

पुण्य प्रसून बाजपेयी ने एबीपी छोड़ने की खुद लिखी सिलसिलेवार कहानी

एबीपी चैनल छोड़ने के बाद पत्रकारिता पर जारी तानाशाही के प्रतीक पुरुष बने वरिष्ठ पत्रकार पुण्य प्रसून बाजपेयी ने कुछ यूँ बताया पूरा घटनाक्रम। क्या ये संभव है कि आप प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का नाम न लें। आप चाहे तो उनके मंत्रियों का नाम ले लीजिए। सरकार की नीतियों में जो भी गड़बड़ दिखाना चाहते हैं, दिखा सकते हैं। मंत्रालय के हिसाब से मंत्री का नाम लीजिए, पर प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का जिक्र कहीं ना कीजिए।

लेकिन जब प्रधानमंत्री मोदी खुद ही हर योजना का ऐलान करते हैं। हर मंत्रालय के कामकाज से खुद को जोड़े हुए हैं और उनके मंत्री भी जब उनका ही नाम लेकर योजना या सरकारी नीतियों का जिक्र कर रहे हैं तो आप कैसे मोदी का नाम ही नहीं लेंगे। अरे छोड़ दीजिए। कुछ दिनों तक देखते हैं क्या होता है। वैसे आप कर ठीक रहे हैं। पर अभी छोड़ दीजिए।

भारत के आनंद बाजार पत्रिका समूह के राष्ट्रीय न्यूज चैनल एबीपी न्यूज के प्रोपराइटर जो एडिटर-इन-चीफ भी हैं उनके साथ ये संवाद 14 जुलाई को हुआ।

यूँ तो इस निर्देश को देने से पहले खासी लंबी बातचीत खबरों को दिखाने, उसके असर और चैनल को लेकर बदलती धारणाओं के साथ हो रहे लाभ पर भी हुई।

एडिटर-इन-चीफ ने माना कि 'मास्टरस्ट्रोक' प्रोग्राम ने चैनल की साख बढ़ा दी है। खुद उनके शब्दों में कहें तो, 'मास्टरस्ट्रोक' में जिस तरह की रिसर्च होती है। जिस तरह खबरों को लेकर ग्रांडज ज़ीरो से रिपोर्टिंग होती है। रिपोर्ट के जरिये सरकार की नीतियों का पूरा खाका रखा जाता है। ग्राफिक्स और स्क्रीन जिस तरह लिखी जाती है, वह चैनल के इतिहास में पहली बार उन्होंने भी देखा।'

तो चैनल के बदलते स्वरूप या खबरों को परोसने के अंदाज ने प्रोपराइटर व एडिटर-इन-चीफ को उसाहित तो किया, पर खबरों को दिखाने-बताने के अंदाज की तारीफ करते हुए भी लगातार वह ये कह भी रहे थे और बता भी रहे थे कि क्या सबकुछ चलता रहे और प्रधानमंत्री मोदी का नाम ना हो तो कैसा रहेगा? खैर, एक लंबी चर्चा के बाद सामने निर्देश यही आया कि प्रधानमंत्री मोदी का नाम अब चैनल की स्क्रीन पर लेना ही नहीं है।

तो सवाल था मास्टरस्ट्रोक की पूरी टीम की कलम पर से प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी शब्द गायब हो जाना चाहिए पर अगला सवाल तो ये भी था कि मामला किसी अख़बार का नहीं बल्कि न्यूज चैनल का था।

यानी स्क्रिप्ट लिखते वक्त कलम चाहे प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी न लिखे लेकिन जब सरकार का मतलब ही बोते चार बरस में सिर्फ नरेंद्र मोदी हैं तो फिर सरकार का जिक्र करते हुए एडिटरिंग मशीन ही नहीं बल्कि लाइब्ररी में भी सिर्फ प्रधानमंत्री मोदी के ही वीडियो होंगे।

और 26 मई 2014 से लेकर 26 जुलाई 2018 तक किसी भी एडिटरिंग मशीन पर मोदी सरकार ही नहीं बल्कि मोदी सरकार की किसी भी योजना को लिखते ही जो वीडियो या तस्वीरों का कच्चा-चिट्ठा उभरता उसमें 80 फीसदी प्रधानमंत्री मोदी ही थे।

यानी किसी भी एडिटर के सामने जो तस्वीर स्क्रिप्ट के अनुरूप लगाने की जरूरत होती उसमें बिना मोदी के कोई वीडियो या कोई तस्वीर उभरती ही नहीं।

और हर मिनट जब काम एडिटर कर रहा है तो उसके सामने स्क्रिप्ट में लिखे, मौजूदा सरकार शब्द आते ही प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी की ही तस्वीर उभरती और ऑन एयर 'मास्टरस्ट्रोक' में चाहे कहीं भी प्रधानमंत्री मोदी शब्द बोला-सुना ना रहा हो पर स्क्रीन पर प्रधानमंत्री मोदी का तस्वीर आ ही जाती।

मास्टरस्ट्रोक' में प्रधानमंत्री मोदी की तस्वीर भी नहीं जानी चाहिए उसका फरमान भी 100 घंटे बीतने से पहले आ जाएगा, ये सोचा तो नहीं गया पर सामने आ ही गया। और इस बार एडिटर-इन-चीफ के साथ जो चर्चा शुरू हुई वह इस बात से हुई कि क्या वाकई सरकार का मतलब प्रधानमंत्री मोदी ही है।

यानी हम कैसे प्रधानमंत्री मोदी की तस्वीर दिखाए बिना कोई भी रिपोर्ट दिखा सकते हैं। उस पर हमारा सवाल था कि मोदी सरकार ने चार बरस कार्यकाल के दौरान 106 योजनाओं का ऐलान किया है। संयोग से हर योजना की ऐलान खुद प्रधानमंत्री ने ही किया है।

हर योजना के प्रचार-प्रसार की ज़िम्मेदारी चाहे अलग-अलग मंत्रालय पर हो। अलग-अलग मंत्री पर हो। लेकिन जब हर योजना के प्रचार-प्रसार में हर तरफ से जिक्र प्रधानमंत्री मोदी का ही हो रहा है तो योजना की सफलता-असफलता पर ग्रांडज रिपोर्ट में भी जिक्र प्रधानमंत्री का चाहे रिपोर्ट-एंकर ना लें लेकिन योजना से प्रभावित लोगों की जुबां पर नाम तो प्रधानमंत्री मोदी का ही होगा और लगातार है भी।

चाहे किसान हो या गर्भवती महिला, बेरोजगार हो या व्यापारी। जब उनसे फसल बीमा पर पूछे या मातृत्व वंदना योजना या जीएसटी पर पूछे या मुद्रा योजना पर पूछे या तो योजनाओं के दायरे में आने वाला हर कोई प्रधानमंत्री मोदी का नाम जरूर लेता। कोई लाभ नहीं मिल रहा है ये कहता तो उनकी बातों को कैसे एडिट किया जाए।

तो जवाब यही मिला कि कुछ भी हो पर 'प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी की तस्वीर-वीडियो भी मास्टरस्ट्रोक में दिखायी नहीं देने चाहिए।'

वैसे ये सवाल अब भी अनसुलझा सा था कि आखिर प्रधानमंत्री मोदी की तस्वीर या उनका नाम भी जुबां पर ना आए तो उससे होगा क्या? क्योंकि जब 2014 में सत्ता में आई बीजेपी के लिए सरकार का मतलब नरेंद्र मोदी है। बीजेपी के स्टार प्रचारक के तौर पर प्रधानमंत्री मोदी ही हैं।

संघ के चेहरे के तौर पर भी प्रचारक रहे नरेंद्र मोदी हैं। दुनिया भर में भारत की विदेश नीति के ब्रांड अंबेसडर नरेंद्र मोदी हैं। देश की हर नीति के



केंद्र में नरेंद्र मोदी हैं तो फिर दर्जन भर हिंदी राष्ट्रीय न्यूज चैनलों की भीड़ में पांचवें-छठे नंबर के राष्ट्रीय न्यूज चैनल एबीपी के प्राइम टाइम में सिर्फ घंटे भर के कार्यक्रम 'मास्टरस्ट्रोक' को लेकर सरकार के भीतर इतने सवाल क्यों हैं?

या कहें वह कौन सी मुश्किल है जिसे लेकर एबीपी न्यूज चैनल के मालिकों पर दबाव बनाया जा रहा है कि वह प्रधानमंत्री मोदी का नाम न लें या फिर तस्वीर भी न दिखाए।

दरअसल मोदी सरकार में चार बरस तक जिस तरह सिर्फ और सिर्फ प्रधानमंत्री मोदी को ही केंद्र में रखा गया और भारत जैसे देश में टीवी न्यूज चैनलों ने जिस तरह सिर्फ और सिर्फ उनको ही दिखाया और धीरे-धीरे प्रधानमंत्री मोदी की तस्वीर, उनका वीडियो, उनका भाषण किसी नशे की तरह न्यूज चैनलों को देखने वाले के भीतर समाता गया।

उसका असर ये हुआ कि प्रधानमंत्री मोदी ही चैनलों की टीआरपी की जरूरत बन गए और प्रधानमंत्री के चेहरे का साथ सब कुछ अच्छा है या कहें अच्छे दिन की ही दिशा में देश बढ़ रहा है, ये बताया जाने लगा तो चैनलों के लिए भी यह नशा बन गया और ये नशा न उतरे इसके लिए बाकायदा मोदी सरकार के सूचना मंत्रालय ने 200 लोगों की एक मॉनिटरिंग टीम को लगा दिया गया।

बाकायदा पूरा काम सूचना मंत्रालय के एडिशनल डायरेक्टर जनरल के मातहत होने लगा। जो सीधी रिपोर्ट सूचना एवं प्रसारण मंत्री को देते। और जो 200 लोग देश के तमाम राष्ट्रीय न्यूज चैनलों की मॉनिटरिंग करते हैं वह तीन स्तर पर होता।

150 लोगों की टीम सिर्फ मॉनिटरिंग करती है, 25 मॉनिटरिंग की गई रिपोर्ट को सरकार के अनुकूल एक शकल देती है और बाकि 25 फाइनेल मॉनिटरिंग के कंटेंट की समीक्षा करते हैं।

उनकी इस रिपोर्ट पर सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के तीन डिप्टी सचिव स्तर के अधिकारी रिपोर्ट तैयार करते और फाइनेल रिपोर्ट सूचना एवं प्रसारण मंत्री के पास भेजी जाती। जिनके जरिये पीएमओ यानी प्रधानमंत्री कार्यालय के अधिकारी सक्रिय होते और न्यूज चैनलों के संपादकों को दिशा निर्देश देते रहते कि क्या करना है, कैसे करना है। और कोई संपादक जब सिर्फ खबरों के लिहाज से चैनल को चलाने की बात कहता तो चैनल के प्रोपराइटर से सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय या पीएमओ के अधिकारी संवाद कायम करते बनाते।

दबाव बनाने के लिए मॉनिटरिंग की रिपोर्ट को नथी कर फाइल भेजते और फाइल में इसका जिक्र होता कि आखिर कैसे प्रधानमंत्री मोदी की 2014 में किए गए चुनावी वादे से लेकर नोटबंदी या सर्जिकल स्ट्राइक या जीएसटी को लागू करते वक्त दावों भरे बयानों को दोबारा दिखाया जा सकता है।

या फिर कैसे मौजूदा दौर की किसी योजना पर होने वाली रिपोर्ट में प्रधानमंत्री के पुराने दावे का जिक्र किया जा सकता है।

दरअसल मोदी सत्ता की सफलता का नजरिया ही हर तरीके से रखा जाता रहा है। इसके लिए खासतौर से सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय से लेकर पीएमओ के दर्जन भर अधिकारी पहले स्तर पर काम करते हैं।

दूसरे स्तर पर सूचना एवं प्रसारण मंत्री का सुझाव होता है, जो एक तरह का निर्देश होता है और तीसरे स्तर पर बीजेपी का लहजा, जो कई स्तर पर काम करता है। मसलन अगर कोई चैनल सिर्फ मोदी सत्ता की सकारात्मकता को नहीं दिखाता है या कभी-कभी नकारात्मक खबर करता है या फिर तथ्यों के सहारे मोदी सरकार के सच को झूठ करार देता है तो फिर बीजेपी के प्रवक्ताओं को चैनल में भेजने पर पाबंदी लग जाती है।

यानी न्यूज चैनल पर होने वाली राजनीतिक चर्चाओं में बीजेपी के प्रवक्ता नहीं आते हैं। एबीपी पर ये शुरूआत जून के आखरी हफ्ते से ही शुरू हो गई। यानी बीजेपी प्रवक्ताओं ने चर्चा में आना बंद कर दिया।

दो दिन बाद से बीजेपी नेताओं ने चैनल को बाईट देना बंद कर दिया और जिस दिन प्रधानमंत्री मोदी के मन का बात का सच मास्टरस्ट्रोक में दिखाया गया उसके बाद से बीजेपी के साथ-साथ आरएसएस से जुड़े उनके विचारकों को भी एबीपी न्यूज चैनल पर आने से रोक दिया गया।

तो मन की बात के सच और उसके बाद के घटनाक्रम को समझ उससे पहले ये भी जान लें कि मोदी सत्ता पर कैसे बीजेपी का पैरेंट संगठन राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ भी निर्भर हो चला है।

इसका सबसे बड़ा उदाहरण 9 जुलाई 2018 को तब नज़र आया जब शाम चार बजे की चर्चा के एक कार्यक्रम के बीच में ही संघ के विचारक के तौर पर बैठे एक प्रोफेसर का मोबाइल बजा और उधर से कहा गया कि वह तुरंत स्टूडियो से बाहर निकल आएँ और वह शख्स ऑन एयर कार्यक्रम के बीच ही उठ कर चल पड़ा।

फोन आने के बाद उसके चेहरे का हावभाव ऐसा था, मानो उसके कोई बहुत बड़ा अपराध कर दिया है या कहें बेहद डरे हुए शख्स का जो चेहरा हो

सकता है वह उस वक्त में नज़र आ गया।

पर बात इससे भी बनी नहीं क्योंकि इससे पहले जो लगातार खबरें चैनल पर दिखायी जा रही थीं, उसका असर देखने वालों पर क्या हो रहा है और बीजेपी के प्रवक्ता चाहे चैनल पर न आ रहे हों पर खबरों को लेकर चैनल की टीआरपी बढ़ने लगी। और इस दौर में टीआरपी की जो रिपोर्ट 5 और 12 जुलाई को आई उसमें एबीपी न्यूज देश के दूसरे नंबर का चैनल बन गया।

और खास बात तो ये भी है कि इस दौर में 'मास्टरस्ट्रोक' में एक्सक्लूसिव रिपोर्ट झारखंड के गोड्डा में लगने वाले थर्मल पावर प्रोजेक्ट पर की गई। चूंकि ये थर्मल पावर तमाम नियम-कायदों को ताक पर रखकर ही नहीं बन रहा है बल्कि ये अडानी ग्रुप का है और पहली बार उन किसानों का दर्द इस रिपोर्ट के जरिये उभरा कि अडानी कैसे प्रधानमंत्री मोदी के करीब है तो झारखंड सरकार ने नियम बदल दिए और किसानों को धमकी दी जाने लगी कि अगर उन्होंने अपनी ज़मीन थर्मल पावर के लिए नहीं दी तो उनकी हत्या कर दी जाएगी।

एक किसान ने बाकायदा कैमरे पर कहा, 'अडानी ग्रुप के अधिकारी ने धमकी दी है ज़मीन नहीं दोगे तो ज़मीन में गाड़ देंगे। पुलिस को शिकायत किए तो पुलिस बोली बेकार है शिकायत करना। ये बड़े लोग हैं। प्रधानमंत्री के करीबी हैं।'

इस दिन के कार्यक्रम की टीआरपी बाकि के औसत मास्टरस्ट्रोक से पांच पॉइंट ज्यादा थी। यानी एबीपी के प्राइम टाइम (रात 9-10 बजे) में चलने वाले मास्टरस्ट्रोक की औसत टीआरपी जो 12 थी उस अडानी वाले कार्यक्रम वाले दिन 17 हो गई।

यानी तीन अगस्त को जब संसद में विपक्ष के नेता मल्लिकार्जुन खड़गे ने मीडिया पर बंदिश और एबीपी न्यूज को धमकाने और पत्रकारों को नौकरी से निकलवाने का जिक्र किया तो सूचना एवं प्रसारण मंत्री ने कह दिया, 'चैनल की टीआरपी ही मास्टरस्ट्रोक कार्यक्रम से नहीं आ रही थी और उसे कोई देखा ना ही नहीं चाहता था तो चैनल ने उसे बंद कर दिया।'

तो असल हालात यही से निकलते हैं क्योंकि एबीपी की टीआरपी अगर बढ़ रही थी। उसका कार्यक्रम मास्टरस्ट्रोक लोकप्रिय भी हो रहा था और पहले की तुलना में टीआरपी भी अच्छी-खासी शुरूआती चार महीनों में ही देने लगा था (मास्टरस्ट्रोक से

पहले 'सन गण मन' कार्यक्रम चला करता था जिसकी औसत टीआरपी 7 थी, मास्टरस्ट्रोक की औसत टीआरपी 12 हो गई।)

यानी मास्टर स्ट्रोक की खबरों का मिजाज मोदी सरकार की उन योजनाओं या कहें दावों को ही परखने वाला था जो देश के अलग-अलग क्षेत्रों से निकल कर रिपोर्टों के जरिये आती थी। और लगातार मास्टरस्ट्रोक के जरिये ये भी साफ हो रहा था कि सरकार के दावों के भीतर कितना खोखलापन है और इसके लिए बाकायदा सरकारी आंकड़ों के अंतर्विरोध को ही आधार बनाया जाता था।

तो सरकार के सामने ये संकट भी उभरा कि जब उनके दावों को परखते हुए उनके खिलाफ हो रही रिपोर्टों को भी जनता पसंद करने लगी है और चैनल की टीआरपी भी बढ़ रही है तो फिर आने वाले वक्तों में दूसरे चैनल क्या करेंगे?

क्योंकि भारत में न्यूज चैनलों के बिज़नेस का सबसे बड़ा आधार विज्ञापन है और विज्ञापन को मापने के लिए संस्था बार्क की टीआरपी रिपोर्ट है। और अगर टीआरपी ये दिखलाने लगे कि मोदी सरकार की सफलता को खारिज करती रिपोर्टें जनता पसंद कर रही है तो फिर वह न्यूज चैनल जो मोदी सरकार के गुणगान में खोये हुए हैं उनके सामने साख और बिज़नेस यानी विज्ञापन दोनों का संकट होगा।

तो बेहद समझदारी के साथ चैनल पर दबाव बढ़ाने के लिए दो कदम सत्ताधारी बीजेपी के तरफ से उठे। पहला देशभर में एबीपी न्यूज का बायकट हुआ और दूसरा एबीपी का जो भी सालाना कार्यक्रम होता है जिससे चैनल की साख भी बढ़ती है और विज्ञापन के जरिये कमाई भी होती है। मसलन एबीपी न्यूज चैनल के शिखर सम्मेलन कार्यक्रम में सत्ता विपक्ष के नेता-मंत्री पहुंचते और जनता के सवालियों का जवाब देते तो उस कार्यक्रम से बीजेपी और मोदी सरकार दोनों ने हाथ पीछे कर लिए। यानी कार्यक्रम में कोई मंत्री नहीं जाएगा।

जाहिर है जब सत्ता ही नहीं होगी तो सिर्फ विपक्ष के आसरे कोई कार्यक्रम कैसे हो सकता है। यानी हर न्यूज चैनल को साफ संदेश दे दिया गया कि विरोध करेंगे तो चैनल के बिज़नेस पर प्रभाव पड़ेगा।

यानी चाहे-अनचाहे मोदी सरकार ने साफ संकेत दिए की सत्ता अपने आप में बिजनेस है और चैनल भी बिना बिज़नेस ज्यादा चल नहीं पाएगा। पर पहली बार एबीपी न्यूज चैनल पर असर डालने के लिए या कहें कहीं सारे चैनल मोदी सरकार के गुणगान को छोड़कर ग्रांड ज़ीरो से खबरें दिखाने की दिशा में बढ़ न जाए। उसके लिए शायद दुनिया के सबसे बड़े लोकतांत्रिक देश में लोकतंत्र का मित्र बनकर

लोकतंत्र का ही गला घोटने की कार्यवाही सत्ता ने शुरू की।

यानी इमरजेंसी थी तब मीडिया को एहसास था कि संवैधानिक अधिकार समाप्त है। पर यहां तो लोकतंत्र का रंग है और 20 जून को प्रधानमंत्री मोदी ने वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के जरिये किसान लाभार्थियों से की।

उस बातचीत में सबसे आगे छत्तीसगढ़ के कांकेर जिले के कन्हारपुरी गांव में रहने वाली चंद्रमणि कौशिक थीं। उनसे जब प्रधानमंत्री ने कमाई के बारे में पूछा तो बेहद सरल तरीके से चंद्रमणि ने बताया कि उसकी आय कैसे दोगुनी हो गई। आय दोगुनी हो जाने की बात सुनकर प्रधानमंत्री खुश हो गए, खिलखिलाने लगे, क्योंकि किसानों की आय दोगुनी होने का लक्ष्य प्रधानमंत्री मोदी ने साल 2022 में रखा है।

पर लाइव टेलीकास्ट में कोई किसान कहे कि उसकी आय दोगुनी हो गई तो प्रधानमंत्री का खुश होना तो बनता है। पर रिपोर्टर-संपादक के दृष्टिकोण से हमें ये सच पचा नहीं क्योंकि छत्तीसगढ़ यूँ भी देश के सबसे पिछड़े इलाकों में से एक है फिर कांकेर जिला, जिसके बारे में सरकारी रिपोर्ट ही कहती है कि जो अब भी कांकेर के बारे में सरकारी वेबसाइट पर दर्ज है कि ये दुनिया के सबसे पिछड़े इलाके यानी अफ्रीका या अफगानिस्तान की तरह है।

ऐसे में यहां की कोई महिला किसान आय दोगुनी होने की बात कह रही है तो रिपोर्टर को खासकर इसी रिपोर्ट के लिए वहां भेजा गया। 14 दिन बाद 6 जुलाई को जब ये रिपोर्ट दिखायी गई कि कैसे महिला को दिल्ली से गए अधिकारियों ने ट्रेनिंग दी कि उसे प्रधानमंत्री के सामने क्या बोलना है, कैसे बोलना है और कैसे आय दोगुनी होने की बात कहनी है।

इस रिपोर्ट को दिखाये जाने के बाद छत्तीसगढ़ में ही ये सवाल होने लगे कि कैसे चुनाव जीतने के लिए छत्तीसगढ़ की महिला को ट्रेनिंग दी गई। (छत्तीसगढ़ में पांच महीने बाद विधानसभा चुनाव है) यानी इस रिपोर्ट ने तीन सवालों को जन्म दे दिया।

पहला, क्या अधिकारी प्रधानमंत्री को खुश करने के लिए ये सब करते हैं। दूसरा, क्या प्रधानमंत्री चाहते हैं कि सिर्फ उनकी वाहवाही हो तो झूठ बोलने की ट्रेनिंग दी जाती है। तीसरा, क्या प्रचार प्रसार का यही तंत्र ही है जो चुनाव जीता सकता है।

हो जो भी पर इस रिपोर्ट से आहत मोदी सरकार ने एबीपी न्यूज चैनल पर सीधा हमला ये कहकर शुरू किया कि जानबूझकर गुलत और झूठी रिपोर्ट दिखायी गई। और बाकायदा सूचना एवं प्रसारण मंत्री समेत तीन केंद्रीय मंत्रियों ने एक सरीखे ट्वीट किए और चैनल की साख पर ही सवाल उठा दिए। जाहिर है ये दबाव था। सब समझ रहे थे।

ऐसे में तथ्यों के साथ दोबारा रिपोर्ट फाइल करने के लिए जब रिपोर्टर ज्ञानेंद्र तिवारी को भेजा गया तो गांव का नज़ारा ही कुछ अलग हो गया। मसलन गांव में पुलिस पहुंच चुकी थी। राज्य सरकार के बड़े अधिकारी इस भरोसे के साथ भेजे गए थे कि रिपोर्टर दोबारा उस महिला तक पहुंच न सके। पर रिपोर्टर की सक्रियता और भ्रष्टाचार को छिपाने पहुंचे अधिकारी या पुलिसकर्मियों में इतना नैतिक बल न था या वह इतने अनुशासन में रहने वाले नहीं थे कि रात तक डटे रहते। दिन के उजाले में खानापूर्ति कर लौट आए।

शाम ढलने से पहले ही गांव के लोगों ने और दोगुनी आय कहने वाली महिला समेत उनके साथ काम करने वाली 12 महिलाओं के समूह ने चुप्पी तोड़कर सच बता दिया कि हालत तो और खस्ता हो गई है।

9 जुलाई को इस रिपोर्ट के 'सच' शीर्षक के प्रसारण के बाद सत्ता-सरकार की खामोशी ने संकेत तो दिए कि वह कुछ करेंगी और उसी रात सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अधीन काम करने वाले न्यूज चैनल मॉनिटरिंग की टीम में से एक शख्स ने फोन से जानकारी दी कि आपके मास्टरस्ट्रोक चलने के बाद से सरकार में हड़कंप मचा हुआ है।

बाकायदा एडीजी को सूचना एवं प्रसारण मंत्री ने हड़काया है कि क्या आपको अंदेशा नहीं था कि एबीपी हमारे ट्वीट के बाद भी रिपोर्ट फाइल कर देता है। अगर ऐसा हो सकता है तो हम पहले ही नोटिस भेज देते जिससे रिपोर्ट के प्रसारण से पहले उन्हे नहीं दिखाना पड़ता।

जाहिर है जब ये सारी जानकारी नौ जुलाई को सरकारी मॉनिटरिंग करने वाले सीनियर मॉनिटरिंग का पद संभाले शख्स ने दी तो मुझे पूछना पड़ा कि क्या आपको नौकरी का खतरा नहीं है जो आप हमें सारी जानकारी दे रहे हैं।

तो उस शख्स ने साफ तौर पर कहा कि 200 लोगों की टीम है। जिसकी भर्ती ब्रांडकास्ट इंजीनियरिंग कॉर्पोरेशन इंडिया लिमिटेड करती है। छह महीने के कॉन्ट्रैक्ट पर रखती है चाहे आपको कितने भी बरस काम करते हुए हो। छुट्टी की कोई सुविधा है नहीं। मॉनिटरिंग करने वालों को 28,635 रुपये मिलते हैं तो सीनियर मॉनिटरिंग करने वाले को 37,350 रुपये और कंटेंट पर नज़र रखने वालों को 49,500 रुपये मिलते हैं। इतने वेतन की नौकरी जाए या रहे फर्क क्या पड़ता है।

पर सच तो यही है कि प्राइम टाइम के बुलेटिन पर नज़र रखने वालों को यही रिपोर्ट तैयार करनी होती है कितना वक्त आपने प्रधानमंत्री मोदी को दिखाया। जो सबसे ज्यादा दिखाता है उसे सबसे ज्यादा अच्छा माना जाता है।

हम मास्टरस्ट्रोक में प्रधानमंत्री मोदी को तो खूब दिखाते हैं इस पर लगभग हंसते हुए उस शख्स ने कहा आपके कंटेंट पर अलग से एक रिपोर्ट तैयार होती है और आज जो आपने दिखाया है उसके बाद तो कुछ भी हो सकता है। बस सचेत रहिएगा।

यह कहकर अपने तो फोन काट दिया तो मैं भी इस बारे में सोचने लगा। इसकी चर्चा चैनल के भीतर हुई भी पर ये किसी ने नहीं सोचा था कि हमला तीन स्तर पर होगा और ऐसा हमला

होगा कि लोकतंत्र टुकुर-टुकुर देखात रह जाएगा क्योंकि लोकतंत्र के नाम पर ही लोकतंत्र का गला घोटा जाएगा।

अगले ही दिन से जैसे ही रात के नौ बजे एबीपी न्यूज चैनल का सैटेलाइट लिंक अटकने लगा और नौ बजे से लेकर रात दस बजे तक कुछ इस तरह से सैटेलाइट की डिस्टर्बेंस रही कि कोई भी मास्टरस्ट्रोक देख ही न पाए या देखने वाला चैनल बदल ही ले और दस बजे ही चैनल फिर ठीक हो जाता।

जाहिर है ये चैनल चलाने वालों के लिए किसी झटके से कम नहीं था। ऐसे में चैनल के प्रोपराइटर व एडिटर-इन-चीफ ने तमाम टेक्नीशियंस को लगाया कि ये क्यों हो रहा है। पर सेकेंड भर के लिए किसी टेलीपोर्ट से एबीपी सैटेलाइट लिंक पर फायर होता और जब तक एबीपी के टेक्नीशियन एबीपी का टेलीपोर्ट बंद कर पाते तब तक पता नहीं कहा से फायर हो रहा है तब तक उस टेलीपोर्ट के मूवमेंट होते और वह फिर चंद मिनट में सेकेंड भर के लिए दोबारा टेलीपोर्ट से फायर करता।

यानी औसतन 30 से 40 बार एबीपी के सैटेलाइट लिंक पर ही फायर कर डिस्टर्बेंस पैदा की जाती और तीसरे दिन सहमति यही बनी कि दर्शकों को जानकारी दे दी जाए।

19 जुलाई को सुबह से ही चैनल पर जरूरी सूचना कहकर चलाना शुरू किया गया, 'पिछले कुछ दिनों से आपने हमारे प्राइम टाइम प्रसारण के दौरान सिग्नल को लेकर कुछ रुकावटें देखी होंगी। हम अचानक आई इन दिक्कतों का पता लगा रहे हैं और उन्हें दूर करने की कोशिश में लगे हैं। तब तक आप एबीपी न्यूज से जुड़े रहें।'

ये सूचना प्रबंधन के मशविरों से ऑन एयर हुई पर इसे ऑन एयर करने के दो घंटे बाद ही यानी सुबह 11 बजते-बजते हटा लिया गया। हटाने का निर्णय भी प्रबंधन का ही रहा।

यानी दबाव सिर्फ ये नहीं कि चैनल डिस्टर्ब होगा बल्कि इसकी जानकारी भी बाहर नहीं जानी चाहिए यानी मैनेजमेंट कहीं साथ खड़ा ना हो।

और इसी के समानांतर कुछ विज्ञापनदाताओं ने विज्ञापन हटा लिए या कहीं रोक लिए। मसलन सबसे बड़ा विज्ञापनदाता जो विदेशी ताकतों से स्वदेशी ब्रांड के नाम पर लड़ता है और अपने सामान को बेचता है उसका विज्ञापन झटके में चैनल के स्क्रीन से गायब हो गया।

फिर अगली जानकारी ये भी आने लगी कि विज्ञापनदाताओं की भी अदृश्य शक्तियां धमका रही हैं कि वे विज्ञापन देना बंद कर दें। यानी लगातार 15 दिन तक सैटेलाइट लिंक में टक्कर और सैटेलाइट लिंक में डिस्टर्बेंस का मतलब सिर्फ एबीपी का राष्ट्रीय हिंदी न्यूज चैनल भर ही नहीं बल्कि चार क्षेत्रीय भाषा के चैनल भी डिस्टर्ब होने लगे और रात नौ से दस बजे कोई आपका चैनल न देख पाए तो मतलब है जिस वक्त सबसे ज्यादा लोग देखते हैं उसी वक्त आपको कोई नहीं देखेगा।

यानी टीआरपी कम होगी ही। मोदी सरकार के गुणगान करने वाले चैनलों के लिए राहत कि अगर वह सत्तानुकूल खबरों में खोए हुए हैं तो उनकी टीआरपी बनी रहेगी और जनता के लिए सत्ता ये मैसेज दे देगी कि लोग तो मोदी को मोदी के अंदाज में सफल देखा चाहते हैं।

जो सवाल खड़ा करते हैं उसे जनता देखा ही नहीं चाहती। यानी सूचना एवं प्रसारण मंत्री को भी पता है कि खेल क्या है तभी तो संसद में जवाब देते वक्त वह टीआरपी का जिक्र करने से चुके पर स्क्रीन ब्लैक होने से पहले टीआरपी क्यों बढ़ रही थी इस पर कुछ नहीं बोले।

खैर ये पूरी प्रक्रिया है जो चलती रही और इस दौर में कई बार ये सवाल भी उठे कि एबीपी को ये तमाम मुद्दे उठाने चाहिए। मास्टरस्ट्रोक के वक्त अगर सैटेलाइट लिंक खराब किया जाता है तो कार्यक्रम को सुबह या रात में ही रिपीट टेलीकास्ट करना चाहिए। पर हर रास्ता उसी दिशा में जा रहा था जहां सत्ता से टकराना है या नहीं और खामोशी हर सवाल का जवाब खुद-ब-खुद दे रही थी। तो पूरी लंबी प्रक्रिया का अंत भी कम दिलचस्प नहीं है क्योंकि एडिटर-इन-चीफ यानी प्रोपराइटर या कहीं प्रबंधन जब आपके सामने हाथ जोड़कर खड़ा हो जाए कि बताइए क्यों क्या?

इन हालातों में आप खुद क्या कर सकते हैं? छुट्टी पर जा सकते हैं इस्टीफा दे सकते हैं। और कमाल तो ये है कि इस्टीफा देकर निकले नहीं कि पतर्जिल का विज्ञापन लौट आया। मास्टरस्ट्रोक में भी विज्ञापन बढ़ गया। 15 मिनट का विज्ञापन जो घंटों-घंटों तीन मिनट पर आ गया था वह बढ़कर 20 मिनट हो गया। दो अगस्त को इस्टीफा हुआ और दो अगस्त की रात सैटेलाइट भी संभल गया। और काम करने के दौर में जिस दिन संसद के सेंट्रल हाल में कुछ पत्रकारों के बीच एबीपी चैनल को मजा सिखाने की धमकी देते हुए पुण्य प्रसून खुद को क्या समझता है कहा गया।

उससे दो दिन पहले का सच और एक दिन बाद का सच ये भी है कि रांची और पटना में बीजेपी का सोशल मीडिया सभालने वालों को बीजेपी अध्यक्ष निर्देश देकर आए थे कि पुण्य प्रसून को बख्शना नहीं है। सोशल मीडिया से निशाने पर रखे और यही बात जयपुर में भी सोशल मीडिया सभालने वालों को कही गई।

पर सत्ता की मुश्किल यह है कि धमकी, पैसे और ताकत की बदौलत सत्ता से लोग जुड़ तो जाते हैं पर सत्ताधारी के इस अंदाज में खुद को ढाल नहीं पाते तो रांची-पटना-जयपुर से बीजेपी के सोशल मीडिया वाले जानकारों देते रहे आपके खिलाफ अभी और जोर-शोर से हमला होगा। तो फिर आखिरी सवाल जब खुले तौर पर सत्ता का खेल हो रहा है तो फिर किस एडिटर गिल्ल को लिखकर दें या किस पत्रकार संगठन से कहें संभल जाओ। सत्तानुकूल होकर मत कहो शिकायत तो करो फिर लड़ेंगे। जैसे एडिटर गिल्ल नहीं बल्कि सचिवालय है और संभालने वाले पत्रकार नहीं सरकारी बाबू है। तो गुहार यही है, लड़ो मत पर दिखायी देते हुए सच को देखते वक्त आंखों पर पट्टी तो ना बांधो।