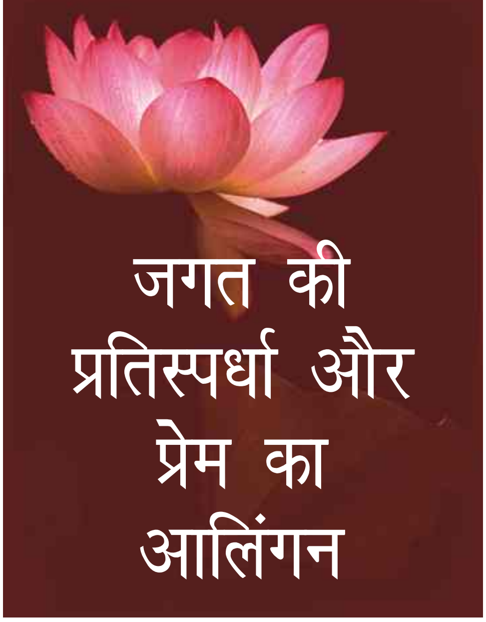
संदेश–पत्र

प्रिय कोठारी जी,
स्नेह।

प्रेम व मोह में भेद पूछा है।
मैं सब भेदों के पीछे एक ही भेद देखता हूं।
वह एक मूल भेद ही सबमें प्रकट होता है।
वह भेद क्या है?
मैं या तो अपने को जानता हूं या नहीं जानता हूं।
'मैं कौन हूं?' यह न जानने से जो प्रीति पैदा होती है, वह मोह है।
'मैं कौन हूं'—यह जानने से प्रेम आता है।
प्रेम ज्ञान है।
मोह अज्ञान है।
प्रेम निरपेक्ष है—सबके, समस्त के प्रति है।
वह 'पर' निर्भर नहीं है। वह स्वयं में है।
वह 'किसी से' नहीं होता है। बस, होता है।
बुद्ध उसे करुणा कहते हैं।
महावीर उसे अहिंसा कहते हैं।
वह अकारण है, इसलिए नित्य है।
मोह अनित्य है।
कारण से होता है।
'पर' निर्भर है।
सापेक्ष है।
एक के प्रति है।
इसलिए, दुख का मूल है।
प्रेम आता है, जब मोह जाता है।
मोह-मुक्ति प्रेम से होती है।
इससे प्रेम पा लेना, सब कुछ पा लेना है।
प्रेम मुक्ति है।

– ओशो
प्रेम की झील में अनुग्रह के फूल

संपादकीय



जगत की प्रतिस्पर्धा और प्रेम का आलिंगन

गत 23 मई को विश्व आलिंगन दिवस था। उस दिन विश्व के कितने लोगों ने एक-दूसरे का आलिंगन किया यह तो मालूम नहीं, लेकिन इस प्रकार के दिवस इसलिए ईजाद करने पड़ते हैं जब लोग असहज और आप्रकृतिक हो जाते हैं और आलिंगन जैसी मानवीय भाषा भी भूल जाते हैं; या इतने अधिक दकियानूसी हो जाते हैं कि आलिंगन को कामुकता से जोड़ देते हैं।

ज़माने ने बहुत विकास किया है लेकिन कुछ प्राकृतिक गुणों को खो दिया है। कोट-पैंट, टाई में अकड़े खड़े लोग अक्सर हैंड-शेक कर लेते हैं—ऐसे ठंडा सा कि उसमें कोई ऊष्मा नहीं होती। ज़माने के विकास के साथ जो चीज़ें अधिक बढ़ी हैं, वह प्रतियोगिता, प्रतिस्पर्धा, ईर्ष्या और इसका संयुक्त परिणाम—हिंसा। इसलिए यू.एन.ओ जैसी संस्था को आलिंगन के लिए एक दिन निर्धारित कर देना पड़ता है और माता अमृतानंद मयी प्रतिदिन सैकड़ों-हज़ारों लोगों का आलिंगन करती हैं; लोग सुबह से शाम तक उनका आलिंगन पाने के लिए भीड़ लगा कर खड़े रहते हैं। यह जीवन की अस्वाभाविकता से निकली एक स्थिति है। अन्यथा आलिंगन तो हवा के झोंके की भांति सहज होना चाहिए।

आलिंगन का फिर से स्मरण दिलाना जरूरी है; अगर मनुष्यों को करने में संकोच, हिचकिचाहट है तो आप वृक्षों से शुरू कर सकते हैं। पश्चिम में तो लोग अपने कुत्तों-बिल्लियों का आलिंगन करते हैं, उनको भी मनुष्यों के साथ कठिनाइयां हैं। जिनके साथ प्रतियोगिता है, उनका आलिंगन कैसे हो सकता है? और अगर होगा भी तो वह झूठा होगा, पाखंडपूर्ण होगा।

यह बात जितनी सांसारिक व भौतिक जगत में सच है उतनी ही धार्मिक व आध्यात्मिक जगत में भी सच है।

संसार के व्यापार और व्यवसायों में, राजनीति में जितनी ईर्ष्या, प्रतियोगिता और प्रतिस्पर्धा दिखाई पड़ती है, उतनी ही, बल्कि कभी-कभी उससे भी अधिक मारामारी तथाकथित आध्यात्मिक जीवन में भी दिखती है। आपको अक्सर ऐसे लोग दिखाई पड़ जाएंगे जो कहते हैं—अरे, आर्ट ऑफ लिविंग वाले यह कर रहे हैं, भावातीत ध्यान वाले यह कर रहे हैं, हम भी उन जैसा कुछ करें कि अधिक से अधिक लोग हमसे प्रभावित हो जाएं। यह भी वही आकांक्षा है जो संसार में लोग अन्य व्यवसायियों को देखकर करते हैं।

ऐसे विचार व आकांक्षा रखने वाले मित्र भूल जाते हैं कि बुद्धों का संदेश किसी प्रकार की मार्कीटिंग नहीं है। यह शेयरिंग है, बांटना है—यह न तो मिशनरी कार्य है, न व्यवसाय है। इसलिए किसी और धार्मिक वर्ग अथवा संस्था से कोई प्रतिस्पर्धा या प्रतियोगिता नहीं है। जितना आनंद से हो जाए उतना सुंदर। यह सद्गुरु के प्रति अहोभाव है।

कभी-कभी कोई मित्र कहते हैं कि आओ हम भी ओशो को आर्ट ऑफ लिविंग अथवा दुनिया में चल रहे कार्पोरेट वर्ल्ड के स्ट्रेस मैनेजमेंट की भांति एक समृद्ध वर्ग के लिए कार्यक्रम प्रस्तुत करें। वे कहना यह चाहते हैं कि आप भी अन्य लोकप्रिय गुरुओं की भांति लोकप्रिय होने के लिए ओशो के ध्यान-कार्यक्रमों में थोड़ी फेर-बदल कर लें और उन्हें फैलाएं। लेकिन वे भूल जाते हैं कि ओशो ओशो हैं, क्योंकि उन्होंने सत्य के लिए कभी समझौता नहीं किया—उसे बेचने लायक वस्तु नहीं बनाया। ओशो विद्रोही हैं—व्यापारी या व्यवसायी नहीं। हम उनके शिष्य कैसे उनके मूल स्वर में फेर बदल करके उसे समाज में स्वीकृत करवाने की धृष्टता कर सकते हैं? नहीं, इस प्रलोभन से सजग और सावधान रहना होगा। ओशो-दर्शन को बाज़ार नहीं बनाना है—बाज़ार को ओशो के स्तर पर लाना है।

एक और मित्र हैं मुंबई में जो अब ओशो के गीता-दर्शन पर अपने प्रवचन देने लगे हैं और कहते हैं कि हज़ारों लोग गीता के नाम से प्रवचन सुनने आएंगे। लेकिन उनकी दृष्टि भी हज़ारों लोगों की संख्या को आकर्षित करने पर टिकी है। वे भूल जाते हैं कि ओशो के गीता-दर्शन प्रवचनों को जन-सामान्य के लिए और तरलित करने की कोई जरूरत नहीं है। आज से तीस-चालीस वर्ष पहले ओशो ने मुंबई-अहमदाबाद जैसे शहरों में ये प्रवचन सार्वजनिक स्थलों पर दिए थे और जन-सामान्य को समझाने में उन्हें कोई कठिनाई नहीं हुई थी। आज भी आप गीता-दर्शन पर ओशो के टेप-प्रवचन चलाएं, लोग आसानी से समझ जाएंगे, आपकी व्याख्या की जरूरत नहीं है।

विचित्र बात यह है कि लोग ओशो के प्रवचनों के आधार पर अपना वर्चस्व स्थापित करने में लगे हैं—इसलिए कि लोग ओशो के नाम से आएंगे और उन्हें पूजेंगे। यह उनकी चालाकी है।

ओशो का संदेश इतना सीधा-सरल और स्पष्ट है कि किसी और को उसे सरल बनाने की जरूरत नहीं। ऐसे लोग कृपा करें और अपनी व्याख्याएं अपने पास रखें। ओशो ने अपने प्रवचनों में किसी और व्याख्या की कोई गुंजाइश नहीं छोड़ी है।

ओशो अपनी कोटि आप हैं। किसी अन्य गुरु से तुलना, प्रतियोगिता, प्रतिस्पर्धा नहीं है। ओशो अगर विद्रोही हैं, विवादग्रस्त हैं, तो यह ओशो की जीवंतता है, ताज़गी है, उनका अनूठापन है, अद्वितीयता है, मौलिकता है। इसलिए उनके जीवन-दर्शन में किसी दूसरे के साथ कोई प्रतिस्पर्धा नहीं—क्योंकि प्रतिस्पर्धा में हीनता का भाव अंतर्निहित होता है। दूसरे प्रतिस्पर्धा करें, प्रतियोगिता करें, ईर्ष्या करें—यह उनकी अपनी स्थिति है। ओशो अतुलनीय हैं।

– स्वामी चैतन्य कीर्ति