नेपाली टेलिभिजनमा सामाजिक समावेशीकरण

टङ्क उप्रेती

परिचय

सामाजिक समावेशीकरण निस्सन्देह एउटा राजनीतिक मुद्दा हो । समृद्ध राष्ट्रको रूपमा नेपालको पुनर्संचनाका लागि यसको विकल्प छैन । राष्ट्रिय जीवनका प्रत्येक क्षेत्र र तहमा यो प्रतिविम्बित हुनुपर्छ । यसको गति भने राजनीतिक प्रक्रियाको स्वरूप र तीव्रतामा निर्भर गर्दछ (गुरुङ सन् २००६) । यस सन्दर्भमा टेलिभिजन जस्तो संवेदनशील सञ्चारमाध्यममा कार्यरत जनशक्ति संरचना र त्यसले टेलिभिजनबाट प्रसारित हुने सामग्रीमा पार्ने प्रभावको विश्लेषणले सामाजिक समावेशीकरणको प्रक्रियालाई सघाउन महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ ।

टेलिभिजनको पर्दामा देखिने विषयवस्तु र प्रस्तुतिलाई धेरै तत्त्वहरूले प्रभावित गर्दछन् । कोटल (सन् १९९७) ले राज्यका नीति, बजारको अवस्था, व्यापारीकरण, प्राविधिक विकास र सामाजिक राजनीतिक दृष्टिले यसमा गहिरो प्रभाव पार्ने तर्क अघि सारेका छन् । निश्चित रूपमा यी तत्त्वहरूको केही न केही योगदान त हुन्छ तर टेलिभिजन कार्यक्रमलाई मूलतः जनशक्तिको संरचनाले प्रभाव पार्दछ ।

टेलिभिजन कार्यक्रमलाई विश्लेषण गर्दा व्यापक सांस्कृतिक परम्परा र पद्धतिको अवरोधात्मक सामर्थ्यसँग जोडेर हेर्ने सांस्कृतिक दृष्टिकोण; राज्यको

मिडिया अध्ययन २ (२०६४: १०५-१२१) मा प्रकाशित लेख ।

संरचना, मिडियाको स्वामित्व र आर्थिक पक्षलाई जोडेर हेर्ने अर्थराजनीतिक दृष्टिकोण तथा सञ्चारकर्मीहरूको सङ्गठन, पेशागत आवश्यकता, स्रोत आदिसँगका द्वन्द्व र अन्तरक्रियासँग जोडेर हेर्ने, साङ्गठनिक उत्पादनको सामाजिक सिर्जनाका रूपमा हेरिने वा सञ्चारकर्मीको सामाजिक पृष्ठभूमि र निजी मान्यताहरूसँग जोडेर हेरिने सामाजिक सङ्गठनात्मक दृष्टिकोणबाट गर्न सकिने अमेरिकी विश्लेषक माइकल सुड्सनले बताएझैँ गर्न सकिन्छ (हुमागाईं र अरू २०६२)। तर, नेपालको सन्दर्भमा, कार्यक्रम निर्माणका लागि सही र पर्याप्त नीतिहरू निर्धारण नगरिएको, भएका नीतिहरूको कडाइका साथ कार्यान्वयन नभइरहेको र अधिकांश कामहरू व्यक्तिगत निर्णय र निजी सम्बन्धका आधारमा हुने गरेको हुँदा सञ्चारकर्मीको सामाजिक पृष्ठभूमि र निजी मान्यता नै सामान्य अवस्थामा कार्यक्रमलाई प्रभावित पार्ने मूल तत्त्व हुन्। मेरो आफ्नै अनुभवमा र अनुभवसिद्ध तथ्यहरूका आधारमा पनि नेपालमा टेलिभिजन कार्यक्रम र समाचारको उत्पादन स्पष्ट रूपमा २५ प्रतिशतभन्दा बढी व्यक्तिगत सम्पर्क एवं अनुरोधबाट हुने गरेको छ। मिडियामा कार्यरत कर्मचारीको प्रभाव त यस सन्दर्भमा अझ बलियो र कतिपय अवस्थामा अकाट्य समेत हुने गरेको छ।

सुड्सनले भनेझैँ राजनीतिक व्यवस्था, स्वामित्व, सांस्कृतिक-साङ्गठनिक विशेषता र स्वार्थले कार्यक्रमको विषयवस्तुलाई निश्चित रूपमा प्रभावित पार्दछन्। तर पनि, सामाजिक पृष्ठभूमि र निजी मान्यताले विषयवस्तु प्रभावित हुन्छन् भन्ने सामाजिक साङ्गठनिक दृष्टिकोणमा आधारित उनको मान्यता नै नेपालको सन्दर्भमा सामान्य अवस्थामा बढी सान्दर्भिक हुने देखिन्छ। त्यसैले टेलिभिजनमा कार्यरत जनशक्तिको स्वरूप र संरचनाको अध्ययनले निकै महत्त्व राख्दछ।

हाम्रो जस्तो विकासशील समाजमा कार्यक्रमको विषय र स्तर निर्धारण गर्न जनशक्तिको उपस्थितिले ठूलो भूमिका खेल्दछ। टेलिभिजनको पर्दामा देखिने सामग्रीको सोझो र प्रत्यक्ष सम्बन्ध त्यहाँ सक्रिय जनशक्तिसँग रहेको हुन्छ (उप्रेती सन् २००३)। त्यसकारण, समाजमा विद्यमान सबै सामाजिक समूहहरूको भावना, पीडा, विचार, व्यवहार मुद्दाहरूको प्रगतिशील चित्रण र समानुपातिक प्रस्तुतिका लागि जनशक्तिको संरचना पनि राष्ट्रिय जनसङ्ख्याको अनुपातसँग मिल्दोजुल्दो हुनु अत्यावश्यक हुन्छ। विषयवस्तु र जनशक्ति बीचको यही सम्बन्धलाई महसुस गरेर कर्नर कमिसन (सन् १९६८) ले अमेरिकी मिडियामा अश्वेतहरूलाई सम्पादकीय कर्मचारीका रूपमा भर्ना गरी मिडियाको विषयवस्तुमा उनीहरूलाई समावेश गर्नुपर्नेमा जोड दिएको थियो (हिस्ट्री म्याटर्स मिति नखुलेको)।

राष्ट्रिय स्रोतहरूको न्यायोचित ढङ्गले पुनर्वितरण गरी अल्पसङ्ख्यक, पिछडिएका र आवाज खोसिएकाहरूको सशक्तीकरणका लागि उनीहरूलाई टेलिभिजनको प्राथमिकताका विषयवस्तुका रूपमा काँचको पर्दामा उपस्थित गराइनै पर्छ। संविधानले स्वीकार गर्न नसकेका कतिपय मुद्दाहरूमा बहस गर्न उनीहरूको सक्रिय सहभागिताविना असम्भव छ। तर नेपाली टेलिभिजनले उनीहरूलाई राज्यको शरीरका रूपमा होइन, आभूषणका रूपमा मात्र स्वीकार गरी 'सेरेमोनियल' कार्यक्रम पस्किरहेको छ। जनजाति, दलित, महिला र मधेसी लगायतका मुद्दाहरूलाई राष्ट्रिय मुद्दाका रूपमा उठाउने गरेको पाइँदैन। उनीहरू राष्ट्रको मूलप्रवाहभन्दा बाहिर पारिएको यथार्थप्रति टेलिभिजन च्यानलहरूले कि आँखा चिम्लिएका छन्, कि त्यसलाई गलत ढङ्गले प्रस्तुत गरेका छन्। मूलप्रवाहमा उनीहरूलाई पनि सामेल गराइनुपर्छ भन्ने मान्यताका साथ टेलिभिजन कार्यक्रमहरू उत्पादन र प्रसारण भएको देखिँदैन। नेपाल विविध जातजातिको बसोबास भएको बहुरङ्गी र सांस्कृतिक रूपमा धनी मुलुक हो भन्दै गीत नाचका सीमित कार्यक्रमहरूको मात्र निर्माण र प्रसारण हुने गरेको छ। तसर्थ, मूलधारमा समेटिन नसकेका सबै सामाजिक समूहहरूको वास्तविक आवाज बाहिर ल्याउन उनीहरूको समानुपातिक सहभागिता जनशक्ति संरचनामा पनि हुनु अत्यावश्यक छ।

कुल जनसङ्ख्याको ६.७ प्रतिशत अल्पसङ्ख्यकहरू भएको संयुक्त अधिराज्यमा बीबीसीले ८ प्रतिशत अल्पसङ्ख्यक जनजातिलाई भर्ना गराई विषयवस्तुमा प्रतिनिधित्व गराउने लक्ष्य लिएको छ (कोटल सन् १९९७)। यसै गरी, अमेरिकी सोसाइटी अफ न्यूजरुम एडिटर्स पनि सन् २०२५ सम्ममा अमेरिकी जनसङ्ख्यामा अल्पसङ्ख्यक जनजातिहरूको उपस्थिति (३०%) सरह नै विविधताको लक्ष्य हासिल गर्ने दिशामा कार्यरत छ। सन् १९७८ मा यो सङ्ख्या केवल ४ प्रतिशत रहेकोमा सन् २००२ मा १२ प्रतिशत पुगिसकेको छ (एएसएनई सन् २००२)।

नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा सक्रिय जनशक्तिबारे भने हालसम्म यस ढङ्गको अध्ययन भएको नपाइएको र राष्ट्रिय जनसङ्ख्याको सामाजिक संरचनाअनुरूप नै मिडिया कभरेज हुन जनशक्तिको अहम् भूमिका हुने भएकोले यो अध्ययन आवश्यक भएको हो। केवल दुई दशक लामो इतिहास भएको नेपाली टेलिभिजन उद्योगका सम्बन्धमा अत्यन्तै सीमित अध्ययनहरू भएका छन्। आमसञ्चारमा विकास, समाजसेवा, राजनीति, पर्यावरण, महिला लगायतका विषय केलाइएको महत्त्वपूर्ण अध्ययन *मास मिडिया एण्ड डेमोक्रेटाइजेसन: अ कन्ट्री स्टडी अन नेपाल* (आदित्य सन् १९९६) ले जनजाति, दलित र अन्य उपेक्षित समुदायका मुद्दाहरूबारे चर्चा गरेको छैन। आमसञ्चारको समग्र विषय छुन खोजिएको यस अध्ययनले नेपालमा

टेलिभिजन संस्था स्थापनाका सन्दर्भमा परिचयात्मक सामग्री मात्र प्रस्तुत गरेको छ। खनाल र अरू (२०५४) ले नेपाली समाज बहुलवादी भएको चर्चा गर्दै मिडियाले त्यसलाई ख्याल गरेर सामग्री पस्कनुपर्ने तर्क गरेका छन्। तर नेपाली समाजको बहुलता र टेलिभिजन जनशक्तिमा रहेको बहुलताको ठोस रूपमा तुलना भने यस अध्ययनले गर्न सकेको छैन। सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रले गरेको अध्ययनले नेपाली मिडियामा दलित र जनजातिको अत्यन्तै न्यून प्रतिनिधित्व रहेको तथ्य प्रस्तुत गरेको छ (वन्त र पराजुली २०५८)। तर रेडियो नेपाल र छापा माध्यममा मात्र केन्द्रित यस अध्ययनले टेलिभिजनमा जनजाति, दलित तथा अन्य उपेक्षित समुदायको सहभागितालाई समेट्न सकेको छैन। जनजातिले मिडियामा समानुपातिक सहभागिता पाउनैपर्ने तर्क गर्दै कुमार यात्रु (२०६१) ले रेडियो नेपालमा जनजातिको उपस्थिति र कार्यक्रमहरूमा जनजाति सवालको उठानबारे विश्लेषणात्मक अध्ययन गरेका छन्। तर यस्तो अध्ययन नेपाली टेलिभिजनबारे हुन सकेको छैन। टेलिभिजनमा अरू जाति सरह राष्ट्रिय मूलधारमा मिसिने जनजातिको हक र आम नेपालीले उनीहरूबारे जान्न पाउने अधिकारको चर्चा गर्दै दीपा गौतमले टेलिभिजनमा जनजातिसम्बन्धी कार्यक्रमहरूको विवरण प्रस्तुत गरेकी छन्। गौतमको पुस्तकमा नेपाल टेलिभिजनमा जनजातिहरूको उपस्थिति तुलनात्मक रूपमा कम भएको उल्लेख गर्दै जनजाति भएर काम गर्न पनि सजिलो नभएको अवस्था चित्रण गरिएको छ। त्यसैगरी उनले यस पुस्तकमा दलित र मधेसीसम्बन्धी कार्यक्रमको समीक्षा गर्दै तिनमा महिलाको स्थान खोज्ने प्रयास गरेकी छन् (गौतम २०६३)।

राज्य संयन्त्रले बहुभाषिक, बहुसांस्कृतिक र बहुधार्मिक स्वरूपलाई आत्मसात् गर्ने प्रयास नगरेका कारण मधेसीहरू सबैभन्दा मारमा परेको चर्चा गर्दै धीरेन्द्र प्रेमर्षिले रेडियो नेपालमा मधेसीहरू सधैँ उपेक्षित रहेको तथ्य प्रस्तुत गरेका छन् (प्रेमर्षि २०६१)। तर टेलिभिजन स्टेसनहरूमा मधेसीहरूको उपस्थिति र अवस्थाबारे यस्तो अध्ययन भएको छैन। सरकारी र निजी/गैरसरकारी मिडियाले मधेसीहरूलाई पाखा लगाएको भन्दै गोविन्द शाहले मिडियाको सञ्चालक समितिमा मधेसीहरूको उपस्थिति नगण्य रहेको बताएका छन् (शाह सन् २००६)। यो अध्ययन पनि टेलिभिजन उद्योगको समग्र अवस्थाबारे मौन रहेको छ।

सञ्चारमाध्यममा महिला सहभागिता, महिलाको चित्रण, मिडियामा लैङ्गिक समानताको कानुनी पक्ष र मिडियामा प्रयुक्त भाषा तथा तस्वीरहरूसँग सम्बन्धित मुद्दाहरूको एक विश्लेषणात्मक अध्ययनले नेपाली सञ्चारमाध्यममा महिलाहरूको अवस्था उत्साहजनक नरहेको निष्कर्ष निकालेको छ (क्षेत्री र अरू २०५९)। अस्मिता समूहका अनुसन्धानकर्ताले गरेको अर्को अध्ययनले टेलिभिजनलाई नेपाली महिलाहरूको

सबैभन्दा प्रिय माध्यम बताउँदै नेपाल टेलिभिजनका प्रस्तुतिहरूमा पुरुष केन्द्रीयता हाबी भएको, सबै वर्गको समान प्रतिनिधित्व नरहेको, महिला र पुरुषको परम्परागत भूमिकामै जोड दिइएको, महिलालाई यौनवस्तुका रूपमा प्रस्तुत गरिएको र नारी विद्वेषी भाषाको प्रयोग गरिएको प्रवृत्तिगत निष्कर्ष निकालेको छ (अस्मिता २०६०)। सञ्चारिका समूहले सबै विकास क्षेत्र समेट्ने गरी ४८ जिल्लाहरूमा गरेको सर्वेक्षणले सञ्चारकर्मी महिलाहरूको सङ्ख्या बढ्न नसक्नु र उनीहरूले पेशालाई निरन्तरता दिन नसक्नुका कारणहरूको पहिचान गर्नुका साथै राज्यको नीति र कानुनहरूको लैङ्गिक दृष्टिले विश्लेषण गर्दै सबै क्षेत्रमा समयानुकूल सुधारको आवश्यकता औँल्याएको छ (राणा र अरू २०६२)। यी अध्ययनहरू आफैँमा महत्त्वपूर्ण भए पनि नेपाली टेलिभिजन उद्योगको जनशक्ति विश्लेषणमा केन्द्रित छैनन्।

नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा सक्रिय जनशक्तिमा विभिन्न सामाजिक समूहहरूको उपस्थितिको विश्लेषण गर्ने उद्देश्यले गरिएको यस सङ्क्षिप्त अध्ययनले जनजाति, दलित, महिला र मधेसीको अवस्था बुझ्ने र खस समुदायको उपस्थितिसँग तिनको तुलना गर्ने कार्य गरेको छ। ती समूहमध्ये पनि जनजातिका सवालमा यो अलि बढी केन्द्रित छ।

यो अध्ययन मूलतः नेपाली टेलिभिजन उद्योगका पाँचओटा च्यानलहरू (नेपाल टेलिभिजन, एनटीभी २, कान्तिपुर टेलिभिजन, इमेज च्यानल र च्यानल नेपाल) मा सक्रिय जनशक्तिको सङ्ख्यात्मक अध्ययनमा आधारित छ। नेपाल वन टेलिभिजन नेपाली भाषाको नेपाली दर्शक लक्षित च्यानल भए तापनि भारतीय कानुनका आधारमा भारतमा स्थापित भई नयाँ दिल्लीबाट प्रसारण भइरहेको भारतीय टेलिभिजन च्यानल भएकाले यस अध्ययनमा त्यसलाई समावेश गरिएको छैन।

यस अध्ययनमा स्वतन्त्र रूपमा सञ्चालित उत्पादन गृहहरू, स्वतन्त्र टेलिभिजनकर्मीहरू, स्वतन्त्र विज्ञापन उत्पादकहरू लगायतका पेशाकर्मीलाई समेटिएको छैन। त्यसैले, यस अध्ययनले टेलिभिजन जनशक्तिको एउटा ठोस तस्वीर प्रस्तुत गरे पनि अझै विस्तृत अनुसन्धानको आवश्यकतालाई समेत इङ्गित गरेको छ।

यो आफैँमा गुणात्मक अध्ययन नभए पनि यसअघि मिडियाका विषयवस्तु र कार्यक्रमहरूमाथि भएका गुणात्मक अध्ययनका नतिजाहरूलाई विश्लेषणका क्रममा यसमा उपयोग गरिएको छ। अध्ययनको उद्देश्य प्राप्तिका लागि मूल रूपमा परिमाणात्मक पद्धति (Quantitative method) कै प्रयोग गरिएको छ। त्यसमा पनि विवरणात्मक तथ्याङ्क (Descriptive statistics) कै प्रयोग भएको छ। सङ्कलित तथ्यहरूलाई व्यवस्थित गर्दै त्यसको सारद्वारा वैज्ञानिक ढङ्गले निष्कर्षमा पुग्न यस विधिले अध्ययनलाई मद्दत पुऱ्याएको छ। यस विधिले कोरा तथ्याङ्कहरूबाट सूचना प्राप्त गर्दछ र सम्पूर्ण तथ्याङ्कको सारांश प्रस्तुत गर्दछ

(बर्गर सन् २०००) । अनुभवसिद्ध तथ्यहरूका लागि टेलिभिजन उद्योगमा सक्रिय कर्मचारीहरूसँग अन्तर्वार्ता गरिएको छ ।

नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा विभिन्न सामाजिक समूहको उपस्थितिको अवस्था पहिचान गर्न प्रत्येक टेलिभिजनबाट प्राप्त कर्मचारीहरूको सूचीलाई उनीहरूको थर/लिङ्ग मार्फत खस, जनजाति, दलित, महिला र मधेसी समूहमा छुट्ट्याइयो । थरका आधारमा समूह छुट्ट्याउँदा खस र दलितका कतिपय थरहरू एउटै पनि हुने भएकाले सन्देह लागेको अवस्थामा सम्बन्धित व्यक्ति र संस्थामा टेलिफोन गरी जात निश्चित गरिएको थियो । समूह विभाजनपछि सजिलोका लागि तिनलाई प्रतिशतमा गणना गरियो । यसरी प्राप्त तथ्याङ्कलाई विभिन्न सामाजिक समूहको राष्ट्रिय जनसङ्ख्यामा रहेको उपस्थितिसँग तुलना गर्ने र एक-अर्को समूहसँग तुलनात्मक अध्ययन गर्ने कार्य गरियो । विश्लेषणका क्रममा आर्थिक, शैक्षिक लगायतका तथ्याङ्कसँग तुलनात्मक अध्ययन समेत यस अनुसन्धानमा भएको छ ।

नेपालको विकासमा संलग्न विभिन्न संस्था र राज्य स्वयंले आदिवासी, बालबालिका, कमैया, सुकुमबासी, महिला, दलित, ज्येष्ठ नागरिक लगायत विभिन्न समुदायलाई विकासको उज्यालो पुऱ्याउनु पर्ने पिछडिएको वर्गका रूपमा पहिचान गरेको देखिन्छ (ईएसपी सन् २००२ र युएनडीपी सन् २००४) । तर यस अध्ययनले जनजाति, दलित, महिला र मधेसी चारओटा समुदायलाई केन्द्रमा राखेर अन्य जातिसँग तुलनात्मक अध्ययन गरेको छ । यी चार समूहअन्तर्गत नै सबै समुदायलाई समेट्न सकिने भएकाले यसो गरिएको हो । टेलिभिजनमा बालबालिकाको नियुक्ति नगरिने, ज्येष्ठ नागरिक सेवा निवृत्त भइसक्ने तथा कमैया र सुकुमबासी कामको प्रकृति र भूमिमा हुने स्वामित्वको आधारमा वर्गीकरण गरिएको वर्ग भएकाले पनि उल्लिखित चार समूहलाई मात्रै अध्ययनमा समेटिएको छ ।

यस लेखलाई मूलतः पाँचओटा खण्डमा प्रस्तुत गरिएको छ । परिचय खण्डले अध्ययनको पृष्ठभूमि, औचित्य र अध्ययन विधि प्रस्तुत गरेको छ । साथै यसअघि भएका अध्ययनहरूको आलोचनात्मक सार खिची अध्ययनको सन्दर्भ र सैद्धान्तिक आधार स्थापित गरेको छ ।

दोस्रो खण्डमा अध्ययनको नतिजा प्रस्तुत गर्दै तथ्य तथ्याङ्कहरूको विश्लेषण गरिएको छ । यस खण्डमा देशको जनसङ्ख्याको बनोट र टेलिभिजन उद्योगमा सक्रिय विभिन्न वर्ग वा समुदायको उपस्थितिबीच रहेको असमानता, टेलिभिजन संस्थाहरूमा यस्ता समुदायहरूको उपस्थितिको तुलनात्मक विश्लेषण र व्यवस्थापन तहमा रहेको जनशक्तिको जातीय स्वरूपको अवस्था प्रस्तुत गर्दै असमानता रहनुका कारणहरूको खोजी गरिएको छ ।

तेस्रो खण्डमा सञ्चारसम्बन्धी राष्ट्रिय नीतिहरूमा सबै जाति, वर्ण, क्षेत्र तथा धार्मिक सम्प्रदायबीच आपसी सद्भावना र सामञ्जस्य वृद्धि गर्न प्राथमिकता दिइनुपर्ने उल्लेख भए तापनि टेलिभिजनमा त्यस्ता कार्यक्रम निर्माण गर्न आवश्यक जनशक्तिको स्वरूप र संरचनाबारे मौन रहेको अवस्थाको चर्चा गरिएको छ। यस खण्डमा पछाडि पारिएका वर्गहरूको शैक्षिक, आर्थिक र भौगोलिक अवस्थाले टेलिभिजन रोजगारीमा उनीहरूको पहुँचलाई कसरी सीमित पारिदिएको छ भन्ने देखाइएको छ।

चौथो खण्डमा सम्बन्धित समुदायको सञ्चारमाध्यममा हुने उपस्थितिले प्रसारण हुने विषयवस्तुमा पार्ने प्रभावबारे थोरै चर्चा गरिएको छ। यसमा सम्बन्धित समुदायको उपस्थितिले सोही समुदायबारेका समाचार वा गतिविधिलाई टेलिभिजनमा समेट्न कसरी सहयोग पुऱ्याउँछ भन्ने तथ्यलाई नेपाल टेलिभिजनको केही उदाहरण दिएर प्रस्ट्याएको छ।

अन्तिम खण्ड निष्कर्षमा सम्पूर्ण अध्ययनको सार खिच्दै जनजाति, दलित, महिला र मधेसीहरूको टेलिभिजन उद्योगको जनशक्तिमा न्यून प्रतिनिधित्व रहेको र यसको प्रत्यक्ष प्रभाव पर्दामा पनि देखिएको निष्कर्ष निकालिएको छ। यस खण्डमा टेलिभिजन रोजगारीमा उनीहरूको सङ्ख्या वृद्धि गर्न, शिक्षा र तालिमहरूको अवसर उपलब्ध गराउन तथा समग्रमा उनीहरूको सशक्तीकरण र त्यसमार्फत मूलप्रवाहमा समावेशीकरणका लागि ठूलो लगानीको आवश्यकता देखाउँदै विभिन्न सिफारिसहरू गरिएको छ।

नतिजा र विश्लेषण

यो अध्ययनका क्रममा नेपाली टेलिभिजन उद्योगका पाँचओटा च्यानलहरूमा गरिएको जनशक्ति सर्वेक्षण[१] र राष्ट्रिय जनसङ्ख्या स्थितिबीच तुलना गर्दा टेलिभिजनमा जनजाति, दलित, महिला र मधेसी समुदायको उपस्थिति न्यून देखिन्छ।

टेलिभिजन जनशक्तिमा सामाजिक समूह

तालिका ६.१ ले जनजाति, दलित, महिला र मधेसी समूहहरूको राष्ट्रिय जनसङ्ख्यामा र टेलिभिजन जनशक्तिमा भएको उपस्थितिबीचको असमानतालाई प्रस्ट्याएको

---

१ लेखकद्वारा सन् २००५ मा नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत जनशक्तिको अवस्था बुझ्ने उद्देश्यले नेपाल टेलिभिजन, एनटिभी २, कान्तिपुर टेलिभिजन, च्यानल नेपाल र इमेज च्यानलमा सर्वेक्षण गरिएको थियो। यो सर्वेक्षणको नतिजा लिखित रूपमा यसै लेखमार्फत प्रथम पटक सार्वजनिक भएको हो।

छ । जनसङ्ख्याको करिब २९ प्रतिशत अंश ओगट्ने खस (बाहुन, क्षेत्री र ठकुरी) को उपस्थिति टेलिभिजन जनशक्तिमा झण्डै दोब्बर देखिन्छ भने आधाभन्दा बढी अंश ओगटेका महिलाहरूको उपस्थिति १९ प्रतिशतभन्दा कम देखिन्छ । करिब ३१ प्रतिशत जनसङ्ख्या ओगटेका मधेसीहरूको उपस्थिति ६ प्रतिशतभन्दा कम देखिन्छ । त्यस्तै १२ प्रतिशत अंश ओगट्ने दलितहरूको प्रतिनिधित्व नगण्य (१% भन्दा कम) रहेको छ ।

तालिका ६.१: टेलिभिजन जनशक्ति र जनसङ्ख्यामा सामाजिक समूह (% मा)

सामाजिक समूह	जनसङ्ख्यामा उपस्थिति	टेलिभिजन जनशक्तिमा उपस्थिति
खस	२९.०४	५३.६३
जनजाति	३७.२	३८.५
दलित	११.८	०.७५
महिला	५०.०५	१८.६७
मधेसी	३०.६३	५.६६

स्रोतः लेखकद्वारा अध्ययनका क्रममा गरिएको सर्वेक्षण, सन् २००५ र सीबीएस (सन् २००२) ।

तालिका ६.१ अनुसार टेलिभिजन उद्योगमा जनजातिको उपस्थिति (३८.५%) जनसङ्ख्यामा ओगटेको अंश (३७.२%) भन्दा बढी नै रहेको छ । झट्ट हेर्दा यो उपस्थिति उत्साहजनक लागे पनि तथ्याङ्कलाई गहिरिएर विश्लेषण गर्ने हो भने स्थिति निराशाजनक नै देखिन्छ । पहिलो कुरा त, नेपालका ५९ जनजातिहरूमध्ये १३ समुदायको मात्र नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा उपस्थिति देखिन्छ । यो उद्योगमा नेवार, मगर, थारू, तामाङ, गुरुङ, शेर्पा, लिम्बू, थकाली, सुनुवार, राई, कुमाल, धिमाल र घर्ती जातिका सदस्यहरू मात्र कार्यरत छन् । अर्को कुरा यिनै जनजातिहरूमध्ये पनि जनसङ्ख्याको अनुपात र तिनले पाएको स्थानका बीचमा ठूलो असमानता रहेको छ । टेलिभिजनमा कार्यरत जनजातिहरूमध्ये ७६ प्रतिशतभन्दा बढी नेवार रहेका छन्, यद्यपि जनजातिको कुल जनसङ्ख्यामा उनीहरूको उपस्थिति १४.७८ प्रतिशत मात्र रहेको छ (हेर्नुहोस् तालिका ६.२) । जनजातिको जनसङ्ख्यामा १९ प्रतिशतभन्दा बढी स्थान ओगट्ने मगर समुदायको टेलिभिजन जनशक्तिमा ५ प्रतिशतभन्दा कम उपस्थिति छ । त्यसैगरी थारू (१८%), तामाङ (१५%) र गुरुङ (६%) को उपस्थिति क्रमशः २ प्रतिशत, ६ प्रतिशतभन्दा कम र ३ प्रतिशतभन्दा कम रहेको छ ।

तालिका ६.२: जनजातिहरूको नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा उपस्थिति (% मा)

जनजाति	जनसङ्ख्यामा उपस्थिति	टेलिभिजन उद्योगमा उपस्थिति
नेवार	१४.७८	७६.६
मगर	१९.१	४.५
थारू	१८	२
तामाङ	१५.०५	५.५६
गुरुङ	६.४५	२.९७
अन्य	२६.६२	८.३७
जम्मा	१००	१००

स्रोत: लेखकद्वारा अध्ययनका क्रममा गरिएको सर्वेक्षण, सन् २००५ र सीबीएस (सन् २००२)।

टेलिभिजन संस्थाहरूमा सामाजिक समूह

तालिका ६.३ ले नेपाली टेलिभिजन उद्योगका पाँचओटा च्यानलमा कार्यरत कुल जनशक्तिमा सामाजिक समूहहरूको सहभागिताको अवस्थालाई प्रस्तुत गर्दछ। एउटा बाहेक सबै च्यानलको जनशक्तिमा खसहरूको प्रभुत्व रहेको देखिन्छ। सबैभन्दा बढी खसहरू कान्तिपुर टेलिभिजनमा (६१.२९%) छन् भने त्यसपछि क्रमश: नेपाल टेलिभिजनमा (५८.६%) र च्यानल नेपालमा (५३.७८%) रहेका छन्। इमेज मेट्रोमा भने खसहरूको उपस्थिति दोस्रो स्थानमा रहेको छ। यो सबैभन्दा बढी जनजाति कार्यरत रहेको (झण्डै ५४%) टेलिभिजन हो जहाँ खसहरू ४१ प्रतिशतभन्दा कम छन्। च्यानल नेपालमा पनि जनजातिहरूको उपस्थिति (झण्डै ४३%) उल्लेख्य देखिन्छ। तुलनात्मक रूपमा सबैभन्दा थोरै (२८% भन्दा कम) जनजाति भएको च्यानल कान्तिपुर टेलिभिजन हो।

तालिका ६.३ अनुसार दलितहरूको सर्वाधिक उपस्थिति इमेज मेट्रोमा (१.२२%) रहेको देखिन्छ, यद्यपि यो उपस्थिति उनीहरूको राष्ट्रिय जनसङ्ख्याको तुलनामा निकै न्यून हो। दलितको उपस्थिति शून्य भएको टेलिभिजन च्यानल नेपाल हो। कान्तिपुर टेलिभिजन र नेपाल टेलिभिजनमा क्रमश: १.०७ र ०.७० प्रतिशत दलितहरू छन्। तथ्याङ्कले इमेज मेट्रोमा सबैभन्दा बढी महिला कर्मचारी रहेको (२४.४%) देखाएको छ। च्यानल नेपाल र कान्तिपुर टेलिभिजनमा महिलाहरूको उपस्थिति क्रमश: २१.२१ प्रतिशत र १६.१२ प्रतिशत रहेको छ। नेपाल टेलिभिजनमा सबैभन्दा कम प्रतिशत महिलाहरू (१२.९८%) कार्यरत छन्।

मधेसीहरू सबैभन्दा बढी कान्तिपुर टेलिभिजनमा (९.६७%) र त्यसपछि नेपाल टेलिभिजनमा (९.४७%) कार्यरत छन्। च्यानल नेपाल र इमेज मेट्रोमा भने उनीहरू केवल क्रमश २.२७ र १.२ प्रतिशत मात्र छ। राष्ट्रिय जनसङ्ख्यामा भएको आफ्नो उपस्थितिको तुलनामा मधेसीहरू टेलिभिजन च्यानलहरूमा निकै कम देखिन्छन्।

तालिका ६.३: टेलिभिजन संस्थाहरूमा सामाजिक समूहको उपस्थिति (% मा)

सामाजिक समूह	च्यानल नेपाल	कान्तिपुर	नेपाल टेलिभिजन (एनटिभी २ समेत)	इमेज मेट्रो
खस	५३.७८	६१.२९	५८.६	४०.८५
जनजाति	४२.४२	२७.४१	३०.५२	५३.६६
दलित	०	१.०७	०.७	१.२२
महिला	२१.२१	१६.१२	१२.९८	२४.४
मधेसी	२.२७	९.६७	९.४७	१.२२

स्रोतः लेखकद्वारा अध्ययनका क्रममा गरिएको सर्वेक्षण, सन् २००५ ।

व्यवस्थापन तहमा जनशक्तिको स्वरूप

नेपाली टेलिभिजन उद्योगको कुल जनशक्तिमध्ये नीति निर्माण तह[२] मा पनि मूलतः खसहरूकै प्रभुत्व रहेको देखिन्छ । इमेज च्यानललाई छोडेर अरू च्यानलमा खसहरूको उपस्थिति आधाभन्दा बढी नै देखिएको छ । नीति निर्माण तहमा सबैभन्दा बढी खसहरू नेपाल टेलिभिजनमा (६१%) देखिन्छन् भने त्यसपछि क्रमशः कान्तिपुरमा (५८%) र च्यानल नेपालमा (५५.५%) रहेका देखिन्छन् । इमेज च्यानलमा भने खस र जनजातिको उपस्थिति बराबरी रहेको तालिका ६.४ ले देखाएको छ ।

तालिका ६.४: नीति निर्माण तहमा जनशक्तिको स्वरूप (% मा)

सामाजिक समूह	च्यानल नेपाल	कान्तिपुर	नेपाल टेलिभिजन (एनटिभि २ समेत)	इमेज च्यानल
खस	५५.५	५८	६१	३७.५
जनजाति#	४४.५ (७५)	४२ (१००)	३०.५ (९१)	३७.५ (१००)
दलित	०	०	०	०
महिला	११	०	१९	१२.५
मधेसी	०	०	८	२५

स्रोतः लेखकद्वारा अध्ययनका क्रममा गरिएको सर्वेक्षण, सन् २००५ ।

जनजातिभित्र नेवारको उपस्थिति प्रतिशत कोष्ठकमा दिइएको छ ।

व्यवस्थापन तहमा जनजातिको प्रतिशत राष्ट्रिय जनसङ्ख्यामा उनीहरूको उपस्थितिको हाराहारीमा देखिए पनि जनजाति बीचकै उपस्थिति भने सन्तुलित

[२] नीति निर्माण तह भन्नाले (नेपाल टेलिभिजनको सन्दर्भमा आठौँ तह वा सोभन्दा माथि) व्यवस्थापक वा सो सरह वा सोभन्दा माथिका कर्मचारी (जसको उपस्थिति व्यवस्थापनका बैठकहरूमा हुने गर्दछ) बुझ्नु पर्दछ । टेलिभिजन संस्थाहरूले यस्ता पदहरूका लागि कार्यकारी शब्दको प्रयोग पनि गर्ने गरेका छन् ।

देखिँदैन । मुलुकमा रहेको जनजाति आदिवासीको विविधतापूर्ण तस्वीर नेपालको टेलिभिजन उद्योगको व्यवस्थापनमा देख्न सकिन्न । यहाँ जनजातिभित्र पनि नेवारहरूले प्रमुख हिस्सा ओगटेका छन् । च्यानल नेपालमा झण्डै ४५ प्रतिशत जनजाति रहेकोमा त्यसको ७५ प्रतिशत नेवारले ओगटेको देखिन्छ । कान्तिपुर टेलिभिजनको व्यवस्थापनमा रहेका ४२ प्रतिशत जनजाति शतप्रतिशत नै नेवार छन् । ३७ प्रतिशतभन्दा बढी जनजाति भएको इमेज च्यानलमा पनि शतप्रतिशत नै नेवार रहेको देखिन्छ । नेपाल टेलिभिजनमा व्यवस्थापनसँग सम्बद्ध झण्डै ३१ प्रतिशत जनजातिमध्ये ९१ प्रतिशत नेवारहरू छन् ।

शिक्षा, तालिम लगायतका अवसरमा राजधानीकेन्द्रित नेवारहरूको राम्रो पहुँच भएको, कर्मचारी भर्ना प्रक्रिया राजधानीमै सञ्चालन हुने र त्यसमा उनीहरूको सोझो पहुँच तथा सम्पर्क भएको कारण नेवारहरूले जनजातिको अत्यधिक हिस्सा ओगटेको देखिन्छ । यसका साथै, सबै च्यानलहरूको व्यवस्थापन तहमा दलितको उपस्थिति शून्य छ । देशभर छरिएर रहेका दलितहरूको शिक्षा, तालिम र शक्तिमा न्यून पहुँच भएका कारण यस्तो निराशाजनक तस्वीर देखिएको हो ।

व्यवस्थापन तहमा महिलाको उपस्थिति हेर्ने हो भने सबैभन्दा अगाडि नेपाल टेलिभिजन (१९%) देखिन्छ । यद्यपि, राष्ट्रिय जनसङ्ख्यामा महिलाको उपस्थितिको तुलनामा यो अंश ज्यादै कम हो । व्यवस्थापनमा महिलाको उपस्थिति इमेजमा १२ प्रतिशतभन्दा बढी र च्यानल नेपालमा ११ प्रतिशत छ भने कान्तिपुर टेलिभिजनमा शून्य छ । यस तहमा मधेसीको सबैभन्दा बढी उपस्थिति इमेज च्यानलमा (२५%) देखिएको छ भने नेपाल टेलिभिजन (८%) दोस्रोमा पर्दछ । कान्तिपुर र च्यानल नेपालको व्यवस्थापन तहमा एकजना पनि मधेसी छैनन् ।

सामान्य जनशक्तिको तहमाझैँ नीति निर्माण तहमा सामाजिक समूहहरूको उपस्थितिका कारणहरूमा पनि शिक्षामा पहुँच, आर्थिक अवस्था, भौगोलिक अवस्थिति, अवसर र शक्तिमा पहुँच आदि नै प्रमुख देखिएका छन् । यी क्षेत्रहरूमा अग्रस्थानमा रहेका खस र नेवारहरूले नै नेपाली टेलिभिजनको व्यवस्थापन तहमा प्रभुत्व जमाएको देखिन्छ ।

कर्मचारी भर्ना नीति र अभ्यास

राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४९ र राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ मा कार्यक्रम उत्पादन तथा प्रसारणका सम्बन्धमा सबै जाति भाषा, वर्ण, क्षेत्र तथा धार्मिक सम्प्रदायबीच समानता, आपसी सद्भावना र सामञ्जस्य वृद्धि गर्ने कार्यक्रमहरू

निर्माण गर्ने, विभिन्न भाषा संस्कृतिको उत्थानमा सहयोग पुऱ्याउनु पर्ने कुरामा प्राथमिकता दिनुपर्ने (श्री ५ को सरकार २०६०क, २०६०ख) उल्लेख गरे पनि यस्ता कार्यक्रम उत्पादन गर्न कस्तो जनशक्ति आवश्यक हुन्छ र जनशक्तिको स्वरूप र संरचना कस्तो हुनुपर्छ भन्ने कुरामा ती ऐन र पछिका कुनै पनि ऐन-नियममा व्यवस्था भएको पाइँदैन । सरकारी स्वामित्वको नेपाल टेलिभिजनमा पनि कर्मचारी भर्नासम्बन्धी व्यवस्थाहरूमा यस्तो दृष्टिकोण राखिएको देखिँदैन । नेपाल टेलिभिजन कर्मचारी विनियमावली २०५८ मा केवल शैक्षिक योग्यता र तालिमको न्यूनतम योग्यता मात्र तोकिएको छ (नेपाल टेलिभिजन २०५८) । अन्य निजी स्वामित्वका टेलिभिजनहरूमा त औपचारिक प्रक्रियाभन्दा पनि निजी सम्पर्क र पहुँचबाट नै सेवामा प्रवेश हुने गरेको पाइएको छ । क्यामेरापर्सन सुरेशराज मानन्धर भन्छन्, "म लगायत प्रारम्भिक चरणका सबै कर्मचारी इमेज च्यानलमा निजी सम्पर्कबाटै गएका थियौँ । करारपत्र माग गर्दा व्यवस्थापनबाट प्राप्त नभएकोले मैले इमेज च्यानल छोडेँ । तर त्यहाँ अहिलेसम्म पनि कर्मचारीको भर्ना निजी सम्पर्क र पहुँचबाटै हुने गरेको छ ।"[३]

कर्मचारी भर्नामा सकारात्मक विभेद वा विभेदहीनताको नीति रहेको छैन । भर्नाभन्दा अघि विभिन्न सामाजिक समूहहरूलाई सेवाका लागि सक्षम बनाउने वा समानुपातिक अवसर सिर्जना गर्ने प्रयास समेत कहीँ कतै भएको पाइँदैन ।

कुनै सामाजिक समूह पछाडि पर्नुका कारणहरूमा राज्यको नीति र दृष्टिकोण, राष्ट्रिय स्रोतहरूमा उनीहरूको पहुँच, कानुनी अड्चन, शिक्षा र अन्य सीप आर्जन गर्ने अवसरहरूको उपलब्धता, आर्थिक अवस्था र भौगोलिक क्षेत्रहरू प्रमुख रूपमा जिम्मेवार हुन्छन् । नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा यी सामाजिक समूहहरूको उपस्थितिलाई पनि यिनै कारणहरूले मूल रूपमा प्रभावित पारेका छन् ।

सामाजिक जीवनका अन्य क्षेत्रहरूमा खसहरूको राजनीतिक र सांस्कृतिक अधिनायकत्वले विगत दुई हजार वर्षदेखि यी समूहलाई मूल प्रवाहबाट बाहिर धकेल्दै आएको छ (कन्दङ्वा २०५८) । टेलिभिजन उद्योगमा पनि यस अवस्थाको टड्कारो प्रभाव देखिन्छ । यस अवस्थाले राज्यका स्रोत र अवसरहरूको अन्यायपूर्ण वितरणलाई देखाउँछ । राज्यको सहरमुखी र केन्द्रीकृत नीतिका कारण भौगोलिक रूपमा विकटक्षेत्रका सामाजिक समूहहरू गुणस्तरीय शिक्षा आर्जन गर्न, सीप विकास गर्न र रोजगारीका लागि आवेदन दिने अवसरहरूबाट पनि वञ्चित छन् ।

---

[३] क्यामेरापर्सन सुरेशराज मानन्धरसँगको कुराकानीमा आधारित ।

रोजगारी वा जनशक्ति र शिक्षाको प्रत्यक्ष सम्बन्ध हुन्छ । नेपाली टेलिभिजन उद्योगको जनशक्तिलाई शैक्षिक तथ्याङ्कसँग जोडेर हेर्दा पनि यसको पुष्टि हुन्छ । नेपालमा उच्च शिक्षा प्राप्त गर्नेहरूमा ७३.८ प्रतिशत कथित उच्च जाति, २२ प्रतिशत जनजाति र २.९ प्रतिशत दलित रहेका छन् । त्यसैगरी विश्वविद्यालय भर्नाको प्रतिशत हेर्दा महिलाहरू २५ प्रतिशत मात्र देखिन्छन् । शैक्षिक स्तरको यस्तो अवस्थाले जनशक्तिको संरचना पनि सोझै प्रभावित भएको देखिन्छ (उप्रेती सन् २००५) ।

आर्थिक स्थितिको पनि रोजगारीसँग टड्कारो सम्बन्ध देखिएको छ । नेपालमा कथित उच्च जातकाहरूले आर्थिक रूपमा सक्रिय कुल जनसङ्ख्याको ३५.४ प्रतिशत हिस्सा ओगटेका छन् भने त्यसमा दलितको हिस्सेदारी १२ प्रतिशत मात्र रहेको छ । उच्च जातिको औसत वार्षिक आय रु. २४,३९९ रहेको छ भने जनजाति र दलितको क्रमशः रु. १५,६३० र रु. १२,११४ रहेको छ । त्यसमा पनि मधेसी दलितको वार्षिक आय सबैभन्दा कम रु. १०,८८९ छ । उता, नेवारहरूको औसत वार्षिक आय रु. ३८,१९३ छ, जुन खस जातिको आयभन्दा रु. ३,७९४ बढी हो (गुरुङ सन् २००६) । यसरी हेर्दा सामाजिक समूहहरूको आर्थिक क्रियाकलाप र आयसँग नेपाली टेलिभिजनमा तिनको उपस्थितिको प्रत्यक्ष सम्बन्ध देख्न सकिन्छ; उच्च आय हुनेको उपस्थिति उच्च छ भने न्यून आय हुनेको उपस्थिति न्यून छ ।

नेपाली मिडियामा जनजाति, दलित, महिला र मधेसी समूहका विषयमा कार्यक्रम, समाचार, लेख वा अन्य सामग्रीहरू कम देखिएका छन् । मूल प्रवाहभन्दा बाहिर पारिएका समूहका प्रमुख मुद्दा सामाजिक तथा मानवीय समस्याहरू मिडियामा ओझेलमा पारेको देखिन्छ (वन्त र पराजुली २०५८, अस्मिता २०६०) । समग्र नेपाली मिडियाको यस अवस्थालाई टेलिभिजन उद्योगमा भएको जनशक्तिको अवस्थासँग जोडेर विश्लेषण गर्न सकिन्छ । नेपाली टेलिभिजन कार्यक्रमहरूमा यी सामाजिक समूह कम देखिनु र यिनका मुद्दाहरू प्राथमिकतामा नपर्नुको एक मुख्य कारण टेलिभिजन जनशक्तिमा यिनीहरूको न्यून उपस्थिति नै हो ।

विषयवस्तुमा प्रभाव

कुनै खास समुदायका सदस्यको टेलिभिजन जनशक्तिमा रहेको उपस्थिति मात्र पनि त्यस समुदायका बारेमा संवेदनशीलता बढाउन महत्त्वपूर्ण हुन्छ । उनीहरूको सामान्य पहल मात्रले पनि सम्बन्धित समुदायका गतिविधि र मुद्दाहरूलाई पन्छाउन नमिल्ने अवस्था सिर्जना हुन्छ । व्यक्तिगत सम्बन्धका आधारमा धेरै

निर्णयहरू लिइने नेपाली मिडियामा समूह विशेषका सदस्यको उपस्थिति भएकै कारणबाट त्यस समुदायका सामान्य विषयहरूले पनि विशेष कभरेज पाएका र उपस्थिति नहुँदा सम्बन्धित वर्ग वा समुदायका विषयवस्तुले कहिल्यै कभरेज नपाएका उदाहरण प्रशस्त रहेका छन् । कान्तिपुर टेलिभिजनमा दलितहरूको सामान्य उपस्थिति (१.०७%) ले पनि दलितहरूको मुद्दामा संवेदनशीलता बढाएको छ । अझ समाचार र समसामयिक विषयमा कार्यरत प्रकाशचन्द्र परियारको उपस्थितिले दलित विषय यस च्यानलको प्राथमिकतामा परेको छ । परियारका अनुसार विगत तीन वर्षमा समाचारको सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण खण्डमा दलितका विषयमा ४७ ओटा अनुसन्धानमूलक सामग्री प्राथमिकताका साथ प्रसारण गरिए । साथै, सामग्रीले उठाएका दलितका मुद्दाहरूमाथि जनताको विचार बुझ्न जनमत (Vox pop) पनि प्रसारण गरियो । यसका अतिरिक्त राष्ट्रिय दलित आयोगको गठनमा ढिलाइ लगायतका विषयमा समाचारको फलोअप शृङ्खला नै प्रसारण गरिएको थियो ।[४]

नेपाल टेलिभिजनमा पुष्पहरि क्याम्पा राई र गजुरधन राईको उपस्थितिका कारण राईहरूका विषयमा कभरेज निकै बढेको छ । उनीहरूकै पहलका कारण ओखलढुङ्गा आसपासका क्षेत्रमा जनैपूर्णिमामा नाचिने सङ्गिना नाचको समाचार राष्ट्रिय महत्त्वका साथ प्रसारण गरिएको थियो भने ब्रिटिश गोर्खाको मुद्दाले विशेष प्राथमिकता पाएको थियो ।[५] सोही च्यानलमा अर्जुन कुमालको उपस्थितिका कारण २०६० फागुन अन्तिम साता नुवाकोटमा सम्पन्न नेपाल कुमाल सुधार समितिको राष्ट्रिय सम्मेलनले विशेष कभरेज पाएको थियो ।[६] नेपाल टेलिभिजनकै कर्मचारी मधुकर महर्जनको प्रयासमा पाँगा, कीर्तिपुरको नेवारी समुदायमा प्रचलित दुईओटा स्थानीय जात्राका वृत्तचित्र तयार भई प्रसारण भएका छन् । तीमध्ये 'बखु मद जात्रा' नामक एउटा वृत्तचित्र नेपाल टेलिभिजनमा १० पटक प्रसारण भएको छ भने 'पाँगाको पीठपूजा' नामक अर्को वृत्तचित्र ६ पटक प्रसारण भएको छ ।[७] त्यस्तै नेवारहरूको सर्वाधिक उपस्थिति रहेका कारण इमेज टेलिभिजनमा नेवारी भाषा, संस्कृति र साहित्य विषयले निकै महत्त्व पाएका छन् । इमेज नै नेवारी भाषामा समाचार प्रसारण गर्ने पहिलो टेलिभिजन च्यानल हो ।

---

[४] कान्तिपुर टेलिभिजनका रिपोर्टर प्रकाशचन्द्र परियारसँगको कुराकानीमा आधारित ।

[५] नेपाल टेलिभिजनका रिपोर्टर गजुरधन राईसँगको कुराकानीमा आधारित ।

[६] नेपाल टेलिभिजनका रिपोर्टर अर्जुन कुमालसँगको कुराकानीमा आधारित ।

[७] नेपाल टेलिभिजनका कर्मचारी मधुकर महर्जनसँगको कुराकानीमा आधारित ।

यी तथ्यहरूले टेलिभिजनको पर्दामा समाजको यथार्थ झल्कने विविधता आउन जनशक्तिमा पनि जनसङ्ख्याको अनुपातमै विविधता आउनु अत्यावश्यक छ भन्ने कुरालाई पुष्टि गर्दछन् ।

निष्कर्ष

आर्थिक, भौगोलिक, सामाजिक, शैक्षिक र राजनीतिक लगायतका कारणले जनजाति, दलित, महिला, मधेसी समुदाय अन्य सामाजिक समूहका तुलनामा निकै पछाडि छुटेका छन् र राष्ट्रिय मूल प्रवाहभन्दा बाहिर छन् । नेपाली टेलिभिजन उद्योगको जनशक्ति विश्लेषण गर्दा पनि यिनै कारणहरूले गर्दा ती समुदायहरूको प्रतिनिधित्व हुन नसकेको देखिन्छ । उच्च जातिका, सहरकेन्द्रित तथा शिक्षा, सीप विकास र आवेदनका अवसर उपलब्ध हुनेहरू नै अत्यधिक मात्रामा टेलिभिजनकर्मीका रूपमा रहेका छन् ।

राष्ट्रिय नीति र रोजगारीसम्बन्धी ऐनहरूमा पछि परेका समुदायलाई अवसर उपलब्ध गराउने प्रयास भएको देखिँदैन । विषयवस्तुको सन्दर्भमा सबै समुदायलाई समेट्ने भनी राष्ट्रिय सञ्चार नीति र प्रसारण निर्देशिकाहरूमा उल्लेख भए पनि यस्तो लक्ष्य प्राप्त गर्न उनीहरूलाई रोजगारीमा पनि समेटिनु पर्छ भन्ने कुरा नीति र कानून निर्माताहरूलाई महसुस हुन नसकेको देखिन्छ ।

रेडियो र छापा माध्यमको अध्ययनको सन्दर्भमा वन्त र पराजुली (२०५८) मा जनजाति र दलितको मिडियामा सहभागिता बढाउन सुझावहरू प्रस्तुत गरिएका छन् । महत्त्वपूर्ण सुझावहरूमा दलित जनजातिको प्रतिनिधित्व बढाउन आरक्षण वा विशेष व्यवस्थाका लागि सरकारले नै त्यसखालको नीति निर्माण गर्नुपर्ने, मिडिया क्षेत्रमा आइसकेका दलित तथा जनजातिलाई यही क्षेत्रमा टिकाइराख्न उचित सहुलियत र सुविधा दिनुपर्ने, सञ्चारसम्बन्धी संस्थाहरूमा हुने मनोनयन प्रक्रियामा यो वर्गलाई पनि समावेश गर्नुपर्ने, दलित, जनजाति समुदायको विद्यार्थीलाई स्कूल क्याम्पसमा पत्रकारिता अध्ययनका लागि प्रोत्साहन गरिनुपर्ने तथा छात्रवृद्धि दिनुपर्ने आदि छन् । टेलिभिजन जनशक्तिमा जनजाति, महिला, दलित र मधेसीको राष्ट्रिय जनसङ्ख्याको समानुपातिक उपस्थिति गराउनका लागि पनि त्यहाँ उल्लिखित सुझावहरू सान्दर्भिक र वैध छन् ।

टेलिभिजनकर्मी भनेको स्वाभाविक रूपमा दक्ष, प्रविधि बुझेको र सिर्जनात्मक क्षमतायुक्त जनशक्ति हो । शिक्षा, तालिम र काम गर्ने अवसर उपलब्ध नभएसम्म कसैले पनि यस क्षेत्रमा आफ्नो प्रतिभा देखाउन सक्तैन । राज्यको मूल प्रवाहभन्दा बाहिर पारिँदै आएका सामाजिक समूहलाई यस्तो अवसर उपलब्ध गराउन

राज्यले विशेष ध्यान दिनु अनिवार्य छ र यो उसको दायित्व पनि हो । त्यसमा पनि हरेक दृष्टिले असहज परिस्थितिको सामना गरिरहेका र प्रायः दुर्गम क्षेत्रमा विपन्न जीवन बाँचिरहेकाहरूलाई सक्षम बनाएर मूल प्रवाहमा सामेल गर्न उनीहरूमाथि पर्याप्त लगानी गर्नु अत्यावश्यक छ ।

सन्दर्भ सामग्री

अस्मिता । २०६० । महिला र टेलिभिजन । *महिला र मिडियाः नेपालमा महिलाका सम्बन्धमा सञ्चारमाध्यमको अवस्थाबारे एक अध्ययन* । पृ. ६२-८१ । काठमाडौँः अस्मिता महिला प्रकाशन गृह, सञ्चार तथा स्रोत संस्था ।

उप्रेती, टङ्क । सन् २००५ । नेपाली टेलिभिजन उद्योगमा महिला जनशक्तिको स्थिति विश्लेषण । *टेलिपत्रिका* २(१): ६०-६२ ।

उप्रेती, टङ्क । २०६४ । नेपाली टेलिभिजनमा सामाजिक समावेशीकरण । *मिडिया अध्ययन* २: १०५-१२१ ।

कन्दङ्वा, काजीमान । २०५८ । हिन्दूवादको षड्यन्त्रमा परेका जनजातिहरूको अवस्था । *छापामा जनजाति* । प्रत्यूष वन्त, कुमार यात्रु, भास्कर गौतम, सं., पृ. १७७-१८१ । काठमाडौँः एकता बुक्स ।

क्षेत्री, अञ्जु, मञ्जु थापा र सरोज पन्त । २०५९ । *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* । काठमाडौँः नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट ।

खनाल, चिरञ्जीवी, लाल देउसाराई, प्रवलराज पोखरेल र बद्री पौडयाल । २०५४ । *बहुलवादी नेपाली समाजमा आमसञ्चार* । काठमाडौँः पत्रकारिता विभाग त्रिभुवन विश्वविद्यालय र फ्रेडरिक इबर्ट स्टिफटुङ ।

गौतम, दीपा । २०६३ । सयथरी बाजा एउटै ताल । *काँचको पर्दाः नेपाली टेलिभिजनमा महिला*, पृ. १३२-१३८ । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

नेपाल टेलिभिजन । २०५८ । *नेपाल टेलिभिजन कर्मचारी विनियमावली २०५८* । काठमाडौँः नेपाल टेलिभिजन ।

प्रेमर्षि, धीरेन्द्र । २०६१ । रेडियोमा मधेस र मधेसी । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ३४९-३६ । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

यात्रु, कुमार । २०६१ । रेडियो नेपाल र जनजाति । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ३१७-३४८ । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

राणा, वन्दना, ज्ञानु पाण्डे, हरिकला अधिकारी, दीपा गौतम र कृष्ण भट्टचन । २०६२ । *सञ्चारकर्मी महिलाको अवस्था* । काठमाडौँः सञ्चारिका समूह नेपाल ।

वन्त, प्रत्यूष र शेखर पराजुली, सं. । २०५८ । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । काठमाडौँः एकता बुक्स ।

श्री ५ को सरकार । २०६०क । राष्ट्रिय सञ्चार नीति, २०४९ । *प्रकाशनको दिग्दर्शन* (चतुर्थ संस्करण) । हरिहर विरही, सं., पृ. १७६-१९३ । काठमाडौँः प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

श्री ५ को सरकार । २०६०ख । राष्ट्रिय प्रसारण ऐन, २०४९ । *प्रकाशनको दिग्दर्शन* (चतुर्थ संस्करण) । हरिहर विरही, सं., पृ. ६७-७२ । काठमाडौँः प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

हुमागाईं, देवराज, प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली । २०६२ । रेडियो अध्ययनः सैद्धान्तिक धरातल र हाम्रो प्रयास । *रेडियो पत्रकारिताः एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ६०-८३ । काठमाडौँः मार्टिन चौतारी ।

Aditya, A. 1996. *Mass Media and Democratization: A Country Study on Nepal*. Kathmandu: Institute for Integrated Development Studies (IIDS).

ASNE. 2002. News Room Employment Survery Report. Available at http//www.asne.org/index-cfm?id-3432. Accessed on 14 December 2006.

Berger, A. 2000. *Media and Communication Research Method: An Introduction to Qualitative and Quantative Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications.

CBS. 2002. *Stastistical Pocket Book*. Kathmandu: Central Bureau of Statistics (CBS).

Cottle, Simon. 1997. *Television and Ethnic Minorities: Producer's Perspective*. Aldershot: Ashgate Publishers Ltd.

ESP. 2002. *A Strategy to Empower Nepal's Disadvantaged Group Documents 1, 2 & 3*. Kathmandu: Enabling State Programme (ESP).

Gurung, H. 2006. Social Inclusion and Nation Building in Nepal. Available at http//www.odcincorp.com/sifr.php. Accessed on 30 March 2006.

History Matters. nd. The Communications Media, Ironically, Have Failed to Communicate: The Kerner Report Assesses Media Coverage of Riots and Race Relations. Availabe at http://historymatters.gmu.edu/d/6553/. Accesed on 19 December 2006.

Shah, Govinda. 2006. Social Inclusion of Maddhesi Community in Nation Building. Available at http//www.odcincorp.com/sifr.php. Accessed on 30 March 2006.

UNDP. 2004. *Nepal Human Development Report*. Kathmandu: United Nations Development Programme (UNDP).

Upreti, Tanka. 2003. Representation of Ethnic Minorities in Nepal Television. Master's degree dissertation, London Metropolitan University.