*मिडिया अध्ययन*को आठ वर्षको स्वमूल्यांकन

देवराज हुमागाईं

पृष्ठभूमि

मिडिया-समाज सम्बन्ध र समाजमा मिडियाको प्रभाव केलाउन यसबारे प्राज्ञिक अध्ययन-अनुसन्धान आवश्यक हुन्छ। त्यस्ता अनुसन्धानबाट प्राप्त नतिजालाई सार्वजनिक गरी निरन्तर प्राज्ञिक बहस चलाउने उपयुक्त थलो प्राज्ञिक जर्नल नै हो। राज्य वा समाजका विभिन्न अंग वा क्षेत्रको कामबारे जानकारी दिने तथा कमी-कमजोरी औंल्याउँदै आलोचना र टीकाटिप्पणी गर्ने नेपाली मिडियाका विभिन्न पाटाबारे पनि बहस-छलफल/अध्ययन-अनुसन्धान गरिनुपर्छ भनेर २०६३ साल (सन् २००६) मा *मिडिया अध्ययन* जर्नल सुरु गरिएको हो। नेपाली मिडिया सम्बन्धित क्षेत्र जस्तैः छापा, रेडियो, टेलिभिजन, चलचित्र, अनलाइन, विज्ञापन, फोटोग्राफी, कार्टुन, रङ्गमञ्च, प्रकाशन उद्योग, पुस्तकालय, सूचना प्रविधि, मुद्रणबारे अनुसन्धानमूलक लेख, टिप्पणी, संस्मरण, पुस्तक समीक्षा, अन्तर्वार्ता, प्रतिवेदन, सन्दर्भसामग्री आदिले यसमा स्थान पाउँछन्।

यो समीक्षा *मिडिया अध्ययन* सम्पादन र प्रकाशनको आठ वर्षे अनुभव एवं सिकाइमा आधारित छ। पाँचौं अंकसम्मको समीक्षा गरी त्यसलाई सम्पादकीयको रूपमा मिडिया अध्ययनको छैटौं अंकमा प्रकाशन गरिएको थियो। यहाँ त्यसैलाई आठ अंकसम्म समेटेर अद्यावधिक गरिएको हो। तसर्थ, यो लेख आफैंलाई फर्केर हेर्ने प्रयास हो।[१] सम्पादन तथा प्रकाशनको क्रममा गरिएका अनुभवका साथै जर्नलमा प्रकाशित केही सामग्रीको सङ्क्षिप्त विश्लेषण पनि यस लेखमा समेटिएको छ। *मिडिया अध्ययन*मै केन्द्रित भए पनि यसले समाज विज्ञानसँग सम्बन्धित नेपाली जर्नलहरूको आन्तरिक प्रक्रिया र अन्य कथाव्यथाको पनि केही मात्रामा प्रतिनिधित्व गर्दछ भन्न सकिन्छ।[२]

सुरुआती तयारी

मार्टिन चौतारीले २०५५ सालमा अनुसन्धानका क्षेत्रमा हात हालेदेखि नै मिडिया अनुसन्धानले प्राथमिकता पाउँदै आएको हो। मिडिया अनुसन्धानले निरन्तरता पाएपछि बिस्तारै मिडिया अनुसन्धान समूहको निर्माण हुन पुग्यो। मिडियासम्बन्धी एक दर्जन पुस्तक (जसमा तीनओटा पुस्तक चौतारी बाहिरका व्यक्तिहरूद्वारा लिखित तर सम्पादकीय काममा चौतारी मिडिया समूहका सदस्य संलग्न) प्रकाशन गरिसकेपछि मिडियामै केन्द्रित गरेर नेपाली भाषाको एउटा जर्नल नै निकाल्न सकिन्छ भन्ने विश्वास जाग्यो। त्यति बेलासम्म अरू कसैले यस्तो प्रयास सुरु गरिनसकेकाले[३] अर्को एउटा नयाँ प्रयोग किन नगर्ने भन्नेमा मिडिया समूहका सदस्यहरूबीच एक मत भयो। मार्टिन चौतारी पुस्तकालय तथा मिडिया स्रोत सामग्री केन्द्रको स्थापना तथा मिडिया अनुसन्धानसम्बन्धी अन्य कामका साथै जर्नलको उत्पादन र प्रकाशनका लागि डानिडा हुगोले वि.सं. २०६२ को मध्यतिर दुई वर्षको लागि आर्थिक सहयोग दिने भयो।[४]

मार्टिन चौतारीमा त्यति बेला मिडिया अनुसन्धान समूहमा रहेका पाँचै जना (प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी) जर्नलको सम्पादक बने। जर्नलमा छापिने सामग्रीको मापदण्डबारे प्रस्ट सम्पादकीय नीति तयार पारियो। लेखकलाई अनुरोध शीर्षकमा हरेक अङ्कमा यो सम्पादकीय नीति छाप्ने गरिएको छ। लेख रचनाको आह्वान गर्दै विभिन्न सार्वजनिक स्थलहरूमा सूचना

---

[१] *मिडिया अध्ययन*को आठ अंकसम्मका सामग्री अध्ययन गरी गरिएको बाह्य समीक्षा (पाठक २०७१) यसै जर्नलको नवौं अंकमा छ।

[२] *मिडिया अध्ययन* बजारमा आउनु केही महिना अगाडि (वि.सं. २०६२) नेपालमा मिडियासम्बन्धी जर्नल प्रकाशन गर्ने जमर्को भएको थियो। सुरेश आचार्य, शुभशङ्कर कँडेल, नरेन्द्र पाण्डे र शारदा शर्मा सम्पादक मण्डल रहेको *मिडिया मनिटर* नामक उक्त जर्नलमा नेपाली र अङ्ग्रेजी भाषाका सामग्री प्रकाशित छन्। यो जर्नल मिडिया मनिटर नेपाल नामक संस्थाद्वारा प्रकाशित थियो। तर यो जर्नल पहिलो अंकभन्दा अघि बढेन। मिडियाकै बारेमा अलि लामा टिप्पणी तथा कार्यरत पत्रकारका अनुभवलाई समेट्ने गरी केही फरक ढाँचामा विगतमा नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटबाट *खबर* निस्कन्थ्यो भने नेपाल पत्रकार महासङ्घबाट *पत्रकारिता* तथा प्रेस काउन्सिल नेपालबाट *संहिता* निस्किरहेका छन्।

[३] प्रकाशनका हिसावले *मिडिया अध्ययन*भन्दा *मिडिया मनिटर* पहिला भए पनि *मिडिया अध्ययन* प्रकाशन गर्नेबारे चौतारीमा छलफल हुँदा उक्त जर्नल बजारमा आइसकेको थिएन। न यो प्रकाशन हुँदैछ भन्नेबारे कतैबाट जानकारी पाइएको थियो।

[४] मार्टिन चौतारीको मिडिया अनुसन्धान तथा जर्नल प्रकाशनका लागि डानिडा हुगोको सहयोग सन् २०१३ को अन्तसम्म निरन्तर थियो।

टाँसियो। चौतारीको वेबसाइटमा पनि सो सूचना राखियो भने मिडिया छलफल शृङ्खला र चौतारीमा हुने मिडियासम्बन्धी हरेक सार्वजनिक जमघटमा लेख रचना आह्वान गरियो। साथै, नेपाली मिडियाको क्षेत्रमा काम गरिरहेका तथा यसप्रति चासो राख्ने विज्ञ र अनुसन्धातालाई व्यक्तिगत रूपमा सम्पर्क गरी पर्याप्त समयसीमा दिएर लेख लेख्न आग्रह गरियो।

लेखको प्राप्ति

हामीले मिडिया अनुसन्धानको काम गर्ने क्रममा कतिपय व्यक्ति मलाई यो विषयमा लेख्न मन छ, वा यो विषयमा अनुसन्धान गर्दैछु, प्रकाशन गरिदिनुभए हुन्थ्यो भन्ने आग्रह गरिरहन्थे। पुस्तक खास विषयमा सीमित हुने हुनाले त्यस्ता सामग्रीलाई हामी ठाउँ दिन सक्दैनथ्यौँ। यस्तो अवस्थामा हाम्रा वरिपरि भइरहेका विभिन्न विषयका शोधपत्र, अध्ययन, अनुसन्धानलाई जर्नलमा ठाउँ दिन सम्भव हुन्छ भन्ने लागेको थियो। तर, आठौँ अङ्क प्रकाशित भइसक्दा पनि हाम्रो सार्वजनिक आह्वानका आधारमा आफैँ नै अघि सरेर म यस विषयमा लेख्छु भन्नेहरू उल्लेख्य सङ्ख्यामा भेटिएनन्। यद्यपि जर्नलमा लेख प्रकाशन हुँदा उच्च अध्ययन (एमफिल वा पीएचडी) मा भर्नाका लागि सहयोग पुग्ने तथा विश्वविद्यालयमा बढुवा हुन सहज हुने र प्रकाशन भएमा पारिश्रमिकसमेत पाइने आदि कारणले जर्नलमा लेख्ने रुचि बिस्तारै बढिरहेको छ। त्यस्ता व्यक्तिले भेटेर लेख्ने चाहना व्यक्त गरे पनि धेरै व्यक्तिबाट लेख प्राप्त गर्न सकिएको छैन। कतिपयबाट प्राप्त भएका लेख एकदुई चरणको परिमार्जनपश्चात् पनि प्रकाशनयोग्य स्तरमा पुगेनन्।

आठ अङ्कसम्म प्रकाशित लेख र अन्य सामग्रीको तथ्याङ्कलाई विचार गर्ने हो भने सम्पादकीय समूहका सदस्यको अनुरोधबिना आफैँ अग्रसर भएर लेखिएका सामग्रीको सङ्ख्या हरेक अङ्कमा दुईओटा जति मात्र छ। आठौँ अङ्कसम्म आइपुग्दा हरेक अङ्कमा अनुसन्धानमूलक लेख तथा अन्य गरी औसतमा १९ ओटा सामग्री छापिएका छन्। अर्थात् सम्पादकहरूको अनुरोधबिना नै प्राप्त सामग्रीमा भर पर्ने हो भने जर्नलको १० प्रतिशत स्थान पनि त्यसले भरिँदैन। यस्तो अवस्थामा सम्पादक मण्डलका सदस्यहरूले विभिन्न विषयमा लेख्न सक्ने व्यक्तिको सूची तयार पार्ने र लेखकहरूलाई लेख बुझाउने समयसीमा सम्झाउँदै बेलाबेलामा झक्झक्याइरहनु नै एक मात्र उपाय देखिएको छ। यद्यपि वेबसाइट तथा मार्टिन चौतारीले आयोजना गर्ने मिडियासम्बन्धी सार्वजनिक कार्यक्रममा खुला सूचनामार्फत पनि लेख रचना बुझाउन अनुरोध गर्ने गरिएको छ। हामी सम्बन्धित विषयमा अनुसन्धान गरिसकेका वा गरिरहेका, अनुभव हासिल गरेका वा विभिन्न सार्वजनिक कार्यक्रममा विचार प्रवाह गरिरहेकालाई जर्नलमा लेख्नका लागि अनुरोध गर्ने गर्दछौँ। अन्तर्वार्ता लिनुपर्ने भएमा पनि यही प्रक्रिया अपनाउँछौँ। अनुरोध गरिएका कतिपय व्यक्ति लेख लेख्न तयार भए पनि केहीले असमर्थता जनाउनु स्वाभाविकै हो। हामीले लेखकलाई कम्तीमा पनि तीन महिना वा साधारणतया छ महिनाको समयसीमा दिने गरेका छौँ। पर्याप्त समयसीमाका कारण सुरुमै म असमर्थ छु भन्ने एकदम थोरै भए पनि समयसीमासम्म पुग्दा अनुरोध गरिएकामध्ये एक-दुई जनाबाट मात्र लेख प्राप्त हुन्छ। दिएको समयसीमालाई बढाउँदै अन्तिमसम्म पुग्दा असमर्थता जनाउने व्यक्तिको सङ्ख्या पनि धेरै भइसक्छ। यस्तो अनुभव सँगालिसकेकाले हामी आवश्यक पर्नेभन्दा झण्डै दोब्बर संख्यामा सम्भावित लेखकको सूची बनाएर लेख्नका लागि अनुरोध गर्छौं। मिडियासम्बन्धी अनुसन्धान गर्ने व्यक्ति उसै पनि सीमित सङ्ख्यामा देखिएको अवस्थामा हामीले हरेक अङ्कमा सम्भावित लेखक (खास गरी अनुसन्धानात्मक लेख लेख्ने व्यक्ति) को सूची बनाउँदा नयाँ व्यक्ति खोज्ने चुनौती ठूलै हुन्छ। त्यसैले सूची बनाउँदा नै अघिल्ला अङ्कहरूमा लेखिसकेका व्यक्तिहरू नै दोहोरिने गर्दछन्। अनुरोध गरिएका केही नयाँ व्यक्तिले पनि समयसीमाभित्र लेख नबुझाउँदा वा बुझाएर पनि परिमार्जनमार्फत प्रकाशनयोग्य बनाउन नसक्दा समेट्न सकिएको छैन।

नयाँ पुस्तालाई मिडियासम्बन्धी अनुसन्धानमा प्रोत्साहन दिने प्रयासस्वरूप मार्टिन चौतारीले मिडिया अनुसन्धानका लागि वि.सं. २०६९ सम्म फेलोसिप (अनुसन्धान वृत्ति) उपलब्ध गराउँथ्यो।[५] यस्तो फेलोसिपअन्तर्गत गरिएका कामलाई जर्नलमा प्रकाशन गर्ने प्रयास पहिलो अङ्कदेखि नै गरिएको थियो।[६] तर, यस्तो प्रयासको प्रतिफल त्यति सन्तोषजनक हुन सकेन। मार्टिन चौतारीले २०६३ देखि २०६९ सालसम्म छओटा समूह गरी ३२ जनालाई फेलोसिप प्रदान गरेको छ। ती ३२ जनामध्ये जम्मा १० जनाको लेख मात्र

---

[५] चौतारी मिडिया अनुसन्धान फेलोसिपबारे केही विवरणसहितको आन्तरिक समीक्षा प्रतिवेदनको लागि हेर्नुहोस् :
http://www.martinchautari.org.np/files/MediaResearchFellowshipEvaluationReport2013.pdf

[६] फेलोसिप प्रदान गर्ने आधार चाहिँ इच्छुक व्यक्तिबाट प्रस्ताव आह्वान गर्ने र त्यसबाट उत्कृष्ट छनोट गर्ने हो।

हामीले *मिडिया अध्ययन*मा छाप्न सकेका छौँ । अर्का एक जनाको लेख (थापा २०७१) नवौँ अंकमा प्रकाशित छ । फेलोसिप पाएकामध्ये केहीले पहिलो मस्यौदा नै बुझाएनन् भने अरूले एक दुई चरणको मस्यौदा बुझाए पनि प्रकाशनयोग्य ठहरिएनन् । बाध्यात्मक प्रावधानका कारण लेखको पहिलो मस्यौदा प्राप्त भए पनि अन्तिम रूप दिनका लागि आवश्यक परिमार्जन गर्ने तत्परता नदेखाउँदा ती मस्यौदा त्यत्तिकै थन्किन पुगे ।

सम्पादन प्रक्रिया

प्राप्त पाण्डुलिपिलाई सम्पादकीय समूहका सदस्यहरूले अध्ययन गर्ने र आवश्यकताअनुसार समूह बाहिरका सम्बन्धित विषयका ज्ञाता, मार्टिन चौतारीकै अन्य अनुसन्धानकर्ता वा स्वतन्त्र व्यक्तिबाट समीक्षा (पियर रिभ्यु) गराएका छौँ ।[७] प्राप्त मस्यौदामा भन्न खोजिएको विषय अस्पष्ट भए संरचनागत रूपले प्रस्ट बनाइदिने वा बनाउन लगाउने, अनुसन्धान नपुगेको अवस्थामा थप अनुसन्धान गर्न लगाउने, तथ्यमा गल्ती भेटिए औँल्याइदिने र एकरूपता कायम गर्नका लागि ध्यानाकर्षण गराउने जस्ता काम गरिन्छ । यस्तै, मस्यौदामा अनावश्यक र दोहोरिएका सन्दर्भ हटाइन्छ, सम्बन्धित विषयबारे अन्य कसैले कुनै कुरा लेखिसकेको भए त्यस्ता सामग्री पढ्न आग्रह गर्दै तिनको निचोड वा निष्कर्षतर्फ ध्यानाकर्षण गराइन्छ र ती सामग्रीलाई आफ्नो लेखसँग जोड्न आग्रह गरिन्छ । साथै, उल्लिखित तथ्यको स्रोत वा आधार खोल्न लगाउने, उल्लिखित सन्दर्भसामग्रीको पर्याप्त सूचनासहितको सूची बनाउन लगाउने काम सम्पादनका विभिन्न चरणमा प्रमुख रूपले गराइन्छ । यी सबै प्रक्रिया पूरा गरिसकेपछि अन्तिममा कपी एडिटिङ (विशेष गरी भाषा सम्पादन) र प्रुफ हेरेर प्रेसमा पठाइन्छ ।

नेपालमा मिडियासम्बन्धी प्राज्ञिक अनुसन्धानको अभ्यास भर्खरै मात्र सुरु भएकाले प्रकाशनयोग्य स्तरीय सामग्री पर्याप्त मात्रामा पाउन सहज छैन । कतिपय सन्दर्भमा कमजोर सामग्रीलाई पनि धेरै चरणको सल्लाह र सुझाव दिँदै लेखन र पुनर्लेखन गराएर प्रकाशन गर्ने गरिएको छ । चालु अङ्कमा प्रकाशन गर्न नभ्याए पनि लेखक तयार भएको खण्डमा अर्को अङ्कसम्म पनि थप समय उपलब्ध गराएर परिमार्जन गराउँदै प्रकाशन गर्ने गरेका छौँ । आठौँ अङ्कसम्म आइपुग्दा *मिडिया अध्ययन*का लागि प्राप्त भए पनि प्रकाशनयोग्य नभएर अस्वीकृत गरिएका मस्यौदाको सङ्ख्या झन्डै चार दर्जन जति छन् । यसरी प्राप्तमध्ये धेरैजसो पहिलो मस्यौदामाथि दिइएका सुझावका आधारमा परिमार्जन गर्न लेखकहरूले त्यसका लागि आफूसँग समय नभएको भन्दै असमर्थता जनाएका कारण प्रकाशन हुन सकेका छैनन् । केही भने दुई वा तीन पटकसम्म परिमार्जन गर्न दिँदा पनि प्रकाशनयोग्य नभएर अस्वीकृत गरिएका छन् । केही लेख भने मिडियासँग प्रत्यक्ष नजोडिएका विषयवस्तुमाथि केन्द्रित भएकाले सुरुआतमै अस्वीकृत गरिएका छन् ।

आफूले दिएका मस्यौदामाथि परिमार्जनका लागि सुझाव दिँदा केही लेखकले चित्त दुखाएका वा रिसाएका अनुभव पनि हामीले सँगालेका छौँ । केही लेखक सम्पादकबाट सुझाव पाउँदा वा परिमार्जन गर्नुपर्दा सुरुमा झिँजो माने पनि गर्दै जाँदा खुसी भएर परिमार्जनका लागि उत्साहित भएको पाइएको छ । प्रायः लेखकले सम्पादकका सुझावलाई सहृदय ग्रहण गर्दै आवश्यकताअनुसार पटकपटक पुनर्लेखन र परिमार्जन गरी प्रकाशनयोग्य बनाउन तयार भएको पाइएको छ ।

छापिएका सामग्रीको विश्लेषण

*मिडिया अध्ययन*मा अनुसन्धानमूलक लेखका अतिरिक्त टिप्पणी, संस्मरण, पुस्तक समीक्षा, अन्तर्वार्ता, प्रतिवेदन, अभिलेख, सन्दर्भसामग्री आदिलाई स्थान दिइएको छ ।[८] आठौँ अङ्कसम्म छापिएका सामग्रीलाई तिनको प्रकृतिका आधारमा वर्गीकरण गरेर हेर्दा निम्न तथ्याङ्क प्राप्त हुन्छ :

[७] जर्नल प्रकाशनको अभ्यासमा यसरी सम्पादकीय समूह बाहिरका स्वतन्त्र व्यक्तिलाई लेख पढ्न दिने र त्यसको प्राज्ञिक गुणस्तर मूल्यांकन गरी लेख परिमार्जनका लागि तिनको सुझाव लिने प्रक्रियालाई पियर रिभ्यु (समकक्षी समीक्षा) भनिन्छ । मार्टिन चौतारीको सम्पादकीय अनुभवबारे केही थप जानकारीका लागि हुमागाईं, भट्ट र अधिकारी (२०६४) हेर्नुहोस् ।

[८] *मिडिया अध्ययन*का सम्पूर्ण अंकमा छापिएका विभिन्न सामग्रीहरूको लेखक सूची मार्टिन चौतारीको वेबसाइटमा राखिएको छ, हेर्नुहोस् http://www.martinchautari.org.np/2012-08-27-08-45-41/journals/12-publications/journals/51-author-index-to-media-adhyayan.html

तालिका १ : *मिडिया अध्ययन*का आठौं अङ्कसम्म
छापिएका सामग्रीको प्रकार र सङ्ख्या

अङ्क	१	२	३	४	५	६	७	८	जम्मा
सामग्रीको प्रकार									
सम्पादकीय	१	१	१	१	१	१	१	१	८
लेख	७	६	८	८	९	८	९	६	६१
टिप्पणी	७	४	७	४	३	३	२	१	३१
संस्मरण	३	३	१	२	२	२	३	२	१८
अन्तर्वार्ता	१	०	२	०	०	०	०	०	३
प्रतिवेदन	१	०	०	०	०	०	०	०	१
पुस्तक समीक्षा	३	३	४	३	३	४	४	२	२६
सन्दर्भसामग्री	०	१	०	०	१	०	०	०	२
अभिलेख	०	०	०	१	०	०	०	०	१
जम्मा	**२३**	**१८**	**२३**	**१९**	**१९**	**१८**	**१९**	**१२**	**१५१**

आठौं अंकसम्मको आँकडाअनुसार जर्नलमा प्रकाशित कुल सामग्रीमध्ये ४० प्रतिशतभन्दा बढी अनुसन्धानात्मक लेख छापिएका छन् (हेर्नुहोस् तालिका १)। यी लेखले ओगटेको पृष्ठसङ्ख्या हेर्ने हो भने कम्तीमा आधादेखि दुई तिहाईसम्म स्थान पाएको देखिन्छ। आठौं अङ्क (२९० पेज) बाहेक जर्नलका हरेक अङ्क औसतमा ३५० पेजका छन्।

छापिएका सामग्रीलाई विभिन्न विधा वा माध्यमका आधारमा केलाउँदा छापा, सञ्चार संस्था, रेडियो, टेलिभिजन, चलचित्र, पुस्तक प्रकाशन, विज्ञापन, रङ्गमञ्च, पुस्तकालय, सूचना प्रविधि, छापाखाना र कार्टुनसम्बन्धी लेख तथा अन्य सामग्रीले स्थान पाएको देखिन्छ। यीमध्ये विधागत रूपमा छापा, मिडिया संस्था तथा रेडियोले उल्लेख्य स्थान पाएका छन् भने अन्य माध्यमबारे थोरै सामग्री प्रकाशित छन् (हेर्नुहोस् तालिका २)। जर्नलमा समेट्ने योजना बनाइए पनि फोटो पत्रकारिता/फोटोग्राफीसम्बन्धी कुनै पनि सामग्री समेट्न सकिएको छैन। कार्टुनसम्बन्धी पुस्तकको एउटा समीक्षाबाहेक कार्टुनबारे अरू सामग्री प्रकाशित छैन। हामीले यी क्षेत्रमा लागेका व्यक्तिहरूलाई पनि लेखका लागि अनुरोध नगरेका होइनौं, तर हालसम्म प्राप्त गर्न सकिएको छैन।

तालिका २ : विधागत आधारमा प्रकाशित सामग्रीको सङ्ख्या[९]

अङ्क	१	२	३	४	५	६	७	८	जम्मा
समेटिएको विधा									
छापा	४	५	४	३	४	७	९	६	४२
सञ्चार संस्था	६	-	४	३	३	१	१	-	१८
रेडियो	१	२	४	१	३	१	२	२	१६
टेलिभिजन	१	१	२	-	१	-	१	-	६
चलचित्र	-	२	-	१	२	१	-	-	६
पुस्तक प्रकाशन	१	-	-	१	१	-	-	१	४
विज्ञापन	२	-	-	-	-	-	-	-	२
रङ्गमञ्च	-	-	१	-	-	-	-	-	१
पुस्तकालय	-	-	-	१	-	-	-	-	१
सूचना प्रविधि	-	-	-	-	१	१	-	-	२
छापाखाना	१	-	-	-	-	-	-	-	१
कार्टुन	१	-	-	-	-	-	१	-	२
अन्य (प्रस्ट विधा	५	७	९	९	५	६	४	२	४७

[९] यस तालिकामा सम्पादकीयबाहेक लेख र अरू सबै प्रकारका सामग्रीलाई गणना गरिएको छ। दुईओटा वर्गीकरणअन्तर्गत पर्न सक्ने सामग्रीलाई दुवैतिर राखिएको छ। जस्तो, नेपाली छापामा कला (रङ्गमञ्च) को स्थान भनिएकोमा छापा र रङ्गमञ्च दुवैतिर पारिएको छ।

नखुल्ने सामान्य मिडिया)	
जम्मा	१४८

विभिन्न विधामध्ये सबभन्दा धेरै सामग्री 'अन्य'अन्तर्गत परेका छन् । समग्र मिडियालाई नै समेट्ने र यही विधाअन्तर्गत पर्छ भन्न नसकिने सामग्रीलाई 'अन्य'अन्तर्गत राखिएको हो । प्रेस स्वतन्त्रता, सूचनाको हक, ग्रामीण पत्रकारिता, विकास पत्रकारिता, श्रमजीवी पत्रकार, मिडियाको भाषा, क्षेत्रीय पत्रकारिता, सञ्चार सेन्सरसिप आदि जस्ता शीर्षक 'अन्य'अन्तर्गत राखिएको छ ।

प्रकाशित सामग्रीलाई अझै मसिनो गरी केलाउने हो भने नेपाली मिडियाको इतिहास तथा मिडियाको उत्पादन र अन्तर्वस्तु विश्लेषण गरिएका सामग्रीले उल्लेख्य ठाउँ पाएका छन् । तर, मिडियाको उपभोग र यसको सामाजिक प्रभावबारे थोरै मात्र सामग्री छापिएका छन् । यी क्षेत्रमा अनुसन्धानकर्ताहरूको कमै चासो देखिन्छ । मिडियाको इतिहास केलाउन, यसका उत्पादनको विश्लेषण गर्न समय, विधि र स्रोतका हिसाबले जति सहज छ, मिडियाको उपभोग र प्रभाव पक्षबारे अनुसन्धान गर्न त्यति सहज नभएर पनि यसो भएको हुनसक्छ । त्यस्तै, काठमाडौँ उपत्यकाबाहिरका मिडियाबारे लेखिएका लेखको संख्या पनि तुलनात्मक रूपमा कम छ । काठमाडौँबाहिरका धेरै व्यक्तिलाई हरेक अङ्क निस्कनुअघि व्यक्तिगत रूपमै अनुरोध गर्दा पनि लेख प्राप्त गर्न सकिएको छैन । व्यक्तिगत भेटघाटका क्रममा लेख लेख्न आफैँले चासो देखाई प्रतिबद्धता जनाउने व्यक्ति पनि पछि सम्पर्कमै नआएका कयौँ उदाहरण छन् । केही लेख प्राप्त भएर प्रकाशनयोग्य नभएका कारण त्यतिकै थन्किएका पनि छन् ।

मिडियाभित्रका विभिन्न मुद्दाका आधारमा प्रकाशित सामग्री केलाउनुपर्दा मिडियामा भएका हस्तक्षेप, सेन्सरसिप र प्रेस स्वतन्त्रताका सन्दर्भ, मिडियामा अल्पसङ्ख्यक तथा उपेक्षित समूहको आवाज र समावेशीकरणका सवाल, श्रमजीवी पत्रकार र मिडिया मजदुरका मुद्दा प्रमुख रूपले उठाइएका छन् । राजनीतिक आन्दोलन तथा शान्ति प्रक्रियामा मिडियाको भूमिका, विकास र ग्रामीण पत्रकारिता, मिडियाको भाषागत पक्ष, सूचनाको हक, चलचित्रको इतिहास, मिडियासम्बन्धी सङ्घ-संस्थाको इतिहास र विकास, मिडिया क्षेत्रमा देखिएका विकृति र विसङ्गति, मिडिया शिक्षण र प्रशिक्षण जस्ता विषयवस्तु पनि जर्नलमा प्राथमिकताका साथ समेटिएका छन् । मिडिया क्षेत्रका जल्दाबल्दा कतिपय विषय अझै पनि समेट्न सकिएको छैन । कम समेटिएका वा नसमेटिएका विषय र विधालाई आउँदा अङ्कमा समेट्ने कोसिस गरिनेछ ।

जर्नलमा प्रकाशित सामग्रीका लेखकलाई लैङ्गिक दृष्टिबाट केलाउँदा महिला लेखकलाई धेरै मात्रामा समेट्न सकिएको छैन । समेट्ने प्रयास नभएको भने होइन । धेरै महिलालाई अनुरोध गर्दा पनि केहीबाहेक अन्यबाट लेख प्राप्त गर्न सकिएको छैन । आठौँ अङ्कसम्ममा जम्मा १७ जना महिला समेटिएका छन् । यीमध्ये एकजनाको अन्तर्वार्ता छापिएको छ भने अन्य १६ जनाको लेख, टिप्पणी, संस्मरण तथा पुस्तक समीक्षा प्रकाशन भएका छन् । एकै जनाले लेखेका दुईओटा सामग्रीलाई गणना गर्दा महिला संलग्न भएका सामग्रीको कुल सङ्ख्या २१ हुन आउँछ । यो *मिडिया अध्ययन*मा छापिएका कुल १५१ ओटा सामग्रीको करिब १४ प्रतिशत मात्र हो । यस हिसाबले पुरुष लेखकको *मिडिया अध्ययन*मा बर्चस्व छ ।

समग्रमा भन्नुपर्दा विविधतामूलक स्तरीय लेख रचना निरन्तर रूपले कसरी प्राप्त गर्ने भन्ने एउटा चुनौती हाम्रा सामु जहिले पनि छ । नेपाली समाजमा मिडियाबारे अध्ययन अनुसन्धानको रुचि बढिरहेको पाइए पनि जर्नलको मापदण्डभित्र पर्ने स्तरीय लेख, सामग्री प्राप्त गर्न भने अझै कठिन छ । स्वस्फूर्त रूपमा लेख्नेभन्दा पनि विशेष आग्रहबाट र तोकिएको मितिभन्दा धेरै पछि मात्र मस्यौदा प्राप्त हुने गर्छ । स्तरीय सामग्री दिन सक्ने व्यक्तिहरूको कार्यव्यस्तताले गर्दा जर्नलका लागि लेख लेखाउन कठिन छ । साथै, पत्रपत्रिकामा एक हजारदेखि दुईहजार शब्दसम्मका छोटा लेख निकै राम्ररी लेख्ने व्यक्तिलाई जर्नलमा लेख लेख्न आग्रह गर्दा वा उनीहरू आफैँले लेख्ने इच्छा देखाएर सहभागी गराउँदा प्रकाशनयोग्य नभएर बीचमै छाडेको कतिपय उदाहरण पनि हामीसँग छन् । विषयगत ज्ञान हुँदाहुँदै पनि जर्नलमा लेख्ने विशिष्ट किसिमको शैली (उदाहरणका लागि सन्दर्भ स्रोतको उल्लेख, फुटनोटको प्रयोग आदि) मा अभ्यस्त नभएका कारण पनि बीचमै छोड्ने गरेको अनुभव हामीले गरेका छौँ ।

मार्टिन चौतारी पुस्तकालयमा रहेको सङ्कलनकै आधारमा मात्र भन्ने हो भने पनि नेपालमा स्नातकोत्तर तहमा मात्र वर्षेनि करिब तीन-चार दर्जनको हाराहारीमा नेपाली मिडियाका विविध पक्षबारे शोध हुन्छन् । तीमध्ये एक चौथाइ शोधलाई मात्र जर्नलको लेखका रूपमा परिमार्जन गरी प्रकाशन गर्ने हो भने एमए तहको शोध अनुसन्धानकै भरमा एउटा वार्षिक जर्नल सजिलै चल्नुपर्ने हो । तर, विश्वविद्यालयमा गरिएका शोधमा

आधारित भई जर्नलमा लेख लेख्ने अभ्यास मिडियाका सन्दर्भमा त्यति देख्न सकिएको छैन ।[10] शोधपत्र तयार पार्नका लागि बाध्यात्मक परिस्थितिका कारण वा राम्रो नम्बर पाउनका लागि पनि विश्वविद्यालयका विद्यार्थी तत्पर हुन्छन् वा बनाइन्छन् तर जर्नलका सम्पादकले यसरी तयार पारिएका राम्रा शोधपत्रलाई जर्नल लेखमा रूपान्तरण गर्न विद्यार्थीलाई आकर्षित गर्न किन सकिरहेका छैनन् – यसका लागि वातावरण बनाउने जिम्मा सम्पादकहरूको पनि हो भन्ने प्रत्यूष वन्तको धारणा छ (वन्त सन् २०१०)। अवश्य पनि यसमा सम्पादकहरूको भूमिका महत्वपूर्ण छ तर सबैभन्दा बढी जिम्मेवार चाहिँ शोधार्थी स्वयं हुन्। आफूले शैक्षिक उपाधि हासिल गर्ने क्रममा गरेका शोधलाई बाहिर ल्याउनका लागि उपलब्ध अवसरहरूको खोजी गर्ने तथा आवश्यक परिमार्जन गरी प्रकाशित गर्नेबारे शोधार्थी स्वयंको तत्परता सबभन्दा महत्वपूर्ण छ। यसका लागि शोधार्थी स्वयं तत्पर नहोउञ्जेल जर्नल प्रकाशन गर्ने संस्था वा सम्पादकको पहल मात्र पर्याप्त नहुँदो रहेछ। यो कुरा मार्टिन चौतारीले हरेक वर्ष शोधार्थी वा स्वतन्त्र अनुसन्धानकर्ताहरूलाई २५ देखि ५० हजार रुपैयाँसम्मको फेलोसिप समेत दिएर तथा समीक्षा र सुझावको सुविधासहित जर्नलको लेख लेखाउन कोसिस गर्दा पनि सन्तोषजनक उपलब्धि हासिल हुन नसकेकोबाट पनि पुष्टि हुन्छ। हुनत यसका पछाडि हाम्रो विश्वविद्यालयको वातावरण पनि केही हदसम्म जिम्मेवार छ । एमए तहसम्म पुगिसकेको एउटा विद्यार्थीलाई शोध लेखनबाहेक अनुसन्धान वा स्वतन्त्र लेखनका अन्य अवसर हाम्रो विश्वविद्यालयले उपलब्ध गराउँदैन । अर्थात्, वार्षिक परीक्षामा सोधिएका प्रश्नको उत्तर लेख्नेबाहेक अन्य प्राज्ञिक लेखनको अवसर हाम्रा विश्वविद्यालयका विद्यार्थीले खासै पाउँदैनन् । अपवादका रूपमा कुनै कुनै विभागका विद्यार्थीलाई बी.ए. तहमा नै एकदुई लघुअनुसन्धान गर्न लगाइन्छ तर धेरै विभागमा त त्यो पनि हुँदैन ।

बिक्री/वितरण तथा आर्थिक पक्ष

पहिलो अङ्क १ हजार प्रति, दोस्रोदेखि छैठौँ अङ्कसम्म ८-८ सय प्रति तथा सातौँ र आठौँ अङ्क ६ सय प्रति छापिएको यस जर्नलको बिक्रीको अभिलेख पल्टाउँदा त्यति सन्तोषजनक अवस्था छैन। मार्टिन चौतारीको बिक्री अभिलेखले जर्नलको हरेक अङ्क सामान्यतया २ सयदेखि २५० प्रति मात्र बिक्री भएको देखाउँछ । विगतका अङ्कहरू अधिकांश रूपमा मिडिया क्षेत्रमा निरन्तर रूपले काम गरिरहेका तथा मार्टिन चौतारीको नियमित सम्पर्कमा रहेका पत्रकार, अनुसन्धानकर्ता अनि सार्वजनिक पुस्तकालय र सञ्चार गृहलाई निशुल्क वितरण गरिन्थे। सातौँ अङ्कदेखि भने चौतारीको अन्य प्रकाशनहरू सँगसँगै यो जर्नल पनि निशुल्क वितरण गर्ने कार्यमा उल्लेख्य कटौती गरिएको छ। काठमाडौँ वा बाहिरका सार्वजनिक पुस्तकालयहरूलाई भने अझै निशुल्क उपलब्ध गराउने गरिएको छ । मिडियाप्रति चासो राख्ने तथा यस क्षेत्रमा कुनै हिसाबले लागेका व्यक्तिको हातमा जर्नल पुऱ्याउने र पढ्ने बानी बसाल्ने उद्देश्यले वितरणमा विगतमा यस्तो खुकुलो नीति लिइए पनि पछिल्लो समयमा चौतारीको प्रकाशन कार्यलाई सकेसम्म आत्मनिर्भर बनाउँदै लैजान सहयोग पुगोस् भनेर पनि चौतारीका पुस्तक तथा जर्नल निशुल्क वितरण गर्ने काममा कटौती गरिएको हो । चौतारीका अन्य प्रकाशनझैँ तोकिएको वितरकमार्फत यो जर्नल पनि बजारमा पुग्ने गर्दथ्यो । प्रकाशनको लागतका हिसावले निकै सरल (रु. २००) मूल्यमा बेचिने यो जर्नल किनेर अध्ययन गर्न आर्थिक दृष्टिकोणबाट पक्कै कठिन थिएन भन्ने हाम्रो ठम्याइ छ।

पाठ्यपुस्तक, साहित्यका पुस्तक वा समाचारमूलक पत्रिकाको जस्तो प्राज्ञिक जर्नलको बिक्री धेरै संख्यामा नहुने हुनाले आर्थिक रूपमा *मिडिया अध्ययन*मात्र होइन सामान्यतया कुनै पनि नेपाली जर्नल बिक्रीबाट टिक्न कठिन छ। त्यसैले अहिलेको अवस्थामा यिनलाई कतै न कतैबाट आर्थिक सहयोग हुनु जरुरी छ। यस्तो सहयोग जुटाउने तरिका विभिन्न हुन सक्ला तर हामीले अहिलेसम्म दाताकै सहयोगमा आधारित रहेर यो जर्नल निकाल्दै आएका छौँ। अहिलेसम्म डेनिस अन्तर्राष्ट्रिय सहयोग नियोग (डानिडा) को मानवअधिकार तथा असल शासन सल्लाह एकाइको आर्थिक सहयोगमा यो जर्नल प्रकाशन भइरहेको छ। दाताको सहयोगले लेखकलाई न्यूनतम भए पनि पारिश्रमिक दिन सक्षम भएका छौँ। दातृ सहयोग निश्चय पनि लामो समयका लागि हुँदैन। लामो समयसम्म यसलाई टिकाउने हो भने सम्भाव्य आर्थिक स्रोतका विभिन्न विकल्पहरू पहिल्याउनेतर्फ सोच्नु जरुरी छ। नेपालमा जर्नल उत्पादन र बिक्री वितरणमा विभिन्न तरिका अपनाइएको छ (वन्त सन् २०१०)। तिनका उत्पादनमा प्राज्ञिक गैससले ध्यान दिने तथा जर्नलको छपाइ तथा बजारीकरण गर्ने जिम्मा व्यावसायिक प्रकाशन संस्थाले लिने तरिका अहिले प्रयोग गरिएकामध्ये सबैभन्दा प्रभावकारी हुन

[10] नेपालमा इतिहास विषयको पढाइ र अनुसन्धानको अवस्थाबारे गरिएको एक अध्ययन (राज र वन्त सन् २०१४ : ४९-५०) मा पनि विश्वविद्यालय वा क्याम्पसमा बुझाइने इतिहास विषयको शोधपत्रमा आधारित रहेर जर्नलमा लेख प्रकाशन गर्ने काम निकै कम मात्रामा भएको उल्लेख छ ।

सक्छ भन्ने हाम्रो विश्वास छ । दुई वा सोभन्दा बढी संस्थाहरू मिलेर लागत बाँडफाँडका आधारमा जर्नल प्रकाशन गर्ने हो भने पनि आर्थिक भार कम पर्न जान्छ । यही सोचेर हामीले *मिडिया अध्ययन*को प्रकाशनमा पनि काठमाडौँको एक व्यावसायिक प्रकाशन गृह– भृकुटी एकेडेमिक पब्लिकेशन्स्सँग सहकार्यका लागि सम्झौता गरेका छौँ । सम्पूर्ण सम्पादकीय नियन्त्रणसहित जर्नलको अन्तर्वस्तु उत्पादनको काम चौतारीले गर्ने र प्रकाशन तथा बिक्री वितरणको काम नवौँ अङ्क (वि.सं. २०७१) देखि नै भृकुटीले लिने गरी दुई संस्थाका बीचमा सम्झौता भइसकेको छ । जर्नललाई अझ व्यापक पाठकका बीचमा पुऱ्याउँदै यसलाई दीर्घकालसम्म टिकाइराख्न यो सहकार्यले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्नेछ भन्ने हाम्रो विश्वास छ ।

प्रतिक्रिया र सुझाव

प्राज्ञिक अनुसन्धानको जग भर्खरै बस्न थालेको हाम्रो जस्तो समाजमा जर्नलका सम्पादक वा प्रकाशकले उत्साहजनक रूपमा प्रतिक्रिया पाउने अवस्था छैन । प्रथमतः जर्नलको बिक्री वितरण कति मात्रामा हुन्छ, कति जनाले त्यसलाई गहिरोसँग अध्ययन गर्छन् र अध्ययन गर्नेमध्ये कतिले सक्रियतासाथ रचनात्मक सुझाव दिन्छन् त्यसमा भर पर्छ । *मिडिया अध्ययन*का सामग्रीमाथि पनि व्यक्तिगत तथा सार्वजनिक रूपमा टीकाटिप्पणी गरिएको उत्साहजनक अवस्था छैन र साह्रै निराशाजनक अवस्था पनि होइन । पछिल्लो समयमा मार्टिन चौतारीले मिडियासम्बन्धी वार्षिक जर्नल प्रकाशन गर्छ भनेर थाहा पाउने व्यक्तिहरूको समूह काठमाडौँ र काठमाडौँबाहिर बढ्दै गएको छ । भेटघाटमा जर्नलका सबै अङ्क मैले सङ्कलन तथा अध्ययन गरेको छु र यो राम्रो छ भन्ने व्यक्तिहरूको सङ्ख्या पनि बढ्दो छ ।

सार्वजनिक टीकाटिप्पणीको सबैभन्दा प्रभावकारी माध्यम पुस्तक समीक्षा हो । हरेक अङ्क प्रकाशन भएपश्चात् मुख्यमुख्य प्रकाशन गृहहरूमा समीक्षाका लागि जर्नल पठाउने गरिएको छ । साहित्यइतरका र अझ विशेष गरी अनुसन्धानमूलक पुस्तकहरू समीक्षाको हिसाबले मिडियामा धेरै नै कम प्राथमिकतामा परेका छन् । आठौँ अङ्कसम्म आइपुग्दा यस जर्नलबारे पत्रपत्रिकामा समीक्षा भन्न मिल्ने जम्मा चारओटा सामग्री प्रकाशन भएको देखियो । तिनमा पहिलो अङ्कको प्रकाशनपश्चात् *हिमाल खबरपत्रिका*मा प्रकाशित समीक्षा (पेशल २०६३), चौथो अङ्क प्रकाशन भएपछि *नागरिक* दैनिकमा प्रकाशित समीक्षा (भट्टराई २०६६), पाँचौँ अङ्कबारे *द राइजिङ नेपाल*मा प्रकाशित समीक्षा (लम्साल सन् २०१०) र छैटौँ अङ्कबारे युरोपको नेपालीपत्रमा नरेश खपाङ्गीमगर (सन् २०११) को समीक्षा पर्दछन् । जर्नलका सम्पूर्ण सामग्री पढेर गरिएका यी समीक्षाहरूमा सकारात्मक तथा आलोचनात्मक टिप्पणी गरिएको छ । अन्य केही ठाउँमा पुस्तक परिचय वा समाचारका रूपमा छोटा सामग्री निस्किए । प्रकाशित त्यस्ता छोटा सामग्रीको तथ्याङ्कलाई केलाउने हो भने पहिलो अङ्कबारे छओटा, दोस्रो अङ्कबारे एउटा, तेस्रो, चौथो, पाँचौँ र सातौँ अङ्कबारे दुई-दुईओटा र आठौँ अंकबारे एउटा सामग्री प्रकाशित छन् । दैनिक, साप्ताहिक तथा पाक्षिक पत्रिकामा प्रकाशित त्यस्ता सामग्रीले जर्नलको नयाँ अङ्क बजारमा आएको, यसले मिडिया अनुसन्धानको क्षेत्रमा खाँचो पूर्ति गरेको र यसमा फलानो-फलानो व्यक्तिले यो-यो विषयमा लेखेका छन् भन्ने जानकारी त दिन्छन् तर ती शीर्षकभन्दा पर प्रवेश नगरेकाले धेरैजसो सतही छन् । एउटा समाचारमा त जर्नलकै नामसमेत सही नलेखेर 'मिडियामा अध्ययन' (नेपाल समाचारपत्र २०६३) लेखिएको छ । केहीमा लेखककै नामहरू गल्ती छापिएका छन् ।

तेस्रो अङ्क प्रकाशन भएपछि जर्नल नियमित अध्ययन गर्ने र नजिकैबाट नियाल्ने व्यक्तिहरूलाई भेला गरेर २०६५ साउन ५ मा हामीले प्रतिक्रियाका लागि छलफल चलाएका थियौँ । नेपाली मिडिया अनुसन्धानको प्रवर्द्धन तथा सामग्रीको अभावलाई परिपूर्ति गर्न *मिडिया अध्ययन*को प्रकाशन राम्रो सुरुआत भएकाले यसलाई निरन्तरता दिइनुपर्नेमा सबैको जोड थियो । तर अन्य कतिपय व्यक्तिले जर्नल भनिसकेपछि अनुसन्धानमूलक सामग्री मात्र प्रकाशन हुनुपर्नेमा टिप्पणी, संस्मरण, अन्तर्वार्ताजस्ता सामग्री किन छापिए भन्ने जस्ता जिज्ञासा उठाएका थिए । केहीले भने विज्ञहरूको टिप्पणी, लामो अनुभव सँगालेका व्यक्तिहरूको संस्मरण तथा महत्वपूर्ण विषयमा जिम्मेवार व्यक्तिहरूसँग गरिएका अन्तर्वार्ता आफैँ अनुसन्धानका लागि महत्वपूर्ण सामग्री भएकाले तिनले पनि स्थान पाउनुपर्ने जिकिर गरेका थिए । साथै, अनुसन्धानमूलक लेखमा मात्र भर पर्दा सामग्रीको अभावले जर्नल बन्द गर्नुपर्ने स्थिति पनि आउन सक्नेतर्फ उनीहरूले सचेत गराए । पत्रकार विनय कसजूले जर्नललाई मिडियाअन्तर्गत पनि निश्चित विषय (जस्तै रेडियो) मा केन्द्रित गर्न सकिने बताएका थिए । छलफलमा उपस्थित व्यक्तिहरूले भनेझैँ अनुसन्धानमूलक प्राज्ञिक लेखको कमी छ । सम्बन्धित क्षेत्रका विज्ञ वा पत्रकारितामा लामो समय बिताएका व्यक्तिहरूद्वारा लेखिएका टिप्पणी तथा संस्मरणलाई पनि प्राज्ञिक अनुसन्धान र बहसका लागि सान्दर्भिक हुने देखेर हामीले जर्नलमा स्थान दिइरहेका छौँ ।

अन्त्यमा

विविध चुनौती र समस्याहरू झेल्दै आठौँ अङ्क पूरा गरिसकेको सन्दर्भमा *मिडिया अध्ययन*को सान्दर्भिकता के हो, प्राज्ञिक क्षेत्रमा यसको महत्व के-कति छ भन्ने प्रश्न महत्वपूर्ण छ। त्यसो त यो प्रश्नको उत्तर खोज्ने काम प्राज्ञिक क्षेत्रका स्वतन्त्र अनुसन्धानकर्ताको हो, तैपनि हाम्रो अनुभवमा केही पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ भन्ने लाग्छ। पहिलो, नेपाली मिडियाले विकासको जतिसुकै ठूलो फड्को मार्‍यो भनिए पनि यसले आफैँलाई समीक्षा गर्ने काम अति थोरै मात्र गर्न सकेको छ। विभिन्न व्यावसायिक स्वार्थका कारणले यसका कमीकमजोरीबारे आलोचनात्मक टिप्पणी त्यहाँ आउन सक्दैन पनि। त्यसैले मिडियाका सकारात्मक वा नकारात्मक अभ्यास र प्रवृत्तिलाई प्राज्ञिक ढङ्गले केलाउने र नेपाली मिडियाको गुणस्तर उकास्न सघाउने कार्यका लागि नियमित रूपमा निस्कने जर्नलले महत्व राख्दछ। यसतर्फ *मिडिया अध्ययन*को योगदान कस्तो छ भनेर ठोकुवा गर्न नसकिएला तर यसको आवश्यकता छ भन्न सकिन्छ।

दोस्रो, यस जर्नलका पाठक न्यून सङ्ख्यामा छन् तर अहिलेको नेपाली मिडियाका गतिविधि, यसमा भइरहेका अभ्यासबारेको अभिलेख राख्न पनि यसको महत्व छ। नेपाली मिडियाबारे आठौँ अङ्कसम्म छापिएका करिब २,८०० पेजका सामग्री आफैँमा दस्तावेज हुन्। भविष्यको पुस्ताका लागि तिनको पक्कै पनि ऐतिहासिक महत्व छ।

तेस्रो, यसले केही न केही मात्रामा नेपाली मिडियाका पाठकहरूमाझ मिडियालाई प्राज्ञिक दृष्टिकोणबाट बुझ्ने र यसबारे प्राज्ञिक बहस तथा टिप्पणी गर्ने बानीको विकास गर्न सुरु गरेको छ भन्न सकिन्छ। नेपाली मिडियाका विभिन्न पक्षको अनुसन्धानप्रति चासो देखाउँदै 'म पनि जर्नलमा लेख लेख्छु' भन्ने समूह बिस्तारै बढ्न थाल्नुले त्यही कुराको सङ्केत गर्दछ। चौथो, प्राज्ञिक अनुसन्धानप्रति रुचि राख्ने तर स्रोत उल्लेख गर्ने, सन्दर्भसामग्री तयार गर्ने आदि विभिन्न प्राविधिक पक्षहरूबारे अभ्यस्त नभएका युवा पुस्तालाई केही न केही सिकाएर प्राज्ञिक क्षेत्रमा लाग्न प्रेरित गर्ने तथा आफ्नो शैक्षिक अध्ययनका क्रममा तयार गरिएका शोधलाई बाहिर ल्याउन चाहनेलाई उत्प्रेरित गर्ने काम पनि *मिडिया अध्ययन*ले थोरै भए पनि गरेको छ। *मिडिया अध्ययन*मा आफ्नो पहिलो अनुसन्धानमूलक लेख छापेपश्चात् प्राज्ञिक लेखनको कामलाई निरन्तरता दिइरहेका कतिपय व्यक्तिलाई हेर्ने हो भने यो कुरा पुष्टि हुन्छ।

यी विभिन्न उपलब्धिहरूले *मिडिया अध्ययन*को सान्दर्भिकता प्रस्टचाउँछन् भन्ने लाग्छ। साथै, अन्यत्रबाट पनि यस्ता पहल हुनुपर्दछ भन्ने हाम्रो मान्यता छ। त्यसैले जर्नललाई अझै परिस्कृत बनाउँदै निरन्तरता दिन मार्टिन चौतारी क्रियाशील छ।

सन्दर्भसामग्री

खपाङ्गीमगर, नरेश । सन् २०११ । मिडिया अध्ययनको अर्को पाइलो । *युरोपको नेपालीपत्र* ६(१७) : १८ ।

थापा, बलबहादुर । २०७१ । *माइतीघर* र *अनागरिक*मा राष्ट्रको परिकल्पना । *मिडिया अध्ययन* ९ : ७७-९८ ।

नेपाल समाचारपत्र । २०६३ । मिडियामा चासो । १३ माघ, पृ. ख ।

पाठक, तिलक । २०७१ । *मिडिया अध्ययन*का आठ अंक : समीक्षात्मक अध्ययन । *मिडिया अध्ययन* ९ : १४३-१७० ।

पेशल । २०६३ । चाहिन्छ आत्मसमीक्षा । *हिमाल खबरपत्रिका* १८८ : ५४ ।

भट्टराई, दीपक । २०६६ । पत्रकारिता बुझाउने किताब । *नागरिक* (अक्षर), २० असार, पृ. कि ।

हुमागाईं, देवराज, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी । २०६४ । सम्पादन र प्रकाशनको प्रक्रिया : मार्टिन चौतारीको अनुभव, पृ. १०३-१२४ । *मिडिया अनुसन्धान : प्राज्ञिक पूर्वाधार निर्माणका केही अभ्यास* । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी ।

Lamsal, Yuba Nath. 2010. Worthy Initiative in Media Research. *The Rising Nepal (Friday Supplement)*, 6 August, p. III.

Onta, Pratyoush. 2010. The Landscape of Social Science and Humanities Journals Published from Nepal: An Analysis of its Structural Characteristics. Studies in Nepali History and Society 15(2): 331-380.

Raj, Yogesh and Pratyoush Onta. 2014. *The State of History Education and Research in Nepal*. Kathmandu: Martin Chautari.