



गोपाल गुरागाईं

गोपाल गुरागाईं कम्प्युनिकेसन कर्नरका निर्देशक हुनुहुन्छ। साथै उज्यालो एफएम र सप्तकोशी एफएमका प्रवर्द्धक हुनुहुन्छ। उहाँ रेडियो कार्यक्रम 'कुरा खस्रा मीठा', 'खोज खबर' लगायत अडियो म्यागजिन 'उकाली ओराली' र 'कुराकानी' को उत्पादनमा सक्रिय हुनुहुन्छ। उहाँले वि. सं. २०५३ देखि रेडियो नेपालबाट प्रसारण हुने रेडियो म्यागजिन 'खोजखबर' मार्फत रेडियो पत्रकारिता सुरु गर्नुभएको हो। त्यसअघि गुरागाईंले *दृष्टि*, *प्रतिपक्ष*, *युगधारा*, *सागर* साप्ताहिक र *समाज* दैनिकमा पनि काम गरेर छापा पत्रकारिताको लामो अनुभव सँगालिसक्नुभएको छ। नेपालका कारागारमा महिला बन्दी र नेपालमा यातनाबारे उहाँका अनुसन्धानात्मक कृतिहरू प्रकाशित छन्। उहाँले वि.सं. २०६२ मा नेपाली एफएम रेडियोबारे अनुसन्धान गर्नुभएको थियो र त्यसको प्रतिवेदन *नेपालमा एफएम रेडियो : स्थिति र प्रवृत्ति* नामक पुस्तकका रूपमा प्रकाशित छ।

तपाईं त छापामाध्यममा काम गरिरहनुभएको थियो । के आकर्षणले रेडियो पत्रकार बन्न पुगनुभयो ?

रेडियोले आकर्षण गर्ने कारणहरू धेरै थिए । पहिलो कारण त, सबैभन्दा पहिले मैले चिनेको र जानेको आम सञ्चारमाध्यम नै रेडियो थियो । म सानो छँदा पहाडमा समाचारपत्र (गोरखापत्र) पुग्दैनथ्यो । अरू पत्रिका हुन्छन् भन्ने कुरा पनि हाईस्कूल पढ्दा मात्रै थाहा पाइयो । दोस्रो कारण चाहिँ अलि फरक खालको छ । कलेज पढ्दापढ्दै जानी नजानी पत्रकारिता गर्न थालियो । तर, आफूले गरेको काम के हो भन्ने कुरा अरूलाई, खासगरी बाआमालाई बुझाउनै गाह्रो । के काम गर्छस् भनेर साथीभाइ र बाआमाले सोध्दा पत्रकारिता भनेर जवाफ दियो, तर धेरैले नबुझे । कतिले बुझे जस्तो गर्ने, कतिले नबुझेर प्रश्न गर्ने । प्रश्नको बान्की हुन्थ्यो खरदार भन्दा ठूलो कि सानो ? मुखिया बराबरको कि सेक्सन अफिसर (त्यो बेला शाखा अधिकृतलाई सेक्सन अफिसर भन्थे) बराबरी ? यस्ता प्रश्न पछिसम्म पनि गरिन्थे । २०४७ सालमा पत्रकार पुरुषोत्तम दाहालले रेडियो नेपालबाट घटना र विचार कार्यक्रम सञ्चालन गर्न थालेपछि मात्रै पत्रकार को रहेछ, के गर्दो रहेछ भन्ने कुरा धेरै नेपालीले थाहा पाए । त्यसपछि पत्रकारको रूपमा आफूलाई चिनाउन मलाई सजिलो भयो । त्यसैताका म लगभग दुई वर्ष लगातार नेपालका दुर्गम र पहाडी गाउँहरू घुम्ने । पत्रिका नपाइने, टेलिफोन नभएका, मोटर बाटो नभएका र सहरतिर के भयो भनेर थाहा नपाइने ती दुर्गम गाउँमा सबै कुरा थाहा पाउने साधन रेडियो मात्रै भयो । मैले छापामा पत्रकारितामा डेढ दशक बिताएपछि मात्रै रेडियोको प्रभाव, पहुँच र लोकप्रियता बुझेँ । अनि मनमा लाग्यो गर्नुपर्ने काम त रेडियो पत्रकारिता पो रहेछ । त्यसपछि रेडियोतिर लागियो ।

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

रेडियोको स्वामित्वको कुरा गर्न मलाई अलि अप्ठेरो अनुभव हुन्छ । किनभने पहिलो कुरा, स्वामित्वको कुरामा सरकारी नीति नै छैन । दोस्रो कुरा, स्वामित्वका हिसाबले नेपालका सबै रेडियो स्टेसनहरू टाठावाठा, हुनेखाने र प्रभावशाली मानिसहरूको नियन्त्रणमा छन् । चाहे गैरसरकारी संस्थाले चलाएका हुन्, चाहे सहकारी र चाहे व्यापारिक कम्पनीले चलाएका हुन्, सबैतिर यही देखिन्छ । जहाँसम्म स्वामित्वको कुन मोडल प्रभावकारी भन्ने प्रश्न छ, स्वामित्वको मोडल नै रेडियोको लागि सबैथोक होइन । रेडियो किन चलाइएको हो ? कसका लागि

चलाइएको हो ? अनि कसरी चलाइएको छ भन्ने कुरा स्वामित्वको मोडलभन्दा महत्त्वपूर्ण छ । नेपालमा धेरै खालका स्वामित्वका मोडल छन् र ती सबै परीक्षणकै अवधिमा छन् । रेडियोसम्बन्धी नीति नियमहरू स्पष्ट भएका दिन यस विषयमा धेरै कुरा भन्न सकिनेला ।

**एफएम रेडियोलाई स्थापना र सञ्चालन गर्ने एउटा मोडल त व्यापारिक मोडल भयो जसमा लगानी गर्ने र विज्ञापन तथा प्रायोजकबाट त्यसको असुल गर्ने गरिन्छ । अर्को, दाताको सहयोगमा स्टेसन स्थापना र सञ्चालन गर्ने मोडल भयो । रेडियो स्टेसन स्थापना र सञ्चालनका अन्य के के मोडल हुन सक्छन् ?**

पूरे रकम कम्पनीले लगानी गर्ने स्टेसन धेरै भए पनि पूरे दातामा निर्भर भएर स्थापना हुने रेडियो स्टेसन कम छन् । दाता र समुदायको सहभागितामा खुलेका स्टेसन पनि त हामीकहाँ सञ्चालित छन् । अब अरू मोडल खोज्ने हो भने विदेशी र नेपाली लगानी मिसिएर पनि रेडियो सञ्चालन हुन सक्ला ।

**एफएमको आगमनले केन्द्रीकृत प्रसारण प्रणाली तोडेर विकेन्द्रित त भयो, तर फेरि पनि यो स्थानीय सम्भ्रान्तको हातमा पुगेको छ नि । विपन्न र सीमान्तीकृत वर्गका व्यक्तिको हातमा कहिले पुग्ला यो ?**

एफएम रेडियो विपन्न र सीमान्तीकृत वर्गको हातमा पुग्न सजिलो छैन । मैले यसो भन्नुका कारण छन् । पहिलो कारण त सीमित फ्रिक्वेन्सी नै हो, जुन अहिलेसम्म धेरै नै वितरण भैसकेको छ । अनि धेरैजसो टाठाबाठा र हुनेखानेहरूको हातमा पुगिसकेको छ । दोस्रो कारण, रेडियो चलाउन केही भौतिक पूर्वाधारहरूको आवश्यकता पर्छ । ती पूर्वाधारहरूको अभाव (जस्तो बिजुली, टेलिफोन, शिक्षा, आमदानी) र त्यसमा पहुँच नभएका कारण मानिस विपन्न र सीमान्तीकृत हुन्छ । पूर्वाधार भएकै ठाउँमा पनि विपन्नले ती पूर्वाधार उपभोग र उपयोग गर्न पाएका छैनन् । पूर्वाधार प्रयोग गर्ने उनीहरूको क्षमता कमजोर छ । स्थानीय साधन र स्रोतमा पनि उनीहरूको पहुँच छैन । तेस्रो कारण, नेपालमा रेडियो शक्तिको स्रोत र साधन दुवैथोक हो । यो शक्ति र स्रोतमा विपन्न र सीमान्तीकृत वर्गलाई पुग्न नदिने आर्थिक, सामाजिक र राजनीतिक शक्ति नेपालमा बलियो छ । र, अर्को महत्त्वपूर्ण कुरा, सीमान्त वर्गको हातमा रेडियो पुगे पनि यो व्यवसायको सञ्चालनसम्बन्धी सीप र व्यवस्थापन गर्न सजिलो छैन भन्ने कुरा बुझ्न उसलाई धेरै समय लाग्छ । सीमान्त वर्गले रेडियो हात पारे पनि कुरा बुझ्दा बुझ्दै रेडियो फेरि त्यही वर्गको हातमा पुगिसके खतरा छ ।

एफएम रेडियोको प्रकृति विभाजनमा सरकारी मापदण्ड त केही छैन । यद्यपि रेडियोहरूलाई सामुदायिक, सार्वजनिक या व्यापारिक एफएम भनेर विभाजन गर्ने गरिन्छ । विभाजनको आधार के हुनुपर्ला ?

विभाजनभन्दा पनि वर्गीकरण भन्ने शब्द प्रयोग गर्नुपर्ला । रेडियो वर्गीकरणका आधारहरू धेरै हुन सक्लान् । नीति नभए पनि अहिलेसम्म सामुदायिक, व्यापारिक र सार्वजनिक भनी वर्गीकरण गर्दा रेडियोको स्वामित्वलाई मात्र आधार बनाइएको छ । तर स्वामित्वमा पनि धेरै कुरा स्पष्ट हुन बाँकी छन् । सामुदायिक रेडियोकै स्वामित्वको कुरा गर्ने हो भने पनि प्रस्ट हुनुपर्ने कुराहरू धेरै छन् । पहिलो, के रेडियो सञ्चालन गर्ने गैरसरकारी, सहकारी र निर्वाचित निकाय साँच्चै सामुदायिक संस्था हुन् ? अथवा समुदायको निमित्त चलाइएका संस्थाहरू मात्र हुन् ? समुदायले चलाएका संस्था र समुदायका लागि चलाइएका संस्थालाई एउटै भन्न मिल्दैन । अनि समुदायको स्वामित्व रेडियोको आर्थिक परिचालनमा मात्र छ कि सबै खाले नीति निर्माण तहमा पनि छ ? सञ्चालक संस्थाको सदस्यताको आधार के हो ? सङ्ख्या कति ? सञ्चालक समिति निर्वाचित हो ? हो भने निर्वाचन प्रणाली कति प्रजातान्त्रिक ? संस्था कति प्रजातान्त्रिक ? यस्ता धेरै प्रश्न छन्, तिनको उत्तर गोलमाल छ । व्यापारिक र सार्वजनिक भन्ने गरिएका रेडियोका पक्षमा पनि यस्ता धेरै प्रश्नहरू छन् । केही व्यापारिक रेडियो सामुदायिक भनिएका भन्दा जनमुखी र उत्तरदायी देखिएका छन् । त्यसबाहेक रेडियोका उद्देश्य, उद्देश्य प्राप्त गर्न अपनाउने विधि, प्रसारण गर्ने कार्यक्रम, त्यसले प्रयोग गरेको प्रविधि, संलग्न भएको जनशक्तिको गुणस्तर, उसको सार्वजनिक छवि जस्ता धेरै कुरा वर्गीकरणका आधार हुन सक्छन् । मेरो विचारमा रेडियोको वर्गीकरण कानुनले गर्नुपर्छ, तर हरेक रेडियोलाई वर्गीकरण गर्दा श्रोताको सहभागिता र मतलाई पनि एउटा मुख्य आधार बनाउनुपर्छ । अनि, यस्तो वर्गीकरण एकपल्ट गरेर पुग्दैन, पत्रिकाको वर्गीकरण भैं बेलाबेलामा गरिरहनुपर्छ ।

तपाईंले २०६२ सालमा एफएम रेडियोबारे अध्ययन पनि गर्नुभएको थियो । स्वतन्त्र रेडियोका झण्डै दस वर्षमा के के उपलब्धि भएको पाउनुभयो त ? अहिलेको अभ्यासमा सुधारनुपर्ने के हो ?

रेडियोका उपलब्धिको व्यवस्थित अध्ययन भएको छैन, तर पनि सर्सर्ती हेर्दा यसले समाजलाई दीर्घकालीन रूपमा प्रभाव पार्न थालेको छ । प्रभाव नकारात्मक र सकारात्मक दुवै खालका छन्, तर सकारात्मक प्रभावहरू धेरै छन् । केही वर्षयता देखिएको विधवाले रातो लुगा लाउने लहर, स्थानीय विकासप्रतिको चासो, राजनीतिक

जागरण, राष्ट्रिय विकास अभियानमा सहभागिता तथा स्थानीय तहमा व्यापक हुँदै गरेको प्रजातन्त्रीकरणमा रेडियोको साथ र सहयोग छ । तर, सुधार्नुपर्ने कुराहरू धेरै छन् । यस्ता सुधार सरकार, रेडियो सञ्चालक र रेडियोले पार्ने र पार्नसक्ने सबै खाले प्रभावलाई मूल्याङ्कन गरेर तत्कालै सुरु गर्नु आवश्यक छ ।

**ती सुधार गर्नुपर्ने कुराहरूमध्ये मुख्य केही उल्लेख गरिदिनोस् न ।**

सुधार गर्नुपर्ने मुख्य कुराहरूको सूचीमा सबैभन्दा पहिले सरकारले गर्नुपर्ने कुरा आउँछ । त्यो हो रेडियो सञ्चालन गर्ने स्पष्ट नीति बनाउने र त्यसै अनुकूल ऐन र नियमावली संशोधन गर्ने । नेपालका रेडियोलाई सञ्चालकहरू आफैले व्यावसायिक र सामुदायिक भन्ने गरेका छन् । तर यसबारे नीति र ऐन मौन छ । त्यसैले सरकारले नीतिगत रूपमा नेपालमा रेडियोको वर्गीकरण गर्नु आवश्यक छ । अनि त्यसैअनुसार ऐन र नियमावलीको संशोधन आवश्यक छ । यसरी सुधार गर्दा सामुदायिक रेडियो तथा व्यावसायिक रेडियोको सेवा र उत्तरदायित्व, नवीकरण तथा रोयल्टी जस्ता थुप्रै कुराहरूमा पनि सुधार गर्नु आवश्यक छ । साथै पत्रिकालाई भैं अब रेडियोलाई पनि वर्गीकरण गर्न ढिलो भैसक्यो । त्यसैले, छापामाध्यमको अनुगमन गर्ने प्रेस काउन्सिल भैं रेडियो काउन्सिल पनि आवश्यक भैसकेको छ, जसले आचारसंहिताको पालनाको अनुगमनका साथै रेडियोको वर्गीकरण तथा स्तर तोक्ने काम गरोस् । यस काममा सरकारलाई प्रसारकहरूले पनि साथ र सहयोग दिनुपर्छ ।

लगानीकर्ता तथा रेडियो सञ्चालन गर्ने संस्थाहरूले आफ्ना उद्देश्य, कार्यक्रम र रणनीतिका विषयमा स्पष्ट धारणा बनाउनु आवश्यक छ, भन्ने मलाई लाग्छ । साथै उनीहरूले आफ्नो पोजिसन स्पष्ट गर्नुपर्छ । मिडियासम्बन्धी काम गर्ने संस्थाहरूले मिलेर प्रसारणको स्तरीय तर सबै खालका तालिम दिने संस्था स्थापना गर्नुपर्छ, ताकि रेडियोमा काम गर्ने दक्ष जनशक्ति चाँडै उत्पादन हुन सकोस् । यी केही कुरा हुन् जुन मेरो विचारमा महत्वपूर्ण छन् ।

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

कारणहरू धेरै छन् । पहिलो कारण त सञ्चालकहरू आफै हुन् । आफूले किन रेडियो खालेको हो भन्ने कुरा रेडियो सञ्चालन गर्न थालेको वर्षौंपछि पनि धेरै सञ्चालकहरूलाई अभै थाहा छैन । त्यसमाथि उपकरणमा लाखौं रुपियाँ खर्च गर्ने सञ्चालकहरू कार्यक्रममा लगानी गर्न उत्सुक देखिँदैनन् । दोस्रो कारण, रेडियोका लागि सञ्चालन हुने तालिमहरूमा छ । दस वर्षअघि रेडियो सञ्चालन हुँदा जस्तो

तालिम हुन्थ्यो, आज पनि तालिम त्यसैगरी हुन्छ र त्यही स्तरको हुन्छ। प्रविधि बदलियो, समाज बदलियो, समाजको सोचाइ बदलियो, तर सरकार, रेडियो सञ्चालक र कार्यक्रम सञ्चालकहरूको मानसिकता बदलिएन। रेडियोका कार्यक्रम, फर्माट र प्रस्तुति समयसँगै परीक्षण गरी परिस्कृत बनाइनुपर्ने हो। त्यतातिर कसैको ध्यान गएको देखिँदैन। रेडियो अति सिर्जनशील सञ्चारमाध्यम हो र त्यसलाई निरन्तर परीक्षण र परिस्कार गर्नुपर्छ भन्ने आँट पनि कसैले गरेको देखिँदैन।

**उज्यालो नेशनल नेटवर्क के हो? एफएम रेडियो प्रसारणमा यस्तो नेटवर्कको आवश्यकता किन पन्यो?**

उज्यालो नेशनल नेटवर्क एफएम ९० र स्याटलाईट प्रसारणको संयुक्त नाम हो। कम्प्युनिकेसन कर्नरले गर्दै आएको कार्यक्रम निर्माण र सहयात्री रेडियो स्टेसनले हाम्रा कार्यक्रम प्रसारण गर्दै आएकोमा राजाको शासनका बेला हामीले आफूलाई व्यवस्थित र संस्थागत गर्नुपर्ने अनुभव गर्थौं। यिनै अनुभवहरूको आधारमा हामी आफैँ प्रसारण कार्यमा लाग्ने निष्कर्ष निकस्यो। त्यसपछि कार्यक्रम वितरणका लागि आफ्नै स्याटलाईट रेडियो च्यानल र उपत्यकामा प्रसारण गर्न एफएम स्टेसन स्थापना गर्ने प्रयास गर्थौं। नेपालभरि प्रसारण गर्न सर्टवेभ र मिडियम वेभको भरपर्दो विकल्प स्याटलाईट हो र सार्वजनिक प्रसारण प्रणालीको एफएम स्टेसन आवश्यक छ भन्ने अनुभव गरेर हामीले उज्यालो सुरु गरेका हौं।

**यसरी फरक फरक स्टेसनको नेटवर्कका रूपमा अथवा एउटै संस्थाले विभिन्न ठाउँमा उही नाममा रिले प्रसारण गर्ने क्रम बढ्दै छ। यसो गर्ने हो भने त रेडियो नेपालको एएम प्रसारण जस्तै केन्द्रीकृत प्रसारण प्रणाली भैहाल्यो नि। एफएम रेडियोमा हुने स्थानीयपन हराउने भएन र?**

केही आधारभूत कुराहरूमा सबै स्पष्ट हुनु आवश्यक छ भन्ने मलाई लाग्छ। पहिलो कुरा रिले, दोस्रो कुरा नेटवर्क रेडियो र तेस्रो कुरा रेडियोको नेटवर्कलाई सामान्य नागरिकले मात्रै होइन, यसै विषयका अध्येताहरूले पनि खजमज पारेका छन्। मेरो विचारमा यी तीनओटा भिन्न भिन्न कुरा हुन्। हामीले गरेको काम तेस्रो अथवा रेडियोको नेटवर्क हो। कान्तिपुर एफएम र ईमेज एफएमले जस्तो रिले गरेको र रेडियो नेपालले जस्तो नेटवर्क रेडियो सञ्चालन गरेको होइन। त्यसो भए के भिन्नता छ त भन्ने कुरा आउला। भिन्नता के छ भने हामी छरिएका रेडियो र फ्रिक्वेन्सीलाई कार्यक्रम र प्रविधिमाफत एकताबद्ध गर्छौं। जहाँसम्म स्थानीयपनको कुरा छ, हाम्रा कार्यक्रमले स्थानीय रेडियोको पहिचानलाई

अरू बढाएको छ, घटाएको छैन । भन्नुहोला, कसरी ? जवाफ हो, हाम्रा साभेदारले सबै कार्यक्रम प्रसारण गर्ने होइन । हाम्रा कार्यक्रमले स्थानीय रेडियोको तीन घण्टा पनि भरिंदैन । बाँकी समय उनीहरूले आफ्नै कार्यक्रम प्रसारण गर्छन् र स्थानीय स्तरमै निर्माण गर्छन् । त्यसैले हामी के कुरामा प्रस्ट छौं भने हामीले स्थानीय रेडियोलाई थोरै तर उनीहरूलाई चाहिएका कार्यक्रम दिने हो । यस्ता कार्यक्रम राष्ट्रिय तहमा भैरहेका समाचार र विचारमुखी कार्यक्रमहरूको तहमा सीमित छन् । हाम्रो यो सेवाले स्थानीय स्तरमा निर्माण हुने कार्यक्रमलाई स्तरीय बनाउन र राष्ट्रिय तहमा भैरहेका महत्त्वपूर्ण सूचना र समाचार दिएर सूचनामा जनताको पहुँचलाई बढाएको छ । त्यसैले, स्थानीय रेडियोको पहिचान बलियो पार्न हामी सहायक र सहयात्री भएका छौं । काठमाडौँबाट बाहिर कार्यक्रम पठाएभैं उज्यालो ९० एफएममा हामीले पनि बाहिरका रेडियो कार्यक्रम उपत्यकामा भित्र्याएका छौं । ती कार्यक्रमले हाम्रो स्थानीय पहिचानलाई अरू उजिल्याएको छ । त्यसैले हाम्रो कुरा प्रस्ट छ, हामी अरूलाई एकताबद्ध पार्ने र आफैं एकताबद्ध हुने दोहोरो प्रक्रियामा छौं । त्यसैले हामीले गरेको काम रेडियोको नेटवर्क हो । यो नेटवर्कले हामी सबैलाई फाइदा भएको छ, केन्द्रीकृत रेडियोको विकल्प दिएको छ, स्थानीय पहिचानलाई अरू तिख्खर पारेको छ, र देशभर छरिएका रेडियोको आ-आफ्नो पहिचानलाई बलियो पारेको छ ।

**एफएम रेडियोका समाचार र टक शोमा राष्ट्रिय राजनीति नै हावी भएको देखिन्छ । भन्नु काठमाडौँमा उत्पादित कार्यक्रम बजाउने लोभ पनि काठमाडौँ बाहिरका स्टेसनमा छ । यसले गर्दा स्थानीय मुद्दा त ओभेलमा पर्ने भए नि । स्थानीय एफएमले काठमाडौँको समाचार बजाउन ठीक हो कि स्थानीय ?**

एफएम रेडियोको समाचार र कुराकानीमा राजनीतिले ठाउँ पाउने कारण धेरै छन् । पहिलो कारण त राजनीतिक तरल अवस्था आफैं हो । राजनीतिक वातावरण तरल भएकाले अहिलेको अवस्थामा यसलाई अस्वाभाविक मान्न मिल्दैन । मेरो विचारमा श्रोताको गुनासो समाचार र कुराकानीमा राजनीतिक विषय बढी भयो भन्ने होइन, जनसरोकारका अरू विषयहरू कम भए भन्ने हो । राष्ट्रिय राजनीतिले सबैलाई प्रभाव पारेको बेला स्थानीय स्टेसनले पनि त्यसैलाई महत्त्व दिएका हुन सक्छन् । तर जहाँसम्म काठमाडौँमा उत्पादित कार्यक्रमले स्थानीय मुद्दालाई ओभेलमा पार्ने कुरा र स्थानीय एफएमले काठमाडौँका समाचार बजाउनु ठीक कि स्थानीय भन्ने प्रश्न छ, यो प्रश्न आफैंमा गलत छ । स्थानीय रेडियोले स्थानीय

विषयमा मात्रै खुम्चिनुपर्छ भन्ने छैन र राष्ट्रिय सञ्चारमाध्यमले स्थानीय विषय छुनु हुँदैन भन्ने पनि मलाई लाग्दैन । स्थानीय रेडियोले राष्ट्रिय तहका समाचार र कार्यक्रम नबजाउने हो भने आफ्ना श्रोताप्रतिको दायित्व कसरी पूरा हुन्छ होला ? स्थानीय गतिविधि, स्थानीय विषय, स्थानीय मुद्दा स्थानीय रेडियोका लागि सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण छन्, तर शत प्रतिशत स्थानीय विषय र मुद्दा प्रसारण गरेर श्रोतालाई सन्तुष्ट पार्न स्थानीय रेडियोलाई हम्मे परेको छ । त्यसैले, आफ्ना श्रोतालाई चाहिएको कुरा जहाँबाट (राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय) ल्याएर बजाए पनि हुन्छ भन्ने मलाई लाग्छ । यसमा अरूको विचार भिन्न हुनसक्छ । तर, अरू देशमा पनि स्थानीय रेडियोले सिण्डीकेट सामग्री प्रसारण गर्छन् । हाम्रै देशका धेरै रेडियोले बीबीसी नेपाली सेवा प्रसारण गर्दा कसैले केही बोलेको सुनिँदैन, तर काठमाडौँबाट कम्प्युनिकेसन कर्नर वा अरू कुनै संस्थाले निर्माण गरेको कार्यक्रम स्थानीय रेडियोले प्रसारण गर्दा स्थानीय र राष्ट्रिय भन्ने कुरा पटकपटक निस्केको छ । जहाँसम्म काठमाडौँका कार्यक्रमले स्थानीय मुद्दालाई ओभेल पारेको भन्ने कुरा छ, मैले कहिल्यै नबुझेको कुरा हो यो । किनभने, दिनमा १८ घण्टा प्रसारण हुने रेडियोले बढीमा चार घण्टा काठमाडौँका कार्यक्रम प्रसारण गर्ला । तर १४ घण्टा त स्थानीय विषय नै हुन्छन् । स्थानीय विषयमा स्थानीय मानिसको रुचि बढी हुन्छ । उनीहरू स्टेसनसित नजिक छन् । दोहोरो प्रतिक्रियाको सम्भावना खुला छ । यी सबै कुरा हुँदाहुँदै पनि स्थानीय मानिसले काठमाडौँबाट जाने कार्यक्रम मन पराउँछन्, अथवा काठमाडौँमा निर्माण भएका कार्यक्रम स्थानीय तहमा निर्माण भएका कार्यक्रम भन्दा प्रभावकारी छन् भन्ने स्थानीय रेडियोले आफ्ना कार्यक्रमलाई समीक्षा गरेर सुधार गर्नुपर्छ । अनि मार्टिन चौतारी जस्ता संस्थाले त्यसका कारणहरू खोजेर स्थानीय रेडियोमा स्थानीय विषयलाई प्रभावकारी बनाउन सघाउनुपर्छ । तपाईं जस्तो गम्भीर अध्येताले स्थानीय एफएमले काठमाडौँको समाचार बजाउन ठीक हो कि स्थानीय ? जस्तो दाल खाने कि भात खाने भन्ने प्रश्न गर्न सुहाउँदैन । किनभने, रेडियोले श्रोतालाई दाल खाने कि भात भनेर सोध्न पनि मिल्दैन, स्थानीय रेडियोले आफ्ना श्रोतालाई स्वस्थ राख्ने खालका सबैखाले खुराक दिनुपर्छ ।

काठमाडौँबाट जाने कार्यक्रमको प्रस्तुतिमा काठमाडौँ केन्द्रित दृष्टिकोण हुन्छ कि ? एउटा उदाहरण, बजेट भाषणको समाचारलाई काठमाडौँबाट समेट्दा यति अरबको बजेट विनियोजन गरियो र यी यी सामानका भाउ घटे या बढे भनेर काठमाडौँबासी या अन्य सहरबासीको उपयोगिताका आधारमा समाचार बनाइन्छ । तर त्यही समाचारमा रामेछाप या बैतडीको



श्रोतालाई उसको जिल्लाको लागि कति रकम आउने भएछ, जग्गाको तिरो बढेछ कि बढेनछ, भन्नेमा पो चासो हुन्छ। भनाइको मतलब राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय घटना वा विषयवस्तुलाई प्रस्तुत गर्ने दृष्टिकोण स्थानीय नै भए राम्रो होइन र? अर्को कुरा, तपाईंले स्थानीय रेडियोमा काठमाडौंबाट उत्पादित कार्यक्रम जाने भनेको दैनिक १८ घण्टामध्ये बढीमा जम्मा ४ घण्टा मात्रै त हो नि भन्नुभयो। तर यस्ता कार्यक्रम प्राइम टाइममा बज्ने हुनाले यिनको प्रभाव बढी नै हुन्छ होला नि होइन र?

तपाईंले भनेका दुवै कुरासित म केही सहमत छु, तर मेरो आफ्नै कुरा पनि छ। राष्ट्रिय स्तरमा निर्माण हुने कार्यक्रममा एक हदसम्म राष्ट्रिय दृष्टिकोण हुन्छ, नै, तर यसको अर्थ स्थानीय दृष्टिकोण (जनताको दृष्टिकोण) बाट राष्ट्रिय विषयलाई 'ट्रीट' गर्न सकिँदैन भन्ने मलाई लाग्दैन। चाहिने कुरा के हो भने कार्यक्रम निर्माताको संवेदनशीलता र जनताको दृष्टिबाट विषयवस्तुलाई पर्गल्ने उसको क्षमता। हामीकहाँ रेडियोमा यो कुरा निकै कमजोर भएकाले जनताको दृष्टिकोण कार्यक्रममा बलियोसित प्रतिबिम्बित हुँदैन। तर, हरेक कार्यक्रम निर्माता र रिपोर्टरको मुख्य काम हो जनताको पक्षमा वकालत गर्नु। तर हामीकहाँ त राष्ट्रिय विषय वा स्थानीय विषयको 'ट्रीट' गर्दा जनताको दृष्टिकोण नै आउँदैन। सबै पक्षको कुरो मिलाए सन्तुलन आउँछ, भन्ने कुराले नै समाचारका घटना र विषयलाई प्रस्तुत गर्नु परम्परा जस्तो भैसक्यो। त्यसैले राष्ट्रिय र स्थानीय दुवैखाले विषयमा कार्यक्रम निर्माण गर्ने धेरै निर्माताले स्थानीय जनताको दृष्टिकोणबाट विषयवस्तुलाई प्रस्तुत गर्न सकेको पाइँदैन भन्ने मेरो अनुभव छ। यो विषय वस्तुको अनुसन्धान, प्याकेजिङ र प्रस्तुतिसित सम्बन्धित कुरा हो र हो निर्माताको सीप र जनपक्षधरताको कुरा। हामीसित अथवा नेपालका रेडियोकर्मीसित त्यसैको अभाव छ।

अब अर्को कुरा प्राइम टाइमको गरौं। पहिलो कुरा, प्राइम टाइममा बजाउने कि नबजाउने भन्ने निर्णय स्टेसन आफैँले गर्ने हो। रेडियो स्टेसनले प्राइम टाइम दिनुका आफ्नै कारण र दृष्टिकोण हुन सक्छन्, तर हामीले के पनि भुल्नु हुँदैन भने कार्यक्रमहरूले पनि कहिलेकाहीं नसोचेको र काम नलाग्ने ठानिएको समयलाई प्राइम बनाइदिन सक्छन्।

तपाईं संलग्न कम्प्युनिकेसन कर्नरले त समाचारमूलक कार्यक्रम उत्पादन गरी अन्य स्टेसनलाई बेच्ने पनि गरेको छ। अरू स्टेसन आफैँ सक्षम छैनन् र तपाईंहरूले उत्पादन गरिदिनुपर्ने ?

अरू स्टेसन असक्षम छन् भनेर हामी समाचारमूलक कार्यक्रम उत्पादन गरेको होइन। पहिलो कुरा, समाचारमूलक कार्यक्रमहरूमाफत हामी श्रोताको नजिक

पुगन चाहेको हो । दोस्रो कुरा, ठूला एफएमहरूको प्रभावलाई स्थानीय रेडियोले कम गर्न सक्नु भन्ने अभीष्ट हो । तेस्रो, स-साना रेडियो मिलेर पनि बलियो प्रसारण प्रणाली निर्माण हुन्छ भन्ने कुरा बुझाउने प्रयास पनि हो यो । चौथो, थोरै साधन र स्रोत परिचालन गरेर धेरैले फाइदा पाउने उपाय हो ।

**कम्प्युनिकेसन कर्नर कार्यक्रम उत्पादन गरेर अरू स्टेसनलाई विक्री गरिरहेको संस्था के कारणले आफैं एफएम स्टेसन स्थापना गर्न पुग्यो ?**

हामी आफैँले रेडियो स्टेसन स्थापना गर्ने कि नगर्ने भन्ने विषयमा लामो छलफल भएपछि हामीले नेपाल एफएम स्थापना र सञ्चालन गर्न थालेका थियौँ । माघ १९ पछि हाम्रो प्रयास खलबलियो । राजाको शासनमा धेरै दुःख पाएपछि आफ्नो स्टेसन हुनु र नहुनुको फरक हामीले अनुभव गर्‍यौँ । त्यसपछि रेडियो र स्याटलाईट स्टेसन खोल्ने निष्कर्षमा हामी पुग्यौँ ।

**तपाईं त एक व्यापारिक रेडियो स्टेसनको लगानीकर्ता पनि हो । व्यापारिक रेडियो स्टेसनले अहिले भोगिरहेको चुनौती र प्राप्त गरेको अवसर के हो ?** नेपालमा रेडियोलाई व्यापारिक र सामुदायिक वा सार्वजनिक भनेर वर्गीकरण गर्ने कानुनी व्यवस्था अझै पनि छैन । त्यसैले प्राइभेट कम्पनीले सञ्चालन गर्ने रेडियोलाई व्यापारिक भन्ने गरिएको छ, जुन स्वाभाविकै हो । तर, नेपालका अधिकांश रेडियोलाई जसरी वर्गीकरण गरे पनि सबैको हालत एकै खालको छ । चुनौती पनि उस्तै छन् र अवसर पनि समान छन् । तर, अरूको तुलनामा प्राइभेट कम्पनीले चलाएका रेडियोको चुनौती बढी छ । पहिलो चुनौती जग्गा, घर वा जेथा जमानी गरेर लिएको ऋण तिर्ने चुनौती । दोस्रो, सामुदायिक रेडियोले गर्नेभन्दा बढी सामाजिक कार्यक्रम सञ्चालन गर्दा पनि व्यापारिक भनेर बहुराष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूले तथा कतिपय ठाउँमा श्रोताले र कतिपय ठाउँमा स्टेसनमै कार्यरत कर्मचारी तथा पत्रकारले पनि कम विश्वास गर्ने चुनौती । चुनौती बढी छन्, तर प्राइभेट कम्पनीले चलाएका रेडियोमा काम गर्ने मानिसले तालिम, अनुदान तथा एक्स्पोजर जस्ता अवसर कम पाएका छन् । र, यो चुनौतीको पछि लगानीकर्ताहरू आफैं पनि कारक छन् । धेरै लगानीकर्ताले यो व्यवसायलाई बुझेर पैसा लगाएका हैनन् । त्यसैले, उनीहरूलाई सिकाउन, सम्भाउन अलि कठिन छ, त्यसले भन्नु चुनौती बढाउँछ र बढाएको छ ।

**तपाईंले २०६१ माघ १९ अघि कम्प्युनिकेसन कर्नर घाटामा नजान कम्तीमा १४ ओटा स्टेसनले यसको कार्यक्रम खरिद गरे पुग्छ भन्नुभएको थियो ।**

**अहिले उज्यालो एफएम पनि स्थापना भएपछिको अवस्था कस्तो छ ?  
आम्दानीको मुख्य स्रोत के के हुन् ?**

हो, त्यसबेला हामी दिनमा जम्मा डेढ घण्टा जति समाचारमूलक कार्यक्रम निर्माण गर्थ्यौं । हामी कार्यक्रम निर्माता मात्र थियौं, प्रसारक थिएनौं । टीम सानो थियो । सानो ठाउँमा अटाउँथ्यौं । घरभाडा धेरै तिर्नु पर्दैनथ्यो । तर अहिले हामी प्रसारक भयौं । एफएम मात्र हैन, स्याटलाईट प्रसारक पनि । निर्माताको काम त छँदैछ, त्यसमाथि प्रसारक पनि भएपछि दायित्व बढेको छ । कार्यक्रमहरू थपिएका छन् । समाचारको बुलेटिन स्थानीय र राष्ट्रिय, नेपाली र अरू भाषा गरी हवातै बढेका छन् । टीमको आकार ठूलै भएर बढेको छ । कार्यालय सञ्चालन गर्ने खर्चको आकारसँगै कार्यक्रमहरूको खर्च पनि बढेको छ । यस बीचमा प्रतिस्पर्धा पनि अति बढेको छ । उज्यालो एफएम र स्याटलाईट च्यानल स्थापना भएको भण्डै ६ महिना पुग्न लाग्दा पनि हामीलाई खर्च धान्न अझै मुश्किल परिराखेको छ । अथवा पहिले हामीलाई महिनामा अढाइदेखि तीन लाख रुपियाँ हुँदा कार्यालय चलाउन पुग्थ्यो, अहिले त्यसको भण्डै तेब्बर मात्रामा खर्च बढेको छ ।

**ओपन सोसाइटी इन्स्टिच्यूटको सहयोगमा कम्प्यूनिकेसन कर्नरले पानोस साउथ एसियासँग मिलेर रेडियो स्टेसनको नेटवर्कसम्बन्धी काम गरिरहेको छ । यो कस्तो कार्यक्रम हो र पानोस साउथ एसियाको भूमिका कस्तो हुन्छ यसमा ?**

यो हामीले गरिरहेको कामको विस्तार हो अथवा नेपालका सबै एफएम स्टेसनहरूलाई एउटै प्राविधिक छातामा ल्याउने प्रयास हो, जुन हामीले चार वर्षअघि भिस्याट प्राविधि प्रयोग गरेर थालेका थियौं । ओपन सोसाइटी इन्स्टिच्यूटले हामीलाई भिस्याट प्राविधिका रिसिभरहरू रेडियो स्टेसनहरूमा राख्नका लागि सहयोग गरेको छ भने यो रिसिभर राख्ने रेडियो स्टेसनहरूको व्यवस्थापन र कार्यक्रम निर्माणको क्षमता बढाउन पानोस साउथ एसियालाई सहयोग गरेको छ । एक अर्कासित सम्बन्धित काम भएकाले पानोस साउथ एसिया र हामीले यो काम मिलेर गरिराखेका छौं । समग्रमा यो कार्यक्रमले काठमाडौं उपत्यकाका रेडियो कार्यक्रम निर्माण गर्ने संस्थाहरू, आपसमा कार्यक्रम आदान प्रदान गर्ने रेडियो स्टेसनहरू र उपत्यकाबाहिर सञ्चालन भैरहेका एफएम स्टेसनहरूलाई प्राविधिक रूपले एउटा सञ्जालमा जोड्ने काम कम्प्यूनिकेसन कर्नरले गरेको छ । र, रेडियो स्टेसनलाई कम्प्यूनिकेसन कर्नरका कार्यक्रम मात्र हैन, अरू कार्यक्रम निर्माताहरूसित पनि उसैगरी काम गर्ने अवसर दिएको छ । त्यसका लागि

हामीले सबैले निःशुल्क रूपमा प्रयोग गर्न पाउने गरी स्याटलाईटमा ओपन च्यानल पनि सुरु गरेका छौं । रेडियो स्टेसनहरूले कम्प्युनिकेसन कर्नरको कार्यक्रम प्रसारण हुने समयमा अरू कार्यक्रम रोज्ने विकल्प पाएका छन् । सूचनाको प्रवाह बढाउन र प्रविधिले सबै रेडियोलाई सक्षम बनाउनका लागि ओपन सोसाइटी इन्स्टिच्यूटले कम्प्युनिकेसन कर्नर र पानोस साउथ एसियालाई सहयोग गरेको हो । कम्प्युनिकेसन कर्नरले प्राविधिक काम गर्छ भने तालिमसित सम्बन्धित र ओपन च्यानलको व्यवस्थापन गर्ने काम पानोस साउथ एसियाले गर्छ ।

**स्वामित्वका जुनसुकै मोडलमा पनि धेरैजसो सञ्चालकहरू राजनीतिक या व्यापारिक हिसाबले चल्तापूर्जा व्यक्ति नै छन् । यसले गर्दा प्रसारणमा व्यापारिक वा राजनीतिक स्वार्थ हावी हुने सम्भावना हुन्छ होला नि ?**  
 बिना स्वार्थ यो दुनियाँमा के चलेको छ र ? त्यसमाथि नेपालको मिडियामा राजनीतिज्ञ र व्यापारीको स्वार्थ अलि बढी नै हावी छ । यसका कारणहरू धेरै होलान् । तर राजनीतिक दल र व्यापारीको हालीमुहाली भएका स्टेसनमा पनि आम जनताको स्वार्थलाई हेरिएको छ कि छैन भन्ने कुरा मुख्य हो ।

**दिन प्रतिदिन थपिइरहेका एफएम स्टेसनले जनशक्ति कहाँबाट पाइरहेका छन् । उपलब्ध जनशक्ति रेडियो प्रसारणका लागि सक्षम देख्नुहुन्छ ? उनीहरूको सीप र दक्षता बढाउन के गरिएको छ ? अब के गर्नुपर्ला ?**  
 एफएम स्टेसन कसरी चलेका छन् भन्ने कुरा कसैबाट लुकेको छैन । रट्यो कुरा जनशक्तिको सक्षमताको । रेडियोबाट धेरै अपेक्षा गरेका कतिपय मानिसले एफएमले यस अवधिमा आफूले देखाएको क्षमतालाई हेरेर होला, अझै फोकटिया मनोरञ्जन (एफएम) भन्न छोडेका छैनन् । अथवा एफएमको छवि जसरी बन्नुपर्थ्यो त्यसरी बन्ने सकेको छैन । सीप र दक्षता बढ्ने भनेको तालिम, शिक्षा, सामाजिक वातावरण तथा काम गर्ने ठाउँको वातावरणबाट हो । तर नेपालमा यी सबै कुरा कमजोर छन् । पैसा कमाउने उद्देश्यले खुलेका तालिम दिने संस्थाहरू धेरै छन्, तर रेडियोलाई नेपालको परिप्रेक्ष्यमा परिभाषित गरेर त्यसलाई चाहिने जनशक्ति कस्तो हुनुपर्छ र तालिम कस्तो हुनुपर्छ भन्ने कुरा भएकै छैन, काम त परै जाओस् । सबैभन्दा पहिले यसमा विचार र छलफल सुरु गर्नुपर्छ । त्यसैले रेडियोको सीप र क्षमता बढाउन तालिम र शिक्षा दिने प्रभावकारी संस्थाको आवश्यकता छ ।

पत्रिकाका खबरलाई अधिकांश एफएम रेडियोले प्राथमिकताका साथ पढ्ने गरेका छन्। रेडियो आफैँ समाचारका कार्यक्रम उत्पादन गर्न सक्षम भइसकेपछि पनि किन पत्रिकालाई प्राथमिकता दिनुपरेको ?

पत्रिकाका समाचार प्राथमिकतासाथ पढिए भन्ने तपाईंको टिप्पणीसित म असहमत छु। विहानको खबरमा पत्रिकाका मुख्य मुख्य खबरमा आम मानिसको रुचि छ। त्यसैले हामी त्यसलाई छोड्दैनौँ। तर हाम्रो खबर पत्रिकामा मात्र सीमित छैन। रेडियो अहिले पत्रिकाका लागि समाचारको प्रमुख स्रोत भएको छ। छापाका पत्रकार पहिलो समाचार अचेल एफएमबाट थाहा पाउँछन् भन्ने कुरा बिसन्तु हुँदैन। विहान पत्रिकाका हेडलाइन सुन्नु श्रोताको रुचिको विषय हो, त्यसैले हामी त्यसलाई महत्त्व दिन्छौँ, तर प्राथमिकता हाम्रो आफ्नै समाचारमा छ।

धेरैजसो एफएम रेडियोमा समाचारका कार्यक्रम छन् र समाचार कसले ब्रेक गर्ने भन्ने प्रतिस्पर्धा स्टेसनहरूबीच निकै तीव्र छ। कसैले फोन गरेर टिपाइदिए मात्रै पनि समाचार प्रसारण हुने अवस्था छ। अपुष्ट अफवाह पनि समाचारका रूपमा जाँदा तिनले दुर्घटना निम्त्याएका उदाहरण छन् विगतमा। यसलाई कसरी कम गर्न सकिएला ?

सीप र क्षमता बढाएर मात्रै यसलाई कम गर्न सकिन्छ। प्रतिस्पर्धाका नियम हरेक खेलाडीले पालन गर्नुपर्छ भन्ने कुरा समाचार ब्रेक गर्ने बेलामा सबैभन्दा बढी लागू हुन्छ र यो कुरा असल पत्रकारले विचार गर्नुपर्छ।

एफएम रेडियोको विस्तार साँगाँसँगै प्रसारकहरूका सङ्घसंस्था पनि खुलेका छन्। यी सङ्घसंस्थाहरूले के योगदान गरिरहेका छन् ?

यो प्रश्नको जवाफ संस्थाहरूले नै दिन सक्छन्। मेरो विचारमा संस्थाहरू पनि रेडियो सञ्चालक भैँ आफैँ अलमलिएका छन्।

एफएमको विज्ञापन बजार कस्तो छ ? एफएम रेडियोले आपसमा र अन्य मिडियासँग कस्तो कस्तो प्रतिस्पर्धा गरिरहेको छ ?

बजार सानो छ। श्रोता को हो भन्ने कुरामा धेरै रेडियोले राम्रो गृहकार्य नगरेको कारण एफएम रेडियो बीचमा आपसी प्रतिस्पर्धा चर्को छ। छापामा जाने विज्ञापन आफूतिर तान्ने र विज्ञापनका लागि नयाँ बजार सिर्जना गर्नतिर रेडियोका ध्यान कमै गएको छ। रेडियोले आपसमा तल्लोस्तरको प्रतिस्पर्धा

गर्नेतिर होइन, अरू खालका मिडियामा जाने विज्ञापनलाई अब आफूतिर आकर्षित गर्नुपर्छ ।

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

पहिले विरालाले बच्चा खेलाएभैं र विरालाले आची लुकाएभैं हुन्थ्यो, अहिले पाइखानाको ढोका हुँदाहुँदै पनि ढोकासमेत नढुक्काई लौ हेर म आची गर्दैछु भनेर लाजै बिना आची गर्न बसेको जस्तो छ ।

२०६१ माघ १९ पछिको राजाको प्रत्यक्ष शासनकालमा छपा र टेलिभिजनले भन्दा रेडियोले धेरै कष्ट र भ्रमेला व्यहोर्नु पर्‍यो । रेडियोलाई किन तारो बनाइएको होला ? आउँदा दिनहरू स्वतन्त्र रेडियोका लागि निष्कण्टक होलान् कि कसैबाट खतरा देख्नुहुन्छ ?

राजाको शासनमा रेडियोले धेरै सङ्कट व्यहोरे, कारण राजालाई यसको पहुँच र प्रभावकारिता थाहा थियो । आफ्नो निरङ्कुश शासनलाई चुनौती दिने रेडियो नै हो भन्ने कुरा राजाले अनुमान गरिसकेका थिए । त्यसैले रेडियो आँखाको तारो भयो । रेडियोको भविष्य आज पनि निरापद र निष्कण्टक छैन । नेपालमा सरकार शक्तिशाली हुँदा सबैभन्दा धेरै दुःख पाउने रेडियो नै हुन्, चाहे राजाको शासन होस्, चाहे अरू कुनै पार्टीको । तर, आफूमाथिको खतरालाई जानीनजानी पहिले रेडियो आफैँले निम्त्याएका थिए । अहिले पनि जानीनजानी त्यो खतरा निम्त्याइरहेका छन् । एक दुईले गर्ने गल्तीको मार सबैमाथि परेको थियो । भविष्यमा पनि पर्नसक्छ ।

तपाईंले नेपाली रेडियोले अहिले पनि जानीनजानी निम्त्याइरहेको खतरा भनेर केलाई सङ्केत गर्न खोज्नुभएको हो ? अलि प्रस्टचाइदिनोस् न ।

अगाडि हुने दौडमा भैरहेको प्रतिस्पर्धा र त्यो प्रतिस्पर्धाका नियम पालन नहुनु सबैभन्दा ठूलो खतरा हो । किनभने, यसले सबैभन्दा पहिले रेडियोको विश्वसनीयता कमजोर पार्छ । विश्वसनीयता हरेक सञ्चार संस्थाको सम्पत्ति हो । एउटा संस्थाले विश्वसनीयता गुमायो भने अरू रेडियोले पनि यसको असर भोग्नुपर्छ । अनि समग्र रेडियोकै विश्वसनीयतामाथि प्रश्न उठ्छ । श्रोताले पराई ठान्न थालेपछि सरकार र अरू शक्तिहरूले रेडियोलाई माया गर्छन् भन्ने मलाई लाग्दैन ।