

## मीडिया का इस पहल के मायने

इंदौर में कुछ माह पूर्व एक उद्योगपति की लड़की के विवाह का समाचार इंदौर के प्रायः सभी समाचारपत्रों में तीन दिन तक आधापृष्ठ घेरे रहा। इतने बाराती, इतनी कारें, इतना खाना, ऐसी रोशनी आदि का पूरा विवरण दिया गया। ऐसे ही फैशन शो, बाजार में आई नई चीजें, खाने के नये ठिकाने, मनोरंजन के नये उपाय और साधन भी अब समाचार हैं। इन सब समाचारों के बीच बिजली का संकट, पानी की किल्लत, रोजगार की समस्या आदि सब नेपथ्य में चले गए हैं। मानों यह सब हैं ही नहीं। नहीं तो ठीक है। पर वे हैं और बढ़ रहे हैं परन्तु लोगों की जानकारी और संवाद से वे लगातार गायब हो रहे हैं। यह हाल टीवी चैनल पर है। क्या अब हमारी पस्तुत यही संवाद-प्राथमिकताएं हैं-यही मूल्यवान खबरें हैं?

एक और खबर पर विचार करें। कुछ लोगों ने मिलकर फर्जी नाम से बीमा कराया। एक अनजान व्यक्ति को बीमाधारी के रूप में सूमों से कुचलकर मार डाला और बीमा की राशि उसका परिवारजन बनकर हड़प ली, इसमें वकील, बीमों का जानकार, बीमा कार्यालय का कर्मी, उद्यमी शामिल हैं। ऐसा बन रहा है समाज। अर्थात् शिक्षित और विशेषज्ञ भी अब ऐसे अपराधों में शामिल हो रहे हैं। देह व्यापार के मामले में एक पूरे परिवार ने अर्थात् पिता, पत्नी, पुत्रियों ने शामिल होकर कई शहरों में कई युवतियों को फांसकर एक संजाल बनाया। इस दशा में पहुंच रहा है समाज। यह जीवन के नये मूल्य हैं।

ऐसे कई स्कूल हैं जहाँ के. जी. या पहली कक्षा की फीस 1000 रू. महीना से अधिक है। व्यवसायी शिक्षा अब पांच-दस लाख या अधिक रुपये देने पर ही मिल सकती है। चिकित्सा, इलेक्ट्रानिकी, इंजीनियरिंग आदि सभी विषयों की ऐसी ही स्थिति है। अस्पताल में एक बार भर्ती भर हो जायें- दस बीस हजार से 2 लाख का व्यय सामान्य कहा जाने लगा है। लगता है, सेवा के सभी क्षेत्र, विकास के सभी उपाय समर्थ के लिए हैं। बिजली की चोरी करो या बिजली के बिना रहो-यह हालात किसी भी आंचलिक क्षेत्र में देखे जा सकते हैं।

कहने को धर्म, समाज, संवेदना, सहकार, सहयोग सबकुछ है-पर समाज में हत्या, झगड़े, वैमनस्य, अहंभाव, उदासीनता, ना कहू से दोस्ती, सब लोगों से बैर जैसी स्थिति बन रही है। खबरें और मीमांसा भी इस पर हैं। समर्थ-असमर्थ, योग्य-अयोग्य, अपराधी-गुणवान जैसी खाइयां लगातार बढ़ रही हैं। इन्हें पाटना धीरे-धीरे असंभव होता जा रहा है। यह इकाई के तल पर भी और समूह के रूप में भी है।

ऐसे समाज के लिए व्यवसाय केन्द्रित मीडिया क्या कर रहा है, क्या करेगा, क्या कर सकता है और क्या करना चाहिए-जैसे उपाय, बहस के ही हिस्से हैं-आचरण के नहीं। मसलन, इंडियन इंस्टीट्यूट आफ मैनेजमेन्ट लखनऊ में आयोजित एक चर्चा में कारपोरेट प्रबंधकों ने अंग्रेजी के एक समाचारपत्र के सम्पादक से पूछा कि आप यह कैसे निश्चित कर लेते हैं कि अमुक अखबार को इतने लोग पढ़ते हैं, खासकर तब जब अखबार की कीमत बढ़ने की बजाए घट रही होती है। उनका आशय साफ था कि बात

पाठक संस्था की नहीं है, विश्वासनीयता की है, जिसके आधार पर समाचारपत्र गत 3-4 वर्षों में बढ़त की स्पर्धा का खेल-खेल रहे हैं। एक उदाहरण यह भी समझें। एक टीवी चैनल ने अपने एक कार्यक्रम पर महिला दर्शकों की राय जानना चाही। इस कार्यक्रम में महिला के पर-पुरुष संबंध को उचित ठहराने की कोशिश की गई थी। राय भी इसी पर थी। एक नगर की एक महिला ने प्रश्नकर्ता से पूछा कि आप यह दिखला कर क्या इस तरह के संबंधों की वृद्धि करना चाहते हैं? और क्या ऐसे संबंध परिवार संस्था को मजबूत करेंगे? क्या इससे हर व्यक्ति शक के दायरे में खड़े नहीं होगा? प्रश्नकर्ता के पास इसके जबाब नहीं थे। हाँ बहस जरूर थी।

दरअसल अब वह समय आ गया है जब मीडिया सिर्फ सूचनाओं का वाहक भर नहीं बना रह सकता। उसे समाज मूल्यों के लिए सूचनाओं की समग्र पूर्ति और व्याख्या करनी होगी। ऐसा कहने का कारण है वह विषय जिसके सम्बन्ध में मीडिया का उपयोगकर्ता-पाठक, श्रोता, दर्शक-रूचि रखता तो है पर उसे समझना भी चाहता है। वह मीडिया को अपने लिए उपयोगी मानता है।

ऐसे कुछ प्रयास मीडिया की पहल के रूप में सामने आये हैं। उनमें से कुछ उदाहरण हैं-लोकमत ने महिलाओं, युवकों के लिए मूल्यपरक उपाय रचे सखीमंच, युवामंच के रूप में। वैज्ञानिक दृष्टि रखी और अंधश्रद्धा का विरोध किया। उदयपुर के पत्रकारों ने मिलकर उस तथ्य को खोजा जो अधूरे सच के रूप में लोगों को भयग्रस्त बना रहा था। इससे परिवार की लड़ाई को साम्प्रदायिक रूप लेने से बचाया गया। विदर्भ महाराष्ट्र के एक सम्पादक, सुरेश द्वादशीवार ने नक्सली हिंसा के विरोध शांति यात्रा की पहल की और सत्ता के लिए केंचुल बदलने वालों से कहा कि आपकी इसमें जरूरत नहीं है। विकास के लिए समर्पित एक पत्रकार ने सुविधाओं वाली नौकरी के बजाए गांव-कस्बों की कठिन यात्रा करके विकास के अवरोधों को सामने लाने का मार्ग चुना। ऐसे ही और पत्रकार, अखबार, चैनल-सभी प्रदेशों में होंगे। उनमें बड़े-छोटे सभी होंगे पर वे सभी समवेत नहीं हैं। उनका वह ध्येय घोषित नहीं है। वे उपाय उनके आधार-मूल्य नहीं बने हैं - संवेदन तो है पर उद्देश्य नहीं है। दरअसल मूल्यनिष्ठ मीडिया के रूप में इन्हीं पहलों को समवेत करना और इन संवेदनों को एक स्थायी धारा का रूप देने का प्रयास होना चाहिए। मीडिया की पहल था मीडिया इनीशियेटिव फार वैल्यूज पत्रकारों का ऐसा ही एक प्रयास सामने आया है।

ऐसे लोग संभवतः बड़ी संख्या में होंगे जो यह मानते हैं कि पत्रकार का समाज सरोकार कायम है। यह सरोकार व्यवसाय निष्ठा के कारण नहीं, पत्रकारिता के मूल ध्येय के कारण है। यह अंतर मीडिया के स्वामी और मीडिया के सर्जक का अंतर है, जो रहेगा, रहना भी चाहिए। इस सबको मूल्यानुगत प्रवाह देने का काम करना इसी पहल का अर्थ है। कोई भी नदी, सागर के फैलाव से नहीं निकलती पर सागर में विलय होते समय वह गंगा सागर जैसा विशेषण पा लेती है। मीडिया-मूल्य और समाज के जीवन-मूल्य परस्पर पूरक हैं और इसलिए इस दृष्टि और ऐस सरोकारों को मीडिया कर्मियों के वैयक्तिक व्यवहार तथा व्यावहारिक व्यवहारों में भी परिलक्षित होना समय की जरूरत है।