

साप्ताहिक पत्रिकाको राजनीतिक, आर्थिक र व्यावसायिक पक्ष

बबिता बस्नेत

पृष्ठभूमि

नेपाली पत्रकारिताको इतिहास साप्ताहिक पत्रिकाबाटै सुरु भएको हो । १९५८ वैशाख २४ गते प्रकाशित साप्ताहिक *गोर्खापत्र*लाई नै नेपाली पत्रकारिताको प्रथम पाइला मानिन्छ । यस अर्थमा नेपाली पत्रकारिताको प्रारम्भ नै साप्ताहिकबाट भएको हो । राणाकालमा सरकारको मुखपत्रका रूपमा प्रकाशित *गोर्खापत्र*को मिसन थियो— सरकारले गरेका कामहरू राम्रा छन् भनी जनतासम्म पुऱ्याउनु । नेपालमा प्रेस भित्र्याउँदा तत्कालीन प्रधानमन्त्री देव शमशेरको प्रमुख उद्देश्य केही नयाँ काम गरेर देखाउनु थियो भन्न सकिन्छ । २००७ फागुन ४ गते प्रकाशित *जागरण* साप्ताहिक निजी क्षेत्रबाट प्रकाशित पहिलो साप्ताहिक पत्रिका हो । *जागरण* नेपालमै छापिएको विचारप्रधान पहिलो पत्रिका पनि हो । यसपछि धेरै साप्ताहिक पत्रिका निस्के, जसमा २०१७ वैशाख ३० देखि प्रकाशित *समीक्षा*, २०१८ साउन १८ देखि प्रकाशित *नयाँ सन्देश*, २०१९ असार १३ देखि प्रकाशित *नयाँ समाज* आदि केही उदाहरण हुन् ।

२०६७ सालसम्म आइपुग्दा साप्ताहिक पत्रिकाको सङ्ख्या २ हजार १३३ पुगिसकेको छ । यद्यपि दर्ता भएका यी सबै पत्रिकाहरू नियमित प्रकाशनमा भने

छैनन् । २०६६/६७ मा ६६३ ओटा साप्ताहिक पत्रिका मात्र नियमित प्रकाशन भइरहेका छन् (सूचना विभाग २०६७) ।

यो लेख आफूले २० वर्षदेखि साप्ताहिक पत्रिकामा काम गरेको अनुभव, साप्ताहिक पत्रिकामा काम गर्ने एवं पत्रिका सञ्चालन गर्ने व्यक्तिहरूसँगको सङ्गत तथा कुराकानीका आधारमा तयार पारिएको हो । साप्ताहिक पत्रिकाका विविध पक्षहरूमध्ये मूलतः राजनीतिक, आर्थिक र व्यावसायिक पक्षलाई यहाँ समावेश गरिएको छ ।

मिसनमा साप्ताहिक पत्रिका

२०१७ देखि २०४६ सालसम्मको समयमा साप्ताहिक पत्रिकाले नेपालको पत्रकारिता क्षेत्रमा मात्र नभएर राजनीतिक क्षेत्रमा समेत महत्त्वपूर्ण अर्थ राखेको पाइन्छ । साप्ताहिक मञ्च, मातृभूमि, समीक्षा, विमर्श, राष्ट्रपुकार, छलफल, दृष्टि, देशान्तर, प्रकाश लगायतका पत्रिकाहरू त्यतिबेला प्रजातन्त्र प्राप्तिलाई मिसन बनाएर अघि बढेका थिए । प्रजातन्त्र र स्वतन्त्रताको पक्षमा वकालत गरेकै कारण तत्कालीन सरकारले पत्रिका जफत गर्ने, पत्रकार तथा प्रेसमा काम गर्ने मजदुरहरूलाई पक्राउ गर्ने, जेल हाल्नेसम्म गर्थ्यो । नेपालीपत्रमा काम गर्दाका दिनमा (२०४७ सालतिर) त्यहाँको प्रेसमा काम गर्ने कुलवहादुर चौधरी यस लेखकसँग भन्ने गर्थे, “अहिले त आनन्द छ, पहिला पहिला त पत्रिका छापेको निहँमा हामीसमेत कतिपल्ट प्रहरी थानामा जानुपर्थ्यो ।” कुलवहादुर अहिले पनि सोही छापाखानामा काम गर्दै छन् । पत्रकारहरू पदम ठकुराठी, जनार्दन आचार्य र कमल जोशीहरूले पत्रिका चलाएबापत हिरासतमा बस्नु पर्दाका अनेक कहानीहरू सुनाउँथे । हामी खाना खाने बेलामा प्रायः विहिवार यस्ता कहानी सुन्न पाउँथ्यौं ।^१ अखबारका कार्यालयमा मात्र नभएर घरमा समेत मध्य राति प्रहरीले छापा मार्दा छोराछोरीमाथि त्यसको असर पर्ला कि भनेर आफूलाई सधैं तनाव हुने गरेको पत्रिकाका प्रकाशक कमल जोशीकी श्रीमती रमा जोशी भन्ने गर्थिन् । घरमै पत्रिकाको कार्यालय र प्रेससमेत भएकाले उनी यस प्रकारका घटनाका साक्षी पनि थिइन् ।

त्यसो त त्यति बेलाका सबै साप्ताहिक पत्रिकाको भूमिका उस्तै छैन । साप्ताहिक पत्रिका चलाएर सरकारको समर्थन गरेकै कारण अनेक अवसर पाउने पत्रकारहरू पनि त्यति बेला थिए । पत्रिकाकै कारण आफ्नो छवि अर्कै क्षेत्रमा उच्च बनाउने अवसर पाउने व्यक्तिका रूपमा राजनीतिकर्मी रमेशनाथ पाण्डेलाई

^१ शुक्रवार पत्रिका निस्कने दिन भएकाले विहिवार विहान-बेलुकाकै खाना हामी कार्यालयमै खाँथ्यौं ।

पनि लिन सकिन्छ । पञ्चायत कालमा तत्कालीन सरकारको समर्थनमा निस्कने नयाँ सन्देश साप्ताहिकको चर्चा निकै थियो । यसका सम्पादक रमेशनाथ पाण्डेलाई राजनीतिमा स्थापित गराउन त्यस पत्रिकाको पनि ठूलो हात छ । पञ्चायतकाल र २०४६ सालपछि पनि पटक-पटक मन्त्री भएका पाण्डे पछिल्लो समयमा राजाको प्रत्यक्ष सरकारमा परराष्ट्र मन्त्री थिए । दरबारका एक पूर्वसचिव^२ का अनुसार *अर्पण* साप्ताहिकका सम्पादक मञ्जुरत्न शाक्यलाई पत्रकार सङ्घको कार्यालय राख्न भनी पुलचोकमा डेढ रोपनी जग्गा दरबारले उपलब्ध गराइदिएको थियो । यस्तै, *मातृभूमि* साप्ताहिक, *कमनर*, *जनभावना*, *गोरखा एक्सप्रेस* लगायतका केही पत्रिकाहरूलाई प्रेस किनिदिएको थियो । यता सधैं पञ्चायत र पञ्चायतपछि दरबारको गुणगान गरिरहे पनि कुनै लाभ नपाउने केही साप्ताहिक पत्रिका र सम्पादकहरू पनि नभएका होइनन् । उदाहरणका रूपमा *राष्ट्रवाणी* साप्ताहिकका सम्पादक हरि लम्साल र *सान्त्वना* साप्ताहिककी सम्पादक तथा प्रकाशक राधा शर्मालाई लिन सकिन्छ । लामो समयसम्म दरबारको गुणगान गर्दा पनि प्रेस र पत्रिका दुवै ऋणमा डुबेपछि राधाले पत्रिका नै बन्द गरिन्; हरि लम्सालले भने अहिले पनि *राष्ट्रवाणी* प्रकाशन गरिरहेकै छन् । अहिले राप्रपा नेपालसँग सम्बद्ध राधा भन्छिन्, “२०३७ देखि २०५१ सालसम्म मैले नियमित रूपमा पत्रिका प्रकाशन गरेँ । प्रजातन्त्र आएपछिको कुरै भएन, अगाडि पनि कुनै सहयोग पाइएन, ऋण बढ्दै गएपछि धान्न सकिनँ र पत्रिका नै बन्द गर्नुपयो । राजसंस्थाप्रति आस्था राखेर पत्रकारिता गरियो भनेर चित्त बुझाउँछु, कुनै गुनासो छैन ।”^३

प्रजातन्त्र प्राप्तिको उद्देश्यले सुरु भएको साप्ताहिक पत्रिकाको मिसन २०४७ सालको प्रजातन्त्र हुँदै गणतन्त्रसम्म आइपुग्दा पनि कायमै छ । साप्ताहिक पत्रिकाहरूको मिसन हिजोका दिनमा प्रजातन्त्र प्राप्ति थियो भने अहिले प्रजातन्त्रको संरक्षण-संवर्द्धन हो भन्न सकिन्छ । भोलि पनि मुलुकमा प्रजातन्त्रमाथि कतैबाट प्रहार भएको अवस्थामा सबैभन्दा पहिला साप्ताहिकहरू नै प्रजातन्त्रको पक्षमा उभिने छन् । यसको उदाहरणका रूपमा २०६१ सालको शाही ‘कू’ लाई लिन सकिन्छ । त्यति बेला उक्त घटनाविरुद्ध सबैभन्दा पहिले साप्ताहिक पत्रिकाहरूले नै आवाज उठाएका थिए । त्यस बेलाको परिस्थितिलाई विश्लेषण गर्दै कविर राणा र सूर्य थापाद्वारा लिखित ‘साप्ताहिक-पाक्षिक पत्रिका : समस्या, पहिचान र समाधान’ विषयक कार्यपत्रमा भनिएको छ, “सैनिक तैनाथी र सेन्सरसिपको

^२ नाम उल्लेख नगरिदिनु भनेकाले गोप्य राखिएको ।

^३ राधा शर्मासँग २०६७ माघ ८ गते गरिएको कुराकानी ।

कारणले थुप्रै पत्रिकाहरू बन्द हुन पुगे भने नियमित रूपमा प्रकाशित हुन सकेका दैनिक पत्रिकाहरूमा समेत सत्तालाई अप्ठेरो पर्ने वा आलोचनाका स्वरमा कुनै समाचार र विचारको प्रकाशन सम्भव भएन” (राणा र थापा २०६४) । यो लेखक सम्बद्ध घटना र विचार साप्ताहिकले पनि त्यति बेला निकै चुनौती भोग्नुपरेको थियो । राजाले सम्पूर्ण सत्ता हातमा लिएको दिन २०६३ माघ १९ गते संयोगले मङ्गलबार परेको थियो, भोलिपल्ट पत्रिका निकाल्नुपर्ने थियो । ‘समाचार सम्पादन’का लागि शाही सेनाका मानिसहरू अखबारको कार्यालयमा थिए । हामीले मुख्य समाचार लेख्यौं, ‘एक्काइसौं शताब्दीको प्रजातन्त्र प्रारम्भ’ । सैनिकले त्यो व्यङ्ग्यलाई बुझेनन् र ‘शीर्षक राम्रो लाग्यो धन्यवाद’ भने । भोलिपल्ट उक्त शीर्षकको बारेमा धेरै चर्चा भयो र त्यसै अनुरूपको प्रतिक्रिया पनि पाइयो । अर्को हप्ताको शीर्षक थियो- मुलुक अब स्वर्ग बन्ने । भित्रपट्टि अज्ञातका नाममा एउटा कोटेसन आफैले बनायौं- स्वर्ग भनेको मरेका मानिसहरू बस्ने ठाउँ हो । त्यसको अर्को हप्ता भने उनीहरू जङ्गिए, हाम्रो कार्यालयमा पठाइने सैनिक टुकडी नै परिवर्तन गरियो । हामीले लगातार समाचार लेखेको देखेर उनीहरू छक्क पर्थे ।

साप्ताहिक पत्रिकाहरूले त्यति बेला जुन जोखिम उठाएर काम गरे त्यो सुरु-सुरुमा दैनिक पत्रिकाले गर्न सकेका थिएनन् । सानो लगानी भएका कारण पनि साप्ताहिक पत्रिकाहरूले राष्ट्रिय विषयहरूमा जोखिम उठाएर काम गर्न सक्छन् । ठूलो लगानीका मिडियाले भोलिको परिस्थिति हेरेर, सोच विचार गरेर मात्रै निर्णय लिएको देखिन्छ भने साप्ताहिक पत्रिकाहरूले तुरुन्तै प्रतिक्रिया दिएर जनमत जुटाउने काम गरिरहेका हुन्छन् । प्रजातन्त्रविना स्वतन्त्रता नहुने र स्वतन्त्र वातावरणको अभावमा पत्रकारिता असम्भव हुने भएकाले नै प्रेसले विगतमा प्रजातन्त्रका लागि र अहिले प्रजातन्त्रको संरक्षण-संवर्द्धनका लागि वकालत गरेका हुन् ।

साप्ताहिक नै किन ?

सञ्चारको व्यापक विकास भएका विश्वका विभिन्न मुलुकहरूमा भैं नेपालमा पनि सञ्चार माध्यमहरूको विकास द्रूत गतिमा भइरहेको छ । प्रत्येक दिनका विविध घटना पस्किने रङ्गिन कलेबरका दैनिक पत्रिकाहरू, ताजा घटनालाई घण्टा घण्टामा जनमानसमा पुऱ्याउने एफएम रेडियो र टेलिभिजन च्यानलहरू, कुनै पनि बेला अद्यावधिक हुने अनलाइनहरू हुँदाहुँदै साप्ताहिक पत्रिकाहरू किन निस्करहेका होलान्, यी पत्रिकाहरू कसले पढ्छन् भन्ने पनि कतिपयको जिज्ञासा हुने गर्दछ । साप्ताहिक पत्रिकाका दिन गए भन्नेहरूको सङ्ख्या पनि हिजोआज

प्रशस्तै छ । कलेजमा पत्रकारिता लिएर पढ्नेहरूलाई 'अध्ययन सकेर केमा काम गर्ने' भनेर सोध्यो भने कि दैनिक भन्छन् या रेडियो टेलिभिजन । साप्ताहिक पत्रिकामा काम गर्ने लक्ष्य लिएर पत्रकारिता पढ्नेहरू भेट्न मुस्कलै छ । सुन्दरी प्रतियोगितामा सहभागी हुनेहरूमध्ये कतिपयले भविष्यको लक्ष्यको बारेमा 'पत्रकार हुने' भनेको सुनिन्छ तर तिनको भनाइको आशय मूलतः टेलिभिजनमा केन्द्रित रहन्छ, साप्ताहिकमा काम गर्ने भन्ने कुरा त उनीहरूले सोचेका पनि हुँदैनन् । समाचार र विज्ञापन दिनेहरूको रोजाइ पनि प्रायः दैनिक र विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरू नै हुन्छन्, यस्तो अवस्थामा पनि साप्ताहिकहरू किन निस्करहेका छन् त ? नेपालको पत्रकारिताको सुरुआतमा पहिलो भएर ऐतिहासिक गौरव सँगालेको साप्ताहिक पत्रिकाले वर्तमानमा यस प्रकारका प्रश्नहरूको सामना गर्नुपरिरहेको छ ।

साप्ताहिक पत्रिका किन प्रकाशित भइरहेका छन् भनेर बुझ्नका लागि साप्ताहिक र अन्य सञ्चार माध्यमहरूबीचको भिन्नतालाई बुझ्नुपर्ने हुन्छ । दैनिक पत्रिकाको आयु एक दिनका निमित्त हो, सामान्यतः अधिल्लो दिनको दैनिक पत्रिका खोज्दै मानिसहरू पत्रिका पसल पुग्दैनन् । अझ रेडियो-टेलिभिजनका समाचारहरूको आयु त केही घण्टामा सीमित हुन पुगेका छन् भने अनलाइनका समाचारको आयु केही मिनेट मात्रै बल्ने गरेका छन् । तर साप्ताहिक पत्रिकाको आयु हप्ताभरिका लागि हुन्छ, साताभरि त्यसको महत्त्व र सान्दर्भिकता हुने भएकाले नै साप्ताहिक भनिएको हो । हरेक सञ्चारमाध्यमका आफ्नै लक्षित समूह हुने भएकाले सबै सञ्चारमाध्यमको आफ्नै प्रकारको महत्त्व हुन्छ । साप्ताहिक पत्रिकाका आफ्नै पाठकहरू छन् । साप्ताहिक पत्रिका, म्यागेजिन र दैनिक पत्रिकाबीच ठूलो भिन्नता भए पनि हामीकहाँ भने हुनुपर्ने जति भिन्नताको अभ्यास भएको पाइँदैन । दैनिक पत्रिकाको काम समाचार दिने मात्रै हो, घटनाहरूको विश्लेषण गर्ने होइन तर हामीकहाँ दैनिकले पनि विश्लेषणात्मक प्रस्तुति दिने र साप्ताहिकले पनि समाचार दिने काम भइरहेको छ । खोजमूलक सामग्री, विचार विश्लेषण र टिप्पणी दिने भएकाले साप्ताहिकका पाठकहरू विशेषगरी बौद्धिक राजनीतिकर्मी, राजनीतिमा रुचि राख्ने र विभिन्न क्षेत्रमा रहेका प्रभावशाली मानिसहरू नै बढी हुन्छन् ।

साप्ताहिक पत्रिकाका पाठक सीमित छन् तर प्रभाव भने भिन्नै प्रकारको छ । यिनका लक्षित समूह पनि विभिन्न क्षेत्रका प्रभावशाली मानिसहरू नै हुन् । यस कुराको मापनको आधार त्यस्ता व्यक्तिहरूबाट प्राप्त प्रतिक्रिया र समाचारले

पार्ने प्रभाव नै हो । हाम्रो सन्दर्भमा भने विभिन्न राजनीतिक दलका कार्यकर्ता पनि साप्ताहिक पत्रिकाका पाठक र लक्षित वर्ग हुन् ।

आर्थिक रूपमा धान्न असाध्यै गाह्रो हुँदाहुँदै पनि साप्ताहिकहरू किन निस्किरहेका छन् त ? सम्बन्धित सम्पादक वा प्रकाशकको यस क्षेत्रप्रतिको मोह वा लामो समयदेखि यसैमा लागेकाले अन्यत्र लागनुभन्दा यसैलाई निरन्तरता दिन सजिलो हुने भएकोले नै हो भन्ने बुझिन्छ । विभिन्न जिल्लामा जाँदा या राजधानीमै पनि केही वरिष्ठ पत्रकारहरूले यस पद्धतिकारसँग पटकपटक भनेअनुसार जीवनको लामो समय पत्रिका निकालेर, पत्रकार भएर बिताएकाले अब पत्रिका बन्द गरेर अरूकहाँ काम खोज्दै जान पनि अप्ठ्यारो पर्ने तथा अन्य पेसा-व्यवसाय गर्नलाई पनि सीप वा अनुभव नहुने कारण जे भए पनि यसैलाई निरन्तरता दिने गरेको देखियो ।^४

साप्ताहिकमा राजनीति र राजनीतिमा साप्ताहिक

त्यसो त नेपालका सबै मिडिया दलगत विचारसँग धेरै-थोरै ढल्किएको छन् तर साप्ताहिकहरूमा भने यो ढल्काइ प्रत्यक्ष थाहा हुने गरी नै छ । प्रेस काउन्सिल नेपालकै वर्गीकरणमा 'क' वर्गमा परेका *बुधवार* साप्ताहिक र *जनादेश* साप्ताहिक पार्टीकै मुखपत्र (क्रमशः एमाले र माओवादी) भनेर चिनिएका छन् । *बुधवार* साप्ताहिकको त प्रेस र कार्यालय नै नेकपा (एमाले) को पार्टी कार्यालयमा छ । प्रेस काउन्सिलको वर्गीकरणमा 'क' श्रेणीमा परेका साप्ताहिकका पनि राजनीतिक विचारधाराका आधारमा आफ्ना छुट्टाछुट्टै पाठक छन् । विशेष गरी कम्युनिष्ट पार्टीसँग सम्बद्ध पत्रिकाहरू सम्बन्धित पार्टीका नेता कार्यकर्ताले बढी पढ्ने अनुमान गरिन्छ । कतिपय अवस्थामा पढ्नेपर्ने भनी पार्टीले आफ्ना नेता-कार्यकर्तालाई हवीप जारी गर्नुले यसलाई प्रमाणित गर्दछ । नेकपा (माओवादी) सम्बद्ध क्रान्तिकारी पत्रकार सङ्घका अध्यक्ष महेश्वर दाहालका अनुसार पार्टी सम्बद्ध कुनै पनि प्रकारका आन्दोलनका समयमा *जनादेश* साप्ताहिकमा प्रकाशित हुने पार्टीको 'आधिकारिक लाइन' पढ्नका लागि माओवादीको केन्द्रीय समितिले निर्देशन नै दिने गरेको छ, पत्रकार दाहालको विचारमा मिसनले पूर्णता नपाउन्जेलसम्म पार्टी र पत्रिकाको यस प्रकारको सम्बन्ध अनौठो होइन ।^५

^४ यस्तो भनाइसँग *छलफल* साप्ताहिकका सम्पादक/प्रकाशक गोपाल थपलिया तथा *राष्ट्रवाणी* साप्ताहिकका सम्पादक/प्रकाशक हरि लम्सालको पनि सहमति पाइयो ।

^५ महेश्वर दाहालसँग २०६७ मङ्सिर १९ गते गरिएको कुराकानी ।

कतिपय साप्ताहिकको त शीर्षकमै उल्लिखित गाली गलौज हेरेर नै कुन पार्टीको पत्रिका हो भन्ने थाहा हुन्छ। यस प्रकारको कार्यले साप्ताहिकहरूको विश्वसनीयतालाई कमजोर बनाएको छ। पार्टीका आन्तरिक र अन्य चुनावका बेला नेताहरूलाई उचाल्न र पछार्नमा पनि साप्ताहिकहरू दिलो ज्यान दिएर लागेका देखिन्छन्। चुनाव लगायतका विशेष समयमा त साप्ताहिक अखबारका कार्यालयहरू कहिलेकाहीं पार्टी कार्यालयभैँ लाग्छन्। यति हुँदाहुँदै पनि मुलुकको राजनीतिक परिवर्तन र सुधारमा साप्ताहिकहरूले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरिरहेका छन्। नेपाली साप्ताहिक पत्रिकाबारे अनुसन्धान गरिरहेकी जापानी पत्रकार कियोको अगुराको भनाइ यस्तो छ :

नेपालका साप्ताहिक पत्रिकाहरू सबैजसो नै कुनै न कुनै राजनीतिक दलसँग निकट छन्, तर राजनीतिक दलसँग नजिक भएरै पनि *घटना* र *विचार* (नेपाली काँग्रेससँग नजिक), *जनआस्था* र *साँघु* साप्ताहिक (नेकपा एमालेसँग नजिक) ले भने राम्रो काम गर्दा अन्य दलहरूका मानिसले गरेका कामको पनि प्रशंसा गर्ने र नराम्रो काम गर्दा आफ्नै दलका नेताहरूको पनि खुलेर आलोचना गरेको देखियो। साथै आफू सम्बद्ध पार्टी भित्रैका पनि नराम्रो प्रवृत्तिलाई उजागर गरेको पाइयो।^६

पत्रकारिता क्षेत्र र राजनीतिको कुरा गर्दा साप्ताहिक मात्र होइन अन्य विभिन्न मिडियामा काम गर्ने पत्रकारहरूको पनि पार्टीगत भुकाव र सक्रियता त्यत्तिकै देखिन्छ। एकअर्कालाई भेट्दा 'जय नेपाल' र 'लाल सलाम' को सम्बोधनले अभिवादन गर्ने पत्रकारहरूको सङ्ख्या धेरै छ। एकअर्कालाई 'कमरेड' भनी सम्बोधन गर्ने पत्रकार पनि प्रशस्तै छन्। पत्रकारहरूको छाता सङ्गठन नेपाल पत्रकार महासङ्घको चुनावमा 'डेमोक्रेचाट' र 'लेफ्ट' को प्यानल नै हुने गरेको छ। महासङ्घको चुनावको उमेदवारहरूको चयन प्रायः पार्टीहरूले नै गर्छन्। यसको उदाहरणका रूपमा २०६५ वैशाख २१ र २२ गते काठमाडौँमा भएको नेपाल पत्रकार महासङ्घको निर्वाचनलाई लिन सकिन्छ। उक्त निर्वाचनमा प्रजातन्त्रवादीका तर्फबाट उमेदवारको चयन गर्न नेपाली काँग्रेसका प्रचार विभाग प्रमुख प्रकाशशरण महत र केन्द्रीय सदस्य अर्जुननरसिंह केसीको निवासमा चरणबद्ध बैठक र छलफलहरू भएका थिए। अन्ततः धर्मेन्द्र भालाई उठाउने निर्णय भएपछि त्यसमा असहमत हुँदै प्रजातन्त्रवादी खेमाका कुलचन्द्र वाग्लेले

^६ कियोको अगुरासँग २०६७ कात्तिक २४ गते गरिएको कुराकानी।

स्वतन्त्र उमेदवारी दिए। यता वामपन्थीका तर्फबाट उमेदवारीका लागि प्रचार विभाग प्रमुख रघु पन्तसहित एमाले सम्बद्ध पत्रकारहरूको संस्था प्रेस चौतारीका पदाधिकारीहरूले ठूलै अभ्यास गरे।^७ पत्रकारहरू महेन्द्र विष्ट र शिव गाउँलेमध्ये कसलाई उमेदवार बनाउने भन्नेबारे बहस हुँदा अन्ततः महेन्द्र विष्टको नाम तय गरियो। निर्णयमा असहमति जनाउँदै शिवले उमेदवारी दिए। र, महासङ्घको अध्यक्ष चाहिँ धर्मेन्द्र भन्ना बने।

२०६८ वैशाख २० र २१ गते सम्पन्न महासङ्घको चुनाव पनि उक्त प्रवृत्तिबाट टाढा रहन सकेन। प्रेस चौतारीको तर्फबाट महासङ्घको अध्यक्षका रूपमा शिव गाउँलेको नाम प्रस्ताव गरियो। गाउँलेलाई माओवादी नजिकको क्रान्तिकारी पत्रकार सङ्घले समर्थन जनायो र पत्रकार महासङ्घमा एमाले र माओवादीबीच गठबन्धन भएको व्यापक प्रचार गरियो। यता नेपाल प्रेस युनियनको तर्फबाट उमेदवारी घोषणा गर्न निकै समय लाग्यो। उमेदवारी चयनका लागि नेपाली कांग्रेसका केन्द्रीय सदस्यहरू अर्जुनरसिंह केसी, मिनेन्द्र रिजाल, दिलेन्द्र बडू र शोभाकर पराजुली समेतको सहभागितामा प्रजातन्त्रवादी पत्रकारहरूको बैठक बस्यो। बैठकमा केदार कोइरालाले आफू वर्षौंदेखि पत्रकारितामा सक्रिय रहेकोले आफूलाई अध्यक्षको आधिकारिक उमेदवार बनाउन आग्रह गरे। यो आग्रहको प्रत्यक्षदर्शी म आफै पनि थिएँ। अन्ततः प्रेस युनियनले अध्यक्षमा पोषण केसीको उमेदवारी घोषणा गर्‍यो। केसीलाई आधिकारिक उमेदवार बनाइए पनि केदारले आफूलाई रोकेनन् र जित चाहिँ शिव गाउँलेको पोल्टामा गयो। वास्तवमा राजनीतिक रूपमा प्यानल नै खडा गरेर पत्रकार महासङ्घको चुनाव हुनुलाई पेसा र व्यवसाय प्रतिको व्यङ्ग्य मान्न सकिन्छ। जसले राजनीतिक पार्टीको छत्रछायाँ मात्र नभएर निगाहमा टिकट पाएर चुनाव लड्छ र जिच्छ उसले स्वतन्त्र पत्रकारिताको वकालत गर्ने नैतिक साहस राख्दैन। हामीकहाँ वर्षौंदेखि भइरहेको यो अभ्यासले निकट भविष्यमै विश्राम पाउला भन्ने आधार पनि देखिदैन। प्यानलविना कसैले “म स्वतन्त्र पत्रकार हुँ, पत्रकार महासङ्घको चुनावमा उठेको छु,” भन्नुलाई अप्ठ्यारो मान्नुपर्ने अवस्था छ।

अहिले फरक फरक सञ्चारमाध्यममा काम गरेर पनि यी दुवै निर्वाचनमा उठेका पत्रकारहरूको पृष्ठभूमि साप्ताहिक पत्रिका नै हो। यसरी राजनीतिक दलबाट टिकट प्राप्त गरेर पत्रकार महासङ्घ जस्तो व्यावसायिक संस्थाको अध्यक्षका

^७ उमेदवारी चयन प्रक्रियाकै क्रममा प्रेस चौतारीका तत्कालीन अध्यक्ष तथा हाल राससका कार्यकारी अध्यक्ष बालकृष्ण चापागाईंसँग गरिएको कुराकानी।

लागि उमेदवार बन्नु कतिको जायज कुरा हो ? मातृभूमि साप्ताहिकबाट पत्रकारितामा प्रवेश गरेका महेन्द्र विष्टको भनाइ यस्तो छ, “टिकट पाएको भन्दा पनि समर्थनको कुरा हो। नेपालको सञ्चार क्षेत्र आस्थाको प्रभावबाट मुक्त छैन भन्ने कुरा जगजाहेर तथ्य हो यस्तो अवस्थामा निर्वाचन प्रयोजनका लागि समूहगत समर्थन प्राप्त गर्नुलाई हरेक उमेदवारले सकारात्मक रूपमा लिनु स्वाभाविक कुरा हो।”^५

नेपाली काँग्रेस, नेकपा (एमाले) र नेकपा (माओवादी) सँग सम्बन्धित पत्रकारका छुट्टाछुट्टै सङ्गठनहरू नेपाल प्रेस युनियन, प्रेस चौतारी नेपाल र क्रान्तिकारी पत्रकार सङ्घसँग सम्बद्ध पत्रकारहरूले प्रायः सरकारी नियुक्तिहरू पनि प्राप्त गर्ने गरेका छन्। विशेष गरी सरकारी सञ्चारमाध्यमहरूमा जुन पार्टीको सरकार आयो या संयुक्त सरकार भए जुन पार्टीको सञ्चारमन्त्री भयो त्यही पार्टीसँग सम्बद्ध (नेताले रुचाएका) पत्रकारहरूले यस प्रकारका नियुक्तिहरू प्राप्त गर्दै आएका छन् र यसरी नियुक्ति पाउनेमा साप्ताहिक पत्रिकाको पृष्ठभूमिबाट गएका पत्रकारहरूको सङ्ख्या बढी छ। कतिपय पत्रकारहरू त पार्टीका चुनावमा उमेदवार बनेर सङ्गठनका विभिन्न पदमा समेत आसिन छन्। उदाहरणका लागि *सम्बोधन* साप्ताहिकका सम्पादक तथा प्रकाशक गोकुल बाँस्कोटा र *घटना र विचार* साप्ताहिकका संस्थापक प्रधान सम्पादक देवप्रकाश त्रिपाठीलाई लिन सकिन्छ। बाँस्कोटा नेकपा (एमाले) जिल्ला कमिटी काभ्रेका अध्यक्ष छन् भने त्रिपाठी नेपाली काँग्रेसको १२ औं महाधिवेशनमा केन्द्रीय सदस्य पदका उमेदवार थिए। उनी नेपाली काँग्रेसका महाधिवेशन प्रतिनिधि र महासमितिका सदस्य पनि हुन्। पत्रकारहरूले पत्रकारिता गर्ने क्रममा राजनीतिका विविध पक्षलाई नजिकबाट बुझेका कारण पत्रकारहरू राजनीतिमा जाँदा सुधारमा मद्दत पुग्ने धारणा त्रिपाठीको छ। उनी प्रश्न गर्छन्, “अन्य विभिन्न पेसाका मानिसहरू राजनीतिमा जान हुने पत्रकारिता गर्ने चाहिँ किन नहुने ?”^९ बाँस्कोटाको भनाइ पनि खासै फरक छैन। उनी भन्छन्, “पत्रकारितामा रहेर अनेकौं विषय उठाएका पत्रकारहरूले नीति-निर्माण तहमै पुगेर आफ्नो ज्ञान र अनुभवको किन सदुपयोग नगर्ने ?”^{१०}

कुनै पनि व्यक्ति पत्रकार हुँदा राजनीतिक विचार नै राख्न नपाउने भन्ने होइन, तर पत्रकारहरू यसरी खुलेआम पार्टीगत राजनीतिमा लागिदिँदा उनीहरूले सम्प्रेषण गर्ने समाचार र विश्लेषण गर्ने सामग्री कतिको सन्तुलित हुन्छ, भन्नेमा

^५ महेन्द्र विष्टसँग २०६७ मङ्सिर १९ गते गरिएको कुराकानी।

^९ देवप्रकाश त्रिपाठीसँग २०६७ मङ्सिर ७ गते गरिएको कुराकानी।

^{१०} गोकुल बाँस्कोटासँग २०६७ मङ्सिर ६ गते गरिएको कुराकानी।

चाहिँ शङ्का पैदा हुन्छ । आफै पार्टीमा आबद्ध भएपछि, त्यो पत्रकारले नैतिक रूपमै आफू सम्बद्ध दल र त्यसका नेताहरूको आलोचना गर्न सक्दैन । हामीकहाँ राजनीतिक दलभित्र पनि गुट-उपगुटहरू हुने हुँदा पार्टीको सदस्यता लिएका पत्रकारहरूले पनि आफू नजिकको गुटलाई सहयोग गर्ने र अरूलाई आलोचना गर्ने गरेको प्रशस्त देखिन्छ । यसप्रकारको पत्रकारिताले राजनीतिक दल र पत्रकारिता दुवै क्षेत्रलाई व्यावसायिक रूपमा फाइदा पुऱ्याउँदैन । त्यसैले पत्रकारितालाई स्वतन्त्र र निष्पक्ष बनाउनका लागि पत्रकारहरूले खुलेरै राजनीतिमा लाग्ने प्रचलनको अन्त्य चाहिँ हुनुपर्छ । त्यसो त, पत्रकारितालाई अन्य कुनै पनि पेसा व्यवसायमा गएर फेरि फर्कन मिल्ने पेसाका रूपमा लिइन्छ । यसो गर्दा आफू कुन ठाउँमा केका लागि हो भनेर आफ्नो भूमिकाका विषयमा स्पष्ट हुनुपर्छ, र त्यसै अनुरूपको भूमिका निर्वाह गर्नुपर्दछ । पार्टीगत राजनीति र पत्रकारिता एकैपल्ट गर्दा चाहिँ पत्रकारिताको धर्म र मर्ममाथि नै प्रहार हुन्छ, भइरहेको छ ।

राजनीतिक दल र साप्ताहिक पत्रिकाहरूको सम्बन्ध एकदमै निकट देखिन्छ । दलकै तर्फबाट लगानी गरिएका पत्रिकाहरू धेरै छैनन्, जो छनू ती खुलेरै लागेका छन् । बुधवार (नेकपा एमाले) हाँक (जनमोर्चा) र जनदेश (एनेकपा माओवादी) लाई उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ । यी पार्टीले नै लगानी गरेका अखबारहरू हुन्, तर देशान्तर, घटना र विचार, तरुण (नेपाली काँग्रेससँग नजिक), नेपालीपत्र (जनशक्ति पार्टीसँग नजिक), साँघु, जनआस्था, दृष्टि (एमालेसँग निकट भैं लाग्ने, स्पष्ट वामपन्थी भुकाव) लगायतका पत्रिकाहरू राजनीतिक रूपमा कतै न कतै ढल्किए पनि पार्टीले लगानी गर्दैनन् । प्रश्न उठ्न सक्छ, लगानी गर्दैनन्, कुनै आर्थिक सहयोग छैन भने पार्टीतिर किन ढल्कने त ? जनआस्था साप्ताहिकका सम्पादक किशोर श्रेष्ठको भनाइमा नेपालमा विद्यार्थी कालदेखि नै मानिसहरू राजनीतिमा होमिएका हुन्छन्, पछि जुनसुकै पेसा र व्यवसायमा गए पनि सुरुदेखिको आस्थालाई चटककै छोड्न सक्दैनन्, त्यसैले व्यक्तिको राजनीतिक पृष्ठभूमिका कारण पेसामा पनि त्यसको प्रभाव परेको हो । आस्थाको कुरा पैसा या आर्थिक सहयोगसँग मात्रै तुलना गर्न मिल्दैन भन्दै सम्पादक श्रेष्ठ भन्छन्, “पत्रकारले पार्टीमै बसेर काम भने गर्नुहुँदैन किनभने पार्टीमा बसेपछि अनुशासन पालन गर्नुपर्छ, त्यो पालन गर्न थाल्यो भने पाठकलाई न्याय गर्न सकिँदैन । पार्टी भित्रका कुरा त पाठकको जानकारीका लागि लेख्नुपर्छो नि ।”^{११} प्रत्यक्ष रूपमा आर्थिक सहयोग नभए पनि साप्ताहिक पत्रिका सञ्चालन गर्ने पत्रकारहरूले

^{११} किशोर श्रेष्ठसँग २०६७ माघ १२ गते गरिएको कुराकानी ।

राजनीतिक नियुक्ति प्राप्त गर्ने तथा दलका नेतालाई भनसुन गरेर आफ्ना मान्छेलाई ठेक्का पट्टा दिलाउने, जागिर लगाइदिने जस्ता कामहरू भने गरिरहेको पाइन्छ ।

पत्रकारिताको पाठशाला

साप्ताहिक पत्रिकामा दक्ष जनशक्तिको सधैं खाँचो रहन्छ; साप्ताहिक पत्रिकाहरू पत्रकारिताको पाठशाला जस्तै भएका छन् । साप्ताहिक पत्रिकाका कार्यालयलाई पत्रकारिताको अभ्यास गर्ने तालिम केन्द्र या थलो भने पनि हुन्छ । विश्वभरिका दक्ष वैज्ञानिकहरूलाई नासाले तानेजस्तै गरी पत्रकारितामा पनि दक्षता बढ्दै गएपछि साप्ताहिकबाट पाक्षिक या दैनिक पत्रिका वा टेलिभिजनमा तान्ने वा जाने प्रवृत्ति बढेको छ । ठूला आकारका अहिलेका दैनिक पत्रिकाका धेरैजसो सम्पादकहरूको पृष्ठभूमि साप्ताहिक पत्रिका नै हो । कान्तिपुर दैनिकका सम्पादक सुधीर शर्मा, द हिमालयन टाइम्सका सम्पादक अजयभद्र खनाल, अन्नपूर्ण पोष्टका सम्पादक जीवेन्द्र सिम्खडा, नागरिकका सम्पादक नारायण वार्ले लगायतका पत्रकारहरू साप्ताहिक पत्रिकाकै उत्पादन हुन् । यस्तै, विभिन्न टेलिभिजन च्यानलका प्रमुखहरूको विगत पनि साप्ताहिकसँगै जोडिएको छ । कान्तिपुर टेलिभिजनका समाचार प्रमुख तीर्थ कोइराला, नेपाल टेलिभिजनका राजेन्द्रदेव आचार्य, नेपाल टेलिभिजनको अध्यक्ष बनिस्केका कुन्दन अर्याल र किशोर नेपाल लगायतका नामहरू यसका उदाहरण हुन् । पत्रकारिता क्षेत्रसँग सम्बन्धित अन्य महत्त्वपूर्ण पदहरूमा साप्ताहिकबाट करियर सुरु गरेकाहरूकै बाहुल्य छ । राष्ट्रपतिका प्रेस सल्लाहकार राजेन्द्र दाहालदेखि प्रचण्ड प्रधानमन्त्री हुँदाका प्रेस सल्लाहकार ओम शर्मा, माधव नेपाल प्रधानमन्त्री हुँदाका प्रेस सल्लाहकार विष्णु रिजाल र अहिलेका प्रधानमन्त्री भलनाथ खनालका प्रेस सल्लाहकार सूर्य थापालाई यस्तो उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ । साप्ताहिक पत्रिकामा दक्ष जनशक्ति नटिक्नुको प्रमुख कारण उपयुक्त अवसर नै हो । राम्रो अवसरको चाहना मानवीय स्वभाव हो । साप्ताहिक पत्रिकाले प्रत्यक्ष केही नदिए पनि अन्य अवसरका लागि यसले बाटो खोलिदिने हुनाले यहाँ आउने र जाने प्रवृत्ति व्यापक बनिरहेको देखिन्छ ।

अहिले पत्रकारिता पढाउने कलेजहरू बढ्दै गएकाले त्यहाँका प्रशिक्षार्थी पत्रकारलाई स्थान दिने सन्दर्भमा पनि साप्ताहिकहरू नै अगाडि छन् । प्रत्येक महिना जस्तो कुनै न कुनै कलेजबाट प्रशिक्षार्थीका रूपमा विद्यार्थीहरू आइरहेकै हुन्छन् । कतिपय दैनिक पत्रिकाहरूले प्रशिक्षार्थीलाई स्थान नदिने नीति नै

बनाएका छन् । त्यस्तो अवस्थामा साप्ताहिक पत्रिकाहरूले उनीहरूलाई स्थान दिएर यस क्षेत्रमा लाग्न प्रोत्साहन दिने गरेका छन् ।

कामको बाँडफाँड

साप्ताहिकहरूमा कामको बाँडफाँड दैनिकमा जस्तो यसले यही 'बिट' गर्ने भन्ने हुँदैन । समाचार संयोजक, डेस्क एडिटर जस्ता छुट्टै पद पनि त्यहाँ हुँदैनन्, थोरै जनशक्तिद्वारा चल्ने हुनाले जसले जे पनि लेख्नुपर्ने हुन्छ । समाचारको स्रोत जसको दब्रो छ, उसको भागमा धेरै सामग्री पर्न सक्छ तर पनि प्रायः सम्पादक या कार्यकारी सम्पादकका भागमा नै सम्पादकीय, प्रमुख समाचार लगायतका सामग्रीहरू पर्छन् र रिपोर्टरका भागमा अन्य सामग्री । कहिलेकाहीं एउटासँग भएका समाचार अरूले बाँडेर लेख्ने पनि गरिन्छ । औपचारिक समाचारहरू थोरै मात्रामा जाने हुनाले रिपोर्टिङमा कमै पत्रकारहरू खटाइन्छ । केही वर्ष अधिसम्म विभिन्न जिल्लामा रिपोर्टरहरू रहन्थे तर दैनिक पत्रिकाहरूको विकासक्रमसँगै साप्ताहिक पत्रिकाका जिल्ला रिपोर्टरहरू पनि घट्दै गएका छन् । यसो हुनुमा दुइटा कारण प्रमुख छन् । पहिलो, जिल्लाका समाचारहरू दैनिक पत्रिकाले पर्याप्त मात्रामा दिनु । र, दोस्रो चाहिँ साप्ताहिकमा काम गर्दै आएका रिपोर्टरहरू दैनिकतर्फ लाग्नु । त्यसको प्रत्यक्ष असर साप्ताहिकहरूमा जिल्लाका समाचारहरू निकै कम मात्रै समेटिने गरेका छन् । धेरैजसो साप्ताहिकहरू राजधानी र त्यसमा पनि राजनीतिकेन्द्रित छन् । 'क' वर्गका साप्ताहिकहरूमा प्रकाशित हुने सामग्रीहरूमा मुख्य समाचारदेखि लेख रचना हुँदै सम्पादकीयसम्म प्रायः राजनीति नै समेटिएको हुन्छ ।

साप्ताहिकले जिल्ला रिपोर्टरहरूलाई तलब दिन सक्ने अवस्था पनि छैन । प्रायः जिल्लाका रिपोर्टरहरू स्थानीयस्तरमा विज्ञापन उठाएर त्यसैमार्फत तलब लिँदै आएका थिए । केही दैनिकले समाचारका आधारमा र कतिले महिनावारी नै तलब दिने व्यवस्था गरेपछि पत्रकारहरू दैनिकतर्फ लाग्नु स्वाभाविकै हो । श्रमजीवी पत्रकार ऐन लागू भइसकेको अवस्थामा पनि तलब नदिई काम गराउन पाइन्न भन्ने तर्क पनि उठ्ने गर्दछ । तर वर्तमानमा नेपालको पत्रकारिता क्षेत्रको आर्थिक अवस्था जुन प्रकारको छ त्यसका आधारमा श्रमजीवी पत्रकार ऐनलाई जस्ताको तस्तै लागू गर्न कठिन नै देखिन्छ । राजधानीमा मात्रै होइन बाहिरी जिल्लाका पत्रकारहरूका लागि पनि साप्ताहिकहरू तलब प्राप्त गर्ने जागिरभन्दा पनि पत्रकारिता अभ्यास गर्दै सिक्ने राम्रो थलो हुन् ।

कामको बाँडफाँडकै प्रसङ्गमा नियमित स्तम्भहरूबाहेक विचार, विश्लेषण र अन्य सामग्री एकापसमा बाँडफाँड गरेर लेखिन्छ। दुईचार जना जनशक्तिले धान्नुपर्ने भएका कारण कहिलेकाहीं एक जनाको मात्रै अनुपस्थितिले पनि ठूलै अभाव खड्किन्छ। रिपोर्टरहरू केही समय काम गर्ने र समाचार स्रोतहरूसँग सम्बन्ध बन्ने, राम्रो लेख्ने, विश्लेषण गर्न सक्ने भएपछि दैनिक पत्रिकातिर लाग्ने हुनाले साप्ताहिक पत्रिकाहरूमा दक्ष जनशक्तिको सधैं अभाव हुने गरेको छ। यसले गर्दा साप्ताहिक पत्रिकाको संस्थागत विकासमा समेत अवरोध पैदा हुने गरेको छ। साप्ताहिकहरू प्रायः आठ पेजका छन्, तीमध्ये केही लेख तथा स्तम्भहरू, एउटा या दुइटा अन्तर्वार्ता, पाठकपत्र, सम्पादकीय लगायतका सामग्रीहरू भित्री पेजमा जान्छन् भने पहिलो पेज समाचारले नै भरिएको हुन्छ। भित्र प्रकाशित हुने सामग्रीमध्ये लेख तथा स्तम्भहरू बाहिरकै मानिसका हुन्छन्। नियमित स्तम्भकारहरूलाई केही पारिश्रमिक (पत्रिकापिच्छे, फरक-फरक) दिइए पनि साप्ताहिक पत्रिकामा लेख लेख्ने लेखकहरूले खासै पारिश्रमिक पाउँदैनन्। पारिश्रमिक नपाए पनि नामका लागि, जनमानसमा आफ्नो विचार पुऱ्याउनका लागि उनीहरूले लेखहरू लेखिरहेका हुन्छन्। चाहेको जस्तो सामग्री सम्पादकले छानीछानी छान्न नपाउने भए पनि पारिश्रमिक नदिएरै पनि साप्ताहिकहरूमा लेखहरूको कमी चाहिँ हुँदैन। लेखहरू बाहिरबाट आए पनि समाचार त त्यहीँका थोरै जनशक्तिले तयार गर्ने हो त्यसैले साप्ताहिक पत्रिकाका सम्पादक एवं पत्रकारहरू प्रायः समाचारको विषयवस्तुको खोजी र विश्लेषण सामग्रीकै तनावमा हुन्छन्। दैनिक पत्रिकामा जस्तो सबै सामग्री कार्यालयमै नभएर साप्ताहिकमा काम गर्नेहरूले राति या बिहान घरमै पनि तयार गरिरहेका हुन्छन्। साप्ताहिकका पत्रकारलाई प्रकाशित गर्ने सामग्रीलाई लिएर केही तनाव भए पनि दैनिकका पत्रकारलाई जस्तो धपेडी चाहिँ हुँदैन।

समाचार स्रोत

साप्ताहिक पत्रिकाहरू जसरी निजी लगानी र व्यक्तिगत सम्पर्कका आधारमा प्राप्त गर्ने विज्ञापनबाट चलिरहेका छन् त्यसै गरी समाचारका स्रोत पनि व्यक्तिगत प्रभावका आधारमा नै बन्ने गरेका छन्। प्रायः अनौपचारिक समाचार दिइने हुँदा राजनीतिक दल, नेताहरू तथा अन्य निकाय र उच्च अधिकारीहरूका अनौपचारिक कुराहरू लिन उनीहरूसँग राम्रो व्यक्तिगत सम्बन्ध कायम नराखी सुखै छैन। प्रेस विज्ञप्ति वा प्रवक्ताले दिएका समाचारहरू औपचारिक हुने र त्यस प्रकारका कुराहरू दैनिक पत्रिका या विद्युतीय सञ्चारमा तुरुन्तै आउने हुँदा साप्ताहिक

पत्रिकामा तिनले खासै स्थान पाउँदैनन् । त्यसैले साप्ताहिक पत्रिकाका समाचारका स्रोत प्रवक्ताहरू मात्र नभएर राजनीतिक दलका विभिन्न तहका नेताहरू, विभिन्न निकायका उच्च र निम्न पदमा रहेका व्यक्तिहरू नै हुन् । कुनै राजनीतिक दलका बैठकहरूमा भएका अनौपचारिक कुराहरू थाहा पाउनका लागि सो बैठकमा सहभागी नेता या नेतृसँगै कुराकानी गर्नुपर्ने हुन्छ । पार्टीका उच्च ओहदाका नेताहरूमध्ये केहीले यो सामग्री 'कन्फिडेन्सियल' है भन्दै पत्रकारलाई समाचार दिने चलन पनि छ । जस्तो उदाहरणका लागि नेकपा (एमाले) को बैठकमा केपी ओलीले भलनाथ खनाललाई के भने जसका कारण उनले टेबुलमा मुड्की बजार्नुपथ्यो भन्ने कुरा त्यस बैठकमा सहभागी हुनेबाहेक अरूले दिनै सक्दैनन् ।

यस प्रकारका 'कन्फिडेन्सियल' सामग्री प्रेसलाई दिनेमा महिलाको सङ्ख्या भने ज्यादै न्यून छ, वा छँदै छैन भने पनि हुन्छ । राजनीतिक दलमा हुन् या अन्य निकायमा यस्ता समाचारका स्रोत महिला बन्न सकेका छैनन् । साप्ताहिक पत्रिकामा मात्रै नभएर यो अन्य मिडियामा पनि लागू भइरहेको कुरा हो । साप्ताहिक पत्रिकामा आफूलाई समाचार दिइरहने व्यक्तिप्रतिको विश्वासका आधारमा समाचारहरू छापिन्छन् तर समाचार स्रोतमाथि भरपर्दा कहिलेकाहीं गलत सूचना पनि प्रवाह भइरहेको हुन्छ । समाचार स्रोतले पत्रकारलाई आफ्नो स्वार्थ अनुकूल प्रयोग गरेका उदाहरण र अनुभवहरू पनि धेरै छन् । कसैको व्यक्तिगत रिसइवी साँध्न अखबारलाई प्रयोग गर्ने चलन पनि हामीकहाँ त्यत्तिकै छ । कसैका बारेमा गलत समाचार छापिँदा साँच्चिकै मर्कामा परेकाहरू यो समाचार यस कारणले गलत पथ्यो भन्दै प्रमाणसहित खण्डन गर्न आउँछन् । कतिले प्रमाण नल्याए पनि खण्डन गरिदिनुपथ्यो भन्छन् । तर जसको बारेमा नकारात्मक तर सही समाचार छापिएको छ तिनीहरूले भने पहिला धम्क्याउँछन् । तर्साउन खोज्छन् र अन्त्यमा समाचारको स्रोत खोल्न दबाव दिन्छन् । अन्त्यमा उनीहरूको भनाइ हुन्छ— समाचार कसले दिएको हो भनिदिनुस्, खण्डन गर्नु पर्दैन ।

२०६० सालमा तात्कालीन युवराजी हिमानीका बारेमा *घटना र विचार*मा एउटा सामग्री छापिएको थियो । सो समाचारलाई लिएर प्रधान सम्पादक देवप्रकाश त्रिपाठीले निकै तनाव बेहोर्नुपथ्यो । तत्कालीन युवराज पारसका निकटवर्ती प्रगुन राणा, अभय सिंह लगायतले राति १२ बजे उहाँको निवासमा पुगेर “लौ न यो समाचार कसले दिएको हो भनिदिनुपथ्यो” भनी आग्रह गरेका थिए । रातिको समय किन रोजियो बुझ्न सकिएन । उनीहरूको भनाइ थियो— समाचारको

खण्डन गर्नुपर्दैन, तर यो समाचार पत्रिकामा आएपछि घरमै शत्रु परेको महसुस हामीलाई भएको छ, चिनाइदिनुपर्‍यो । यस्तै, लोकमानसिंह कार्की अर्थ मन्त्रालयका सहसचिव हुँदा २०५३ चैत्र ६ गते बुधवार 'लोकमानको लीला यस्तो छ' शीर्षकमा छापिएको एउटा समाचारमा पनि सोही प्रकारको दबाव दिइएको थियो ।

साप्ताहिक पत्रिकामा प्रायः व्यक्तिगत विश्वासका आधारमा समाचार प्रकाशित हुने हुँदा स्रोतको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन्छ । समाचार स्रोतका विषयमा पत्रकारहरूका आफ्नै प्रकारका अनुभव हुन्छन् । कोही घरमा बोलाएर चिया-खाना खुवाई-खुवाई समाचार दिन चाहने हुन्छन् भने कतिलाई आफैले 'कफी' खान कतै बोलाउनुपर्ने हुन्छ र कति चाहिँ टेलिफोनवाटै समाचार टिपाउन चाहन्छन् । समाचारका स्रोतहरू प्रायः पुरुष उच्चअधिकारीहरू र राजनीतिज्ञहरू हुने हुनाले कहिलेकाहीं महिला पत्रकारहरूलाई अलि अष्टचारो भने हुन्छ । यसलाई सामान्यीकरण गर्न त मिल्दैन तर एउटा उदाहरण म आफ्नै दिन चाहन्छु । ठूलो एउटा राजनीतिक दलको उच्च पदमा भएका एक जना नेतासँग प्रायः म सोमबार साँझ समाचारका निम्ति टेलिफोनवाट कुराकानी गर्थेँ, उनीसँग सोमबार कुरा गरेपछि त्यसैको आधारमा बुधवारको पत्रिका (*घटना र विचार*) का लागि मङ्गलबार एक दुइटा समाचार लेखिन्थ्यो । देश बाहिर गएका कारण एकैपल्ट दुई हप्तापछि मैले सम्पर्क गर्दा उनले मप्रति बढी नै चासो व्यक्त गर्दै "यत्तिका दिन किन फोन नगरेको ? म बाहिर जाँदै छु भन्नु पर्दैन ?" जस्ता केही प्रश्नहरू गरे । समाचारको स्रोतव्यक्ति मात्र नभएर आफूले आदरपूर्वक हेरेको नेतासमेत भएका कारण म केही नबुझेजस्तो गरेर विषयवस्तुमा प्रवेश गर्न खोजिरहेको थिएँ । तैपनि उनी रोकिएनन् । भने, "वर्षौं भो कति फोनमा मात्रै कुरा गर्ने ? भेटौं न, कफीसफी खाऔं । तपाईं त धेरै काम गर्नुहुन्छ, यसो बाहिर कतै जाँदा फ्रेस पनि भइन्छ । हामी कम्युनिष्टहरूको त भन्नु कुरै नगर्नुस् सधैं तनाव ।" यो २०६५ मङ्सिर ९ गते सोमबारको घटना हो । त्यसपछि मैले उनलाई कहिल्यै टेलिफोन गरिनँ । उनी ठूलो नेता भएका कारण सार्वजनिक कार्यक्रमहरूमा भेट्दा नमस्कारको आदान-प्रदान भने स्वाभाविक रूपले हुने नै भयो । पत्रकारका लागि स्रोत महत्त्वपूर्ण भए पनि कहिलेकाहीं यस्ता व्यवहारहरू भोग्नुपरेको हुन्छ, विशेष गरी पत्रकार महिलाले ।

साप्ताहिक पत्रिकामा प्रायः समाचारका स्रोतहरू उल्लेख गर्ने चलन छैन । स्रोतका अनुसार, निकटवर्तीका अनुसार, सूत्रले जनाएअनुसार, प्राप्त जानकारी अनुसार, पर्यवेक्षकहरूको टिप्पणी छ, विश्लेषकहरूको भनाइ छ, जस्ता कुराहरू

नै धेरै छापिइरहेका हुन्छन् । यस्तै प्रकारले स्रोतका नाममा दैनिक पत्रिकामा पनि समाचारहरू छापिने गरेका छन् । वरिष्ठ पत्रकार पी खरेलले साप्ताहिक अखबारमा दैनिक पत्रिकाको तुलनामा बढी मात्रामा अज्ञात स्रोतको उल्लेख हुने गरेको लेखेका छन् (खरेल २०६७) । वास्तवमा यो किन हुन्छ, भने जसले समाचार दिएका हुन्छन् तिनको नाम त्यहाँ उल्लेख गर्नु असम्भव नै हुन्छ । प्रायः अज्ञात स्रोतको हवाला कि त उच्च राजनीतिक तहबाट आएका सामग्रीहरूमा दिइन्छ कि त निजी तथा व्यक्तिगत समाचारहरूमा । राजनीतिक दलका उच्च ओहदामा बसेकाहरू, सरकारी उच्च पदाधिकारीहरूबाट आएका समाचारमा स्रोत उल्लेख गर्न थालियो भने त्यसप्रकारका समाचार फेरि कहिल्यै प्राप्त गर्न नसकिने हुन्छ । त्यसैले पनि समाचारका स्रोतहरू उल्लेख गरिंदैन । समाचार जोमार्फत आएको हो ऊ भने आफ्नो स्रोतप्रति विश्वस्त हुनुपर्छ, भन्ने मान्यता समाचार लेख्ने बेलामा राखिन्छ । छापामा मात्रै नभएर समाचारमूलक कार्यक्रमहरूमा विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा पनि यस प्रकारको चलन हावी हुँदै गएको छ । साप्ताहिक पत्रिकाहरूले व्यक्तिगत समाचारका प्रसङ्गमा भने आचारसंहिताको पालनामा त्यति ध्यान दिएको पाइँदैन । त्यसैले प्रेस काउन्सिलमा पर्ने उजुरीहरू पनि साप्ताहिकसँग बढी सम्बन्धित छन् । कतिपय प्रसङ्गमा सार्वजनिक व्यक्तित्वका निजी कुराहरू पनि समाचारका विषय हुन्, तर ती समाचारहरू रिसइवी साँध्ने या बदला लिने मनसायबाट समेत प्रेरित हुनु चाहिँ ज्यादै दुःखद् पक्ष हो ।

आर्थिक पक्ष र विज्ञापन

साप्ताहिक पत्रिकाको प्रमुख आर्थिक स्रोत भनेको पत्रिकाको बिक्री र विज्ञापन नै हो । बिक्रीका हिसाबले अत्यन्त कम मात्रै पत्रिकाहरू आफूलाई धान्न सक्ने खालका छन् । खुला विज्ञापन बजारमा साप्ताहिकहरूको पहुँच अत्यन्त कम छ । प्रायः व्यक्तिगत सम्पर्क र चिनजानका आधारमा नै साप्ताहिकहरूले विज्ञापन प्राप्त गरिरहेको अवस्था छ । बितेका केही वर्षमा छापा र विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा आएको व्यापक विकासक्रमसँगै साप्ताहिकका निम्ति विज्ञापनको बजार खुम्चिएको छ । तसर्थ बिक्री र सीमित विज्ञापनका भरमा साप्ताहिकहरूले बडो कठिन आर्थिक अवस्थाबीच आफूलाई चलाइरहेका छन् । बाहिर जे-जस्तो हल्ला सुनिए पनि व्यापारिक समूह या औद्योगिक प्रतिष्ठानहरूसँग साप्ताहिकहरूको त्यस्तो घनिष्ठ सम्बन्ध हुँदैन ।

कतिपय अवस्थामा विज्ञापन नपाउँदा पत्रिकाले गलत कुरा लेखिदियो भन्ने उजुरीहरू पनि हिजो-आज प्रेस काउन्सिलमा पर्ने गरेका छन्, तर यस प्रकारका

कार्य साप्ताहिकमा मात्र सीमित छैनन् र सबै साप्ताहिकले गरेका पनि छैनन् । व्यापारिक गृहले विज्ञापन दिँदाको अवस्थामा त्यहाँको हस्तक्षेपभन्दा पनि उनीहरूको बारेमा कुनै समाचार आयो भने छापने गरिदैन तर त्यो पनि समाचारको प्रकृति र महत्त्व हेरेर हुन्छ । सार्वजनिक सरोकारका र बाहिर ल्याउनैपर्ने प्रकारका समाचारहरू कहिलेकाहीं विज्ञापन दिइरहेका व्यापारिक गृहका बारेमा पनि छापिन्छन् र समाचार प्रकाशित भएपछि विज्ञापन दिने काम बन्द हुन्छ । उदाहरणका लागि गोरखा ब्रुअरी प्रा.लि.को एउटा विज्ञापनलाई लिन सकिन्छ । २०६३ असोज ३ गते घटना र विचारका लागि गोरखा ब्रुअरी प्रा.लि. ले प्रत्येक हप्ता छापनका लागि टुबोर्ग बियरको विज्ञापनको एक वर्षको सम्झौता गरेको थियो । सम्झौताको करिब दुई महिनापछि गोरखा ब्रुअरीले कर छलेको समाचार सोही साप्ताहिकमा छापियो । समाचार छापिए पनि विज्ञापन जारी रथ्यो एक महिनापछि पैसा उठाउन जाँदा पैसा दिइएन र त्यसको कारणमा कम्पनीको बारेमा नकारात्मक समाचार दिइएको भनियो ।^{१२} यस्तो बेलामा विज्ञापनदाताहरूको भनाइ हुन्छ- हामीले मात्रै सहयोग गरेर भएन, तपाईंहरूले गर्नु भएन । अन्यथा, आर्थिक कारणले सम्पादकीय स्वतन्त्रतामै हस्तक्षेप हुने प्रकारका घटनाहरू साप्ताहिकमा हुँदैनन् ।

लोककल्याणकारी विज्ञापनका नाममा दिने गरिएको सरकारी रकममा मरिहत्ते हालेको आरोप पनि साप्ताहिक पत्रिकाहरूलाई लाग्दै आएको छ । यस्तो विज्ञापन २०१६ मङ्सिर महिनादेखि तत्कालीन प्रचार तथा प्रसार विभागबाट अखबारहरूलाई श्रेणी विभाजन गरेर प्रदान गरिँदै आएको थियो । २०४२ सालदेखि भने प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षणका आधारमा गरिएको वर्गीकरणमा आधारित रही वितरण गर्ने गरिएको छ । यो वर्गीकरणमा समाचारपत्र मात्र नभएर साहित्यिक तथा अन्य विधाका पत्रपत्रिकाहरूलाई समेत समेटिएको छ । यसअनुसार 'क' वर्गका साप्ताहिक पत्रिकाहरूले महिनाको २४ हजार, 'ख' वर्गका पत्रिकाले महिनाको १८ हजार, 'ग' वर्गका पत्रिकाहरूले महिनाको १२ हजार र 'घ' वर्गका पत्रिकाहरूले महिनाको ६ हजार रुपैयाँ प्राप्त गर्दै आएका छन् ।^{१३} आर्थिक वर्ष २०६६/६७ देखि निश्चित मापदण्ड पूरा गरेपछि विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरू टेलिभिजन र एफएम रेडियोहरूले समेत यस्तो लोककल्याणकारी विज्ञापन प्राप्त गर्ने नीति अवलम्बन गरिएको छ ।

^{१२} घटना र विचारका बजार व्यवस्थापक नवीन उप्रेतीले दिएको जानकारी ।

^{१३} सूचना विभागबाट प्राप्त जानकारी ।

उक्त विज्ञापनकै लागि कतिपय साप्ताहिक पत्रिकाहरूमा पत्रकारिता क्षेत्रप्रति नै वितृष्णा पैदा हुने खालका निकै विकृत अभ्याससमेत भइरहेको पाइन्छ। पत्रिका प्रकाशित गरेर सूचना विभाग र प्रेस काउन्सिलतिर पठाउने तर पाठकले भने देख्नसम्म नपाउने पत्रिकाहरू पनि प्रशस्तै छन्। पत्रपत्रिका वर्गीकरणका निम्ति प्रेस काउन्सिलले बनाएको विज्ञ समितिको सदस्यका रूपमा २०६५ सालमा मैले पनि मुलुकभरका पत्रपत्रिकाहरू अध्ययन गर्ने मौका पाएकी थिएँ। साप्ताहिक पत्रिकाको रूपमा ६ पेजको पत्रिका निकाल्ने र भित्रको दुई पेजमा मिति नराखी प्रत्येक हप्ता उही पेज राख्ने र अन्य पेजमा पनि समाचार र लेखहरू अरूको हुवहु सारेर प्रकाशित गर्ने अनि वर्गीकरणका लागि सूचना विभाग र प्रेस काउन्सिलमा पठाउने गरेका 'अखबार ?' को सङ्ख्या प्रशस्तै भेटियो।

पत्रकार सुजित महतले प्रेस काउन्सिल नेपालको एकतीसौँ वार्षिक प्रतिवेदनलाई उद्धृत गर्दै पर्सा जिल्लाबाट प्रकाशित २८ ओटा साप्ताहिकहरू एकअर्कामा हुवहु मिलेको उल्लेख गरेका छन्। प्रेस काउन्सिलकै प्रतिवेदनको आधारमा उनले भनेका छन् :

कसै कसैले आफ्नै समाचार दोहोऱ्याएका भए पनि यसरी एकअर्कासँग हुवहु मिल्ने पत्रिका यस जिल्लाबाहेक नेपालमा कहीं पनि छापिँदैनन्। यस्ता पत्रिका कहिल्यै बजारमा पाइँदैनन्, विज्ञापन दिने साहु, व्यापारिक फर्म, सङ्घ-संस्था र सरकारी निकायहरू तथा सरकारी अनुदान प्राप्त गर्न रेकर्ड राख्नुपर्ने प्रेस काउन्सिल जस्ता संस्थाहरूमा मात्र पुऱ्याइन्छन्। यिनलाई असली भूमिगत पत्रिका भन्दा फरक पढैन (महत २०६४ : २००)।

वास्तवमा वीरगञ्जमा मात्र नभएर यस्ता हुवहु पत्रिकाहरू काठमाडौँमै पनि छन्। २०६५ मा प्रेस काउन्सिलको अनुगमनमा म आफैँ संलग्न हुँदा राजेश शाह र राजेश खरेल सम्पादक रहेका *ठमेल बजार*, *क्राइम रिपोर्टर*, *सन्ध्याकालीन*, *अस्त्र*, *छलाड* नाम गरेका पत्रिकामा उही शीर्षक र सामग्री भेटिएका थिए। यस्तै काभ्रेबाट उद्धवप्रसाद गौतमका नामबाट प्रकाशित हुने *जनताको आवाज* साप्ताहिक र काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने निरज रञ्जित सम्पादक रहेको *मौलिक* र *इन्द्रेणी* साप्ताहिकमा पनि हप्तैपिच्छे उस्तै सामग्री छापिएको पाइएको थियो। त्यस प्रकारका पत्रिकाहरूलाई लोककल्याणकारी विज्ञापन होइन सजायको भागिदार बनाइनुपर्छ भनेर सिफारिस गरिएको थियो।

साप्ताहिक पत्रिकाहरू विभिन्न सरकारी निकायका विज्ञापनको वितरणका सन्दर्भमा विभेदको सिकार भएका छन्। नीति बनाएर सबै विज्ञापनलाई

समानुपातिक आधारमा मुलुकभरिका सञ्चारमाध्यमलाई वितरण गरिनुपर्दछ । विज्ञापन प्राप्त गर्ने मापदण्ड 'हुबहु' मार्काका पत्रिकाहरूलाई निरुत्साहित गर्ने गरी निर्धारण गरिनुपर्छ । सरकारी विज्ञापन लिनका लागि कुन राजनीतिक दलको मानिस कुन मन्त्रालयमा छ, उसैको नजिकको अखबारले प्राथमिकता पाउने अवस्था छ । निजी क्षेत्रको विज्ञापनमा पनि प्रतिस्पर्धाभन्दा सम्बन्ध सम्पर्ककै आधार बढी रहेको पाइन्छ । साप्ताहिक पत्रिकाको व्यवस्थापन र सम्पादकीय जिम्मेवारी प्रायः एउटै मानिसले लिने भएकाले त्यसको सीधा असर विज्ञापन दिनेको विषयमा आउने समाचारमा पर्न जान्छ । त्यसो त यस प्रकारको दबाव ठूला मिडिया हाउसहरूमा पनि हुन्छ । तर साप्ताहिकमा संस्थागतभन्दा प्रायः व्यक्तिगत तवरले नै 'डिलिड' हुने हुँदा त्यस्तो प्रभाव समाचारमा पर्ने सम्भावना बढी नै हुन्छ । महिलालाई त विज्ञापनको कुरा गर्न भन्ने गाह्रो छ । एकपल्ट व्यवस्थापनमा काम गर्ने भाइले मलाई एक जना उद्योगीको नाम लिएर तपाईंसँग राम्रै चिनजान छ, विज्ञापनको कुरा गरिदिनु भए पत्रिकालाई सहयोग हुन्थ्यो, नियमित रूपमा एउटा विज्ञापन पाए एक जनालाई तलब दिन पुग्थ्यो भने । मैले ती उद्योगीलाई फोन गरें, उनले आउनुस् न भेटेर कुरा गरौं भने । मैले विज्ञापन दिनलाई किन भेटिरहनुपर्छ र म मान्छे पठाउँछु के छान्ने हो उसलाई सम्झाएर पठाइदिनुस् न भनैं । उनले खासै प्रतिक्रिया दिएनन् फोन राखियो । त्यसको अर्को हप्ता फोन गर्दा उनले फेरि पनि आउनुस् न भेटेरै कुरा गरौं भने । त्यही ठाउँमा मेरा पुरुष सहकर्मीहरूले फोन गरेका भए ती व्यवसायीले मान्छे पठाइदिनुस् भन्थे कि त अहिले दिन सकिदैन भन्ने थिए । त्यसैले साप्ताहिक पत्रिकाले विज्ञापन माग्नु भनेको सित्तैमा पैसा मागेभैं व्यवहार गर्नेहरूको कमी छैन ।

म संलग्न घटना र विचारको अनुभवका आधारमा भन्ने हो भने यसलाई प्राप्त हुने विज्ञापनवापतको आम्दानीले कार्यालयको भाडा तिर्न र दुई-चार जना कर्मचारीलाई तलब दिन पुग्छ । कागज प्रायः पत्रिकाको बिक्रीबाट प्राप्त हुने पैसाले किन्ने हो । प्रेसको पैसा दिन प्रकाशकहरूलाई धौ-धौ नै भएको देखिन्छ ।

अव्यवस्थित व्यवस्थापन

धेरैजसो साप्ताहिक पत्रिकाहरू व्यक्तिगत स्वामित्वबाट सञ्चालित छन् । पत्रिकाको लगानी, दर्ता सबै व्यक्तिकै नाममा भएकाले यो निजी व्यवसाय जस्तो भएको छ, कुनै पनि साप्ताहिक पत्रिकाका संस्थागत पूर्वाधारहरू छैनन् । विगतमा केही पत्रकारहरू मिलेर साप्ताहिक पत्रिकाको संस्थागत प्रकाशन गर्ने प्रयास पनि

गरेका हुन् तर त्यस्तो प्रयास सफल हुन सकेन । उदाहरणका रूपमा *प्रजातन्त्र* साप्ताहिकलाई लिन सकिन्छ । २०४९ सालमा गोपालदास श्रेष्ठ, राजेन्द्र श्रेष्ठ, मल्ल के सुन्दर, श्याम केसी, कर्ण शाक्य, माधवओम श्रेष्ठ लगायतका पत्रकार तथा व्यवसायीहरू मिलेर प्रजातन्त्र प्रकाशन प्रा.लि. नामको प्रकाशन संस्था दर्ता गरी संस्थागत प्रयास गरेका थिए । तर सो पत्रिका तीन वर्षभन्दा बढी चलन सकेन । *प्रजातन्त्र* साप्ताहिकका संस्थापक मध्येका एक पत्रकार तथा राजनीतिकर्मी मल्ल के सुन्दरका अनुसार ठूलो अपेक्षाका साथ सुरुआत गरिए पनि बजार व्यवस्थापनमा दक्षताको अभावले सो पत्रिका लामो समयसम्म टिक्न सकेन । विज्ञापन र बिक्री-वितरणबाटै पत्रिकालाई धान्न सकिएला भन्ने ठानिएकोमा त्यस्तो भएन । मसँगको कुराकानीमा उनले भने :

हामी सबै नै बौद्धिक अभ्यास गर्ने मानिसहरू थियौं । विज्ञापन उठाउन सकिइन । ऋषि धमलालाई बिक्री-वितरणको जिम्मा दिइएको थियो । हाम्रो पत्रिका बेच्दाबेच्दै उहाँ पत्रकार बन्नुभो । पछि व्यापक घाटा भएपछि पत्रिका नै बन्द गर्नुपर्‍यो, गोपालदासजीको *कमल* प्रेसमा छापेको ६ लाख जति रूपैयाँ तिर्न सकिइन । कर्ण शाक्यजीको एउटा कार्यालयमै पत्रिकाको कार्यालय राखिएको हुनाले घरबहाल भने दिनु परेन । सुरुमा हामी संस्थापकहरूको पनि पारिश्रमिक तोकिएको थियो तर पछि कसैले पनि लिन सक्ने अवस्था रहेन । मूलतः आर्थिक अभावले नै *प्रजातन्त्र* साप्ताहिक बन्द गर्नुपर्‍यो ।^{१४}

पञ्चायतकालको चर्चित पत्रिका *साप्ताहिक मञ्च*मा भएका पत्रकारिताका हस्तीहरू पदम ठकुराठी, जनार्दन आचार्य, कमल जोशीहरूले *साप्ताहिक मञ्च*बाटै संस्थागत प्रयासको सुरुआत गरेका पनि हुन् । तर पत्रिका चर्चाको शिखरमा पुगेको बेला बैकुण्ठनारायण प्रधान (जसको नाममा पत्रिका दर्ता थियो) ले पत्रिका आफै चलाउने भनेर लिएर हिँडिदिएपछि त्यो प्रयास असफल भएको भनी कमल जोशी, जनार्दन आचार्यहरूबाट यस पङ्क्तिकारले पटक-पटक सुनेको थियो । पत्रिकाको नाम चलेपछि अब आफै चलाउन सकिन्छ । विज्ञापन पनि आफैलाई आउँछ, नाफा आफ्नै हुन्छ त्यस्तो अवस्थामा आफू सम्पादक मात्रै भन्दा सम्पादक-प्रकाशक दुवै हुने भन्ने भावनाले यस प्रकारको परिस्थितिको सिर्जना हुँदोरहेछ । पछि *साप्ताहिक विमर्श* र *नेपाली आवाज* साप्ताहिकको प्रकाशक हुनबाट पनि आफू वञ्चित भएपछि, साप्ताहिक *नेपालीपत्र* दर्ता गरेको दिन (२०४७ साल

^{१४} मल्ल के सुन्दरसँग २०६७ पुस २८ गते गरिएको कुराकानी ।

असार) कमल जोशीले गफगाफका क्रममा भनेका थिए, “साप्ताहिक मञ्च या विमर्शलाई संस्थागत गर्न पाएको भए अहिले त्यो नेपालको सबैभन्दा ठूलो साप्ताहिक पब्लिकेसन हाउस हुनेथियो।”

पछि, नेपालीपत्रका सम्पादक जनार्दन आचार्यले पनि त्यो पत्रिका छोडेर समकालीन साप्ताहिक दर्ता गरी चलाउन थाले। छोड्ने बेलामा उनले पत्रिकाको नीति र राजनीतिक विचार नमिलेको भनी कारण खुलाएका थिए। पत्रिकाले तत्कालीन राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टीको सूर्यबहादुर थापा खेमालाई समर्थन गर्थ्यो। साप्ताहिक पत्रिकाको स्वामित्वको किनबेच मूलतः आर्थिक र राजनीतिक कारणले नै हुने गरेको छ। २०४६ सालअघि प्रजातन्त्र प्राप्तमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेको साप्ताहिक विमर्श वरिष्ठ पत्रकार हरिहर विरहीले मारवाडी समुदायका व्यक्तिलाई बेच्दा पुराना पत्रकारहरू तथा साप्ताहिक विमर्शका पाठकहरूले ज्यादै नराम्रो मानेका थिए। नयाँ पत्रिका दर्ता गरेर नाम चलाउन लामो समय लाग्ने भएकाले सकेसम्म पुराना नाम चलेका पत्रिका किन्ने या अरूले प्रकाशित गरिरहेको अवस्थामा आफैले चलाउने विचार आएमा लिएर हिँडिदिने प्रचलन पनि छ।

साप्ताहिक पत्रिकामध्ये टुटफुटको यस्तै नियति नेपालीपत्रले पनि भोगेको थियो। २०४७ सालको कुरा हो, नेपाल छापाखानाबाट नेपाली आवाज साप्ताहिक र नेपालीपत्र दैनिक प्रकाशित हुन्थ्यो। बलदेव थापा प्रधान सम्पादक भएको नेपाली आवाजमा पदम ठकुराठी, जनार्दन आचार्य, हरि अधिकारी, गोविन्द वर्तमान, हस्त गुरुङ लगायतका पत्रकार काम गर्थे। भरखरै सुरु गरेका रिपोर्टरहरूका समाचार नेपालीपत्र दैनिकमा जान्थ्यो। शुक्रबार निस्कने नेपाली आवाजमा त प्रायः स्तम्भ र विचार विश्लेषणहरू नै जान्थे। म गएको एक महिना जति पछि, नेपालीपत्र दैनिक बन्द भयो। आइतबार, सोमबार, मङ्गलबारसम्म पत्रिकाको एउटा टीम नै कार्यालय आएन। लगनटोलस्थित कार्यालयमा पदम ठकुराठी, जनार्दन आचार्य र कमल जोशी (उनकै घरमा कार्यालय थियो) र म मात्रै कार्यालय जान थाल्यौं। के भएको थियो सुरुमा त मैले केही पनि बुझिनँ, बुधबार कमल जोशी, पदम ठकुराठी र जनार्दन आचार्यले सूचना विभागमा नेपालीपत्र दैनिकलाई नै साप्ताहिकका रूपमा दर्ता गरेर आएछन्। लगत्तैको शुक्रबारदेखि नेपालीपत्र साप्ताहिक भएर निस्कियो। उता फुटेर गएको नेपाली आवाज पनि प्रकाशित भयो। साप्ताहिक मञ्च, विमर्श, नेपाली आवाज, नेपालीपत्र यी सबै पत्रिकाहरू शुक्रबार प्रकाशित हुनुमा यही फुटको इतिहास जोडिएको छ। फुटेर जानेले पनि यथा समयमा पत्रिका निकाले, रहनेले पनि निकाले। त्यति

बेला यी पत्रिकाको टुटफुटको कारण राजनीतिक र आर्थिक दुवै थियो भन्न सकिन्छ। जनार्दन आचार्य, पदम ठकुराठी, कमल जोशीहरू सूर्यवहादुर थापासँग नजिक थिए भने हरि अधिकारी, श्रीआचार्यहरू नेपाली काँग्रेससँग। यता सम्पादक रहनुभएका बलदेव थापालाई चाहिँ पहिला भन्दा राम्रो पैसा पाइन्छ भन्ने लागेको रहेछ, तर पत्रिकाले सोचेजस्तो व्यापार नगरेपछि र हरि अधिकारी, श्रीआचार्य, हस्त गुरुङहरूले पत्रिका छोडेर अन्तै लागेपछि बलदेव फेरि *नेपालीपत्रमा* आए तर सम्पादकका रूपमा नभएर मात्र पत्रकारका रूपमा। केही नसोची राम्रो चलिरहेको पत्रिका लिएर गएकोमा पछि उनले पछुतो मानेका थिए।

साप्ताहिक पत्रिकाको इतिहास लामो भए पनि व्यवस्थापनमा भने अहिलेसम्म खासै सुधार हुन सकेको छैन। धेरैजसो साप्ताहिकहरू कमजोर आर्थिक अवस्थामा छन्। केहीलाई छोडेर हेर्ने हो भने साप्ताहिक पत्रिकाको प्रकाशक र सम्पादकमा प्रायः एउटै व्यक्ति हुन्छन्। पत्रकार आफैले व्यवस्थापकीय जिम्मेवारीसमेत लिँदा साप्ताहिक पत्रिकाहरू न पेसा न व्यवसायभैँ भएका छन्।

कमजोर बजार रणनीति

साप्ताहिक पत्रिकाको बिक्री-वितरणको कुनै रणनीति नै छैन भने पनि हुन्छ। पत्रिका कहाँ जान्छ, कहाँ जाँदैन, कहाँ पुग्यो, कहाँ पुगेन, किन पुगेन, कुन हप्ता कति बिक्री भयो भनेर चुस्त हिसाब-किताब राख्ने खालको व्यवस्थापन साप्ताहिकमा देखिँदैन। राजधानीमा बिक्रीका लागि बिक्रेतालाई एकमुष्ट रूपमा दियो, बिक्री नभएको पत्रिकाको बिटो अर्को हप्ताको पत्रिका निस्कने अघिल्लो दिन उसले ल्याएर कार्यालयमा छोडिदिन्छ। उसले कहाँ-कहाँ पुऱ्यायो, नपुऱ्याएको भए किन ? भनेर सामान्य सोधपुछ समेत कमै हुन्छ। बिक्रेताले कति पत्रिका लग्यो भनेर व्यवस्थापन र बिक्रेताबीच सम्झौता समेत हुने गरेको छैन। बिक्री वितरणको हिसाबले जिल्ला बाहिरको अवस्था पनि त्यस्तै छ, साप्ताहिक पत्रिकामा लेखा शाखा भनेर विभिन्न पदमा मानिसहरू राखिएको हुँदैन। हिसाब-किताब हेर्नका लागि नियुक्त गरिएको एउटा मान्छेले विज्ञापन उठाउनेदेखि पत्रपत्रिकाको वितरणसम्मको काम हेर्नुपर्ने हुन्छ। जिल्लामा पत्रिका पठाउँदा पत्रिका पसलेहरूलाई सम्पर्क गरेर बस या हवाइजहाजबाट पठाउने गरिएको छ। हवाइजहाजबाट पठाएको रकम तिनको विज्ञापन छापेर त्यसैमा मिलाउने चलन छ। बसहरूका पनि विज्ञापन नै छापेर गरिएको छ। अहिलेसम्म कुनै पनि साप्ताहिक पत्रिकाहरू (ठूला मिडिया हाउसले सञ्चालन गरेका साप्ताहिकबाहेक) आफ्नै गाडीमा राखेर

पत्रिकालाई विक्रेताहरूसम्म पुऱ्याउन सक्ने स्तरमा पुगिसकेका छैनन् । वितरण व्यवस्थापनमा यति ठूलो लापरवाही छ, कि कहिलेकाहीं त जिल्लामा पठाउन बसमा राखिएका पत्रिकाका मुठाहरू हप्तौँपछि बेवारिसे अवस्थामा बसपार्कमा फेला पर्छन् । विभिन्न पसलमा पुऱ्याएर बल्लतल्ल बिक्री भएका पत्रिकाहरूको पैसा उठाउन त्यत्तिकै गाह्रो छ । राजधानीमा हप्तैपिच्छे पत्रिका बिक्रीको हिसाब-किताब भए पनि जिल्लामा दुई/तीन महिनामा एकपल्ट पैसा उठाउन मान्छे पठाइन्छ, तीन महिना अघिको हिसाब किताब बिक्रेताले आफ्नो तजविजले प्रस्तुत गर्छन्, 'यी नबिकेका पत्रिकाहरू' भनेर पत्रिकाको लोगो अङ्कित टाउको पट्टिका कटिङ्ग देखाउँदै उनीहरूले जे-जति दिन्छन् त्यसैमा चित्त बुझाएर फर्कनुपर्ने अवस्था छ । जिल्ला-जिल्लामा यतिका धेरै बैङ्कहरूको स्थापना र कारोबार भए पनि पत्रिका बिक्रेता र व्यवस्थापन बीच बैङ्कबाटै पैसाको कारोबार गर्ने प्रणालीको सुरुआत भने हुन सकेको छैन । पत्रिका बेचेरै बिक्रेताहरूको आर्थिक हैसियत धेरै माथि पुगिसक्दा पत्रिका सञ्चालकहरू भने ठूलै ऋणमा डुबिसकेका उदाहरणहरू धेरै छन् ।

यसरी विभिन्न समस्याबाट गुञ्जिरहेका साप्ताहिक पत्रिकाहरूको नीतिगत तथा व्यावहारिक सुधारका लागि भनेर साप्ताहिक पाक्षिक सञ्जाल गठन भएको थियो अहिले सो सञ्जाल नेपाली छापामाध्यम राष्ट्रिय सञ्जाल भएको छ । साप्ताहिक पत्रिकालाई जिम्मेवार बनाउने विषयमा यो सञ्जाल प्रयासरत रहेको यसका अध्यक्ष देवप्रकाश त्रिपाठीको भनाइ छ । समानुपातिक विज्ञापन प्रणालीका सम्बन्धमा सञ्जालले जोडदार माग गर्दै आएको छ । साप्ताहिकलाई सकारात्मक, रचनात्मक र जिम्मेवार बनाउन अन्तर्क्रिया-छलफल गर्ने, प्रशिक्षण दिने गरिएको र साप्ताहिकहरूको विश्वसनीयता बढाउन जिल्लादेखि केन्द्रसम्मै छलफलहरू गरिएको पनि अध्यक्ष त्रिपाठीले बताए ।

अन्त्यमा

बजारमा सञ्चारमाध्यमको व्यापक प्रवेश र प्रतिस्पर्धा भए पनि तुलनात्मक रूपमा स्तरीय मानिने साप्ताहिक पत्रिकाका नियमित पाठकहरू खासै घटेका छैनन् । यसका पाठकहरू मूलतः राजनीतिकर्मी र नीति निर्माताहरू हुने भएकाले समसामयिक घटना र परिस्थितिलाई विश्लेषण गरी विश्वसनीय सामग्रीहरू पस्किन सकेमा अहिले पनि साप्ताहिक पत्रिकाको भूमिका र प्रभाव अझ बढ्ने विश्वास गर्न सकिन्छ ।

सन्दर्भसामग्री

- खरेल, पी। २०६७। उद्धरण स्रोतको परिचय र प्रयोग। *मिडिया अध्ययन* ५ : ३३-५७।
- महत, सुजित। २०६४। वीरगञ्जको पत्रकारिता : नामभन्दा बदनाम बढी। *मिडिया अध्ययन* २ : १९५-२१०।
- राणा, कविर र सूर्य थापा। २०६४। साप्ताहिक-पक्षिक पत्रिका : समस्या, पहिचान र समाधान। नेपाल पत्रकार महासङ्घद्वारा आयोजित प्रेस स्वतन्त्रतासम्बन्धी राष्ट्रिय सम्मेलनमा प्रस्तुत कार्यपत्र, १८-१९ मङ्सिर, काठमाडौं।
- सूचना विभाग। २०६७। *मिडिया डाइरेक्टरी २०६७*। काठमाडौं : सूचना विभाग।