



कनकमणि दीक्षित

कनकमणि दीक्षित *हिमाल* खबरपत्रिकाका प्रकाशक र *हिमाल साउथ एसियन*का प्रकाशक/सम्पादक हुनुहुन्छ। सन् १९८७ मा संयुक्त राष्ट्र संघको ८ वर्षे जागिर छोडेर दीक्षित अङ्ग्रेजी *हिमाल* पत्रिकाको प्रकाशन/सम्पादनमा सक्रिय हुनुभयो। त्यसपछि उहाँले नेपाली *हिमाल* पत्रिकाको सम्पादक र सल्लाहकार भएर काम गर्नुभयो। सन् १९९९ मा उहाँकै सक्रियतामा सोही *हिमाललाई हिमाल* खबरपत्रिका बनाई हिमाल मिडिया प्रालिमार्फत प्रकाशन गर्न थालिएको हो। उहाँले नेपालको समाज र राजनीतिस्म्बन्धी लेखेका लेखहरू विभिन्न स्वदेशी र विदेशी पत्रपत्रिकामा प्रकाशित छन्। उहाँले *स्टेट अफ नेपाल* पुस्तकको सह-सम्पादन, वीपी कोइरालाको *आत्मवृत्तान्त*को अङ्ग्रेजीमा अनुवाद गर्नुका साथै बालबालिकाका लागि *धुमधामको धुमधाम* र अन्य पुस्तक लेख्नु भएको छ।

२० वर्षअघि कस्तो सोचाइ राखेर अङ्ग्रेजी हिमालको प्रकाशन गर्नुभएको थियो ? अहिले कहाँ पुगियो जस्तो लाग्छ ? हिमाल साउथ एसिएनको प्रकाशनबाट कति सन्तुष्ट हुनुहुन्छ ?

राष्ट्रिय नभई 'क्षेत्रीय' पत्रिकाको थालनी गरेको, जसले खास राष्ट्रियताबाट माथि उठेर समाज र घटनाक्रमलाई नियालोस् । पहिला हिमाल एक 'हिमालयन' पत्रिका थियो, दस वर्षयता दक्षिण एसियाली रहेको छ । सम्पादकीय सोचको हिसाबले दक्षिण एसियाली मनस्थिति भएको पत्रिका प्रकाशन गर्न सफल भएजस्तो लाग्दछ । पाठक सङ्ख्या र बजार व्यवस्थापनको हिसाबले अबै सानै छ, यो अङ्ग्रेजी पत्रिका ।

२०४७ सालमा सुरु गरिएको नेपाली हिमालको सम्पादन समूहमा तपाईं पनि हुनुहुन्थ्यो । के सोचाइले त्यतिबेला यस्तो पत्रिका सुरु गरिएको थियो ? पत्रकारिताको क्षेत्रमा भर्खर अभ्यास सुरु गरेको अवस्थामा समाज-शास्त्रीय भिन्नता तथा खोजमूलक उद्देश्यले प्रेरित पत्रकारिताको थालनी गर्न चाहेका थियौं ।

२०४७ सालमा प्रकाशित नेपाली हिमालको पहिलो अङ्कको सम्पादकीयमा तपाईंले "नयाँ नेपाल सिर्जना गर्दा मुख्य भूमिका त राजनीतिकै हुन्छ तर राजनीतिज्ञहरूलाई सजग गराउने तत्त्व पत्रकारिता हो" भन्नुभएको थियो । हिमालका विभिन्न रूपमा तपाईं सम्पादक, सल्लाहकार, प्रकाशक इत्यादि हिसाबले आबद्ध भई नै रहनुभएको छ । राजनीतिज्ञलाई सजग गराउने काममा कति सफल भइयो जस्तो लाग्छ तपाईंलाई ?

कति सफल भयो हिमाल राजनीतिमाथि खबरदारी गर्न, यो ठोक्नुवा गर्न कठिन छ । तर यतिका वर्षमा विभिन्न भेषमा विभिन्न घटना र घटनाक्रममाथि यसले राम्रै निगरानी राखेजस्तो लाग्दछ, विशेषगरी यो पत्रिकासँग विभिन्न समयमा आबद्ध पत्रकारहरूका कारण- जस्तै : वसन्त थापा, केदार शर्मा, राजेन्द्र दाहाल, शिव गाउँले आदि ।

नेपाली हिमाल द्वैमासिक गैरसरकारी संस्था (हिमाल एसोसिएसन) ले प्रकाशन गरिरहेको थियो । किन यही मोडलमा निरन्तरता दिन सकिएन र हिमाल मिडियामार्फत यसलाई व्यापारिक प्रकाशनमा रूपान्तर गर्नुपर्‍यो ? 'व्यापारिक' भन्ने शब्दले नकारात्मक भाव पनि दिन सक्छ- आजको हिमाल खबरपत्रिकालाई 'बजारमा आधारित' भन्न उचित होला । हामीले हिमाल एसोसिएसनमा पत्रिकालाई चाहिने पर्याप्त बजार-व्यवस्थापन जुराउन नसकेकोले

हिमाल मिडिया प्रकाशन कम्पनीमा यसलाई विधिवत भित्र्याएका हौं । एक त पुरानो *हिमाल* जस्तो पत्रिकाको खाँचो समाजमा अभै छ । दुई, *हिमाल* खबरपत्रिकाले अर्कोखाले पत्रकारिता गरे पनि पुरानो *हिमाल*को 'वर्ल्ड भ्यू' त्यागेको जस्तो लाग्दैन । तर यो पाठकले निक्यौल गर्ने कुरा हो ।

पत्रिकाको बजार व्यवस्थापनमा त्यस्तो के गर्नुपर्ने हुन्छ जुन गैरसरकारी संस्थाले प्रभावकारी हिसाबले गर्न सक्दैन तर प्राइभेट कम्पनीले गर्न सक्छ ? अलि प्रस्टचाइदिनोस् न ।

गैरसरकारी संस्थाले पनि सफल बजार व्यवस्थापन चलाउन सक्तछ, तर अक्सर उसको आन्तरिक संस्कार यस्तो भइदिन्छ कि बजार व्यवस्थापन चुस्त बनाउनु सट्टा उसले अरू दातृ सहयोग जुटाएर समस्या टार्न खोज्दछ । तर गैरसरकारी संस्थाले पत्रिका चलाउनै सक्तैन भन्ने होइन ।

तपाईं त *हिमाल* खबरपत्रिकाको प्रकाशक पनि हो । विविध रुचि र व्यवसायमा लागेका व्यक्तिहरूको लगानीमा यसको सञ्चालन भएको हुनाले विभिन्न सवालहरूमा लगानीकर्ताको रुचि र धारणा बाझिँदो हो । यसले पत्रिका प्रकाशनलाई असर पार्दैन ?

कुनै पनि प्रकाशन गृह सुरु गर्दा र पत्रिकामा संयुक्त लगानी गर्दा पहिला त लगानीकर्ताबीच राम्रो र प्रस्ट सहमति हुनु पर्दछ । समाजमा राम्रो पत्रकारिताको खाँचो भएको भावना सबैमा भएकोले हामी प्रकाशक जुट्यौं । र, यो पनि ख्याल राख्यौं कि दिगो पत्रकारिता गर्न बजारले सपोर्ट गर्ने पर्छ । संसारभरिको रीत यही हो, नेपाल मात्र अपवाद हुन सक्तैन । सबै कुरा राम्ररी छलफल गरेर सैद्धान्तिक र व्यावहारिक दुवै सोचको आडमा हामीले प्रकाशन सुरु गरेकाले मुलुकमा गत दशक त्यत्रो उतार-चढाव हुँदा पनि तपाईंले भनेजस्तो प्रकाशनलाई असर परेन ।

२०५६ सालमा पाक्षिक *हिमाल* खबरपत्रिका थाल्दा नै हिमाल मिडियाले छिट्टै दैनिक पनि सुरु गर्नेछ भन्ने अनुमान थियो धेरैको । तर अहिलेसम्म निस्केको छैन । दैनिक पत्रिकाको प्रकाशन किन नगर्नुभएको हो ? *हिमाल* खबरपत्रिकालाई नै साप्ताहिक बनाइने भन्ने चर्चा पनि सुनिएको थियो एकताका । त्यस्तो योजना छ कि छैन तपाईंहरूको ?

कुनै पनि पत्रकारलाई र प्रकाशन समूहलाई दैनिक पत्रिकाको तलतल त हुन्छ नै । मलाई र हामीलाई पनि छ । समयको माग र आफ्नो क्षमताअनुसार हामी

योजना बनाउने नै छौं । साप्ताहिक पत्रिकाले तात्तातो समाचार पस्कन्छ, भने पाक्षिकले अलि बढी विश्लेषण तथा खोजमा ध्यान दिन्छ । हामी पाक्षिकै रहौंला जस्तो मलाई लाग्दछ ।

नेपाली मिडियामा कर्पोरेट जगतको पकड बढ्दै गएको छ । सम्पादकीय स्वतन्त्रतामा मिडियाकै लगानीकर्ताको हस्तक्षेप हुने गरेको पनि सुन्न पाइन्छ । तपाईं त भन् प्रकाशक र सम्पादक दुवै हुनुभयो हिमाल खबरपत्रिकामा । मिडियालाई लगानीकर्ताको हस्तक्षेपबाट मुक्त राख्न नसकिने नै हो कि के हो ?

प्रकाशकको सम्पादकीय सोच र सम्पादकको अडानमा भरपर्ने कुरा हो यो । अर्को कुरा, जति कुनै अखबार या खबरपत्रिका आफ्नो पाठक सङ्ख्याको कारण बजारमा प्रभाव बढ्दछ, त्यति नै बढी ऊ आफ्नै खुट्टामा उभिन्छ र तसर्थ स्वतन्त्र हुन्छ ।

हिमाल मिडिया प्रालिले अहिले हिमाल खबरपत्रिका, नेपाली टाइम्स र वेभ प्रकाशन गरिरहेको छ । एउटै प्रकाशन गृहले थरीथरीका पत्रिका निकाल्नुको फाइदा वा बेफाइदा के के रहेछन् ?

थरीथरी प्रकाशन निकाल्नुले 'इकोनोमी अफ स्केल' दिन सक्तछ, विभिन्न सम्पादकीयदेखि बजार व्यवस्थापन क्षेत्रसम्ममा एउटा प्रकाशनले अर्कोलाई टेवा दिन सक्तछ । एउटाको मूल्य मान्यताले अरूलाई प्रभाव पार्दछ, र एउटाको बजारमा सफलताले अर्कोलाई टेवा दिन सक्तछ ।

व्यवस्थापिका संसदले २०६३ साउनमा पारित गरेको श्रमजीवी पत्रकार ऐनलाई तपाईंले कसरी हेर्नुभएको छ ? यसले मिडिया लगानीकर्तालाई हतोत्साही त बनाउँदैन ? सञ्चार गृहमा ट्रेड युनियन स्थापना गर्ने लहर पनि देखापरेको छ ? यसको सकारात्मक र नकारात्मक पक्षहरू के के होलान् ?

बिना लगानी पत्रकारिता सम्भव छैन भन्ने कुरा जो कोहीले बुझेकै हुनुपर्छ । तसर्थ, त्यो सोचअनुसार अगाडि बढे समस्या आउँदैन । श्रम गर्ने कसैलाई पनि 'क्लेक्टिभ बार्गेनिङ' गर्ने अधिकार हुनुपर्छ । र, यस अन्तर्गत ट्रेड युनियन बन्ने सिद्धान्तको खिलाफ कोही हुन सक्तैन ।

वर्तमान नेपाली पत्रकारको व्यावसायिक क्षमताबारे तपाईंको कस्तो धारणा छ ? *हिमाल खबर* पत्रिकाका पत्रकारलाई सीप र दक्षता अभिवृद्धिका अवसर कत्तिको उपलब्ध छन् ?

व्यावसायिक क्षमता ह्वातै बढेको छ गत दशकमा, तर पनि हुनुपर्ने जत्तिको भइसकेको छैन । *हिमाल खबर* पत्रिकामा सीप र दक्षता सपार्ने मौका पत्रिकामा लेखेर, सम्पादक र सहकर्मीसँगको अन्तर्क्रियाबाट नै हुने गर्दछ । मौका परेको बेला औपचारिक तालिमको अवसर पनि जुराइन्छ ।

२०६३ को अन्त्यतिर तपाईं सम्पादक हुँदा *हिमाल खबर* पत्रिकाले अदालतमा भ्रष्टाचारसम्बन्धी सिडी प्रकरणबारे खोजी रिपोर्टिङ छापेपछि यसबारे बहस उचालिएको थियो । त्यसपछि त्यस प्रकरणमा मुछिएकालाई कारवाही पनि गरेको छ सर्वोच्च अदालतले । तर यस्ता स्टोरी एकादुई मात्र बाहिर ल्याएको छ नेपाली पत्रकारिताले । यस्तो खालको खोजी रिपोर्टिङ किन थोरै मात्र हुन सकेका ?

खोज पत्रकारितामा देखिएको कमजोरी *हिमाल खबर* पत्रिकालगायत सम्पूर्ण नेपाली पत्रकार जगतको कमजोरी हो । खोज पत्रकारितामा विशेष लगाव, दक्षता, धैर्य र लगानीको आवश्यकता पर्दछ । त्यस्तै, खोज पत्रकारितामा अन्य मुलुकमा जसरी कागजातको भरमा अनुसन्धान अगाडि सारिन्छ, त्यस्ता कागजात या अरू खालका ठोस प्रमाण फेला पार्न नेपालमा हम्मे पर्छ । खोज गर्ने पत्रकारको काँधमा ठूलो अभिभारा हुन्छ, यो हचुवा तालमा गर्ने कुरा होइन ।

तपाईंसँग नेपाली र अङ्ग्रेजी पत्रिकामा सम्पादकका रूपमा काम गरेको लामो अनुभव छ । नेपाली र अङ्ग्रेजी पत्रिका सम्पादन गर्दा केही फरक अनुभव पाउनुभएको छ कि ? नेपालको अहिलेको अङ्ग्रेजी पत्रकारिता र नेपाली पत्रकारितामा वस्तुगत अन्तर केही पाउनुभएको छ ?

नेपालको पत्रकारिता नेपाली माटो र जनता नजिक रहेको छ । र, नेपाली समाजको 'डिस्कोर्स' लाई यसले राम्ररी प्रतिबिम्बित गर्दछ । नेपालको अङ्ग्रेजी पत्रकारिताको त्यत्रो ठूलो दगुर्ने मैदान छैन, तर ऊ बाँकी संसारको अनुभवलाई नेपाली परिवेशमा नियाल्न सफल हुने गर्छ । तर पनि नेपाली सामाजिक, आर्थिक र राजनीतिक उत्थानका लागि अङ्ग्रेजीभन्दा नेपाली पत्रकारिता नै बढी प्रभावकारी हुने निश्चित छ । मुख्यतः नेपाली राजनीतिको खोज खबर र निगरानी नेपाली र अन्य राष्ट्रिय भाषाका पत्रकारिताले गर्नेछ ।

नेपाली पत्रकारिताले ठूलो फड्को माप्यो भन्ने भनाइ अति नै प्रचलित छ अचेल । २० वर्षअघि तपाईंहरूले *हिमाल* सुरु गर्दाको र अहिलेको पत्रकारितामा भएको मूल अन्तर के हो ? सार्क क्षेत्रका अन्य देशको पत्रकारिताको तुलनामा नेपाली पत्रकारितालाई कस्तो रूपमा हेर्नुहुन्छ तपाईं ?

ठूलो छलाइ नै मारेको त हो नि । यसलाई कसले नकार्ने ? २०४६ सालको आन्दोलनमार्फत २०४७ सालको संविधानले बाक्ल र प्रकाशन स्वतन्त्रता सुनिश्चित गर्‍यो । अनि यही स्वतन्त्रता प्राप्तिका हाराहारीमा बजार विस्तार पनि भयो र यसले व्यावसायिक प्रकाशन गृहहरू तथा व्यावसायिक पत्रकारिता स्वयंलाई सम्भव बनायो । *कान्तिपुर* लगायत राष्ट्रिय दैनिक मैदानमा बलपूर्वक उत्रिए । उता, दक्षिण एसियामा कतै नभएको रेडियो आन्दोलनको आडमा एफएम स्टेसनहरूले जनतासामु खबर र विश्लेषण पेश गर्न थाले ।

सार्क क्षेत्रमा अन्य मुलुकमा अङ्ग्रेजी र 'भर्नाकुलर' पत्रकारिताको अन्तर छ भने नेपालमा छैन; र, समाजका हरेक तप्काले एउटै लेख पढ्ने र बुझ्ने क्षमता हामीलाई इतिहासले दिएको सौगात हो । अन्त भने अङ्ग्रेजी पत्रकारिता सम्भ्रान्त वर्गको लागि र आम जनताको लागि 'भर्नाकुलर' पत्रकारिता छुट्ट्याइन्छ । नेपालमा त्यस्तो अन्तर छैन । यसले राजनीतिक अग्रगमन सजिलो पारिदिएको छ ।

हिमाल खबरपत्रिकामा समाचार विश्लेषण गर्ने म्यागजिनको रूपमा चिनिन्छ । तर पनि यसमा रमझम, खेलकुद, जस्ता नियमित सामग्री पनि छन् । सबै चिज मिसाएर धेरै थरीका पाठकलाई चित्त बुझाउन खोजिएको हो ? पाठकलाई विश्लेषणको बाढीमा बगाएर मात्र पत्रिका सफल हुँदैन । राजनीतिक विश्लेषण रुचाउने व्यक्तिले खेलकुद पनि पढ्छ ।

के के इस्यु समेट्ने, कभर स्टोरी केलाई बनाउने जस्ता विषय म्यागजिनका लागि अहम् विषय हुन् । इस्यु छान्नेदेखि त्यो प्रकाशित हुञ्जेलसम्म रिपोर्टरले विभिन्न चरणहरू पार गर्नुपर्ने हुन्छ । आफू सम्पादक हुँदाको अभ्यासको आधारमा म्यागजिनको अन्तर्वस्तु उत्पादनको प्रक्रियाबारे केही उल्लेख गरिदिनोस् न ।

सम्पादक त पत्रिकाको 'नेता' नै हो, तर उसले/उनले सामूहिक रूपमा छलफल गरेर सबैलाई सहभागी गराउँदै सही इस्यु र 'स्टोरी' छनोट गर्दछ । रिपोर्टिङ भइसकेपछि 'डेस्क' ले लेखलाई परेमा अभि माभन र प्रभावकारी बनाउन मद्दत

गर्दछ । तर कुनै एक तरिका छैन, हरेक पत्रिकामा इस्यू छनोट तथा सम्पादन प्रक्रिया फरक हुन सक्तछ । एउटै पत्रिकामा पनि सम्पादक-सम्पादकमा फरक 'स्टाइल' हुन सक्तछ ।

अहिले नेपाली प्रेसको स्वतन्त्रताको अवस्था कस्तो छ ? यसमाथि कस-कसबाट खतरा छ ? यसलाई सुनिश्चित गर्न के गर्नुपर्ला ?

अन्य धेरै मुलुकभन्दा प्रेस स्वतन्त्रताको हकमा नेपाल अगाडि छ । राष्ट्रिय तवरमा स्वतन्त्रता सालाखाला पूर्ण छ भने स्थानीय तहमा धम्की र त्रासको वातावरण सिर्जना हुने गर्दछ । प्रेस स्वतन्त्रता सुनिश्चित त छँदैछ, र नयाँ संविधानले पनि गर्नेछ; तर व्यवहारमा सुनिश्चित गर्न पत्रकारहरू निरन्तर सङ्गठित र सजग हुनु पर्दछ । तर पहिलो धर्म सही वस्तुनिष्ठ पत्रकारिता गरेर अझै विश्वसनीय व्यवसायको रूपमा पत्रकारितालाई अगाडि बढाए कसैले यस जगतलाई हल्लाउन सक्तैन ।

२०६२/०६३ को आन्दोलनका क्रममा नेपाली मिडियाको प्रस्तुतिको प्रशंसा गरियो तर त्यसपछि पनि प्रजातान्त्रिक आन्दोलनकै रूपमा भएका जनजाति, महिला, मधेस, दलित आदिद्वारा गरिएका सामाजिक आन्दोलनमा भने मिडियाको प्रस्तुतिलाई आन्दोलनका पक्षधरले त्यति रुचाएको पाइएन । मधेसको आन्दोलनका क्रममा त सञ्चारकर्मीमाथि आक्रोश पोखिएको पाइयो । यसको कारण के होला ?

कतै पत्रकारहरू चुके होलान्, कतै पूर्वाग्रह व्यक्त गरे होलान् । तर कुनै अन्दोलनकारीको आफ्नै पूर्वाग्रहको कारणले पत्रकारिताविरुद्ध आरोप लागेको पनि हुन सक्तछ । यो राजनीतिक धुवीकरणको बेला कसले कसलाई ठेस पुऱ्यायो, गहिरो अध्ययन गरेर मात्र को ठीक को बेठीक भन्न सकिन्छ । तर यो कुरा हामीले बुझ्नु पर्‍यो कि सामाजिक धुवीकरणको बेला रेडियो, प्रिन्ट र टिभी पत्रकारले सामुदायिक विद्वेष उक्साउन पनि सक्तछन् । यस्तो पत्रकारितालाई कदापि छुट दिनु हुँदैन ।

नेपाली मिडियाको समाचार कक्षमा जातीय, लैङ्गिक, धार्मिक विविधता न्यून देखिन्छ । विविधताको यस्तो न्यूनताले सम्बन्धित समुदायको कभरेज ओभरलप गर्न सक्ने सम्भावना छ कि छैन ?

नेपालको रूपान्तरणरत मिडिया क्षेत्र र विशेषगरी प्रिन्ट मिडियामा, पहाडे बाहुनको बाहुल्यता छ । यो अवस्था ऐतिहासिक र सामाजिक वास्तविकताको

उपज हो, र कसैलाई यो स्थितिको लागि दोष दिन मिल्दैन । फेरि बाहुन भन्दैमा सबै सञ्चारकर्मीको विचारधारा एउटै हो भन्न त मिल्दैन । तर पनि एउटै समुदायको सम्पादकीय 'कन्टेन्ट' माथि यत्रो पकड पक्कै पनि सहज मान्न सकिन्न । नजान्ने तरिकाले कुनै तवरमा अन्य समुदायलाई हेर्ने आँखामा पूर्वाग्रह भल्कन सक्तछ । के गर्ने त ? महिला, दलित, मधेसी, मुस्लिम, जनजातिलगायत अन्य समुदायलाई पत्रकारिता पेशा अँगाल्न प्रोत्साहित गर्ने, ताकि आउँदा दिनमा पत्रकारिता पङ्क्तिमा र विशेषगरी सम्पादन कक्षमा पनि नेपालको जनसमुदायको भल्को देखियोस् ।

नेपालमा म्यागेजिन पत्रकारिताको भूदृश्यमा *हिमाल* खबरपत्रिकाले के बेग्लै पहिचान बनाएको छ भन्ने लाग्छ तपाईंलाई ? यसको सफलतालाई निरन्तरता दिनलाई के गरिँदैछ ?

कुनै पनि समाजमा छाप पत्रकारिताले एउटा खुड्किलो पार गरेपछि विश्लेषण तथा रिपोर्टिङको गहिराईमा पाठकलाई तान्ने 'म्यागेजिन' पत्रकारिताको खाँचो पर्दछ । त्यसैले *हिमाल*लाई व्यावसायिक पत्रिकामा ढाल्यौं र राजेन्द्र दाहालजी र मैले मिलेर *हिमाल*लाई 'खबरपत्रिका' को संज्ञा दियौं । यस खबरपत्रिका (म्यागेजिन) ले आफ्नो लक्ष्य पूरा गर्ने क्रममा रहेको जस्तो मलाई लाग्छ । दिगोपनको लागि हाम्रो पत्रकार मण्डलीको निरन्तर क्रियाशीलता, पाठकको धाप र कुशल व्यवस्थापनको खाँचो पर्दछ ।