

## इस पहल का हिस्सा बनें

अब तक की यात्रा यह विश्वास दिलाने में सफल रही है कि मीडिया के लोग मीडिया को समाज सरोकारी और उसके सकारात्मक विकास के पक्षधर हैं। हां यह भी सच है कि मीडिया में आया मुनाफे का प्रवाह और उसके सत्ताग्रही बन जाने के कारण यह पक्षधरता प्रबल नहीं है। यह अनुभव भी रहा है कि वे लोग जो मीडिया का उपयोग करते हैं, मीडिया को व्यवसाय के बजाय सामाजिक विकास का सहयोगी मानते हैं और विश्वास करते हैं कि मीडिया की जानकारियां और विचार उनके लिये हितकारी हैं। यह दोनों अनुभव मीडिया को मूल्यानुगत बनाने के इस अभियान या पहल को निरंतर प्रवहमान रख रहे हैं।

मूल्यानुगत मीडिया जिस ध्येय और मूल्यों को लेकर चला है उसे एक मायने में वैश्विक मान्यता मिली है। आज से बीस बरस पहले जब मूल्यधारित मीडिया की बात कही गई थी और यह माना गया था कि मीडिया के सहयोग से मूल्यधारित सकारात्मक समाज बनाने में सफलता पाई जा सकती है। आप उन दिनों को याद करेंगे तो आप भी इससे सहमत होंगे कि उस समय कोई भी इस अवधारणा के लिए आग्रह नहीं कर रहा था। उस समय तकनालॉजी और मीडिया के व्यवसायोन्मुख होने के लिए ही लोग सबसे अधिक जोर दे रहे थे। तब ऐसी बातों को लोग हंसकर टाल देते थे या कहते थे कि यह कोई विशेष मुद्दा नहीं है। यह भी कहा जाता था कि मीडिया और उसके मूल्य तो असंदिग्ध रूप से संयुक्त हैं ही। यह तो बाद के बरसों में जब मीडिया से मुनाफा आया और मीडिया का उपयोग निहित स्वार्थ के लिए किया जाने लगा तब देखा गया कि मीडिया अपने मूल्य छोड़कर नये मूल्यों को सहजता से स्वीकार करता जा रहा है। 1960 के पहले तक कोई भी यह अनुमान नहीं कर पा रहा था कि मीडिया में काम करने वाले लोगों को इस तरह की सुविधायें और वेतन मिल सकेगा। तब पालेकर से भाचावत तक के लिए ही संघर्ष हो रहा था। अब वेतन आयोग की सिफारिशें पीछे होती चली जा रही हैं और वेतन आदि उससे आगे। हां, यह जरूर है कि वह सब न तो सबके लिए है और न सब जगह ही है। पर बदलाव हुआ है, इसे सब स्वीकार करते हैं। इस आर्थिक बदलाव ने मूल्यों को प्रभावित किया है, इसे भी दबे स्वर में स्वीकार किया जाता है पर भूमिका और ध्येय के लिए अपनी सुविधाओं से समझौता करने वालों की संख्या अब भी बहुत कम ही है। अब एन के सिंह या उससे पहले अजीत भट्टाचार्य, प्रभाष जोशी जैसे लोग ही यह मानते थे कि वेतन-सुविधाओं और मूल्यों का आपस में गहरा

संबंध है और मानवीय मूल्यों के लिए उनसे समझौता कर लेना अच्छा नहीं होगा। पर अब यह धारा अधिक कमजोर होती जा रही है। इस धारणा को स्वीकार करने वाले लोग अब गिने-चुने ही हैं।

मूल्यानुगत मीडिया के इस अभियान या पहल के तीन आधार-विश्वास हैं। मीडिया लोगों को प्रेरित और प्रभावित तभी कर सकता है जब वह मानवीय मूल्यों को अपना आधार भी मानता हो और उसके लिए संकल्पित हो। ऐसा करने के लिए उसे पारदर्शी होना होगा। उसके कंटेंट और उसके अपने कार्मिक विश्वास के बीच कोई अंतराल न हो। दूसरा यह कि वह अपनी आर्थिक जीविका के लिए तो प्रयत्नशील बना रहे पर मुनाफे की ऐसी दौड़ में न हो जो उसके आधार मूल्य और विश्वासों को बदलने के लिए बाध्य करते हों। उसे इस मायने में जोखिम उठाने के लिए तैयार रहना होगा। इस जोखिम में मीडिया में काम करने वाले लोग भी शामिल होंगे। तीसरा यह कि मीडिया संवाद का मंच तो हो पर ऐसा निष्क्रिय मंच न हो जिस पर लोग अपनी बातें कहें और इस तरह से वह अपने स्वार्थ और विज्ञापन का मंच बना रहे। मीडिया का अपना विचार और नजरिया हो। वह अपनी जानकारियों और नतीजों को अपने अनुसंधान के आधार पर विकसित करे और देखे कि उसका विचार और नजरिया समाज के सरोकारों और मानवीय मूल्यों को पोषित करने वाला हो। इन सभी आधार विश्वासों का विकास मीडिया के नियंत्रकों और काम करने वालों तक पहुंचाने और स्वीकार कराने की पहल मूल्यानुगत मीडिया को करनी होगी। इन सात बरसों में हम यह पहल करते आये हैं।

मूल्यानुगत मीडिया का अनुभव यह भी है कि इन विश्वासों को स्वीकार करने और इन पर बने रहने का बल वही है जो महात्मा गांधी, लोकमान्य तिलक, माखनलाल चतुर्वेदी आदि का रहा है। ये सभी लोग अपने आत्मबल के सहारे ही अपने मूल्यों, धारणाओं और आग्रहों पर कायम रह सके हैं। यह बल किन्हीं अर्थों में अध्यात्म का बल है अर्थात् अपने भीतर ही अपने सच्चे स्वरूप को पहचानकर अपनी आत्मा को निश्छल और निर्विकारी बनाने में है। ऐसी आत्मा को परमात्मा से बल मिलता है। वही बल जोखिम को उठाने, सच पर बने रहने और मुसीबतों का सामना करने में हताश नहीं होने देता। इसे अनुभव करना और कराना और स्वीकार करना भी इस अभियान का ही हिस्सा है। इसके लिए वे सभी लोग जो सकारात्मकता में विश्वास रखते और उसपर चलते हैं, इस अभियान के साथी हो सकते हैं।

इन बरसों में इस पहल को उसके विश्वासों के साथ मीडिया के लोगों ने स्वीकार किया है। हमें उन मीडियाकर्मियों का सहयोग और समर्थन मिला है जो मीडिया को समाज परिवर्तन का औजार मानते हैं। मीडिया के पुरोधा और अपने समय के मान्य पत्रकारों ने इस पहल को सराहा है। ट्रिव्यून के पूर्व सम्पादक श्री विजय सहगल, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय के पूर्व कुलपति

श्री राधेश्याम शर्मा, अमर उजाला के समूह सम्पादक श्री यशवंत व्यास, नई दुनिया के पूर्व प्रधान सम्पादक श्री अभय छजलानी, भास्कर के सम्पादक श्री एन के सिंह, वरिष्ठ पत्रकार तथा राजनीतिक विश्लेषक डा वेद प्रताप वैदिक, प्रो नंदकिशोर त्रिखा आदि। फेहरिश्त लम्बी है और निरंतर बढ़ रही है। यह हमारा पाथेय है। इसी ने हमें निरंतर इसपर बने रहने के लिए हौसला दिया है। यही वह आधार है कि जिससे कुशाभाउ ठाकरे विश्वविद्यालय के कुलपति डा सच्चिदानंद जोशी और लाइव इंडिया के संपादक एन के सिंह ने इस अभियान का नेतृत्व करना स्वीकार किया है। यह पहल आगे भी चलेगी यह विश्वास इसी सब के कारण बना है।

आइये आप भी इस अभियान का हिस्सा बनें जिससे हम मीडिया को उसके उस गौरव की तरफ ले जाने में सफल हों जिसकी बार बार याद की जाती है और उससे यह अपेक्षा बनी हुई है-सभी की, उनकी भी जो संविधान में उत्तरदायी निकाय ठहराये गये हैं।

\*\*\*\*