति को शिष्टता प्रदान करने में संबंधित वातावरण की भूमिका भी महत्वपूर्ण होती है। जिन लोगों से व्यक्ति संपर्क में आते रहते हैं उनके आचरण और जीवन शैली का प्रभाव उनके व्यक्तित्व पर पड़ता है। बहुलांश मीडियाकर्मियों का मानना है कि व्यक्ति की समाजीकरण और संस्कृति का सूचना के निर्माण पर भी प्रभाव पड़ता है।⁶ व्यक्ति का सामाजिक, आर्थिक और शैक्षणिक परिवेश संयुक्त रूप से किसी व्यक्ति के व्यक्तित्व का गठन करते हैं। अतः आदर्श और अनुशासित चरित्र का निर्माण वर्षों की साधना का प्रतिफल होता है। श्रेष्ठ समाज का नागरिक भी आदर्श होता है और उनका शासक तथा मीडिया भी।

मीडिया के लिए इससे बड़ी त्रासदी क्या होगी कि मीडियाकर्मी ही मीडिया-संस्कृति की आलोचना करते हैं। मीडिया में कार्य कर रहे व्यक्ति किसी परिचित को मीडिया में आने के लिए सुझाव देना नहीं चाहते और लड़कियों को तो हरगिज भी नहीं। उनके विचार में न कार्य की स्थिरता है और न ही वेतन की। प्रोन्नति भी सिर्फ गुणवत्ता पर आधारित नहीं है, बल्कि आंतरिक

राजनीति की भी प्रमुख भूमिका होती है। मीडियाकर्मियों का कहना था कि लड़कियों के लिए मीडिया क्षेत्र उपयुक्त नहीं है। उनके लिए इस क्षेत्र में अन्य भी कई तरह की चुनौतियाँ हैं, अगर उनकी सोच समझौतावादी है, संघर्षशील और धैर्यशील हैं तो स्वयं के जोखिम पर मीडिया में आ सकती हैं।⁷

ऐसी परिस्थियाँ काम हेतु यथोचित वातावरण नहीं रहने देती हैं। कुछ मीडियाकर्मी ने आक्रोश में कहा कि मीडिया में कार्य करने से न सामाजिक जीवन जी पाते हैं न ही पारिवारिक, ऊपर से खुद की प्रतिष्ठा जो गंवाते हैं अलगा। अगर समानांतर विकल्प से अधिक परिश्रम के बाद बेहतर जीवन-स्तर का प्रयास करते हैं तो लोग संशय की दृष्टि से देखते हैं। कुछ लोग तो बोलते भी हैं कि अवश्य दलाली करता होगा, पत्रकारिता से पैसे नहीं कमा सकता है।⁸

अधिकांश मीडियाकर्मी शुरूआती स्तर पर मिलने वाले वेतन को संतोषप्रद स्थिति मानते हैं, किन्तु आगे स्थितियाँ समान नहीं रह पाती हैं। मीडियाकर्मियों को मिलने वाले वेतन के विकास की गति मध्यम दर्जे तक आते-आते मद्धिम पड़ जाती है एवं प्रबंधन का व्यवहार पक्षपात पूर्ण हो जाता है। कुछ प्रतिष्ठित वरिष्ठ मीडियाकर्मियों का मानना है कि शुरुआत में जो बच्चे आते हैं, उनमें अधिकतर टिकते नहीं हैं। विशेषरूप से दिल्ली स्थित चैनल में या ऑनलाइन मीडिया में, क्योंकि जब खर्चे हेतु पढाई के साथ काम करते हैं फिर चलते बनते हैं। ऐसे बच्चे ज्यादातर दिल्ली विश्वविद्यालय के होते हैं जो अलग-अलग विषय-क्षेत्र से सम्बन्ध रखते हैं। किन्तु जो मीडिया क्षेत्र से संबंधित अध्ययन करके मीडिया में आते हैं वे अपनी कार्यिक स्थिरता और भविष्य तलाशते हैं। आरम्भ का उत्साह और जोश आंतरिक वातावरण में स्वाहा हो जाता है। ऐसा बताने वाले मीडियाकर्मी खुद भी उस स्थिति से गुज़रे हैं और निरंतर इस प्रक्रिया की पुनरावृत्ति को देख रहे हैं।⁹

वेतन की अनिश्चितता और उपयुक्त मापदंड का नहीं होना अधिकांश मीडिया क्षेत्रों के कार्यकर्ताओं में संगठन के प्रति आस्था को कम करते हुए क्षोभ उत्पन्न करता है। कुछ अधिकारियों का कहना था कि संगठनों के द्वारा वेतन के स्तर में सुधार कर दी जाए तो कार्य की गुणवत्ता में भी वृद्धि आ जाएगी। कोई भी मीडियाकर्मी अपने वेतन को ज़ाहिर करना नहीं चाहते थे

5. पूर्वोक्त
6. पूर्वोक्त

7. पूर्वोक्त
8. पूर्वोक्त
9. पूर्वोक्त

किन्तु निरंतर आग्रह के उपरांत किसी को नाम नहीं बताने तथा कार्यालय में किसी से विचार-विमर्श न करने के शर्त पर बताये।¹⁰

उम्र से वेतन का कोई खास सम्बन्ध नहीं था, जो धीरे-धीरे विकास की पगडण्डी पर चलते गए वे उम्र के साथ बेहतर अवस्था में भी आ गए जैसे मुद्रण माध्यम में वरिष्ठ संपादक हों या चौनल के अंदर प्रोडक्शन हेड। हिंदी के इस लोकोक्ति की भांति कि 'होनहार विरवान के होत चिकने पातश वर्तमानिक वेतन के ग्राफ में ही भविष्य की आहट छिपी रहती है। हिंदी और अंग्रेजी मीडिया के अंतर्गत विषय-वस्तु, साज-सज्जा, गुणवत्ता तथा लक्षित समूह में भिन्नता की भांति वेतन में भी भिन्नता है। हिंदी की तरह ही हिंदी पत्रकार, मुख्यधारा में सम्मिलित तो हैं किन्तु उपेक्षित हैं। वेतन के सम्बन्ध में उम्र खास महत्व नहीं रखते हैं। संगठन के लिए जो महत्वपूर्ण है एवं जिनकी प्रतिभा को शोषित नहीं किया जा सकता वे बेहतर अवस्था में है, चाहे हिंदी मीडिया में हों या अंग्रेजी। बहुधा यही स्थिति जनसम्पर्क की शाखाओं तथा मनोरंजन निर्माण संस्थाओं में भी है।

जिनकी कार्य-सेवा अधिक थी वे भी मीडिया में भविष्य को लेकर आश्वस्त नजर नहीं आये। वेतन से क्षोभित तथा विभिन्न प्रकार के दबाव, मसलन चाटुकारिता, चुगलखोरी, आंतरिक राजनीति के बीच मीडिया में कार्य करना किसी सजा से कम नहीं है। अन्य विकल्प के आभाव में इस कार्य को करने हेतु विवश मीडियाकर्मी नकारात्मक सोच से अनावृत हो जाते हैं। इससे उनकी निजी जिन्दगी भी प्रभावित होती है, परिवार को सशक्त आधार नहीं दे पाते हैं जिसकी प्रगतिशील समाज में आवश्यकता है। 65 % मीडियाकर्मी संयुक्त परिवार से आते हैं किन्तु वर्तमानिक परिवेश में एकल परिवार में रह रहे हैं। वार्तालाप के क्रम में मीडियाकर्मियों ने बताया कि ये एकल परिवार भी पूर्णतः एकल नहीं है क्योंकि मीडिया की अनिश्चितता में माता-पिता का सहयोग ही सशक्त आधार है। उनके पास न वक्त है और न ही आर्थिक सशक्तता, जिसकी वजह से वे संयुक्त परिवार का दायित्व उठाने में सक्षम नहीं है।¹¹

मीडिया संस्थानों में कार्यरत अधिकांश मीडियाकर्मियों का सम्बन्ध संयुक्त परिवार से है।¹² प्राप्त आंकड़ों से विदित है कि संयुक्त परिवार में पुरुषवादी विचारधारा प्रबल रहती है, महिलाएं घर के अंदर का कार्यभार संभालती हैं। उन्हें निर्णय लेने का

अधिकार नहीं होता और न ही उनके द्वारा लिए गए निर्णय को प्रमुखता दी जाती है। घर के वातावरण में प्रवाहित होती इस सोच को बड़ी सहजता से घर के बच्चे अपने व्यवहार में शामिल कर लेते हैं। वक्त के साथ उच्च शिक्षा-दीक्षा तथा उन्नत वातावरण के संपर्क में आने के बाद उनकी जीवन-शैली में परिवर्तन अवश्य आ जाता है परन्तु परिपक्व हो गए सोच में बदलाव नहीं आ पाता और विभिन्न परिस्थितियों में स्पष्ट रूप से व्यक्तित्व में नजर आ जाता है।

पुरुषवादी सोच की दृष्टि घर हो अथवा व्यवसायिक क्षेत्र, विभेदता और अव्यवस्था को जन्म देती है। निजी सहकर्मियों को सम्मान देना तो दूर की बात है बराबरी का दर्जा तक देने को तैयार नहीं होते हैं। अधिकांश मीडियाकर्मियों ने विभिन्न व्यक्तियों/चरित्रों को अपना आदर्श बताये, किन्तु माँ, बहन, भाभी अथवा अन्य स्त्री चरित्र, उनकी आदर्शता के हिस्सा नहीं हैं। महिलाओं के आव-भाव, शैली की जिक्र करने वाले बहुतेरे मिले परन्तु बौद्धिकता का बखान करने वाले शखूस नहीं मिले। बात-चीत के क्रम में कई मीडियाकर्मियों ने महिला सहकर्मियों के लिए अप्रतिष्ठित शब्दों का उपयोग किया। इस प्रकार की भाषा का इस्तेमाल किसी सहकर्मियों के लिए करना उनकी समाजीकरण और संस्कृति का ही प्रतिफल है। पुरुषवादी सोच की विचारधाराओं से अनावृत वातावरण में जब लालन-पालन होगा तो पुरुषों में महिलाओं के अस्तित्व को स्वीकारने की साहस नहीं आ पाएगा।

मीडिया में भागीदारी का आंकड़ा मीडिया की सामाजिक तस्वीर को परोसती है। मीडिया में एक तरफ हिन्दू धर्म और पुरुषों का वर्चस्व है (प्राप्त आंकड़े के अनुसार) तो वहीं दूसरी तरफ पिछड़ा वर्ग तथा महिला नदारद। प्रत्येक तबके की आवश्यकताएं एवं समस्याएं भिन्न होती हैं, अतः निरपेक्षता से इसका उल्लेख करने के लिए उसी तबके की अनुभूति रखना आवश्यक है।¹³ यथा- महिलाओं की समस्या को देख लें, पुरुषवादी सोच जो नारी के पिछड़ेपन का कारण है, भला वही पुरुष इनकी नाकामियों का दोष खुद को कैसे देंगे अथवा जिस अग्रणी तबके की वजह से पिछड़ा वर्ग पिछड़ा है, वही अग्रणी तबका इनकी हिमायती कैसे बन जायेगा। अतः जनसाधारण की आवाज और समाचार के संतुलन के लिए यह आवश्यक है कि विभिन्न कस्बे, धर्म, लिंग, जाति एवं संस्कृति के लोग खबरों के निर्माण में सम्मिलित हों।

मीडिया को समाज का प्रतिबिम्ब माना जाता है, किन्तु

10. पूर्वोक्त

11. पूर्वोक्त

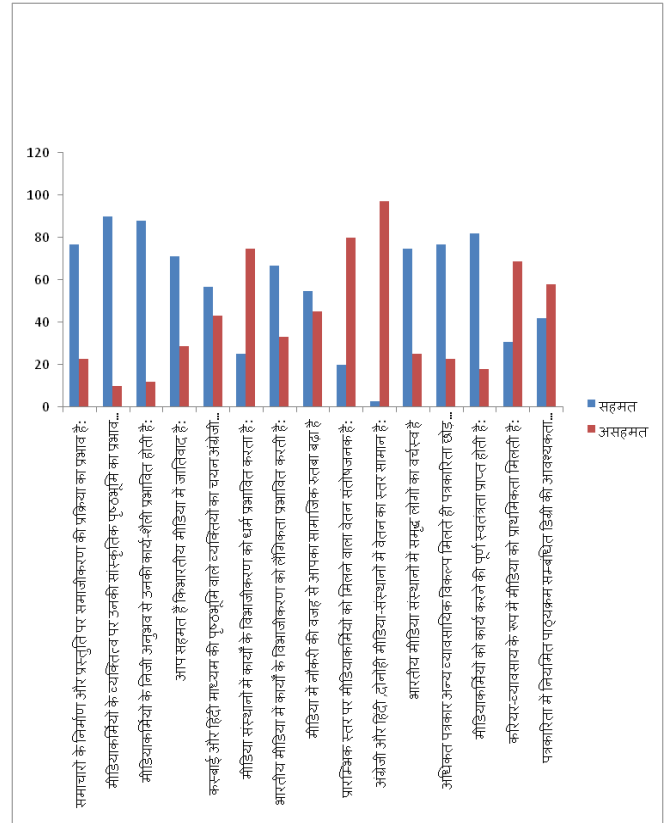
12. पूर्वोक्त

13. पूर्वोक्त

विविधता से भरे भारतीय समाज की मीडिया में विविधता के संकेत नजर नहीं आते। समाज की भिन्नता मीडिया में और प्रखर हो जाती है। जाति, धर्म अथवा लिंग भेद एक प्रकार की मनोदशा है जो व्यक्ति में समाजीकरण के द्वारा चेतन और अवचेतन अवस्थाओं के संयुक्त परिस्थितियों में निर्मित होती है। मीडियाकर्मी मीडिया में स्थापित सवर्णों, पुरुषों की अधिसत्ता को स्वीकार करें अथवा नहीं किन्तु मीडियाकर्मियों की सामाजिक पृष्ठभूमि इस पर सत्यता का मोहर लगाती है। लोकतंत्र की बात करने वाली मीडिया में समाज के समस्त वर्गों की आवाज़ सम्मिलित नहीं है, इसे सामाजिक, आर्थिक, और शैक्षणिक पृष्ठभूमि के अध्ययन से प्राप्त आंकड़े और खबरों के चरित्र की विवेचना उजागर करते हैं। आरक्षण का मुद्दा हो अथवा दो जातीय विशेष की भिड़ंत या फिर महिलाओं के उत्पीड़न की सूचना, मीडिया की निष्पक्षता पर सवाल उठते रहे हैं।

लेखक ने मीडियाकर्मियों से प्रस्तुत लेख से सम्बंधित बात-चीत करने का प्रयास किया तो निम्नलिखित चित्र उभर कर सामना आये— मीडिया संगठनों में कार्यिक जिम्मेदारियों के बंटवारे पर भी सवाल उठते रहे हैं। धार्मिक भेद-भाव को स्वीकारने वाले मात्र 25 फीसदी मीडियाकर्मी मिले किन्तु महिलाओं के साथ कार्य के वितरण पर भेदभाव को विशेष परिस्थितियों का हवाला दे कर अधिकतर मीडियाकर्मियों ने स्वीकारा।¹⁴ मीडिया समाज का दर्पण अवश्य है किन्तु इसकी खबरों का आधार सामाजिक सरोकार पर ही निर्भर होना चाहिए। इस प्रकार की मीडिया की छवि मीडिया को समाज का दर्पण तो अवश्य बना देती है किन्तु खबरों को व्यवहारिक रूप से न्यायसंगत नहीं बना पाती।

बुनियादी खबरें मीडिया के पृष्ठ / दृश्य से गायब होने लगी है, इसका कारण मात्र उपरोक्त भाव तक सीमित नहीं है अपतु व्यक्ति की महत्वकांक्षाएं भी है। सामान्य जीवन से मीडिया संगठन में आने के बाद व्यक्ति, जीवन के आकर्षण एवं चकाचौंध को जब करीब से देखता है तो धीरे-धीरे खुद को उसी जीवन का हिस्सा समझने लगता है, किन्तु उस आकर्षण को निजी जीवन में वहन करने का सामर्थ्य नहीं होता। इसलिए उनकी खबरें पेड न्यूज़ में तब्दील होने लगती है। धीरे-धीरे अधिकतर मीडियाकर्मी आकर्षण के भ्रम जाल में फंसते चले जाते हैं और मौलिकता से दूर होने लगते हैं। प्रतिस्पर्द्धा और मुनाफा कमाने के होड़ में मीडिया के वास्तविक मूल्य को भूल जाते हैं।



कृत्रिमता की वजह से मीडिया पर से लोगों का विश्वास हटते जा रहा है और मीडिया समाज की प्रहरी होने के बजाय विनोदक का रूप लेने लगी है। विचारणीय है कि जिस देश में गणेश शंकर विद्यार्थी, माखन लाल चतुर्वेदी, धर्मवीर भारती, रघुवीर सहाय, सर्वेश्वर दयाल सक्सेना जैसे संवेदनशील पत्रकार हुए हों वहां पूर्वाग्रही पत्रकार देश की छवि धूमिल कर जनता को गुमराह करने का प्रयत्न कर रहे हैं। गुणवत्ता पर इसका प्रभाव स्पष्ट दिखता है, पहले अखबार का सम्पादकीय प्रतियोगियों हेतु सूचना का मुख्य श्रोत होता था किन्तु अब इनके बीच से लुप्त होते जा रहा है।

मीडिया के उद्देश्य में परिवर्तन का कारण इनमे काम करनेवालों की प्राथमिकता में आया बदलाव है। पूर्वकालीन मीडिया सामाजिक विकास, सूचना का प्रसार, जागरूकता फैलाने का काम करती थी। आज़ादी की लड़ाई के वक्त क्रांतिकारियों की ताकत बनी, आज़ादी के बाद सत्ता और जनता के बीच सेतु का काम किया। इस भांति मीडिया आवश्यकता के अनुसार स्वयं को परिवर्तित करते हुए सदैव राष्ट्र को सशक्त करने में सहायक रही। इसी वजह से इन्द्रविद्यावाचस्पति पत्रकारिता को 'पांचवां वेद'

14. पूर्वोक्त

मानते हैं। इन्द्रविद्यावाचस्पति के शब्दों में- “पत्रकारिता पांचवां वेद है, जिसके द्वारा हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जान कर अपने मस्तिष्क को मांजते हैं तथा बौद्धिक चक्षु को खोलते हैं”।

भूमंडलीकरण के युग में मीडिया का आदर्श परिवर्तित हो गया है। आज जागरूकता लाने की जगह इसका उद्देश्य अधिक से अधिक अर्थ का उपार्जन करना हो गया है।¹⁵ कई प्रतिष्ठित पत्रकारों ने ऑफ लाइन बताया कि सूचनाओं और समाचारों का संकलन हो अथवा खेल के मैदान से सीधा प्रसारण, घोटाले का पर्दाफास हो या किसी के कृतित्व का बखान, सभी प्रकार की खबरों की प्रस्तुति पूर्वनियोजित और प्रायोजित होती है।

मूल रूप में पत्रकारिता जन-भावना की अभिव्यक्ति, सद्भावों की अनुभूति और नैतिकता की पीठिका है। इसलिए इसमें कार्य करने वाले व्यवसायी की जिम्मेदारी बढ़ जाती है। मुनाफे के लिए कार्य बेशक करें किन्तु समाज को विकास की पगडंडियों पर ले जाने का दायित्व भी पूरा करें। ये तभी संभव है जब मीडिया में प्रवेश पाने वाले व्यक्ति शिक्षित होने के साथ-साथ समाज के प्रति संवेदनशील भी हों। सामाजिक विकास के लिए जूनून हो। वर्तमानिक काल में मीडिया संस्थानों में शिक्षण संस्थानों के डिग्रीधारियों की नियुक्तियां तो हो जाती है, तकनीकी रूप से दक्ष होते हैं अथवा कर दिए जाते हैं, किन्तु सामाजिक पूर्वाग्रहों से निजात नहीं ले पाते।

मीडिया और समाज के बीच अन्योन्याश्रित सम्बन्ध है, अतः मीडिया को स्वस्थ एवं सशक्त स्वरूप देने के लिए समाजीकरण की प्रक्रिया को स्वस्थ तथा अनुशासित करना आवश्यक है। इसके लिए जड़-स्तर पर कार्य करना होगा, अन्यथा इससे सम्पूर्ण राष्ट्र का सामाजिक विकास प्रभावित होगा। मीडिया सूचना का व्यवसाय करता है, अस्तु इसका सीधा सरोकार जनता से है।¹⁶ अन्य किसी व्यवसाय में ऐसा नहीं है, चाहे चिकित्सक हों या अधिवक्ता, एक साथ जनसमूह को प्रभावित करने की क्षमता मीडिया सद्श्य नहीं रखते हैं। इस कारण समाज के प्रति मीडिया की जिम्मेदारी अपेक्षाकृत अधिक हो जाती है।

पिछले एक दशक में भारतीय मीडिया में ऐतिहासिक

विस्तार हुआ है। यह विस्तार बहुआयामी है, अस्तु इसकी छाप मीडिया के सभी पहलुओं पर आसानी से देखी जा सकती है। इस दौरान मीडिया की पहुँच कार्यक्रमों की गुणवत्ता, प्रसारण, तकनीक और प्रतिस्पर्द्धा सरीखे हर क्षेत्रों में बढ़ी है। समाचार पत्रों, टेलीविजन, रेडियो चैनलों और वेब पोर्टल की संख्या बढ़ोतरी आने के साथ-साथ उसकी विषय-वस्तु में भी अभूतपूर्व विस्तार देखा जा सकता है। किन्तु भारतीय मीडिया की स्थिति गुणवत्ता एवं प्रस्तुति के स्तर पर दुरुस्त हुयी है, इससे अधिकांश भारतीय मीडियाकर्मी ही सहमत नहीं हैं। कुछ ने भारतीय मीडिया को विश्व स्तर पर शिशु बताया तो कुछ ने पिछड़ा, भारतीय मीडिया को दुरुस्त बताने वाले मीडियाकर्मी मात्र 8 प्रतिशत ही मिले।¹⁷

निष्कर्ष:

किसी भी व्यवसाय की संस्कृति वहां कार्य करने वाले कर्मियों के द्वारा स्थापित होती है, ठीक उसी प्रकार जैसे किसी क्षेत्र विशेष की संस्कृति वहाँ के निवासियों के माध्यम से विकसित होती है। मीडिया में जब तक खबरों के निर्माण में विभिन्नता का रंग शामिल नहीं होगा तब तक वो जनता की आवाज़ नहीं बन पायेगा। मीडिया को महानगरों और नगरों के राजमार्ग से निकल कर गांवों तथा कस्बों की गलियों तक पहुंचना होगा। तभी सूचनाएं समृद्ध और विकसित हो पाएंगी। इसी प्रकार की कुछ स्थिति सन् 1970 ई. में अमेरिकी मीडिया में प्रकाश में आई थी। फलस्वरूप वहां की सहकारी क्षेत्रों के द्वारा विभिन्नता की नीतियों को अपनाया गया जिसके पश्चात सी. एन. एन. और फॉक्स चैनल में स्थितियां नियंत्रण में आई और खबरों के निर्माण में काले लोगों की भागीदारी भी बढ़ी।

मीडिया और समाज के बीच अन्योन्याश्रित सम्बन्ध है, अतः मीडिया को स्वस्थ एवं सशक्त स्वरूप देने के लिए समाजीकरण की प्रक्रिया को स्वस्थ तथा अनुशासित करना आवश्यक है। मीडिया सूचना का व्यवसाय करता है, अस्तु इसका सीधा सरोकार जनता से है। अन्य किसी व्यवसाय में ऐसा नहीं है, चाहे चिकित्सक हों या अधिवक्ता, एक साथ जनसमूह को प्रभावित करने की क्षमता मीडिया सद्श्य नहीं रखते हैं। इस कारण समाज के प्रति मीडिया की जिम्मेदारी अपेक्षाकृत अधिक हो जाती है।

15. ब्रूस ई डुशल और कैथलीन जर्मन (संपादित), द एथिक्स ऑफ़ इमर्जिंग मीडियारू सूचना, सामाजिक मानदंड और नई मीडिया प्रौद्योगिकी, न्यूयॉर्क: कटिनम, 2011.

16. बाल्नेक्स, मार्क, डेबरा मेरहोफर और ब्रायन शॉस्समैथ शमीडिया प्रोफेशंस एंड द न्यू ह्यूमनिज्म, कंटिन्यूमरू जर्नल ऑफ़ मीडिया एंड कल्चरल स्टडीज, टवस. 18 (2), चच. 191-203, 2004.

17. पूर्वोक्त, दव.2.

and is centrally available on a portal.

3. A list of socially irresponsible firms should be released in the public which can make the consumer aware about their practices.

4. Socially responsible firms should be rewarded for the contribution in CSR to motivate them for further contribution and make a difference in the society.

REFERENCE :

1. CSR and its Impact on Consumer Behavior A Study of the Cosmetic Industry by Guosheng Zhao
2. The Effect Of CSR On Consumer's Buying Behavior by Parminder Kaur
3. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior by LA Mohr
4. Impact of CSR on Consumer Behavior of Bahraini Women in Cosmetics Industry by Subhadra Gangule
5. INVESTIGATING STUDENTS AWARENESS AND USAGE INTENTION TOWARDS HALAL LABELLED COSMETICS AND PERSONAL CARE PRODUCTS IN MALAYSIA by Phuah Kit Teng
6. Corporate social responsibility as a means of marketing to and communicating with customers within stores: A case study of UK food retailers by Peter Jones
7. The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Behaviour by Gautam Aggarwal
8. The Impact of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior in The Restaurant Industry of Vaasa by Doan Thi Thuy Trang
9. Do stakeholder management strategy and salience influence corporate social responsibility in Indian companies? by Supriti Mishra



पृष्ठ 130 का शेष मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि.....

पिछले एक दशक में भारतीय मीडिया में ऐतिहासिक विस्तार हुआ है। यह विस्तार बहुआयामी है अस्तु इसकी छाप मीडिया के सभी पहलुओं पर आसानी से देखी जा सकती है। इस दौरान मीडिया की पहुँच कार्यक्रमों की गुणवत्ता, प्रसारण, तकनीक और प्रतिस्पर्द्धा सरीखे हर क्षेत्रों में बढ़ी है। समाचार पत्रों, टेलीविजन, रेडियो चौनलों और वेब पोर्टल की संख्या बढ़ोतरी आने के साथ-साथ उसकी विषय-वस्तु में भी अभूतपूर्व विस्तार देखा जा सकता है, आवश्यकता है तो संतुलन लाने की।

समाजीकरण की प्रक्रिया को दुरुस्त करने के ध्येय से संसद हो अथवा सरकारी नौकरी, शैक्षणिक संस्थान हों या ग्रामीण किसान, आरक्षण तथा सरकारी योजनाओं की वजह से सामाजिक एवं आर्थिक कार्यों में अल्पसंख्यकों की भागीदारी बढ़ी है। पूँजी का फैलाव भी अल्पसंख्यकों तक हुआ है। अतेव मीडिया को निजी व्यवसायिक हितों को ध्यान में रखते हुए विभिन्नता की नीति को स्वीकार करने की पहल करनी चाहिए। साथ ही व्यावसायिक नीतियों के निर्माण और तदोपरांत लागू करने की आवश्यकता पर बल देना चाहिए। जहाँ अन्य निगमित क्षेत्र वेतन, कार्य-अवधि,

कार्य-दबाव, व्यवसायिक स्थिरता, व्यवसायिक भविष्य सम्बंधित योजनाओं को ले कर दिन-प्रति-दिन नियमानुकूल होते जा रहे हैं, वहीं मीडिया संगठन असंतोष की विभिन्नता को प्रस्तुत करने का उदाहरण बनते जा रहा है। इसी कारण झुंझ प्रतिशत मीडियाकर्मियों को मीडिया को आजीविका का माध्यम बनाने पर अफ़सोस है। ये तस्वीर मीडिया के स्वस्थ भविष्य हेतु अच्छा नहीं है।

मीडिया में प्रवेश हेतु अन्य व्यवसाय की तरह पारदर्शी पैमाना अपनाना चाहिए साथ ही कर्मचारियों के वर्तमान और भविष्य की सुरक्षा से सम्बंधित योजनाएं होनी चाहिए। समाज के विकासोन्मुख होने के साथ-साथ मीडिया को भी विकसित अवस्था को प्राप्त करने का प्रयास करना चाहिए। इसके लिए मीडिया को संगठनात्मक सुधार के साथ अध्ययन केंद्रों में भी सैद्धांतिक तथा व्यवहारिक शिक्षण एवं प्रशिक्षण के तरीके में सुधार लाने की आवश्यकता है। समाजीकरण की लम्बी और निरंतर प्रक्रिया में मीडिया एक सशक्त सहयोगी है। अतः इसमें कार्य कर रहे व्यक्तियों की मनोदशा संतुलित रहेगी तभी सूचनाएं संतुलित रहेंगी और तभी समाज भी संतुलन की ओर अग्रसर हो सकेगा।

