

नेपाली मिडियाका केही अभ्यास र प्रवृत्ति

शेखर पराजुली

नेपाली समाजका अन्य क्षेत्र जस्तै मिडियाका पनि केही सकारात्मक र केही नकारात्मक पक्षहरू छन् । समाजका विभिन्न क्षेत्रका विकृति र सुकृतिहरूलाई मिडियाले सार्वजनिक गरिदिन्छन् र सबैले त्यसबारे जानकारी पाउन सक्छन् । तर मिडिया आफैँको सबल र दुर्बल पक्षबारे सर्वसाधारणले जानकारी पाउन सकेको अवस्था छैन । किनभने, यसबारे उतिसारो बहस हुने गरेको पाइँदैन । यस आलेखमा नेपाली मिडियाको गुण र दोषलाई केलाउँदै यसबारे हुने गरेको बहस र त्यस परिप्रेक्ष्यमा प्रस्तुत पुस्तकको सान्दर्भिकताबारे लेखाजोखा गरिएको छ र अन्तमा पुस्तकको संरचनाबारे व्याख्या गरिएको छ ।

‘फड्को मारेको’ नेपाली मिडिया

नेपाली मिडियाले छोटो समयमा लामो फड्को मारेको छ भन्ने भनाइ अचेल प्रचलित छ । कसैले त मिडियाको क्षेत्रमा भएको उपलब्धिलाई ‘महान् मिडिया क्रान्ति’ पनि भन्ने गरेका छन् (गौतम र हुमागाईं २०६१) । २०४६ सालसम्म खासै फैलन नपाएको नेपाली मिडियाका लागि त्यसपछिको उदार परिवेश उर्वर

भूमि बन्यो । संविधानतः प्रेस सुरक्षित भएपछि छापामाध्यमले अभूतपूर्व विस्तार हासिल गर्‍यो भने अन्य कानुनी प्रावधानले रेडियो र टिभी प्रसारणका लागि पनि बाटो फुक्यो । फलतः सबैखाले आम सञ्चारमाध्यमले आफ्नो क्षमताअनुसार प्रगति हासिल गर्दै र समाजलाई सोही अनुरूप प्रभाव पनि पाउँ गए । मिडिया क्षेत्रले मारेको यो फड्को निश्चय नै प्रशंसा गर्न लायक छ र लोकतान्त्रिक नेपाली समाजका लागि महत्त्वपूर्ण पनि छ । तर यसका सकारात्मक पक्ष मात्रै छन् भन्न चाहिँ मिल्दैन । मिडियाको वृद्धि सँगसँगै केही कमजोरी पनि साथ लागेर आएका छन् जसले यसको प्रभावकारितालाई साँघुन्याएका छन् । सर्वप्रथम मिडिया जगतमा देखिएका सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक प्रगतिबारे चर्चा गरौं ।

सङ्ख्यात्मक वृद्धि

मिडियाको सङ्ख्यामा भएको वृद्धिलाई पुष्टि गर्न प्रमाणै दिनुपर्दैन । दैनिक पत्रपत्रिका उत्तिकै छन्, हरेक वार थरी थरीका साप्ताहिक ट्याब्लोइड निस्किरहेकै छन् । समाचार विश्लेषण गर्ने म्यागजिन मात्र होइन, खेलकुद, चलचित्र, अर्थतन्त्र जस्ता विषयलाई प्राथमिकतामा राखेका म्यागजिन पनि उल्लेख्य सङ्ख्यामा निस्किरहेका छन् । काठमाडौं बाहिरका सहरहरूमा पनि स्थानीय मिडिया गतिशील नै देखा परेको छ । प्रेस काउन्सिल नेपालको रेकर्डअनुसार आ.व. २०६२/०६३ मा समाचारमूलक पत्रपत्रिकाको कुल दर्ता सङ्ख्या २२५३ पुगेको छ । तीमध्ये ५८२ ओटा पत्रिकाहरू प्रकाशित भइरहेका छन् (प्रेस काउन्सिल नेपाल २०६३) ।

नेपालमा प्रसारण पत्रकारिताले यो 'फड्को माराइ' लाई भन्नु राम्ररी पुष्टि गरेको छ । आधा दर्जनभन्दा बढी नेपाली टिभी च्यानलले नियमित प्रसारण गरिरहेका छन् । स्थानीय क्षेत्रमा एफएम रेडियो सञ्चालन गर्ने नेपाली अभ्यास त दक्षिण एसियाली क्षेत्रमै उदाहरणीय बनेको पाइन्छ । २०६४ भदौ मसान्तसम्ममा ९० भन्दा बढी रेडियो स्टेसन प्रसारणमा आइसकेका छन् । भू-उपग्रहमार्फत प्रसारित टेलिभिजन र अनलाइन न्युज पोर्टलले गर्दा नेपाली पत्रकारिता नेपाली राजनीतिक भूगोलमा मात्रै खुम्चिनुपर्ने बाध्यता छैन । विभिन्न पत्रपत्रिकाले आफ्नो अनलाइन संस्करण समेत राखेका छन् । प्रविधिको विकासले नेपालका रेडियो र टिभीका कार्यक्रमलाई समेत संसारको कुनै पनि कुनामा बसेर इन्टरनेटमार्फत सुन्न/हेर्न सकिने भएको छ ।

गुणात्मक वृद्धि

सङ्ख्यात्मक वृद्धि सँगसँगै नेपाली पत्रकारिताले गुणात्मक हिसाबले पनि आफूलाई उकासेको छ । यसका पछाडि केही निश्चित कारण छन् । पहिलो कारण यस

क्षेत्रमा देखिएको प्रतिस्पर्धा हो । मिडियाको सङ्ख्यात्मक वृद्धिले आपसमा प्रतिस्पर्धा बढाएको छ । प्रतिस्पर्धाले विविधता ल्याएको छ । नयाँ नयाँ सञ्चारसाधन जन्मिरहेकाले पाठक/श्रोता/दर्शकलाई छनोटको अवसर प्रशस्त छ । आफ्ना पत्रिका वा कार्यक्रमका उपभोक्ता जति सक्दो बढाउनु नै मिडियाका लागि कल्याणकारी हुन्छ, किनभने पाठक बढी भएका पत्रिका र श्रोता/दर्शक धेरै भएका रेडियो/टेलिभिजन कार्यक्रम नै विज्ञापनदाता र प्रायोजकको प्राथमिकतामा हुन्छन् । यसर्थ आफ्ना उत्पादन (समाचार, लेख, कार्यक्रम) विश्वसनीय, गुणस्तरीय र विविधतायुक्त पार्नेतर्फ मिडिया मालिक र पत्रकारको ध्यान पुगेको छ ।

दोस्रो कारण पत्रकारको क्षमता अभिवृद्धि हो । खास गरी पछिल्ला पाँच सात वर्षयता मिडियासम्बन्धी पठनपाठनका गतिविधि असाध्यै बढेका छन् । इच्छा हुनेलाई माध्यमिक विद्यालयदेखि नै पत्रकारिता अध्ययन गर्ने अवसर उपलब्ध छ । उच्च माध्यमिक वा प्रमाणपत्र तहका साथै स्नातक र स्नातकोत्तर तहमा विभिन्न शैक्षिक प्रतिष्ठानहरूले पठनपाठनका कार्यक्रम सञ्चालन गरिरहेका छन् (हुमागाईं, भट्ट र अधिकारी २०६४) । सैद्धान्तिक र धेरथोर प्रयोगात्मक ज्ञान हासिल नगरी पत्रकारितामा प्रवेश गर्ने/गर्न पाइने प्रचलन एकदमै न्यून भएको छ । सक्षम व्यक्ति मात्र अधि बढ्न सक्ने अवस्था सिर्जना भएको छ । यस्तो अवस्थालाई तालिम प्रदायक संस्थाले थप मलजल गरेका छन् । तालिमका प्रकार बढेका छन्, छोट्टा तालिम तन्किएर लामा र अभ् खँदिला बनेका छन् । तालिम लिएकाले आफूले सिकेको सीप सहकर्मीलाई बाँडेका पनि छन् (मैनाली २०६४) । पत्रकारहरू अनुभवले खारिँदै गएका छन् ।

तेस्रो कारण हो अनुसन्धान, निगरानी र पैरवी । अचेल मिडियाबाट प्रसारित/प्रकाशित सामग्रीको अन्तर्वस्तुलगायत यसका विभिन्न पक्षमाथि अनुसन्धान गर्ने अभ्यास बढेको छ (हुमागाईं, भट्ट र अधिकारी २०६४) । मिडियाबारे हुने यस्ता अनुसन्धानले तिनका सामग्रीमा देखा परेका खोट बाहिर ल्याउँछन् । निगरानी र अध्ययनबाट प्राप्त निष्कर्षलाई पैरवीमा लागेका संस्थाहरूले पैरवीका लागि उपयोग गर्छन् र कमजोरी सुधार्न दबाव दिन्छन् । उदाहरणका लागि, सञ्चारमाध्यममा महिलाको न्यून उपस्थितिबारे वा महिलालाई मिडियामा परम्परागत भूमिकामा प्रस्तुत गरिने चलनबारे भएका अध्ययनलाई अस्मिता, सञ्चारिका समूह लगायतका संस्थाले पैरवीका कार्यक्रममा उपयोग गरेको पाइन्छ ।

मिडिया गुणस्तर वृद्धिको चौथो कारण चाहिँ प्रविधि हो । विज्ञानको क्षेत्रमा भइरहेको द्रुत प्रगतिले दिन प्रतिदिन नयाँ प्रविधि देखा पर्ने क्रम जारी छ र तिनको

उपयोग नेपाली मिडियाले यथेष्ट गरेको छ। इमेल, इन्टरनेटको उपयोगले समाचार, फोटो, कार्टुन, भिडियो क्लिप्स, अडियो क्लिप्स आदिको सम्प्रेषण सहज बनेको छ भने एक ठाउँमा तयार भएको सामग्री अर्को ठाउँमा तत्काल पुऱ्याउन सकिने भएको छ। त्यसैले गर्दा विभिन्न पत्रिकाहरूको क्षेत्रीय संस्करण फरक फरक स्थानबाट एकसाथ प्रकाशन गर्न सम्भव भएको हो। एक ठाउँमा उत्पादित रेडियो कार्यक्रम एकैपटक विभिन्न स्थानका एफएम स्टेसनबाट प्रसारण गर्न थालिएको छ। फोटो, कार्टुन, स्केच इत्यादिको प्रयोगदेखि लिएर साजसज्जा र मुद्रण जस्ता काममा उच्चस्तरीय प्रविधिको उपयोग नेपाली मिडियाले गरिरहेको छ। यस प्रकार प्रविधिको कारण नेपाली मिडिया आकर्षक, छिटोछरितो, गहकिलो र प्रभावकारी बन्दै गएको छ।

मिडियाले राज्य र समाजका गतिविधिमाथि निगरानी राख्दै अनियमितता र विकृतिलाई प्रकाशमा ल्याउन सक्छ। सत्तामा बस्दा गैरकानुनी रूपमा धन कमाएका नेताहरूको नालीवेली बाहिर ल्याएर होस् वा जबर्जस्ती चन्दा असुलीमा लागेकाको वृत्तान्त पस्केर होस्, विकृतिलाई सार्वजनिक गर्ने काम नेपाली मिडियाले गरेकै हो। यस्तै भूमिकाका कारण नै, २०६१ माघ १९ मा राजा ज्ञानेन्द्रले सत्ता हातमा लिएपछि सञ्चारमाध्यम आक्रमणको तारो बनेका थिए। नेपाली मिडियाले राजाको प्रत्यक्ष शासनकालभर निरङ्कुश र अप्रजातान्त्रिक प्रवृत्तिको घोर विरोध गरेको थियो र अन्ततः जनआन्दोलनको पक्षमा सकारात्मक भूमिका खेलेको थियो।

२०५९ जेठ ८ मा प्रतिनिधि सभा विघटन भएपछि देशमा न आम चुनाव हुन सकेको छ न स्थानीय चुनाव। २०६३ साल वैशाखपछि भने जनआन्दोलनको बलमा पुरानै प्रतिनिधिसभालाई ब्यूँताइयो र पछि नयाँ सदस्यहरू समेत थपी अन्तरिम संसद बनाइएको छ। यसबीच जनप्रतिनिधिविहीन अवस्थाबाट राज्य गुञ्जेको समयमा पनि नेपाली मिडियाले आफ्नो तर्फबाट महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेकै हो। राजनीतिक दल, सरकारी प्रतिनिधि र अन्य सरोकारवाला पक्षका बीच छलफलका लागि देशभर छरिएर रहेका एफएम रेडियो उपयोगी सार्वजनिक डबली बन्दै आएका छन् (पराजुली २०६२)। यी रेडियोमार्फत विभिन्न भाषाभाषीका कार्यक्रम प्रसारण हुन थालेका छन् जसले ती भाषाको वाङ्मयलाई धनी बनाउन सघाएको छ (महर्जन २०५९, तामाङ २०६२)। टेलिभिजन प्रसारणले पनि आफ्नो बेग्लै परिचय देखाउन थालिसकेको छ। २०६० मङ्सिरमा पर्साका तत्कालीन प्रमुख जिल्ला अधिकारी धरणीधर खतिवडाले रक्सीको सुरमा रेस्टुरेन्ट सञ्चालकलाई धम्क्याएको समाचार भिडियो क्लिप्ससहित

कान्तिपुर टिभीमा प्रसारण भएपछि तत्काल उनीमाथि गृह मन्त्रालयले कारवाही प्रक्रिया अघि बढाएको थियो, कसैले उजुरी गर्नुपरेको थिएन (नेपाल सन् २००७) ।

पत्रपत्रिकामा विभिन्न विचारधाराका व्यक्तिहरूले लेखमार्फत आफ्ना तर्क राख्ने स्थान पाएका छन् । पाठक पत्रलाई पनि यिनले उल्लेख्य स्थान दिएका छन् । खास गरी कान्तिपुरले लगभग एक पृष्ठ नै यसका लागि छुट्ट्याएको छ जसमा पाठकहरूले समाजका विकृति उजागर गर्नेदेखि लिएर विभिन्न विषयमा दह्रो तर्क वितर्क, बहस र छलफल गरेको पाइन्छ । त्यति मात्र होइन, पत्रपत्रिकाहरू मुटुको भल्भ या मृगौलाले काम नगरेर जीवनमरणको दोसाँधमा पुगेका र आर्थिक अभावले उपचार गर्न नपाएका विरामीलाई उपचारार्थ रकम जुटाइदिने माध्यम पनि बनेका छन् । २०६४ सालको वर्षामा बाढीको प्रकोपले देशभर धेरै धनजनको क्षति हुन पुग्दा नेपाली मिडियाले जनतालाई अनुरोध गरेर बाढी पीडित उद्धार कोषका लागि करोडौंको रकम जोहो गरिदिएको थियो । समग्रमा, राष्ट्रिय जीवनका विविध पक्ष र अवसरमा मिडियाको सकारात्मक एवम् प्रभावकारी भूमिका लगातार बढ्दै गएको छ ।

विगतका तीन दशकलाई मात्र हेर्ने हो भने पनि नेपाली समाजले यस अवधिमा उल्लेखनीय परिवर्तनका विभिन्न चरणहरू पार गरेको छ र नेपाली मिडिया ती परिवर्तनको निरीह साक्षी मात्र बनेको छैन, तिनको पक्षमा आफैं दृढतासाथ उभिएको छ । यस क्रममा पञ्चायत काल, बहुदलीय काल, राजाको सक्रिय शासन र त्यसपछिको सङ्क्रमणकाल— यी विभिन्न कालखण्डहरू नेपाली सञ्चारकर्मीका लागि बेग्लाबेग्लै कठोर पाठशालाका रूपमा देखा परेका छन् । तर, राज्य व्यवस्था र शासन प्रणाली भित्ते घडीको पेण्डुलमभैँ विपरीत ध्रुवमा विचरण गरिरहँदा पनि नेपाली मिडिया भने एकनास, अविच्छिन्न र अविचलित रूपमा प्रगतिशीलता र लोकतन्त्रको पक्षमा खडा रहँदै आएको छ । लोकतन्त्रका पक्षमा लड्ने यो मिडिया स्वयंले लोकतान्त्रिक मान्यता र चरित्रलाई आफूमा कति समावेश गर्न सकेको छ, त्यो भने सिक्काको अर्को पाटो हो जसबारे अब चर्चा गरिन्छ ।

नेपाली मिडिया : कमजोरी पनि उत्तिकै छन्

नेपाली मिडियामा केही यस्ता संरचनागत कमजोरी विद्यमान छन् जसले यसको प्रभावकारितालाई खुम्च्याएका छन् र लोकतान्त्रिक बन्ने बाटोमा तगारो तेर्स्याएका छन् । तीमध्ये मिडियाको काठमाडौं केन्द्रित प्रकृति, सरकारी वा व्यापारिक स्वामित्व, पत्रकारको कम योग्यता तथा लैङ्गिक र जातीय प्रतिनिधित्वको अभावलाई

प्रत्यूष वन्तले मुख्य मानेका छन् (वन्त सन् २००४क) । यहाँ नेपाली मिडियाका केही कमजोर पक्षहरूबारे स्वामित्व र मिडिया, राजनीति र मिडिया, र जनशक्ति शीर्षकमा चर्चा गरिएको छ ।

स्वामित्व र मिडिया

नेपाली मिडियामा स्वामित्व विविधतायुक्त नै छ । राज्यको स्वामित्वमा रहेका रेडियो नेपाल, नेपाल टेलिभिजन, *गोरखापत्र*, *द राइजिङ नेपाल* यथावत् सञ्चालनमा छन् । यद्यपि तिनलाई निजीकरण गर्नेबारे पनि बहस जारी छ ।^१ निजी क्षेत्रले पत्रपत्रिका सञ्चालन गर्न थालेको २००७ सालताकादेखि नै हो । २०४६ सालको जनआन्दोलनपछि प्रजातन्त्र पुनःस्थापनापछि ठूलो लगानीसहित निजी क्षेत्रका लगानीकर्ता भित्रिए । एफएम रेडियो र टेलिभिजन प्रसारणमा पनि निजी क्षेत्र बलियो सम्भावना लिएर आइरहेको छ । एफएम प्रसारणमा स्वामित्वको विविधता भन्नु धेरै छ । सरकारका स्थानीय निकायले समेत एफएम रेडियो प्रसारणमा हात हालेका छन् । काठमाडौँ महानगरपालिकाद्वारा सञ्चालित मेट्रो एफएम, मदनपोखरा गाविसद्वारा सञ्चालित रेडियो मदनपोखरा यसका उदाहरण हुन् । त्यसै गरी विभिन्न गैरसरकारी संस्थाले एफएम रेडियो सञ्चालन गरेका छन् र केही स्थानमा सहकारी संस्थाले रेडियो स्टेसन चलाएका छन् । उदाहरणका लागि, रेडियो सगरमाथा नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको स्वामित्वमा छ जो एक गैरसरकारी संस्था हो । रेडियो लुम्बिनी सहकारी संस्थाले सञ्चालन गरेको रेडियो हो ।

विकसित देशहरूमा बीसौँ शताब्दीको अन्त्यतिरदेखि विभिन्न मिडिया संस्था आपसमा गाभिने, ठूलो पूँजीको संस्थाले सानो पूँजीमा चलिरहेका संस्था किन्ने जस्ता गतिविधि बढिरहेका छन् र एकै व्यक्ति वा संस्थाका अधीनमा धेरै मिडिया रहेका छन् । यसले गर्दा मिडियाको सूचनाको स्रोत सीमित हुन पुगेको छ, विविधता खुम्चिएको छ र प्रजातान्त्रिक वातावरणलाई हर्काउने बढाउने काम गर्ने मिडियाको क्षमता साँघुरिएको छ (अलबरान सन् २००४) । एकै संस्थाले धेरै

^१ २०६३ सालमा गठित उच्चस्तरीय मिडिया सुभावा आयोगले *गोरखापत्र*को ब्राण्ड र सम्पत्ति छुट्ट्याएर निजीकरण गर्न सिफारिस गरेको थियो । आयोगले निजी क्षेत्रमा सशक्त समाचार समिति नभएकाले राष्ट्रिय समाचार समितिलाई अहिल्यै निजीकरण गर्न नमिल्ने राय दिएको थियो भने रेडियो नेपाल र नेपाल टेलिभिजनलाई संसदप्रति उत्तरदायी हुने गरी सार्वजनिक प्रसारण सेवाका रूपमा विकास गर्न सिफारिस गरेको थियो (उच्चस्तरीय मिडिया सुभावा आयोग २०६३) ।

मिडिया चलाउने अभ्यास नेपालमा पनि देखा परिसकेको छ । उदाहरणका लागि, कान्तिपुर पब्लिकेसन्सको स्वामित्वमा दुई दैनिक (*कान्तिपुर* र *द काठमाण्डु पोस्ट*), दुई साप्ताहिक (*साप्ताहिक* र *नेपाल*) र एक मासिक (*नारी*) प्रकाशित हुन्छन् । त्यसै गरी यसकै लगानीकर्ताको स्वामित्वमा र उही 'ब्रान्ड नेम' मा कान्तिपुर एफएम र कान्तिपुर टेलिभिजन सञ्चालनमा छन् । कान्तिपुर एफएमले देशभर एफएम स्टेसन चलाउनका लागि जम्मा आठओटा लाइसेन्स लिएको छ । यस एफएमको पूर्वाञ्चलमा रिले स्टेसन चालू छ भने देशका अन्य विभिन्न स्थानमा रिले स्टेसनको तयारी भैरहेको छ ।

नेपालमा मिडिया क्रमशः उद्योगको रूपमा स्थापित हुँदैछ । हजारौंको सङ्ख्यामा पत्रकार र अन्य मानवशक्तिले प्रत्यक्ष रोजगारी यस उद्योगमार्फत पाएका छन् । यसले आर्थिक कारोवार बढाएको छ । तर यसको सञ्चालन पूँजी हुनेले नै गर्न सक्छन् र स्वाभाविक रूपमा अन्य उद्योगभन्दा यो पनि नाफामुखी छ । फरक के हो भने अन्य उद्योगमा उपभोक्ता नै खरिदकर्ता हुन्छ, यसका उपभोक्ता र खरिदकर्ता भिन्नाभिन्न हुन्छन् । मिडियाका उत्पादन वा सेवा धेरै नाफा निकाल्ने उद्देश्यले वस्तुका रूपमा उपभोक्तासम्म पुऱ्याइन्छ र त्यसको लगानी विज्ञापनदाताबाट उठाइन्छ । त्यसैले मिडियाले उपभोक्ताको स्वार्थभन्दा विज्ञापनदाताको स्वार्थलाई महत्त्व दिन्छ (ब्याग्डिकिएन सन् १९९२ [१९८३] : ८) । अर्को कुरा, ठूलो लगानी भएका मिडियाले जोखिम मोल्न सक्दैनन् । असहज परिस्थितिमा तिनले सहजै आँखा चिम्लिदिन्छन् । २०५८ मङ्सिर ११ देखि मुलुकमा सङ्कटकाल लागेपछि, नेपालबाट निस्कने ब्रोडसिटका मालिकहरूको संस्था— नेपाल मिडिया सोसाइटीले 'सङ्कटकाल बाध्यात्मक परिस्थितिको उपज भएको' भन्दै घुमाउरो पाराले सरकारलाई सघाउने निर्णय गरेको थियो (भट्टराई सन् २००४ : १४) । त्यसबखत *कान्तिपुर*, *द काठमाण्डु पोस्ट*, *राजधानी*, *नेपाल समाचारपत्र*ले पनि सम्पादकीय र विशेष सम्पादकीयमार्फत राष्ट्रियता, प्रजातन्त्र र संसदीय व्यवस्था बचाउन सङ्कटकाल आवश्यक भएको तर्क गरेका थिए (वन्त सन् २००५) । सङ्कटकालले नागरिक हक र प्रेस स्वतन्त्रता हनन गर्दा पनि समर्थनमा जाने तिनको निर्णय अप्रजातान्त्रिक थियो । तर तिनले त्यसै गरे, तत्कालीन सरकारका लागि अप्रिय हुने निर्णय लिने आँट गरेनन् । राजा ज्ञानेन्द्रले २०६१ माघ १९ मा शासनसत्ता हातमा लिएपछि अर्को सङ्कटकाल लागू भयो । नागरिक हकका साथसाथै प्रेस स्वतन्त्रताको धज्जी उडाइयो । त्यसपछिका केही दिनसम्म ठूलो लगानीमा प्रकाशित दैनिक अखबारहरूले त्यसको विरोध गर्न सकेका थिएनन् (पौड्याल र मैनाली सन् २००७ : ४-१६) । साप्ताहिक र म्यागजिन भने सुरुदेखि

नै विरोध गर्दै अधि बढेका थिए । यसबाट विरोध गर्ने वातावरण केही सहज बन्यो र अन्य मिडियाले त्यस प्रक्रियालाई पछ्याउन सके । ठूलो लगानीमा सञ्चालित ब्रोडसिट दैनिकहरूले पहिले विरोध नगर्नु तर स्थिति अलि फरक बनेपछि विरोध गर्नुले खतरा मोल्न हिच्किचाएको अनुमान गर्न गाह्रो पर्दैन । कम लगानीमा सञ्चालित पत्रपत्रिकाले भने त्यो जोखिम अपनाए ।

मिडिया मालिकहरूले मिडियाका साथसाथै अन्य विभिन्न व्यवसायमा पनि हातहालेका छन् । ती व्यवसायमा धक्का पुग्ने खालका विषयमा वा नियमित विज्ञापन दिने ठूला व्यापारिक घरानाको विपक्षमा सितिमिति मिडियाले लेख्दैनन्, बोल्दैनन् । मोहन मैनालीले कान्तिपुर पब्लिकेसन्सबारे चर्चा गर्ने क्रममा व्यापारिक स्वार्थ र सम्पादकीय स्वतन्त्रताका सन्दर्भ पनि उठाएका छन् । यस सञ्चारगृहका मालिकहरू— विनोद ज्ञवाली र कैलाश सिरोहियाको कापेट व्यवसाय हुँदा कापेटसम्बन्धी कुनै पनि नकारात्मक समाचार यस पब्लिकेसन्सका पत्रिकामा छापिँदैनथ्यो जबकि त्यसवेला कापेट उद्योगले प्रदूषण बढाएको र बालमजदुरको प्रयोग गरेकोमा यसको सर्वत्र आलोचना भइरहेको थियो । त्यसैगरी *कान्तिपुर*मा एभरेस्ट एअरको विमान दुर्घटनाबारे समाचार रिपोर्टरले चाहँदाचाहँदै पनि छापिएन । उडान सुरक्षा नियम पालन नगरी विमान उडाइएकाले दुर्घटना भएको अवस्थामा पनि समाचार नछापिनु एभरेस्ट एअर *कान्तिपुर*को नियमित विज्ञापन दाता भएर मात्रै थियो । यी सन्दर्भहरू मैनालीले *कान्तिपुर*का पूर्व पत्रकारसँग कुराकानी गरी उजागर गरेका हुन् (मैनाली सन् २००६ : १५८-१५९) । उता, सरकारी विज्ञापनमा पनि सरकारी मिडियाको पहुँच बढी देखिन्छ र यसको वितरणमा पारदर्शिता देखिँदैन । भन्नु शाही शासनकालमा त एकद्वार प्रणालीका नाममा तत्कालीन सरकारलाई समर्थन नगर्ने मिडियालाई विज्ञापनबाट पूरै वञ्चित गरिएको थियो (अर्याल २०६३) ।

उद्योग व्यवसायीको प्रशंसामा, तिनका उत्पादनको प्रशंसामा मिडियामा समाचार आउने गरेको पनि हेर्न या सुन्न पाइन्छ । अर्थ/वाणिज्य/वित्तसम्बन्धी समाचारका लागि पत्रपत्रिकाले प्राथमिकताका साथ पृष्ठ छुट्ट्याएका छन् । यी पृष्ठमा विज्ञापन जस्ता समाचार पनि छापिएको पाइन्छ । यस्ता समाचार छापियोस् भन्ने विज्ञापनदाताको रुचि एकातिर हुन्छ भने अर्कातिर सञ्चारमाध्यमले विज्ञापन तान्न पनि यस्ता समाचारको उपयोग गरेको पाइन्छ (धिमिरे २०६४ : १७७) । रेडियो र टेलिभिजनका समाचारमा आर्थिक समाचारको छुट्टै खण्ड राखिएको हुन्छ । आर्थिक क्षेत्रबारे मात्रै केन्द्रित कार्यक्रम पनि रेडियो र टेलिभिजनबाट प्रसारित हुने गरेका छन् । डरलाग्दो पक्ष चाहिँ के छ भने मिडिया मालिकहरू आफ्नो मिडियामार्फत आफ्नो निहित स्वार्थअनुकूलको विषयवस्तु प्रसारित/प्रकाशित

होस् भनेर प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष हस्तक्षेप पनि गर्छन् । रसेन्द्र भट्टराईको प्रसङ्ग यसको टड्कारो उदाहरण हो जसबारे यही पुस्तकमा युवराज घिमिरेले प्रस्ट पार्नुभएको छ ।^२ उहाँ २०६० सालमा *कान्तिपुर* र *द काठमाण्डु पोस्ट*मा सम्पादक हुनुहुन्थ्यो र त्यस बेला यी दुवै पत्रिकामा रसेन्द्र भट्टराई विदेशमा व्यवसाय गरिरहेका एक नामी धनाढ्य हुन् भन्ने खालको 'स्टोरी' आएको थियो (हेर्नुहोस् न्यौपाने २०६०, प्रधान सन् २००३) । त्यस बेला भट्टराई सोल्टी होटलको गोसाइँकुण्ड सुइटमा बसिरहेका थिए । उनको रवाफी गतिविधि र व्यापार व्यवसायबारे जे हल्ला चलेको थियो, त्यसको विश्वसनीयता पुष्टि हुन नसकेकाले सम्पादक घिमिरेले त्यो स्टोरी छाप्न चाहनुभएको थिएन । तर पनि दुवै पत्रिकामा उनको स्टोरी आएको थियो । यही कारणले उहाँले *कान्तिपुर* छोड्नुभयो (घिमिरे २०६२ र मैनाली सन् २००६ : १५८) । अन्ततः भट्टराईको सबै रवाफ र फुर्ती भुटो ठहरियो । पछि उनी मरे जसबारे खासै चर्चा भएन । युवराज घिमिरेको आग्रह अझै पनि के थियो भने आफूले भुटो स्टोरी प्रकाशित गरेकोमा कान्तिपुर पब्लिकेसन्सले पाठकसँग माफी माग्नु पर्ने हो (घिमिरे २०६२) । तर त्यसो भएन ।

मिडिया मालिक नाफालाई आफ्नै मात्र बनाउन खोज्छन् तर घाटा भने अरूलाई बाँड्न चाहन्छन् भन्ने उदाहरण पनि २०६१ माघ १९ पछि देख्न पाइयो । शाही शासनले रेडियो समाचारमाथि बन्देज लगाएपछि धेरैजसो एफएम रेडियो सञ्चालकले एक दिन पनि ढिलो नगरी पत्रकारलाई तत्काल रेडियोबाट निकाले । अभ्र केहीले त त्यतिले नपुगी पत्रकारहरूलाई नै सम्पूर्ण दोषको कारक समेत ठाने (दुङ्गेल २०६४: १३४) । पत्रपत्रिकाले पनि पृष्ठ घटाए, पत्रकार घटाए, उनीहरूलाई दिइँदै आएको सुविधा घटाए तर मूल्य घटाएनन् । यी विभिन्न सन्दर्भबाट के प्रस्ट हुन्छ भने एकातिर मिडिया मालिकले मिडियामार्फत आफ्नो स्वार्थ अनुकूलको सामग्री जाओस् भन्ने चाहना राखेका हुन्छन् र अर्कातिर तिनको प्राथमिकता नाफा कमाउनु रहेको हुन्छ ।

राजनीति र मिडिया

मिडियाका लागि आर्थिक मुनाफा मुख्य कुरो हो तर कतिपय अवस्थामा त्यस्तो नहुन पनि सक्छ । केही प्रकाशक यस्ता पनि हुन्छन् जो पत्रिका घाटामै गए पनि

^२ उहाँले हस्तक्षेप भन्ने शब्द त प्रयोग गर्नुभएको छैन । तर आफू सम्पादक भएका दुवै पत्रिकामा आफ्नो सहमति विना नै रसेन्द्रबारे 'स्टोरी' छापिएको खुलाउनुभएको छ ।

प्रकाशन गर्न छोड्दैनन् । तिनले परोक्ष रूपमा राजनीतिक लाभ लिएका हुन्छन् (सुडसन सन् २००३) । नेपाली मिडिया पनि यो स्थितिबाट मुक्त छैन । खास गरी राजनीतिक दल नजिकका साप्ताहिक पत्रपत्रिका प्रशस्तै छन् हामीकहाँ । ठूलो लगानी नहुने भएकाले निरन्तर घाटामा गए पनि वर्ष भरिमा त्यस्ता पत्रिकाको क्षति केही लाखको मात्र हुन्छ । त्यस्तो घाटा बेहोर्न तयार संयन्त्र नेपालमा भएकाले नै यस्ता पत्रिका टिक्न सकेका हुन् (वन्त सन् २००६) ।

पञ्चायतकालमा अधिकांश नेपाली साप्ताहिक पत्रिकाको प्रकाशनमा दलीय राजनीतिक मिसन लिएका व्यक्तिको संलग्नता थियो । त्यस बखतको राजनीतिक निकटता प्रजातन्त्र पुनःस्थापनापछिको कालमा पनि कायम रह्यो जुन अद्यापि यथावत् छ । राजनीतिक दलसँग निकट रहेर निस्कने साप्ताहिक पत्रिका अहिले पनि धेरै नै छन् । त्यति मात्र नभएर एउटै दलभित्र पनि विभिन्न गुट र उपगुटले पत्रिका प्रकाशनलाई सघाइरहेका छन् (पाठक २०६४) । त्यसैले दलगत, गुटगत वा व्यक्तिगत स्वार्थअनुसार कसैलाई गाली वा प्रशंसा गर्न यस्ता पत्रिका कहिल्यै सड्कोच मान्दैनन् । यो प्रवृत्ति साप्ताहिक पत्रिकामा बढी छ तर अन्य मिडियामा पनि नभएको चाहिँ होइन । पञ्चायतकालमा अधिकांश पत्रकारका लागि साप्ताहिक पत्रिका पहिलो पाठशालाभै बनेका थिए । उनीहरूको पत्रकारिता जीवन साप्ताहिक पत्रिकाबाटै सुरु हुने गर्थ्यो । अचेल औपचारिक पढाइ र तालिमको अत्यधिक वृद्धिले त्यो क्रम कम भएको छ तर निमित्तचान्न भने भएको छैन । राजनीतिक मिसनसहितको पत्रकारिता गर्दै हुर्केका पत्रकारहरू मूलधारको पत्रकारितामा आइपुगे पनि केहीमा पुरानो घडघडी बाँकी नै देख्न सकिन्छ । राजनीतिक नियुक्तिमा पालो पाइने आसमा पनि उनीहरू राजनीतिक पार्टीको निकटमा रहेर काम गरिरहेका हुन्छन् । केहीले पत्रकारिता गर्दै राजनीतिक कर्मलाई पनि जारी राख्दै आएका छन् जसमध्ये कतिपय पत्रकार अहिले व्यवस्थापिका-संसदमा समेत छन् (पाठक २०६४) ।

नेपाली मिडियाको अन्तर्वस्तुमा राजनीति हावी भएको हुन्छ भन्ने कुरा आरोप होइन, यथार्थ हो । पत्रपत्रिका हुन् या प्रसारण मिडिया, यिनले प्रस्तुत गर्ने अधिकजसो सामग्री राजनीतिसम्बन्धी नै हुने गरेको छ । विभिन्न औपचारिक कार्यक्रम र ती कार्यक्रममा क-कसले के-के भने भन्ने कुरा मिडियामा प्रमुख समाचार बन्ने गर्छ । कार्यक्रमको विषयका आधारमा होइन, त्यसमा बोल्ने पात्रको आधारमा समाचारले प्राथमिकता पाउने प्रचलन नै अधिक पाइन्छ । राजनीतिक जगतकै पनि विकृतिलाई बाहिर ल्याउने र तिनलाई लोकतान्त्रिक बनाउने खालको बहसलाई अधि बढाउनेतर्फ भने मिडियाको ध्यान कमै गएको छ ।

एफएम स्टेसन ग्रामीण भेकसम्म फैलिन थालिसकेका छन् । तर तिनको स्वामित्व चाहे सहकारी मोडेलको होस्, चाहे गैरसरकारी संस्था मोडेलको या निजी नै किन नहोस्, स्थानीय सम्भ्रान्त नै तिनका हर्ताकर्ता छन् । थप विडम्बनाको कुरो त के हो भने स्थानीय राजनीतिक पार्टीमा पदासीन व्यक्ति नै रेडियो स्टेसनका दैनिक काममा लागि रहेको पनि पाइन्छ । अहिलेको जटिल राजनीतिक परिस्थितिमा कुनै पार्टीको मानिस स्टेसनको प्रभावशाली स्थानमा रहँदा रेडियोले सम्प्रेषण गर्ने सन्देश कति वस्तुगत हुन सक्ला, सहजै अनुमान गर्न सकिन्छ ।

राज्यको स्वामित्वमा रहेका सञ्चारमाध्यममा भन्नु टड्कारो राजनीतिकरण हुने गरेको छ । सरकार परिवर्तन हुनेबित्तिकै तिनका मुख्य पात्रहरू फेरबदल गरिन्छन् । सत्तासीन समूहले आफू निकटका व्यक्तिलाई कर्मचारीका रूपमा भर्ना गर्ने प्रवृत्ति यिनका लागि अभिशाप बनेको छ । सञ्चार वा पत्रकारिताको गन्धसमेत थाहा नपाएको 'जनशक्ति' पनि राजनीतिक सिफारिशको बलमा यस्ता सञ्चारमाध्यममा भर्ना गरिएको पाइन्छ । प्रकाशन/प्रसारण गर्ने सामग्री हेर्दा यी माध्यम सरकार र सत्तासीन दल वा समूहका मुखपत्र प्रतीत हुन्छन् । सरकारी सञ्चारमाध्यम दुरुपयोगको चरम काल राजाले शासन लिएपछिको थियो र त्यसको उत्कर्ष २०६२/६३ सालको आन्दोलनका क्रममा भएको थियो । अघिल्लो दिनसम्म पनि शाही शासनको पक्षमा चर्कोसँग लागेर दलविरोधी समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरिरहेका यी माध्यमले २०६३ वैशाख ११ राति राजाको सत्ता ढल्नासाथ त्यसलाई जनताको जित भन्न थालेका थिए (दाहाल सन् २००७) ।

जनशक्ति

नेपाली मिडियामा हजारौंको सङ्ख्यामा पत्रकारहरू छन् । नयाँ पुस्ताका पत्रकारहरू आफूलाई हरतरहले प्रतिस्पर्धी बनाउन मेहनतपूर्वक जुटेका पाइन्छन् । यिनले आफ्नो समाजलाई भिन्नै तरिकाले खोजीनिति गरिरहेका छन् । पत्रकारको क्षमताबारे चर्चा गर्ने क्रममा सन् २००४ मा प्रत्यूष वन्तले सबै पत्रकार स्नातक छन् भन्न सकिने अवस्था छैन र पत्रकारको अङ्ग्रेजीमाथिको कम पकडका कारण बाहिरी संसारसँगको सम्बन्ध केही खुम्चिएको छ भन्ने तर्क गरेका थिए (वन्त सन् २००४क) । काठमाडौंमा त्यो अवस्थामा केही सुधार भएको छ । यद्यपि काठमाडौं बाहिरको अवस्था भने लगभग उस्तै छ ।

नेपाली पत्रकारको जमात समावेशी बन्न सकेको छैन । जनजाति, दलित, मधेसीलगायत विभिन्न जातजाति, क्षेत्र तथा लिङ्गको सहभागिता यस क्षेत्रमा

अत्यन्तै कम छ । यसले मिडियाको अन्तर्वस्तुमा पनि असर परेको अनुमान गर्न गाह्रो पर्दैन । किनभने सहभागिता बढ्दा नै ती जाति, क्षेत्र र लिङ्गको कभरेज बढ्ने सम्भावना हुन्छ (उप्रेती २०६४) । नेपाली मिडियामा पहाडी मूलका बाहुन, क्षेत्री र नेवार पुरुषहरूको सहभागिता बढी छ (पराजुली र गौतम २०५८, लामा २०६३) । अन्य वर्ग, जात वा लिङ्गको सहभागिता न्यून छ र नेतृत्व तथा नीतिनिर्माण तहमा त यो न्यूनता शून्यकै हाराहारीमा पुग्छ । यसले गर्दा विभिन्न वर्ग, समुदायका विषयमा तयार गरिएका समाचार, विज्ञापन, वा मनोरञ्जनात्मक सामग्री असंवेदनशील बन्न पुगेका घटना बग्नेछन् । उदाहरणका लागि, २०६४ भदौ महिनामा वादी जातिका महिलाहरूले काठमाडौँमा भेला भएर चलाएको आन्दोलनलाई लिन सकिन्छ । आन्दोलनकै सिलसिलामा एक वादी महिलाले सिंहदरबारको गेटमा अर्धनग्न प्रदर्शन गरिन् । यसलाई नेपाल टेलिभिजनको 'जिरे खुर्सानी' र कान्तिपुर टेलिभिजनको 'पोष्टमार्टम' कार्यक्रममा ठट्टाको विषय बनाएर प्रस्तुत गरियो । नेपाली महिला अधिकारकर्मीहरूले यसलाई 'ज्यादतिपूर्ण ढङ्गले खिल्ली उडाइएको' भन्ने टिप्पणी गरेका थिए (राजभण्डारी २०६४, लामा २०६४) । त्यसैगरी मधेसलाई मिडियाले बेवास्ता गरेको र मधेसीलाई होच्याएर प्रस्तुत गर्ने गरेको तथ्यतर्फ धीरेन्द्र प्रेमर्षि (सन् २००६) ले औल्याएका छन् । अधि भनेभैँ यस्तो हुनुको मुख्य कारण सञ्चारगृहका नीतिनिर्माण तहमा ती विभिन्न वर्गको सहभागिता नहुनु हो । त्यसबाहेक सामाजिक संरचना, परम्परागत सोच जस्ता अरू विभिन्न कारण पनि यसका लागि जिम्मेवार छन् ।

केही ठूला मिडिया हाउसले पत्रकारलाई राम्रै तलबसुविधा दिएर राखेका छन् तर अधिकांशको स्थिति भने यस्तो छैन । महिना बितेको महिनौँपछि पनि तलब आउने नआउने ठेगान नभएका पत्रकार प्रशस्तै छन् । निकै कम मिडिया हाउसले मात्र पत्रकारलाई नियुक्तिपत्र वा नियमित पारिश्रमिक दिएर राखेका छन् । यसले पत्रकारलाई विकल्प र केही अवस्थामा विकृतितर्फ डोच्याएको हुन्छ । उनीहरू विभिन्न गैरसरकारी संस्थामा कन्सल्टेन्सी गरिरहेका या आय आर्जनका अन्य उपायको खोजीमा लागिरेहेका हुन्छन् । तर यस्तो खोजीको विकृत रूप भने पत्रकारिताका नाममा 'ब्ल्याकमेलिङ्' गर्ने धन्दा हो । वीरगञ्जको पत्रकारिताबारे चर्चा गर्दै सुजित महतले पत्रकारहरूले भन्सार जस्ता कमाउ कार्यालय र धनाढ्य व्यापारीसँग पक्षमा लेखेबापत वा विपक्षमा नलेखेबापत पैसा असुल्ने गरेको उल्लेख गरेका छन् (महत २०६४) । यस्तो काममा काठमाडौँका पत्रकारसमेत वीरगञ्ज जाने गरेको उल्लेख गरेका छन् उनले । औद्योगिक सहर र भन्सार नाका दुवै भएकाले वीरगञ्ज, विराटनगर जस्ता सहरमा आर्थिक

कारोबार धेरै छ र यस्तो प्रवृत्ति पनि धेरै छ ।^३ यद्यपि यो समस्या अन्यत्र पनि नभएको होइन ।

के गर्न सकिन्छ ?

माथि नेपाली पत्रकारिताका केही कमजोरी औँल्याइयो । तिनलाई तत्काल निमित्तचान्न पार्न नसकिएला तर न्यून बनाउन ठोस प्रयास थाल्नै पर्छ । यस्ता कमजोरी नेपालका मिडियामा मात्र रहेका होइनन्, अन्यत्रका मिडिया पनि यस्तै समस्याबाट ग्रस्त छन् । तर धेरै ठाउँमा मिडियाको कमजोरी र तिनले पार्न सक्ने दुष्प्रभाव कम गर्न विभिन्न सार्थक प्रयास गरिएका छन् । उदाहरणका लागि, अमेरिकामा भएका मूलधारे मिडियाले विभिन्न स्वार्थवश थुप्रै विषयमा आँखा चिम्लिएका छन् । तर त्यहाँ वैकल्पिक मिडिया सशक्त छ जसले पाखा परेका विषयलाई उठाउने गरेको छ । प्रोजेक्ट सेन्सर्ड नामक संस्थाले विगत ३० वर्षदेखि अमेरिकी मिडियामा नआएका वा कम आएका महत्त्वपूर्ण स्टोरीलाई वर्षेनी प्रकाशमा ल्याउने गरेको छ (फिलिप्स र प्रोजेक्ट सेन्सर्ड सन् २००६) । यसले मिडियाले गरेको बेवास्तालाई सार्वजनिक गर्न सघाएको छ । हामीकहाँ भने वैकल्पिक मिडिया सशक्त हुन सकिरहेको छैन । मूलधारे पत्रिकाले बेवास्ता गरेका विभिन्न विषय उजागर गर्न *हिमाल, अस्मिता, विकास, हाकाहाकी* जस्ता म्यागजिनले केही प्रयास गरेका थिए तर तिनले आफूलाई लामो समय टिकाउन सकेनन् (बस्नेत २०६०) । नेपाली मिडियाले वैकल्पिक मिडियाका विभिन्न अवतारहरूको अभ्यास गरिसकेको छ तर सबैको मुख्य समस्या नै स्थायित्वको हो (भट्टराई सन् २००७ : १७०) । वैकल्पिक मिडियालाई स्थायी र प्रभावकारी बनाउन सकेमा मूलधारले ओभेलमा छोडेका कैयौँ महत्त्वपूर्ण विषयहरूले बाहिर आउने मौका पाउने थिए ।

नेपाली मिडियालाई सार्थक र सशक्त बनाउन पत्रकारलाई हरेक हिसाबले बलियो पार्नै पर्छ । पत्रकारका सङ्घसंस्था यसका सहयोगी हुन सक्छन् । तिनले सम्पादकीय अधिकारमा अडान लिन सक्ने हो व्यवस्थापकीय हस्तक्षेपको प्रभाव क्षीण हुँदै जान्छ । अर्कातिर मिडिया साक्षरताको अभियान पनि सँगसँगै चलाउनुपर्ने हुन्छ (म्याक्वेस्नी सन् २००२ : ३०१) । स्कुल तहदेखि नै यस्तो अभियान

^३ मार्टिन चौतारीमा २०६४ भदौ २७ मा आयोजित क्षेत्रीय मिडियाबारे अन्तर्क्रिया कार्यक्रममा विराटनगरकी पत्रकार सरस्वती कार्कीले विराटनगरको पत्रकारितालाई पैसाको चलखेलले दूषित पारेको तर्क राखेकी थिइन् ।

चलाइएमा मानिसहरू मिडियाका सीमा, चरित्र आदिबारे जानकार हुन्छन् । फलस्वरूप उनीहरू मिडियाबाट अनावश्यक अपेक्षा राख्दैनन् र मिडियाका सामग्रीलाई जस्ताको तस्तै बुझ्नेतिर भन्दा तिनलाई आलोचनात्मक हिसाबले लिन्छन् । पुष्टि र पुनर्पुष्टिका लागि अन्य मिडियाको पनि उपयोग गर्छन् (महर्जन २०६४) । मिडिया साक्षरताको यस्तो अभ्यास अन्यत्रभै नेपालमा पनि गरिनु जरुरी छ । मधेसमा २०६३ माघमा भएको विद्रोहमा मिडिया पनि आक्रमणमा पयो । यसका कारणहरूबारे विश्लेषण गर्ने क्रममा खिम घले (सन् २००७) ले नेपाली मिडियाले पाठकलाई मिडिया साक्षरताको पाठ सिकाउन सकेन भन्ने उल्लेख गरेका छन् । प्रेसको सीमा र जिम्मेवारीबारे पर्याप्त बहस हुन नसकेकाले सर्वसाधारणको अपेक्षा मिडियाप्रति धेरै हुने गरेको छ र मधेस आन्दोलनको क्रममा मिडियामाथि आक्रमण हुनुको एक कारण यही हो भन्ने उनको आशय छ ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ, प्रेस काउन्सिल जस्ता संस्थाले मिडियाका अन्तर्वस्तुको बरोबर अनुगमन गर्ने र तिनमा देखिएका कमजोरीलाई उजागर गर्ने, तिनलाई सुधार गर्न सञ्चारगृहलाई दबाव दिने जस्ता काम गर्नुपर्ने हो । प्रेस काउन्सिलका अध्यक्ष राजेन्द्र दाहालका अनुसार सञ्चार अनुगमनको काम मुख्य भए पनि अहिलेसम्म काउन्सिलको प्राथमिकतामा सम्परीक्षण तथा वर्गीकरणका काम नै रहेका छन् । यसलाई सुधारनेतर्फ पहल भइरहेको उहाँले यसै पुस्तकमा सङ्कलित आफ्नो अन्तर्वार्तामा उल्लेख गर्नुभएको छ ।

बहसको खाँचो

मिडियालाई चौथो अङ्ग पनि भन्ने गरिएको पाइन्छ । राज्यका तीन अङ्गका साथै समाजका विभिन्न निकायमाथि निगरानी राख्ने र तिनको कमी कमजोरी औँल्याउने काम पत्रकारिताले गर्न सक्छ । भूमिका महत्त्वपूर्ण हुँदाहुँदै पनि मिडियाका विभिन्न आयामबारे सार्वजनिक बहस भने कम्ती गरिन्छ । समाजका अन्य विभिन्न क्षेत्रबारे बहस चलाउन मिडिया सक्रिय देखिन्छ तर आफ्नै विषयमा चाहिँ बहस चलाउँदैन । यसमा लागेका व्यक्तिहरूले अनौपचारिक हिसाबले गुनासो गर्नेवाहेक प्रायः सार्वजनिक रूपमा खुलेर बोल्ने गर्दैनन् । अरूका विषयलाई प्राथमिकताका साथ समेट्ने मिडियाले आफ्ना बारेमा लेख्दैनन्, बोल्दैनन् । उदाहरणका रूपमा, कान्तिपुर पब्लिकेसन्सको संस्थापन पक्ष र मजदुर बीचको विवादलाई लिन सकिन्छ । विभिन्न उद्योगमा भएका माओवादीनिकट मजदुर र मालिकको विवादबारे *कान्तिपुर*मा बरोबर पढ्न पाइन्छ । २०६४ जेठमा कान्तिपुर पब्लिकेसन्समै माओवादीनिकट मजदुरहरूले विभिन्न माग राखी हडताल गरे ।

पत्रिका प्रकाशनमै अवरोध पुऱ्याए र सधैँ कम्तीमा १६ पृष्ठ छापिने कान्तिपुर जेठ २८ गते ८ पृष्ठमा खुम्चिएर, त्यो पनि विज्ञापनरहित भएर छापियो । तर यत्रो घटनाबारे कान्तिपुरले केही छापेन । प्राविधिक कारणले पत्रिका छापन नसकिएको सूचना मात्रै दियो (कान्तिपुर २०६४) । त्यसभन्दा बढी केही सूचना यसका पाठकले पाएनन् ।^४

मिडियाका विभिन्न पक्षमाथि स्वस्थ बहस गर्ने उपयुक्त थलो नेपाली मिडिया बन्न सकेको छैन । त्यसको उल्टो बरु अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा उजागर गर्ने खालका नकारात्मक टिप्पणी भन्ने बेलाबखतमा देखा परी नै रहेका हुन्छन् । जस्तै: बुद्ध भारतमा जन्मेका थिए भन्ने दावी कुनै बेला कसैले गरेको भन्ने समाचार *द हिमालयन टाइम्स*मा छापिएको सन्दर्भलाई उचालेर २०६० माघ ताका कान्तिपुर र *द काठमाण्डु पोस्ट* लगायतका विभिन्न दैनिकले ठूलै किचलो गरेका थिए । *द हिमालयन टाइम्स*मा विदेशी लगानी छ, यसले बुद्धलाई भारतमा जन्मेको भन्यो, यसलाई बहिष्कार गरिनुपर्छ भन्ने आशयको बृहत् विज्ञापन नेपाल मिडिया सोसाइटीका नाममा २०६० माघ १६ का *राजधानी, कान्तिपुर, नेपाल समाचारपत्र, द काठमाण्डु पोस्ट* आदिमा छापिएको थियो । त्यही आशयका समाचार त्यस बेला यी पत्रिकामा प्रकाशित भएका थिए (हेर्नुहोस् : कान्तिपुर २०६०, नेपाल समाचारपत्र २०६०, राजधानी २०६०, *द काठमाण्डु पोस्ट* सन् २००४) ।

नेपाली मिडिया बितेका दिनहरूमा नितान्त पृथक् र प्रायः प्रतिकूल परिस्थितिसँग सामना गर्दै अघि बढ्दै आएको हो । यसका भावी दिन सरल र सुनिश्चित नै छन् भन्न सकिने अवस्था अहिले पनि छैन । पत्रकार र सञ्चार गृहमाथि भौतिक आक्रमण हुने क्रम भन् बढ्दै गएको छ । विगतमा नेपाली मिडियाले भोगेका अष्टाचार परिस्थितिले निश्चय नै केही पाठ सिकाएको छ, जसले भोलिका सम्भावित प्रतिकूलतासँग थप परिपक्वता र आत्मविश्वास साथ जुध्न अवश्य पनि बल दिनेछ । तर प्रेस स्वतन्त्रतालाई सुनिश्चित गर्नका निम्ति बहस र संवाद सर्वोपरि आवश्यक हुन्छ । आफ्ना कमीकमजोरीलाई निराकरण गर्दै सबलता र पूर्णतातिर लम्कन पनि यस्तो अभ्यास उत्तिकै जरूरी हुन्छ । यिनै तथ्यलाई ध्यानमा राखेर नेपाली मिडियामा सक्रिय व्यक्तिहरूसँग अन्तर्वार्ता गरी त्यसलाई प्रकाशन गर्न आवश्यक ठानिएको हो ।

^४ यद्यपि २०६४ असोज दोस्रो सातामा कान्तिपुर पब्लिकेसन्समा माओवादी मजदुरद्वारा प्रकाशन र वितरणमा अवरोध गरियो । भौतिक क्षतिको घटनासमेत भए । त्यसबेला भने यो विवाद छुताछुल्ल भई बाहिर आएको थियो ।

प्रस्तुत पुस्तक

नेपाली मिडियाबारे उठ्ने गरेका सवालहरूमा सञ्चार गृहहरूको संस्थागत सुधार, सरकारी सञ्चारमाध्यममा हुने राजनीतीकरण, काठमाडौं केन्द्रित पत्रकारिता, 'क्रस मिडिया वनरसीप', अदक्ष पत्रकार, सञ्चारसम्बन्धी संवैधानिक र कानुनी व्यवस्थामा गरिनुपर्ने परिवर्तन, विज्ञापन नीति, सम्परीक्षण र वर्गीकरण, श्रमजीवी पत्रकारका समस्या, सञ्चार संस्थाहरूमा विद्यमान सामाजिक असमावेशीकरण आदि मुख्य हुन् । यिनै विषयबारेको बहसलाई एक कदम अघि बढाउन यो पुस्तक प्रकाशन गरिएको हो र अन्तर्वार्ताका लागि व्यक्तिको छनोटमा यो तथ्यलाई ध्यानमा राखिएको छ ।

सङ्ख्यात्मक र गुणात्मक दुवैखाले अनुसन्धानका क्रममा विभिन्न व्यक्तिसँग तथ्य, विचार, धारणा इत्यादि बुझ्ने अभिप्रायले अन्तर्वार्ता लिने गरिन्छ । त्यसरी सङ्कलित जानकारीलाई लेख, पुस्तक वा प्रतिवेदन तयार पार्दा उपयोग गरिन्छ । तर यस पुस्तकमा भने व्यक्तिसँग गरिएका अन्तर्वार्ताका क्रममा प्राप्त विचार वा जानकारीलाई जस्ताको तस्तै राखिएको छ । यसलाई पनि अनुसन्धानको अर्को तरिकाको रूपमा लिन सकिन्छ । यसरी कुनै क्षेत्रसँग सम्बन्धित व्यक्तिहरूसँग अन्तर्वार्ता गरी तिनको सङ्कलनका रूपमा पुस्तक छापने प्रचलन अन्यत्र मात्रै होइन नेपालमा पनि छ ।^५ मिडिया क्षेत्रमै पनि यस्तो अभ्यास भइसकेको छ । नेपाली मिडियाकै एक अङ्ग- चलचित्रबारे दस चलचित्रकर्मीसँग अन्तर्वार्ता गरी मोहन राईले पुस्तक प्रकाशन गरेका छन् (राई सन् २००४) ।

अन्तर्वार्ताको लागि व्यक्ति छनोट निश्चय नै गाह्रो काम थियो किनभने नेपाली पत्रकारितामा भएको प्रगति सँगसँगै यसका जानकारको पनि वृद्धि भएको छ । एकसेएक पत्रकार छन्, आमसञ्चार प्रशिक्षक/प्राध्यापक छन् । तर सबैको अन्तर्वार्ता समावेश गर्न सम्भव थिएन । त्यसैले व्यक्तिहरूको छनोट गर्दा सकेसम्म प्रतिनिधिमूलक बनाउने प्रयास गरिएको हो । प्रथमतः छापा, रेडियो र टेलिभिजन तीनै माध्यमलाई समेट्न खोजियो । क्षेत्रीय मिडिया र पत्रकारिता शिक्षालाई पनि छुटाउन नहुने ठानियो । सरकारी र गैरसरकारी स्तरमा कार्यरत पत्रकारका मुख्य संस्थालाई समेट्न आवश्यक महसुस गरियो । दोस्रो कुरा, पत्रकारिता क्षेत्रमा हाल क्रियाशील र भविष्यमा पनि योगदान दिन सक्ने सम्भावना भएका व्यक्तिलाई प्राथमिकता दिइयो । त्यसो त कार्टुन, स्तम्भ लेखन, अनलाइन जर्नलिज्म, मिडियामा लगानी जस्ता थुप्रै पक्षहरूलाई लिएर धेरैको अन्तर्वार्ता गर्न सकिन्थ्यो तर पहिलो प्रयासलाई

^५ नेपाली राजनीतिज्ञ तथा साहित्य लेखकसँगका प्रकाशित अन्तर्वार्ताका विभिन्न प्रकारबारे प्रत्युप वन्त (सन् २००४वी : xi) ले चर्चा गरेका छन् ।

यतिमै सीमित गरिएको छ । यस पुस्तकमा परेका वा नपरेका व्यक्तिहरूसँग अन्य विभिन्न कोणबाट महत्त्वपूर्ण अन्तर्वार्ता गर्न सकिन्छ र नेपाली पत्रकारितालाई अभूत बढी जिम्मेवारपूर्ण बनाउन यस्ता संवादहरू गरिनैपर्छ भन्ने मेरो धारणा छ ।

सर्वप्रथम मार्टिन चौतारीले प्रकाशन गर्ने जर्नल *मिडिया अध्ययन १* मा प्रकाशन गर्नका लागि प्रेस काउन्सिल नेपालका अध्यक्षसँग अन्तर्वार्ता गरिएको थियो । त्यसपछि थप अरू व्यक्तिसँग पनि अन्तर्वार्ता गरी एउटा पुस्तक प्रकाशन गर्ने विचारले जन्म लियो । यस क्रममा जम्मा १५ जनासँग गरिएका अन्तर्वार्ता यस पुस्तकमा समेटिएका छन् । तिनलाई छापा माध्यम, प्रसारण माध्यम, क्षेत्रीय मिडिया, पत्रकारिता शिक्षण/प्रशिक्षण र पत्रकारका संस्था गरी जम्मा पाँच खण्डमा प्रस्तुत गरिएको छ ।

यसमा अन्तर्वार्ता लिइएका व्यक्तिहरूले यहाँ व्यक्त गरेजस्तै विचार अन्यत्र पनि अन्तर्वार्ताकै रूपमा वा लेखका रूपमा बाहिर आएको हुन सक्छ । तर यसरी वार्तालाप-केन्द्रित पुस्तकमा समेटिएका विचारले पाठकलाई थप सुविधा दिन्छन् भन्ने मलाई लाग्छ । विभिन्न व्यक्तिका विचारको तुलना गर्दै त्यसभित्र भएका सहमति र विमतिका बिन्दुहरू पहिल्याउँदै पढ्दा बेग्लै अनुभव हासिल गर्न सकिन्छ । नेपाली मिडियाका सम्बन्धमा देखापरेका फरक फरक मतबारे जानकारी पाउन पनि यस्तो सङ्ग्रह उपयोगी हुन्छ । उदाहरणका लागि, नेपाली सामुदायिक रेडियोले गरेको प्रगतिबारे प्रशंसा धेरै हुने गरेको पाइन्छ । सँगसँगै सामुदायिक रेडियो र अरू व्यापारिक रेडियोबीच केही भिन्नता भएन, कार्यक्रम उस्तै, आम्दानीका स्रोत उस्तै छन् त्यसैले केको भिन्नता भन्ने टिप्पणी पनि पाइन्छ । त्यसैगरी राजधानी बाहिरका एफएम रेडियोमा काठमाडौँबाट उत्पादित कार्यक्रम जानाले एफएममा हुने स्थानीयता मर्ने भयो भन्ने एकथरी मत छ भने दैनिक १८ घण्टाको प्रसारणमा बढीमा ३-४ घण्टा राजधानीमा उत्पादित कार्यक्रम बज्दैमा ठूलो असर पर्दैन, बरु कार्यक्रममा विविधता आउँछ भन्ने अर्कोखाले तर्क छ । एफएम रेडियोबारेका यी भिन्नखाले तर्कहरूलाई रघु मैनाली र गोपाल गुरागाईंले अन्तर्वार्ताका क्रममा अगाडि सारेका छन् । यसप्रकार एउटै सवालमा हुनसक्ने भिन्न दृष्टिकोणलाई यस पुस्तकमा समावेश गर्न खोजिएको छ ।^६

^६ यो परिचयको मस्यौदा पढेर प्रत्यूष वन्त, देवराज हुमागाईं, अनुभव अजीत, शरद घिमिरे, कोमल भट्ट, हर्षमान महर्जन, भास्कर गौतम र कृष्ण अधिकारीले दिएको सुझाव मेरालागि अत्यन्त उपयोगी बन्यो । त्यसैगरी शरच्चन्द्र वस्तीले यस आलेखको सम्पादन गर्नुभएको हो । म उहाँहरू सबैप्रति आभार प्रकट गर्दछु ।

सन्दर्भ सामग्री

- अर्याल, प्रशान्त । २०६३ । विज्ञापनमा एकद्वार नीतिको मार । *मिडिया अध्ययन* १ : १५९-१७६ ।
- उच्चस्तरीय मिडिया सुभाब आयोग । २०६३ । *उच्चस्तरीय मिडिया सुभाब आयोगको प्रतिवेदन*, २०६३ । काठमाडौं : सूचना विभाग ।
- उप्रेती, टङ्क । २०६४ । नेपाली टेलिभिजनमा सामाजिक समावेशीकरण । *मिडिया अध्ययन* २ : १०५-१२१ ।
- कान्तिपुर । २०६० । जनस्तरबाटै सञ्चारमा गैरकानुनी विदेशी लगानी बहिष्कार सुरु । १६ माघ, पृ. १ ।
- कान्तिपुर । २०६४ । सूचना । २८ जेठ, पृ. १ ।
- गौतम, राजाराम र मुकुल हुमागाई । २०६१ । महान् मिडिया क्रान्ति । *नेपाल*, ३ साउन, पृ. २४-३१ ।
- घले, खिम । सन् २००७ । मधेस र जनजाति आन्दोलनमा नेपाली प्रेस । *प्रेस स्वतन्त्रता : लोकतन्त्रको एक वर्ष* । बलराम बानियाँ, सं., पृ. १०३-११८ । काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ ।
- घिमिरे, विजय । २०६४ । नेपालमा आर्थिक पत्रकारिता । *मिडिया अध्ययन* २ : १६३-१७९ ।
- घिमिरे, युवराज । २०६२ । 'म', रसेन्द्र भट्टराई र मौन मृत्यु । *समय*, २७ जेठ, पृ. ५८ ।
- हुङ्गोल, विनोद । २०६४ । *शाही शासनमा स्वतन्त्र रेडियो : दमन र प्रतिरोधको कथा* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- तामाङ, प्रतीक डेसुर । २०६२ । तामाङ भाषाका रेडियो कार्यक्रममा बहसको स्वरूप । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी सं., पृ. ४२४-४४८ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- दाहाल, रामजी । सन् २००७ । सरकारी सञ्चारमाध्यमको चरम दुरुपयोग । *प्रेस स्वतन्त्रता : लोकतन्त्रको एक वर्ष* । बलराम बानियाँ, सं., पृ. २११-२१८ । काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ ।
- नेपाल, जगत । सन् २००७ । टेलिभिजन : सम्भावना र चुनौती । *प्रेस स्वतन्त्रता : लोकतन्त्रको एक वर्ष* । बलराम बानियाँ सं. पृ. ११९-१३४ । काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ ।
- नेपाल समाचारपत्र । २०६० । विदेशी लगानीका पत्रिका बहिष्कार : जलाउने क्रम बढ्दो, विक्री गर्न अस्वीकार । १७ माघ, पृ. १ ।
- न्यौपाने, सञ्जय । २०६० । पाँच डलरबाट खर्बपति भए नेपाली : अद्भूत सफलताको कथा । *कान्तिपुर*, ३ कात्तिक, पृ. १ ।
- पराजुली, शेखर । २०६२ । पोखरेली रेडियोमा सार्वजनिक डबलीको खोजी । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज

- हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ३९८-४२३ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- पराजुली, शेखर र भास्कर गौतम । २०५८ । प्रिन्ट मिडियामा दलित र जनजाति सहभागिता : राष्ट्रिय सर्वेक्षण । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । प्रत्यूप वन्त र शेखर पराजुली, सं., पृ. २१-५६ । काठमाडौं : एकता बुक्स ।
- पाठक, तिलक । २०६४ । साप्ताहिक पत्रिकामा दलीय राजनीति । *मिडिया अध्ययन २* : ७५-१०४ ।
- पौड्याल, बन्नी र रघु मैनाली । सन् २००७ । *सङ्कटकालमा समाचार* । ललितपुर: हिमाल किताब
- प्रेमर्षि, धीरेन्द्र । सन् २००६ । मधेसको टुटुल्को मात्र देख्ने नेपाली मिडिया । *मधेस : समस्या र सम्भावना* । बसन्त थापा र मोहन मैनाली, सं., पृ. १२७-१५३ । ललितपुर : सोसल साइन्स बहा: ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०६३ । *३१ औं वार्षिक प्रतिवेदन* । काठमाडौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।
- बस्नेत, पूर्ण । २०६० । वैकल्पिक पत्रिका : व्यवसायिकता र आत्मनिर्भरताको चुनौती । *मिडिया उत्पादन र अन्तर्वस्तु* । प्रत्यूप वन्त र रमेश पराजुली, सं., पृ. २३-५६ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- महत, सुजित । २०६४ । वीरगञ्जको पत्रकारिता । *मिडिया अध्ययन २* : १९५-२१० ।
- महर्जन, बसन्त । २०५९ । काठमाडौंको एफएम रेडियोमा नेपाल भाषा । *स्थानीय रेडियो : सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्यूप वन्त र रघु मैनाली, सं., पृ. १२१-१३८ । काठमाडौं : नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मार्टिन चौतारी ।
- महर्जन, हर्षमान । २०६४ । सञ्चार-साक्षरता र लोकतन्त्र । *मूल्याङ्कन*, साउन, पृ. ४०-४१ ।
- मैनाली, मोहन । २०६४ । पत्रकारिता तालिम : फल लाग्न पनि सक्छ, नलाग्न पनि सक्छ । *मिडिया अध्ययन २* : २११-२२४ ।
- राई, मोहन । सन् २००४ । *जक्सटापोजिशन : नेपाली चलचित्रबारे दश नेपाली चलचित्रकर्मीसँगको वार्तालाप* । ललितपुर : शान्ती चेम्जोङ ।
- राजधानी । २०६० । विद्यार्थीद्वारा सञ्चारमाध्यममा विदेशी लगानीको विरोध । १७ माघ, पृ. १ ।
- राजभण्डारी, रेणु । २०६४ । वादी महिलामाथि 'पोष्टमार्टम' र 'जिरे-खुर्सानी' । *हिमाल खबरपत्रिका*, १६-३१ भदौ, पृ. ५४ ।
- लामा, सङ्गीता । २०६४ । महिला आन्दोलन हुन सकेन । *कान्तिपुर*, १ असोज, पृ. ७ ।
- लामा, मोहन । २०६३ । सञ्चारमाध्यमको स्वामित्व र सम्पादकीय संरचनामा समावेशीकरणको अवस्था । अप्रकाशित प्रतिवेदन, फ्रिडम फोरम ।

वन्त, प्रत्यूष । सन् २००४क । मिडिया र उदार प्रजातन्त्र । *नेपालको सन्दर्भमा समाज शास्त्रीय चिन्तन* । मेरी डेसेन र प्रत्यूष वन्त, सं., पृ. ५७५-९६ । काठमाडौं : सोसल साइन्स बहा: ।

हुमागाई, देवराज, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी । २०६४ । *मिडिया अनुसन्धान : प्राञ्जिक पूर्वाधार निर्माणका केही अभ्यास* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।

- Albarran, Alan B. 2004. Media Economics. In *The Sage Handbook of Media Studies*, John D.H. Downing, ed., pp.291-307. New Delhi: Sage Publications.
- Bagdikian, Ben H. 1992 [1983]. The Endless Chain. *The Media and Monopoly* (Fourth edition), pp. 3-26. Boston: Beacon Press.
- Bhattarai, Binod. 2004. *Nepali Press under Emergency: A Survey of the First Months*. Lalitpur: Himal Books.
- Bhattarai, Binod. 2007. Nepal: Picking Up Steam, But Political Bottlenecks Ahead. In *Media Pluralism in Asia: The Role and Impact of Alternative Media*. Kalina Seneviratne, ed., pp. 132-175. Singapore: AMIC and Nanyang Technological University.
- Mainali, Mohan. 2006. Kantipur Publications: The Perils of Concentration. In *Asia Media Report: A Crisis Within*. Johanna Son with Satya Sivaraman and Suman Pradhan, eds., pp. 154-160. Philippines: IPS Asia-Pacific Centre Foundation Inc.
- McChesney, Robert W. 2002. The U.S. Left and Media Politics. In *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. pp. 281-319. New York: The New Press.
- Onta, Pratyoush. 2004b. Introduction. In *Nepal Studies in the UK: Conversations with Practitioners*. Kathmandu: Martin Chautari.
- Onta, Pratyoush. 2005. Country Study: Nepal. In *War of Words: Conflict and Freedom of Expression in South Asia*, pp. 102-174. London: ARTICLE 19.
- Onta, Pratyoush. 2006. The Plight of Dogmatic Weeklies. In *Mass Media in Post-1990 Nepal*, pp. 50-53. Kathmandu: Martin Chautari.
- Phillips, Peter and Project Censored. 2006. *Censored 2007: The Top 25 Censored Stories*. New York: Seven Stories Press.
- Pradhan, Prateek. 2003. A Nepali's Unbelievable Trail to Super Richness. *The Kathmandu Post*, 20 October, p. 1.
- Schudson, Michael. 2003. News in the Marketplace. In *The Sociology of News*, pp. 117-133. New York: W. W. Norton & Company.
- The Kathmandu Post. 2004. 'Boycott Foreign Investment in Media'. 30 January, p. 1.