

## नेपाली टेलिभिजनमा रिपोर्टिङ्ग

### पृष्ठभूमि

'विकासका लागि सञ्चार'- नेपाल टेलिभिजनको लोगोमा अंकित शब्द हुन् यी, र नेपाल टेलिभिजन स्थापना हुँदाको मूल नारा। आम सञ्चारलाई विकासको साधन मान्न थालिएको दोस्रो विश्वयुद्धपछि मात्र हो। सन् १९५० र ६० को दशकमा स्वाधीन भएका देशहरूमा गुणस्तरीय स्वास्थ्य सेवा, पोषण र शैक्षिक कार्यक्रम हुँदाहुँदै पनि उपचार सम्भव भएका रोगहरूबाट हुने मृत्यु, कुपोषण र अधिक्षा अत्यधिक थियो। यी समस्याको समाधान गर्न सुभाइएका थुप्रै उपाय र प्रकृयाहरूमा आम सञ्चारको भूमिका प्रमुख थियो। तर, १७ वर्षअगाडि २०४१ सालमा मात्र स्थापना गरिएको नेपाल टेलिभिजनको 'मोड्रो' पनि 'विकासका लागि सञ्चार' राखियो, भयो।

नेपालमा पत्रपत्रिकाको प्रकाशन राणा कालमा नै शुरु भएको हो। गोरखापत्र १९५८ सालमा र रेडियो नेपाल २००७ सालमा शुरु भएका हुन् भने २०४२ सालमा मात्र टेलिभिजन प्रसारण शुरु भयो। २०४६ सालको परिवर्तनपछि नेपालमा आम सञ्चारका माध्यम- छापा, रेडियो र टेलिभिजनको विकास र विस्तार व्यापक हुँदै गयो। गएको दशकमा नेपाली पत्रकारिताको विस्तार जुन गतिमा भएको छ त्यो आफैमा एउटा सुखद आश्चर्य हो।

नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ को धारा १२ ले व्यवस्था गरेको स्वतन्त्रताको हक तथा धारा १३ ले व्यवस्था गरेको छापाखाना तथा पत्रपत्रिकासम्बन्धी हकले पत्रपत्रिकाको निर्वाध प्रकाशन, विकास र विस्तार सम्भव भएको छ। कान्तिपुर, हिमालय टाइम्स, नेपाल समाचारपत्र, राजधानी, स्पेसटाइम, आदि ठूलो आकारका दैनिक, पाक्षिक नेपाल, हिमाल खबरपत्रिका लगायत अन्य दैनिक, साप्ताहिक र मासिक पत्रपत्रिकाको प्रकाशनले पत्रपत्रिकाको विकास र विस्तारको कथा बताउँछ।

२०५४ सालमा नेपाल वातारण पत्रकार समूहले 'रेडियो सगरमाथा' को नाममा एफएम रेडियो प्रसारणको स्वीकृति पायो। फागुन २०५८ सम्ममा गैरसरकारी संस्था र निजी कम्पनी गरी उपत्यकाका ७ समेत देशभर २५ वटा एफएम स्टेशनले सञ्चालन अनुमति पाइसके। रेडियोका क्षेत्रमा दक्षिण एसियामा

नै बढी उदार देखिएको नेपाल सरकार टेलिभिजनमा भने तुलनात्मक रूपमा अनुदार छ। त्यसकारण टेलिभिजनका क्षेत्रमा हुनुपर्ने जति विस्तार हुन पाएको छैन।

### नेपाली टेलिभिजन

“संसारको कुनै पनि कुनामा युद्ध, विध्वंश वा विपत्ति भयो भने टेलिभिजन क्यामेराहरू तुरुन्तै त्यहाँ पुग्छन्। विद्युतीय समाचार संकलन (इलेक्ट्रोनिक न्यूजग्यादरिङ्ग-इएनजी) प्रविधिको सिद्धै संसारलाई घटनाहरूको साक्षी बनाएको छ। टेलिभिजनमा खुला विश्वविद्यालयको पढाइ हुन्छ। जीव मण्डलका सूक्ष्मातिसूक्ष्म रहस्यदेखि सुदूर नक्षत्रमण्डलका छटा हेर्न पाइन्छ। पेरिसको आधुनिकतम फेशन, हलिवुडको पछिल्लो सिनेमा, हवाई समुन्द्रतटको रोमाञ्चक नृत्य, बम्बईका कल्पनाशील आख्यान वा काठमाडौँका अवरल उद्घाटन समारोहहरू छानी छानी जे हेरे पनि हुन्छ। अहिले टेलिभिजन विश्वको पहिलो नम्बरको समाचार स्रोत, प्रमुख मनोरञ्जनको साधन र शिक्षाको प्रभावकारी माध्यम हुन पुगेको छ” (शर्मा २००१)।

टेलिभिजन सांस्कृतिक प्रभावका लागि अन्य आम सञ्चारका माध्यमभन्दा शक्तिशाली माध्यम हो। यो विद्युत बलियो हुनुमा तीन कुराको भूमिका छ: पहिलो, यो सजिलै उपलब्ध छ। व्यापक छ, भू-उपग्रह प्रविधिका कारण। र, जति बढी हेर्नो उति सस्तो पर्छ। दोस्रो, प्रसारण अवधि धेरै छ। प्रायः च्यानलहरू २४ सै घण्टा उपलब्ध छन्। अनि कार्यक्रममा विविधता छ। रमाइलो, तृप्त प्रदान गर्ने र नभस्काउने गतिविधि भएको छ टेलिभिजन हेर्नु। कहिले र कुन हेर्ने, कतिबेर हेर्ने र कति खेर बन्द गर्ने दर्शकको आफ्नो रुचि र चाहनामा निर्भर रहन्छ टेलिभिजन, जुन तेस्रो कारण हो (जोन्सन २०००)। टेलिभिजन, भिडियो रेकर्डिङ्ग, क्यामकर्डर, कम्प्युटर, डिजिटल प्रविधि र भू-उपग्रहको संगमबाट टेलिभिजन अपरिमित सम्भावनायुक्त सञ्चार माध्यम हुन पुगेको छ। भिडियो क्यामेराको आविष्कार भएको ५० वर्ष नपुग्दै यो प्रविधि सामान्य मध्यम वर्गीय घरका उत्सव, महोत्सवदेखि नक्षत्र युद्धसम्मको अभिन्न अङ्ग भइसकेको छ (शर्मा २००१)।

नेपाल टेलिभिजनको स्थापना हुँदैको बखत नेपालमा भारतीय दूरदर्शनको कार्यक्रम हेर्न सकिन्थ्यो। ‘सांस्कृतिक अतिक्रमण’ हुन सक्ने सम्भावनालाई ध्यानमा राखेर बीसौँ शताब्दीको महत्वपूर्ण उपलब्धि, आधुनिक सञ्चार प्रणाली देशका लागि आवश्यक महसुस गरेर नै आफ्नै भाषा, आफ्नै शैली र आफ्नै कला, संस्कृति र जीवनशैली फल्कने टेलिभिजनको स्थापना गरिएको हो (शर्मा २०५६)। छैठौँ पञ्चवर्षीय योजना (सन् १९६०-६५)मा नेपालमा टेलिभिजनको प्रसारणको सम्भाव्यता अध्ययन गरिने भनिएकोले सोहीअनुरूप श्री ५ को सरकार, सञ्चार मन्त्रालयअन्तर्गत १७ माघ २०४१ मा नेपाल टेलिभिजन परियोजनाको स्थापना काठमाडौँमा भयो। १७ साउन २०४२ देखि युएचएफ ब्याण्डमा भीएचएफ ट्रान्समिटरबाट आधा घण्टाको प्रसारण परियोजना कालमै गरियो भने सोही वर्ष १४ पुसदेखि दैनिक २ घण्टाको प्रसारण प्रारम्भ भयो।

सञ्चार संस्थान ऐन २०२६ दफा ३ उपदफा १ ले दिएको अधिकार प्रयोग गरी सरकारले २० फागुन २०४२ देखि सो परियोजनालाई नेपाल टेलिभिजन संस्थानमा परिणत गर्‍यो (शर्मा २०५६)।

स्थापनायता नेपाल टेलिभिजनको कार्यक्रम समय, टेलिभिजन तरंगका संकेत पुग्ने क्षेत्रमा ठूलै वृद्धि भएको छ। संगै यसका लागि आवश्यक भौतिक संरचनाहरूको निर्माण र विस्तार भएको छ। नेपाल टेलिभिजनले आफ्नो कार्यक्रम मात्र होइन निजी क्षेत्रले उत्पादन गर्ने कार्यक्रम पनि प्रसारण गर्दछ। गैरसरकारी संस्था नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको उत्पादन *आँखीच्याल* र वाइए टीभीका कार्यक्रम नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण हुन्छन्। यी संस्थाले समय किनेर मात्र प्रसारण गर्न पाएका हुन्। निजी क्षेत्रका नेशनल फिल्म कम्पनी, केबी फिल्मस, गोल्डेन आई, इन्डिपेन्डेन्ट विजनेस न्यूज आदिले पनि नेपाल टेलिभिजनको समय किनेर आफ्नो कार्यक्रम प्रसारण गर्छन्। योग नेपाल टेलिभिजन, साँगीला च्यानल, दिव्य दृष्टि इन्टरनेशनल, आदिले केही समय नेपाल टेलिभिजनको छातामुनिबाट आफ्ना कार्यक्रम प्रसारण गरे। इमेज च्यानलले केही वर्ष यतादेखि नियमित रूपमा आफ्नो उत्पादनका कार्यक्रम नेपाल टेलिभिजनको बिहानको समयमा प्रसारण गर्दै आएको छ।

नेपाल टेलिभिजन २० असार २०५६ देखि भू-उपग्रह प्रणालीको प्रसारणमा पुगेको छ। निजी क्षेत्रको च्यानल नेपाल पनि नेपाल टेलिभिजनभन्दा एक दिन अगाडिदेखि भू-उपग्रह प्रणालीमा प्रवेश भई आफ्ना कार्यक्रम नियमित प्रसारण गरिरहेको छ। यसरी अहिले दुईवटा नेपाली टेलिभिजनका तरंग संकेतहरू भू-उपग्रह प्रणालीबाट प्रसारण भइरहेका छन्। यद्यपि च्यानल नेपालले भू-उपग्रह प्रणालीमा आफ्नो टेलिभिजन तरंग पुऱ्याउने काम थाइल्याण्डबाट गर्नु परिरहेको छ।

च्यानल नेपालले नेपालबाटै प्रसारण अनुमति नपाएर थाइल्याण्ड पुग्नु परे पनि निजी क्षेत्रले नेपालबाटै प्रसारण गर्न पाउने सम्भावना बढेको छ। सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले निजी क्षेत्रबाट टेलिभिजन स्टेशन सञ्चालन गर्न इच्छुक कम्पनीसँग आवेदन माग गरेकोमा एक गैरसरकारी संस्थासहित नौ कम्पनीले आवेदन गरेका छन्। सरकारी अनुमति प्राप्त गर्नासाथ उनीहरू कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारणमा जाने नै छन्। नेपाल टेलिभिजन स्वयं पनि मेट्रो च्यानलका लागि स्टुडियो निर्माण गर्ने तरखरमा छ। पत्रपत्रिका र रेडियोपछि टेलिभिजनको विकास र विस्तारको सम्भावना नेपालमा बढेको छ। नेपाली टेलिभिजनल अग्रगामी छलाइ मार्न सरकारको उदारताको प्रतिक्षा गरिरहेको छ।

### अध्ययनको उद्देश्य, क्षेत्र र विधि

‘विकासका लागि सञ्चार’ नाराका साथ उत्रेको नेपाल टेलिभिजनले १७ वर्ष लामो इतिहासमा नाराअनुरूपको भूमिका निर्वाह गर्‍यो त? जवाफ सहज छैन। नेपाली जनतालाई टेलिभिजनका माध्यमबाट शिक्षित गर्ने, सु-सूचित गर्ने र मनोरञ्जन दिने लक्ष्य कति पुरा भयो? भन्ने प्रश्न पनि अनुत्तरित नै छ। नेपालमा टेलिभिजनबाट प्रसारित कार्यक्रमले दर्शकमा पारेको सामाजिक, राजनीतिक

र सांस्कृतिक प्रभावको अध्ययन भएको छैन। न त नेपाल टेलिभिजन र अन्य संस्थाले उत्पादन गरेका कार्यक्रमको गुणस्तरको बारेमा नै तुलनात्मक अध्ययन भएको छ।

नेपाली टेलिभिजनबाट प्रसारण हुने कार्यक्रम कस्ता छन् भनेर प्रश्न गर्दा सामान्यतः 'औसत र औसतभन्दा कम स्तरका' भन्ने गरेको सुनिन्छ। अन्तराष्ट्रका सुविधा सम्पन्न टेलिभिजन प्रसारण संस्थाका कार्यक्रमहरू छानी छानी हेर्ने बानी परिसकेकालाई नेपाली टेलिभिजनका प्रस्तुतिले सन्तुष्टि नदिनु अस्वाभाविक होइन। तर नेपाली टेलिभिजनको अहिलेकै भौतिक संरचना र जनशक्तिबाट पनि अहिलेकोभन्दा राम्रो कार्यक्रम उत्पादन सम्भव छ भन्नेहरू पनि यथेष्ट छन्। नेपाल टेलिभिजनलाई लगाइने गरेका आरोपहरू कुनै विशेष अध्ययन गरेर लगाइएका भने होइनन्। यस्तो स्थितिमा नेपाली टेलिभिजनका कार्यक्रमहरू राम्ररी अध्ययन गरेर मात्र आलोचना वा प्रशंसा गर्नु तर्कसंगत हुन्छ। नेपाल टेलिभिजन स्वयंले तयार गरेका कार्यक्रम र अन्य क्षेत्रले उत्पादन गरेर त्यहाँबाट प्रसारित हुने कार्यक्रममा तात्विक अन्तर छ कि छैन? चासोको विषय हो। तसर्थ यहाँ नेपाल टेलिभिजनबाट उत्पादन र प्रसारण भैरहेका कार्यक्रमका बारेमा अध्ययन गर्न खोजिएको छ।

नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण हुने कार्यक्रमलाई सूचनामूलक, शिक्षामूलक र मनोरञ्जनात्मक तीन वर्गमा विभाजित गरिएको छ। यी तीनमध्ये सूचनामूलक कार्यक्रमहरूलाई यस अध्ययनको मूल आधार बनाइएको छ। रिपोर्टिङमा आधारित कार्यक्रमको क्यालबाट नेपाली टेलिभिजनका कार्यक्रमको गुणस्तरबारे टिप्पणी, विश्लेषण गरिनेछ। यसका लागि निम्न सवालहरूको जवाफ खोज्ने प्रयास गरिन्छ: समाचारमूलक कार्यक्रम तयार गर्दा सामग्री विशेषको छनौटको आधार के हो? रिपोर्टिङमा कतिको विविधता छ? कार्यक्रम निर्माण गर्दा विषयको अध्ययन अनुसन्धानलाई ध्यान दिइन्छ/ दिइदैन? नेपाली टेलिभिजनका रिपोर्टिङमा आधारित कार्यक्रमहरू राम्रा बन्ने आधार के हो? र नराम्रा बन्नुमा के के कमजोरी छन्? राम्रो कार्यक्रमको अनुभवबाट अन्य कार्यक्रममा सुधार गर्न सकिन्छ कि सकिदैन? कार्यक्रमको गुणस्तरमा के कस्ता सुधार हुन सक्छन्? यसबाहेक, विषय वस्तुको छनौट र रिपोर्टिङको प्रभावकारिताले सरकारलाई उत्तरदायी बनाउन सक्छ कि सक्दैन? सक्छ भने, विगतमा भएका त्यस्ता रिपोर्टिङको अनुभवलाई अगाडि सारेर निरन्तर त्यही स्तरको कार्यक्रमहरू निर्माण गर्न सकिन्छ कि सकिदैन? सरकारलाई त्यस्ता रिपोर्टिङले उत्तरदायी बनाउन सक्दैन भने किन सकिरहेको छैन? जस्ता सवालको पनि जवाफ खोज्ने प्रयत्न गरिनेछ।

नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण हुने सूचनामूलक कार्यक्रम मात्र अध्ययन क्षेत्रभित्र परेकाले त्यस्ता कार्यक्रममध्येबाट *अचेल*, *आँखीक्याल* र *हिजो अस्तिलाई* चयन गरियो। *अचेल* सरकारी स्वामित्व भएको नेपाल टेलिभिजन आफैले उत्पादन गर्ने समाचारमूलक कार्यक्रम हो भने *आँखीक्याल* उत्पादन गर्ने नेपाल वातावरण पत्रकार समूह वातावरण क्षेत्रमा काम गर्ने पत्रकारहरूको संलग्नता भएको गैरसरकारी संस्था हो। निजी क्षेत्रको कम्पनी इमेज च्यानलले *हिजो अस्तिलाई*

कार्यक्रमको उत्पादन गर्छ। नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण हुने समाचारमूलक कार्यक्रमको यी तीन कार्यक्रमले प्रतिनिधित्व गर्ने र उत्पादनमा फरक फरक प्रकृतिका निकाय संबद्ध रहेकाले उही संस्था भित्रबाट प्रसारण हुने कार्यक्रमका समानता र भिन्नता, सबलता र दुर्बलताको तुलना गर्न सकिने छ। त्यसबाहेक, कार्यक्रमको गुणस्तरमा संस्थागत संरचनाले कस्तो प्रभाव पार्छ भन्नेबारेमा पनि केही भन्न सकिनेछ।

टेलिभिजनबाट उत्पादित सामग्री विश्लेषण गर्न निश्चित अवधिका प्रसारित कार्यक्रमहरू हेर्नु जरुरी हुन्छ। यसैअनुरूप १ कार्तिक २०५७ देखि ३० असोज २०५८ बीच नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारित उल्लिखित तीन कार्यक्रमका अंकहरू अध्ययनका लागि छनौट गरियो। यसबाहेक ती कार्यक्रमका बारेमा थप जानकारीका लागि कार्यक्रम निर्माता तथा निर्माणमा संलग्न रिपोर्टरहरूसंग कुराकानी गरिएको थियो। कुराकानीका लागि निश्चित प्रश्नहरू तयार गरिएको थिएन। खासगरी कार्यक्रमको विषय छनौटको आधारका बारेमा तथा विषयवस्तुको अध्ययन, अनुसन्धान र स्रोत व्यक्ति तथा आफ्नो कार्यक्रम आफैले मूल्याङ्कन गरी गुणस्तर सुधारो उपाय जस्ता विषयमा कुराकानी केन्द्रित थियो।

एक वर्षभरका कार्यक्रम हेर्ने भने पनि कतिपय व्यावहारिक समस्याका कारण त्यो संभव भएन। नेपाल टेलिभिजनले तयार गर्ने *अचेल* कार्यक्रम हप्तामा ३ दिन प्रसारण हुने भए पनि हप्ताको एउटा पर्ने गरी जम्मा ५२ वटा कार्यक्रमको अध्ययन गरिएको थियो। यसरी हेर्दा बुधबारको कार्यक्रम छानिएको थियो। बुधबारको कार्यक्रम उपलब्ध नहुँदा सम्बद्ध हप्ताको सोमबार वा शुक्रबारको कार्यक्रम हेरियो।<sup>१</sup> त्यस्तै, *आँखीक्याल*का २४ अङ्क मध्ये १८ वटा मात्र हेर्ने संभव भयो।<sup>२</sup> *हिजो अस्तिलाई* हरेक हप्ता प्रसारण हुने भएपनि *आँखीक्याल* प्रसारण भएको हप्ताकै कार्यक्रम हेर्ने लक्ष्य राखिएको थियो। तर ५ वटा कार्यक्रम मात्र हेर्ने संभव भयो।<sup>३</sup>

हेर्ने भनेका सबै कार्यक्रम हेर्ने नसक्नुमा साधनस्रोतको कमी पनि हो। अध्ययनका लागि मात्र भीएचएसमा सार्ने र दोहोर्न्याएर हेर्ने संभव भएन। *अचेल*का प्रतिनिधि कार्यक्रम हेरे पनि सबै नहेरेको हुँदा कार्यक्रममा समावेश भएका विषयहरूको अनुपात सही नहुन सक्छ। त्यस्तै, *हिजो अस्तिलाई*का अधिकांश कार्यक्रम हेर्ने सम्भव नभएकाले वास्तविक तस्वीर नआउन सक्छ। यद्यपि, अध्ययन सकेसम्म प्रतिनिधिमूलक र तथ्यपरक होओस् भन्ने प्रयास गरिएको छ।

शुरुमा, अध्ययनमा परेका तीनवटा कार्यक्रमबारेमा र कार्यक्रममा प्रस्तुत विषयवस्तुको विषयगत हिसाबले विवरणात्मक चर्चा गरिन्छ। लगत्तै, तीनवटै कार्यक्रमका बारेमा तुलनात्मकरूपमा विश्लेषण गरिएको छ। विश्लेषण गर्दा

<sup>१</sup> नेपाल टेलिभिजनको कार्यक्रम *अचेल* कार्यालय समयपछिको समय पारेर मास्टर टेपबाट नै हेरियो। तर कैयौं पटक मास्टर टेप मेटिएको र कार्यक्रमको अभिलेख राम्ररी नराखेका कारण हेर्नु पर्ने कार्यक्रम भेट्टाउन मुस्किल पर्यो।

<sup>२</sup> पाक्षिक *आँखीक्याल* २०५७ सालदेखि हरेक हप्ता प्रसारण गर्न शुरु गरिए पनि थपिएको कार्यक्रम सामुदायिक वनसम्मन्धी मात्र भएकाले अध्ययनका लागि उपयोग गरिएन। *आँखीक्याल*का बाँकी ५ अंक मास्टर टेपबाट भीएचएसमा नसार्िएकोले मास्टर टेपबाट हेर्न संभव भएन।

<sup>३</sup> *हिजो अस्तिलाई* कार्यक्रम भीएचएसमा सार्ने चलन नभएको र अध्ययन प्रयोजनका लागि सार्दा स्रोतले नभ्याउने कारण स्टाडियो खाली भएको समयमा कुरेर हेर्दा जम्मा ५ वटा मात्र हेर्ने सम्भव भयो। त्यो पनि पटक पटक धाएर।

प्रस्तुति, आलेख र दृश्यको सामञ्जस्य; विषयवस्तुको चयन, स्रोत र प्रस्तुति; कार्यक्रमले पारेको प्रभावलाई हेरिएको छ। गुणस्तरीय कार्यक्रम उत्पादनमा उत्पादक संस्थाको संरचनाले पनि ठूलो प्रभाव पार्ने हुनाले संस्थागत संरचनाको अध्ययन त्यसपछिको परिच्छेदमा गरिएको छ। लेखको अन्तमा निष्कर्ष प्रस्तुत गरिएको छ।

### विषयगत विविधता: विवरणात्मक चर्चा

अध्ययनमा समेटिएका तीन कार्यक्रममा के कस्ता विषयवस्तुहरू चयन गरिँदा रहेछन्, यो परिच्छेदमा चर्चा गरिन्छ। हेरिएका कार्यक्रमलाई राजनीति, र सामाजिक क्षेत्रका तीन मुख्य विषय-वातावरण, महिला/बालबालिका र जनस्वास्थ्य-मा वर्गीकरण गरिएको छ। उल्लिखित विषयमा नपर्ने सामग्रीलाई 'अन्य'मा राखिएको छ।

### आँखीज्याल

आँखीज्याल वातावरण क्षेत्रमा काम गर्ने पत्रकारहरूको संस्था नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले उत्पादन गर्छ। आँखीज्यालको शुरुआतका बारेमा स्थापनामा संलग्न केदार शर्मा भन्नुहुन्छ: "२०४८ सालको अन्त्यमा आँखीज्याल निर्माण गर्ने निर्णय गरेताका नेपाल टेलिभिजनका समाचारमूलक कार्यक्रम मूलतः अन्तर्वार्ता र 'टक शो'हरूमा सीमित थिए। त्यस्ता कार्यक्रम प्रायः राजनीति केन्द्रित हुने गर्दथे। राजनीतिक विषयमा बनेका कार्यक्रमको चाखिलो प्रस्तुति त हेर्न पाइन्थ्यो तर वातावरण र विकासका महत्वपूर्ण विषयले ठाउँ पाउन सकेका थिएनन्। मिडियो पत्रिका आँखीज्यालको जन्म त्यही खाली ठाउँबाट भएको हो" (शर्मा २००१)।

साप्ताहिक बनेर भुल्केको आँखीज्याल केही अंकपछि नै पाक्षिक बन्यो। तर २०५७ देखि सामुदायिक वनसँग सम्बन्धित कार्यक्रमको छुट्टै शृंखला थपिएपछि साप्ताहिक रूपमा प्रसारण भइरहेको छ। अध्ययनका लागि छानिएको समयविधि (१ कार्तिक २०५७ देखि ३० असोज २०५८ सम्म)मा सामुदायिक वनसम्बन्धी बाहेक जम्मा २५ कार्यक्रम प्रसारण भएका थिए। ती कार्यक्रममा प्रस्तुत विषयलाई केलाउँदा १६ वटा वातावरण, २ वटा महिला/बालबालिका, जनस्वास्थ्यका विषयमा ४ वटा र अन्य विविध विषयमा ३५ वटा रिपोर्टिङ समावेश भएका रहेछन्। आधा घण्टाको यो कार्यक्रममा २ वा ३ विषयका रिपोर्टिङहरू समावेश गरिएको हुन्छ। कहिलेकाहीं भने सिङ्गो कार्यक्रमभरि एउटै रिपोर्टिङले पनि ठाउँ पाउँछ। कार्यक्रम शुरु भएदेखि असोज २०५८ सम्ममा जम्मा २२१ अंकहरू प्रसारण भइसकेका छन्।

आँखीज्यालमा प्रसारण भएका वातावरण विषयमा समेटिएका रिपोर्टिङहरूमा वन्यजन्तु, जैविक विविधता, वन, फोहोरमैला, आदि छन्। कैलाली जिल्लाको घोडाघोडी ताल, लद्दाख: इतिहासले सिकाएको पाठ, संकटमा परेको चाँगुनारायण, धरानको फोहर, फेवाताल संरक्षणको बाटोमा, आकाश पानी: भविष्यको आशा, चितवनमा औद्योगिक प्रदूषण, गैँडा स्थानान्तरण, दुर्गन्धित विष्णुमती, अटेरी

उद्योग, आदि आँखीज्यालले प्रसारण गरेका वातावरण सम्बन्धी रिपोर्टिङ हुन्। त्यस्तै, महिला/बालबालिका विषयअन्तर्गत बालविवाह: परम्परा कि बाध्यता? र बोक्सीका बारेमा गरिएका रिपोर्टिङ समावेश छन्। जनस्वास्थ्य विषयअन्तर्गत हुम्लाको अस्पताल, देवीमाथिको विश्वास, दन्तस्वास्थ्य र सर्पदंशका बारेमा गरिएका रिपोर्टिङ परेका छन्।

आँखीज्यालमा प्रसारण भएका रिपोर्टिङलाई भौगोलिक हिसाबले राजधानी भित्र र बाहिर गरी छुट्टयाउने हो भने काठमाडौं उपत्यकाभित्रका २४ वटा र उपत्यकाबाहिरका ३३ वटा रिपोर्टिङ भएको देखिन्छ। उपत्यकाबाहिरका रिपोर्टिङ सुदूर पूर्वदेखि महाकाली पारीसम्म र दुर्गम कर्णाली प्रदेशदेखि तराईका शहरलाई समेटिएको छ, आँखीज्यालमा। महाकाली पारीको गाउँ चाँदनी दोधारामा महाकाली नदीले कटान गरेर दुःख दिएको विषयमा बनेको छ 'चाँदनीको पीडा'। 'पुख्र्यौली पेशा: गोठ' लमजुङको उच्च पहाडी भेगमा गरिने पशुपालनलाई समेटिएको रिपोर्टिङ हो। त्यस्तै, हुम्लाको अस्पताल, जुम्लामा धानबाली नष्ट, गोरखाको आगलागी, धरानको फोहर आदि शीर्षकका सामग्रीले रिपोर्टिङको भौगोलिक क्षेत्र आफैँ बताउँछन्। मोरङको 'धान: जति फले पनि उस्ताको उस्तै', नुवाकोटको 'बालविवाह: परम्परा कि बाध्यता?', लमजुङको 'तीर्थबाको सपना' र पूर्वी तराइको 'सर्पदंश' तथा राराक्षेत्रको 'रारा', आदि बाहिरी क्षेत्रका रिपोर्टिङका उदाहरण हुन्। 'चमार जातिको पीडा', 'सन्थाल जाति', कर्मैया: मुक्तिपछिको पीडा' 'विकल्पको खोजीमा वादीहरू', 'पुख्र्यौली पेशा गोठ', आदि रिपोर्टिङले भौगोलिक क्षेत्रको मात्र होइन जातीय विविधता पनि समेटिएको छ आँखीज्यालमा भन्ने देखाउँछ।

### अचेल

अचेल नेपाल टेलिभिजन आफैँले उत्पादन गरी प्रसारण गर्ने कार्यक्रम हो। रिपोर्टिङमा आधारित यो कार्यक्रम विगत केही वर्षदेखि प्रसारण हुँदै आएको छ। समय-सन्दर्भ, सामयिकी, आजको सन्दर्भ, परिवृत्त, सेरोफेरो जस्ता विभिन्न नाममा परिवर्तन हुँदै सामयिक कार्यक्रमका रूपमा अचेल देखा परेको हो (शर्मा २०५८)। यो कार्यक्रम सोमबार, बुधबार र शुक्रबार गरी हप्तामा ३ पटक प्रसारण हुने गरेको छ।

अध्ययन अवधिभर प्रसारण भएकामध्येबाट हरेक हप्ताको एउटा कार्यक्रमका दरले हेरिएका ५२ वटा कार्यक्रममा वातावरण ५ वटा, महिला/बालबालिका ५ वटा, जनस्वास्थ्य ८ वटा, राजनीति ६१ वटा र अन्य विषयमा ५१ वटा रिपोर्टिङ भएका छन्। २० देखि २५ मिनेटको यो कार्यक्रममा प्रायः विभिन्न विषयका २ वा ३ वटा रिपोर्टिङ समावेश गरिएको हुन्छ। अध्ययन गरिएका सबै कार्यक्रममा राजनीतिक विषयसँग सम्बन्धित रिपोर्टिङ समावेश भएकै पाइयो। कतिपय कार्यक्रम त राजनीतिक विषयमा भएका रिपोर्टिङहरू मात्र समावेश गरेको पनि पाइयो। सरकारी निर्णय, संसदमा पेश भएका विधेयक, सत्तारूढ पार्टीको गतिविधि, प्रधानमन्त्री र मन्त्री सहभागी भएका कार्यक्रम अचेलको रिपोर्टिङका प्राथमिकताको क्षेत्रभित्र पर्ने गरेको देखिन्छ।

वातावरणका विषयलाई हेर्ने हो भने अचेलमा विश्व वन्यजन्तु कोषको सम्मेलन उद्घाटन, जैविक विविधता सम्मेलन उद्घाटन, वागमतीको ढल जस्ता विषयमा रिपोर्टिङ्ग भएको छ। सरकारले वातावरणका क्षेत्रमा गरेका विभिन्न निर्णय तथा विधेयकका बारेको रिपोर्टिङ्गले पनि अचेलमा स्थान पाएका छन्। महिला/बालवालिका विषयको रिपोर्टिङ्गलाई केलाउँदा उद्यमी महिला भेला, पैंतृक सम्पत्तिमा महिला अधिकारसम्बन्धी गोष्ठी, बालश्रम, युनिसेफको दक्षिण एसियाई भेला, आदि विषयमा रिपोर्टिङ्ग भएको देखिन्छ। कान्ति बाल अस्पतालमा सेवा शुल्कमा भएको वृद्धि, एचआईभी/ एडस सम्मेलन, मुटुरोग, दाँतमा लाग्ने रोग, इन्सेफलाईटिसको प्रकोप, चिकित्सकहरूको भेला, जस्ता रिपोर्टिङ्ग जनस्वास्थ्यसम्बन्धी रिपोर्टिङ्गका उदाहरण हुन्।

भौगोलिकतालाई केलाउँदा अचेल कार्यक्रममा काठमाडौँ उपत्यकाबाहिरका जम्मा जम्मी १४ वटा रिपोर्टिङ्ग पाइए। जसमध्ये खोटाङ्ग, नेपालगञ्ज, पोखरा, चितवन, बीरगञ्ज, लुम्बिनी, सुर्खेत, भैरहवा, प्युठान, दाङ्ग, भोजपुर, रूपन्देही (मर्चवार) आदि स्थान पर्दछन्। उपत्यकाबाहिरका स्थानको रिपोर्टिङ्गलाई हेर्दा खोटाङ्गमा तत्कालीन उपप्रधानमन्त्री रामचन्द्र पौडेलले इलाका प्रशासन कार्यालय उद्घाटन गरेको प्रसंग, नेपालगञ्ज र मर्चवारमा भारतीय भूमिमा बनाइएको बाँधले भएको डुबान समस्या, चितवन र भोजपुरका पर्यटन महोत्सव, लुम्बिनीमा सम्पन्न विश्व बौद्ध सम्मेलन, सुर्खेतमा प्रधानन्यायाधीशमाथि भएको बम आक्रमण, पोखरामा सबभन्दा ठूलो थाङ्का निर्माण जस्ता विषयहरू समेटिएको देखियो। पाल्पामा एउटा गैरसरकारी संस्थाले सञ्चालन गरेको थोपा सिंचाई कार्यक्रमबारे पनि अचेलमा रिपोर्टिङ्ग भएको छ। राजा वा प्रधानमन्त्रीको विदेश भ्रमणका बखत ती देशका बारे गरिएका केही रिपोर्टिङ्ग अचेलमा समावेश भएका छन्। केही रिपोर्टिङ्गको अंश दुर्गम स्थान भएपनि रिपोर्टिङ्ग काठमाडौँमै आधारित भएर गरिएको छ, जस्तो कि काजी शेर्पाको मृत्युका बारेमा प्रसारण भएको रिपोर्टिङ्ग।

तसर्थ, के भन्न सकिन्छ भने अचेल कार्यक्रममा काठमाडौँबाहिरको स्थानका रिपोर्टिङ्ग ती ठाउँका र समुदायका समस्याबारे भन्दा पनि चर्चा पाउने स्तरका घटना भए मात्र गरिन्छ।

### हिजो अस्ति

निजी क्षेत्रको कार्यक्रम उत्पादन कम्पनी इमेज च्यानलले हिजो अस्ति कार्यक्रम तयार गर्छ। इमेज च्यानलले विगत केही वर्षदेखि नेपाल टेलिभिजनबाट हरेक दिन बिहान ७.३० देखि ८ बजेसम्म प्रसारण हुने कार्यक्रमहरू उत्पादन गर्छ। हिजो अस्ति हप्ताको एकपटक बिहीबार करिब २० मिनेट प्रसारण हुन्छ। यसमा पूरै समय एउटै रिपोर्टिङ्ग प्रसारण हुनेदेखि एउटै कार्यक्रममा भिन्न ७/८ विषयका रिपोर्टिङ्ग समावेश भएको पाइन्छ। कार्यक्रमको निश्चित स्वरूप छैन। हिजो अस्ति प्रायः टुक्रे समाचारहरूको संकलन जस्तो हुन्छ। चर्चित समाचार, विभिन्न संस्थाले आयोजना गर्ने कार्यक्रम, व्यापारिक वा औद्योगिक संस्थाका वार्षिक दिवस वा अन्य कार्यक्रमका रिपोर्टिङ्गमा आधारित त्यस्ता टुक्राहरू हिजो

अस्ति कार्यक्रममा समावेश गरेको पाइन्छ। हेर्न संभव थोरै कार्यक्रममा शिवपुरी यात्रा वृत्तान्त, इन्जिनियरका श्रीमतीहरूको संस्थाले तीजको उपलक्ष्यमा गरेको कार्यक्रम, सिवीनले प्रकाशित गरेको नेपालमा बाल अधिकारको स्थिति रिपोर्ट, नेपाल चलचित्र विकास कम्पनीमा गणेशको मूर्ति प्रतिस्थापन, रेनुका हर्बलको दोस्रो वार्षिकोत्सव, नागरिक उड्डयन प्राधिकरणको वार्षिकोत्सव, राजु चित्रकारको एकल चित्रकला प्रदर्शनी, आदि विषयमा भएका रिपोर्टिङ्ग हिजो अस्ति कार्यक्रममा समावेश भएका थिए। काठमाडौँ उपत्यकाभित्रका विषयमा भएका रिपोर्टिङ्ग मात्र समेटिएको पाइयो हिजो अस्तिमा।

### तुलनात्मक अध्ययन

अध्ययन गरिएका तीन कार्यक्रमहरूको तुलनात्मक अध्ययन यस परिच्छेदमा गरिन्छ। प्रस्तुतिका हिसाबले, आलेख र दृश्यबीचको सामञ्जस्यका हिसाबले, विषयवस्तुको हिसाबले र कार्यक्रमले सम्बन्धित निकायमा पारेको प्रभावका हिसाबले आँखीक्याल, अचेल र हिजो अस्तिका कार्यक्रमहरूबारे तुलनात्मक टिप्पणी गरिन्छ।

### प्रस्तुति

विभिन्न कार्यक्रमका आ-आफ्ना स्वरूप र शैली हुन्छन्। बीबीसी टेलिभिजनको प्रशिक्षणसम्बन्धी आधारभूत किताब अन क्यामेराका लेखक ह्यारिस वाट्स यसलाई कार्यक्रमको सूत्र (फर्मुला) भन्छन्। सूत्रले कार्यक्रम निर्माण सहज त बनाउँछ तर दर्शकले कार्यक्रममा नयाँपन पाउँदैन। नयाँ प्रयोगले नयाँपन दिए पनि यो गाह्रो छ। सूत्रबद्ध कार्यक्रमको एउटा घाटा छ- कार्यक्रम 'हित' हुने सम्भावना हुँदैन, र एउटा फाइदा पनि छ- कार्यक्रम 'फल' पनि भै हाल्दैन (वाट्स १९८४)।

अध्ययनमा समेटिएका आँखीक्याल, अचेल र हिजो अस्ति तीनवटै कार्यक्रमको आ-आफ्नो 'सूत्र' भए पनि तीनवटै कार्यक्रमको 'फर्मुला' उस्तै छ। सबैमा केही रिपोर्टिङ्ग समावेश भएका हुन्छन्। कार्यक्रम शुरु गर्ने, रिपोर्टिङ्गको केही भूमिका दर्शकलाई बताउने, रिपोर्टिङ्गलाई संयोजन गर्ने र कार्यक्रम अन्त्य गर्नका लागि एकजना सञ्चालक हुन्छ, तीनैथरि कार्यक्रममा। तर कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने शैली, रिपोर्टिङ्गका शैलीको तहमा यी तीनवटै कार्यक्रम भिन्न छन्।

आँखीक्याल र हिजो अस्तिका प्रायः कार्यक्रम सञ्चालकले स्टुडियोमा बसेर सञ्चालन गर्छन्। हतारमा समाचारको रिपोर्टिङ्ग गरिरहे जस्तो कतै उभिएर अचेल सञ्चालन हुन्छ। आँखीक्यालको रिपोर्टिङ्ग प्रायः मुद्दा (इश्यु)मा आधारित हुन्छ। घटनाक्रमहरूको माध्यमले मुद्दालाई एउटा टुङ्गोतिर पुऱ्याइन्छ। अचेल र हिजो अस्तिको रिपोर्टिङ्ग घटनाविशेषमा आधारित हुन्छ। आँखीक्यालमा अन्तर्वार्ता दिने व्यक्तिले सम्बन्धित मुद्दा, विषयमा आफ्नो विचार व्यक्त गर्छ भने कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरले मुद्दासँग सम्बन्धित सूचना र घटनालाई प्रस्तुत गर्छ। अचेलमा अन्तर्वार्ता दिने व्यक्तिले घटनाको विवरण पेश गर्छ भने कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरले त्यो घटनाको पृष्ठभूमि वा सम्बन्धित जानकारी दिन्छ। तर

हिजो अस्तिमा निर्माता/रिपोर्टरले घटनाको गतिविधि रिपोर्टिङ्ग गर्छ। अन्तर्वाता दिने व्यक्तिलाई स्पष्ट यो वा त्यो कामको लागि उपयोग गरेको पाइँदैन। यसरी आँखीक्याल, अचेल र हिजो अस्तिमा रिपोर्टिङ्गको विषय छनौटदेखि कार्यक्रमको प्रस्तुतिसम्म आ-आफ्नै स्वरूप र शैलीको 'सूत्र' पाइन्छ। कार्यक्रमहरूको आफ्नो सूत्रले कार्यक्रमका निर्माता/रिपोर्टरलाई सजिलो हुन्छ, भएको छ। कस्तो विषय छनौट गर्ने, निर्माण/ रिपोर्टिङ्ग कसरी गर्ने, कसरी शुरू गर्ने, के के कुरा समावेश गर्ने र कसरी अन्त्य गर्ने निर्णय गर्न सजिलो हुन्छ र भएको छ।

'जसले आफ्नो कार्यक्रमको सूत्र समय समयमा परिवर्तन गर्छ राम्रो कार्यक्रम निर्माता उही हो भन्छन्' ह्यारिस वाट्स (१९८४)। तर लामो समयदेखि यी कार्यक्रमको सूत्रमा कुनै भिन्नता भेटिन्छ। उस्तै स्वरूप र शैलीमा चलिरहेका छन्। कार्यक्रम सञ्चालकले प्रस्तुतिको शैली, स्टुडियो, रिपोर्टिङ्गहरूको संयोजनबाट कार्यक्रममा नयाँपन ल्याउन सक्छ। रिपोर्टिङ्गका विषय, त्यसमा समावेश हुने कुराहरू र रिपोर्टिङ्गको शैलीमा पनि परिवर्तन गर्न सकिन्छ। रिपोर्टिङ्गको शैलीले कार्यक्रममा नयाँपन, ताजापन दिन्छ। कार्यक्रममा परिमार्जन गर्न संस्थाको, कार्यक्रम बनाउने टिमको र व्यक्तिको आ-आफ्नै भूमिका हुन्छ। संस्था र टिमले कार्यक्रम नै परिमार्जन गर्न सक्छन् भने व्यक्तिले आफूले गर्ने रिपोर्टिङ्गमा निश्चित सीमा (संस्था वा टिमलाई स्वीकार्य हुने गरी) सम्म परिमार्जन गर्न सक्छ।

### आलेख र दृश्यको सामञ्जस्य

आँखीक्यालमा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्ग सम्बन्धित विषयमा साधारण जानकारी वा सम्बन्धित व्यक्तिका बारेमा रोचक कुरा वा घटनाबाट शुरु भएर इश्युमा प्रवेश गर्छ। इश्युका विभिन्न पक्षको जानकारी दिदै सम्बन्धित व्यक्ति, पक्ष र विपक्षको विचारलाई रिपोर्टिङ्गमा समावेश गरिन्छ। धेरै अवस्थामा त्यही रिपोर्टिङ्गका लागि भनेर खिचिएको दृश्य आलेखसँग सामञ्जस्य (भिज्युअल सिन्क) कायम हुने गरेर संयोजित गरिएको हुन्छ। कहिलेकाही दृश्य संग्रहालय (भिज्युअल आर्काइभ)मा भएको दृश्य पनि रिपोर्टिङ्गको कुनै अंशमा प्रयोग हुन्छ। विरलैमात्र आलेखसँग दृश्यको सामञ्जस्य रहेको हुँदैन। तर रिपोर्टिङ्गको विषयसँग सम्बन्धित दृश्य भने हुन्छ।

रिपोर्टिङ्गको आलेखमा हुने सूचना र घटनासँग दृश्यको कुनै सामञ्जस्य पाइँदैन अचेलमा। धेरैजसो अवस्थामा संग्रहालयमा भएका पुराना दृश्य नै प्रयोग गरिन्छन्। नेपाल टेलिभिजनका रिपोर्टर रविन्द्र घिमिरे ८० प्रतिशत रिपोर्टिङ्गमा पुराना दृश्य प्रयोग हुने बताउनु हुन्छ। संग्रहालयबाट निकालिएको दृश्यमा 'फाइल टेप' उल्लेख हुनुपर्ने हो तर त्यसो गरिँदैन, धेरै अवस्थामा। रिपोर्टिङ्गको आलेखमा कुन ठाउँ, कुन सन्दर्भमा उल्लेख भएको छ भन्ने कुराको दृश्यमा वास्ता गरेको पाइँदैन। पूर्वको कुनै गाउँको बारेमा कुरा हुँदछ भने पश्चिमको ग्रामीण क्षेत्रको दृश्य प्रयोग भएको हुन्छ। पश्चिम तराईको बारेमा रिपोर्टिङ्गमा भाषाको दृश्य हाल्नु कुनै अनौठो मानिँदैन। काठमाडौंमा फोहरको समस्या बल्किएका वखत अचेलमा रिपोर्टिङ्ग गरिएको थियो। रिपोर्टिङ्गका लागि नयाँ

दृश्य खिच्ने काम भएन र संग्रहालयमा भएको पुरानो दृश्य राखेर रिपोर्टिङ्ग तयार गरियो। उक्त रिपोर्टिङ्ग प्रसारण भएपछि काठमाडौं महानगरपालिकाले नेपाल टेलिभिजनका महाप्रबन्धक समक्ष विरोध गर्‍यो। काठमाडौंमा त्यतिबेला थोरैमात्र फोहर थुप्रिएको भए पनि पुरानो दृश्य प्रयोग गरेकाले फोहरको ठूलो ठूलो थुप्रो लागेको दृश्य प्रसारित भएको थियो। टेलिभिजनको रिपोर्टिङ्गमा सूचना र घटनाका बारेमा ध्वनि (आलेख) बाट मात्र जानकारी पाउने हो त्यसमा दृश्यको कुनै भूमिका छैन भन्ने ठानिएको जस्तो लाग्छ अचेललाई हेर्दा।

हिजो अस्तिमा रिपोर्टिङ्गको विषयको दृश्य नै समावेश गरे पनि आलेखसँग सामञ्जस्य हुने गरी राखिएको हुँदैन। कार्यक्रमको निश्चित स्वरूपै छैन। कुनै समाचार जस्तो रूपमा रिपोर्टिङ्ग भएको पाइन्छ भने कुनै रिपोर्टिङ्गको स्वरूपमा पनि।

आँखीक्यालको रिपोर्टिङ्गमा अन्तर्वाता दिने व्यक्तिको परिचय र अन्य भाषाका अन्तर्वाता भए नेपालीमा उल्था गरेर 'डब' वा 'सबटाइटल' गरिएको पाइयो। नक्सा, ग्राफ वा चार्टहरूको प्रयोग पनि व्यवस्थित देखियो। हिजो अस्तिमा पनि त्यस्तो प्रचलन पाइन्छ तर अचेलका रिपोर्टिङ्गमा अन्तर्वाता दिने व्यक्तिको परिचय, अन्य नक्सा लगायतका ग्राफिक्सको प्रयोग भेटिएन। साधन स्रोत र जनशक्ति नभएर त्यस्तो भएको भने होइन। अचेलमा अन्तर्वाता नेपालीबाहेक अन्य भाषामा भए पनि 'डब' वा 'सबटाइटल' नगरी रिपोर्टिङ्गमा समावेश हुन्छ। आलेखभन्दा अन्तर्वाता लामो र अन्तर्वाताको एउटै टुक्रा २ मिनेटदेखि ५ मिनेटसम्म लामो पनि पाइयो।

### विषयवस्तुको चयन, स्रोत र प्रस्तुति

रिपोर्टिङ्गको विषयवस्तु चयनमा निर्माता व्यक्तिगत वा निर्माता संस्थाको मुख्य भूमिका हुन्छ। तर विषयवस्तु चयन गरिसकेपछि कसरी 'प्याकेजिङ्ग' भएर दर्शकमाथि आइपुग्छ त्यो भन्ने महत्वपूर्ण छ। आँखीक्याल कार्यक्रम निर्मातामध्येका सुशील मैनाली रिपोर्टिङ्गको विषय छान्दा सवैको चासोको विषय हो कि होइन भन्ने कुरालाई ध्यान दिने बताउनु हुन्छ। आनन्दकुमार श्रेष्ठ जनजीवनलाई प्रभाव पार्ने कुरालाई ध्यान दिनु हुन्छ भने श्रीलाल शाह मानवीय रूचिको कुरामा जोड दिनुहुन्छ। अचेलका महाप्रसाद लामिछाने पत्र-पत्रिका र एफएममा आएका कुराबाट छनौट गर्ने बताउनु हुन्छ भने रविन्द्र घिमिरे समाचारमा विस्तृत रूपमा दिन नपाएको कुरालाई रिपोर्टिङ्ग गर्न मन पराउनु हुन्छ। प्रदीप चापागाईं, नवराज पोखरेल र रेवन्त ओली भने रूचिपूर्ण विषय खोज्नुहुन्छ।

विषयवस्तु चयन गरिसकेपछि त्यसबारे उपलब्ध र अनुपलब्ध सामग्रीको अध्ययन, अनुसन्धान जरूरी हुन्छ रिपोर्टिङ्गलाई ओजपूर्ण र तथ्यपरक बनाउने हो भने। छानिएका विषयवस्तुबारे प्रकाशित/प्रसारित सामग्रीको खोजी र अध्ययन एक पुस्तकालयबाट र अर्को सम्बन्धित विज्ञहरूसँगको वार्ताबाट पनि गर्न सकिन्छ। आँखीक्यालका सुशील मैनाली आफूले रिपोर्टिङ्ग गर्ने आधा जति विषयमा मात्र केही अध्ययन गर्न सकेको बताउनु हुन्छ। "कतिपय रिपोर्टिङ्ग अर्को रिपोर्टिङ्गको छायांकनका क्रममा भेटिएका विषयमा गरिएको छ जहाँ

पूर्वप्रकाशित/प्रसारित सामग्रीको अध्ययन गर्न कमै सम्भव हुन्छ", मैनाली थप्नुहुन्छ। *अचेलका* प्रदीप चापागाई र नवराज पोखरेल अध्ययनका लागि समय नै नहुने बताउनु हुन्छ भने लक्ष्मण हुमागाई 'पत्रकारिताभन्दा पनि जागीर खाने धारणा भएकाले रिपोर्टिङ्गमा मेहनत गरिदैन' भन्नुहुन्छ। *आँखीक्यालका* श्रीलाल शाह अध्ययन/अनुसन्धानका लागि आवश्यक स्रोत साधनको कमी औल्याउनु हुन्छ।

विषयवस्तुको अध्ययन/अनुसन्धानपछि स्रोत व्यक्तिसँगका वार्ता राखेर रिपोर्टिङ्गलाई बढी आधिकारिक र तथ्यपरक बनाउने गरिन्छ। विज्ञ, प्रत्यक्षदर्शी, प्रभावित व्यक्ति, सम्बन्धित व्यक्तिको भनाइ प्रत्यक्ष आउने हुँदा त्यस्ता स्रोत व्यक्तिको चयन महत्वपूर्ण हुन्छ। त्यसबाहेक, थप अथवा भित्री सूचनाका लागि पनि यस्ता व्यक्तिसँग सम्पर्क गरिन्छ। *अचेलका* महाप्रसाद लामिछाने र रविन्द्र घिमिरे जुन विषयमा रिपोर्टिङ्ग गर्ने हो त्यसैसँग सम्बन्धित व्यक्तिसँग सूचना मागेर रिपोर्टिङ्ग बनाउने गरेको बताउनु हुन्छ। पुस्तकालय र अन्य स्रोतबाट सूचना सकलन गर्न नभ्याइने हुनाले पत्रपत्रिका हेरेर थाहा पाएको भरमा रिपोर्टिङ्ग गर्नु पर्ने अवस्था भएको वहाँहरूको धारणा छ।

रिपोर्टिङ्गका लागि अन्तर्वार्ता दिने व्यक्ति छान्दा सुशील मैनाली र लक्ष्मण हुमागाई आफूले चाहेजस्तो बोल्ने व्यक्ति छनौट गर्नुहुन्छ। वहाँहरूका लागि यसमा व्यक्तिगत सम्बन्धले त्यस्तो फरक पार्दैन। आनन्दकुमार श्रेष्ठ र श्रीलाल शाह भने सम्पर्क गर्न सजिलो र सजिलै उपलब्ध हुने व्यक्ति अन्तर्वार्ताको लागि छान्नुहुन्छ। महाप्रसाद लामिछाने, प्रदीप चापागाई आफ्नो सम्पर्कमा भएको व्यक्तिको अन्तर्वार्ता लिनु हुन्छ। रविन्द्र घिमिरे सजिलै उपलब्ध हुने व्यक्तिलाई अन्तर्वार्ताका लागि प्राथमिकता दिनु हुन्छ। *हिजो अस्तिका* निर्माता डीवी कट्टेल भने चिनेजानेको व्यक्तिसँग सजिलो हुने बताउनु हुन्छ।

प्रायः *आँखीक्याल*को रिपोर्टिङ्ग इशुमा आधारित हुन्छ र सम्बन्धित क्षेत्रका विज्ञहरूले त्यो मुद्दामा आफ्नो विचार व्यक्त गर्छन्। *अचेलमा* भने इशुलाई घटनासँग जोडेर मुद्दा पनि घटना जस्तो गरी प्रस्तुत गरिन्छ। *आँखीक्याल*को 'हुम्लाको अस्पताल' रिपोर्टिङ्गमा हुम्लाको सिमिकोटमा अस्पताल भएर पनि डाक्टर नभएकाले अस्पतालको उपयोग हुन नसकेको कुरालाई सरकारको स्वास्थ्य नीति, डाक्टर दुर्गम क्षेत्र नजाने कारण र नपुग साधन स्रोतका कुरा पनि समेटिएको छ। *आँखीक्याल*कै अर्को रिपोर्टिङ्ग 'देवीमाथिको विश्वास'मा सिराहा जिल्लाका विभिन्न रोगबाट पीडित महिलाहरू जिल्लास्थित एउटा देवी मन्दिर गएपछि आफूलाई सन्चो भएको ठान्छन्। बोक्सी लागेको ठान्ने ती महिलाहरू देवीले 'बोक्सी फारी दिएर' सन्चो बनाएको विश्वासमा देवी मन्दिर धार्छन्। यो कुरालाई स्वास्थ्य उपचारको परम्परागत प्रकृया र राज्यले स्वास्थ्य सेवा सहज उपलब्ध गराउन नसकेको मुद्दामा केन्द्रित गरेर रिपोर्टिङ्ग गरिएको थियो।

*अचेलमा* प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्ग धेरैजसो अघिल्लो दिन वा सोही दिन भएका घटना, गतिविधिमा आधारित पाइन्छन्। सरकारी निर्णय, गतिविधि, प्रधानमन्त्रीका उद्घाटन कार्यक्रम, गोष्ठी, आदिका बारेमा रिपोर्टिङ्ग हुने गरेको छ *अचेलमा*।

कार्यक्रममा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्गको शुरुआत विषय सम्बन्धित साधारण सूचना दिएर गरिन्छ। केही समय रिपोर्टिङ्गको विषयको परिचयको रूपमा व्यापक क्षेत्र ओगट्ने गरेको सूचना र भाषाबाट कार्यक्रम अगाडि बढाइन्छ। उदाहरणका लागि महिलासम्बन्धी कुनै विधेयक, गोष्ठी वा कुनै मेलाको रिपोर्टिङ्गमा शुरुआत 'जनसंख्याको आधाभाग ओगट्ने महिलाहरू ....' भन्ने वाक्यबाट हुन्छ। त्यसपछि महिलासम्बन्धी लगभग सबैलाई थाहा भएका केही कुरा, महिलाका बारेमा संविधानमा भनिएका कुराको उल्लेखपछि मात्र रिपोर्टिङ्ग गोष्ठीको बारेमा हो वा व्यापारिक मेलाको बारेमा थाहालाग्दछ। *अचेलमा* समावेश हुने प्रायः रिपोर्टिङ्गमा प्रयोग हुने शैली हो यो। रिपोर्टिङ्गको मूल विषयमा प्रवेश गर्नु अगाडिको सूचना त्यस्तै विषयको अर्को रिपोर्टिङ्गमा पनि उस्तै गरी दोहोरिएको हुन्छ।

दन्त रोगसम्बन्धी रिपोर्टिङ्ग *आँखीक्याल* र *अचेल* दुवैमा भएको थियो। ती दुवै रिपोर्टिङ्ग दन्त चिकित्सकहरूको सम्मेलनमा आधारित हुन्। *आँखीक्याल*को रिपोर्टिङ्गमा दन्त रोगको चिकित्साको परम्परागत प्रचलन, उपकरणलगायत अन्य सुविधामा आएको परिमार्जनले दन्त चिकित्सा कस्तो भएको छ भन्ने कुरालाई समेटिएको छ। *अचेलमा* दन्त स्वास्थ्यको कुरा गर्दै दन्त चिकित्सकको सम्मेलनको कुरा गरिएको छ। स्वास्थ्यमन्त्रीको भाषण, सम्मेलनका सहभागीको अन्तर्वार्तालाई रिपोर्टिङ्गमा समेटिएको छ। *आँखीक्याल*को रिपोर्टिङ्गमा दन्त स्वास्थ्य सेवा राजधानीमा मात्र केन्द्रित छ, यो सेवालालाई नेपालभरि पुऱ्याउन आवश्यक छ भन्दै त्यसका लागि पहल गर्न जोड दिइएको छ। *अचेलमा* शुरुमा दन्त स्वास्थ्यको कुरा गरिएको छ, तर त्यो कुरा दन्त चिकित्सक सम्मेलनको रिपोर्टिङ्ग गर्ने निहुँ मात्र भएको छ।

### कार्यक्रमको प्रभाव

टेलिभिजनबाट प्रसारण भैरहेका कार्यक्रमले जनमानसमा के कसरी प्रभाव पारिरहेका छन् चासोको विषय भए पनि यो अध्ययन क्षेत्रभन्दा बाहिरको, र ठूलै अध्ययनको विषय हो। अध्ययनमा परेका कार्यक्रमहरूबाट सम्बन्धित निकायको निर्णयलाई प्रभावित गरे नगरेकोबारेमा जानकारी लिने प्रयास गरिएको थियो। *आँखीक्याल*बाट ३० साउन २०५८ मा प्रसारण भएको 'काइतेकाम' भन्ने रिपोर्टिङ्गले निर्णयमा प्रभाव पारेको कुरा ८ असोज २०५८ को *आँखीक्याल*मा उल्लेख गरिएको थियो। बीरगञ्जमा भएका सार्वजनिक जग्गा व्यक्तिको नाममा दर्ता गर्ने गिरोहका बारेमा बनाइएको थियो 'काइतेकाम'। उक्त रिपोर्टिङ्ग प्रसारण भएपछि भूमिसुधार मन्त्रालयले जिल्लाका मालपोत अधिकृतलगायत सम्बन्धित व्यक्तिलाई कारवाही गर्‍यो।

यो एउटा उदाहरण हो टेलिभिजनबाट प्रसारित कार्यक्रमले मिडियाको 'खबरदारी' गर्ने भूमिका निर्वाह गरेको र सिधै प्रभाव देखिएको। *आँखीक्याल*मा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्गमा विषय र मुद्दा हेरी केन्द्रीय सरकारदेखि स्थानीय निकायसम्मको आलोचना गरिएको पाइन्छ। नुवाकोटको 'बट्टार सिंचाई आयोजना' को रिपोर्टिङ्गले सिंचाईसम्बन्धी सरकारी नीतिको आलोचना गर्छ। 'चाँदनीको

पीडा' रिपोर्टिङ्गमा महाकालीपारी रहेको नेपालका चाँदनी र दोधारा गाउँका बासिन्दाको दुःखमा सरकारले वर्षौंदेखि केही नगरेकोमा आलोचना गरिएको छ। त्यस्तै, हुम्लाको अस्पतालको रिपोर्टिङ्ग होस् वा बोक्सी रिपोर्टिङ्ग, सामाजिक मुद्दामा भएका रिपोर्टिङ्गले ती मुद्दामा सरकारी भूमिकाको आलोचना गरेको पाइन्छ।

सरकारी संस्थाले उत्पादन गरेको कार्यक्रम भएकाले होला *अचेल*मा भने सरकारलाई जोगाउने प्रयास गरिएको हुन्छ। कान्ति बाल अस्पतालले सेवा शुल्क बढाएपछि *अचेल*को रिपोर्टिङ्गमा शुल्क बढाउन उचित थियो भन्ने पुष्टि गर्न खोजिएको छ। त्यस्तै 'ऋतिक रोशन काण्ड'का समयमा सञ्चारमन्त्रीले हतारमा गरेको गलत निर्णयले समस्या भन बल्कि एपछि *अचेल*मा सञ्चारमन्त्रीको 'सफाइ अन्तर्वार्ता' प्रसारण गरिएको थियो। *अचेल*मा सरकारी काम कारवाहीको रिपोर्टिङ्गमा सम्बन्धित अर्को पक्षको अन्तर्वार्ता आवश्यक ठानिँदैन। उदाहरणका लागि पैतृक सम्पत्तिमा महिला अधिकारसम्बन्धी विधेयकको रिपोर्टिङ्गमा सरकारी प्रवक्ता र मन्त्रीको अन्तर्वार्ता राखियो तर पैतृक सम्पत्तिमा महिला अधिकारको वकालत गर्ने महिला नेताहरूको धारणा समावेश गरिएन। खाना पकाउने ग्याँसको अभावका बारेमा भएको रिपोर्टिङ्गमा आलेखभन्दा लामो आपूर्ति मन्त्रालयका प्रवक्ताको अन्तर्वार्ता राखेर सरकारको कमजोरी ढाकछोप गर्ने काम गरिएको पाइयो।

"मन्त्रालयमा बस्ने व्यक्तिहरू आलोचना पचाउन सक्दैनन् त्यसकारण आलोचना भएका रिपोर्टिङ्ग नेपाल टेलिभिजनबाट कम्ति उत्पादन र प्रसारण हुन्छन्" भन्नुहुन्छ नेपाल टेलिभिजनका महाप्रबन्धक दुर्गानाथ शर्मा। जब आलोचना टेलिभिजनबाट छिर्न सक्दैन भने कार्यक्रमको प्रभावकारिता सीमित हुन्छ नै। टेलिभिजनकर्मी भुषण दाहाल नेपाल टेलिभिजनका पत्रकारहरूमा 'स्व-नियन्त्रण'को समस्या देख्नुहुन्छ। "नियन्त्रणले रचनात्मकता सीमित बनाउँछ; सीमित रचनात्मकताको प्रभाव कमजोर हुन्छ र कमजोर प्रभावको टेलिभिजनको सायदै कुनै अर्थ हुन्छ", दाहाल थप्नुहुन्छ (दाहाल २००१)।

नियन्त्रण (सेन्सर)को कतिको समस्या छ भन्ने प्रश्नमा *आँखीच्याल*का सुशील मैनाली भन्नुहुन्छ- "सरकारको आलोचना भएका रिपोर्टिङ्गमा सरकारी पक्षले बोल्न नमान्दा समस्या हुने हो। सरकारी पक्षको पनि अन्तर्वार्ता राख्यो भने त्यस्तो समस्या हुँदैन।" आनन्दकुमार श्रेष्ठ भने 'कतिसम्म आलोचना गर्न हुन्छ' भन्ने लगभग अन्दाज गर्न सकिने हुनाले सेन्सरको समस्या नभएको बताउनु हुन्छ। *अचेल*मा आउने रिपोर्टिङ्गमा सरकारको आलोचना भएको कुरा नआउनुको कारण 'रिपोर्टरले जोखिम लिन नचाहेकाले' हो भन्नुहुन्छ *अचेल*का रविन्द्र घिमिरे। त्यस्तै *अचेल*कै लक्ष्मण हुमागाई रिपोर्टरले सजिलो बाटो खोजेका कारण सरकारको आलोचना भएका रिपोर्टिङ्ग हुन नसकेको बताउनु हुन्छ। यस्तो अवस्थामा टेलिभिजनका कार्यक्रमले सरकारको उत्तरदायित्वमा सार्थक प्रभाव पार्ने आशा गर्न गाह्रो छ।

### संस्थागत संरचनाको रिपोर्टिङ्गमा प्रभाव

*आँखीच्याल*, *अचेल* र *हिजो अस्ति* कार्यक्रम उत्पादन गर्ने संस्थाको प्रकृतिले ती कार्यक्रममा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्गमा प्रभाव पारेको पाइन्छ। *आँखीच्याल*

वातावरण क्षेत्रमा काम गर्ने पत्रकारहरूको संस्था भएकाले स्वभावतः सामाजिक मुद्दाहरूमा ध्यान केन्द्रित गर्ने र तिनका बारेमा नीति निर्माणमा प्रभाव पार्ने कार्यक्रम बनाएको छ। त्यसैले *आँखीच्याल*का रिपोर्टिङ्ग तुलनात्मक रूपमा बढी आलोचक र मुद्दा केन्द्रित बन्छन्। *अचेल*को उत्पादक नेपाल टेलिभिजन सरकारको पूर्ण नियन्त्रण भएको संस्था हो। सरकारले नेपाल टेलिभिजनका कार्यक्रमले सरकारको आलोचना गर्नेभन्दा पनि सरकारको नीतिमा जनमत सृजना गरोस् भन्ने चाहन्छ। फलतः *अचेल*का रिपोर्टिङ्ग सरकारको पक्षमा जनमत निर्माण गर्ने ध्येयका साथ बन्छन्। *हिजो अस्ति* कार्यक्रम उत्पादन गर्ने इमेज च्यानल निजी कम्पनी हो। नाफा कमाउनु निजी कम्पनीको ध्येय हुन्छ नै। सायद त्यसैले होला *हिजो अस्ति*मा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्गमा विभिन्न व्यापारिक र औद्योगिक कम्पनीका कार्यक्रम र वार्षिक उत्सव बढी समेटिएका पाइए।

कार्यक्रम निर्माणमा संलग्न जनशक्तिको संस्थासंगको सम्बन्धले कार्यक्रमको गुणस्तरलाई प्रभाव पार्छ। *आँखीच्याल* कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरहरूले *आँखीच्याल*मा काम पाइरहनका लागि र त्यहाँबाट छाड्नु पर्दा सजिलै अर्को ठाउँमा काम पाउन आफूलाई प्रतिस्पर्धी बनाइराख्नु पर्छ। तर नेपाल टेलिभिजनमा निर्माता/रिपोर्टरले आफूले छोडेर नहिँड्दासम्म जागिर निश्चित हुनाले आफूलाई प्रतिस्पर्धी बनाइरहनु पर्दैन।

अर्को, *आँखीच्याल* वा *हिजो अस्ति* कार्यक्रम निर्माण टिममा पदीय हैसियतले फरक पाउँदैन। तर नेपाल टेलिभिजनमा भने पदीय हैसियत एउटै टिममा पनि फरक हुन्छ। जस्तो नेपाल टेलिभिजनमा कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरभन्दा क्यामेरापर्सन वा सम्पादक माथिल्लो तहको हुन सक्छ। त्यस्तो अवस्थामा निर्माता/रिपोर्टरले क्यामेरापर्सनबाट आफूले चाहेजस्तो दृश्य खिचाउन सक्दैन भने सम्पादनमा पनि सम्पादकको निर्णयमा निर्माता/रिपोर्टर चल्नुपर्ने हुन्छ। यस्तो अवस्थामा रिपोर्टरले सोचेजस्तो रिपोर्टिङ्ग निर्माण हुने सम्भावना कम हुन्छ। यो पनि संस्थाको प्रकृतिले पार्ने प्रभाव हो।

कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरमा प्रभाव पार्ने अर्को पक्ष व्यवस्थापन पनि हो। 'टेलिभिजन प्रसारण रचनात्मकता र समय सीमाको चाप भएको एउटै भारी र व्यवस्थापनको उत्कृष्ट नमूना हो' भन्नुहुन्छ भुषण दाहाल (२००१)। व्यवस्थापनको उत्कृष्ट नमूना हुनुपर्ने नेपाल टेलिभिजनमा व्यवस्थापन भन्ने कुरै भेटिँदैन। *अचेल* उसको समाचार शाखाले उत्पादन गर्छ जहाँ २२ जना रिपोर्टर कार्यरत छन्। तर, कुनै रिपोर्टरले *अचेल*को लागि रिपोर्टिङ्ग गर्नुपर्ने भएमा सोको जानकारी रिपोर्टिङ्ग प्रसारण हुने दिनमा वा छिटोमा अधिल्लो दिनमात्र थाहा पाउँछ। रिपोर्टर आफैले कुनै विषयमा रिपोर्टिङ्ग गर्न तयारी नगरेको अवस्थामा समाचार खिचन जाँदा *अचेल*को रिपोर्टिङ्गलाई पनि काम चल्ने गरी खिचेर ल्याउनुभन्दा अर्को विकल्प बाँकी नरहन सक्छ। *अचेल*को रिपोर्टिङ्गका लागि रिपोर्टरलाई हरेक रिपोर्टिङ्गको थप भत्ता दिने गरिएकोले 'हाकिमसावसंगको सम्बन्ध'ले काम गर्छ। कस्तो विषयका रिपोर्टिङ्ग कसरी संयोजन गरेर पठाउने भन्ने निश्चित तालिका पनि बनाइँदैन। कार्यक्रम प्रसारण हुने दिन तयार भएका रिपोर्टिङ्गलाई पठाउने गरिन्छ, *अचेल*मा।



आँखीक्यालका निर्माता/रिपोर्टरले आफूले रिपोर्टिङ्ग गर्नुपर्ने विषयका बारेमा केही दिन पहिले नै थाहा पाउँछ। जसले रिपोर्टिङ्ग गर्नु पर्ने विषयबारेका सामग्री खोज्ने, पढ्ने तथा स्रोत व्यक्तिसँग कुरा गर्ने समय प्राप्त हुन्छ। सुटिङ्ग सकिएपछि आलेख लेखनका लागि पर्याप्त समय पनि प्राप्त हुन्छ। अर्को आँखीक्याल कार्यक्रममा आलेख सम्पादनका लागि छुट्टै सम्पादक पनि रहेका छन्। यसले गर्दा रिपोर्टरले लेखेको आलेख परिमार्जन गर्ने अवसर पनि प्राप्त हुन्छ।

नेपाल टेलिभिजनमा भएको दृश्य संग्रहालयमा वृत्तचित्र, चलचित्र, टेलिथ्रुखला र केही विदेशी सहयोगमा आएका कार्यक्रमलाई मात्र संग्रहित गर्ने गरिएको छ। अचेलका धेरै पुराना अंकहरू भेटिदैनन्। नयाँ पनि कैयौं कार्यक्रम छैनन्। कार्यक्रम रेकर्ड गरिएका मास्टर क्यासेट पनि अर्को रिकर्डिङ्गमा प्रयोग भएको पाइयो। क्यासेटमा एउटा मिति र कार्यक्रम उल्लेख भएको हुन्छ, तर भित्र हेर्दा अर्कै मितिको अर्कै कार्यक्रम रेकर्ड भएको हुन्छ। नेपाल टेलिभिजनका कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरले आफूले निर्माण/ रिपोर्टिङ्ग गरेका कार्यक्रमहरू संरक्षण गर्न लायक छ भन्ने आफैले नै ठान्दैनन्। कुनै कार्यक्रम वा अन्य दृश्य सजिलोसँग भेट्न सकिने गरी दृश्य संग्रहालय व्यवस्थित छैन। कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरका लागि उपयोगी हुने पुस्तकालय पनि नेपाल टेलिभिजनमा छैन। इमेज च्यानलको अवस्था पनि योभन्दा भिन्न छैन। वातावरण पत्रकार समूहको दृश्य संग्रहालयमा भएका सबै कार्यक्रमको रेकर्ड पुस्तिका छ जसमा कार्यक्रमको नाम, निर्माताको नाम, कार्यक्रम उत्पादन मिति र कार्यक्रमको लम्बाई (समय) उल्लेख छ। कार्यक्रम भएको क्यासेटको क्रम सख्या पनि सो पुस्तिकामा उल्लेख छ। समूहले उत्पादन गरेका सम्पूर्ण कार्यक्रम आफ्नो दृश्य संग्रहालयमा सुरक्षित राखेको छ भने उसको आफ्नै व्यवस्थित पुस्तकालय पनि छ। यस्ता कुराले पनि आँखीक्यालका रिपोर्टिङ्गको गुणस्तर तुलनात्मक रूपमा राम्रो बनाउन सहयोग पुऱ्याएका छन्।

### निष्कर्ष

अहिलेको अवस्थामा टेलिभिजन सूचना र ज्ञानको सबभन्दा प्रभावकारी माध्यम हो। डिजिटल प्रविधिका उपकरण र भू-उपग्रह प्रसारण प्रणालीले टेलिभिजन 'अपरिमित सम्भावनायुक्त' सञ्चार माध्यम हुन पुगेको छ। नेपालमा आमसञ्चारका माध्यम-छापा र रेडियो-को विस्तारपछि पालो आएको छ टेलिभिजनको। टेलिभिजनका दर्शकको विस्तारले नेपालमा टेलिभिजन प्रसारण सम्भावनायुक्त व्यवसाय हुन सक्छ भन्ने देखिएको छ। त्यसैले सञ्चार मन्त्रालयमा टेलिभिजन प्रसारणको स्वीकृतिका लागि राम्रै संख्यामा आवेदन परेका छन्। टेलिभिजन कार्यक्रम निर्माणका लागि आवश्यक उपकरण, डिजिटल प्रविधिका, असीमित सम्भावना भएका र तुलनात्मक रूपमा कम मूल्यमा उपलब्ध हुन सक्ने अवस्था बनेको छ। तर गुणस्तरयुक्त कार्यक्रम उपकरणले मात्र निर्माण हुँदैन। यस माध्यममा सफल हुन प्रविधिको उपलब्धता र ज्ञान, कला, कार्यकुशलता र प्रतिबद्धता, दरिलो आर्थिक क्षमता तथा राजनीतिक एवं प्रशासनिक उदारता सबै कुराको आवश्यकता पर्दछ (शर्मा २००१)।

यसअघि टेलिभिजन कार्यक्रम प्रसारणका लागि सरकारी नेपाल टेलिभिजनको विकल्प नभए पनि उसको यो एकाधिकार चाँडै समाप्त हुँदैछ। प्रसारण शुरु गरिसकेको च्यानल नेपालबाहेक अन्य टेलिभिजन प्रसारण संस्था पनि ढिलो चाँडो नेपालमा शुरु हुन्छन् नै। यसले सूचना र ज्ञानमा सरकारको नियन्त्रणलाई तोड्ने छ र सूचना र ज्ञानमा प्रजातन्त्रीकरण गर्नेछ। यो प्रजातन्त्रीकरणले टेलिभिजनका कार्यक्रम निर्माता/रिपोर्टरको कार्यकुशलता, क्षमता र रचनात्मकता देखाउने अवसर प्राप्त हुन्छ तर यसले मात्र गुणस्तरयुक्त कार्यक्रम/ रिपोर्टिङ्ग निर्माणका समस्यालाई समाधान गर्दैन।

कार्यक्रम/रिपोर्टिङ्गको गुणस्तरका लागि 'कन्टेन्ट'को गुणस्तर पक्ष प्रमुख बन्छ। सूचनाको स्रोत, अध्ययन/ अनुसन्धान, उपयुक्त स्रोत व्यक्तिको छनौट आदि कुराले यसमा निकै महत्व राख्छन्। टेलिभिजनको कार्यक्रम निर्माणमा निर्माता/रिपोर्टर, क्यामेरापर्सन, आलेख लेखक, सम्पादक आदि संलग्न हुने भएकोले 'टिम वर्क' को आफ्नै महत्व हुन्छ। अर्को कुरा टेलिभिजन कार्यक्रम/ रिपोर्टिङ्गले ध्वनि र दृश्यमाफत सूचना र ज्ञानबाहेक भावना पनि दिन्छ। आलेख र दृश्यको सामञ्जस्यले भावना उत्पन्न गर्छ। आलेख र दृश्यको सामञ्जस्यलाई फेरबदल गरेर त्यो विषयप्रतिको भावनालाई फेरबदल गर्न, सकारात्मक वा नकारात्मक भावना जगाउन सकिन्छ। टेलिभिजन कार्यक्रम/ रिपोर्टिङ्गमा दृश्य पनि सूचना र ज्ञानको स्रोत हो। यिनै कारणले गर्दा आलेख र दृश्यबीच सामञ्जस्य हुन आवश्यक मानिएको हो।

नेपाल टेलिभिजनको उत्पादन अचेलमा आलेख र दृश्यबीच तालमेल नहुनु, अन्तर्वार्ता दिने व्यक्तिको परिचय र रिपोर्टिङ्गमा आवश्यक अन्य 'ग्राफिक्स' नराखिनु, नेपालीबाहेकका भाषामा भएको अन्तर्वार्ता उल्था गरी 'डब' वा 'सबटाइटल' नगर्नु र रिपोर्टिङ्गको विषय र मुद्दा अनुसारको नयाँ 'भिज्युअल' नखिची संग्रहालयमा भएका पुराना 'भिज्युअल'बाट रिपोर्टिङ्ग तयार गर्नु 'अल्छी पत्रकारिता' हो। यस्तो अल्छी पत्रकारिता नयाँ आउने टेलिभिजन प्रसारणमा पनि रह्यो भने टेलिभिजनमा आएको खुलापन र प्रजातन्त्रीकरणको महत्त्व र प्रभाव खास हुने छैन।

ढिलो चाँडो नेपालमा शुरु हुने टेलिभिजन प्रसारण संस्थाहरूका लागि दक्ष र स्तरीय जनशक्तिको खाँचो पर्ने छ। त्यो खाँचो पुरा गर्न टेलिभिजन पत्रकारिता र कार्यक्रम निर्माणको शिक्षा र तालिम दिने संस्थाको आवश्यकता देखिन्छ। नयाँ टेलिभिजन प्रसारण संस्थाको स्थापनाले शुरुको अवस्थामा सूचना र ज्ञानमा प्रजातन्त्रीकरण भएको अनुभव भए पनि दक्ष र रचनात्मक जनशक्ति नभई खास उपलब्धि हासिल हुँदैन। एफएम रेडियो स्टेशनहरू स्थापना हुँदाको आशा अहिले समय क्रममा पुरा नभएको जस्तो टेलिभिजनका क्षेत्रमा हुन नदिन टेलिभिजनका लागि दक्ष जनशक्ति उत्पादनमा ध्यान दिनुपर्छ। गुणस्तरयुक्त कार्यक्रम/रिपोर्टिङ्गका लागि गुणस्तरयुक्त जनशक्ति चाहिन्छ।

अध्ययन गरिएका आँखीक्याल, अचेल र हिजो अस्तिमध्ये आँखीक्यालमा प्रसारण हुने रिपोर्टिङ्गको गुणस्तर तुलनात्मक रूपमा राम्रो छ। तर आँखीक्यालका रिपोर्टिङ्गका पनि आफ्नै सीमा छन्। आँखीक्यालका रिपोर्टिङ्गले सरकारलाई

दबाब दिने काम गरे पनि अन्य सबै पक्षलाई दबाब दिन सक्ने अवस्थामा छैनन्। *आँखीक्याल* कार्यक्रम सञ्चालन गर्न स्रोत जुटाउन विभिन्न गैरसरकारी संस्थाका लागि भिडियो निर्माण गर्दा हुने 'सम्भौता' ले त्यसको रिपोर्टिङ्गमा प्रत्यक्ष नभए पनि अप्रत्यक्ष प्रभाव त पार्छ नै। अर्कोतर्फ नयाँ उपकरणले कार्यक्रम निर्माणको रचनात्मकताको सभावनालाई बढाएको भए पनि त्यसलाई *आँखीक्याल*का रिपोर्टिङ्गमा प्रयोग गर्न सकेको पाइँदैन। त्यसैले *आँखीक्याल*का रिपोर्टिङ्ग चुस्त छैनन्।

*अचेल* र *आँखीक्याल* दुवैको अनुभवबाट गुणस्तरीय कार्यक्रम/रिपोर्टिङ्ग निर्माणका लागि प्राविधिक ज्ञान, कार्यकुशलता, दक्ष र रचनात्मक क्षमता भएको जनशक्तिको अत्यन्त महत्व भएको देखिन्छ। नेपाली टेलिभिजनमा कार्यक्रम प्रसारण हुनका लागि आलेख, भाषा, दृश्य र रिपोर्टिङ्ग शिल्पको मानक तयार गरिनुपर्छ ताकि मानकभन्दा कमजोर कार्यक्रम प्रसारण नहोऊन्।

### धन्यवाद

यस लेख तयार गर्नेक्रममा मलाई प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष सहयोग पुऱ्याउने सबैप्रति म आभारी छु। लेखको शुरुका मस्यौदा पढेर टिप्पणी, सुझाव दिने प्रत्यक्ष वक्तव्य कृतज्ञ छु। नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, नेपाल टेलिभिजन र इमेज च्यानलले आफ्ना कार्यक्रमहरू हेर्न दिएर ठूलो सहयोग पुऱ्याएका हुन्। ती सबै संस्थाहरू धन्यवादका पात्र छन्। नेपाल वातावरण पत्रकार समूहका सरुण तुलाधर, नेपाल टेलिभिजनका मधुकर महर्जनले आवश्यक सामग्री जुटाइ सहयोग गर्नु भएकोमा उहाँहरूलाई पनि धन्यवाद। आवश्यक सूचना उपलब्ध गरिदिनु भएकोमा तीनवटै संस्थाका सम्पर्क गरिएका व्यक्तिहरू, मार्टिन चौतारीको छलफल कार्यक्रममा यो लेख प्रस्तुत हुँदा उपस्थित हुने र टिप्पणी गर्ने सबैलाई धन्यवाद। लेख तथ्यपरक होस् र गल्ती नछिड्नु भन्ने प्रयास हुँदाहुँदै असावधानीवश गल्ती भएको रहेछ भने त्यसको जिम्मेवार म स्वयं हुँ।

### अध्ययनको सिलसिलामा सम्पर्क गरिएका व्यक्तिहरू

#### *आँखीक्याल*

- |                       |   |                      |
|-----------------------|---|----------------------|
| १) रविन्द्र पाण्डे    | — | कार्यक्रम संयोजक     |
| २) सुशील मैनाली       | — | रिपोर्टिङ्ग निर्माता |
| ३) श्रीलाल शाह        | — | रिपोर्टिङ्ग निर्माता |
| ४) आनन्दकुमार श्रेष्ठ | — | रिपोर्टिङ्ग निर्माता |

#### *हिजो अस्ति*

- |                |   |                    |
|----------------|---|--------------------|
| १) डीबी कट्टेल | — | कार्यक्रम निर्माता |
|----------------|---|--------------------|

#### *अचेल*

- |                    |   |                             |
|--------------------|---|-----------------------------|
| १) दुर्गानाथ शर्मा | — | महाप्रबन्धक, नेपाल टेलिभिजन |
|--------------------|---|-----------------------------|

- |                        |   |                     |
|------------------------|---|---------------------|
| २) राजेन्द्रदेव आचार्य | — | प्रमुख, समाचार शाखा |
| ३) महाप्रसाद लामिछाने  | — | रिपोर्टर            |
| ४) लक्ष्मण हुमागाई     | — | रिपोर्टर            |
| ५) रविन्द्र घिमिरे     | — | रिपोर्टर            |
| ६) प्रदीप चापागाई      | — | रिपोर्टर            |
| ७) नवराज पोखरेल        | — | रिपोर्टर            |
| ८) रेवन्त ओली          | — | रिपोर्टर            |

### सन्दर्भ सामग्री

- शर्मा, केदार. सन् २००१. नेपाली टेलिभिजनमा खोजी पत्रकारिता. गोष्ठीमा प्रस्तुत कार्यपत्र, २८ सेप्टेम्बर, मार्टिन चौतारी.
- शर्मा, दुर्गानाथ. २०५८. नेपाल टेलिभिजन: हिजो आज र भोलि. *गतिविधि*, २८ साउन.

Dahal, Bhushan. 2001. Relation of Television Production and Broadcast. Paper presented at a seminar on Development of Film Making and Documentaries in Nepal, Nepal Forum of Environmental Journalists and Friedrich Ebert Stiftung.

Johnson, Kirk. 2000. *Television and Social Change in Rural India*. New Delhi: Sage Publications.

Watts, Harris. 1984. *On Camera: How to Produce Film & Video*. London: British Broadcasting Corporation. ■