स्वतन्त्र रेडियो र श्रोताः बहसका केही सवाल

प्रत्यूष वन्त

नेपालमा स्वतन्त्र रेडियोको विकास भएको ११ वर्ष भइसक्यो । २०६५ वैशाखको सुरुमा २७२ ओटा स्वतन्त्र रेडियोले देशका ७० भन्दा बढी जिल्लाबाट प्रसारण गर्ने अनुमति पाइसकेका थिए भने त्यसमध्ये आधा रेडियो स्टेसन प्रसारणमा गइसकेका थिए । स्वतन्त्र र नयाँ रेडियोको यो विकास दक्षिण एसियाली क्षेत्रका लागि नै अभूतपूर्व छ । रेडियो विकासको यो तथ्यबारे गर्व गर्ने ठाउँ प्रशस्त हुँदाहुँदै पनि सङ्ख्या बढ्दैमा दङ्ग पर्नुपर्ने कारण नहुन सक्छ । गुरागाईं र घिमिरेले तर्क गरेझैँ, “प्रसारण केन्द्रको विस्तारसँगै रेडियोले आम जनतालाई दिनुपर्ने कार्यक्रमहरूको स्तरीयता, कार्यक्रमहरूको सान्दर्भिकता तथा ती कार्यक्रमबाट श्रोतालाई दिन खोजिएको प्रभाव महत्त्वपूर्ण पक्ष हो” (२०६२: २०) । तर उनीहरूले भनेझैँ प्रायः रेडियोहरूले यी विषयमा गहिरो चिन्ता लिएको देखिँदैन । साथै रेडियोको विकासले नेपाली समाजमा के-कस्तो परिवर्तन ल्याएको छ भन्नेबारे स्वतन्त्र र राम्रो लेखाजोखा हुन सकेको छैन । रेडियो स्टेसनको सङ्ख्या बढेर नेपाली श्रोतालाई के फाइदा भयो र तिनको जीवनस्तर उकास्ने सम्भावनाको खोजीमा रेडियोले के योगदान दिएको छ भन्ने जस्ता महत्त्वपूर्ण सामाजिक सवालको वरिपरि नयाँ रेडियोसम्बन्धी सार्वजनिक बहस हुन आवश्यक छ । यस्तो बहसलाई अगाडि बढाउने प्रमुख उद्देश्य राखेर यो लेख लेखिएको हो ।

मिडिया अध्ययन ३: ५९-८१ २०६५

बहसका सबै आयाम अगाडि बढाउने काम एउटा लेखमा सम्भव हुँदैन। तसर्थ यस लेखमा नयाँ स्वतन्त्र रेडियो र तिनका श्रोताबीचका सम्बन्धका केही पक्षहरूको मात्र विश्लेषण गरिनेछ। विशेष गरेर रेडियोको मनोरञ्जनमुखी पाटोभन्दा यसको पत्रकारिता पक्षबारे मात्र यहाँ चिन्ता गरिनेछ। नयाँ रेडियोको एक दशकभन्दा बढीको अनुभवलाई ध्यानमा राखी यो लेखमा खालि निम्न लिखित प्रश्नहरूको उत्तर मात्र खोज्ने प्रयास गरिएको छः

१. श्रोताको रूपमा कति नेपाली जनताको पहुँच नयाँ रेडियोसम्म छ अर्थात् अहिले बज्ने रेडियोले कति नेपालीलाई आफ्नो कुरा सुनाउन सक्छन् ?
२. रेडियोमा बज्ने सामग्री निर्माणमा श्रोताको पहुँच र प्रभाव के छ ?
३. रेडियोको सुलभताले साधारण श्रोताको, मध्यम स्तरका संस्थाहरूको र राजनीतिक व्यक्तिहरूको अभिव्यक्तिको माध्यममा के फरक ल्याएको छ ?
४. रेडियोका श्रोता अर्थात् नेपाली जनताको गरिबी घटाउन र विकास कार्यमार्फत उनीहरूको जीवनस्तर उकास्न गरिनुपर्ने सार्वजनिक बहसको माध्यम बन्न कति सफल भएका छन् त यी नयाँ रेडियो ?

यी चार प्रश्नको उत्तर अहिलेसम्म भएका अध्ययन, अनुभव र नयाँ खोजको आधारमा यहाँ दिने प्रयास गरिने छ। यो लेख रेडियो र श्रोताको सम्बन्धबारे सार्वजनिक बहस अगाडि बढाउने हेतुले लेखिएकाले यहाँ शाश्वत उत्तरहरूको खोजी गरिने छैन। शाश्वत उत्तरले बहस बन्द गर्छन्, यहाँ त बहस खुल्ला गर्न हाललाई ठीक लाग्ने उत्तरहरू खोज्ने प्रयास हुने छ। भोलिका नयाँ अध्ययन, अनुभव र खोजले यहाँ दिइएका उत्तरहरूलाई नपुग बनाइदिने कुरा निश्चित छ।

श्रोता कति ?

नयाँ रेडियोको कति श्रोतासम्म पहुँच छ ? २०६२ को मध्यतिर अर्थात् करिब साढे दुई वर्षअघि ५० ओटा जति एफएम रेडियो प्रसारणमा गइसकेका थिए। त्यति बेला नेपालको कुल जनसङ्ख्याको करिब ६५ प्रतिशत व्यक्तिहरू कुनै एफएम रेडियोको तरङ्ग इलाकाभित्र पर्ने अनुमान गरिएको थियो (मैनाली सन् २००७: १०८; इक्वेल एक्सेस नेपाल सन् २००७)। २०६५ वैशाखमा प्रसारणमा रहेका रेडियोको सङ्ख्या १३६ पुगिसकेको छ। यी रेडियोले करिब ७०-७५ प्रतिशत नेपाली जनसङ्ख्यासम्म आफ्नो पहुँच पुऱ्याएका छन् भनेर अनुमान गर्दा गल्ती नहुने जस्तो देखिन्छ। आजको नेपालको जनसङ्ख्या करिब २.७ करोड अनुमान

गरिएको हुनाले (सिबिएस र एमपिइ सन् २००३) त्यसको ७०-७५ प्रतिशत मात्र हिसाब गर्दा पनि झण्डै १.९-२ करोड नेपालीसम्म कम्तीमा कुनै एक एफएम रेडियोको पहुँच भएको अनुमान गरिन्छ ।

प्राविधिक हिसाबले हेर्दा एफएम प्रसारण साधारणतः राष्ट्रिय प्रसारण होइन र यो बढीभन्दा बढी स्थानीय प्रसारण भएकोले देशभरको तथ्याङ्कले हामीलाई कुनै एक निश्चित ठाउँमा रहेको एउटा निश्चित श्रोताको के कति एफएम स्टेसनको तरङ्गमा पहुँच छ भन्ने कुरा बुझ्न सहयोग पुऱ्याउँदैन । देशभर एफएम रेडियोहरूको असन्तुलित वितरण भएकोले कुनै पनि श्रोताले कति ओटा एफएम रेडियो स्टेसन सुन्न सक्छन् भनेर ठ्याक्कै भन्न सक्ने स्थिति पनि छैन । यो ठाउँ विशेषमा भर पर्ने कुरा हो । जस्तै काठमाडौँ उपत्यकामा अवस्थित एउटा श्रोताले करिब ३० ओटा एफएम सुन्न सक्ने स्थिति अहिले छ । भैरहवा र बुटवलबीचको मध्य तराई क्षेत्रमा आठ एफएम स्टेसन छन् तर त्यहाँ झण्डै १७-१८ ओटा एफएम स्टेसनको तरङ्ग सुन्न सकिन्छ । समग्रमा भन्नुपर्दा काठमाडौँ उपत्यकाका श्रोतासम्म सबभन्दा धेरै, त्यसपछि मध्य र पूर्व तराईका श्रोतासम्म र त्यसपछि पश्चिमका श्रोतासम्म बढी एफएम स्टेसनका तरङ्ग पुग्दछन् । मध्य पश्चिम र सुदूर पश्चिमका श्रोतासम्म थोरै एफएम स्टेसनको पहुँच छ । एफएम रेडियोको फ्रिक्वेन्सी वितरणमा वैज्ञानिक ढङ्ग नअपनाइएकोले ठाउँठाउँमा तरङ्ग जुध्ने हुनाले सुन्न सकिने सबै स्टेसन पनि राम्ररी सुन्न नसकिने स्थितिमा पुगेको श्रोताहरूको अनुभव छ ।

एफएम रेडियो तरङ्गको भौतिक पहुँचबाहेक अन्य आयामले पनि महत्त्व राख्दछन् । छापा पत्रकारिताको सबभन्दा ठूलो बजार त अक्षर चिन्न सक्नेमा मात्र सीमित हुन्छ । नेपालमा आधा जनसङ्ख्याले अक्षर नचिन्ने अवस्था छ । रेडियो सुन्न र त्यसमा बोल्न भने अक्षर चिन्नु पर्दैन । यसकारण पनि रेडियोको पहुँच छापाको भन्दा बेग्लै समूहसम्म पनि हुने गर्दछ । छापामा मुख्यतया नेपाली भाषामा आधारित पत्रकारिता मात्र भइरहेको छ । तर रेडियोमा नेपालभित्र बोलिने विभिन्न भाषामा कार्यक्रमहरू बज्न थालेका छन् । अहिले नै कम्तीमा १८ ओटा भाषामा कार्यक्रम बज्न थालिसकेका छन् । यी भाषामा राजवंशी, बान्तवा राई, सन्थाल, झाँगड, चेपाङ, नेवारी, तामाङ, मैथिली, गुरुङ, मगर, भोजपुरी, राना थारू, पूर्वेली थारू, दङ्गोरा थारू, अवधि, खाम मगर, लिम्बु र डोटेली पर्दछन् ।[१] एफएम रेडियोको विस्तारसँगै अन्य भाषामा पनि प्रसारण हुने कुरा निश्चित छ ।

---

१ यी भाषाहरूको सूची बनाउन मैले गोपाल गुरागाईंको पनि सहयोग लिएको छु ।

सन् १९९७ मा गरिएको एउटा सर्वेक्षणमा करिब ५१ प्रतिशत नेपालीका घरमा रेडियो भएको आँकलन गरिएको थियो (मउङ र घिमिरे सन् १९९७) । सन् २००६-०७ मा भएको अर्को अध्ययनले ८२ प्रतिशत नेपालीका घरमा रेडियो भएको र करिब ७६ प्रतिशतमा एफएम ब्याण्डसहितको रेडियो भएको पायो (इक्वेल एक्सेस नेपाल सन् २००७) ।[२] सोही अध्ययनमा करिब ९५ प्रतिशतले छिमेकमा एफएम ब्याण्डसहितको रेडियो रहेको कुरा जनाएका थिए । सन् १९९७ पछिको एक दशकमा नेपालले विशेष गरेर छिमेकी मुलुक चीनमा बनेका सस्ता रेडियोहरू लाखौँको सङ्ख्यामा आयात गरेको छ । सस्तोमा रु. ५० सम्म पर्ने यस्ता रेडियोहरू देशका सहरी भागमा मात्र होइन ग्रामीण इलाकामा पनि बिक्रीमा राखिएका छन् ।[३] त्यस्ता इलाकामा नयाँ एफएम रेडियो स्टेसन खुल्दा सयौँको सङ्ख्यामा व्यापारीहरूले रेडियो सेटहरू बिक्री गरेका समाचार प्रकाशित छन् (नयाँ सडक २०५८) । रेडियो सेट सस्तो हुनु र ग्रामीण इलाकामा बस्ने नेपालीसँग पनि विप्रेषण (रेमिटेन्स) र अन्य कारणले क्रयशक्तिमा केही वृद्धि हुनुले यस्तो बिक्री सम्भव भएको अनुमान लाउन सकिन्छ । सन् २००७ देखि भैरव रिसाललगायत अन्य रेडियो प्रवर्द्धकको जोडतोडमा रेडियो किन्न नसक्ने समुदायका सदस्यहरूलाई निःशुल्क रेडियो बाँड्ने अभियान सुरु भएको छ । मकवानपुर, धादिङ, चितवन, नवलपरासी र पाल्पामा रहेका स्थानीय एफएम रेडियो स्टेसनसँग मिली यी अभियानकारीहरूले चेपाङ, दराइ, बोटे, माझी र कुमाल समुदायका सदस्यलाई १२०० भन्दा बढी रेडियो बाँडिसकेका छन् । रेडियो कार्यक्रम उत्पादक एन्टेना फाउण्डेसनले यो काम अघि बढाई ५००० भन्दा बढी सेट त्यसरी नै बाँडिसकेको छ ।[४]

सन् १९२० को उत्तरार्द्धदेखि नेपालीहरूले रेडियो सेट किन्न थालेका हुन् (वन्त २०६१) । यो आठ दशकको अवधिलाई हेर्ने हो भने गएको दशकमा जति रेडियो त्योभन्दा अगाडिका कुनै पनि दशकमा नेपालीहरूले किनेका थिएनन् भनेर हामी ढुक्कसाथ भन्न सक्छौँ । रेडियो सेटको स्वामित्वको वितरणमा सहरी–ग्रामीण इलाकाबीच साथै कथित उच्च जात–तल्लो जात वा जनजाति

---

[२] यो सर्वेक्षणको नतिजा सार्वजनिक हुनुभन्दा अगाडि गुरागाईं र घिमिरे (२०६२: १४) ले नेपालका ७५ प्रतिशत घरमा रेडियो सेट भएको अनुमान गरेका थिए ।

[३] इक्वल एक्सेस नेपाल (सन् २००७) को सर्वेक्षणले देशमा रहेका रेडियो सेटमध्ये ५६ प्रतिशत चीनमा र ३७ प्रतिशत भारतमा निर्मित पाएको थियो । प्रतिवेदनमा ४४ प्रतिशत घरमा रु. पाँच सयभन्दा कम पर्ने रेडियो सेट रहेको उल्लेख छ ।

[४] व्यक्तिगत संवाद, भैरव रिसाल र मधु आचार्य (एन्टेना फाउण्डेसन) ।

समुदायबीच भिन्न भिन्न स्थिति रहेको अनुमान गर्न सकिन्छ ।[५] त्यसै गरी पूर्व अनुभवले कुनै घरभित्रका पुरुष सदस्य र महिला सदस्यबीच पनि रेडियो सेट माथिको पहुँचमा भिन्नता रहन सक्छ भनेर हामी भन्न सक्छौं (पराजुली र वन्त २०६२) ।

माथिको चर्चाको आधारमा हामी प्रश्न नम्बर १ को उत्तरमा यो भन्न सक्छौं: एफएम रेडियोहरूको तरङ्ग झण्डै २ करोड नेपालीसम्म पुग्ने स्थिति, कम्तीमा १८ भाषामा कार्यक्रम प्रसारण, र सस्तो रेडियो सेटको उपलब्धताले गर्दा नयाँ रेडियोका अत्यधिक श्रोता छन् । धेरैजसो नेपालीको लागि यो सबभन्दा सुलभ आमसञ्चारको माध्यम बनेको छ । रेडियोको अन्तर्वस्तु अन्य आमसञ्चारमाध्यमको अन्तर्वस्तुको दाँजोमा नेपाली जनतालाई आफ्नो जीवन र समाजबारे सोच्न मद्दत पुऱ्याउने सस्तो सार्वजनिक स्रोत बन्न सक्ने अवस्था सिर्जना भएको छ ।

रेडियोको अन्तर्वस्तु निर्माणमा श्रोताको प्रभाव

काठमाडौं उपत्यकामा सन् १९९० को उत्तरार्द्धमा जब एफएम रेडियोहरू सञ्चालनमा आए, रेडियोको अन्तर्वस्तु निर्माणमा श्रोताको भूमिका राम्रो थियो भन्ने आधार कम थिए । सुरुका दिनका अनुभव विश्लेषण गर्नेहरूले श्रोताहरू त्यति बेला फोनमार्फत आफ्नै आवाज सुनेर दङ्ग पर्थे वा एफएम रेडियोलाई मनोरञ्जनको साधन मात्र मान्दै यसबाट मज्जा लिने हो, योसँग गम्भीर सम्बन्ध स्थापना गर्ने होइन भन्ने ठान्थे भनेर निष्कर्ष निकालेका थिए (वन्त सन् २०००) ।[६] रेडियो सगरमाथाले सुरुआतदेखि छलफल कार्यक्रम तथा अन्य विश्लेषणसहित साङ्गितिक कार्यक्रम प्रसारण गर्दै आएको छ । प्रारम्भिक दिनमा साङ्गितिक कार्यक्रमका लागि श्रोताबाट प्रतिक्रिया प्राप्त हुन्थ्यो । तर छलफल कार्यक्रममा भने त्यस्तो प्रतिक्रिया पटक्कै आउँदैनथ्यो भन्दा हुन्छ । सन् १९९८-१९९९ मा झण्डै २० महिना *डबली* नामको छलफल कार्यक्रम चलाउँदा यो लेखकलाई श्रोताबाट एउटा पनि लिखित सुझाव प्राप्त भएन । कार्यक्रममा व्यक्त कुराप्रति असहमति जनाउनेहरूमध्ये दुई-तीन जनाले भने फोन गरी आफ्ना विचार सुनाएका थिए ।

---

५ रेडियो मदनपोखराले सन् २००४ मा तानसेन नगरपालिका र पाल्पाका १५ गाउँ विकास समितिमा गरेको सर्वेक्षणमा यस्ता नतिजा प्राप्त भएका थिए । विस्तृत चर्चाको लागि बन्जाडे (सन् २००६) हेर्नुहोस् । अरू यस्तै विवरणको लागि इक्वेल एक्सेस नेपाल (सन् २००७) हेर्नुहोस् ।

६ यो लेख वन्त (सन् २००६) मा पुन मुद्रित छ जहाँ एफएम रेडियोका अन्य प्रसङ्गबारे मैले लेखेका लेखहरू पनि परेका छन् ।

त्यसो हुँदाहुँदै पनि रेडियो सगरमाथालगायत सुरुमा अन्य रेडियोमा सरकारी स्वामित्वको रेडियो नेपालमा भन्दा धेरै श्रोता स्वर भने हामीले सुन्न पाएका थियौँ। 'भक्स पप' भनिने साधारण श्रोताका आवाज, म्यागेजिन रिपोर्टिङमा सम्मिलित गरिएका विभिन्न श्रोताका आवाज अंश (साउण्ड बाइट्स), अन्तर्वार्ता, छलफल कार्यक्रम, फोनमार्फत समाजका विभिन्न व्यक्तिका आवाज र विचार रेडियोका श्रोताले सुन्न पाएका थिए। हरेक दिन दर्जनौँ यस्ता आवाज सुन्दा मात्र पनि नयाँ रेडियोका श्रोतामा यी रेडियोमा श्रोताको पहुँच रेडियो नेपालको दाँजोमा बढी छ भन्ने विश्वास बन्न गएको देखिन्छ। यसमा आधारित भएर नयाँ रेडियोको कार्यक्रम अन्तर्वस्तु निर्माणमा श्रोताको प्रभाव छ भन्ने विश्वास पनि प्रवाहित भएको देखिन्छ। यो विश्वास तत्कालीन अवस्थामा एफएम रेडियोहरूले आफ्ना श्रोतासँग सम्बन्ध विस्तार गर्न र रेडियो नेपाल तथा छापा माध्यमको दाँजोमा नयाँ रेडियो बढी प्रजातान्त्रिक छ भनेर देखाउन उपयोगी भएको देखिन्छ।

रेडियो र श्रोताका सम्बन्धमा प्रभाव पार्ने धेरै तत्त्वहरूको भूमिकाबारे अहिलेसम्म सबभन्दा राम्रो चर्चा गुरागाईं र घिमिरे (२०६२: ६३-७३) ले गरेका छन्।[७] उनीहरूका अनुसार, "श्रोताको संलग्नता र सहभागितालाई निर्क्योल गर्ने तत्त्वहरू रेडियो र श्रोता दुवैतिर उत्तिकै बलिया छन्। ती तत्त्वहरू प्रायः आम सञ्चारमाध्यमले प्रसारण गर्ने कार्यक्रमहरूको आधारमा धेरै हदसम्म निर्देशित, निर्धारित र परिचालित हुन्छन्" (२०६२: ६३)। एकातर्फ श्रोताको सामाजिक पृष्ठभूमि र उसको व्यक्तिगत जीवनको अवस्थितिले उसले रेडियोको कुन कार्यक्रममा सहभागिता जनाउँछ भन्ने कुरा प्रभावित हुन्छ। अर्कोतर्फ रेडियो स्टेसनको सामाजिक छवि र त्यसबाट प्रसारण हुने कार्यक्रमको विषय र शैलीबाट पनि श्रोताको छनोट प्रभावित भइरहेको हुन्छ भन्ने तर्क गुरागाईं र घिमिरे (२०६२: ६३-६४) को छ। उनीहरू थप्छन्, "सामान्यतया, रेडियोबाट प्रसारण हुने कार्यक्रमले श्रोता प्रभावित भएपछि नै श्रोताको पक्षबाट संलग्नता र सहभागिताको खोजी हुन्छ। तर श्रोताको सहभागिता र संलग्नतालाई व्यवस्थित गर्ने कि नगर्ने भन्ने निर्णय चाहिँ स्टेसनकै हातमा हुन्छ" (२०६२: ६४-६५)। यो मामलामा उनीहरूले आफ्नो अनुसन्धानमार्फत यस्तो निष्कर्ष निकालेका छन्:

> नेपालमा सञ्चालित रेडियोको हकमा हेर्दा श्रोताको सहभागितालाई धेरै स्टेसनले नीतिगत रूपमा परिभाषित गरेको भेटिँदैन। श्रोता सहभागितालाई परिभाषित नगरेको

---

[७] यो खण्ड गुरागाईं र घिमिरेको उक्त चर्चाबाट स्वाभाविक रूपमा प्रभावित छ।

> भए पनि व्यवहारमा चाहिँ व्यापारिक र सामुदायिक दुवै खालका रेडियोले कार्यक्रमहरूमा श्रोताको सहभागितालाई निकै महत्त्व दिएका छन् । श्रोताको सहभागिता सबै रेडियो स्टेसनमा छ । तर, धेरै रेडियोमा यो सहभागिता सङ्गठित र व्यवस्थित छैन । त्यसैले नेपालका एफएम रेडियोमा देखिने श्रोताको सहभागितालाई धेरै हदसम्म श्रोताकै स्वतःस्फूर्त प्रयास भन्न सकिन्छ । धेरै रेडियो स्टेसनका सङ्गठित श्रोता समूहहरू त छन्, तर, रेडियो स्टेसनले तिनलाई सङ्गठित गरेका होइनन् । श्रोता समूहको व्यवस्थित सहभागितालाई धेरै रेडियोले बेवास्ता गरेका छन् भने केही स्टेसनले मात्र बढावा दिएका छन् (गुरागाईं र घिमिरे २०६२: ६५) ।

प्रायःजसो व्यापारिक स्टेसनहरूले श्रोताको सहभागितालाई सङ्गठित नगर्ने गरिएको पाइएको छ । सहरी इलाकामा चलिरहेका व्यापारिक एफएम रेडियोमा श्रोताको प्रतिक्रियाभन्दा पनि बजार आधारित सर्वेक्षणहरूले कार्यक्रमको स्वरूपमा बढी प्रभाव पारिराखेको देखिन्छ । व्यापारिक रेडियोको निम्ति बजारबाट आउने सन्देश श्रोताबाट आउने सन्देशभन्दा बढी महत्त्वपूर्ण हुन्छ । श्रोताको प्रभावभन्दा पनि उसको श्रोतासम्मको पहुँच धेरै देखाउन सके व्यापारिक रेडियोमा विज्ञापन तान्न सक्ने सम्भावना बढ्छ । त्यसकारण श्रोताको प्रसारण सामग्रीको अन्तर्वस्तु माथिको प्रभाव यस्ता स्टेसनको लागि त्यति ठूलो चिन्ताको विषय होइन । यद्यपि सहरी इलाकामा फोनमार्फत स्रोत व्यक्ति वा श्रोताको कार्यक्रममा सहभागिता बढाउने केही प्रयास चाहिँ भएको छ । हाल प्रसारित *नेपाल चौतारी* (एन्टेना फाउण्डेसन), *हाम्रो नेपाल राम्रो नेपाल* (उज्यालो एफएम) र *द हेडलाइनर्स* (कान्तिपुर एफएम) जस्ता कार्यक्रममा श्रोताले फोन गरी प्रश्न सोध्न सक्छन् ।

ग्रामीण इलाकामा स्थापित सामुदायिक रेडियोहरूमा श्रोताको सुझाव र प्रतिक्रिया बटुलेर रेडियो कार्यक्रमको अन्तर्वस्तु निर्माणमा प्रयोग गरिने प्रक्रिया बढी स्थापित र प्रभावकारी देखिन्छ । ग्रामीण इलाकाका र केही सहरी इलाकाका रेडियोले श्रोता क्लब/सङ्गी समूहका सदस्यहरू परिचालन गरेर, गाउँ विकास समिति (गाविस) स्तरमा रेडियो प्रतिनिधिहरू राखेर र तिनीहरूमार्फत वा छुट्टै प्रक्रियाद्वारा श्रोताको चिठी सङ्कलन गरी रेडियोको अन्तर्वस्तुमाथि श्रोताले औपचारिक वा अनौपचारिक प्रतिक्रिया दिने र प्रसारण योग्य विषय सुझाउने व्यवस्था गरिएको पाइन्छ । यस्तो व्यवस्था पाल्पाको रेडियो मदनपोखराले गरेको छ । यो रेडियोले आफ्नो श्रोता/सङ्गी समूहसँग मिलेर कार्यक्रम उत्पादन पनि गर्छ । रेडियो लुम्बिनीले पनि श्रोता क्लब र सार्वजनिक सुनवाइमार्फत यो काम गरेको पाइन्छ भने रेडियो स्वर्गद्वारीमा रिपोर्टिङमा गएका पत्रकारमार्फत श्रोताहरूको प्रतिक्रिया बटुल्ने चलन छ । कुनै कुनै रेडियोमा (जस्तो नेपालगञ्जको बागेश्वरी एफएम) सक्रिय श्रोताहरूले

आ-आफ्ना क्षेत्रका गतिविधिहरू स्वयंसेवी संवाददाताको रूपमा पठाउने गरेका छन् ।[८] यी व्यवस्थाहरूको विभिन्न सम्मिश्रण अरू रेडियोले अपनाएको पाइन्छ ।

एफएम रेडियोहरूको विस्तार हुने क्रममा श्रोताहरूको रेडियो कार्यक्रम माथिको प्रतिक्रिया (र प्रभाव) विभिन्न तरिकाबाट आउने गरिएको पाइएको छ । चिठी, इमेल सन्देश, फोन इत्यादि तरिकाबाट यो प्रतिक्रिया व्यक्त भइरहेको देखिन्छ । अन्य कति एफएम रेडियोका सञ्चालक वा कार्यक्रम प्रस्तोताहरूलाई व्यक्तिगत रूपमा चिन्ने श्रोताबाट अनौपचारिक भेटघाट वा अन्य तरिकामार्फत पनि कार्यक्रमको अन्तर्वस्तुबारे टिप्पणी र सुझाव प्राप्त भइरहेको छ ।

एन्टेना फाउण्डेसनको डोको रेडियोमा प्रसारणकै क्रममा भिडबाट गएर अन्तर्वार्ता दिने वा आफ्नो प्रस्तुति गर्ने गरिएको छ ।[९] गएको तीन-चार वर्षमा, मोबाइल फोन र सिडिएमए फोन लाइन उपलब्ध भएपछि पहिलेभन्दा बढी सङ्ख्यामा ग्रामीण भेगमा बस्ने श्रोताहरूले फोनमार्फत रेडियो स्टेसनहरूलाई प्रतिक्रिया दिन थालेका छन् । नवलपरासीको सामुदायिक रेडियो विजय एफएमका पूर्व कार्यक्रम व्यवस्थापक भानु तिमिल्सिनाका अनुसार स्थानीय रेडियोको अनुभवले रेडियो प्रसारणको प्रविधिलाई सहज बनाउनुका साथै ग्रामीण भेगका जनतालाई पनि रेडियोमा बोल्न डर नलाग्ने बनाइदिएको छ । “उनीहरूको रेडियोमा बोल्ने आत्मविश्वास बढेको छ, किनकि उनीहरूले आफ्नै समुदायबाट रेडियोमा बोलेका व्यक्तिहरू चिनेका छन्” भन्छन् तिमिल्सिना ।[१०]

सामुदायिक एफएम रेडियोको अभ्यासमा समुदायको प्रतिनिधिहरू हालभन्दा बढी विश्वासिलो तरिकाले उपस्थिति हुने संरचनाको खोजी क्रम जारी छ (हेर्नुहोस् रघु मैनालीको अन्तर्वार्ता पराजुली २०६४: ८७-१२०) । यो प्रयास

---

८ यी तथ्यहरू गुणाकर अर्याल (रेडियो मदनपोखरा), मोहन चापागाईं (रेडियो लुम्बिनी) र दधिराम सुवेदी (रेडियो स्वर्गद्वारी) सँगको भेटमा वा फोनमा गरिएको कुराकानीमा आधारित छ । पछिल्लो कुरा चाहिँ बागेश्वरी एफएमका तुला अधिकारीले २०६४ चैत १६ मा मार्टिन चौतारीमा आयोजित ‘एफएम रेडियोमा पत्रकारिता’ विषयक अन्तर्क्रियामा भनेका हुन् । श्रोता क्लबहरूले निर्वाह गरिराखेका प्रमुख तीन भूमिका– “सुन्ने र प्रतिक्रिया दिने...कार्यक्रममा विषयवस्तु सुझाउने...[र] कार्यक्रम निर्माण गर्ने” बारे थप चर्चाको लागि हेर्नुहोस् गुरागाईं र घिमिरे (२०६२: ६८-७३) ।

९ घुम्ती रेडियोलाई साङ्केतिक रूपमा एन्टेना फाउण्डेसन नेपालले दिएको नाम हो– ‘डोको रेडियो’ । यसमा ग्रामीण समुदायमा गएर कुनै एक स्थानीय एफएम रेडियोसँगको सहकार्यमा एन्टेना फाउण्डेसन नेपालले विशेष गरी स्थानीय विषयवस्तु समेटेर श्रोताको प्रत्यक्ष उपस्थितिमा एक हप्तासम्म रेडियो प्रसारण गर्छ । डोको रेडियोका उपकरणहरू एक ठाउँबाट अर्को ठाउँ सजिलै लैजान सकिन्छ ।

१० व्यक्तिगत संवादमा आधारित । फोन लाइन विस्तारको महत्त्व नेपालगञ्जको बागेश्वरी एफएमका तुला अधिकारीले पनि मार्टिन चौतारीमा २०६४ चैत १६ मा आयोजित ‘एफएम रेडियोमा पत्रकारिता’ विषयक अन्तर्क्रियामा व्यक्त गरेका थिए ।

सफल भएमा हाल जस्तो 'समुदायको निम्ति' भनेर चलाइएका सामुदायिक एफएम रेडियोभन्दा पनि 'समुदायबाट जन्मेका' सामुदायिक एफएम रेडियोहरू सञ्चालनमा आउने सम्भावना बढ्ने छ । त्यसो हुँदा यी रेडियोका कार्यक्रमको अन्तर्वस्तु निर्माणमा त्यसको प्राथमिक प्रसारण क्षेत्रमा बस्ने समुदायका श्रोताहरूको प्रभाव बढ्ने निश्चित छ ।

हालका लागि दोस्रो प्रश्नको उत्तर यसरी दिनुपर्ला: फोनबाट प्रश्न सोध्ने, सङ्गी समूहसँग सहकार्य गर्ने र अरू विभिन्न माध्यमद्वारा श्रोताले रेडियोको अन्तर्वस्तु निर्माणमा प्रभाव पार्ने काम गरिरहेका छन् । थोकमा भन्नुपर्दा व्यापारिक रेडियोभन्दा सामुदायिक रेडियोले आफ्नो कार्यक्रम सामग्री निर्माणमा श्रोताको पहुँच र प्रभावबारे संस्थागत रूपमा बढी चिन्ता गरेको देखिन्छ । हालमा यस्ता स्टेसनहरूको आयोजनामा गठन भएका श्रोता क्लब, तिनका प्रतिनिधि सञ्जाल, तिनले आयोजना गर्ने सार्वजनिक सुनवाई र तिनका कर्मचारीमार्फत श्रोताले आफ्नो प्रतिक्रिया दिइरहेका छन् । स्टेसनको आयोजनाभन्दा भिन्दै किसिमले श्रोताकै आफ्नै प्रेरणाबाट पनि स्टेसनहरू प्रभावित भइरहेका छन् । हाललाई श्रोताको सहभागिता बढाउने प्रयासहरूको गहिरो स्वतन्त्र अध्ययन हुन बाँकी रहेकोले ती कति फलदायी छन् भन्नेबारे यहाँ धेरै भन्न सम्भव देखिन्न ।

रेडियो र श्रोताको अभिव्यक्तिको माध्यम

रेडियोको सुलभताले साधारण व्यक्तिको, मध्यम स्तरको संस्थाहरूको र राजनीतिक व्यक्तिहरूको अभिव्यक्तिको माध्यममा के फरक ल्याएको छ ? साधारण व्यक्तिहरूले आफ्ना व्यक्तिगत समस्याहरूको समाधान खोज्न रेडियोलाई अभिव्यक्तिको माध्यम बनाएका छन् । यसको एउटा उदाहरण रेडियो मदनपोखराबाट लिन सकिन्छ । उक्त रेडियोमा एकपटक एउटा महिलाको चिठी आयो । ती महिलाले आफ्नो श्रीमान्‌ले दोस्रो श्रीमती ल्याएको हुनाले आफूले अब के गर्नु पर्छ भन्ने सुझाव मागी बेनामी चिठी पठाएकी थिइन् । रेडियो मदनपोखराले एउटा महिला कानूनविज्ञलाई स्टुडियोमा डाकी बहुविवाह विरुद्धको कानूनी प्रावधानको व्याख्या गर्न लगायो । उक्त कार्यक्रम बजेको केही समयपछि सोही महिलाको अर्को चिठी आयो जसमा उनले उनी र उनको श्रीमान्‌को कुरा मिलेको र उनलाई उनको श्रीमान्‌ले पहिलाभन्दा बढी माया गर्ने गरेको कुरा लेखिन् ।[११] अन्य रेडियोमा काम गर्ने पत्रकारहरूले पनि यस्तै कथा भन्ने गरेका छन् ।

---

[११] व्यक्तिगत संवाद, गुणाकर अर्याल (रेडियो मदनपोखरा) । काठमाडौँको एउटा एफएममा बजेका श्रोताहरूको आत्मकथा-चिठीमा आधारित कार्यक्रमको सामाजिक विश्लेषणको लागि हेर्नुहोस् कुन्रूथर (सन् २००४) ।

छरछिमेकमा भएको बिहेको समाचार बजाउन तथा सामान्य लाग्ने सामुदायिक गतिविधिबारे आफ्नो अभिव्यक्ति दिन पनि श्रोताहरू उत्सुक छन् । माथि उल्लेख भएझैँ अक्षर नचिन्ने व्यक्तिहरूका लागि पनि रेडियो आफ्नो अभिव्यक्तिको माध्यम बन्न पुगेको छ । दाङको सामुदायिक रेडियो स्वर्गद्वारीले पारेको असरबारे अनुसन्धान गर्ने क्रममा घमराज लुइँटेलले दुई सय जनासँग कुराकानी गरेका थिए । आधाभन्दा बढीले रेडियोको राम्रो प्रभावबारे टिप्पणी गर्दा त्यो माध्यममार्फत आफ्नो भावना र समस्या अभिव्यक्त गर्न पाउने कुरा उल्लेख गरेका थिए (लुइँटेल सन् २००४: ७४) । विकास निर्माणका योजनाले स्थानीयबासीलाई प्रतिकूल असर पार्दा त्यसको विरुद्ध आफ्नो विचार अभिव्यक्त गर्न पनि उनीहरूले स्थानीय रेडियोको प्रयोग गरेका छन् (मार्टिन र अरू सन् २००७) । रेडियो पत्रकारहरूको प्रेरणामा वा आफ्नै समुदायको अर्को सदस्यले रेडियोमा बोलेको देखेर रेडियोमा बोल्ने आत्मविश्वास आम नागरिकमा बढेको छ भन्न सकिन्छ। विभिन्न कार्यक्रमहरूको फर्म्याट निर्माण गर्दा श्रोताले फोन गरेर प्रश्न गर्ने वा टिप्पणी गर्ने कामलाई प्रोत्साहन दिई रेडियोलाई उनीहरूको अभिव्यक्तिको माध्यम बनाउने प्रयास जारी छ। समाजका नाम चलेका टिप्पणीकारहरूले विभिन्न रेडियोमार्फत टिप्पणी वा प्रवचन दिने मौका पाइरहेका छन् ।

नागरिक समाजका मध्यमस्तरका संस्थाहरूले पनि एफएम रेडियोलाई आफ्नो अभिव्यक्तिको माध्यम बनाएका छन्। यसका पछाडि विभिन्न कारण छन्। कोही यस्ता संस्थाहरूले आफ्नो क्रियाकलापबारे रेडियो सामग्री प्रसारित होस् भनेर रेडियोसम्म आफ्नो पहुँच बढाउने गर्छन्। यस्तो सामग्री प्रसारणले उक्त संस्थाहरूलाई सामाजिक प्रचार प्रदान गर्दछ। उता यस्ता सामग्री प्रसारण गर्ने रेडियोका निम्ति ती स्थानीय समाचारका सामग्री हुन्। स्थानीय समाचार प्रसारण गर्ने हरेक रेडियोमा प्रत्येक दिन दर्जनौँ फोन कल, फ्याक्स र इमेलमार्फत यस्ता क्रियाकलापहरूबारे जानकारी प्राप्त हुन्छ। सबै जानकारी समाचार बन्दैनन् । रेडियो सगरमाथामा ५० भन्दा बढी यस्ता सामग्री दिनहुँ प्राप्त हुन्छन् भने पोखराको रेडियो अन्नपूर्णमा करिब १५ओटा यस्ता सामग्री प्राप्त हुन्छन् ।[१२]

नागरिक समाजका मध्यम स्तरका संस्थाहरूले आफू काम गर्ने विषय वा आफूले अभियान चलाइरहेको विषयमा समाजको ध्यान केन्द्रित गर्न पनि रेडियोसम्म

[१२] व्यक्तिगत संवाद, दुर्गा कार्की (रेडियो सगरमाथा) र दिपेन्द्र श्रेष्ठ (रेडियो अन्नपूर्ण) । काठमाडौँ र पोखराका रेडियो स्टेसनमा समाचार बन्ने प्रक्रियाबारे थप विवरणको लागि हेर्नुहोस् अधिकारी (२०६२क, २०६२ख) ।

आफ्नो पहुँच बढाएका छन् । प्रथमतः रेडियो स्टेसनको योजना मुताबिकका कार्यक्रममा भाग लिएर (उदाहरणको लागि छलफल कार्यक्रम) यो उद्देश्य परिपूर्ति गरिएको पाइन्छ । दोस्रो तरिका चाहिँ आफैँले वा कुनै निश्चित एफएम रेडियोसँग मिलेर कार्यक्रम उत्पादन गरी त्यसलाई प्रसारण गरेर पनि यो उद्देश्य परिपूर्ति गरेको पाइन्छ । दोस्रो खालका कार्यक्रमहरू विभिन्न विषयमा निर्माण भएको पाइन्छ । भ्रष्टाचार विरोधी आन्दोलन, बाल अधिकार, सामुदायिक वन, द्वन्द्व समाधान, संविधानसभाको चुनाव, दलित अधिकार, शिक्षा, वातावरण, सुशासन, मानवअधिकार, जनस्वास्थ्य, महिला सशक्तीकरण, विज्ञान र प्रविधि, सामाजिक वञ्चितीकरण, दिगो विकास, पुस्तक संसार इत्यादि विषयमा कार्यक्रम निर्माण भई बजेका छन् । माओवादी विद्रोहका कारण विकास निर्माण कार्य केही वर्षअघि रोकिएपछि नेपालमा कार्यरत अन्तर्राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्था (गैसस) र तिनका नेपाली ‘पार्टनर’ गैससहरू विभिन्न कारणले पछाडि पारिएका नागरिक समूहहरूको अधिकार प्रवर्द्धन गर्ने काममा लागे । कुशासन र भ्रष्टाचारले माओवादी विद्रोहको सामाजिक धरातल निर्माण गरेको हो भन्ने विचार प्रवाह भएपछि, ‘सुशासन’ भन्ने विषयलाई पनि नागरिक समाजका मध्यमस्तरका संस्थाहरूले प्रवर्द्धन गरे । रेडियो नेपालको दाँजोमा स्वतन्त्र एफएम रेडियोहरू सुलभ भएकाले र भौतिक एवं प्रशासनिक झन्झट नभएकाले यस्ता संस्थाहरूको निम्ति एफएम रेडियोहरू आफ्ना कार्यक्रम प्रसारण गर्ने आधार बने । कार्यक्रम निर्माण प्रक्रियामा सापेक्षित रूपमा बढी सम्पादकीय स्वतन्त्रता मिल्ने भएकाले त्यस्ता संस्थाहरूको निम्ति एफएम रेडियो अभिव्यक्तिको सजिलो माध्यम बन्न पुग्यो ।

मध्यमस्तरका संस्थाहरू र एफएम रेडियो स्टेसनहरूबीचका यस्ता सहकार्य हेर्दा राम्रो देखिए पनि ती समस्यारहित भने छैनन् । सर्वप्रथम कति रेडियो स्टेसनहरूले यस्ता कार्यक्रम बजाउनुको पछाडि उनीहरूको कमजोर आर्थिक अवस्था निर्णायक देखिन्छ । सामाजिक उत्तरदायित्व बोकेका कार्यक्रम प्रसारण गर्नुपर्ने तर त्यस्ता कार्यक्रम निर्माण गर्न आफैँसँग स्रोत नहुँदा स्टेसनभन्दा इतरसमूहबाट निर्मित यस्ता कार्यक्रम बजाएर पनि आफ्नो प्रसारण तालिका/समय भर्ने र सामाजिक उत्तरदायित्व पनि निर्वाह गर्ने रणनीति स्टेसनहरूले लिएको देखिन्छ । स्टेसन बाहिरका समूहले बनाएका कार्यक्रम प्रसारण गर्दा आफ्नो सम्पादकीय नियन्त्रणलाई त्यस्ता स्टेसनले केही हदसम्म तिलाञ्जली दिएका हुन्छन् । यसबारे पनि स्टेसन वा रेडियोकर्मीहरूले भिन्न भिन्न धारणा राखेको देखिन्छ । “बाहिरका संस्थाहरूले निर्माण गरेको कार्यक्रम बजाउँदा हाम्रो सम्पादकीय

नियन्त्रण केही हदसम्म हामीले गुमाउँछौँ तर हामीसँग सहकार्य गर्ने संस्थाहरूले पनि हाम्रो सम्पादकीय सीमाहरू चाँडै ठम्याएर त्यही अनुरूप कार्यक्रम निर्माण गर्छन्" रेडियो सगरमाथाकी दुर्गा कार्की भन्छिन् । यस सम्बन्धबारे अरू रेडियोकर्मीको धारणा भने अलि बढी आलोचनात्मक भेटिन्छ । "अरूले बनाएको सामग्री बजाउने अभ्यास स्वतन्त्र रेडियोको भविष्यको लागि उचित छैन" भन्छन् नेपाल एफएमका समाचार सम्पादक विनोद ढुङ्गेल ।[१३]

समाचारमा आफ्नो क्रियाकलाप सुनाउन आतुर नभएका मध्यमस्तरका संस्थाहरू जो आफैँ रेडियो कार्यक्रमहरू उत्पादन पनि गर्दैनन्, तिनीहरूको र रेडियोको भने सोझो सम्बन्ध देखिँदैन । रेडियोकर्मीहरूसँग खोजमूलक सामग्री तयार गर्ने समय र स्रोतको अभाव छ र सामाजिक दृष्टिकोणबाट महत्त्वपूर्ण भए पनि त्यस्ता संस्थाहरूको काम रेडियो सामग्री निर्माणकर्ताको 'रडार' मा दृष्टिगोचर हुँदैन । सामाजिक आन्दोलन वा परिवर्तनमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलिरहेका संस्था र तिनका क्रियाकलाप रेडियोबाट टाढा रहनुमा दुवै पक्ष दोषी छन् । रेडियोकर्मीलाई त्यस्ता संस्थाको क्रियाकलाप मूल्याङ्कन गर्ने सामग्री तयार गर्नुपर्ने प्रेरणा व्यवसायभित्र छैन । सामाजिक परिवर्तनकारीलाई आफ्नो अभियानलाई अगाडि बढाउन अभिव्यक्तिको माध्यमको रूपमा रेडियो कसरी प्रयोग गर्ने जानकारी छैन वा यो सम्बन्धलाई उनीहरू महत्त्वपूर्ण ठान्दैनन् ।

स्वतन्त्र रेडियो र राजनीतिक व्यक्तिहरूको सम्बन्ध भने कस्तो छ ? राजनीतिक पार्टीहरूले सोझै वा परोक्ष ढङ्गबाट निश्चित रेडियो स्टेसनलाई आ-आफ्नो पार्टीका एजेण्डा अघि बढाउन प्रयोग गरेका छन् (भुसाल सन् २००७) । पार्टीद्वारा सञ्चालित वा पार्टी निकट ठानिएका छापा माध्यममा यो प्रक्रिया (पाठक २०६४) देखिसकेकाहरूका निम्ति पार्टीहरूद्वारा रेडियोको यो प्रयोग कुनै आश्चर्य पैदा गर्ने विषय हुनु नपर्ने हो । सन् २००७ मा सामुदायिक रेडियोहरूको यो सम्बन्धका बारे अनुसन्धान गर्ने क्रममा इयान प्रिङ्गल र विक्रम सुब्बाले यस्तो टिप्पणी गरेका थिए:

> पहिले रेडियोमा मालिक र तिनका कर्मचारीहरूको राजनीतिक सम्बन्धन (र उक्त नाताको आधारमा स्टेसनकै राजनीतिक सम्बन्धन) एउटा सामान्य, अझ भनौँ सायद सबैलाई लागू हुने कुरा थियो । एफएम रेडियोहरूको सङ्ख्यात्मक वृद्धि अरू कारणहरूको साथसाथै सुरुमा अमुक राजनीतिक उपस्थिति जनाउन र त्यसपछि राजनीतिक सन्तुलन

[१३] व्यक्तिगत संवाद, दुर्गा कार्की र विनोद ढुङ्गेल ।

> कायम राख्न अन्य स्टेसन पनि सुरु गरेर भएको थियो...पहिले सबै स्टेसनहरूले आ-आफ्नो राजनीतिक *सम्बन्धनका* बाबजुद पनि आफूले प्रसारण गर्ने रेडियो सामग्री प्राय: जसो राजनीतिक पार्टीहरूद्वारा सोभै प्रभावित नहुने सिद्धान्त अपनाएका थिए र यस मानेमा एफएम स्टेसनहरू सम्पादकीय दृष्टिकोणबाट स्वतन्त्र र पक्षपातविहीन थिए (सन् २००७: १९) ।[१४]

तर यसको मतलब सबै रेडियो स्टेसनहरूको राजनीतिक सम्बन्धन छ नै भन्ने चाहिँ होइन । विशेष गरेर व्यापारिक दृष्टिकोणले सञ्चालित रेडियोहरूले सबै थरीका राजनीतिक पार्टीहरूसँग राम्रो सम्बन्ध राख्दै आफ्नो प्रसारण अगाडि बढाएको पाइन्छ । पोखरामा रेडियो अन्नपूर्णका स्टेसन व्यवस्थापक दिपेन्द्र श्रेष्ठका अनुसार उक्त रेडियोले केन्द्रका र स्थानीय सबै थरीका राजनीतिक नेताहरूलाई आफ्नो प्रसारणमा स्थान दिने गरेको छ । "हामी उनीहरूलाई हाम्रो छलफल कार्यक्रममा बोलाउँछौँ जहाँ हामीले तय गरेको एजेण्डा मुताबिक उनीहरूले छलफलमा भाग लिनुपर्छ । पोखरामा सार्वजनिक सभामा उनीहरूले बोले, हामी त्यसलाई समाचारमा समेट्छौँ" भन्छन् श्रेष्ठ ।[१५]

विभिन्न राजनीतिक पार्टीहरूका प्राय: उही नेताहरू मात्र एफएम रेडियोमा बोलिरहनुको कारण सोध्दा नेपाल एफएमका विनोद ढुङ्गेल भन्छन्, "हामी पत्रकारहरू खाली त्यस्ता नेताहरूलाई बोल्न बोलाउँछौँ जो 'पपुलर' छ, जो 'रेडियो सेक्सी' छ र जो आफ्नो पार्टीको मूलधारमा छ ।"[१६] अर्थात् ठूला राजनीतिक दलका अमुक केन्द्रीय नेताहरूको लागि रेडियो सजिलै पहुँचको माध्यम बनेको छ ।

धेरै वर्षदेखि निर्वाचित स्थानीय जन प्रतिनिधिहरूको अभाव हुँदा ग्रामीण इलाकामा अवस्थित रेडियोहरू स्थानीय प्रतिस्पर्धामुखी राजनीतिको लागि माध्यम बन्न सक्ने सम्भावनाको विकासबाट वञ्चित भएका छन् । रेडियो लुम्बिनीका स्टेसन व्यवस्थापक मोहन चापागाईं भन्छन्, "हाम्रो रेडियोले निर्वाचित स्थानीय नेताहरूलाई विकास बजेट उनीहरू कसरी बनाउँछन् र त्यो अनुरूप खर्च कसरी गर्छन् भन्ने कुरा श्रोताहरूलाई बुझाउन चुनौती दिन सकेमा हामी स्थानीय लोकतन्त्रलाई प्रवर्द्धन गरिरहेका हुने थियौँ । निर्वाचित स्थानीय नेताहरूको अभावमा स्थानीय निकायहरू हाँकिरहेका कार्यालय सचिवहरू सकेसम्म विवादमा

---

[१४] अङ्ग्रेजी मूल पाठमा नै जोड दिइएको । लेखकको अनुवाद ।

[१५] व्यक्तिगत संवाद, दिपेन्द्र श्रेष्ठ ।

[१६] व्यक्तिगत संवाद, विनोद ढुङ्गेल ।

आउन चाहँदैनन् ।" पदमा नरहे पनि केही हदसम्म स्थानीय नेताहरूले स्थानीय रेडियोसँग राम्रो सम्बन्ध राखिराख्ने गरेको विचार साईपाल एफएम (बझाङ) का मीनबहादुर सिंहको छ ।[१७]

२०६१/६२ मा धेरै रेडियोहरूले राजा ज्ञानेन्द्रको निरङ्कुश शासनको मार खप्नु पर्‍यो (ढुङ्गेल २०६४) ।[१८] तर जब २०६२/६३ को आन्दोलन उत्कर्षतर्फ लम्कियो, राजा ज्ञानेन्द्रको शासनको अन्त मात्र होइन कि राजतन्त्रको नै अन्त चाहने, नेपाललाई गणतान्त्रिक मुलुक बनाउन चाहने राजनीतिज्ञहरू र सर्वसाधारणको लागि रेडियो अभिव्यक्तिको सजिलो माध्यम बन्यो । २०६३ वैशाखपछि राजा ज्ञानेन्द्र जब नेपाली राजनीतिको किनारतर्फ धकेलिए, रेडियोको यो भूमिकामा बढोत्तरी भयो ।

जनआन्दोलन यता रेडियो सञ्चालन गर्न थुप्रै अनुमति पत्रहरू प्रदान गरिसकिएको छ । सङ्क्रमणकालीन स्थितिमा राजनीतिक पार्टीहरूले पहिलेभन्दा बढी सोझै प्रभाव रेडियो स्टेसनहरूमाथि पार्न थालिसकेका छन् कि भन्ने शङ्का प्रिङ्गल र सुब्बाले (सन् २००७: १९) गरेका छन् । यसको उदाहरणका लागि उनीहरूले देशको विभिन्न स्थानमा 'माओवादी' भनेर आफ्नो प्रसारण सामग्रीको आधारमा चिनिने ५-६ ओटा स्टेसनलाई लिएका छन् । आफ्नो टिप्पणीको क्रममा उनीहरूले यो पनि भनेका छन् कि यी स्टेसनहरूले प्रस्ट रूपमा राजनीतिक प्रभाव देखाउने कुरामा 'बढी इमानदार' भएका हुन सक्छन् अर्थात् प्रभाव अरू राजनीतिक पार्टीको पनि छ अन्य रेडियोमाथि तर ती सोझै देखिँदैनन् । यो प्रभावको खेल बढी प्रतिस्पर्धात्मक भए प्रसारणको राजनीतीकरणको दुश्चक्रमा सबै रेडियो फस्ने उनीहरूको चेतावनी छ । तर समुदायप्रतिको प्रस्ट उत्तरदायित्व भएका स्टेसनहरूले राजनीतिक पार्टीहरूको सोझो प्रभावबाट मुक्त रहेमा र पक्षधर पत्रकारिता नगरेमा मात्र उनीहरूको श्रोता माझ विश्वसनीयता जोगिरहने छ भन्ने कुरा पनि बुझेका छन्, भन्छन् प्रिङ्गल र सुब्बा (सन् २००७: १९) ।

तेस्रो प्रश्नको जवाफमा हामी अहिलेलाई यो भन्न सक्छौँ: साधारण व्यक्ति, मध्यमस्तरका संस्थाहरू र राजनीतिक व्यक्तिहरूले रेडियोलाई आफ्नो अभिव्यक्तिको माध्यम बनाएका छन् । स्वतन्त्र रेडियो आउनुअघि छापा माध्यमको जस्तो खालको आधिपत्य थियो त्यसलाई रेडियोले तोडेको हुनाले अक्षर नचिन्ने साधारण

---

[१७] व्यक्तिगत संवाद, मोहन चापागाईं । मीनबहादुर सिंहले उक्त विचार मार्टिन चौतारीमा २०६४ मङ्सिर २० मा आयोजित 'सुदूरपश्चिमका एफएम रेडियो' शीर्षकको छलफलमा व्यक्त गरेका हुन् ।

[१८] राजाको सक्रिय शासन कालमा नेपाली मिडियाले पाएको दुःखको विवरणको लागि भट्टराई (सन् २००५) र पौड्याल र मैनाली (सन् २००७) पनि हेर्नुहोस् ।

व्यक्तिको लागि पनि यो सुलभ अभिव्यक्तिको माध्यम बन्न पुगेको छ । मध्यमस्तरका संस्थाहरू र राजनीतिक पार्टीले पनि आ-आफ्ना एजेण्डाको विस्तारमा रेडियोलाई प्रभावकारी अभिव्यक्तिको माध्यम बनाएका छन् । तर यसको मतलब यो होइन कि नयाँ रेडियो सबैको लागि उत्तिकै उपलब्ध अभिव्यक्तिको माध्यम बनेका छन् । सञ्चारका अरू माध्यमहरूमा रहेको असमावेशी चरित्र यसमा पनि बाँकी छ (हेर्नुहोस् विश्वकर्मा २०६४) ।

रेडियो र श्रोताको जीवनस्तर

नेपाली जनताको गरिबी घटाउन उनीहरूको जीवनस्तर उकास्ने प्रयाससम्बन्धी सार्वजनिक बहसको माध्यम बन्न कति सफल भएका छन् त यी नयाँ रेडियो ? प्राय: सबै नयाँ रेडियोहरू पत्रकार वा पत्रकारको भूमिका निर्वाह गरिरहेका व्यक्तिहरूद्वारा सञ्चालित छन् । समुदायको हितको 'ठेक्का' लिएका यी व्यक्तिहरूद्वारा सञ्चालित रेडियोमा विभिन्न थरीका सामग्री प्रसारित भइरहेका छन् । समाचार बुलेटिनहरूको सङ्ख्या प्रचूर मात्रामा बढेको छ । राजनीतिसम्बन्धी समाचारको प्राधान्यता भए पनि शिक्षा, स्वास्थ्य, विकासका कार्यसम्बन्धी खबरहरूले पनि समाचारमा ठाउँ पाएका छन् (अधिकारी २०६२क, २०६२ख) । नयाँ रेडियोहरूमा जीवनयापनको लागि चाहिने सामान्य जानकारी, विशेषज्ञहरूको विचार र टिप्पणी, विभिन्न थरीका सामाजिक विश्लेषणहरू, मौखिक इतिहास लगायत अन्य मनोरञ्जनमुखी सामग्रीहरू कार्यक्रममा विभिन्न स्वरूपमा बजिरहेका छन् (वन्त २०५९) ।

विकाससम्बन्धी सार्वजनिक बहस अघि बढाउन समाचार, रिपोर्टिङ, रेडियो नाटकलगायत छलफल कार्यक्रमहरूले सघाइरहेका छन् । प्राय: नेपाली भाषामा भइरहेका छलफलका कार्यक्रमहरू अरू भाषामा पनि हुन थालेका छन् (तामाङ २०६२; महर्जन २०५९ पनि हेर्नुहोस्) । छलफलका कार्यक्रममा ठाउँ नपाएका विषय खोज्नलाई अब गाह्रै पर्ला– सुशासन, दिगो विकास, स्तरीय शिक्षा, गरिबी निवारणका प्रयासहरू, जनस्वास्थ्यका सवाल, मातृ र शिशु स्वास्थ्य, स्थानीय विकासका सवाल, भ्रष्टाचार, विदेशमा काम गर्ने बढ्दो प्रचलन र तिनले पठाएको विप्रेषण, समावेशीकरण, महिला सशक्तीकरण, द्वन्द्वले जन्माएका विकासका चुनौती, गैरसरकारी संस्था र तिनका काम, मानवअधिकार, कृषि, वातावरण, अर्थतन्त्र, खाद्य सुरक्षा, इत्यादि । नेपाली जनताको जीवनस्तर उकास्ने सन्दर्भमा उनीहरूका अधिकार र विकासका आवश्यकताहरूबारे पनि प्रशस्त छलफल भएका छन् । द्वन्द्वको चपेटामा अल्झेको राज्यबाट विकास निर्माणको काम हुन

प्रायः रोकिँदा यो सन्दर्भमा छलफलको सङ्ख्यामा अझ वृद्धि भएको भान हुन्छ । द्वन्द्वकै सन्दर्भमा राष्ट्रिय राजनीति र त्यसले जनताको जीवनस्तरसँग राख्ने सम्बन्धबारे पनि प्रशस्त छलफल भएका छन् । २०६२/६३ को जनआन्दोलनपछि जब संविधानसभाको चुनाव द्वन्द्व समाधानको प्रमुख ओखतीको रूपमा देखा पर्‍यो, नयाँ रेडियोको छलफल कार्यक्रमहरूमा यो विषयले प्रशस्त ठाउँ पायो ।

स्थानीय रेडियोहरूले स्थानीय र समुदाय केन्द्रित समस्याहरू पनि छलफल कार्यक्रमद्वारा सार्वजनिक बहसमा ल्याएका छन् । पोखराका चार ओटा एफएममा सञ्चालित छलफल कार्यक्रमहरूको अध्ययनपश्चात् तिनले स्थानीय विकासको समस्या, खानेपानी, सरकारी कार्यालयमा हुने गरेको ढिलासुस्ती, वातावरणीय ह्रास, शिक्षा इत्यादि धेरै महत्त्वपूर्ण समस्या र विषयहरूमा सार्वजनिक ध्यान आकर्षित गरेका छन् भन्ने निष्कर्ष शेखर पराजुली (२०६२) ले निकालेका छन् । कार्यक्रम सञ्चालकहरूको विभिन्न कमजोरी हुँदाहुँदै पनि यी कार्यक्रमहरू प्रभावकारी छन् भन्ने पराजुलीको ठम्याइ छ । दैनिक जीवनमा हुने साना द्वन्द्वका विभिन्न पक्षधरदेखि राजनीतिक द्वन्द्वका पक्षधरहरूलाई एउटै छलफलमा सामेल गराई निकास खोज्न सहयोग गरेका छन् यस्ता कार्यक्रमले ।[१९] एउटा विषयमा विभिन्न व्यक्तिका विचार सुनेर श्रोताहरूको ज्ञानको स्तरमा वृद्धि र एक आपसको क्षमता आँकलनमा सहजता आएको छ भन्ने पनि उनको निष्कर्ष हो । सार्वजनिक पदमा रहेका व्यक्तिहरूलाई छलफलमा निम्त्याएर यस्ता कार्यक्रमले उनीहरूको कामको मूल्याङ्कन गर्ने सार्वजनिक सुनुवाईको अभ्यास बढाएको छ भन्ने पनि पराजुलीको निष्कर्ष छ । स्थानीय नेता र पदाधिकारीहरूलाई जिम्मेवार बनाउन यो अभ्यास सहयोगी रहेको छ । “रेडियोका छलफल र अन्य कार्यक्रममा स्थानीय विकासका समस्याबारे कुरा हुँदा, गाविस, जिल्ला विकास समिति (जिविस) र नगरपालिकाका पदाधिकारीहरूमा एक प्रकारको दबाब पर्छ र तिनीहरू त्यस्ता समस्याको समाधान गर्नपट्टि लाग्छन्” भन्छन् भानु तिमिल्सिना जो केही समय अघिसम्म नवलपरासीको विजय एफएममा काम गर्थे ।[२०]

तर विशेष गरेर पछिल्ला दिनहरूमा छलफलको गुणस्तर भने कस्तो रहेको छ ? करिब १० वर्षअघि छलफल कार्यक्रमका सञ्चालकहरूले राजनीति र अन्य विषयमा बहस कार्यक्रमहरूको रेडियोमा सुरुआत गरी २०४६ सालपछिको

---

[१९] यस्तै विचार पोखरामा हालै खुलेको रेडियो बाराहीका गंगाधर पराजुलीले पनि मार्टिन चौतारीमा २०६४ चैत १६ मा आयोजित 'एफएम रेडियोमा पत्रकारिता' विषयको अन्तर्क्रियामा व्यक्त गरेका थिए ।

[२०] व्यक्तिगत संवाद, भानु तिमिल्सिना । काठमाडौँका एफएम रेडियोमा बजेका छलफल कार्यक्रमको मूल्याङ्कनको लागि हेर्नुहोस् वन्त (२०५९) र भट्ट (२०६२) ।

राजनीतिक वातावरणमा बढ्दै गइरहेको सार्वजनिक बहसका संस्कृतिलाई मजबुत बनाउनेतर्फ योगदान दिएका थिए । तत्कालीन अवस्थामा त्यति चर्चामा नआएका विषय वा छापामा मात्र सीमित विषयलाई बृहत्तर जगतसम्म पुऱ्याएर बहसको घेरा बढाउन रेडियोले योगदान गरेको कुरामा खासै कुनै मतभेद नहोला । मेरो अनुमानमा २०५५-५९ को चार वर्षमा यो काम एकदम राम्रो हिसाबले भएको थियो भन्न मिल्छ । कार्यक्रमको उत्पादक, अनुसन्धानकर्ता र प्रस्तोता आफैं हुँदा पनि छलफल कार्यक्रमका 'होस्ट' हरूले आफ्नो जोश र आफूले काम गर्ने स्टेसनको एकदमै थोरै सहयोगमा रेडियोमा बहस कार्यक्रमलाई ती वर्षहरूमा गम्भीर पत्रकारिताको एउटा स्वरूपको रूपमा खडा गर्न सफल भएका थिए । स्वतन्त्र रेडियो वामे सर्दै गरेको हुनाले 'होस्ट' को बढी जोश र स्टेसनको एकदम कम सहयोगको सम्मिश्रणलाई तत्कालीन अवस्थामा स्वाभाविक ठानिएको थियो ।

तर त्यसपछिका पाँच वर्षमा नयाँ रेडियो स्टेसनहरूले अरूको सिको गरी छलफल कार्यक्रम चाहिँ सञ्चालन गर्ने तर त्यसलाई आवश्यक जनशक्ति र अरू स्रोतमा लगानी नगरेको हुनाले सुरुमा देखिएका सम्भावनाहरू बृहत् हुँदाहुँदै पनि पछिल्ला वर्षहरूमा छलफल कार्यक्रमहरूको गुणस्तरमा अपेक्षा गरे अनुरूप विकास भएको पाइन्न । एफएम रेडियोको सुरुका दिनमा झैँ छलफल कार्यक्रमको 'होस्ट' ले उत्पादक, अनुसन्धानकर्ता र प्रस्तोताको जिम्मेवारी अहिले पनि बहन गरिरहेको छ । स्टेसनका व्यवस्थापकहरू प्रस्तोतालाई चाहिने सहयोगी टोली बनाउने कुरा कि बुझ्दैनन् कि बुझेर पनि त्यसमा लगानी गर्ने कुरामा चुप लागेर बस्छन् ।[२१] यस्तो अवस्थामा मूलधारको राजनीति बारेको छलफल चाहिँ 'होस्ट' हरूको दैनिक कार्यसम्पादनको परिधिमा बढी पर्ने भएकोले राम्रैसँग सञ्चालित भएको अनुभव हुन्छ । तर जब विषय मूलधारको राजनीतिभन्दा अलि बाहिर पर्छ, तब 'होस्ट' हरूको व्यक्तिगत ज्ञानको सीमा र उसलाई सहयोग गर्न नसक्ने स्टेसनको संरचनात्मक असमर्थताले गर्दा छलफल सतही भएको महसुस हुन्छ । यसो हुनुमा धेरै पत्रकारहरू व्यवस्थापनको आवश्यक लगानी गर्न नचाहने प्रवृत्तिलाई दोष दिन्छन् भने रेडियो व्यवस्थापकहरू आफ्नो योग्यता र क्षमता बढाउन नचाहने पत्रकारहरूलाई दोष दिन्छन् ।[२२]

---

[२१] व्यक्तिगत संवाद, किरण पोखरेल (रेडियो सगरमाथा) र श्रीराम पौडेल (इमेज एफएम) । यस्तै विचार कृष्णा पौडेल (कान्तिपुर एफएम) ले पनि मार्टिन चौतारीमा २०६४ चैत १६ मा आयोजित 'एफएम रेडियोमा पत्रकारिता' विषयको अन्तर्क्रियामा व्यक्त गरेकी थिइन ।

[२२] पछिल्लो कुरा उज्यालो एफएमका स्टेसन व्यवस्थापक मण्टेश्वरी राजभण्डारीसँगको व्यक्तिगत संवादमा आधारित छ ।

गएका १० वर्षमा नेपाली समाजमा बढेका बौद्धिक सामग्रीको समेत अध्ययन नभई यस्ता मूलधारभन्दा इतर विषयमा छलफलहरू सशक्तभन्दा कम दर्जामा चलिरहेका छन् । गुरागाईं र घिमिरेका अनुसारः

> रेडियोको प्रभाव र स्वभाव तथा श्रोताको बुझ्ने क्षमता, स्तर र रुचिप्रति पनि धेरै निर्माता र प्रस्तोताहरू कमै संवेदनशील छन्....लक्षित समूह र उसको स्तरका विषयमा कार्यक्रम निर्माता वा प्रस्तोताको अनभिज्ञता अथवा बेवास्ताका कारण कतिपय राम्रा र काम लाग्दा विषयका कार्यक्रम प्रभावकारी हुँदैनन् । अझ विशेषज्ञले बोल्ने शब्द, उनीहरूको ज्ञानको क्षेत्र र आम श्रोताको बुझ्ने क्षमता र ज्ञानको अन्तरले रेडियो र श्रोताबीचको दूरी अझै बढाउँछ । श्रोता र विषयबीचको दूरी कम गर्ने मुख्य काम कार्यक्रम सञ्चालकको हो, तर कार्यक्रम प्रस्तुत गर्ने बेलामा यस्ता कुरालाई धेरै प्रस्तोताले हल्का ठानिदिने प्रवृत्ति छ (२०६२: ३८-३९) ।

स्टेसन सञ्चालकमा रेडियोमार्फत गर्न खोजेको कामबारे अस्पष्टता र कार्यक्रम निर्माता एवं प्रस्तोताका व्यक्तिगत तथा सामूहिक कमजोरीका कारण रेडियोको पूरा सामर्थ्य सामाजिक रूपान्तरणको लागि परिचालित हुन नसकेको अवस्था विद्यमान छ ।

गरिबी र विकासबारे रेडियोमा अन्य कार्यक्रम फरम्याटमार्फत पनि सार्वजनिक बहस अगाडि बढेको चाहिँ छ । छोटा अन्तर्वार्ता, टिप्पणी, म्यागजिन तरिकाका रिर्पोट, रेडियो नाटक एवं मनोरञ्जनमुखी कार्यक्रमबाट पनि यो भएको छ । "मेरो अनुभवमा शैक्षिक कार्यक्रम, नाटक र सङ्गीतमय कार्यक्रमबाट गरिबी र विकासको बहस अगाडि सशक्त ढङ्गले बढाउन सकिने रहेछ । म्यागेजिन कार्यक्रम त्यसपछि आउँछन् । समाचार चाहिँ खासै प्रभावकारी यो मामलामा देखिएन" भन्छन् रेडियो मदनपोखराका गुणाकर अर्याल । रेडियो लुम्बिनीका मोहन चापागाईं आफ्नो रेडियोको कार्यक्रमले स्थानीय विकासमा निजी स्रोत परिचालन गरेर समेत सहभागी बन्ने व्यक्तिहरूको सङ्ख्या बढाएको कुरा उल्लेख गर्छन् ।[२३]

अहिलेसम्म सञ्चालनमा आइसकेका प्रायः रेडियोहरू सहर केन्द्रित वा जिल्ला सदरमुकाममा अवस्थित छन् तर तिनका प्रायः श्रोताहरू ग्रामीण इलाकामा बस्छन् । यो तथ्य सम्झँदा सबै थरीका रेडियोलाई ग्रामीण इलाकामा बस्ने नेपालीहरूको आवश्यकताअनुरूप कार्यक्रम प्रसारण गर्न दबाब परिरहेको छ भन्ने निर्क्योल गुरागाईं र घिमिरे (२०६२) को छ । सामाजिक विकासमा सवालहरू—

---

[२३] व्यक्तिगत संवाद, गुणाकर अर्याल र मोहन चापागाईं ।

जस्तो दलितहरूको नेतृत्वमा भएको छुवाछूत विरुद्धको आन्दोलन, विधवाहरू विरुद्ध सामाजिक भेदभाव हटाउन गरिएको प्रयास, अरू विषय-केन्द्रित अधिकारमुखी आन्दोलन—मा रेडियोले महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलेको छ भन्ने गुरागाईं र घिमिरे (२०६२) को ठम्याइ हो । यस्ता आन्दोलनहरूलाई सकारात्मक हिसाबले सार्वजनिक मूल्याङ्कन गर्ने वातावरण तय गर्न तथा गरिब र सामाजिक वहिस्करणमा परेका व्यक्ति र समुदायको आत्मविश्वास बढाउने काममा रेडियोले योगदान पुऱ्याएको छ भन्ने निष्कर्ष उनीहरूको छ । तर कृषि, सीपविकास, जीविकोपार्जनका सवालबारे प्रसारण हुने कार्यक्रमको जम्मा समय प्रसारणको कुल समयको थोरै प्रतिशत मात्र छ भन्ने पनि उनीहरूको अध्ययनले देखाएको छ। विकास र स्वास्थ्यबारे भने कार्यक्रम समय पर्याप्त छ भन्छन् उनीहरू ।

एफएम रेडियोको प्रभावबारे हालसालै शेखर पराजुलीसँगको अन्तर्वार्तामा गोपाल गुरागाईंले भनेका छन्, "स्थानीय विकासप्रतिको चासो, राजनीतिक जागरण, राष्ट्रिय विकास अभियानमा सहभागिता तथा स्थानीय तहमा व्यापक हुँदै गरेको प्रजातन्त्रीकरणमा रेडियोको साथ र सहयोग छ" (पराजुली २०६४: १२४-१२५) । एफएम रेडियोको प्रभावबारे नै अर्का रेडियो प्रवर्द्धक रघु मैनालीले पराजुलीसँगैको अन्तर्वार्तामा यस्तो निष्कर्ष निकालेका छन्:

> स्थानीय समुदायलाई वैकल्पिक विचार, अनुभव, आलोचनात्मक दृष्टिकोणका लागि ढोका खोल्ने माध्यम भएकाले स्वतन्त्र रेडियोको अस्तित्व स्वंयले सकारात्मक प्रभाव छोडेको छ । प्रजातान्त्रिक तथा सहभागितामूलक सञ्चारमाध्यमको काम भनेको पछाडि पारिएका तथा सीमान्त वर्गको आवाजलाई समाजमा बुलन्द गर्नु हो जसले स्वयं समाजलाई प्रजातन्त्रीकरण गर्न मद्दत गर्छ । यसरी हेर्दा स्वतन्त्र रेडियोहरूले विगत दस वर्षमा सीमान्त वर्गको आवाजलाई मूलप्रवाहमा ल्याउने काम गरेका छन् । असमावेशी तथा गरिबीका दुई आयाम हुन्छन्– आवाजविहीनता र शक्तिविहीनता । आवाजविहीनता र शक्तिविहीनताले मान्छेलाई गरिब बनाउँछ, मूलप्रवाहबाट किनारतर्फ धकेल्छ । व्यक्ति तथा समुदायको न्यून आम्दानीले गर्दा गरिबी आउने होइन, बरू उनीहरूका आधारभूत क्षमताहरूलाई दबाउनाले यो देखा पर्छ । स्वतन्त्र रेडियोहरूले स्थानीय समुदाय तथा व्यक्तिका आधारभूत क्षमतालाई सार्वजनिक गर्ने गरेका छन् । समुदायको आवाजलाई ठूलो स्वरमा उठाएका छन् जसले गरिबी घटाउन मद्दत गरेको छ । स्थानीय जनतालाई सशक्तीकरण गरेर शासकहरूलाई जनउत्तरदायी बनाई असल शासन व्यवस्था कायम गर्न रेडियोले पहल गरेको छ । विकासका गतिविधिहरूलाई प्राप्त गर्न सामुदायिक तथा स्वतन्त्र रेडियोले प्रभावकारी भूमिका खेलेका छन् । समाजमा जारी लैङ्गिक, जातीय तथा भाषिक आन्दोलन लगायतका अधिकारवादी आन्दोलनमा

> स्वतन्त्र रेडियोहरूको भूमिका उल्लेखनीय छ। मुलुकमा शान्ति स्थापना प्रक्रियालाई सघाउन, स्थानीय बासिन्दाको जीवनस्तर उकास्न तथा सांस्कृतिक विविधतालाई फल्नफूल्न दिने कार्यमा स्थानीय रेडियोको योगदान रहेको छ (पराजुली २०६४: १०९)।[२४]

२०६२/६३ को जनआन्दोलनपछि मात्र सञ्चालनमा आएको जनकपुरको जानकी एफएममा बज्ने *देशकाल* नामको कार्यक्रमका सञ्चालक डा. सुरेन्द्र लाभले आफ्नो कार्यक्रममार्फत श्रोतावर्गमा "राजनीतिक र सामाजिक चेतनाको विकास, अधिकार आन्दोलनमा वल र समुदायको सर्वाङ्गीण विकासमा सकारात्मक योगदान भएको" भनेका छन्।[२५]

रेडियोले श्रोताको जीवनस्तर उकास्ने प्रयासको विश्लेषण गर्दा रेडियो र यसको र वर्तमान कालमा हामीले देखेको/भोगेको राष्ट्रिय राजनीतिक रूपान्तरणको सम्बन्ध यहाँ उल्लेख गर्नै पर्छ। २०६२/६३ को जनआन्दोलनमा एफएम रेडियोहरूमार्फत देशका विभिन्न भागमा बस्ने श्रोताहरूले आन्दोलनमा विशाल सहभागिता जनाउने ऊर्जा पाए। मार्टिन चौतारीका मिडिया अनुसन्धाता देवराज हुमागाईंका अनुसार, "एक ठाउँमा बस्ने श्रोताले देशको अन्य भागमा भइरहेका आन्दोलनबारे रेडियोबाट जानकारी पाए। छलफल कार्यक्रमहरूले राजा ज्ञानेन्द्रको सक्रिय सत्ताको किन अन्त हुनुपर्छ भन्ने कुरा श्रोतालाई बुझाए। रेडियोले श्रोतालाई आन्दोलनमा भाग लिन अभिप्रेरित गऱ्यो।"[२६] आन्दोलनपछि बृहत् शान्ति सम्झौता गरी माओवादीहरूको हिंसात्मक अभियानको अन्त गर्न र संविधान सभाको चुनावी वातावरण तयार गर्न स्वतन्त्र रेडियोहरू लागेका छन्। उनीहरूका श्रोताहरूको नेपालमा दिगो लोकतान्त्रिक रूपान्तरण हेर्ने चाहनालाई मुखरित गर्ने काममा रेडियोको पनि योगदान छ।[२७]

यसर्थ, चौथो प्रश्नको उत्तरमा हामी अहिलेलाई यो भन्न सक्छौं: स्वतन्त्र रेडियोहरूले गरिबी र विकाससम्बन्धी बहसलाई बढी सार्वजनिक बनाएका छन्। रेडियोको सङ्ख्या विस्तारसँगै हालैसम्म स्थानीय रेडियोको र नेपाली भाषाको

---

[२४] जेम्स डीन (सन् २००६) लाई दिएको अन्तर्वार्तामा रघु मैनालीले २०६२/६३ को जनआन्दोलनमा हिंसारहित विशाल सहभागिता हुनुमा सामुदायिक रेडियोहरूको ठूलो योगदान छ भनेर दाबी गरेका छन्। नेपाली समाजको आधारभूत रूपान्तरण गर्न सामुदायिक रेडियोहरू सफल भएका छन् भन्ने पनि उनको दाबी छ।

[२५] मार्टिन चौतारीमा २०६४ चैत १६ मा आयोजित 'एफएम रेडियोमा पत्रकारिता' विषयको अन्तर्क्रियामा व्यक्त धारणा।

[२६] व्यक्तिगत संवाद, देवराज हुमागाईं।

[२७] रेडियो र राजनीतिक रूपान्तरणबारे बृहत् अध्ययन आवश्यक भइसकेको छ।

पहुँचभन्दा बाहिर रहेका जनसमुदाय पनि यो बहसको वृत्तभित्र आउन थालेका छन् । रेडियोले श्रोताको राजनीतिक सचेतना बढाउँदै नेपाली समाजको रूपान्तरणमा उनीहरूको चासो र यो बहसमा उनीहरूको सहभागिता बढाउने वातावरण तयार गर्न मद्दत गरेको छ । तर माथि चर्चा गरिएका कारणहरूले गर्दा रेडियोले यो बहसलाई जति गहन बनाउन सक्थ्यो त्यति भने हुन सकेको छैन ।

अन्तमा

सुरुमा सोधिएका चार प्रश्नको हाललाई ठीक लाग्ने उत्तरहरू दिने प्रयास यो लेखमा गरिएको छ । मेरो नजर पुग्न नसकेको सामग्री र अनुभवको आधारमा यहाँ दिइएका उत्तरहरू के-कति हिसाबले नपुग छन् भन्ने काम अब रेडियो र श्रोताको सम्बन्धबारे, अझ भनौँ नेपाली समाजमा रेडियोबारे गहिरो विश्लेषण गर्न चाहने रेडियोप्रेमी, रेडियोकर्मी र अनुसन्धानकर्ताको हो । हाम्रो सन्दर्भमा रेडियोबारे बहस अघि बढाउन जाने बुझेको सही तरिका पनि यही हो ।

धन्यवाद

यो लेख तयार गर्न मलाई सहयोग गर्ने सहकर्मीहरू किशोर प्रधान, कोमल भट्ट, प्रभाकर गौतम र रमिता महर्जनलाई धन्यवाद छ । यसको मस्यौदा पढी सुझाव दिने शेखर पराजुली र देवराज हुमागाईंलाई पनि धन्यवाद छ । बाँकी कसूर मेरो जिम्मा ।

सन्दर्भ सामग्री

अधिकारी, कृष्ण । २०६२क । काठमाडौँका एफएम रेडियोमा समाचारको अभ्यास । *रेडियो पत्रकारिताः एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. १९१-२२४ । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

अधिकारी, कृष्ण । २०६२ख । पोखरेली एफएम रेडियोमा समाचार । *रेडियो पत्रकारिताः एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. २९७-३३० । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

गुरागाईं, गोपाल र तोया घिमिरे । २०६२ । *नेपालमा एफएम रेडियोः स्थिति र प्रवृत्ति* । काठमाडौँः एमएस नेपाल ।

ढुङ्गेल, विनोद । २०६४ । *शाही शासनमा स्वतन्त्र रेडियोः दमन र प्रतिरोधको कथा* । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

तामाङ, प्रतीक ङेसुर । २०६२ । तामाङ भाषाका रेडियो कार्यक्रममा बहसको स्वरूप । *रेडियो पत्रकारिताः एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली,

देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ४२४-४४८ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

नयाँ सडक । २०५८ । एफएम सुरु भएपछि रेडियोको बिक्री बढ्यो । १ माघ, पृ. ३ ।

पराजुली, शेखर । २०६२ । पोखरेली एफएममा सार्वजनिक डबलीको खोजी । *रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ३९८-४२३ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

पराजुली, शेखर । २०६४ । *मिडिया संवाद: नेपाली पत्रकारिताबारे अन्तर्वार्ता* । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

पराजुली, शेखर र प्रत्यूष वन्त, सं. । २०६२ । *रेडियोसँग हुर्कंदा: तीनपुस्ते नेपालीको अनुभव* । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

पाठक, तिलक । २०६४ । साप्ताहिक पत्रिकामा दलीय राजनीति । *मिडिया अध्ययन २:* ७५-१०४ ।

पौड्याल, बद्री र रघु मैनाली । सन् २००७ । *सङ्कटकालमा समाचार* । ललितपुर: हिमाल किताब ।

भट्ट, कोमल । २०६२ । एफएम रेडियोमा हुर्कंदो अन्तर्क्रिया । *रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ३३३-३९७ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

महर्जन, बसन्त । २०५९ । काठमाडौँका एफएम रेडियोमा नेपाल भाषा । *स्थानीय रेडियो: सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्यूष वन्त र रघु मैनाली, सं., पृ. १२१-१३८ । काठमाडौँ: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मार्टिन चौतारी ।

मैनाली, रघु । सन् २००७ । स्वतन्त्र रेडियो । *सङ्कटकालमा समाचार* । बद्री पौड्याल र रघु मैनाली, पृ. १०१-१५६ । ललितपुर: हिमाल किताब ।

वन्त, प्रत्यूष । २०५९ । पब्लिक रेडियो र सामाजिक आन्दोलन: सशक्त संस्थागत संरचनाको खोजी । *स्थानीय रेडियो: सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्यूष वन्त र रघु मैनाली, सं., पृ. ८५-९६ । काठमाडौँ: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मार्टिन चौतारी ।

वन्त, प्रत्यूष । २०६१ । रेडियो नेपालभन्दा पहिलेको युगमा नेपालीको रेडियो अनुभव । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कृष्ण अधिकारी र कोमल भट्ट, सं., पृ. ३५-५४ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

विश्वकर्मा, जेवी । २०६४ । रेडियोमा दलित सहभागिता र कार्यक्रम । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाईं र शेखर पराजुली, सं., पृ. १६७-१८५ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

Banjade, Arjun. 2006. Voice to the Voiceless in Western Nepal: An Audience Survey of Community Radio Madanpokhara. *The Journal of Development Communication* 17(1): 72-91.

Bhattarai, Binod. 2005. Censored: Nepal's Press under King Gyanendra's Regime. *Studies in Nepali History and Society* 10(2): 359-402.

Bhusal, Thira L. 2007. FM Radio: A Propaganda Tool for Parties? *The Kathmandu Post*, 2 December, p. 1/3.

CBS (Central Bureau of Statistics) and MPE (Ministry of Population and Environment). 2003. *Population Projections for Nepal 2001-2021*. Kathmandu: Ministry of Population and Environment, His Majesty's Government.

Deane, James. 2006. Democracy in Nepal: The Role of Community Radio (Interview with Raghu Mainali). Available at http://www.communicationforsocialchange.org/mazi-articles.php?id=326. Accessed on 23 January 2008.

Equal Access Nepal. 2007. Broadcast Audience Survey 2006-2007. Unpublished report, Equal Access Nepal.

Kunreuther, Laura. 2004. Voiced Writing and Public Intimacy on Kathmandu's FM radio. *Studies in Nepali History and Society* 9(1): 57-95.

Luitel, Ghama Raj. 2004. The Impact of Community Radio on Dang District, Mid-Western Region: A Case Study of Radio Swargadwari, Dang, Nepal. MA diss., Tribhuvan University.

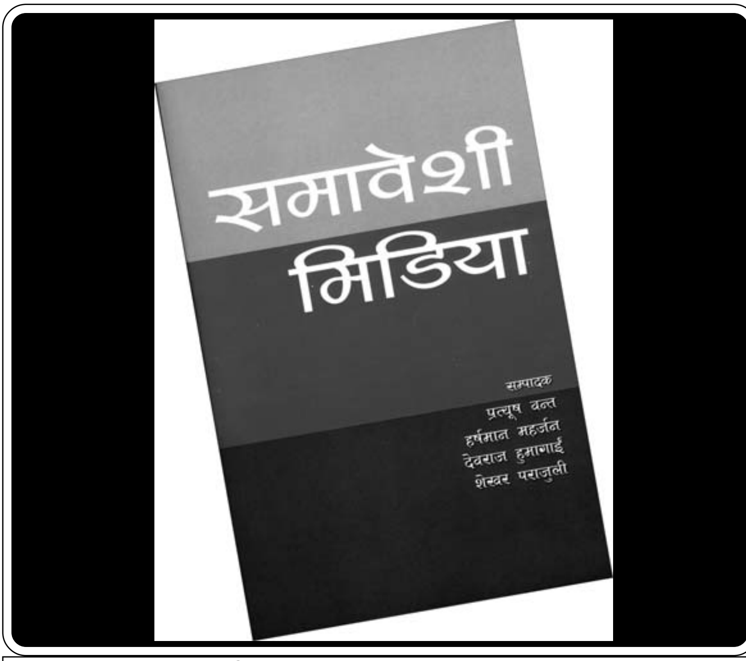
Martin, Kirsty, Deepak Koirala, Rupa Pandey, Sita Adhikari, Govinda Prasad Acharya and Kiran MS. 2007. Finding the Local Community in Community Media: Some Stories from Nepal. *Asiarights Journal* 8: 1-42.

Maung, Natalie Aye and Damodar Ghimire. 1997. *Radio Ownership and Listening in Nepal: A National Study*. Kathmandu: Radio Nepal.

Onta, Pratyoush. 2000. Public Radio and Societal Engagement. *The Kathmandu Post*, 11 February, p. 4.

Onta, Pratyoush. 2006. *Mass Media in Post-1990 Nepal*. Kathmandu: Martin Chautari.

Pringle, Ian and Bikram Subba. 2007. Ten Years On: The State of Community Radio in Nepal. Unpublished report, UNESCO.



चौतारी पुस्तक शृङ्खला- ३८

जाति, लिङ्ग, धर्म, संस्कृति, भाषा इत्यादिका हिसाबले नेपाली समाजमा विविधता भेटिन्छ। तर नेपाली मिडियाका समाचार कक्षमा महिला, जनजाति, दलित र मधेसीको उपस्थिति उनीहरूको जनसङ्ख्याको अनुपातमा झिनो छ। पत्रकारितामा यी विभिन्न समुदायबाट जे जति संलग्न भएका छन् तिनले पनि विभिन्नखाले भेदभाव व्यहोर्नुपरेको गुनासो सुन्न पाइन्छ। नेपाली समाजमा विद्यमान बहुल विशेषता मिडिया जगत्मा पनि हुनु पर्छ भन्ने आशयका लेखहरूको सँगालो हो यो पुस्तक– ***समावेशी मिडिया***।

यस पुस्तकमा मिडियामा महिला, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारको सहभागिताका विभिन्न पक्षबारे लेखाजोखा गरिएका एघार ओटा लेखहरू छन्। त्यसबाहेक नेपाली मिडियामा समावेशीकरणको बहस अगाडि बढाउने खाका सहितको परिचयात्मक लेख र थोरै उपस्थित समुदायका प्रतिनिधिहरू बढाउनेबारे सुझावहरूको सँगालो तथा सन्दर्भ सामग्री पनि यस पुस्तकमा परेका छन्। मिडिया जगत्लाई समावेशी बनाउन किन आवश्यक छ र त्यसका चुनौती र प्रक्रिया के के हुन् भन्नेबारेको बहसलाई खँदिलो र प्रभावकारी बनाउन यो पुस्तकले सघाउँछ। सामाजिक अभियन्ता, सञ्चारकर्मी, पत्रकार, विद्यार्थीलगायत नेपाली सञ्चार जगतसँग सम्बद्ध सबैका लागि यो पुस्तक उपयोगी छ।