

मिडिया अध्ययनको पाँच वर्षालाई फर्केर हेर्दा

देवराज हुमागाई

पृष्ठभूमि

मिडिया-समाज सम्बन्ध र समाजमा मिडियाको प्रभाव केलाउन यसबारे प्राज्ञिक अनुसन्धान आवश्यक हुन्छ । त्यस्ता अनुसन्धानबाट प्राप्त नतिजालाई सार्वजनिक गरी निरन्तर रूपले प्राज्ञिक बहस चलाउने उपयुक्त थलो प्राज्ञिक जर्नल नै हो । समाजका विभिन्न क्षेत्रहरूबारे जानकारी दिने, टीकाटिप्पणी गर्ने, कमी कमजोरी औँल्याउने र आलोचना गर्ने नेपालको मिडिया क्षेत्रमाथि पनि निगरानी भइरहनु आवश्यक छ भनेर २०६३ सालमा *मिडिया अध्ययन* जर्नल सुरु गरिएको हो । नेपाली मिडियाका विभिन्न क्षेत्र जस्तै: छापा, रेडियो, टेलिभिजन, चलचित्र, अनलाइन, विज्ञापन, फोटोग्राफी, कार्टून, रङ्गमञ्च, प्रकाशन उद्योग, पुस्तकालय, सूचना प्रविधि, मुद्रणबारे अनुसन्धानमूलक लेख, टिप्पणी, संस्मरण, पुस्तक समीक्षा, अन्तर्वार्ता, प्रतिवेदन, सन्दर्भसामग्री आदिले यसमा स्थान पाउँछन् ।

यो लेख *मिडिया अध्ययन* सम्पादन र प्रकाशनको पाँच वर्षे अनुभव एवं सिकाइमा आधारित छ । र, जर्नलमा प्रकाशित केही सामग्रीहरूको सङ्क्षिप्त विश्लेषण पनि यसमा समेटिएको छ । यो लेख *मिडिया अध्ययन*मै केन्द्रित भए

पनि यसले समाज विज्ञानसँग सम्बन्धित नेपाली जर्नलहरूको आन्तरिक प्रक्रिया र अन्य कथाव्यथाहरूको पनि केही मात्रामा प्रतिनिधित्व गर्दछ, भन्ने लाग्दछ, ^१

सुरुआतको तयारी

मार्टिन चौतारीले २०५५ सालमा अनुसन्धानका क्षेत्रमा हात हालेदेखि नै मिडिया अनुसन्धानले प्राथमिकता पाउँदै आएको हो। मिडिया अनुसन्धानले निरन्तरता पाएपछि विस्तारै मिडिया अनुसन्धान समूहको निर्माण हुन पुग्यो। मिडियासम्बन्धी एक दर्जन पुस्तक (जसमा तीनओटा पुस्तक चौतारी बाहिरका व्यक्तिहरूद्वारा लिखित तर सम्पादकीय काममा चौतारी मिडिया समूहका व्यक्तिहरू संलग्न) प्रकाशन गरिसकेपछि मिडियामै केन्द्रित गरेर नेपाली भाषाको एउटा जर्नल नै निकाल्न सकिन्छ, भन्ने विश्वास जाग्यो। त्यति बेलासम्म अरू कसैले यस्तो प्रयास सुरु गरिनसकेकाले^२ अर्को एउटा नयाँ प्रयोग किन नगर्ने भन्नेमा मिडिया समूहका सदस्यहरूबीच एक मत भयो। मार्टिन चौतारी पुस्तकालय तथा मिडिया स्रोत सामग्री केन्द्रको स्थापना तथा मिडिया अनुसन्धानसम्बन्धी अन्य कामका साथै जर्नलको उत्पादन र प्रकाशनका लागि डानिडा हुगोले २०६२ को मध्यतिर दुई वर्षको लागि आर्थिक सहयोग दिने भयो।^३

मार्टिन चौतारीमा त्यति बेला मिडिया अनुसन्धान समूहमा रहेका पाँचै जना (प्रत्यूष वन्त, शंखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी) जर्नलको सम्पादक बने। जर्नलमा लेखिएका सामग्रीको मापदण्ड कस्तो हुनुपर्छ भन्ने प्रस्ट सम्पादकीय नीति तयार पारियो। लेखकलाई अनुरोध

^१ मिडिया अध्ययन सुरु हुनुभन्दा केही महिना अगाडि मात्र सन् २००५ मा नेपालमा मिडियासम्बन्धी जर्नल प्रकाशनको अर्को एउटा प्रयास भएको थियो। सुरेश आचार्य, शुभशङ्कर कंडेल, नरेन्द्र पाण्डे र शारदा शर्मा सम्पादक मण्डल रहेको *मिडिया मनिटर* नामक उक्त जर्नलमा नेपाली र अङ्ग्रेजी भाषाका सामग्री प्रकाशित छन्। यो जर्नल *मिडिया मनिटर नेपाल* नामक संस्थाद्वारा प्रकाशित थियो। तर यो जर्नल पहिलो अङ्कभन्दा अघि बढेन। मिडियाकै बारेमा अलि लामा टिप्पणी तथा कार्यरत पत्रकारका अनुभवलाई समेट्ने गरी केही फरक ढाँचामा विगतमा नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटबाट *खबर* निस्कन्थ्यो भने नेपाल पत्रकार महासङ्घबाट *पत्रकारिता* तथा प्रेस काउन्सिल नेपालबाट *सहिता* निस्किरहेका छन्। यो लेख भने ती अभ्यासहरूबारे समीक्षा गर्ने नभई आफैलाई फर्केर हेर्ने प्रयास हो।

^२ माथि उल्लिखित *मिडिया मनिटर* *मिडिया अध्ययन*भन्दा पहिलो भए पनि *मिडिया अध्ययन* प्रकाशन गर्नेबारे चौतारीमा छलफल हुँदा उक्त जर्नल बजारमा आइसकेको थिएन। न त यो प्रकाशन हुँदै छ भन्नेबारे कतैबाट जानकारी पाइएको थियो।

^३ दुई अङ्कपश्चात् पनि मार्टिन चौतारीको मिडिया अनुसन्धान तथा जर्नल प्रकाशनका लागि डानिडा हुगोको सहयोग निरन्तर छ।

शीर्षकमा हरेक अङ्कमा यो सम्पादकीय नीति छापने गरिएको छ । लेख रचनाको आह्वान गर्दै विभिन्न सार्वजनिक स्थलहरूमा सूचना टाँसियो । चौतारीको वेबसाइटमा पनि सो सूचना राखियो भने मिडिया छलफल शृङ्खला र चौतारीमा हुने मिडियासम्बन्धी हरेक सार्वजनिक जमघटमा लेख रचना आह्वान गरियो । साथै, नेपाली मिडियाको क्षेत्रमा काम गरिरहेका तथा यसप्रति चासो राख्ने विज्ञ र अनुसन्धातालाई व्यक्तिगत रूपमा सम्पर्क गरी पर्याप्त समयसीमा दिएर लेख लेख्न आग्रह गरियो ।

लेखको प्राप्ति

हामीले मिडिया अनुसन्धानको काम गर्ने क्रममा कतिपय व्यक्तिहरू मलाई यो विषयमा लेख्न मन छ, वा यो विषयमा अनुसन्धान गर्दै छु, प्रकाशन गरिदिनुभए हुन्थ्यो भन्ने किसिमका आग्रह गरिरहन्थे । पुस्तक खास विषयमा सीमित हुने हुनाले त्यस्ता सामग्रीलाई हामी ठाउँ दिनसक्ने अवस्थामा थिएनौं । यस्तो अवस्थामा हाम्रा वरिपरि भइरहेका विभिन्न विषयका शोधपत्र, अध्ययन, अनुसन्धानलाई जर्नलमा ठाउँ दिन सम्भव हुन्छ भन्ने लागेको थियो । तर, पाँचौं अङ्क प्रकाशित भइसक्दा पनि हाम्रो सार्वजनिक आह्वानका आधारमा आफै नै अधि सरेर म यस विषयमा लेख्छु भन्नेहरू उल्लेख्य सङ्ख्यामा भेटिएनन् । यद्यपि जर्नलमा लेख प्रकाशन भएपश्चात् उच्च अध्ययन (एमफिल वा पीएचडी) मा भर्नाका लागि सहयोग पुग्ने तथा विश्वविद्यालयमा बढुवा हुन सहज हुने र प्रकाशन भएमा पारिश्रमिकसमेत पाइने आदि कारणले जर्नलमा लेख्ने रुचि विस्तारै बढिरहेको छ । त्यस्ता व्यक्तिले भेटेर लेख्ने चाहना व्यक्त गरे पनि धेरै व्यक्तिहरूबाट कुनै मस्यौदा नै प्राप्त गर्न सकिएको छैन । कतिपयबाट प्राप्त भएका मस्यौदा एकदुई चरणको परिमार्जनपश्चात् पनि प्रकाशनयोग्य स्तरमा पुगेनन् । पाँच अङ्कसम्म प्रकाशित लेख र अन्य सामग्रीको तथ्याङ्कलाई विचार गर्ने हो भने सम्पादकीय समूहका सदस्यको अनुरोधविना आफै अग्रसर भएर लेखिएका सामग्रीको सङ्ख्या हरेक अङ्कमा दुईओटा जति मात्र छ । पाँचौं अङ्कसम्म आइपुग्दा हरेक अङ्कमा अनुसन्धानमूलक लेख तथा अन्य सामग्री गरेर औसतमा २० ओटा लेख छापिएका छन् । अर्थात् सम्पादकहरूको अनुरोधविना नै प्राप्त सामग्रीमा भर पर्ने हो भने जर्नलको १० प्रतिशत स्थान पनि त्यसले भरिँदैन । यस्तो अवस्थामा सम्पादकीय समूहमा रहेका व्यक्तिहरूले खास विषयमा लेख्न सक्ने व्यक्तिहरूको सूची तयार पार्ने र लेखकहरूलाई लेख बुझाउने समयसीमा सम्झाउँदै बेलाबेलामा भ्रूकभ्रुक्याइरहने नै एक मात्र उपाय देखिएको छ । यद्यपि

वेबसाइट तथा मार्टिन चौतारीले आयोजना गर्ने मिडियासम्बन्धी सार्वजनिक कार्यक्रमहरूमा खुला रूपले लेख रचना आह्वान गर्न छोडिएको पनि छैन । हामीले सम्बन्धित विषयमा अनुसन्धान गरिसकेका वा गरिरहेका, अनुभव हासिल गरेका वा विभिन्न सार्वजनिक कार्यक्रमहरूमा विचार प्रवाह गरिरहेकाहरूलाई जर्नलमा लेखनका लागि अनुरोध गर्दछौं । अन्तर्वार्ता लिनुपर्ने भएमा पनि यही प्रक्रिया अपनाउँछौं । अनुरोध गरिएका कतिपय व्यक्ति लेख लेखन तयार भए पनि केहीले असमर्थता जनाउनु स्वाभाविकै हो । हामीले लेखकलाई कम्तीमा पनि तीन महिना वा साधारणतया छ महिनाको समयसीमा दिने गरेका छौं । पर्याप्त समयसीमाका कारण सुरुमै म असमर्थ छु भन्ने एकदम थोरै भए पनि समयसीमासम्म पुग्दा अनुरोध गरिएकामध्ये एक-दुई जनाबाट मात्र लेख प्राप्त हुन्छ । दिएको समयसीमालाई बढाउँदै अन्तिमसम्म पुग्दा असमर्थता जनाउने व्यक्तिको सङ्ख्या पनि धेरै भइसक्यो । यसको केही पूर्वाभास पाइसकेकाले हामी २० ओटा रचना प्राप्त गर्न करिब ४० जनाको सूची बनाएर ती सबैलाई अनुरोध गर्छौं । मिडियासम्बन्धी अनुसन्धान गर्ने व्यक्ति उसै पनि सीमित सङ्ख्यामा देखिएको अवस्थामा हामीले हरेक अङ्कमा सम्भावित लेखक (खास गरी अनुसन्धानात्मक लेख लेख्ने व्यक्ति) को सूची बनाउँदा नयाँ व्यक्ति खोज्ने चुनौती ठूलै हुन्छ । त्यसैले सूची बनाउँदा नै पहिलेका अङ्कहरूमा लेखिसकेका व्यक्तिहरू नै दोहोरिने गर्दछन् । अनुरोध गरिएका केही नयाँ व्यक्तिहरूले पनि समयसीमाभित्र लेख नबुझाउँदा वा बुझाएर पनि परिमार्जनमार्फत प्रकाशनयोग्य बनाउन नसक्दा समेट्न सकिएको छैन ।

नयाँ पुस्तालाई मिडियासम्बन्धी अनुसन्धानमा प्रोत्साहन दिने प्रयासस्वरूप मार्टिन चौतारीले मिडिया अनुसन्धानका लागि फेलोसिप उपलब्ध गराउँछ । यस्तो फेलोसिपअन्तर्गत गरिएको कामलाई जर्नलमा लेखका रूपमा प्रकाशन गर्ने प्रयास पनि पहिलो अङ्कदेखि नै हामीले निरन्तर गर्दैआएका छौं ।^४ तर, यसतर्फको उपलब्धि भने त्यति सन्तोषजनक हुन सकेको छैन । मार्टिन चौतारीले २०६३ देखि २०६६ सालसम्म चारओटा समूह गरी २३ जनालाई फेलोसिप प्रदान गरेको छ । २०६६ सालसम्म फेलोसिप पाउने २३ जना व्यक्तिहरूमध्ये जम्मा पाँच जनाको लेख मात्र हामीले *मिडिया अध्ययन*मा छाप्न सकेका छौं । २०६७ सालमा फेलोसिप पाउने तीन जनामध्ये दुई जना (निर्मलमणि अधिकारी र टङ्क उप्रेती) को लेख यसै अङ्कमा छापिएको छ भने एक जनाको लेख आगामी अङ्कका लागि

^४ फेलोसिप प्रदान गर्ने आधार चाहिँ इच्छुक व्यक्तिबाट प्रस्ताव आह्वान गर्ने र त्यसबाट उत्कृष्ट छनोट गर्ने हो ।

विचाराधीन रहेको छ । अरू व्यक्तिले आफ्नो अनुसन्धान पूरा गरी प्रतिवेदनका रूपमा बुझाए पनि प्रकाशनयोग्य लेख बुझाउन सकेनन् । बाध्यात्मक प्रावधानका कारण लेखको पहिलो मस्यौदा प्राप्त भए पनि अन्तिम रूप दिनका लागि आवश्यक परिमार्जन गर्ने तत्परता नदेखाउँदा ती प्रतिवेदन त्यत्तिकै रहेका छन् ।

सम्पादन प्रक्रिया

प्राप्त पाण्डुलिपिहरूलाई सम्पादकीय समूहका सदस्यहरूले अध्ययन गर्ने र केही लेखहरू आवश्यकताअनुसार समूह बाहिरका सम्बन्धित विषयका ज्ञाता, मार्टिन चौतारीकै अन्य अनुसन्धानकर्ता वा स्वतन्त्र व्यक्तिबाट समीक्षा गराएका छन् । प्राप्त मस्यौदामा भन्नु खोजिएको विषय अस्पष्ट भए संरचनागत रूपले प्रस्ट बनाइदिने वा बनाउन लगाउने, अनुसन्धान नपुगेको अवस्थामा थप अनुसन्धान गर्न लगाउने, तथ्यमा गल्ती भए औल्याइदिने र एकरूपता कायम गर्नका लागि ध्यानाकर्षण गराउने जस्ता काम गरिन्छ । यस्तै, मस्यौदा लेखमा अनावश्यक र दोहोरिएका सन्दर्भ हटाइन्छ, सम्बन्धित विषयबारे अन्य कसैले कुनै कुरा लेखिसकेको भए त्यस्ता सामग्री पढ्न आग्रह गर्दै तिनको निचोड वा निष्कर्षतर्फ ध्यानाकर्षण गराइन्छ र ती सामग्रीलाई आफ्नो लेखसँग जोड्न आग्रह गरिन्छ । साथै, उल्लिखित तथ्यको स्रोत वा आधार खोल्न लगाउने, उल्लिखित सन्दर्भसामग्रीको पर्याप्त सूचनासहितको सूची बनाउन लगाउने काम सम्पादनका विभिन्न चरणमा प्रमुख रूपले गराउँछौं । यी सबै प्रक्रिया पूरा गरिसकेपछि अन्तिममा कपी एडिटिङ (विशेष गरी भाषा सम्पादन) र प्रुफ हेरेर प्रेसमा पठाइन्छ ।

नेपालमा मिडियासम्बन्धी प्राज्ञिक अनुसन्धानको अभ्यास भर्खरै मात्र सुरु भएकाले प्रकाशनयोग्य स्तरीय सामग्री पर्याप्त मात्रामा पाउन सहज छैन । कतिपय सन्दर्भमा एकदम कमजोर रचनाहरूलाई पनि धेरै चरणको सल्लाह र सुझाव दिँदै लेखन र पुनर्लेखन गराएर पनि प्रकाशन गर्ने गरिएको छ । चालु अङ्कमा प्रकाशन गर्न नभ्याए पनि लेखक तयार भएको खण्डमा अर्को अङ्कसम्म पनि थप समय उपलब्ध गराएर परिमार्जन गराउँदै प्रकाशन पनि गरेका छन् । पाँचौं अङ्कसम्म आइपुग्दा *मिडिया अध्ययन*का लागि प्राप्त भए पनि प्रकाशनयोग्य नभएर अस्वीकृत गरिएका मस्यौदाहरूको सङ्ख्या भण्डै तीन दर्जन जति छन् । यसरी प्राप्तमध्ये धेरैजसो पहिलो मस्यौदामाथि दिइएका सुझावका आधारमा परिमार्जन गर्न लेखकहरूले असमर्थता जनाएका कारण प्रकाशन हुन सकेका छैनन् भने केही दुई वा तीन पटकसम्म परिमार्जन गर्न दिँदा पनि प्रकाशनयोग्य

नभएर अस्वीकृत गरिएका छन्। केही लेखहरू भने मिडियाभन्दा अन्य विषयवस्तुमाथि केन्द्रित भएकाले सुरुआतमै अस्वीकृत गरिएका छन्।

आफूले दिएका मस्यौदामाथि परिमार्जनका लागि सुझाव दिँदा केही लेखकहरूले चित्त दुखाएका वा रिसाएका अनुभव पनि हामीले सँगालेका छौं। केही लेखकहरू सम्पादकबाट सुझाव पाउँदा वा परिमार्जन गर्नुपर्दा सुरुमा भिँजो माने पनि गर्दै जाँदा खुसी भएर परिमार्जनका लागि उत्साहित भएको पाइएको छ। प्रायः लेखकले सम्पादकका सुझावलाई सहृदय ग्रहण गर्दै आवश्यकताअनुसार पटकपटक पुनर्लेखन र परिमार्जन गरी प्रकाशनयोग्य बनाउन तयार भएको पाइएको छ।

छापिएका सामग्रीको विश्लेषण

मिडिया अध्ययनमा अनुसन्धानमूलक लेखका अतिरिक्त टिप्पणी, संस्मरण, पुस्तक समीक्षा, अन्तर्वार्ता, प्रतिवेदन, अभिलेख, सन्दर्भसामग्री आदि सामग्रीहरूलाई स्थान दिइएको छ।^५ पाँचौं अङ्कसम्म छापिएका सामग्रीलाई तिनको प्रकृतिका आधारमा वर्गीकरण गरेर हेर्दा तालिका १ मा देखाइएको जस्तो तथ्याङ्क प्राप्त हुन्छ :

तालिका १ : मिडिया अध्ययनका पाँचौं अङ्कसम्म

छापिएका सामग्रीको प्रकार र सङ्ख्या

अङ्क \ सामग्रीको प्रकार	१	२	३	४	५	जम्मा
सम्पादकीय	१	१	१	१	१	५
लेख	७	६	८	८	९	३८
टिप्पणी	७	४	७	४	३	२५
संस्मरण	३	३	१	२	२	११
अन्तर्वार्ता	१	०	२	०	०	३
प्रतिवेदन	१	०	०	०	०	१
पुस्तक समीक्षा	३	३	४	३	३	१६
सन्दर्भसामग्री	०	१	०	०	१	२
अभिलेख	०	०	०	१	०	१
जम्मा	२३	१८	२३	१९	१९	१०२

^५ मिडिया अध्ययनको पाँचौं अङ्कसम्म छापिएका विभिन्न किसिमका सामग्रीहरूको लेखक सूची मार्टिन चौतारीको वेबसाइटमा राखिएको छ, हेनुहोस् http://www.martinchautari.org.np/index.php?option=com_content&view=article&id=205

जर्नलमा कूल सामग्रीमध्ये ३७ प्रतिशतभन्दा बढी अनुसन्धानात्मक लेख छापिएका छन् (हेर्नुहोस् तालिका १) । यी लेखहरूले ओगटेको पृष्ठसङ्ख्या हेर्ने हो भने आधा वा त्यसभन्दा बढी स्थान पाएको देखिन्छ । जर्नलका हरेक अङ्क औसतमा ३५० पेजका छन् ।

छापिएका सामग्रीलाई विभिन्न विधा वा माध्यमका आधारमा केलाउने हो भने यसले नेपाली मिडियाअन्तर्गत छाप, सञ्चार संस्था, रेडियो, टेलिभिजन, चलचित्र, पुस्तक प्रकाशन, विज्ञापन, रङ्गमञ्च, पुस्तकालय, सूचना प्रविधि, छपाखाना र कार्टूनसम्बन्धी लेख तथा अन्य सामग्रीले स्थान पाएका छन् । यीमध्ये विधागत रूपमा छाप, मिडिया संस्था तथा रेडियोले उल्लेख्य स्थान पाएका छन् भने अन्य माध्यमबारे थोरै सामग्रीहरू आएका छन् (हेर्नुहोस् तालिका २) । जर्नलमा समेट्ने योजना बनाइए पनि फोटो पत्रकारिता/फोटोग्राफीसम्बन्धी कुनै पनि सामग्री समेट्न सकिएको छैन । कार्टूनबारे पनि कार्टूनसम्बन्धी पुस्तकको समीक्षाबाहेक अर्को सामग्री आउन सकेको छैन । हामीले यी क्षेत्रमा लागेका व्यक्तिहरूलाई पनि लेखका लागि अनुरोध नगरेका होइनौं, तर हालसम्म प्राप्त गर्न सकिएको छैन ।

तालिका २ : विधागत आधारमा प्रकाशित सामग्रीको सङ्ख्या^६

अङ्क	१	२	३	४	५	जम्मा
समेटिएको विधा						
छपा	४	५	४	३	४	२०
सञ्चार संस्था	६	-	४	३	३	१६
रेडियो	१	२	४	१	३	११
टेलिभिजन	१	१	२	-	१	५
चलचित्र	-	२	-	१	२	५
पुस्तक प्रकाशन	१	-	-	१	१	३
विज्ञापन	२	-	-	-	-	२
रङ्गमञ्च	-	-	१	-	-	१
पुस्तकालय	-	-	-	१	-	१
सूचना प्रविधि	-	-	-	-	१	१
छपाखाना	१	-	-	-	-	१
कार्टून	१	-	-	-	-	१
अन्य (प्रस्ट विधा नखुल्ने, सामान्य मिडिया)	५	७	९	९	५	३५
जम्मा						१०२

^६ यस तालिकामा सम्पादकीयबाहेक लेख र अरू सबै प्रकारका सामग्रीलाई गणना गरिएको छ । दुईओटा वर्गीकरणअन्तर्गत पर्ने सक्ने सामग्रीलाई दुवैतिर राखिएको छ । जस्तो, नेपाली छापामा कला (रङ्गमञ्च) को स्थान भनिएकोमा छपा र रङ्गमञ्च दुवैतिर पारिएको छ ।

विभिन्न विधामध्ये सबभन्दा धेरै सामग्री अन्यअन्तर्गत परेका छन् । समग्र मिडियालाई नै समेट्ने र यही विधाअन्तर्गत पर्छ, भन्न नसकिने सामग्रीलाई अन्यअन्तर्गत राखिएको हो । प्रेस स्वतन्त्रता, सूचनाको हक, ग्रामीण पत्रकारिता, विकास पत्रकारिता, श्रमजीवी पत्रकार, मिडियाको भाषा, क्षेत्रीय पत्रकारिता, सञ्चार सेन्सरसिप आदिजस्ता थुप्रै शीर्षकहरूलाई कुनै निश्चित विधाअन्तर्गत राख्न नसकिने भएकाले अन्यअन्तर्गत धेरै सामग्री परेका हुन् ।

प्रकाशित सामग्रीलाई अझै केलाउने हो भने नेपाली मिडियाको इतिहास तथा मिडियाको उत्पादन र अन्तर्वस्तु विश्लेषण गरिएका सामग्रीले उल्लेख्य ठाउँ पाएका छन् । तर, मिडियाको उपभोग र यसको सामाजिक प्रभावबारे थोरै मात्र सामग्री छापिएका छन् । यी क्षेत्रमा अनुसन्धानकर्ताहरूको चासो कमै छ । किनभने मिडियाको इतिहास केलाउन, यसका उत्पादनको विश्लेषण गर्न समय, विधि र स्रोतका हिसाबले जति सहज छ, मिडियाको उपभोग र प्रभाव पक्षबारे अनुसन्धान गर्न त्यति सहज छैन ।

मिडियाका विभिन्न सवालहरूका आधारमा प्रकाशित सामग्री केलाउनुपर्दा मिडियामा भएका हस्तक्षेप, सेन्सरसिप र प्रेस स्वतन्त्रताका सन्दर्भ, मिडियामा अल्पसङ्ख्यक तथा उपेक्षित समूहको आवाज र समावेशीकरणका सवाल, श्रमजीवी पत्रकार र मिडिया मजदुरका मुद्दा प्रमुख रूपले उठाइएका छन् । राजनीतिक आन्दोलन तथा शान्ति प्रक्रियामा मिडियाको भूमिका, विकास र ग्रामीण पत्रकारिता, मिडियाको भाषागत पक्ष, सूचनाको हक, चलचित्रको इतिहास, मिडियासम्बन्धी सङ्घ-संस्थाको इतिहास र विकास, मिडिया क्षेत्रमा देखिएका विकृति र विसङ्गति, मिडिया शिक्षण र प्रशिक्षण जस्ता विषयवस्तु पनि जर्नलमा प्राथमिकताका साथ समेटिएका छन् । मिडिया क्षेत्रका जल्दाबल्दा कतिपय विषयहरू अझै पनि समेट्न सकिएको छैन । कम समेटिएका वा नसमेटिएका विषय र विधालाई प्राथमिकतासाथ समेट्ने कोसिस भइरहेको छ ।

जर्नलमा प्रकाशित सामग्रीका लेखकलाई लैङ्गिक दृष्टिबाट हेर्दा महिला लेखकहरूलाई धेरै मात्रामा समेट्न सकिएको छैन । समेट्ने प्रयासस्वरूप धेरै महिलाहरूलाई अनुरोध गर्दागर्दै पनि केहीबाहेक अन्यबाट लेख प्राप्त गर्न सकिएको छैन । पाँचौँ अङ्कसम्ममा जम्मा ११ जना महिला समेटिएका छन् । यसमध्ये एकजनाको अन्तर्वार्ता छापिएको छ, भने अन्य १० जनाको लेख, टिप्पणी, संस्मरण तथा पुस्तक समीक्षा प्रकाशन भएका छन् । एकै जनाले लेखेका दुईओटा सामग्रीलाई गणना गर्दा महिला संलग्न भएका सामग्रीको कुल सङ्ख्या १३ हुन आउँछ । यो भनेको *मिडिया अध्ययन*मा छापिएका कुल १०२ ओटा सामग्रीको

करिब १३ प्रतिशत मात्र हो। यस हिसाबले पुरुष लेखकको मिडिया अध्ययनमा वर्चस्व छ।

समग्रमा भन्नुपर्दा विविधतामूलक स्तरीय लेख रचना निरन्तर रूपले कसरी प्राप्त गर्ने भन्ने एउटा चुनौती हाम्रा सामु जहिले पनि छ। नेपाली समाजमा मिडियाबारे अध्ययन अनुसन्धानको रुचि बढिरहेको पाइए पनि जर्नलको मापदण्डभित्र पर्ने स्तरीय लेख, सामग्री प्राप्त गर्न भने अझै कठिन छ। स्तरीय सामग्री दिन सक्ने व्यक्तिहरूको कार्यव्यस्तताले गर्दा जर्नलका लागि लेख लेखाउन कठिन छ। स्वस्फूर्त रूपमा लेख्नेभन्दा पनि विशेष आग्रहबाट र तोकिएको मितिभन्दा धेरै पछि मात्र मस्यौदा प्राप्त हुने गर्छ।

मार्टिन चौतारी पुस्तकालयमा रहेको सङ्कलनकै आधारमा मात्र भन्ने हो भने पनि नेपालमा विश्वविद्यालयका स्नातकोत्तर तहमा वर्षेनि करिब तीन दर्जनको हाराहारीमा नेपाली मिडियाबारे शोध हुन्छन्। तीमध्ये एक चौथाइ शोधलाई मात्र जर्नलको लेखका रूपमा परिमार्जन गरी प्रकाशन गर्ने हो भने एउटा वार्षिक जर्नल सजिलै चल्नुपर्ने हो। तर त्यसो हुन सकिरहेको छैन; यो खोजीको विषय हो। शोधपत्र तयार पार्नका लागि बाध्यात्मक परिस्थितिका कारण वा राम्रो नम्बर पाउनका लागि पनि विश्वविद्यालयका विद्यार्थी तत्पर हुन्छन् वा बनाइन्छन् तर जर्नलका सम्पादकले यसरी तयार पारिएका राम्रा शोधपत्रलाई जर्नल लेखमा रूपान्तरण गर्न विद्यार्थीलाई आकर्षित गर्न किन सकिरहेका छैनन् - यसका लागि वातावरण बनाउने जिम्मा सम्पादकहरूको पनि हो (वन्त सन् २०१०)। अवश्य पनि यसमा सम्पादकहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण छ तर सबैभन्दा बढी जिम्मेवार चाहिँ शोधार्थी स्वयं हुन्। आफूले शैक्षिक उपाधि हासिल गर्ने क्रममा गरिएका शोधलाई बाहिर ल्याउनका लागि उपलब्ध अवसरहरूको खोजी गर्ने तथा आवश्यक परिमार्जन गरी प्रकाशित गर्नेबारे शोधार्थी स्वयंको तत्परता सबभन्दा महत्त्वपूर्ण छ। यसका लागि शोधार्थी स्वयं तत्पर नहोउञ्जेल जर्नल प्रकाशन गर्ने संस्था वा सम्पादकको पहल मात्र पर्याप्त नहुँदो रहेछ। यो कुरा मार्टिन चौतारीले हरेक वर्ष शोधार्थी वा स्वतन्त्र अनुसन्धानकर्ताहरूलाई २५ देखि ५० हजार रुपैयाँसम्मको फेलोसिप समेत दिएर तथा समीक्षा र सुझावको सुविधासहित जर्नलको लेख लेखाउन कोसिस गर्दा पनि सन्तोषजनक उपलब्धि हासिल हुन नसकेकोबाट पनि पुष्टि हुन्छ।

बिक्री/वितरण तथा आर्थिक पक्ष

पहिलो अङ्क १ हजार प्रति तथा त्यसपछिका अङ्कहरू ८०० प्रति छापिएको यस जर्नलको बिक्रीको अभिलेख पल्टाउँदा त्यति सन्तोषजनक अवस्था छैन। पहिलो अङ्क चौतारीको स्टोरमा पाँच प्रति जति मात्र बाँकी छ भने दोस्रो, तेस्रो र चौथो

अङ्क दुई/तीन सयको हाराहारीमा र पाँचौँ अङ्क करिब चार सय प्रति बाँकी छ । पहिलो अङ्कबाहेक अन्य अङ्क काठमाडौँका पुस्तक पसलमा ५० प्रति जति बाँकी छन् भनेर अनुमान गर्ने हो भने हरेक अङ्क बिक्री तथा वितरणमार्फत ४०० देखि ५०० प्रतिसम्म पाठककहाँ पुगेको हुन्छ । यसमा पनि बिक्री भएको डेढ सयदेखि दुई सय जति प्रति मात्र हुनुपर्छ किनकि हरेक अङ्क तीन सय जति त सित्तैमा वितरण गरिएको छ । मिडिया क्षेत्रमा निरन्तर रूपले काम गरिरहेका कतिपय पत्रकार, अनुसन्धानकर्ता तथा सार्वजनिक पुस्तकालय र सञ्चार गृहलाई निःशुल्क वितरण गरिएको छ । यस्तै, काठमाडौँ बाहिरबाट मिडियाका सामग्रीप्रति चासो दिएर मार्टिन चौतारीमा आउने व्यक्ति वा संस्थाका प्रतिनिधिहरूलाई पनि निःशुल्क दिने गरिएको छ । चौतारीका व्यक्तिहरू कुनै कामको सिलसिलामा काठमाडौँबाहिर जाँदा पनि त्यहाँका सार्वजनिक पुस्तकालय तथा सञ्चारगृहहरू तथा पत्रकार र अनुसन्धानकर्तालाई जर्नल निःशुल्क दिइन्छ । मिडियाप्रति चासो राख्ने तथा यस क्षेत्रमा कुनै हिसाबले लागेका व्यक्तिहरूको हातमा जर्नल पुऱ्याउने र पढ्ने बानी बसाल्ने उद्देश्यले वितरणमा यस्तो खुकुलो नीति लिइएको हो । अझ स्तरीय पाठ्यसामग्रीको अभाव रहेको काठमाडौँभन्दा बाहिरका स्थानहरूमा वितरणका लागि हामीले प्राथमिकता दिँदै आएका छौँ । २०६५ असोजदेखि मार्टिन चौतारीका प्रकाशनहरू बिक्री/वितरणको जिम्मा हिमाल किताब प्रा.लि. ले लिएको छ । तैपनि काठमाडौँ बाहिरका बजारहरूमा जर्नल पुग्न सकेको देखिँदैन । यस्तो अवस्थामा हामीले गर्ने निःशुल्क वितरण मात्र त्यहाँका लागि एक मात्र विकल्प बन्दै आएको छ ।

पाठ्यपुस्तक, साहित्यका पुस्तक वा समाचारमूलक पत्रिकाको जस्तो प्राज्ञिक जर्नलको बिक्री धेरै मात्रामा नहुने हुनाले आर्थिक रूपमा *मिडिया अध्ययन* मात्र होइन कुनै पनि नेपाली जर्नल बिक्रीबाट टिक्न सक्दैनन् । त्यसैले यिनलाई कतै न कतैबाट आर्थिक सहयोग हुनु जरुरी छ । यस्तो सहयोग जुटाउने तरिका विभिन्न हुन सक्छ तर हामीले अहिलेसम्म दाताकै सहयोगले यो जर्नल निकाल्दै आएका छौँ ।

अहिलेसम्म डेनिस अन्तर्राष्ट्रिय सहयोग नियोग (डानिडा) को मानवअधिकार तथा असल शासन सल्लाह एकाइको आर्थिक सहयोगमा यो जर्नल प्रकाशन भइरहेको छ । दाताको सहयोगले लेखकलाई न्यूनतम भए पनि पारिश्रमिक दिन सक्षम भएका छौँ । दातृ सहयोग निश्चय पनि लामो समयका लागि हुँदैन । लामो समयसम्म यसलाई टिकाउने हो भने सम्भाव्य आर्थिक स्रोतका विभिन्न विकल्पहरू पहिल्याउनेतर्फ सोच्नु जरुरी छ । नेपालमा जर्नल उत्पादन र बिक्री

वितरणमा विभिन्न तरिका अपनाइएको छ (वन्त सन् २०१०) । तिनमा उत्पादनमा प्राज्ञिक गैससले ध्यान दिने तथा जर्नलको छपाइ तथा बजारीकरण गर्ने जिम्मा व्यावसायिक प्रकाशन संस्थाले लिने तरिका अहिले प्रयोग गरिएकामध्ये सबैभन्दा प्रभावकारी हुन सक्छ । दुई वा सोभन्दा बढी संस्थाहरू मिलेर लागत बाँडफाँडका आधारमा जर्नल प्रकाशन गर्ने हो भने पनि आर्थिक भार कम पर्न जान्छ । तसर्थ यो पनि अर्को विकल्प हुन सक्छ । यद्यपि यस्ता विकल्पहरूबारे पर्याप्त छलफल गर्न बाँकी नै छ ।

प्रतिक्रिया र सुभाव

प्राज्ञिक अनुसन्धानको जग भर्खरै बस्न थालेको हाम्रो जस्तो समाजमा जर्नलका सम्पादक वा प्रकाशकले उत्साहजनक रूपमा प्रतिक्रिया पाउने अवस्था छैन । प्रथमतः जर्नलको विक्री वितरण कति मात्रामा हुन्छ, कति जनाले त्यसलाई गहिरोसँग अध्ययन गर्छन् र अध्ययन गर्नेमध्ये कतिले सक्रियतासाथ रचनात्मक सुभाव दिन्छन् त्यसमा भर पर्छ । *मिडिया अध्ययन*का सामग्रीमाथि पनि व्यक्तिगत तथा सार्वजनिक रूपमा टीकाटिप्पणी गरिएको उत्साहजनक अवस्था छैन र साह्रै निराशाजनक अवस्था पनि होइन । पछिल्लो समयमा मार्टिन चौतारीले मिडियासम्बन्धी वार्षिक जर्नल प्रकाशन गर्छ भनेर थाहा पाउने व्यक्तिहरूको समूह काठमाडौं र काठमाडौंबाहिर बढ्दै गएको छ । भेटघाटमा जर्नलका सबै अङ्क मैले सङ्कलन तथा अध्ययन गरेको छु र यो राम्रो छ भन्ने व्यक्तिहरूको सङ्ख्या पनि बढ्दो छ ।

सार्वजनिक टीका-टिप्पणीको सबैभन्दा प्रभावकारी माध्यम पुस्तक समीक्षा हो । हरेक अङ्क प्रकाशन भएपश्चात् मुख्यमुख्य प्रकाशन गृहहरूमा समीक्षाका लागि जर्नल पठाउने गरिएको छ । साहित्यइतरका र अझ विशेष गरी अनुसन्धानमूलक पुस्तकहरू समीक्षाको हिसाबले मिडियामा धेरै नै कम प्राथमिकतामा परेका छन् । पाँचौं अङ्कसम्म आइपुग्दा यस जर्नलबारे पत्रपत्रिकामा समीक्षा भन्न मिल्ने जम्मा तीनओटा सामग्री प्रकाशन भएको देखियो । तिनमा एउटा पहिलो अङ्कको प्रकाशनपश्चात् *हिमाल खबरपत्रिका*मा प्रकाशित समीक्षा (पेशल २०६३), चौथो अङ्क प्रकाशन भएपछि *नागरिक* दैनिकमा प्रकाशित समीक्षा (भट्टराई २०६६) र अर्को पाँचौं अङ्कबारे *द राइजिड नेपाल*मा प्रकाशित समीक्षा (लम्साल सन् २०१०) थिए । जर्नलका सम्पूर्ण सामग्री पढेर गरिएका यी समीक्षाहरूमा सकारात्मक तथा आलोचनात्मक टिप्पणी गरिएको छ । अन्य केही ठाउँमा पुस्तक परिचय वा समाचारका रूपमा छोटो सामग्री निस्किए । प्रकाशित त्यस्ता छोटो सामग्रीको तथ्याङ्कलाई केलाउने हो भने पहिलो अङ्कबारे छओटा, दोस्रो अङ्कबारे एउटा, तेस्रो,

चौथो र पाँचौँ अङ्कबारे दुईओटा सामग्री प्रकाशित छन्। दैनिक, साप्ताहिक तथा पाक्षिक पत्रिकामा प्रकाशित त्यस्ता सामग्रीले जर्नलको नयाँ अङ्क बजारमा आएको, यसले मिडिया अनुसन्धानको क्षेत्रमा खाँचो पूर्ति गरेको र यसमा फलानो-फलानो व्यक्तिले यो-यो विषयमा लेखेका छन् भन्ने जानकारी त दिन्छन् तर ती शीर्षकभन्दा पर प्रवेश नगरेकाले धेरैजसो सतही छन्। एउटा समाचारमा त जर्नलकै नामसमेत सही नलेखेर 'मिडियामा अध्ययन' (नेपाल समाचारपत्र २०६३) लेखिएको छ। केहीमा लेखककै नामहरू गल्ती छापिएका छन्।

तेस्रो अङ्क प्रकाशन भएपछि जर्नल नियमित अध्ययन गर्ने र नजिकैबाट नियाल्ने व्यक्तिहरूलाई भेला गरेर २०६५ साउन ५ मा हामीले प्रतिक्रियाका लागि छलफल चलाएका थियौँ। नेपाली मिडिया अनुसन्धानको प्रवर्द्धन तथा सामग्रीको अभावलाई परिपूर्ति गर्न *मिडिया अध्ययन*को प्रकाशन राम्रो सुरुआत भएकाले यसलाई निरन्तरता दिइनुपर्नेमा सबैको जोड थियो। तर अन्य कतिपय व्यक्तिले जर्नल भनिसकेपछि अनुसन्धानमूलक सामग्री मात्र प्रकाशन हुनुपर्नेमा टिप्पणी, संस्मरण, अन्तर्वाताजस्ता सामग्री किन छापिए भन्ने जस्ता जिज्ञासा उठाएका थिए। केहीले भने विज्ञहरूको टिप्पणी, लामो अनुभव सँगालेका व्यक्तिहरूको संस्मरण तथा महत्त्वपूर्ण विषयमा जिम्मेवार व्यक्तिहरूसँग गरिएका अन्तर्वाता आफै अनुसन्धानका लागि महत्त्वपूर्ण सामग्री भएकाले तिनले पनि स्थान पाउनुपर्ने जिकिर गरेका थिए। साथै, अनुसन्धानमूलक लेखमा मात्र भर पर्दा सामग्रीको अभावले जर्नल बन्द गर्नुपर्ने स्थिति पनि आउन सक्नेतर्फ उनीहरूले सचेत गराए। पत्रकार विनय कसजूले जर्नललाई मिडियाअन्तर्गत पनि निश्चित विषय (जस्तै रेडियो) मा केन्द्रित गर्न सकिने बताएका थिए। छलफलमा उपस्थित व्यक्तिहरूले भनेभैं अनुसन्धानमूलक प्राज्ञिक लेखको कमी छ। सम्बन्धित क्षेत्रका विज्ञ वा पत्रकारितामा लामो समय बिताएका व्यक्तिहरूद्वारा लेखिएका टिप्पणी तथा संस्मरणलाई पनि प्राज्ञिक अनुसन्धान र बहसका लागि सान्दर्भिक हुने देखेर हामीले जर्नलमा स्थान दिइरहेका छौँ।

अन्त्यमा

विविध चुनौती र समस्याहरू भेल्लै पाँचौँ अङ्क पूरा गरिसकेको सन्दर्भमा *मिडिया अध्ययन*को सान्दर्भिकता के हो, प्राज्ञिक क्षेत्रमा यसको महत्त्व के-कति छ भन्ने प्रश्न महत्त्वपूर्ण छ। त्यसो त यो प्रश्नको उत्तर खोज्ने काम प्राज्ञिक क्षेत्रका स्वतन्त्र अनुसन्धानकर्ताको हो, तैपनि हाम्रो अनुभवमा केही पक्षमा ध्यान दिनुपर्छ भन्ने लाग्छ। पहिलो, नेपाली मिडियाले विकासको जतिसुकै ठूलो फड्को माच्यो

भनिए पनि यसले आफैलाई समीक्षा गर्ने काम अति थोरै मात्र गर्न सकेको छ । विभिन्न व्यावसायिक स्वार्थका कारणले यसका कमीकमजोरीबारे आलोचनात्मक टिप्पणी त्यहाँ आउन सक्दैन पनि । त्यसैले मिडियाका सकारात्मक वा नकारात्मक अभ्यास र प्रवृत्तिलाई प्राज्ञिक ढङ्गले केलाउने र नेपाली मिडियाको गुणस्तर उकास्न सघाउने कार्यका लागि नियमित रूपमा निस्कने जर्नलले महत्त्व राख्दछ । यसतर्फ *मिडिया अध्ययन*को योगदान कस्तो छ भनेर ठोकुवा गर्न नसकिएला तर यसको आवश्यकता छ भन्न सकिन्छ ।

दोस्रो, यस जर्नलका पाठक निकै न्यून सङ्ख्यामा छन् तर अहिलेको नेपाली मिडियाका गतिविधि, यसमा भइरहेका अभ्यासबारेको अभिलेख राख्न पनि यसको महत्त्व छ । नेपाली मिडियाबारे पाँचौँ अङ्कसम्म छापिएका करिब १८०० पेजका सामग्री आफैमा पनि एक किसिमका दस्तावेज हुन् । भविष्यको पुस्ताका लागि तिनको केही न केही मात्रामा पक्कै पनि ऐतिहासिक महत्त्व छ भन्न सकिन्छ ।

तेस्रो, यसले केही न केही मात्रामा नेपाली मिडियाका पाठकहरूमाभन्ने मिडियालाई प्राज्ञिक दृष्टिकोणबाट बुझ्ने र यसबारे प्राज्ञिक बहस तथा टिप्पणी गर्ने बानीको विकास गर्न सुरु गरेको छ भन्न सकिन्छ । नेपाली मिडियाका विभिन्न पक्षको अनुसन्धानप्रति चासो देखाउँदै 'म पनि जर्नलमा लेख लेख्छु' भन्ने समूह विस्तारै बढ्न थाल्नुले त्यही कुराको सङ्केत गर्दछ । चौथो, प्राज्ञिक अनुसन्धानप्रति रुचि राख्ने तर स्रोत उल्लेख गर्ने, सन्दर्भसामग्री तयार गर्ने आदि विभिन्न प्राविधिक पक्षहरूबारे अभ्यस्त नभएका युवा पुस्तालाई केही न केही सिकाएर प्राज्ञिक क्षेत्रमा लाग्न प्रेरित गर्ने तथा आफ्नो शैक्षिक अध्ययनका क्रममा तयार गरिएका शोधलाई बाहिर ल्याउन चाहनेलाई उत्प्रेरित गर्ने काम पनि *मिडिया अध्ययन*ले थोरै भए पनि गरेको छ । *मिडिया अध्ययन*मा आफ्नो पहिलो अनुसन्धानमूलक लेख छापेपश्चात् प्राज्ञिक लेखनको कामलाई निरन्तरता दिइरहेका कतिपय व्यक्तिलाई हेर्ने हो भने यो कुरा पुष्टि हुन्छ ।

यी विभिन्न उपलब्धिहरूले *मिडिया अध्ययन*को सान्दर्भिकता प्रस्ट्याउँछन् भन्ने लाग्छ । साथै, अन्यत्रबाट पनि यस्ता पहलहरू हुनुपर्दछ भन्ने हाम्रो मान्यता छ । त्यसैले जर्नललाई अभै परिस्कृत बनाउँदै निरन्तरता दिन मार्टिन चौतारी क्रियाशील छ ।

यो अङ्कका लागि धन्यवाद

मिडिया अध्ययनको यो अङ्कमा केही व्यक्तिहरूको सहयोग हामीलाई प्राप्त भएको छ। सर्वप्रथम यसका सबै सामग्रीहरूको भाषा सम्पादन गरिदिने विमल आरोहीलाई धन्यवाद छ। हाम्रो अनुरोधमा केही लेखहरू पढेर सम्बन्धित लेखकलाई सुझाव दिनुहुने रमेश पराजुली, मोहन मैनाली, दीपा गौतम, सुरेश आचार्य र चन्द्रकिशोरप्रति आभारी छौं। शुद्धाशुद्धमा सघाउने अर्जुन पन्थी र तीर्थ विष्टलाई पनि धन्यवाद छ।

सन्दर्भसामग्री

नेपाल समाचारपत्र। २०६३। मिडियामा चासो। १३ माघ, पृ. ख।

पेशाल। २०६३। चाहिन्छ आत्मसमीक्षा। *हिमाल खबरपत्रिका* १८८ : ५४।

भट्टराई, दीपक। २०६६। पत्रकारिता वृद्धाउने किताब। *नागरिक (अक्षर)*, २० असार, पृ. कि।

Lamsal, Yuba Nath. 2010. Worthy Initiative in Media Research. *The Rising Nepal (Friday Supplement)*, 6 August, p. III.

Onta, Pratyoush. 2010. The Landscape of Social Science and Humanities Journals Published from Nepal: An Analysis of its Structural Characteristics. *Studies in Nepali History and Society* 15(2): 331-380.