

## अध्यात्म भी एक उपाय है सामाजिक बदलाव का

सामाजिक बदलाव के लिए मीडिया की भूमिका है और उसके लिए उसे अपना कर्तव्य निभाना चाहिये। मीडिया के सामाजिक सरोकार कम हुए हैं और वह बाजार की चाहत तथा मूल्यों से संचालित हो रहा है। मीडिया ने अपने मूल्यों को दरकिनार किया है तथा मानवीय मूल्यों से भी उसके संबंध कमजोर हुए हैं। उसने भारतीय तथा जातीय संस्कृति को प्रभावित करते हुए पाश्चात्य तथा उपभोक्तावादी संस्कृति का विस्तार किया है। भाषा के साथ भी बेसमझ तथा फूहड़ व्यवहार हुआ है तथा संचार की शिक्षा से कौशल, समझ या सामर्थ्य का विकास नहीं हुआ है। संचार की शिक्षा में ऐसी अपरिपक्वता प्रारंभ से रही है और अब भी बनी हुई है।

यह तथा ऐसी ही अन्य बातें महात्मा गांधी अंतर्राष्ट्रीय हिन्दी विश्वविद्यालय के पत्रकारिता एवं जनसंचार अध्ययन केन्द्र की ओर से आयोजित आध्यात्मिकता, मीडिया एवं सामाजिक बदलाव पर सम्पन्न हुई राष्ट्रीय संगोष्ठी में कही गईं। ऐसा क्यों हो रहा है और इसे कैसे रोका जा सकता है, इस पर न तो अधिक बात हो सकी और न ही ऐसे ठोस उपाय तजबीज किये गये जिससे मीडिया की भूमिका में अपेक्षित परिवर्तन हो सके। यह जरूर बार-बार कहा गया कि सामाजिक बदलाव के लिए अच्छे, मूल्याधारित मनुष्य को तैयार करना, इस समय की सबसे बड़ी जरूरत है। इस जरूरत को पूरा करने के लिए मीडिया को आगे आना चाहिये। ऐसा क्यों हो रहा है- इस बारे में कहा गया कि बाजारवाद और उपभोक्तावादी मूल्यों का प्रभाव है जो भूमंडलीकरण की देन है। यह भी कि मीडिया अब मुनाफा देने वाला व्यवसाय बन गया है और टीआरपी तथा पाठक संख्या के लिए वह मूल्यों से समझौता कर रहा है। अपने लाभ के लिए मीडिया के नियंत्रक, पाठक, दर्शक आदि उपभोगकर्ताओं के बजाय सत्ता तथा बाजार से गठजोड़ कर चुका है और सम्पादकीय नियंत्रण का स्वरूप अब बदलता जा रहा है। मीडिया में काम करने वाले ज्यादातर लोग भी अपने कैरियर और सुविधाओं के लिए मीडिया में आये इस बदलाव के साथ सहमत होते जा रहे हैं। विमर्शकर्ताओं ने मीडिया को सामाजिक सरोकारों तथा मानवीय मूल्यों से जोड़ने के लिए जिन उपायों का उल्लेख किया उनमें मीडिया कौंसिल जैसी नियामक संस्थाओं को अधिकार देकर विकसित करना सबसे मुख्य रहा। इसके अतिरिक्त सामाजिक दबाव बनाना, नियम-कानून बनाना आदि सुझाव दिये गये। इस बारे में सोशल मीडिया का उपयोग करने के लिए भी बताया गया। आध्यात्मिकता की इस सबमें क्या भूमिका हो सकती है, इसका संदर्भ तो दिया गया पर उसके प्रभावी कारक होने के पक्ष में सामान्य स्वर तथा सहमतियों का एक तरह से अभाव ही रहा। बहुत कम लोगों ने इस विषय पर अपनी राय व्यक्त की। इस अभाव को समझा जा सकता है।

इसके दो कारण हो सकते हैं। एक तो यह कि अध्यात्म को सामान्यतः जानकारियों तथा विचारों के सहारे बताया तो जा सकता है पर अनुभव नहीं किया जा सकता। दूसरा यह भी कि अध्यात्म व्यक्ति की अंतरा का हिस्सा है। प्रति कुलपति डॉ चितरंजन मिश्र ने इस पर ठीक ही कहा कि अध्यात्म दरअसल अपने ही स्वरूप को जानना है। उन्होंने कहा कि धर्म से इसका कोई लेना-देना नहीं है। यह तो सही मायने में आत्म प्रेक्षा है। कुलपति गिरीश्वर मिश्र ने भी लगभग यही कहा। उन्होंने कहा कि अपने मूल स्वभाव को जानना ही अध्यात्म है। मूल स्वभाव तथा मूल धर्म, शांति, प्रेम, सहयोग आदि ही तो हैं जिन्हें हम मानवीय मूल्यों में रूप में पहचानते आये हैं। इस तरह से अध्यात्म एक ऐसे मनुष्य को पैदा करना या विकास करना है जो इन मानवीय गुणों के आधार पर ही अपना व्यवहार करता हो। ऐसे मानवीय गुणों से युक्त व्यक्तियों का समाज ही उन सब बुराइयों को समाप्त कर सकेगा जिनका उल्लेख लगभग सभी ने इस विमर्श में किया। निश्चित ही ऐसा मनुष्य न तो कानून के सहारे पैदा किया जा सकता है और न ही वह किसी धर्म या विचारधारा के आधार पर विकसित हो सकता है। संवेदनायें और गुणों की चाहत देखकर, सुनकर या पढ़कर मन में आती तो हैं और उससे कुछ परिवर्तन भी हो जाता है। पर यह परिवर्तन रूपांतरण नहीं होता। अस्थायी होता है। रूपांतरण ही तो मूल स्वभाव-स्वधर्म का हिस्सा है। अध्यात्म ही ऐसा रूपांतरण कर सकता है। ऐसा स्थायी परिवर्तन धर्म से नहीं हो सकता। इसलिए यह अंतर प्रेक्षा, अनुभवन और अपने स्वरूप को जानने और उसे जीवन में धारण करने से ही होगा। हाँ, मीडिया इसके लिए प्रेरक, उत्प्रेरक का काम कर सकता है। वह ऐसे रूपांतरण की जानकारियाँ, विचार, कथानक, रिपोर्टाज, व्यक्तित्व परिचय आदि के माध्यम से उत्प्रेरक की भूमिका जरूर निभा सकता है। उसकी सतत् उपस्थिति किसी भी अन्य सूचना माध्यम से अधिक होती है और इसलिए वह साहित्य आदि से इस मायने में अधिक महत्वपूर्ण है।

\*\*\*\*