

$$S = k \int e^{\lambda} d\lambda$$

नेपालमा टेलिभिजनको विकासक्रम

भूमिका

टेलिभिजन (टिभी) प्रसारणको इतिहास करिब डेढ सय वर्ष पुरानो छ तर डेढ सय वर्षअघि अनायासै टेलिभिजन प्रसारण सम्भव भएको भने होइन । श्रव्य दृश्य दुवै सुविधा भएको सञ्चारको सशक्त माध्यम टिभीको आविष्कार र विकासमा विभिन्न व्यक्तिहरूको योगदान र परिश्रम छ (शर्मा २०५४: २४) । टिभीको प्रारम्भिक उत्पत्ति सन् १६६६ मा न्यूटनले प्रकाशको स्वरूपबाट नै रङ्ग पैदा हुन्छ भन्ने तथ्यको उद्घाटन गरेबाट भयो । त्यसपछि विभिन्न वैज्ञानिकहरूका उपलब्धिहरू टिभी प्रसारणका लागि आधारभूमि बन्न पुगे । सन् १८८४ मा जर्मन वैज्ञानिक पल निपकोभले तारको सहायताबाट तस्वित्र प्रसारण हुन सक्ने एक किसिमको स्क्रिन आविष्कार गरे । अमेरिकामा सन् १८९० मा जोन्किन्सले सर्वप्रथम टेलिभिजन प्रसारण विषयमा अध्ययन सुरु गरे (शर्मा २०५४: २४) ।

सन् १८०० को अन्ततिर फ्रान्समा फर्निएर र रिनोक्सले टिभी प्रसारण व्यवस्थाको परीक्षण गरे (घिमिरे २०६०: १४) । सन् १९०४ मा जर्मन नागरिक जावरेनस्की तथा फ्यानकोस्टाइनले हातबाट चलन सक्ने प्रारम्भिक अवस्थाको टिभी प्रसारण सेवा सञ्चालन गर्न सफल भएका थिए । सन् १९१५ मा नै

इटालियन वैज्ञानिक मार्कोनीले निकट भविष्यमा दृश्यात्मक स्वरूपको टेलिफोन तथा टेलिभिजन निर्माण गर्ने भविष्यवाणी गरेका थिए । सन् १९२३ मा डा. भ्लादिमिर जोरकिन नामक वैज्ञानिकले 'आयोकोनोस्कोप' ट्यूबको आविष्कार गरे (कार्की र गौतम २०४३: १४८) । यस यन्त्रबाट टेलिभिजन प्रसारण सम्भव हुने सङ्केत मिल्यो । सर्वप्रथम सन् १९२६ मा स्कटल्याण्डका वैज्ञानिक जोन लोगी बेयर्ड टेलिचित्रको प्रसारण सेवा प्रदान गर्न सफल भए । उनले लण्डनमा त्यो सम्भावनालाई प्रयोगमा ल्याएका थिए (अधिकारी २०५४: ७३) । अमेरिकामा भने सन् १९२७ मा बेल टेलिफोन कम्पनीमा काम गर्ने इन्जिनियर सी.एफ. जेकिन्सले पहिलो पटक प्रसारित (टेलिभाइज) तस्वीर देखाएका हुन् (घिमिरे २०६०: १४) । सन् १९२७ को अन्ततिर न्युयोर्क र वासिङ्टनबीच बेल टेलिफोन प्रयोगशालाले परीक्षणका रूपमा टिभी कार्यक्रम प्रसारण गर्‍यो । सन् १९२८ मा अमेरिकाको न्युयोर्क सहरमा टेलिभिजन स्टेसन प्रयोगको रूपमा खडा भयो । सन् १९३६ नोभेम्बर २ का दिन बेलायतमा टेलिभिजन प्रसारण सुरु भयो । ब्रिटिस ब्रोडकास्टिङ कर्पोरेसनले संसारमा पहिलोपटक टेलिभिजनको खुल्ला सर्क्यूट सिस्टम सुरु गर्‍यो जसमा टेलिभिजन सेट हुने सबैले हेर्न सक्ने भए (कार्की र गौतम २०४३: १४९) ।

अमेरिकामा नेसनल ब्रोडकास्टिङ कम्पनीले १९३९ अप्रिल ३० का दिन नियमित टेलिभिजन प्रसारण प्रारम्भ गर्‍यो । पश्चिमेली राष्ट्रहरूमा टिभी सेवाको विस्तार यति द्रुत गतिमा भयो कि सन् १९९५ को हाराहारीमा लगभग ७०% युरोपेली राष्ट्रका सहरहरूमा स्वतन्त्र रूपमा टिभी प्रसारण सेवा उपलब्ध भइसकेको थियो । सन् १९६० को दशकतिर विकसित मुलुकहरूमा थुप्रै टेलिभिजन च्यानलहरू सञ्चालनमा आइसकेका थिए । एसियाली क्षेत्रका आर्थिक रूपमा सम्पन्न केही देशले आधा शताब्दीअघि देखि नै टेलिभिजन स्थापना गर्न थालेको भए पनि एसियामा यसको जरो भने राम्ररी गाडिएको थिएन । छिमेकी मुलुक भारतमा सन् १९५९ मा टेलिभिजन सुरु भयो (शर्मा २०५४: २६) । भारतमा स्कूलका विद्यार्थीलाई शिक्षा दिने माध्यमका रूपमा टिभी प्रसारण सुरु भएको थियो । करिब छ वर्षपछि सन् १९६५ मा मात्र टिभीबाट मनोरञ्जन तथा समाचार दिन थालियो (घिमिरे २०६०: १५, आचार्य सन् २००२: १३१) ।

विश्वमा सन् १९३६ मा पहिलोपल्ट टेलिभिजन प्रसारण भएको करिब चालीस वर्षपछि अर्थात् सन् १९७० दशकको अन्तिमतिर टेलिभिजन सेटहरू नेपाल आइपुगे । तिनलाई विशेष गरी भिडियो हेर्नमा प्रयोग गरिन्थ्यो (केसी सन् २०००: १२६) ।

सन् १९७० को दशकको अन्तमा नेपाली जनता, खास गरी काठमाडौँ उपत्यका र सहरका केही बासिन्दाहरू भिडियोको रूपमा टेलिभिजन सेटसँग राम्रैसँग परिचित भैसकेका थिए। त्यस बेला नेपालमा मुशिकलले ४०० ओटा टेलिभिजन सेटहरू थिए। मूलतः भिडियो हेर्नकै लागि तिनको उपयोग हुन्थ्यो। तीमध्ये केही सेटहरू भारतको दूरदर्शनबाट प्रसारित कार्यक्रमहरू हेर्नमा पनि प्रयोग हुन्थे। सन् १९८० को दशकको सुरुआतदेखि नेपालमा 'डिस एन्टेना' प्रविधि भित्रियो। जसले गर्दा विदेशी टेलिभिजन प्रसारणहरू, खास गरी भारतबाट हुने प्रसारणहरू हेर्न सम्भव भयो (अस्मिता सन् २००३: ६३)।

नेपालमा टेलिभिजन हेर्ने कार्यले सन् १९८३ मा भारतको राजधानी नयाँ दिल्लीमा एसियाली खेलकुद हुँदाखेरि नै व्यापकता पाएको हो भन्न सकिन्छ। "एसियाडका वारेमा राजधानी सहरका युवाहरूमा ठूलो उत्साह थियो। रातारात नेपाली घरहरूमा व्यापक रूपमा यागी एन्टेनाहरू देखिन सुरु भयो। टिभी सेट, एन्टेना, एम्प्लीफायरको पनि राम्रै विक्री थियो। सबैतिरबाट अग्ला डाँडाहरूले घेरिएको राजधानीमा दूरदर्शन टिभीको टेरेस्टोरियल सिग्नलको उपलब्धता एउटा अचम्मको कुरा थियो" (केसी सन् २००२: १२६)। त्यति बेला एसियाली खेलकुदका साथसाथै भारतीय दूरदर्शनका कार्यक्रमहरूले पनि नेपाली दर्शकलाई आकर्षण गर्न थालिसकेका थिए। त्यस समयमा काठमाडौँका हुनेखाने परिवार र तराईका सहरी इलाकाका बासिन्दाहरूले भारतीय च्यानल हेर्ने रुचि बढाए। काठमाडौँ उपत्यका र तराईका सहरका कैयन् हुनेखाने परिवारहरूले एसियाली खेलकुद हेर्नका लागि 'डिस एन्टेना' को प्रयोग गर्न थाले र उनीहरू विस्तारै भारतीय दूरदर्शनका मनोरम कार्यक्रमहरू हेर्न अभ्यस्त हुँदै गए।

नेपाल टेलिभिजनको उदय

नेपाली जनमानसमा टेलिभिजनको माध्यमबाट पर्नजाने भारतीय संस्कृतिको प्रभावबाट जोगिनको लागि नेपालमा टेलिभिजनको स्थापना भएको अनुमान छ। "यसबाट भोलि हाम्रो समाजमा भारतीय संस्कृति, भाषा, जीवनशैलीको प्रभाव पर्न गई सांस्कृतिक अतिक्रमण हुन सक्ने सम्भावनालाई दृष्टिगत गरेर नै सानै रूपमा भए पनि आफ्नै कार्यक्रम भएको टेलिभिजन प्रसारण गर्नुपर्छ भन्ने भावना उत्पन्न भएको हो" (शर्मा २०५४: २७)। विश्वव्यापी बालिग मताधिकार प्रणाली

अपनाएको भए तापनि पञ्चायत व्यवस्था जस्तो एउटा नियन्त्रित राजनीतिक प्रणालीले हरेक पश्चिमी सञ्चार साधनहरूमा पाइने पश्चिमी राजनीतिक विचारधाराहरूको निरन्तर प्रहार पचाउन सक्छ भनेर सोचन पनि गाह्रो थियो । तैपनि सरकारसँग नेपालमा टेलिभिजन प्रसारण लागू गर्नेवाहेक अरू कुनै विकल्प नै थिएन (केसी सन् २०००: १२८) ।

तत्कालीन राजा वीरेन्द्रद्वारा छैठौँ पञ्चवर्षीय योजना (२०३७-२०४२) मा नेपालमा टेलिभिजन प्रसारणको सम्भाव्यता अध्ययन गरी टेलिभिजन स्थापनाका लागि आवश्यक तयारी गर्न सरकारलाई निर्देशन दिइयो । २०३८ सालमा राष्ट्रिय पञ्चायतको अधिवेशनलाई सम्बोधन गर्ने क्रममा उक्त निर्देशन दिइएको हो । तत्पश्चात् सञ्चार मन्त्रालयअन्तर्गत परियोजनाको रूपमा २०४१ माघ १७ गते नेपाल टेलिभिजन स्थापना भयो (नेपाल टेलिभिजन २०४५) । उक्त परियोजना अन्तर्गत २०४२ साउन २९ गते परीक्षण प्रसारण सुरु भयो । आधा घण्टाको दैनिक परीक्षण प्रसारणमा समाचारका साथै पालैपालो गरी शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि, खेलकुद तथा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम प्रसारण हुन्थ्यो । मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमको प्रसारण भने हप्तामा दुईतीन दिन हुने गर्दथ्यो ।^१ तत्कालीन राजा वीरेन्द्रको जन्मोत्सव पारेर २०४२ पुस १४ गतेदेखि भने दैनिक २ घण्टाको नियमित प्रसारण आरम्भ भयो । त्यति बेला नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण पहुँच सीमित भए पनि नेपालको लागि यो एउटा नौलो, उत्सुकतापूर्ण र नेपाली सञ्चार क्षेत्रको लागि एक ऐतिहासिक विषय हुन पुग्यो ।

नेपालमा टेलिभिजन स्थापनाको पृष्ठभूमिलाई हेर्दा विश्व तथा एसियाली मुलुकहरू (जस्तै चीन सन् १९५८, पाकिस्तान सन् १९६४, बङ्गलादेश सन् १९६४, भारत सन् १९५९) मा टेलिभिजनको प्रवेश भइसक्नु पनि एउटा आधार थियो । त्यस्तै, बदलिँदो परिवेशसँग टेलिभिजनको सर्वोपरी महत्त्वलाई स्वीकार गर्दै, सांस्कृतिक अतिक्रमणलाई रोक्न पनि टेलिभिजनको आवश्यकता महसुस हुनु अर्को आधार हो ।

नियमित प्रसारणको पहिलो दिन (२०४२ पुस १४ गते) नेपाल टेलिभिजनले तत्कालीन राजा वीरेन्द्रको ४१ औँ जन्मोत्सवसम्बन्धी वृत्तचित्र, समाचार,

^१ नेपाल टेलिभिजनका तत्कालीन (२०४१-४२) परियोजना प्रमुख नीरविक्रम शाहसँगको कुराकानीमा आधारित ।

मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम गीताञ्जली र टेलिसिरिज यस्तै हुन्छको पहिलो भाग प्रसारण गरेको थियो (गौतम २०६१क) ।

नियमित प्रसारण सुरु हुनुअघि २०४२ पुस १२ गते टेलिभिजन परियोजना नेपाल टेलिभिजन संस्थानमा परिणत भएको थियो । श्री ५ को सरकारले सञ्चार संस्थान ऐन २०२८ को दफा ३ को उपदफा १ ले दिएको अधिकार प्रयोग गरी नेपाल टेलिभिजन संस्थानको स्थापना र गठन गरेको थियो ।^१

सञ्चार संस्थान ऐन २०२८ को अधीनमा रही संस्थानले गर्नसक्ने कार्यहरूलाई नेपाल राजपत्र भाग ३ खण्ड ३६ सङ्ख्या १३ मा निम्नानुसार उल्लेख गरिएको छ:

- क. आत्म निर्भरता हासिल गर्न सचेष्ट हुने
- ख. टेलिभिजन सेवाको स्तर बढाउन संस्थानको कार्य सञ्चालनमा सुधार ल्याउने
- ग. व्यवसायिक कार्यक्रमको प्रवर्द्धन गर्ने
- घ. श्री ५ को सरकारबाट प्राप्त निर्देशनको अधीनमा रही संस्थानको नीति निर्धारण गर्ने र त्यसको कार्यान्वयनका लागि आवश्यक कदम उठाउने
- ङ. नेपाल अधिराज्यको सबै ठाउँमा टेलिभिजन कार्यक्रम प्रसारण हुने आवश्यक व्यवस्था मिलाउने (गौतम २०६१क: ३८) ।

अन्तर्राष्ट्रिय प्रविधिको विकास र समयको बढ्दो मागलाई दृष्टिगत गरी टेलिभिजन प्रसारणको माध्यमबाट नेपालको संस्कृति, सम्पदा, प्राकृतिक स्रोतको संरक्षण र राष्ट्रिय हित विकास गर्नका लागि जनमानसमा राष्ट्रिय चेतनाको अभिवृद्धि गर्ने यसको उद्देश्य थियो । यसरी नेपाल टेलिभिजनलाई श्रव्यदृश्य सञ्चारमाध्यममा पहिलो संस्थागत व्यवस्थाको स्वरूप प्राप्त भयो ।

समय विस्तार र कार्यक्रम प्रसारण

नेपाल टेलिभिजन साँझ ७:०० बजेदेखि ९:०० बजेसम्म अर्थात् दैनिक २ घण्टा को प्रसारणमा हुँदा समाचार लगायत साधना सङ्गम, सङ्गीत सङ्गम, प्रश्नोत्तर,

^१ २०६३ जेठ ४ गतेको प्रतिनिधिसभाको ऐतिहासिक घोषणापछि 'श्री ५ को सरकार' को सङ्गमा 'नेपाल सरकार' भन्न थालिएको छ । यो पुस्तक त्यसअघिको परिवेशमा लेखिएकोले पुस्तकमा सबैतिर 'श्री ५ को सरकार' नै प्रयोग भएको छ ।

बाल विचार, हाम्रा अतिथि, गीताञ्जली, साहित्य-प्रभा आदि कार्यक्रमहरू प्रसारण हुन्थे । २०४३ असोज ४ देखि शनिवार दिउँसो २ घण्टाको प्रसारण समय थपियो, उक्त समयमा महिला कार्यक्रम, खेलकुद कार्यक्रम आदिलाई समावेश गरियो ।^३

आफ्नो प्रसारणको दोस्रो वर्षदेखि नेपाल टेलिभिजनले महिला दर्शकहरूलाई लक्ष्य गरी महिला कार्यक्रम सुरु गरेको देखिन्छ ।^४ कार्यक्रम निर्माणको अभिभारा अत्यन्त जटिल भएको र आफूसँग त्यससम्बन्धी अनुभव नभएको हुँदा पाँचओटा शुद्धखलापछि उक्त कार्यक्रमलाई निरन्तरता दिन नसकेको सो कार्यक्रमकी निर्माता माधुरी राणा बताउनुहुन्छ ।^५ गृहिणी दर्शकहरूलाई लक्षित गरी निर्माण गरिएको उक्त कार्यक्रममा खास गरी विभिन्न किसिमका परिकार बनाउने तरिकाहरू तथा बुनाइ, कटाइ र सौन्दर्यसम्बन्धी जानकारी प्रस्तुत गरिने गरेको राणाको भनाइ छ ।

२०४३ कात्तिक २२ मा तत्कालीन रानी ऐश्वर्यको जन्मोत्सव पारी साँझको प्रसारणमा आधा घण्टाको समय थप गरियो । यसपछि साँझको प्रसारण ७:०० बजेदेखि ९:३० बजेसम्म कायम रह्यो । २०४३ सालतिर नियमित रूपमा प्रसारण हुने केही कार्यक्रमहरू— अँध्यारो-उज्यालो, दृष्टि र दृष्टिकोण, बाल संसार, कला र कलाकार, समानान्तर, घटना-विवेचना, सन्दर्भ सडकको, स्वास्थ्य चर्चा, वृत्तचित्र आदि थिए । २०४५ साउनमा प्रसारण समयमा अर्को आधा घण्टा थपेर साँझ दैनिक साढे तीन घण्टा पुऱ्याइयो । २०४४/४५ मा नियमित रूपमा प्रसारण हुने केही कार्यक्रमहरू थिए— के तपाईंलाई थाहा छ ?, धर्म र संस्कृति, त्रिवेणी, आठबजे, मूल्याङ्कन, नरिसाउनुस् है !, युवा आवाज, देशदर्शन, विकासमा नारी, वृत्तचित्र आदि ।

२०४४/४५ मा प्रसारण भएको विकासमा नारी कार्यक्रम महिलाहरूलाई विकासमूलक गतिविधि तथा अर्थ आर्जनतर्फ प्रेरित गराउने उद्देश्यले निर्माण भएको थियो । सन् १९७५ मा मेक्सिकोमा संयुक्त राष्ट्रसङ्घद्वारा आयोजित महिलासम्बन्धी सम्मेलनले महिला पनि विकासका मुद्दा हुन् भन्ने घोषणा गर्दै

^३ यहाँ उल्लिखित सम्पूर्ण कार्यक्रमबारेको जानकारी नेपाल टेलिभिजनको दृश्य सङ्ग्रहालयमा उपलब्ध रेकर्डहरू हेरिएको आधारमा प्राप्त भएको हो ।

^४ २०६३ तिर आइपुग्दा नेपाल टेलिभिजनको दृश्य सङ्ग्रहालयमा महिला कार्यक्रमको एक भाग मात्र उपलब्ध छ ।

^५ राणासँगको कुराकानीमा आधारित ।

विकासमा महिला भन्ने अवधारणा अघि साय्ने (आचार्य २०६२)। *विकासमा नारी* कार्यक्रम सोही अवधारणामा निर्माण गरिएको थियो।^६ सहरिया र गाउँले महिलाहरूबीचको भिन्नता र विकास तथा अर्थ आर्जनप्रति तिनको धारणालाई कार्यक्रममा प्रस्तुत गरिन्थ्यो। करिब १०/१२ शूडुखलापछि यो कार्यक्रम पनि बन्द भयो। यसरी हेर्दा प्रारम्भिक कालमा नेपाल टेलिभिजनको महिलासम्बन्धी यी दुई कार्यक्रमहरू कुनै पूर्व तयारी र योजनाविता नै प्रसारण भएका थिए र त्यसरी नै बन्द हुन पुगे।^७

२०४६ वैशाख १ देखि नेपाल टेलिभिजनले एक घण्टा विहानीको सेवा सुरु गर्‍यो (शर्मा २०४६)। ७:३० देखि ८:३० सम्मको उक्त समयमा धार्मिक कार्यक्रमलगायत स्वास्थ्य र योगाका कार्यक्रमहरू प्रसारण गरिए। २०४६ सालकै पूर्वार्द्धदेखि नेपाल टेलिभिजनबाट हिन्दी चलचित्रहरू पनि प्रसारण भएको पाइन्छ। हिन्दी चलचित्र प्रसारण हुन थालेपछि शनिबार दिउँसोको प्रसारण समय दुई घण्टाबाट बढेर पाँच घण्टा पुगेको थियो।

२०४७ माघदेखि साँझको प्रसारण विस्तार भई साढे चार घण्टा पुग्यो। २०४६/४७ सालमा प्रसारित केही कार्यक्रमहरू— *प्रतिक्रिया, जीवनयात्रा, आजको चिन्तन, स्वर सङ्गीत, विश्व घटना, अभिव्यक्ति, गृहलक्ष्मी, स्मृतिको पानाबाट, फूलबारी, आजका नेपाली महिला, चिन्तन मनन, ४५ मिनेट, स्वर भित्रका मान्छे, जन आवाज* आदि थिए।

यसरी २०४६/४७ सालमा महिला दर्शकहरूलाई लक्षित गरी *आजका नेपाली महिला* र *गृहलक्ष्मी* नामक कार्यक्रमहरू प्रसारण भए। *गृहलक्ष्मी*ले खास गरी विभिन्न परिकार बनाउने तरिका, सिलाइ बुनाइ र सौन्दर्यसम्बन्धी जानकारी प्रस्तुत गर्दथ्यो भने *आजका नेपाली महिलामा* विभिन्न पेशासँग सम्बन्धित महिलाहरू र सफल महिला व्यक्तित्वहरूलाई प्रस्तुत गर्ने गरिन्थ्यो।

^६ उक्त कार्यक्रमको परिकल्पनाकार तथा निर्माता म आफैं थिएँ।

^७ नेपाल टेलिभिजनको प्रारम्भिक दिनहरू भएकाले महिलासम्बन्धी कार्यक्रम मात्र नभई अरू कार्यक्रमहरूको पनि उस्तै अवस्था रहेको मेरो आफ्नो अनुभव छ। यद्यपि *विकासमा नारी* कार्यक्रम सुरु गर्नु अघि सन् १९८६ नोभेम्बर २३ देखि डिसेम्बर १८ सम्म ढाकामा सम्पन्न 'सब रिजनल वर्कशप अन प्लानिङ एण्ड प्रोडक्सन अफ टेलिभिजन प्रोग्राम्स फर वुमन डेभलपमेन्ट' नामक कार्यशालामा सहभागी हुन नेपाल टेलिभिजनको तर्फबाट मलाई पठाइएको थियो। उक्त कार्यशालाबाट फर्केपछि नै मैले यो कार्यक्रम सुरु गरेकी थिएँ।

२०५३ मङ्सिरसम्म आइपुग्दा नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण विहान डेढ घण्टा, दिउँसो साढे चार घण्टा र बेलुका साढे चार घण्टा गरी दैनिक साढे १० घण्टा पुगेको देखिन्छ। यस अवधिभित्र नेपाली महिला (२०४९), प्रवाह (२०४९), घर परिवार (२०४९), आवाज (२०५०), जिरो आवर (२०५०), प्रतिबिम्ब (२०५०), सन्दर्भ र आवाज (२०५०), सरगम (२०५१), परिवृत्त (२०५१), ट्वाक्क टुक्क (२०५१), आउँदो साता (२०५१), यो जादु होइन (२०५१), चित्रलहर (२०५१), छायाछवि (२०५१), ऐन कानून (२०५१), हिजोआजका कुरा (२०५१), जागृति (२०५१), हाम्रो गाउँघर (२०५२), स्पर्श (२०५२), आजको सन्दर्भ (२०५२), देश परिवेश (२०५२), अस्तित्व (२०५२), स्वर एक साथ अनेक (२०५२), उद्योग व्यवसाय (२०५२), एक आपस (२०५२), समय चक्र (२०५३), सुनगाभा (२०५३), मेरो गीत (२०५३), ललितकला (२०५३), कृषि जगत (२०५३), समर्पण (२०५३) आदि कार्यक्रम प्रसारण भएका पाइन्छन्। २०५४ जेठ ११ देखि साँझको प्रसारण ५:३० देखि १०:३० सम्म गरी पाँच घण्टा पुऱ्याइयो।

२०४९ मा प्रसारित नेपाली महिला कार्यक्रम प्रविधि र अनुसन्धानका हिसाबले आजका नेपाली महिलाकै परिस्कृत रूप थियो भने घर परिवार पनि गृहलक्ष्मी कार्यक्रमकै परिस्कृत रूप थियो। घर परिवारले पकवान, सिलाइ बुनाइ, फूल सजावट र सौन्दर्यसम्बन्धी जानकारीका सैद्धान्तिक पक्षहरूलाई पनि समेटेको थियो।

जागृति नेपाल टेलिभिजनले सुरु गरेको पहिलो महिला अन्तरक्रियात्मक (टक शो) कार्यक्रम हो। हरेक हप्ता प्रसारण हुने यो कार्यक्रम २०५१ वैशाख १६ देखि सुरु भएको हो। जागृति सुरु हुनुअघि कुनै कुनै कार्यक्रममा महिलाहरू जम्मा गरी यदाकदा छलफल गर्ने गरिएको थियो। तर, महिलासम्बन्धी मुद्दाहरूलाई नियमित रूपमा उठाएर त्यसमा सम्बन्धित विशेषज्ञ बोलाई महिलाहरू सहितको स्टुडियोमा आधारित अन्तरक्रियात्मक कार्यक्रम यो नै पहिलो थियो। जागृतिको पहिलो अङ्कले नै त्यस बखत चर्चामा रहेको पैतृक सम्पत्तिमा महिला अधिकार विषयलाई स्थान दिएको थियो। जागृतिको प्रसारण भने बीचमा केही समयसम्म बन्द भई करिब ३६० शृङ्खलासम्म प्रसारण भएको पाइन्छ। यसका पछिल्ला अङ्कहरूले महिलाका विषयहरूलाई मात्र नसमेटी अन्य मुद्दाहरूलाई पनि उठाउने गरेको थियो।^५ २०५२ मा प्रसारित अस्तित्व कार्यक्रमले पनि महिलाका मुद्दाहरूलाई

^५ जागृतिको परिकल्पनाकार, निर्माता तथा सुरुको २ वर्षसम्म प्रस्तोताका रूपमा म आफू संलग्न थिएँ। त्यसपछि करिब छ वर्ष आरती चटौतले र करिब एक वर्ष सुनिता शर्माले यो कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुभएको थियो। २०६० पुस ८ पछि जागृतिको प्रसारण बन्द भयो।

उठाउने गरेको थियो । अन्तर्वातामा आधारित महिलालक्षित उक्त कार्यक्रमले निरन्तरता भने पाउन सकेन ।^९

२०५४ देखि २०५६ मा प्रसारित केही कार्यक्रमहरू थिए— प्रतिबोध (२०५४), अचेल (२०५४), वास्तविकता (२०५४), आवाज (२०५४), लोकलहरी (२०५५), मञ्चन (२०५५), मेरो अतित मेरो वर्तमान (२०५५), उद्यम उद्यमी (२०५५), म्यूजिक प्लस (२०५५), गृहवाटिका (२०५५), हिट क्लिप्स (२०५५), परिवर्तन (२०५६), सिनेलहर (२०५५), ब्राइटर तिम्रो सुर मेरो गीत (२०५६), मधुरीमा (२०५६) आदि ।

२०५८ असोज २ देखि बिहान लगायत दिउँसो १० बजेदेखि प्रसारण गर्दै साढे १६ घण्टा यसको प्रसारण समय विस्तार भएको थियो । २०५७ देखि २०५९ सम्ममा नेपाल टेलिभिजनद्वारा प्रसारित केही कार्यक्रमहरू यस प्रकार थिए— आँगन (२०५७), मेरो गीत मेरो सन्देश (२०५७), नेपालको सेरोफेरो (२०५७), थोरै भए पुगिसरी (२०५७), सुदर्शन (२०५७), हाम्रो प्रतिबद्धता (२०५७), यहाँको चलन (२०५७), बहस (२०५८), नगद पाँच लाख (२०५८), दृष्टिकोण (२०५८), एकछिन (२०५८), म्यूजिक म्याजिक (२०५८), दिशा निर्देश (२०५८), इन्टरियर जर्नी (२०५९), हेलो किड्स (२०५९), एनटिभी अनप्लग (२०५९), हाम्रो काठमाडौँ (२०५९), घामछाया (२०५९), सानो संसार (२०५९), सङ्कल्प (२०५९), काँचुली (२०५९), हाम्रो चिनारी (२०५९), मनका कुरा (२०५९), घर संसार (२०५९) आदि । २०६२ माघ सम्ममा नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण बिहान ६:०० बजेदेखि राती ११:०० बजेसम्म गरी दैनिक करिब १७ घण्टा पुगेको थियो भने २०६३ साउन १ गतेदेखि यसले चौबीसै घण्टा प्रसारण गर्दै आएको छ । २०६३ पुससम्ममा नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण दक्षिण एसिया, एसिया तथा प्रशान्त क्षेत्र, खाडी मुलुक गरी करिब २० ओटा देशसम्म पुग्ने गरेको छ ।^{१०} २०६२/६३ मा प्रसारित केही कार्यक्रमहरू यस प्रकार छन्— निर्विषय, हाम्रो चिनारी, बहस, प्रतिध्वनि, सहयात्रा, प्रश्न, मत अभिमत, सानो संसार, सङ्घर्ष, घर संसार, देश परदेश, विकास निर्माण, विदेशतिरका पाइलाहरू, परिवर्तन, सिनेमा सिनेमा, ढुकढुकी, अनुरोध सङ्गीत, सङ्गीत सागर, समानान्तर, इत्यादि ।

^९ दृश्य सङ्ग्रहालयको रेकर्डअनुसार यो कार्यक्रम २०५२ असार ९ देखि साप्ताहिक रूपमा २२ शृङ्खलासम्म प्रसारण भएको पाइन्छ ।

^{१०} नेपाल टेलिभिजन इन्जिनियरिङ महाशाखा प्रमुख दीपकमणि धितालसँग गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

२०५४ मा सुरु भएको प्रतिबोध, २०५५ मा सुरु गृह बाटिका, २०५६ मा सुरु परिवर्तन, २०५९ मा सुरु भएका सञ्जीवनी, घामछाया, सङ्कल्प र २०६० मा सुरु भएको सङ्घर्ष कार्यक्रम पनि आंशिक र पूर्ण रूपमा महिला दर्शकहरूतर्फ लक्षित कार्यक्रमहरू हुन्।^{११}

समग्रमा नेपाल टेलिभिजनबाट २०४३ सालदेखि (महिला कार्यक्रम) २०६३ सालसम्म (घर संसार) प्रसारण भएका महिला कार्यक्रमहरूको प्रकृति र प्रवृत्ति हेर्दा मूलतः महिलाहरूको परम्परागत भूमिकालाई नै सघाउ पुग्ने वा उजागर गर्ने खालका छन्। तिनले घरभित्रको संसार नै महिलाको संसार हो र त्यसलाई प्रस्तुत गर्नु नै महिला कार्यक्रमको उद्देश्य हो भन्ने सङ्केत गर्छन्। जागृति र अस्तित्व कार्यक्रमलाई भने अपवादको रूपमा लिन सकिन्छ।

निजी च्यानलको प्रवेश

२०५८ असारदेखि नेपालमा निजी च्यानलको प्रसारण सुरु भयो। नेपालमा २०४९ सालमा राष्ट्रिय प्रसारण ऐन बनेपछि प्रसारण क्षेत्रमा नयाँ आयाम देखा परेको हो। यही ऐनले प्रसारण क्षेत्रमा सरकारको एकाधिपत्यको अन्त गर्दै निजी क्षेत्रलाई समेत ढोका खोल्दियो। यो ऐन जारी भएपछि स्वायत्त संस्था वा निजी कम्पनीहरूले एफएम रेडियो स्टेसन खोल्न सम्भव भयो र टिभी स्टेसनका लागि पनि इजाजत दिने पृष्ठभूमि तयार भएको थियो। तदनुसार २०५८ असार १९ गतेदेखि स्पेसटाइम नेटवर्कले च्यानल नेपाल नामक च्यानलको प्रसारण सुरु गर्‍यो। २२ करोड लगानी रहेको उक्त च्यानलको प्रसारण एकैपटक भू-उपग्रह प्रणालीबाट गरियो। यता श्री ५ को सरकारको नवौँ योजनामा राखिएको टेलिभिजन प्रसारणलाई भू-उपग्रह प्रणालीमा आवद्ध गर्ने लक्ष्यअनुरूप २०५८ असार २० गतेदेखि नेपाल टेलिभिजन पनि भू-उपग्रह प्रणाली अर्न्तगत प्रसारण हुन थाल्यो।^{१२} त्यसको एकै वर्षमा अन्य दुई निजीस्तरमा खोलिएका च्यानलहरू कान्तिपुर नेटवर्क प्रालिको कान्तिपुर टेलिभिजन र इमेज नेपाल प्रालिको इमेज च्यानल पनि एकैदिन २०६० असार २९ गतेदेखि सञ्चालनमा आए। नेपाल टेलिभिजनको दोस्रो च्यानलको रूपमा २०६० असोज १० गतेदेखि मेट्रो च्यानलले

^{११} प्रतिबोध, परिवर्तन र सङ्घर्षले महिलाबाहेक अन्य विषयहरूलाई पनि उठाउने गरेका पाइन्थ्यो/पाइन्छ।

^{१२} नेपाल टेलिभिजन इन्जिनियरिङ महाशाखा प्रमुख दीपकमणि धितालसँग गरिएको कुराकानीअनुसार।

पनि आफ्नो प्रसारण थाल्यो जसलाई पछि एनटिभी २ नामाकरण गरियो।^{१३} नेपालमा २०६३ पुससम्मको स्थितिमा नेपाल टेलिभिजनको राष्ट्रिय र मेट्रो गरी दुई च्यानल लगायत इमेज च्यानल, कान्तिपुर टेलिभिजन र च्यानल नेपालसहित पाँचओटा नेपाली च्यानलहरू नियमित प्रसारणमा छन्। यी टेलिभिजनसम्बन्धी विवरण तालिकामा उल्लेख छ।

तालिका: टेलिभिजन प्रसारण संस्थाहरू

च्यानल	सञ्चालन गर्ने संस्था	प्रसारण पद्धति	कार्यक्रमको प्रकृति	लगानी	वार्षिक सञ्चालन खर्च
नेपाल टेलिभिजन	नेपाल टेलिभिजन संस्थान (श्री ५ को सरकार)	टेरेस्टेरियल/ स्याटेलाइट	समाचार तथा सूचनामूलक शिक्षामूलक र मनोरञ्जनात्मक	९० करोड	१४ करोड
च्यानल नेपाल	स्पेसटाइम नेटवर्क	स्याटेलाइट	"	२२ करोड	५ करोड
कान्तिपुर टेलिभिजन	कान्तिपुर नेटवर्क प्रािल	टेरेस्टेरियल/ स्याटेलाइट	"	५० करोड	१० करोड
इमेज च्यानल	इमेज नेपाल प्रािल	स्याटेलाइट	"	७ करोड	३ करोड
एनटिभी २	नेपाल टेलिभिजन संस्थान (श्री ५ को सरकार)	स्याटेलाइट	"	५२ करोड	४ करोड

स्रोत: मिश्र (२०६१)।

पछिल्लो च्यानल— एनटिभी २

निजी क्षेत्रमा नयाँ च्यानल खुल्नुअगाडि नेपाल टेलिभिजनको एउटै च्यानलले नेपाली दर्शकका सूचना, शिक्षा र मनोरञ्जनका आकाङ्क्षा परिपूर्ति गर्न सम्भव भएन। निजी क्षेत्रमा थुप्रै उत्पादन केन्द्र खुले। तीमध्ये हिमालयन फिल्मस्, नमस्ते भिजन, साङ्ग भिडियो फिल्म प्रोडक्सन प्रािल केही नामहरू हुन्। तिनका कार्यक्रम प्रसारण गर्ने एउटै माध्यम थियो— नेपाल टेलिभिजन। त्यसैले राष्ट्रिय प्रसारणलाई अलग्गै राखेर मनोरञ्जन र व्यापारिक किसिमका कार्यक्रमका लागि एउटा बेग्लै च्यानलको आवश्यकता महसुस भएर नै मेट्रो च्यानलको अवधारणा अधि सारिएको हो। मित्रराष्ट्र चीनबाट मेट्रो च्यानल स्थापनामा सहयोग प्राप्त भयो (शर्मा २०६१)। सुरुमा काठमाडौँ उपत्यकामा मात्र सीमित यसको प्रसारण

^{१३} यो च्यानल आरम्भमा एनटिभी मेट्रो नामबाट स्थापना भएको थियो। २०६३ असार २० गते स्याटेलाइट प्रसारणमा गएपछि एनटिभी २ नामाकरण गरिएको हो।

२०६३ असारदेखि भू-उपग्रह प्रणालीमा आवद्ध भई देशभर तथा विदेशमा दक्षिण एसिया, एसिया तथा प्रशान्त क्षेत्र र खाडी मुलुक गरी करिब २० ओटा देशसम्म पुगेको छ ।^{१४}

२०६० असोज १० गतेदेखि दैनिक साँझ १ घण्टा ३० मिनेटको प्रसारणबाट सुरु गरिएको नेपाल टेलिभिजनको मेट्रो च्यानल (पछि एनटिभी २ भनिएको) मा पहिलो वर्ष आकार, स्टार रेसिपि, यूथ फोरम, इन्फो प्लस, म्यूजिकल जर्नी, मेलोडिक मेलो, ड्रिम्स अनलिमिटेड, जेनेरेशन, आमा, दि गेम शो, कान्ति, फेसन बज, टोलटोलमा, लेट्स ट्राभल, पिपलबोट आदि कार्यक्रम प्रसारण भए ।

एनटिभी २ ले पहिलो वर्ष प्रसारण गरेको ड्रिम्स अनलिमिटेड (प्रसारण २०६० असोज ३० देखि २०६२ असार २१ सम्म) र आमा महिला दर्शकहरूतर्फ लक्षित थियो । किशोरीहरूको मनोविज्ञानसँग सम्बन्धित ड्रिम्स अनलिमिटेड र मातृत्वको सम्मान गर्ने आमा कार्यक्रम सम्बन्धित निर्माता र सह-निर्माताहरूले काम छाडेको कारण बन्द भयो ।^{१५} स्टार रेसिपी (प्रसारण २०६० असोज ३० देखि २०६२ असार २१ सम्म) र कान्ति (२०६० असोज १३ देखि २०६० पुस २९ सम्म) का धेरै अंश पनि महिला दर्शकप्रति लक्षित थियो ।

२०६१ वैशाख १ गतेदेखि एनटिभी २ को प्रसारण समयलाई बढाएर ४ घण्टा ३० मिनेट (साँझ ६:००-१०:३०) पुऱ्याइयो । उक्त अवधिमा मञ्चन, ट्यालेन्ट हन्ट, फेरि उही आवाज, सिने सिजलर, सिने हलचल, हटकेस, म्युजिक मस्ती आदि कार्यक्रम प्रसारण गरिए । २०६१ माघ १७ गते पुनः एनटिभी २ को प्रसारण समय विस्तार वृद्धि गरी दिउँसो २:०० बजेदेखि साँझ १०:३० सम्म पुऱ्याइयो । उक्त अवधिमा प्रसारित केही कार्यक्रमहरू थिए— नेपाल विजनेश, वैदेशिक रोजगार, फनफनी, धम्मोपदेश, स्पोर्ट म्यागजिन, गृहिणी, सरोवर, सिर्जना साँगालो, चक्रपथ, पिकआवर आदि । गृहिणी कार्यक्रम (प्रसारण २०६१ मङ्सिर २८ देखि २०६२ असार ६ सम्म) फेसन र सौन्दर्यसम्बन्धी जानकारी दिने तथा विभिन्न प्रकारका खानाका परिकार बनाउन सिकाउने कार्यक्रम थियो ।

२०६२/६३ मा एनटिभी २ मा खोतल खातल, धुन, मेट्रो गेस्ट, डायल द नम्बर, साइन्स क्विज, अनुभव, जीवनका पानाहरू, स्कूल स्कूलमा, उत्सव,

^{१४} नेपाल टेलिभिजन इन्जिनियरिङ महाशाखा प्रमुख दीपकमणि धितालसँग गरिएको कुराकानीअनुसार ।

^{१५} यहाँ उल्लेख गरिएका सम्पूर्ण कार्यक्रमहरूको रेकर्ड एनटिभी २ को दृश्य सङ्ग्रहालयमा उपलब्ध छन् ।

भङ्गार, यथार्थ, सानिधप आदि कार्यक्रम प्रसारण भइरहेका छन् । २०६२/६३ मा प्रसारण भइरहेकामध्ये उत्सव (२०६२ फागुन २ देखि सुरु भई हाल २०६३ पुससम्म प्रसारण भइरहेको) र अनुभव (२०६२ फागुन ७ देखि २०६३ पुससम्म प्रसारण भइरहेको) कार्यक्रमहरू व्यवसायिक महिलाहरू तथा सङ्घर्षपूर्ण जीवन बाँचिरहेका बालिकाहरूको जीवनकथामा आधारित छन् । दुवै कार्यक्रमहरू मूलतः महिला दर्शकलाई लक्षित गरी निर्माण गरिएका छन् ।

यसरी सुरुदेखि नै एनटिभी २ मा महिला दर्शकलाई लक्षित गरी कार्यक्रम निर्माण भएको पाइन्छ । नेपाल टेलिभिजन स्थापना भएको १८ वर्षपछि सुरु गरिएको अर्को च्यानलमा पनि महिला कार्यक्रमको ढाँचा र प्रकृतिमा खासै परिवर्तन पाइँदैन । घरभित्रको संसार नै महिला कार्यक्रमले प्रस्तुत गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता त्यहाँ पनि हावी भएको पाइन्छ । उत्सव र अनुभव कार्यक्रम भने अपवादमा पर्दछन् ।

स्मरणीय कुरा के छ भने नेपाल टेलिभिजन तथा एनटिभी २ बाट प्रसारित महिला लक्षित कार्यक्रमहरू सुरुआतदेखि हालसम्म महिला सञ्चालक प्रस्तोता र निर्माताहरूले नै प्रस्तुत र निर्माण गरेको पाइन्छ । माधुरी राणा, दीपा गौतम, सरस्वती श्रेष्ठ, शुष्मा गौतम, रोशी कार्की, अंशुमाला शाही, रीता गुरुङ, मन काफ्ले, शोभा गौतम, तारा कोइराला, आरती चटौत, इना श्रेष्ठ, सङ्गीता पन्त, निता सापकोटा, बेञ्जु सरोज, पुष्पा खनाल, शान्ता जोशी, सुनयना कार्की, चन्दा कुँवर र रबीना राजकर्णिकार तीमध्ये हुन् । महिला कार्यक्रमहरूको दृश्य सम्पादनमा पनि अधिकांशतः महिलाहरू नै संलग्न रहेका छन् । रेणु थापा, रोशन थापा, रोशना तुलाधर, सरस्वती शर्मा, सम्भ्रना श्रेष्ठ तीमध्येमा पर्दछन् ।

नेपाली टेलिभिजनबारे पूर्व अध्ययन

नेपालमा टेलिभिजनको इतिहास त्यति पुरानो नभएका कारणले टेलिभिजनसम्बन्धी अध्ययन/प्रतिवेदन, लिखित सामग्री र पुस्तकहरू सञ्चारका अन्य माध्यम (रेडियो र छापा) का तुलनामा कम सङ्ख्यामा फेला पर्दछन्। त्यसो त समग्र नेपाली मिडियाबारे पनि अनुसन्धानको क्रम भर्खरै सुरु हुन थालेको हो। निजी टेलिभिजनको सुरुआत निकै पछि मात्र भएको हो भने केही लामो इतिहास बनाएको सरकार नियन्त्रित नेपाल टेलिभिजन नै हो। नेपाल टेलिभिजनसम्बन्धी स्रोत सामग्रीमा बाहिरका अनुसन्धाताको पहुँच उति सहज छैन। त्यसैले पनि टेलिभिजनसम्बन्धी अनुसन्धान प्रशस्त मात्रामा नहुनु एउटा कारण हुन सक्छ। प्रसारण पत्रकारिताको अध्ययन अध्यापन अझ पनि व्यवस्थित भइनसकेकोले पनि यससम्बन्धी अनुसन्धान कम भएको हुन सक्छ। २०६० सालदेखि नेपाल टेलिभिजन अर्धवार्षिक प्रकाशन *टेलिपत्रिकाले* टेलिभिजनका विविध पक्षहरूमा लेख रचना प्रकाशन गरी त्यो आवश्यकताको परिपूर्ति गर्ने प्रयास गरेको थियो। तर चौथो अङ्क (२०६२ साउन) पछि यो पत्रिका पनि प्रकाशन भएको पाइँदैन। तसर्थ टेलिभिजन वा टेलिभिजन प्रसारण पत्रकारिताका विविध पक्षहरूको व्याख्या र विश्लेषणात्मक लेखनको अझै पनि अभाव नै रहेको पाइन्छ।

टिभीको सम्भाव्यता देखेनन्” (खनाल र अरू २०५४: ११)।^{१६} यसरी टेलिभिजनको स्थापनाका सम्बन्धमा स्वीस टोलीद्वारा गरिएको अध्ययनपश्चात बीचमा लामो समयसम्म अरू कुनै सम्भाव्यता अध्ययन भयो वा भएन यसबारे कतै पनि उल्लेख भएको पाइएन।

श्री ५ को सरकारले २०४१ माघ १७ गते एउटा नेपाल टेलिभिजन परियोजनाको स्थापना गरेपछि फ्रान्स सरकारबाट यस कुरामा चाख लिई अध्ययनका लागि एक टोली नेपाल पठाएको थियो। नेपालमा टिभी प्रसारण गर्न के-कस्ता कठिनाइ पर्दछन् र समाधान कसरी गर्ने भन्ने सम्बन्धमा अध्ययन गर्नु उक्त टोलीको उद्देश्य थियो। यस टोलीले नेपालमा टिभीको सम्भाव्यता अध्ययन गरेर सरकारलाई प्रतिवेदन दियो, त्यसै प्रतिवेदनलाई दृष्टिगत गरी टिभी आयोजना सफल पार्न सरकारले ठोस नीतिको तर्जुमा गयो (कार्की र गौतम २०४३: १५६)।

१९८४ अप्रिल ६ मा वर्ल्ड भ्यू इन्टरनेशनल फाउण्डेसन, नेपाल तथा सञ्चार मन्त्रालयको संयुक्त तत्वावधानमा नेपालमा टिभीको विकासका सम्भावना तथा सम्भाव्यता नामक गोष्ठी सम्पन्न भयो। यस गोष्ठीको नेतृत्व वर्ल्ड भ्यू इन्टरनेसनल फाउण्डेसन, नर्वेका महानिर्देशक आइने फिजोटोफले गर्नु भएको थियो। उहाँकै सक्रियतामा दुर्गानाथ शर्माको नेतृत्वमा १६ जना नेपालीहरू १९८४ जुनमा रेडियो नेदरल्याण्ड ट्रेनिङ सेन्टरमा टिभी सञ्चालन तालिमका निमित्त प्रस्थान गरे। यस तालिमका सहभागीहरू तालिम समाप्तिपश्चात् १९८४ नोभेम्बर २२ मा सूचना तथा मन्त्रालय तथा वीडियोको गोष्ठीमा सहभागी भए। यस गोष्ठीले टिभी कार्यक्रमको समय तालिका वा श्रोतावर्गको कार्यक्रमप्रतिको रुचिको गहनतम् अध्ययन सम्पन्न गयो। यस प्रकारको श्रोता सर्वेक्षणले विविध प्रकारको तथ्य उजागर गयो। यसै क्रममा १९८५ जनवरीमा सञ्चारकर्मीको गोष्ठी सम्पन्न भयो। सो गोष्ठीले सञ्चार क्षेत्र तथा पाठकको राय सङ्कलन गयो (खनाल र अरू २०५४)। यसरी स्वीस तथा फ्रान्सेली अध्ययन टोली, वर्ल्ड भ्यू इन्टरनेसनल र नेपालको सञ्चार मन्त्रालयको पहलमा नेपालमा टेलिभिजन स्थापनाको लागि प्रारम्भिक अध्ययन भएको बुझिन्छ।^{१७}

^{१६} डा. शर्माको लेखमा अन्तर्राष्ट्रिय टोली आएको भनिए पनि कुन देशको टोली थियो र कुन मितिमा आएको थियो भन्ने खुल्दैन। तसर्थ यी दुई लेखनीमा उल्लिखित अध्ययन एउटै हो वा छुट्टाछुट्टै स्पष्ट हुन सकेको छैन। यसबारे जिज्ञासा राख्दा हाल आफूलाई सम्झना नभएको डा. शर्माले बताउनुभयो।

^{१७} विभिन्न पुस्तकहरूमा उल्लेख भएका आधारमा यी प्रारम्भिक अध्ययनहरूबारे यहाँ लेखिएको भए पनि ती अध्ययन अनुसन्धानको प्रतिवेदन फेला पार्न सकिएको छैन।

नेपालमा टेलिभिजन प्रसारणको थालनी के उद्देश्य राखेर कस्तो पृष्ठभूमिमा भएको थियो ? त्यसको सङ्क्षेप शाही प्रेस आयोग २०३८ को प्रतिवेदनमा भेटिन्छ । स्वर्गीय राजा वीरेन्द्रको राज्यकालको दसौं वर्षमा गठित आयोगले नेपालमा टेलिभिजनको आवश्यकता औल्यायो । सो आयोगले 'सम्भाव्यता अध्ययन गरी योजनाबद्ध रूपमा कार्य सञ्चालन गर्नु आयोग आवश्यक ठान्दछ' भन्ने किटानी राय दिएको थियो । शिक्षा, परिवार नियोजन, स्वास्थ्य र वन संरक्षण जस्ता विषयहरूको प्रचार प्रसारमा टेलिभिजन अति प्रभावकारी हुनसक्छ भन्ने आयोगको मान्यता थियो । आयोगले अन्यत्र वरिपरि हुँदै गएको बहूदो प्रयोगलाई दृष्टिगत गर्दा 'ढिलो चाँडो' नेपालले पनि टेलिभिजन माध्यमलाई अपनाउनुपर्ने निष्कर्ष निकालेको थियो (अधिकारी २०६०: १३, राणा २०६०: ४६७) ।

नेपाल टेलिभिजनले आफ्नो परियोजनाकालदेखि नै सर्वेक्षणको थालनी गरेको कुरा २०४२ साल भदौको वर्ष १, अङ्क ३ को *टेलिभिजन बुलेटिन*मा जनाइएको छ । बुलेटिनमा 'टेलिभिजन सर्वेक्षण टोली' शीर्षकको सूचनामा उल्लेख छ:

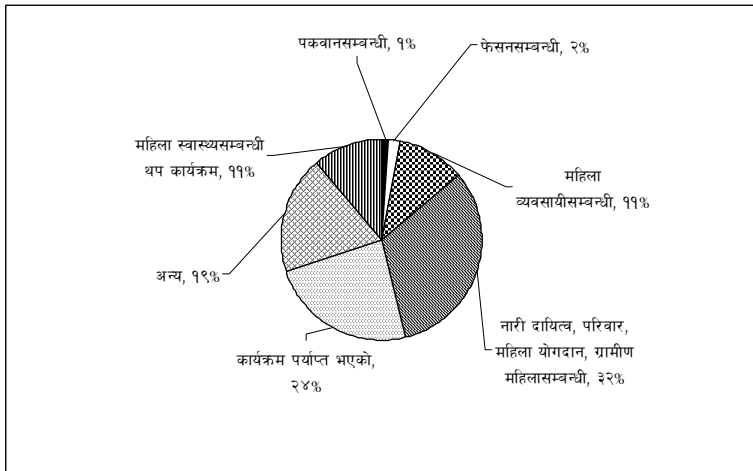
नेपाल टेलिभिजन परियोजनाले यही साउन महिनादेखि काठमाडौं उपत्यकामा टेलिभिजन सर्वेक्षण टोली पठाएको छ । सो टोलीले काठमाडौं, पाटन, भक्तपुरका प्रत्येक टोल-टोलमा गई नेपालमा हालसम्म आयातित टेलिभिजन सेटको लगत राख्नेछ । सो टोलीले टेलिभिजनको मोडेल नम्बर, बनाउने कम्पनी, कार्यक्रम प्रस्टसँग देखिने गरेको छ/छैन ? डेक छ/छैन ? सो सम्बन्धमा समेत प्रश्नावली बनाई सम्बन्धित व्यक्तिसँग सोध्नुपर्छ गरेर आफ्नो रेकर्ड बुकमा टिप्नेछ । यसबाट नेपाल टेलिभिजन परियोजनालाई आफूले निकट भविष्यमा प्रसारण गर्ने विविध कार्यक्रमहरूको सम्बन्धमा र नीतिगत निर्णय लिन विभिन्न जानकारी प्राप्त हुने भएकाले उक्त टोलीले सोधेका प्रश्नहरूको सही जवाफ दिई सहयोग गर्नहुन सबैसँग अनुरोध गरिन्छ (टेलिभिजन बुलेटिन २०४२: ५) ।

२०५१ सालमा आएर नेपाल टेलिभिजनसम्बन्धी अर्को दर्शक सर्वेक्षण भएको थियो । काठमाडौं, ललितपुर, भक्तपुर, पोखरा, भैरहवा, जनकपुर र विराटनगरलाई सर्वेक्षण क्षेत्र मानिएको उक्त सर्वेक्षणमा कुल २३,८७९ दर्शकको विचार सङ्कलन गरिएको थियो । सर्वेक्षणमा कहिलेदेखि नेपाल टेलिभिजन हेर्न थालेको ? नेपाल टेलिभिजनको सिग्नल कस्तो छ ? कुन समयमा बढी मात्रामा नेपाल टेलिभिजन हेर्ने गरिएको छ ? मन परेको टेलिफिल्म, हेर्न चाहेको वृत्तचित्र, सूचनामूलक, शिक्षामूलक तथा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमको प्राथमिकता क्रम आदि समावेश थिए । सर्वेक्षणमा करिब २४ प्रतिशतले नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण गरिने

महिलासम्बन्धी कार्यक्रममा प्रसारित विषयवस्तु पर्याप्त भएको बताएका थिए । तर, ३२ प्रतिशतले नारी दायित्व, परिवार, महिला योगदान, ग्रामीण महिलासम्बन्धी कार्यक्रमहरू; ११ प्रतिशतले महिला व्यवसायीसम्बन्धी; २ प्रतिशतले फेसनसम्बन्धी; १ प्रतिशतले पकवानसम्बन्धी र ११ प्रतिशतले महिला स्वास्थ्यसम्बन्धी थप कार्यक्रमको खाँचो रहेको बताएका थिए (हेर्नुहोस् चित्र १) । यो सर्वेक्षण २०५१ माघमा सुरु गरिएको २०५२ जेठमा प्रतिवेदन तयार भएको देखिन्छ ।

यसरी २०५२ को दर्शक सर्वेक्षण प्रतिवेदन महिलासम्बन्धी कार्यक्रममा विशेष केन्द्रित छ । प्रतिवेदनले करिब २ प्रतिशत महिलाहरूले फेसनसम्बन्धी र १ प्रतिशतले मात्र पकवानसम्बन्धी कार्यक्रममा रुचि देखाउनुले महिलाहरूको रुचि फराकिलो हुँदै गएको सङ्केत गर्दछ । ११ प्रतिशत महिलाहरूले महिला व्यवसायीसम्बन्धी कार्यक्रम हेर्ने चाहना गर्नुलाई पनि महिलाहरूको रुचि घरबाहिरका क्रियाकलापमा बढेको अनुमान गर्न सकिन्छ ।

चित्र १: महिलासम्बन्धी कार्यक्रममा दर्शकको प्राथमिकता



स्रोत: शर्मा (२०५२: ७) ।

त्यसपछि २०५४ सालमा दर्शकहरूसँगको प्रत्यक्ष टेलिफोन वार्ताद्वारा सङ्कलन गरिएका सुझावहरूलाई दर्शक सर्वेक्षण प्रतिवेदनको रूप दिइएको छ (उत्तमप्रसाद अधिकारी २०५४) । कुल २२ पेजको सो अप्रकाशित प्रतिवेदन नेपाल टेलिभिजन

सञ्चालक समितिले गठन गरेको दर्शक सर्वेक्षण इकाईले तयार पारेको थियो । सर्वेक्षणको मुख्य उद्देश्य नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण गरिने कार्यक्रमहरू, प्रसारण समय आदिबारे दर्शकहरूको प्रतिक्रिया प्राप्त गर्नु र नेपाल टेलिभिजनबारे दर्शकहरूको धारणा बुझ्नु रहेको देखिन्छ । साथै नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण गरिने कार्यक्रमका मौजुदा कमजोरीहरू खुट्ट्याई सुभावाका उपायहरू पत्ता लगाउनु पनि उक्त सर्वेक्षणको अर्को उद्देश्य रहेको बुझिन्छ । यस सर्वेक्षणमा कुन-कुन स्थानका र कति सङ्ख्यामा दर्शकहरूको सहभागिता रह्यो त्यो भने प्रतिवेदनमा उल्लेख छैन ।

दर्शकहरूबाट प्राप्त सुभावहरूलाई सूचनामूलक/शैक्षिक र मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरू शीर्षकअन्तर्गत राखी चलचित्रमा आधारित कार्यक्रम, टेलिचलचित्र, बाल कार्यक्रम, धार्मिक कार्यक्रम, वृत्तचित्र, खेलकुद कार्यक्रम, उद्घोषण र प्रस्तुति, विज्ञापन, मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम, समाचार र सूचनामूलक कार्यक्रम सम्बन्धमा छुट्टाछुट्टै रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ । समाचार तथा समाचारमूलक कार्यक्रमहरूका सम्बन्धमा प्राप्त सुभावमध्ये समाचार सङ्कलन अधिराज्यव्यापी गरिनुपर्ने, हिन्दु परम्पराअनुसार नारीलाई जहिले पनि पुरुषको दायाँ राखिने भएकाले समाचार वाचनको समयमा पनि यसै परम्परालाई कायम राखी महिला तथा पुरुष दुई जनाले समाचार वाचन गर्दा महिलालाई दायाँ राख्नुपर्ने आदि थिए (उत्तमप्रसाद अधिकारी २०५४: ११) ।

मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमका सम्बन्धमा प्राप्त सुभावहरूमध्ये नेपालको लोक संस्कृतिको महत्त्व दर्शाउने लोकगीत, दोहोरी गीतहरूको अभाव भएको, *हिजोआजका कुरा*, *हत्तेरीका* जस्ता कार्यक्रम टेलिचलचित्र जस्तो शृङ्खलाबद्ध हुनुको सट्टा समसामयिक घटना तथा विषयवस्तुमा आधारित हुनुपर्ने, नेपाल गाउँ नै गाउँले भरिएको देश भएकोले *देवी* टेलिशृङ्खला जस्तो गाउँले परिवेशको शिक्षामूलक अरू टेलिचलचित्र पनि बनाउनुपर्ने आदि थिए । मुख्य र सन्देशवाहक पात्रका रूपमा महिलालाई प्रस्तुत गरिएको *देवी* जस्ता टेलिशृङ्खला अरू पनि निर्माण हुनुपर्ने दर्शकको मागले समाजले महिलाद्वारा सम्प्रेषित सन्देशहरूलाई सकारात्मक रूपमा लिने गरेको अनुमान गर्न सकिन्छ । समाजमा चेतना फैलाउन वा दिशानिर्देश गर्न महिलाहरू सक्षम छन् भन्ने अप्रत्यक्ष सन्देश पनि त्यसले बोकेको थियो ।

त्यसबाहेक समग्र रूपमा प्राप्त सुभावाहरूमा प्रसारण केन्द्रलाई मजबुत बनाउनुपर्ने, उद्घोषण र प्रस्तुतिमा नेपालीपन भल्किनुपर्ने सुभावा दिइएको थियो । उद्घोषक, प्रस्तोता र समाचारवाचकले भाषागत शुद्धतामा ध्यान दिनुपर्ने, सबै जातजाति र पिछडिएका वर्गको प्रतिनिधित्व हुने किसिमको कार्यक्रम प्रसारण हुनुपर्ने, राष्ट्र राष्ट्रियताको भावना जगाउने खालको प्रस्तुति हुनुपर्ने आदि सुभावा पनि यसमा रहेका छन् ।

नेपाल टेलिभिजनका लागि 'सेन्टर फर पोलिसी रिसर्च एण्ड एनलाइसिस' सानो गौचर काठमाडौंले २०५६ मा नेपाल टेलिभिजन दर्शक सर्वेक्षण अध्ययन गरेको थियो (सिपिआरए २०५६) । सर्वेक्षणमा उपत्यकाबाहिर तीन सहर—वीरगञ्ज, भैरहवा र विराटनगरका ३,००८ र उपत्यकाभित्रका २,३६८ गरी जम्मा ५,३७६ जना दर्शकहरू सहभागी थिए । प्रतिवेदनअनुसार नेपाल टेलिभिजनका नियमित दर्शकहरूले (अध्ययन गरिएका सहरका) मन पराएका प्रमुख पाँच कार्यक्रमहरू क्रमशः *हिजोआजका कुरा*, *ॐ नमः शिवाय*, *नेपाली समाचार*, *नेपाली टेलिफिल्म*^{१८} र *विश्व घटना* थिए ।

सर्वेक्षणले दर्शकको रुचि, लिङ्ग र उमेर, शैक्षिकस्तर, जाति, पेशा र सहरअनुसार नेपाल टेलिभिजनका कार्यक्रमहरूको प्राथमिकता क्रम पनि निर्धारण गरेको थियो । विदेशी च्यानलसँग तुलना गर्दा ६६ प्रतिशत दर्शकहरूले नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण हेर्ने गरेको र ३४ प्रतिशत दर्शकहरूले विदेशी च्यानलहरू हेर्ने गरेको उल्लेख थियो । विदेशी च्यानलहरूमध्ये जिटिभी, सोनी र स्टारप्लसले मुख्य ठाउँ ओगटेको कुरा उक्त सर्वेक्षणले देखाएको थियो ।

२०५९ सालमा सेन्टर फर इकोनोमिक डेभलपमेन्ट एण्ड एडमिनिस्ट्रेशन (सेडा) ले नेपाल टेलिभिजनका लागि दर्शक सर्वेक्षण गर्‍यो (प्रधान सन् २००३) । 'नेपाल टेलिभिजन भ्यूअर सर्भे २००३' नाम दिइएको उक्त सर्वेक्षणमा अधिराज्यका २३ नमूना जिल्लाहरूबाट १४,५९२ पुरुष र १४,२३० महिला गरी जम्मा २८,८२२ टेलिभिजन दर्शकहरूको मत सर्वेक्षण गरिएको थियो । यसमा २५.५ प्रतिशत दर्शकहरू १५ वर्षभन्दा मुनिका रहेका थिए । त्यति बेला २३ नगरपालिकाका ५९ वडाहरू र ४९ गाविसका १०९ वडाहरूमा स्थलगत सर्वेक्षण गरिएको थियो । सर्वेक्षणका उद्देश्यहरूमा नेपाल टेलिभिजनका कार्यक्रमहरूको लोकप्रियताको

^{१८} यसअन्तर्गत समग्रमा त्यति बेला प्रसारित सबै टेलिफिल्मलाई लिइएको थियो ।

जाँच गर्नु, दसओटा लोकप्रिय कार्यक्रमहरूको पहिचान गर्नु, टेलिभिजन कार्यक्रमहरूका सन्दर्भमा दर्शकहरूको रुचि र प्राथमिकतालाई छुट्ट्याउनु र नेपाल टेलिभिजनलाई सुझावहरू प्रस्तुत गर्नु थियो ।

सर्वेक्षणमा पहाडी र तराई जिल्लालाई मात्र समेटिएको थियो भने प्रसारण पुगेका इलाका र घरमा टेलिभिजन हुने दर्शकहरूलाई छानिएको थियो । दर्शकहरूद्वारा मन पराएका दसओटा लोकप्रिय कार्यक्रमहरूमा— १) नेपालीमा समाचार, २) हिजोआजका कुरा, ३) टेलिशृङ्खला पुरुष, ४) विश्व घटना, ५) टेलिशृङ्खला वंश, ६) दिशानिर्देश, ७) गीताञ्जली, ८) आँगन, ९) हिन्दी धार्मिक शृङ्खला विष्णु पुराण र १०) टेलिशृङ्खला दुई दिनको जिन्दगानी रहेको सर्वेक्षणमा उल्लेख छ (प्रधान सन् २००३: ४५) ।

यहाँ परेका तीनओटा टेलिशृङ्खलाहरूमध्ये दुई दिनको जिन्दगानी, पुरुष र वंश महिला विषयवस्तुलाई केन्द्रमा राखी निर्माण गरिएको थियो । दुई दिनको जिन्दगानीमा दुई महिला पात्रलाई अत्यन्त विपरीत सोचाइको देखाइएको छ । एउटी महिला पात्र विदिशा खलनायिकाको रूपमा र अर्की पात्र कृशलालाई त्यागी महिलाको रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ । पुरुषले घरमा छोरा समान छोरीको मान सम्मान हुनुपर्दछ भन्ने सन्देश दिएको छ र त्यसकी महिला पात्रलाई चुनौतीहरू सामना गर्ने रूपमा उभ्याइएको छ । वंशले महिलाहरू पारिवारिक वातावरणमा रमाई मिलेर बस्नुपर्छ भन्ने सन्देश दिएको छ । यस किसिमका सिरियलहरूप्रति दर्शकहरूको रुचि हुनुले तिनले महिला पात्रहरूको नवीन र विविधतामय भूमिकाको खोजी गरेको अनुमान गर्न सकिन्छ ।

सर्वेक्षणमा दर्शकहरूद्वारा प्रस्तुत सुझावमध्ये हिजोआजका कुरा जस्तै अन्य नयाँ कार्यक्रमहरू नियमित रूपमा प्रसारण गर्नुपर्ने, स्तरीय कार्यक्रमहरू र बढी मात्रामा मन पराएका टेलिशृङ्खलाहरू साँझ ९:०० बजेअगाडि प्रसारण गर्नुपर्ने जनाइएको थियो । क्षेत्रीय भाषामा बनेका टेलिफिल्महरूलाई प्रोत्साहन गर्नुपर्ने, चेलीबेटी बेचबिखन तथा सामाजिक विसङ्गतिलाई निरुत्साहित पार्ने कार्यक्रम धेरै मात्रामा प्रसारण गर्नुपर्ने, लैङ्गिक विभेदलाई निरुत्साहित पार्ने किसिमका कार्यक्रमहरूलाई प्राथमिकता दिनुपर्ने आदि सुझावहरू पनि त्यस बेला दर्शकहरूले दिएका थिए ।

लैङ्गिक विभेदलाई निरुत्साहित पार्ने किसिमका कार्यक्रमहरूलाई प्राथमिकता दिनुपर्ने सुझाव नेपाल टेलिभिजनको दर्शक सर्वेक्षणको इतिहासमा प्रथम पटक

आएको सुभावाव हो । यसले नेपाल टेलिभिजनका प्रस्तुतिमा लैङ्गिक विभेदलाई निरुत्साहित पार्ने कार्यक्रम नभएको सङ्केत गर्दछ । त्यस्तो कार्यक्रमको माग गर्नु दर्शकहरू अब लैङ्गिक विभेदलाई लिएर निकै सचेत भएको सङ्केत थियो ।

सेन्टर फर इकोनोमिक डेभलपमेन्ट एण्ड एडमिनिस्ट्रेशन (सेडा) ले नेपाल टेलिभिजनका लागि अर्को सर्वेक्षण गर्‍यो । सेडाले पेश गरेको 'नेपाल टेलिभिजन भ्यूअर सर्भे २००४ (काठमाडौँ भ्याली फेज १)' उपत्यकाका तीन जिल्ला काठमाडौँ, ललितपुर र भक्तपुरमा केन्द्रित थियो । कुल १२,०३७ दर्शकमाथि गरिएको उक्त सर्वेक्षणमा २२.४ प्रतिशत दर्शकहरू १५ वर्षभन्दा कम उमेरका बालबालिका थिए । सर्वेक्षणले नेपाल टेलिभिजनका १० ओटा लोकप्रिय कार्यक्रमहरूमा १) नेपालीमा समाचार, २) तितो सत्य, ३) हिजोआजका कुरा, ४) दिशानिर्देश, ५) लोकदोहोरी, ६) टेलिशृङ्खला गहना, ७) साधना सङ्गम, ८) विश्व घटना, ९) टेलिशृङ्खला गङ्गा जमुना र १०) टेलिशृङ्खला वंश रहेको देखाएको छ ।

सर्वेक्षणमा दर्शकहरूबाट सङ्कलन गरिएका केही सुभावहरू पनि प्रस्तुत गरिएको छ । त्यसमध्ये निम्नलिखित तीनओटा सुभावहरू महिला विषयसँग सम्बन्धित छन्:

१. विश्व घटना, घर संसार, लोकदोहोरी, हिजोआजका कुरा र दिशानिर्देशलाई छुट्ट्याइएका समय पर्याप्त छैनन् । तिनको समय बढाइनु पर्दछ ।
२. लोकप्रिय तथा प्रशंसित देवी टेलिशृङ्खला फेरि प्रसारण गरिनु पर्दछ ।
३. महिलाहरूलाई चेतना जगाउने खालका सिरियलहरूलाई प्रोत्साहन गरिनु पर्दछ (प्रधान सन् २००४: ४२) ।

एकातर्फ घर संसार जस्तो घरभित्रका क्रियाकलापमा आधारित कार्यक्रमको समय बढाउने माग र अर्कोतर्फ चेतना जगाउने खालका कार्यक्रमलाई प्रोत्साहन गर्नुपर्ने सुभावले दर्शकहरू सङ्क्रमण कालमा गुञ्जिरहेको आभाष दिन्छ । ती पुराना कुराहरू नछोडिकन नयाँ कुरा गर्न चाहन्छन् भन्ने सन्देश सुभावले बोकेको छ ।

टङ्ग उप्रेतीले नेपाल टेलिभिजनमा जनजाति अल्पसङ्ख्यकहरूको प्रतिनिधित्वसम्बन्धी अध्ययन गर्नुभएको छ । यस अध्ययनले नेपाल टेलिभिजनमा ५३ ओटा जनजातीय अल्पसङ्ख्यक समुदायहरूको उचित प्रतिनिधित्व नभएको उल्लेख गरेको छ । त्यस्तै, टेलिभिजनको पर्दाले बहुजातीय, बहुभाषिक र बहु-सांस्कृतिक समाजभन्दा हिन्दु खस समाजको एउटा गलत तस्वीर प्रस्तुत गरेको अध्ययनमा उल्लेख छ ।

सांस्कृतिक उत्पादनलाई गुणात्मक बनाउन उत्पादन टोलीको निर्णायक तहमा अल्पसङ्ख्यकहरूको उपस्थिति बढाउनुपर्ने सुझाव पनि यसमा प्रस्तुत गरिएको छ (उप्रेती सन् २००३: ५८) ।

रामभक्त घिमिरेद्वारा प्रस्तुत 'एडभरटाइजिड थ्रु टेलिभिजन इम्प्याक्ट अन कन्जुमर बिहेभियर' नामक शोधपत्र टेलिभिजन र विज्ञापनसम्बन्धी अनुसन्धानमा आधारित छ (घिमिरे सन् २०००) । यस शोधपत्रमा टेलिभिजनमा प्रस्तुत हुने विज्ञापनप्रति उपभोक्ताहरूको प्रतिक्रिया, उपभोक्ताहरूद्वारा मन पराइएका टिभी विज्ञापनहरू, उपभोक्ताहरूमा टेलिभिजन विज्ञापनको प्रभाव आदिका सम्बन्धमा सर्वेक्षण गरिएको छ । महिला दर्शकका सम्बन्धमा अध्ययनले पत्ता लगाएका केही तथ्यहरू यस प्रकार छन्:

- ३० प्रतिशत महिला दर्शकले मीठा शब्दहरू भएको विज्ञापन मन पराउँछन् भने ५६ प्रतिशतले सङ्गीतमय, २ प्रतिशतले साधारण विज्ञापन र १२ प्रतिशतले सबै किसिमका विज्ञापन मन पराउँछन् । त्यस्तै ५० प्रतिशत पुरुष दर्शक मीठा शब्दहरू भएको विज्ञापन मन पराउँछन् भने ४० प्रतिशतले सङ्गीतमय विज्ञापन । त्यस्तै ४ प्रतिशत दर्शकहरूले साधारण विज्ञापन मन पराउँछन् र ६ प्रतिशतले सबै किसिमका विज्ञापन मन पराउँछन् ।
- महिला उपभोक्ताहरूमध्ये ६० प्रतिशतले विज्ञापनले के भन्न चाहिरहेको छ त्यो बुझ्ने, जान्ने कोशिस गर्दछन्, ३० प्रतिशत खाली विज्ञापन हेर्दछन् मात्र र बाँकी १० प्रतिशत चाहिँ विज्ञापनका सम्बन्धमा उत्सुक छन् (घिमिरे सन् २०००: ५३-५४) ।

त्रिभुवन विश्वविद्यालय अङ्ग्रेजी केन्द्रीय विभागको स्नातकोत्तर तहका लागि कमलराज सिग्देलले शोधपत्र तयार पार्नुभएको छ । 'मेल गेज एण्ड इन्डियोलोजिकल फरमेसन इन नेपालिज् टेलिभिजन कमर्सियल्स्' नामक सो अध्ययनमा सिग्देलले नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूबाट प्रसारण हुने विज्ञापनमा पुरुष हेराइ कसरी हावी भएको छ र महिलाहरू कसरी उपभोक्तावादी संस्कृतिको शिकार भइरहेका छन् भन्ने विश्लेषण गरिएको छ । विज्ञापनको उत्पादनमा पुरुष हेराइको प्रभावले आमसञ्चारमाध्यममा पुरुष दर्शकको एकाधिकार हुन गएको छ र नारी दर्शकको अस्तित्व नै मान्न तयार नभएको सिग्देलको अध्ययनले देखाएको छ (सिग्देल सन् २००६, सिग्देल २०६३) ।

प्रकाशित पुस्तक तथा फुटकर लेख रचना: नेपाल टेलिभिजन पत्रपत्रिकाको दृष्टिमा (श्रेष्ठ २०४४) टेलिभिजनका सम्बन्धमा नेपालबाट निकलेको पहिलो पुस्तक हो । नेपाल टेलिभिजनको स्थापना, औचित्यको प्रश्न, पहिलो वर्ष, दोस्रो वर्ष, तेस्रो वर्ष आदि शीर्षकमा विभाजित उक्त पुस्तकमा मूलतः नेपाल टेलिभिजनका पहिलो चार वर्ष (वि.सं. २०४१-२०४४) का विविध गतिविधिको चर्चा गरिएको छ । २०४२ पुस २५ गतेदेखि २०४३ चैतसम्मका केही पत्रपत्रिकाहरूले नेपाल टेलिभिजन र यसका प्रस्तुतिका सम्बन्धमा लेखेका टिप्पणी, सम्पादकीय, स्तम्भ, समाचार, जानकारीहरूलाई पुस्तकमा समावेश गरिएको छ । दैनिक पत्रिका गोरखापत्रदेखि लिएर दैनिक समाज, देशान्तर, समीक्षा, जनसंवाद, राष्ट्रपुकार, गतिविधि, जन्मभूमि, त्रिशूल, प्रतिबद्ध आदि पत्रपत्रिकाका अंशहरू यसमा सङ्कलित छन् । प्रस्तुत पुस्तकले नेपाल टेलिभिजनको प्रारम्भिक चरणका सम्बन्धमा जानकारी, खोजविन र अध्ययन गर्न चाहनेहरूका लागि राम्रो खुराकी प्रदान गर्दछ ।

नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटबाट प्रकाशित प्रसारण पत्रकारिता: हाते किताब (शर्मा २०५४) टेलिभिजन पत्रकारितामा संलग्न र संलग्न हुन चाहने सबैका लागि उपयोगी किताब हो । यद्यपि यसले टेलिभिजनसँग सम्बन्धित लेखहरू मात्र नभई समग्र प्रसारण क्षेत्रलाई समेटेको छ । टेलिभिजन प्रसारणसँग सम्बन्धित दुर्गानाथ शर्माको 'टेलिभिजन प्रसारणको विकास र नेपाल टेलिभिजन', तपानाथ शुक्लको 'टेलिभिजन कार्यक्रम उत्पादन र प्रविधि', राजेन्द्रदेव आचार्यको 'टेलिभिजन समाचार उत्पादन प्रक्रिया', ध्रुवहरि अधिकारीको 'सामाजिक प्रभाव र नैतिक दायित्व' तथा लेखकको नाम नखुलेको 'टेलिभिजन विज्ञापन' नामक अर्को एउटा लेख यस पुस्तकमा समावेश छ ।

छिटपुट रूपमा यसअघि पत्रपत्रिकाहरूमा मात्र टेलिभिजन र खास गरी नेपाल टेलिभिजनका गतिविधि र स्थापनाका कुराहरू मात्र फेला पर्ने गरेको सन्दर्भमा टेलिभिजनका विभिन्न विधा-'टेलिभिजन कार्यक्रम उत्पादन र प्रविधि' र 'समाचार उत्पादन प्रक्रिया' का सम्बन्धमा प्राविधिक र विस्तृत ढङ्गले यस पुस्तकमा समेटिनुले यो पुस्तकलाई अझ गतिलो बनाइदिएको छ । टेलिभिजन प्रसारणको विकास र नेपाल टेलिभिजन शीर्षकको लेखले टेलिभिजनको विश्व इतिहास र नेपाल टेलिभिजनको करिब एक दशकका उपलब्धिहरूको भलक दिन्छ । 'सामाजिक प्रभाव र नैतिक दायित्व' शीर्षकको लेखमा टेलिभिजन संस्था र प्रसारकहरूको दायित्व र जिम्मेवारी र टेलिभिजनको पहुँच, प्रभावकारिता र असरका सम्बन्धमा

व्याख्या गरिएको छ । त्यस्तै 'टेलिभिजन विज्ञापन' लेखमा टेलिभिजन विज्ञापनका प्रकारहरू र नेपाल टेलिभिजनको तत्कालीन विज्ञापन दर उल्लेख गरिएको छ ।

पत्रकारिताको सेरोफेरो भन्ने पुस्तक (कार्की र गौतम २०४३) मा टेलिभिजन शीर्षकअन्तर्गत विश्वमा टेलिभिजनको उत्पत्ति र त्यस बखत भर्खरै जसो स्थापित नेपाल टेलिभिजन लगायत टेलिभिजनका प्राविधिक पक्षहरूका बारेमा चर्चा गरिएको छ ।

सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्रद्वारा प्रकाशित जनसञ्चार र प्रजातन्त्रीकरण नेपालको सन्दर्भमा एक अध्ययन पुस्तक (आदित्य २०५३) मा पनि नेपाल टेलिभिजन र त्यहाँबाट प्रसारित समाचार र कार्यक्रमको अध्ययन गरिएको छ । पत्रकारिता विभाग त्रिवि र फ्रेडरिक इवर्ट स्टिफ्टूडले बहुलवादी नेपाली समाजमा आमसञ्चार नामक पुस्तक (खनाल र अरू २०५४) प्रकाशित गरेको छ । यसमा 'टेलिभिजनको अभ्युदय तथा बहुलवादी सांस्कृतिक दर्शन' शीर्षकअन्तर्गत टिभी स्थापनाको ऐतिहासिक पक्ष, नेपालमा टिभीको विस्तार र आमसञ्चारको प्राविधिक पक्षमा क्यामरा, स्टुडियो, उपकरण तथा अन्य प्राविधिक पक्षहरूबारे चर्चा गरिएको छ । साथै टिभी तथा बहुलवादी सांस्कृतिक समाजका सम्बन्धमा पनि सूक्ष्म चर्चा गरिएको पाइन्छ ।

नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटबाट प्रकाशित मिडिया नेपाल २००० (खरेल सन् २०००) मा श्यामबहादुर केसीले 'टेलिभिजन इन नेपाल-अपर्चुनिटिज् एण्ड च्यालेन्जेज' शीर्षक लेख (केसी सन् २०००) मा नेपालमा टेलिभिजन स्थापनाको पृष्ठभूमि, नेपाल टेलिभिजनको प्रोग्रामिङ, केबुल टिभी र नेपाल टेलिभिजनले भोगिरहेको प्रतिस्पर्धा र चुनौतीहरूका सम्बन्धमा चर्चा गर्नुभएको छ ।

सन् २००२ मा निस्केको साइट, साउण्ड एण्ड पल्स (खरेल सन् २००२) र मिडियाको अन्तर्वस्तु विविध विश्लेषण (वन्त र अरू २०५९) नामक पुस्तकहरूमा पनि आंशिक रूपमा टेलिभिजनसँग सम्बन्धित सामग्रीहरू पाइन्छ । साइट, साउण्ड एण्ड पल्स नामक पुस्तकको अन्तिम लेखको शीर्षक छ 'टेलिभिजन ब्रोडकास्टिङ इन नेपाल एण्ड नेपाल टेलिभिजन' (आचार्य सन् २००२) । लेखक आचार्यले उक्त लेखमा नेपाल टेलिभिजनका आरम्भका दिनहरू नेपाल टेलिभिजनका उत्पादन र प्रसारणका प्राथमिकताहरू, जिम्मेवारी, नेपाल टेलिभिजनको सङ्गठनात्मक ढाँचा, नेपाल टेलिभिजनको १२ वर्षको प्रगति विवरण (वि.सं. २०४५-२०५७) लगायत नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण विस्तारका बारेमा विस्तृत चर्चा गरेका

छन् । मिडियाको अन्तर्वस्तु विविध विश्लेषण पुस्तकमा नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारित समाचारमूलक कार्यक्रमहरू आँखिभ्याल, अचेल र हिजो अस्तिको अन्तर्वस्तु विश्लेषण गरिएको एउटा लेख छ । 'नेपाली टेलिभिजनमा रिपोर्टिङ' शीर्षकको उक्त लेखमा लेखक अनुप सुवेदीले टेलिभिजनको समाचारमूलक कार्यक्रममा हुने रिपोर्टिङको गुणस्तरबारे विश्लेषण गरेका छन् ।

पत्रकारिता सिद्धान्त र व्यवहार (घिमिरे २०६०) मा विश्वमा टेलिभिजनको विकासका सम्बन्धमा केही चर्चा गरिएको छ । नेपाली मिडिया सन्दर्भ ग्रन्थ (पराजुली र अरू २०६०) मा टेलिभिजन तथा विद्युतीय सञ्चार विविध शीर्षकमा टेलिभिजनसम्बन्धी आलेखहरूको सूची उल्लेख गरिएको छ । पत्रकारिता र कानून (आचार्य र कँडेल २०६२) मा टेलिभिजन समाचार लेखनका सम्बन्धमा छोटो चर्चा गरिएको छ ।

महिला र टेलिभिजन विषय केन्द्रित अध्ययन सामग्री

नेपाली महिलाहरूमा टेलिभिजनको प्रभाव (अस्मिता २०५९) नामक अध्ययन प्रतिवेदनलाई अस्मिता महिला प्रकाशन गृह, सञ्चार तथा स्रोत संस्थाले पुस्तकका रूपमा प्रकाशन गरेको छ । महिला र टेलिभिजनलाई एकसाथ समेटिएको यही नै पहिलो पुस्तक हो भन्न सकिन्छ । यद्यपि यो पुस्तक मूलतः दर्शक महिलाहरूको टेलिभिजन कार्यक्रमबारे अपेक्षा, आवश्यकता, दृष्टिकोण, सुझाव र प्रतिक्रियाहरूमा केन्द्रित छ । पुस्तकको शीर्षकले नै उक्त कुरा सङ्केत गर्दछ । अध्ययन प्रतिवेदनको निचोडको आधारमा केही सुझावहरू पनि पुस्तकमा प्रस्तुत गरिएका छन् । त्यसमध्ये मुख्य सुझावहरूमा— टेलिभिजनमा महिलाको गैर परम्परागत छवि अत्यधिक बढाउन समाजमा महिलाहरूले निर्वाह गरेका त्यस्ता भूमिकाको खोजी गर्ने र त्यसलाई सूचनामूलक तथा उत्प्रेरणामूलक कार्यक्रमहरूबाट बारम्बार देखाउने गर्नु अत्यन्त आवश्यक रहेको जनाइएको छ । महिलालाई सार्वजनिक जीवनतिर आकर्षण गर्ने र पुरुषलाई घरायसी जिम्मेवारीमा साभेदार हुन प्रेरित गर्ने किसिमका टेलिभिजन कार्यक्रमहरू देखाउनुपर्ने तथा कार्यक्रमहरू बनाउँदाखेरि नेपाली महिलाहरूमा रहेको सामाजिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक र वर्गीय विविधतामाथि विचार गरेर खास समूहका लागि खास कार्यक्रमहरू बनाउनुपर्ने सुझाव पनि उक्त अध्ययनका क्रममा दिइएको थियो ।

महिला र मिडिया (अस्मिता सन् २००३) अस्मिता प्रकाशन गृहकै अर्को पुस्तक हो । यो नेपालमा महिलाका सम्बन्धमा सञ्चारमाध्यमको अवस्थाबारे

गरिएको अध्ययन हो। यस पुस्तकले टेलिभिजनलाई महिलाहरूमा सबैभन्दा लोकप्रिय सञ्चारमाध्यम ठहर्‍याएको छ। महिलाहरूमा सबैभन्दा लोकप्रिय टेलिभिजन च्यानल र कार्यक्रमहरूको अध्ययन तथ्याङ्क प्रस्तुत गर्दै यसमा टेलिभिजन विज्ञापनबारे महिलाहरूको धारणालाई पनि प्रस्तुत गरिएको छ। पुस्तकले २०५९ साल जेठ ५ गते देखि १३ गतेसम्म नेपाल टेलिभिजनद्वारा प्रसारित पाँचओटा कार्यक्रम तथा च्यानल नेपालबाट प्रसारण भएका दुईओटा कार्यक्रमहरूको विषयवस्तु विश्लेषण र मूलभूत प्रवृत्तिको चर्चा गरेको छ। विषयवस्तु पछि छानिएका टिभी कार्यक्रमहरूमा देखिएका मूलभूत प्रवृत्तिहरू पुरुष केन्द्रीयता, सबै वर्ग, समुदाय र समूहको समान प्रतिनिधित्वको अभाव, महिला पुरुषको परम्परागत भूमिकाको पुनः सुदृढीकरण, नारी विद्वेषी भाषाको व्यापक प्रयोग र यौनवस्तुका रूपमा महिलाको प्रस्तुति रहेका कुरा पुस्तकमा उल्लेख छ।

सञ्चारमा नियाल्दा महिला (थापा २०५७) अस्मिताबाट प्रकाशित अर्को पुस्तक हो। यो पुस्तक सोही संस्थाद्वारा विगतमा प्रकाशित अस्मिता पत्रिकाका विभिन्न अङ्कमा 'सञ्चार निगरानी' शीर्षकअन्तर्गत छापिएका केही लेखहरूलाई एकै ठाउँमा सङ्कलन गरी निकालिएको पुस्तक हो। मूलतः पत्रपत्रिका वा छापामाध्यममा महिला र महिलाका विषयहरूलाई यस किताबले समेटेको छ। 'नेपाल टेलिभिजन, विज्ञापन र महिला मोडेल' शीर्षकको लेखले २०५१ मा नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारण भएका ६५ ओटा विज्ञापनहरूको चिरफार गर्न खोजेको छ। विज्ञापन सामग्रीहरूको मूलभूत प्रवृत्तिहरूलाई केलाउने क्रममा महिलालाई परम्परागत भूमिकामा अल्फाइराख्ने, नारी शरीरको गलत प्रयोग र स्वतन्त्र व्यक्तित्वरहित महिला जस्ता प्रवृत्तिहरू फेला परेको चर्चा गरिएको छ। त्यसबाहेक लिङ्गभेदप्रति सजग सामाजिक विज्ञापन उपशीर्षकमा सर्वसाधारणको जानकारी र हितका लागि निर्मित सामाजिक सन्देश सामग्री (पिएसए अर्थात् पब्लिक सर्भिस एनाउन्समेन्ट) को पनि चर्चा गरिएको छ। तुलनात्मक रूपमा व्यवसायिक विज्ञापनभन्दा सामाजिक विज्ञापनहरू सन्तुलित र लिङ्ग भेदप्रति सजग रहेको लेखकको ठहर छ। लेखको अन्तमा भनिएको छ, "महिलाको स्वतन्त्र अधिकार हनन् गर्ने विज्ञापनको अनियन्त्रित प्रस्तुति र प्रसारणलाई निरुत्साहित गरी बन्द गराउन नसकेमा बहूदो उपभोक्तावादी संस्कृतिको सबैभन्दा ठूलो शिकार महिलाहरू नै बन्नु पर्नेछ र समाजले विकासको बाटोमा यसको ठूलो मूल्य चुकाउनु पर्नेछ" (थापा २०५७: ३०)।

सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्रले प्रकाशन गरेको पुस्तक *जनसञ्चार र प्रजातन्त्रीकरण नेपालको सन्दर्भमा एक अध्ययन* (आदित्य २०५३) मा टेलिभिजन र महिलासम्बन्धी एउटा लेख प्रकाशित छ। 'सञ्चारमाध्यममा सामग्री समावेशको स्थिति' शीर्षकमा रेडियो, टिभी र महिला उपशीर्षकअन्तर्गत नेपाल टेलिभिजनले प्रसारण गरेका कार्यक्रम, महिला प्रस्तोता, विज्ञापन तथा टेलिचलचित्रका महिला पात्रका सम्बन्धमा चर्चा गरेको पाइन्छ। लेखमा नेपाल टेलिभिजनमा महिला विषय र प्रस्तुतिको सम्बन्धमा यस्तो उल्लेख छ:

शनिवार दिउँसो प्रसारित 'घर परिवार' कार्यक्रमले गृहकार्य र घर सजावटको जानकारी प्रस्तुत गरेको देखियो। अन्य कार्यक्रममा पनि महिलाहरू पुरुषका सहायकका रूपमा देखा परेका छन्। *चिट्ठी चपेटा* मा महिलाले चिट्ठी पढ्ने र पुरुषले जवाफ दिने गरेको र *सँगालो* मा महिला र पुरुष सञ्चालकहरूले समान मित्रको रूपमा पनि एक-अर्कालाई सम्बोधन गर्न नसकेको कुरा स्पष्ट छ। अधिकांश टेलिचित्रहरूमा पुरुषलाई उत्तरदायी, सक्षम, साहसी, आत्मविश्वासी, पौरखी र सफल व्यक्तिको रूपमा प्रस्तुत गरेको पाइन्छ भने नारी पात्रलाई पराश्रित, भावुक, त्यागी र सहायिकाको रूपमा देखाइन्छ। *दर्शन*, *लक्ष्मी* टेलिचलचित्र यसका उदाहरण हुन्।

टिभी विज्ञापन कार्यक्रममा पनि महिलाहरूलाई साबुन, मसलादेखि लिएर टायरसम्मको विक्री बढाउने प्रतीकका रूपमा प्रयोग गरेको पाइयो। अध्ययनले नारीको यौन र रूपको शोषण गरिएको वा वस्तुकरण गरिएको वास्तविकतालाई पुष्टि गरेको छ। साथै सहरी उच्च तथा मध्यम वर्गका केही महिलाबाहेक अधिकांश महिलाहरू कृषि एवं अन्य उत्पादन कार्यमा सक्रिय रूपले लागेको हाम्रो देशको वस्तुस्थितिलाई रेडियो, टेलिभिजनले उपेक्षा गरेको देखिन्छ (आदित्य २०५३: ८२)।

नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटबाट प्रकाशित *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* (क्षेत्री र अरू २०५९) मूलतः छापा माध्यम र महिलासँग सम्बन्धित छ। छापामाध्यममा केन्द्रित भए पनि यसका प्रायः सबैजसो अध्यायहरू टेलिभिजनकर्मी, नीति निर्माता र टेलिभिजन उपयोगकर्ताका निमित्त पनि उत्तिकै उपयोगी छन्। 'सञ्चारमाध्यममा महिलाको चित्रण, निर्मित यथार्थ र अपेक्षित छवि' नामक अध्यायमा टेलिभिजनको पर्दामा महिला प्रस्तुतिमाथि चर्चा गरिएको छ। अरू अध्यायहरूमा पनि छिटपुट रूपमा टेलिभिजन र महिलाका सन्दर्भहरू उठाइएका छन्।

एसियन नेटवर्क अफ वुमेन इन कम्युनिकेसन (एनविक) को पहलमा अनुसन्धानमा आधारित पुस्तक *जेण्डर रिफ्लेक्सन इन एसियन टेलिभिजन २०००* (मास्के र अस्मिता सन् २०००) पनि प्रकाशित छ। यस पुस्तकमा नेपाल

टेलिभिजन यसको स्थापना, विकास लगायत यसबाट उत्पादित दुईओटा कार्यक्रम (जागृति र आवाज) तथा एउटा टेलिफिल्म (देवी) को अन्तर्वस्तु विश्लेषण गरिएको पाइन्छ। अनुसन्धान समूहले निष्कर्षमा भनेको छ, “एनटिभीमा महिला दर्शकहरूलाई लक्षित गरेर निर्माण गरिएको मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरू छैनन्। मुख्य समयमा प्रसारण भएका सम्पूर्ण कार्यक्रममा एउटा कार्यक्रम पनि महिला अथवा लैङ्गिक अवधारणाले निर्माण गरेको पाइँदैन” (मास्के र अस्मिता सन् २०००)।

अस्मिता महिला प्रकाशन गृह सञ्चार तथा स्रोत संस्थाद्वारा ‘मिडिया एण्ड जेण्डर पोलिसी इन अ ग्लोबल एज: हाउ एसियन वुमेन स्पिकआउट इन द मेन स्ट्रिम एण्ड अल्टरनेटिभ टेलिभिजन’ नामक कन्ट्री रिपोर्ट प्रस्तुत गरिएको छ। सन् १९९८ मा नेपाल टेलिभिजनमा रोजगार महिलाको प्रतिनिधित्व, नेपाल टेलिभिजनका प्राइम टाइमका कार्यक्रम र तिनका प्रकारहरू, टेलिभिजन कार्यक्रममा महिला विषय, कार्यक्रममा लैङ्गिक दृष्टिकोण, महिला लक्षित कार्यक्रम र महिलाद्वारा प्रस्तुत कार्यक्रमहरूका सन्दर्भमा विश्लेषण गरिएको छ (अस्मिता सन् १९९८)।

वुमेन एण्ड मिडिया वर्किङ्ग टुवार्ड अ रिजनल एड्भोकेसी इनिशियटिभ नामक सेमिनारको रिपोर्टलाई सङ्कलन गरिएको टुवार्डस् इम्प्रावरमेन्ट नामको अर्को पुस्तक एसियाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा महिला प्रस्तुतिका सम्बन्धमा केन्द्रित छ (सिफार सन् २००२)। पुस्तकमा नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारित समाचार बुलेटिन, स्टार प्लस र नेपाल टेलिभिजनका फिक्सनहरू, नेपाल टेलिभिजनबाट प्रसारित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरूको मिडिया मनिटरिङसम्बन्धी रिपोर्ट पनि प्रस्तुत छ।

‘सञ्चारकर्मी महिलाको अवस्था’ शीर्षकमा सञ्चारिका समूह नेपालले अनुसन्धानमा आधारित पुस्तक प्रकाशनमा ल्याएको छ (राणा र अरू २०६२)। अध्ययनले अधिराज्यका पाँचै विकास क्षेत्रबाट प्रतिनिधित्व हुने गरी जम्मा ४८ जिल्लाका २२४ सञ्चारकर्मी महिलाहरूलाई समेटेको जनाएको छ। पुस्तकमा नेपालको छपा तथा विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा (सरकारी र निजी दुवै) सञ्चारकर्मीको रूपमा संलग्न महिलाहरूको सामाजिक जनसाङ्ख्यिक र पेशागत वस्तुस्थिति सहित सञ्चारकर्मी महिलाहरूको समस्या पहिचान गरिएको छ। अध्ययनमा छानिएका २२४ सञ्चारकर्मीमध्ये १९ प्रतिशत महिलाहरू टेलिभिजनसँग सम्बद्ध थिए। अध्ययनका क्रममा गरिएको समूहगत छलफलमा नेपाली टेलिभिजन

च्यानलहरूमा (सरकारी र निजी दुवै) कार्यरत १४ जना महिला सञ्चारकर्मीले भाग लिएका थिए ।

पुस्तक र रिपोर्टका रूपमा आएका यी सामग्री महिला र टेलिभिजनसम्बन्धी अध्ययनका लागि त्यति पर्याप्त होइनन् । राजधानी वा मोफसलमा हुने गोष्ठीका कार्यपत्र लगायत सङ्घसंस्था वा सरकारी प्रतिवेदनहरूले मूलतः सञ्चार र महिलालाई समग्र रूपमा आफ्नो विषय बनाएको पाइन्छ, जसमा केही अंश मात्र टेलिभिजनको विषय समेटिएको हुन्छ । बेला बेलामा केही लेखक पत्रकारहरूले विभिन्न पत्रपत्रिकामार्फत टेलिभिजन प्रस्तुतिहरूका सम्बन्धमा चर्चा गरेको पाइन्छ ।

मैले यस यस पुस्तक तयार गर्ने क्रममा महिला र सञ्चारसम्बन्धी जम्मा गरेका २४ कार्यपत्रमध्ये केवल एउटा मात्र कार्यपत्र महिला र टेलिभिजनसम्बन्धी फेला परेको छ । 'विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा महिला र बालबालिका' शीर्षकको उक्त कार्यपत्र पनि महिला र टेलिभिजनमा केन्द्रित नभएको शीर्षकबाटै प्रस्ट हुन्छ । कार्यपत्रमा उल्लेख छ, "विद्युतीय सञ्चारमाध्यमका नीति निर्माण र कार्यक्रम तयार गर्ने मानिसहरूमा महिला र बालबालिकाले सञ्चारमाध्यममा किन प्राथमिकता पाउनुपर्छ भन्ने जानकारी नै नभएको अनुभव पनि प्रसारण संस्थाभित्र र बाहिर दुवैतिरबाट गरिएको छ" (शर्मा र मैनाली सन् १९९८: ६) । कार्यपत्रले नेपाल टेलिभिजनमा संलग्न महिला र पुरुष सञ्चारकर्मीको सङ्ख्या तथा कार्यविभाजनका सन्दर्भमा लेखेको छ:

नेपाल टेलिभिजनमा कार्यक्रम निर्माणमा संलग्न ८८ कर्मचारीहरूमध्ये २६ जना मात्र महिला छन् । यसमा पनि महिलाहरू नीति निर्माण तहसम्म पुगेका छैनन् । अरूका अगाडि देखिने तर नीति तथा कार्यक्रम निर्माणमा कुनै भूमिका नहुने उद्घोषण, समाचारवाचन जस्ता ठाउँमा भने महिलाको सङ्ख्या पुरुषको तुलनामा निकै बढी छ । नेपाल टेलिभिजनमा समाचारवाचन गर्ने काममा पुरुष ४ जना मात्र छन् भने महिलाको सङ्ख्या १६ छ (शर्मा र मैनाली सन् १९९८) ।

'नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा महिला जनशक्तिको स्थिति विश्लेषण' शीर्षकको लेख (उप्रेती २०६१) टेलिभिजन र महिलाका सम्बन्धमा अर्को लेख हो । हाल टेलिभिजन उद्योगमा कूल जनशक्तिमध्ये १७.६ प्रतिशत महिलाहरू कार्यरत रहेको तथ्याङ्क यस लेखमा प्रस्तुत गरिएको छ ।

नेपाली टेलिभिजन उद्योगको जनशक्ति विश्लेषण हुनु आवश्यक ठान्दै लेखमा उच्च शिक्षामा महिलाहरूको पहुँच बढाइनाले टेलिभिजनमा उनीहरूको

उपस्थिति बढ्न सक्ने र त्यसको प्रभाव टेलिभिजनको पर्दामा पनि देखिने बताइएको छ। यसका लागि उचित वातावरण तयार पार्ने दिशामा टेलिभिजनसम्बन्धी नीति निर्माण गर्ने व्यक्तिहरूको ध्यान केन्द्रित हुनुपर्दछ भनिएको छ।

यो पुस्तकबारे

नेपालको टेलिभिजन क्षेत्र एउटा उद्योगको रूपमा स्थापित भइसकेको छ। देशभित्रका पाँचओटा स्वदेशी च्यानल र विदेशका अनगिन्ती च्यानलहरूले दर्शकको ज्ञान, सूचना र मनोरञ्जनको दायरालाई फराकिलो बनाइदिएको छ। जन्मदेखि नेपाली टेलिभिजनको तरङ्ग देख्ने बालिका अहिले किशोरावस्था पार गर्दैछिन्। तर आधारभूत रूपमा उनले देख्ने र बुझ्ने टेलिभिजन सामग्री र त्यसको विषयवस्तुमा खासै अन्तर आएको छैन। यो प्रवृत्ति धेरथोर रूपमा टेलिभिजनका समग्र सामग्रीहरूका सन्दर्भमा लागू हुनसक्छ तर खास गरी महिला प्रतिनिधित्व वा प्रस्तुतिका सन्दर्भमा भने बढी उपयुक्त हुनजान्छ।

सरकारी सञ्चारमाध्यम नेपाल टेलिभिजन होस् वा अन्य निजी च्यानल हुन् तिनले टेलिभिजनको नारी पात्रलाई क्षमता र सोचको सन्दर्भमा पुरुषभन्दा कमजोर रूपमा प्रस्तुत गरेका छन्। नेपाली टेलिभिजन च्यानलका कार्यक्रमहरूको मूलभूत प्रवृत्ति केलाउने हो भने महिला र पुरुषको परम्परागत भूमिकाको सुदृढीकरण गरिएको; महिलालाई मूलभूत रूपमा दर्शकलाई मनोरञ्जन प्रदान गर्ने पात्रका रूपमा उभ्याइएको; र महिलाप्रति उचित तथा सम्मानजनक सम्बोधन नगरिएको पाइन्छ। समग्रमा भन्नुपर्दा नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूले नेपाली महिलाहरूलाई पहिलो दर्जाको नागरिकको रूपमा स्थापित गर्न सकिरहेका छैनन्। खास गरी नयाँ सोच नयाँ परिवेश र नयाँ मनोविज्ञानको रङ्गमा आफूलाई ढालिसकेका नयाँ पुस्ताका निमित्त यस्ता किसिमका टेलिभिजन कार्यक्रमको औचित्य समाप्त भइसकेको छ।

म नेपाल टेलिभिजनमा कार्यरत रहेको पुग नपुग २० वर्ष भएको छ। त्यही २० वर्षको अवधिमा प्राप्त अनुभवहरूलाई मैले यस पुस्तकमा समेट्ने कोशिश गरेको छु। त्यसैले यसलाई म अनुसन्धानमूलक भन्दा पनि अनुभवमूलक कृति भन्न रुचाउँछु। आफू नेपाल टेलिभिजनसँग सम्बन्धित भएकोले नै मूलतः यस पुस्तकमा नेपाल टेलिभिजनकै सन्दर्भ/उदाहरण र अनुभवहरूलाई प्रस्तुत गरिएको

छ। अन्य च्यानलका सन्दर्भहरूलाई थोरै मात्र समेट्न सिकिएको छ। स्रोत/समयको अभावले समाचार/समाचारमूलक कार्यक्रमहरू तथा म्युजिक भिडियो र गीत सङ्गीतलाई यहाँ समावेश गरिएको छैन। पुस्तकले टेलिभिजनमा महिला विषय वा अन्तर्वस्तुलाई पेश गर्ने सन्दर्भमा कुनै सिद्धान्तभिन्न नबार्थिई कुनै समय अर्धभिन्नका प्रस्तुतिको मात्र चर्चा नगरी साङ्गोपाङ्ग पर्यवेक्षण गरेको छ। तसर्थ पुस्तकमा मिहिन किसिमले गरिएको कन्टेन्ट अनालाइसिस भन्दा पनि टेलिभिजन हेर्दा एउटा दर्शक (म) मा परेको र अर्को दर्शक (तपाईं) लाई पनि पर्नसक्ने सामान्य प्रभाव 'जनरल इम्प्रेसन' को चर्चा गरिएको छ। अनुभव र प्रभावहरूलाई बढीभन्दा बढी विश्वसनीय र सार्वजनिक बनाउने प्रयास भने मैले सकेसम्म गरेको छु।

पुस्तक तयार गर्ने सिलसिलामा सम्बन्धित व्यक्तिसँगको कुराकानी तथा आवश्यक मात्रामा दृश्य सङ्ग्रहालयका सामग्रीहरू अवलोकन गर्ने काम पनि भएको छ। यस पुस्तकमा अगाडि उल्लिखित पृष्ठभूमिवाहेक मेरा आफ्ना पूर्व प्रकाशित र नयाँ गरी २४ ओटा लेखहरू परेका छन्। तीमध्ये १५ ओटा चाहिँ २०६० पुसदेखि २०६३ साउनसम्मका विभिन्न पत्रपत्रिकामा प्रकाशित लेखहरू हुन्। तिनलाई केही परिमार्जन गरेर समावेश गरिएको छ।^{१९} बाँकी यस पुस्तकका लागि लेखिएका नयाँ लेखहरू हुन्।

समग्रमा नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा नेपाली महिलाहरूको छवि र टेलिभिजन उद्योगमा जनशक्तिको रूपमा कार्यरत महिला सञ्चारकर्मीहरूको अवस्थाको साङ्गोपाङ्ग अवलोकन नै यस पुस्तकको विशेषता हो। टेलिभिजनमा महिलाहरू के कसरी प्रस्तुत भइरहेका छन्? टेलिभिजनका प्रस्तुतिहरू सामाजिक लिङ्गका दृष्टिकोणले हेर्दा वा सुन्दा कस्ता छन्? मूलतः यो पुस्तक यसै विषयमा केन्द्रित छ।^{२०}

परम्परादेखि नै घर व्यवस्थापनका कार्यमा संलग्न महिलाहरूको भूमिकामा हालसम्म पनि खासै परिवर्तन आएको छैन। समाजमा देखिएको सोही प्रचलन

^{१९} अखबारमा तत्कालका लागि लेखिएका टिप्पणीमा त्यहाँ उल्लिखित कतिपय सन्दर्भ वा उदाहरणहरूको स्रोत, प्रसारण भएको समय तथा प्रसारण गर्ने माध्यम नखुलाइएको अवस्थामा तिनै टिप्पणीलाई यो पुस्तकमा आवश्यकतानुसार परिमार्जन गरी राखिएको छ।

^{२०} सेरा तामाङका अनुसार, "प्राकृतिक लिङ्गले पुरुष र महिलाका भिन्नताहरूलाई जनाउँछ भने सामाजिक लिङ्ग (जेण्डर) ले उक्त शारीरिक भिन्नताहरूलाई समाजले लगाएको अर्थ र बुझाइलाई जनाउँछ। महिलाहरूले भोग्नु परेका विभिन्न किसिमका बन्देजहरू कसरी निश्चित समाज व्यवस्थाहरूमा आधारित छन् भन्ने बुझ्नका लागि सामाजिक लिङ्गको अवधारणाले महत्त्व राख्छ" (तामाङ सन् २००४: ५२२)।

टेलिभिजनको पर्दामा प्रतिबिम्बित हुनु स्वाभाविक हो । के समाजमा देखिएको महिलाको स्वभाव, भूमिका र देन अन्तिम सत्य हो त ? त्यसमा परिवर्तन हुन सक्दैन वा गर्न सकिँदैन वा कुन कुन कारणले गर्दा टेलिभिजनको पर्दामा महिलाहरू परम्परागत भूमिकामा नै देखिन्छन् र किन ? के महिलाहरूको अर्को भूमिकाको खोजी हुन सक्तैन ? अर्को भूमिकाको खोजी किन आवश्यक छ ? भन्ने प्रश्नहरूको सेरोफेरोमा नै यो पुस्तक केन्द्रित छ । सञ्चारमा खास गरी टेलिभिजनको पर्दामा महिलाहरूको परम्परागत भूमिकाको निर्वाह वा यथास्थितिवादी प्रवृत्ति सिङ्गे समाजको विकासको निमित्त बाधक छ, भन्ने मान्यतालाई पनि पुस्तकले स्थापित गर्न खोजेको छ ।

लैङ्गिक दृष्टिकोणले टेलिभिजनका प्रस्तुतिलाई हेर्दा त्यसमा देखिएका त्रुटि कमजोरीलाई पहिल्याउँदै त्यसका कारकतत्वहरू र त्यसलाई सच्याउनको लागि के कस्ता प्रयासहरू गरिनु पर्दछ, भन्नेतर्फ पुस्तकमा सङ्केत गरिएको छ । टेलिभिजनमा महिलाको भूमिका छवि, प्रस्तुति जे जति यस पुस्तकमा समावेश छन् तिनलाई विगतका अन्य अध्ययनहरूको तुलनामा सजिलो फरक र मिहिन ढङ्गले प्रस्तुत गरिएको छ, भन्ने मेरो विनम्र जिक्ति हो । विगतमा भएका अध्ययनहरूलाई पढ्दा मननु गर्दा ती व्यवहारिक भन्दा बढी सैद्धान्तिक भए कि ? अथवा त्यसलाई नेपाली मनले बुझ्ने गरी अझ राम्ररी खुलस्त पार्न सकिन्छ कि भन्ने लागेर यो पुस्तक तयार गर्ने जमर्को गरिएको हो । त्यसबाहेक टेलिभिजनमा महिलासम्बन्धी धेरै किसिमका प्रस्तुतिहरूलाई एक साथ, विस्तृत रूपमा र अझ बढी संवेदनशील भएर विश्लेषण गर्ने यथासम्भव कोशिस यसमा गरिएको छ । महिलासम्बन्धी टेलिभिजनका प्रस्तुतिहरूलाई मात्र केन्द्रित गरेर र टेलिभिजनमा संलग्न अल्पसङ्ख्यक महिला जनशक्तिलाई समेत समेटेर तयार गरिएको हुँदा यो पुस्तक टेलिभिजन प्रेमी दर्शक, महिला अधिकारवादी, सञ्चारकर्मी, र प्रसारण पत्रकारिताका विद्यार्थीहरूका लागि उपयोगी होला भन्ने आशा छ ।

पुस्तकलाई चार खण्डमा विभाजन गरिएको छ । पहिलो खण्ड पृष्ठभूमिमा नेपालमा टेलिभिजन स्थापनाको सन्दर्भ तथा नेपाल टेलिभिजन सुरु भएदेखि हालसम्मको सङ्क्षिप्त विकासक्रम, नेपालमा टेलिभिजनबारेका तथा टेलिभिजन र विगतमा भएका महिला केन्द्रित अध्ययनको समीक्षा प्रस्तुत गरिएको छ ।

दोस्रो खण्ड प्रस्तुतिमा नेपाली टेलिशृङ्खलाहरू, विज्ञापन तथा कार्यक्रमहरूमा महिला प्रस्तुति ती प्रति प्रयोग गरिने भाषा आदिबारेमा चर्चा छ । टेलिभिजनले

महिलाले गर्ने कामलाई कसरी प्रस्तुत गर्दछ ? ती प्रति हुने हिंसाको प्रस्तुति के कस्तो छ ? यी कुरालाई पनि यसै खण्डमा समावेश गरिएको छ । वि.सं २०४० को दशकदेखि हालसम्म पनि नेपाली टेलिशृङ्खलाहरूमा महिलाको भूमिका र छविमा खास परिवर्तन हुन नसकेको यथार्थ, विज्ञापन तथा 'रियालिटी शो' हरूमा महिलाका कामलाई गरिएको सरलीकरण र पीडित महिलालाई थप पीडा पुग्ने गरी महिलामाथि हुने हिंसालाई बढावा दिइएको तथ्य पनि यस खण्डमा प्रस्तुत छ । 'पितृसत्ताको विज्ञापन जालो' शीर्षकको लेखमा नेपाल लगायत भारत र बङ्गलादेशका टेलिभिजन च्यानलबाट प्रसारित विज्ञापनहरूलाई उदाहरणको रूपमा प्रस्तुत गरिएको छ । समाजमा व्याप्त पुरुषको प्रधानता र महिलाको पराधीनतालाई टेलिभिजन विज्ञापनहरूले कसरी पृष्ठपोषण गरिरहेका छन् भन्ने तर्कलाई त्यसमा प्रस्तुत गरिएको छ । प्रचारको खेतीको रूपमा टेलिभिजन विज्ञापनले महिलालाई गरिरहेको प्रयोग, निर्दोष महिलालाई दोषी र बुद्धिमान महिलालाई मूर्ख साबित गर्ने प्रयास टेलिभिजन विज्ञापनमा कसरी गरिन्छ भन्नेबारेमा पनि यस खण्डमा प्रकाश पारिएको छ ।

टेलिभिजनमा महिलाप्रति प्रयुक्त भाषा, शब्द र तिनलाई गरिने सम्बोधनमा पनि यस खण्डका केही लेखहरू केन्द्रित छन् । टेलिभिजनमा प्रयुक्त क्याप्सन वा ग्राफिक्सहरूले पनि कसरी महिलालाई विभेद गर्न सक्छन् भन्ने उदाहरण तिनमा समावेश छ । त्यसलाई कसरी न्यूनीकरण गर्न सकिन्छ सोको सुझाव पनि दिइएको छ ।

तेस्रो खण्डलाई सहभागिता शीर्षक दिइएको छ । यो खण्ड नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा कार्यरत महिला जनशक्तिको सहभागिताका सम्बन्धमा केन्द्रित छ । टेलिभिजनमा कार्यक्रम उत्पादन तथा नीति, निर्माण र व्यवस्थापन तहमा महिलाको सहभागिता कस्तो छ भन्नेबारे यसमा चर्चा छ । टेलिभिजन उद्योगमा महिलाहरूको सहभागिता न्यून हुनुको कारण खोज्ने जमर्को पनि यसमा गरिएको छ । नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा जनजाति दलित तथा मधेसी समुदायका महिला सञ्चारकर्मीहरूको अवस्था र प्रतिनिधित्वबारे समेत यसमा थोरै चर्चा छ ।

अन्तिम खण्डमा टेलिभिजन च्यानलहरूमा महिला र लैङ्गिकता तथा महिला जनशक्तिका सम्बन्धमा सरकारी तवरबाट तर्जुमा गरिएका नीति निर्देशिका र टेलिभिजन च्यानलहरूका आन्तरिक नीतिबारे चर्चा गरिएको छ । साथमा महिला र टेलिभिजनसम्बन्धी केही सन्दर्भ सामग्री प्रस्तुत छ ।