

## अध्याय दश

### खोज खबरको खोजी

#### देवराज हुमागाई

#### भूमिका

“नमस्कार ! रेडियो पत्रिका खोज खबरमा तपाईंलाई स्वागत छ । यस पत्रिकामा तपाईंका गाउँबस्तीका कुरा हुन्छन् । तपाईंका अनुभव र अनुभूति हुन्छन् । तपाईं हाम्रै दुःख, सुख, हाँसो, पीडा र अनुभव, अनुभूतिमा आधारित खोज खबर रेडियो पत्रिकामा मेचीदेखि महाकालीसम्म र हिमालदेखि तराईसम्मका कुराहरू हुन्छन् । ...प्रजातन्त्रलाई बलियो पार्ने, विकासप्रति सजग, सतर्क र चनाखो पार्ने र विकासको फल सबैका भागमा पुगेको छ कि छैन भनेर केलाउने, कोट्ट्याउने काम गर्न हामीले रेडियो पत्रिका खोज खबर सुरु गरेका हौं ।”

सङ्गीता लामाको यसै उद्घोषका साथ १ असार २०५४ देखि रेडियो नेपालमा सुरु भएको थियो रेडियो पत्रिका खोज खबर ।<sup>१</sup> सात महिनापछि,

---

<sup>१</sup> यो लेख मिडिया उत्पादन र अन्तर्वस्तु पुस्तकमा प्रकाशित लेख (हुमागाई २०६०) को सङ्क्षिप्त रूप हो ।

२९ पुसमा हठात् बन्द गरियो । रेडियो नेपालबाट अल्पायुमै बन्द गरिए पनि दुर्गम बस्तीका नेपाली श्रोताको मन-मस्तिष्कमा अझै बसिरहेको छ खोज खबर । काम विशेषले गाउँघरतिर जाँदा यसका सञ्चालकहरू गोपाल गुरागाईं, सङ्गीता लामा तथा मण्टेश्वरी राजभण्डारीलाई भेटनासाथ उक्त कार्यक्रमका कतिपय श्रोताहरू खोज खबरलाई सम्झन्छन् । रेडियो नेपालबाट त्यसताका प्रसारित कार्यक्रमहरूमध्ये यो जति लोकप्रिय सायदै अर्को कुनै कार्यक्रम थियो, जससँग दिनहुँ दर्जनौं श्रोताहरूले पत्र वा फोनद्वारा आफ्ना भावना साटेका हुन् ।

खोज खबर लोकप्रिय थियो र प्रभावी पनि । श्रोतालाई कार्यक्रममा यथोचित स्थान दिएर शैली र प्रस्तुतिमा नवीनता त ल्याएको थियो नै, विभिन्न सामाजिक मुद्दाहरू उठाउनमा पनि खोज खबर अग्रणी थियो । तर धेरै दिन टिकेन यो कार्यक्रम रेडियो नेपालमा । विनाकारण र विनापूर्वजानकारी बन्द गरियो । जनताले तिर्ने करले चले पनि सर्वसाधारणका बोली-भाकाले, तिनले दैनिक जुभिरहेका सवालले स्थान नपाएको अवस्थामा खोज खबरले एउटा नौलो इतिहास रचेको थियो— उनीहरूका आवाजलाई स्थान दिएर । उनीहरूका सुख-दुःखको साथी बनेर । खोज खबर नरहे पनि एउटा गोरेटो कोरेर गयो त्यसले । त्यही पदचिह्न पछ्याए, अरू कार्यक्रमहरूले । त्यस्तै मुद्दा र उही शैलीका कार्यक्रम पनि बजे रेडियोबाट । यो खोज खबरको सफलता हो ।

## खोज खबरको सुरुआत

प्रजातन्त्र पुनर्स्थापना भएको ६-७ वर्ष बितिसकेको थियो, तैपनि रेडियोमा विकासे पत्रकारिताले गति लिएको थिएन । जबकि पञ्चायत कालदेखि नै छापामा सुरु भएको विकासे पत्रकारिता २०४६ सालपछि अझै मौलाएको थियो । त्यसो त रेडियोमा पनि 'विकासे' कार्यक्रम नभएका होइनन् । तर ती ढर्नामा चलेका थिए । अर्ती-उपदेश दिन्थे । गाम-बेसीका आवाज हुन्थेनन् त्यहाँ । त्यसैले तिनमा श्रोताहरूले अपनत्व महसुस गर्दैनथे । यो कमी खट्केको थियो विकास पत्रकारितामा कलम चलाउँदै आएका केही सञ्चारकर्मीलाई । सोही कमी पूरा गर्न पत्रकारहरू भारतदत्त कोइराला, हेमवहादुर विष्ट, विनयकुमार कसजू र गोपाल गुरागाईंले केही गर्नुपर्ने ठाने र सल्लाह गरे । रेडियोमा विकासमूलक कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्नेमा मतैक्य भयो । कसजूले नाम पनि जुराईदिए—खोज खबर ।

गोपाल गुरागाईं कार्यक्रम सञ्चालन गर्न कस्सिए । फलस्वरूप तत्कालीन समयका केही छापामा—गोरखापत्र, राइजिड नेपाल, श्री सगरमाथा, काठमाडौं टुडे र हिमाल—मा कार्यरत पत्रकारहरू सम्मिलित एउटा 'टीम' बनाइयो । समूहमा

सुरुमा सङ्गीता लामा, गोपाल गुरागाई, मण्टेश्वरी राजभण्डारी, हरिकला अधिकारी, हेमलता राई, रामप्रसाद हुमागाई र प्रदीप कार्की गरी सात जना थिए । सङ्गीता लामालाई प्रमुख सञ्चालकको रूपमा तोकियो ।

२९ जेठ २०५४ मा रेडियो नेपालसँग *खोज खबर* सञ्चालन गर्ने छ, महिने सम्झौता भयो । सङ्गीता लामा र रेडियो नेपालबीच भएको उक्त सम्झौताअनुसार रेडियो पत्रिका *खोज खबर* १ असार २०५४ देखि बज्न थाल्यो । शनिवारबाहेक हरेक साँझ ८:३० बजे प्रसारण हुने सो कार्यक्रमको समयावधि १५ मिनेटमात्र थियो ।

*खोज खबर* सुरु भएको दुई महिनाभित्रमा विनय गुरागाई, दुर्गा कार्की र सङ्गीता मरहट्टा पनि थपिए । पछि सो समूह दश जनाको हुन पुग्यो त्यसका अतिरिक्त *खोज खबर*ले देशका विभिन्न स्थानमा रही पत्रकारिता गर्दै रहेका एक दर्जनभन्दा बढी पत्रकारहरूसँग पनि बेला बेलामा सहयोग लिने गर्दथ्यो । ती पत्रकारहरू समय समयमा आफूले तयार पारेका विकासमूलक रिपोर्टहरू *खोज खबर*का लागि पठाउँथे । कार्यक्रम सुरु भएको एक/डेढ महिनापछि कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारणमा उचित सल्लाह र सुझावका लागि पत्रकार कुन्द दीक्षित, सिविनका गौरी प्रधान, रेडियो नेपालका तत्कालीन कार्यकारी निर्देशक शैलेन्द्रराज शर्मा र डा. आरजु देउवा सम्मिलित एउटा सल्लाहकार मण्डल पनि बनाइएको थियो ।

*खोज खबर*मा संलग्नमध्ये अधिकांशले रेडियो पत्रकारितासम्बन्धी सैद्धान्तिक अथवा व्यवहारिक ज्ञान प्राप्त गरिसकेका थिए । गोपाल गुरागाई रेडियो नेपालबाट बच्ने *वातावरण कार्यक्रम* तथा सुन्ने पत्रिका *उकाली-ओराली*को उत्पादनमा संलग्न रहँदै आउनुभएको थियो ।<sup>१</sup> सङ्गीता लामा र मण्टेश्वरी राजभण्डारीको पनि *उकाली-ओराली*मा काम गरेको अनुभव थियो । लामा, राजभण्डारीलगायत रामप्रसाद हुमागाई, हेमलता राई र सङ्गीता मरहट्टाले नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेफेज) र वर्ल्ड भ्यू इन्टरनेशनलबाट सञ्चालित रेडियो कार्यक्रम उत्पादन तालिम लिएका थिए । हरिकला अधिकारी, प्रदीप कार्की, दुर्गा कार्की र विनय गुरागाईको रेडियो कार्यक्रम उत्पादनमा खासै अनुभव थिएन । तर समूहका प्रायः सदस्य छापामा काम गरिसकेका, गर्दैरहेका हुनाले पत्रकारिताबारे सबै जानकार नै थिए ।

<sup>१</sup> नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेफेज) ले *वातावरण* उत्पादन गर्थ्यो । २०४६ सालदेखि सुरु भएको यो कार्यक्रम २०५१ सालमा बन्द भएको थियो । सुन्ने पत्रिका *उकाली-ओराली* विभिन्न खोजमूलक सामग्रीहरू समेटेर तयार पारिएको 'अडियो टेप' हो । विभिन्न दातृ संस्थाहरूको आर्थिक सहयोग जुटाएर तयार पारिँदै आएको यो पत्रिका २०६० सम्ममा १५ भागसम्म उत्पादन भई बजारमा आइसकेको छ ।

## खोज खबरको विषयवस्तु

खोज खबरको विषयवस्तुको चरित्र रेडियो नेपालसँग भएको सम्झौताले धेरै हदसम्म निर्दिष्ट गरेको देखिन्छ। सम्झौतामा उल्लिखित १० शर्तहरूमा कार्यक्रम राजनीतिक समाचारमूलक हुन नहुने, संविधान र ऐन, नियमभन्दा बाहिर जान नहुने, सरकारको छवि सपानै खालका सामग्रीहरू समावेश गर्नुपर्ने, आदि उल्लेख छन्। त्यसबाहेक “कार्यक्रम विकास गतिविधिहरूको समाचारमूलक, विश्लेषणात्मक हुनुपर्नेछ, र प्रसार गरिने कुनै पनि कुराहरू तथ्यमा आधारित हुनुपर्नेछ” भनेर शर्तको पहिलो बुँदामा नै तोकिएको छ। कार्यक्रमको नामैले पनि कार्यक्रमका सामग्रीहरू विश्लेषणात्मक तथा खोजमूलक हुने कुराको सङ्केत गर्दछ।

१५ मिनेटको खोज खबरलाई तीन खण्डमा विभाजन गरिएको थियो। पहिलो खण्डमा समाचार विश्लेषण वा जानकारी, दोस्रोमा रिपोर्ट र तेस्रोमा श्रोताका पत्र प्रसारण हुन्थ्यो। यसका अतिरिक्त समय-समयमा विभिन्न व्यक्तित्वहरूसँगको अन्तर्वार्ता पनि प्रसारण गरिन्थ्यो। तीन खण्डलाई बाँडफाँड गरेको समयलाई हेर्दा २-४ मिनेट समाचार विश्लेषण वा जानकारी, ६-८ मिनेट रिपोर्ट र अन्तिम २-३ मिनेट आजको पत्र खण्डअन्तर्गत श्रोताका सुझाव, जिज्ञासा र त्यसको जवाफका लागि छुट्ट्याउने गरिएको थियो। सुरुको १-२ मिनेट अभिवादन र विषयवस्तुको परिचयमा खर्च हुन्थ्यो। विषयवस्तुको गाम्भीर्य र महत्त्व हेरी समय विभाजनमा तल-माथि पनि हुन्थ्यो।

## समाचार विश्लेषण/जानकारी

खोज खबरको एउटा मुख्य खण्ड— समाचार विश्लेषण— मा देश-विदेशमा दिनदिनै भइरहेका विभिन्न घटनामध्ये सान्दर्भिक एक वा दुई सामग्री समेटिएको हुन्थ्यो। यी सामग्री मुख्यतः सोही दिन पत्रपत्रिकामा प्रकाशित समसामयिक विषय हुन्थे। त्यसबाहेक, उपत्यकाका विभिन्न स्थानमा हुने विकासे सभा, गोष्ठी तथा सेमिनारमा प्रस्तुत विषयवस्तु र तिनबाट निस्किएका निष्कर्षप्रति खोज खबरका पत्रकार सधैं सचेत रहन्थे। विषयको प्रकृति, गाम्भीर्य हेरी सम्बन्धित विषयका विशेषज्ञ र सर्वसाधारणको आवाजलाई पनि यो खण्डमा समावेश गरिन्थ्यो जसले गर्दा समाचारको विश्वसनीयता अझै बढ्थ्यो। उदाहरणका लागि १५ असार २०५४ मा प्रसारित च्छो रोल्पा हिमतालसम्बन्धी सामग्रीलाई लिन सकिन्छ। यो हिमताल फुट्ने हल्ला र विभिन्न अडकलबाजी भइरहेको समयमा खोज खबरमा यसबारे विश्लेषणात्मक सामग्री प्रसारण भएको थियो। च्छो रोल्पा तुरुन्त फुट्छ कि फुट्दैन, फुटेमा त्यसबाट नेपालका कुन कुन

भागहरू प्रभावित हुन्छन्, उक्त ताल विस्फोट हुनबाट जोगाउन कुन कुन क्षेत्रबाट के कस्ता पहलहरू भइरहेका छन्, आदि सवालहरूको जवाफ खोज्ने प्रयास सो समाचारमा गरिएको थियो। हिमताल क्षेत्रको भ्रमण गरेर आएका इलेक्ट्रिकल इन्जिनियर कुमार पाण्डे, जल तथा मौसम विज्ञान विभागका उपनिर्देशक आदर्श पोखरेल, सोही विभागका शङ्कर योगाचार्य तथा अर्का विशेषज्ञ वीरबल राणाका विचारहरू उनीहरूकै आवाजमा कार्यक्रममा समेटिएको थियो। हिमताल तुरुन्तै फुट्न सक्ने हल्लाका कारण त्रासमा बाँचिरहेका त्यस क्षेत्रका बासिन्दाले विशेषज्ञहरूकै मुखबाट तत्काल खतरा नभएको सुन्न पाउँदा केही त्राण मिल्यो होला भन्ने अनुमान गर्न सकिन्थ्यो।

यो खण्डमा 'विकास र बजेट' शीर्षक राखेर विभिन्न जिल्लामा विकास निर्माणका लागि छुट्ट्याइएको बजेटको विश्लेषण पनि गरिन्थ्यो। यसका लागि दुर्गम जिल्लाहरूलाई प्राथमिकता दिइन्थ्यो किनकि ती स्थानका बासिन्दाले अन्य स्रोतमार्फत त्यस्ता जानकारी सहज पाउन सक्दैनथे। आफ्नो जिल्लाको बजेटका विषयमा बताइदिन *खोज खबर*मा श्रोताहरूबाट प्रशस्त पत्र तथा टेलिफोन प्राप्त हुन्थे। त्यसबाहेक देशभित्र र बाहिरका विभिन्न सान्दर्भिक घटना तथा नयाँ वैज्ञानिक आविष्कारसम्बन्धी सामान्य जानकारीहरू पनि कार्यक्रममा बेलाबखत समेट्ने गरिएको थियो।

## रिपोर्ट

*खोज खबर*को सात महिने अवधिमा यसका १८७ शृङ्खला प्रसारण भएको थियो। करिब २५० ओटा रिपोर्टहरू त्यसअवधिमा बजेका थिए। यी रिपोर्टहरूमा समाजका विभिन्न विषय, मुद्दालाई उठाइएको थियो। *खोज खबर*ले प्रसारण गरेका विषयवस्तुको विवरण तालिका १०.१ मा दिइएको छ।<sup>३</sup>

तालिकामा १५ ओटा विषयहरू मात्र समावेश गरिएको छ। तीबाहेक सञ्चार, अपाङ्ग, वातावरण, साहित्य, पर्यटन, धर्म, लोक-संस्कृति आदि थुप्रै विषयका रिपोर्टहरू पनि *खोज खबर*मा प्रसारण भएका थिए। तालिकामा उल्लिखित विषयवस्तुहरू 'ओभरल्याप' नहुने गरी दिइएको छ। उदाहरणका लागि, कृषि पेशाभित्र रहेका महिलासम्बन्धी रिपोर्टहरू तथा घरेलु हिंसा

<sup>३</sup> रेकर्ड फायलमा उल्लिखित रिपोर्टको शीर्षकका आधारमा मात्र विषय-शीर्षक छुट्ट्याइएकाले शीर्षकका आधारमा स्पष्ट विषय छुट्टिने रिपोर्टमात्र गणना गरिएको छ। त्यसैले जम्मा प्रसारित रिपोर्टको सङ्ख्या र तालिकामा उल्लिखित सङ्ख्यामा फरक देखिएको हो।

र रक्सीविरोधी आन्दोलनसँग गाँसिएका महिलासम्बन्धी सामग्रीहरू तत्-तत् शीर्षकअन्तर्गत राखिएका कारण महिलासम्बन्धी रिपोर्टको सङ्ख्या २० ओटा मात्र भएको हो । त्यसैगरी बालबालिका, दलित, जनजाति, वैदेशिक रोजगार, गरिबी, विकास/बजेट, जस्ता विषयसँग मिल्दा सामग्रीहरू तालिकाभित्रका अन्य शीर्षकमा पनि परेका छन् ।

**तालिका १०.१: खोज खबरका विषयवस्तु र रिपोर्टको सङ्ख्या**

क्र.सं.	विषय	सङ्ख्या
१.	कृषि	५१
२.	महिला	२१
३.	स्वास्थ्य	१८
४.	घरेलु हिंसा	११
५.	मजदुर	९
६.	सामुदायिक वन	५
७.	वैदेशिक रोजगार	५
८.	रक्सीविरोधी आन्दोलन	५
९.	शिक्षा	४
१०.	दलित/छुवाछूत	४
११.	विकास/बजेट	४
१२.	गरिबी	३
१३.	बालबालिका	३
१४.	जनजाति	२
१५.	प्रवासी नेपाली	२

स्रोत: खोज खबर रेकर्ड फायल, कम्प्युनिकेसन कर्नर ।

प्रसारित रिपोर्टमध्ये सबैभन्दा बढी स्थान कृषिले ओगटेको तालिकाबाट देखिन्छ । बहुसङ्ख्यक जनताको जीविकोपार्जनको प्रमुख आधार रहेको कृषिसम्बन्धी विषयले प्राथमिकता पाउनु स्वाभाविक नै हो । कृषिअन्तर्गत कृषक सहकारी समूह र तिनका गतिविधि, कृषि उत्पादनको मूल्य तथा बजार, खेतीपातीसम्बन्धी कृषकहरूको अनुभव, मल-बीउको समस्या, घरेलु विषादी बनाउने तरिका, पशुपालन, माछापालन तथा सिँचाइ आदि विषय समेटिएका छन् । यीमध्ये पनि साना किसान सहकारी समूह र तिनका गतिविधिहरूले प्रशस्तै ठाउँ पाएका छन् ।

महिलासम्बन्धी मुद्दाहरू पनि खोज खबरको प्राथमिकतामा परेको देखिन्छ । महिला हक र अधिकारसम्बन्धी आन्दोलनलाई माथि उठाउन सहयोगी सामग्रीहरू यो कार्यक्रममा उल्लेख्य सङ्ख्यामा बजेका थिए । रिपोर्टहरूमा पैतृक सम्पत्तिमा

महिलाको समान अधिकारका पक्ष र विपक्षमा उठेका विभिन्न तर्कहरूलाई प्रमुख स्थान दिइएको थियो । परम्परागत रूपमा पुरुषहरूको प्रभुत्व रहेको क्षेत्र जस्तै प्रहरी, बसको कण्डक्टर, आदिमा महिलाहरूको बढ्दो सहभागिता खोज खबरको विषयवस्तु बनेका थिए । त्यसबाहेक, महिला स्वावलम्बनका सवाल, राजनीतिमा महिला सहभागिता, महिला उत्पीडन, शिक्षामा महिलाको पहुँच, आदिबारेका रिपोर्टहरू पनि प्रसारण भएका थिए ।

जनस्वास्थ्य र घरेलु हिंसा खोज खबरमा महत्त्व पाएका थप दुई विषय हुन् । आधारभूत स्वास्थ्य, घरभित्रै तथा वरिपरि सजिलै उपलब्ध हुनसक्ने वस्तुको सरल उपयोग गरी लाभान्वित हुने काइदा, बजारमा पाइने विभिन्न रसायन र मिसावटयुक्त वस्तुको उपयोग कम गर्नुपर्ने आवश्यकता, आदिबारे खोज खबरमा जानकारी दिइएको पाइयो । तीतेपातीको उपयोग, रेबिज रोग, सर्पको टोकाइ, भ्रूणपाखाला वा हैजा आदिबारे विभिन्न जानकारी समेटिएका रिपोर्टमा श्रोताहरूद्वारा धेरै प्रतिक्रिया/जिज्ञासा व्यक्त गरिएको थियो । महिला र बालबालिकाविरुद्ध हुने गरेका हिंसा तथा दुर्व्यवहारबारेका रिपोर्ट खोज खबरबाट प्रसारण गरिएको छ । त्यस्तै, मादक पदार्थ सेवन गरेर गर्ने कूटपिट, घरेलु कामदारमाथि हुने हिंसा, छोराछोरीमाथि बाबुआमाद्वारा गरिने शारीरिक वा मानसिक यातना तथा यस क्षेत्रमा लागिपरेको संस्था 'साथी'बारे खोज खबरमा जानकारी दिइएको थियो ।

### आजको पत्र

खोज खबरको अर्को नियमित खण्ड थियो— आजको पत्र । यो खण्ड कार्यक्रम प्रसारण हुन थालेको एक महिनापछि मात्र सुरु भएको हो । सुरुका दिनहरूमा श्रोतामा कार्यक्रमबारे राम्रो जानकारी नभएकाले खासै पत्रहरू आएनन् । जति आए, तिनमा पनि प्रसारणलायक थोरै थिए । तिनमा 'समय कम भएको' तथा कार्यक्रम 'अत्यन्त राम्रो भएको' लेखिएका हुन्थे । कतिपयमा व्यक्तिगत गन्थन मात्रै हुन्थे । प्राप्त पत्रहरूको अध्ययन गर्दै र तिनलाई कसरी कार्यक्रममा सामेल गर्ने भन्ने योजना बनाउँदैमा पहिलो महिना बित्यो । १ साउनदेखि 'आजको पत्र' स्तम्भ राखेर दैनिक एकजना श्रोताको पत्र वा टेलिफोन प्रतिक्रिया र आवश्यकताअनुसार त्यसको जवाफ प्रसारण गर्न थालियो । श्रोताहरूको सङ्ख्या निकै बढ्न थालेपछि भदौको अन्तिम सातादेखि हरेक दुई हप्तामा एकदिन पत्र प्रसारणका लागि भनेर छुट्ट्याउन थालियो । आफ्नो पत्र प्रसारण भएको सुनेपछि श्रोतामा हौसला बढ्ने र त्यसले कार्यक्रममा श्रोता सहभागिता अरू बढाउने हुँदा पनि यसो गरिएको बताइन्छ ।

प्राप्त सबै पत्रलाई सञ्चालकहरूले दिनहुँ अध्ययन गर्थे । कार्यक्रममा आह्वान गरिएभैं पत्रहरूमा सुभाब, सल्लाह, प्रतिक्रिया, जिज्ञासा तथा विभिन्न लेखरचना समेटिएका हुन्थे । कार्यक्रमको समय बढाउने, कार्यक्रमलाई राजनीतिबाट मुक्त राख्ने, कार्यक्रमले फलाना-फलाना सामग्रीहरू समेटनुपर्ने, कार्यक्रमको समय परिवर्तन गर्ने जस्ता सल्लाह र सुभाबहरू प्राप्त भएका थिए । कार्यक्रमले उत्पन्न गरेका क्रिया-प्रतिक्रियाहरू उल्लेख गर्दै थप जिज्ञासाले भरिएका पत्रहरू पनि पाइन्थे । कतिले आफ्नो टोल-छिमेक या गाउँघर तथा व्यक्तिगत रूपमा आइपरेका समस्याहरू लेख्दै त्यसको समाधानका उपाय सोध्थे । मुगुका एक श्रोताले मुगुबारे लेखिएको आफ्नो कविता खोज खबरबाट प्रसारणका लागि प्रमुख जिल्ला अधिकारीको सिफारिससमेत पठाएका थिए । विभिन्न धार्मिक, पुरातात्विक, पर्यटकीय महत्त्व बोकेका स्थानहरूबारेका लेखरचनाहरू पनि श्रोताहरूले पठाउँथे । प्राप्त सबै पत्रहरू कार्यक्रममा प्रसारण गर्न सम्भव नभएकाले पत्रको सान्दर्भिकता र महत्त्व हेरेर प्रसारण गरिन्थ्यो । कार्यक्रममा पस्किएको विषयवस्तुमाथि टिप्पणी गरिएको र त्यसमध्ये पनि धेरै श्रोताहरूले जिज्ञासा राखेको आधारमा चिठ्ठी छान्ने एवं प्रसारण गर्ने गरिएको मण्टेश्वरी राजभण्डारी बताउँछन् ।

## प्रस्तुति

ठूलाबडा भनिएका ओहदावालहरूका विचार, धारणा, भाषा र शैलीमात्र नागरिकहरूलाई थोपदै आएको रेडियो नेपालमा खोज खबरको प्रस्तुतिको शैली पृथक थियो । नूतन थियो । यसबाहेकका कार्यक्रममा तल्लो तप्काका नागरिकहरूको आवाज सायदै प्रसारण हुन्थे । कथंकदाचित तिनका कुराले ठाउँ पाउने स्थिति आएमा पनि तिनका बोली तोडमरोड गरेर अकैले बोल्दथ्यो । तर खोज खबरमा ती आवाज रोकिएकाहरूको बोलीले पनि ठाउँ पाउन थाल्यो । सधैंभरि रेडियोबाट सम्भ्रान्त भनाउँदाहरूका भाषा, स्वर सुनिरहेकाहरूले त्यही 'बाकस'बाट आफ्नै या आफ्नो जस्तै आवाज गुञ्जिएको पाउँदा रमाइलो मानेका थिए । यही नै खोज खबरको प्रमुख विशेषता थियो । यसको एउटै रिपोर्टभित्र ५-१० जनासम्म साधारणजनका आवाज समेटिएका हुन्थे । यसले गर्दा श्रोताहरूले खोज खबरलाई आफ्नै ठाने । माया गरे, अपनत्व दर्शाए । त्यसबाहेक, विशेषज्ञदेखि तल्लो तप्काका वा पीडित वर्ग सबैको स्वर प्रसारित हुँदा त्यसले विषयवस्तुको विश्वसनीयता अरू अभिवृद्धि गर्थ्यो । त्यहाँ पक्ष र विपक्ष दुवैका आवाज समेटिएका हुन्थे, जुन आवाज सुनेर श्रोताले कुन ठीक र कुन बेठीक भनी छुट्ट्याउने मौका पाउँथे । खोज खबरमा संलग्न पत्रकारहरूले पत्रकारिताको अनुभवलाई राम्रैसँग यसमा प्रयोग गरेका थिए ।



११ असारको कार्यक्रममा प्रसारित धादिङ जिल्लाको धुवाँकोट गाविस- स्थित 'सिस्नेपाखा सामुदायिक वन उपभोक्ता समिति'को भेलाबारे गोपाल गुरागाईंको रिपोर्टले खोज खबरको प्रस्तुतिको शैलीसँग परिचय गराउँछ । “डाँडामाथि देखिएको रातो घाम, खुल्ला र सफा वातावरण तथा पारिपट्टि पाखामा घाँसको भारी बोकेर हिँडिरहेको महिलाहरूको ताँती” भन्ने वरिपरिको वातावरणको वर्णनसहित भेलामा गुञ्जिएको गाईगुईंबाट सुरु गरिएको थियो सो रिपोर्ट । उल्लेख नगरे पनि हुने बाहिरी वातावरणको वर्णनले रिपोर्टलाई तन्काएर समय खेर फालेजस्तो लागे पनि त्यसले श्रोतालाई स्वयं नै सो स्थानमा उपस्थित भएको अनुभूति दिन्छ । कार्यक्रम सुनिरहुँ जस्तो बनाउँछ ।

अरू कार्यक्रमभन्दा खोज खबर भिन्न हुनुमा यसमा प्रयुक्त भाषा र शैली पनि हो । खोज खबरका प्रस्तुतिहरू सरल र प्रायःले बुझ्ने भाषामा बोलिन्थे । खोज खबरमा श्रोताहरूको जिज्ञासा समाधान गर्दा सम्बन्धित विशेषज्ञहरूकै आवाज समावेश गरिन्थ्यो । यसले गर्दा उनीहरू आफूले प्राप्त गरेको जवाफप्रति बढी विश्वस्त हुन्थे नै, तिनका भनाइमा सामान्य जनताले नबुझ्ने प्राविधिक शब्दहरू घुसेमा सञ्चालकले त्यसलाई सक्दो सरल शब्दमा बुझाउने कोसिस गर्थे । आर्थिक विश्लेषण, स्वास्थ्यसम्बन्धी सल्लाह तथा कानुनी विषयहरूमा त्यस्तो शैलीको प्रयोग बढी भेटिन्छ । गोपाल गुरागाईं भन्छन्, “बढीभन्दा बढी जनताले कार्यक्रम सुनून् भन्ने चाहना राख्ने हो भने भाषा बुझिने हुनै पर्छ । हाम्रो चाहना पनि त्यही थियो र भाषाको विषयमा हामी अत्यन्त संवेदनशील थियौं ।” उनको थप भनाइ थियो, “नेपाली भाषा भनेर पनि हुँदैन, सबै नेपाली शब्दहरू नेपाली बोल्नेले बुझ्नेका हुन्छन् भन्ने छैन । त्यसैले बोलीचालीको भाषामा नै बढी जोड दिनुपर्दछ भन्ने हाम्रो मान्यता हो ।”

### खोज खबरको प्रभाव

खासगरी खोज खबरको प्रभाव तीन खाले देखिए । पहिलो खोज खबरले समाजका कु-संस्कार, उत्पीडन, अन्धविश्वास, जातीय, लिङ्गीय, वर्गीय आदि भेदभाव, भ्रष्टाचार आदि विरुद्ध प्रहार गरिरह्यो । जसबाट समाजका पीडित वर्गले आफूभित्र केही चेतना जागेको महसुस गर्नपुगे । त्यतिमात्र होइन समाजमा देखिने घरेलु हिंसा विरुद्ध आवाज उठाउन, जाँड रक्सी विरोधी आन्दोलनमा लाग्न, आफ्नो स्वास्थ्यबारे सचेत रहन र आफ्नो गाउँ र जिल्लाको बजेट तथा विकास निर्माणप्रति समाजलाई सचेत राख्ने काम पनि यसले गर्‍यो । यस कुराको पुष्टि खोज खबरलाई प्राप्त हजारौं चिट्ठीहरूले गर्दछन् । किनकि खोज खबरबाट प्रसारित सामग्रीहरूलाई

उद्धृत गर्दै तत्-तत् विषयमा थप चासो र चिन्ता तथा आफ्ना अनुभव र गतिविधि उल्लेख गर्दै लेखिएका चिठ्ठीहरू खोज खबरलाई प्राप्त भइरहन्थे । त्यसबाहेक, रेडियो नेपालमा अन्य कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने पत्रकारहरू सामु पनि कार्यक्रमको ढाँचामा पुनर्विचार गर्नुपर्ने चुनौती यसले ल्याइदियो । खोज खबरको प्रभाव रेडियो नेपालबाट त्यतिबेलै बज्दै गरेका र पछिल्ला दिनमा त्यहाँबाट प्रसारण हुने अन्य कार्यक्रममा महसुस गर्न सकिन्छ । खोज खबरको प्रभावको कुरा गर्दा कार्यक्रम सञ्चालनमा संलग्न पत्रकारहरूको पेशागत विकासमा पारेको प्रभावलाई पनि छान्दैन मिल्दैन ।

जनताका बस्तीहरूमा गएर तिनका आवाज बटुली प्रसारण गर्ने चलन रेडियो नेपालका कार्यक्रममा पहिले थिएन । खोज खबरले यो शैली अपनाएकै कारण कार्यक्रम लोकप्रिय बन्यो र प्रभावकारिता पनि बढ्यो । खोज खबरको शैलीको छाप त्यसै समयमा प्रसारित दलित जनजागरण<sup>४</sup> तथा महिला कार्यक्रममा पनि पन्यो र तिनमा थोरै मात्रामा भए पनि दलित तथा महिला (प्रस्तोता बाहेक) का स्वरहरू गुञ्जन थाले । खोज खबर बन्द गरिएको केही समयपछि रेडियो नेपालले हाम्रो गाउँघर कार्यक्रम प्रसारण गरेको थियो । खासगरी खोज खबरको प्रसारण बन्द गरिएपछि त्यसप्रति श्रोताहरूले असन्तुष्टि व्यक्त गरेका थिए र त्यसैलाई साम्य गर्न उक्त कार्यक्रम सुरु गरिएको देखिन्छ । हाम्रो गाउँघर पनि विकासमूलक सामग्री समेट्ने कार्यक्रमको रूपमा खोज खबरमा जस्तै करारमा सञ्चालक नियुक्त गरी सञ्चालन गरिएको थियो । खोज खबरकै शैलीलाई यसले पछ्याएको थियो ।

त्यसबाहेक केही समयपछि देखि रेडियो नेपालमा बज्नु थालेको हाकाहाकी कार्यक्रम त खोज खबर बन्द हुनुकै परिणाम थियो भन्न सकिन्छ । खोज खबर प्रसारणबाट उत्साहित केही सञ्चालकहरू त्यस्तै कार्यक्रम पुनः चलाउन पाए हुन्थ्यो भन्ने सोचाइमा थिए । सोही क्रममा विकास सञ्चार केन्द्र, पानोस, युनिसेफ र एक्सन एड जस्ता संस्थाहरूको आर्थिक सहयोगमा कम्प्युनिकेसन कर्नरले रेडियो नेपालसँग समय किनेर हाकाहाकी प्रसारण गरेको थियो । यो कार्यक्रम धेरै हदसम्म खोज खबरकै अर्को रूप थियो । १३ भदौ २०५६ देखि रेडियो नेपालबाट प्रसारण हुन थालेको साप्ताहिक कार्यक्रम असल शासनमा पनि गामबेसीका बासिन्दाहरूको आवाज प्रशस्तै समेटिएको पाइन्छ । जनहित संरक्षण मञ्च (प्रो पब्लिक) ले उत्पादन गर्ने यो कार्यक्रमको प्रमुख विषयवस्तु

<sup>४</sup> दलित जनजागरण दलित सेवा संघले सञ्चालन गर्दै आएको छ ।

समाजमा व्याप्त भ्रष्टाचार, अनियमितता, आदि हुन् । नागरिकले भोगेका समस्या, सुख-दुःख, प्रगति उनीहरूकै स्वरमा प्रसारण गर्दा त्यो बढी प्रभावी र लोकप्रिय हुने रहेछ भन्ने खोज खबरले देखायो । र, अहिले त्यही गोरेटोमा धेरै जना हिँडिरहेका भेटिन्छन् । यो नै खोज खबरको सफलता हो ।

खोज खबरमा काम गरेर रेडियो पत्रकारिताको नयाँ वा थप अनुभव सँगालेका पत्रकारमध्ये प्रायःले उक्त अनुभवको सदुपयोग गर्दै रेडियो पत्रकारितालाई निरन्तरता दिएका छन् । यसले गर्दा रेडियो पत्रकारितामा लागिपरेका र लाग्न चाहने पत्रकारहरूलाई आफ्नो पेशागत सीप, विकास गर्ने अवसर पनि यस कार्यक्रमबाट प्राप्त भएको थियो भन्न सकिन्छ ।

## निष्कर्ष

खोज खबर रेडियो नेपालद्वारा करारमा नियुक्त गरिएका जनशक्तिद्वारा उत्पादित कार्यक्रम थियो । एउटा राजनैतिक दल सत्तामा पुगेपछि अन्य निकायहरूमा जस्तै रेडियो नेपालमा पनि आफ्ना कार्यकर्ता भर्तीको क्रम सुरु हुन्छ । भर्ती गरिएकामध्ये केहीलाई व्यक्तिगत करारमा केही कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्ने जिम्मा दिइन्छ ।

परिणामतः सत्ताको भजन गाउने र विरोधीको खोइरो खन्नामा नै ती कार्यक्रम प्रयोग हुने गर्दछन् । प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनापछि प्रसारण भएका र हुँदै आएको घटना र विचार, परिवेश, चिन्तनको चौतारी जस्ता केही कार्यक्रमहरू त्यसैगरी सञ्चालन हुँदै आएका छन् । खोज खबरले भने आफूलाई एक अपवादको रूपमा उभ्यायो । अर्थात् यसले सत्ताको भजन गाउने र विरोधीको खोइरो खन्नुको साटो राष्ट्र र जनताको पक्षमा आफूलाई उभ्यायो । कारण यसका सञ्चालकहरू रेडियो नेपालमा जागिर खान मात्र गएका थिएनन् न त तत्कालीन सत्ताले यसलाई आफ्नो भजन गाउने माध्यम नै बनाउन चाह्यो । सार्वजनिक प्रसारण माध्यमको उपयोग सर्वसाधारण सबैको पक्षमा हुनुपर्छ भन्ने सञ्चालकहरूको चाहना र उद्देश्यका कारण नै यो कार्यक्रम लोकप्रिय रहन गयो ।

सम्झौतामा कार्यक्रम सञ्चालन गरेबापत रेडियो नेपालले मासिक रु. २५,००० प्रदान गर्ने उल्लेख थियो । अर्थात् प्रतिदिनको कार्यक्रमबापत करिब एक हजार रुपियाँ । खोज खबरमा एक दिनको कार्यक्रम उत्पादन गर्न ठूलै मेहनत चाहिन्थ्यो । त्यसक्रममा आइपर्ने सम्पूर्ण खर्च पनि सञ्चालक आफैले व्यहोर्नु पर्दथ्यो । तयारीको क्रममा पत्रकारहरू बसेर काम गर्ने स्थानसम्म पनि उपलब्ध थिएन रेडियो नेपालभित्र । काम गर्नको लागि छुट्टै कार्यालय भाडामा लिनु परेको थियो । तैपनि कार्यक्रम सूचारु रूपले चलेकै थियो । जोस, जाँगर र इच्छाशक्तिका

कारण नै चलेको देखिन्थ्यो यो कार्यक्रम । सयौँको सङ्ख्यामा कर्मचारी पालेर बसे पनि स्तरीय कार्यक्रम उत्पादन गर्न नसकेको भनी आरोप लाग्दै आएको रेडियो नेपालका लागि आफ्नो बचाउ गर्ने उदाहरण मात्र नभई रेडियो नेपाल व्यवस्थापनका लागि श्रोताहरूको रुचि बुझ्ने पाठ पनि बन्थो खोज खबर । अर्कोतिर रेडियो नेपालबाट तत्कालीन समयमा बज्दै गरेका र पछि बज्ने कार्यक्रमहरूका लागि पनि गोरेटो कोर्ने काम गर्‍यो खोज खबरले । यसका शैली र प्रस्तुतिलाई अन्य कार्यक्रमहरूले पछ्याएको पाइयो । समग्रमा भन्नुपर्दा रेडियो नेपालको परम्परागत सोचाइ र शैलीलाई चिदै खोज खबरले सही रूपमा 'पब्लिक ब्रोडकास्टिङ'को परिभाषा दिएको थियो ।