



आरती चटौत

आरती चटौत नेपाल टेलिभिजनमा वरिष्ठ कार्यक्रम निर्माता हुनुहुन्छ। उहाँले भारतको चेन्नईबाट प्रसारण पत्रकारितामा पोस्ट ग्राजुयट गर्नुभएको छ। चटौतले नेपाल टेलिभिजनद्वारा उत्पादित कार्यक्रम *जागृतिको* निर्माता/प्रस्तोता भई विगतमा करिब छ वर्ष काम गर्नुभएको थियो र हाल सोही टेलिभिजनमा *सङ्घर्ष* कार्यक्रमको निर्माता/प्रस्तोता हुनुहुन्छ। उहाँले विभिन्न संस्थामा जेण्डर विश्लेषक तथा प्रशिक्षकका रूपमा पनि काम गर्नुभएको छ। उहाँले आमसञ्चार र महिला अधिकारको क्षेत्रमा विभिन्न पुरस्कार र सम्मान प्राप्त गर्नुभएको छ र हाल वाच नेपाल नामक संस्थाको प्रमुख तथा एसिया मिडिया फोरमको उपाध्यक्ष हुनुहुन्छ। त्यसवाहेक पनि सञ्चारसँग सम्बन्धित विभिन्न राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय सङ्घसंस्थामा उहाँको संलग्नता छ।

नेपालमा टेलिभिजन प्रसारण गर्ने संस्थाहरू बढ्दै छन् ? तिनका कार्यक्रमको गुणस्तर चाहिँ कस्तो लागि रहेको छ तपाईंलाई ? नेपाली टेलिभिजनका कार्यक्रममा कस्तो विविधता पाउनु भएको छ ?

टेलिभिजन प्रसारण संस्थाहरूमा वृद्धि हुनु विकासको सूचक हो । सकारात्मक पक्ष हो यो । यस्तो विविधता देखिनु स्वाभाविक कुरा हो । नेपालको सन्दर्भमा विगतको केही समययता विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूमा ठूलो लगानी भएको देखिन्छ । कार्यक्रमको गुणस्तरलाई समग्रमा नराम्रो भन्न मिल्दैन तर पनि सुधार गर्नुपर्ने ठाउँहरू भने प्रशस्तै देखिन्छ । चाहे प्राविधिक रूपमा होस् वा कार्यक्रम प्रस्तुति भित्रका 'कन्टेन्ट' का सवालमा होस् प्रश्न उठाउन सकिने ठाउँहरू छन् ।

टेलिभिजन कार्यक्रमहरूमा प्रायः राजनीतिक विषयहरू वा व्यक्तिहरूले मात्र ठाउँ पाउनु, घटनालाई अतिरञ्जित पाराले प्रस्तुत गरिनु जस्ता कुराले टेलिभिजनका कन्टेन्टलाई गाँज्दछ । त्यसबाहेक अचेल प्रायः टेलिभिजन कार्यक्रममा अन्तर्वार्तामै कार्यक्रम सम्पन्न गर्ने प्रवृत्ति हावी छ, जब कि दृश्य (भिज्युअल) टेलिभिजनको पहिलो सर्त हो । भनाइको अर्थ कुनै पनि विषयमा कार्यक्रम प्रस्तुत गर्दा दर्शकले त्यसलाई सदृश्य हेर्न चाहन्छ, कुनै व्यक्तिको अन्तर्वार्ता मात्र होइन । कुनै पर्यटकीय स्थलको कुरा गर्दा विशेषज्ञको भनाइभन्दा त्यहीँको दृश्य बढी आकर्षक हुन्छ । यसरी सदृश्य प्रस्तुतिमा साधन, श्रोत, समय र परिश्रम बढी लाग्ने हुँदा अचेल धेरैजसो टक शो हावी भैरहेको देखिन्छ । भनिन्छ— टेलिभिजनमा दृश्यले बोल्नु पर्छ; यो मान्यता अचेल नेपाली टेलिभिजनमा अलि कम पो भएको हो कि ?

अर्कातिर, अहिले टेलिभिजन कार्यक्रमहरू बढी सहरमुखी भएका छन् जस्तो लाग्छ मलाई । तिनमा शक्ति संरचनाका सञ्चालकहरूकै बढी बोलावाला पाइन्छ । तथापि टेलिभिजन प्रसारण संस्थाहरू बढ्दै जानुले एउटा स्वस्थ प्रतिस्पर्धाको वातावरण सिर्जना भई यस क्षेत्रको विकासमा टेवा मिल्ने मेरा विश्वास छ ।

केही वर्षअघि गरिएको दर्शक सर्वेक्षणले भारतीय च्यानलप्रति नेपाली दर्शकको उल्लेख्य आकर्षण रहेको देखाएको थियो । अहिले बढिरहेका नेपाली च्यानलले त्यो आकर्षणलाई घटाउन सक्लान् त ? त्यसका लागि नेपाली टेलिभिजनले कस्ता खालका कार्यक्रम प्रसारण गर्नु पर्छ जस्तो लाग्छ तपाईंलाई ?

निश्चय पनि भाषा, संस्कृति, प्रविधि लगायतका कुराहरूले गर्दा नेपाली दर्शकहरूको भारतीय च्यानलहरूप्रति आकर्षण बढ्दो छ । सञ्चारको विश्वव्यापीकरणले

यति धेरै छनोट दिएको छ कि आज हामी आफ्नो चाहना र आवश्यकता अनुरूपका प्रस्तुतिलाई निर्वाध प्राप्त गरिरहेका छौं ।

भारतीय च्यानलहरूप्रतिको रुचि नेपाली च्यानलहरूले घटाउन सक्लान् त ? भन्ने प्रश्नलाई म अलि भिन्दै ढङ्गले हेर्छु । वास्तवमा, यदि नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूले आफ्नो माटोको भाषा बोल्ने हो भने त्यसको प्रतिस्पर्धामा कुनै पनि देशको च्यानल टिक्न सक्दैन अर्थात् हाम्रो लोकगीत प्रतिको हाम्रो तिर्खा हाम्रै सञ्चारमाध्यमले पूरा गरेका छन् । त्यति मात्रै होइन नेपाली टेलिभिजनमा यस्ता धेरै प्रस्तुति छन् जहाँ दर्शकले आफ्नो आवाज, आफ्नो समस्या, आफ्नो खुशी र दुःख प्रतिनिधित्व भएको पाउँछन्, त्यतिबेला उनीहरूको रोजाइमा अर्को च्यानल हुँदैन । तर हो यदि नेपाली टेलिभिजनले आफ्नो प्रस्तुतिमा भारतीय वा विदेशी प्रस्तुतिको नक्कल गर्न सुरु गर्छन् भने नेपाली दर्शकले सक्कल नै हेर्न खोज्छ । नेपाली टेलिभिजनका प्रस्तुतिले आफ्नोपनि दिएसम्म नेपाली दर्शकको पहिलो रुचि नेपाली टेलिभिजन नै हुन्छ । पक्कै पनि हामीले विषयवस्तु र प्रस्तुतिको स्तरीयतासँगै प्राविधिक स्तरीयतामा पनि जोड दिनुपर्ने हुन्छ । फेरि आजको खुला वातावरणमा विदेशी टेलिभिजन नै नहेरी नेपाली मात्रै हेरुन् भन्ने सोचाइ राख्नु पनि अव्यवहारिक हुन्छ । यसै बीच हामीले आफ्नो ठाउँ बनाउन प्रस्तुतिमा आफ्नोपनि दिन सक्नुपर्छ ।

राज्यको स्वामित्वमा भएको सञ्चारमाध्यम— नेपाल टेलिभिजनमा तपाईं लामो समयदेखि कार्यरत हुनुहुन्छ । तपाईंको अनुभवमा यस्ता सञ्चारमाध्यमको सकारात्मक र नकारात्मक पक्ष के के हुन् ? एक सञ्चारकर्मीका लागि यस्ता सञ्चारमाध्यममा कस्ता सीमा हुन्छन्, उत्प्रेरणा दिने तत्त्व चाहिँ के के हुन्छन् ?

एउटा सञ्चारकर्मीको हैसियतले कार्य प्रारम्भ गरिसकेपछि त्यो पेशाको मर्यादाले उसलाई अनुशासनमा राखेको हुन्छ । यसैलाई मैले सीमा भनेर बुझेकी छु । निष्पक्ष रूपमा आवाजविहीनहरूको आवाज प्रस्तुत गर्ने प्रयास गर्नु नै मेरो सुरुदेखिको उद्देश्य रह्यो । आफूलाई जागिरे भन्दा पनि व्यावसायिक सञ्चारकर्मी ठानेर काम गर्ने हो भने कार्यरत संस्थाको संरचनाले खासै फरक नपर्ने मेरो अनुभव छ । सजिलो र अप्ठेरो त काम गराइकै दुई पक्ष हुन् । चुनौती नै छैन भने त मानिसले विकासको सम्भावना गुमाउँछ । मेरो प्रस्तुतिले कार्यक्रमको उद्देश्य पूरा गर्न सक्यो वा सकेन भन्ने कुरा महत्त्वपूर्ण हो मेरालागि । म सहकर्मीहरूको सल्लाह, सहयोग र दर्शकको रेस्पोन्स उत्प्रेरणा दिने तत्त्वका रूपमा लिन्छु ।

तर पनि राज्यको स्वामित्व भएको संस्थामा तपाईं स्थायी कर्मचारी भएकाले साधन स्रोतको उपलब्धता र सुविधा एक खालको हुन्छ भने निजी स्वामित्वका सञ्चारगृहमा बेग्लै खालको । तर काम गर्दा राज्यको स्वामित्व भएकोमा सरकारी हस्तक्षेप र ब्युरोक्रेटिक प्रक्रियाबाट गुञ्जनुपर्ने हुँदो हो जुन निजी स्वामित्व भएका सञ्चारगृहमा कमै हुन्छ । यसबारेमा तपाईंको अनुभव र धारणा बुझ्न खोजेको हो मैले ।

निश्चय पनि निजी संस्थाका तुलनामा राज्यको स्वामित्वमा भएको संस्थामा कतिपय सुविधाका कारण एउटा निश्चिन्त वातावरण हुन्छ । तर जहाँसम्म काम गर्ने प्रक्रियाको कुरा छ, मेरो एक दशक लामो अनुभवमा मैले कहिल्यै प्रक्रियागत भ्रष्टाचार बेहोर्नुपरेको छैन । सञ्चार आचारसंहिता र विद्यमान ऐन, नियमावलीलाई पालना गर्न त निजी वा सरकारी दुवैखाले स्वामित्वका सञ्चार संस्थाहरूले पछि नै । फेरि स्थायी कर्मचारी भएका नाताले जागिरको ग्यारेन्टी छ भनेर जे पनि गर्ने हो भने त त्यो तत्काल देखिने कुरा हो र मलाई लाग्छ पत्रकारिता गर्नेले जागिरे मानसिकताबाट माथि उठ्नै पर्छ । त्यसो त निजी सञ्चार संस्थामा पनि एक व्यक्ति वा केहीको इच्छा र स्वार्थमा संस्था सञ्चालन हुँदा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरूले प्रशस्तै प्रक्रियागत समस्या भोगेकै देखिएको छ । सरकारी स्वामित्वको संस्था र यहाँ प्राप्त कतिपय सुविधाबीच पनि पत्रकारिताको धर्म मेरालागि प्राथमिक कुरा हो । फेरि यो सन्दर्भ त व्यक्तिपिच्छे, फरक हुने कुरा पनि हो ।

नेपाल टेलिभिजन राज्यको टिभी बन्न सकेन, सरकारी टिभी बन्थो भन्ने आरोप बरोबर सुन्न पाइन्छ । तपाईंलाई यो आरोप कस्तो लाग्छ ? नेपाल टेलिभिजनको प्रभावकारिता बढाउन स्वामित्वको संरचना र नीति नियममा कस्तो सुधार आवश्यक देख्नुहुन्छ ?

निश्चय पनि नेपाल टेलिभिजन सरकारी सञ्चारमाध्यम हो । सरकारी सञ्चारमाध्यम भए तापनि आफैं कमाऊ र खाऊ भन्ने नीतिमा नेपाल टेलिभिजन चलेकाले, अलि व्यावसायिक हुन पुग्यो होला । तर यदि नेपाल टेलिभिजनलाई राज्यको टेलिभिजन बनाउने हो भने यसमा सरकारले नीतिगत र संरचनागत परिवर्तन गर्नु जरुरी छ । नेपाल टेलिभिजनलाई जनसेवामूलक प्रसारण संस्था (पब्लिक सर्भिस ब्रोडकास्टिङ अर्गनाइजेसन) का रूपमा स्थापना गर्न सरकारी पक्षबाट यसको बजेटको व्यवस्था हुनुपर्छ । राजनीतिक हस्तक्षेपबाट मुक्त राख्न, नेपाल टेलिभिजनको नेतृत्व राजनीतिक परिवर्तनसँगै बदलिने परिपाटीको अन्त्य हुने व्यवस्था नीतिगत रूपमै आउनुपर्छ । विश्वका धेरै मुलुकहरूमा यस्तो व्यवस्था छ । भारतमै पनि भारतीय टेलिभिजन-

दूरदर्शनको आवश्यक बजेट सरकारबाट प्राप्त हुन्छ भने संस्था प्रमुखको नियुक्ति संसदबाट पारित भएपछि ६ वर्षका लागि हुने गर्दछ। आर्थिक र नेतृत्व तहको स्थायित्वले नै कुनै पनि प्रसारण संस्था समग्रमा राज्यको हुनसक्छ।

नेपाल टेलिभिजनमा दलीय हस्तक्षेप अत्यधिक हुन्छ भनिन्छ। कस्तो हस्तक्षेप हुन्छ? तपाईंको अनुभव कस्तो छ?

निश्चय पनि देश, काल र परिस्थितिको प्रभाव हरेक क्षेत्रमा परेकै हुन्छ। विशेषगरी सत्तापक्षको प्रभाव सञ्चारमाध्यमहरूमा पर्ने सन्दर्भ नेपाल मात्रै होइन। भन्नु अन्यत्र हेरी यस्तो प्रवृत्ति दक्षिण एसियामा अलि बढी नै भएको हामीले महसुस गरेकै तथ्य हो। जहाँसम्म मेरो अनुभवको कुरा हो, मेरो कार्यक्रमले जहिले पनि अधिकार प्राप्तिका सवालमा आवाज उठाउने गर्थ्यौं र गरी नै रहने छ। मैले २०४६ सालपछिको खुला वातावरणमा यो कार्यको थालनी गर्दा अछेरो भएन तर बीचमा यस किसिमका आवाज उठाउने हरेकले नै दलीय होइन बरु निर्दलीयताको मार सहनु पर्‍यो। अहिले फेरि वातावरण सहज बनेको छ। मलाई त लाग्छ सही र निष्पक्ष रूपमा जनताको बोली बोल्नेलाई कुनै हस्तक्षेपले फरक पाउँदैन।

अहिले देशमा संविधानसभाको चुनाव हुन थाल्यैछ। जातीय अधिकार, महिला अधिकार, सङ्घीय राज्य प्रणाली जस्ता विभिन्न मुद्दाहरूमा बहस निरन्तर भइरहेको छ। त्यसबाहेक जनतालाई शिक्षामूलक र सूचनामूलक कार्यक्रममार्फत सचेत पार्ने चुनौती त सधैं नै छँदैछ। तर सबैभन्दा पुरानो र राज्यको स्वामित्वमा रहेको नेपाल टेलिभिजन भने हप्तैभरि प्राइम टाइम प्रायोजकलाई बेचेर दङ्ग परेको जस्तो देखिन्छ। यो अलि नसुहाउने जस्तो देखियो। तपाईंलाई कस्तो लाग्छ?

संविधानसभाको चुनाव हामी हरेक नेपालीको चाहना हो र यसमा सञ्चारमाध्यमहरूले सक्दो योगदान दिनुपर्ने कुरामा हामी सबैको एकमत छ। नेपाल टेलिभिजनले आफ्नो प्राइम टाइमको केही समय विक्री गरेको छ। यसको एउटा कारण त नेपाल टेलिभिजन सरकारी सञ्चारमाध्यम भए पनि सरकारले नेपाल टेलिभिजनलाई कुनै रकम प्रदान गर्दैन अर्थात् सञ्चालन खर्चदेखि कर्मचारीहरूको तलव समेत नेपाल टेलिभिजनले आफैं जुटाउनुपर्दा समयको विक्री त आवश्यकता हो। अर्कोतर्फ यो विक्री गरिएको समयमा समेत नेपाल टेलिभिजनले जातीय/महिला अधिकार, सङ्घीय राज्य प्रणाली जस्ता विषय समेट्ने अर्थात् चेतनामूलक र शिक्षामूलक कार्यक्रमहरूलाई प्राथमिकता दिने गरेकै छ। अहिले यहाँहरूले नेपाल टेलिभिजनका

प्राइम समयमा पनि संविधानसभालाई लक्षित गरेर सञ्चालित कार्यक्रम हरेक दिन नै हेर्न सक्नुहुन्छ र यो अभै बढ्दो रूपमा छ ।

तपाईंले सन् २००४ मा लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई अध्ययन गर्नुभएको थियो । कस्तो पाउनुभयो त ? अहिले रेडियो र टेलिभिजन दुवैको सङ्ख्यात्मक वृद्धि भएको छ । विद्युतीय सञ्चारमा लैङ्गिक संवेदना बढेको केही सङ्केत पाउनुभएको छ ?

मैले सन् २००४ र २००५ मा समेत लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूको अध्ययन गरेकी थिएँ । त्यसका प्राप्तहरूलाई यहाँ छोटकरीमा प्रस्तुत गर्दा स्पष्ट नहुन सक्छ । केही उल्लेखनीय कुरा भनेको तुलनात्मक रूपले अहिले विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूमा महिलाको उपस्थिति बढेको पाइयो । तर अभै पनि निर्णायक तहमा पुरुषहरूकै बाहुल्यता रहेको पाइयो । यसकै कारण होला प्रस्तुतिमा पनि लैङ्गिक संवेदनशीलता (जेण्डर सेन्सिटिभिटी) को अभाव अध्ययनले देखायो । देशको आधाभन्दा बढी जनशक्तिको विकास र सशक्तीकरणका लागि मात्रै पाँच प्रतिशत समय समेत उपलब्ध नगराइएको र अन्य कतिपय प्रस्तुतिमा महिलालाई अपमान गर्ने खाले विषयवस्तु र शब्दको प्रयोग भएको कुरा प्रशस्तै देखियो । अहिले रेडियो र टेलिभिजन दुवैको सङ्ख्यात्मक वृद्धि भएको छ, तर यहाँ पनि राजनीतिक वार्दविवाद र सस्तो मनोरञ्जन हावी देखिन्छ । लैङ्गिक मुद्दामा तुलनात्मक रूपले केही प्रस्तुति त अगाडि आएका छन् तर अझ धेरैको आवश्यकता छ ।

साउथ एसिया मिडिया मनिटर २००६ नामक पुस्तकमा भएको तपाईंको लेखमा “टिभीका मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रममा महिलालाई कि त ‘असल’ कि त ‘खराब’ रूपमा चित्रण गरिन्छ” भन्नुभएको छ । यसलाई अलि प्रस्ट्याइदिनुस् न ?

मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरूमा महिलालाई प्रस्तुत गर्दा कि त अति नै ‘असल’ आदर्शका रूपमा प्रस्तुत गरिन्छ । ‘असल’ भन्नाले त्यो चरित्रमा यस्ता गुणहरू भरिपूर्ण हुन्छन्, जुन समाजले ‘राम्रो’ भनेर परिभाषा गरेको हुन्छ । जस्तै— सबैको सेवा गर्ने, दुःख र अन्याय परे पनि नबोल्ने । तर फेरि त्यस्ती महिलालाई ‘खराब’ भनेर चित्रण गरिन्छ, जसले समाजको त्यो मापदण्डलाई नाघ्छन्, आफ्नो अप्ठेरो भन्छन् वा आफू महिला हैन मान्छे हुनुको अस्तित्व खोज्छन् । भन्न खोजिएको के हो भने जसरी समाजले महिलालाई मान्छे भएर बाँच्न दिएको छैन, सञ्चारमाध्यमले पनि त्यही परम्परागत मान्यतालाई अगाडि ल्याएको छ । हाम्रो

भनाइ भनेको महिलालाई 'असल' वा 'खराब' भनेर परिभाषित गर्ने मान्यतामा नै समस्या छ, त्यसबाट सञ्चारमाध्यमहरू माथि उठ्नुपर्‍यो ।

नेपाली टिभी विज्ञापन पुरुषवादी छन् भन्ने निष्कर्ष तपाईंको अध्ययनमा परेको छ । यसले के असर पार्छ ? टिभी विज्ञापनलाई लैङ्गिक र अन्य पिछडिएका वर्गका दृष्टिकोणले संवेदनशील बनाउन के गरिनुपर्ला ?

पक्कै पनि पुरुषवादी प्रस्तुतिले त्यो पितृसत्तात्मक शक्ति संरचनालाई नै टेवा पुऱ्याउँछ, जसले महिलाको विकासमा बाधा पुऱ्याएको छ । महिलालाई एउटा उपभोग्य वस्तुको रूपमा प्रस्तुत गर्दा यसले समाजमा तत्कालीन र दूरगामी दुवै रूपमा नकारात्मक असर नै पारिरहेको त विभिन्न अध्ययन अनुसन्धानले स्पष्ट नै पारेका छन् । टेलिभिजन विज्ञापनलाई लैङ्गिक र अन्य पिछडिएका वर्गका दृष्टिकोणले संवेदनशील बनाउने सन्दर्भमा तत्कालीन समाधान भनेको नीतिगत परिवर्तन हुन सक्छ भने दूरगामी परिणाम भनेको चेतनामा अभिवृद्धि नै यसको सही बाटो हो ।

टेलिभिजनका विज्ञापन र अन्य कार्यक्रममा महिलाको परम्परावादी भूमिका बढी देखाइएको पाइन्छ । यसबारे तपाईंसम्बद्ध संस्था अर्थात् नेपाल टेलिभिजनभित्र कस्तो बहस भइरहेको छ त ?

हो, टेलिभिजनका विज्ञापन र अन्य कार्यक्रमहरूमा महिलाको परम्परावादी भूमिका नै बढी देखाइएको पाइन्छ । समाजको कुनै पनि क्षेत्रलाई त्यो समाजबाट अलग गरेर हेर्न मिल्दैन । समाजमा जुन सोचाइ भएका मानिस छन् त्यसको प्रतिनिधित्व हरेक ठाउँमा त्यसै गरी हुन्छ ।

समयअनुसार अहिले हरेक ठाउँमा परिवर्तनका आवाज उठ्दैछन् । नेपाल टेलिभिजनमा महिलाका सन्दर्भमा जे बोले पनि, जे देखाए पनि हुने हिजो जस्तो अवस्था अहिले छैन । एक त निर्माताहरूमा पनि तुलनात्मक रूपमा सचेतता बढेको छ भने आवश्यकताअनुसार नकारात्मक पक्षको विरोध हुने गर्छ । साथै नेपाली टेलिभिजनको माझमा नेपाल टेलिभिजन सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक रूपमा सबैभन्दा बढी लैङ्गिक मुद्दा (जेण्डर इस्युज) लाई अगाडि ल्याउने प्रसारण संस्था हो भनेर दावी गर्न सकिन्छ ।

त्यस्तो दावी गर्ने आधार के हो ?

निश्चय पनि सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक दुवै किसिमले नेपाल टेलिभिजनले लैङ्गिक मुद्दालाई बढी सशक्त रूपमा उठाइएको पाइन्छ । नेपाल टेलिभिजनले २०५१

सालमा महिला सशक्तीकरणको मुद्दालाई उद्देश्य बनाएर कार्यक्रम जागृति सुरु गयो । त्यति बेला नेपालमा अरू टेलिभिजन थिएनन् । तर आजका दिनमा आधा दर्जन नेपाली च्यानलहरूलाई हेर्ने हो र नेपाल टेलिभिजनसँग त्यस दृष्टिले तुलना गर्ने हो भने नेपाल टेलिभिजनले नियमित रूपमा औसतमा साताको दुईओटा यस्ता कार्यक्रम प्रसारण गर्छ जसको मुख्य उद्देश्य लैङ्गिक समानता हो । अरू टेलिभिजनमा यस्तो कार्यक्रमलाई नियमित र निरन्तरता दिइएको पाइँदैन ।

टेलिभिजन कार्यक्रमले जातजातिलाई होच्याउने गरेको, कुनै निश्चित जाति, लिङ्ग, वा समुदायप्रति असंवेदनशील बनेको गुनासाहरू बरोबर सुन्न पाइन्छ । यसो हुन नदिन के उपाय गरिनुपर्ला ? सेन्सर प्रक्रिया कडा पार्ने कि आचारसंहिता बनाएर लागू गर्ने कि अथवा अरू कुनै उपाय छ ?

यस प्रकारका कुरा यदाकदा नहुने होइन, कतिपय अवस्थामा त हामी पनि यसको विरोध गर्ने वा सुझाव दिने काम गरिरहेका छौं । महत्त्वपूर्ण कुरा कार्यक्रम निर्मातादेखि सेन्सर गर्ने व्यक्तिसम्ममा यो संवेदनशीलता र चेतनाको अभिवृद्धि आवश्यक कुरा हो । यहाँनेर हामीले शिक्षा, चेतना एवं जानकारी हुनु र संवेदनशील हुनु भनेको फरक फरक कुरा हुन् भनी बुझ्नु जरुरी छ ।

प्रिन्टमा भन्दा प्रसारण माध्यममा महिलाको उपस्थिति धेरै छ । यस्तो किन भएको होला ?

प्रिन्टभन्दा प्रसारण माध्यममा उपस्थिति धेरै छ । यसलाई म गुणात्मकभन्दा पनि सङ्ख्यात्मक भन्न रुचाउँछु । यसो हुनुमा समाजको परम्परागत प्रवृत्ति नै जिम्मेवार छ । महिलालाई वस्तुका रूपमा प्रस्तुत गर्ने पितृसत्तात्मक सोचअनुसार पर्दामा महिलालाई नै बढी उतारेको पाइन्छ । तर त्यसलाई निर्देशन गर्नेहरूमा भने पुरुषको बाहुल्यता छ । त्यसैले दृश्य अर्थात् टिभीमा महिला बढी देखिए पनि त्यहाँ परम्परागत भूमिकामा नै देखिन्छन् । टेलिसिरियल जस्तो काल्पनिक कथा वस्तुमा आधारित प्रस्तुति (फिक्सन) मा त यो भन्नु बढी छ । अनि नन् फिक्सन प्रस्तुतिमा पनि प्रस्तुतकर्ताको रूपमा नै महिलाको उपस्थिति एकदम ज्यादा छ । तर के बोल्ने, कसरी बोल्नेदेखि उसको हाउभाउ र पोशाकमा समेत निर्णय गर्ने ठाउँमा अधिकांश पुरुषहरू नै देखिन्छन् । समाजमा महिलाको भूमिका तीव्र रूपमा परिवर्तित हुँदैछ । आजका महिला शैक्षिक, आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक हरेक क्षेत्रमा आफ्नो गुणात्मक र सङ्ख्यात्मक उपस्थिति देखाउँदैछन् तर यो सत्यतालाई आजको नेपाली सञ्चारले प्रतिबिम्बित गर्न सकेको छैन ।

मैले सन् २००४ र २००५ मा गरेको अध्ययनअनुसार टेलिभिजनको प्राइम टाइमका समाचार र अन्य कार्यक्रममा ८० प्रतिशतभन्दा बढी महिलाको उपस्थिति भएको पाइयो तर लेखन, निर्देशन, निर्माण, प्रविधि लगायतका कुरामा महिलाको पकड पाँच प्रतिशतभन्दा पनि कम थियो । यसको कारणको कुरा गर्दा फेरि सामाजिक संरचनाका विविध पक्षहरू खोतल्नुपर्ने हुन्छ । समग्रमा भन्दा प्रसारण माध्यमहरूमा महिलाहरूको सङ्ख्यात्मक उपस्थितिका साथै गुणात्मक उपस्थिति आजको आवश्यकता हो ।

सञ्चारमाध्यममा महिलाको सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक उपस्थिति बढाउने उपाय के के हुन् त ?

आमसञ्चारको क्षेत्रमा महिलाको सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक उपस्थितिका लागि मुख्य रूपमा शिक्षा र तालिमको आवश्यकता हुन्छ । तर साथसाथै यहाँनेर हामीले हाम्रो सामाजिक मूल्य र मान्यतामाथि विचार गर्नुपर्ने देखिन्छ । टेलिभिजनमा शिक्षित जनशक्तिको माग हुन्छ । त्यसमा पनि उच्च र प्राविधिक शिक्षाको आवश्यकता हुन्छ । जब कि हाम्रो जस्तो मुलुकमा प्राथमिक तहमा बालबालिकाको सङ्ख्या बराबरै जस्तो देखिए पनि क्रमशः बालिकाको सङ्ख्या घट्दो अवस्थामा हुन्छ । एक अध्ययनअनुसार प्रवीणता प्रमाणपत्र तह र सोभन्दा माथिको शिक्षा हासिल गर्नेहरूमा देशका कुल महिलाको पाँच प्रतिशत मात्रै छन् । महिलाहरू बढी घरेलु काममा संलग्न हुने र परिवारमा सीमित हुने गर्छन् । यो अवस्थामा हामीले आमसञ्चारमा महिला सहभागिता बढाउन तत्कालीन र दूरगामी गरी नीति र कार्यक्रमहरू तय गर्नुपर्छ । तत्कालीनमा विशेष तालिम, आरक्षण लगायतका कार्यक्रम हुन सक्छन् भने दूरगामीमा महिलाको उच्च शिक्षासम्मको पहुँच बढाउन विशेष पहल गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

तपाईंले एक ताका नेपाल टेलिभिजनमा जागृति कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुहुन्थ्यो । कस्तो कार्यक्रम थियो यो ? के विषयलाई समेटिन्थ्यो ?

‘जागृति’ कार्यक्रम नेपाल टेलिभिजनले सुरु गरेको पहिलो महिला अन्तर्क्रियात्मक (टक शो) कार्यक्रम हो । यसअघि महिलाका नाममा कार्यक्रमहरू त थिए तर ती कल्याणकारी अवधारणाले सञ्चालित थिए । अधिकारमुखी ढङ्गले महिलाका आवाजलाई उठाउने यो कार्यक्रम २०५१ साल वैशाख १६ देखि सुरु भएको हो । दीपा गौतमको प्रस्तुति र निर्माणबाट यसको सुरुआत भयो । पछि म स्वयंले यो कार्यक्रम करिब ६ वर्ष सञ्चालन गरें ।

जागृति कार्यक्रम किन बन्द भयो त ?

कार्यक्रम सञ्चालनको दौरानमा म प्रसारण पत्रकारितामा डिग्री लिने उद्देश्यले भारतको एसियन कलेज अफ जर्नालिज्मतिर लागें। कार्यक्रम यसै छाडेर जाने इच्छा थिएन तर सो अध्ययनले पनि फेरि कार्यक्रम उत्पादनमै सहयोग गर्ने ठानी मैले कार्यक्रम छोडें। त्यसपछि, नेपाल टेलिभिजनले जागृतिलाई निरन्तरता दिन गरेको प्रयास सफल भएन। अध्ययन पूरा भैसकेपछि, यहाँ फर्किँदा नेपालका अरू प्रसारण संस्थाहरूले जागृति जस्तै कार्यक्रम गर्न खोजेको देखियो। त्यसैले 'टक शो' को भीडबाट अलग हुन नितान्त फरक खालको कार्यक्रम 'सङ्घर्ष' अगाडि ल्याएँ। ठूला मान्छेका गफभन्दा विकासको मूलधारबाट पर रहेका महिला, दलित, जनजाति, बालबालिका, अपाङ्ग जस्ता विषय उनीहरूकै आवाजमा प्रस्तुत गर्ने प्रयासको थालनी गरें।

नेपाल टेलिभिजनमा तपाईंले सञ्चालन गर्ने सङ्घर्ष कार्यक्रम के उद्देश्य राखेर सुरु गरिएको थियो ? यस कार्यक्रममा राजनीतिक मुद्दामा चाहिँ किन छलफल नगरिने हो ?

सङ्घर्ष कार्यक्रमको मूल उद्देश्य भनेको आवाजविहिनहरूको आवाज प्रस्तुत गर्नु हो। सङ्घर्षमा प्रतिनिधि गर्ने व्यक्ति भन्दा पनि समस्या वा घटनालाई भोगेका व्यक्ति नै स्वयं प्रस्तुत हुन्छन्। साथै एउटा व्यक्तिको सानो प्रयास वा सफलता जसले त्यस्तै अरूलाई प्रोत्साहन दिन सक्छ, त्यो पनि सङ्घर्षको विषय हो। अन्यायमा परेका तर त्यसलाई नस्वीकारी त्यसविरुद्ध सङ्घर्षरत आवाजलाई हामी स्थान दिन्छौं। विशेषगरी अन्यायमा परेका, ओभेलमा दबेका वा दबाइएका यस्ता आवाज जसमा परिवर्तनका लागि अभै उर्जा बाँकी छ, तिनलाई सङ्घर्षले खोजेर ल्याउँछ। समग्रमा आज सञ्चारमाध्यमहरूले राजनीतिक मुद्दालाई समात्दै यस्ता सामाजिक विषयलाई आफ्नो प्राथमिकता क्रमको सबैभन्दा तल राखेका छन्, हामी त्यहाँबाट सुरुआत गर्छौं। जहाँ अधिकारका सवालमा आवाज उठाइन्छ, त्यहाँ राजनीतिक मुद्दा उठ्दैन भन्ने छैन। हामीले सङ्घर्ष कार्यक्रममा जनआन्दोलनदेखि संविधानसभा निर्वाचनमा समावेशीको मुद्दालाई सशक्त रूपमा उठाउँछौं। के यो राजनीतिक विषय हैन र ? देशको राजनीति समाज उत्थानका लागि हुनुपर्छ भन्ने मान्यतामा हाम्रो प्रस्तुति केन्द्रित हुन्छ। हो हामी सङ्घर्षमा राजनीति हावी हुन दिने पक्षमा छैनौं।

सङ्घर्ष कार्यक्रममा प्राविधिज्ञबाहेक तपाईंलाई सघाउने कति जनाको समूह छ ? के विषयमा कसलाई निम्त्याएर कार्यक्रम चलाउने भनेर कसरी निकर्वाल गरिन्छ ?

टेलिभिजन कार्यक्रम निर्माण एउटा 'टीम वर्क' हो, यसमा छायाँकार, ध्वनि नियन्त्रक, दृश्य सम्पादकदेखि स्टुडियोमा पनि एउटा समूह नै कार्यरत हुन्छ, जसको सहयोगविना एउटा स्तरीय कार्यक्रम निर्माण असम्भव छ। प्राविधिक पक्षबाहेक कार्यक्रमको विषय छनोटका सम्बन्धमा आफ्नो टीम र अन्य विशेषज्ञहरूसँग पनि सल्लाह गरिन्छ। समयको मागलाई पनि ध्यान दिनुपर्छ। यसका साथै दर्शकहरूको सल्लाहलाई पनि हामी ध्यानमा राख्छौं। विषयवस्तु सम्बन्धी अध्ययन/ अनुसन्धानले पनि अन्तर्वार्ताका लागि सही व्यक्ति चयन गर्न मद्दत गर्छ। कार्यक्रमको अध्ययन, अनुसन्धान, लेखन, प्रस्तुति जस्ता कार्य मैले नै गर्छु।

सङ्घर्ष कार्यक्रममा दुःख पाएका, पीडित व्यक्तिलाई निम्त्याइन्छ र उसले पाएका दुःखबारे बोल्न लगाइन्छ। यसले उसलाई भन्नु दुःख पुऱ्याउने सम्भावना त हुँदैन ? यसबाट उसलाई प्रत्यक्ष केही उपलब्धि होला त ?
 दुःख र पीडा पाएका व्यक्ति त हुन्छन् तर हामी तिनलाई पीडितका रूपमा नभै त्यसको कारणको विरोधीका रूपमा प्रस्तुत गर्छौं। त्यतिबेला ऊ पीडित होइन बरु एउटा यस्तो नेतृत्वदायी भूमिकामा हुन्छ जसले आफू जस्ता अरूको लागि समेत न्यायका लागि सशक्त आवाज उठाउँछ। सन्दर्भ हेरी हामी प्रस्तुत व्यक्तिहरूको नाम र परिचय समेत गोप्य राखी सञ्चार आचारसंहिताको पालना गर्छौं। सङ्घर्षमा प्रस्तुत भैसकेपछि धेरै व्यक्तिहरूले प्रत्यक्ष फाइदा समेत पाएका छन्। आफूलाई एचआइभी पीडित सम्भेर बाँचिरहेकी अछामकी लक्ष्मी देवी भूलले हाम्रो कार्यक्रममा आएपछि आफूलाई एचआइभी नभएको थाहा पाइन्। एड्सबाट उनको पतिको मृत्यु भएलगत्तै स्वास्थ्यमा देखिएको समस्याबाट आफूलाई एचआइभी लागेको अनुभूति उनलाई भयो। विभिन्न सङ्घसंस्थाहरूले पनि परीक्षण बिना उनलाई रोगीका रूपमा प्रस्तुत गर्न थाले। हामीले भेटघाटमा उनको रगत परीक्षण नै नभएको थाहा पाई कार्यक्रममार्फत ती सङ्घसंस्थाहरूप्रति औंला उठायौं जसले लक्ष्मी देवी जस्ता माथि अन्याय गर्दैछन्। हाम्रो कार्यक्रम प्रसारण भएपछि सेभ द चिल्ड्रेन नामक संस्थाले उनको रगत परीक्षण गरिदियो र लक्ष्मी देवीलाई एचआइभी नभएको थाहा भयो। यसै गरी बुटवलकी वाला नेपालले वर्षौंदेखि थन्किएको अंशमुद्दा जित्नु र उनकी छोरी अतिथिले अध्ययनका लागि छात्रवृत्ति पाउनु लगायत यस्ता कुराको सूची लामो हुन सक्छ। सङ्घर्षको उद्देश्य आवाजविहिनहरूको आवाज मूलधारमा ल्याई समतामूलक समाज निर्माणका आधार खडा गर्नु हो। यसको प्रत्यक्ष असर तत्काल नदेखिन पनि सक्छ। तर हाम्रो प्रस्तुतिले त्यो उद्देश्य प्राप्तमा कुनै न कुनै किसिमले पहल गरिरहेको कुरामा म विश्वस्त छु।

यो कार्यक्रम हेरेर प्रतिक्रिया जनाउने गरेको कतिको पाउनुभएको छ ?
कस्ताखाले प्रतिक्रिया आउँछन् ?

कार्यक्रमको प्रतिक्रिया प्रशस्तै आउँछन् । प्रतिक्रिया मिश्रितखाले हुन्छन् । विषयवस्तु सुभावाव हुन्छन्, कतिले त प्रस्तुत व्यक्तिलाई सहयोग गर्ने इच्छा राखेका हुन्छन् । हामी राम्राराम्रा सल्लाह सुभावाका साथै हामीलाई कार्यक्रम अगाडि लान सहयोग मिल्ने प्रोत्साहनका अभिव्यक्ति पनि पाउँछौं ।

इमेल, फोन, पत्रपत्रिकाबाट वा प्रत्यक्ष भेटघाटका सन्दर्भमा पनि प्रतिक्रिया पाइन्छ । यसैबीच एकपटक बानेश्वर चोकमा डोकोमा सुन्तला बेचिरहेकी एक महिलालाई 'दिदी सुन्तलाको कति ?' भन्दा पुलुकक मेरा अनुहारमा हेर्दै, 'हामीले आफ्ना घरमा समेत भन्न नसकेका हाम्रा मनका कुरा तपाईं टिभीमा भन्नुहुन्छ, के पैसा लिनु' भनेर दिएको अभिव्यक्ति मेरो जीवनकै सबैभन्दा मन छुने अभिव्यक्ति रह्यो भन्दा हुन्छ । मेरा लागि यो भन्दा ठूलो प्राप्ति छैन ।