

पत्रकारिता के बारे में श्रमजीवी पत्रकारों के विचारों का अध्ययन (मध्यप्रदेश के विशेष संदर्भ में)

□ डॉ. राखी तिवारी

□ अनवर खान मंसूरी

सारांश :- पत्रकारिता का परिदृश्य दिनों-दिन बदलता ही जा रहा है। पिछले दशकों के मुकाबले मीडिया के स्वरूप में बहुत परिवर्तन हुए हैं, फिर चाहे प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया। सोशल मीडिया के आने से पत्रकारिता में सकारात्मक और नकारात्मक परिवर्तन हुए हैं। वहीं पत्रकारिता पेशे को करियर के रूप में चुनने वाले युवावर्ग की संख्या में इजाफा होता जा रहा है। इन बदलावों के साथ-साथ श्रमजीवी पत्रकार स्वयं को कई चुनौतियों के बीच खड़ा हुआ पाता है।

महत्वपूर्ण शब्द :- श्रमजीवी पत्रकार, ग्लोबलाइजेशन, आचार संहिता, मीडिया संस्थान

प्रस्तावना :

मीडिया की इस बेशुमार शक्ति और प्रभाव का प्रयोग व संचालन मानव, समाज और देश हित में करने की महत्वपूर्ण जिम्मेदारी उन श्रमजीवी पत्रकारों के कंधों पर है जिनके अंदर समर्पण, त्याग, आत्मसंयम और सहनशीलता का जज्बा है। जो अपनी बुद्धि, ज्ञान, सकारात्मक विचारों से देश एवं समाज हित में कुछ करने का हौसला रखते हैं। मीडिया को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ की संज्ञा दी गई है, क्योंकि किसी भी लोकतांत्रिक समाज की व्यवस्था संचालन और उसे नई दिशा एवं दशा देने में मीडिया की भूमिका अहम होती है। ग्लोबलाइजेशन के इस दौर में सूचना और तकनीकी क्रांति के बाद दूसरे पायदान पर मीडिया की भूमिका एवं उसके प्रभाव में आशातीत वृद्धि हुई है। मीडिया संस्थान में काम करने वाले हर पत्रकारों की गिनती एक बुद्धिजीवी प्राणी के रूप में होती है। इनकी कलम बिना किसी स्वार्थ और

भेदभाव किए जनता के कल्याण और देश हित में चलती है। जनता को मीडिया से बहुत सारी उम्मीदें हैं। उपेक्षित लोगों की दबी हुई आवाज एवं मुद्दों को उठाने का काम मीडिया के प्रहरी श्रमजीवी पत्रकारों पर है? ऐसे माहौल में पत्रकारों की पत्रकारिता के बारे में क्या धारणाएं हैं? वह इसके बारे में क्या सोचते हैं? इस पेशे में उन्हें कितनी आजादी है? इस पेशे में आने के कारणों आदि के बारे में श्रमजीवी पत्रकारों के विचारों का अध्ययन इस शोध अध्ययन के माध्यम से जानने की कोशिश की गई है।

शोध के उद्देश्य:

1. पत्रकारों की पत्रकारिता के बारे में धारणाओं का पता लगाना।

शोध की प्रासंगिकता:

पत्रकारों को सिर्फ सालभर के लिए नियोजित किया जाता है, और बिना किसी पूर्व सूचना के उन्हें नौकरी से बेदखल कर दिया जाता है। बदले में

□ एसोसिएट प्रोफेसर एवं विभागाध्यक्ष, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

□ शोधार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

न कोई मुआवजा राशि और न ही किसी प्रकार का भत्ता दिया जाता है। कार्यरत श्रमजीवी पत्रकारों को भी सुविधाओं के नाम पर कुछ नहीं दिया जाता है। काम के घंटे निर्धारित होने के बाद भी श्रमजीवी पत्रकारों से अनिश्चित घंटे काम कराया जाता है। क्षमता से अधिक कार्य करने से अधिकतर श्रमजीवी पत्रकार समय से पहले बूढ़े हो रहे हैं, वहीं मानसिक तनाव और विविध शारीरिक समस्याओं से ग्रसित हो रहे हैं। उनका व्यक्तिगत, पारिवारिक और सामाजिक जीवन निराशाजनक होता है। इस अध्ययन से प्राप्त निष्कर्ष के आधार पर सरकार को पत्रकारों के लिए कई हितकर एवं कल्याणकारी योजनाएँ बनाने में भी सहायक सिद्ध होगा। वहीं पत्रकार वर्ग खुद पत्रकारिता के साथ-साथ अपने सामाजिक जीवन को खुशहाल बना सके, अपने भविष्य एवं हितों की रक्षा, सुरक्षा एवं सुरक्षा सुनिश्चित करने हेतु विभिन्न कल्याणकारी योजनाएँ बनाने की ओर कई ठोस कदम उठाने के लिए वह सरकार से मांग भी कर सकते हैं।

धारणा:

इस शोध अध्ययन में श्रमजीवी पत्रकारों की धारणाओं से अर्थ सोच, समझ, बोध, राय, अनुभूति और प्रत्यक्ष ज्ञान है। इसका मतलब किसी विचार, विश्वास, निश्चित मत या दृष्टिकोण और मानसिकता से भी लगाया जाता है। कैंब्रिज डिक्शनरी के अनुसार, धारणा का अर्थ विश्वास या राय से है, जो अकसर लोगों द्वारा किसी चीज को देखने और समझने के आधार पर बनाई जाती है। मनोवैज्ञानिक इगली और चायकेन के अनुसार, धारणा एक मनोवैज्ञानिक प्रवृत्ति है जो किसी इकाई विशेष की कुछ हद तक पक्ष या विराग से मूल्यांकन द्वारा अभिव्यक्त किया जाता है। धारणा एक ऐसा मनोभाव है जिसका संबंध किसी विषय, घटना या विचार से होता है। यह जन्मजात भी नहीं होती है बल्कि कोई व्यक्ति इसे अपने जीवनकाल में बनाता है एवं यह व्यक्ति के व्यवहारों को एक

निश्चित दिशा में निर्देशन करता है। एक बार किसी चीज के प्रति बनी धारणा स्थाई हो जाती है, लेकिन परिस्थितियों में परिवर्तन होने पर इसमें भी बदलाव होता है।

साहित्य समीक्षा:

अनुसंधान विषय से संबंधित कुछ प्रमुख अध्ययनों को साहित्य समीक्षा में सम्मिलित किया गया, जो कि अनुसंधान समस्या को सफल एवं सार्थक आधार प्रदान करने में उपयोगी साबित हुए। ओकोरो एवं ओन्यूओहा (2013) द्वारा नाइजीरिया में पत्रकारों की खराब आर्थिक और सामाजिक दशा के कारण 'ब्राउन एनवेलप सिंड्रोम' जैसी आचार संहिता उल्लंघन के प्रति पत्रकारों की अवधारणा के अध्ययन में पाया कि यह खबरों के लिए स्रोत को भुगतान करने और न्यूज स्टोरी लिखने के लिए सर्वाधिक चलन में है। इसके पीछे के कारणों के संबंध में पत्रकारों ने बताया कि यह पत्रकारों की खराब आर्थिक और सामाजिक दशा के कारण होता है। उन्हें मिलने वाले कम वेतन और भत्ते के साथ ज्यादा पाने की पत्रकारों की लालच के तहत ऐसा होता है। साथ ही उन्होंने आचार संहिताओं के संबंध में उनमें प्रशिक्षण की कमी को भी इसका जिम्मेदार ठहराया है। ब्राउन इनवेलप सिंड्रोम के प्रभाव पर पत्रकारों का बहुमत इस बात पर सहमति रखता है कि इस बुराई से पत्रकारिता के प्रति समाज में नकारात्मक छवि बन रही है। इसकी वजह से कई बार समाज और जनहित के लिए उपयोगी स्टोरी किल कर दी जाती है जबकि कम महत्वपूर्ण और यहां तक कि महत्वहीन स्टोरी अखबारों में प्रकाशित कर दी जाती है। ब्राउन इनवेलप सिंड्रोम को रोकने में व्यावसायिक संस्थानों की भूमिका के सवाल पर पत्रकारों का मत है कि इसे रोकने के लिए व्यावसायिक संस्थानों को गंभीर कदम उठाने चाहिए। बसु एएम एवं कोलवाल जीबी (2005) ने दक्षिण भारत की "महिला पत्रकारों की आर्थिक एवं

सामाजिक दशा” का अध्ययन किया। यह अध्ययन आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, तमिलनाडु और केरल के विशेष संदर्भ में था। इस शोध में उन्होंने महिला पत्रकारों की आर्थिक एवं सामाजिक दशा उनके उत्तरों के आधार पर जानने की कोशिश की गई। अध्ययन में दक्षिण भारत की 250 महिला श्रमजीवी पत्रकारों को शामिल किया गया, जो विभिन्न मीडिया संस्थानों में कार्यरत थीं। महिला पत्रकारों की सामाजिक एवं आर्थिक दशा संबंधित इस अध्ययन में उनकी नौकरी, शिक्षा, आर्थिक दशा और उनके निर्णय लेने की क्षमता के बारे में पता चलता है। उत्तरदाताओं से उनकी आयु, शैक्षणिक योग्यता, धर्म, जाति, मूल निवासी, विवाहित या अविवाहित एवं पारिवारिक प्रकार जैसे एकल या संयुक्त परिवार आधारित जानकारी एकत्रित की गई थी। बसु ए.एम. एवं कोलवाल जी.बी. ने इस अध्ययन में पाया कि महिला सशक्तिकरण जो कि बच्चों के पालन-पोषण तक ही सीमित नहीं है, बल्कि वह अपनी योग्यता एवं उच्च क्षमता के बल पर कई सकारात्मक कार्यों में उपलब्धियाँ भी प्राप्त कर लेती हैं। वह कई उच्च पदों एवं चुनौतीपूर्ण कार्यों को अपनी काबिलियत के आधार पर करने में सक्षम होती हैं। उनमें यह भी काबिलियत देखी गई कि वह अपनी जिंदगी का रास्ता स्वयं तय कर सकती हैं। यह सर्वे महिला पत्रकार की अपनी नौकरी की जिम्मेदारी के साथ-साथ वह पारिवारिक रिश्तों एवं बच्चों के पालन-पोषण व उनके स्वास्थ्य के कारकों पर भी प्रकाश डालता है। डाटा के सांख्यिकीय विश्लेषण से पता चला कि अधिकतर उत्तरदाता हिन्दू धर्म से थीं, साथ ही अधिकतर युवा महिला पत्रकार इस पेशे से जुड़ी जा रही हैं। इतना ही नहीं वह पत्रकारिता क्षेत्र से संबंधित विशेष शैक्षणिक योग्यता प्राप्त कर मीडिया में आ रही हैं। आजकल महिला पत्रकार अस्थायी प्रशिक्षण प्राप्त करके भी आसानी इस क्षेत्र में प्रवेश कर रही हैं। इसलिए यह सर्वे एक विश्लेषण का

आधार बन गया है और दूसरे तथ्यों पर अगले अध्ययन के लिए।

किसी भी वर्ग की सामाजिक पड़ताल के बारे में उत्तरदाता का सामाजिक एवं आर्थिक परिवेश की जानकारी महत्वपूर्ण होती है। ऐसी परिचर्चा से न सिर्फ सही संदर्भ, सामाजिक बनावट एवं आर्थिक स्तर के बारे में जानकारी प्राप्त होती है, बल्कि उत्तरदाताओं के जवाबों से उनकी पहचान, सामाजिक परिवेश, आर्थिक स्थिति और उनके सामाजिक संघर्ष के बारे में पता चलता है। यह शोध महिला श्रमजीवी पत्रकारों की सामाजिक उत्पत्ति, सामाजिक एवं आर्थिक स्तर पर भी प्रकाश डालता है। इससे यह भी पता चलता है कि उनकी महिला श्रमजीवी पत्रकारों की सामाजिक और आर्थिक आजादी वर्तमान भारतीय समाज में क्या है। किसी भी सामाजिक अध्ययन में समग्र के आर्थिक और सामाजिक परिवेश का खास महत्व होता है। सामाजिक अनुसंधान में किसी भी समूह या समाज का आर्थिक एवं सामाजिक स्तर महत्वपूर्ण कारक होता है। इस तरह के अध्ययन में उत्तरदाताओं के सामाजिक उत्पत्ति और आर्थिक दशा पर सही प्रकाश डालता है। इस अध्ययन में 250 महिला पत्रकारों को शामिल किया गया, जो कि प्रिंट मीडिया एवं टेलीविजन में अलग-अलग पदों पर कार्यरत है, जिससे उनकी गुणवत्ता और उनकी संख्या का पता चलता है। त्रैमासिक पत्रिका जर्नलिज्म एवं मास कम्युनिकेशन में प्रकाशित लेख (2015) के अनुसार इरेरी किओको (2013) ने केन्याई देश के श्रमजीवी पत्रकारों पर ‘कम वेतनमान लेकिन नौकरी की अतिसंतुष्टि: एक राष्ट्रीय शोध केन्याई देश के श्रमजीवी पत्रकारों के विशेष संदर्भ में शीर्षक विषय पर अनुसंधान अध्ययन किया। इरेरी ने यह शोध केन्या के 62 विभिन्न मीडिया संस्थानों के 504 श्रमजीवी पत्रकारों जो ऑनलाइन एवं प्रिंट मीडिया में कार्यरत थे उन पर किया। उन्होंने पत्रकारों की नौकरी संतुष्टि संबंधित

विभिन्न अध्ययनों का विश्लेषण एवं भिन्न-भिन्न संतुष्टि के कारकों पर अलग-अलग निष्कर्ष निकाले। जैसे कि वेतनमान, काम के घंटे, खबरों को आजादी आदि। पत्रकारों की संतुष्टि संबंधित विभिन्न अध्ययनों का उन्होंने गहन रूप में विश्लेषण किया। उन्होंने शोध में पाया कि केन्या के पत्रकार अपने इस नौकरी-पेशे से अतिसंतुष्ट थे, लेकिन साथ ही ये पत्रकार कम वेतनमान पाने की वजह से असंतुष्ट भी थे।

शोध प्ररचना एवं प्रविधि :

अनुसंधान में आंकड़ों के एकत्रीकरण के लिए प्रश्नावली विधि का प्रयोग किया गया। सैंपल का चयन उद्देश्यपूर्ण तरीके से किया गया। इसके अंतर्गत मध्यप्रदेश में प्रकाशित एवं प्रसारित होने वाले विभिन्न मीडिया संस्थानों (प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक) में कार्यरत श्रमजीवी पत्रकारों में से सैंपल के रूप में 500 का चयन किया। सर्वे के लिए मध्यप्रदेश की राजधानी भोपाल सहित संभाग, जिला एवं तहसील स्तर पर कार्यरत श्रमजीवी पत्रकारों को शामिल किया गया। इकाई के रूप में एडिटर, संवाददाता, सब एडिटर और फोटोर्जनलिस्ट को शामिल किया गया। इसमें मध्यप्रदेश के 10 संभागों में से 4 संभाग भोपाल, इंदौर, जबलपुर एवं ग्वालियर शामिल हैं। 51 जिलों में से 6 जिले देवास, सीहोर, रायसेन, विदिशा, होशंगाबाद और हरदा को शामिल किया गया था।

विवेचना एवं विश्लेषण :

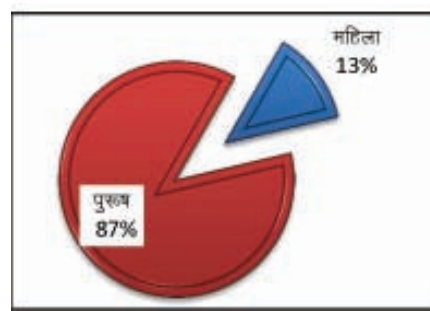
सैंपल के रूप में मध्यप्रदेश के 500 चयनित श्रमजीवी पत्रकारों से विविध पहलुओं को ध्यान में रखते हुए 65 प्रश्नों की प्रश्नावली भरवाई गई। इसके माध्यम से विभिन्न मीडिया संस्थानों में कार्यरत श्रमजीवी पत्रकारों के विचार जाने गए और डाटा एकत्रित कर एक्सेल सॉफ्टवेयर के द्वारा कम्प्यूटर में डालकर जाँचा गया। सांख्यिकीय विश्लेषण के लिए एसपीएसएस (स्टैटिस्टिकल पैकेज फॉर सोशियल

साइंस) का इस्तेमाल किया गया। आवृत्ति, प्रतिशत, टी-परीक्षण, काई वर्ग परीक्षण एवं अनोवा परीक्षण के माध्यम से प्रश्नों की बनाई गई तालिकाओं का विश्लेषण, विवेचना कर निष्कर्ष निकाले गए। इसे नीचे विस्तार के साथ समझाया गया।

प्रश्न-1. जेंडर

जेंडर	आवृत्ति	प्रतिशत
महिला	63	12.6
पुरुष	437	87.4
कुल	500	100

स्रोत: सर्वे आधारित तालिका- 1



तालिका एवं ग्राफ-1. कुल 500 उत्तरदाताओं में से 437 यानी 87.4 प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष है। वहीं 63 (12.6 प्रतिशत) उत्तरदाता महिलाएँ हैं।

प्रश्न-2. पत्रकारिता पेशे में आने के पीछे महत्वपूर्ण कारणों के बारे में महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों के बीच तुलना।

दो समूह महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं से पत्रकारिता पेशे में आने के लिए पूछे गए आठ महत्वपूर्ण कारणों के विचारों के बारे में अध्ययन किया गया। प्रत्येक कारण के उत्तर को फोर प्वाइंट स्केल पर परखा गया। जैसा कि 1. महत्वहीन 2. कम महत्वपूर्ण 3. थोड़ा महत्वपूर्ण 4. सर्वाधिक महत्वपूर्ण। हरेक कारण के अंतर को पुरुष एवं महिला के बीच टी-परीक्षण से जानने की कोशिश की गई है। जिसका परिणाम तालिका-2 में दर्शाया गया है। सभी कारणों को एक-एक करके नीचे विस्तारपूर्वक समझाया गया है।

तालिका-2 पत्रकारिता पेशे में आने के पीछे महत्वपूर्ण कारणों के बारे में महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार ।

विचार		महिला (N=63)		पुरुष (N=437)		टी-मान (t-value)
		औसत (Mean)	मा.वि. (SD)	औसत (Mean)	मा.वि. (SD)	
2.1	ग्लैमर से प्रभावित होकर	3.11	1.079	2.38	1.153	4.714**
2.2	समाज में विशेष सम्मान एवं पहचान पाने के लिए	3.37	.848	3.08	1.001	2.186*
2.3	देश एवं समाज के लिए कुछ करने हेतु	3.33	.861	3.45	.835	1.019NS
2.4	पत्रकारिता के जरिए नए अवसरों की तलाश के लिए	2.03	1.137	2.30	1.144	1.710NS
2.5	केवल जीविकोपार्जन के साधन के लिए	2.68	.913	2.73	1.029	.363NS
2.6	बिना किसी पूर्व उद्देश्य के अचानक आना	2.14	.931	2.15	1.001	.078NS
2.7	परिवार के सदस्य, दोस्त, किसी अन्य के कहने पर	1.41	.816	1.43	.839	.155NS
2.8	टीवी एंकर, होस्ट या रिपोर्टर से प्रभावित होकर	1.46	.858	1.41	.807	.421NS

स्रोत: सर्वे पर आधारित ** .01 के स्तर पर महत्वपूर्ण, * .05 के स्तर पर महत्वपूर्ण, NS= महत्वपूर्ण नहीं.

- 2.1 ग्लैमर से प्रभावित होकर:- तालिका-2 में दर्शाया गया टी-परीक्षण मान-4.714, महत्वपूर्ण .01 के स्तर पर है। इसका मतलब यह है कि महिला एवं पुरुष के विचारों के अंतर में फर्क नहीं है। जैसा कि महिला का अधिक औसतमान 3.11 एवं पुरुष का कम औसतमान 2.38 है। जो फोर प्वाइंट स्केल पर (3.11= 3 एवं 2.38=2) है। इसका अर्थ यह हुआ कि महिला उत्तरदाताओं के विचार ग्लैमर से प्रभावित होकर पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है। जबकि पुरुष उत्तरदाताओं के विचार ग्लैमर से प्रभावित होकर पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में कम महत्वपूर्ण है।
- 2.2 समाज में विशेष सम्मान और पहचान पाने के लिए:- महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों में महत्वपूर्ण अंतर है। तालिका-2 में टी-मान 2.186, महत्वपूर्ण .01 के स्तर पर है। जहाँ महिला का

अधिक औसतमान 3.37 एवं पुरुष का कम औसतमान 3.08 है, लेकिन सांख्यिकीय रूप से इनके विचारों में कोई अंतर नहीं है। जो फोर प्वाइंट स्केल 3.37=3 एवं 3.08=3 है। इससे स्पष्ट है कि महिला उत्तरदाताओं के विचार समाज में विशेष सम्मान और पहचान पाने के लिए पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी समाज में विशेष सम्मान और पहचान पाने के लिए पत्रकारिता में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है।

- 2.3 देश और समाज के लिए कुछ करने हेतु:- तालिका-2 के अनुसार महिला का औसतमान 3.33 और पुरुष का औसतमान 3.45 है। (फोर प्वाइंट स्केल में 3.33=3 एवं 3.45=3)। तालिका में टी-परीक्षण का मान महत्वपूर्ण नहीं है। इसका अभिप्राय यह है कि महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं

के विचारों में सांख्यिकीय रूप में कोई फर्क नहीं है। यानी महिला उत्तरदाताओं के विचार देश और समाज के लिए कुछ करने के लिए पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है। वहीं पुरुष उत्तरदाता के विचार भी देश और समाज में कुछ करने के उद्देश्य से पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है। (टी-का मान 1.01, महत्वपूर्ण नहीं)।

- 2.4 पत्रकारिता के जरिए नए अवसरों की तलाश के लिए :- इसके अंतर्गत तालिका-2 में दिया टी-परीक्षण का मान = .363, महत्वपूर्ण नहीं है। जो महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों में महत्वपूर्ण अंतर नहीं होना दर्शा रहा है। इसके मायने यह है कि महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों के अंतर में फर्क नहीं है। जैसा कि तालिका-2 में महिलाओं का कम औसत 2.03 और पुरुष का अधिक औसत मान 2.30 में सांख्यिकीय रूप से कोई महत्वपूर्ण अंतर नहीं है। यह फोर प्वाइंट स्केल पर $2.03 = 2$ एवं $2.30 = 2$ की ओर इंगित करता है। इसका आशय यह है कि महिला उत्तरदाताओं के विचार पत्रकारिता के जरिए नए अवसरों की तलाश के लिए पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में कम महत्वपूर्ण हैं वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी पत्रकारिता के जरिए नए अवसरों की तलाश के लिए आने के बारे में कम महत्वपूर्ण है।

- 2.5 केवल जीविकोपार्जन के साधन के लिए:- तालिका-2 में टी-परीक्षण का मान .363, महत्वपूर्ण नहीं है। इससे यह पता चलता है कि महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों के अंतर में फर्क नहीं है। पुरुष उत्तरदाताओं का औसतमान 2.73 एवं महिला का औसतमान 2.68 लगभग बराबर है। जो फोर प्वाइंट स्केल में ($2.73 = 3$ एवं $2.68 = 3$) दर्शाता है। मतलब यह हुआ कि महिला

उत्तरदाताओं के विचार केवल जीविकोपार्जन के मुख्य साधन के लिए पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है, वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी केवल जीविकोपार्जन के मुख्य साधन के लिए पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में थोड़ा महत्वपूर्ण है।

- 2.6 बिना किसी पूर्व उद्देश्य के अचानक आना:- दोनों समूह महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार में महत्वपूर्ण अंतर नहीं है। तालिका-2 में जहाँ टी का मान = .078 दिया है। वह महत्वपूर्ण नहीं है। यानी महिला का औसतमान 2.14 एवं पुरुष का औसतमान 2.15 है। इन दोनों समूह के विचारों के अंतर में फर्क नहीं है। (फोर प्वाइंट स्केल $2.14 = 2$ और $2.15 = 2$)। मतलब यह है कि महिला उत्तरदाताओं के विचार बिना किसी पूर्व उद्देश्य के अचानक पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में कम महत्वपूर्ण है। वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी बिना किसी पूर्व उद्देश्य के अचानक पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में कम महत्वपूर्ण है।

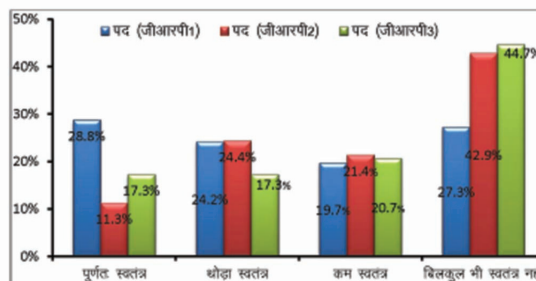
- 2.7 परिवार के सदस्य, दोस्त या किसी अन्य के कहने पर:- टी-परीक्षण का मान .155 तालिका-2 में दिया महत्वपूर्ण नहीं है। इससे यह प्रतीत होता है कि महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों में महत्वपूर्ण अंतर नहीं है। दोनों समूहों के विचारों के अंतर लगभग समतुल्य है। महिला का औसतमान 1.41 एवं पुरुष का औसतमान 1.43 है। फोर प्वाइंट स्केल $1.41 = 1$ एवं $1.43 = 1$ है। अर्थात् महिला उत्तरदाताओं के विचार परिवार के सदस्य, दोस्त या किसी अन्य के कहने पर पत्रकारिता पेशे में आने के बारे में महत्वहीन है, वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी परिवार के सदस्य, दोस्त या किसी अन्य के कहने पर पत्रकारिता में आने के बारे में महत्वहीन है।

● 2.8 टीवी एंकर, होस्ट या रिपोर्टर से प्रभावित होकर पत्रकारिता में आना:- महिला एवं पुरुष उत्तरदाताओं के विचारों के अंतर में फर्क नहीं है। महिला औसतमान 1.46 एवं पुरुष औसतमान 1.41 हैं, जो फोर प्वाइंट स्केल में $1.46=1$ एवं $1.41=1$ है। मतलब यह हुआ कि महिला उत्तरदाताओं के विचार टीवी एंकर, होस्ट या रिपोर्टर से प्रभावित होकर पत्रकारिता में आने के बारे में महत्वहीन है वहीं पुरुष उत्तरदाताओं के विचार भी टीवी एंकर, होस्ट या रिपोर्टर से प्रभावित होकर पत्रकारिता में आने के बारे में महत्वहीन है। तालिका-2 में जो टी-परीक्षण मान दर्शाया है वो महत्वपूर्ण नहीं है। (टी= .421)।

प्रश्न-3. खबरें प्रकाशित एवं प्रसारित करने की स्वतंत्रता के बारे में तीन अलग-अलग पदों के समूह के उत्तरदाताओं के विचारों की तुलना।

तीन अलग-अलग तरह के पद समूहों के उत्तरदाताओं से डाटा संकलित किए गए। जैसा कि जीआरपी1= ग्रुप संपादक एवं अन्य एक जैसे पद, जीआरपी2 = ब्यूरो चीफ एवं अन्य एक जैसे पद और जीआरपी3= विशेष संवाददाता एवं अन्य एक जैसे पद।

ग्राफ-3. खबरें प्रकाशित एवं प्रसारित करने की स्वतंत्रता के बारे में तीन प्रकार के पदों के उत्तरदाताओं के विचारों के बीच तुलना।



स्रोत: सर्वे क्षेत्र के आधार पर

तालिका एवं ग्राफ- 3- काई वर्ग परीक्षण मान 15.715 हैं यह .05 के स्तर पर महत्वपूर्ण है। जो यह दर्शाता है कि इन तीनों समूह के विचारों के अंतर में महत्वपूर्ण अंतर है। तीसरे समूह के लगभग 45 प्रतिशत उत्तरदाता मीडिया संस्थानों में खबरें प्रकाशित एवं प्रसारित करने के लिए बिलकुल भी स्वतंत्र नहीं है। वहीं पहले समूह के 27 प्रतिशत और दूसरे समूह के 43 प्रतिशत उत्तरदाताओं के विचारों के अनुसार वह खबरें प्रकाशित एवं प्रसारित करने के लिए बिलकुल भी स्वतंत्र नहीं है। जबकि तीनों समूह के कुल 42 % उत्तरदाताओं के भी यही विचार हैं।

तालिका-3. खबरें प्रकाशित एवं प्रसारित करने के बारे में तीन प्रकार के पदों के उत्तरदाताओं के विचार।

खबरों की स्वतंत्रता	जीआरपी			कुल (N = 500)
	जीआरपी1 (N = 66)	जीआरपी2 (N = 168)	जीआरपी3 (N = 266)	
पूर्णतः स्वतंत्र	19 (28.8%)	19 (11.3%)	46 (17.3%)	84 (16.8%)
थोड़ा स्वतंत्र	16 (24.2%)	41 (24.4%)	46 (17.3%)	103 (20.6%)
कम स्वतंत्र	13 (19.7%)	36 (21.4%)	55 (20.7%)	104 (20.8%)
बिलकुल भी स्वतंत्र नहीं	18 (27.3%)	72 (42.9%)	119 (44.7%)	209 (41.8%)

स्रोत: क्षेत्र सर्वे पर आधारित: काई वर्ग परीक्षण = 15.715, महत्वपूर्ण .05 के स्तर पर

प्रश्न-4. अपने बच्चों को पत्रकारिता पेशे में करियर बनाने के लिए प्रेरित करेंगे।

प्रेरित	आवृत्ति	प्रतिशत
हाँ	69	13.8
नहीं	431	86.2
कुल	500	100

स्रोत: सर्वे पर आधारित तालिका-4



स्रोत: क्षेत्र सर्वे पर आधारित- ग्राफ- 4

तालिका एवं ग्राफ- 4

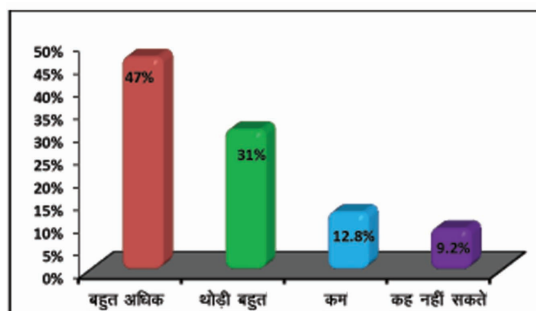
उत्तरदाताओं द्वारा पत्रकारिता पेशे में परिवार के बच्चों को करियर बनाने के लिए प्रेरित करने के बारे में दर्शा रहे हैं। कुल 500 उत्तरदाताओं में से 431 (86.2%) ने 'नहीं' जबकि 69 (13.8%) उत्तरदाता ने 'हाँ' कहा है।

प्रश्न- 5. सोशल मीडिया आगमन से पत्रकार एवं पत्रकारिता की स्थिति चिंताजनक होने के बारे में उत्तरदाताओं के विचार।

चिंताजनक	आवृत्ति	प्रतिशत
बहुत अधिक	235	47
थोड़ी बहुत	155	31
कम	64	12.8
कह नहीं सकते	46	9.2
कुल	500	100

स्रोत: क्षेत्र सर्वे पर आधारित तालिका-5

ग्राफ-5. उत्तरदाताओं के अनुसार सोशल मीडिया के आगमन से पत्रकार एवं पत्रकारिता की चिंताजनक स्थिति।



तालिका एवं ग्राफ-5. कुल 500 उत्तरदाताओं में 235 यानी 47 प्रतिशत ने बहुत अधिक चिंता होना बताया है। जबकि 155 (31%) उत्तरदाता ने थोड़ी बहुत चिंता, 64 (12.8%) उत्तरदाता ने कम चिंता और 46 (9.2%) उत्तरदाता ने कह नहीं बताया है।

निष्कर्ष:-

- इस अध्ययन के निष्कर्ष में पाया गया कि मीडिया संस्थानों में पुरुष श्रमजीवी पत्रकार महिला श्रमजीवी पत्रकारों की तुलना में अधिक संख्या में कार्यरत हैं।
- महिला एवं पुरुष दोनों समूह के अधिकतर उत्तरदाताओं ने स्वीकार किया है कि ग्लैमर से प्रभावित होकर पत्रकारिता पेशे में आना उनके लिए कम महत्वपूर्ण हैं। इसका मतलब यह हुआ कि बहुत कम श्रमजीवी पत्रकार उत्तरदाता इस पेशे में ग्लैमर से प्रभावित होकर आए हैं।
- अधिकांश महिला एवं पुरुष उत्तरदाता मानते हैं कि समाज में विशेष सम्मान और पहचान पाने के उद्देश्य से एवं देश एवं समाज के लिए कुछ करने की मंशा से पत्रकारिता पेशे में आना उनके लिए थोड़ा महत्वपूर्ण हैं। अर्थात् अधिकतर श्रमजीवी पत्रकार इस पेशे में अच्छी मंशा लेकर आए हैं।
- महिला एवं पुरुष दोनों समूह के अधिकांश श्रमजीवी पत्रकारों ने माना है कि वह पत्रकारिता के जरिए नए अवसरों की तलाश के लिए इस पेशे में नहीं आए हैं।
- अधिकांश उत्तरदाताओं ने स्वीकार किया है कि वह

केवल जीविकोपार्जन के साधन के रूप में पत्रकारिता पेशे में आए हैं। अर्थात् अधिकतर श्रमजीवी पत्रकार पत्रकारिता पेशे को करियर के रूप में अपनाकर आए हैं।

- अध्ययन में सामने आया है कि अधिकांश उत्तरदाता मानते हैं कि वह पत्रकारिता पेशे में बिना किसी पूर्व उद्देश्य के अचानक एवं परिवार के सदस्य, दोस्त या किसी अन्य के कहने पर पत्रकारिता पेशे में नहीं आए हैं।
- अधिकतर महिला एवं पुरुष श्रमजीवी पत्रकारों ने माना है कि वह टीवी एंकर, होस्ट या रिपोर्टर से प्रभावित होकर पत्रकारिता पेशे में नहीं आए हैं। यानी बहुत कम श्रमजीवी पत्रकार इनसे प्रभावित

होकर पत्रकारिता में आए हैं।

- तीन अलग-अलग पदों के समूह के श्रमजीवी पत्रकारों का मानना है कि वह मीडिया संस्थानों में खबरों को प्रकाशित एवं प्रसारित करने के लिए बिलकुल भी स्वतंत्र नहीं है।
- अधिकांश श्रमजीवी पत्रकारों का कहना है कि वह अपने बच्चों को पत्रकारिता पेशे में लाना नहीं चाहते हैं और वह इसके लिए बच्चों को प्रेरित भी नहीं करना चाहते हैं।
- अधिकतर उत्तरदाताओं ने माना है कि सोशल मीडिया के आने से पत्रकार एवं पत्रकारिता की स्थिति चिंताजनक हुई है।

सन्दर्भ सूची

- 1- रिसर्च ऑन हम्यूनीटिज एंड सोशियल साइंसेस, आईएसएसएन (पेपर) 2224-5766, आईएसएसएन (ऑनलाइन) 2225-0484 (ऑनलाइन) वॉल्यूम5, नं.14, वर्ष 2015
- 2- जर्नलिज्म एवं मास कम्युनिकेशन पत्रिका, (जेएमसीक्यूडॉटसेजपब्लिकेशनडॉटकाम), अंक, वर्ष 2015
- 3- डेविड पब्लिकेशन, जर्नलिज्म एवं मास कम्युनिकेशन पत्रिका, आईएसएसएन 2160-6579, जनवरी 2012, भाग 02 क्रमांक 01, 235-249
- 4- International journal of marketing financial management research issn 2277-3622, vol2, nov 9, sept 2013
- 5- Weaver. D (ed.) (1998) The Global Journalist. Cresskill. NJ: Hampton Press. Page. 302.
- 6- Okoro. N and Onuoho. C.(2013.) Journalists" perception of brown envelope syndrome and its implications for journalism practice in Nigeria, Covenant Journal of Communication (CJOC) Vol. 1, No. 2, December, 2013 Retrived From (10 June 2015)