

सुभावा

नेपालमा सञ्चालन भइरहेका मिडियासम्बन्धी तालिममा देखिएका विभिन्न किसिमका समस्या वा कमीकमजोरीहरू अधिल्ला अध्यायहरूमा उल्लेख भइसकेको छ । अध्ययनका क्रममा सरोकारवाला पक्षहरूसँग कुराकानी गर्दा तालिमलाई अझ बढी प्रभावकारी बनाउन यसका विभिन्न पक्षमा गर्नुपर्ने सुधारका लागि थरी-थरी सुभाव प्राप्त भएका छन् । हाम्रो अनुसन्धानको निष्कर्षका आधारमा पनि मिडियासम्बन्धी तालिम सञ्चालन गर्दा सुधार गर्नुपर्ने धेरै पक्षहरू छन् । त्यसैले प्राप्त भएका विभिन्न सुभावहरूलाई यसमा संलग्न विभिन्न संस्था, समूह वा व्यक्तिहरूले लागु गर्ने तत्परता देखाएमा सहभागी तथा पत्रकारहरूका लागि बढीभन्दा बढी प्रभावकारी र लाभदायी हुनेछ ।

सुधारका लागि मिडियासम्बन्धी तालिममा संलग्न रहने विभिन्न सरोकारवाला पक्षहरूले गर्नुपर्ने पहललाई यस अध्यायमा छोटो खण्डमा विभाजन गरेर राखिएको छ :

तालिम दिने संस्था

- सहभागीको छनोट प्रक्रियामा अहिले देखिएका कमी-कमजोरी सुधारन आवश्यक छ । तालिमको मुख्य उद्देश्य नै प्रशिक्षार्थीको सीप अभिवृद्धि गर्नु भएकाले

पत्रकारिताको तालिममा उपयुक्त व्यक्ति छानियोस् भन्ने कुरामा बढी ध्यान पुऱ्याउनुपर्छ । प्रवेश परीक्षामार्फत उसको योग्यता जाँचेपछि मात्रै आधारभूत तालिममा सहभागी बनाउनु उपयुक्त हुन्छ । एड्भान्सड र विषयगत तालिममा पनि सम्भावित सहभागीले आवेदन दिनैपर्ने व्यवस्था हुनुपर्छ र उसको व्यक्तिगत विवरण (बायोडाटा) का आधारमा कस्तो तालिमका लागि ऊ योग्य हो, त्यो हेरेपछि मात्रै छनोट गरिनुपर्छ ।

- तालिम दिने संस्थाले कसले कस्तो तालिम लिए, तालिममा कस्तो रुचि र क्षमता प्रदर्शन गरे र अहिले के गर्दैछन् भन्ने अभिलेख राख्नुपर्छ । पछि हुने तालिमका लागि सहभागी छनोट गर्न तथा तालिमको प्रभाव मूल्याङ्कन गर्नमा यस्तो अभिलेखले सघाउँछ ।
- नेपाली मिडियामा विभिन्न वर्ग, समुदाय, जातजाति र लिङ्गको समानुपातिक उपस्थिति छैन र हुनुपर्छ भन्ने माग उठिरहेको छ । तसर्थ नेपाली मिडियालाई समावेशी बनाउन तालिमलाई पनि समावेशी बनाउनुपर्छ । मिडियामा कम उपस्थित समूहका व्यक्तिलाई आधारभूत तालिममा नै समावेश गर्ने प्रयास गर्नुपर्छ । आधारभूत तालिम नै नभएकालाई समावेशीकरणको नाउँमा एड्भान्सड खालका तालिममा समेट्दा त्यसको प्रभाव शून्य देखिएको छ । साथै, देखावटी समावेशीकरणकै नाममा सधैंजसो एकै जनाले मात्रै अवसर पाउनु हुँदैन ।
- धेरैजसो तालिमहरू पाठ्यक्रम नै नबनाई सञ्चालन गरिएको छ । हरेक तालिमका लागि पहिले पाठ्यक्रम तयार पार्नुपर्छ । बनेका पाठ्यक्रम पनि समय सान्दर्भिकताका आधारमा बेलाबेलामा परिमार्जन गर्नु आवश्यक छ । पाठ्यक्रमको परिमार्जनका नाउँमा तालिमको अवधि खुम्च्याउने र तन्काउने प्रक्रिया मात्रै मुख्य विषय बनेको छ । पाठ्यक्रम परिमार्जन गर्दा बजारको माग के छ भन्ने विषयलाई ध्यान दिई त्यसअनुसार विषयवस्तुमा परिमार्जन गरिनुपर्छ ।
- तालिमको मुख्य विशेषता नै यसमा हुने प्रयोगात्मक अभ्यास हो । औपचारिक पढाइमा सैद्धान्तिक ज्ञानले नै बढी स्थान लिने र अभ्यासको सम्भावना निकै न्यून हुनाले विकल्पको रूपमा पनि तालिम देखापरेको हो । तर, अधिकांश तालिममा प्रयोगात्मक अभ्यासको पाटो कमजोर छ । प्रवचन शैलीबाट नै तालिम सञ्चालन गर्ने प्रवृत्ति व्यापक छ । तालिममा प्रयोगात्मक अभ्यासको पक्षलाई बढी ठाउँ दिने गरी तालिम कार्यक्रमको तर्जुमा गर्नुपर्छ ।

- पत्रकारितामा सशक्त प्रस्तुतिका लागि भाषाको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन्छ । तर, अहिलेका तालिममा भाषालाई बेवास्ता गरिएको पाइन्छ । सरल र सशक्त अभिव्यक्तिको सीप विकास गर्न पाठ्यक्रममा भाषालाई पनि समावेश गरिनुपर्छ । नेपाली भाषा अहिलेको पत्रकारितामा अत्यधिक चल्तीमा भएकाले आधारभूत तालिममा नेपाली भाषालाई पनि समावेश गरिनु बेस हुन्छ । नेपालका अन्य राष्ट्रिय भाषामा पनि पत्रिका निस्कन्छन् । तसर्थ अत्यधिक चल्तीका राष्ट्रिय भाषामा तालिमको आयोजना गरिनुपर्छ । ती भाषामाथिको सीप उकास्न भाषाको छुट्टै कक्षा तालिममा समेटिनुपर्छ ।
- कपि एडिटिङ तथा डेस्क एडिटिङजस्ता विषयमा तालिम एकदमै कम मात्र आयोजना गरिन्छ । युवा पत्रकारलाई लक्षित गरी भाषा सम्पादन र विषयवस्तु सम्पादन दुवै खालका तालिम नियमित रूपमा आयोजना गरिनुपर्छ ।
- एनपीआईका क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्रले दिने तीनमहिने र एकमहिने तालिममा अनलाइन मिडियाको पाठ्यक्रम पनि समेट्नु राम्रो हुन्छ ।
- क्रियाशील पत्रकारलाई विषयगत तालिमको आवश्यकता छ । काठमाडौँबाहिर विषयगत तालिम त्यति धेरै हुन सकेको छैन । ती छोटो र नाम मात्रका तालिम भए भन्ने पनि पत्रकारहरूको गुनासो छ । तसर्थ खँदिलो र लामो अवधिको विषयगत तालिम काठमाडौँबाहिर गरिनुपर्छ ।
- तालिममा सहभागीको संख्या महत्त्वपूर्ण कुरा हो । एउटै कक्षामा धेरै सहभागी राखेर दिइने तालिम प्रभावकारी हुँदैन । धेरै जनाको सहभागितामा दिइएको तालिममा प्रशिक्षार्थीलाई नजिकबाट रेखदेख गर्ने र आवश्यक सुझाव दिने तथा पर्याप्त अभ्यास गराउने वातावरण हुँदैन । तसर्थ एउटा कक्षामा १५ देखि २० जनासम्म मात्र राख्नुपर्छ ।
- प्रशिक्षकको संख्या र स्तर बढाउनका लागि समयसमयमा प्रशिक्षक प्रशिक्षण तालिम (टिओटी) आयोजना गर्नु आवश्यक छ । पुराना प्रशिक्षकलाई पुनर्ताजगी तालिम पनि हुन सकिरहेको छैन । काठमाडौँबाहिर प्रशिक्षकको चर्को अभावलाई दृष्टिगत गरी काठमाडौँबाहिर पनि चलाइनुपर्छ ।
- तालिममा ठाउँको छनोट महत्त्वपूर्ण पक्ष हो । सबै पक्षलाई पायक पर्ने ठाउँमा नै तालिम गर्नुपर्छ । अधिकांश तालिम सहर केन्द्रित छन् । ग्रामीण भेगमा अलि बढी आयोजना गर्नुपर्ने देखिन्छ । एनपीआईका क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्रको उपस्थितिले गर्दा नेपालगञ्ज, बूटवल र विराटनगरमा तालिमका गतिविधि धेरै पाइयो । जनकपुर, वीरगञ्ज, पोखरा, धनगढी, महेन्द्रनगरजस्ता ठाउँमा नियमित तालिम दिने संस्थाको खाँचो छ ।

- एउटा स्तरीय तालिम सञ्चालन गर्नु आर्थिक हिसाबले त्यति सजिलो कुरा होइन। प्रशिक्षार्थीबाट शुल्क लिएर तालिमको सम्पूर्ण खर्च उठाउनु कम भन्नुभटिलो र दिगो उपाय हो। आधारभूत तालिम केही सस्तो पनि हुने हुनाले यो उपाय सम्भव पनि छ। यस्तो खर्च बेहोर्न नसक्ने गरीब समुदायका व्यक्तिका लागि केही सङ्ख्या छुट्ट्याएर त्यसका लागि चाहिँ सीमित मात्रामा स्रोत खोजे पुग्छ। अन्य एडभान्सड तालिममा प्रशिक्षार्थीकै शुल्कले मात्र तालिम धान्न गाह्रो हुने र धेरै शुल्क लगाउँदा प्रशिक्षार्थीले तिर्न नसक्ने भएकाले थप आर्थिक स्रोत खोज्नु पर्छ। त्यसमा अन्तर्राष्ट्रिय दाता, स्थानीय दाता, स्वयं सञ्चार गृह, सरकारी निकाय आदिसँग आर्थिक सहयोग माग्न सकिन्छ। प्रशिक्षण सम्पूर्ण निःशुल्क गरी अझ भत्तासमेत दिने कार्यले तालिमप्रति नकारात्मक धारणा पैदा गरेको छ। तालिम प्रशिक्षार्थीकै लागि भएकाले केही आर्थिक दायित्व उसमा पनि हुनु राम्रो हुन्छ। यसो गर्दा तालिमप्रति प्रशिक्षार्थीको स्वामित्व बोध हुन्छ र तालिमप्रति उसको लगाव बढ्छ।
- तालिममा लगानी र उपलब्धिको मूल्याङ्कन गरिनुपर्छ। कति लगानीमा कति उपलब्धि हासिल भयो भन्ने जानकारीका आधारमा उपलब्धिमूलक तालिमलाई निरन्तरता दिने र कम उपलब्धिमूलकलाई रोक्ने गर्नुपर्छ।
- प्रयोगात्मक अभ्यासका लागि रेकर्डर, क्यामेराजस्ता उपकरण नभै नहुने कुरा हुन्। तर, तिनको पनि उपलब्धता सीमित छ। सिकाइ विधिमा प्रवचन शैलीबाहेक अडियो भिजुअल सामग्रीको प्रयोग गर्ने, मल्टिमिडियाको उपयोग गर्ने सम्भावना पनि हुन्छन्। प्रशिक्षकलाई यी विकल्पका लागि प्रोत्साहन गर्दै तालिम प्रदायक संस्थाले आवश्यक सामग्रीको जोहो पहिल्यै गर्नुपर्छ।
- सहभागीको आवश्यकता के हो भन्ने कुरा ध्यानै नदिई अधिकांश तालिम हुने गरेको पाइन्छ। पत्रकारको आवश्यकता एकतिर र तालिम अर्कातिर हुन्छन् भन्ने गुनासो व्यापक छ। नियमित तालिम दिने संस्थाले उनीहरूको खाँचो के छ भनी बेलाबेलामा सर्वेक्षण गर्नुपर्छ। ठूलो लगानीको स्थलगत सर्वेक्षण सम्भव नभए कस्तीमा विभिन्न स्थानका केही दर्जन पत्रकारहरूसँग फोनमै पनि कस्तो प्रकारको तालिम चाहिन्छ भन्ने सोधेर आवश्यकता पहिचान गर्न सकिन्छ। यसबाहेक पत्रकारहरूसँग विभिन्न अवसरमा हुने भेटघाट र अन्तर्क्रियामा पनि कस्तो तालिम आवश्यक छ भनेर सल्लाह लिन सकिन्छ।
- मिडियाका विषयवस्तु समीक्षा गर्दै त्यसमा देखिएका कमी कमजोरीका आधारमा तालिमको आवश्यकता पहिचान गर्नु अर्को राम्रो तरिका हो।

यस्तो विधिले तालिमको प्रभावकारिता अझ बढाउँछ। नियमित तालिम दिने संस्थाले यसतर्फ पनि ध्यान दिनु राम्रो हुन्छ।

- नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटले तालिम र अन्य गतिविधिलाई लिएर सन् २००० मा एक अध्ययन गरेको थियो। उक्त अध्ययनले आचारसंहिता, अनुसन्धान पद्धति र लेखन विधि, ठूला पत्रिकाका व्यवस्थापकलाई संस्थागत विकास, सूचना प्रविधि र लेआउट डिजाइन, प्रसारणमाध्यम आदि विषयमा तालिम आवश्यक रहेको औल्याएको थियो। विकास, स्वास्थ्य, आर्थिक र कानुनीजस्ता विषयगत रिपोर्टिङका तालिमका साथै खोजपत्रकारिताको तालिमको खाँचो रहेको पनि प्रतिवेदनमा उल्लेख थियो (जोसेफसन सन् २०००)। यी तालिम अहिले पनि त्यतिकै आवश्यक देखिएका छन्। सामाजिक र साम्प्रदायिक सद्भाव कायम राख्न द्वन्द्वग्रस्त क्षेत्र, विशेष गरी तराई र पूर्वी पहाडमा कार्यरत पत्रकारले कसरी काम गर्ने आदि जस्ता नयाँनयाँ विषयमा पनि तालिम आवश्यक छ।
- असहज परिस्थितिमा मिडियाको व्यवस्थापन कसरी गर्ने, सञ्चार गृहलाई आर्थिक रूपले टिकाइराख्न बजारीकरण (मार्केटिङ) का केकस्ता रणनीति अपनाउने, मिडियाको विद्यमान विश्वव्यापी प्रवृत्ति र शैली केकस्ता छन् आदि विषयमा व्यवस्थापकीय तहमा कार्यरत व्यक्तिलाई अति आवश्यक तालिम हुन्।
- तालिमहरू धेरैजसो छापा केन्द्रत छन्। रेडियोलाई समेट्ने स्तरीय तालिमको खाँचो ज्यादा छ। ग्रामीण भेगमा समेत नयाँनयाँ रेडियो खुलेका छन् र त्यहाँ तालिमप्राप्त जनशक्ति न्यून छन्। सामुदायिक रेडियोमा त तालिमको केही अवसर उपलब्ध छ। तर, अन्य रेडियोलाई पनि लक्षित गरी तालिम दिन आवश्यक छ। रेडियोका मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम पत्रकारिताअन्तर्गत पर्दैनन् र तिनलाई लक्षित गरी तालिम नै हुँदैनन् भने पनि हुन्छ। तिनलाई प्रस्तुति, भाषा, आचारसंहिता इत्यादिको बेग्लै तालिम आवश्यक छ।
- टेलिभिजन केन्द्रत तालिम कार्यक्रम त भन्नु नगण्य नै छ। टेलिभिजन च्यानलको सङ्ख्या एक दर्जनभन्दा बढी भइसकेको छ र देशभर तिनका संवाददाता भए पनि यसका लागि छुट्टै तालिम पाएका जनशक्ति छैनन्। प्रिन्ट वा रेडियोमै काम गरेका व्यक्तिले टेलिभिजनमा काम गरिरहेका छन्। उनीहरूका लागि टिभी रिपोर्टिङसम्बन्धी तालिमको खाँचो छ। संवाददाताले नै क्यामेरा पनि चलाउनुपर्ने भएकाले उनीहरूलाई क्यामेरा सञ्चालन, दृश्य सम्पादन आदिसम्बन्धी प्राविधिक तालिम पनि दिइनुपर्छ।
- काठमाडौँबाहिर छापामाध्यममा काम गर्ने पत्रकारहरूलाई फोटो पत्रकारिताको तालिम पनि उत्तिकै आवश्यक छ। त्यहाँका पत्रिकाले डेस्कटप पब्लिसिङ र

डिजाइनिङका लागि दक्ष जनशक्तिको अभाव भोगिरहेका छन् तसर्थ यससम्बन्धी तालिम त्यहाँ आवश्यक छ। रेडियो स्टेसनमा पनि प्राविधिक सीप भएका जनशक्तिको खाँचो छ। अरूले गरेको देखेकै भरमा सामान्य रूपमा काम चलाउन सक्ने प्राविधिजले नै रेडियो धानेका छन्। ती विषयका दक्ष जनशक्ति पर्याप्त उत्पादन हुने गरी तालिम आयोजना गरिनुपर्छ।

- स्थानीय परिवेशअनुसार पनि तालिमको योजना बनाइनुपर्छ। जस्तै; पोखरा, चितवनका पत्रकारलाई पर्यटन पत्रकारिताको तालिम उपयोगी हुन्छ। वीरगञ्ज, विराटनगर, नेपालगञ्ज, भैरहवाजस्ता भन्सार एवं औद्योगिक क्षेत्र भएका र सघन आर्थिक गतिविधि हुने सहरका पत्रकारका लागि खँदिलो र लामो अवधिको आर्थिक पत्रकारिता तालिम उपयोगी हुन्छ।
- गैरसरकारी संस्थाहरूले दिने विषयगत तालिमहरूमा स्तरीय पाठचक्रम तथा प्रशिक्षक र स्रोत सामग्रीको उपलब्धताभन्दा पनि खानपान र अन्य भौतिक सुविधाका साथै सहभागीको सङ्ख्या धेरै देखाउन बढी ध्यान दिइएको प्रतिक्रिया व्यापक सुनिन्छ। यसले गर्दा ठूलो लगानीमा पनि तालिमको उपलब्धि कम हुन्छ। यसतर्फ त्यस्ता संस्थाहरूले गहन रूपले सोचन आवश्यक छ।
- पत्रकारलाई पत्रकारिताबाहेक अङ्ग्रेजी भाषा, कम्प्युटर तथा सूचना प्रविधि आदिजस्ता सहयोगी तालिमको पनि आवश्यकता छ। यसले पत्रकारिताकै सीप सिक्न तथा विषयगत दायरालाई फराकिलो पार्न काम लाग्ने व्यापक स्रोत सामग्रीमा पहुँच बढाउन मद्दत गर्दछ।

सञ्चार गृह

- सञ्चार गृहले आफ्ना पत्रकारले लिएको तालिम र उनीहरूले काम गरिरहेको विटवारे रेकर्ड राख्ने गर्नुपर्छ। यसले भावी दिनमा आफ्ना जनशक्तिको आवश्यकता बुझी तालिममा छनोट गर्न तथा पूर्व तालिमको प्रभावकारिता जाँचन मद्दत गर्दछ।
- आन्तरिक (इनहाउस) तालिम निकै कम खर्चमा गर्न सकिने हुँदाहुँदै पनि सञ्चार गृहले यतातिर पर्याप्त ध्यान दिइरहेका छैनन्। पत्रिका र रेडियोमा भएका जनशक्तिलाई त्यहीँकै वरिष्ठ पत्रकार र बाहिरबाट एक वा दुई प्रशिक्षक निम्त्याई तालिम गर्न गाह्रो नहुनुपर्ने हो। तसर्थ यस्ता आन्तरिक तालिममा सञ्चार गृहको ध्यान जानु जरुरी छ।

- अलिकति पनि शुल्क बेहोर्नुपर्ने अवस्थामा आफ्ना जनशक्तिलाई तालिममा नपठाउने प्रवृत्ति सञ्चार गृहमा छ। आफ्नो संस्था र जनशक्तिका लागि आवश्यक तालिम देशभित्रै सञ्चालन भइरहेको अवस्थामा समेत ती जनशक्ति आर्थिक अभावका कारण तालिमबाट वञ्चित भइरहेका हुन्छन्। यस्तो अवस्थामा सञ्चार गृह आफैले तालिम शुल्क तिरिदिएर जनशक्तिको दक्षता बढाउन सकिन्छ। तालिम अवधिलाई पनि काम गरेसरह नै मान्यता दिइनुपर्छ, तलबभत्ता वा विदा काटेर उनीहरूको बाटो छेक्न हुँदैन किनकि उसले सिकेको सीपले सञ्चार गृहलाई पनि फाइदा नै हुन्छ।
- तालिममा पठाउन सहभागी छनोट गर्दा व्यवस्थापनसँग नजिक रहेका तथा संस्थाका पदाधिकारीले नै प्राथमिकता पाउने गरेका छन् भन्ने गुनासो प्रशस्त सुनिएको छ। भत्ता वा घुम्न पाउने लोभमा आवश्यकता नै नभएका पत्रकार वा कर्मचारी सहभागी हुने गरेका पाइन्छ। त्यसैले व्यवस्थापनले आवश्यकताका आधारमा विनाभेदभाव सहभागीको छनोट गर्नुपर्छ।
- जनशक्तिको भर्ना गर्दा पनि अधिकांश सञ्चार गृहले व्यक्तिगत सम्पर्क र चिनजानलाई नै आधार बनाएको पाइन्छ। यसले गर्दा तालिम र सीप भएकाहरू हातमा प्रमाणपत्र बोकेर बेरोजगार भइबसेका छन्। यसो गर्नुभन्दा खुल्ला प्रतिस्पर्धाद्वारा पत्रकारितासम्बन्धी तालिम र सीप तथा शैक्षिक योग्यता भएकालाई छनोट गर्दा स्वयं मिडिया हाउसकै लागि पनि निकै लाभदायक हुन्छ।

सरकार

- सरकारले पत्रिकालाई प्रत्यक्ष आर्थिक सहयोग दिने गरेको छ र त्यसको दुरुपयोग भएका उदाहरण धेरै छन्।^१ व्यावहारिक दृष्टिकोणले हेर्ने हो भने

^१ उदाहरणका लागि सरकारले प्रेस काउन्सिल नेपालको वर्गीकरणमा परेका पत्रपत्रिकालाई दिने रकम पाउनका लागि मात्रै एउटै व्यक्ति वा परिवार संलग्न भएर पत्रिका निकाल्ने प्रवृत्तिलाई लिन सकिन्छ। त्यतिमात्र नभई एउटै व्यक्तिले फरकफरक नाउँमा पत्रिका दर्ता गराई उही सामग्री राखेर निकाल्ने गरेको पनि पाइन्छ। यस्ता पत्रिका बजारमा कहीं वितरण नगरी रेकर्डकै लागि प्रेस काउन्सिल नेपालमा पठाउन मात्र छाप्ने गरिन्छ। यसका पछाडि सरकारले दिने रकम जसरी भए पनि बढीभन्दा बढी मात्रामा हात पार्ने लालच नै कारक रहेको छ (महत २०६४)। प्रेस काउन्सिल नेपालको चार वर्षअगाडि प्रकाशित वार्षिक प्रतिवेदनमा उल्लेख भएअनुसार उही सामग्री राखेर निकालिएका २८ ओटा साप्ताहिक अखबार (सबै पर्सा जिल्लाका), एउटा दैनिक अखबार (सिरहा जिल्लाको) तथा दुईओटा मासिक पत्रिका (दुवै काठमाडौं जिल्लाका) फेला परेका थिए (प्रेस काउन्सिल नेपाल २०६३: २५४-५५)। लोक कल्याणकारी विज्ञापन दिन लगाएर रकम उपलब्ध गराउने यो प्रक्रिया एफएम रेडियोहरूको वारम्बारको दबावपछि २०६६ सालदेखि तिनलाई पनि दिन थालिएको छ।

यसको सट्टा तालिमको चाँजोपाँजो मिलाई दक्ष र सिपालु जनशक्ति उपलब्ध गराउँदा पत्रिकालाई पनि फाइदा नै हुन्छ। तसर्थ सरकारले तालिममा लागेका संस्थालाई आर्थिक सहयोग उपलब्ध गराई या आफैले तालिम सञ्चालन गरी यस क्षेत्रमा उल्लेखनीय योगदान गर्न सक्छ।

- सरकारी सञ्चारमाध्यमहरूमा पनि तालिम र पत्रकारको वृत्ति-विकासका लागि सरकारले पर्याप्त लगानी गर्नु आवश्यक छ। यसले सरकारी मिडियालाई पनि अन्य सरह बजारमा प्रतिस्पर्धी बनाउन मद्दत गर्छ।
- विदेशबाट सरकारी सञ्चारमाध्यममा कार्यरत जनशक्तिका लागि आएको तालिममा असान्दर्भिक व्यक्ति जाने र विदेशमै हराउने गरेका कारण पनि त्यस्ता अवसरहरू विगतका तुलनामा निकै कम मात्रामा उपलब्ध हुन थालेको भन्ने गुनासो छ। त्यस्ता तालिममा आवश्यकता हेरेर निष्पक्ष ढङ्गले सहभागी छनोट गरी पठाउनु पर्दछ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ

- नेपाल पत्रकार महासङ्घ आफ्नो गतिविधिलाई वकालतमा नै सीमित राख्ने कि तालिम लगायतका गतिविधिमा पनि आफूलाई सरिक गराउने भन्ने द्विविधामा छ। महासङ्घ सबै खालका काम गरिरहेको छ र तालिमलाई निरन्तरता दिइरहेको छैन। तालिम पनि दिने हो भने त्यही रूपमा स्रोतको खोजी र परिचालन गरेर तालिमलाई अलि नियमित बनाउनु आवश्यक छ। नदिने हो भने पनि आफ्ना सदस्यहरूको आवश्यकता पहिचान गरी तालिम दिने संस्था र कार्यरत पत्रकारका बीच प्रभावकारी रूपले समन्वयकारी भूमिका खेलिदिन सक्छ।
- नेपाल पत्रकार महासङ्घ तथा यसका जिल्ला शाखाहरूलाई विभिन्न तालिम आयोजक संस्थाले सहभागी छनोटका लागि मद्दत गर्न तथा संयोजन गरिदिन आग्रह गरेको देखिन्छ। तसर्थ यसले पनि आफ्ना सदस्यको तालिम र काम गरिरहेको विटवारे रेकर्ड राख्ने गर्दा उनीहरूको आवश्यकता पहिचान गर्न र सहभागी छनोट गर्न सजिलो हुन्छ।
- आफ्नो जिल्लामा उपलब्ध तालिमबारे थाहा पाउन गाह्रो भएको र आफूले अवसर गुमाउनुपरेको कतिपय पत्रकारको गुनासो छ। यस्तोमा महासङ्घले विभिन्न माध्यममार्फत आफ्ना सदस्यहरूलाई अवसरबारे जानकारी गराउन सक्छ।

प्रशिक्षार्थी

- खास गरी अलि पुराना र पाका पत्रकारहरू तालिमप्रति रुचि नै राख्दैनन्, नयाँ कुरा सिक्नै खोज्दैनन् भन्ने गुनासो प्रशिक्षक वा तालिम दिने संस्थाहरूले गर्ने गरेका छन् । समयको वेगसँग आफूलाई हिंडाउन वरिपरिका तालिमका अवसरको उपयोग तिनले गर्नुपर्ने देखिन्छ ।
- आफूलाई आवश्यक तालिम कहाँ-कहाँ उपलब्ध छन् भन्नेबारे पत्रकार सधैं चनाखो हुनु पर्दछ । तालिमको उपलब्धिबारे सबभन्दा बढी चासो र चिन्ता सहभागी स्वयंलाई हुनु पर्दछ । तालिममा उपस्थिति मात्र जनाउने भन्दा पनि तालिमलाई आफ्नो सीप अभिवृद्धिमा उपयोग गर्न सम्बन्धित विषयको अध्ययन गर्ने, तालिमको गृहकार्य, प्रयोगात्मक अभ्यास र अन्य क्रियाकलापमा आफूलाई सक्रिय बनाउने र आवश्यक पृष्ठपोषकका लागि प्रशिक्षकसँग निरन्तर सम्पर्कमा रहनेजस्ता कार्य सहभागी वा पत्रकारले गर्नु आवश्यक छ ।
- निःशुल्क, आर्थिक वा अन्य सुविधासहितको तालिमको अवसर आउँदा जस्तो पनि तालिम लिने र शुल्क तिर्नुपर्दा अत्यावश्यक तालिमको समेत बेवास्ता गर्ने प्रवृत्ति पत्रकारहरूमा पनि छ । आफ्नो पेसागत सीप अभिवृद्धिका लागि लगानी गर्दा आफूलाई नोक्सानी हुँदैन भन्ने कुरा उनीहरूले ध्यान दिन जरुरी छ । त्यसो गर्दा स्वामित्व महसुस हुन्छ र तालिमप्रति लगाव बढ्छ । सशुल्क तालिमका लागि आफ्नो क्षमता नपुगे आर्थिक स्रोत जुटाउने अन्य विकल्पहरू खोज्नेतर्फ पनि पत्रकारले ध्यान दिन आवश्यक छ ।
- तालिम दिने नाउँमा नाफा कमाउने उद्देश्यले सर्वसाधारणलाई ठग्न विभिन्न किसिमका संस्थाहरू जन्मिरहेका हुन्छन् । तसर्थ, तालिममा सहभागी हुनुअगाडि प्रशिक्षार्थीले त्यस्ता संस्थाहरूको पृष्ठभूमि वा उसले विगतमा गरेको काम, तालिमको पाठ्यक्रम, प्रशिक्षकको स्तर, तालिम दिन आवश्यक अन्य पूर्वाधार भए नभएको आदि बुझ्नुपर्छ । त्यसो गर्दा मात्र तालिमका नाउँमा हुने ठगीबाट आफूलाई जोगाउन सकिन्छ ।

दातृ संस्था/निकाय

नेपालमा मिडियासम्बन्धी तालिम सञ्चालनमा दातृ संस्थाहरूको निकै ठूलो भूमिका रहेको छ । गैरनाफामुखी संस्थामध्ये केहीले सञ्चालन गर्ने आधारभूत पत्रकारिता तालिमबाहेक धेरै तालिमहरूमा राष्ट्रिय वा अन्तर्राष्ट्रिय दातृसंस्थाहरूले ठूलो मात्रामा धनराशी खर्च गरिरहेका छन् । दातृसंस्थाले देखाएको रुचि र

चासोका आधारमा तालिमको मात्रा घटबढ हुने गरेको छ। अहिलेसम्मको अवस्थामा तालिमका लागि जे-जति रकम खर्चिएको पाइन्छ, त्यसको उपादेयता तथा आवश्यकताबारे स्वतन्त्र रूपले अध्ययन भने हुन सकेको छैन। के-कस्ता तालिमका लागि कसलाई कस्तो सहयोग गर्ने भन्ने सन्दर्भमा दाताहरूमा पनि एक किसिमको अन्योल छ। यो अनुसन्धानको निष्कर्षका आधारमा दाताहरूद्वारा तालिममा सहयोग गर्न सकिने सम्भाव्य क्षेत्रहरू यहाँ औल्याइएको छ।

आधारभूत पत्रकारिता तालिम : धेरैजसो सहरी इलाकाहरूमा आधारभूत पत्रकारिताको तालिम सञ्चालन गर्ने संस्थाहरू प्रशस्तै छन्। साथै त्यहाँ धेरै पहिलेदेखि तालिम कार्यक्रमहरू सञ्चालन हुँदै आएका छन्। सशुल्क रूपमा नै त्यस्ता तालिमहरू चलिरहेका पनि छन्। तर, ग्रामीण क्षेत्र त्यस्ता संस्थाहरूको प्राथमिकतामा नपर्ने हुनाले त्यहाँ बसेर पत्रकारिता गर्न चाहने व्यक्तिहरूका लागि आधारभूत तालिमको समेत पर्याप्त अवसर उपलब्ध छैन। तसर्थ तालिम दिने धेरै संस्थाहरू सक्रिय रहेका त्यस्ता सहरी इलाकाहरूमा आधारभूत पत्रकारिता तालिमका लागि दातृ संस्थाको सहयोगको खासै औचित्य छैन। ग्रामीण क्षेत्रमा त्यस्ता तालिमका लागि गरिने सहयोगले भने तालिमबाट वञ्चित रहेका समुदाय लाभान्वित हुन सक्छन्। ग्रामीण क्षेत्र तथा पहिले तालिमको अवसर नै नभएका कतिपय सहरी इलाकामै पनि तालिम सञ्चालन गर्न तालिम प्रदायक संस्थाहरूलाई प्रोत्साहित गर्नु आवश्यक छ।

आधारभूत पत्रकारिता तालिम दिँदै आएका संस्थाले पनि आफ्नो पाठ्यक्रम बनाउनेतर्फ वा भएका पाठ्यक्रमलाई समयानुकूल परिमार्जन गर्नेतर्फ ध्यान दिइरहेका छैनन्। पाठ्यक्रमको निर्माण र विकासमा हुने सहयोग महत्त्वपूर्ण छ। त्यस्तै, आधारभूत पत्रकारिता वा प्राविधिक खालका तालिमका लागि आवश्यक पर्ने रेडियो स्टुडियोजस्ता भौतिक पूर्वाधारको निर्माण तथा कम्प्युटर, क्यामेरा, रेकर्डर तथा सामग्री खरिदका लागि आर्थिक सहयोग भएमा प्रशिक्षार्थीलाई प्रयोगात्मक अभ्यासका लागि उपयोगी हुन सक्छ।

विगतको अनुभव र कामको मूल्याङ्कनका आधारमा हेर्दा आधारभूत पत्रकारिता तालिमका लागि काम गरिरहेका संस्थाहरूमध्ये एनपीआईको काठमाडौँस्थित कार्यालय तथा यसका क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्रहरू दातृ सहयोगका लागि उपयुक्त विकल्प हुन सक्छन्। किनभने विगतमा पनि यसले तालिमका गतिविधि कम हुने गरेका कतिपय सहरी तथा ग्रामीण इलाकाहरूमा गएर पनि छोटो अवधिका तालिमहरू सञ्चालन गरेको छ। त्यस्तै रेडियोसम्बन्धी तालिमका

लागि सहयोग दिने क्रममा नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेफेज) अन्तर्गतको सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र (सारेसके), एन्टेना फाउण्डेसन, इक्वेल एक्सेस, अकोन्याबजस्ता संस्थाको छनोट उपयोगी हुन सक्छ। टेलिभिजनसम्बन्धी आधारभूत पत्रकारिता तालिमका लागि काम गरिरहेको संस्था भेट्टाउन मुश्किल छ। त्यसैले उपयुक्त योजना र प्रस्ट उद्देश्यसहित आउने त्यस्ता संस्थाको स्थापना तथा विकासका लागि सहयोग गर्न आवश्यक छ।

नेपाली मिडियामा न्यून प्रतिनिधित्व भएका वा प्रतिनिधित्व नै नभएका सीमान्तकृत विभिन्न समूहका सदस्यका लागि आधारभूत पत्रकारिताको तालिम सञ्चालनमा पनि सहयोग आवश्यक देखिन्छ। हाल सक्रिय रहेका संस्थाहरूमध्ये महिलालाई लक्षित गरेर तालिम दिँदै आएको सञ्चारिका समूह, आदिवासी जनजाति समुदायका पत्रकारलाई लक्षित गरेर काम गरिरहेको अनिज तथा दलित समुदायका पत्रकारका लागि काम गर्ने संस्था जागरण मिडिया सेन्टरलाई गरिने सहयोगबाट सम्बन्धित समुदायका व्यक्तिहरू लाभान्वित हुन सक्छन्। मधेसी पत्रकारहरूको विकास र क्षमता अभिवृद्धिका लागि विभिन्न संस्थाहरू खुल्न थालेका छन्। तर, तिनको कामको अनुभव त्यति लामो नभएकाले कुन कुन संस्था उपयुक्त छन् अहिल्यै भन्न गाह्रो छ।

एड्भान्सड पत्रकारिता तालिम : नेपाली मिडियाको सन्दर्भमा एड्भान्सड पत्रकारिता तालिम भन्नाले फिचर लेखन, गहन वा खोजमूलक रिपोर्टिङ तथा विषयगत रिपोर्टिङसम्बन्धी तालिमलाई बुझ्न सकिन्छ। छापामाध्यमको सन्दर्भमा अहिले यस्ता तालिमहरू प्रायः एनपीआई र सञ्चारिका समूहले दिइरहेका छन्। त्यस्तै खोज पत्रकारिता केन्द्रले पनि खोजमूलक रिपोर्टिङसम्बन्धी तालिम चलाउने गरेको छ। रेडियोका लागि भने एन्टेना फाउण्डेसन, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र तथा अकोन्याबले तालिम चलाइरहेका छन्। विगतमा रेडियोसम्बन्धी आधारभूत र एड्भान्सड तालिम केही मात्रामा चलाएको अनुभव कम्युनिकेसन कर्नरसँग पनि छ। आर्थिक सहयोग गर्ने सन्दर्भमा नेपालका विभिन्न भागमा छापा पत्रकारितासम्बन्धी एड्भान्सड तालिम चलाउन सक्ने क्षमता भएको संस्था पूर्वाधार र अनुभवका हिसाबले एनपीआई नै हो। साथै, खोज पत्रकारिता केन्द्र पनि पत्रकारिताको एड्भान्सड तालिम दिनेमध्ये उत्कृष्ट संस्थाअन्तर्गत पर्दछ। महिलालाई लक्षित गरी फिचर लेखन तालिम प्रदान गर्नका लागि सञ्चारिका समूह नै उपयुक्त रोजाइ हुने देखिएको छ। रेडियोमा एड्भान्सड तालिमका लागि

उपयुक्त संस्था एन्टेना फाउण्डेसन, अकोन्याव, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र तथा कम्युनिकेसन कर्नर हुन सक्छन् ।

उता विषयगत रिपोर्टिङसम्बन्धी तालिम दिइरहेका संस्थाहरूमा खास गरी सम्बन्धित विटमा काम गर्ने पत्रकारहरूले गठन गरेका मञ्च वा समूहहरूका साथै महिला, जनजाति तथा दलितजस्ता समुदायको पक्षमा वकालत गर्न खुलेका संस्थाहरूलाई सम्बन्धित विषयमा रिपोर्टिङसम्बन्धी तालिमका लागि रोज्नु उपयुक्त देखिन्छ । उदाहरणका लागि लैङ्गिकतासम्बन्धी तालिमका लागि अस्मिता, सीमान्तकृत आदिवासी जनजातिका लागि अनिज, दलितका लागि जागरण मिडिया सेन्टर, शिक्षाका विषयमा शिक्षा पत्रकार समूह, वातावरणका लागि नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेफेज), आर्थिक विषयका लागि नेपाल आर्थिक पत्रकार समाज (सेजन), कानूनसम्बन्धी विषयमा फ्रिडम फोरम, मानवअधिकारका लागि इडिकन, इन्सेकजस्ता संस्थाहरू छनोट गर्न सकिन्छ । यसको मतलब यी संस्थाहरू नै सधैंका लागि सबैभन्दा उपयुक्त विकल्प हुन् र अरू नयाँ संस्थाहरू आउनु हुँदैन भन्ने होइन । यस अध्ययनका आधारमा देखिएका विभिन्न संस्थाहरूमध्ये यी रोजाइका संस्था हुनसक्छन् भन्ने मात्र हो । यिनले पेस गर्ने योजना र कार्यक्रमलाई मूल्याङ्कनको आधार बनाउनु त पर्छ नै । यी संस्थाहरूले तालिमका लागि सम्बन्धित विषयमा समय अनुकूलका पाठ्यक्रम निर्माण गर्ने तथा प्रशिक्षक तयार गर्ने कुरामा पनि जोड दिनु जरुरी हुन्छ । पाठ्यक्रम निर्माण तथा टिओटी सञ्चालनका लागि समेत दातृ संस्थाको सहयोग आवश्यक छ ।

शैक्षिक संस्था : क्याम्पस वा विश्वविद्यालयहरूले प्रमाणपत्र तहदेखि स्नातकोत्तरसम्म पत्रकारिता तथा आमसञ्चार विषय अध्यापन गराइरहेका छन् । अझ स्कुलकै पाठ्यक्रममा पनि पत्रकारितालाई राखिएको छ । तर, आफ्नो पाठ्यक्रममा पर्याप्त स्थान नदिएका कारण वा अत्यावश्यक भौतिक सामग्री र संरचना तयार नगरेका कारण आवश्यक मात्रामा प्रयोगात्मक अभ्यास गराउन सकेका छैनन् । यसले गर्दा पत्रकारिताको डिग्री हातमा लिएका जनशक्ति पनि पत्रकारिता क्षेत्रमा सहजतासाथ प्रवेश गर्न सकेका छैनन् । भौतिक पूर्वाधार आवश्यक भएका शैक्षिक निकायलाई सहयोग गर्ने हो भने उनीहरूले आफ्ना विद्यार्थीहरूलाई सैद्धान्तिक ज्ञानसँगै पर्याप्त मात्रामा प्रयोगात्मक अभ्यासमा सहभागी गराउन सक्नेछन् । साथै, विश्वविद्यालयहरूले आफ्ना पाठ्यक्रमलाई पनि त्यहीअनुरूप बेलाबेलामा परिमार्जन गराउँदै लैजानु आवश्यक देखिन्छ । यस्तो कामका लागि पनि आवश्यक आर्थिक सहयोग जुटाउनु महत्त्वपूर्ण हुने देखिन्छ ।