

## मिडिया तालिम र यसको अध्ययन क्षेत्र

### पृष्ठभूमि

छापा, प्रसारण तथा इन्टरनेट माध्यमको विकाससँगै स्कूल, कलेज तथा विश्वविद्यालय स्तरमा पत्रकारिताको पढाइ सञ्चालन गर्ने होड निकै बढेको छ। तालिम इन्स्टिच्युटहरूमा छोटो वा लामा अवधिका तालिम उपलब्ध छन्। जनशक्तिको संख्या एवं दक्षतामा आएको सकारात्मक परिवर्तनका कारण नेपाली मिडिया व्यावसायिक बनिरहेको छ। संख्यात्मक हिसाबले होस् या गुणात्मक हिसाबले; सीप र क्षमता भएका जनशक्तिको प्रवेशले नै नेपाली मिडियाले यसरी निरन्तर फड्को मार्न सकेको हो।

नेपाली मिडियामा काम गर्ने जनशक्तिको संख्या र दक्षता बढाउन नेपालमा उपलब्ध यससम्बन्धी औपचारिक अध्ययन र तालिमको भूमिका ठूलो छ। अझ, तालिम त भन्नु मिडिया क्षेत्रमा प्रवेशका लागि छरितो बाटो नै हो। नेपाली मिडियामा आवश्यक जनशक्ति आपूर्ति गर्ने एउटा भरपर्दो माध्यम हो, तालिम। पत्रकारितासम्बन्धी तालिमका गतिविधि बढ्दै गए पनि तालिम क-कसले आयोजना गर्छन्, कसका लागि आयोजना गरिन्छ, यसको उपादेयता के छ, यसमा के कस्ता समस्याहरू देखापरेका छन्; यी र यस्तै विषयमा प्राज्ञिक अनुसन्धान भएको

पाइँदैन । यसै सन्दर्भमा नेपाली मिडियामा भइरहेको तालिमको अभ्यासलाई नै केन्द्रबिन्दुमा राखेर यो अध्ययन थालिएको हो । यस पुस्तकले नेपालमा भइरहेका मिडियासम्बन्धी तालिम सञ्चालनको अभ्यास केलाउँदै यसका विभिन्न पाटाहरू उजागर गरेको छ ।

## मिडियाको विकास र तालिमको आवश्यकता

वि.सं. २००७ पछि सङ्क्रमणकालीन अवस्थामा होस् वा पञ्चायती व्यवस्थाको दबदबा कायम रहँदा नेपालमा पत्रकारिताको उपयोग मुख्यतः राजनीतिक मिसन पूरा गर्नका लागि नै गरिन्थ्यो । त्यति बेला राज्यपक्ष वा विभिन्न राजनीतिक दल तथा तिनका भ्रातृ सङ्गठनका पक्षमा घोषित वा अघोषित रूपमा पत्रकारिता गरिन्थ्यो । त्यसो हुँदा स्वभावतः पत्रकारिताको सैद्धान्तिक ज्ञान र व्यावसायिक दक्षताभन्दा पनि राजनीतिक दर्शन र चेतना नै पत्रिकाको अन्तर्वस्तुका रूपमा हावी हुन्थे । पञ्चायत कालमा राजनीतिक दल प्रतिबन्धित थिए । त्यसैले राजनीतिक चलखेलका लागि पत्रपत्रिका उपयोगी मञ्च बन्न पुगे । राजनीतिक चेतनाले प्रशिक्षित व्यक्ति नै पत्रकार बन्थे । उनीहरू आफ्नो दर्शनसँग मेल खाने पत्रिकामा मात्र संलग्न हुन्थे । पञ्चायती राज्यसत्ताका पक्षधरहरू तत्कालीन शासन व्यवस्था र शासकका पक्षमा पत्रकारितालाई प्रयोग गर्दथे । त्यसको विपक्षमा उभिएका बहुदलमार्गी र परिवर्तनका पक्षधरहरू पनि आफ्ना विचारका पक्षमा जनमत निर्माण गर्न पत्रकारिताको सहारा लिन्थे । त्यति बेला पत्रकारहरू विभिन्न राजनीतिक विचाररूपी पाठशालाबाट जन्मिन्थे । तिनका अनुयायीहरू आफ्ना अग्रजको सिको गर्थे र पत्रकारितालाई माध्यम बनाउँदै आफ्नो राजनीतिक मिसनमा तल्लीन हुन्थे । २०३६ सालमा जनमत सङ्ग्रहको घोषणापछि नेपाली प्रेसजगत्मा प्रस्तुति र शैलीका हिसाबले गुणात्मक सुधारका लक्षणहरू देखापरेको पत्रकार किशोर नेपालले उल्लेख गरेका छन् । नेपालका अनुसार, “विविध विषयहरूमा सम्पादक-प्रकाशकको एकोहोरो आलाप (monologue) प्रस्तुत गर्दै आएको नेपाली पत्रकारितामा सामूहिक संवाद (dialogue) को शैली देखिन थाल्यो” (नेपाल २०५७ : ९) । यद्यपि पत्रकार वा पत्रपत्रिका राजनीतिक रूपले निष्पक्ष नभई विभिन्न विचारधाराको पक्ष र विपक्षमा बाँडिने गरेको पनि किशोर नेपालको विश्लेषणबाट जानकारी हुन्छ ।

यसरी पक्ष वा विपक्षमा बाँडिएर गरिने पक्षधर पत्रकारिता समयक्रमसँगै व्यावसायिक पत्रकारिताको रूपमा पनि अगाडि बढ्दै गयो । २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तनपश्चात् पत्रकारिता क्षेत्रप्रति राज्य निकै उदार रूपमा प्रस्तुत

भयो । प्रकाशन एवं प्रेस स्वतन्त्रतालाई संवैधानिक रूपमै सुनिश्चित गरिएपछि यस क्षेत्रमा लगानीको ढोका खुल्यो (वन्त सन् २००२) । तत्पश्चात् यस क्षेत्रको विकासमा प्रशस्त सम्भावना देखिए । पत्रकारिता रोजगारीको अर्को क्षेत्र बन्न पुग्यो । जीविकोपार्जनको माध्यमसमेत बन्ने भएपछि यसप्रति शिक्षित जनमानसको रुचि ह्वात्तै बढ्यो । अर्कातिर, ग्ल्यामरयुक्त पेसा भएका कारण मिडियामा काम गरेपछि समाज वा साथीसंगी माझ आफू छिट्टै परिचित भइने तथा छिट्टै किसिमको रवाफ जमाउन पाइने हुँदा पनि यसप्रति युवाहरूको आकर्षण बढ्यो ।<sup>१</sup> युवाहरूबीच प्रतिस्पर्धा पनि बढ्दै गयो । मिडियामा प्रवेशका लागि आफूलाई योग्य बनाउने ध्येयले उनीहरूमा सैद्धान्तिक ज्ञान र व्यावहारिक सीप आर्जन गर्ने चासो जाग्यो । पत्रकारिताको शिक्षा र तालिमको माग दिनानुदिन बढ्न थालेपछि शैक्षिक निकायभित्र पत्रकारिताको औपचारिक पढाइ र शैक्षिक निकायबाहिर तालिमका गतिविधिहरू बढ्न थाले । नेपाली मिडियाको देशव्यापी विस्तारसँगै पठनपाठन र तालिमका गतिविधिहरू पनि देशव्यापी बन्दै गएका छन् ।

ग्रीष्मबहादुर देवकोटाले २००७ सालपछि सरकारी कोटा वा छात्रवृत्तिमा पत्रकारिताको अध्ययन तथा तालिमका लागि केही छात्रहरू तथा प्रचार विभागअन्तर्गतका केही कर्मचारीहरूलाई तालिमका लागि विदेश पठाउने गरेको उल्लेख गरेका छन् । देवकोटाका अनुसार त्यस बेला फ्रान्सको एएफपी तथा युनेस्कोमा तालिमका लागि कर्मचारीहरूलाई पठाइन्थ्यो । अमेरिका, रूस, भारत आदि देशमा पत्रकारिताको औपचारिक अध्ययनका लागि पठाइन्थ्यो (देवकोटा २०२४ : १९६) । मिडियाका विभिन्न क्षेत्रमा कार्यरत व्यक्तिहरूलाई कोलम्बो प्लानअन्तर्गत तालिम दिने चलन पनि यसै अवधिमा भएको थियो । २०१४ सालमा गठित प्रेस कमिसनको सुभावअन्तर्गत एउटा बुँदामा “हर वर्ष १/२ जना पत्रकारहरूलाई तालिम दिन कोलम्बो प्लानको छात्रवृत्तिमा विदेशमा तालिम लिन पठाइयोस्” (चापागाई २०६०[२०१५] : २८४) भन्ने उल्लेख छ । यसबाहेक व्यावसायिक पत्रकारहरूको विकास गर्न स्वदेशमै पनि तालिम र शिक्षाको व्यवस्था हुनुपर्ने सुझाव पनि सो कमिसनको प्रतिवेदनमा छ (चापागाई २०६०[२०१५] : ३१४) ।

<sup>१</sup> मार्टिन चौतारीद्वारा २०६७ भदौ ३ मा आयोजित ‘पत्रकारितामा युवा आकर्षण’ विषयक छलफल कार्यक्रममा युवा पत्रकारहरू होम कार्की, कमलराज लम्साल, विनिता दाहाल र दिनेश सुनारले व्यक्त गरेका धारणाअनुसार पनि उनीहरू पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गर्नुको कारण यसबाट पाइने ख्याति नै प्रमुख हो ।

२०१५ सालको सुभाब प्रतिवेदनमा उल्लेख भए पनि नियमित रूपले पत्रकारिताको अध्यापन तथा तालिमका लागि त्यस्तो संस्थागत पहल लामो समयसम्म हुन सकेन । बरु युनेस्कोको पहलमा २०२० को दसकको मध्यतिरै नेपालमा पत्रकारिता र आमसञ्चारसम्बन्धी फाट्टफुट्ट तालिम हुन्थे । सञ्चारसँग सम्बन्धित राज्यका निकायसँग मिलेर त्यस्ता तालिम आयोजना गरिन्थे । बढीजसो सरकारी सञ्चार संस्थामा कार्यरत र केही निजी क्षेत्रका व्यक्तिहरूले यस्ता तालिमका साथै विदेशमा तालिम लिने अवसर पाउँथे (खत्री २०३२ : ७९) । अलि पछि यस क्षेत्रमा संस्थागत प्रयास स्वरूप शैक्षिक निकायतर्फ २०३३ सालमा त्रिभुवन विश्वविद्यालयअन्तर्गत रत्नराज्यलक्ष्मी (आरआर) क्याम्पसमा आमसञ्चार र पत्रकारिता विभागको स्थापना भयो । सुरुआतमा प्रमाणपत्र तहमा सीमित पाठ्यक्रमलाई २०३६ सालमै स्नातक तहसम्म पुऱ्याइयो ।

नेपाली पत्रकारिताको विकासका लागि सुभाब दिन २०३८ सालमा गठित 'शाही प्रेस आयोग' को प्रतिवेदनमा पनि पत्रकारिता क्षेत्रको विकासका लागि तालिमको अपरिहार्यता औल्याइएको थियो । त्रिविअन्तर्गत सञ्चालित प्रमाणपत्र र स्नातक तहको पत्रकारिता विषयको पढाइमा प्रयोगात्मक र व्यावसायिक प्रशिक्षण समावेश गरी स्तरयुक्त गर्नुपर्ने सुभाबसमेत सो आयोगले दियो । पत्रकारहरूका लागि उच्च शिक्षा अध्ययन र सेवाकालीन तालिम कार्यक्रम सञ्चालन गर्न छुट्टै अध्ययन संस्थान वा प्रतिष्ठानको स्थापना हुनुपर्ने सुभाब सो आयोगको थियो (राणा २०६०[२०३८] : ३९८) ।

सुभाब प्रतिवेदनमा औल्याइएभैं सरकारी तहबाट त्यस्तो कुनै पहल भएन । तर, गैरसरकारी तहबाट भने २०४१ मा काठमाडौंमा नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट (एनपीआई) स्थापना भयो । दस महिने तालिमका माध्यमद्वारा यसले सैद्धान्तिक ज्ञान र व्यावहारिक सीप प्रदान गर्दै जनशक्ति उत्पादन गर्न थाल्यो । यसको स्थापनाबाट पत्रकारिता क्षेत्रमा नयाँ व्यक्तिको प्रवेश सहज भयो । अरूले काम गरेको देखेकै भरमा यस क्षेत्रमा कार्यरत जनशक्तिलाई पनि यसले पत्रकारिताको सही अवधारणा र सीप सिकायो ।

२०५० को दसक मिडिया क्षेत्रको विस्तारका लागि जसरी उल्लेख्य रट्यो, मिडियासँग सम्बन्ध राख्ने अध्ययन, अनुसन्धान, पुस्तक प्रकाशन, गोष्ठी वा सेमिनारदेखि पठनपाठन र तालिम सञ्चालनजस्ता गतिविधि पनि बढे ।<sup>१</sup> यही

<sup>१</sup> नेपालमा मिडियासम्बन्धी अध्ययन, अनुसन्धान, गोष्ठी, प्रकाशनलगायतका गतिविधि बढेसँगै यसबारे प्राज्ञिक अनुसन्धानका लागि पूर्वाधारहरू कसरी निर्माण भइरहेका छन् भन्नेबारे हुमागाई र अरू (२०६४) मा विस्तृत चर्चा छ ।

मेसोमा त्रिविअन्तर्गत प्रमाणपत्र र स्नातक तहमा मात्र सीमित पत्रकारिता र आमसञ्चारको अध्यापन २०५८ सालदेखि स्नातकोत्तर तहसम्म पुग्यो (हेर्नुहोस् रेग्मी २०६३, राई २०६३ र मिश्र २०६३) । पूर्वाञ्चल विश्वविद्यालयले २०५८ सालमै स्नातक र स्नातकोत्तर तहमा पत्रकारिता कक्षा सुरु गर्‍यो । काठमाडौं विश्वविद्यालयले पनि स्नातक तहमा २०६३ (सन् २००६) देखि यसको पठनपाठन सुरु गर्‍यो । माध्यमिक र उच्च माध्यमिक तहमा पनि पत्रकारिता र आमसञ्चार पढाउन थालियो । यो क्रम देशव्यापी बन्यो । यस्तै पत्रकारिता तथा मिडियासम्बन्धी अन्य प्राविधिक किसिमका तालिमहरू सञ्चालनको पनि लहर चल्‍यो । काठमाडौंमै एनपीआईको सिको गर्दै निजी स्तरमा मिडिया प्वाइन्टले आधारभूत तहको नियमित तालिम कार्यक्रम सञ्चालन गर्‍यो । फाट्टफुट्ट रूपमा तालिम दिने अन्य थुप्रै निजी र गैरसरकारी संस्थाहरू निस्किए । काठमाडौंबाहिर पनि विराटनगर र नेपालगञ्जमा २०५२ सालमा तथा बुटवलमा २०६० सालमा एनपीआईका क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्रहरू खोलिए ।

विभिन्न मुद्दामा काम गरिरहेका गैरसरकारी संस्था तथा कतिपय सरकारी निकायले पनि विषयगत रिपोर्टिङका नाउँमा पत्रकारिता तालिम सञ्चालन गरेको पाइन्छ । आफूले काम गर्ने विषय वा मुद्दालाई लक्षित समुदायमा पुऱ्याउनका लागि पत्रकारिता प्रभावकारी माध्यम हो । तसर्थ पत्रकारहरूलाई ती मुद्दाप्रति जानकार र संवेदनशील बनाउन यस्ता तालिमको आयोजना गरिन्छ । यस्तै, नेपाली मिडिया सामाजिक संरचनाका हिसाबले समावेशी हुन नसकिरहेको परिस्थितिमा<sup>३</sup> आ-आफ्ना समुदायका व्यक्तिहरूको प्रतिनिधित्व बढाउने उद्देश्यले पनि तालिम सञ्चालन गरिन्छ । यस्तोमा महिला, जनजाति तथा दलित समुदायका पक्षमा काम गर्ने संस्थाहरूको सक्रियता बढी छ । २०४७ सालको संविधान लागु भएपछि छापामाध्यमको विकासले गति लियो । स्वाभाविक रूपले छापामाध्यममा काम गर्ने जनशक्तिका लागि छाप पत्रकारितासम्बन्धी तालिमको माग बढ्यो । २०५२ सालको अन्त्यतिर राष्ट्रिय प्रसारण नियमावलीसमेत जारी भयो र २०५४ सालदेखि निजी क्षेत्रलाई रेडियो प्रसारणका लागि इजाजत दिने प्रक्रिया सुरु भयो । रेडियोको विस्तार क्रमशः देशव्यापी बनेपछि रेडियोसम्बन्धी तालिमको माग चुलियो । २०६२/६३ को आन्दोलनपश्चात् टेलिभिजनको संख्या पनि उल्लेख्य रूपमा बढ्दै गएको छ । यसले टेलिभिजनका क्षेत्रमा काम गर्ने जनशक्तिको

<sup>३</sup> नेपाली मिडियाभित्र समावेशीकरणको बहस र यसका विविध आयामबारे विस्तृत जानकारीका लागि बन्त र अरू (२०६४) हेर्नुहोस् ।

माग बढाएको छ र यससँगै तालिमका अवसरहरू खोज्ने जमातको संख्या पनि सानो छैन ।<sup>४</sup> यसप्रकार विभिन्न उद्देश्य तथा चासोका कारण पत्रकारितासम्बन्धी तालिमका गतिविधि भइरहेका छन् ।

### तालिमको उपयोगिता

सैद्धान्तिक ज्ञानका लागि क्याम्पसमा पढाइने शिक्षा निस्सन्देह महत्त्वपूर्ण छ । तर पनि व्यावहारिक अभ्यासका लागि वातावरण भने राम्रो बनिसकेको छैन । धेरै शैक्षिक संस्थाको भौतिक पूर्वाधार कमजोर छ । कमजोर नभएको अवस्थामा पनि क्याम्पसहरूको बेवास्ताले गर्दा विद्यार्थीहरू यथेष्ट सीप हासिल गर्न सक्दैनन् ( हेर्नुहोस् अध्याय १ ) । त्यसैले पत्रकारितामा उच्च शिक्षा हासिल गरी सैद्धान्तिक ज्ञान प्राप्त गरेका व्यक्तिहरूका लागि पनि पत्रकारिता तालिमले सैद्धान्तिक ज्ञान र अभ्यासबीच पुलको काम गर्दछ । त्यस्तै, विश्वविद्यालयमा अध्ययन गर्न नचाहने तर पत्रकारितामा प्रवेश गर्न खोज्ने व्यक्तिका लागि भने तालिम कामचलाउ विकल्प हो ( रेगमी २०६४ : १७६ ) । त्यसमाथि मिडियाका क्षेत्रमा देखिएका नयाँनयाँ प्रवृत्ति र आविष्कारलाई समयमै समेट्न तथा आफूलाई अद्यावधिक गर्नका लागि तालिम नै सबभन्दा उपयुक्त र छरितो माध्यम बनेको छ ।

एनपीआई र मिडिया प्वाइन्टजस्ता संस्थाले गर्दा आधारभूत तहको तालिम सहज रूपमा उपलब्ध छ । यिनले पत्रकारितामा प्रवेश गर्न चाहनेलाई सजिलो बनाएका छन् । अहिले काठमाडौँमा पत्रकारिता क्षेत्रका अग्रज वा नयाँ अनुहारहरू नियान्ते हो भने एनपीआई वा मिडिया प्वाइन्टको तालिम लिएका व्यक्तिहरूको उपस्थिति उल्लेख्य देखिन्छ । एनपीआई क्षेत्रीयस्तरमा समेत पुगेका कारण काठमाडौँबाहिर पनि यसबाट तालिम लिएका पत्रकारहरू प्रशस्त भेटिन्छन् । काठमाडौँमा र स्थानीय तहमा सक्रिय गैरसरकारी संस्थाले आफूले काम गरिरहेको विषयबारे पत्रकारलाई संवेदनशील बनाउन पनि विषयगत वा एड्भान्स्ड प्रकृतिका तालिम आयोजना गर्छन् । एफएम रेडियोको व्यापकतासँगै यससम्बन्धी आधारभूत तालिम दिने संस्थाहरूको संख्या पनि उतिकै बढेको छ । यसबाट रेडियो प्रसारणको संसारमा प्रवेश गर्न युवा जमातलाई सहज भएको छ ।

<sup>४</sup> नेपालमा निजी क्षेत्रबाट एफएम रेडियो प्रसारण र त्यसको विस्तारबारे विस्तृत जानकारीका लागि वन्त र अरू (२०६२) तथा हुमागाई र अरू (२०६५) हेर्नुहोस् । त्यस्तै टेलिभिजनको विस्तारबारे विस्तृत ज्ञानका लागि गौतम र पराजुली (२०६५) हेर्नुहोस् ।

तालिममार्फत स्थानीय तहमा क्रियाशील जनशक्तिको क्षमता र दक्षता उकासिएको छ । पत्रकारिताको औपचारिक अध्ययन नगरेकाहरू पत्रकारिताको आधारभूत तालिममार्फत यस क्षेत्रमा आउँछन् । हुन त आधारभूत पत्रकारिता तालिम लिएका सबै पत्रकारितामा आउंदैनन् तर तिनले मिडियाको सामग्री उत्पादन र प्रकाशन/प्रसारणका विभिन्न चरणहरूलाई बुझेका हुन्छन् । उनीहरू मिडियाले कसरी काम गर्छ, समाचार कसरी बन्छ, यसको के महत्त्व छ, यसलाई केके कुराले प्रभाव पार्दछ, मिडियाका कमजोरी केके छन्, आदि पक्षहरूबारे जानकार हुन्छन् । यस्ता तालिमका कारण मिडिया सचेत जनशक्तिको समूह बढ्दै गएको छ । मिडिया साक्षरताको विकासले मिडियासम्बन्धी रणनीति बनाउन विभिन्न संस्थाहरूलाई मद्दत पुग्छ, (अर्याल २०६५) । एडभान्टेज तालिमले क्रियाशील पत्रकारलाई विधागत रूपमा सीप तिखार्ने अवसर दिएको छ । एनपीआई, मिडिया प्वाइन्ट, खोज पत्रकारिता केन्द्र आदिका लामो अवधिका तालिमले पत्रकारिताका लागि आवश्यक अनेक सीप दिएका छन् । भाषिक सुगठन, आकर्षक प्रस्तुति, आचारसंहिता मात्रै होइन; खोजपत्रकारिता गर्न र रिपोर्टिङका शैलीहरू खोज्नसमेत लामो अवधिका यस्ता तालिमले पत्रकारलाई सघाएका छन् ।

विभिन्न गैससहरूले आफूले काम गरिरहेका विषयमा पत्रकारलाई संवेदनशील बनाउन तालिम आयोजना गर्ने गरेका छन् । जसबाट पत्रकारहरू आफूसँग भएका खुल्दुली र अन्योल मेटाउन सक्षम हुने गरेका छन् । तालिमका क्रममा हुने पत्रकारहरूको जमघट मात्रैको पनि बेग्लै महत्त्व छ । उही विधामा विभिन्न स्थानमा रही अनेक थरी सञ्चार गृहमा कार्यरत पत्रकारलाई तालिमले एकै थलोमा जुटाइदिन्छ । आपसमा अनुभव आदानप्रदान गर्ने र एकअर्काबाट सिक्ने अर्को यो महत्त्वपूर्ण प्रक्रिया पनि तालिम अवधिभर चलिरहन्छ ।

### अध्ययनको सीमाङ्कन

यस अनुसन्धानमा मिडियासम्बन्धी गतिविधि केही सघन भएका स्थानलाई आधार मान्दै सकेसम्म नेपालको पूर्वदेखि पश्चिमसम्मको भाग समेट्न सकियोस् भन्ने उद्देश्य लिइएको थियो । त्यसैले पाँचै विकास क्षेत्रका प्रमुख सहरमा गएर तथ्यहरू सङ्कलन गरिएको थियो । पूर्वाञ्चलमा विराटनगर र धरान, मध्यमाञ्चलमा काठमाडौं, पश्चिमाञ्चलमा पोखरा र बुटवल, मध्यपश्चिमाञ्चलमा नेपालगञ्ज तथा सुदूर पश्चिमाञ्चलमा धनगढीमा गएर पत्रकार तथा प्रशिक्षण दिने संस्थासँग सम्बन्धित विभिन्न तहका व्यक्तिहरूसँग कुराकानी गरिएको थियो । तिनै कुराकानी,

संस्था र तिनका गतिविधिको अवलोकन तथा प्राप्त अध्ययन सामग्रीमा यो अनुसन्धान आधारित छ। नेपालका प्रमुख सहरहरूमा भइरहेका मिडिया तालिमसम्बन्धी अभ्यास यस अनुसन्धानमा समेटिएका छन्। यद्यपि यस अनुसन्धानले नै नेपालको सिङ्गो तस्वीर दिन्छ भन्ने दावी हाम्रो छैन। समय र स्रोतको सीमितताले गर्दा भर्खरभर्खर मिडियासम्बन्धी गतिविधिले प्रवेश पाएका सहर र गाउँको अवस्थालाई यस अध्ययनमा समेट्न सकिएको छैन। यो नै अध्ययनको प्रमुख सीमा हो।

नेपाली मिडियाको दायरा फराकिलो छ। त्यसमा सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण पाटो पत्रकारिता नै हो। त्यसैले मिडिया तालिम भने पनि यस अध्ययनमा पत्रकारितासम्बन्धी तालिम नै अध्ययनको केन्द्रीय विषयवस्तु हो। पत्रकारिताका परिचयात्मकदेखि आधारभूत र त्योभन्दामाथि एडभान्स्ड तहका सबै खाले तालिमलाई यस अध्ययनमा समेटिएको छ। रेडियो प्राविधिक, श्रव्यदृश्य प्राविधिक, रेडियो व्यवस्थापन, रेडियो उद्घोषणजस्ता मिडियासम्बन्धी अन्य तालिम पनि यस अध्ययनको दायरामा परेका छन्। त्यसैले पत्रकारितामा केन्द्रित हुँदाहुँदै पनि मिडियाका अन्य पाटालाई समेट्ने लोभले गर्दा विषयवस्तु अलि छरपष्ट भएको लाग्न सक्छ। यद्यपि मिडियाअन्तर्गत राख्न सकिने भए पनि फोटोग्राफी, भिडियोग्राफी, वृत्तचित्र तथा चलचित्रजस्ता विषयगत तालिमहरूलाई भने यसमा समेटिएको छैन।

यस पुस्तकको उद्देश्य पत्रकारिताको अध्यापनलाई समेट्नु होइन। यो अर्को विशद अध्ययनको विषय हो। तर, पत्रकारिताको तालिमको चर्चा गर्दा कहीं न कहीं शैक्षिक संस्थामा हुने औपचारिक अध्यापनको प्रसङ्ग पनि जोडिन्छ। शैक्षिक संस्थाका पाठ्यक्रममा पत्रकारिताको सैद्धान्तिक ज्ञानको तुलनामा व्यावहारिक अभ्यासलाई कस्तो स्थान दिइएको छ, शैक्षिक योग्यता हासिल गरेपछि पनि तालिम आवश्यक हो वा होइन भन्ने विश्लेषणका लागि शैक्षिक संस्थामा पढाइ हुने पत्रकारिता र आमसञ्चारको पाठ्यक्रमबारे यहाँ अध्ययन गरिएको हो।

यस पुस्तकलाई विभिन्न सात अध्यायमा बाँडिएको छ। पुस्तकको पहिलो अध्यायमा नेपालका शैक्षिक संस्थाहरूमा पढाइने पत्रकारिताका पाठ्यक्रमको चर्चा र विश्लेषण छ। नेपालमा पत्रकारिताको अध्यापन माध्यमिक तहदेखि स्नातकोत्तर तहसम्मै सञ्चालन भइरहेको छ। यी सबै तहका पाठ्यक्रममा समेटिएका विषयवस्तु, एक वा अर्को तह र विश्वविद्यालयका पाठ्यक्रममा देखिएको भिन्नताबारे चर्चा छ। यी सबै पाठ्यक्रममा सैद्धान्तिक पक्षले बलियो



स्थान पाएको तर प्रयोगात्मक अभ्यासको पक्ष भने कमजोर रहेको निष्कर्ष पहिलो अध्यायमा छ ।

दोस्रो अध्यायमा मिडियासम्बन्धी तालिम दिने संस्थाहरूको विवरणात्मक चर्चा गरिएको छ । यस अध्यायले नेपाली मिडियाका क्षेत्रमा विभिन्न उद्देश्यसहित खुलेका गैससदेखि सञ्चार गृह, वर्गीय र पेसागत हकहितमा काम गर्न खुलेका सङ्घ सङ्गठनदेखि निश्चित सामाजिक मुद्दामा काम गर्न गठित संस्थाहरूसमेत मिडिया तालिमप्रति आकर्षित भएको देखाएको छ । पत्रकारितासम्बन्धी तालिमलाई प्रमुख कार्यक्षेत्र बनाएर खुलेका एनपीआई, मिडिया प्वाइन्टजस्ता संस्थाहरूको उपस्थिति नेपाली पत्रकारिता जगतमा सशक्त देखिएको छ । पत्रकार महिलाको संख्या बढाउन र कार्यरत पत्रकारलाई दक्ष बनाउन सञ्चारिका समूह, क्रियाशील पत्रकार महिला, महिला सञ्चार समूह (नेपालगञ्ज) तथा अस्मिता; जनजातिलाई पत्रकारिता पेसाप्रति आकर्षित गर्न नेपाल आदिवासी जनजाति पत्रकार सङ्घ (अनिज); तथा दलित समुदायलाई पत्रकारिता क्षेत्रमा ल्याउन जागरण मिडिया सेन्टरजस्ता संस्थाहरू क्रियाशील छन् । मधेसी पत्रकारहरूको विकास र क्षमता अभिवृद्धिका लागि मधेस मिडिया मिसन, मधेस विकास पत्रकार सङ्घ, मधेस पत्रकार सङ्घर्ष समूहजस्ता संस्थाहरू अस्तित्वमा छन् । विषयगत रिपोर्टिङको स्तरलाई अभिवृद्धि गर्ने उद्देश्यले यसबारेमा तालिम दिन विभिन्न बिटमा काम गर्ने पत्रकारका सङ्गठनहरू क्रियाशील छन् । मानवअधिकार, कानुनी व्यवस्था, पर्यावरण, स्वास्थ्य, शिक्षा आदि क्षेत्रमा काम गर्न खुलेका संस्थाहरूले आफ्ना मुद्दालाई मिडियामार्फत स्थापित गर्न पत्रकारलाई तालिम दिन्छन् र रिपोर्टिङका लागि प्रेरित गर्छन् । रेडियो स्टेसनको विस्तारले गर्दा यससम्बन्धी उद्घोषण तालिम दिने संस्थाहरूबीच त तँछाडमछाड नै छ । यद्यपि रेडियो पत्रकारिता वा यससम्बन्धी एड्भान्सड तालिम दिने संस्था भने थोरै मात्र छन् ।

मिडिया क्षेत्रमा तालिम दिने संस्थाहरूको उपस्थिति हेर्दा निकै देखिए पनि थोरै मात्र संस्थाहरूले यस्ता प्रयासलाई निरन्तरता दिन सकेका छन् । नयाँनयाँ विषय र क्षेत्रमा के कस्ता तालिम आवश्यक छन् भनेर हेर्ने भन्दा पनि एउटाले जे गन्यो त्यसैको नक्कल गर्ने प्रवृत्तिका कारण बाहिरबाट हेर्दा धेरै तालिम सञ्चालन भइरहेका पाइए पनि तालिमले छुन नसकेर ओभरलमा परेका क्षेत्रहरू प्रशस्त छन् । यिनै प्रवृत्तिहरूको बृहत् चित्र अध्याय दुईले प्रस्तुत गर्दछ ।

तेस्रो अध्यायले मिडिया तालिमका पाठ्यक्रमको अवस्थालाई समेटेको छ । यसमा छापा, श्रव्यदृश्य र अनलाइनसम्बन्धी पाठ्यक्रम निर्माणको प्रक्रिया तथा तिनका अर्न्तवस्तुलाई समेटिएको छ । दीर्घकालीन योजनाविना देखासिकीकै

भरमा एकपछि अर्को तालिम दिने संस्थाहरू जन्मिएकाले पाठ्यक्रम निर्माणतर्फ तिनको ध्यान जान नसकेको दृष्टान्त यो अध्यायले प्रस्तुत गरेको छ। धेरै संस्थाहरूले प्रशिक्षकलाई तालिमको शीर्षक मात्र उपलब्ध गराउँछन् र केके सिकाउने भन्ने उनीहरूकै जिम्मामा छोडिदिन्छन्। थोरै संस्थाहरूले पाठ्यक्रम निर्माणलाई महत्त्व दिएर यतापट्टि आफ्नो केही लगानी गरेको देखिए पनि समयसमयमा पाठ्यक्रम अद्यावधिक गर्नेतर्फ तिनले ध्यान नदिएको निष्कर्ष यस अध्यायको छ।

चौथो अध्यायमा मिडिया तालिमका सहभागीबारे चर्चा छ। यस अध्यायले मिडियासम्बन्धी विभिन्न किसिमका तालिमका सहभागी छनोटमा देखिएको फरक अभ्यास र प्रक्रियालाई उधिनेको छ। यसले सहभागी छनोटमा समावेशीकरणको अवस्थालाई पनि समेटेछ। आधारभूत तालिमले नयाँनयाँ पुस्तालाई पत्रकारितामा प्रवेशका लागि प्रेरित गरेको र एड्वान्स्ड तहको तालिमले क्रियाशील पत्रकारहरूका लागि आफ्नो शैलीलाई परिमार्जन गर्न, रिपोर्टिङको स्तर वृद्धि गर्न र विभिन्न मुद्दाहरूको पहिचान गरी तिनलाई बाहिर ल्याउन लाभदायी भएको छ। आर्थिक लाभ वा अन्य भौतिक सुविधाका लागि व्यक्तिगत सम्पर्क र सम्बन्धको फाइदा उठाउँदै अनावश्यक व्यक्तिहरू पनि तालिममा सहभागी भएका छन्। यी सन्दर्भहरूलाई यो अध्यायमा समेटिएको छ। अर्कातिर नेपाली मिडियाको असमावेशी चरित्रलाई ध्यान दिएर सम्बन्धित समुदायका लागि काम गर्ने संस्थाले मिडिया तालिममा उनीहरूलाई समावेश गराउँदा भविष्यमा असमावेशी चरित्रलाई हटाउन मद्दत पुग्ने सन्दर्भलाई पनि यस अध्यायमा उठाइएको छ। यद्यपि तालिमको प्रकृति हेरेर आवश्यकताका आधारमा लक्षित वर्ग किटान हुनुपर्नेमा धेरैजसो तालिमहरूमा हचुवा किसिमले सहभागीहरू छानिने गरेको पनि पाइन्छ। साथै, बेरोजगारीको फाइदा उठाउँदै जागिरको प्रलोभनमा पारेर तालिमका नाउँमा ठग्नेजस्ता नकारात्मक प्रवृत्तिबारे पनि यस अध्यायमा चर्चा छ।

मिडिया तालिमका लागि प्रशिक्षक उपलब्धता कस्तो छ भन्नेबारे चर्चा र विश्लेषण अध्याय पाँचमा छ। काठमाडौंको तुलनामा काठमाडौंबाहिर दक्ष प्रशिक्षकहरूको अभाव छ र तालिमले प्रभावकारिता बढाउन सकेको छैन भन्ने तर्क यस अध्यायमा गरिएको छ। लामो समयदेखि तालिममा लागेका केही संस्थाहरूले आफ्नो आवश्यकता पूर्तिको लागि प्रशिक्षक तयार गर्न फाट्टफुट्ट प्रशिक्षक प्रशिक्षण तालिम (टिओटी) सञ्चालन गर्ने गरेका छन्। तर, यो पर्याप्त हुन सकेको छैन। त्यसमाथि पनि दक्षता हासिल गरेका त्यस्ता व्यक्तिहरूको

समय अन्य काममा पनि लाग्ने भएकाले तिनको उपलब्धता त्यति सहज छैन । अनि खर्च कम गर्न भर्खरका सिकारु पत्रकारहरूलाई समेत तालिममा प्रशिक्षक बनाउने प्रवृत्ति उत्तिकै छ । यस्तै सन्दर्भहरूमाथि यो अध्याय केन्द्रित छ ।

छैटौँ अध्यायमा आर्थिक पक्षको विश्लेषण छ । आर्थिक हिसाबले पत्रकारिता तालिमहरू विभिन्न तीन ढाँचामा चलिरहेको यस अध्यायले देखाउँछ । पहिलोमा सहभागी आफैले तालिमको खर्च बेहोर्ने, दोस्रोमा दातृ संस्थाको पूरै सहयोगमा निःशुल्क तालिम दिने र तेस्रोमा केही अंश दाता र केही अंश सहभागीले बेहोर्ने गरी तालिम सञ्चालन भइरहेका छन् । आधारभूत पत्रकारिताको तालिमतर्फ हेर्ने हो भने नियमित रूपमा तालिम दिइरहेका एनपीआई र मिडिया प्वाइन्ट तथा निजी लगानीमा खुलेका थुप्रै संस्थाहरूले प्रशिक्षार्थीले तिरेको शुल्कका भरमा तालिम सञ्चालन गरेका छन् । तालिमलाई दीर्घकालसम्म टिकाइराख्न यो ढाँचा प्रभावकारी पनि देखिएको निष्कर्ष यस अध्यायमा छ । एड्भान्स्ड स्तरका तालिमहरूमध्ये कतिपय निश्चित क्षेत्रमा काम गर्ने गैरसरकारी संस्थाका रुचिका विषय भएकाले उनीहरूले नै स्रोत जुटाएर गरिरहेका तथा कतिपय तालिम महँगो भएकाले सहभागीको शुल्कमा चलन नसक्ने कारणले दातामा निर्भर हुने गरेको र अबै केही वर्ष यसरी नै चलने यस अध्यायको निष्कर्ष छ ।

सातौँ अध्याय, अध्ययनको समग्र विश्लेषण र निष्कर्षका आधारमा प्रस्ताव गरिएको सुझावको खण्ड हो । तालिमको विद्यमान अभ्यासमा देखापरेका कमी कमजोरीहरू सुधारेर यसको प्रभावकारितालाई बढाउन सकिने निष्कर्ष यस अध्यायमा छ । अनुसन्धानका क्रममा विभिन्न तह र तप्काका व्यक्तिहरूले सुझाएका सुझाव र व्यक्त धारणालाई पनि यसमा समेटिएको छ । यसमा तालिम सञ्चालनमा संलग्न विभिन्न सरोकारवाला पक्षहरूका लागि छुट्टाछुट्टै सुझावहरू प्रस्तुत गरिएको छ ।

