

## चार

### पाँच दशकको समाचार पत्रकारिता: स्थिति, प्रवृत्ति, समस्या र सम्भावना

धेरै दृष्टिकोणले अग्रणी जिल्लाका रूपमा देखिए पनि पत्रकारिताका दृष्टिले मोरङको नाम राष्ट्रिय स्तरमा मूल्याङ्कन गर्दा निराशा नै हात लाग्छ । करिब पाँच दशक लामो यो यात्राले उमेर र अनुभव बटुले पनि आफ्नो स्पष्ट लक्ष्य निर्धारण गर्न नसकेकाले गन्तव्य टाढिन पुगेको छ । हुन त यस पुस्तकका अधिल्ला पृष्ठहरूमा पत्रपत्रिकाबारे चर्चा गर्दा कतिपय कुराहरू आएका छन्, तथापि समग्रमा स्थिति, प्रवृत्ति र समस्याबारे भने अझै चर्चा गर्नु आवश्यक देखिन्छ । यस्तो चर्चा बुँदागत रूपमा निम्न उपशीर्षकहरूमा गर्ने प्रयास यहाँ गरिएको छ ।

#### स्थिति

मोरङमा ५० वर्षको अवधिमा दर्ता भएर वा नभएर निस्केका पत्रपत्रिकाको सूची लामो छ । जिल्ला प्रशासन कार्यालय, मोरङमा भदौ २०६० सम्ममा दर्ता भएका पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या करिब १५० रहेको छ । यो सङ्ख्यामा सबैखाले पत्रिका पर्छन् । तर यो सङ्ख्यामात्रै मोरङबाट निस्केका पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या भने निश्चित रूपमा होइन । प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनाअघि रहेको कोशी अञ्चलाधीशको कार्यालयबाट पनि निकै पत्रिकाहरू दर्ता भएका छन् । साथै जिल्ला प्रशासन कार्यालय, मोरङमा पत्रपत्रिकाको दर्ता पुस्तिका नै स्पष्ट र व्यवस्थित नहुनाले पनि यो सङ्ख्यामा थपघट हुन सक्छ । यसका अतिरिक्त दर्ता नभै निस्केका पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या पनि मोरङमा निकै रहेको छ । हालसालै प्रकाशित *मोरङको संस्थागत विवरण* नामक पुस्तकमा जिल्ला प्रशासन कार्यालय, मोरङमा दर्ता भएका पत्रिकाको सूची र दर्ता नम्बर दिइए पनि यसमा उल्लिखित दर्ता नम्बर र सम्बन्धित पत्रिकामा छापिएको दर्ता नम्बर फरक देखिएको छ । त्यसैले यो पुस्तकमा पत्रिकामा छापिएको दर्ता नम्बरलाई नै आधिकारिक मानेर उल्लेख गरिएको छ । मोरङबाट निस्केका

समाचारपत्रिकाको सङ्ख्यालाई चरणबद्ध हिसाबले तालिका नं. ९ मा प्रस्तुत गरिएको छ (तालिका नं. ९) ।

तालिका नं. ९: मोरङको पत्रपत्रिकाको सूची

क्र.सं.	चरण	दैनिक	साप्ताहिक	पाक्षिक	जम्मा
१.	पहिलो	२	८	०	१०
२.	दोस्रो	१	४	२	७
३.	तेस्रो	५	२३	९	३७
४.	चौथो	१६	३७	१९	७२
जम्मा		२४	७२	३०	१२६

यसरी विगत ५० वर्षको अवधिमा दर्ता भएका समाचारपत्रको सङ्ख्या मासिक र त्रैमासिकबाहेक १२६ देखिएको छ।<sup>७</sup> कतिपयले मासिक र साहित्यिक पत्रिकाको दर्ता लिएर पनि पछि समाचारपत्रका रूपमा प्रकाशित गर्ने गरेकाले यो सङ्ख्या भने अझ धेरै हुन आउँछ। तर अहिले मोरङबाट नियमित निस्कने पत्रिकाको सङ्ख्या भने अत्यन्त थोरै छ।

विभिन्न जातजातिको बसोबास रहेको मोरङमा विभिन्न जातजातिका मानिसहरू पत्रकारिता क्षेत्रमा लागेका देखिन्छन्। विशेषतः दर्ता लिएका आधारमा मोरङका दैनिकदेखि पाक्षिकसम्मका पत्रिकाका सम्पादकहरूको जातिगत विश्लेषण गर्ने हो भने कूल ११६ सम्पादकमध्ये सर्वाधिक ९० जना बाहुन (७७.५७ प्रतिशत) रहेका छन्। त्यसपछि नौ क्षेत्री (७.७ प्रतिशत), सात नेवार (६.०३ प्रतिशत), पाँच तराई मूल (४.३१ प्रतिशत), तीन दलित (२.५८) र एक मारवाडी (०.८ प्रतिशत) छन्। यो विश्लेषणमा अन्य स्थान र क्षेत्रहरूमा भैं मोरङको पत्रकारितामा पनि ब्राह्मण-वर्चस्व रहेको पुष्टि हुन्छ। यस्तै सो सङ्ख्यामा पुरुष १०६ अर्थात् ९४.३ प्रतिशत र महिला १० अर्थात् ५.७ प्रतिशत रहेको देखिन्छ। मोरङजस्तो ठाउँमा पत्रकारितामा महिलाहरूको उपस्थिति नगण्य रहनुले लैङ्गिक चेतनाको आवश्यकता रहेको इंगित गर्दछ।

## प्रवृत्ति र समस्या

मोरङको पाँच दशकको समाचार पत्रकारिताको प्रवृत्ति बुझ्नका लागि यस विषयसँग सम्बद्ध थुप्रै विषयलाई छुट्टाछुट्टै केलाउन आवश्यक छ। पत्रकारिता बौद्धिक एवं प्राज्ञिक पेशा वा व्यवसाय त हुँदै हो तर यससँग लगानी, व्यवस्थापन, जनशक्ति, प्रविधि, विज्ञापन, मुद्रण सुविधा लगायतका धेरै कुरा

<sup>७</sup> तालिका नं. ९ मा मासिक दुई र त्रैमासिक समाचारपत्र एकलाई उल्लेख नगरिएकोले दर्ता भएका समाचारपत्रको सङ्ख्या १२६ देखिएको हो। साथै *जनवार्ता* पटक-पटक दर्ता भएको हुनाले सूचीमा दुई ठाउँमा देखाइए पनि तालिकामा भने एक ठाउँमा मात्र उल्लेख छ। सूचीमा काठमाडौंमा दर्ता भएको *डाइजेष्ट* उल्लेख भए पनि तालिकामा नभएकोले यी पाँचवटा घटाउँदा पत्रिकाको सङ्ख्या १२६ हुन्छ।

जोडिन्छन् । यति मात्र होइन पत्रकारको योग्यता र आचरण पनि यससँग गाँसिएको उत्तिकै महत्त्वपूर्ण पक्ष हो । कुनै एक पक्षको विश्लेषणले मात्र हामी विषयको गहिराईमा पुग्न सक्तौनौं । अर्को कुरा, मोरङका समाचारपत्रहरूलाई दुई भागमा वर्गीकरण गर्दा यसको विश्लेषण गर्न सजिलो हुन्छ । एउटा, बजारमुखी पत्रिका, अर्को स्वरोजगारमुखी पत्रिका । वास्तवमा मोरङका धेरै पत्रिका पाठकका लागि निस्कदैनन् र जनतालाई सुसूचित गर्ने उद्देश्य पनि तिनको हुँदैन । ती पत्रिकाहरू 'स्वरोजगार'का लागि हुन्, त्यसभन्दा बाहेक तिनको कुनै लक्ष र उद्देश्य छैन । त्यसैले तल बुँदागत रूपमा मोरङको पत्रकारिताको प्रवृत्ति बुझ्नका लागि सहायक हुनसक्ने विषयहरूबारे चर्चा गरिएको छ ।

### लगानीको स्वरूप, व्यवस्थापन र समस्या

अहिलेसम्मको मोरङको समाचारपत्रिका वास्तवमा एकल प्रयासको प्रतिफल मात्र हो । यहाँबाट संस्थागत रूपमा पत्रिका निकाल्ने प्रयास भए पनि त्यो दिगो हुन सकेको देखिन्न । हुन त निकै पहिला *जनवात*को प्रकाशन नै तीनजना व्यक्तिको लगानीबाट भएको देखिए पनि त्यसलाई संस्थागत भन्नसक्ने आधार देखिँदैन । किनकि संस्थागत अवधारणाअनुसार न त्यो पत्रिका चलेको थियो न कुनै सरकारी निकायमा संस्थागत रूपमा उक्त पत्रिका दर्ता भएको नै देखिन्छ । यसरी हेर्दा उक्त पत्रिकालाई सामूहिक प्रयासको प्रतिफल भने मान्न सकिन्छ । तर सामूहिक लगानीबाट सुरु भए पनि यसको पछिल्लो इतिहास भने नितान्त व्यक्तिगत र एकल अवधारणामा अडेको पाइन्छ । पहिलो र दोस्रो चरणमा मात्र होइन, तेस्रो र चौथो चरणसम्म आइपुग्दा पनि मोरङमा निस्करहेका पत्रपत्रिकाहरू प्रायः एकल प्रयासकै परिणाम हुन् । लामो समयसम्म निस्केको *कोसेली* दैनिक श्रेष्ठ परिवारकै एकल स्वामित्वमा थियो भने पुराना पत्रिकाहरू *जनवार्ता* र *हिमालचुली*को अवसान हुनुको प्रमुख कारण पनि संस्थागत हुन नसक्नु नै हो । यसको अर्थ संस्थागत हुने बित्तिकै पत्रिकाको आयु बढ्न जान्छ, भन्ने होइन । तथापि संस्थागत भएमा पत्रिकालाई दिगो बनाउन केही मद्दत पुग्न सक्छ ।

मोरङबाट संस्थागत रूपमा निस्केका पत्रिका *उद्घोष* र *श्रीदेउराली* मात्रै हुन् । त्यस्तै सामूहिक प्रयासमा निस्केका समाचार पत्रिका *विराट नेशनल टाइम्स*, *चिरफार*, *मोफसल*, *सन्ध्याकालीन विराटनगर*, *विराटनगर टुडे* र *दर्शन* हुन् । यी पत्रिकामध्ये *मोफसल* र *दर्शन* बाहेक अरू पत्रिकाहरू अहिले पूर्णरूपमा बन्द भइसकेका छन् र ब्युँतिने सम्भावना अब कम छ । वास्तवमा पत्रिकालाई सामूहिक ढङ्गबाट चलाउनका लागि लगानीबाहेक अन्य धेरै आधारहरूको आवश्यकता पर्ने हुन्छ, तर त्यस्ता आधारहरूको खोजी नगरी केही व्यक्तिको रहँदैरहमा सञ्चालित समाचारपत्रिकाहरूको आयुलाई रहरले

मात्र लम्ब्याउन सक्दैन । सक्षम पत्रकारहरू संलग्न भएको उद्घोष आर्थिक कारणले बन्द हुन पुगेको देखिन्छ, भने आर्थिक दृष्टिले सबल *विराट नेशनल टाइम्स* सफल व्यवस्थापनको अभावमा बन्द भएको पाइन्छ । अवसान हुनु अधिसम्म अत्यन्त राम्रोसँग सञ्चालित *चिरफार* आर्थिक समस्यासँगसँगै आपसको विवादका कारण बन्द हुन पुगेको थियो । *सन्ध्याकालीन विराटनगर* पत्रकारिता नगरेका नयाँ पुस्ताको रहर्मा मात्र सीमित भएर आर्थिक घाटा सहन नसक्ने स्थिति र व्यवस्थापकीय कमजोरीका कारण बन्द भयो । *विराटनगर टुडे* बन्द हुनाको कारण पनि आर्थिक समस्या र कुशल व्यवस्थापनको अभावलाई नै मान्न सकिन्छ । यस्तो परिस्थितिमा उर्लाबारीबाट प्रकाशित *मोफसल* साप्ताहिक र भर्खरै विराटनगरबाट प्रकाशन हुन थालेको *दर्शन* दैनिक मात्र मोरङमा देखाउन सकिने पत्रिका हुन्, जसलाई सामूहिक प्रयासका उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ । हुन त अत्यन्त ठूलो लगानीमा विराटनगरबाट निस्केको *श्रीदेउराली*को चर्चा यहाँ आवश्यक छ । किनभने सो पत्रिका वास्तवमा मोरङबाट निस्केको संस्थागत लगानीको ठूलो र महत्त्वपूर्ण उदाहरण हो । तर लगानी अनुरूपको प्रतिफलको अभाव, नेपाली काङ्ग्रेसभित्रको गिरिजा र देउवा समूहबीचको आपसी खिचातानी र विवाद, आवश्यकताभन्दा बढी कर्मचारीको नियुक्ति र बाहिरी आडम्बर आदि कारणहरूले *श्रीदेउराली*ले पनि लामो आयु पाउन सकेन ।

सामूहिक प्रयासका रूपमा निस्केका *मोफसल* र *दर्शन* दुवै पत्रिकामा समूहको संलग्नताका साथसाथै विभिन्न स्थानहरूमा संवाददाताहरू राख्ने कार्य र वितरणको समुचित व्यवस्था भएको देखिन्छ । त्यसैले यी दुई पत्रिका मोरङको पत्रिकाहरूमध्ये सामूहिक प्रयासको पछिल्लो सफल उदाहरणका रूपमा देखिएका छन् । तर यो सामूहिक प्रयासलाई संस्थागत ढाँचामा नढालिएसम्म यिनीहरूको भविष्यबारे निश्चिन्त हुन सक्ने स्थिति भने अझै छैन । संस्थागत ढाँचाबाट पत्रिका प्रकाशित नभएसम्म पत्रिकाको व्यवस्थापनको कुरा पनि एउटै व्यक्तिको हातमा हुने हुँदा प्रभावकारी हुन नसक्ने निश्चित छ । यथार्थ त के हो भने प्रकाशकमा जोसुकैको नाम छापिए पनि पत्रिकाको व्यवस्थापन, बजार र विज्ञापनको खोजीलगायतका कामको भारी पनि सम्पादककै काँधमाथि रहेको हुन्छ । विराटनगरकै पत्रकारिताको यही तथ्यलाई भास्कर गौतमले यसरी व्याख्या गरेका छन्:

सामूहिक र एकल प्रयासमा अगाडि बढिरहेका पत्रिकाहरूको सन्दर्भमा के भन्न सकिन्छ, भने सम्बन्धित पत्रिकाका विभिन्न पदहरूमा अन्य नामहरू देखा परे पनि, स्थानीय पत्रिकाहरूका लागि रातदिनको व्यवस्थापनका जिम्मेवारी प्रकाशक बेग्लै भएको पत्रिकामा सम्पादकको वा सम्पादक/प्रकाशक एउटै भएको पत्रिकामा उसैको जिम्मामा हुन्छ । यस्तो हुनुको अर्को पक्ष सम्पादकहरूकै अग्रसरतामा यी पत्रिकाहरू प्रकाशित हुनु पनि हो । यही कारण प्रकाशक वा

अध्यक्ष भनेर देखिने पदहरूको व्यवहारमा कुनै भूमिका छैन । यी त लगानी खोज्न, समूह निर्माण गर्न र हाम्रो प्रकाशनगृह पनि संस्था हो भनेर देखाउन चाहिने नामहरू मात्र हुन् (गौतम २०५८: ५२-५३) ।

वास्तवमा मोफसलमा पत्रकारिता विकसित हुन नसक्नुको एउटा कारण लगानीको समस्या पनि हो । पत्रकारिता क्षेत्र राजधानीबाहिर अझै पनि उद्योगका रूपमा विकसित हुन नसक्नाले पूँजी भएका व्यक्तिहरू यो क्षेत्रमा लगानी गर्न डराउँछन् । अनि यस क्षेत्रमा रुचि भएका र संलग्न भएका व्यक्तिहरूसँग लगानी गर्न सक्ने पूँजीको अभाव छ । यस्तो स्थितिमा पत्रकारिताका लागि आवश्यक पर्ने दक्ष जनशक्ति, प्रविधि, भौतिक पूर्वाधारलगायतका कुरालाई चाहिने पूँजी लगानी गर्न नसक्नाले पनि धेरै पत्रपत्रिका व्यावसायिक रूपमा निस्कन सकेका छैनन् । स्थानीय दृष्टान्त साप्ताहिकका सम्पादक नरेन्द्रप्रसाद दाहालद्वारा २०५९ मङ्सिरमा विराटनगरमा आयोजित एक कार्यक्रममा प्रस्तुत कार्यपत्रमा उल्लिखित अंशलाई यहाँ उद्धृत गर्नु प्रासङ्गिक नै हुन्छ:

पत्रपत्रिका सञ्चालनको क्षेत्रमा हाल आएर पूँजी लगानीको चरम प्रतिस्पर्धा देखिएको छ । ...हाल आएर यो क्षेत्रमा विदेशी लगानीको कुरा समेत उठेको सन्दर्भमा मोफसलबाट प्रकाशित पत्रपत्रिकाहरूले ठूलोस्तरको लगानीसँग प्रतिस्पर्धा गर्न सक्ने स्थिति अत्यन्तै न्यून भएर गएको छ । यसले के कुराको सङ्केत गर्दछ भने, विद्यमान स्थितिमा नै रहने हो भने आगामी केही वर्षभित्रै मोफसलका अधिकांश पत्रपत्रिकाहरूको अस्तित्व समाप्त हुन सक्छ (दाहाल २०५९: ४) ।

उनले कार्यपत्रमा ठूलो आकार, रङ्गीन छपाई, सामग्रीको विविधता, कम मूल्य, शीघ्र प्रकाशन र धेरै पृष्ठका लागि पूँजीको आवश्यकता पर्ने तथ्य पनि औल्याएका छन् ।

### जनशक्ति: योग्यता, आचरण र पलायन

पत्रकारिता वास्तवमा प्राज्ञिक क्षेत्र हो, त्यसैले यस क्षेत्रमा संलग्न हुने जनशक्ति पनि त्यसै अनुरूप हुनु अनिवार्य छ । यसैकारण मोरङको सन्दर्भमा पनि यो कुरा उठाउनु आवश्यक छ । पत्रकारिता र पत्रकार-धर्मलाई जिम्मेवारीपूर्वक निर्वाह नगर्नाका कारण यहाँ अन्य क्षेत्रका व्यक्तिहरूका साथसाथै स्वयं पत्रकारहरू नै यसबारे चर्चा-परिचर्चा गर्ने गर्छन् । पहिलो र दोस्रो चरणमा पत्रकारिता क्षेत्रमा सीमित व्यक्ति र पत्रपत्रिका पनि सीमित सङ्ख्यामा भएकाले त्यति धेरै विकृति र विसङ्गति नदेखिए पनि तेस्रो चरणदेखि योग्यता र आचरणका दृष्टिले पत्रकारहरूमाथि धेरै प्रश्न उठेका छन् । विशेषतः पहिलो र दोस्रो चरणमा पत्रकारितामा संलग्न भएका व्यक्तिहरूको योग्यता र आचरण हेर्दा अहिलेजस्तै भ्रम र समस्याहरू देखिँदैनन् । त्यसबेला राजनीतिमा सक्रिय भएकाहरू र लेखनमा रुचि भएका व्यक्तिहरू नै यस क्षेत्रतर्फ आकर्षित

देखिन्छन् । हदराज वोहरा, कमलप्रसाद घिमिरे, त्रिलोकचन्द्र कपूर, नारायणप्रसाद कोइराला, राजेन्द्रप्रसाद नेपाल, रघुनाथ ठाकुर, शैलेन्द्रकुमार उपाध्याय, महेशकुमार उपाध्याय, कोशराज रेग्मी, जगतमोहन अधिकारी र केशवप्रसाद आचार्य मोरङमा पहिलो चरणमा देखिएका सम्पादक तथा प्रकाशक हुन् । यीमध्ये एक-दुई नाम छाडेर अरू सबै नाम राष्ट्रियस्तरमै परिचित छन् ।

दोस्रो चरणमा सम्पादक र प्रकाशकका रूपमा देखिएका नामहरूमध्ये केहीले पत्रकारिता क्षेत्र छाडे पनि आफ्ना क्षेत्रमा उनीहरूले प्रतिष्ठा आर्जन गरेको देखिन्छ, भने पत्रकारिता क्षेत्रमै सक्रिय रहेकाहरूले समर्पित रूपमा भाषा, साहित्य, पत्रकारिता र समाजसेवाका क्षेत्रमा योगदान दिएको पाइन्छ । यस बेलासम्मका पत्रकारहरूमा पत्रकारिताप्रतिको समर्पणभाव, भाषा-साहित्यप्रति असीम मायामोह, सामाजिक जागरुकता र आफ्नो पेशाको दायित्वबोधको राम्रो ज्ञान देखिन्छ । साथै आफूले जुन भाषामा पत्रिका निकाल्ने हो त्यो भाषाको राम्रो ज्ञान, लेखन र समसामयिक स्थितिको विश्लेषण गर्ने क्षमता पनि उनीहरूसँग भएको पाइन्छ । तथापि त्यसबेला पत्रकारिताको अध्ययन-अध्यापनको व्यवस्था थिएन ।

तर २०३६ सालपछि यस क्षेत्रमा धेरै विकृति र विसङ्गति देखा परेका छन् । पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या बढ्दै गएको अनुपातमा बढ्दै गएका विकृति र विसङ्गतिका कारण पत्रकारिता क्षेत्रको विकासमा बाधा पुग्नुका साथै पत्रकारिता पेशामा संलग्न हुनेहरूको मर्यादामाथि प्रशस्त टीकाटिप्पणी हुने स्थितिको सिर्जना भएको छ । २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तन हुनु अधिसम्म पत्रकार हुनका लागि योग्यताको आवश्यकता नपर्ने प्रावधान पनि विकृतिहरू बढ्नुको एउटा कारण हो । सामान्य लेखपढ गर्न नसक्ने व्यक्ति पनि पत्रिकाको सम्पादक हुन थालेपछि यो क्षेत्रमा विकृति र विसङ्गति भित्रिनु स्वाभाविक हो । यस्ता विकृतिबारे पत्रकारहरू स्वयं चर्चा परिचर्चा गर्छन् । मोरङबाट निस्कने *जनआवाज* साप्ताहिकका सम्पादक केशवबहादुर कार्कीले लेखेका छन्:

श्री ५ को सरकारले पनि जसलाई पायो त्यसलाई पत्रिका प्रकाशन गर्न स्वीकृति दिने परिपाटीले यो क्षेत्रमा चरम विकृति आएको छ । पत्रकारिताको नाममा “प”को समेत ज्ञान नभएका व्यक्तिहरूले पत्रिका चलाएका छन् र तिनै आफूलाई ठूला र जान्ने पत्रकार ठान्दछन् (कार्की २०५४: ४०) ।

शैक्षिक योग्यता नभएका व्यक्तिहरू सक्षम हुँदै हुँदैनन् भन्ने होइन तर बौद्धिक क्षेत्र मानिएको पत्रकारिताका लागि योग्यताको निर्धारण हिजो पनि आवश्यक थियो र सधैं आवश्यक रहिरहने छ ।

अहिले पत्रिकाको सम्पादक हुनका लागि शैक्षिक योग्यता स्नातक वा दसवर्षसम्म पत्रकारिताको अनुभवमध्ये एउटालाई अनिवार्य गरिएको छ तर वास्तवमा यो पनि कार्यान्वयन भएको देखिँदैन । किनभने २०४६ सालपछि

पत्रिका दर्ता गर्ने क्रममा एउटा नयाँ प्रवृत्ति देखिएको छ । अहिले आवश्यक योग्यता नहुने व्यक्तिले आफू प्रकाशक बसेर योग्यता पुगेको व्यक्तिलाई सम्पादक राखी पत्रिका दर्ता गर्ने र दुई-चार अङ्कपछि त्यस्तो नाम हटाएर आफ्नै नाम सम्पादकमा राख्ने प्रचलन बढेको छ । तर यो प्रवृत्तिलाई रोक्न के गर्नुपर्ने हो, यसको अनुगमन गर्ने निकाय कुन हो, केही स्पष्ट छैन । त्यसैले यो नियमलाई प्रभावकारी बनाइनु आवश्यक देखिएको छ । मोरङ, अनुसन्धान, एँजैरु र राष्ट्रवादी नामक पत्रिकाहरू प्रह्लादप्रसाद साह सम्पादक रहने गरी दर्ता गरिनुलाई यसको उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ । साथै पत्रकारहरू स्वयंले नै पत्रकारिता नै नगरेका वा गरे पनि अवधि नपुगेका व्यक्तिहरूलाई दस वर्ष पत्रकारिता गरेको भनेर सिफारिस गर्ने गलत चलनका कारण पनि यो नीति प्रभावकारी हुन नसकेको हो ।

पत्रकारको योग्यता सँगसँगै जोडिएको अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष आचरण पनि हो । अर्काको आचरण र चरित्रमा प्रश्न उठाउने पत्रकारहरू स्वयंको आचरण र चरित्र कस्तो हुनु पर्छ भन्ने कुराको व्याख्याले महत्त्व पाएको छैन । तर विज्ञापन नदिए र ग्राहक नबनिदिए धम्क्याउने र व्यक्तिगत चरित्र हत्या गर्ने प्रवृत्ति भने उल्लेखनीय रूपमा मोरङमा देखिएको छ । पत्रकारहरूको यही गलत प्रवृत्तिबारे व्यङ्ग्य गर्दै तत्कालीन चिरफारका कार्यकारी सम्पादक अखण्ड भण्डारी लेख्छन्:

पत्रकारहरूले साबुन उद्योगमा गएर साबुनको कार्टुनहरू कुम्ल्याउनु पर्छ । पत्रकारहरूले बिस्कुट फ्याक्ट्रीमा गएर बिस्कुटका पुरियाहरू धोक्र्याउनु पर्छ । दारु फ्याक्ट्रीमा गएर दारुका कार्टुनहरू तन्क्याउनुपर्छ र बोटलहरू मच्चाउनु पर्छ । त्यसो नगरे ऊ पत्रकार हुँदैन । उसले पत्रकार भनेर चिनिन पनि त्यसै गर्नु पर्छ । यो चलन यहाँको पत्रकारिताको पर्यायवाची बन्ने गरेको छ । र, यहाँको दुनियाँले पत्रकार यस्तै जन्तु हो भनेर निर्धक्कसाथ भन्न सकेको छ (भण्डारी २०५५: १/४) ।

यस्तै राजन भट्टराईद्वारा लिखित एक लेखको अंशले पनि विराटनगरका पत्रकारहरूको आचरण र चरित्रबारे थुप्रै प्रश्न उठाएको छ:

...विराटनगरको पत्रकारिता नैतिक समस्याले अत्यन्तै धराप अवस्थाबाट गुञ्जिरहेको छ । पत्रकारितामा आमूल परिवर्तन नभएसम्म र यहाँ भिखारी पत्रकारको बाहुल्यता रहेसम्म यो व्यावसायले यस्तै घृणित अवस्थाबाट गुञ्जिनुपर्ने तथ्य स्पष्ट छ । जबसम्म विराटनगरको पत्रकारिता भोले पत्रकारहरूको ठगीखाने भाँडोको रूपमा रहन्छ, तबसम्म यहाँको पत्रकारिता विकास होइन, विनासतिर धकेलिन्छ (राजन भट्टराई २०५५: १/३) ।

यो छविलाई मेटाएर उज्यालो, गरिमायुक्त, सिर्जनशील र चारित्रिक दृष्टिले उच्च छवि बनाउनु नै मोरङका पत्रकारहरूको आजको चुनौती हो ।

जनशक्ति पलायन पनि पत्रकारिताको विकासका लागि बाधकको रूपमा रहेको छ । मोरङमा सक्षम पत्रकार छन्, तर कतिपय सक्षम पत्रकारहरू मोरङ

छाडेर काठमाडौं जाने प्रवृत्ति क्रमिक रूपमा बढिरहेको छ । विशेषगरी युवापुस्ताका कतिपय पत्रकारले अवसरको खोजी गर्दै मोरङ छाडिसकेका छन् र काठमाडौंलाई आफ्नो कार्यक्षेत्र बनाउन पुगेका छन् । यस्ता पत्रकारहरूमा कान्तिपुर पब्लिकेशन्समा कार्यरत सुवास ढकाल (सम्पादक, नारी), अखण्ड भण्डारी (कान्तिपुर), जीतेन्द्रप्रसाद साह (कान्तिपुर) लाई उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ । यसबाहेक कृष्ण पोखरेल, किशोर विश्वकर्मा, नारानकुमार दाहाल, दीपक रौनियार, अच्युत कोइराला र अश्विनी कोइराला पनि विराटनगर छाडेर काठमाडौंमा नै कार्यरत छन् । पत्रकारहरू यसरी पलायन हुनुका प्रमुख कारण त आर्थिक नै हो । यसबाहेक काठमाडौंमा प्राप्त हुने अवसर र क्षमताअनुरूपको कामलाई पनि अन्य कारक-तत्वका रूपमा लिन सकिन्छ । साथै राजधानीका तुलनामा मोरङमा पत्रकारका लागि स्थान र अवसर अत्यन्त थोरै हुनुका साथै भएका स्थानमा पनि पहिलेदेखि अरू कार्यरत छन् । यस्तो स्थितिमा विशेषतः श्रमजीवी पत्रकारहरू आफ्नो मिहिनेत, क्षमता र सीप अनुकूलको काम र पारिश्रमिक नपाएपछि पलायन हुनु स्वाभाविकै हो । यदि मोरङमा यस्तै स्थिति विद्यमान रहने हो भने निर्जनशील क्षमता भएका पत्रकारहरू भविष्यमा पलायन हुने स्थिति यथावत् नै रहन्छ । त्यसैले व्यावसायिक पत्रकारितातर्फ मोरङले छिट्टै कदम चाल्नु आवश्यक छ । पत्रकार विजय खतिवडाले पनि यही कुराको पुष्टि गरेका छन्:

विराटनगरमा प्रत्येक वर्ष पत्रकारहरूको सङ्ख्या बढ्दै गइरहेको महासङ्घको नामावलीले देखाउँछ । पत्रकारहरूको गुणात्मक शक्ति बढ्न सकिरहेको देखिँदैन । ...खासगरी विराटनगरले पत्रकारको क्षमता प्रदर्शन गर्ने अवसर प्रदान गर्न नसकेकोले होला । त्यसैले यहाँबाट पत्रकारहरू राजधानी पलायन हुने क्रम बढ्न थालेको छ । पत्रकारिताको लागि हेपिएको मोफसल सबै अवसरबाट बञ्चित रहेकोले स्थानीय पत्रिकाहरू दयनीय अवस्थामा रहेका छन् । त्यसैले भविष्यसम्म पत्रकारितालाई नै पेशा बनाउने उद्देश्य बोकेका सञ्चारकर्मीहरू यहाँ अडिनसक्ने वातावरण छैन । ...यहाँ पत्रकारिता गरेर जीवन धान्न सकिने वातावरण निर्जना हुन सकेको छैन । ...सदस्यता कायम राख्न र म पत्रकार हुँ भन्ने परिचय कायम राख्न मात्र यहाँका पत्रकारहरू कार्यरत छन् भन्दा अनुचित हुँदैन (खतिवडा २०५७: १८) ।

### समाचार र अन्य सामग्री: विषय, प्रस्तुति र भाषा

पचास वर्ष लामो यात्रा तय गरिसक्दा पनि मोरङका पत्रिकाहरू समाचारलगायतका सामग्रीका दृष्टिकोणले स्तरीय छैनन् । अझै पनि पत्रपत्रिकाका समाचारलगायत अन्य सामग्रीहरूलाई विषयका दृष्टिकोणले, प्रस्तुतिका हिसाबले र भाषिक शुद्धताको आधारमा हेर्ने हो भने थुप्रै कमीकमजोरी पाइन्छ । तथापि समाचार लेखिने सामान्य सिद्धान्तको जानकारीको अभावमा अपूरा समाचारहरूका साथै तथ्यगत त्रुटिहरूको बाहुल्य, समाचारमा सन्तुलनको अभाव, भन्न खोजेको



कुरा अस्पष्ट, लामा-लामा वाक्यगठन जस्ता त्रुटिहरू प्रायः सबै पत्रिकामा देखिन्छन् । यस्ता कमजोरी देखिनुका प्रमुख दुई कारण छन् । जानकारीको अभाव, अनि दोस्रो, स्रोत र साधनको कमी । आवश्यक शैक्षिक योग्यता र तालिमको अभावका कारण नै समाचारहरूमा कमीकमजोरी हुने गर्छ । सम्पादक र संवाददाताहरूले पत्रकारितासम्बन्धी सैद्धान्तिक ज्ञान, भाषिक क्षमता र विषयगत जानकारी बढाउँदै नलगेसम्म यो कमजोरीबाट मुक्ति सम्भव छैन । साथै, सक्षम व्यक्तिलाई उचित पारिश्रमिक दिएर काममा लगाउन सक्ने आर्थिक क्षमता मोरङको एउटै पत्रिकामा अहिलेसम्म नदेखिनाले पनि यो समस्या यथावत् रहेको हो ।

मोरङबाट निस्केने धेरै पत्रिका 'स्वरोजगारी मुखी' पत्रिकाको वर्गीकरणमा पर्ने हुँदा त्यस्ता पत्रिकाका लागि समाचारको विषय, प्रस्तुति र भाषाले कुनै अर्थ राख्दैन । वास्तवमा जागिर पाउनु वा अन्य रोजगारी खोज्नुभन्दा पत्रिका निकाल्न सजिलो छ । किनभने योग्यता पुगे आफ्नै नामबाट र योग्यता नपुगे अरू कसैको नामबाट पत्रिका दर्ता लिएर आफूलाई मन लागेको बेलामा मात्र पत्रिका निकालेर पत्रकार बन्न पाइन्छ । यसका लागि न त पत्रकारिताको सैद्धान्तिक ज्ञान नै चाहिन्छ, न त भाषिक विशिष्टता । जे लेखे पनि, जस्तो लेखे पनि त्यो विज्ञापनदाता र जसका बारेमा लेखिएको छ, उसलाई मात्र पठाए भै हाल्छ । पत्रिका निकाल्नका लागि ठूलो लगानी पनि चाहिँदैन । स-साना दुईचार विज्ञापन पाइयो भने खर्च उठिहाल्छ, भन्ने भावना पनि रहेको छ । पत्रिका निकाल्नेहरूको सङ्ख्या बढ्नुको अर्को कारण पत्रकार भएपछि सम्बन्ध विस्तार गर्न र विभिन्न क्षेत्रका विशिष्ट व्यक्तिहरूसँग सम्पर्क गर्न पनि सजिलो हुन्छ ।

मोरङमा विशेषगरी २०३६ सालपछि देखा परेका बग्नेली पत्रिकाहरूले एकसमय ठूलो विकृति भित्र्याएको सन्दर्भ यहाँ चर्चा गर्नु आवश्यक छ । २०३९ सालमा धेरै पत्रिका दर्ता भएपछि ती पत्रिकाहरू एउटै छापाखानाबाट छापिने र पत्रिकाका नामबाहेक अन्य सबै समाचारहरू एउटै अक्षर पनि तलमाथि नगरी हुबहु छापिने गरेका थिए । २०४६ सालपछि एकपटक यस्ता पत्रिकाहरूलाई प्रदीप नेपाल सञ्चारमन्त्री भएको समयमा सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयबाट कारवाही गरी निलम्बन गरिएपछि, यस्तो प्रवृत्ति निरुत्साहित भएको छ । तर पनि यसको धडधडी भने कहिलेकाहीं मोरङको पत्रिकामा अद्यापि भेटिन्छन् ।

### प्राविधिक पक्ष

मोरङका पत्रिकाहरू विगत केही वर्षयता प्राविधिक दृष्टिले लेटर प्रेसबाट अफसेट प्रविधितर्फ जाने क्रम बढ्दो छ । यो सकारात्मक पक्ष हो । विशेषतः मोरङबाट नियमित रूपमा निस्करहेका पत्रिकाहरू *जनआवाज*, *पुष्पाञ्जली*, *शान्ति नेपाल*, *धरणी* र *दृष्टान्त* सबै अहिले अफसेट प्रविधिबाट निस्कन

थालेका छन्, तर यसरी निस्कन थालेको धेरै भएको छैन । त्यस्तै मोरङबाट निस्करहेका पत्रिकाहरूमध्ये सबैभन्दा पुरानो दैनिक *कोसेली* पछिल्लो चरणमा स्त्रीनप्रिण्टबाट निस्कन थालेको थियो । अरू कतिपय पत्रिकाहरू विज्ञापन पाइने समयमा मात्र निस्कने मौसमी पत्रिका<sup>५</sup> भएकाले कही देखिँदैनन् र तिनीहरू कुन प्रविधिबाट निस्करहेका छन्, त्यो पत्रिकाका सम्पादक र प्रकाशकबाहेक अरूलाई थाहा समेत हुँदैन । नयाँ दर्ता भै निस्कन थालेका *दर्शन* दैनिक, *राष्ट्रवादी* साप्ताहिक र *आभूषण* साप्ताहिक भने सुरुदेखि नै अफसेट प्रविधिबाट निस्करहेका छन् । यी सबै पत्रिकाहरू इन्टरनेटको प्रयोग गर्न सक्ने स्थितिमा भने पुगिसकेका छैनन् । मोरङका पत्रिकाले अफसेट प्रविधिमा प्रवेश गर्नुअघि सूचना विभागबाट वितरण गरिने सीमित सङ्ख्याका ब्लकको प्रयोग गर्ने गरेको पाइन्छ । अचेल पत्रिकामा तस्वीरको प्रयोग क्रमशः बढिरहेको छ र माथि उल्लिखित सबै पत्रिकाहरूले आजकल नियमित रूपमै तस्वीरहरू छापन थालेका छन् । यो पनि उल्लेखनीय पक्ष हो । तर तस्वीरको गुणस्तरमा ध्यान नदिइनाले कहिलेकाहीँ पत्रिकालाई आकर्षक बनाउनुको साटो उल्टो प्रभाव पनि पारेको छ । छापिएका तस्वीरहरूमा स्रोत खोल्नु पर्ने भए पनि कहिलेकाहीँ यसतर्फ ध्यान दिएको देखिँदैन । तथापि स्रोत खोल्ने प्रवृत्ति क्रमिक रूपमा बढिरहेको छ । कार्टुनको प्रयोग अभै हुन सकेको देखिँदैन ।

## विज्ञापन

मोरङको पत्रपत्रिका फस्टाउन नसक्नुको एक महत्त्वपूर्ण कारकतत्व नियमित विज्ञापनको अभाव पनि हो । मोरङका पत्रकारहरूले प्रायः यो समस्या सबै गोप्टी र कार्यशालामा उठाउने गरेका छन् । मोरङलाई औद्योगिक नगर भनिए पनि यहाँका उद्योग र व्यापार क्षेत्रले विज्ञापन दिने कार्यमा त्यति रुचि लिएको पाइन्न । यहाँका विज्ञापन मुख्यतः व्यापारिक प्रयोजनका नभै शुभकामना विज्ञापन नै हुन् । विगत १० वर्षको अन्तरालमा मोरङमा निजी शैक्षिक प्रतिष्ठान, निजी नर्सिङहोम, प्राविधिक शिक्षालय, कम्प्युटर इन्स्टिच्युट, सहकारी संस्था, होटल-रेष्टुरेन्ट र वैदेशिक रोजगारका अवसरहरू बढे पनि त्यही अनुपातमा विज्ञापनहरू बढेको भने देखिँदैनन् । हुन त यसको कारण खोतल्ने हो भने विज्ञापन दिने पक्ष र विज्ञापन छापने पक्ष दुवै दोषी देखिन्छन् ।

विज्ञापनदाताहरू आफ्नो विज्ञापन विशाल पाठकसमक्ष पुगोस् भन्ने चाहन्छन् । यस्तो इच्छा राख्नु स्वाभाविक हो, किनभने पैसा खर्च गरेपछि त्यसको प्रतिफलको आशा सबैले राख्छन् नै । तर मोरङका पत्रिकाहरू दुई-चार पसलबाहेक बजारमा त्यति देखिँदैनन्, र अर्को कुरा अत्यन्त कम

<sup>५</sup> सम्पादक/प्रकाशकको इच्छानुकूल एवं शुभकामना, सूचना र टेण्डर आदि विज्ञापन पाइने अवसरमा निस्कने र अरूबेला बन्द हुने पत्रिकालाई मौसमी पत्रिका भनिएको हो ।

सङ्ख्यामा छापिन्छन् । यस्तो स्थितिमा विज्ञापनदाताहरूले त्यस्ता पत्रिकामा विज्ञापन दिनुको औचित्य नदेख्नु स्वाभाविक हो । वास्तवमा व्यापारी तथा उद्योगपतिहरू विज्ञापन दिनुभन्दा केही पत्रकारलाई गोप्य रूपमा रकम दिन उचित ठान्छन्, तर यो अत्यन्त गलत प्रवृत्ति हो । पत्रकार रामरिभन यादवले यो यथार्थलाई केही हदसम्म प्रष्ट पारेका छन्:

यहाँका ठूला-ठूला उद्योगपति र व्यापारीहरूको पत्रकारिताप्रति जुन धारणा छ, त्यो अत्यन्तै घातकसिद्ध भएको छ । प्रत्येक दसवर्षमा काँचुली फेर्ने यहाँका उद्योगपतिहरू पत्रकारिता पेशामा एकपैसा पनि लगाउन चाहँदैनन् । लखपतिबाट करोडपति र पुनः करोडपतिबाट अरबपति हुने प्रक्रिया द्रूतगतिमा वृद्धि भैरहेको बेला यहाँका उद्योगपति, व्यापारीहरूले स्थानीय पत्रिकाहरूलाई न्यूनतम् विज्ञापन उपलब्ध गराउदैनन्, जुन पत्रकारिता पेशाको नैसर्गिक अधिकार हो । केही पत्रकारहरूलाई महिनावारी तलव खुवाएर पाल्दैन तिनीहरूको पत्रकारिता पेशाप्रति अपनाउनुपर्ने दायित्व निर्वाह गरेको सम्झन्छन् । यदाकदा कुनै पत्रकार विज्ञापन लिन पुगिहाल्यो भने विज्ञापन दिनुभन्दा केही रकम हातमा थमाइदिन्छन् तर विज्ञापन छाप्न आदेश दिँदैनन् । यो भन्दा दुर्भाग्य विराटनगरका लागि अर्को के हुनसक्छ ? यी सब कारणले गर्दा पनि आज गैरपत्रकारहरूले पत्रकारको नाममा तिनीहरूबाट रकम असुल गर्ने काम गरिरहेका छन् । ...विराटनगरमा यत्रो सङ्ख्यामा रहेका उद्योगपतिहरूले सरकारद्वारा निर्धारण गरिएका पत्रिकाहरूको श्रेणीअनुसार वर्षमा २० हजारको रकमसम्मको विज्ञापन दिएको भए विराटनगरमा हाल *चिरफार* साप्ताहिकजस्तै करिब एकदर्जनसम्म पत्रिका प्रकाशन हुन्थे । तर अफसोस, आज त्यो रकमको दुरूपयोग भइरहेको छ । उद्योगपतिहरूले विराटनगरका पत्रकारहरूका लागि त्योभन्दा बढी रकम खर्चेका होलान् तर त्यसले विराटनगरको पत्रकारितामा कुनै खास भूमिका खेल्न सकेको छैन (यादव २०५५) ।

मोरङको पत्रकारितालाई रचनात्मक सहयोग गर्ने हो भने यस क्षेत्रका उद्योगपति-व्यापारीलगायतका अन्य विज्ञापनदाताहरूले एउटा स्पष्ट नीति बनाएर पत्रिकाको आयु, नियमितता, स्तरीयता, वितरण सङ्ख्या आदि कुरालाई ध्यानमा राखी प्रत्येक वर्ष केही रकम व्यावसायिक र शुभकामना विज्ञापनका रूपमा दिनु आवश्यक छ । हुन त एकाध वर्षदेखि मोरङमा शुभकामना बाहेकका व्यावसायिक विज्ञापनहरू देखिन थालेका छन् । *दर्शन* दैनिकमा अहिले प्रत्येक दिन पाँच-छवटा व्यावसायिक विज्ञापन देखिन थालेका छन् ।

सरकारको विज्ञापन नीतिमा रहेको अस्पष्टता र भएकै नीतिको पनि सही कार्यान्वयनको अभावले मोफसलका पत्रिकालाई सरकारी विज्ञापन पाउन कठिनाई छ । केन्द्रीकृत विज्ञापन प्रणालीका कारण पनि समस्या जटिल बन्दै गएको छ भने बजारमा नआउने र अनियमित पत्रपत्रिकाले पनि भूमिगत रूपमा विज्ञापन पाउनाले त्यसको मार व्यावसायिक पत्रिकाले खप्नु परेको छ । व्यावसायिक पत्रकारिताको विकासलाई प्रोत्साहन गर्ने हो भने सरकारले

बजारमा नजाने र अनियमित पत्रपत्रिकालाई विज्ञापन नदिने नीति बनाउन जरुरी छ । साथै त्यस्तो अनियमित पत्रिकालाई विज्ञापन दिने कर्मचारीमाथि सरकारले कारवाही चलाउनु आवश्यक छ ।

### **व्यावसायिक सोच र संस्थागत प्रयासको अभाव**

मोरङका पत्रकारहरूमा व्यावसायिक दृष्टिकोण र आँटको अभाव रहेका कारण पनि पत्रकारिता फस्टाउन सकेको देखिँदैन । त्यसैले परम्परागत रूपमै जसोतसो पत्रिका निकालिरहेका छन् । धेरै स्थानीय पत्रिकाहरू आमसञ्चारले गर्ने कार्यहरू सूचना, शिक्षा, उत्प्रेरणा र मनोरञ्जन केही दिँदैनन् । वास्तवमा ती पत्रिकाहरू पाठक-केन्द्रित नै छैनन् । त्यसैले ती पत्रिकाहरू बजारमा पुग्दैनन्, पुगे पनि बिक्री हुँदैनन् । नियमित भनिएका पत्रिकाहरू पनि सूचना विभागबाट पाइने सुविधाका लागि मात्र नियमित निस्केका हुन् । त्यसैले “एउटा पूर्ण पत्रिकामा हुनु पर्ने पृष्ठ सङ्ख्या र तिनको संयोजनका दृष्टिले हेर्ने हो भने तिनको कथित नियमितताबारे चर्को बहस हुन सक्छ” (थपा २०५७: ९) भनी खिलध्वज थापाले गरेको टिप्पणी निकै सार्थक देखिन्छ । यसरी आवधिक दृष्टिले नियमित भएका पत्रपत्रिकाको स्थिति त यस्तो छ भने अनियमित पत्रपत्रिकाको स्थितिबारे कल्पना गरे पुग्छ ।

पत्रकारहरूमा आपसमा सङ्गठित भै संस्थागत रूपमा पत्रपत्रिका निकाल्नु पर्छ भन्ने भावना र चिन्तन दुबैको अभाव छ । सबै सम्पादक हुन चाहन्छन् । समाजमा आफू परिचित र स्थापित हुन चाहन्छन् । यस्तो स्थितिमा व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास सम्भव देखिँदैन । सबै जिम्मेवारी एकलैले बहन गरी पत्रिका निकाल्ने परम्परागत प्रचलन तोड्ने प्रयासको आवश्यक छ ।

### **व्यवस्थापकीय सीपको कमी**

व्यावसायिक पत्रकारिताको विकासको पूर्वाधारका रूपमा व्यवस्थापकीय सीप पनि आवश्यक पर्छ । हामी कहाँ पत्रिकाको व्यवस्थापन पक्ष अत्यन्त कमजोर मात्र होइन, छुँदै छैन भने पनि हुन्छ । एउटै व्यक्तिले समाचार र विज्ञापन सङ्कलन, पत्रिकाको शुद्धाशुद्धि, सम्पादनदेखि पत्रिकाको वितरणसम्मको काम हेर्ने हुनाले व्यवस्थापनतर्फ ध्यान दिएको देखिन्न । एकल धारणाबाट निस्केको पत्रिकामा यसको आवश्यकता नपर्ने भएर पनि सायद यसतर्फ मोफसलका पत्रकारहरूले गम्भीर पूर्वक ध्यान नदिएका हुन सक्छन् । तर अहिले सबै कुरा उचित व्यवस्थापनमा भर पर्ने हुनाले यसतर्फ पत्रकारहरू गम्भीर हुन आवश्यक छ ।

### पत्रकारहरूमा एकताको अभाव

पत्रकारहरूबीच विद्यमान आपसी मनमुटाव र बैमनस्यका कारण पनि मोरङमा पत्रकारिता अघि बढ्न नसकेको हो । यहाँ एकातिर राजनीतिक रूपमा पार्टीसँगको सम्बन्धका कारण पत्रकारहरू विभाजित छन् भने अर्कोतिर सम्पादक-प्रकाशकहरूको एउटा समूह र समाचारदाताहरूको अर्को समूह छ । यीबीच विभिन्न कारणले बेलाबेला चर्काचर्की परिरहन्छ । यस्तो चर्काचर्की पत्रिकामा समाचारकै रूपमा पनि छापिने गरेका छन् । यसले मोरङका पत्रकारहरूको छविलाई नराम्ररी धमिल्याएको छ । साथै सम्पादक-प्रकाशकहरूबीच पनि एकता नभएको तथ्य उनीहरूले स्थापना गरेका विभिन्न सङ्घसंस्थाहरूबाट पनि बुझ्न सकिन्छ । नेपाल सम्पादक सङ्घ (२०४७) र नेपाल सम्पादक-प्रकाशक सङ्घ (२०५७) यसका उदाहरण हुन् । वास्तवमा वादविवाद, मनोमालिन्य र भगडाका कारण स-साना कुरादेखि लिएर महत्त्वपूर्ण कुरासम्म रहेको छ ।

पत्रकारहरूबीच एकआपसमा हुने आरोप-प्रत्यारोप विशेषतः आर्थिक लगायतका सुविधामा केन्द्रित रहेको छ । राजधानीबाट निस्कने पत्रपत्रिकाका समाचारदाता वा प्रतिनिधिले गलत तरिकाले पैसा खाने भएकोले स्थानीय पत्रिकाहरू मारमा परेको विचार सम्पादक-प्रकाशकहरूमा छ । त्यस्तै कुनै किसिमको समाचार नै नहुने र बजारमा नजाने एकपन्ने पत्रिकाका पत्रकारले पत्रकारका नाममा सुविधाको उपभोग गरिरहेको धारणा समाचारदाताका रूपमा कार्यरत पत्रकारहरू राख्छन् । यथार्थमा यो विवादले मोरङमा पीत पत्रकारिता निकै भाँगाएको अवस्थामा छ भन्ने तथ्यलाई पनि बुझाउँछ । विशेषगरी यहाँका पत्रकारहरूले एक-अर्कालाई लगाउने गरेको आरोप व्यापारी र उद्योगपतिहरूबाट गलत ढङ्गले रकम लिने अभ्यास नै हो । यसमा कति सत्यता छ, नेपाल पत्रकार महासङ्घजस्ता संस्थाले नै खोजी गरी बाहिर ल्याउनु पर्छ ।

### सूचना प्राप्तिमा समस्या एवं महागो सञ्चार प्रविधि

पत्रकारिताको आधार-स्तम्भका रूपमा रहेको सूचना प्राप्तिमा देखा पर्ने समस्या र अभावको स्थिति पनि मोफसलका समस्या हुन्, मोरङ पनि यसबाट अछुतो छैन । नेपाल अधिराज्यको संविधान-२०४७ ले भाग-३ को मौलिक हक अन्तर्गत धारा १६ मा सूचनाको हकको व्यवस्था गरे पनि त्यससम्बन्धी कानूनको अभाव र सरकारी अधिकारीहरूको प्रतिबद्धता न्यून छ । यही कारण पत्रकारले चाहेको सूचना जिल्लास्थित सरकारी कार्यालयहरूबाट पाउने स्थिति छैन । सबै सूचना केन्द्रीकृत छन् र काठमाडौँबाट दूरसञ्चार सेवामार्फत् समाचार लिन सबै अवस्थामा सम्भव छैन, साथै महँगो पनि छ । यस्तो स्थितिमा मोरङको मात्र होइन, मोफसलका सबै ठाउँमा सूचना प्राप्ति

समस्याका रूपमा देखा पर्नु अस्वाभाविक होइन । फोन, फ्याक्स, कम्प्युटर, इमेल, इन्टरनेट, अफसेट प्रविधि इत्यादि अत्यन्तै महँगो भएकाले पत्रपत्रिकाले न्यूनतम शुल्क र लगानीमा उपभोग गर्न सक्ने स्थितिको सिर्जना नभएसम्म व्यावसायिक पत्रकारिताको विकासमा थप समस्या रहरिहने छ । एकमात्र समाचार समिति राससको समाचारसेवा स्थानीय पत्रिकाको पहुँचभित्र नरहनुका कारण पनि समाचार प्राप्तमा समस्या परेको बनाइ छ ।

यी प्रमुख समस्याहरूका अतिरिक्त आवश्यकता अनुरूपको दक्ष जनशक्तिको अभाव, पत्रपत्रिकाको वितरण प्रक्रियामा विद्यमान कठिनाई, मोफसलका पत्रकारहरू विभिन्न अवसरहरूबाट वञ्चित हुनु पर्ने स्थिति, दक्ष जनशक्तिले समुचित पारिश्रमिक पाउन नसक्ने अवस्था आदिलाई पनि थप समस्याका रूपमा लिन सकिन्छ । यसै सन्दर्भमा क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्र, विराटनगरद्वारा २०५५ भदौ २३ गते सुनसरीको इटहरीमा आयोजित “स्थानीय पत्रिकाका समस्या र समाधान” विषयक कार्यशालाले पहिल्याएका समस्याहरूलाई हेर्दा पत्रकारहरू अनेकौँ समस्याबाट पीडित अनुभव गर्छन् भन्ने तथ्य प्रष्ट हुन्छ । सो कार्यशालामा कोशी अञ्चलका सम्पादक तथा प्रकाशक वा तिनका प्रतिनिधि गरी ३६ जना सहभागी थिए, जसमा मोरङका सम्पादक- प्रकाशकहरूको पनि महत्त्वपूर्ण सहभागिता थियो । सो कार्यशालामा नौवटा संस्थाले समाधान गर्नु पर्ने भनी समस्याहरूको लामो सूची औल्याएका थिए (हे. परिशिष्ट ज) ।

त्यो सूचीमा धेरै समस्या दोहोरिएका पनि देखिन्छन् भने कतिपय कुरा वास्तवमा समस्या नै होइनन् । विशेषतः स्थानीय पत्रपत्रिकाका सम्पादकहरू आर्थिक कारणलाई मात्र प्रमुख समस्याका रूपमा चित्रण गर्ने गर्छन्, जो यथार्थ होइन । बुटवल, पोखरा, धरान आदि ठाउँहरूबाट संस्थागत अवधारणाअनुरूप पाँच-सातवटा दैनिक पत्रिका निस्करहेको स्थितिमा अझ ठूलो, सचेत र सक्रिय ठाउँ मोरङबाट संस्थागत रूपमा पत्रिका निस्कन सक्दैन भन्ने होइन । हामीमा निश्चित रूपमा केही कमजोरीहरू छन्, जसले हामीलाई अगाडि बढ्नबाट रोकेको छ ।

सम्पादक तथा प्रकाशकहरूको कार्यशालाले औल्याएका समस्याहरूलाई गहिरिएर अध्ययन गर्दा स-साना कुरालाई पनि समस्याका रूपमा अगाडि सारेर आफ्ना कमजोरी लुकाएको हो कि भन्ने भान पर्छ । पत्रकारहरू एक पैसा लगानी नगरी पत्रिकाका माध्यमबाट जीविकोपार्जनका लागि मात्र पत्रकारितालाई रोज्छन् । उनीहरू आफैँ भ्रुठो समाचार लेखेर पाठक तर्साउन खोज्छन्, गैरपत्रकारहरूको बाहुल्य भएको स्वीकार्छन् र त्यो समस्या समाधानका लागि नेपाल पत्रकार महासङ्घले पहल गर्नुपर्ने सुझाव दिन्छन् । तर आफैँ समाधानका लागि प्रयास भने गर्दैनन् । पत्रिका स्वयंले समाधानका लागि पहल गर्नु पर्ने भनी दिइएका सुझावहरूमध्ये व्यवस्थापन, राजनीतिकरण, संस्थागत र एउटै समाचारलाई विभिन्न तरिकाले प्रस्तुत गर्ने जस्ता समस्याहरूको समाधान उनीहरूले नै गरे मात्रै पनि मोरङको पत्रकारितामा

महत्त्वपूर्ण सुधार आउने निश्चित छ । तर हामी सबै समस्या अरूबाट नै समाधान होस् भन्ने चाहन्छौं । यस्तो सोच राखेर वसुन्जेल मोरङको पत्रकारिताको वर्तमान स्थितिमा सुधार आउने वातावरण नै सिर्जना हुँदैन । माथि उल्लिखित कार्यशालाद्वारा आठवटा संस्थाले गर्नु पर्ने भनी उल्लेख गरिएका कुराहरूमध्ये विज्ञापन, पत्रिकाको मूल्याङ्कन पद्धति, सूचनामाथिको पहुँच आदि कुराहरूलाई सरकारले पनि अलि गम्भीर भएर हेर्न आवश्यक छ ।

पत्रकारहरूले तालिम र सीप विकासका कुरा पनि उठाउँदै आएका छन् । तर यो कुरा प्रमुख समस्याका रूपमा भने रहेको छैन । तालिमका अवसरहरू अहिले गाउँ-गाउँसम्म पुगेको छ र समाचार लेखन, सम्पादन, भाषा, डेस्कटप लगायतका थुप्रै तालिम सञ्चालन भइरहेका छन् । इच्छुक पत्रकारहरूले काठमाडौँ गएर पढ्न सक्ने स्थिति पनि विद्यमान छ । यस्तो स्थितिमा तालिम र सीप विकासको कुरा उठाउनुको कुनै औचित्य नै देखिँदैन । वास्तवमा उमेरले अग्रज पत्रकारहरूमा समयानुसार आफूलाई अद्यावधिक गर्ने र नयाँ कुरा सिक्ने प्रवृत्ति कम देखिन्छ । सबै कुरा मैले जानेको छु भन्ने अहम् र उमेरमा आफूभन्दा साना तर सम्बद्ध विषयका ज्ञाताहरूबाट सिक्नु पर्दा अनावश्यक रूपमा हीनताबोध लाग्नु यस क्षेत्रमा बाधक रहेको छ । त्यसैले पुराना पुस्ताका पत्रकारहरूभन्दा नयाँ पुस्ताका पत्रकारहरू मोरङमा सक्षम, सचेत र सक्रिय देखिएका छन् । प्रायः तालिम प्राप्त एवं लेख्ने सीप र क्षमता भएका युवाहरू नयाँ पत्रिका दर्ता गरी सम्पादक एवं प्रकाशक हुनुभन्दा अरू कुनै पत्रिका, रेडियो वा टेलिभिजनको समाचारदाता हुन बढी रुचाउँछन् ।

प्रविधि महँगो हुनुका साथै कतिपय अवस्थामा अनुपलब्ध हुने समस्या पनि पत्रकारहरूले उठाउने गरेका छन् । विराटनगरबाहिर प्रविधिसम्बन्धी समस्याहरू होलान्, तर विराटनगरमा कम्प्युटर र अफसेट छापाखानाको कमी छैन । यो प्रविधि तुलनात्मक रूपमा महँगो भने छ । यसको समाधान पत्रिकामा लगानी गर्ने र संस्थागत सोचबाट पत्रिका निकाल्ने कार्यसँगै हुने सम्भव छ । पत्रिकामा एक पैसा लगानी नगर्ने, सबै कुरा विज्ञापन र ग्राहकशुल्कबाट तुरुन्तै सोधभर्ना भैदेओस् भन्ने सोचले पत्रिका निकाल्ने अवस्था अब छैन भने पनि हुन्छ । सूचना विभागद्वारा दिइने सरकारी सहयोग र सुविधा एवं स्थानीय निकायबाट दिइने सहयोग वा विज्ञापनबाट खर्च उठाउने सोचले पत्रिका निकाल्नुको अब कुनै तुक छैन । पत्रकारहरूले समाचारको विविधता, तटस्थता, भाषिक शुद्धाशुद्धि, साजसज्जा आदिमा ध्यान दिएर पाठक-केन्द्रित भै पत्रिका निकाल्नु नै अहिलेको आवश्यकता हो ।

मोफसलको पत्रकारिता फस्टाउन नसक्नुमा खाली पत्रकारहरू मात्रै दोषी छन् भन्ने अवश्य होइन । सरकारले विज्ञापन नीतिलाई उदार बनाएर मात्र हुँदैन । त्यसको कार्यान्वयनमा पनि गम्भीर हुनु जरुरी छ । नियमितता, स्तरीयता र वितरणको स्थितिलाई आधार मानेर मात्रै विज्ञापन दिने नीति तय गरिएमा

मौसमी पत्रिकाहरू आफै विस्तारै हराएर जान्छन् र स्तरीय पत्रिकाहरू फस्टाउने स्थिति सिर्जना हुन थाल्छ। स्थानीय क्षेत्रका विज्ञापनहरू स्थानीय पत्रिकामा नै दिने नीतिअनुरूप काम भैदिए मात्रै पनि मोफसलका पत्रिकाले जिउने आधार पाउने थिए। यसतर्फ भने सरकारको ध्यान जानु अत्यन्त जरुरी छ।

### सम्भावना

मोरङको पत्रकारिता क्षेत्रमा यति धेरै विकृति, समस्या र चुनौती हुँदाहुँदै पनि मोरङमा पत्रकारिताको सम्भावना छँदैछैन भन्ने होइन। पूर्वाञ्चलकै केन्द्रबिन्दुको रूपमा रहेको मोरङबाट गतिलो व्यावसायिक पत्रिकाको खाँचो देखिएकोले यसतर्फ सबैको प्रयास केन्द्रित हुनुपर्ने जरुरी छ। अहिले काठमाडौँबाट प्रकाशित दुई ठूला दैनिक प्रकाशनको विराटनगर संस्करण निस्कन थालेका छन्। *नेपाल समाचारपत्र*ले २०५८ वैशाख २४ गतेदेखि र *कान्तिपुर*ले २०५८ जेठ २० गतेदेखि विराटनगरबाट आफ्नो प्रकाशन प्रारम्भ गरेपछि यहाँबाट निस्कने साना पत्रिकालाई बाँच्न भन्नु मुस्किल भएको छ। यस्तो स्थितिमा पत्रिकालाई 'वन मेन सो'को रूपमा नलिई सड्गठित भएर व्यावसायिकतातर्फ जानुसिवाय अर्को विकल्प छैन। पाठक विना पत्रिकाको अस्तित्व हुँदैन भन्ने यथार्थलाई बुझेर समयको मागअनुरूप अघि बढ्नु आजको आवश्यकता हो। तर सुविधा केही पाइएन, विज्ञापन पनि छैन भनेर गुनासो गर्ने पत्रिकाहरूले आफ्नो जीवन र पत्रिकाको खर्च कसरी धानिरहेका छन्, यो प्रश्नको जवाफ कतैबाट स्पष्ट रूपमा आउन सकेको छैन। यही सन्दर्भलाई पत्रकार खिलध्वज थापाले रोचक रूपमा उठाएका छन्:

नियमतः एउटा सग्लो साप्ताहिक पत्रिकामा निर्धारित आकार कम्तीमा ८ पृष्ठ हुनुपर्छ र त्यसको व्यवस्थापन, संयोजन, मुद्रण र वितरण गर्दा लाग्ने खर्च धेरैजसो पत्रपत्रिकाको विक्रीबाट असुल हुन सकेको छैन। मोफसलका पत्रपत्रिकामा विज्ञापन पनि उपलब्ध छैन र यदाकदा उपलब्ध हुने विज्ञापनको शुल्क पनि अत्यन्त न्यून छ। यस्तै सहयोगस्वरूप कागजको मूल्यमा पाइने सरकारी सहूलियत पनि नगण्य छ। ... यस्तो अवस्थामा मोफसलका प्रकाशक-सम्पादकहरूले आफ्नो जीवन र पत्रिकामा लाग्ने खर्च कसरी धानिरहेका छन् भन्ने पक्ष एउटा रोचक अन्वेषणको विषय हुनसक्छ (थापा २०५७: ८-९)।

यसप्रकार पत्रकारहरूले सामूहिक सोच र लगानीका साथ व्यावसायिक ढङ्गले चुस्त व्यवस्थापन र सम्पादन-कौशलका माध्यमबाट अगाडि बढ्नसके गर्न नसक्ने भन्ने केही छैन। तर यसका लागि 'सबै जानेको छु' भन्ने अहम् र सानाबाट सिक्दा अनावश्यक रूपमा राख्ने गरेको 'हीनताबोध'लाई भने त्याग्नै पर्छ। समयअनुरूप आफूलाई विषय, शिल्प र प्रविधिमा अद्यावधिक गर्दै जाने र आचरणशुद्धितर्फ पनि ध्यान दिने हो भने मोरङमा पत्रकारिता क्षेत्रमा गर्न सकिने सम्भावनाहरू प्रशस्त छन्।