

## एफएम रेडियो व्यवस्थापनका चुनौती

विजय गुरागाई

### भूमिका

एफएम रेडियो सञ्चालन सुरुमा जति नौलो थियो आज त्यस्तो छैन।<sup>१</sup> तथापि प्रभावकारी रेडियो व्यवस्थापन कसरी गर्न सकिन्छ, अहिले पनि बहसको विषय नै रहेको छ। उपत्यका बाहिरका साना ठूला सहरहरूमा अब एउटामात्र रेडियो छैनन्। रेडियो स्थापनाको लहर नेपालमा चलिरहेको नै छ। एफएम रेडियोको सङ्ख्यात्मक वृद्धिसँगै व्यवस्थापन पक्षसँग गासिएका सवालहरूमा बहसको खाँचो पहिलेभन्दा बढेको छ।

रेडियोको प्रभावकारी व्यवस्थापन अबै पनि धेरैका लागि नौलो काम नै छ। नौलो भएकोले नै यो चुनौतीपूर्ण छ। नेपालमा रेडियो व्यवस्थापनमा दक्ष, त्यही विषय पढेका र अनुभवी व्यवस्थापकको कमी छ। अहिलेसम्मको अभ्यास हेर्दा जोसँग रेडियो सञ्चालन अनुमति वा लाइसेन्स छ, उनीहरूमध्येकै कसैले व्यवस्थापन सम्हाल्ने गरेको पाइन्छ। कम्तिमा स्टेसनले मात्र शेयर होल्डर, संस्थाका सदस्य,

<sup>१</sup> यो लेख *मिडिया अध्ययन १* मा 'एफएम रेडियो व्यवस्थापन: अवसर र चुनौती' शीर्षकमा प्रकाशित लेख (गुरागाई २०६३) को परिमार्जित रूप हो। यहाँ चुनौतीको पाटोलाई मात्र समेटिएको हुँदा त्यहीअनुसार शीर्षक पनि परिवर्तन गरिएको छ। २०५८ सालदेखि २०६२ सालसम्म भोगिएको अनुभवका आधारमा दुई वर्ष अघि नै लेखिएका कतिपय विषयको सान्दर्भिकता अहिले पनि उक्तिकै छ भन्ने लेखकको विश्वास छ।

आफन्त वा नातेदारभन्दा बाहिरको व्यक्तिलाई उसको दक्षता र अनुभवका आधारमा स्टेसन व्यवस्थापकका रूपमा नियुक्त गरेका छन्। प्रतिस्पर्धात्मक र छुट्टै पहिचानका साथ रेडियो व्यवस्थापन गर्ने काम हरेक स्टेसनका लागि चुनौतीपूर्ण पनि हुँदै गएको छ। विगतका अनुभवले भावी चुनौतीलाई व्यवस्थित गर्दै अगाडि बढ्न सघाउँछ भनेर यो लेखमा रेडियो व्यवस्थापकको रूपमा आफैँले अनुभव गरेका र विभिन्न रेडियो सञ्चालकहरूसँग कुराकानी गर्दा पाइएका तथ्य वा विचारका आधारमा व्यवस्थापनका चुनौतीहरूलाई छलफलका लागि यहाँ प्रस्तुत गरेको छु। यसले आगामी दिनमा रेडियो व्यवस्थापनमा हात हाल्न खोज्नेलाई केही सहयोग गर्न सक्छ। हालका कमीकमजोरी सुधारन मद्दत पुग्नेछ।

लेखमा एफएम रेडियोको कमजोर आर्थिक पक्ष, दक्ष र अनुभवी जनशक्तिको अभाव, काममा तालमेलको अभाव, कार्यनीतिक तथा रणनीतिक योजनासम्बन्धी अन्योल, रेडियोकर्मीको असुरक्षित भविष्य, प्रसारणसम्बन्धी कानून तथा नीति र स्थानीय सरकारको रवैयाका कारण उत्पन्न चुनौती आदिबारे चर्चा गरिएको छ। नेपालमा स्वतन्त्र रेडियोको सुरुआतताका देखिएका यी चुनौतीहरू अहिले पनि विद्यमान छन् तर सँगसँगै सुधारका सङ्केत पनि देखिएकै छन्। त्यसैले यो लेखमा ती विषयमा अहिलेको परिवेश र सुधारका लागि भैरहेका प्रयासहरूलाई समेटिएको छ। साथै बहसमा आएका नयाँ चुनौतीहरू जस्तै व्यवस्थापनमा राजनीतिज्ञको सक्रियता र हस्तक्षेप, व्यवस्थापनमा समावेशीकरणका मुद्दा जस्ता सवाललाई पनि यो लेखमा चर्चा गरिएको छ। रेडियो व्यवस्थापनमा देखा परेका चुनौतीमा प्रवेश गर्नुभन्दा पहिले रेडियो व्यवस्थापन वा व्यवस्थापक भनेको के हो? र रेडियो व्यवस्थापकको स्थान रेडियो स्टेसनमा कहाँनै हुन्छ भन्ने जानकारी गराइएको छ।

यो लेखकले २०५८ भदौदेखि २०६० वैशाखसम्म सप्तकोशी एफएम (इटहरी) र त्यसपछिको १८ महिना सामुदायिक रेडियो सोलु एफएम (सोलुखुम्बु) मा रहेर एफएम रेडियोका कामहरूलाई नजिकबाट बुझ्न पाएको थियो। दुवै संस्थामा लेखकको संलग्नता रेडियो सञ्चालनका लागि अनुमति पाएकै बेलादेखि भयो। स्वामित्वका हिसाबले सप्तकोशी एफएम र सोलु एफएम फरकफरक प्रकृतिका रेडियो स्टेसन हुन्। सप्तकोशी मिडिया प्रालिले सञ्चालन गरेको सप्तकोशी एफएम व्यापारिक रेडियोको कोटिमा पर्छ भने सोलु एफएम स्थानीय गैरसरकारी संस्था योङ्गस्टार क्लबले सञ्चालन गरेको सामुदायिक प्रकृतिको रेडियो स्टेसन हो। भिन्न प्रकृतिका दुई संस्थामा काम गर्दा व्यवस्थापकको रूपमा भोगेका अनुभव यो लेखको प्रमुख आधार बनेको छ भने पछिल्ला विकासक्रम र चुनौतीबारे विश्लेषण

गर्न रेडियोमा सम्बद्ध विभिन्न पक्ष तथा यसलाई नजिकबाट नियालिरहेका व्यक्तित्वहरूको विचार र भोगाइको सहयोग लिइएको छ ।

द्रुततर गतिमा विकास भैरहेको प्रविधिले रेडियो व्यवस्थापकलाई नयाँनयाँ सीप र शैली प्रयोग गर्ने अवसर प्रदान गरेको छ । रेडियो व्यवस्थापन सिर्जनशील काम भएकाले यसमा यही कुरा सही र यो नै गलत हुन्छ भन्न सकिँदैन । लेखकले रेडियोमा काम गर्दा र अहिलेको समय पनि फरक छ । त्यसैले यो लेखमा उठाएका सबै विषयहरू अहिलेको परिवेशमा उत्तिकै सान्दर्भिक नहुन पनि सक्छन् । यो लेख मुख्यतः अनुभवमा आधारित भएकाले यहाँ उल्लेख गरिएका कतिपय उदाहरणहरूमा सम्बन्धित स्टेसनका कतिपय कमीकमजोरी पनि आँल्याइएको छ । यद्यपि ती संस्थामा भएका कमजोरीलाई बाहिर ल्याएर सम्बन्धित संस्थाको साखमा चोट पुऱ्याउन भने अवश्य खोजिएको होइन । यसमा उल्लेख भएका कुनै पनि विषय वा प्रसङ्गप्रति पाठकको समर्थन र विरोध दुवै हुनसक्छ, जसलाई स्वागत गरिने छ ।

## रेडियो व्यवस्थापन र व्यवस्थापक

जुम्लाको रेडियो कर्णाली, सोलुखुम्बुको सोलु एफएम र पाल्पाको रेडियो मदनपोखरा हुन् अथवा सहरबजारमा खुलेका ठूला र शक्तिशाली रेडियो स्टेसनहरू नै किन नहुन्, नेपालमा रेडियो व्यवस्थापनको इतिहास लामो छैन । बितेका एक दशकमा धेरै मानिसले रेडियो व्यवस्थापनमा हात हाले । तर रेडियो व्यवस्थापन कुन किसिमको व्यवसाय वा काम हो ? के काम गर्दा रेडियो व्यवस्थापक सफल हुन्छ ? सफलताको मापक के हो ? प्रविधि, आर्थिक स्थायित्व वा नाफा आर्जन, सम्बन्ध विस्तार, कार्यक्रम आदिमध्ये केले रेडियो व्यवस्थापकलाई सफल बनाउँछ ? रेडियो व्यवस्थापकलाई समुदाय, लगानीकर्ता वा मालिक, विज्ञापन दाता, विभिन्न सङ्घसंस्था, कसको नजरमा सफल र असफल ठान्ने ? यी विषयमा सबैको आ-आफ्नै धारणा हुन सक्छ ।

रेडियोले आफ्नो प्रसारण क्षेत्रमा बसोबास गर्ने नागरिकहरूका लागि उनीहरूको जीवनस्तरमा प्रभाव पार्न सक्ने विभिन्न सवालमा कार्यक्रम प्रसारण गर्छ, समसामयिक घटना तथा विषयवस्तुलाई समाचारको रूपमा प्रस्तुत गर्छ । त्यसैले रेडियो सञ्चालन तथा व्यवस्थापनका मुख्य क्षेत्र यसले प्रसारण गर्ने कार्यक्रम तथा समाचारको प्रभावकारी व्यवस्थापन हो । यसका साथै रेडियोमा संलग्न मानवीय संशाधन, स्टेसनको वित्तीय अवस्था, प्रविधि र परिवर्तित सन्दर्भको व्यवस्थापन हो रेडियो व्यवस्थापन (प्राइस मिति नखुलेको) । नाटक देखाउने

एउटा कम्पनी र कारको डिलरसीप गर्दा छुट्टाछुट्टै विधि अपनाइन्छ । तर रेडियो व्यवस्थापन दुवैको मिश्रण जस्तै छ । यो गतिशील व्यवसाय हो । रेडियो स्टेसनको प्रकृतिअनुसार व्यवस्थापकले विभिन्न समूह, वर्ग, धर्म, लिङ्ग जात तथा क्षेत्रका मानिसदेखि कार्यालयको सचिव, सहायकसँग अनि रेडियो कार्यक्रम निर्माता तथा सञ्चालकदेखि बजार प्रतिनिधि र प्राविधिकसँग सरसल्लाह तथा प्रभावकारी कार्य सम्पादनको लागि हर तरहले सक्रिय भइरहनुपर्छ (केथ र क्राउज सन् १९९३) । रेडियोको व्यवस्थापकीय समूहले रातारात परिवर्तन हुन सक्ने उसका श्रोताका रुचिलाई समेटेर कार्यक्रमहरू निर्माण र प्रस्तुत गर्नसक्नु पर्छ । प्रसारण सुरु भएदेखि अन्त्य नहुँदासम्मको प्रसारणमा कुन सामग्री कसरी प्रसारण भइरहेको छ, त्यसले कस्तो सम्भावित परिणाम उत्पन्न गर्न सक्छ भनेर नियमित अनुगमन गर्नु पनि व्यवस्थापकीय कामअन्तर्गत पर्दछ ।

एउटा श्रोताको नजरमा सफल रेडियो व्यवस्थापक त्यो हो, जसले नेतृत्व गरेको रेडियो स्टेसनबाट श्रोताले आफूलाई चाहिने सूचना तथा कार्यक्रम सुन्न पाओस् । नाफाका लागि पैसा लगानी गर्ने व्यक्तिका लागि पर्याप्त नाफा कमाउन सक्ने व्यवस्थापक सफल हुन सक्छ । त्यसै गरी सामुदायिक रेडियोको व्यवस्थापकले आसपासको समुदायको सहभागितामा उनीहरूको रुचि र आवश्यकतालाई ध्यान दिएर जीवनस्तर सुधार्नका लागि सहयोगी हुने विषयलाई आफ्नो सञ्चारमाध्यममा केन्द्रित गरेर समुदायमा नै रेडियोको स्थायित्व कायम गर्न सक्थे भने ऊ सफल रेडियो व्यवस्थापक हुन सक्छ ।

खास गरी रेडियो व्यवस्थापकले दुई किसिमका कामहरू गर्नुपर्छ । पहिलो, रेडियो स्टेसन सञ्चालनमा आउनुभन्दा अगाडि र दोस्रो, प्रसारण सुरु भएपछि । सामुदायिक अथवा व्यावसायिक जे भने पनि व्यवस्थापकले गर्नुपर्ने धेरै कामहरू समान प्रकृतिका छन् । प्रक्रियासङ्गत ढङ्गले संस्था दर्ता गर्ने, स्टेसन रहने क्षेत्रको पूर्व अध्ययन प्रतिवेदन तयार गर्ने, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयमा अनुमति माग सहितको निवेदन दर्ता गर्ने, स्वीकृतिका लागि मन्त्रालय धाउने, अनुमति पाएपछि उपकरण खरिद प्रक्रिया अगाडि बढाउने, गीत सङ्गीत खरिद तथा सङ्कलन गर्ने, उपकरणलाई सम्बन्धित ठाउँसम्म पुऱ्याउने, सञ्चालन गर्ने अवस्थासम्मका कामहरू दुवै प्रकृतिका रेडियो स्टेसनले गर्नुपर्छ ।

त्यसै गरी रेडियोको दीर्घकालीन नीति तथा कार्यक्रम तर्जुमा पनि स्टेसन सञ्चालन हुनुभन्दा अगाडि नै गर्नुपर्ने कामहरू हुन् । यद्यपि हामीकहाँ यस कुरालाई कम महत्त्व दिइएको हुन्छ । सञ्चालन भएपछि भने आवश्यक कर्मचारी छनोट, प्रसारण समय व्यवस्थापन, रेडियो प्रसारण क्षेत्रका समुदायसँग विभिन्न अन्तर्क्रिया,

श्रोताका गुनासा तथा प्रतिक्रियाहरूको व्यवस्थापन, कार्यक्रम निर्माण तथा प्रसारणमा मातहतका कर्मचारीसँग नियमित छलफल, स्वयंसेवक पहिचान तथा छनोट, पुराना तथा नयाँ कर्मचारीलाई आवश्यकताअनुसार तालिमको व्यवस्था, कर्मचारीलाई निरन्तर सहयोग र हौसला, विज्ञापन तथा सार्वजनिक महत्त्वका सूचनाको निरन्तरता तथा नयाँ सम्भावनाको खोजी, रेडियोसँग सम्बन्धित कम्पनी तथा सङ्घसंस्थाहरूसँग नियमित अन्तर्क्रिया रेडियो व्यवस्थापकले गर्नुपर्ने नियमित र महत्त्वपूर्ण कामहरू हुन् । समग्रमा भन्दा व्यवस्थापकले समुदायभित्र विज्ञापनदाता, सार्वजनिक सरोकारवाला निकाय, सामाजिक सङ्घसंस्था, राष्ट्रिय/अन्तर्राष्ट्रिय गैरसरकारी सङ्घसंस्था, व्यापारी, कर्मचारी, समुदायमा बसोबास गर्ने सबै मानिस र रेडियो सञ्चालकहरूसँग नियमित सञ्चार सम्पर्कमा रहनुपर्छ ।

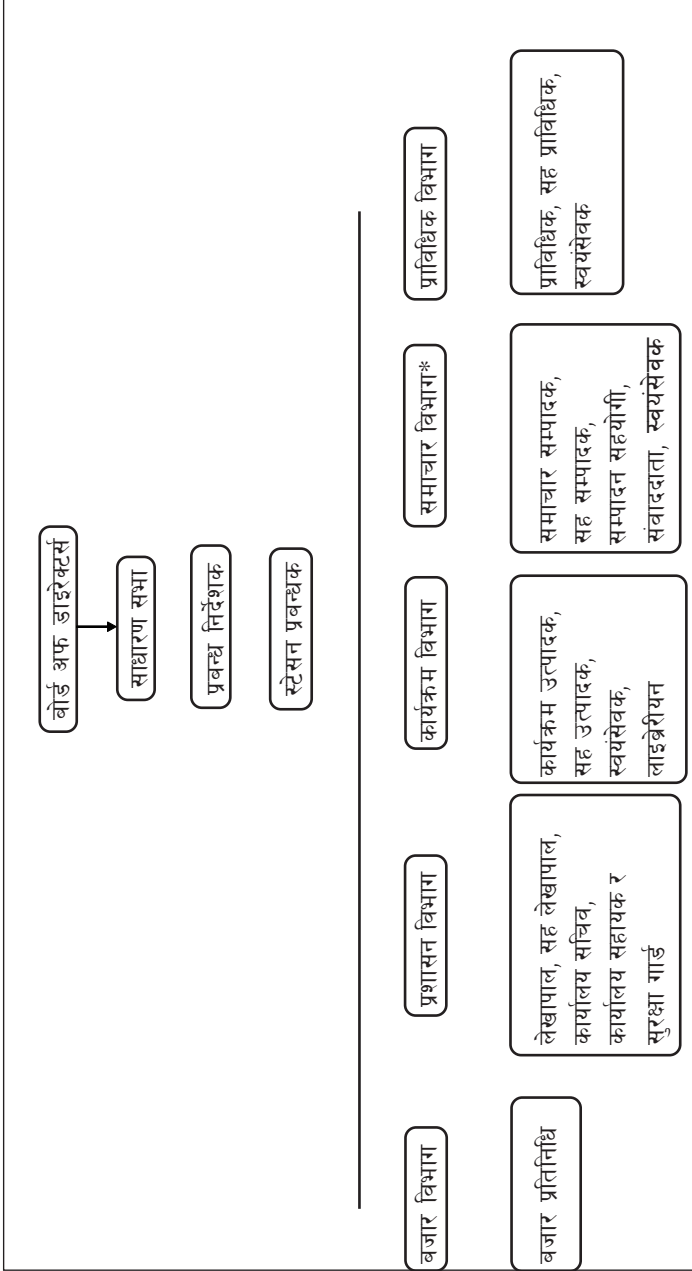
## रेडियो व्यवस्थापकको स्थान

रेडियो व्यवस्थापनको कुरा गर्दा यसको साङ्गठनिक संरचना कस्तो हुन्छ ? कामको बाँडफाँट कसरी हुन्छ भन्नेबारे थोरै चर्चा गर्नु उपयुक्त हुन्छ । रेडियोको साङ्गठनिक संरचना यसको प्रसारण क्षमता र क्षेत्रअनुसार फरकफरक हुने गर्छ । सामान्यतया व्यापारिक उद्देश्यले सञ्चालित रेडियोको साङ्गठनिक ढाँचा चार्टमा देखाइएको छ ।

सामुदायिक रेडियोमा संस्थाको साधारण सभाले निश्चित अवधिका लागि कार्य समिति चयन गर्छ । कार्य समितिले रेडियो सञ्चालक समिति बनाउँछ । सञ्चालक समितिले स्टेसन प्रबन्धक नियुक्त गर्छ । स्टेसन प्रबन्धकको मातहतमा कार्यक्रम निर्देशक, बजार प्रमुख र प्राविधिक विभाग प्रमुख रहन्छन् । तर संस्थाअनुसार कतै समाचार प्रमुख र प्रशासन प्रमुखको पनि व्यवस्था हुन्छ । विभिन्न विभागका मातहतमा हुने तह र तप्का भने व्यापारिक रेडियोको जस्तै हुने गर्छ ।

व्यापारिक होस् वा सामुदायिक, व्यवस्थापकले नै रेडियो सञ्चालक, कर्मचारी, समुदाय, विज्ञापनदाता वा नागरिक समाजका बीचमा पुलको काम गर्छ । बोर्ड अफ डाइरेक्टर्स अथवा साधारण सभा वा सञ्चालक समितिले पारित गरेका नीति तथा कार्यक्रमहरू कर्मचारीसम्म पुऱ्याउने तथा कर्मचारीका चासो र सरोकारका सवालहरू सञ्चालक समितिसम्म पुऱ्याउने काम व्यवस्थापकले गरिरहेको हुन्छ । त्यसै गरी साधारण सभा वा सञ्चालक समितिले गरेका नीतिगत निर्णयहरू श्रोता, विज्ञापनदाता र साभेदार सङ्घसंस्थासम्म पुऱ्याएर उनीहरूका चासोलाई सञ्चालक समितिमा पुऱ्याउने काम व्यवस्थापकले गर्नुपर्छ ।

व्यापारिक रेडियोको साङ्गठनिक संरचना



\* प्रायःजसो स्टेशनमा समाचार विभागलाई कार्यक्रम विभागको मातहतमा पनि राखिएको हुन्छ ।

यसबाहेक नीतिनियम लागू गराउने, कर्मचारीसँग नियमित छलफल तथा अन्तर्क्रिया गर्ने, नयाँ कर्मचारी वा स्वयंसेवक भर्ना गर्ने, कार्यक्रमको प्रभाव मूल्याङ्कन गर्ने, समुदाय तथा विज्ञापनदाताहरूसँग नियमित भेटघाट र अन्तर्क्रिया गर्ने, कर्मचारीलाई उत्प्रेरित गरिरहने वा हौसला दिने काम व्यवस्थापकका नियमित काम हुन्। यी काम गर्नका लागि उसलाई मातहतमा रहेका विभागीय प्रमुखहरूले सहयोग गर्छन्। जस्तै: कार्यक्रम निर्देशकले कार्यक्रमको फर्म्याट निर्धारण, कार्यक्रम सञ्चालक वा स्वयंसेवक छनोट र भर्ना, प्रसारण तालिका निर्माण, प्रसारण सामग्रीको अनुगमन, मूल्याङ्कन, सङ्गीत पुस्तकालय व्यवस्थापन, समाचारमूलक र ताजा गतिविधिका कार्यक्रमको तालमेल गराउने काम गर्छ। बजार व्यवस्थापकले बजार वा विज्ञापनसँग सम्बन्धित विभागको प्रमुखको काम गर्छ। विज्ञापन उत्पादन कम्पनीहरूसँग नियमित भेटघाट, रेट कार्ड निर्माण, नयाँ र आकर्षक विज्ञापन प्याकेज तयारी, बजार प्रवर्द्धनात्मक सामग्रीको विकास बजार व्यवस्थापकका कामहरू हुन्। प्राविधिक विभाग प्रमुखले भने उपकरणहरूको रेखदेख, मर्मत सम्भार, प्रसारणसम्बन्धी नियमित रेकर्ड आदि काम गर्छ। हरेक विभाग प्रमुखले सम्हाले आफ्ना काम तथा जिम्मेवारीको विवरण स्टेसन व्यवस्थापक हुँदै सञ्चालक समिति वा बोर्ड अफ डाइरेक्टर्समा पुग्ने गर्छ। अब कुरा गरौं रेडियो व्यवस्थापनका चुनौतीबारे :

### स्टेसनको कमजोर आर्थिक पक्ष

उपकरण, जनशक्ति तथा भौतिक पूर्वाधारजस्ता विषयमा एफएम रेडियोको सञ्चालन सजिलो देखिन्छ। देशको निर्धारित कानूनी प्रक्रिया पूरा गरेर भित्र्याएको एउटा ट्रान्समिटर, एउटा क्यासेट तथा सिडी प्लेयर, मिक्सिङ कन्सोल र दुईचार ओटा गीतको भरमा जस्तो अवस्थामा पनि रेडियो चलाउन सकिन्छ। यो सबै काम एउटा सानो कोठामा बसेर एक जनाले मात्रै पनि गर्न सक्छ। भट्ट हेर्दा यसबाट एफएम रेडियो सञ्चालन खर्चिलो छैन भन्ने अनुमान गर्न सकिन्छ। सामान्यता एक सय वाटको रेडियो सञ्चालन गर्नका लागि उपकरण खरिद गरेर त्यसलाई रेडियो सञ्चालन हुने ठाउँसम्म पुऱ्याउँदा दुर्गमको हकमा १५ लाखको हाराहारीमा खर्च हुने गर्छ। रेडियो उपकरणको लागत त्यो उपकरण उत्पादक देश, उपकरणको गुणस्तर तथा टिकाउपनमा भर पर्छ। त्यसैले यो लागत तलमाथि हुन सक्छ। यस अर्थमा सञ्चालनसम्म गर्नलाई धेरै लगानी चाहिँदैन। त्यसैले पनि होला, एफएम रेडियोका अगुवाहरू एफएमलाई सधैं सजिलो, सस्तो र प्रभावकारी सञ्चारमाध्यम भनिरहेका हुन्छन्।

यद्यपि सञ्चालन हुन थालेपछि यसको खर्च बढ्दै जान्छ । श्रोताको चाहना, रुचि र आवश्यकतालाई ध्यान दिएर कार्यक्रम सञ्चालन गर्न विशेष दक्षता वा सीप चाहिन्छ । जीवनोपयोगी र महत्त्वपूर्ण सूचना दिनसक्ने अनुभवी र ज्ञाताहरू अहिले पनि काठमाडौँबाहिर सहजै पाइँदैनन् । कुनै पनि विषयमा केही महत्त्वपूर्ण सूचनाहरू सही रूपमा समुदायसम्म पुऱ्याउनका लागि सूचना र ज्ञानका स्रोतहरू थप्दै जानुपर्छ । बजारमा निस्किएका चर्चित गीतहरू सुन्ने रुचिलाई रेडियोले सम्मान गर्नुपर्छ । आवाज र प्रस्तुतिमा विविधता ल्याउन हुने यातायात तथा भ्रमण, मसलन्द खर्च स्टेसनका नियमित खर्च हुन् ।

रेडियो सञ्चालकले व्यहोर्नुपर्ने अर्को नियमित खर्च हो मानवीय संशाधन व्यवस्थापनसम्बन्धी खर्च । रेडियोमा संलग्न मानवीय संशाधनलाई हेर्दा त्यहाँ धेरै सपना बोकेका युवाहरूको बाहुल्य छ । अन्य पेशाकर्मीले भैं रेडियोकर्मीले पनि सम्बन्धित संस्थासँग आफ्नो र आश्रित परिवारका सदस्यको पालनपोषण तथा सुरक्षा, सम्मान तथा क्षमता अभिवृद्धिका लागि कर्मचारीले व्यवस्थापनसँग अपेक्षा राखेको हुन्छ ।<sup>२</sup>

नियमित रूपमा उपकरण मर्मत सम्भार र नयाँ खरिद, कर्मचारीलाई नियमित तलब, सुविधा, टेलिफोन तथा बिजुली महसुल स्टेसनका नियमित खर्च शीर्षकहरू हुन् । साथै ऋण लिएर सञ्चालित स्टेसनहरूले ऋणको व्याज र साँवालाई पनि मासिक खर्चमा समावेश गरेका हुन्छन् ।

सामुदायिक रेडियोमा भने विभिन्न सङ्घसंस्थासँगको सहकार्य वा साभेदारी र छिटफुट रूपमा प्राप्त सार्वजनिक सरोकारका सूचना अथवा सन्देशहरू आम्दानीका स्रोतहरू हुन् । हाल आएर काठमाडौँमा सञ्चालित विभिन्न रेडियो कार्यक्रम उत्पादन गृहबाट उत्पादित कार्यक्रमहरूको प्रसारणवापत प्राप्त हुने रकम तथा उपकरणले पनि रेडियोको नियमित खर्च धान्न धेरै सहयोग गरेको छ ।<sup>३</sup> आर्थिक स्रोतको अभाव र व्यवस्थापकीय कमजोरीहरू सामुदायिक रेडियोले वर्षौँदेखि भोग्दै आएका चुनौतीहरू हुन् (अधिकारी २०५९ : २८) । समयअनुसारको बजार प्रतिस्पर्धा, श्रोताको रुचिमा आएको परिवर्तन, दक्ष रेडियोकर्मी र व्यवस्थापकीय

<sup>२</sup> यस विषयमा कर्मचारीको असुरक्षित भविष्य उप-शीर्षकमा थप चर्चा गरिएको छ ।

<sup>३</sup> इक्वेल एक्सेस नेपाल, कम्युनिकेसन कर्नर, उज्यालो एफएम, एन्टेना फाउण्डेसन, प्रो-पब्लिक, जागरण मिडिया सेन्टर, इन्सेक, रेडियो सगरमाथा लगायत हाल आएर इन्टरफेस नेपाल, राष्ट्रिय शान्ति अभियान आदि सङ्घसंस्थाले पनि समसामयिक सवालमा काठमाडौँमा निर्माण गरेका कार्यक्रमहरू एफएम रेडियोले प्रसारण गर्दा स्टेसनहरूले केही आर्थिक उत्प्रेरणा पाइरहेका छन् ।



सीपको अभाव, सीप भएकालाई संलग्न गराउन नसक्नु एफएमको आर्थिक अवस्था सुधार हुन नसक्ने महत्त्वपूर्ण कारण हुन् ।

एफएम रेडियोको बजार पहुँचका लागि अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष हो, प्रसारण क्षेत्र र त्यहाँको जनसङ्ख्या । स्टेसन आफैँले गर्न सक्ने क्षमता बाहिरको काम भएकोले रेडियो स्टेसन कति जनाले सुन्छन् भन्ने सर्वेक्षण स्टेसन आफैँले गरेको अवस्था छैन ।<sup>४</sup> धेरै श्रोतासम्म पुग्दा विज्ञापनमार्फत अधिक रकम असुल गर्न सकिन्छ, जसले कमजोर आर्थिक अवस्थाबाट मुक्त हुनका लागि हालका दिनमा रेडियो सञ्चालकहरू सञ्चालन सुरु नगर्दै रेडियोको क्षमता बढाउने तथा अग्ला अग्ला डाँडामा टावर बनाउन लालयित हुन्छन् । यसको एकमात्र उद्देश्य ठूलो बजारमा पुग्नु हो, जसले आर्थिक रूपमा स्थायित्वका लागि सहयोग गर्छ ।<sup>५</sup> तर यसो भन्ने व्यवस्थापकहरू रेडियोको क्षमता बढाउँदा तथा डाँडामा टावर ठड्याउँदा आम्दानी बढ्ने सुनिश्चित हुँदैन तर खर्च अवश्य बढ्छ, भन्ने सत्यलाई नजर अन्दाज गरिदिन्छन् ।

नाफा कमाउनका लागि सञ्चालित रेडियोले मानिसको आम सरोकारभन्दा आफ्नो नाफामुखी स्वार्थलाई बढी महत्त्व दिने हुँदा यस्ता रेडियोले भोगिरहेको आर्थिक समस्या अन्य रेडियोको तुलनामा कम छ । स्थानीय जनप्रतिनिधिमूलक संस्थाको स्वामित्वमा रहेका रेडियोका लागि केही निश्चित प्रतिशत बजेट सम्बन्धित निकायले नै छुट्ट्याएको हुन्छ । आर्थिक सङ्कटका मुद्दा बाहिर आए पनि यस प्रकृतिका रेडियोहरूमा आर्थिक चुनौती कम छ । तर निजी तथा गैरसरकारी संस्थाको स्वामित्वमा रहेका, नाफाभन्दा सेवामुखी भावनाले सञ्चालन भएका स्थानीय अधिकांश एफएम रेडियो भने विगतदेखि वर्तमानसम्म चर्को आर्थिक सङ्कटमा गुञ्जिरहेका छन् ।

सामुदायिक रेडियोहरूमा यसबाहेक विभिन्न अन्तर्राष्ट्रिय दातृसंस्थाहरूले गर्ने सहयोग स्टेसनको खर्च धान्ने अर्को स्रोत हो । तर यस्तो सहयोग नियमित छैन र निःस्वार्थ पनि छैन । यस्तो सहयोग पाएका रेडियोहरूले दाताको निश्चित सर्त पूरा गरुञ्जेलसम्म मात्र सहयोग पाउँछन् । दाताले घुमाउरो किसिमले सर्त

<sup>४</sup> हालका वर्षमा दाताहरूको सहयोगमा विकास सञ्चारमा सक्रिय गैरसरकारी संस्थाहरू इक्वेले एक्सेस नेपाल सन् २००६-२००७ तथा वीवीसी वर्ल्ड सर्भिस ट्रष्टले सन् २००८ मा वृहत् प्रसारण सर्वेक्षण गरेका थिए (इक्वेले एक्सेस नेपाल सन् २००७, एसी नेल्सन सन् २००८) । स्थानीय रेडियोले वृहत् रूपमा गर्न नसके पनि स्थानीय रूपमा श्रोतासँग नियमित अन्तर्क्रिया, छलफल तथा भेटघाटमार्फत पनि स्टेसनको सर्वेक्षण गर्न सकिन्छ । यस बारेमा रेडियो सञ्चालकहरूको कम ध्यान पुगेको छ ।

<sup>५</sup> मिनबहादुर शाहीसँग २०६५ साल साउन १५ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

राखेर रेडियोमा पैसा लगाउने हुनाले उसको स्वार्थ बाभियो, उद्देश्य पूरा भयो अथवा कार्यक्रम लागू हुने अवधि सकियो भने यस्तो सहयोग बन्द हुने गरेको छ । दाताको सहयोग बन्द भएपछि के गर्ने भन्ने बारेमा रेडियो वा व्यवस्थापकहरू बेलैमा सचेत हुनुपर्ने अवस्था छ ।

## दक्ष र अनुभवी रेडियो व्यवस्थापकको अभाव

अहिलेसम्म सञ्चालन भएका रेडियोहरूलाई हेर्दा विभिन्न पृष्ठभूमिका मानिसले रेडियोमा पैसा लगाएका छन् । जसले पैसा लगाएको छ, उही व्यवस्थापन प्रमुख हुने हालको वास्तविकता हो । विगत र वर्तमानका राजनीतिज्ञ, व्यापारी, शिक्षक/प्राध्यापक, पत्रकार, ठेकेदार, विकास कार्यकर्ता, कलाकार आदि अधिकांश स्टेसन सञ्चालक, प्रमुख वा व्यवस्थापनमा संलग्न छन् । रेडियोको प्रकृति र प्रविधि दुवै बुझ्नेको, बजार अर्थशास्त्रको पनि ज्ञान भएको मानिस व्यवस्थापनमा खरो उत्रन सक्छ । उज्यालो एफएम काठमाडौंका कार्यकारी निर्माता तथा सम्पादक सुनिल न्यौपाने रेडियो के हो र कसरी व्यवस्थापन गर्ने भन्ने सिपालु व्यवस्थापक अहिलेसम्म पनि पाउन मुस्किल छ भन्छन् ।<sup>६</sup>

सामुदायिक रेडियो र व्यापारिक रेडियो सञ्चालनको उद्देश्य र प्रकृति नै फरक हुनाले सामुदायिक वा व्यापारिक एउटामा सफल व्यवस्थापक अर्कोमा सफल हुन सक्दैन । सामुदायिक रेडियोकर्मीहरू यस्ता केही मान्यताबाट निर्देशित हुने गर्छन् जसभित्र— सामुदायिक रेडियोका व्यवस्थापक सेवामुखी हुनुपर्छ; व्यापारिक प्रयोजनका उत्पादनहरू मानिसको स्वास्थ्यलाई ख्याल राखी तयार पारिएका नहुन पनि सक्ने भएकाले यस्ता वस्तुलाई सार्वजनिक मिडियाबाट बढाइचढाइ गरेर प्रचार गर्नुहुँदैन; मानिसलाई गलत र भ्रामक शिक्षा दिने सामग्री प्रचार गर्नुहुँदैन; समुदायको चेतनास्तर उकास्ने सार्वजनिक महत्त्वका सूचना तथा ज्ञानमूलक सामग्रीलाई प्राथमिकता दिनुपर्छ; हरेक समुदायको संस्कृति र परम्परालाई पहिचान दिने गीतसङ्गीत र रेडियो कार्यक्रममा जोड दिनुपर्छ; स्थानीय भाषाभाषी तथा शैलीको सम्मान गर्दै प्रसारणमा प्राथमिकता दिनुपर्छ; नेपाली मौलिक गीतसङ्गीतलाई प्राथमिकता दिनुपर्छ, आदि पर्छन् ।

व्यापारिक वा नाफामूलक स्टेसनमा भने यसको ठीक उल्टो जस्तै हुन्छ । व्यापार र नाफालाई ध्यान दिँदा सेवा गौण हुन्छ । उसले ठूलो व्यापारिक तथा औद्योगिक समूहका जस्तासुकै उत्पादनहरूको प्रचारप्रसार गर्छ । तर जनस्वास्थ्यमा

<sup>६</sup> न्यौपानेसँग २०६५ साउन १५ गते गरेको कुराकानीमा आधारित ।

प्रतिकूल प्रभाव पार्ने वस्तुको विज्ञापन तथा प्रचारका लागि अधिकांश सामुदायिक रेडियो राजी छैनन् । सामुदायिक रेडियोका कार्यक्रमहरूमा यस्ता वस्तुको गुणस्तरबारे बहस हुन्छ । व्यापारिक रेडियोमा भने रेडियोकर्मीले विज्ञापनको शैलीमा हरेक वस्तुको प्रचारप्रसार गरिरहेका हुन्छन् । कानूनले सामुदायिक र व्यापारिक भनेर भेद नगरे पनि सामुदायिक रेडियो व्यवस्थापकहरूले विभिन्न दातृ सङ्घसंस्थाको सहयोगमा आर्थिक, प्रविधि तथा मानवीय क्षेत्रमा क्षमता अभिवृद्धि कार्यक्रमबाट प्रशस्त फाइदा लिएका छन् भने स्वघोषित व्यापारिक रेडियो व्यवस्थापन यस्ता अवसरबाट बञ्चित छन् । यसले गर्दा व्यापारिक र सामुदायिक रेडियो सञ्चालक तथा कर्मचारीहरूका बीचमा अदृश्य द्वन्द्व छ ।

### कामको बाँडफाँटमा तालमेल नमिल्नु

कामको बाँडफाँट कसरी हुन्छ भन्ने विषयमा अगाडि नै चर्चा गरिसकियो । यहाँ भने कामको बाँडफाँटमा तालमेल नमिल्दा के कस्ता समस्या आउँछन् भन्ने विषयमा प्रस्टचाउन खोजिएको छ । अन्य संस्था जस्तै रेडियो सञ्चालक संस्थाहरूको पनि विधान वा कार्यसम्पादन नियमावली हुन्छ । यसमा हरेक तह, पद र जिम्मेवारीअनुसार काम र कर्तव्यको बाँडफाँट भएको हुन्छ । तर यो बाँडफाँटलाई कतिपय रेडियो सञ्चालकहरूले कागजी रूपमा दराजमा थन्क्याउने गरेका छन् । यसले गर्दा काम, कर्तव्य र अधिकारको बीचमा तालमेल मिल्दैन । अनि विस्तारै विवाद सुरु हुने गर्छ ।

उदाहरणका लागि, सञ्चालक समितिले नीतिगत निर्णयहरू गर्छ । नीतिसङ्गत ढङ्गले भन्ने हो भने ती निर्णयहरू कार्यान्वयन गर्ने जिम्मा स्टेसन व्यवस्थापकको हुन्छ । तर सञ्चालक समितिका अध्यक्ष वा पदाधिकारी आफै ती निर्णयहरूलाई कार्यान्वयन गर्न अधि सर्छन् । समितिका अन्य पदाधिकारीले पनि अध्यक्ष वा स्टेसन प्रबन्धकलाई हस्तक्षेप गर्छन् ।

कागजी नीति जतिसुकै प्रस्ट भए पनि संस्थाको गुटबन्दी र आन्तरिक भैँभगडाको शिकार स्टेसन प्रबन्धक र कर्मचारी बन्ने गरेका छन् । त्यसमाथि सञ्चालक समितिका अध्यक्षदेखि सदस्यसम्मको दैनिक हस्तक्षेपले काम गर्न खोज्नेको उत्साह मर्छ । स्टेसन कता जाँदैछ ? स्टेसनले कति कर्मचारी थप्दैछ वा घटाउँदैछ ? कुन संस्थासँग कार्यक्रमका लागि सहकार्य हुँदैछ ? कस्तो प्रकृतिको कार्यक्रम सञ्चालनका लागि सहमत हुन लागेको हो भन्ने कुरा पनि स्टेसनमा सम्बन्धित विभाग प्रमुखलाई जानकारी नदिने चलन अहिलेसम्म हट्न सकेको छैन । कतै भने स्टेसन व्यवस्थापकले सञ्चालक समितिलाई जानकारीसमेत

नदिई यस्ता काम गर्ने भएकाले पनि विवाद बढ्छ। अनुभवी र विषय बुझेका व्यवस्थापकले स्टेसन बदलिरहनुको पछाडिको जड कारण हो उसलाई काम गर्ने स्वतन्त्रता नहुनु अथवा भए पनि त्यसलाई निर्वाह गर्न नसक्नु।

### कार्यनीतिक तथा रणनीतिक योजनाको अभाव

व्यवस्थापनमा चुनौतीको कुरा गर्दा अर्को महत्त्वपूर्ण सवाल हो स्थानीय रेडियोमा कार्यनीतिक योजना तथा नीतिको अभाव। रणनीतिक योजनाले आफ्नो रेडियो स्टेसन कस्तो हो ? रेडियो सञ्चालन गरेर के कुरा प्राप्त गर्न खोजेको हो ? कसरी त्यो प्राप्त हुन सक्छ ? र सफलताको मापक के के हुन् ? सफलता प्राप्त गर्नका लागि बजारमा प्रतिस्पर्धाको स्थिति कस्तो छ भन्ने कुराको प्रस्ट जवाफ खोज्छ (सीबीए सन् २००६)। रेडियो कस्तो खालको व्यवसाय हो ? रेडियोका उपभोक्ता वा ग्राहक को हुन् ? रेडियो उपभोक्ताको महत्त्व के छ र किन छ ? रेडियो व्यवसाय कस्तो हुनुपर्छ ? यसका लागि के गर्नुपर्ला ? जस्ता आधारभूत प्रश्नहरूको उत्तर दिने किसिमको मिसन, उद्देश्य तथा लक्षहरूको पहिचान नेपालका रेडियो स्टेसनहरूले गरेका छैनन्। व्यवसायको मर्म नबुझेका मानिसहरूले सञ्चालन गरेको व्यवसाय भएकोले यस्तो भएको हो भन्ने विचार नेपालमा स्वतन्त्र रेडियो अभियानलाई नजिकबाट अध्ययन गरिरहेका राष्ट्रिय सूचना आयोगका प्रमुख आयुक्त विनयकुमार कसजूको छ।<sup>१५</sup>

रेडियोको रणनीतिक योजनाका सवालमा नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्रले विशेष चासो लिएको छ। संस्थाको पहलमा सामुदायिक रेडियो रणनीतिक योजना तर्जुमा निर्देशिका प्रकाशन भएको छ (सुब्बा र मैनाली २०६१)। केन्द्रका रघु मैनालीका अनुसार यो निर्देशिकाले कसरी रणनीतिक योजना बनाउने भनेर सिकाउँछ। अधिकांश सामुदायिक रेडियो सञ्चालक तथा व्यवस्थापकसँग यो निर्देशिका छ। रेडियो कर्णालीबाट सुरु भएको निर्देशिका अभियान अहिले रेडियो कर्णालीमा नै अलपत्र परेको छ।<sup>१६</sup> यस घटनाले पनि यसबाट कसले कसरी फाइदा लिइरहेका होलान् भन्ने अनुमान लगाउन सकिन्छ।

<sup>१५</sup> कसजूसँग २०६५ साउन १६ मा गरिएको कुराकानीमा आधारित।

<sup>१६</sup> रेडियो कर्णालीका समेत अध्यक्ष रहेका मिनबहादुर शाहीका अनुसार रणनीतिक योजना तर्जुमा निर्देशिका कार्यान्वयनमा कठिनाई देखिएको छ। यसैबाट पाठ सिकेर अकोरावले अहिले यसका सदस्य स्टेसनहरूले रणनीतिक योजना तर्जुमा गर्न चाहेमा सहयोग गरिरहेको छ।

## रेडियोकर्मीको असुरक्षित भविष्य

नेपालका रेडियोहरूमा एकातिर दक्ष रेडियोकर्मीहरूको कमी छ भने सिपालु र सम्भावना भएकाहरू पनि सधैं एउटै स्टेसनमा बस्दैनन्। अर्कोतिर अनुभवी र व्यावसायिक तालिम दिने संस्थामा सिकेर आएका मानिसलाई स्थानीय रेडियोले सधैंका लागि उपयोग गर्न सकेको छैन। रेडियोकर्मी तथा अन्य कर्मचारीका न्यूनतम अपेक्षाहरू पूरा गर्न नसक्दा व्यवस्थापन पक्षले चुनौती भोग्नु परेको छ।

कर्मचारीको भावना नबुझ्ने, स्टेसनका लागि भएको खर्चको शोधभर्नासमेत नदिने, त्यस्ता विषयमा चासो नराख्ने, कर्मचारीसम्बन्धी कुनै पनि नीतिगत व्यवस्था नगर्ने, स्वयंसेवाका नाममा श्रमशोषण गर्ने, मन लागेको बेला नियुक्ति गर्ने तर नियुक्ति पत्र नदिने र चित्त नबुझ्दा अवकास दिने, लामो समयसम्म स्पष्ट जिम्मेवारी नदिई अल्फाई राख्ने प्रवृत्ति अधिकांश स्टेसन सञ्चालक तथा व्यवस्थापकहरूमा अहिले पनि कायम छ। यस्तै कारणले विगतमा धेरै स्टेसनहरूमा द्वन्द्व सिर्जना भएको छ। कतिपय रेडियो सञ्चालकहरूले व्यवस्थापनको बारेमा चासो नदेखाएकाले यस्तो अवस्था सिर्जना भएको हो, सञ्चारकर्मीको न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समितिका अध्यक्षसमेत रहेका पत्रकार सुरेश आचार्य भन्छन्, “रेडियोलाई अन्य व्यवसाय गर्ने सहयोगी माध्यम बनाइयो तर यसैलाई व्यवसायको रूपमा स्थापित गर्ने किसिमको व्यवस्थापकीय सोच सञ्चालकहरूमा नदेखिएर पनि यस्तो भएको हो।”<sup>९</sup>

केही रेडियो स्टेसनहरूले अहिले मानव संशाधन नियमावली लागू गर्न थालेका छन्। मानव संशाधन नियमावलीले त्यहाँ कार्यरत कर्मचारीको लागि नियुक्ति पत्र, तलबमान, विदा तथा अन्य सुविधा, कार्यसम्पादन मूल्याङ्कनका आधारमा नसिहत तथा पुरस्कार, अवकास पाउने वा निष्काशित हुने अवस्थाको सिर्जना र यस्ता कुराहरूको कार्यान्वयनको प्रभावकारी ढाँचालाई प्रस्ट पार्छ। यसलाई स्टेसनले आफैँले बनाएर लागू गर्न सक्छ। काठमाडौँमा सञ्चालित नेपाल एफएमले दुई वर्ष अघिदेखि मानव संशाधन नियमावली लागू गरेको छ। उक्त नियमावलीले दरबन्दी, नियुक्ति, सरुवा तथा बढुवा, तलब भत्ता सुविधा, कार्य समय तथा विदालगायत अन्य कुराहरूलाई प्रस्ट उल्लेख गरेको छ।<sup>१०</sup> नेपाल एफएमले लागू गरेको जस्तै नियमावली ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ

<sup>९</sup> आचार्यसँग २०६५ साउन २३ मा गरिएको कुराकानीमा आधारित।

<sup>१०</sup> नेपाल एफएमका प्रबन्ध निर्देशक विष्णुहरि ढकालसँग २०६५ साउन २१ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित।

नेपाल (वान) का सदस्य स्टेसनहरूलाई पनि दुई वर्षदेखि नमुनाका लागि उपलब्ध गराइँदै आएको छ । तर यसलाई व्यावहारिक रूपमा कार्यान्वयन गरेका छन् वा छैनन् भन्ने कुरा थाहा पाउनका लागि प्रभावकारी अनुगमन हुन नसकेको कुरा वानका महासचिव विष्णुहरि ढकाल बताउँछन् । त्यस्तै उज्यालो नेटवर्कले पनि २०६५ साउनदेखि लागू हुने गरी कर्मचारी नियमावली जारी गरेको छ । यसले कर्मचारीलाई विभिन्न सेवा सुविधाअन्तर्गत उपदानको समेत व्यवस्था गरेको छ ।<sup>११</sup> सामुदायिक रेडियो सोलु एफएमले पनि चाँडै नै नियमावली लागू गर्दैछ ।<sup>१२</sup>

### सरकारी नीतिगत अस्पष्टता

पश्चिमी युरोपमा सन् १९२० ताका रेडियो सुरु भएको हो । त्यस बेलादेखि नै त्यहाँ प्रसारण व्यवस्थापनका लागि संयन्त्रहरू थिए । रेडियोको सञ्चालन वैधानिक तरिकाले हुन्थ्यो । रेडियो प्रसारण नीति तथा कार्यक्रमहरू सरकारी, दलगत तथा अन्य प्रभावबाट मुक्त र स्वतन्त्र होऊन् भन्ने निर्धारण गर्न र नियमित अनुगमनका लागि नियन्त्रणकारी निकायहरूलाई चनाखो राखिएको थियो । यसो गर्नुको कारण के थियो भने विद्युतीय सञ्चारमाध्यम खास गरी रेडियो संस्कृतिको जगेर्ना गर्दै सूचना र शिक्षाको माध्यमबाट समाज सुधार गर्ने प्रभावकारी अस्त्र हो भन्ने कुरामा त्यहाँका विचारहरू एकमत थिए (फ्रेजर र एस्ट्राडा सन् २००१) ।

रेडियोलाई पैसाको भरमा सञ्चालन गर्ने कि विचारको भरमा ? अर्थात् रेडियो नाफा कमाउने व्यवसाय हो कि समाज सेवा गर्ने माध्यम हो भन्ने सवालमा रेडियो सञ्चालकहरू तथा रेडियो सञ्चालनको अनुमति दिने आधिकारिक निकाय नै नीतिगत रूपमा प्रस्ट छैनन् । रेडियोलाई व्यवसाय मान्ने र बजारमा स्वस्थ प्रतिस्पर्धा गरेर रेडियो बाँच्नुपर्छ भन्ने मान्यतालाई आत्मसात गर्ने हो भने रेडियो सञ्चालन हुने क्षेत्रमा हुने आर्थिक कारोबार र त्यसले धान्न सक्ने गरी लाइसेन्स अनुमति दिनुपर्छ (प्राइस मिति नखुलेको) । एकैक्षेत्रमा धेरैओटा रेडियो सञ्चालनको अनुमतिले सञ्चारमा बहुलता हुन्छ तर त्यसले रेडियो सञ्चालक तथा लगानीकर्ताहरूलाई आफ्नो अस्तित्व रक्षाका लागि सङ्घर्ष गर्न बाध्य बनाउँछ । जसको परिणाम श्रोताले गुणस्तरहीन कार्यक्रम सुन्न बाध्य हुनुपर्छ । अहिलेसम्मको

<sup>११</sup> सुनील न्यौपाने तथा मिलन तिमल्सिनासँग गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

<sup>१२</sup> सामुदायिक रेडियो सोलु एफएम सञ्चालन तथा व्यवस्थापन परिषद्का अध्यक्ष डिमा पाख्रिन र एफएमका फिल्ड संयोजक पि.टी. लोप्चनसँग २०६५ साउन १५ गते भएको कुराकानीमा आधारित ।

नीतिगत व्यवस्थाले यो कुरालाई नजरअन्दाज गर्दा अहिले काठमाडौँमा मात्र हैन कतिपय सहरहरूमा रेडियोहरू बाँचनका लागि सङ्घर्ष गरिरहेका छन्, गुणस्तरीय कार्यक्रम त टाढाको कुरा भयो । लोकतन्त्रमा हरेक कुराको विकल्प हुनुपर्छ । लोकतन्त्रमा मात्र प्रतिस्पर्धात्मक र बजारमुखी अर्थतन्त्र फस्टाउन सक्छ । तर विकल्प र प्रतिस्पर्धाको मार्ग त्यतिमात्र फराकिलो हुनु राम्रो हुन्छ, जहाँ श्रोताले उच्च गुणस्तरयुक्त कार्यक्रमहरू सुन्न पाउँछन्, बजार अर्थतन्त्रले रेडियोको आर्थिक स्थायित्वलाई टेवा पुऱ्याउन सक्छ ।

प्रसारण इजाजत पत्र (लाइसेन्स) जारी गर्ने निकायले रेडियो सञ्चालनका लागि न्यूनतम योग्यता यति हुने भन्ने विषयमा नीतिगत स्पष्टता ल्याउनुपर्छ । वैज्ञानिक विधिबाट सङ्ख्यात्मक क्षमताको निर्धारण गर्नुपर्छ । अनुमति प्राप्त सङ्घसंस्थाको आचारणलाई उत्तरदायी बनाउन आचारसंहिता तथा निर्देशिका बनाउने, त्यसलाई लागू गराउने र लागू नगर्नेलाई कारवाही गर्ने काम प्रभावकारी हुनुपर्छ । प्रसारण आचार संहिताको उलङ्घन गर्नेलाई नसिहत, दण्ड तथा सजाय गर्न सक्नुपर्छ (प्राइस मिति नखुलेको) । नेपालको हकमा यो कार्य फितलो छ । सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ (अकोराब) का अध्यक्ष मिनबहादुर शाही पनि प्रभावकारी नियमन निकायको खाँचो औँल्याउछन् । प्रसारण संस्थाहरूको नियमनका लागि प्रभावकारी निकायको खाँचो भएको कुरा न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समितिका अध्यक्ष तथा पत्रकार सुरेश आचार्य पनि स्वीकार्छन् । उनका अनुसार रेडियोको व्यवस्थापनमा देखिएका अन्याय, अस्पष्टता तथा चुनौतीहरूलाई कम गर्नका लागि राज्यले नीतिगत तहमा नै सुधार गर्नुपर्छ । सरकारसँग लाइसेन्स दिने नीति छ तर रेडियो सञ्चालन भएपछि नियमित प्रभावकारी अनुगमन संयन्त्र छैन ।<sup>१३</sup>

## शक्तिको खेलका लागि औजार बनाउने प्रवृत्ति

शक्तिको खेललाई कामको तालमेलसँग पनि जोडेर हेर्न सकिन्छ । एकातिर रेडियो भित्रैका व्यक्ति वा सञ्चालकहरू यसलाई शक्तिको अभ्यास गर्ने औजार बनाउन लागि परेका हुन्छन् भने अर्कातिर राजनीतिक विचारधारा बोकेका पार्टी वा व्यक्ति पनि रेडियोलाई एउटा शक्तिको रूपमा लिएर यसको दुरुपयोग गर्न अधि सरेका पाइन्छन् । पत्रकार विनयकुमार कसजू यसलाई रेडियोको शक्तिको प्रभाव भन्छन् । किनभने रेडियो भनेको शक्ति हो र त्यो शक्तिलाई हातमा लिँदा

<sup>१३</sup> सुरेश आचार्यसँग २०६५ साउन २३ गते भएको कुराकानीमा आधारित । नीतिगत अन्यायबारे विस्तृत जानकारीका लागि यो पुस्तकको अध्याय २ हेर्नुहोस् ।

मान-सम्मान, इज्जत-प्रतिष्ठा बढ्छ, भन्ने मानसिकता हावी भएपछि रेडियोमा शक्तिको खेल सुरु हुन्छ ।<sup>१४</sup>

रेडियो सञ्चालन गर्न अनुमति पाएकै संस्थाका मानिससँग रेडियो सैद्धान्तिक र व्यवस्थापन सीपको कमी हुने भएकोले स्टेसन व्यवस्थापनमा व्यावसायिक सीप नदेखिने र सधैं केही न केही किचलो भइरहने, बाहिरबाट व्यवस्थापक मगाएमा भनेजति पैसा दिन नसक्ने, आफ्नो संस्था वा स्वार्थभन्दा बाहिरको मानिसलाई व्यवस्थापन जिम्मेवारी दिएको खण्डमा उसलाई सधैं विभिन्न शङ्काको घेरामा राख्ने र काम गर्न नदिने प्रवृत्तिमा सुधार आउन सकेको छैन । कागजी नीति जतिसुकै प्रस्ट भए पनि सञ्चालकहरूको गुटबन्दी, आन्तरिक भैभगडा र स्टेसन व्यवस्थापक तथा अन्य महत्त्वपूर्ण जिम्मेवारी लिने कर्मचारीको फेरबदल शक्ति हत्याउनका लागि हो ।<sup>१५</sup>

रेडियोको व्यवस्थापन वा स्वामित्वमा को हुने भन्ने विषयमा अहिलेसम्म सरकारी नीति नै छैन । यसले सबै नागरिकलाई रेडियो सञ्चालनको अनुमति खुल्ला गरेको छ । त्यसैले पनि रेडियोमा अन्य नागरिकहरू सरह नै राजनीतिज्ञहरूको सहभागिता भएको हो । सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ (अकोराव) का अध्यक्ष मिनबहादुर शाही यसलाई स्वाभाविक प्रक्रिया ठान्छन् । “कानूनले दिएको अधिकार प्रयोग गरी यो देशको जुनसुकै नागरिकले रेडियो सञ्चालन गर्न पाउँछ । कानूनले को राजनीतिज्ञ को के भन्ने त चिन्दैन त्यसैले राजनीतिज्ञहरूको रेडियोको संलग्नतालाई गलत भन्नु किन ?” शाहीको प्रतिप्रश्न छ ।<sup>१६</sup>

रेडियो समाज परिवर्तनको माध्यम हो । यो माध्यमलाई हातमा लिन पाए एकातिर त्यसको जस पाइने अनि अर्कोतिर रेडियोलाई आफ्नो शक्तिको रूपमा लिन सकिने सोचले पनि राजनीतिज्ञहरूलाई रेडियोले तानिरहेको छ । समाज परिवर्तनका प्रभावकारी माध्यमलाई राजनीतिज्ञहरूले शक्तिका रूपमा लिएकोले पनि रेडियो सञ्चालनमा राजनीतिज्ञहरूको हाली मुहाली बढ्न थालेको भनाइ रघु मैनालीको छ (पराजुली २०६४) । रेडियोमा राजनीतिज्ञहरूको हाली मुहाली बढे पनि त्यसले त्यति प्रभाव नपारेको भनाइ विष्णुहरि ढकालको छ । २०६४ मा सम्पन्न संविधानसभामा रेडियोको भूमिकालाई उदाहरण बनाउँदै ढकाल भन्छन्,

<sup>१४</sup> विनयकुमार कसजूसँग २०६५ साउन १६ गते भएको कुराकानीमा आधारित ।

<sup>१५</sup> विष्णुहरि ढकालसँग २०६५ साउन २१ र विनयकुमार कसजूसँग २०६५ साउन १६ मा भएको कुराकानीमा आधारित ।

<sup>१६</sup> शाहीसँग २०६५ साउन १५ गते भएको कुराकानीमा आधारित ।



“रेडियोबाट कति प्रतिशत विषयवस्तु राजनीतिक पार्टी वा सञ्चालक नेताको पक्षमा गयो ? यसलाई विश्लेषण गर्ने हो भने संविधानसभाको चुनावलाई हेर्नुपर्छ । चुनावमा राजनीतिक पार्टीका नेता संलग्न भएका रेडियोहरूले अरूले जसरी नै निर्वाचन आचारसंहिता पालना गरे । त्यसैले रेडियोमा राजनीतिज्ञको सहभागितालाई विरोधका लागि विरोधमा मात्र सीमित नराखी गहिरिएर विश्लेषण गर्नुपर्छ ।”<sup>१७</sup>

ढकालले व्यक्त गरेभैं संविधानसभा जस्तै राजनीतिज्ञको प्रभाव भविष्यमा पनि रेडियोमा पर्न नदिनु रेडियो व्यवस्थापकको एउटा चुनौती हो । यहाँ समस्या त के छ भने व्यवस्थापनमा राजनीतिज्ञ तथा रेडियो सञ्चालनमा राजनीतिक पार्टी नै अगाडि सरेपछि रेडियोहरू पनि आस्थाको आधारमा ध्रुवीकरण हुने खतराहरू बढ्दै गएका छन् । पछिल्लो समयमा खुलेका केही रेडियो स्टेसनसँग अमुक राजनीतिक पार्टीको नाम जोडिन थालेपछि र त्यहाँबाट प्रसारित विषयवस्तुको भाषा शैलीले पनि यस्तो तर्क गर्नेहरूलाई बल पुगेको छ ।

## समावेशी बनाउने चुनौती

रेडियोमा समावेशीकरणलाई फरक आधारले हेर्नुपर्छ । रेडियो सञ्चालक समूह वा व्यवस्थापनमा समावेशीकरण जसलाई नीति निर्माण तहको समावेशीकरण पनि भन्न सकिन्छ, त्यहाँ कार्यरत कर्मचारीहरूमा समावेशीकरण र रेडियोले प्रस्तुत गर्ने सामग्रीमा समावेशीकरण । तीनै आधारमा हेर्दा पहिलो छोडेर पछिल्ला दुईमा समावेशीकरणको सवाल सुधारोन्मुख छ । समाजमा पछि पारिएको दलित वर्गको कुरा गर्दा अहिले धेरै रेडियोले दलित सवालमा जनचेतनामूलक रेडियो कार्यक्रम निर्माण तथा प्रसारण गरिरहेका छन् । दलित सवालमा कार्यक्रम गर्दा त्यही समुदायका व्यक्तिलाई जिम्मा दिन थालिएको छ (विश्वकर्मा २०६४)।<sup>१८</sup> रेडियो कार्यक्रम निर्माण तथा प्रस्तुतिमा महिला सहभागिता बढिरहेको छ । तर नीति निर्माण तहमा पहिला समावेशी नै छैन भए पनि अर्थपूर्ण सहभागिता हुन सकेको छैन ।<sup>१९</sup>

<sup>१७</sup> विष्णुहरि ढकालसँग २०६५ साउन २१ गते भएको कुराकानी ।

<sup>१८</sup> जेबी विश्वकर्माकै रेडियोमा दलित कार्यक्रमसम्बन्धी पछिल्लो अध्ययन यसै पुस्तकको अध्याय ९ मा प्रकाशित छ ।

<sup>१९</sup> आरती चटौतले सन् २००४ र २००५ मा लैङ्गिक दृष्टिकोणले गरेको अध्ययनअनुसार विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा तुलनात्मक रूपमा महिलाको उपस्थिति बढे पनि निर्णायक तहमा पुरुषकै बाहुल्य छ (पराजुली २०६४ : १४०) । मिडियामा समावेशीकरणका विभिन्न आयामहरू थाहा पाउनका लागि हेर्नुहोस् *समावेशी मिडिया* (वन्त र अरू २०६४) । उक्त पुस्तकमा समावेश जेबी विश्वकर्मा (२०६४) र धीरेन्द्र प्रेमर्षि (२०६४) ले रेडियो कार्यक्रम र कर्मचारीको समावेशी स्थितिको थोरबहुत चर्चा गरेका छन् ।

सामुदायिकमा होस् वा व्यापारिक रेडियोमा, व्यवस्थापन अहिलेसम्म जान्नेसुन्ने, टाठाबाठाहरूकै नियन्त्रणमा छ। रेडियो सञ्चालन समावेशी बनाउन सघाउने नीति नियम नै छैन। लिङ्ग जात तथा आदिवासी समुदायको उपस्थिति शून्य प्रायः छ (प्रिङ्गल र सुब्बा सन् २००७)। हिजोसम्म रेडियो शासकसँग थियो भने अहिले पनि यो जान्नेसुन्ने, टाठाबाठाहरूको नियन्त्रणबाट उम्कन सकेको छैन। समावेशीपनको बारेमा रेडियो सञ्चालक वा व्यवस्थापकहरूको बुझाइ प्रस्ट छैन। नीति निर्माण, कर्मचारी तथा रेडियो विषयवस्तुमा समावेशीकरण सामाजिक उत्तरदायित्व हो भन्ने कुरा रेडियो सञ्चालकहरूले महसुस गर्न सकेका छैनन्। कतिपय व्यापारिक रेडियो सञ्चालकहरू समावेशीकरण सामुदायिक रेडियो सञ्चालकहरूको मुद्दा हो हाम्रो हैन भनेर उम्किन्छन्। यसो भन्नेहरूले समावेशीकरण दाताहरूको मुद्दा हो त्यसैले दाताको पैसा लिएर चलेका रेडियोले नै यस बारेमा सोच्नुपर्छ भन्छन्। कतिलाई रेडियोलाई कसरी समावेशी बनाउन सकिन्छ भन्ने समेत जान्छैन। केही रेडियो सञ्चालकहरू भने रेडियोमा समावेशी हुन सक्दैन भन्छन्। यसो भन्नेहरूका अनुसार व्यावसायिक दृष्टिकोणबाट हेर्दा जसले पैसा लगानी गर्न सक्छ उसले मात्र रेडियो चलाउन सक्छ। सामाजिक आर्थिक दृष्टिकोणबाट हेर्दा यसको आवश्यकता भए पनि यो विशेष सीप चाहिने काम भएकोले समावेशी बनाईदा व्यावसायिकता भल्किदैन। न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समितिका अध्यक्ष सुरेश आचार्य पनि यस्तै तर्क राख्छन्। भन्छन्, “मिडिया सञ्चालन त्यसमा पनि रेडियो सञ्चालन व्यवस्थापनका लागि विशेष सीप चाहिन्छ। त्यसैले समावेशी हुँदा त्यसले राम्रो काम गर्छ भन्न सकिदैन।”<sup>२०</sup> यस्तो तर्क गर्नेहरूले समावेशीकरणलाई कार्यक्रम सञ्चालनसँग मात्र जोडेर हेरेका छन् भन्ने अनुमान लगाउन सकिन्छ।

बहुधार्मिक, बहुसांस्कृतिक, बहुजातीय मुलुकमा विभिन्न समुदायहरू बीचको सामाजिक र राजनीतिक सम्बन्धको सवाल मिडियासँग गाँसिएर आउँछ (वन्त २०६४)। सशक्त, छिटो र छरितो माध्यम भएकोले बहुधार्मिक, बहुजातीय तथा बहुसांस्कृतिक मुलुकको पहिचान जोगाउन रेडियोको भूमिका महत्त्वपूर्ण छ। त्यसैले रेडियोको नीति निर्माण तहमा, कार्यक्रम उत्पादन, समाचार तथा अन्य शाखामा महिला, आदिवासी जनजाति, मधेसी तथा दलित समुदायको उल्लेख्य सहभागिताले राज्य रूपान्तरणका लागि बहस भैरहेको हालको अवस्थामा उनीहरूका मुद्दाहरूलाई छुटाछुल्ल बनाउन महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्छ। नीति निर्माण तहमा

<sup>२०</sup> सुरेश आचार्यसँग २०६५ साउन २३ मा गरिएको कुराकानीमा आधारित।

समावेशी हुँदा त्यसको असर कार्यक्रममा देखिन्छ । अरूले भन्दा त्यही वर्ग वा लिङ्गका प्रतिनिधिले उनीहरूको आवश्यकता पहिचान गरी प्रभावकारी कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने भएकोले रेडियोकर्मीहरूको समूह पनि समावेशी हुनुपर्छ भन्ने विनयकुमार कसजूको धारणा छ ।

कसरी हुन्छ नीतिगत तहमा समावेशीकरण ? के गच्यो भने व्यापारिक रेडियो समावेशी हुन्छ ? यसको विस्तृत जवाफ खोज्न छुट्टै अध्ययन आवश्यक छ । यद्यपि सरल र छोटो भाषामा भन्नुपर्दा सामुदायिक रेडियोको हकमा त्यसको सञ्चालक समिति वा सञ्चालन तथा व्यवस्थापन परिषद्लाई रेडियो प्रसारण क्षेत्रमा बसोबास गर्ने जात, धर्म, लिङ्ग तथा भाषाका आधारमा समावेशी बनाउन सकिन्छ । व्यावसायिक रेडियोको हकमा कार्यक्रम सञ्चालन तथा समाचार शाखालाई समावेशी बनाउन सकिन्छ । कार्यक्रमहरूलाई समावेशी बनाउन सकिन्छ । रेडियोमा समावेशीपन फल्काउने अन्य वैकल्पिक उपायहरूको पनि खोजी गर्नुपर्छ । नेपाल एफएमका प्रबन्ध निर्देशक विष्णुहरि ढकालका अनुसार नेपाल एफएमको सञ्चालक समिति त साँच्चिकै समावेशी छैन । कार्यक्रम, समाचार तथा अन्य शाखाहरू पूर्ण समावेशी छैनन् । तर कार्यक्रम निर्माण, विषयवस्तु पहिचान, छनोट तथा निर्धारण गर्ने बेलामा एफएमले विषयसँग सम्बन्धित सबै पक्षलाई भेला गरेर छलफल गर्छ । छलफलमा उठेका विषयवस्तुलाई पछि रेडियो कार्यक्रमबाट प्रस्तुत गर्दा विषयवस्तु समावेशी पनि हुने र विषयवस्तु छनोटमा अपनत्व तथा स्वामित्व बढ्ने हुनाले नेपाल एफएमले यो विधि अपनाएको ढकालको भनाइ छ ।<sup>२१</sup> त्यस्तै, विकास सञ्चारको क्षेत्रमा काम गरिरहेको इक्वेल एक्सेस नेपालले पनि कार्यक्रम निर्माणका सन्दर्भमा यसका धेरै कार्यक्रमहरूमा यस्तै विधि अपनाउँछ । विषयवस्तु सल्लाहकार समूह (Content Advisory Group - CAG) भनिए पनि त्यसको बैठकमा कार्यक्रममा छलफल गरिने मुद्दाहरूमा प्रत्यक्ष रूपमा काम गरिरहेका, अप्रत्यक्ष रूपमा संलग्न तथा विशेषज्ञहरूले भाग लिन्छन् । छनोट भएका विषयवस्तुलाई अन्तिम रूप दिइन्छ । यसले गर्दा समान मुद्दामा काम गरिरहेका धेरै सङ्घसंस्थाका गतिविधि तथा सवाललाई रेडियोमार्फत बृहत् समूहसम्म पुऱ्याउन सहयोग पुग्छ । मिडियालाई कसरी समावेशी बनाउने भन्ने विषयमा रेडियो सञ्चालकहरूले आन्तरिक र बाह्य रूपमा नियमित बहस सुरु गर्नुपर्छ ।

<sup>२१</sup> विष्णुहरि ढकालसँग २०६५ साउन २१ मा गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

## निष्कर्ष

रेडियो सञ्चालन र व्यवस्थापन सिर्जनशील काम हो । यो परिवर्तनशील छ र अन्यभन्दा भिन्न पनि छ । विभिन्न चुनौतीहरू मोल्दै स्वतन्त्र रेडियो अभियान वा आन्दोलन आजको ठाउँसम्म आइपुगेको छ । त्यसैले यो अवधिमा एकप्रकारले रेडियो व्यवस्थापनमा गर्दै, सिक्दै र सिकेको ज्ञान वा सीप लागू गर्दै अगाडि बढ्दै आइएको छ । राज्यको नीति, राजनीतिक दलहरूको गतिविधि तथा सामाजिक संरचनाले पनि रेडियो सञ्चालन र व्यवस्थापनमा असर पार्छन् । त्यसैले रेडियो व्यवस्थापनमा देखिएको अन्योल र अस्तव्यस्ततालाई सीधै रेडियो सञ्चालक वा व्यवस्थापन समूहको कमजोरी मात्र हो भन्नु अल्प बुझाइ हुनेछ । रेडियो सञ्चालनका लागि अनुमति दिने नीति छ र व्यवस्थापन गर्ने सरकारी नीति छैन । राजनीतिक दलहरूका क्रियाकलापहरू स्वतन्त्र र व्यावसायिक रेडियोका पक्षमा छैनन् । रेडियो नाफा कमाउने व्यवसाय हो कि समाज सेवा गर्ने माध्यम ? रेडियोका उपभोक्तालाई प्रस्ट्याउने काम कतैबाट भएको छैन । न त सञ्चालकहरू नै प्रस्ट छन् । राज्यले यसलाई प्रस्ट पार्ने आवश्यकता नै ठानेको छैन अहिलेसम्म । नत्र त प्रस्ट तथा सहयोगी नीति र कानून बन्थे होलान् । त्यसैले रेडियोको व्यवस्थापकीय कमजोरीलाई विद्यमान बाह्य वातावरणसँग जोडेर पनि हेर्नुपर्छ ।

विगत एक दशकसम्म चलेको सशस्त्र द्वन्द्व एफएम रेडियोको विकासका लागि बाधक ठहरियो । द्वन्द्वलाई दुहाई दिँदै तत्कालीन सरकारले एफएम रेडियोमाथि लगाएको विभिन्न प्रतिबन्ध, उपकरणहरू कब्जा, प्रसारण सङ्घसंस्था बन्द, रेडियो स्टेसनमा सैनिक हस्तक्षेपका दिनहरू रेडियो सञ्चालकहरूका लागि सजिला थिएनन् । वर्षौंदेखि भोग्दै आएका आन्तरिक चुनौतीहरूलाई व्यवस्थापन गर्ने सवालमा रेडियो सञ्चालकहरूले सोचन थाल्नुपर्ने बेलामा थपिएका बाह्य चुनौतीले स्वतन्त्र रेडियो सञ्चालक र यसका हिमायतीलाई ठूलै धक्का दियो । द्वन्द्वकालीन अवस्थामा राज्य र माओवादीका तर्फबाट सिर्जित विभिन्न हैरानीहरूको विरोधमा सङ्गठित हुनुपर्ने बाध्यताले एफएम सञ्चालक वा व्यवस्थापकहरूलाई निकै हैरानी थप्यो । यसले गर्दा जसरी हुन्छ रेडियो बचाउने कुरामा नै सञ्चालकहरू क्रियाशील रहे । जे होस् जनआन्दोलन-२ पछि रेडियोले त्यस्तो भौतिक आक्रमणको सामना गर्नु परेको छैन ।

रेडियो व्यवस्थापनमा दक्षता बढाउन अरूले गरेका राम्रा र नराम्रा दुवैखाले उदाहरणबाट सिक्नुपर्ने बेला आएको छ । रेडियो सञ्चालकहरूकै बीचमा द्वन्द्व तथा फुट पनि रेडियो व्यवस्थापनको चुनौती हो । मानव संशाधन व्यवस्थापनमा

सुधार गर्दा दक्ष रेडियोकर्मीको स्थायित्व स्टेसनमा नै सुनिश्चित गर्न सकिने ठाउँ छ । यसतर्फ व्यवस्थापनले ध्यान दिनुपर्छ ।

देशमा हाल भएको परिवर्तनसँगै स्वतन्त्र रेडियोको सङ्ख्या थपिँदैछ । नयाँ सोच, सिर्जनशील क्षमता, विषयवस्तुमा गम्भीर अध्ययन, प्रविधि आदि क्षेत्रमा क्षमतावान् जनशक्ति रेडियो सञ्चालनमा सक्रिय हुने सम्भावना बढेको छ । अर्कोतिर रेडियोका शक्तिलाई हत्याउन र आफ्नो अनुकूल प्रयोग गर्न राजनीतिक पार्टी, राजनीतिज्ञ, व्यापारी, पत्रकारहरू रेडियो सञ्चालनमा अग्रसर छन् । आफ्नो निहीत स्वार्थ परिपूर्तिका लागि रेडियो चलाउन अघि सरेकाहरू प्रशस्तै छन् । यसले हिजो पनि शक्ति केन्द्रकै हातमा रहेको रेडियो आउने दिनमा पनि तिनकै हातमा रहन्छ, र समाजमा उपेक्षित वर्ग फेरि पनि उपेक्षामै पर्छ, भन्नेहरूलाई बल पुगेको छ ।

रेडियो सञ्चालनमा राजनीतिक ध्वीकरणको चर्चा पनि सुनिन थालेको छ । आज राजनीतिक पार्टीले रेडियो चलाउन सुरु गरे, भोलि धार्मिक तथा जातीय सङ्घसंस्थाहरू पनि रेडियो सञ्चालनमा अघि सरे भने व्यावसायिक सिद्धान्तबाट निर्देशित रेडियोहरू कहाँ पुगलान् ? समाजमा यसको असर कस्तो होला ? रेडियोको आन्दोलनले साम्प्रदायिक मोड लिएमा त्यसबाट पर्न सक्ने प्रभाव कस्तो होला ? राज्य रूपान्तरणको गम्भीर मोडमा पुगेको बेला समाजका हरेक वर्ग, क्षेत्र र लिङ्गका आवाजलाई रेडियोले गम्भीरतापूर्वक समेट्न सकेन भने सामाजिक रूपान्तरणमा रेडियोको योगदान कसरी मापन गर्ने ? समयसँगै थपिएका यस्ता नयाँ चुनौतीहरूको विश्लेषण गरी अगाडि बढ्न ढिलो भैसकेको छ । यसको नेतृत्व सरकारले हैन स्वतन्त्र रेडियोका अभियन्ताहरू, छात्रा सङ्गठन तथा नागरिक समाजले गर्नुपर्छ ।

हाल एफएम रेडियोहरूले भोगिरहेको चुनौतीबाट नयाँले पाठ सिक्नुपर्छ । नत्र अहिले अरूको देखेर वा अवसर ठानेर यसमा होमिने नयाँ पुस्ताहरूले त्यही कुरा भोग्नुपर्छ, जुन कुराले अहिलेका व्यवस्थापकको टाउको दुखाइरहेको छ । रेडियो व्यवस्थापनका चुनौतीहरूलाई व्यवस्थापन गर्दै अगाडि बढ्नका लागि रेडियो सञ्चालकहरूका बीचमा साझा अवधारणाको विकास हुनु जरुरी छ । यसका लागि सबै रेडियो सञ्चालक वा व्यवस्थापकहरूको साझा अभियान आवश्यक छ । यस्तो अभियानले स्वतन्त्र रेडियो सञ्चालनका लागि स्पष्ट मार्गनिर्देशन तयार गर्नसक्छ । रेडियोको हितमा ऐन कानून बनाएर समग्र रेडियो आन्दोलनलाई नेतृत्व दिनसक्छ । रेडियो सञ्चालन गर्न खोज्नेलाई आधारभूत सीप सिकाउन, रेडियोकर्मीको दक्षता बढाउने उपाय खोज्न, व्यवस्थापनका आन्तरिक चुनौतीलाई सुधारेर स्पष्ट दिशा पहिल्याउन सक्छ ।

## सन्दर्भ सामग्री

- अधिकारी, पुष्प । २०५९ । *नेपालका सामुदायिक रेडियो*। काठमाडौं : नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र ।
- गुरागाई, विनय । २०६३ । एफएम रेडियो व्यवस्थापन : अवसर र चुनौती । *मिडिया अध्ययन १* : ७३-९९ ।
- पराजुली, शेखर । २०६४ । *मिडिया संवाद : नेपाली पत्रकारितावारे अन्तर्वार्ता* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- प्रेमर्षि, धीरेन्द्र । २०६४ । रेडियोमा मधेस र मधेसी । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. २०५-२३१ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- फ्रेजर, कलिन र सोनिया रेस्ट्रेपो एस्ट्राडा । सन् २००१ । *सामुदायिक रेडियो हाते किताव (निर्देशिका)* । पेरिस : युनेस्को ।
- वन्त, प्रत्यूष, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं. । २०६४ । *समावेशी मिडिया* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- विश्वकर्मा, जेवी । २०६४ । रेडियोमा दलित सहभागिता र कार्यक्रम । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. १६७-१६८ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- सुब्बा, विक्रम र रघु मैनाली । २०६१ । *सामुदायिक रेडियो रणनीतिक योजना तर्जुमा निर्देशिका* । काठमाडौं : नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र ।

AC Nielsen. 2008. People's Media : Preferences and KAP Survey in Nepal. Unpublished report, BBC World Service Trust.

Community Broadcasting Association of Australia (CBAA). 2006. Strategic Plan. *The CBAA Handbook*. Available at <http://www.cbaa.org.au/>. Accessed on 10 August 2008.

Equal Access Nepal. 2007. Broadcast Audience Survey 2006-2007. Unpublished report, Equal Access Nepal.

Keith, Michael C. and Joseph M. Krause. 1993. *The Radio Station* (Third Edition). London : Focal Press.

Price, Gareth. nd. *Broadcast Management - Handbook for Asian Broadcaster*. Available at <http://www.aibd.org.my/publications/abstracts.cg/46.html>. Accessed on 10 August 2008.

Pringle, Ian and Bikram Subba. 2007. Ten years on : The State of Community Radio in Nepal. Unpublished report, UNESCO.

