

## संभव है वह जो असंभव कहा जा रहा है

स्वस्थ तथा सुखी समाज का निर्माण या विकास करने के लिए मूल्यनिष्ठ मीडिया तथा मूल्यनिष्ठ पत्रकार जरूरी है, इस तरह के आशय हाल ही में सम्पन्न हुई एक मीडिया संगोष्ठी में व्यक्त किये गये। यह एक तरह का सरल सा निष्कर्ष है। मीडिया और पत्रकार मूल्यनिष्ठ कैसे हो, यह सिर्फ आकांक्षा का परिणाम नहीं हो सकता। ऐसा हो सकता तो संभवतः इस तरह के विमर्श की जरूरत ही नहीं होती। मीडिया में मानवीय मूल्यों की जरूरत के लिए कम से कम एक दशक से तो इस तरह से बात की जा रही है और ऐसे ही पत्रकार से भी इतने ही समय से मूल्याधारित होने का आग्रह किया जाता रहा है। यह आकांक्षा अब भी बनी हुई है। इसका गवाह एक तरह से यह राष्ट्रीय संगोष्ठी रही है। अतः इस विषय पर कुछ गहरे जाकर विवेचन करने की जरूरत है।

मूल्यों के संबंध में चर्चा करते हुए श्री एन के सिंह ने ठीक ही कहा कि मूल्य सहसा उपजकर धारण हो जाने वाली बात नहीं है। मूल्यों के लिए दृढ़ता के साथ खड़े रहने और उसके लिए सुविधाओं आदि का त्याग करने की भी जरूरत होती है। भारतीय संस्कृति और उसके मूल्यों का गुणगान करते हुए कैसे हम पाश्चात्य जीवनशैली और उसके मूल्यों को जीवन में धारण करते जा रहे हैं, इसे लिव-इन संबंधों, प्रेम आदि को अभिव्यक्ति देने वाले मदर-फादर-ब्रदर आदि दिनों और वेलेंटाइन आदि अवसरों से समझा जा सकता है। वैश्विक बाजार में जब सांस्कृतिक सीमायें धूमिल होकर समिश्र हो रहीं हो तो संबंधों पर आधारित भारतीय समाज की रचना या राष्ट्र-राज्य की संकल्पना प्रभावित नहीं होगी, यह कैसे हो सकता है। बाजार केन्द्रित मूल्य, बाजार की संस्कृति को ही तो पोषित करेंगे। फिर मानवीय मूल्य तो समष्टि-भाव से उपजते हैं। समष्टि-भाव हमारे अंतस का हिस्सा है, उसका बहिरंग से जातक का संबंध नहीं है। वही भाव फिर विचार में ढलता है और विचार हमें प्रवृत्त करता है, उस तरह के कार्य-व्यवहार के लिए। ढोल-ढमाके, सम्मान-उत्सव आदि उसका महिमामंडन तो कर सकते हैं पर उनको आचरण, वह भी नैसर्गिक आचरण और व्यवहार का हिस्सा नहीं बना सकते।

मीडिया में एक समय उसका प्रबंधक या स्वामी, सम्पादक या सामग्री चयन के लिए जिम्मेदार इकाई, तथा लेखक या संवाददाता सब एक समान लक्ष्य को लेकर काम करते थे। अब इस समय प्रबंधक या स्वामी का लक्ष्य लेखक या संवाददाता के लक्ष्य से मेल नहीं खाता और न ही सम्पादक अपनी पूर्व भूमिका के अनुरूप लेखक या संवाददाता के साथ खड़ा होता है। व्यवसाय के मूल्यों से यह सब कुछ संचालित है। अपनी सुविधाओं आदि के लिए प्रकाशन सामग्री के सृजन, चयन आदि के लिए जो लोग उत्तरदायी हैं, वे प्रबंधक के लक्ष्य के साथ हैं। यह अंतर्विरोध मूल्यों के लिए सबसे बड़ी

बाधा है जिसे मात्र कहने-सुनने से बदला नहीं जा सकता है। यह सही है कि पत्रकार जो सामग्री का सृजन-चयन और सम्पादन के लिए ही है, वह मूल्यों का हठ कर सकता है, पर वह यह भी जानता है कि प्रबंधक के पास इसका विकल्प है। टाइम्स आफ इंडिया सहित बहुत से समाचार पत्रों तथा कई चैनलों में इसके उदाहरण मौजूद हैं। हाँ, यह सही है कि मीडिया के उपयोगकर्ता उसका उपयोग विज्ञापन या प्रचार के बजाय शिक्षा, सूचना एवं मनोरंजन के साथ ही अपने हित के लिए ही करना चाहते हैं। यह वह केन्द्र है जिसके साथ मिलकर मीडिया में मूल्यों के आग्रह को पूरा किया जा सकता है। पर यह तो तभी होगा जब पत्रकार भी इस ध्येय के साथ अपने को खड़ा रखने के लिए तैयार हो। वह यह तभी कर पायेगा जब वह केवल सुविधाओं के लिए ही पत्रकारिता में न हो। वह इस लक्ष्य के साथ हो और आवश्यक होने पर सुविधाओं को कम करने या छोड़ने के लिए राजी हो। यह कहना सरल है, पर ऐसा होना सरल नहीं है। मूल्यों के लिए बाधा यहां है।

कहा यह जाता है कि मूल्यों के साथ पत्रकारिता करना संभव नहीं है। यह डर बार-बार बताया जाता है और जो कुछ प्रयोग पूर्व में हुए हैं, उनको सामने लाकर इसे सत्य सिद्ध करने की कोशिश भी होती है। सच यह नहीं है। सच यह है कि सामान्य मुनाफे के साथ प्रकाशन संभव है यानी मूल्यों के आधार पर प्रकाशन असंभव नहीं है। दूसरे, निहितार्थ के लिए कार्यरत समर्थों, पूंजी, राजनीति, प्रशासन के स्वार्थी तत्वों के बजाय सीधे उपयोगकर्ताओं के साथ संबोधित करते हुए ऐसा करना थोड़ा कठिन भले ही हो पर असंभव तो कदापि नहीं है। हाँ, यह सही है कि यह जितना सोचना आसान है उतना करना कठिन है क्योंकि बाजार और स्वार्थ की शक्तियाँ ऐसा करने में न तो सहायक होंगी और न बाधाएँ पैदा करने से पीछे हटेंगी। एक अर्थ में प्रवाह के विपरीत चलने की तैयारी चाहिये।

यदि 'कल्याण' चल सकता है, यदि संस्कार या आस्था ऐसे ही अन्य उदाहरणों के लिए जगह बना सकते हैं तो प्रभात खबर या ऐसे ही अन्य मीडिया प्रतिष्ठान भी एक के बाद एक सफल हो सकते हैं, यह विश्वास किया जाना दिन में तारे देखना जैसा नहीं है। छोटे स्तर पर तो कुछ अन्य उदाहरण भी दिये जा सकते हैं। मूल्यानुगत मीडिया की तो कोशिश आत्मबल के सहारे इसी विश्वास को तथ्य में बदलने की है।

\*\*\*\*