

## अलमलबीचको प्रकाश

आमसञ्चारको कुनै न कुनै पाटोमाथि अध्ययन गर्ने र ती सामग्री प्रकाशनमा उतार्दै आएको मार्टिन चौतारीले पाठकका लागि अर्पेको पछिल्लो भेटी हो, नेपाली म्यागेजिनका २५ वर्ष (विसं २०४६-०७०)। खोज, अध्ययन, विश्लेषण र टिप्पणीयुक्त यो पुस्तक नेपाली प्रकाशनको एक महत्त्वपूर्ण पाटो म्यागेजिनमा केन्द्रित छ।

विसं १९५५ मा प्रकाशित भनिएको तर एक अंक पनि प्राप्त हुन नसकेको सुधासागर मासिकबाट मार्टिन चौतारी परिभाषित नेपाली म्यागेजिनको यात्रा प्रारम्भ हुन्छ। ०४६ सालमा बहुदलीय व्यवस्थाको पुनःबहालीपछिको पहिलो २५ वर्षे अवधिमा बढी केन्द्रित ४ सय ३३ पृष्ठको पुस्तक लेखकीय टोलीमा प्रकाशन गृहका स्थायी कलमजीवी तथा अन्य परिचित सञ्चारकर्मी छन्।

सुरुमै म्यागेजिनलाई कसरी परिभाषित गर्ने भन्नेमा लेखकीय टोली अलमलिएको छ। यसका लागि केही पाश्चात्य मुलुकका विद्वान्/लेखकका भनाइ समेटिएका छन्। तर, म्यागेजिनको इतिहास स्थानीय संस्कृति, रुचि, राजनीतिक वातावरण र आर्थिक अवस्थाले रन्छ। साधारणतया, बाक्लो जिल्दा (गाता) भएको नियमित प्रकाशनलाई म्यागेजिन भनिन्छ। अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रतामा भने तर्ककै भरमा यसलाई जस्तोसुकै परिभाषा दिए पनि हुन्छ। तर, व्यावसायिक व्याख्याले जिल्दालाई म्यागेजिनको अभिन्न अंग मान्छ।

नेपाली परिप्रेक्ष्यमा म्यागेजिन जगत्ले समाचार/विश्लेषण मात्र नभएर निबन्ध/विचारप्रधान सामग्रीको बाहुल्य स्वीकारेको पाइन्छ। यो विगत १ सय ५० वर्षदेखि आधारभूत पत्रकारितामा परिभाषित र परमार्जित आदर्श र अभ्यासभन्दा फरक गोरेटो हो। मार्टिन चौतारीजस्तो स्थापित संस्थाको पछिल्लो उपहारले विशुद्ध समाचार/विश्लेषणप्रधान नेपाल, जनमञ्च, हिमाल र विश्वमित्रजस्ता छापालाई मूलतः गैरसरकारी संस्थाबाट सञ्चालित र दातृसंस्थाबाट आर्थिक सहयोगसहित प्रकाशनमा ल्याइएका म्यागेजिनको पंक्तिमा राख्नु अनर्थ हुन्छ। पत्रकारिताको परिभाषा, आदर्श र कार्यशैली यी दुई खाले प्रकाशनमा फरक हुन्छ। यी दुईलाई एउटै आधारमा विवेचना गर्दा ठोस निष्कर्ष निकाल्न गाह्रो हुन्छ। विदेशी दूतावासका प्रकाशनलाई पनि यसैभित्र कोच्नु त झन् उदेकलाग्दो कुरो हो। कसमैकम 'उदारवादी' प्रजातन्त्रमा यस्तो हुँदैन। आर्थिक सहयोग दिने पश्चिमा राष्ट्रहरूमा समेत यस्ता म्यागेजिनको वर्गीकरणले आम समर्थन पाउँदैनन्।

नेपालमा दैनिक र साप्ताहिक पत्रपत्रिकापछि मात्र म्यागेजिनले गति लिन थाल्यो। अध्ययन क्षेत्रमा वैदेशिक आर्थिक सहायताबाट प्रकाशित हिमाल साउथ एसिया, हाकाहाकी तथा फेस टु फेस समेटिएका छन्। तर, आफ्नो खास क्षेत्रमा सम्भवतः सर्वाधिक बिक्री हुने र स्थापित म्यागेजिनहरू मधुपर्क, युवामञ्च, मुनाको अस्तित्वको चर्चा खासै नहुनु विवेचनाको कमजोर पक्ष हो। झन् विशिष्टीकृत विधामा कामना मासिकको तीन दशकदेखिको बेजोड यात्रा बिसंजस्तो देखिन्छ। यस्ता विशिष्टीकृत म्यागेजिनलाई वैदेशिक अनुदान बटुल्न सफल प्रकाशनकै माहोलमा राख्नु कानुनसम्मत भए पनि पत्रकारिताको धर्म र मर्म अनुरूप होइन।

पुस्तकको विशेष छनोटमा परेको नेपाल, हिमाल र साप्ताहिक मञ्च वास्तवमै म्यागेजिन पत्रकारितामा कोशेढुंगा हुन्। हिमाललाई 'तटस्थता'को पगरी भिराउन, जनमञ्चलाई 'नेपाली कांग्रेसको गुटमुखी' र नेपाललाई 'आफ्नो ब्रान्ड बन्न नसकेको र कान्तिपुरको छायाँमा रहेको' भन्नु हावादारी निष्कर्ष हो। तीन फरक लेखकको कलमबाट तीन फरक विचार उत्पन्न भएको देखिन्छ, एउटै पुस्तकको लेखनीमा। तसर्थ, एउटै कलमले निकालेको निचोड बढी सन्तुलित वा सामञ्जस्यपूर्ण हुन्थ्यो कि ? आगामी दिनमा ध्यान दिनुपर्ने पाटो हो यो।

जनमञ्चमा राजनीतिक प्रभावले व्यावसायिकतालाई हुर्कन दिएको थिएन भन्ने तर्क एउटा लेखमा छ। व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास नभइसकेको र समाज दुई दलीय धुवमा बाँडिएको परिप्रेक्ष्यमा दुवै दल निकट पत्रकार समेटेर 'तटस्थताको खोजी गर्ने' कोटीमा हिमाललाई राखिएको छ। अर्कोतिर 'कान्तिपुर पब्लिकेसन्स'भित्र नेपाल म्यागेजिनको स्वतन्त्र पहिचान, छवि र ब्रान्ड बन्न सकेको छैन भनिएको छ। प्रश्न उठ्छ, त्यसो हो भने हिमालको नि ? त्यसका प्रकाशक ब्रान्ड कि सम्पादक ब्रान्ड ? यसै गरी पुस्तकमा उल्लेख गरिएझैं 'सर्वोत्तम बजारमा स्थापित युवामञ्चको नक्कल थियो' भन्नु कान्तिपुरलाई गोरखापत्रको नक्कल भन्नुजस्तै भएन र ? त्यस्तै पहिलो नारी केन्द्रित म्यागेजिन हुने होडमा सर्वोत्तम नारी थियो भन्नु हिमाल, नेपाल र यी दुईअधिको विश्वमित्रलाई ०४१-०४२ सालतिरका समाचार विश्लेषणले भरिएका रिप्लम र नेपाल रिभ्युका तिम्ल्याहा शिशु भन्नुसरह हुन्छ। यसरी हचुवाका भरमा निष्कर्ष खोज्नु कहिल्यै पनि तर्कसंगत हुँदैन।

नेपाल प्रतिष्ठाका लागि मात्र प्रकाशनमा आएको भन्नु बौद्धिक तथा व्यावसायिक अनर्थ हो कि त अज्ञानताको पराकाष्ठा। आर्थिक नाफा नोक्सान नै व्यावसायिकताको मापन हो भने यस मुलुकका अधिकांश ६ सय ५० नियमित प्रकाशनहरू तथा लगभग चार सय प्रसारण सेवाहरू नोक्सानमा

छन्। दातृ संस्थाका प्रायोजन हटाउने हो भने ठूला ठानिएका म्यागेजिनका स्थिति पनि नाजुक नै हुन पुग्छन्।

'विचार निर्माणको कार्य दैनिकले गर्न नसक्ने'जस्ता तर्क साबित हुन सक्दैन। म्यागेजिनको तुलनामा दैनिक पत्रिकाको पृष्ठ त चार दोब्बर छन्। १२ देखि १६ पृष्ठलाई म्यागेजिनको पृष्ठसँग तुलना गर्दा दैनिक पत्रिका थप बलियो देखिन्छ। त्यसमाथि म्यागेजिनका संवाददाताले विश्लेषणको आवरणमा आफ्नो विचार राख्दै आएका छन्। हाम्रो परिप्रेक्ष्यमा कान्तिपुर व्यक्तिकेन्द्रा ठूलो छ। म्यागेजिन क्षेत्रमा भने प्रकाशक/सम्पादकको हाउभाउ बढी नै देखिन्छ। निकै सानो रोजगारीको बजार रहेको समाजमा व्यवस्थापनले सम्पादकलाई नीति निर्माण कार्यमा सार्वभौम प्रमुख बनाउने संस्कृति बनिसकेको छ वा छैन, अनुमानकै सहारा लिनुपर्ने हुन्छ।

पुस्तकबाटै एउटा अंश लिऊँ ः 'पाठकलाई केन्द्रित गरी मिडिया हाउसले पार्टीको विचार बोक्ने पत्रिकाबाहेक बजारमा माग हेरी ट्याब्लोइड पत्रिकाहरू पनि प्रकाशन गरे। यसका कारण मिडिया हाउस ठूलो (कङ्ग्लोमोरेट) हुँदै गयो र उनीहरूले अरु क्षेत्रमा पनि लगानी गर्न थाले।' यो अंश, नम्र भएर भन्दा, अस्पष्ट छ। 'कङ्ग्लोमोरेट'को चरणपछि अन्य क्षेत्रमा लगानी गर्ने अवस्था नभएर सञ्चारमाध्यमसहित गैरसञ्चार क्षेत्रमा पनि लगानी गरिएको संस्थालाई मात्र यस्तो भनिन्छ।

पुस्तकका लेखमा 'सहमति अनुसार परचिय गोप्य राखिएको छ' जस्ता घोषणा पनि छन्, जसले लेखलाई नै दयनीय बनाएको छ। खासमा त्यस्ता पानीआन्द्रे स्रोतको भनाइले स्थान नै पाउन हुँदैन, कि त परचिय खुलाउनैपर्छ। भोलिको सम्भावित नियुक्तिलाई छेकवार नलागोस् भन्ने प्रयासमा पनि हुन सक्छ यस्ता स्रोतको प्रयोग।

अध्ययनमा कसैको शैक्षिक योग्यताबारे उल्लेख छ भने कसैकोमा यो विषय मौन रहेको पाइन्छ। जोखाना हेरेर सम्पादक बन्ने-नबन्ने दौड-होड पनि कोट्याइएको छ तर बिनाटिप्पणी।

यी त भए मार्टिन चौतारीको नयाँ सँगालोका केही कमजोरी। स्थायी सम्पादक र नियमित कलमजीवीबाहेक अन्य हस्तीको अधिकतम सहयोग सामेल हुन सके थप नयाँ सोच, विचार र सिर्जनाको सम्भावना बढ्छ।

चौतारीको डेढ दशकजतिको प्रयास नेपाली सञ्चार क्षेत्रको अध्ययनक्रममा सराहनीय छ। दायरा फराकिलो पाउँ थप सान्दर्भिक सामग्री प्रयोग गर्ने बाटो पनि छ। पृष्ठ/संख्याभन्दा बढी पाठक/ग्राहक पाउन गाह्रो हुने पृष्ठभूमिमा चौतारीका प्रकाशनहरूले अध्ययन र अन्वेषणको क्षेत्रमा सकारात्मक गोरेटो कोरेका छन्।

- पी खरेल

नेपाल, वर्ष १४, अंक ४०, पृ. ४६-४७, २०७१