

न्यूजरुम संस्कृति: तीन ठाउँको अनुभव

रमा पराजुली

करिब १२ वर्ष अगाडि पत्रकारिता सुरु गर्दा मलाई न्यूजरुमबारे जानकारी थिएन ।^१ सन् १९९६ को अप्रिलमा कान्तिपुरको न्यूजरुम पुग्दा मसँग पत्रकारिता कसरी गर्ने भन्ने ज्ञान थिएन । मिडिया संस्थामा हुने न्यूजरुम र डेस्कको कार्यक्षेत्र एवं भूमिकाबारे म स्पष्ट थिइनँ । त्यस बेलासम्म आधुनिक अखबार प्रकाशनको प्रक्रियाबारे म विशेष जानकारी राखिनथेँ । र, विज्ञान पढेर पत्रकारिताको कुनै तालिमविना पत्रकारिता गर्न पुग्न सम्भवतः लेखनमा रुचि प्रमुख कारण थियो ।

अहिले कान्तिपुरको करिब दस वर्षको अनुभव, लण्डनको सीटी विश्वविद्यालयमा पत्रकारिताको एक वर्षे स्नातकोत्तर गर्दा प्राप्त सीप र ज्ञान तथा करिब एक वर्ष बीबीसी (बीबीसी नेपाली सेवा र बीबीसी वर्ल्ड सर्भिस ट्रष्ट) को अनुभवपछि, न्यूजरुम संस्कृतिबारे केही जानकारी छ ।

अखबार या मिडिया संस्था चलाउन मुख्यतः चुस्त रिपोर्टरहरू आवश्यक पर्छ । कुनै व्यक्तिलाई चुस्त रिपोर्टर बनाउन बलियो न्यूजरुम संस्कृतिले निकै मद्दत पुऱ्याउँछ । न्यूजरुम संस्कृतिको प्रमुख आधार भनेको एउटा समाचारलाई कसरी विश्वासिलो र वस्तुपरक बनाउन सकिन्छ, भन्ने कुरा निर्धारित भएको

^१ यस लेखको प्रारम्भिक मस्यौदा पढेर परिमार्जनका लागि सुभाष दिने रमेश पराजुली, देवराज हुमागाई र प्रत्यूष बन्तलाई धन्यवाद छ ।

सम्पादकीय नीति र प्रक्रिया हो । रिपोर्टरले समाचार सङ्कलन गरेर ल्याइसकेपछि त्यसलाई महत्त्वसाथ पढ्ने, आवश्यक तथ्य या समाचार श्रोत पुगेको छ, छैन जाँच्ने, आवश्यक परे समाचारको एङ्गल परिवर्तनदेखि थप अनुसन्धान गरेर रिपोर्टलाई अभि बलियो बनाउने काम न्यूजरुम संस्कृतिको आधारभूत प्रक्रिया हुनुपर्छ । त्यसका लागि न्यूजरुममा समाचार बन्ने औपचारिक संयन्त्र हुनु आवश्यक छ ।

न्यूजरुमभित्र कस्तो संरचना हुनुपर्छ भन्नेबारे पत्रकारितासम्बन्धी मैले अहिलेसम्म पढेका पुस्तकहरूमा उल्लेख छैन । विश्वविद्यालयमा पत्रकारिता पढ्दा पनि त्यसको औपचारिक संरचनाबारे पढाइएन । यद्यपि पत्रकारितामा स्नातकोत्तर गर्ने क्रममा बेलायतका विभिन्न समाचार संस्थाको स्थलगत अध्ययन गर्दा ती सबै संस्थाहरूमा रिपोर्टरले तयार पारेको रिपोर्टलाई बलियो बनाउने संरचना भने थियो । बीबीसी (रेडियो र टेलिभिजन दुवै), रोयटर्स, स्काई न्यूज (टेलिभिजन), द गार्डिएन (ब्रोडशिट दैनिक अखबार), द डेली मेल (ट्याब्लोइड दैनिक अखबार) लगायत अन्य मिडिया संस्थाका तत्कालीन सम्पादक या पूर्व सम्पादकहरूले 'कन्टेन्ट जेनेरेशन' (विषयवस्तु उत्पादन) बारे दिएका लेक्चरका आधारमा मिडिया संस्थाको न्यूजरुमको औपचारिक संरचनाबारे जानकारी भएको हो ।

त्यसबाहेक अध्ययनकै क्रममा हामीले एउटा वास्तविक साप्ताहिक पत्रिका तयार पार्नुपरेको थियो । उक्त पत्रिका द लण्डिनियममा काम गर्दा दुई जना शिक्षकहरू एड्रियन ब्लु र प्रताप रुघानीले असाइनमेन्ट एडिटरको रूपमा हामी विभिन्न विद्यार्थीले खोजेर ल्याएका रिपोर्टलाई थुप्रै पटक परिमार्जन गर्न लगाएका थिए । त्यस्तो परिमार्जन गर्दा सम्बन्धित विशेषज्ञसँग थप कुराकानी गर्नुपर्ने, थप विशेषज्ञसँग कुराकानी गर्नुपर्नेदेखि आवश्यक तथ्यहरू थप गर्न हामीलाई लगाइएको थियो । न्यूजरुम भन्नेवित्तिकै रिपोर्टरले खोजेर ल्याएका समाचारलाई गम्भीर रूपमा लिने, पढेर परिमार्जन गर्न लगाउने संयन्त्र रहनु आवश्यक छ । न्यूजरुममा समाचार हेर्ने संयन्त्र ठ्याक्क यस्तै हुनुपर्छ भन्ने निश्चित अवधारणा नभए पनि विकसित मुलुकका सफल मिडिया संस्थाहरूमा अहिले भइरहेका प्रचलनका आधारमा त्यसको महत्त्व केलाउने जमर्को यो लेखमा गरिएको हो ।

यो लेख मिडिया संस्थाको न्यूजरुम कस्तो हुनुपर्छ भन्ने सैद्धान्तिक बहस होइन । छापामाध्यममा बिताएको एक दशकभन्दा लामो समय, पत्रकारिता बलियो भएको विकसित मुलुक बेलायतमा पत्रकारिता कसरी गर्ने भन्ने सिकाउने एउटा विश्वविद्यालयमा पाएको ज्ञान र रेडियोमा काम गर्दाको करिब एक वर्षको व्यक्तिगत अनुभवको आधारमा गरिएको टिप्पणी हो । कुनै पनि संस्थामा

नीतिनिर्माण तहमा नबसेका हुनाले यो लेखमा सम्बन्धित संस्थाहरूमा न्यूजरूमबारे नीतिगत रूपमा कस्तो व्यवस्था छ, भन्नेबारे लेखिने छैन ।

कान्तिपुरको न्यूजरूम

सुरु भएको तीन वर्ष मात्रै पुगेको भए पनि सन् १९९६ सम्ममा कान्तिपुर एउटा प्रभावशाली दैनिक अखबार बनिसकेको थियो । त्यसका पाठक र प्रभाव तुलनात्मक रूपमा अधिक थिए । त्यसमा छापिने समाचार कसरी तयार गरिन्छन्, कस्ता प्रक्रिया पार गर्दै एउटा समाचार बन्छ, या बन्नुपर्छ, भन्नेबारे त्यति बेला रिपोर्टरको ध्याउन्न रहेन सायद । किनभने एक दशकभन्दा लामो समय कान्तिपुरको न्यूजरूममा बिताउँदा मलगायत रिपोर्टरमध्ये कसैले त्यसको औपचारिक व्यवस्थाको महत्त्वबारे चिन्तन र गम्भीर रूपमा प्रश्न उठाएको मलाई सम्झना छैन ।

वाह्र वर्षअघिको कान्तिपुरको न्यूजरूम स्मरण गर्दा लाग्छ, त्यस बेला त्यहाँ समाचार तयार पार्ने प्रक्रियाको औपचारिक संरचना थिएन । रिपोर्टरहरू विभिन्न औपचारिक समारोहमा पुग्थे र समाचार बनाउँथे । यसबाहेक आफ्ना रुचिका समाचार रिपोर्टर आफैँले खोजेर ल्याउनु स्वाभाविकै भयो । त्यस बेला स्वतन्त्र प्रेस तुलनात्मक रूपमा नयाँ थियो । त्यसैले रिपोर्टिङका विषयहरू के हुन सक्छन्, ती विषयमा कस्ता काम भइसकेका छन् र गर्नुपर्ने नयाँ काम के हो भन्ने आधारभूत जानकारी नभइकनै केही व्यक्तिकहाँ पुग्ने, उनीहरूसँग गरेका कुराकानीका आधारमा समाचार बनाउने काम हुन्थ्यो । र जे लेखे पनि, छापिए पनि नयाँ जस्तो लाग्थ्यो ।

रिपोर्टरले समाचार ल्याइसकेपछि त्यसलाई प्रमुख संवाददाता या वरिष्ठ संवाददाताले पढेर सुझाव दिने आकलनभुक्कल प्रचलन थियो । रिपोर्टरको व्यक्तिगत प्रयास र अनुरोधमा वरिष्ठ सहकर्मीहरूले हेरिदिनु या सुझाव दिनु स्वाभाविक भयो । मैले लेखेका समाचार आफूभन्दा अनुभवी सहकर्मीले अधिकांशतः मेरै आग्रहमा पढ्थे । उनीहरू र प्रमुख संवाददाताबाट आउने सुझावबाट समाचार परिमार्जन गर्न सहायता पुग्थ्यो । उनीहरूको सुझावमा परिमार्जन गरेपछि भोलिपल्ट समाचार बनेर छापिन्थ्यो । कतिपय समाचार छापिएर आउँदा धेरै पुनर्लेखन गरिएको पाउँथे । कति जस्ताको त्यस्तै छापिन्थे ।

न्यूजरूमबाहेक डेस्कले रिपोर्टमा 'चल्थ्यो' । डेस्ककै कारण कहिलेकाहीँ काटकुट गरेर बेअर्थको समाचार छापिन्थे त कहिले आफूले अपेक्षा गरेभन्दा प्रभावकारी रूपमा सम्पादन भएर समाचार छापिएको हुन्थ्यो । खास गरी मैले कान्तिपुरमा पत्रकारिता सुरु गर्दाका डेस्क प्रमुख जीवेन्द्र सिंखडाको हातमा परेको दिन

समाचार भोलिपल्ट सोचेभन्दा राम्रो रूपमा छापिन्थ्यो । कहिलेकाहीं न्यूजरुममा छिरेर उनले दिने सुभाब पनि निकै गहकिला हुन्थे । तर पनि डेस्क र रिपोर्टिङका बीच अन्तर्क्रिया या फिडब्याक लिने दिने नियमित या औपचारिक प्रचलन थिएन ।

त्यस बेला न्यूजरुममा कम्प्यूटर आइसकेका थिएनन् । रिपोर्टरका हाते लेखोट कम्प्यूटर प्राविधिकहरूले कम्प्यूटर कोठामा टाइप गर्थे । अनुभवी रिपोर्टरहरू सम्भवतः चुस्त समाचार लेख्न खप्पीस भैसकेका थिए, त्यसैले धेरैजसोले सरर समाचार लेखेजस्तो लाग्थ्यो । मलाई भने समाचार लेख्नु कहिलेकाहीं असाध्यै कष्टको काम लाग्थ्यो । एक दुई दिन लगाएर खोजी गरेको समाचार कहाँबाट सुरु गर्ने पत्तो हुँदैनथ्यो कहिलेकाहीं । पटकपटक दोहोच्याएर लेख्नुपर्दा दिक्क लाग्थ्यो । कहिले आफूले लेखेको समाचार आफैँलाई चित्त नबुझे त कहिले प्रमुख संवाददाता या अनुभवी सहकर्मीबाट आउने सुभाबअनुसार परिमार्जन गर्नुपर्ने । कसरी राम्रो समाचार लेख्ने भन्ने चिन्ता भए पनि समाचार प्रोसेसिङको औपचारिक संरचना नभएरै होला, आफ्नो रिपोर्ट बलियो या कमजोर के भयो भन्नेतर्फ मैले त्यति ध्यान दिइँनँ ।

अहिले कम्प्यूटर विनाका न्यूजरुम सायदै होलान् । न्यूजरुममा कम्प्यूटरको अनिवार्य उपस्थितिले रिपोर्ट परिमार्जनलाई निकै सजिलो बनाइदिएको छ । कम्प्यूटरकै कारण रिपोर्टरले आफूले चाहेका ठाउँमा पटकपटक परिमार्जन गर्न सहज बनेको छ । अर्कोतिर, न्यूज एडिटर या प्रमुख संवाददाता या सम्पादकले पढ्दापढ्दै गर्न सक्ने साना ठूला परिवर्तनलाई सजिलो बनाइदिएको छ ।

कान्तिपुरमा करिब तीन वर्षयता (सन् २००५ को अन्तदेखि) प्रयोग गर्न सुरु गरिएको कम्प्यूटर सफ्टवेयर 'क्वार्क एक्सप्रेस' ले रिपोर्टरका रिपोर्टलाई एकैपटक विभिन्न तहका व्यक्तिले पढ्न सक्ने व्यवस्था गरिदिएको छ । जस्तो कि एउटा रिपोर्टरले समाचार कम्प्यूटरमा पेश गरिसकेपछि, त्यो रिपोर्ट समाचार संयोजक, समाचार सम्पादक, सम्पादक र सम्बन्धित डेस्कमा समेत पुग्ने व्यवस्था भयो । यसले कतिपय रिपोर्टमा सम्पादक र अरूले टिप्पणी गर्न सक्ने व्यवस्था भएको छ । यस्तो प्राविधिक व्यवस्थाले रिपोर्टलाई परिमार्जनका लागि सहयोग पुऱ्याउन सक्ने भए पनि रिपोर्टरले तयार पारेको विषयवस्तुलाई बलियो बनाउने औपचारिक संरचना भने बनिसकेको छैन । सम्पादक, समाचार सम्पादक या समाचार संयोजकले रिपोर्ट सरसर्ती पढेर केही थप्न लगाउने प्रचलन भए पनि विषयवस्तु बलियो बनाउन नियमित अथवा औपचारिक संरचनाको व्यवस्था भने मैले सन् २००७ मा छोड्नुजेल कान्तिपुरमा बन्न सकेको थिएन ।

न्यूजरूम, सम्पादक र रिपोर्टर

न्यूजरूम संस्कृति भन्नाले समाचार उत्पादन या तयार पार्ने प्रक्रिया मात्र होइन । न्यूजरूमको सबैभन्दा बलियो कडी राम्रो रिपोर्टर हो । विषयवस्तु जतिसुकै राम्रो भए पनि रिपोर्टर प्रतिस्पर्धी, मेहनती या जानकार छैन भने न्यूजरूम बलियो बन्न सक्दैन । मुख्यतः रिपोर्टरले यथासम्भव अद्यावधिक हुन आवश्यक छ । कुन समाचार कुन अखबारले सबभन्दा प्रभावकारी रूपमा तयार पारेको छ र त्यो किन त्यसरी प्रभावकारी बनेको छ भन्ने विश्लेषण गर्नु एउटा रिपोर्टरको नियमित क्रियाकलाप हुनुपर्छ । त्यसले नजानिँदो रूपमा रिपोर्टरले समाचार लेख्ने सीप तिखारिरहेको हुन्छ । त्यसरी विश्लेषण गरिने समाचार आफूले काम गरिरहेको भन्दा माथिल्लो गुणस्तरको हुन भने आवश्यक छ । नेपाली सन्दर्भमा सजिलै उपलब्ध हुने भारतीय दैनिक समाचारपत्रहरूको नियमित पठन एउटा उपाय हुन सक्छ ।

कान्तिपुरमा लेख्न सुरु गर्दा मसँग समाचार कसरी प्रोसेसिङ हुनुपर्छ या गरिनुपर्छ भन्ने ज्ञान नभए पनि के समाचार कसरी लेख्ने भन्ने उत्सुकता हरदम रहन्थ्यो । त्यसलाई कान्तिपुरको न्यूजरूमसँगै रहेको सानो पुस्तकालयमा आउने खास गरी भारतीय अखबारको पठनले मलाई फाइदा पुऱ्याएको थियो । मैले समाचार लेखनलाई पेसा बनाउने निर्णय गरेपछि पुस्तकालयमा उपलब्ध भारतीय अङ्ग्रेजी दैनिकहरू र हेराल्ड ट्रिब्युनमा छापिएका समाचार पढ्ने र तिनलाई पढेको आधारमा नेपाली परिवेशमा समाचार खोज्ने काम गर्न थालें । यद्यपि तिनमा छापिएका कुनै समाचार किन प्रभावकारी छन् भन्ने विश्लेषण भने मैले त्यस बेला गर्दिनथेँ । उनीहरूले कस्ता समाचार दिए र मैले त्यस्तै विषयवस्तुमा समाचार बनाउन सक्छु कि सकिदैन भन्ने जान्नाका लागि ती अखबारले सहयोग पुऱ्याएका थिए ।

बलियो न्यूजरूम संस्कृतिको निर्माण रिपोर्टरसँग निरन्तर छलफल गरिरहने क्रियाशील सम्पादकीय नेतृत्वमा भर पर्छ । मैले कान्तिपुरमा योगेश उपाध्याय, युवराज घिमिरे र नारायण वाग्ले गरी तीन जना सम्पादकसँग काम गर्ने मौका पाएँ । कान्तिपुर पुग्दा योगेश उपाध्याय सम्पादक थिए । उनीसँग समाचार योजनाबारे वरिष्ठ सहकर्मीको कस्तो कुराकानी हुन्थ्यो, त्यो थाहा भएन । म जस्ता नयाँहरूसँग सम्पादकको सम्पर्क ज्यादै न्यून हुन्थ्यो । के समाचार लेख्ने, कस्ता समाचार लेखिए, कस्ता लेखिनुपर्छ जस्ता विषयमा उपाध्यायसँग एक पटक पनि छलफल भएको मलाई सम्झना छैन । व्यक्तिगत अनुभवकै आधारमा भन्दा, उपाध्यायको सम्पादकीय विशेषज्ञताको प्रभाव एउटा रिपोर्टरमा—कम्तीमा मेरो

समाचार सङ्कलन या लेखन प्रक्रियामा—प्रत्यक्ष रूपमा कहिल्यै परेन । समाचार छापिएपछिको फिडब्याक पनि मैलै कहिल्यै पाइँन ।

भारत जस्तो विशाल मुलुकमा प्रसिद्ध बनेका पत्रकार युवराज घिमिरे सन् २००० मा कान्तिपुरको सम्पादकीय नेतृत्व गर्न आउने भनेपछि उनबाट धेरै सिक्ने आकाङ्क्षा थियो । उनी कान्तिपुरको सम्पादक बनेर आइसकेपछि उनी जस्ता सफल व्यावसायिक पत्रकारसँगको सानिध्यले आफूलाई तिखार्ने आकाङ्क्षा राख्नु राम्रो पत्रकार बन्न चाहनेका लागि स्वाभाविकै भयो । सम्पादक भएर पनि नियमित जस्तै रिपोर्टिङ गर्न फिल्डमा आफैं जाने, विभिन्न स्रोतहरूसँग हरदम सम्पर्कमा रहने र रिपोर्टरहरूलाई विश्लेषणात्मक लेख लेख्न लगाउने उनको तत्परताबाट निश्चित रूपमा सहकर्मी पत्रकारहरूले रिपोर्टरको चरित्रगत विशेषताबारे सिकेको हुनुपर्छ ।

यद्यपि उनीसहित बसेर सबै रिपोर्टरहरूको मुस्किलले एकादुई संयुक्त बैठक हुन सके । ती बैठकमा उनका सुभावहरूमा खास गरी चौबीस घण्टे टेलिभिजनको उपस्थितिपछि, प्रिन्ट पत्रकारले अझ बढी मेहनत गर्नुपर्ने भन्ने घत लाग्दो थियो । कान्तिपुरका वार्षिकोत्सव समारोहमा उनले दिने भाषण राम्रा लाग्थे । तर उनी जस्ता सम्पादकको कार्यकालमा समेत सम्पादक र रिपोर्टरको बैठक नियमित क्रियाकलाप बनेन । समाचारको अन्तर्वस्तु राम्रो बनाउने कुरामा कुनै निश्चित प्रक्रिया बस्न सकेन ।^२ रिपोर्टिङ विभागभित्रै कतिले सम्पादक घिमिरेको निकै नजिक र कतिपयले टाढाको महसुस गर्नुले पनि न्यूजरूमलाई प्रभाव पाऱ्यो । आफ्ना रिपोर्टरहरू छापिनुअघि उनीबाट कसरी रिपोर्ट बलियो बनाउने भन्नेबारे निर्देशन मिला भन्ने आकाङ्क्षा राख्ने विशेषतः मलाई त्यस्तो मौका विरलै मिल्यो ।

युवराज घिमिरेले सम्पादकीय नेतृत्वबाट अवकाश लिएपछि, सन् २००३ को नोभेम्बरमा नारायण वाग्ले कान्तिपुरको सम्पादक बन्न पुगे । नारायण वाग्लेले मेरो पत्रकारिताका प्रारम्भिक दिनदेखि नै प्रभावकारी समाचार लेखन कसरी गर्ने भन्ने विषयमा सहयोग पुऱ्याएका थिए । अरूले वास्ता गरौस्, नगरौस् आफ्नो काम निरन्तर गरिरहनुपर्छ भन्ने उनको प्रवृत्ति पत्रकार बन्न चाहनेलाई सहयोगी थियो । उनी सम्पादक बनिसकेपछि सबैभन्दा ठूलो फाइदा भनेको, आफूलाई जे विषयमा लेख्न मन लाग्यो, पीच (पीच गर्नु भनेको के हो, यसै लेखमा पछि व्याख्या गरिएको छ) गरेपछि 'हुन्छ हुन्छ गर' भन्ने उनको सदा सकारात्मक

^२ घिमिरे सम्पादक हुँदा घटेको नारायणहिटी हत्याकाण्डको कभरेजको सन्दर्भमा यो कुरा मैले अन्यत्र चर्चा गरेकी छु (पराजुली २०५९) ।

प्रतिक्रिया काम सुरु गर्न या अधि बढाउन निकै सहयोगी बन्थ्यो । सम्पादकलाई चिठी या विचारप्रधान लेखहरू कसरी सम्पादन गर्नुपर्छ 'ल हेर' भनेर बेलाबखत आफूले सम्पादन गरिरहेको कम्प्युटर स्क्रीनअगाडि राखेर सिकाउने त कहिले भोलिपल्ट 'के गरेको यो ? यसो गर्नुपर्थ्यो' भनेर फिडब्याक दिने उनको बानीले सम्पादन कसरी गर्ने भनेर सिक्न निकै मद्दत पुऱ्याएको थियो । अरू सहकर्मीले पनि उनको त्यस्तो फिडब्याकबाट अवश्य फाइदा पाएको हुनुपर्छ ।

मैले वाग्लेअन्तर्गत गर्न पाएको मुख्य काम कान्तिपुरमा सम्पादकीय लेख्नु हो । स्वास्थ्यका कारण दुई वर्ष फिल्डमा जान या राति बसेर काम गर्न चिकित्सकले बन्देज लगाएपछि अफिसमै बसेर गर्ने काममध्ये सम्पादकीय लेखन मलाई मन पर्थ्यो । त्यो एक प्रकारले रिपोर्टिङ गर्नुजस्तै हुन्थ्यो । वाग्लेले नै सिकाएका थिए, कुनै विषयमा सम्पादकीय लेख्दा दुई तीन जना सम्बन्धित विशेषज्ञहरूसँग कुराकानी गर्ने र उचित विचार बनाउने भनेर ।

त्यसबाहेक वाले आफैँले सम्पादकका हैसियतमा दिने सम्पादकीयमा लिनुपर्ने मुख्य लाइनबाट पनि निकै फाइदा पुगेको थियो कुनै विषयमा कसरी सोच्ने भनेर । खास गरी राजाको प्रत्यक्ष शासनकाल सुरु भएपछि मिडियामाथि नियन्त्रण गर्ने ठूलो प्रयत्न भयो । सम्पादकीय लेखनमा कसरी बचेर राजाको शासनको आलोचना गर्ने भनेर उनीसँग भएका छलफलमार्फत कठिन समयमा सम्पादकीय लेखनको राम्रो अनुभव भयो ।^३ कुनै लाइन प्रस्ट नभइसकेको अवस्थामा उनले विशेषज्ञमा नै भर पर्न भन्थे ।

त्यसो हुँदाहुँदै न्यूजरूम संस्कृतिमा उनले कम्तीमा म कान्तिपुरमा रहन्जेल ठूलो फरक भने ल्याउन सकेका थिएनन् । उनीसँग सल्लाह गरेर हप्ता लगाएर तयार पारेका मेरा कतिपय रिपोर्ट यो ठाउँमा यसरी छान्ने भन्ने अन्तिम निर्णय उनले लिएनन्, जुन मेरो विचारमा उनी अर्थात् सम्पादककै जिम्मेवारी हुनुपर्छ । करिब ११ वर्ष कान्तिपुरको न्यूजरूममा निरन्तर काम गर्दा त्यसको संस्कृतिमा समयक्रमसँगै खास गरी समाचार प्रोसेसिङ प्रक्रियामा खासै परिवर्तन आउन सकेन । विस्तारै आ-आफना रुचि या दक्खल रहेका विटमा काम गर्ने, एक आपसमा रिपोर्टिङ गर्न लागेका विषयमा अनौपचारिक कुराकानी गर्ने र आफूले लेखेको समाचार कम्तीमा एक अर्को रिपोर्टरलाई देखाउने मौखिक व्यवस्थाबाहेक

^३ राजाको प्रत्यक्ष शासनकालमा लगाइएको सेन्सरसीप विरुद्ध कान्तिपुरले विस्तारै आफ्नो आलोचनात्मक दायरा वृद्धि गर्दै तीन महिने सङ्कटकालको अन्तसम्ममा आफ्नो सम्पादकीय स्वतन्त्रता कसरी पुनर्स्थापित गर्‍यो भन्ने कुराको चर्चा मैले अन्यत्र (पराजुली सन् २००६) गरेकी छु ।

समाचार प्रशोधनको औपचारिक व्यवस्था मैले २००७ सेप्टेम्बरमा कात्तिपुर छोडुञ्जेल हुन सकेको थिएन ।

रिपोर्टिङ सुरु गर्नुअघि हरेक दिन मध्याह्नतिर रिपोर्टरहरू मिटिङ गर्ने र त्यो दिनको योजना बनाउने खालका बैठकहरू चल्ने, बन्द हुने भने भैरहन्थ्यो । बेलुका प्राप्त समाचारहरूको प्राथमिकताक्रम तयार गर्ने किसिमका बैठकहरू नियमित चल्न थालेका थिए । त्यस्ता बैठक रिपोर्टिङ या डेस्कको व्यवस्थापकीय प्रयोजनका लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छन् तर रिपोर्टिङलाई बलियो बनाउन खासै भूमिका खेल्न सक्दैनन् ।

सीटी विश्वविद्यालयको न्यूजरुम

पत्रकारिताको औपचारिक अध्ययन गर्ने विद्यार्थी नबनुञ्जेल न्यूजरुम संस्कृतिको महत्त्वबारे मलाई चेतना थिएन । २००५ सेप्टेम्बरमा लण्डनको सीटी विश्वविद्यालयमा स्नातकोत्तरको विद्यार्थी बनेर न्यूजरुम संस्कृतिबारे जानकारी पाउन थालेपछि त्यसको महत्त्वबारे म बहूता जानकार र आश्वस्त बन्न पुगें । छापामाध्यममा काम गर्ने पत्रकारहरूलाई पढाइने ठाउँहरूमध्ये सीटी विश्वविद्यालय बेलायतको सबैभन्दा राम्रोमा गनिन्छ । अध्यापनक्रममा हामीलाई त्यहाँका नामी पत्रकारलाई बोलाएर लेक्चर दिन लगाइन्थ्यो र लण्डनकै विभिन्न मिडियामा अनिवार्य रूपमा इन्टरनसिप गर्न लगाइएको थियो । त्यसैकारण न्यूजरुम संस्कृतिबारे विशेष जानकारी प्राप्त हुन पुग्यो ।

सीटीमा पढ्दा हामीलाई हरेक दिन करिब चार ओटा अखबारमा एउटै विषयको समाचार कसरी छापिएको छ, त्यसलाई विश्लेषणात्मक रूपमा हेर्न अह्नाइएको थियो । त्यसरी विश्लेषण गर्दा समाचार कसरी पस्किएको छ अर्थात् कुन एङ्गल लिँदा समाचार प्रभावकारी बनेको छ ? कसले कस्तो स्रोत उपयोग गर्दा समाचार विश्वसनीय बनेको छ ? एउटा विषयवस्तुलाई कसले कति शब्दमा कसरी प्रस्तुत गरेको छ भनेर हेर्दाहेर्दै एउटा विद्यार्थीलाई धेरै विषयको ज्ञान हुँदो रहेछ ।

अरू समाचारपत्र हेर्नु कतिको महत्त्वपूर्ण छ भन्ने तथ्य लण्डन पुगेपछि बढी थाहा भएको थियो । शिक्षकले हरेक दिन त्यहाँका प्रमुख समाचारपत्र खास गरी *द गार्डियन*, *द टेलिग्राफ*, *द टाइम्स*, र *द डेलि मेल* लगायत कम्तीमा चार ओटा अखबारमा एउटै समाचारलाई कसरी प्रस्तुत गरिएको छ भन्ने विश्लेषण गर्ने काम दिएका थिए । त्यसले हामीलाई समाचार लेख्दा ध्यान पुऱ्याउनुपर्ने

‘एङ्गल’, स्रोतव्यक्तिहरूको छनोट र समाचारको विश्वसनीयताबारे सोचन बाध्य बनाउने गर्थ्यो ।

पत्रकारितामा स्नातकोत्तरको पाठ्यक्रममा अरू थुप्रै विषयमध्ये मेरा लागि सबैभन्दा रुचिकर कोर्स ‘राइटिङ एण्ड रिपोर्टिङ’ थियो । त्यो कक्षामा मुख्यतः विभिन्न खाले समाचार जस्तो कि औपचारिक समारोहको समाचार, अनुसन्धानमूलक रिपोर्टिङ, प्रोफाइल लेखनदेखि सङ्क्षिप्त समाचार कसरी लेख्ने भन्ने सिकाइन्थ्यो । त्यसबाहेक हामी हरेक साता एउटा न्यूजरूममा भैं काम गर्थ्यौं । त्यसका लागि प्रत्येक विद्यार्थीले कुनै विषयमा वास्तविक समाचार तयार पार्नैपर्थ्यो, अनिवार्य रूपमा ।

सबैभन्दा पहिले आफूले विषय रोजेर त्यसको प्रारम्भिक अनुसन्धान गर्नुपर्थ्यो । त्यसपछि निश्चित समयभित्रै सम्पादकलाई आफ्नो विषयबारे ‘पीच’ गर्नुपर्थ्यो । राइटिङ एण्ड रिपोर्टिङको पहिलो महत्त्वपूर्ण कक्षा नै पीच के हो र कसरी गर्ने भन्नेबारे थियो । पीच गर्दा त्यो विषय किन महत्त्वपूर्ण छ र कुन एङ्गलबाट समाचार लेखिनेछ, भन्ने प्रारम्भिक विचार इमेलमा पेश गर्नुपर्थ्यो । सम्पादक स्वाभाविक रूपमा हामीलाई पढाउने शिक्षक थिइन् । सौभाग्यवश शिक्षक आफ्नो समयकी बेलायतकी नामी खेल रिपोर्टर एड्रियन ब्लु थिइन् । उनले विषय स्वीकार गरेपछि हामीले साताभर सम्बन्धित श्रोतव्यक्तिहरूसँग टेलिफोनमा कुराकानी गर्ने, सम्भव भए उनीहरूलाई गएर भेट्ने काम गर्नुपर्थ्यो । उनलाई पीच गरिएका सबै विषय स्वीकृत हुँदैनथे । के नयाँ छ र किन महत्त्वपूर्ण छ भन्नेबारे उनलाई आश्वस्त नतुल्याएसम्म समाचार सङ्कलन र लेखनको प्रक्रिया अधि बढ्दैनथ्यो । यो प्रक्रियाले एक जना अनुभवी र उच्च स्तरको काम माग गर्ने सम्पादक न्यूजरूमका लागि कति महत्त्वपूर्ण छ भन्ने बुझाएको थियो ।

कुनै रिपोर्टरले एउटा विषय पहिचान गरेपछि त्यो किन महत्त्वपूर्ण छ भनेर आफ्नो सम्पादक या ‘असाइनमेन्ट एडिटर’ लाई विश्वस्त पार्नु समाचार उत्पादनको पहिलो चरण हुनुपर्छ । न्यूजरूमको सबैभन्दा पहिलो प्रक्रिया नै लेखिन लागेको समाचारमाथि रिपोर्टरको विचार मन्थन र प्राथमिक तथ्य सङ्कलन हुनुपर्छ । प्रारम्भिक काम लगत्तै सम्पादक या असाइनमेन्ट एडिटरसँग त्यसबारे कुराकानी हुन सके विषयमाथि थप जानकारी कसरी बटुल्ने या कसरी अगाडि बढ्ने भन्नेमा रिपोर्टरलाई सजिलो हुन्छ । त्यसले एकातिर रिपोर्टरले गर्ने मेहनत खेर नजाने निश्चितप्रायः हुन्छ, भने अर्कोतिर समाचार बलियो बनाउन मद्दत गर्छ ।

समाचार तयार भैसकेपछि त्यसलाई सम्पादककहाँ पठाउने निश्चित समय तोकिएको थियो । इमेलबाट पठाउने भएकाले रिपोर्टरले पठाएको समयबारे

शिक्षकलाई भुक्त्याउने ठाउँ थिएन । समयमा पठाउन नसकेलाई भनिन्थ्यो— 'यु मिस्ट द डेडलाइन' र उसको रिपोर्टलाई छलफलका लागि लिइन्थ्यो । डेडलाइनलाई त्यहाँ निकै महत्त्व दिइन्थ्यो । त्यसले डेडलाइन भनेको के हो र त्यसको के महत्त्व छ ? राम्ररी थाहा हुन्थ्यो । डेडलाइनमा समाचार तयार पार्न नसक्नु भनेको मिडियामा पछाडि पर्नु हो । जसले डेडलाइन बुझ्दैन त्यसका समाचारहरू सन्दर्भ बाहिरका या बासी बन्न पुग्छन् भन्ने हामी विद्यार्थीबीच हरेक हप्ता हुने समाचार लेखन अभ्यासले हामीलाई छर्लङ्ग बनाइदिएको थियो ।

विद्यार्थीले पठाएका समाचारमध्येबाट एड्रियन ब्लुले सबैभन्दा बलियो र सबैभन्दा कमजोर समाचार रोज्थिन् । अर्को साता ती दुई समाचारमाथि सबै विद्यार्थीले छलफल गर्नुपर्थ्यो । कस्तो विषय चयन गर्ने ? विषय चयनपछि कस्ता व्यक्तिहरूसँग कुराकानी गर्ने ? कुराकानी गरिसकेपछि कसरी त्यसलाई प्रभावकारी रूपमा प्रस्तुत गर्ने ? जस्ता कुरामा छलफल हुन्थ्यो । अनुसन्धानमूलक एउटा रिपोर्ट तयार पार्दा कति जति शब्द हुनुपर्ने र कस्ता व्यक्तिहरू कति जनासँग कुरा गर्नुपर्ने भन्ने प्रस्ट निर्देशन दिइन्थ्यो । ती समाचारमा तथ्यगत आँकडाहरू अनिवार्य प्रयोग गर्नुपर्थ्यो । छानिएका रिपोर्टमाथि सबै विद्यार्थीले आ-आफ्नो विचार राख्नुपर्थ्यो । यसो गर्दा विद्यार्थीले न्यूजरूमबारे प्रत्यक्ष रूपमा सिक्किरहेको हुन्थ्यो ।

६०-७० शब्दका छोटो समाचार लेख्नेदेखि तीन चार हजार शब्दका लामा अनुसन्धानमूलक रिपोर्ट तयार पार्न सिकाइएको थियो । एउटा ब्रोडशिट अखबारको पूरा पृष्ठ या दुई पृष्ठ लामोसम्म फिचर लेख्ने तरिका हामीलाई सिकाइएको थियो । छोटो समाचार लेख्दा स्रोत उल्लेख गर्नेपर्ने र त्यस्ता स्रोतहरू सङ्क्षेपमा कसरी प्रयोग गर्ने भन्ने पनि सिकाइएको थियो । औपचारिक समारोहको समाचार लिन जाँदा विशेष ध्यान पुऱ्याउन हामीलाई भनिएको थियो । विभिन्न औपचारिक समारोहमा शिक्षक एड्रियन ब्लुसहित उपस्थित भएर समाचार लेख्न लगाइएको थियो । त्यस्ता कार्यक्रममा बोलिएका सबै कुरा एउटा समाचारमा संलग्न गराउन खोज्ने हो भने त्यो समाचार खिचडी बन्छ । त्यसैले जहिले सुकै एउटा एङ्गल खोज्न जान्नुपर्छ । एङ्गल खोज्दा पाठकको ध्यान आकर्षण गर्न सक्ने, सकेसम्म नयाँ खोजिनुपर्छ भन्ने हामीलाई सिकाइएको थियो ।

कुनै व्यक्तिको प्रोफाइल कसरी लेख्ने भन्ने पनि असाध्यै राम्रा उदाहरणसहित सिकाइएको थियो । कुनै एउटा व्यक्तिसँग भएको विशेष व्यक्तित्वलाई मुखरित गर्ने लेख प्रोफाइल हो । नेपालमा कुनै व्यक्तिबारे प्रोफाइल लेख्दा व्यक्ति

एकलैसँग कुराकानी गरेर लेख्ने प्रचलन व्याप्त छ । त्यस्ता प्रोफाइललाई हाम्रा शिक्षकले 'पीआर पीस' (पब्लिक रिलेसनका लागि गरिने प्रोपोगान्डा) भन्थे । हुन त कान्तिपुरमा छापिँदै आएका प्रोफाइलबारे कान्तिपुर सहकर्मीबीच ठटचौली चल्थ्यो— 'प्रोफाइल छापिएपछि पो ती व्यक्तिले आफू त यति ठूलो रहेछु भन्ने महसुस गरे होलान्' भन्ने । त्यस्तो ठटचौलीलाई कसैले गम्भीर रूपमा भने लिएनन् । हामीलाई सीटीमा एउटा प्रोफाइल लेख्दा उक्त व्यक्तिका कामलाई कम्तीमा एक जना समर्थनयुक्त विश्लेषण गर्न सक्ने र अर्को आलोचनात्मक पक्ष औँल्याउन सक्ने व्यक्तिलाई कोट गर्न सिकाइएको थियो । सीटीबाट फर्केपछि, नेपालमा लेखिने गरेका प्रोफाइल मात्र होइन अन्य कतिपय समाचार मलाई पीआर पीस लाग्न थाले ।

सीटीपछिको कान्तिपुर

सीटी विश्वविद्यालयमा एक वर्षको अध्ययनपश्चात् सेप्टेम्बर २००६ मा कान्तिपुर फर्केर काम गर्दा सबैभन्दा खड्किएको कुरा नै बलियो न्यूजरूम संस्कृति बन्न पुग्यो । कान्तिपुरमा सबै रिपोर्टरहरू आ-आफ्ना हिसाबले कुद्धे । उनीहरूको दौडाइमा प्रमुख संवाददाता र सम्पादकको निर्देशन रहनु स्वाभाविकै भयो । तर तिनका कामलाई कसरी बलियो बनाउने भन्ने औपचारिक संयन्त्र बन्न सकेको थिएन । समाचार प्रोसेसिङको निश्चित प्रक्रिया नहुँदा मैले कान्तिपुर सुरु गर्दाको अवस्था र सन् २००७ मा छोड्दाको अवस्थामा गरिने रिपोर्टिङको गुणस्तरमा खासै फरक आउन सकेको थिएन । अनुसन्धानमूलक लामा समाचारको संस्कृति सुरु नै भएको थिएन । अनुसन्धानमूलक समाचार, न्यूजब्रीफ, औपचारिक समारोहका समाचार सबैको सङ्कलन र लेखन प्रक्रिया तथा तिनमा स्रोतव्यक्तिको अनिवार्य आवश्यकताबारे कुनै व्यवस्था हुन सकेको थिएन ।

सीटीबाट फर्केपछिको करिब एक वर्ष कान्तिपुरमा काम गर्दा मैले केही खोजीमूलक समाचार लेख्ने प्रयास गरें । ती समाचार तयार पार्दा सीटीमा सिक्केबमोजिम विषयबारे सुरुमै सम्पादकलाई लिखित त होइन, मौखिक पीच गरें । काठमाडौँका सडकमा निरन्तर बजिरहने हर्न र तिनले मानव स्वास्थ्यमा पार्ने प्रत्यक्ष प्रभाव, रात रातभर चलिरहने ठमेलको हल्ला र त्यसले स्थानीयबासीको दैनिकी र स्वास्थ्यमा पारेको प्रभाव, सरकारी र निजी स्कूलमा एसएलसी परिणाममा विद्यमान फरकका कारण, काठमाडौँको खानेपानी व्यवस्थापन अक्षम विदेशी कम्पनीलाई दिन लागिएको लगायतका समाचार लेखें ।

मुलुकमा राजनीतिक घटनाक्रम तीव्र रूपमा परिवर्तन भइरहेको थियो । त्यसैले मुख्य समाचारमा राजनीति छाउनु स्वाभाविक भयो । त्यस्तो बेलामा लेखिएका मेरा सबैजसो अनुसन्धानमूलक समाचार एक साताभन्दा बढी डेस्कमा थन्किए । छापिँदा सग्ला छापिएनन्, टुक्राटाक्री भएर छापिए । कुनै छापिएनन् । एउटा नछापिएको समाचार खानेपानी व्यवस्थापनमा बेलायती संस्थाको सम्भावित आगमनबारे थियो । बेलायती सेभर्न ट्रेन्ट कम्पनीलाई काठमाडौँको खानेपानी व्यवस्थापन दिने भन्ने विषयमा मैले सम्पादक नारायण वाग्लेलाई पीच गरेर खोजी समाचार तयार पारें । तर उनले लामो समयसम्म त्यो समाचार छाप्ने/नछाप्ने निर्णय नगरेपछि, मैले कान्तिपुर प्रकाशनकै नेपाल साप्ताहिकमा दिएँ । नेपालका सह-सम्पादक प्रशान्त अर्यालले म्यागेजिनमा छाप्ने फर्म्याटमा परिवर्तन गर्न आग्रह गरे । केही थप अनुसन्धान र पुनर्लेखन गरेपछि उक्त समाचार नेपालमा छापियो (पराजुली २०६३) । छापिएपछि त्यो समाचारको सम्बन्धित क्षेत्रमा राम्रै प्रभाव पऱ्यो । खानेपानी क्षेत्रमा काम गरिरहेका व्यक्ति र विदेशबाट समेत त्यस रिपोर्टबारे मलाई निकै राम्रो फिडब्याक प्राप्त भयो ।^४ यो एउटा प्रतिनिधि उदाहरण मात्र हो ।

कान्तिपुरमा बलियो न्यूजरुम संस्कृति हुँदो हो त उक्त समाचार निश्चित रूपमा कान्तिपुरमा छापिन्थ्यो । कान्तिपुरमा कार्यरत रिपोर्टरले 'पीच' गरेर सम्पादकले 'हुन्छ' भनी तयार पारेको समाचार सम्पादकले नछाप्ने भन्ने हुनुहुँदैन । तयार भएको रिपोर्टलाई अझ बलियो र विश्वासिलो बनाउन थप काम गर्न सम्पादकले अह्राउन सक्छन् । रिपोर्टमा के पुगेन भनेर थपन नलगाउने र नछाप्ने पनि गर्न मिल्दैन । वास्तवमा सेभर्न ट्रेन्टसम्बन्धी उक्त समाचार कान्तिपुरमा छापिएको भए त्यसको प्रभाव अझ बढी हुन्थ्यो ।

रिपोर्टरको काममाथि चासो दिने संयन्त्र न्यूजरुममा हुने हो भने विषय रोजाइदेखि नै रिपोर्टर गम्भीर बन्नुपर्ने वातावरण बन्न जान्छ । समाचार तयार भएर आइसकेपछि सम्पादक या उनीभन्दा मुनिका सम्बन्धित व्यक्ति वा समूहले त्यसलाई पढेर पुग अपुग ठम्याउँछन् । एङ्गल नमिले सुभावा दिन्छन् । स्रोत व्यक्ति पुगे नपुगेको जाँच्छन् । कसैलाई आक्षेप लगाइएको छ भने त्यसको प्रतिक्रिया खोज्ने प्रयास अनिवार्य रूपमा गरिनुपर्छ । यसरी तयार हुने रिपोर्टलाई भाषागत रूपमा बलियो बनाउन सम्पादन गर्नेबाहेक स्थान नपुगेको या अन्य कारण

^४ समाचार छापिएको केही महिनापछि नेकपा (माओवादी) का मन्त्री हिंसला यमीको अग्रसरतामा सेभर्न ट्रेन्ट कम्पनीलाई काठमाडौँको खानेपानी व्यवस्थापन दिने भन्ने प्रस्ताव खारेज भयो ।

देखाएर डेस्कले काट्ने काम गर्न हुँदैन । समाचार बलियो बनाउने व्यवस्था मैले छोडुञ्जेल कान्तिपुरमा हुन सकेको थिएन भने डेस्कले काट्ने प्रचलन भने प्रचूर मात्रामा हुने गर्थ्यो ।

बीबीसीको न्यूजरूम

सीटीबाट फर्केपछि कान्तिपुरमा काम निरन्तर गर्दागर्दै बीबीसी नेपाली सेवाका लागि कहिलेकाहीं समाचार तयार पार्न थालें । समसामयिक विषयमा, तर घटनाप्रधान होइन, अलि खोजी गरेर समाचार गर्ने मेरो रुचि थियो । त्यसपछि बीबीसी नेपालीका काठमाडौँस्थित प्रमुख संवाददाता सुशील शर्मासँग सम्भावित समाचारबारे कुराकानी हुन थाल्यो । उनीसँग कुराकानी गर्दा मैले सीटीमा सिकेभैं पीच गर्न थालें । हुन त लण्डनमा सिकाइएभैं पीच लिखित गरिनु, मौखिक हुन्थ्यो । विषय रोजाइ, प्रारम्भिक अनुसन्धानपछि त्यसको महत्त्व र कुराकानी गर्न चाहेका सम्बन्धित व्यक्तिहरूमाथि छलफल हुन्थ्यो । त्यसपछि तयार भएका समाचार प्रारम्भिक रूपमा आफूले सोचेभन्दा प्रभावकारी बनेका थिए । बीबीसीका लागि तयार गरिएका ती समाचार सबै प्रसारित भए ।

उदाहरणका लागि, नेपालमा भइरहेको द्वन्द्वबाट विस्थापितहरूको सङ्ख्या कति छ भन्ने कसैसँग वास्तविक तथ्याङ्क थिएन । सरकार, नर्वेजियन रिफ्यूजी कारुन्सिल र अन्य संस्थाले कुन आधारमा विस्थापितको तथ्याङ्क तयार गरेका छन् या प्रयोग गरेका छन् भन्नेबारे मैले एउटा रिपोर्ट तयार पार्न खोजें । सुशील शर्मासँग विषय र त्यसका लागि सम्भावित स्रोत व्यक्तिहरूबारे छलफल भयो । त्यसपछि तयार भएको समाचार प्रसारित भयो ।

एउटा अर्को प्रसङ्गको कुरा गर्दा, विभिन्न शिविरमा बसिरहेका छापामारलाई सरकारले महिनाको तीन हजार रुपियाँ तलब सुविधा दिने निर्णय गरेपछि माओवादीबाट विस्थापितले काठमाडौँमा त्यसको विरोधमा प्रदर्शन गरे । मैले कान्तिपुरका लागि त्यससम्बन्धी समाचार तयार पारें । त्यो छापिएन । बीबीसी नेपालीमा पर्सिपल्ट ती विस्थापितहरूको आवाजसहित प्रसारित भयो । बलियो न्यूजरूमले सान्दर्भिक समाचारको महत्त्वलाई बढावा दिन्छ । त्यसको अभावमा कुन समाचारले कम या बढी प्राथमिकता पाउने भन्ने निर्णय महत्त्वका आधारमा भन्दा अगाडि जे आयो त्यही या त्यसदिन अखबारमा उपलब्ध स्पेसमा जुन फिट हुन्छ त्यही छापने भन्ने हचुवाका आधारमा निर्णय हुन पुग्छन् ।

यसैबीच छापामाध्यम छोडेर २००७ सेप्टेम्बरमा बीबीसी वर्ल्डसर्भिस ट्रष्टसँग बीबीसी नेपाली सेवाका लागि साप्ताहिक रेडियो छलफल कार्यक्रम *साभा*

सवाल चलाउने टीममा पुगें । त्यसको न्यूजरुम संस्कृति कान्तिपुरको भन्दा फरक छ । हुन त सीटी विश्वविद्यालय, बीबीसी र कान्तिपुरको कामको प्रकृति धेरै हिसाबले फरक छ । हरेक दिन बाह्र पेजभन्दा बढी छापिने कान्तिपुरको न्यूजरुम तुलनात्मक रूपमा एक दिनमा आधा घण्टाका लागि चल्ने बीबीसी नेपाली सर्भिस या सातामा एकपटक पौनै घण्टाका लागि एउटा छलफल कार्यक्रम चलाउने साभ्ना सवालको न्यूजरुमभन्दा फरक हुनु स्वभाविक पनि हो । सीटीको न्यूजरुम सिक्नका लागि मञ्च थियो । त्यसैले त्यहाँका कतिपय सिकाइ बढ्ता सैद्धान्तिक हुन्थे । त्यस्तै बीबीसीमा सातामा एउटा छलफल कार्यक्रम तयार पार्दा उपयोगमा आएका न्यूजरुम संस्कृति कान्तिपुरको भन्दा सानो स्केलको छ ।

हप्तामा एउटा रेडियो छलफल कार्यक्रम चलाउने भएकाले बीबीसीमा कुनै पनि कार्यक्रम सफल बनाउन आवश्यक सबै काम गर्नुपर्छ । खास गरी मुख्य वक्ता र श्रोता निश्चित गर्ने, कार्यक्रमका लागि सर्वसाधारणबाट उपयोगी प्रश्न तथा सुभाष सङ्कलन गर्ने, कार्यक्रमका लागि आवश्यक महत्त्वपूर्ण अन्तर्वार्ता र प्याकेज तयार पार्ने काम मुख्य भएका छन् अहिले । यी सम्पूर्ण काम एक जना अनुभवी बेलायती पत्रकार किथ बीचअन्तर्गत गर्न पाइएको छ । बीबीसीमा भण्डै दुई दशक काम गरेका बीच बीबीसी रेडियो बर्गिङ्घम (बेलायतमा लण्डनपछिको एउटा ठूलो सहर) का सम्पादक हुन् । आफ्नो कामबाट एक वर्षे छुट्टी लिएर साभ्ना सवालको सम्पादक बन्न आइपुगेका बीचसँग काम गर्दा मलाई तिखारिन मद्दत पुगेको छ ।

साभ्ना सवाल उत्पादन गर्ने टीम सानो छ । नयाँ र निश्चित समयका लागि गरिएको कार्यक्रम भएकाले यसमा बृहत आकारको न्यूजरुम छैन । एक जना रिपोर्टरले खोजेर ल्याउने आवाजलाई सम्पादक किथ बीच र सबै सहकर्मी बसेर छलफल गरिन्छ । कार्यक्रम उत्पादनका विभिन्न चरणमा सम्पादक बीचबाट सम्पादकीय निर्देशन प्राप्त हुन्छ । सङ्कलन गरिएका आवाजको अनुवाद सुनेर उनले फिडब्याक दिन्छन् । कुनै आवाज किन महत्त्वपूर्ण छ, कुनै आवाज किन राख्ने या नराख्ने, उनीसँग त्यसको कारण हुन्छ । हामी उत्पादकहरू पनि आफ्ना विचार राख्छौं । अन्तिम निर्णय सम्पादकले लिन्छन् । त्यस्तै, कार्यक्रम रेकर्ड भैसकेपछि त्यसको अनुवाद हेरेर उनले के प्रसारित हुन योग्य छ र के छैन त्यसको निर्णय गर्छन् । सम्पादकको अनुभव र कार्यक्षमता/क्षमताले रिपोर्टरलाई परिपक्व बनाउन निश्चित रूपमा मद्दत गर्छ ।

रिपोर्टरले काम गरिरहेकै चरणमा प्राप्त भइरहने 'फिडब्याक' ले एकातिर काम खेर नजाने अर्कोतिर समाचार बलियो बन्ने निश्चित हुन्छ । कार्यक्रममा प्रयोग हुन सक्ने किसिमका अडियो खोज्न जाँदा के लिएर आउने भन्ने विषयमा

कुराकानी हुन्छ र लिएर आइसकेपछि त्यसमाथि सम्पादकले टिप्पणी गर्छन् । यस्तो कुराकानीमा उनको भण्डै दुई दशक लामो बीबीसीसँगको अनुभवका कारण हामीले निकै प्रभावकारी फिडब्याक पाइरहेका हुन्छौं । समाचार उत्पादन प्रक्रियामा फिडब्याक असाध्यै महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

तुलनात्मक रूपमा स्वतन्त्र पत्रकारिता नेपालमा नयाँ भएकाले सिक्नुपर्ने र जान्नुपर्ने धेरै छ । पत्रकारिता बलियो भएका ठाउँका अनुभवी पत्रकारसँग काम गर्न पाउँदा त्यसरी सिक्ने अवसर प्राप्त हुँदो रहेछ । पत्रकारिता ‘भ्वाइस अफ भ्वाइसलेस’ (आवाजविहीनहरूको आवाज) उजागर गर्ने माध्यम हो भन्ने भनाइ सम्भवतः सबै पत्रकारलाई थाहा छ । त्यसो गर्ने क्रममा हामीले के साँच्चिकै आवाजविहीनहरूलाई स्थान दिएका छौं त ? यस्तो विश्लेषण मैले आफ्नो एक दशकभन्दा लामो पत्रकारिता क्रममा गम्भीर रूपमा गरेकी थिइँनँ । सम्पादक बीचसँग नयाँ कार्यक्रम सुरु गर्ने क्रममा पाएको एउटा निर्देशन र त्यसको व्यावहारिक प्रयोगले आफूले गरिरहेको पत्रकारिताको कमजोरी मलाई छर्लङ्ग हुन पुगेको छ ।

सम्पादक बीचले हामीलाई भनेका थिए, “ट्याक्सी ड्राइभरसँग कुरा गर्नु तर तिनका ट्रेड युनियनका नेताहरूसँग होइन ।” त्यस्तै दलित, जनजाति या अरू कुनै पनि समुदायमा जाँदा तिनका नेतासँग नभै त्यही समुदायका सर्वसाधारणसँग कुराकानी गर्न उनले अह्राएका थिए । त्यस्ता व्यक्तिसँग कुराकानी गर्ने क्रममा थाहा भयो— ट्याक्सी चालकहरूको संस्थागत प्रतिनिधि, दलित, जनजाति या अरू कुनै समूह या समुदायका नाइकेसँग कुरा गर्दा उनीहरूको प्रतिनिधित्वको ग्यारेण्टी या हक हितमा कुराकानी केन्द्रित हुँदो रहेछ अधिकांशतः । भण्डै १२ वर्षे पत्रकारिता अनुभवमा कुनै समुदायको कुराकानी गर्ने भन्नेबित्तिकै सम्बन्धित समुदायको नेताकहाँ पुग्ने प्रचलनबारे मलाई जानकारी थियो । बीबीसीमा काम सुरु गरेपछि नेता र सर्वसाधारणसँग गरिने कुराकानीको फरक थाहा भयो । सर्वसाधारणसँगको कुराकानीबाट मात्र वास्तविक समस्या अगाडि आउने रहेछन् ।

कुनै कार्यक्रम बलियो या सफल बनाउन असाध्यै ध्यान दिएर योजना गर्नुपर्ने पनि *साभ्ना सवाल*मा संलग्न भएपछि प्रत्यक्ष अनुभव भयो । *साभ्ना सवाल* सुरु हुनुभन्दा करिब दुई महिना अघिदेखि नै योजनामाथि छलफल र काम सुरु भएको थियो । एउटा कार्यक्रममा के के विषय उठाउने भनी निश्चित गर्नु, कार्यक्रमको खाका तयार पार्नु र निश्चित योजना सँगसँगै विकल्पहरू पनि सोचिनुपर्ने रहेछ । अहिले सम्झँदा *कान्तिपुर*को न्यूजरूममा पूर्व योजना गर्ने प्रचलन पनि मैले काम गरुञ्जेल कमजोर थियो । पूर्व योजना बलियो हुने हो भने

अहिले जस्तो घटनामा आधारित कार्यक्रमभन्दा अनुसन्धानमूलक र विश्लेषणात्मक समाचार तयार हुने क्रम निश्चित रूपमा सुरु हुन्थ्यो ।

पत्रकारितामा फलोअप असाध्यै महत्त्वपूर्ण मानिन्छ । साप्ताहिक छलफल कार्यक्रम भए पनि साभ्ना सवालमा उठेका विषयमा कसरी फलोअप गर्नुपर्छ भन्ने बीचले सिकाएका छन् । पहिले ब्रोडकास्ट भइसकेका कार्यक्रममा नेताहरूले बोलेका कुरालाई पछ्याडिका सान्दर्भिक कार्यक्रममा प्रयोग गर्ने गरिन्छ । जस्तो कि, गिरिजाप्रसाद कोइरालाले तराईबारे बोलेका कुरालाई ल्याएर पछि तराईसम्बन्धी कार्यक्रममा प्रयोग गरियो र तराईवादी नेता महन्थ ठाकुरबाट प्रतिक्रिया लिने प्रयत्न भयो । एक पटक बोलाइएका नेतालाई पुनः बोलाउँदा पनि उनीहरूले विगतमा बोलेका कुराको क्लिपिङ निकालेर त्यसमाथि प्रतिक्रिया माग्ने फलोअपको अर्को तरिका हो । नेताहरूलाई दोस्रोपटक बोलाउने र पहिले बोलेका आवाज सुनाएर त्यसमाथि पुनः प्रतिक्रिया मागेर फलोअप गर्ने भन्ने व्यावहारिक ज्ञान सिक्ने क्रम जारी छ ।

कान्तिपुरमा काम गरिरहँदा फलोअप गर्नुपर्छ भन्ने थाहा भए पनि विरलै फलोअप गरिन्थ्यो । कुनै समाचार तयार पार्ने क्रममा विषयवस्तुमाथि ध्यान पुऱ्याउने संयन्त्र हुँदो हो त बीबीसीमा भैँ फलोअपलाई नियमित प्रक्रिया बनाउन सम्भव हुन्थ्यो । फलोअप गर्नु भनेको कुनै विषयमा पहिले र पछिल्लो पटकको स्थिति दाँजु मात्र होइन । एउटा समाचारमा सम्बन्धित व्यक्ति खास गरी नीतिनिर्माणकर्ताको भनाइ अनिवार्य खोजेर ल्याई फलोअप गरिरहँदा उनीहरूलाई उक्त विषयमा ध्यान दिन घच्चच्याइरहन्छ, जसले समाचारको प्रभावकारिता बढाउँछ ।

नेपाली विषयवस्तुमाथि विदेशी दृष्टिकोण भने कहिलेकाहीं समस्यामूलक बन्दो रहेछ । शिक्षित समाज र सुविधासम्पन्न मुलुकमा बसेर भण्डै दुई दशक पत्रकारिता गरेका बीचले विभिन्न विषयमा तीखो सम्पादकीय दृष्टिकोण प्रस्तुत गर्न सक्छन् । तर नेपाली परिवेशका कतिपय विषयलाई हेर्ने दृष्टिकोण भने अलि कमजोर हुन्छ जस्तो लाग्छ । स्वास्थ्यसम्बन्धी एउटा साभ्ना सवाल कार्यक्रममा अछामका एचआइभी/एड्स सङ्क्रमितहरूले आफ्ना समस्यालाई तत्कालीन स्वास्थ्यमन्त्री गिरिराजमणि पोखरेल समक्ष टेलिफोनमार्फत राखेका थिए । पीडितहरूले त्यसरी मन्त्रीसमक्ष कुराकानी राख्नु असाध्यै महत्त्वपूर्ण रहेको उनको दृष्टिकोण थियो । हामी स्थानीय पत्रकारका लागि भने त्यस्ता अन्तर्क्रिया नयाँ नभएको जस्तो लाग्यो ।

त्यस्तै एउटा प्रसङ्ग छ, डा. बाबुराम भट्टराईसँग संविधान सभा निर्वाचनपछि गरिएको *साभा सवाल* कार्यक्रमको । वीवीसी नेपाली सेवाका सुशील शर्माले आत्मनिर्णयको अधिकारबारे प्रश्न सोधेका थिए माओवादी नेता भट्टराईलाई । काश्मीर जस्तै तिब्बतीहरूले पनि आत्मनिर्णयको अधिकार पाउनुपर्ने कुरालाई आफूले समर्थन गर्ने भट्टराईले बताएका थिए । सरकारको नेतृत्व गर्न माओवादी तयार भइरहेका बखत सोधिएको उक्त प्रश्नले भविष्यमा नेपाल या माओवादी स्वयंले अहिलेसम्म नेपालले लिंदै आएको 'एक चीन नीति' लाई निरन्तरता दिने सम्भावना विपरीतको परिस्थितिलाई औँल्याएको थियो । वीचका लागि त्यो प्रश्न त्यति महत्त्वपूर्ण लागेको थिएन, जबकि हाम्रा लागि त्यसले विशेष महत्त्व राख्छ भन्ने कम्तीमा ठ ठाउँ । सुरुमा वीचले उक्त प्रसङ्ग हटाउने कुरा गरे तर निकै छलफलपछि सम्पूर्ण प्रश्नोत्तर जस्ताको तस्तै प्रसारित भयो । यस्ता घटनाले सम्पादक र उनी मातहतका पत्रकारबीच भइरहने छलफलको आवश्यकता र महत्त्व दर्शाउँछ । छलफलको संस्कृति हुने हो भने सम्पादकले अनावश्यक ठानेका विषयलाई महत्त्वपूर्ण किन हो भनेर आश्वस्त पार्ने मौका रिपोर्टरले पाउँछ ।

मौलिक पत्रकारितातर्फ

सीटीमा पढ्दा गुरुआमा एड्रियन ब्लु भन्थिन, "कुनै रिपोर्टरले सम्पादकसँग पीच गरेर काम अगाडि बढाएपछि त्यसलाई नछाप्ने या नबजाउने भन्ने कुरै हुँदैन । रिपोर्टरले तयार पारेको विषय कमजोर छ भने त्यसलाई बलियो बनाउने उपाय खोज्ने संयन्त्र हुनुपर्छ सञ्चारमाध्यममा । सम्पादकबाट स्वीकृत भइसकेको रिपोर्ट नछाप्ने हो भने त्यसले दुई ओटा बेफाइदा गर्छ । पहिलो, रिपोर्टरको विश्वसनीयतामा ठूलो असर पर्छ । विभिन्न विशेषज्ञसँग कुराकानी गरेर समाचार लेख्न नसक्ने हो भने त्यस्तो रिपोर्टरले आफ्ना स्रोतहरूको विश्वास गुमाउँदै जान्छ । सँगसँगै सम्बन्धित समाचार संस्थाको विश्वसनीयतामाथि धक्का लाग्छ ।" कुनै मिडियासंस्था सम्बद्ध रिपोर्टर स्रोतकहाँ व्यक्तिगतभन्दा बढी संस्थागत हैसियतमा गएको हुन्छ । त्यसैले प्रक्रिया पुऱ्याएर तयार गरिएको समाचार नछापिँदा अन्ततः समाचार संस्थालाई नै नकारात्मक असर पर्छ ।

बलियो न्यूजरूम संस्कृतिको प्रत्यक्ष प्रभाव रिपोर्टरले तयार पार्ने विषयवस्तु बलियो बनाउन अत्यावश्यक हुन्छ । मैले देखेको *कान्तिपुर*को जस्तो ठूलो न्यूजरूम होस् या *साभा सवाल* चलाउने सानो टीम, न्यूजरूममा रिपोर्टरका उत्पादनलाई बलियो बनाउने प्रयास हुन्छ कि हुँदैन, महत्त्वपूर्ण हुन्छ । टीम सानो

भएकैले साभा सवालमा एक जना सम्पादकबाटै रिपोर्टरका कामलाई राम्रो बनाउन सम्भव भएको छ । कान्तिपुर जस्तो ठूलो मिडिया संस्थामा सबै रिपोर्टरको विषयवस्तु बलियो बनाउन एक जना सम्पादकको प्रयास मात्र निश्चित रूपमा सम्भव हुँदैन । कम्तीमा सम्पादकको नेतृत्वमा अनुभवी र वरिष्ठ संवाददाताहरूको एउटा समूह बनाउन सकिन्छ जसको दैनिक जिम्मेदारीमा विषयवस्तु बलियो बनाउनु पनि एक होस् । अहिले त्यसै चलिरहेका न्यूजरुममा विषयवस्तु बलियो बनाउन असाइनमेन्ट एडिटर र उसको अन्तर्गत एउटा समूहयुक्त संयन्त्र हुन सके त्यसले पत्रकारितालाई स्वाभाविक रूपमा बलियो बनाउनेछ । सम्पादकले त्यस्तो योजना बनाउने र नेतृत्व लिने हो भने मिडिया संस्थाका व्यवस्थापन पक्षबाट त्यसमा कुनै व्यवधान आउँछ जस्तो लाग्दैन ।

मौलिक पत्रकारिता भनेको कसले के भने भन्ने 'कोट' गर्ने समाचार लेख्नु होइन; अनुसन्धान गरेर, प्रमाण जुटाएर, अनुसन्धान र प्रमाणलाई पुष्टि गर्ने स्रोतव्यक्तिको प्रत्यक्ष कोट राखेर तयार पारिने विश्वासिलो समाचार लेख्नु हो । मौलिक पत्रकारिता नेपालमा हुर्कनको लागि न्यूजरुम संस्कृति बलियो हुनुपर्छ । बलियो न्यूजरुम संस्कृतिका लागि चुस्त रिपोर्टर, अनुभवी र नेतृत्व गर्न सक्षम सम्पादक तथा समाचार प्रशोधनको निश्चित प्रक्रिया आवश्यक छ । त्यस्तो संस्कृति बलियो बन्दै जाँदा मात्र नेपालमा मौलिक पत्रकारिताको युग सुरु हुनेछ ।

सन्दर्भ सामग्री

- पराजुली, रमा । २०५९ । नारायणहिटी हत्याकाण्ड: 'ब्रोडशिट' को कभरेज । *मिडियाको अन्तर्वस्तु: विविध विश्लेषण* । प्रत्यूष वन्त, रमेश पराजुली र रमा पराजुली, सं., पृ. ४९-७१ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- पराजुली, रमा । २०६३ । निजीकरणमा खिचलो । *नेपाल* ७(२०): ३२-३३ ।

Parajuli, Rama. 2006. How the Nepali Print Media Overcame Censorship of the Royal Regime. MA diss., Journalism, City University.