

अपनी योग्यता बेचें नहीं, बनाने में लगायें

भोपाल से प्रकाशित ज्यादातर समाचारपत्र कारोबारियों के हैं। लगभग यही हाल इंदौर, जबलपुर, रायपुर, नागपुर आदि से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों का है। ऐसी ही स्थिति समाचार चैनलों की भी है। उनमें भी प्रत्यक्ष या परोक्ष कब्जा कारोबारियों का ही है। ऐसा ही हाल दिल्ली और दूसरे महानगरों में उपस्थित मीडिया का भी है। परत दर परत देखें तो कारोबारियों के साथ या उनमें राजनीतिक दलों के लोग भी शामिल हैं। ऐसे अखबार या चैनल गिनती के हैं जो किसी दूसरे कारोबार के स्वामी या कारोबारी न हों या उनकी दलों से सम्बद्धता भी न हो। राजनीतिक दल या किसी विशेष विचार को पोषित, पल्लवित करने वाले अखबार या चैनल भी बहुत कम हैं। यानी यह कहा जा सकता है कि मीडिया को या तो व्यवसाय के लिए चलाया जा रहा है या फिर वह किसी दल, विचार या किसी निहित स्वार्थ के लिए है। उसी से वह पोषित है और उसका ही पल्लवन करने के लिए है। इसमें उनकी गिनती नहीं है जो जिलों से या जिलों के लिये प्रकाशित या प्रसारित किये जाते हैं।

अब अस्पताल, स्कूल, कॉलेज, विश्वविद्यालय जैसे कार्य-रूप सेवा के क्षेत्र में रहते हुए व्यवसाय करने लगे हैं। ऐसे ही धर्म तथा मानवीय सेवा के अन्य रूप भी सेवा के साथ या उसी रूप में व्यवसाय का पर्याय बन चुके हों तो मीडिया का भी सेवा की जगह व्यवसाय में बदल जाना कोई अचरज नहीं है। सूचना, जानकारी और विचार देने का कार्य तो वही कर रहा है जो वह पहले कर रहा था। समाज ने भी तो उन सभी सेवा के रूपों को व्यवसाय में बदल जाने पर कोई एतराज नहीं व्यक्त किया और व्यवस्था के निकाय भी तो इस बारे में चुप रहे हैं। अब सेवा को भी मुफ्त या रियायती नहीं माना जाता है। ऐसे बदलाव के लिए बहुत से तर्क भी दिये जाते रहे हैं। इस सबसे यह अब कोई बड़ा सवाल नहीं रहा है कि मीडिया व्यवसाय क्यों हो गया है।

चिकित्सा, शिक्षण की तरह ही सूचना-संचार ऐसा कार्य है जो एक विशेष कौशल या ज्ञान या समझ के साथ किया जाता रहा है। उस विशेष कौशल के लिए सेवा शुल्क मिलता रहा है या उसके बिना भी करने की परम्परा रही है। ऐसा करते हुए समाज के लोग ही उसकी व्यवस्था, वित्त प्रबंधन आदि करते रहते हैं। व्यवसाय में परिवर्तित हो जाने के बाद भी इन सभी रूपों को व्यवसाय के बजाय सेवा ही समझा जाता है और वे सब रियायतें, मान्यता, सम्मान या सुविधायें उन्हें प्राप्त हो रही हैं जो उन्हें सामाजिक सेवा के कारण मिलती रही हैं। यानी चिकित्सक, शिक्षक या मीडियाकर्मी या पत्रकार को सेवा करने वाला मानते हुए सुविधाएं मिल रही हैं जबकी अब वे सभी व्यवसाय के हिस्से बनकर उस उद्योग को विकसित करने के कारण बेहतर मुआवजा पाने लगे हैं।

चिकित्सक के बिना अस्पताल नहीं चलाया जा सकता है। शिक्षक के अभाव में स्कूल या महाविद्यालय या विश्वविद्यालय की संभावना व्यर्थ है। ठीक ऐसे ही पत्रकार के बिना मीडिया का

संचालन नहीं हो सकता है। कोई भी नीम हकीम, अक्षर ज्ञानी की तरह लिखने पढ़ने वाला मीडिया में काम तो कर सकता है पर वह उसे वह सम्मान और मान्यता नहीं दिला सकता जो एक कौशल-ज्ञानी, जानकार पत्रकार दिला सकता है। इसी कारण पत्रकारिता एक विशेष कौशल, संवाद का एक विशेष नजरिया माना जाता है। यानी चिकित्सा, शिक्षण या पत्रकारिता को न जानने वाले के सहारे ये सब कारोबार नहीं चलाये जा सकते हैं।

इस चर्चा का आशय यही है कि यदि पत्रकारिता के मूल्य व्यवसायी होकर अब समाज का हित करने के बजाय व्यक्ति, संस्था या सत्ता का हित करने लगे हैं तो उन लोगों को उस बारे में आत्म-प्रेक्षा करते हुए सोचना होगा कि वे अपना कौशल और समझ किसके लिए बेच रहे हैं। 'बेचना' शब्द सम्मान बोधक नहीं लगता है। पर व्यवसाय के संदर्भ में इस संबोधन में कोई असम्मान भी नहीं है। यह इसलिए भी सोचना चाहिये क्योंकि इस तरह का कौशल सिर्फ मशीनी नहीं होता। उसके साथ अनुभव और प्रज्ञा, सतत निर्झर ज्ञान आधारित सूझभरी प्रज्ञा भी शामिल रहती है, जिसे कभी भी मशीनी ज्ञान और कौशल में बदला नहीं जा सकता है। आत्म प्रेक्षा से इस आत्म शक्ति और अपनी अपरिहार्यता को समझकर पत्रकार अपने उपयोग को समाज, व्यक्ति या व्यवसाय के लिए कर सकते हैं। यह स्वतंत्रता निश्चित रूप से पत्रकारों को है कि उनकी पत्रकारिता का उपयोग एक बेहतर समाज, जागरूक जनता के लिए करें या उनके लिए करें जो अपने निहित स्वार्थ और मुनाफे के लिए इस माध्यम का संचालन करना चाह रहे हैं।

इस तरह से सोचकर अपने ज्ञान आधारित कौशल या योग्यता के अपयोग के बारे में सोचना इसलिए भी आवश्यक हो गया है कि अब तक पत्रकारिता केवल व्यवसायिक मुनाफे की ही सहयोगी रही है। सत्ता या निहित स्वार्थ ने भी उसका सीमित अपयोग किया है। यह स्थिति अब बदल चुकी है। अब पत्रकारिता को उद्योग, व्यवसाय, दल या व्यक्ति का कवच भी बनाया जा चुका है। यानी अब उसका स्वरूप एक नया रूप ले चुका है जिसमें काम करने वाले को केवल वही करना है जो उससे चाहा गया है। इच्छाएं, एजेंडा, लक्ष्य जिनकी है, उनके लिए अपने ज्ञान और कौशल का उपयोग किया जाना पत्रकारिता का नया रूप है। इसे अब आप मीडिया में हो रहे निवेश की विवेचना करते हुए समझ सकते हैं। आप सोचें कि कोई पूंजीपति मीडिया का अधिग्रहण करना है या उसमें 3 हजार करोड़ या इसी तरह की कोई बड़ी पूंजी लगाते हैं तो उनका क्या आशय हो सकता है।

आप यह भी विचार करें कि लगातार मुनाफे के अभाव में या बहुत सीमित मुनाफे के लिए कोई व्यवसायी उसे क्यों बनाये रखना चाहता है जबकि ऐसा होने पर वह सामान्यतः अपनी राह बदल लेता है। इस मायने में यह समय उन सबको एक समाज विरोधी, व्यक्ति विरोधी, साजिश में शामिल कर लेना जैसा है। सोचना तो उन सभी को चाहिये जो सेवा के दूसरे क्षेत्रों यथा शिक्षा, चिकित्सा आदि में अपने कौशल और उपार्जित ज्ञान को बेच रहे हैं। पर पत्रकारिता का प्रभाव

उनसे भिन्न है। यह लोगों को अपने समय और अपने सपनों के लिए समर्थ हस्तक्षेप के लिए लोगों को सजग, जागरूक और समझ देने में समर्थ है और इस सबका माध्यम पत्रकार ही है।

०००