



मनोज वर्मा

श्री मनोज वर्मा दो दशकों से भी अधिक समय से पत्रकारिता में सक्रिय हैं। राष्ट्रीय सहारा, दैनिक जागरण, राजस्थान पत्रिका और इंडिया टुडे से जुड़े रहे श्री वर्मा नई दुनिया में विशेष संवाददाता के रूप में कार्यरत हैं। राजनीति और समसामायिक विषयों पर पकड़ रखने वाले श्री वर्मा दिल्ली जर्नलिस्ट्स एसोसिएशन के अध्यक्ष हैं और केंद्रीय प्रेस प्रत्यापन समिति (पीआईबी) के सदस्य हैं।

यह पब्लिक है 'एजेंडा पत्रकारिता' जानती है

समय के साथ पत्रकारिता बदलती रही है। 1947 से पहले भारत में पत्रकारिता मिशन मानी गई और लक्ष्य भारत की आजादी था। आजादी के बाद पचास के दशक से लेकर अस्सी के दशक तक पत्रकारिता राष्ट्र निर्माण से प्रेरित रही। इस दौर में पत्रकारिता कमर्शियल चाल भी चली। मसलन तकनीकी रूप से कई तरह के बदलाव आए। विज्ञापनों की मांग बढ़ी। लेकिन नब्बे के दशक में पत्रकारिता बाजारवाद की ओर चली तो तेजी से एजेंडा बदलने लगा। नब्बे के दशक में पत्रकारिता पर बाजार हावी होने लगा पर फिर भी तथ्यों पर केंद्रित समाचार और लेख समाज और राष्ट्र के प्रति अधिक जवाबदेह रहते थे। कारण, बाजार को मीडिया की जरूरत थी, पर बीसवीं शताब्दी के आते-आते मीडिया को बाजार की जरूरत हो गई। लिहाजा बाजार एजेंडा तय करने लगा। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का जिस तेजी से विस्तारीकरण हुआ उससे भी अधिक तेजी से मीडिया का बाजारीकरण हो गया। बाजार में हर माल बिकाऊ होता है लिहाजा सामाचार और मीडिया में स्थान भी बिकाऊ हो गया। विज्ञापन हो भले समाचार न हो। समाचार या लेख हो तो वह भी एजेंडा केंद्रित हो। किस की छवि बिगाड़नी है और किसी की बनानी है। किसे चढ़ाना है और किसे गिराना है। सबकुछ एक एजेंडे के तहत तय सा लगता है। जिसे 'एजेंडा पत्रकारिता' कह सकते हैं।

मसलन 'युवराज' यदि दलितों के घर खाना खा रहे हैं तो युवराज अपनी राजनीति के एजेंडे के तहत ऐसा करते हैं लेकिन मीडिया का एक वर्ग युवराज के इस एजेंडे की राजनीति को पत्रकारिता की चाशनी के साथ आम पाठक के सामने एक एजेंडे के रूप में पेश करता है। इसलिए नहीं कि युवराज के खाना खाने से दलित का भला हो रहा है बल्कि इसलिए युवराज की राजनीति का एजेंडा तय करना है।

युवराज चारपाई पर बैठे। यह ब्रेकिंग न्यूज बन जाती है। युवराज का चारपाई पर बैठना जितनी बड़ी न्यूज बनता है उतनी बड़ी न्यूज विदर्भ और बुदेलखंड में कर्ज और गरीबी के कारण आत्म हत्या करने वाले किसानों की मौत नहीं बनती। बनती भी है तो पता नहीं किस कोने में चलती है या छपती है। कुछ हुआ तो युवराज का दखल दिखाना या लिखना है और बुरा हुआ तो ठीकरा किसी और के सिर फोड़ना है यह भी एक तय एजेंडे के तहत होता है। सांसदों को खरीदने वाले कैश फॉर वोट मामले ने तो पत्रकारिता की सभी लक्ष्मण रेखाएं तोड़ दीं। एक टीवी चैनल ने भारत के संसदीय इतिहास की इस भ्रष्टतम घटना का स्टिंग

ऑपरेशन तो किया, लेकिन जनता के सामने इसे उजागर नहीं किया और सच दबकर रह गया। कारण इस मामले में भी एजेंडा कुछ और था। कुछ दशक पहले तक तथ्यों और प्रमाणों औ घटनाओं के चलते खबरें बनती थीं पर अब राजनीति और बाजार के एजेंडे के हिसाब से खबरें बनाई और गढ़ी जाती हैं। बिना यह सोचे कि समाज और राष्ट्र पर इसका क्या असर होगा। उदाहरण के लिए मुंबई पर आतंकवादी हमले में पाकिस्तान का अजमल कसाब नाम का आतंकवादी जिंदा पकड़ा गया पर उर्दू के एक वरिष्ठ पत्रकार ने अपनी लेखनी के जरिए यह साबित करने की कोशिश की कि इस आतंकवादी घटना का सूत्रधार आरएसएस था। समाचार पत्रों में संधी और भगवा आतंकवाद को लेकर कई लेख लिख मारे गए। पाकिस्तान प्रायोजित आतंकवाद के मुकाबले हिन्दू आतंकवाद और भगवा आतंकवाद खड़े कर मीडिया में बहस का नया एजेंडा खड़ा कर दिया गया।

मजे की बात यह है कि हिन्दू आतंकवाद राजनीति का एजेंडा बन गया तो उर्दू के इस वरिष्ठ पत्रकार ने धीमे से इसका खंडन कर दिया। बिना तथ्य के एजेंडा तय कर दिया और मीडिया का एक बड़ा वर्ग इस एजेंडे के पीछे चल निकला। यह भी सही नहीं होगा कि यदि कोई हिन्दू बम फोड़े तो राष्ट्रवाद के नाम पर उसको बचाने के लिए एजेंडा पत्रकारिता की जाए। असल में एजेंडा पत्रकारिता की एक बड़ी वजह पत्रकारों और मीडिया घरानों के मालिकों का राज्यसभा के प्रति मोह भी एक बड़ा कारण रहा है।

सेक्यूलर या राष्ट्रवादी दिखने के लिए एजेंडा पत्रकारिता करो। सरकारी-गैर सरकारी पुरस्कार प्राप्ति के लिए पत्रकारिता में एजेंडा तय करो। सत्ता और दलों से प्राप्ति के मोह ने पत्रकारिता को एजेंडा केंद्रित बना दिया है। एजेंडा पत्रकारिता के कई रूप हो सकते हैं सही अर्थों में भी और गलत अर्थ में भी। यदि किसी एजेंडा रूपी पत्रकारिता से समाज और देश का भला होता है तो ऐसी एजेंडा पत्रकारिता किसी को बुरी नहीं लगेगी, लेकिन यदि सिर्फ व्यक्तिगत स्वार्थों और कुछ प्राप्ति के लिए एजेंडा पत्रकारिता होगी तो उससे न तो राष्ट्र का भला होगा और न ही पत्रकारिता का। हम अपना एजेंडा चला सकते हैं जो चाहे लिख और कह सकते हैं, पर यह भी न भूले, पत्रकार बाबू कि यह जो पब्लिक है सब 'एजेंडा' जानती है। इसलिए सही को सही और गलत को गलत कहने और लिखने की एजेंडा पत्रकारिता होगी तो उससे ही पत्रकारिता और पत्रकारों का भला होगा।