

एफएम रेडियो व्यवस्थापन: अवसर र चुनौती

विनय गुरागाई

भूमिका

रेडियो नेपाल स्थापना भएको दिन २००७ साल चैत २० लाई नेपालमा रेडियोको औपचारिक सुरुआतका रूपमा लिइन्छ। राज्यको हातबाट नागरिकका हातमा रेडियो तरङ्गको स्वामित्व आइपुग्न ४७ वर्ष लाग्यो। २०५४ सालमा रेडियो सगरमाथा सुरु भएपछि भने निजी क्षेत्रले सञ्चालन गरेका एफएम रेडियोको विकास हवात्तै बढ्यो। भ्रष्टाचार एक दशकमा चार दर्जन एफएम रेडियोहरू सञ्चालन भए। यो लेख तयार पार्दा (२०६३ साल असोजको पहिलो सातामा) सरकारले स्वीकृति दिएको रेडियोको सङ्ख्या ७८ पुगेको छ (कान्तिपुर २०६३)। यी सबै रेडियो सञ्चालनमा आएका छैनन्। अझै केही संस्थाहरू रेडियो सञ्चालनको स्वीकृति पर्खेर बसेका छन्। यस अर्थमा नेपालमा एफएम रेडियोको इतिहास छोटो र अपरिपक्व छ।

एफएम रेडियो सञ्चालन सुरुमा जति नौलो थियो आज त्यस्तो छैन। तथापि रेडियोको प्रभावकारी व्यवस्थापन अझै पनि धेरैका लागि नौलो काम नै छ। एफएम रेडियोको सङ्ख्यात्मक वृद्धिसँगै रेडियोकर्मी हुन चाहनेका लागि अवसरहरू थपिँदैछन्। यसले चुनौती पनि बढाएको छ। काठमाडौँ उपत्यकाबाहिर पनि एकै सहर वा स्थानमा दुई चारओटा रेडियो स्टेसनको सञ्चालन सामान्य हुन थालेको छ। एफएम रेडियोको सङ्ख्यात्मक वृद्धिले मानिसलाई प्रशस्त विकल्प दिएको छ। देश देशावर र स्थानीय हालखबर थाहा पाउन रेडियो नेपालको सात बजेको समाचारलाई पर्खिनुपर्ने अवस्था अबका दिनमा छैन। तर एकाविहानैदेखि समाचार बजाएर धेरैभन्दा धेरै मानिसको घरघरमा पुग्ने होडबाजीले गर्दा एफएम रेडियोका लागि आउने दिनहरू सहज भने अवश्य छैनन्।

नेपालमा रेडियो व्यवस्थापनमा दक्ष, त्यही विषय पढेका र अनुभवी मानिसको कमी छ। अहिलेसम्मको अभ्यास हेर्दा जोसँग रेडियो सञ्चालन अनुमति वा लाइसेन्स छ, उनीहरूमध्येकै कोही मानिसले स्टेसनको व्यवस्थापन सम्हाल्ने गरेको पाइन्छ। कमै स्टेसनले मात्र शेयर होल्डर, संस्थाका सदस्य, आफन्त वा नातेदारभन्दा बाहिरको मानिसलाई उसको दक्षता र अनुभवका आधारमा स्टेसन व्यवस्थापक नियुक्त गरेका छन्। अहिलेकै जसरी रेडियो स्थापनाको लहर चली नै रट्यो भने नेपालमा रेडियो व्यवस्थापन अत्यन्तै प्रतिस्पर्धात्मक हुनेछ। प्रतिस्पर्धात्मक र छुट्टै पहिचानका साथ रेडियो व्यवस्थापन गर्ने काम चुनौतीपूर्ण पनि हुनेछ। विगतका अनुभवले भावी चुनौतीलाई व्यवस्थित गर्दै अगाडि बढ्न सघाउँछ। त्यसैले मैले यो लेखमा रेडियो व्यवस्थापकको रूपमा आफूले महसुस गरेका चुनौतीहरूलाई अगाडि सारेको छु। मलाई आशा छ, यसले आगामी दिनमा रेडियो व्यवस्थापनमा हात हाल्न खोज्नेलाई केही सहयोग गर्न सक्छ। हालका कमीकमजोरी सुधार मद्दत पुग्नेछ।

मैले सप्तकोशी एफएम (इटहरी) र सामुदायिक रेडियो सोलु एफएम (सोलुखुम्बु) मा रहेर एफएम रेडियोका कामहरूलाई नजिकबाट बुझ्न पाएँ। दुवै संस्थामा मेरो संलग्नता रेडियो सञ्चालनका लागि अनुमति पाएकै बेलादेखि भयो। मैले काम गरेका सप्तकोशी एफएम र सोलु एफएम फरकफरक प्रकृतिका रेडियो स्टेसन हुन्। सप्तकोशी मिडिया प्रालिले सञ्चालन गरेको सप्तकोशी एफएम व्यापारिक रेडियोको कोटिमा पर्छ। यहाँ मैले स्टेसन प्रबन्धककै जिम्मेवारी त सम्हालिनँ। यद्यपि कार्यक्रम प्रमुखको रूपमा काम गर्दा स्टेसन प्रबन्धकको अनुपस्थितिमा उसको जिम्मामा रहेका सबै कामहरू गर्नुपर्थ्यो। २०५८ साल भदौदेखि २०६० साल चैतसम्म मैले सप्तकोशी एफएममा काम गरें। त्यसै गरी २०६० साल चैतदेखि २०६२ साल भदौसम्म सोलु एफएममा काम गरें। सोलु एफएम स्थानीय गैर सरकारी संस्था योङ्गस्टार क्लबले सञ्चालन गरेको सामुदायिक प्रकृतिको रेडियो स्टेसन हो। सोलु एफएममा मेरो प्रवेश रेडियो प्रसारण हुनुभन्दा छ महिनाअगाडि नै भएको थियो। भिन्न प्रकृतिका दुई संस्थामा काम गर्दा व्यवस्थापकको रूपमा भोगेका अनुभवलाई मैले यो लेखमा प्रस्टचाउन खोजेको छु। नेपालको हकमा एफएम रेडियो व्यवस्थापन नौलो काम पनि भएकोले यो धेरैका लागि अवसर हुनसक्छ। यसबारे पनि यो लेखमा छोटो चर्चा गरिएको छ।

समयसँगै रेडियो प्रविधिमा सुधार आइरहेको छ। द्रुततर गतिमा विकास भैरहेको प्रविधिले रेडियो व्यवस्थापकलाई नयाँनयाँ सीप र शैलीलाई प्रयोग गर्ने छुट प्रदान गरेको छ। रेडियो व्यवस्थापन सिर्जनशील काम भएकोले यसमा यही कुरा सही र यो नै गलत हुन्छ भन्न सकिँदैन। मैले काम गर्दा र अहिलेको समय

पनि फरक छ । त्यसैले मैले यो लेखमा उठाएका विषयहरू केही सान्दर्भिक र केही भने अहिलेको परिवेशमा असान्दर्भिक हुन सक्छन् । तर सान्दर्भिक विषयवस्तुले रेडियो सञ्चालक, व्यवस्थापकलाई सहयोग पुग्ला भन्ने आशा गरेको छु । मेरो लेख अनुभवमा आधारित छ । आफ्नो अनुभवलाई पुष्टि गर्न मैले आफू संलग्न रेडियो स्टेसनका विभिन्न पक्षलाई उदाहरणका रूपमा पेश गरेको छु । यसका साथै रेडियोका विषयमा विगतमा विभिन्न संस्थाले प्रकाशन गरेका पुस्तक, प्रतिवेदन तथा विभिन्न लेखहरूको पनि सहयोग लिएको छु । यहाँ उल्लेख गरिएका कतिपय उदाहरणहरू नकारात्मक पनि छन् । तर यसको अर्थ ती संस्थामा भएका कमजोरीलाई बाहिर ल्याएर सम्बन्धित संस्थाको साखमा चोट पुऱ्याउन भने अवश्य खोजेको हैन । यसमा उल्लेख भएका कुनै पनि विषय वा प्रसङ्गप्रति पाठकको समर्थन र विरोध दुवै हुनसक्छ, जसलाई म स्वागत गर्नेछु ।

रेडियो व्यवस्थापन र व्यवस्थापक

जुम्लाको रेडियो कर्णाली, सोलुखुम्बुको सोलु एफएम र पात्या मदनपोखराको रेडियो मदनपोखरा हुन् अथवा सहरवजारमा खुलेका ठूला र शक्तिशाली रेडियो स्टेसनहरू नै किन नहुन्, नेपालमा रेडियो व्यवस्थापनको इतिहास लामो छैन । यो अभै पनि नयाँ काम हो । वितेको 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 । स्टेसनको प्रकृतिअनुसार यस्ता प्रश्नको जवाफ फरकफरक हुन सक्छ ।

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 ।

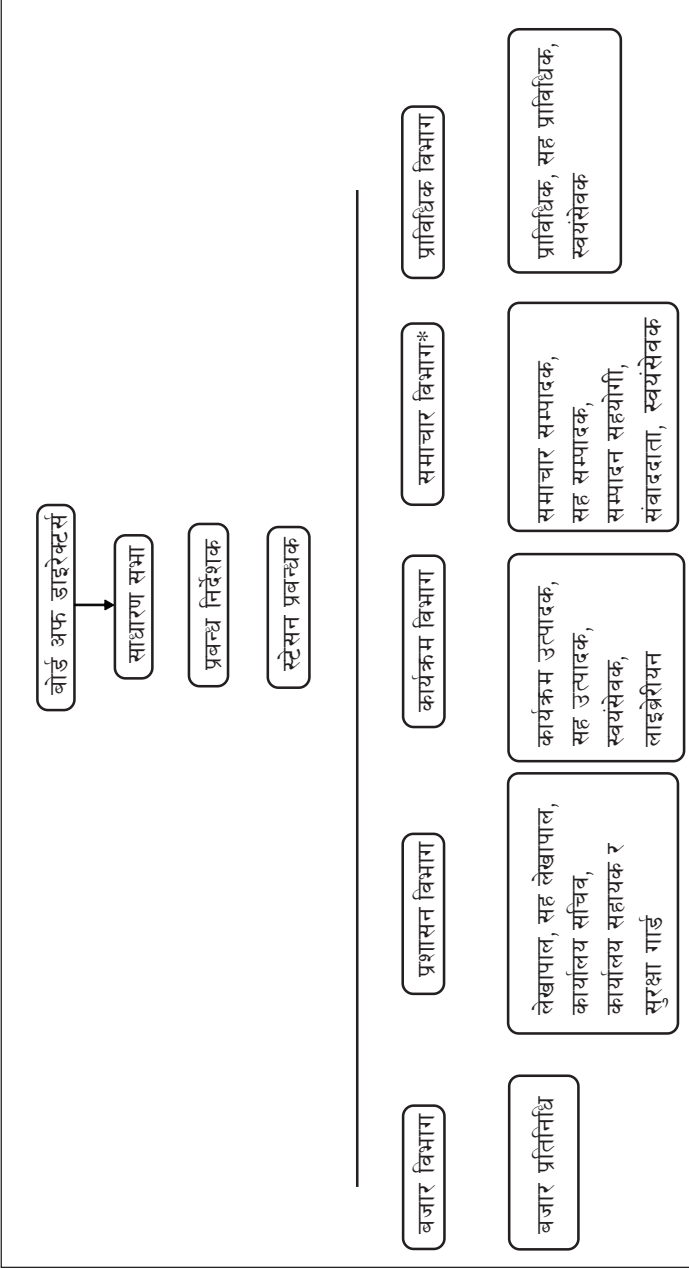
समुदायमा सञ्चालन भएको थोरै क्षमताको सानो स्टेसन होस् वा सहर बजारमा धेरै क्षमतामा सञ्चालन भएको रेडियो नै किन नहोस्, रेडियो व्यवस्थापकले दुई किसिमका कामहरू गर्नुपर्छ । पहिलो, रेडियो स्टेसन सञ्चालनमा आउनुभन्दा अगाडि र दोस्रो, प्रसारण सुरु भएपछि । सामुदायिक अथवा व्यवसायिक जे भने पनि व्यवस्थापकले गर्नुपर्ने 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 पुर्याउने, 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 ।

रेडियोको साङ्गठनिक संरचना र कामको बाँडफाँट

रेडियो व्यवस्थापन अवसर र चुनौतीको 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 ।

व्यापारिक रेडियोको साङ्गठनिक संरचना



* प्रायःजसो स्टेशनमा समाचारलाई कार्यक्रम विभाग मातहतमा राखिएको हुन्छ ।

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, व्यवस्थापक नै रेडियो सञ्चालकले कर्मचारी, समुदाय, विज्ञापनदाता वा विभिन्न सङ्घसंस्थाका 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 ।

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 सभाले आफ्ना काम तथा जिम्मेवारीको विवरण स्टेसन व्यवस्थापक हुँदै सञ्चालक समिति वा बोर्ड अफ डाइरेक्टर्समा पुग्ने गर्छ ।

रेडियो व्यवस्थापन: अवसर

रेडियो व्यवस्थापक हुनलाई कति योग्यता चाहिन्छ ? व्यवस्थापकमा के के सीपहरू हुनुपर्छ ? यस विषयमा यही नै हुनुपर्छ भन्न सकिँदैन । शैक्षिक योग्यताको कुरा गर्दा व्यवस्थापक बन्नेले स्नातकोत्तर तह गरेको हुनैपर्छ भन्नु तर्कसङ्गत नहोला । तर कम्तीमा कुनै पनि विषयमा स्नातक भए राम्रो । रेडियो व्यवस्थापनको एउटा महत्त्वपूर्ण पाटो यसको उत्पादनको सफल बिक्री वितरण गर्नु हो । रेडियो स्टेसनले प्रसारण गर्ने कार्यक्रमहरू यसका उत्पादन हुन् ।

एउटा श्रोताका नजरमा रेडियो स्टेसन नाफामा छ कि घाटामा ? कुनै दाताले पैसा दिएको छ कि सञ्चालकले आफ्नै गोजीको पैसा हालेको छ ? कर्मचारीलाई मासिक तलब दिएको छ कि छैन ? घरभाडा र बिजुलीको बिल भुक्तानी गरेको छ कि छैन ? ऊसँग भएका उपकरणहरू गुणस्तरका छन् कि छैनन् ? कति सेट उपकरण होलान् ? आदि कुराले त्यति महत्त्व राख्दैन । त्यहाँबाट प्रसारण हुने कार्यक्रम उसका लागि कति उपयोगी छन् भन्ने कुरा श्रोताका लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ । यदि रेडियोले प्रसारण गर्ने कार्यक्रमहरू उसका श्रोताले अत्यधिक मन पराएका छन् भने व्यवस्थापकले यसलाई विज्ञापनदाताको ढोकासम्म लिएर जान्छ । विज्ञापनदाता त्यो कार्यक्रमका लागि पैसा दिन तयार हुन्छ । बदलामा व्यापारिक वस्तु वा सेवाको विज्ञापन कार्यक्रमको बीचबीचमा प्रसारण हुन थाल्छ । यसबाट रेडियोले पैसा कमाउँछ । भन्नुको मतलब रेडियो व्यवस्थापकसँग श्रोताका लागि उपयोगी कार्यक्रम दिनसक्ने सीप र सोच हुनु पर्छ । यसका साथै रेडियो प्रविधि, बजार, वित्त व्यवस्थापन क्षेत्रमा रेडियो व्यवस्थापक जानकार हुनु पर्छ ।

रेडियो व्यवस्थापन एउटा सिर्जनशील र समुदायमा अलग्गै पहिचान बनाएका र बनाउन खोज्ने व्यक्तिहरू संलग्न समूहको प्रभावकारी परिचालन हो । व्यवस्थापकले यसमा तीन किसिमले नेतृत्वदायी भूमिका खेल्न सक्छ । पहिलो, स्टेसनका जुनसुकै नीति, निर्णय तथा कार्यक्रमहरू तयार पारी आदेशात्मक शैलीमा लागू गराएर । दोस्रो, आफू मातहतका सहकर्मीहरूलाई नीति निर्माण तथा निर्णय प्रक्रियामा सहभागी गराएर सबैको सहमतिमा । तेस्रो, दुवैको मिश्रणबाट अर्थात् सहभागितात्मक शैलीमा, तर आवश्यकताअनुसार आदेशकर्ता भएर पनि (केथ र क्राउज सन् १९९३) । मेरो आफ्नो कुरा गर्दा मैले तेस्रो विधि अपनाउँथे ।

म सप्तकोशी एफएम इटहरीमा सुरुमा कार्यक्रम शाखाको विभागीय प्रमुख थिएँ । धरान र विराटनगरमा अलग्गै पहिचान बनाएका पत्रकार तथा साहित्यकार

जस बेखर्ची, गायक/सङ्गीतकार किशोर थुलुङ, कोशी एफएमका लोकप्रिय प्रस्तोताहरू अञ्जु सुब्बा र सञ्जीव रेग्मी आदिले स्टेसनमा कार्यक्रम चलाउँथे । मार्केटिङ शाखामा पनि अनुभवी साथीहरू नै थिए । महेन्द्र मोरङ क्याम्पस धरानका दुई जना प्राध्यापक, स्थानीय मोडल, खेलकुद पत्रकार, पण्डित आदि कार्यक्रम सञ्चालनमा संलग्न थिए । उमेर समूह, अनुभव, शैक्षिक योग्यता तथा समुदायमा अलग्गै परिचयका कारण उनीहरू र मेरा बीचमा धेरै अन्तर थियो । उनीहरूले राम्रा कार्यक्रम बनाउँथे । अफचारो परेको बेलामा बाहेक स्टेसनको नीति, भावी कार्यक्रम तथा कुनै महत्त्वपूर्ण विषयमा छलफल गर्नु पन्थो भने मात्र म उनीहरूसँग अन्तर्क्रिया गर्थे । सोलु एफएममा पनि मैले यही किसिमले काम गर्ने जसले गर्दा आफू मातहतका रेडियोकर्मीहरूलाई आफू नहुँदा स्टेसन व्यवस्थापनको काम गर्न सजिलो हुन सकोस् ।

विभिन्न क्षेत्रका सफल र सिर्जनशील व्यक्तित्वको समूहलाई परिचालन गरी रेडियोको उत्पादन अर्थात् कार्यक्रम श्रोतासम्म पुऱ्याएर सुसूचित हुन पाउने हकको सम्मान गर्नु सञ्चारमाध्यमका लागि ठूलो चुनौती हो । यही चुनौती सामना गर्ने जिम्मेवारी व्यवस्थापकको हुन्छ र आफ्नो दक्षता एवं खुबी देखाउने अवसर पनि यही चुनौतीसँगै उसले पाएको हुन्छ । यो अवसरको सदुपयोग गर्नका लागि रेडियो व्यवस्थापकमा बढिल्लैदो प्रविधि र रेडियोमा त्यसको उपयोग, श्रोताको बढिल्लैदो चाहना वा रुचि, बजारमा नयाँ सम्भावनाहरूको खोजी वा पहिचान, वित्त व्यवस्थापन, देशमा विद्यमान प्रसारणसम्बन्धी कानूनी अवस्था, प्रतिस्पर्धी रेडियो स्टेसनको बलियो र कमजोर पक्ष, आफ्नो स्टेसनको सबल र दुर्बल पक्ष आदि विषयमा पर्याप्त ज्ञान हुनु पर्छ ।

रेडियो व्यवस्थापकले आफैले कार्यक्रम नबनाए पनि समयअनुसार श्रोताको रुचिअनुसारको कार्यक्रम बनाउनसक्ने सम्भावित क्षेत्र वा विषयको जानकारी हुनु पर्छ । यसका लागि रेडियो व्यवस्थापक कम्तीमा स्नातक तह पूरा गरेको, सकारात्मक सोचाइ, महत्वाकाङ्क्षी, असल आचरण, मितव्ययी र सम्बन्धित विषयमा अनुभवी हुनु आवश्यक हुन्छ ।

रेडियो व्यवस्थापन: चुनौती

नेपालमा रेडियो सञ्चालन हुन थालेको ५५ वर्ष पूरा भयो । ५५ वर्षको इतिहास भएको रेडियो नेपालले कति जना सक्षम रेडियो व्यवस्थापक जन्मायो ? पहिलोपल्ट निजी क्षेत्रले रेडियो सञ्चालन गरेपछि (२०५४ सालयता) भ्रण्डै एक दशकमा कति जना मानिसले रेडियो व्यवस्थापनको अनुभव सँगाले ? तीमध्ये कति जना

सक्षम वा दक्ष भएर निस्किए ? यो अर्को अनुसन्धानको विषय हुन सक्ला । आफै पैसा लगानी गरेर, विदेशी दाताको पैसामा होस् अथवा प्रतिस्पर्धात्मक वातावरणबाट नै किन नहोस् वितेका सात/आठ वर्षमा दर्जनौँ मानिसहरू रेडियो व्यवस्थापक भए । तर कोही पनि एउटै स्टेसनमा वा त्यही पदमा लामो समयसम्म टिकेका छैनन् । रेडियो व्यवस्थापकहरू किन लामो समयसम्म व्यवस्थापक भएर काम गर्न सकिरहेका छैनन् ? के के कुराले गर्दा लगानीकर्ता, सञ्चालक समिति, स्टेसन व्यवस्थापक तथा अन्य कर्मचारीका बीचमा द्वन्द्व चलिरहन्छ ? यस्तो द्वन्द्वबाट किन नकारात्मक परिणाम निस्कन्छ ? आदि उत्तर जान्नाका लागि रेडियो व्यवस्थापनका विद्यमान चुनौतीहरूबारे चर्चा गर्नु आवश्यक छ । अब यस विषयमा केही चर्चा गरौँ ।

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 दुइचार 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 गर्नुपर्छ, त्यसका लागि दक्ष वा सीपालु मान्छे चाहिँन्छ । जीवनोपयोगी र महत्त्वपूर्ण सूचना दिनसक्ने अनुभवी र ज्ञाताहरू काठमाडौँबाहिर सहजै पाइँदैनन् । त्यसैले कुनै पनि विषयमा केही महत्त्वपूर्ण सूचनाहरू सही रूपमा समुदायसम्म पुऱ्याउनका लागि सूचना र ज्ञानका स्रोतहरू थप्दै जानुपर्छ । बजारमा निस्किएका चर्चित गीतहरू सुन्ने रुचि सामुदायिक वा व्यापारिक, दुवैखाले रेडियोका श्रोताको हुन्छ । श्रोताको त्यो

माग पूरा गर्नुपर्छ । एकोहोरो आफ्ना कुरा मात्र प्रसारण गरिरहनु भएन । धेरै मानिसको आवाज सङ्कलन गर्नका लागि सम्बन्धित ठाउँसम्म पुग्नैपर्छ । त्यहाँसम्म पुग्दा आवश्यक हुनसक्ने खाना, खाजा, बास, ब्याट्री, क्यासेट वा एमडीको खाली चक्का आदिको जोहो गर्नुपर्छ ।

सामुदायिक होस् वा व्यापारिक, रेडियोमा काम गर्ने अधिकांश जनशक्ति युवाहरू हुन्छन् । उनीहरूको निश्चित सपना हुन्छ । त्यो सपना पूरा गर्नका लागि उनीहरूलाई पैसा चाहिन्छ । अन्य पेशाकर्मीले भैं रेडियोकर्मीले पनि सम्बन्धित संस्था वा व्यक्तिले मेरो त्यो चाहना बुझिदियोस्, तुलनात्मक रूपमा अरू सङ्घसंस्थामा जस्तै मैले केही कमाउन सकूँ, बचाउन सकूँ जसले गर्दा मेरो भविष्य सुरक्षित होस् भन्ने चाहन्छ ।

एउटा व्यवस्थापकले आफू मातहतका सहकर्मीको यस्तो चाहनाको कदर गर्नुपर्छ । रेडियो जतिसुकै सरल, सस्तो र प्रभावकारी माध्यम भए पनि यसमा काम गर्ने मानिस विवेकशील र क्षमतावान् हुनुपर्छ । समय र श्रोताको माग बढ्दै गएपछि रेडियोको प्रसारण अवधि बढाउनुपर्छ । श्रोताका चाहना र मागअनुसारका कार्यक्रम सञ्चालन गर्नका लागि जनशक्ति थप्दै जानुपर्छ । नियमित रूपमा उपकरण मर्मत सम्भार र नयाँ खरिद पनि गर्नुपर्छ । कर्मचारीलाई नियमित तलब, सुविधा, टेलिफोन तथा बिजुली महसुल, मसलन्द, भ्रमण वा यातायात खर्च धान्नुपर्छ । यसरी हुने खर्चहरू स्टेसनका नियमित खर्च हुन् । त्यसै गरी वर्षमा एकपल्ट नवीकरण शुल्क र रोयल्टी पनि तिर्नुपर्छ । यसबाहेक बैंक वा अन्य कुनै स्रोतबाट ऋण लिएको छ भने त्यसबापत तिर्नुपर्ने ब्याज पनि स्टेसनको खर्चमा नै पर्छ ।

व्यापारिक रेडियोमा स्टेसनलाई नाफामा लैजान सक्छ कि सक्दैन भन्ने सवाललाई केन्द्रविन्दुमा राखेर व्यवस्थापक नियुक्त गरिन्छ । सामुदायिक रेडियोको हकमा भने समुदायले नै रेडियोको अर्थतन्त्र धान्ने प्रभावकारी उपाय अपनाउन सक्ने समुदायभित्रकै मानिसलाई व्यवस्थापक बनाइएको हुन्छ । रेडियो सुरु गर्ने बेलामा मात्र समुदाय बाहिरबाट दक्ष र अनुभव भएका रेडियोकर्मीलाई व्यवस्थापनमा संलग्न गराइए पनि स्थानीय जनशक्तिलाई दक्ष बनाइसकेपछि उनीहरूको जिम्मेवारी सकिन्छ । सोलु एफएममा म स्वयं र रेडियो कर्णालीमा भरत भुसाल आदिको संलग्नता त्यहाँका जनशक्तिलाई सीपालु बनाउनका लागि मात्र थियो । समुदायकै आर्थिक सहयोगबाट रेडियो चलाउनुपर्छ भन्ने दृष्टिकोणबाट निर्देशित व्यवस्थापकलाई त्यति बेला चुनौती हुनथाल्छ जति बेला उसले स्टेसनमा हुने नियमित खर्च धान्न नै मुश्किल परिरहेको थाहा पाउँछ । सञ्चालन भएपछि नियमित रूपमा हुने

यस्तो खर्चको व्यवस्थापन गर्नु नै व्यवस्थापकको कडा चुनौती हुनथाल्छ । व्यापारिक रेडियोको हकमा नियमित रूपमा सङ्कलन हुने स्थानीय तथा राष्ट्रियस्तरका विज्ञापन महसुल र प्रायोजित वा साभेदारी कार्यक्रम प्रसारण शुल्कले यस्ता खर्च धानेको हुन्छ । तर व्यापारिक रेडियोको विज्ञापन तथा कार्यक्रम प्रायोजनलाई यसको प्रसारण क्षमता वा पहुँचले पनि प्रभाव पारेको हुन्छ । कुनै पनि विज्ञापनदाता वा प्रायोजक कम्पनीले रेडियो प्रसारण क्षेत्र र उसले सञ्चालन गर्ने कार्यक्रमबारे राम्ररी अध्ययन गरेपछि मात्रै विज्ञापन वा प्रायोजनका लागि तयार 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 ।^१ आर्थिक स्रोतको अभाव र व्यवस्थापकीय कमजोरीहरू सामुदायिक रेडियोले वर्षौंदेखि भोग्दै आएका चुनौतीहरू हुन् (अधिकारी २०५९: २८) । समयानुसारको बजार प्रतिस्पर्धा, श्रोताको रुचिमा आएको परिवर्तन, दक्ष रेडियोकर्मी र व्यवस्थापकीय सीपको अभाव, सीप भएकालाई संलग्न गराउन नसक्नु एफएमको आर्थिक अवस्था सुधार हुन नसक्ने महत्त्वपूर्ण कारण हुन् ।

कतिपय एफएम रेडियोले व्यवस्थापकीय सीपको अभावले हो वा जनशक्ति नभएर हो, लेखा प्रणालीलाई व्यवस्थित राख्न सकेका छैनन् । उदाहरणका लागि, नेपालगञ्जको रेडियो भेरी आवाज एफएममा इक्वेल एक्सेस नेपालको सहयोगमा निर्माण र प्रसारण भइरहेको कार्यक्रम *नयाँ नेपालको* प्रसारणवापत शुल्क भुक्तानीका लागि पठाउँदा व्यवस्थापनले झण्डै एक महिना प्रसारण भएका कार्यक्रमको सङ्ख्या र मिति पठाउन सकेन । यस विषयमा सो स्टेसनका तारा खनालसँग कुरा हुँदा रेडियोको लेखा प्रणाली व्यवस्थित नभएकोले यस्तो भएको भन्ने उत्तर पाइयो ।^२

एफएम रेडियोको बजार पहुँचका लागि अर्को महत्त्वपूर्ण पक्ष हो, प्रसारण क्षेत्र र त्यहाँको जनसङ्ख्या । कुन रेडियो स्टेसन कति जनाले सुन्छन् भन्ने

^१ इक्वेल एक्सेस नेपाल, एन्टेना फाउन्डेसन, कम्प्युनिकेशन कर्नर, प्रो-पब्लिक, जागरण मिडिया सेन्टर आदि सङ्घसंस्थाले विभिन्न विषयमा रेडियो कार्यक्रम बनाएर एफएम रेडियोमा पठाउने गरेका छन् । यसबापत स्टेसनले उपकरण, जनशक्ति तथा प्रसारण शुल्कसमेत पाउने गरेका छन् ।

^२ रेडियो भेरी आवाज एफएममा २०६३ जेठ १७ गते बुधवारदेखि सो कार्यक्रमको प्रसारण सुरु भएको थियो ।

सर्वेक्षण अहिलेसम्म वैज्ञानिक रूपमा कसैले पनि गरेको छैन ।^३ यसले गर्दा ठूला व्यापारिक गृहहरू अधिकांश एफएम रेडियोमा आफ्ना उत्पादनको विज्ञापन दिन हिचकिचाइरहेको अवस्था एकातिर छ भने केही ठाउँमा बाहेक स्थानीय बजार आफ्ना वस्तुको नियमित विज्ञापन गर्नसक्ने अवस्थामा छैन । तसर्थ व्यापारिक उद्देश्यले सञ्चालनमा आएका रेडियोहरू धेरैजसो आर्थिक घाटामा चलन बाध्य छन् ।

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 । यसैले हुनसक्छ, हिजोआज सामुदायिक रेडियोका व्यवस्थापकहरू आफ्नो क्षेत्रमा नयाँ र आफूभन्दा बढी क्षमताको रेडियो स्टेसन सञ्चालन हुन लागेको थाहा पाउनेवित्तिकै आत्तिने गरेका छन् ।^४ आर्थिक रूपमा बलियो बनाउने नाममा उनीहरूले स्थानीय विषयवस्तुको महत्त्वमा कमै ध्यान दिन थालेका छन् ।

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

^३ हाल इक्वेल एक्सेस नेपालको पहलमा ब्रोडकास्ट अडियन्स सर्वेक्षणको काम सुरु भइसकेको छ । उक्त संस्थामा यस कामको नेतृत्व गरिरहेका पवनप्रकाश उप्रेतीका अनुसार यो सर्वेक्षणले काठमाडौँ उपत्यकामा कान्तिपुर एफएम, रेडियो सगरमाथा र इमेज एफएमसहित सन् २००६ को जनवरी सम्ममा सञ्चालित उपत्यकाबाहिरका सबै एफएम स्टेसन र रेडियो नेपालका छ/ओटा मिडियम वेभ प्रसारण केन्द्रसहित ५१ ओटा स्टेसनलाई समेट्नेछ । सर्वेक्षण दुई किसिमको छ । एउटा, स्टेसनको प्रसारण क्षमताका आधारमा यसले समेट्ने प्रसारण क्षेत्र । अर्को, प्रश्नावलीका आधारमा गरिने श्रोता सर्वेक्षण । उप्रेतीका अनुसार नेपाली प्रसारणको सन्दर्भमा यो सर्वेक्षण अहिलेसम्मकै सबैभन्दा ठूलो र वैज्ञानिक सर्वेक्षण हुनेछ । यसले रेडियो स्टेसनको जनशक्तिलगायत सबै किसिमको क्षमता थाहा पाउन सहयोग गर्नेछ ।

^४ २०६३ साल भदौ २० गते रेडियो पालुङका शम्भु कार्कीसँगको कुराकानीमा आधारित ।

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

दाताकै सहयोगमा सञ्चालित सामुदायिक रेडियो सोलु एफएमले त सुरुदेखि नै महँगो सुविधा दिएर स्टेसन प्रबन्धकलगायत अन्य कर्मचारी भर्ना गरेको थियो । यसबाहेक त्यहाँ रेडियोकर्मीका लागि दर्शनभत्ता, भ्रमणभत्ता, जीवन बीमा आदिको व्यवस्था छ । सुरुदेखि नै अत्यन्त सुविधाजनक ढङ्गले काम गरिरहेका यहाँका रेडियोकर्मीहरू दाताले हात भिकेका दिन अहिले पाइरहेका यावत सुविधाहरू यसरी नै पाइरहलान् ? यदि नपाएको अवस्थामा उनीहरूले के गर्लान् ? रेडियो सञ्चालनमा यसले कस्तो प्रभाव पार्ला ? दाताको सहयोगले चलिरहेका अरू रेडियोहरू समुदायले आफ्नै खर्च र प्रयासमा सञ्चालन गर्नुपन्थो भन्ने अहिलेकै अवस्थामा रहन्छन् कि रहँदैनन्, सोच्नुपर्ने देखिन्छ । यसबाहेक स्थानीय रेडियोलाई सरकारी निकाय, गैर सरकारी संस्था र सानातिना व्यापारिक गृहले सूचना, जानकारी, सन्देश वा विज्ञापन प्रसारणवापत केही पैसा दिने गरेका छन् । तर यो पैसा स्टेसनको खर्चको तुलनामा ज्यादै न्यून हुन्छ । त्यसैले स्टेसन व्यवस्थापकले नियमित रूपमा हुने खर्च धान्दैमा लगानीकर्ताको नाफाको आशा पूरा गर्न सक्दैन । समुदायबाटै रेडियोको स्थायित्व उसका लागि चुनौतीपूर्ण हुन्छ ।

दक्ष र अनुभवी रेडियो व्यवस्थापकको अभाव

उपत्यकाबाहिर सञ्चालित केही स्टेसनबाहेक सबैमा दक्ष रेडियोकर्मीको अभाव छ । स्थानीय युवाले सञ्चारमाध्यममा आफ्नो दक्षता बढाउनका लागि रेडियोलाई उपयोग गरिरहेका छन् । उनीहरू त्यहाँबाट धेरै कुरा सिक्छन् अनि अन्यत्र जान्छन् जहाँ उनीहरूलाई आफ्नो भविष्य सुरक्षित हुन्छ भन्ने लाग्छ । महत्वाकाङ्क्षा र सिकाइका विभिन्न अवसरको खोजीले पनि तालिमप्राप्त र दक्ष रेडियोकर्मीहरू रेडियोबाट बाहिरिन्छन् । यसको एक उदाहरण म आफैँ हुँ । सप्तकोशी एफएममा काम गर्ने अन्य सहकर्मीहरू किशोर थुलुङ, इच्छा सापकोटा, जसकुमार राई तथा अर्जुन उप्रेतीले पालैपालो रेडियो स्टेसन छोड्नुको पछाडि यस्तै कारणहरू बलिया रहेका छन् । यीमध्ये किशोर थुलुङ र इच्छा सापकोटाबाहेक अन्य व्यक्तिहरू अहिले पनि रेडियो तथा अन्य सञ्चारमाध्यममा क्रियाशील छन् । उनीहरूका विचारमा अहिले गरिरहेको काम तुलनात्मक रूपमा पहिलेको भन्दा सन्तुष्टिदायक छ ।

दक्षताको कुरा गर्नेवित्तिकै रेडियोसँग सम्बन्धित प्राविधिक ज्ञान र सीपको कुरा आउँछ। काम थाल्नुअगाडि सम्बन्धित विषयमा आधारभूत ज्ञान चाहिन्छ। यस्तो ज्ञान दक्ष र अनुभवी सङ्घसंस्थाले दिन सक्छन्। तर हामीकहाँ यस्तो तालिमलाई विभिन्न सङ्घसंस्थाले पैसा कमाउने मौकाको रूपमा प्रयोग गर्ने गरेका उदाहरण प्रशस्तै भेटिन्छन्। तालिमको गुणस्तरभन्दा एफएम प्रसारणको लोकप्रियतालाई बेचेर कहिल्यै नामै नसुनेका र यो क्षेत्रमा अनुभवै नभएका संस्था र व्यक्तिहरूले उद्घोषण तथा रेडियो प्रविधि र कार्यक्रम उत्पादन तालिम चलाएको भेटिन्छ।

२०५८ सालमा इटहरीमा सप्तकोशी एफएम रेडियो सुरु हुनेवित्तिकै स्थानीय मदानी समूह भन्ने संस्थाले उद्घोषण तालिमको आयोजना गर्‍यो। कान्तिपुर तथा कोशी एफएमका लोकप्रिय प्रस्तोताको प्रस्तुतिबाट लोभिएका स्थानीय युवाहरू तालिम लिन ओइरिए। भण्डै ८० जनाले तालिम लिए। एक महिना सञ्चालित त्यो तालिम लिएकामध्ये तीन चारजनाले बाहेक अरू स्थानीय रेडियोमा स्थापित हुन सकेनन्।^५ पूर्वाञ्चलबाहेक अन्यत्र पनि यसखालका उदाहरणहरू भेटिन्छन्। रेडियो प्रभावकारिता र महत्त्व नबुझेका तालिम आयोजक, पैसाका लागि हचुवाका भरमा तालिम दिने प्रशिक्षक तथा वास्तविकताको गहिराइसम्म नपुगी जस्तो पायो त्यस्तो तालिम लिन चाहने युवाको महत्त्वाकाङ्क्षाले यस्तो भएको हो। यस्तै जनशक्ति संलग्न भएको रेडियो स्टेसनले राम्रा कार्यक्रम दिन नसक्दा त्यसको ठाडो असर व्यवस्थापकले भोग्नुपर्छ। तालिम नलिएकाभन्दा लिएकालाई प्राथमिकता दिनुपर्ने बाध्यताले पनि यस्तो हुन्छ।

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 बुझेको, बजार अर्थशास्त्रको पनि ज्ञान भएको मानिस व्यवस्थापनमा खरो उत्त्रन सक्छ।

त्यस्तै सामुदायिक रेडियोको दक्ष र अनुभवी व्यवस्थापक नाफामूलक रेडियो स्टेसनमा टिक्न मुश्किल पर्छ। कागजी रूपमा जतिसुकै प्रस्ट र दूरदर्शी कार्यनीति र योजना बनाए पनि नाफामूलक संस्थामा काम गरेका व्यवस्थापकहरू सेवामुखी

^५ सप्तकोशी एफएममा रहँदाको मेरो आफ्नै अनुभव र भोगाइ।

रेडियोमा टिकिरहन गाह्रो पर्छ। मेरो विचारमा सामुदायिक रेडियो र व्यापारिक रेडियो सञ्चालनको उद्देश्यमा हुने फरक नै यसको महत्वपूर्ण कारण हो। सामुदायिक रेडियोकर्मीहरू यस्ता केही मान्यताबाट निर्देशित हुने गर्छन् जसभित्र— सामुदायिक रेडियोका व्यवस्थापक सेवामुखी हुनुपर्छ, व्यापारिक प्रयोजनका उत्पादनहरू मानिसको स्वास्थ्यलाई ख्याल राखि तयार पारिएका नहुने भएकाले यस्ता वस्तुलाई सार्वजनिक मिडियाबाट बढाइचढाइ गरेर प्रचार गर्नुहुँदैन; मानिसलाई गलत र भ्रामक शिक्षा दिने सामग्रीको प्रचार गर्नुहुँदैन; समुदायको चेतनास्तर उकास्ने सार्वजनिक महत्वका 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। जे जसरी हुन्छ नाफा कमाउनु व्यापारिक रेडियोको एकमात्र लक्ष्य हुन्छ। यसका लागि उसले ठूलठूला व्यापारिक तथा औद्योगिक समूहका जस्तासुकै उत्पादनहरूको प्रचारप्रसार गर्छ। तर जनस्वास्थ्यमा प्रतिकूल प्रभाव पार्ने वस्तुको विज्ञापन तथा प्रचारका लागि अधिकांश सामुदायिक रेडियो राजी छैनन्। भइहाले पनि उनीहरूले निश्चित प्रक्रिया निर्धारण गरेका हुन्छन्। सामुदायिक रेडियोका कार्यक्रमहरूमा यस्ता वस्तुको गुणस्तरबारे बहस हुन्छ। केही खराबी देखिएमा त्यसबाट समुदायलाई सचेत बनाउन विभिन्न प्रयास गरिन्छ। व्यापारिक रेडियोमा भने रेडियोकर्मीले विज्ञापनको शैलीमा हरेक वस्तुको प्रचारप्रसार गरिरहेका हुन्छन्। सामुदायिक रेडियो र व्यापारिक रेडियोको बीचमा स्वार्थगत भिन्नताले यस्तो भएको हो।

काममा 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 कार्य सम्पादन 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। म संलग्न सोलु एफएमको उदाहरण प्रस्तुत गर्नु यहाँ सान्दर्भिक हुने ठानेको छु।^६ त्यहाँ कार्यरत सबै कर्मचारीहरू रेडियो सञ्चालक संस्थाको कार्य समितिको निर्णयअनुसार नियुक्त हुन्थे। संस्थाको कार्य सम्पादन नियमावलीअनुसार कर्मचारीको छनोट वा नियुक्ति प्रक्रियामा स्टेसन प्रबन्धकको उपस्थिति अनिवार्य हुन्छ। उपस्थिति हुन नसके पनि उसको राय लिनुपर्छ। तर त्यहाँ रेडियोसम्बन्धी महत्त्वपूर्ण निर्णय गर्दा स्टेसन प्रबन्धकलाई बोलाईदैनथ्यो। तर स्टेसन प्रबन्धकले हरेक तीनतीन महिनामा बुझाउनुपर्ने प्रतिवेदनमा त्यो अवधिमा भएका सबै महत्त्वपूर्ण निर्णयहरू आफ्नो सहभागिता र निर्णयको आधारमा भएको हो भन्ने आशय हुनुपर्थ्यो।

अत्यावश्यक मसलन्द र गीतसङ्गीत खरिदसम्बन्धी कामका लागि पनि सञ्चालक समितिको निर्णय पर्खनुपर्छ। भन्नका लागि ऊसँग सबै अधिकार हुन्छ तर कामको सवालमा माग फारम बोकेर अध्यक्ष वा प्रबन्ध निर्देशकको टेबुलमा नगाएसम्म भनेको सामान आइपुग्दैन। रेडियो सञ्चालन गर्न अनुमति पाएकै संस्थाका मानिसले स्टेसन व्यवस्थापन चलाउँदा 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 शङ्काको घेरामा राख्ने र काम गर्न नदिने प्रवृत्ति प्रायः रेडियोमा दोहोरिने दृश्य हुन्।

कागजी नीति जतिसुकै प्रस्ट भए पनि संस्थाको गुटबन्दी र आन्तरिक भैभैगडाको 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 संस्थसँग कार्यक्रमका लागि सहकार्य हुँदैछ ? कस्तो प्रकृतिको कार्यक्रम सञ्चालनका लागि सहमत हुन लागेको हो भन्ने कुरा पनि स्टेसन प्रबन्धकलाई जानकारी नदिने चलन कतिपय रेडियो स्टेसनमा विद्यमान छ। कतै भने स्टेसन व्यवस्थापकले

^६ यो उदाहरणमार्फत व्यक्ति वा संस्थाको कार्यशैलीलाई टीकाटिप्पणी गर्नुभन्दा पनि कामको तालमेल नभन्दा हुने परिणामतर्फ सङ्केत मात्र गर्न खोजिएको हो।

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 । नेपालका प्रायः स्टेसनमा दोहोरिरहने व्यवस्थापक फेरबदलको पछाडिका गुट्य कारणलाई समाधान नगरेसम्म यो सधैं समस्याको रूपमा रहिरहनेछ । हरेक नयाँ मानिसका लागि रेडियो स्टेसन सीप सिक्ने प्रयोगशाला जस्तो मात्र हुनेछ ।

कार्यनीतिक तथा रणनीतिक योजनाको अभाव

व्यवस्थापनमा चुनौतीको कुरा गर्दा अर्को महत्त्वपूर्ण सवाल हो स्थानीय रेडियोमा कार्यनीतिक योजना तथा नीतिको अभाव । रेडियो स्टेसन किन स्थापना भयो ? यसले हासिल गर्न खोजेको उपलब्धि के हो ? यस्तो उपलब्धि कहिलेसम्म हासिल गरिसक्ने ? यसका लागि के के कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने ? आदि विषयमा सञ्चालक, व्यवस्थापक र संलग्न रेडियोकर्मीले ध्यान दिएको पाइँदैन । आफूसँग पर्याप्त ज्ञान नभएर हो अथवा साधन स्रोतको अभावमा हो, यस कामका लागि रेडियो सञ्चालक वा व्यवस्थापकहरू प्रस्ट छैनन् । सोलु एफएम प्रसारण हुनुभन्दा छ महिना अगाडिदेखि म त्यो रेडियोको व्यवस्थापक भए पनि रणनीतिक योजना बनाउने विषयमा मेरो ध्यान गएन । यसका लागि म आफैँ जान्ने थिइँनँ । त्यो बेला जुम्लाको रेडियो कर्णालीवाहेक अन्य एफएमसँग पनि यस प्रकारका दस्तावेज थिएनन् जसबाट केही सिक्न सकियोस् ।

रेडियोको रणनीतिक योजनाका सवालमा अहिले 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 २०६९) । केन्द्रका रघु मैनालीका अनुसार यो निर्देशिकाले कसरी रणनीतिक योजना बनाउने भनेर सिकाउँछ । यसैलाई पढेर आफ्नो स्टेसनको रणनीतिक योजना बनाउन सकिन्छ । रेडियो कर्णालीबाट सुरु भएको यो प्रयास अहिले व्यवस्थित हुने चरणमा छ । यदि सबै रेडियो स्टेसनहरूले आफ्नो रणनीतिक योजना तयार पारेर लागू गर्ने हो भने अहिलेको जस्तो अन्योल कम हुन्छ र व्यवस्थापकलाई काम गर्न सजिलो हुन्छ ।

रेडियोकर्मीको असुरक्षित भविष्य

एकातिर दक्ष रेडियोकर्मीहरूको कमी छ । भएका पनि सधैं एउटै स्टेसनमा बस्दैनन् । अर्कोतिर अनुभवी र व्यवसायिक तालिम दिने संस्थामा सिकेर आएका

मानिसलाई स्थानीय रेडियोले सधैंका लागि उपयोग गर्न सकेको छैन । दक्ष मानिसले आफ्नो सीप र योग्यताअनुसारको पारिश्रमिक खोज्नु स्वाभाविक हुन्छ । तर व्यवस्थापकलाई रेडियोकर्मीको यो चाहना पूरा गर्न मुश्किल पर्छ । जागिरको सुरक्षा तथा यससँग जोडिएका विभिन्न कारणले गर्दा दक्षता भएका रेडियोकर्मीहरू रेडियोमा काम गरिरहँदाको अवस्थामा पनि अन्य आकर्षक र सुरक्षित विकल्प खोजिरहेका हुन्छन् । कुनैकुनै रेडियोले त्यहाँ काम गर्नेहरूका लागि आकर्षक तलब, सञ्चय कोष, तालिम तथा अन्य सुविधा उपलब्ध गराएको छ ।

हाल सप्तकोशी एफएम इटहरीले यस्तो सुविधा दिन थालेको छ ।^१ तर अधिकांशको अवस्था यस्तो छैन । स्टेसनहरू न त पाइआएको तलब समयअनुसार बढाउन सक्छन् न त कर्मचारीको लागि अन्य सुविधा दिन नै । सप्तकोशी एफएममा २०५८ सालमा काम थाल्दा मेरो तलब पाँच हजार थियो । त्यसको केही अवधिपछि मेरो पद पनि बढ्यो र तलब पनि एक हजार थियो । तर त्यसपछि कहिल्यै तलब बढेन । बढाउने माग गर्दा रेडियो घाटामा चलेको छ भन्ने जवाफ आउँथ्यो । कर्मचारीका लागि सञ्चयकोष वा कर्मचारी कल्याण कोष जस्ता कुराहरू व्यवस्थापनले सुन्थ्यो तर लागू गर्न सक्दैनथ्यो । नाम र इज्जत हुँदाहुँदै पनि गरिरहेको काम छोडेर एक्कासी सोलुखुम्बु जानुको पछाडि एउटै कारण थियो प्रस्तावित आर्थिक उत्प्रेरणा । रेडियोमा काम गर्ने अधिकांशको अवस्था मेरोभन्दा फरक हुनसक्छ भन्ने कुरामा म अहिले पनि कमै विश्वस्त छु । नैतिकताको आधारमा यस्तो प्रवृत्ति गलत हुनसक्छ तर मानवीय चाहना र आकाङ्क्षाले गर्दा व्यवस्थापकले जहिले पनि केही राम्रो हुन थालेपछि कर्मचारीबाट धोका पाउँदै आएका छन् ।

तलबलगायत अन्य सेवा सुविधाका हकमा सामुदायिक र व्यापारिक रेडियोको बीचमा अवश्य फरक छ । सामुदायिक रेडियोमा काम गर्ने रेडियोकर्मीले थोरै तलब वा आर्थिक सुविधामा धेरै काम गर्नुपर्छ । उनीहरूले गर्ने काम सजिलो पनि हुँदैन । सार्वजनिक सरोकारका महत्त्वपूर्ण विषयमा लामो खोज तथा अनुसन्धान गरेपछि मात्र एउटा कार्यक्रम तयार हुन्छ । यसका लागि धेरै समय लाग्छ । श्रम र मेहनत बढी गर्नुपर्छ । यसमा लागेको समय, श्रम र मेहनतको तुलनामा यसबाट प्राप्त प्रतिफल थोरै हुन्छ । तर व्यापारिक रेडियोमा यस्तो हुँदैन । रेडियोकर्मीहरू बढी मात्रामा स्टुडियोमा आधारित कार्यक्रममा संलग्न हुन्छन् । उनीहरूले समुदायमा गएर समुदायका लागि चाहिने महत्त्वपूर्ण सूचना सङ्कलन,

^१ २०६३ भदौ २१ मा सप्तकोशी एफएमका चन्द्र न्यौपानेसँग गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

प्रशोधन तथा प्रसारणका लागि मनगो समय खर्चिनु पर्दैन । श्रम र मेहनत पनि कम लाग्छ । उनीहरूले महत्वपूर्ण विषयवस्तुलाई पनि हल्का रूपमा प्रसारण गरिदिन्छन् । तर सुविधाको कुरा गर्ने हो भने व्यापारिक रेडियोका सञ्चारकर्मीले नै बढी सुविधा पाएका हुन्छन् ।

अब यहाँनेर प्रश्न उठ्छ सामुदायिक रेडियोमा तलबलगायत अन्य सुविधा खोज्न मिल्छ ? व्यापारिकमा जस्तै अन्य सेवा सुविधा खोजेर हुन्छ ? पक्कै पनि यी प्रश्नको पछाडि केही जायज तर्क होलान् । तर यस्ता प्रश्न गर्नेहरूलाई मेरो प्रतिप्रश्न छ, के तपाईं आफूले यो काम कुनै आर्थिक सुविधाविना गर्न सक्नुहुन्छ ? तपाईं विहानदेखि बेलुकासम्म खट्दा पनि सधैं आर्थिक समस्याले पिरोलितुपर्छ भने तपाईंले राम्ररी काम गर्न सक्नुहुन्छ ? व्यक्तिगत क्षमता विकास तथा समय अनुकूल आफूलाई परिवर्तन गर्न पनि पैसा चाहिन्छ । तर हामीकहाँ अहिले पनि स्वयंसेवा भन्नेवित्तिकै पैसाविना गरिने कामलाई बुझिन्छ । अनि भनिन्छ, सामुदायिक रेडियो त स्वयंसेवी भावनाले चलाउनुपर्छ । तर हरेक मानिससँग आ-आफ्ना भावना, चाहना, इच्छा, आकाङ्क्षा वा महत्वाकाङ्क्षा जे भनौं ती सबै हुन्छन् । तिनलाई दबाएर सधैं स्वयंसेवा नै गरिरहनुपर्छ भन्ने आग्रह कदापि मनासिब हुन सक्दैन ।

आर्थिकबाहेक अर्को चुनौती हो असुरक्षित भविष्य । अहिले पनि धेरै रेडियोले आफूलाई चित्त नबुझेका दिन त्यहाँ कार्यरत रेडियोकर्मीलाई निकाल्न सक्छन् । उनीहरूलाई तल्लो दर्जाको व्यवहार गरिन्छ । एकातिर खान लाउन पुग्ने तलब दिँदैनन्, दिइहाले पनि पाँच-छ महिनासम्म दिन नसक्ने हालतमा हुन्छन् । त्यसको सङ्गठित विरोध भएपछि विभिन्न हथकण्डा अपनाएर विरोध गर्ने रेडियोकर्मीलाई स्टेसनबाट विदा दिन्छन् । यसबाहेक लामो समयसम्म काम गर्दा पनि विदा, उपचार खर्च, दुर्घटना वा जीवन विमा, भ्रमणभत्ता, दशैंभत्ता, स्थायित्व, सञ्चयकोष वा कर्मचारी कल्याणकोष आदिको व्यवस्था नहुनुले रेडियोमा काम गर्ने कर्मचारीले आफ्नो भविष्य असुरक्षित देख्नु अस्वाभाविक भएन । व्यवस्थापक लगानीकर्ता वा समुदायभन्दा बाहिरको मानिस छ भने उसका पनि अपेक्षा यस्तै हुन्छन् । उसले कर्मचारीको यस्तो चाहना वा भावना बुझ्न सक्छ तर घाटामा स्टेसन चलाएर सुविधा दिन सक्दैन ।

प्रसारणसम्बन्धी कानून तथा नीति र स्थानीय सरकारी रवैया

प्रसारणसम्बन्धी कानूनको कुरा गर्दा राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ र राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली २०५२ नै ठूलो उपलब्धि हो । तर नियमावलीमा देखिएका कमजोरीका कारण विगतमा रेडियोले धेरै हैरानी व्यहोर्नुपयो । यद्यपि यही ऐन

र नियमावलीमा टेकेर निजी क्षेत्रले चलाएका रेडियोको सङ्ख्या दिनदिनै बढ्दैछ । रेडियोले ब्यहोर्ने हैरानीको सबैभन्दा ठूलो मार स्टेसन व्यवस्थापकले भोग्नुपर्छ । २०५७ साल पुस १८ र माघ २ को सरकारी निर्णयले भर्खरभर्खर समाचार प्रसारण थालेका एफएम रेडियोको घाँटी निमोठ्न खोजे पनि त्यसको प्रत्यक्ष असर भोग्ने एफएम रेडियोहरू त्यस बेला कमै थिए । २०५८ साउन ११ गतेको सर्वोच्च अदालतको फैसलाले सरकारको त्यो निर्णयलाई बदर त गरायो तर व्यवहारमा त्यस्तो अनुभव गर्न पाइएन ।^५

सर्वोच्च अदालतले ती प्रावधान बदर गरिदिए पनि कार्यक्रम निर्धारण समितिमा मन्त्रालयले प्रतिनिधि तोक्ने कार्यलाई रोकेन । रेडियो प्रसारणको नियमित अनुगमन, मूल्याङ्कन, समयअनुसार आवश्यक सहयोग, सरसल्लाह र निर्देशनका लागि सरकारले प्रमुख जिल्ला अधिकारी वा जिल्ला हुलाक अधिकृतलाई जिम्मा दिँदो रहेछ । तर यो जिम्मेवारी पाएको स्थानीय अधिकारी सहयोगीभन्दा पनि हतोत्साही गर्ने किसिमको मैले पाएँ । सोलुखुम्बुका एउटा उदाहरण दिउँ, २०६१ साल कात्तिक मङ्सिरतिरको कुरा हो । सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले कार्यक्रम निर्धारण समितिमा जिल्ला हुलाक अधिकृतलाई समावेश गर्नुपर्ने आशयको पत्र सोलु एफएमलाई पठायो । जिल्ला हुलाक अधिकृतलाई छिटो पुगे पनि एफएम स्टेसनमा त्यो पत्र केही ढिलो पुग्यो । ती अधिकृतले मलाई बोलाए र पत्रको आशय बताउँदै यसलाई छिटोभन्दा छिटो कार्यान्वयन गर्ने निर्देशन दिए । तर एफएम प्रसारणमा समाचार प्रतिबन्धविरुद्ध २०५८ साल साउन ११ गतेको सर्वोच्च अदालतको फैसलालाई आधार मानेर हामीले वास्ता गरेनौं ।

^५ तत्कालीन सरकारले २०५७ साल पुस १८ गते र माघ २ गतेको मन्त्रीस्तरीय निर्णयबाट चारओटा सर्त उल्लेख गरेर एफएम स्टेसनका नाममा पत्र लेखेको थियो । कार्यक्रम निर्धारण समितिमा मन्त्रालयले तोकेको आधिकारिक प्रतिनिधिसहित तीन जनाको बोर्ड राख्ने, इजाजतपत्रमा तोकिएको सूचनामूलक कार्यक्रमको हकमा शिक्षा, स्वास्थ्य, कृषि, उद्योग आदि कार्यक्रमहरू मात्र प्रसारण गर्न पाइने; राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा भए/गरेका महत्त्वपूर्ण गतिविधिहरू प्रसारण गर्नुपर्दा प्रसारण अवधिभित्र कुनै निश्चित समयको कितान गरी वा नगरी आफैले समाचार सङ्कलन गरी आफ्नै स्रोतका आधारमा प्रसारण गर्न नपाइने । र, राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली, २०५२ को नियम ११(१) बमोजिम सरकारलाई बुझाउनुपर्ने रोयल्टीवापतको रकम हरेक वर्षको असर मसान्तसम्म संस्थाले गरेको कूल आम्दानीको विवरणसहित आर्थिक वर्ष समाप्त भएको ३५ दिनभित्र बुझाउनुपर्ने जस्ता चारओटा सर्तहरू पत्रमा उल्लेख गरिएका थिए । त्यसविरुद्ध अधिवक्ताद्वय माधवकुमार बस्नेत र सुदीप पौडेलले सर्वोच्च अदालतमा रिट दायर गरेका थिए । सो रिटउपर न्यायधीशहरू लक्ष्मणप्रसाद अर्याल, केदारनाथ उपाध्याय र टोपबहादुर सिंहको इजलासले अधिल्ला तीनओटा सर्तहरूलाई उत्प्रेषणको आदेशद्वारा बदर गरेको थियो । यससम्बन्धी विस्तृत जानकारीका लागि हुमागाई (२०६२) हेर्नुहोस् ।

ती जिल्ला हुलाक अधिकृतले फेरि पनि कुरा उठाए । यसपटक उनको भाषा पनि अलिक फरक थियो । उनले स्टेसनका हरेक कर्मचारीलाई बोलाउँदै फलानाले किन यसो नगरेको भनेर धम्की दिइरहे । कार्यक्रम निर्धारण बोर्डमा चयन गरिसकेपछि पनि उनी कहिल्यै बैठकमा आएनन् । तर जहिले पनि मैले सही गरिनाँ भने तपाईंको लाइसेन्स खारेजी हुन्छ, त्यसैले विशेष चलाख हुनुहोला भनी हामीलाई सधैं हतोत्साही बनाउँथे र सरकारी गुणगान गाउन प्रेरित गरिरहन्थे । बोर्डमा भएका छलफलहरूको माइन्ट बोकेर सही गराउन हुलाक कार्यालय जानुपर्थ्यो ।

अर्को उदाहरण २०६१ माघ १९ पछिको हो । एकदिन सोलुखुम्बुका प्रमुख जिल्ला अधिकारीले मलाई उनकै कार्यक्षमा बोलाए । सञ्चार मन्त्रालयको पत्र देखाए र आइन्दा गीतवाहेक केही नबजाउनु भन्ने निर्देशन दिए । हामीले माघ १९ देखि नै गीत मात्र बजाइरहेका थियौं । उनले निर्देशन दिइरहँदा कुनै कार्यालयका कर्मचारीले नाटक त बजाउन हुन्छ होला नि ? भनेर सोध्दा सिडिओले भने “गीत गाएर बोल्ने हो भने पाइन्छ, नत्र पाइँदैन ।” सुरुमा यसो भन्ने प्रमुख जिल्ला अधिकारी त्यसपछिका दिनमा भने सहयोगी भएर निस्केका थिए ।

कानून व्यवहारमा तालमेल नमिलेको तर व्यवस्थापनले भोगिरहेको अर्को पाटो हो, नियमित प्रसारणका लागि मन्त्रालयका प्रतिनिधिको उपस्थिति । भौगोलिक रूपमा सहज पहुँच नभएका क्षेत्रका स्टेसनहरूमा यो समस्या टड्कारो रहेको छ । स्टेसनमा उपकरणहरू जडान भएर त्यसको जाँच सकिएपछि परीक्षण प्रसारण गरिन्छ । सबै किसिमको तयारी पूरा भएपछि परीक्षण प्रसारणका लागि सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयमा निवेदन दिनुपर्छ । तर मन्त्रालयका कर्मचारीहरू निवेदन दिएको हप्तौँपछि मात्र स्टेसनमा जान्छन् । त्यो पनि विभिन्न सर्तहरूसहित । यस्तै एउटा उदाहरण, सोलु एफएमले २०६१ साल साउनको अन्ततिर परीक्षण प्रसारणको लागि गर्नुपर्ने जति तयारी पूरा गर्‍यो । प्रक्रिया पूरा गरेर मन्त्रालयमा निवेदन दियो । तर भदौ ११ गतेमात्र मन्त्रालयका प्रतिनिधि केशव पण्डित सोलु एफएम पुगेर परीक्षण प्रसारणको लागि अनुमति दिए । औपचारिक प्रसारण थाल्न पनि मन्त्रालयको स्वीकृति चाहिन्छ । पूर्ण तयार भएर निवेदन दिएको लामो समयपछि मात्र मन्त्रालयले अनुमति दिने भएकोले पनि कहिलेकाहीं गीतै मात्र बजाएर लामो समयसम्म बस्नुपर्ने हुन्छ । बुलबुले एफएम वीरेन्द्रनगर सुर्खेतका डिल्ली बिसीका अनुसार २०६२ साल पुस २९ गतेदेखि यो रेडियोको प्रविधि परीक्षण प्रसारण सुरु भयो । २०६३ साल जेठ ४ गतेदेखि नियमित प्रसारण सुरु भयो । तर सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयका प्राविधिकले २०६३ सालको दशैंअगाडि

मात्र स्टेसनको निरीक्षण गरे। बारम्बार आग्रह गर्दा पनि प्राविधिक नगएपछि जबर्जस्ती प्रसारण सुरु भएको हो। बीसीका अनुसार मन्त्रालयका प्रतिनिधिदेखि दुई जनालाई लिएर जानुपर्ने सर्त राखेकाले यस्तो ढिलाइ भएको थियो।

वर्षेनी नवीकरण शुल्क र आम्दानीको चार प्रतिशत रोयल्टी तिर्न पनि चुनौती हुन्छ। मैले काम गरेको सप्तकोशी एफएम, इटहरीले २०५९ सालमा ऋण काठेर नवीकरण शुल्क र कर्मचारीलाई दिन ठीक्क पारिएको तीन/चार महिनाको तलबवाट रोयल्टी तिरेको थियो। २०६३ साल असोजसम्म विद्यमान नियमअनुसार एक सय वाटको ट्रान्समिटर क्षमता भएको रेडियोले नवीकरण शुल्कवापत वार्षिक ५५ हजार (भ्याटसहित) सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयमा बुझाउनुपर्छ (श्री ५ को सरकार २०५५)। एकै चोटि ५५ हजार बुझाउनु भनेको त्यो महिनाको मात्र हैन अरू दुईचार महिनाको बिजुली, टेलिफोन महसुल तथा कर्मचारीको तलब वा अन्य सुविधा कटाउनु हो। यसले गर्दा अरू दुईतीन महिनासम्म यो खर्चलाई व्यवस्थित गर्न सकिँदैन।

सहज र असहज दुवै परिस्थितिमा सरकारी कर्मचारीहरू स्थानीय सञ्चारमाध्यम र सञ्चारकर्मीप्रति धेरैजसो नकारात्मक हुने गरेका उदाहरण म स्वयंले सोलुमा काम गर्दा भोगेको छु। कहिलेकाहीं सार्वजनिक महत्त्वका कतिपय विषय रेडियोले कोट्ट्याएमा त्यसलाई हौसला हैन, हतोत्साही गर्न रेडियो सञ्चालक समिति तथा व्यवस्थापकलाई समेत उनीहरूले प्रयोग गर्न खोज्छन्। कतिपय हुन्छ भने सार्वजनिक सरोकारको कुनै पनि विषयमा जिल्लाका सम्बन्धित निकायका मानिससँग कुराकानी गर्नका लागि रेडियोकर्मीलाई सञ्चालक समिति अध्यक्ष वा स्टेसन प्रबन्धकको सिफारिस वा चिठी चाहिन्छ। पहिलो कुरा सरकारी प्रशासक वा कर्मचारी स्थानीय सञ्चारकर्मीलाई चिन्न खोज्दैनन् र चिनेपछि पनि महत्त्वपूर्ण सूचना दिन चाहँदैनन्। उल्टो निर्देशनको शैलीमा कुनै कुरा निःशुल्क प्रसारणको लागि कार्यालयको लेटर हेडमा लेखेर पठाउँछन्। विभिन्न सरकारी सूचनाहरू ठाडो आदेशको शैलीमा कार्यालयको लेटरप्याडमा लेखेर पठाइन्छ। जिल्ला प्रशासन कार्यालयले विभिन्न अवस्थामा जारी गर्ने कर्पू, जिल्ला प्रहरी तथा सेनाले गर्ने सार्वजनिक सरोकारका विभिन्न कार्यक्रम र अन्य सरकारी कार्यालयका सूचनाहरू यस कोटिमा पर्छे।

समाचार र छत्रपाको प्रभाव

नेपालमा एफएम रेडियोका लोकप्रियताको पछाडि समाचारले ठूलो भूमिका खेलेको छ। त्यसो त केही व्यक्ति र सस्थाहरू यसको विरुद्धमा नभएका हैनन्। राजाको

सरकार त एफएम रेडियोमा समाचार बन्द गराउन हात धोरै लागेको कुरा कसैबाट छिपेको छैन (दुङ्गेल २०६२)। स्थानीय रेडियोले आफै तयार पार्ने खालका हुन् वा काठमाडौँस्थित कम्प्युनिकेशन कर्नर र अन्य ठाउँबाट विभिन्न प्रविधिको सहायतामा एफएम रेडियोसम्म पुग्ने समाचार, यसको लोकप्रियताले एफएमको आर्थिक पक्षलाई केही भए पनि सहयोग गरेको छ। तर यो लोकप्रियताको पछाडि छापाले पनि भूमिका खेलेको छ। जे जस्ता नाम दिएर बजाए पनि हरेक रेडियोले एकाबिहानै बजाउने समाचारको मुख्य स्रोत त्यस दिनका छापामा प्रकाशित ताजा समाचार हुने गरेका छन्। एफएम रेडियोले आफै तयार पार्ने समाचारमा पनि छापाको प्रभाव भेटिन्छ।

स्थानीय एफएमले विभिन्न जिल्लाबाट समाचार सङ्कलन गरेर बजाउने गरे पनि यी समाचार पठाउने सञ्चारकर्मीहरू काठमाडौँबाट प्रकाशित दैनिक पत्रिकामा संलग्न हुन्छन्। रेडियो र छापाको समाचार लेखनशैली फरक हुन्छ। तर पनि एफएम समाचार अहिलेसम्म छापामुक्त हुन सकेको छैन। अन्य माध्यममा संलग्न पत्रकारकै भरमा पर्दा समाचारकै कारण कहिलेकाहीं एफएम व्यवस्थापनले अनावश्यक दुःख र हैरानी व्यहोर्नुपरेको छ।

सप्तकोशी एफएम इटहरीको एउटा उदाहरण दिन सकिन्छ। त्यहाँ रेडियो सञ्चालन भएको धेरै भएको थिएन। २०५८ सालको कुरा हो, कोशीटप्पु वन्यजन्तु आरक्षमा खर काटिरहेका सुनसरीका एक व्यक्तिलाई बँदेलले टोकेर मृत्यु भएको समाचार आयो। समाचार एक राष्ट्रिय दैनिक नेपाल समाचारपत्रमा कार्यरत पत्रकारले पठाएका थिए। उनी सप्तकोशी एफएमको समाचार शाखामा पनि कार्यरत थिए। त्यो समाचार रेडियोको बेलुकी र बिहानी दुवै सेवामा महत्त्वका साथ प्रसारण भयो। उनी संलग्न राष्ट्रिय दैनिकमा पनि त्यो समाचार छापियो। समाचार प्रसारण भएको भोलिपल्ट बिहानै एकहुल मानिसहरू एफएम स्टेसनमा आए। सबैजना रिसाएका जस्ता देखिन्थे। उनीहरूसँग निकै गरमागरम शैलीमा कुराकानी भयो। अन्त्यमा रेडियोको तर्फबाट मैले माफी मागेपछि उनीहरू त्यहाँबाट गए। किनभने त्यो समाचार भुटो रहेछ। यसलाई प्रमाणित गर्नका लागि उनीहरूले मलाई अघिल्लो दिन बँदेलले टोकेर मृत्यो भनिएको मानिससँग कुराकानी गराए। मसँग कुराकानी गर्दा त्यो मानिस अस्पतालको शैल्याबाट बोलेको थियो। पछाडिबाट बँदेलले आक्रमण गर्दा ऊ बेहोस मात्र भएको रहेछ। त्यो दिन दिउँसो मैले यो घटना एफएम व्यवस्थापनसम्म पुऱ्याएपछि व्यवस्थापनले ती सञ्चारकर्मीलाई कार्वाही गर्‍यो। कार्यक्रम निर्देशकका रूपमा मलाई पनि मौखिक स्पष्टीकरण सोधेको थियो।

धेरैजसो रेडियोहरू समाचार तथा सम्पादकीय नीतिको अभावमा चलेका छन् ।^९ कस्तो भाषा प्रयोग गर्ने ? कति शब्दको वाक्य बनाउने ? कस्ता खालका शब्द प्रयोग नगर्ने ? भन्नेजस्ता सामान्य कुराहरूमा पनि स्थानीय रेडियो रुमल्लिरहेको अवस्था छ । रेडियोको समाचार डेस्कमा परम्परागत सोच र शैलीमा र छापामा समेत काम गर्ने पत्रकारहरूको बोलवाला चल्छ । जसले छापा र रेडियो माध्यमको आधारभूत भिन्नता र विशेषता खुट्ट्याउन सकेका छैनन्, समय र प्रविधिअनुसारको तालिम तथा ज्ञान पाएका छैनन्, त्यस्ता मानिसले सम्पादन गर्ने र गर्न सिकाउने हुँदा समाचारले धेरै पटक स्थानीय रेडियोलाई आ-आफ्नै किसिमले विवादमा तानेका छन् । यसबाहेक एफएमको समाचारमा स्थानीय प्रशासन, विभिन्न निकाय र कहिलेकाहीं सञ्चालक समितिको समेत प्रत्यक्ष हस्तक्षेप हुनेगर्छ । सम्पादकीय नीतिको अभाव त छँदैछ, सम्पादकीय स्वतन्त्रता समेत प्रयोग गर्न नपाउने अवस्थामा रेडियोकर्मी छन् । हत्या हिंसा र उत्तेजनामा मलजल गर्ने खालका समाचारलाई विभिन्न ठाउँबाट प्रत्यक्ष प्रसारण गर्दा उत्पन्न हुने चुनौतीप्रति रेडियो सञ्चालकहरू र व्यवस्थापकहरूले दिनुपर्ने जति ध्यान दिएका छैनन् ।

निष्कर्ष

रेडियो व्यवस्थापन सिर्जनशील काम हो । रेडियो व्यवस्थापनमा उत्साही मानिसहरूको सङ्ख्या थपिँदैछ । राज्य नियन्त्रित रेडियो नेपाल सुरु भएको भण्डै ५० वर्षपछि रेडियो सञ्चालन तथा व्यवस्थापनको जिम्मा स्वतन्त्र नागरिकका हातमा आएको एक दशक हुनै लाग्यो । यो अवधिमा विभिन्न चुनौतीहरू मोल्दै स्वतन्त्र रेडियो अभियान वा आन्दोलन आजको ठाउँसम्म आइपुगेको छ । त्यसैले विगतको एक दशकलाई रेडियो अभियान वा आन्दोलनको प्राप्तिको दशक मान्न सकिन्छ । रेडियोको सङ्ख्यात्मक विकाससँगै यसका चुनौतीहरू थपिँदैछन् ।

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 हस्तक्षेपले रेडियो व्यवस्थापकहरूको सातो लियो । वर्षौंदेखि भोग्दै आएका आन्तरिक चुनौतीहरूलाई व्यवस्थापन गर्ने सवालमा रेडियो सञ्चालकहरूले सोचन थाल्नुपर्ने बेलामा थपिएका बाह्य चुनौतीले स्वतन्त्र रेडियो

^९ मार्टिन चौतारीका अनुसन्धानकर्ता कृष्ण अधिकारीले काठमाडौं र पोखराका एफएममा समाचार प्रसारणबारे गर्नुभएको अध्ययनमा पनि यस्तो निष्कर्ष निकालिएको छ (हेर्नुहोस् अधिकारी २०६२क र २०६२ख) ।

सञ्चालक र यसका हिमायतीलाई ठूलै धक्का दियो । तत्कालीन 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 ।

रेडियो बचाउनका लागि गरिनुपर्ने आन्तरिक सुधारका उपाय ओभेलमा परे । रेडियो व्यवस्थापकले आफूले वर्षौंदेखि भोगेका तमाम चुनौती समाधानका लागि अल्पकालीन र दीर्घकालीन उपाय खोज्न पर्याप्त समय दिन सकेनन् । रेडियो सञ्चालकहरूकै बीचमा द्वन्द्व तथा फुट पनि रेडियो व्यवस्थापनमा चुनौतीका लागि जिम्मेवार कारण हो । साथै रेडियो सञ्चालनमा सहयोग गर्न खुलेका सङ्घसंस्थामा हुने आन्तरिक र अन्तर-व्यक्ति द्वन्द्वले पनि रेडियो सञ्चालनमा अघि सर्ने मानिस अन्थोलमा परे । लगानीकर्ता वा सञ्चालक सञ्चालकबीच, व्यवस्थापक र कर्मचारीबीच र कर्मचारी र लगानीकर्ताका बीचमा भड्काने द्वन्द्वले पनि रेडियो व्यवस्थापनमा चुनौतीहरू थपिँदै गए ।

देशमा हाल भएको परिवर्तनसँगै स्वतन्त्र रेडियोको सङ्ख्या थपिँदैछ । नयाँ सोच, सिर्जनशील क्षमता, विषयवस्तुमा गम्भीर अध्ययन, प्रविधि आदि क्षेत्रमा क्षमतावान जनशक्ति रेडियो सञ्चालनमा अग्रसर हुन थालेका छन् । तर, हाल एफएम रेडियोहरूले भोगिरहेको चुनौतीलाई व्यवस्थापन नगर्ने हो भने रेडियो सञ्चालनलाई 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 व्यवस्थापकहरूका बीचमा साभा अवधारणाको विकास हुनु जरुरी छ । साभा अवधारणा बनाउनका लागि सबैभन्दा पहिला एक आपसमा बलियो एकता चाहिन्छ ।

यसका लागि सबै रेडियो सञ्चालक वा व्यवस्थापकहरूको साभा संस्था बनाउनु आवश्यक छ । यस्तो संस्थाले स्वतन्त्र रेडियोहरू 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 खोज्नु, व्यवस्थापनका आन्तरिक चुनौतीलाई सुधारेर स्पष्ट दिशा पहिल्याउन सक्छ ।

हाल जे जति मानिसहरू रेडियो सञ्चालनका लागि अघि सर्नेका छन् किन रेडियो खोल्दैछु भन्ने कुरामा उनीहरू प्रस्ट हुनुपर्छ । रेडियो सञ्चारको सशक्त माध्यम हो । यसले मानिसको सूचनाको हकको सम्मान गरेको हुन्छ र हुनुपर्छ । रेडियो सञ्चालनको स्वामित्व वा अनुमतिपत्र एकजना व्यक्ति वा संस्था वा

समूहसँग भए पनि यसबाट प्रसारण हुने सामग्रीमा समुदायको स्वामित्व हुन्छ । रेडियो सञ्चालनमा अधि सर्ने व्यक्ति, समूह वा संस्थाले खोलनुभन्दा अगाडि नै यस्ता कुरामा ध्यान दिनुपर्छ । कुन स्थानमा कति ओटासम्म रेडियो स्टेसन चलाउन दिने भन्ने विषयमा पनि स्पष्ट नीति हुन जरुरी भइसकेको छ ।

सन्दर्भ सामग्री

- अधिकारी, कृष्ण । २०६२क । काठमाडौंका एफएम रेडियोमा समाचारको अभ्यास ।
रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली,
देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. १९१-२२४ । काठमाडौं:
मार्टिन चौतारी ।
- अधिकारी, कृष्ण । २०६२ख । पोखरेली एफएम रेडियोमा समाचार । रेडियो पत्रकारिता:
एफएममा समाचार र संवाद । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई,
कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. २९७-३३० । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- अधिकारी, पुष्प । २०५९ । नेपालमा सामुदायिक रेडियो । काठमाडौं: नेपाल वातावरण
पत्रकार समूह, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र ।
- कान्तिपुर । २०६३ । २२ एफएमलाई सञ्चालन अनुमति । ३१ भदौ, पृ. १ ।
- दुङ्गेल, विनोद । २०६२ । माघ १९ पछि एफएम रेडियोको दशा । रेडियो पत्रकारिता:
एफएममा समाचार र संवाद । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई,
कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. १३८-१८८ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- श्री ५ को सरकार । २०५५[२०५२] । राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली २०५२ । सूचना
तथा सञ्चारसम्बन्धी नियम तथा गठन आदेशहरूको सङ्कलन, पृ. १७३-१९७ ।
काठमाडौं: सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।
- सुब्बा, विक्रम र रघु मैताली । २०६१ । सामुदायिक रेडियो रणनीतिक योजना तर्जुमा निर्देशिका ।
काठमाडौं: नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र ।
- हुमागाई, देवराज । २०६२ । कानून नीति र सरकारी रवैया । रेडियो पत्रकारिता:
एफएममा समाचार र संवाद । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई,
कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ८७-१३७ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

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