बस से देखा हाल

ऐसे बनती हैं खबरें

जिम डिकनसन

रिपब्लिकन पार्टी की ओर से उम्मीदवार सेनेटर जॉन मैक्केन अपनी पत्नी सिंडी के साथ डि मॉइन, आयोवा में अपनी प्रचार अभियान बस के सामने एक पत्रकार सम्मेलन में बोलते हुए।

एक अनुभवी राजनीतिक पत्रकार अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव के प्रचार अभियान के दौरान होने वाले खट्टे-मीठे अनुभवों की अंदरुनी जानकारी दे रहे हैं और बता रहे हैं कि उम्मीदवारों के संदेश लोगों तक पहुंचाने में एक रिपोर्टर की भूमिका क्या होती है।

चुनाव अभियान के लम्बे दिन का अंतिम काम है विमान से उतरते समय अगले दिन के उतने ही लम्बे कार्यक्रम ''बाइबल'' की प्रतियां अभियान दल में शामिल सभी सदस्यों- संवाददाताओं, कर्मचारियों, सलाहकारों- को थमा देना या फिर उन्हें उनके होटल में कमरे के दरवाज़े के नीचे सरका देना। एक औसत दिन की शुरुआत कुछ ऐसे होती है:

सुबह 6.15 सामान लॉबी में।

सुबह 7.15 प्रत्याशी और प्रेस पूल स्टेशन केएक्सवाईजेड टीवी के लिए होटल से रवाना।

सुबह 7.30 चैम्बर ऑफ़ कॉमर्स और रोटरी क्लब के साथ पाम रेस्टोरेंट में सुबह 8 बजे नाश्ता करने के लिए कर्मचारी और पत्रकार दल के सदस्य बस में सवार।

सुबह 7.45 केएक्सवाईजेड के सुबह के कार्यक्रम के एंकर जो स्मिथ द्वारा प्रत्याशी का पांच मिनट का साक्षात्कार।

सुबह 7.50 केएक्सवाईजेड से पाम के लिए रवाना।

सुबह 9.00 पाम से एवरी ह्यूस्टन एयरपोर्ट के लिए रवानगी।

ऐसा ही सिलसिला चलता है- पूरे दिन अलग-अलग स्थलों पर कार्यक्रम चलते हैं। चैम्बर/रोटरी बैठकों के चलते कम से कम यह चिन्ता नहीं रहती कि हमें होटल की कॉफी शॉप से कुछ लेकर खाने का समय मिलेगा या नहीं। (अभियान का पक्का नियम : मौका मिलते ही कुछ खा लो क्योंकि व्यस्त कार्यक्रम के चलते हो सकता है खाना खाने का समय न मिले) और केएक्सवाईजेड के कार्यक्रम में साथ गए प्रेस पूल के सदस्य साक्षात्कार की लिखित रपट हमें उपलब्ध करवाएंगे। जब कार्यक्रम के लिए जगह और समय की कमी होती है तो पूरे पत्रकार दल की जगह सिर्फ प्रेस पूल प्रत्याशी के साथ जाता है। प्रेस पूल में सामान्यत: एक दैनिक समाचारपत्र का संवाददाता, एक टेलिविजन समूह का संवाददाता, एक समाचार पत्रिका का संवाददाता और एक संवाद एंजेंसी (एसोसिएटेड प्रेस या रायटर्स) का संवाददाता होते हैं। सभी सदस्यों को बारी-बारी से पूल में शामिल होने का मौका दिया जाता है।

''बाइबल'' अभियान दल द्वारा बहुत ही ध्यान और विस्तार से तैयार किया दस्तावेज़ होता है जिससे सभी को दिनभर की अपनी योजना बनाने में सहायता मिलती है। हर संवाददाता की प्राथमिकताएं अलग होती हैं और उसे अलग-अलग कोणों से काम करना होता है। हम में से ज़्यादातर को अपने प्रकाशन की भौगोलिक अवस्थिति और उसके प्रकाशन के समय को ध्यान में रखते हुए अपनी समय सम्बन्धी सीमारेखा तय करनी पड़ती हैं। इसलिए हम किसी भी दिन की ''बाइबल'' को देखते हुए कुछ खास बिन्दुओं पर ध्यान देते हैं- आज के दिन की महत्वपूर्ण घटना/सुर्खी क्या होगी? क्या हमें समाचार लिखने और उसे अपने संस्थान को प्रेषित करने का समय मिल पाएगा? कौन से कार्यक्रम को छोड़ा जा सकता है ताकि प्रत्याशी के किसी सहयोगी से बात करके अपने विश्लेषणात्मक लेख के लिए सामग्री जुटाई जा सके?

अमेरिकी राष्ट्रपति पद के प्रत्याशी का चुनाव अभियान एक जटिल, लंबी और थकाऊ प्रक्रिया है जिसमें बहुत से लोग शामिल होते हैं। उदाहरण के लिए प्राइमरीज़ में तीसरे, चौथे या पांचवें नम्बर पर चल रहे प्रत्याशी का दिन आयोवा (देश का पहला कॉकस) और न्यू हैम्पशायर (पहली प्राइमरी) जैसे छोटे लेकिन महत्वपूर्ण राज्यों में विशेष रूप से व्यस्तता से भरा रहेगा क्योंकि यहां उससे मतदाताओं से आमने-सामने मिलना ज़रूरी ही नहीं है बल्कि ऐसी अपेक्षा रखी जाती है।

प्रचार अभियान विमान में बैठने से पहले ही मैं अभियान दल के सदस्यों के बारे में खासी जानकारियां जुटा चुका था- कौन वेतनभोगी सलाहकार, संचार माध्यमों के विशेषज्ञ और चुनावी विशेषज्ञ हैं; कौन अवैतनिक और गैरआधिकारिक सलाहकार हैं जो पूर्व पदाधिकारी, कार्यकर्ता या नीति विशेषज्ञ होने के कारण काफी प्रभाव रखते हैं?

मुझे अभियान की रणनीति भी बहुत अच्छी तरह समझ लेनी थी: परम्परागत शुरुआती प्राइमरी राज्यों आयोवा, न्यू हैम्पशायर और साउथ कैरोलाइना में कितनी मेहनत करनी होगी, प्रत्याशियों के अभियान न्यू यॉर्क, कैलिफ़ोर्निया और फ़्लोरिडा जैसे निर्णायक प्रभाव डालने वाले राज्यों में एकसाथ हुए 5 फ़रवरी 2008 के ''सुपर प्राइमरी'' से कैसे निपटेंगे जो मतदान से नौ महीने पहले ही हर दल का राष्ट्रपति पद का प्रत्याशी नियत कर सकता है? प्रत्याशी की स्थिति किन राज्यों में मज़बूत और किन में कमज़ोर है? राष्ट्रपति पद के चुनाव में इन सभी घटकों की भूमिका निर्णायक है।

इस चुनावी प्रक्रिया में पत्रकार समूह भी एक बड़ा घटक है। प्राइमरीज़ के बढ़ते महत्व के साथ ही राजनीतिक दलों का महत्व घटने के कारण प्रत्याशियों की शुरुआती जांच संचार माध्यम ही करते हैं। हमारा काम उनकी नीतियों; बुद्धिमत्ता, मिज़ाज, ईमानदारी, निर्णय ले पाने की क्षमता, संगठन सम्बन्धी योग्यता और दूसरों को अपनी बात मानने पर राजी कर पाना जैसे लक्षणों, और राष्ट्रपति पद के लिए मूल्यांकन करके इस महत्वपूर्ण मुद्दे पर सुविचारित निर्णय ले पाने में मतदाताओं की सहायता करना है। रिचर्ड निक्सन के विरुद्ध जॉन एफ़ कैनेडी के विजयी अभियान के बारे में थियोडोर व्हाइट की प्रसिद्ध बेस्टसेलर ''द मेकिंग ऑफ़ द प्रेज़िडेंट 1960'' के प्रकाशन के दौर से ही हम अपनी भूमिका को लेकर बहुत गम्भीर हैं।

राजनीतिक संवाददाताओं की पहली प्राथमिकता सूचना का अच्छा स्रोत सिद्ध होने वाले कर्मचारियों और सलाहकारों से दोस्ती गांठना होती है। इसके लिए चरित्र के मूल्यांकन, व्यवहार बढ़ाने और कूटनीति, सभी कौशलों की ज़रूरत होती है- जो सचमुच जानते हैं कि अभियान में क्या चल रहा है, उन लोगों को पहचान कर उनसे सूचना निकलवानी होती है। इस मामले में प्रत्याशी के पुराने, निजी जानकारों की बजाय बाहर के, व्यावसायिक सलाहकार ज़्यादा काम के साबित होते हैं क्योंकि वे जानते हैं कि आगे भी किसी अभियान में हमारी मुलाकात होगी और हमें एक दूसरे की ज़रूरत भी है।

मैं उन अवैतनिक सलाहकारों का भी मूल्यांकन करता हूं जिनकी अभियान में रुचि अपने कॅरियर या निजी निवेश के कारण नहीं बल्कि राष्ट्रीय राजनीति के कारण है। एक डेमोक्रेटिक राष्ट्रपति चुनाव अभियान के दौरान मेरी दोस्ती कैनेडी के चुनाव अभियानों में शामिल रहे एक खुशमिजाज़ राजनीतिक कार्यकर्ता से हुई। हमने दो-तीन बार साथ-साथ डिनर लिया, कुछेक बार बार में गले तर किए। एक समय ऐसा आया जब उनके लिए अभियान में हो रही गलतियों को झेल पाना कठिन हो गया, उन्हें विश्वास था कि मैं उनकी पहचान जाहिर किए बिना उनकी बात को बेहतर ढंग से जनता तक पहुंचा पाऊंगा। उन्होंने मुझे अभियान के बारे में अंदर की जो बातें बताईं, उनका परिणाम आज तक का मेरा लिखा सबसे अच्छा चुनावी विश्लेषण है।

वर्ष 1988 में मैं द *वाशिंगटन पोस्ट* में काम कर रहा था और राष्ट्रपति पद के लिए नामांकन में दक्षिणी राज्यों का प्रभाव बढ़ाने के उद्देश्य से कई दक्षिणी राज्यों में एक साथ आयोजित प्राइमरीज़ सुपर ट्यूजड़े प्राइमरी में तत्कालीन सेनेटर अल गोर के अभियान के समाचार देना मेरी ज़िम्मेदारी थी (दक्षिणी राज्यों में गोर का प्रदर्शन अच्छा रहा था लेकिन वह बाद में उत्तरी राज्यों की प्राइमरीज़ के लिए संसाधन नहीं जुटा पाए थे)। अपने गृह राज्य टेनेसी में गोर एक

एरिक्स अर्नोल्ड © ए.पी. वर्ल्ड फ़ोटोज़, पी.

बाएं: लिट्ल रॉक, अर्कान्सस के एक रेस्तरां में डेमोक्रेटिक पार्टी की प्रत्याशी बनने की दावेदार हिलेरी क्लिंटन के प्रचार अभियान का विवरण दर्ज़ करते पत्रकार।

नीचे: डेमोक्रेटिक पार्टी के प्रत्याशी बनने के दावेदार सेनेटर बराक ओबामा प्रचार अभियान के सिलसिले में हवाई यात्रा के दौरान संवाददाताओं से बातचीत करते हुए।

चार्ल्स रेक्स अर्नोल्ड © ए.पी. वर्ल्ड फ़ोटोज़, पी.

अस्पताल देखने गए जिसमें अत्याधुनिक सुविधाओं से लैस बाल विभाग खुला था। वहां हमारी मुलाकात अर्कान्सास के तत्कालीन गवर्नर बिल क्लिंटन से हुई। मैंने गोर के साथ अस्पताल का दौरा करने के बजाय क्लिंटन का साक्षात्कार लेना तय किया। पहले उनसे हुई बातचीत के आधार पर मैं मानता था कि वह बहुत अच्छे राजनीतिक विश्लेषक हैं जिनसे मिलना कठिन नहीं है। साक्षात्कार बहुत अच्छा रहा। अस्पताल के दौरे का ब्यौरा मुझे एक ऐसे संवाददाता से मिल गया जिसके अखबार की वाशिंगटन पोस्ट से प्रतिस्पर्धा नहीं थी, बदले में मैंने उसे साक्षात्कार में मिली जानकारियां दे दीं। इस तरह हम दोनों अपने पाठकों को अतिरिक्त जानकारी दे पाए।

''बाइबल'' में योजना का पूरा ब्यौरा होता है लेकिन वह अकस्मात होने वाली सैकड़ों घटनाओं का अन्दाज़ा नहीं लगा सकती। मुझे हमेशा ही अप्रत्याशित घटनाओं के लिए तैयार रहना पड़ता है– असल में यही पत्रकारिता का मूलमंत्र भी है। इराक में नई घटनाएं, आव्रजन या स्वास्थ्य नीति पर कांग्रेस में कार्रवाई, धन की कमी के कारण किसी प्रत्याशी का अपने दल की प्राइमरी से बाहर हो जाना– घटनाक्रम में इन मोड़ों का हमें इंतज़ार रहता है क्योंकि एक समय के बाद संवाददाता और संपादक दोनों की ही रुचि प्रत्याशी के अभियान भाषण में कम होने लगती है। प्रत्याशी तो खैर यह भाषण हर बार नए श्रोताओं को सुनाता है लेकिन हमारे पाठक नई खबर के सूत्र या फीचर और विश्लेषण चाहते हैं। एक अभियान में मैंने एक दिन के चुनावी कार्यक्रमों और प्रत्याशी के तीन महत्वपूर्ण मुद्दों के सम्बन्ध के बारे में एक कमाल का लेख लिखा और समय से कुछ पहले ही उसे अपने अखबार को भेज भी दिया। लेकिन अगले ही कार्यक्रम के दौरान प्रत्याशी ने ध्यान दिलाया कि उनके विरोधी ने अपने ताज़ा अभियान की शुरूआत इस संदिग्ध दावे से की है कि एक पूर्वी अमेरिकी पर्वत शृंखला में धुंध और कोहरे का कारण पेड़ों की पत्तियों द्वारा उत्सर्जित कार्बन डाइ ऑक्साइड है। इसके बाद उनकी पर्यावरण सम्बन्धी नीतियों पर चर्चा और समीक्षा शुरू हो गई। हमारे अगले दो दिन पर्यावरणीय नीतियों के बारे में लिखते बीते। कहने की ज़रूरत नहीं कि बहुत मेहनत से लिखी मेरी रिपोर्ट को ऐसे विषय ने पीछे धकेल दिया जिसे मैं बेकार समझता था।

लैपटॉप कम्प्यूटरों, ब्लैकबेरी, सेलफोन जैसी नई प्रौद्योगिकियों के चलते हम यात्रा करते हुए भी घटने वाली घटनाओं का अनुमान लगा पाते हैं। हम संवाद एजेंसियों और अन्य समाचार संगठनों की वेबसाइटें खंगाल लेते हैं, नई घटी घटनाओं पर उनकी प्रतिक्रिया के लिए हमें अभियान सहयोगियों और सलाहकारों के पीछे नहीं दौड़ना पड़ता क्योंकि अक्सर वे हमें ई-मेल से अपनी प्रतिक्रियाएं भेज देते हैं। हम भी समाचार लिखकर तुरंत ही अपने संस्थानों को भेज पाते हैं। उपग्रह सहित नई प्रौद्योगिकियों ने टेलिविज़न संवाददाताओं को भी राहत पहुंचाई है, पहले तो अगले समाचार प्रसारण से पहले टेप और फ़िल्म अपने संस्थानों तक पहुंचाने की व्यवस्था करते उनके छक्के छूट जाते थे।

लेकिन नई प्रौद्योगिकी के कारण काम भी बढ़ा है। जिन समाचार संगठनों की वेबसाइटें और रेडियो स्टेशन भी हैं, उनके संवाददाताओं से अपेक्षा की जाती है कि वह दिनभर ताज़ातरीन घटनाओं की खबरें देते रहें। मैंने जिन दो अखबारों *द वाशिंगटन स्टार* और *द वाशिंगटन पोस्ट* में काम किया है, वहां के न्यूज़रूम के कम्प्यूटरीकृत होने के बाद पहले संस्करण के लिए संवाद भेजने की समयसीमा रात के आठ बजे से सात बजे हो गई– वैसे इसके कुछ तकनीकी कारण बताए तो गए थे लेकिन हम कभी समझ नहीं पाए। प्रौद्योगिकी के विकास के कारण यह भी होता है कि डेस्क के लोग संवाददाताओं को एकदम बेकार की स्टोरी करने को कह पाते हैं।

अगर आप हिम्मत न हारें तो पत्रकार का जीवन बहुत शानदार है। यह युवा और मज़बूत लोगों के लिए मुफीद है जो 16-16 घंटे काम कर सकते हैं और रात 11 बजे तक डिनर की चिन्ता नहीं करते। जब मैं युवा और मर्दानगी के जज्बे से भरा था (करीब 50 साल का होने तक) तो मैं इसे एक तरोताज़ा कर देने वाली चुनौती मानता था।

अक्सर जब लोगों को पता चलता है कि मैं अखबार से जुड़ा था तो वह कह उठते हैं, ''अच्छा, यह तो बड़ी मज़ेदार बात है। आप को तो रोज़ नई-नई बातें पता चलती होंगी।'' मैं कहता हूं, ''जी हां'' और मन ही मन सोचता हूं, ''आप सोच भी नहीं सकते कि मुझे कितनी नई बातें पता चलती हैं।''

ज़्यादा जानकारी के लिए:

प्रेस की भूमिका

http://www.britannica.com/eb/article-236528/history-of-publishing

जिम डिकनसन *द वाशिंगटन पोस्ट के सेवानिवृत्त राजनीतिक संवाददाता हैं।*

कृपया इस लेख के बारे में अपने विचार editorspan@state.gov पर भेजिए।