



रघु मैनाली

रघु मैनाली नेपाल वातावरण पत्रकार समूहअन्तर्गतको सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रका संयोजक हुनुहुन्छ। उहाँ विगतमा सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घको संस्थापक अध्यक्ष पनि हुनुहुन्थ्यो। २०६१ माघ १९ पछिको शाही सरकारले स्वतन्त्र रेडियोमाथि गरेको हस्तक्षेपका विरुद्ध आन्दोलन गर्न गठित स्वतन्त्र रेडियो बचाऊ आन्दोलन केन्द्रीय सङ्घर्ष समितिको उहाँ संयोजक हुनुहुन्थ्यो। छापा पत्रकारिताको १० वर्षको अनुभवपछि मैनाली रेडियो सगरमाथाको स्थापनाकाल (२०५३ साल) मा कार्यक्रम निर्देशक बन्नुभयो र रेडियो प्रसारणसित जोडिनु भयो। उहाँ केही समय रेडियो सगरमाथाको स्टेसन म्यानेजर पनि बन्नुभयो। उहाँले सरकारद्वारा गठित मिडियासम्बन्धी विभिन्न सुभावा कार्यदल र आयोगमा सदस्य भएर पनि काम गरिसक्नुभएको छ। दक्षिण एसियाका लागि अमार्क एसिया प्यासिफिक बोर्डको उपाध्यक्षसमेत रहेका मैनालीको लेखनमा दुईओटा, सह-लेखनमा तीनओटा र सह-सम्पादनमा पाँचओटा रेडियोसम्बन्धी पुस्तक प्रकाशित छन्।

तपाईं छपा माध्यममा काम गरिरहनु भएको थियो। कसरी रेडियो पत्रकार बन्दै स्वतन्त्र रेडियो प्रवर्द्धनमा संलग्न हुन पुग्नुभयो ?

हो, मैले करिब एक दशकसम्म परम्परागत मूल प्रवाहका सञ्चारमाध्यमहरू छपा, रेडियो तथा टेलिभिजनका लागि काम गरें। यस अवधिमा मैले यस्ताखाले पत्रकारितालाई नजिकबाट चिन्ने र जान्ने मौका पाएँ। मैले त्यस बेलासम्म पत्रकारिताका नाममा राज्य सञ्चालन गर्ने परम्परागत अभिजात वर्ग, राजनीतिक कुलिन, व्यापारी/उद्योगपति, तथाकथित बुद्धिजीवी र शासक वर्गका धारणा, सोचाइ, आकाङ्क्षा, व्यवहार र संस्कृतिलाई एकोहोरो ढङ्गले फैलाउने काम मात्र गरेछु। मेरा लागि समाचारका स्रोत सधैं यिनै हुन्थे। मैले सूचना तथा समाचार प्राप्त गर्ने माध्यमहरू प्रेस सम्मेलन, प्रेस विज्ञप्ति, होटलमा हुने रिसेप्सन वा पार्टी, प्रवर्द्धनका लागि आयोजित कार्यक्रम, आमसभा/बैठक, प्रवक्ता वा जनसम्पर्क अधिकृत आदि थिए। परम्परागत मूल प्रवाहका सञ्चारमाध्यमका लागि यिनै निर्विकल्प समाचार थिए। मैले खोजमूलक तथा स्थलगत रिपोर्ट गर्न पाउँदैनथें। शासकका गतिविधिमाथि आलोचनात्मक दृष्टिकोण राख्न पाउँदैनथें। यसले गर्दा हुम्लाको कुनै लेकमा गएर यासांगुम्बा टिप्दै गरेको हुम्लीलाई जेल हालेको कुरा सरकारले भन्थ्यो, म त्यसैलाई समाचार बनाउँथे। फेरि केही समयपछि हुम्लाबासी नुन खान नपाएको समाचार आउँथ्यो। सरकारले वक्तव्य निकाल्थ्यो, “विकट भएका कारण नुन पुऱ्याउन कठिनाइ उत्पन्न भएको छ, हामी प्रयत्नरत छौं।” म त्यसैलाई समाचार बनाउँथे। मेरो विवेकले भन्थ्यो— अधिकार प्रयोग गरेर हुम्लीलाई जेल हाल्दा सरकारलाई त्यही हुम्ला विकट नहुने तर आधारभूत आवश्यकताका वस्तुको अभाव भएर सरकारमाथि दायित्व आएपछि विकट हुने ? तर यो कुरा लेख्नु भनेको मेरो राजीनामा पत्रको व्यहोरा लेख्नु सरह थियो।

मैले काम गर्ने सञ्चारमाध्यमको स्वामित्व एक वा दुई व्यक्तिको कब्जामा थियो। समाचारका विषयवस्तुलाई बजार उत्पादन भैं वस्तुकरण गरिएको पाएँ। सञ्चार अभिमुखीकरण घटना उन्मुख थियो। कुनै घटना भइसकेपछि मात्र समाचारको विषय बन्थ्यो। मेरो कार्यशैली रुटिनबद्ध गरिएको थियो। सूचनाको प्रवाह केन्द्रबाट मोफसल तर्फमात्र हुन्थ्यो, जसले मेचीदेखि महाकालीसम्मका नेपालीको दायित्व काठमाडौँप्रति कायम गऱ्यो तर काठमाडौँको दायित्व सबैबाट मुक्त गर्ने काम गऱ्यो। मैले काम गर्ने सञ्चारमाध्यमको पहुँच सुविधासम्पन्न वर्गमा सीमित थियो। पाठक, दर्शक वा श्रोताको भूमिका रमिते जस्तो मात्र हुन्थ्यो। मैले काम गर्ने पत्रिकाको मालिक र सन्देश बीचको सम्बन्धले मेरो रिपोर्टिङको वस्तुपरकता निर्धारण गर्थ्यो। यसले गर्दा भोलिपल्ट

निस्कने पत्रपत्रिकामध्ये मैले काम गर्ने पत्रिकामा त्यही घटना एक ढङ्गले आउँथ्यो, अर्को पत्रिकामा अर्कै ढङ्गले छापिन्थ्यो । उदाहरणका लागि, नेकपा एमालेले मङ्गलबार उपत्यका बन्दको आह्वान गरेको भोलिपल्ट निस्कने बुधवार साप्ताहिकले आकास बन्द, पाताल बन्द, हावा बन्द, पानी बन्द लेख्यो । म संलग्न भएको पत्रिकाले आधा बन्द आधा खुल्ला देख्यो र त्यही दिन निस्कने गोरखापत्र दैनिकले सबै खुल्ला देख्यो । त्यसैले परम्परागत सञ्चारमाध्यमका लागि पाठक, श्रोता वा दर्शक भनेका रमिते मात्र हुन् । पत्रिकाले जे लेख्छन् त्यही कुरा चुपचाप पत्याइदिनुबाहेक उनीहरूको कुनै हैसियत छैन ।

मेरालागि सम्पादकीय वातावरण वा नीति भनेको मालिकको स्वार्थ र सनक थियो । मालिकको इच्छा र मुद्राअनुसार समाचारको कोण तयार गर्नु पर्थ्यो । प्रकाशन वा प्रसारण गृहभित्र मेरालागि पेशागत दक्षता भनेको मालिकको आशय र भावना बुझेर काम गर्न सक्नुमा निर्भर गर्थ्यो । मैले त्यसो गर्न नसकेको भोलिपल्ट बर्खास्तीको (अवकाशसम्म पनि होइन) आदेश पाउँथे । तर मैले पाठक वा दर्शक वा श्रोतामात्र पत्रकारिताका मूल्य र मान्यताअनुरूप काम गरिरहेको निर्लज्ज दावी गर्नु पर्थ्यो । यस्तो लज्जास्पद अवस्थाको बारेमा मालिक र मेरा सम्पादकहरूसँग प्रश्न गर्दा उनीहरूको उत्तर हुन्थ्यो, “खुल्ला बजारले हाम्रो नीतिलाई निर्धारण गर्छ, तसर्थ हामी बजारको मागअनुरूप समाचार प्रकाशन तथा प्रसारण गरिरहेका छौं ।”

म नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ पढ्थेँ, सूचनाको हकलाई नागरिकको मौलिक हकको रूपमा प्रत्याभूत गरेको पाउँथे । त्यही नागरिकको हकलाई प्रचलनमा ल्याउने विशेषाधिकार पाएको प्रेस जगत नै खुल्ला बजारको दुहाइ मलाई दिन्थ्यो । म बजारशास्त्रको पनि विद्यार्थी भएका नाताले मौलिक हक र खुल्ला बजार बीचको साइनो खोज्थेँ तर कहीं कतै केही भेट्टाउँदैनथेँ । फेरि मैले बुझेको खुला बजार नीति प्रकाशन तथा प्रसारण गृहमा लागू हुन सक्तैनथ्यो । खुला बजारले पूँजीलाई स्वतन्त्र र व्यक्तित्वशाली ठान्छ, मान्छेलाई होइन । पत्रकारिता नागरिकको मौलिक हकलाई सुनिश्चित गर्न वा नागरिकलाई स्वतन्त्र र व्यक्तित्वशाली बनाउनका लागि हो कि पूँजीलाई स्वतन्त्र र व्यक्तित्वशाली बनाउन ? मेरो मनमा यो प्रश्नले नराम्ररी झड्का दिन्थ्यो । फेरि मैले बुझेको खुला बजारका नियम लागू हुन दुईओटा सर्त पूरा भएको हुनु पर्थ्यो । ती सर्त पूरा भएको अवस्थामात्र खुल्ला बजारले कारोबार नियमन गर्न सक्छ । नियमन गर्ने एउटै विधि हो बजारको माग । पहिलो सर्त हो खुल्ला बजारले कारोबारलाई नियमन गर्नका लागि उपभोक्ता र क्रेता एउटै हुनुपर्छ । अनि दोस्रो, निर्णय गर्ने अन्तिम अधिकार उपभोक्तामा निहित हुनुपर्छ ।

प्रकाशन तथा प्रसारणको हकमा क्रेता र उपभोक्ता एउटै हुँदैनन् । विज्ञापनदाता वा प्रायोजकहरू सञ्चारमाध्यमका क्रेता हुन् भने पाठक, दर्शक वा श्रोता चाहिँ उपभोक्ता हुन् । खुल्ला बजारको तर्कले मागअनुसारको वस्तु उत्पादन र वितरण हुन्छ भन्छ । पत्रकारिताको क्षेत्रमा प्रश्न उठ्छ समाचार वा कार्यक्रम कसको मागअनुसार तयार गरिन्छ, उपभोक्ताको वा क्रेताको ? उत्तर सहज छ क्रेताको । अनि समाचार छनोटको निर्णय गर्ने अन्तिम अधिकार एउटा पेशेवर समूह पत्रकारमा छ । यी सबै कुराको विश्लेषणपछि मलाई लाग्यो, हाम्रो पत्रकारिताले जनताको मौलिक हकको रक्षा गर्न कुनै भूमिका खेलेको रहेनछ । यो त 'साहुजी पत्रकारिता' रहेछ । राजनीतिक हस्तक्षेपमा सीमित हाम्रो यसखाले पत्रकारिताले राज्य सञ्चालन गर्दै आएका परम्परागत राजनीतिक अभिजात वर्गको एकाधिकारलाई सबलीकरण गर्ने काम मात्र गरेको रहेछ, र व्यापारिक स्वार्थमा लिप्त हाम्रो पत्रकारिता परम्परागत कर्पोरेट प्रणालीको एउटा अभिन्न अङ्गको रूपमा काम गरेको रहेछ, भन्ने निचोडमा म पुगें ।

जनताकै हातमा स्वामित्व भएका सञ्चारमाध्यमको प्राप्ति मेरालागि पहिलो र अनिवार्य सर्त बन्यो । साभ्वा स्वामित्व भएका सञ्चारमाध्यम जसबाट खोजमूलक तथा स्थलगत रिपोर्टहरू प्रसारित तथा प्रकाशित होऊन्, समाचार सामग्रीलाई बजार वस्तुका रूपमा होइन, नागरिकको मौलिक अधिकारका रूपमा सम्मान दिन सकियोस्, जनता सबै सञ्चारमाध्यमका विषयवस्तु बन्न सक्नु, कार्यक्रम निर्माणमा सिर्जनशील अवधारणा लागू गर्न सकियोस्, पाठक, श्रोता वा दर्शक रमिने होइन, सञ्चारमाध्यमका सहभागी होऊन् । सूचना प्रवाह मोफसलदेखि मोफसल र मोफसलदेखि केन्द्रतर्फ पनि होओस् । सम्पूर्ण जनतासम्म सूचनाको पहुँच स्थापित होओस् आदि आदि तर्कना लिएर अघि बढ्दा विश्वमा केही समय पहिलेदेखि नै अभ्यासमा ल्याइसकिएको सामुदायिक रेडियोको अवधारणा फेला पयो । जुन अवधारणाले सञ्चारमाध्यमलाई खुला बजारबाट नियन्त्रित हुने कुरालाई सर्वदा इन्कार गर्दै प्रतिवादसमेत गर्छ— सञ्चारमाध्यमहरू खुल्ला बजारद्वारा होइन, खुल्ला समाजद्वारा नियन्त्रित र निर्देशित हुनुपर्छ । खुल्ला समाजमा पूँजी होइन, मान्छे स्वतन्त्र र व्यक्तित्वशाली हुन्छ । मान्छेलाई स्वतन्त्र र व्यक्तित्वशाली बनाउनु समय र आवश्यकता दुवैको आह्वान हो । समय र आवश्यकताको यही आह्वानका पछि लाग्ने सिलसिलामा म सामुदायिक तथा स्वतन्त्र रेडियो प्रवर्द्धन कार्यमा संलग्न भएँ ।

रेडियो सगरमाथाले प्रसारण इजाजत पाउन निकै सङ्घर्ष गर्नु पयो । इजाजत दिएपछि पनि सरकारी कर्मचारी खुशी थिएनन् रे । किन होला ?

रेडियो सगरमाथाको प्रसारण इजाजतका लागि चार वर्षभन्दा लामो सङ्घर्ष गर्नु पयो । यो अवधिमा चारजना प्रधानमन्त्री, चार जना मन्त्री र चारै जना सचिव फेरिए । हामी लामो मिहेनत र धैर्यले प्रधानमन्त्रीदेखि मन्त्री र सचिवहरूलाई स्वतन्त्र रेडियोका बारेमा कुरा बुझाउँथ्यौं । उनीहरू कुरा बुझ्न के लागेका हुन्थे, पदबाट हट्थे वा सरुवा हुन्थे । यसरी हरेकपटक हामीले कुरा शून्यबाट सुरु गर्नु पर्दथ्यो ।

मैले बुझेको विज्ञानको एउटै महत्त्वपूर्ण उपलब्धि भनेको रहस्यलाई तोड्नु हो । यसले रोग भगवान रिसाएपछि लाग्छ भन्ने रहस्यलाई तोडेर जीवाणुबाट लाग्छ भन्ने कुरा सार्वजनिक गरिदियो । यो संसार निराकार निरन्जन छ भन्ने कुरालाई तोडेर यसको सृष्टिको तथ्यपरक कथा सार्वजनिक गरिदियो । तर सञ्चार मन्त्रालयका कर्मचारीहरू विज्ञानलाई हाडगुजी ठान्थे र रहस्यमय बनाउन तल्लीन हुन्थे । यो आफैँमा एउटा अनौठो पक्ष थियो ।

अर्को पक्ष भनेको नेपालमा कहिल्यै पनि कर्मचारी तन्त्रको विकास हुन सकेन । लामो समयसम्म देशमा तानाशाही व्यवस्था चल्थ्यो । यस व्यवस्थाले देशमा कर्मचारी तन्त्र होइन, जमिनदारी तन्त्रको विकास गर्‍यो । कर्मचारीहरू आफूलाई जनताको सेवक होइन मालिक सम्झन्थे । त्यसैले गर्दा सरकारी पदमा नबस्ने जति सबैलाई गैर जिम्मेवार, अराष्ट्रिय तत्त्व तथा देश भाँड्ने तत्त्व ठान्थे । ठूलो जमिनदारको कारबारीले मोही किसानलाई थर्काए जसरी जनतालाई सधैं धम्क्याउँथे । यो नेपाली नोकरशाही तन्त्रको आधारभूत चरित्र नै बनेको थियो । २०४७ पछि प्रजातान्त्रिक व्यवस्था सुरु भयो । तर तत्कालीन राज्य व्यवस्थाको नेतृत्वले कर्मचारीहरूको कार्यशैली तथा संस्कार कस्तो हुनुपर्छ भन्ने बारेमा प्रशिक्षण कहिल्यै दिएन । त्यसकारण देशमा नयाँ संविधान जारी भए पनि कर्मचारीहरूको मनस्थिति २०१९ को पञ्चायती संविधानकै थियो ।

यस्तो नोकरशाही तन्त्रले जनताका काम गर्ने वा जनतालाई सबल बनाउने वा अधिकार सम्पन्न नागरिकको रूपमा होइन सन्दर्भ जनता (रिफरेन्स सिटीजन) को रूपमा मात्र विश्लेषण गर्दै रह्यो । जिन्दगीभर काइते टिप्पणी लेख्दा-लेख्दा आफ्ना सम्पूर्ण प्राकृतिक चेतना समेत गुमाइसकेको नेपाली कर्मचारी तन्त्रको अहिले पनि लाश मात्र बाँकी छ, प्राण छैन । यो प्राणहीन कर्मचारी तन्त्र जनस्तरबाट गरिने जुनसुकै कामलाई पनि हार र जितको नजरबाट हेर्ने गर्छ । रेडियो सगरमाथाको इजाजत दिँदा मन्त्रालयका तत्कालीन उपसचिव तीर्थलाल श्रेष्ठले मसँग भनेका थिए, “युद्ध तिमीहरूले जित्यौ ।” त्यसको जवाफमा मैले भनेको थिएँ, “सञ्चार मन्त्रालयले ढिलै भए पनि कानूनको सम्मान गर्‍यो ।”

यसरी युद्ध हारेको मनस्थितिमा बसेका सञ्चार मन्त्रालयका कर्मचारीहरू हामीसँग असन्तुष्ट हुनु उनीहरूको स्वाभाविक दिनचर्या नै हो ।

इजाजत पत्र दिने निकाय सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले इजाजतसम्बन्धी क्रियाकलाप विगतमा पारदर्शी रूपमा गरेको थिएन । अहिलेको अवस्था के छ ? इजाजत पत्र वितरण प्रक्रियाबारे तपाईंको मूल्याङ्कन के हो ?

हामीकहाँ अहिलेसम्म पनि प्रसारण इजाजत दिने कार्य सञ्चार मन्त्रालयले नै गरिरहेको छ । सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयका इजाजत वितरणसम्बन्धी क्रियाकलाप विगतमा पारदर्शी त थिएन नै, इजाजत वितरणका लागि स्पष्ट प्रसारण सिद्धान्त र मान्यता अवलम्बन गर्नुपर्थ्यो तर त्यसो हुन सकेको थिएन । राजनीतिक इच्छाशक्ति थिएन, दीर्घकालीन सोच थिएन, विधिसम्मत र न्यायोचित पनि थिएन र कुनै मापदण्ड थिएन । फ्रिक्वेन्सी वितरणमा प्राविधिक पक्षसमेत पूर्ण रूपमा सामेल हुने हुँदा वितरण क्रियाकलाप वैज्ञानिक पनि हुनुपर्थ्यो, त्यो थिएन । मन्त्रालयभित्र उच्च पददेखि तल्लो तहसम्मका कर्मचारीहरूलाई दिइएको प्रसारणसम्बन्धी स्कुलिङ नकारात्मक थियो जसले गर्दा कर्मचारीको प्रवृत्ति रेडियोका बारेमा ज्यादै जण्ड थियो । रेडियोको इजाजतका बारेमा कुरा गर्न जानेलाई उनीहरू ज्यानी दुश्मन ठान्थे । सञ्चार मन्त्रालय नियम कानुनलाई लत्याएर एफएम रेडियो, केवल टेलिभिजनलगायत आधुनिक सञ्चार प्रविधिको प्रयोगलाई देशमा निमित्तचान्न पार्न मोर्चावन्दी गरेर बसेको फौजी किल्ला जस्तो थियो ।

यो अवस्था अहिले पनि कायमै छ । अहिले मात्रात्मक हिसाबले इजाजत प्रक्रिया केही खुकुलो भएजस्तो देखिएको छ । यसको अर्थ हो राजनीतिक इच्छाशक्ति केही हदसम्म बदलिएको छ, तर बाँकी तमाम कुराहरू पुरानै छन् । इजाजत वितरण प्रणाली अहिले पनि वैज्ञानिक हुन सकेको छैन, विधिसम्मत र न्यायोचित हुन सकेको छैन, दीर्घकालीन सोच अहिले पनि छैन र कुनै मापदण्ड तयार गरिएको छैन । प्रसारण इजाजत वितरण क्रियाकलाप कुनै सिद्धान्तद्वारा निर्देशित हुन सकेको छैन । र, तात्त्विक रूपमा पारदर्शीता पनि छैन । उदाहरणका लागि, मन्त्रालयले काठमाडौँ उपत्यकाका लागि कतिओटा फ्रिक्वेन्सी वितरण गर्ने भन्ने कुरा कहिल्यै खुलाएन । तर एकै पटक *गोरखापत्र*मा सूचना जारी गयो- ३४ ओटा एफएम इजाजत जारी भइसके, अब काठमाडौँमा फ्रिक्वेन्सी समाप्त भए । यो ३४ ओटा नम्बर कसरी आयो, कहिले आयो र किन आयो कसैलाई थाहा छैन । काठमाडौँ उपत्यकाभित्र बढीमा कति वाटसम्मको प्रसारण इजाजत दिने कसैलाई थाहा छैन । लामो समयसम्म काठमाडौँ उपत्यकाभित्र ५००

वाटभन्दा ठूलो प्रसारण क्षमताको स्टेसनलाई इजाजत नदिने भनियो । अहिले सङ्ख्या बढेपछि वाट क्षमता पनि अचानक बढाएर एक किलोवाटसम्मको इजाजत दिन थालिएको छ । किन ? यो प्रश्नको जवाफ कसैसँग छैन । यसको अर्थ हो, कति वाट क्षमताका प्रसारण स्टेसन कति ओटासम्म दिन सकिन्छ, भन्ने कुनै अध्ययन सहितको निचोड सञ्चार मन्त्रालयमा छैन । यसले गर्दा अहिले फ्रिक्वेन्सीहरू एकअर्कामा जुध्ने समस्या बढी भन्दा बढी देखिएको छ ।

३४ ओटा इजाजतले २० लाख काठमाडौँवासीको प्रतिनिधित्व गर्ने प्रणाली के ? फ्रिक्वेन्सी कुनै साहु महाजनले छोरानातिलाई अंश दिन मिल्ने शैलीमा वितरण गरिएको छ जसरी राजतन्त्रमा देश हाँक्ने जिम्मा छोरा नातिमा सदैँ जान्छ । यसले समाजको प्रतिनिधित्व कसरी गर्छ ? सार्वजनिक फ्रिक्वेन्सीलाई सदाका लागि एउटा कम्पनी वा संस्थाको जिम्मा लगाइनु कति न्यायोचित छ ? एफएम रेडियो इजाजतलाई राजतन्त्रीय प्रणालीमा ढाल्ने कि प्रजातान्त्रिक प्रणालीमा ? स्वतन्त्र रेडियोलाई नियमन स्वतन्त्र निकायले गर्ने कि मन्त्रालयले ? रेडियोको प्रकृति निर्धारण गर्न जरुरी छ कि छैन ? यी सम्पूर्ण कुरालाई विश्लेषण गर्दा अहिले पनि इजाजत दिने प्रक्रिया अन्योलपूर्ण, अपारदर्शी तथा तजविजी स्वरूपको छ ।

रेडियोसम्बन्धी सरकारी नीतिनियमबारे स्थानीय रेडियो : सम्भावना र उपयोगितामा तपाईंले लेख्नुभएको थियो— “यहाँ संविधानलाई नीतिले काट्छ, नीतिलाई ऐनले काट्छ, ऐनलाई नियमले र नियमलाई हुकुमले काट्छ ।” केका आधारमा यस्तो भन्नुभएको हो, प्रस्टचाइदिनुस् न ।

म यसको उत्तर उदाहरणबाटै सुरु गर्छु । हामीले रेडियो सगरमाथाको इजाजत लिँदा ऐन र नियमले तोकेभन्दा थप १७ ओटा सर्त पालना गर्नुपर्ने तोकिएको थियो । तीमध्ये अधिकांश सर्तहरू ऐन र नियमले अनुमति दिएका अधिकारहरूलाई रोक लगाउन राखिएका थिए । उदाहरणका लागि, एउटा सर्त यस्तो थियो— एफएम रेडियो आफैँले समाचार भन्न पाउने छैन । उता हामीलाई दिइएको इजाजतमा राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ का अधीनमा दिइएको कुरा पनि उल्लेख थियो । सरकारले जुन ऐनको आधारमा हामीलाई इजाजत दिएको थियो त्यस ऐनको प्रस्तावनामा भनिएको छ :

सूचना र सञ्चारका क्षेत्रमा उपलब्ध आधुनिक प्रविधिको प्रयोग गरी प्रसारणका माध्यमहरूलाई विश्वसनीय, प्रभावकारी एवं सुदृढ बनाई राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा भएका निष्पक्ष एवं आधिकारिक समाचार तथा सूचनाको जानकारी आम जनताले पाउने गरी सूचनाको प्रवाहलाई निर्बाध रूपले प्रसारण गर्ने सम्बन्धमा कानुनी

व्यवस्था गर्न वाञ्छनीय भएकाले श्री ५ महाराजाधिराज वीरेन्द्र वीर विक्रम शाहदेवको शासनकालको बाईसौं वर्षमा संसदले यो ऐन बनाएको छ ।

यसका साथै सोही ऐनको दफा १६ मा प्रसारकको काम, कर्तव्य र अधिकारको व्यवस्था गर्दै उपदफा क, ख र ड मा भनिएको छ:

- क) आफू समक्ष प्राप्त हुन आएका सूचना, समाचार, लेख वा कार्यक्रमहरूको सत्यतावारे आवश्यक छानबीन गरी निर्धारित समयमा प्रसारण गर्ने गराउने,
- ख) राजनीतिक रूपममा निष्पक्ष भै समाचारको सम्पादन तथा प्रसारण गर्ने गराउने,
- ड) कुनै विवादास्पद विषयमा प्रसारण गर्नु परेमा पनि सम्भव भएसम्म सबै दृष्टिकोणबाट विश्लेषण गरी वस्तुस्थितलाई नबझ्याई प्रसारण गर्नुपर्ने,

समाचार भन्न पाउने भनी ऐनले स्पष्ट व्यवस्था गरेको छ, जुन ऐन संसदले बनाएको हो । नियमावलीमा भन्न नपाइने कुराहरू भनी तोकिएको दफामा समाचार भन्न पाइँदैन भन्ने कहीं कतै छैन । तर ऐनले दिएको अधिकार सञ्चार मन्त्रालयका हाकिमको हुकुमबाट हाम्रो इजाजत पत्रमा सर्त बन्थो— समाचार भन्न पाइँदैन । ऐन कानूनमा व्यवस्था भएको जनअधिकारलाई यसरी रोक्न सक्ने तागत हुकुमतन्त्रसँग मात्र हुन्छ ।

अर्को एउटा उदाहरण दिऊँ । हामीले रेडियो सगरमाथाको इजाजतका लागि चारचार पटक निवेदन दिएका थियौँ । सरकारले कहिल्यै त्यसको उत्तर पठाउन वा त्यो निवेदनलाई सम्बोधन गर्न आवश्यक ठानेन । शिक्षा मन्त्रालयको स्वीकृति र फ्रान्सका लागि नेपाली राजदूत तथा यूनेस्कोका लागि नेपाली प्रतिनिधि केशवराज भ्वाको पहलमा यूनेस्कोले रेडियो सगरमाथा सञ्चालन गर्न आवश्यक उपकरण नेपाल पठायो । भन्सार छुटसहित ती सामान नेपाल भित्रिए । सामान भित्रिसकेकाले परीक्षण गर्न अस्थायी फ्रिक्वेन्सी भए पनि पाउँ भनेर हामीले सञ्चार मन्त्रालयमा निवेदन दियौँ । त्यसको पनि उत्तर पठाउन सञ्चार मन्त्रालयले आवश्यक ठानेन । हामीले परीक्षण प्रसारण गर्नुपर्ने । प्रसारण गरेको तीन दिनपछि सरकारले थाहा पायो । थाहा पाएको आधा घण्टा पनि नबित्दै तत्कालीन सञ्चार सचिव भोजराज पोखरेलले देहाती खलिफाले भैं फोनबाट हामीलाई धम्क्याए, “तिमीहरूका सामान म वाग्मतीमा बगाइदिन्छु । के ठानेका छौ ?” । त्यसको एक घण्टाभित्र सचिवको गाडी चढेर सञ्चार मन्त्रालयका पिउन आइपुगे, नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको कार्यालयमा कारवाही गर्ने धम्की सहितको पत्र बुझाउन । पटक पटक निवेदन हालेको चार वर्ष बितिसक्दा

पनि कुनै प्रकारको जवाफ दिन आवश्यक नठान्ने तिनै सचिव धम्क्याउन भने त्यति सक्रिय बने । उनले कानुनले दिएको अधिकार चारचार वर्षसम्म रोक्ने अनि कानुन सम्मत ढङ्गले भित्रिएका सामानको परीक्षण गर्दा वाग्मतीमा बगाइदिन्छु भन्ने जण्ड धम्की दिने शैली हुकुमी हो । विधिको शासनमा त विधिसम्मत ढङ्गले कर्मचारीहरूले काम गर्नुपर्छ । आफ्नो तजविज र मनमौजी हिसाबले चल्नु कानुनी राज होइन ।

नागरिकको सूचनाको हकलाई संविधानले मौलिक हकमा रूपमा व्यवस्था गर्‍यो । तर सञ्चार नीतिमा त्यसलाई अलिकति साँघुन्याइयो । ऐन बनाउँदा अझ साँघुन्याइयो, नियमले त्यसलाई अझ कस्यो अनि हुकुमले त ती सबै व्यवस्थालाई ठाडै उल्टाइदिएका प्रशस्त उदाहरण छन् ।

२०६१ माघ १९ पछिको राजाको प्रत्यक्ष शासनकालमा छपा र टेलिभिजनले भन्दा रेडियोले धेरै कष्ट र झमेला व्यहोर्नुपऱ्यो । रेडियोलाई किन तारो बनाइएको होला ? आउँदा दिनमा स्वतन्त्र रेडियोलाई कसैबाट खतरा देख्नुहुन्छ ?

कुनै पनि तानाशाहहरू जनताको हितमा काम गर्न त परै जाओस् जनताका कुरा सुन्नसम्म पनि तयार छैनन् भन्ने यथार्थलाई २०६१ माघ १९ गतेपछि स्वतन्त्र रेडियोहरूमाथि भएको दमनले व्यावहारिक रूपमा देखाएको हो । नेपालमा आम सञ्चारका छपा र टेलिभिजन माध्यमहरूको पहुँच राज्यसञ्चालनका परम्परागत कुलीनहरूसम्म मात्र थियो र छ । नेपाली जनताका तर्फबाट आवाज उठाउने र जनतालाई सशक्तीकरण गर्ने वास्तविक सञ्चार माध्यम भनेका स्वतन्त्र रेडियोहरू नै हुन् । आम जनता बाठो भए शासकलाई शासन गर्न सजिलो हुँदैन । बाठो र सुसूचित जनताले आफ्नो अधिकारका बारेमा आवाज उठाउँछ, र शासकलाई दायित्व पूरा गराउन घच्चच्याउँछ । कुलीनहरूले समाचार प्राप्त गर्ने माध्यमहरू छपा र टेलिभिजनलाई त्यसवेला पनि रेडियोलाई जति दमन गरिएन । किनभने शासकलाई थाहा थियो, कुलीन नागरिकसँग समाचार प्राप्त गर्ने माध्यम प्रशस्त छन् । उनीहरूलाई कुरा लुकाउन सकिँदैन । अर्कोतर्फ, कुलीन नागरिक तथा वर्गसँग राज्यसत्ताका लागि ढिलो चाँडो शक्ति सन्तुलन गर्न सकिन्छ, भन्ने परम्परागत राजनीतिक अभ्यासप्रति पनि तानाशाहहरू ढुक्क थिए । तर जनताले कुरा बुझ्यो र सडकमा आयो भने उसलाई शक्ति सन्तुलनका लागि प्रयोग गरिने कुनै पनि भागवण्डाले रोक्न सकिँदैन भन्ने हेक्का उनीहरूलाई थियो । तसर्थ सर्वसाधारणले सूचना प्राप्त गर्ने माध्यम रेडियोलाई शासकले बढी प्रहार गरे ।

स्वतन्त्र रेडियोहरूलाई अहिले पनि त्यत्तिकै खतरा छ । आफूलाई प्रजातान्त्रिक शासक भन्नेहरूले पनि समाचार कुलीन वा सम्भ्रान्त वर्गको एकाधिकार वा कारोबारको विषय मात्र हो, आम जनताको चासोको विषय होइन भन्ने मान्यता राख्ने गरेका प्रशस्त उदाहरण हाम्रै मुलुकमा छन् । गएको प्रजातान्त्रिक कालमा रेडियो सगरमाथालाई समाचार भन्न पाइँदैन भनी ऐन नियमसमेत मिचेर सर्त थप्नेमा नेपाली काङ्ग्रेसका तत्कालीन केन्द्रीय सदस्य र सञ्चारमन्त्री जयप्रकाश प्रसाद गुप्ता र अहिले आफूलाई महान प्रजातन्त्रवादी बताउने वर्तमान निर्वाचन आयोगका प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेलहरू नै थिए । शासकहरूले कतिपय अवस्थामा कानुन बनाएर यस्ता स्वतन्त्र रेडियोको घाँटी अठ्याउने जमर्को गरेका उदाहरण पनि छन् । स्वतन्त्र रेडियोका अभियन्ताहरूका सामुन्ने त्यस्तो अवस्था फेरि नलाउला भन्न सकिन्न । शासकहरूसँग स्वतन्त्र रेडियोका पक्षधरहरूले पटक पटक आग्रह गर्दा वा माग राख्दा पनि रेडियोको वर्गीकरणसम्म पनि गरिएको छैन । तसर्थ हामी स्वतन्त्र रेडियोका अभियन्ता, शुभचिन्तक तथा स्वतन्त्र रेडियोकर्मीका सामुन्ने भविष्यमा कानुनको दुहाइ दिँदै सरकारले फेरि स्वतन्त्र रेडियोहरूलाई कुण्ठित पार्ने कठोर वातावरण सिर्जना हुने स्पष्ट छ । त्यस बेला शासकलाई तिमीहरूका तर्क कानुनी होलान् तर अनैतिक छन्, अविवेकी छन् र अप्राकृतिक छन् भनेर चुनौती दिनका लागि स्वतन्त्र रेडियोका सबै पक्षधरहरू मानसिक रूपमा अहिल्यैदेखि तयार भएर बस्न जरुरी छ ।

अहिले एफएम रेडियोको स्वामित्वको स्वरूप कस्तो कस्तो छ ? स्वामित्वको कुन मोडल बढी प्रभावकारी देख्नुभएको छ ?

नेपालका एफएम रेडियोहरूको स्वामित्वको स्वरूपलाई मूलतः दुई प्रकृतिमा हेर्न सकिन्छ । एउटा कानुनी स्वामित्वका हिसाबले र अर्को सामाजिक वा सहभागिताको स्वामित्वका हिसाबले । कानुनी स्वामित्वका हिसाबले हेर्दा नेपालका एफएम रेडियोहरूलाई पाँचओटा स्वरूपमा पाउँछौं । सहकारीको स्वामित्वमा भएका रेडियो, गैरसरकारी संस्थाको स्वामित्वमा भएका रेडियो, स्थानीय सरकारको स्वामित्वमा भएका रेडियो, शैक्षिक प्रतिष्ठानको स्वामित्वमा भएका र निजी कम्पनी (प्रालि) को स्वामित्वमा भएका रेडियोहरू । सरकारले अहिलेसम्म इजाजत जारी गरेका करिब सवा दुई सय एफएम रेडियोहरूमध्ये एक सय जति स्टेसनहरूको स्वामित्व निजी कम्पनीसँग छ । ९१ ओटा रेडियोको स्वामित्व गैरसरकारी संस्थासँग छ । त्यसैगरी २६ ओटा रेडियोको स्वामित्व सहकारी संस्थाहरूसँग छ,

भने दुई ओटा रेडियो स्थानीय सरकार र तीनओटा रेडियो विश्वविद्यालय तथा अन्य शैक्षिक प्रतिष्ठानका स्वामित्वमा छन् ।

सामुदायिक रेडियोमा सदस्यताको प्रकृति, सहभागी सङ्ख्या, सञ्चालन प्रणाली, संरचना तथा शैली हेर्दा स्वामित्वको स्वरूप अलि भिन्न रूपमा देखा पर्छ । सहभागिता वा सामाजिक स्वामित्वको हिसाबले भन्नु पर्दा निष्क्रिय, सक्रिय र प्रजातान्त्रिक गरी स्वामित्वका तीनओटा मोडलहरू नेपालमा छन् । यसलाई निम्नअनुसार व्याख्या गर्न सकिन्छ ।

निष्क्रिय मोडल : यस मोडलमा राजधानी सहर काठमाडौँमा गैरसरकारी संस्थाले चलाएको रेडियो सगरमाथा र राजधानी बाहिरको औद्योगिक बजार रूपन्देहीमा सहकारी संस्थाले चलाएको रेडियो लुम्बिनी जस्ता रेडियोहरू पर्दछन् । रेडियो सगरमाथा सञ्चालन गर्ने संस्था नेपाल वातावरण पत्रकार समूह पत्रकार र वातावरणविद्हरूको संस्था हो । यो संस्थामा १२५ जना सदस्य छन् । हरेक वर्ष यो संस्थाको चुनाव हुन्छ । यिनै सदस्यमध्येबाट नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको कार्यसमिति चयन गरिन्छ । यही निर्वाचित समितिमध्येबाट तोकिएका व्यक्तिहरू रेडियो सगरमाथाको सञ्चालन बोर्डमा रहन्छन् । यही बोर्डले रेडियोको लक्ष्य, उद्देश्य, नीति तथा योजना निर्माण गर्छ । र, रेडियोको दैनिक कार्य सञ्चालनसमेत हेर्छ ।

रेडियो लुम्बिनी सञ्चालन गर्ने संस्था लुम्बिनी सूचना तथा सञ्चार सहकारी संस्था लिमिटेड हो । यसमा हाल २२० जना सदस्य छन् । सहकारीले सदस्यता सधैं खुला राख्नुपर्ने नियम छ । तर रेडियो लुम्बिनीका लागि सदस्यता लिन निर्धारण गरिएको शेयर संरचना आम नेपालीले धान्न नसक्ने खालको छ । रेडियो लुम्बिनीको शेयर सदस्य बन्नका लागि ४० हजार रुपियाँ तिर्नुपर्छ । जुन राष्ट्रिय प्रति व्यक्ति आयको दुई गुणाभन्दा बढी रकम हो । तसर्थ जनसहभागितालाई आर्थिक पक्षबाट एक ढङ्गले नियन्त्रण गरिएको छ । यो सहकारीले सदस्यमध्येबाट हरेक दुई वर्षमा सहकारीको बोर्ड चयन हुन्छ । यही बोर्ड नै रेडियो लुम्बिनीको सञ्चालक बोर्ड बन्छ । यो बोर्डले रेडियोको लक्ष्य, उद्देश्य, नीति तथा योजना निर्माण गर्नुका साथै रेडियोको दैनिक सञ्चालन गर्छ ।

यसखाले रेडियोहरू स्वयंसेवीभन्दा बढी तलवी जनशक्तिमा निर्भर रहने गरेका छन् । तालिम प्राप्त व्यावसायिक जनशक्ति भएकाले कार्यक्रम उत्पादन सीप राम्रो छ । यही दक्ष व्यावसायिक जनशक्तिले समुदायको आवश्यकता पहिचान गर्छ, प्राथमिकता निर्धारण गर्छ र समुदायका लागि कार्यक्रम उत्पादन

तथा प्रसारण गर्छ। कार्यक्रम गुणस्तरीय छन् र समुदायका लागि उपयोगी पनि छन्। तर समुदाय वा सामुदायिक सङ्गठनहरूले नीति निर्माण तहमा सोभ्रो सहभागिता जनाउन सक्तैनन्। समुदायका लागि कार्यक्रम उत्पादन तथा प्रसारण नै प्रमुख भूमिका हो। परम्परागत सार्वजनिक प्रसारण संस्थाकै भूमिकामा यसखाले रेडियोहरू क्रियाशील छन्।

सक्रिय मोडल : समुदायको सहभागिताको हिसाबले दोस्रो मोडल सक्रिय मोडल हो। यस मोडलमा हिमाली जिल्ला सोलुखुम्बुमा गैरसरकारी संस्थाले चलाएको सोलु एफएम, तराईको जिल्ला नवलपरासीमा सहकारी संस्थाले चलाएको विजय एफएम र बागलुङ जिल्लामा सहकारीले नै चलाएको रेडियो बागलुङ जस्ता रेडियोहरू पर्दछन्।

सोलु एफएम सञ्चालन गर्ने संस्था योङ स्टार क्लब सदस्यता प्रधान संस्था हो। यो संस्थामा हाल ३०० जना सदस्य छन्। यो संस्थाले रेडियो सञ्चालनका लागि छुट्टै परिषद्को व्यवस्था गरेको छ। यो परिषद् नै सोलु एफएमको सर्वोच्च निकाय हो। यो परिषद्मा क्लबका तर्फबाट तीन जना, जिल्लामा दर्ता भएर क्रियाशील जातीय सङ्गठनहरूबाट एकएक जना प्रतिनिधि, श्रोता क्लबको प्रतिनिधि, निर्वाचन आयोगमा दर्ता भएका राजनीतिक दलहरूबाट एकएक जना प्रतिनिधि, कला, साहित्य, खेलकुलका क्षेत्रमा विशेष योगदान दिएका एकएक जना व्यक्ति, गैरसरकारी संस्था जिल्ला महासङ्घको प्रतिनिधि, पर्यटन व्यवसायी सङ्घको प्रतिनिधि, स्थानीय समाजसेवी, रेडियो रहेको गाउँ विकास समितिका प्रतिनिधि, सो गाउँको निर्वाचित वडा सदस्य प्रतिनिधि, जिल्ला विकास समितिको प्रतिनिधि लगायतका व्यक्ति तथा संस्थाहरू रहने व्यवस्था छ। हाल सोलु एफएमको परिषद् करिब ४० जनाको छ। यो परिषद्ले आफूमध्येबाट रेडियो सञ्चालन बोर्ड छान्छ। यही बोर्डले रेडियोको लक्ष्य, उद्देश्य, नीति तथा योजना निर्माण गर्छ।

विजय एफएम सञ्चालन गर्ने संस्था विजय सामुदायिक सूचना तथा सञ्चार सहकारी संस्था लिमिटेड हो। यो संस्थामा प्रत्यक्ष २०० जना व्यक्तिगत सदस्य छन् भने संस्थागत सदस्य सङ्ख्या २४ रहेको छ। यो संस्थाले समुदायको सहभागितालाई बढाउन सामुदायिक वन उपभोक्ता समूह, आमा समूह, स्कुल, अस्पताल, कृषि सहकारी समूहहरू लगायतलाई सदस्यका रूपमा सहभागी गराएको छ। यसरी यी समूहहरूमा सङ्गठित सदस्यहरूलाई अप्रत्यक्ष सदस्यका रूपमा लिँदा विजय एफएमका प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष गरी करिब ५० हजार सदस्य छन्। यी प्रत्यक्ष सदस्य तथा संस्थागत सदस्यहरूको संयुक्त सभाले रेडियो

सञ्चालनको बोर्ड चयन गर्छ। यही बोर्डले रेडियोको लक्ष्य, उद्देश्य, नीति तथा योजना निर्माण गर्छ।

प्रजातान्त्रिक मोडल : नेपालमा समुदायद्वारा प्रत्यक्ष सञ्चालित रेडियोको प्रजातान्त्रिक मोडल हालसालै सुरु भएको छ। यो मोडललाई सफलतापूर्वक स्थापना गर्न सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र (नेवापस) र रूपाकोट रेडियोबीच सहकार्य जारी छ। जनजातिहरूको बाहुल्य रहेको पूर्वी पहाडी जिल्ला खोटाङमा २०६४ साल वैशाख महिनामा स्थापित रूपाकोट रेडियोले जनसहभागिताको प्रजातान्त्रिक मोडलको अभ्यास गरिरहेको छ। रेडियो रूपाकोटको सञ्चालक संस्था रूपाकोट सूचना तथा सञ्चार सहकारी संस्था लिमिटेड हो। यो संस्थाले आफ्नो प्रसारण क्षेत्रभित्र एक परिवार एक सदस्यताको अभियान चलाएको छ। हाल एक हजार छ सय परिवार यो रेडियोका सदस्य भएका छन्। जिल्लामा सङ्गठित सामुदायिक तथा पेशागत सङ्घसंस्थाहरू २४ ओटा संस्थागत सदस्य भएका छन्। रेडियो व्यवस्थापनका लागि जारी गरिएको निर्देशिकाअनुसार रेडियो प्रसारण क्षेत्रलाई १६ ओटा प्रतिनिधिमूलक क्षेत्रमा विभाजन गरिएको छ। ती १६ ओटा क्षेत्रलाई रेडियो रूपाकोटले आफ्नो परिषद् निर्वाचन क्षेत्रको संज्ञा दिएको छ। यी क्षेत्रबाट परिवार सङ्ख्याको घनत्व तथा भौगोलिक प्रतिनिधित्वका हिसाबले तोकिएको सङ्ख्याका परिषद् प्रतिनिधिहरूलाई निर्वाचन गराइन्छ। ती १६ ओटा क्षेत्रबाट निर्वाचित प्रतिनिधिहरू रेडियो रूपाकोट परिषद्का सदस्य हुन्छन्। यो परिषद् सदस्य सङ्ख्या बढीमा १०१ जना रहने व्यवस्था छ। यो परिषद् नै रेडियो रूपाकोटको सर्वोच्च निकाय हो। अर्को शब्दमा भन्दा रूपाकोट रेडियोको व्यवस्थापिका हो। यही परिषद्ले रेडियोको लक्ष्य, उद्देश्य निर्धारण गर्छ, नीति तथा योजना निर्माण गर्छ। रेडियोको दैनिक कार्य सञ्चालनका लागि यही परिषद्ले रेडियो सञ्चालन बोर्डको गठन गर्छ। ती १६ ओटा परिषद् निर्वाचन क्षेत्रमा निर्वाचनकै समयमा एकएकओटा पाँचदेखि पन्ध्र सदस्यीय रेडियो कार्यक्रम मूल्याङ्कन तथा प्रवर्द्धन समिति गठन गर्ने व्यवस्था छ। यो समितिले आ-आफ्नो क्षेत्रका के कस्ता विषय रेडियोबाट उठाउँदा गाउँको उत्थान हुन्छ, कुन कुरालाई प्राथकताका साथ उठाउने जस्ता विषयमा समेत रेडियोलाई निर्देशन दिन्छ।

यो मोडलमा रेडियोमा कार्य सञ्चालनका लागि स्पष्ट मूल्य मान्यता, संस्कार तथा कार्यशैली निर्धारण भएको हुन्छ। समुदायलाई रेडियो परिषदसँग पूर्ण विश्वास हुन्छ भने रेडियो परिषद् समुदायप्रति पनि पूर्ण विश्वस्त हुन्छ।

समुदायले रेडियोका लागि के गर्ने र रेडियोले समुदायलाई के मद्दत गर्ने भन्ने विषयमा सबै स्पष्ट हुन्छन् । रेडियोमा सहभागिताका लागि अविच्छिन्न सञ्चाल समुदायमा स्थापित भएको हुन्छ, र कार्यमूलक पनि हुन्छ । यसले गर्दा रेडियोलाई प्रत्येक व्यक्तिले प्रयोग गर्न सक्छन् तर रेडियो कसैको पनि निजी स्वामित्वमा हुँदैन । स्थानीय समुदायले आफ्नो आवश्यकता पहिचान गर्छ, प्राथमिकता निर्धारण गर्छ । रेडियोले ती सामग्री वा विषयवस्तुलाई उठाउँछ । यसरी यस खाले मोडलमा नीति निर्माण तहमा समुदायको प्रत्यक्ष सहभागिता हुन्छ, कार्यक्रम उत्पादनका विषयवस्तु समुदायले निर्धारण गर्छ । समुदायले समुदायका लागि कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारण गर्ने गर्छ ।

स्वामित्वकै अर्को पाटो लैङ्गिक स्वरूप पनि नेपालमा देखापरेको छ । २०६४ असोज महिनामा पूर्वी तराई जिल्ला मोरङमा सुरु भएको रेडियो पूर्वाञ्चलको स्वामित्व लैङ्गिक स्वरूपको छ । यो रेडियोको सञ्चालन बोर्डदेखि कार्यक्रम उत्पादन प्रसारण सबै तहमा महिला मात्र सहभागी छन् । यसका साथै यो रेडियो सञ्चालन गर्न मोरङमा कार्यरत करिब ३५ ओटा सामुदायिक संस्थाहरू एकै ठाउँमा भेला भएका छन् । यो रेडियोलाई महिलाद्वारा सबैका लागि सञ्चालित रेडियो भनेर बुझ्न सकिन्छ ।

एफएम रेडियोको आगमनले केन्द्रीकृत प्रसारण प्रणाली तोडेर विकेन्द्रित त भयो, तर फेरि यो स्थानीय सम्भ्रान्तको हातमा पुगेको छ नि । विपन्न र सिमान्तीकृत वर्गका व्यक्तिको कहिले होला यो ?

यो प्रश्नलाई म प्रश्नका रूपमा होइन, बहसको एजेण्डाका रूपमा स्वीकार्न चाहन्छु । त्यसैले म उत्तर दिने गल्ती गर्ने छैन । मेरो बुझाइमा प्रश्नका सबै उत्तरले समाधान दिँदैनन् । हामीले यो प्रश्नको उत्तर होइन, समाधान खोज्नु जरुरी छ । नत्र तपाईंले भन्नु भएजस्तै सामुदायिक सञ्चारको अभियान नयाँ शक्ति केन्द्रको उदयमा पुगेर विसर्जन हुँदैछ र हुनेछ । पहिले जिल्लामा चारओटा शक्ति केन्द्र थिए जसले जनतालाई शासन गर्थे । सिडिओ, डिएसपी, मेजर र राजनीतिक दल । स्थानीय रेडियोको आगमनपछि अर्को शक्ति केन्द्र थपिएको छ, स्थानीय सम्भ्रान्त । पैसावालहरूले स्थानीय रेडियो खोलेका छन् । हिजोआज पुराना चार थरी शक्ति केन्द्रको ठाउँमा अर्को शक्ति केन्द्र थपिएको छ- रेडियो र यसका सञ्चालकहरू ।

वास्तवमै जनताको रेडियो बनाउनका लागि सामुदायिक सञ्चारमा संलग्न सञ्चारकर्मी, अनुसन्धाता, अभियन्तालगायत सबै पक्षमाभ व्यापक बहसको

वातावरण निर्माण गर्दै समाधान खोज्न प्रेरित गरोस् भन्नका लागि म यहाँ केही सन्दर्भ कोट्ट्याउन चाहन्छु ।

स्वामित्वको सन्दर्भ : सामुदायिक रेडियोको स्वामित्वलाई कसरी परिभाषित गर्ने भन्ने सम्बन्धमा अहिले खासै कुनै बाध्यात्मक व्यवस्था छैन । यसले गर्दा समाजका अल्पसङ्ख्यक चतुरहरूले रेडियोको स्वामित्वलाई आफ्नो नियन्त्रणमा लिन पुगेमा छन् । कुलीनको खेतीका रूपमा आरोपित गैरसरकारी संस्थाहरूकै हातमा नेपालका ७५ प्रतिशतभन्दा बढी सामुदायिक रेडियोको स्वामित्व रहेको छ । सामुदायिक रेडियोको स्वामित्वलाई व्यापक स्तरमा फैलाउन, सामूहिक स्वामित्वको भावना विकास गराउन, रेडियोलाई समावेशी बनाउन, समुदायको चाहना तथा आवश्यकतालाई वास्तवमै साकार पार्न र स्टेसनका नीति तथा उद्देश्यहरू सरोकारवाला समुदायको पूर्ण सहभागितामा निर्माण गर्न सकिने व्यवस्थाका लागि पारदर्शी संरचना, प्रणाली र प्रक्रियाहरू निर्धारण गर्नु जरुरी छ । साथै स्वामित्वको स्वरूपलाई ठोस रूपमा सीमाङ्कन गरिनु आवश्यक छ ।

सेवा तथा म्यान्डेटको सन्दर्भ : सामुदायिक रेडियोलाई राज्यको हस्तक्षेपबाट स्वतन्त्र, राजनीतिक दबावबाट मुक्त र व्यापारिक स्वार्थबाट अलग्ग राख्न नसकेसम्म परम्परागत रूपमा राज्यसञ्चालन गर्दै आएको अभिजात वर्गको कब्जाबाट भिक्केर सामुदायिक रेडियोलाई सर्वसाधारणको पहुँच र स्वामित्वमा पुऱ्याउन सम्भव छैन । यसका लागि सामुदायिक रेडियोका सेवा तथा म्यान्डेटलाई स्पष्ट रूपमा परिभाषित गर्नु पहिलो आवश्यकता हो । यसका सेवाहरूलाई सीमावद्ध गर्नु जरुरी छ । यसका लागि कार्यक्रममा विविधता हुनुपर्ने, प्रसारणले समुदायलाई प्रतिबिम्बित गर्नुपर्ने, टङ्कारो रूपमा स्थानीयपनको आधिक्यता रहनुपर्ने, स्थानीय समुदायको रुचि र चाहनालाई पूर्ण रूपमा समेट्न सक्नुपर्ने, सांस्कृतिक विषयवस्तु परस्पर आदानप्रदान गर्नुपर्ने, भाषिक अल्पसङ्ख्यकका आवश्यकता पूरा गर्न स्थानीय भाषामा निश्चित हिस्सा कार्यक्रम अनिवार्य रूपमा उत्पादन गर्नुपर्ने प्रावधान राख्न सकिन्छ । हाम्रो जस्तो बहुभाषिक, बहुजातीय, बहुसांस्कृतिक तथा वर्गीय समाजमा विषयवस्तुलाई न्यायोचित रूपमा समावेश गर्न तथा स्थान विशेषका विशिष्ट आवश्यकतालाई सम्बोधन गर्न अत्यावश्यक छ । साथै समुदायको विश्वास जित्न तथा रेडियोमा सहभागिताको अविच्छिन्न सञ्जाल स्थापना गर्न सामुदायिक रेडियोले आफ्नो प्रसारण नीतिलाई

सामूहिक छलफल गरेर निर्माण गर्नुपर्ने तथा सम्पादकीय नीतिलाई सार्वजनिक गर्नुपर्ने प्रचलनको थालनी हुनु जरुरी छ ।

नियमन संयन्त्रको सन्दर्भ : अहिलेसम्म सामुदायिक रेडियोको कानुनी परिभाषा नभएका कारण सामुदायिक रेडियोको उत्तरदायित्व कसप्रति छ भन्ने कुरा औपचारिक रूपमा स्पष्ट छैन । सामुदायिक रेडियोको गैरसरकारी व्याख्याअनुसार चलेका रेडियोहरू दोहोरो ऐन र निकायद्वारा शासित हुन बाध्य छन् । विभिन्न खाले संस्था दर्ता गर्ने ऐनहरू— सङ्घसंस्था दर्ता ऐन, सहकारी ऐन र स्थानीय स्वशासन ऐनहरूले रेडियो सञ्चालक संस्थालाई शासन गरेका छन् भने प्रसारणलाई नियमन गर्ने ऐन राष्ट्रिय प्रसारण ऐन छ । परिणामस्वरूप रेडियो सञ्चालक संस्थाहरू सञ्चारसँग बिल्कुलै सरोकार नराख्ने निकायहरू गृह मन्त्रालय, कृषि तथा सहकारी मन्त्रालय र स्थानीय विकास मन्त्रालयबाट शासित छन् भने रेडियोको फ्रिक्वेन्सी तथा कलसाइन चाहिँ सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयबाट शासित छ । यसको अन्त्यका लागि विशेषज्ञ, नागरिक समाज तथा पेशागत प्रतिनिधित्व रहेको अविच्छिन्न, स्वायत्त तथा सर्वाधिकार सम्पन्न प्रसारण प्राधिकरणको व्यवस्था हुनुपर्छ ।

आर्थिक स्रोतको सन्दर्भ : परम्परागत बजारका स्रोतमा भर पर्नुपर्ने अवस्थाको अन्त्य नभएसम्म समुदायका आवाजहरू सुनिश्चित हुने अवस्था निर्माण हुँदैन । त्यसका लागि सामुदायिक रेडियो स्थानीय समुदायको सामाजिक आर्थिक अवस्थाले धान्न सक्ने क्षमताको हुनुपर्छ । सामुदायिक रेडियोका लागि भौगोलिक अवस्थिति, समुदायको आर्थिक स्तर तथा सामाजिक संरचनालाई हेरेर प्रसारण क्षमता वा ट्रान्समिटरको वाट निर्धारण गरिनु पर्छ । हाम्रै अनुभवले सिद्ध गरिसकेको छ, जति ठूलो वाटको प्रसारण क्षमता भयो त्यति नै धेरै स्थिर खर्च बढ्छ । जति बढी स्थिर खर्च भयो रेडियो त्यति नै बढी परम्परातग वस्तु बजारको स्रोतमा भर पर्नुपर्ने हुन्छ । जति बढी परम्परागत बजारको भर पर्नु पर्‍यो त्यति नै बढी व्यापारिक स्वार्थ प्रसारणमा घुस्छ र जति बढी व्यापारिक स्वार्थ प्रसारणमा घुस्यो त्यति नै मात्रामा समुदायको सहभागिता वा स्वयंसेवी भावना कम हुँदै जान्छ । यसले गर्दा सामुदायिक रेडियोहरू बजारको अन्त्यहीन चक्रभित्र भन्नुपर्ने हुन्छ । यो भनेको नै सम्भ्रान्त वर्गको कब्जामा सामुदायिक रेडियोहरू पर्नु हो । अहिले सामुदायिक रेडियोको हालत ठीक यस्तै छ । अर्कोतर्फ राज्यले सामुदायिक रेडियोलाई परिभाषित नगरेको हुँदा चर्को इजाजत शुल्क, नवीकरण शुल्क, ठूलो

मात्रामा रोयल्टी लगाएको छ । भन्सार तथा करमा छुटको कुनै व्यवस्था छैन । दुर्गम तथा पिछडिएका वर्गले चलाउने ठाउँका लागि अनुदानको कुनै व्यवस्था गरिएको छैन ।

कम्तीमा पनि यी माथिका अवस्थाको अन्त्य नभएसम्म नेपालमा सामुदायिक रेडियोहरू तपाईं हामीले सोचेजस्तो विपन्न र सीमान्तीकृत वर्गका व्यक्तिको स्वामित्वमा पुग्ने आशा गर्नु दिवास्वप्न मात्र हुनेछ ।

एफएमहरूको प्रकृति विभाजनमा सरकारी मापदण्ड त केही छैन । यद्यपि रेडियोहरूलाई सामुदायिक, सार्वजनिक या व्यापारिक एफएम भनेर वर्गीकरण गरिन्छ । वर्गीकरणको आधार के हो ?

तपाईंले भन्नुभए जस्तै एफएमलाई नियमन गर्ने ऐन राष्ट्रिय प्रसारण ऐन हुनुपर्ने हो र, यही ऐनले एफएम रेडियोहरूको परिभाषा तथा मापदण्ड निर्धारण गर्नुपर्ने हो । तर राष्ट्रिय प्रसारण ऐनले संस्थासम्म पनि दर्ता गर्दैन, उसले केवल पूर्व स्थापित संस्थाहरूलाई एफएम प्रसारणका लागि फ्रिक्वेन्सी र कलसाइन दिने गर्छ । यसले गर्दा एफएम सञ्चालक संस्थाहरूको नियमन व्यवस्था अत्यन्त अनौठो र जटिल छ । नेपालमा अहिलेसम्म एफएम रेडियो सञ्चालन गर्ने संस्थाहरू कुनै सहकारी ऐनअन्तर्गत दर्ता भएका छन्, कुनै सङ्घसंस्था दर्ता ऐन, कुनै स्थानीय स्वशासन ऐन त कुनै कम्पनी ऐनअन्तर्गत स्थापित भएका छन् । एफएम सञ्चालन गर्ने प्रत्येक संस्था दुईओटा अलग अलग स्वभाव र सिद्धान्त भएका ऐनबाट एकै चोटि शासित हुनुपर्छ । एकै पटक दुईओटा अलग अलग स्वभाव र कार्यविधि भएका निकायबाट शासित हुनुपर्छ । उदाहरणका लागि, सहकारी ऐन प्रचलनमा ल्याउने कृषि मन्त्रालय हो, सङ्घसंस्था दर्ता ऐन प्रचलनमा ल्याउने निकाय गृह मन्त्रालय हो । कम्पनी ऐनलाई प्रचलनमा ल्याउने निकाय वाणिज्य मन्त्रालय हो भने स्थानीय स्वशासन ऐनलाई प्रचलनमा ल्याउने निकाय स्थानीय विकास मन्त्रालय हो । यसरी एफएम चलाउने संस्थाहरू सञ्चारसँग सरोकार नै नराख्ने गृह, कृषि, वाणिज्य तथा स्थानीय विकास मन्त्रालयबाट शासित हुनुपर्छ । अर्कोतर्फ सूचनाको हक, प्रसारण तथा प्रकाशन स्वतन्त्रतालाई संविधानले मौलिक हकका रूपमा प्रत्याभूति दिएको छ । संविधानले मौलिक हकको रूपमा प्रत्याभूति दिएका यी हकहरूलाई सहकारी ऐन, कम्पनी ऐन, सङ्घसंस्था दर्ता ऐन र स्थानीय स्वशासन ऐनले सरोकार राख्दैनन् । एफएमलाई व्यवस्थित गर्ने ऐनले संस्था दर्ता गर्दैन । यहाँ सरकारले जालसाजी गर्न खोजेको कुरा के हो भने एफएमबाट प्रसारित हुने कार्यक्रमलाई संवैधानिक हक प्रदान

गरिएको जस्तो देखाएको छ । तर एफएम सञ्चालक संस्थाहरू अन्य ऐनअन्तर्गत स्थापना भएकाले संस्थालाई जुनसुकै बेला र जुनसुकै बहानामा पनि बन्द गर्न सक्ने अवस्था छ । यसको अर्थ सरकारले फललाई संवैधानिक हक प्रदान गरेको छ तर फलको बोटलाई त्यो अधिकार प्रदान छैन ।

तपाईंले भन्नुभएको वर्गीकरणका आधार यिनै ऐनहरू नै हुन् । यी ऐनहरूले संस्थाको प्रकृतिलाई चाहिँ प्रस्ट पारेका छन् । सहकारी ऐनले सहकार्यलाई समुदायिक हितको अनिवार्य अभियानका रूपमा स्वीकार गरेको छ । सङ्घसंस्था ऐनअन्तर्गत दर्ता हुने गैरसरकारी संस्थालाई गैर नाफामुखी संस्थाको रूपमा स्वीकार गरेको छ । स्थानीय स्वशासन ऐनले गाउँ विकास समिति, महानगरपालिका वा नगरपालिका आदिलाई स्थानीय सरकारका रूपमा स्वीकार गरेको छ । कम्पनी ऐनअन्तर्गत दर्ता हुने संस्था कम्पनीहरूलाई नाफा कमाउने संस्थाका रूपमा स्वीकार गरेको छ । यसरी एफएमकै मापदण्ड राष्ट्रिय प्रसारण ऐनले नगरेको भए पनि नेपालकै कानूनहरूले संस्थाको मापदण्ड भने निर्धारण गरेका छन् ।

प्रसारणको प्रकृतिलाई परिभाषित गर्ने विश्वव्यापी मापदण्डहरूमध्ये संस्थाको प्रकृति पनि एक हो जसले स्वामित्वको स्वरूप, लक्ष्य तथा कार्यक्षेत्रलाई निर्धारण गर्छ । त्यसैले नेपालमा पनि हामीले सामूहिक स्वामित्व भएका, सार्वजनिक हितका लागि काम गर्ने तथा गैर नाफामुखी संस्थाहरूले चलाएका एफएम रेडियोलाई सामुदायिक रेडियोको कोटीमा राखेका छौं । निजी स्वामित्व भएका, व्यक्तिगत वा संस्थागत उन्नतिका लागि मात्र काम गर्ने तथा नाफामुखी कम्पनीहरूले चलाएका एफएमलाई व्यापारिक रेडियोको कोटीमा राखेका छौं ।

सानो ठाउँमा पनि धेरै सङ्ख्यामा स्टेसन स्थापना गर्ने प्रचलन बढ्दो छ । के सबै एफएम रेडियो टिक्न सक्लान् त ? बदलिँदो परिवेशमा कस्तो छ त एफएमको भविष्य ?

रेडियो आफैँमा पूर्वाधार थियो सडक जस्तै । जसरी सडक एक ठाउँमा एउटा भए पुग्छ त्यसैगरी रेडियोलाई पनि सोचिनु पर्थ्यो । सडक कुन राजनीतिक दलको पहलमा आयो भन्ने कुराले अर्को सडकको आवश्यकताको होड जसरी चल्दैन त्यसैगरी रेडियोलाई पूर्वाधारकै रूपमा स्वीकार गर्न अबै सकिएको छैन । यसको मूल कारण हिजोआज राजनीतिक तथा आर्थिक रूपमा रेडियोलाई शक्तिको अर्थमा सोचिन थालिनुले हो जसले गर्दा सानो ठाउँमा पनि धेरै स्टेसनको इजाजत लिने होड चलिरहेको छ ।

यो होड वा लहडले रेडियोलाई चलाउन सक्तैन । रेडियो चलाउनका लागि त्यस क्षेत्रको सामाजिक आर्थिक अवस्थाको राम्ररी विश्लेषण गरिनु पर्छ । सामाजिक आर्थिक अवस्थाको विश्लेषण गर्ने हो भने काठमाडौँ उपत्यकामा पाँचदेखि सातओटा स्टेसनभन्दा बढी स्थानीय रेडियो चल्ने सम्भावना छैन । तर ३४ ओटा स्थानीय एफएम रेडियोले सञ्चालनका लागि इजाजत जारी भएका छन् । पाल्पा जस्तो पहाडी जिल्लामा पाँचओटा रेडियोले प्रसारण इजाजत पाइसकेका छन् । जनकपुरमा सातओटा रेडियो सञ्चालनमा आइसकेका छन् । मुगु जस्तो अति दुर्गम हिमाली जिल्लामा तीनओटा एफएम सञ्चालनका लागि इजाजत जारी भएका छन् । ती ठाउँमा त्यति धेरै रेडियो चल्न सक्ने सम्भावना सामाजिक आर्थिक अवस्थाको विश्लेषण गर्ने हो भने अकल्पनीय लाग्छ । यी रेडियोहरू स्थापनाको होड देखासिखीबाट सुरु भएको छ । 'त्यसले रेडियो चलाउने म पनि चलाएर देखाइदिन्छु' -धेरै ठाउँमा रेडियो स्थापनाको लक्ष्य यही हो भने हुन्छ । अहम वा मपाईँत्वबाट सुरु भएका यी रेडियोहरू घमण्ड जोगाउनकै निमित्त पनि चल्न त सक्छन् । तर प्रश्न उठ्छ, कुन हालतमा ? जवाफ स्वाभाविक छ, कन्तविजोग खेपेर वा अधमरो बनेर । ती रेडियो चल्नुको कुनै सार रहँदैन, समाजका लागि कुनै योगदान हुँदैन, रेडियोमा काम गर्नेहरूलाई कुनै पारिश्रमिक वा तलबको व्यवस्था हुँदैन । कार्यक्रम के र कस्ता बजेका छन् कसैलाई थाहा हुँदैन तर पनि रेडियो चलिरहेको अवस्था देख्न भने सकिने सम्भावना छ । अहिले इजाजत लिएका रेडियोहरूमध्ये आधा जति रेडियोको हालत यस्तै हुने प्रवल अनुमान गर्न सकिन्छ ।

एफएम रेडियोलाई विस्तार गर्नमा दाताको सहयोगको भूमिका कस्तो रह्यो ? भविष्यमा यसको विकल्प देख्नुहुन्छ तपाईँ ?

स्वतन्त्र रेडियोको विकास र विस्तारमा सरकार नितान्त अनुदारवादी थियो । आम जनताले शासक र धनाढयले मात्र रेडियो चलाउन सक्छन् भन्ने सोचाइ बोकेका थिए र नेपाली कर्मचारीतन्त्रले प्रविधिको हाउगुजी देखाएर सबैलाई तर्साउन खोजेको थियो । त्यस्तो अवस्थामा कतै न कतैबाट प्रेरणा र समर्थन नपाई सरकारभन्दा बाहिर रहेर रेडियोको प्रसारण सुरु हुने सम्भावना बिल्कुलै थिएन । त्यस बेला युनेस्को, डानिडा, फ्रि भ्वाइस लगायतका दाता संस्थाहरूको सहयोग पत्याउनै नसकिने गरी प्रभावकारी बन्यो ।

सामुदायिक रेडियोको विस्तार अभियानलाई विश्वभरि नै सञ्चालन गरिरहेको युनेस्को जस्तो संस्थाको उपस्थितिले नेपाली रेडियो अभियानलाई आर्थिक तथा

प्राविधिक सहयोग मात्र दिएन्, वैधानिकतासमेत प्रदान गर्‍यो । यी दाता संस्थाहरूको सहयोग र समर्थनले नेपाली रेडियो स्थापनाको आन्दोलनलाई उर्जा प्रदान गर्‍यो । यी संस्थाको सहयोगविनाको अवस्थालाई अहिले आएर कल्पना गर्ने हो भने पनि नेपालमा स्वतन्त्र रेडियोको अवस्था शून्यमै हुने यथार्थ फेला पर्छ । सुरुका दिनमा हामीलाई स्वतन्त्र रूपमा स्थानीय समुदायले रेडियो चलाउन सक्छ भन्ने ढाडस चाहिएको थियो, यो यथार्थलाई प्रमाणित नै गर्नु जरुरी थियो । यस अर्थमा दाताहरूको भूमिका अभूतपूर्व रूपमा प्रभावकारी रह्यो । तर रेडियोको सञ्चालन कुनै परियोजना होइन, यो त निरन्तरको प्रक्रिया हो । तसर्थ सदा सर्वदा दाताहरूको सहयोग नेपाली रेडियोले अपेक्षा गर्‍नै हुन्न । दाताको सहयोगको विकल्प हाम्रो समाजभित्रै खोज्नु पर्छ ।

हाम्रा पुर्खाले हामीलाई साह्रै महत्त्वपूर्ण नजिर छोडेर गएका छन् । एउटा नजिर हेरौं । काठमाडौं उपत्यकामा मात्र हेर्ने हो भने हाम्रा पुर्खाले अनगिन्ति मठ, मन्दिर, देवल, गुम्बा र मस्जिदहरू बनाइदिएका छन्, जसलाई वितीय पूँजीमा परिणत गर्ने हो भने खरबौं खरब रुपियाँ बराबरका छन् । यी सम्पदाहरू ती पुर्खाले निर्माण गरेका हुन् जसले जीवनभर एक रुपियाँको नोट देख्न पाएनन् । त्यस बेला नेपालको सरकारले नोट नै छाप्दैनथ्यो र वार्षिक बजेट घोषणा गर्दैनथ्यो । अहिले तपाईं हामी हजार रुपियाँभन्दा तलको कुरै गर्दैनौं र सामान्य रूपमा एक हजार थुप्रै नेपालीको गोजीमा हिजोआज सजिलै पाइन्छ । सरकारले आफ्नै नोट छाप्यो । हरेक वर्ष सरकारले खरबौं रुपियाँको बजेट पारित गर्न थालेको छ । तर अहिले हामी ती मठ मन्दिरको मर्मत सम्भार गर्न विदेशी अनुदानको भिख माग्छौं । जिन्दगीभर एक रुपियाँको नोट नदेखेका पुर्खाले निर्माण गरिदिएका सम्पदा दैनिक करोडौंको कारोबार गर्ने अवस्थामा आइपुगेका तपाईं हामी किन मर्मतसम्म पनि गर्न नसक्ने हालतमा पुग्यौं ? आखिर हामीले के गुमाएछौं ? घोटलिनपुर्ने विन्दु यही हो । हाम्रा पुर्खाका पालामा भौतिक पूँजी रुख, ढुङ्गा, माटो आदि थिए । मानवीय पूँजी सीप, जुक्ति र बल थिए । सीप हुनेले काठ खिपे, ढुङ्गा कुँदै, गारो लाए । बल हुनेले ढुङ्गा बोके, काठ बोके, माटो मुछे । सामाजिक पूँजी अर्थात् विश्वास थियो । गाउँका कुनै बृद्ध बाले गाउँमा एक फन्को लगाएर आज यो कामका लागि सबै जाऊँ है भन्दा सबै जना तयार हुन्थे । हामीले विकासका नाममा वा आधुनिकताका नाममा गुमाएको एउटै तर साह्रै महत्त्वपूर्ण कुरा सामाजिक पूँजी अर्थात् विश्वास रहेछ । अहिले कोही कसैप्रति विश्वास हुन सक्तैन ।

अब एकै छिन रेडियोको सन्दर्भमा यही अवस्थालाई हेरौं । सुरुका दिनमा हामीसँग रेडियो सञ्चालनका लागि आवश्यक पर्ने भौतिक पूँजी र मानवीय पूँजी

थिएन । रेडियो उपकरण, स्टुडियो उपकरण, स्टुडियो निर्माण लगायतका भौतिक पूँजी हामीसँग उपलब्ध थिएनन् । रेडियो सञ्चालनका लागि आवश्यक सीप, जुक्ति र दक्षता सहितको मानवीय पूँजीको अभाव थियो । त्यसका लागि केही वित्तीय पूँजीको आवश्यकता हामीलाई थियो । दाता संस्थाहरूबाट हामीलाई यी पूँजी निर्माणका लागि केही रकमको सहयोग प्राप्त भयो, जुन अत्यावश्यक पनि थियो । तर अब भौतिक पूँजी र मानवीय पूँजी निर्माण भइसकेपछि हाम्रो पहिलो कर्तव्य भनेको सामाजिक पूँजी निर्माण गर्नु भयो । अर्को शब्दमा भन्दा समुदाय र रेडियोबीच आपसी विश्वास निर्माण गर्नुपर्ने भयो । स्थानीय रेडियोहरू समुदायको उत्थानका लागि महत्त्वपूर्ण औजार हुन् भन्ने कुरालाई पुष्टि गर्नुपर्ने भयो । यसको अर्थ हो दाताहरूले दिएको वित्तीय पूँजीबाट निर्माण भएको भौतिक तथा मानवीय पूँजीको लगानी सामाजिक पूँजी निर्माणका लागि गर्नुपर्छ । सामाजिक पूँजी निर्माण भइसकेपछि यही सामाजिक पूँजी वा विश्वासले समुदायबाटै वित्तीय पूँजी निर्माण गर्न सकिन्छ । यो अवस्थाले मात्र स्थानीय रेडियोहरूलाई निरन्तरको प्रक्रियामा ढाल्न सक्छ नत्र दाताको सहयोग समाप्त भएका दिन रेडियो बन्द हुने खतरा बढेर जान्छ ।

आय स्रोतका हिसाबले सामुदायिक र व्यापारिक रेडियोबीच केही भिन्नता छ कि छैन ? उदाहरणका लागि, कुनैकुनै सामुदायिक रेडियोले मुस्तीदान गरेर, सप्ताह लगाएर पनि आफ्नो आयस्रोत जुटाएको पाइन्छ । तर रेडियो सगरमाथाको आयस्रोत भने विज्ञापन र प्रायोजन नै हो जुन अन्य व्यापारिक स्टेसनको भन्दा भिन्न छैन । यसमा तपाईंको धारणा के हो ?

यो प्रश्नमा मेरो केही असहमति छ । मैले सामुदायिक रेडियो र व्यापारिक रेडियोको आय स्रोत केही हदसम्म भिन्न पाएको छु । व्यापारिक रेडियोहरूको एक मात्र आय स्रोत परम्परागत बजार नै हो । तर सामुदायिक रेडियोहरूको हकमा यसको अवस्था निकै भिन्न छ । २०६१ सालअघि नै स्थापना भएका २० ओटा सामुदायिक रेडियोहरूको स्थितिलाई विश्लेषण गरौं । यी २० ओटा रेडियोहरूमा कुल ६०० जना कार्यरत छन्, जसमध्ये ३३० जना तलवी र २७० जना स्वयंसेवकहरू छन् । यसको अर्थ हो रेडियो कार्यक्रम उत्पादनका लागि लाग्ने जनशक्तिको ऋण्डै ४५ प्रतिशत खर्च स्वयंसेवाबाट प्राप्त भएको छ । बाँकी ५५ प्रतिशत जनशक्तिको खर्च तथा घरभाडा, बिजुली पानी, मसलन्द, फोन फ्याक्स, नवीकरण शुल्क लगायतको खर्च जुटाउन मूलतः छोटो स्रोत सामुदायिक रेडियोहरूले परिचालन गरेको भेटिन्छ, जसमा करिब २४ प्रतिशत खर्च स्थानीय बजारबाट, १७ प्रतिशत राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय उत्पादनका

बजारबाट, ११ प्रतिशत स्थानीय स्तरका सार्वजनिक सेवाका सूचनाबाट, २० प्रतिशत राष्ट्रिय स्तरका सार्वजनिक सेवाका सूचनाबाट, २२ प्रतिशत सामाजिक तथा विकास अभियानमा लागेका सङ्घसंस्थाहरूसँगको सहकार्यबाट र बाँकी ६ प्रतिशत तपाईंले माथि भन्नु भए जस्तै मुस्तीदान, कार्डको विक्री, क्यासेट तथा सिडीको विक्री र रेडियोका साथी अभियान आदिआदि भिन्न स्वरूपको स्रोतबाट आम्दानी गर्ने गरेका छन् । तर व्यापारिक स्टेसनको आय स्रोत भनेको अपवादलाई छोडेर भन्दा परम्परागत वस्तु बजार नै हो । यसरी आय स्रोतका क्षेत्रहरू सामुदायिक र व्यापारिक रेडियोहरूमा भिन्न भिन्न छन् । तर सामुदायिक रेडियोहरू सिर्जनशील भएर वैकल्पिक आर्थिक स्रोतको खोजीको चुनौतीलाई स्वीकार्नुको साटो हिजोआज परम्परागत बजारका स्रोतहरूमा नै प्रतिस्पर्धा गर्न थालेका भेटिन्छन् । यो प्रवृत्ति यही रूपमा बढ्दै गयो भने तपाईंले औल्याउनु भएको अवस्था छिट्टै आउँछ भन्ने कुरामा चाहिँ म सहमत छु ।

हाल देखिएका सामुदायिक एफएमहरूले 'समुदायबाट' कार्यक्रम उत्पादन गर्ने नभई 'समुदायका लागि' कार्यक्रम उत्पादन गरेको पाइन्छ । वास्तवमै समुदायबाट कार्यक्रम उत्पादन हुने सामुदायिक रेडियो कहिले देख्न पाइएला ? तपाईंले भने जस्तै समुदाय नै कार्यक्रम उत्पादनमा सामेल हुने एक दुई ओटा सामुदायिक रेडियो छिट्टै नेपालमा देखा पर्नेवाला छन् । सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रले यो सालदेखि यही रणनीतिअन्तर्गत काम गर्न थालेको छ । विगत चार/पाँच महिनाको अनुभवमा म आशावादी छु । केही समुदायहरू वास्तवमै सामुदायिक रेडियो निर्माण गर्न चाहिरहेका छन् । उनीहरूमा रहको केही अन्धो र अनुभवको कमीलाई हटाउन सकियो भने हामी विश्वलाई नै केही भिन्न मोडलहरू प्रस्तुत गर्न सक्छौं । खोटाङको रेडियो रूपाकोट यसैको एउटा प्रमाण हुनसक्छ । विराटनगरमा सुरु भएको रेडियो पूर्वाञ्चल पछाडि पारिएको महिला वर्गले चलाउने रेडियो हो । बुटवलमा दलित समुदायले नयाँ एफएम- रेडियो जागरण सुरु गर्दैछन् । समुदायले समुदायकै लागि चलाउने रेडियोको अभ्यास अब सुरु भैसकेको छ ।

स्वतन्त्र रेडियोका दस वर्षमा के के उपलब्धि भयो त नेपाली समाजलाई ? एफएम रेडियो सुरु गर्दा तपाईंहरूले कल्पना गरेको स्वतन्त्र रेडियोको स्वरूप र अहिलेको अभ्यासमा तालमेल देख्नुहुन्छ ?

स्वतन्त्र रेडियो तथा बहुलसञ्चार माध्यमहरूको उपस्थिति भनेकै असल शासन, प्रजातान्त्रिक वातावरण तथा जनउत्तरदायित्वको अवस्था समाजमा कायम छ

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

आशा लाग्दा यति कुरा हुँदाहुँदै पनि एक दशकमा स्वतन्त्र तथा सामुदायिक रेडियोले खेलेको भूमिकामा सन्तोष गर्ने ठाउँ चाहिँ छैन । प्रसारणका लागि एक दशकको अवधि छोटै मानिए पनि समाज परिवर्तनका लागि अति प्रभावशाली माध्यम रेडियोहरूले यो अवधिमा समाज परिवर्तनका स्पष्ट सङ्केत छोडी सक्नुपर्ने थियो । हिजोआज हामी स्वतन्त्र रेडियो प्रसारकहरू विउ रोपेर धेरै बाली उब्जाउने मेहनत र धैर्य गुमाउन थालिसकेका छौं जस्तो लाग्छ । हामीलाई विउ नै खाने हतारो भइरहेछ । सामुदायिक रेडियोहरूले श्रोता क्लब गठन गर्दै हिँड्नु यसैको एउटा प्रमाण हो । सामुदायिक रेडियोको अवधारणा भनेकै रेडियोको स्वामित्व समुदायको हातमा हुनुपर्छ । कार्यक्रमका विषयवस्तु उनीहरूद्वारा नै प्राथमिकता निर्धारण गरिएका, उनीहरूकै दृष्टिकोणमा र उनीहरूकै छनोटमा तयार पारिनुपर्छ । श्रोता क्लबको गठनले समुदायका केही टाठाबाठाबाहेक अरू

रेडियोको धनी बन्नै सक्तैनन् भन्ने सन्देश दिएको छ । स्थानीय बासिन्दाले कार्यक्रमको विषयवस्तु चयन गर्नेसम्मको हैसियत राख्दैनन् बरु उनीहरू फर्माइस पठाउने लहडी भुण्ड हुन् भन्ने आशय यस्ता कार्यक्रमबाट प्रस्टिन्छ । सामुदायिक रेडियोहरू नै म प्रसारक र तँ श्रोता भनी औपचारिक रूपमा श्रोता क्लब गठन गर्दै हिँड्नु भनेको विकासे दाताहरूलाई एक डोको उपलब्धि देखाएर उनीहरूबाट लिएको रकम मिलान गर्नु र अर्को परियोजनाको प्रस्ताव स्वीकृतिका लागि प्रमाण पेश गर्नु मात्र हो । यस्ता प्रयत्नले रेडियो सञ्चालकहरूलाई केही रकम त आउला तर सामुदायिक रेडियोको मूल भावनालाई मारिदिन्छ । तसर्थ सामुदायिक रेडियोको बारेमा कल्पना गरिएको स्वरूप र अहिले अभ्यासमा आएको स्वरूपमा प्रशस्त बेमेल र विचलनहरू छन् ।

अहिलेसम्मको अभ्यास हेर्दा सबैजसो एफएम रेडियोका कार्यक्रममा एकरूपता पाइन्छ । यसमा विविधता आउन नसकेको कारण के हुन सक्छ ?

यसमा मूलतः दुईओटा कारण छन् । एउटा अनुभव र दक्षताको कमी, अर्को नयाँ काम गर्ने इच्छा शक्ति र सिर्जनशीलताको कमी । अनुभव र दक्षताको हिसावले भन्दा हामीकहाँ कार्यक्रमको डिजाइन गर्ने कार्य नै सुरु भएन । हामीले लगाउने लुगाका डिजाइनर यति धेरै यही देशभित्रै छन् । तर मान्छेको दिमागका लागि दिइने खुराक कसरी दिने भनी कार्यक्रमको डिजाइन गर्ने परम्पराको थालनी नै हामीकहाँ हुन सकेको छैन । अनुभवको कमी भएका बेला कार्यक्रममा नयाँपन दिने आत्मविश्वास पनि कार्यक्रम सञ्चालकहरूमा पलाउन सकेको छैन । कार्यक्रमहरू एकले अर्कोको नक्कल गरेको पाइन्छ । नयाँ काम गर्ने इच्छाशक्ति र सिर्जनशीलताको कमी अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष हो जसले गर्दा कार्यक्रमहरूलाई परम्परागत रूपमा नै प्रस्तुत गरिएको पाइन्छ । कार्यक्रम उत्पादकमा केही गरौं भन्ने इच्छा शक्ति तथा सिर्जनशीलता भएको भए पनि कार्यक्रमहरूमा नयाँपन आउने थियो । त्यो पनि देखिँदैन । म यो कुरा ती जनशक्तिमा सिर्जनशीलता नै नभएको भन्ने अर्थमा उल्लेख गरिरहेको छैन । यसका पछाडि थुप्रै अरु कारण हुन सक्छन् । उनीहरूले कस्तो वातावरणमा काम गर्नु परिरहेछ, कार्यक्रमको बोझ नै कति छ, र कार्यक्रम गरेबापत केही पाउँछन् वा पाउँदैनन् जस्ता पक्ष हुन्छन् जसले भएको सिर्जनशीलतालाई प्रत्यक्ष असर पार्छन् । तसर्थ हाम्रा प्रसारण गृहहरूको व्यवस्थापन, प्रणाली, शैली, संरचना तथा काम गर्ने संस्कारले गर्दा रेडियोका कार्यक्रमहरू एकै खाले बन्न पुगेका हुन् ।

रेडियो स्टेसनका लागि कार्यक्रम उत्पादन गरिदिने इक्वेल् एक्सेस, एन्टेना फाउन्डेसन, कम्युनिकेसन कर्नर जस्ता संस्थाहरू पनि अस्तित्वमा आएका छन् । कम्युनिकेसन कर्नरले त समाचार उत्पादन गरी अन्य स्टेसनलाई विक्री गर्ने गरेको छ । एफएम रेडियो प्रसारणको क्षेत्रमा यिनको भूमिका कस्तो छ ?

एकमुष्ट हिसाबले भन्दा स्थानीय रेडियोलाई कार्यक्रम आपूर्ति गर्न काठमाडौंमा सुरु भएका कार्यक्रम उत्पादन गृहहरू सूचनाको प्रवाहलाई केन्द्रबाट मोफसलतर्फ प्रवाहित गर्ने परम्परागत सञ्चार प्रणालीकै इमान्दार एजेन्ट हुन् । यस्ता उत्पादन गृहहरूको सञ्चार स्वभाव अभिजात वर्गका विचार र गतिविधिहरू निर्धा भोकानाङ्गालाई एकोहोरो रूपमा थोपने हुन्छ । शताब्दीऔं लामो केन्द्रकृत शासन व्यवस्थाले सिर्जना गरेको 'काठमाडौं सधैं र सबै कुरामा उत्तम हो' भन्ने धड्धडी नै यी उत्पादन गृहको सम्पादकीय सिद्धान्त हो । काठमाडौंले सिर्जना गरेको यही मनोवैज्ञानिक दबाव वा दासतालाई बाँकी देशभर फैलाउनु उनीहरूको एक सूत्रीय कर्तव्य हो ।

तर यस्ता उत्पादन गृहहरू काठमाडौंका कुरा देशभर सुनाएर समाजलाई निकै ठूलो गुन लगाएको दावी पनि गर्ने गर्छन् । काठमाडौंका गतिविधि थाहा पाउनु स्थानीय बासिन्दाको अधिकार तथा आवश्यकता भएको तर्क गर्छन् । यी दावी र तर्कहरूलाई विश्लेषण गर्दा म परम्परागत धार्मिक समाजमा कायम रहेको संरक्षकत्ववाद वा प्रभुवाद वा ईश्वरवादलाई सम्भन्ध पुग्छु जसअनुसार पृथ्वीका सबै प्राणी निराधम, पटमूर्ख र निरीह छन्, तिनीहरूको पालन, सृष्टि र संहारकर्ता उनै प्रभु वा ईश्वर हुन् भन्ने मान्यता राखिन्छ । यी उत्पादन गृहहरूको तर्कमा काठमाडौंका कुलीन तथा अभिजात वर्ग बाँकी सिङ्गे देशका बासिन्दाको भाग्य विधाता हुन्, देशवासीलाई बुद्धि दिनेदेखि खान पिउन सिकाउने समेत काठमाडौंले गर्नुपर्छ भन्ने भुसिलो घमण्ड लुकेको छ । यसले सामुदायिक रेडियोको मोफसलदेखि मोफसलतर्फ र मोफसलबाट केन्द्रतर्फ सूचना प्रवाह गर्ने प्रतिप्रवाहको प्रणालीलाई चकानाचुर पार्छ । स्थानीयपन तथा स्थानीय आवश्यकतालाई ओभ्रेलमा पार्छ । प्रसारणको प्राइम टाइम जति यस्ता खाले कार्यक्रमले ओगटिदिन्छन् र सामुदायिक रेडियोको अभियान नै सङ्कटमा पर्छ ।

मेरो विचारमा यी उत्पादन गृहहरू परम्परागत सञ्चार प्रवाह पद्धति तथा कर्पोरेट प्रणालीकै अभिन्न अङ्ग मात्र हुन् । यी उत्पादन गृहसँग परिवर्तनको लक्ष्य छैन । यी वास्तवमै पटके परियोजना जस्ता मात्र हुन्, जुन दाताले पैसा नदिएका दिन वा स्थानीय रेडियोले खर्च नबेहोरेका दिन स्वतः बन्द हुन्छन् । यहाँ

सम्भनैपने पक्ष चाहिँ के छ भने एन्टेना फाउन्डेसन जस्ता केही उत्पादन गृहले परियोजनाके रूपमा भए पनि स्थानीय आवाज र दृष्टिकोणलाई थोरबहुत रूपमा कार्यक्रममार्फत समेट्ने प्रयास गरेका छन् । यसका साथै स्थानीय रेडियोको क्षमता विकासका लागि पनि केही मद्दत पुग्ने कार्य गरेका छन् । उनीहरूको यस्तो प्रयासले केही हदसम्म भए पनि स्थानीय रेडियोलाई सहयोग पुऱ्याएको हुँदा सकारात्मक रूपमा लिन सकिन्छ । तर केही उत्पादन गृहहरूले काठमाडौँमा बसेर समाचार र समसामयिक गतिविधिका कार्यक्रमहरू विशुद्ध राजनीतिक स्वार्थ र व्यापारिक चासोअनुसार उत्पादन तथा वितरण गरिरहेका छन् । यी उत्पादन गृहहरूको प्रभावले स्थानीय रेडियोहरू संस्थागत रूपमै चारओटा घाटा बेहोर्न बाध्य छन् । यस्ता कार्यक्रममा निर्भर रहनु पर्दाको पहिलो घाटा हो, स्थानीय रूपमा कार्यक्रम उत्पादन क्षमताको विकास हुन नसक्नु । दोस्रो, ती कार्यक्रमको प्रतिष्ठा वा जश वा ख्याति पनि स्थानीय रेडियोका नाममा नभएर उत्पादन गृहकै नाममा रहनु । यसैगरी तेस्रो घाटा, उत्पादन गृहबाट उत्पादित कार्यक्रमहरू स्थानीय रेडियोको सम्पादकीय नीतिअनुसार उत्पादन भएका नहुनु । यसको अर्थ हो सम्पादकीय पक्षमा समेत बाह्य हस्तक्षेप सुरु हुनु । अन्तिम तथा चौथो घाटा हो, स्थानीय स्टेसनहरूले उत्पादन गृहका कार्यक्रम लिएबापत कुनै न कुनै रूपमा आर्थिक मूल्य चुकाउनुपर्ने अवस्था । यी घाटाहरूले संस्थागत रूपमा नै रेडियोहरूको परनिर्भरता जन्माउँछ । आर्थिक लगानीसमेत गरेर पनि संस्थागत क्षमताको विकास नहुने अवस्थाले स्टेसनको स्थायित्वमाथि नै प्रश्न चिह्न खडा गर्छ ।

यसरी उत्पादन गृहको उपस्थितिले सामुदायिक रेडियोको हकमा भन्दा संस्थागत तथा सामाजिक सञ्चार अभियान दुवैको स्थायित्वका पक्षमा ठूलो नोक्सानी बेहोर्नुपर्ने अवस्था सिर्जना भएको छ ।

एफएम रेडियोका समाचार र टक शोमा राष्ट्रिय राजनीति नै हावी भएको देखिन्छ । भन्नु काठमाडौँमा उत्पादित कार्यक्रम बजाउने लोभ पनि काठमाडौँबाहिरका स्टेसनमा छ । यसले गर्दा स्थानीय मुद्दा त ओभरलमा पर्ने भए नि । किन यस्तो भइरहेको होला ?

हाम्रो तथाकथित मूलप्रवाहको पत्रकारिताले कायम गरेको पढावाल दृष्टिकोण स्थानीय तथा सामुदायिक रेडियोहरूमा पनि सङ्क्रमण भएको छ । मूलप्रवाहको पढावाल पत्रकारिताको दृष्टिकोणअनुसार समाचारका विषय भनेका मानवीय अभिरुचिका न्यूनतम सूचकहरू, शक्तिकेन्द्रका गतिविधि, यौन स्क्यान्डल, एडभेन्चर,

ठूला व्यक्तिहरूका जीवनशैली र ठूलठूला घटनाहरू मात्र समाचार तथा सञ्चारमाध्यमका विषय हुन् । यसले गर्दा स्थानीय रेडियोहरूको उद्देश्य नै सङ्कटमा परेको छ । एकै वाक्यमा भन्दा स्थानीय रेडियो प्रवर्द्धक तथा सञ्चालकहरूमा गन्तव्यप्रतिको चेतनाको अभावले नै यस्तो अवस्था आएको हो ।

स्वामित्वका जुनसुकै मोडलमा पनि धेरैजसो सञ्चालकहरू राजनीतिक या व्यापारिक हिसाबले चल्तापूर्जा व्यक्ति नै छन् । यसले गर्दा प्रसारणमा व्यापारिक वा राजनीतिक स्वार्थ हावी हुने सम्भावना देख्नुहुन्छ ? भन्नु नेकपा माओवादीले त खुला रूपमा नै रेडियो सञ्चालन गरिरहेको छ । यसलाई कुन रूपमा लिने ?

स्वतन्त्र रेडियोहरू समाज परिवर्तनका साधन थिए । तर राज्य सञ्चालन गर्ने परम्परागत अभिजात वर्गहरूले यसलाई शक्तिका रूपमा ग्रहण गरे । यो शक्ति जनताको हातमा जानु भनेको आफ्नो हालीमुहाली समाप्त हुनु हो भन्ने निचोड समाजको अल्पसङ्ख्यक चतुर वर्ग, राजनीतिक तथा व्यापारिक वर्गका व्यक्तिहरूले बुझेका छन् । तसर्थ उनीहरू जनताको पहुँचमा रेडियो पुग्न नदिन क्रियाशील छन् । यो उनीहरूले जानेर चलाखीपूर्ण ढङ्गले गरेको प्रयत्न हो । यसलाई जनताका हातमा रेडियोको पहुँच पुग्न नदिने चालवाजीकै रूपमा मैले लिएको छु ।

मेरो विचारमा कुनै पोष्टरको आकर्षक डिजाइन कहिल्यै पनि कला बन्न सक्तैन र त्यो पोष्टर कला प्रदर्शनी दीर्घामा सजिन पाउँदैन, त्यसै गरी माओवादी लगायत राजनीतिक दलहरूले सञ्चालन गर्ने रेडियोहरू आमसञ्चारका साधन बन्न सक्तैनन् । यी राजनीतिक दलका प्रोपगण्डाका साधन मात्र बन्ने छन् । प्रोपगण्डाको उद्देश्य सूचना, समाचार, शिक्षा र मनोरञ्जन दिने हुँदैन, अरू सबैलाई खराब देखाएर आफ्नो दलतर्फ आकर्षित गर्नु र प्रभावित पार्नु हुन्छ । अझ नेपाल कम्युनिस्ट पार्टी (माओवादी) ले चलाउने रेडियोलाई अन्य दलले चलाउने रेडियोको भैं राजनीतिक विश्लेषण गरेर मात्र पुग्दैन । नेकपा माओवादी सेना भएको दल हो । हतियारधारी दलले चलाउने रेडियो वा सञ्चारमाध्यमको विश्लेषण गर्दा यसको अर्थराजनीतिक पक्षको समेत विश्लेषण गरिनुपर्छ । रेडियो फ्रिक्वेन्सी सार्वजनिक स्रोत हो । त्यो स्रोतमाथि कब्जा जमाउने एक खाले प्रयत्न पनि हो यो । जब सशस्त्र दलले रेडियो लगायतका सञ्चारका माध्यम चलाउन थाल्छन् त्यस बेला त्यो दल र कर्पोरेट क्षेत्रको एउटा जालो बन्छ । व्यापारीहरूले दलद्वारा सञ्चालित सञ्चारमाध्यमलाई विज्ञापन दिने र दलले व्यापारीका स्वार्थको पक्षपोषण गर्ने अवस्था क्रमशः सिर्जना हुन्छ । यस्तो अवस्थाले अन्ततः दलभिन्न नयाँ

दलाल वर्ग जन्माउँछ, जो आफ्नो वर्गीय स्वार्थका रूपमा आम नागरिकको आवाज होइन, व्यापारी वर्गको स्वार्थका लागि क्रियाशील हुन थाल्छ। पारस्परिक स्वार्थ नै उनीहरूको वर्गीय स्वार्थ बन्छ। तसर्थ माओवादीले चलाएका सञ्चारमाध्यमहरू उसैका लागि अर्थहिन मात्र हुने छैनन्, हानिकारकसमेत बन्ने छन्।

अर्कोतर्फ यस्ता प्रोपगण्डा मिडियाहरूले स्वतन्त्र प्रेसलाई शत्रु देख्न थाल्छन्। किनभने स्वतन्त्र प्रेसले उनीहरूको प्रसारणमाथि विश्वासको सङ्कट सिर्जना गरिदिन्छ। जनुसुकै राजनीतिक दलले चलाउने यस्ता सञ्चारमाध्यमको प्रमुख लक्ष्य भनेको हार र जित, पक्ष र विपक्ष आदिको भावनालाई तीव्र पार्नु हुन्छ। यसको अर्थ हो, युद्ध संस्कृतिको निर्माण गर्नु। युद्ध संस्कृतिले नागरिक सङ्गठनलाई ध्वस्त पार्छ। प्रेस स्वतन्त्रता र राजनीतिक स्वतन्त्रतालाई समेत समाप्त पार्छ। त्यहाँ विचारभन्दा हतियार बलियो हुन्छ। समाजमा हुने सबैखाले द्वन्द्वको शान्तिपूर्ण समाधानका हरेक सम्भावनाहरूलाई समाप्त पार्छ। यसले गर्दा हिंस्रक समाजको निर्माण गर्ने प्रयत्न सुरु हुन्छ। मुलुकको वृहत्तर राजनीतिक तथा सामाजिक स्वार्थलाई हेर्ने हो भने यसतर्फ सबै राजनीतिक दल, नागरिक समाज, मानवअधिकारकर्मी तथा पेशाकर्मीहरू गम्भीर हुनु जरुरी छ।

सामुदायिक एफएम भन्ने गरिएका स्टेसनमा पनि सम्बन्धित समुदायको भौतिक उपस्थिति, कार्यक्रमको विषयवस्तुमा समुदायका जातजातिको सन्दर्भ कम्पै आउने गरेको पाइन्छ। उदाहरणका लागि, काठमाडौँमा रहेको रेडियो सगरमाथाले स्थानीय नेवार र तामाङ भाषामा कार्यक्रम प्रसारणको सम्भावना हुँदाहुँदै पनि त्यसतर्फ उतिसारो ध्यान दिन नसकेको देखिन्छ। भएका एकदुई कार्यक्रम पनि हटाएको उदाहरण छ। यी भाषामा कार्यक्रम सञ्चालन गर्न सक्ने जनशक्तिलाई स्टेसनले राखेको पनि छैन। सामुदायिक एफएमको दायित्व पूरा भयो त यसरी ?

सामुदायिक रेडियो अभियन्ताका रूपमा भन्नुपर्दा तपाईंले भन्नुभएको कुरा पूर्ण सही हो। नेपालका सामुदायिक रेडियोहरूलाई सामुदायिक प्रसारकको वास्तविक परीक्षामा समेल गराउने हो भने प्राप्ताङ्क ३२ ल्याएर मुश्किलले उत्तीर्ण होलान् भन्नु पर्छ। त्यसमा पनि सबै रेडियोले नतिजा उत्तीर्ण भएको ल्याउँछन् नै भन्ने छैन। सोभै भन्दा सामुदायिक रेडियोको दायित्व अहिले दिइरहे जस्ता कार्यक्रम दिएर र तपाईंले माथि उठाउनुभएका भाषिक, भौगोलिक, विषयवस्तु आदि सन्दर्भलाई बेवास्ता गरेर पूरा हुन सक्तैन। यसैलाई दायित्व पूरा भएको मान्ने हो भने सामुदायिक रेडियो अभियान पनि राजनीतिक दलकै जस्तो ओठेभक्ति

मात्र बन्न जान्छ । सामुदायिक रेडियोहरूले आफ्नो दायित्व पूरा गर्न पार गर्नुपर्ने गन्तव्य धेरै टाढा छ ।

दिन प्रति दिन थपिइरहेका एफएम स्टेसनले जनशक्ति कहाँबाट पाइरहेका छन् । उपलब्ध जनशक्ति रेडियो प्रसारणका लागि सक्षम देख्नुहुन्छ ? उनीहरूको सीप र दक्षता बढाउन के गरिएको छ ?

अहिले स्वतन्त्र रेडियोहरूलाई जनस्तरमा भयानक सङ्कट कहीं कतैबाट पर्छ, भने त्यो रेडियोमा काम गर्ने जनशक्तिबाटै पर्छ । किनभने स्वतन्त्र रेडियोहरूको अप्रत्याशित वृद्धिले दक्ष जनशक्तिको पूर्ण अभाव सिर्जना गरेको छ । रेडियो स्टेसनहरूको ठूलो सङ्ख्याले गर्दा आर्थिक सङ्कट जारी छ । तसर्थ अहिले धेरै रेडियो स्टेसनमा कार्यक्रम उत्पादक बन्ने प्रमुख योग्यता भनेको तपाईंसँग प्रायोजक खोज्न सक्ने क्षमता वा प्रसारण समय किन्न सक्ने पूँजी छ कि छैन भने हो । तपाईंसँग पैसा छ वा प्रायोजक खोज्न सक्नुहुन्छ भने तपाईं कार्यक्रम उत्पादक तुरुन्तै बन्न सक्नुहुन्छ ।

यो अवस्थाको सिर्जनाका लागि सरकार सबभन्दा बढी जिम्मेवार छ । सरकार स्वतन्त्र रेडियोहरूबाट करोडौं रुपियाँ असुल्छ । समाजमा दक्ष तथा अनुभवी जनशक्ति छैन । रेडियो सञ्चालकहरू सरकारलाई बुझाउने रोयल्टी र नवीकरण दस्तुर तिर्न चाहिने ठूलो धनराशी सङ्कलन गर्नुलाई पहिलो प्राथमिकतामा राख्न बाध्य छन् । यसले गर्दा जनशक्ति निर्माण गर्न चाहिने लगानी उनीहरूसँग हुँदैन । फेरि जनशक्ति आजको भोलि नै तयार हुने पक्ष पनि होइन । हामीकहाँ प्रसारणका लागि नियमित तालिम दिने संस्थाहरू छैनन् । विश्वविद्यालयहरूले पनि रेडियो प्रसारणलाई पाठ्यक्रममा राखेकै भए पनि पढाएका छैनन् ।

अहिलेसम्म छापा पत्रकारितामा तालिम दिने नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूटले यो आवश्यकतालाई पनि हेरेर केही तालिम आयोजना गरेको छ । सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रले अभियानलाई अगाडि बढाउनकै लागि भए पनि सामुदायिक स्टेसनहरूको जनशक्ति तयार गर्ने काम गरेको छ । यस्तै अरू केही संस्थाहरू रेडियो तालिममा संलग्न छन् । तर आवश्यकताका तुलनामा यी प्रयत्नहरू कमी नै मान्नु पर्छ । यस कारण कोरा व्यक्तिहरू रेडियोकर्मी बन्नुपर्ने बाध्यता छ ।

एफएम रेडियोको विस्तार सँगसँगै प्रसारकहरूका सङ्घसंस्था पनि खुलेका छन् । यी सङ्घसंस्थाहरूले के गरिरहेका छन् ? सामुदायिक रेडियो प्रसारक

सङ्घको संस्थापक अध्यक्ष पनि हुनुभयो तपाईं । यो सङ्घले के गर्छ ? तपाईंको कार्यकालमा के के हुन सक्थो ?

अहिले स्वतन्त्र रेडियोहरूका चारओटा सङ्घसङ्गठनहरू निर्माण भएका छन् । सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ सबभन्दा पहिला स्थापना भयो, २०५८ सालमा । त्यसपछि काठमाडौं बाहिरका व्यापारिक स्टेसनहरूको पहलमा ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपाल (२०६०) को स्थापना भयो । क्रमशः काठमाडौं भित्रका रेडियो स्टेसनहरू पनि सङ्गठित हुन जुमुराए र उनीहरूले काठमाडौं उपत्यका एफएम प्रसारक मञ्च (२०६१) को स्थापना गरे । हालसालै २०६४ साल असोजमा सेती र महाकालीमा स्थापना भएका रेडियोहरूको पहलमा सुदूरपश्चिम स्वतन्त्र रेडियो प्रसारक समूहको गठन भएको छ । यी सबै सङ्घसङ्गठनहरूको मुख्य उद्देश्य सामूहिक रूपमा रेडियोको पक्षमा आवाज उठाउनु र हक हितको संरक्षण गर्नु नै रहेको छ । यी संस्थाहरू सङ्गठित रूपमा आफ्नै ढङ्गले र कहिलेकाहीं संयुक्त रूपमा समेत स्वतन्त्र रेडियोको पक्षमा आवाज उठाइरहेका छन् । यसका साथै यी सङ्गठनहरूको स्थापनाले एकै ठाउँमा प्रतिस्पर्धा गरिरहेका र एउटै बजारबाट आर्थिक स्रोतका लागि खिचातानी गरिरहेका स्टेसनहरूबीच देखा पर्ने अस्वस्थ प्रतिस्पर्धालाई कम गरेको छ र आपसी भाइचारा कायम गरेको छ, प्रसारकहरूबीचको एकतालाई बलियो बनाएको छ । यो अत्यन्त राम्रो पक्ष हो । रेडियोहरू सङ्गठित भएकै कारण शाही शासनकालमा रेडियोले जनताको पक्षमा उल्लेखनीय योगदान दिन सफलसमेत भए ।

सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घको संस्थापक अध्यक्षको हैसियतमा मैले दुई कार्यकाल यो संस्थाको नेतृत्व गर्ने मौका पाएँ । सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ खोल्दा हामीले सरकारबाट रेडियोको इजाजत लिन सङ्गठित रूपमै सङ्घर्ष गर्नुपर्ने अवस्था थियो । सामुदायिक रेडियोबारे व्यापक लविङ र पैरवी गर्नु आवश्यक थियो । सामुदायिक रेडियोको अवधारणालाई प्रसारकहरूमाभ बुझाउनु जरूरी थियो । सामुदायिक रेडियोहरूको आन्दोलनलाई सङ्गठित गर्दै प्रसारकहरूको पेशागत हक हितको संरक्षण र संवर्द्धन गर्नुपर्ने थियो । रेडियो आन्दोलनलाई बलियो बनाउन राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय सम्बन्ध विस्तार गर्नुपर्ने लगायतका कार्यहरू थिए । रेडियोहरूलाई समुदायको बनाउनु अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष थियो । यी सबै कार्यका लागि नै सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घको गठन त्यस बेला हामीले गरेका हौं र यिनै क्षेत्रमा यो सङ्घ कार्यरत रहेको छ ।

जहाँसम्म म संलग्न रहेको कार्यकालमा के भयो भन्ने प्रश्न छ, एकै शब्दमा भन्दा स्वतन्त्र रेडियो प्रसारकहरूको इतिहासमा नै सदा गर्व गर्नुपर्ने कार्य यो

अवधिमा भयो । शाही शासनकालका बेला पनि म सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घको अध्यक्ष थिएँ । त्यस बेला स्वतन्त्र रेडियोहरूमाथि तीव्र दमन भयो । त्यो दमनको विरुद्धमा सङ्घर्ष गर्न हामी त्यस बेला अस्तित्वमा भएका तीनओटै प्रसारक सङ्घहरूले पटक पटक छलफल गर्थौँ । ती छलफलपछि स्वतन्त्र रेडियो प्रसारक, प्रवर्द्धक सङ्घसस्था, रेडियोकर्मीहरूको काठमाडौँमा एउटा भेलाको आयोजना गर्थौँ । यो भेलाले स्वतन्त्र रेडियो बचाऊ आन्दोलन गठन गर्‍यो । सो भेलाले स्वतन्त्र रेडियो बचाऊ आन्दोलनको नेतृत्व गर्ने अवसर मलाई प्रदान गर्‍यो । यो अवसर मेरा लागि जोखिमपूर्ण र रोमाञ्चक दुवै थियो । त्यो अवस्थामा जेजस्तो भए पनि आन्दोलन अपरिहार्य थियो । हामीले सफल आन्दोलन गर्‍यौँ र विश्वलाई नै एउटा उदाहरण प्रस्तुत गर्‍यौँ— स्थानीय रेडियोहरूले मुलुकको स्वतन्त्रता आन्दोलनको अग्र पङ्क्तिमा रहेर परिवर्तनलाई कसरी सुनिश्चित गर्न अहम् भूमिका खेल्न सक्दा रहेछन् भनेर । सामुदायिक रेडियोहरू यो आन्दोलनमा अभूत बढी प्रभावकारी देखिएका थिए । त्यसो हुनुमा सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घले सङ्गठित रूपमा विगतमा प्रसारकहरू माझ खेलेको भूमिका नै थियो ।

सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रको आवश्यकता किन पर्‍यो ? यसले के गर्छ ? सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ र यसको तात्त्विक भिन्नता के हो ? नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेवापस) दक्षिण एसियामै सबैभन्दा पहिले सामुदायिक रेडियोको स्थापना गर्न सफल भयो । रेडियो सगरमाथाको सफल सञ्चालनपछि सामुदायिक रेडियोको सही अर्थमा आवश्यकता भएका क्षेत्रहरू देशभर थिए । ती ठाउँहरूमा सामुदायिक रेडियो विस्तारको दायित्व एक ढङ्गले नेवापसले स्वीकार गर्‍यो । देशका विभिन्न भागमा स्थानीय समुदायले रेडियोबारे चासो राख्न थाले । स्थानीय समुदाय, सहकारी, गैरसरकारी संस्था र स्थानीय निकायहरू रेडियो स्थापनाका प्रारम्भिक प्रक्रियादेखि नै नेवापसको नेतृत्व र पथप्रदर्शनको अपेक्षा गर्न थाले । रेडियो अभियानलाई देशभरि विस्तार गर्न रेडियो प्रविधिबारे नेपाली समाजमा विद्यमान रहस्यलाई तोड्नुपर्ने आवश्यकता पनि थियो । स्थानीय रेडियोको अभियानलाई देशव्यापी गर्न र सहयोगका लागि आएका अनुरोधहरूलाई सम्बोधन गर्न सन् २००० मा नेवापसले सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रको स्थापना गर्‍यो ।

त्यस बेला एफएम प्रविधि नेपालमा नयाँ थियो । पहिलो हुनुको अवसर पाएको हुँदा स्थापना तथा सञ्चालनको अनुभव नेवापससँग मात्र थियो । सरकारी मानसिकता रेडियो विस्तारको विपक्षमा थियो । यही कारणले गर्दा सरकारले इजाजतका लागि निवेदनसँग पेश गर्नुपर्ने प्रस्तावमा पाँच वर्षसम्मको आयव्ययको प्रक्षेपण गर्नुपर्ने,

कार्यक्रम खाका पेश गर्नुपर्ने, प्राविधिक प्रस्तावमा व्यापक सम्भाव्यता अध्ययन सहितको विवरण, उपकरणको कोड र सिरियल नम्बरसमेत पेश गर्नुपर्ने जस्ता सर्त राखेको थियो । यी सर्त रेडियो चलाइसकेको व्यक्ति वा संस्थाले बाहेक अन्यले भन्ने नसक्ने प्रकृतिका थिए । तसर्थ सरकारको रेडियोलाई हतोत्साहित गर्ने कठोर कार्यविधिलाई धक्का दिनु पनि जरुरी थियो । नेपाली समाज स्थानीय स्तरबाट रेडियो सञ्चालन गर्ने कुरा गर्दा हावादारी कुरा भनी खिस्स हाँस्थ्यो । परम्परागत आमसञ्चारका माध्यममा संलग्न व्यक्ति तथा संस्थाहरूलाई यसबारेमा केही चासो थिएन । राजनीतिक नेतृत्व दृष्टिकोणविहिन थियो । यस्तो अवस्थामा नेपालका सन्दर्भमा जनताको सूचनाको हकलाई सुनिश्चित गर्ने एकमात्र सहज र सुपथ माध्यम एफएम रेडियोको सञ्चालन नै थियो । यिनै कुराहरूलाई विश्लेषण गरेर नेवापसले सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रको स्थापना गर्दा दसओटा उद्देश्य राखेको थियो । तिनमा सामुदायिक रेडियोको विकास र विस्तारका लागि कार्य गर्ने, यसका लागि आवश्यक प्राविधिक दक्षता तथा अनुभवको सहयोग गर्ने, जनशक्ति विकासका लागि तालिम लगायतका काम गर्ने, रणनीतिक रूपमा उपयुक्त स्थानको चयन गरी रेडियोको स्थापनामा पहल गर्ने, स्रोत सामग्रीको उत्पादन गर्ने, लबिङ र एडभोकेसीको काम गर्ने लगायतका बुँदा थिए ।

करिब सात वर्ष सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रले सामुदायिक रेडियोको विकास र विस्तारको अभियानको नेतृत्व गर्‍यो । यसअन्तर्गत एक जिल्ला एक रेडियो नारा लिई देशका विभिन्न भागमा रेडियो विस्तारका लागि सक्रिय रह्यो । केन्द्रले यूनेस्को, डानिडा र फ्रि भ्वाइस लगायतका संस्थाको सहयोगमा हालसम्म ३५ ओटा सामुदायिक रेडियोको स्थापनापूर्वदेखि स्थापना र सञ्चालनमा पथप्रदर्शकको नेतृत्वदायी भूमिका खेलिसकेको छ । सञ्चालनको तयारीमा रहेका थप ३० ओटा जति स्टेसनलाई स्थापनाका लागि आवश्यक पर्ने ठोस र व्यावहारिक सहयोग प्रदान गरिरहेको छ । सामुदायिक रेडियो अनुदान कोषको स्थापना गरी २० ओटाभन्दा बढी रेडियोलाई उल्लेखनीय मात्रामा आर्थिक अनुदान सहयोगसमेत उपलब्ध गराएको छ । सामुदायिक रेडियोको आवश्यकतालाई देशव्यापी गर्न थुप्रै सेमिनार तथा कार्यशालाहरूको आयोजना गरिसकेको छ । सामुदायिक रेडियोको स्थायित्वका लागि स्टेसन मेनेजर, प्राविधिक तथा कार्यक्रम उत्पादक लगायतका दर्जनौँ तालिम आयोजना गरिसकेको छ । रेडियोको स्थायित्वकै लागि फोकल रेडियोको नयाँ अवधारणा सुरु गरी त्यसका लागि आर्थिक अनुदानसमेत उपलब्ध गराएको छ । रेडियो आन्दोलनलाई सङ्गठित गर्न केन्द्रले नेतृत्व गरी सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घको स्थापना गरी रेडियोहरूलाई सङ्गठित गरेको छ । सामुदायिक रेडियो

अवधारणालाई परिभाषित गर्न, सन्दर्भ सामग्री उपलब्ध गर्न दसओटा भन्दा बढी पुस्तक तथा म्यानुअल प्रकाशित गरिसकेको छ । सामुदायिक रेडियोको स्थापनाका लागि अनुकूल वातावरण तयार पार्न सरकारसँग व्यापक लबिङ र पैरवीको कार्य गरेको छ । यसका लागि रेडियोको ज्ञान व्यवस्थापनका लागि रेडियो नलेज सेन्टरको स्थापना गरी कार्य सुरु गरिसकेको छ ।

अहिले केन्द्रले आफ्नो रणनीति केही परिवर्तन गरेको छ । विगतमा रेडियो स्टेसनको मात्रात्मक विस्तार पहिलो प्राथमिकतामा थियो भने अब रेडियोको गुणात्मक विकास तथा नमूना रेडियो स्टेसनको स्थापना यसको मुख्य कार्यक्षेत्र भएको छ । यसका लागि अब केन्द्रले आफ्ना अनुदान लगायतका सम्पूर्ण गतिविधि व्यापक जनसहभागिता सहितका समावेशी तथा विषयवस्तुमा समेत समुदायको पहुँच भएका रेडियो स्टेसन स्थापना तथा विकासमा केन्द्रित गर्नेछ । मुलुकभर १५ ओटा जति भौगोलिक, भाषिक, सांस्कृतिक, जातीय तथा लैङ्गिक हिसाबले रणनीतिक स्टेसनहरूको पहिचान गरी ती स्टेसनहरूलाई वास्तविक सामुदायिक रेडियोका रूपमा विकास गर्न केन्द्रले आफ्नो सम्पूर्ण स्रोत, अनुभव र दक्षता प्रयोगमा ल्याउने छ । यस नीतिअनुसार हालसम्म तीनओटा रणनीतिक स्टेसनहरू भौगोलिक, सांस्कृतिक, भाषिक र जातीय हिसाबले खोटाङको रूपाकोट रेडियो, लैङ्गिक तथा भौगोलिक हिसाबले महिलाहरूले मात्र चलाएको विराटनगरको रेडियो पूर्वाञ्चल र भौगोलिक, भाषिक, सांस्कृतिक तथा जातीय हिसाबले बाग्लुङ जिल्लाको रेडियो बाग्लुङ चयन गरी ती स्टेसनसँग केन्द्रले संस्थागत रूपमै सहकार्य सुरु गरिसकेको छ ।

यो केन्द्र र सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घबीच व्यापक भिन्नता छ जसलाई तुलना गरेर भन्नुपर्दा आमा र सुसारेबीचको फरकका रूपमा लिन सकिन्छ । आमाले बच्चाको जन्म दिन्छन्, सुसारेले रेखदेख गर्छिन् । सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र रेडियो स्थापना पूर्वदेखि समुदायलाई रेडियो स्थापनाबारे व्यावहारिक सहयोग, ठोस सेवा र बाँच्ने रणनीति विकास गर्ने कार्यमा सामेल हुन्छ । सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र सामुदायिक रेडियो स्थापनाका लागि एउटा अभियान नै हो । सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रकै पहलमा प्रसारक सङ्घको जन्म पनि भएको हो । सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ सामुदायिक रेडियोहरूको साभ्ना मञ्च हो जसले सदस्य रेडियोको अधिकार र कल्याणको संरक्षण र प्रवर्द्धन गर्छ । ती रेडियोहरूको राजनीतिक संस्था भएकाले राज्यसँग अनुकूल वातावरणका लागि वकालत र पैरवी गर्छ । यसको अर्थ यसले स्टेसन जन्मिसकेपछि आफ्नो सदस्य बनेका स्टेसनहरूको हक अधिकारको पक्षमा काम गर्छ । केही समय

पहिले प्रसारक सङ्घले संशोधन गरेको विधानअनुसार यो सङ्घको सदस्य बन्नलाई सरकारबाट इजाजत लिएर मात्र पुग्दैन, रेडियो प्रसारणमा आएको पनि हुनुपर्छ । यसको अर्थ यो सङ्घको सदस्य बन्नलाई सामुदायिक रेडियोहरूले मूल र कष्टप्रद बाटो पार गरिसकेको हुनुपर्छ । प्रसारक सङ्घले आफ्ना सदस्य स्टेसनहरूबीच सामुदायिक रेडियोहरूलाई प्रजातान्त्रिक र सहभागितामूलक सञ्चारमाध्यम हो भन्ने कुरामा साभ्ना समझदारी कायम गर्ने प्रयत्न गर्छ । सामुदायिक रेडियो स्टेसनहरूलाई कतैबाट सङ्कट पर्दा ऐक्यबद्धता जनाउने, सङ्घर्ष गर्ने गर्छ । सरकार र सामुदायिक रेडियो स्टेसनबीच सेतुको काम पनि गर्छ ।

उच्चस्तरीय मिडिया सुभाब आयोग, २०६३ मा तपाईं पनि सदस्य हुनुहुन्थ्यो । तपाईंले तयार पारेको प्रतिवेदनमा भएका सुभाबलाई सरकारले ग्रहण गर्नेमा कतिको आशावादी हुनुहुन्छ ? उक्त प्रतिवेदन सार्वजनिक भएको करिब एक वर्ष हुन लागेको छ । अहिलेसम्म सुभाब अनुसार केही गरिएको थाहा पाउनुभएको छ त ?

यो आफैँमा एउटा विडम्बना हो, सरकारले हरेक पटक आयोग वा समिति बनाउँछ तर काम गर्नलाई होइन, काम थाति राख्नका लागि । उच्चस्तरीय मिडिया सुभाब आयोगको प्रतिवेदन पनि ठीक यस्तै भयो । विगतका सरकारहरूले यस्तो गर्ने कुरा अपेक्षित थियो तर नेताहरू शिर ठाडो गर्न नसक्ने अवस्थामा पुगेका बेला पेशाकर्मीहरूले जीवन प्रदान गरेर सफल भएको २०६३ सालको जनआन्दोलनपछि बनेको सरकार निकै संवेदनशील होला भन्ने ठानिएको थियो । तर 'बाह्र वर्ष कुकुरको पुच्छर दुइग्रामा हाल्यो बाङ्गाको बाङ्गै' उखानलाई हाम्रा नेताहरूले नयाँ आयाम दिए, 'बाह्र वर्ष कुकुरको पुच्छर दुइग्रामा हाल्यो दुइग्रै बाङ्गो' हुनुपर्ने भयो अब । यो सरकारबाट त्यो प्रतिवेदन लागू हुने सम्भावना एक वर्षको अवधिलाई विश्लेषण गर्दा केही कतै देखिँदैन । अब सरकारप्रति चोर औंला ठड्याएर मुर्मुर्दैं यही उखानलाई अर्को संस्करणमा भन्नुपर्ने बेला भइसकेको छ 'बाह्र वर्ष कुकुरको पुच्छर दुइग्रामा हाल्यो कुकुरलाई टेन्सन' । किनभने त्यो कुकुरलाई पुच्छर किन दुइग्रामा हालेको केही अर्थ रहँदैन, भिँगा धपाउन चाहिने पुच्छर दुइग्रामा हालिदिएको छ । न भिँगा धपाउन कुकुरले पाउँछ न त उसलाई दुइग्रो लिएर हिँड्दा हलुका नै हुन्छ । वर्तमान सरकारलाई उच्चस्तरीय मिडिया सुभाब आयोगको प्रतिवेदन पनि ठीक यस्तै भएको छ । कुकुरलाई दुइग्राले टेन्सन दिएजस्तै यो प्रतिवेदनले सरकारलाई टेन्सन त पक्कै दिएको छ तर यो प्रतिवेदन लागू हुने सम्भावना चाहिँ देखिँदैन ।