

नेपाली मिडियामा समावेशीकरण: बहसको निम्ति खाका

प्रत्यूष वन्त

‘आवाजविहीनहरूको आवाज’ नारासहित पत्रकारिता गर्ने अगुवाहरूको निम्ति मिडियाका प्रायः समाचार कक्षहरूमा बहुसङ्ख्यक नेपालीहरू – महिला, जनजाति, दलित र मधेसी – को प्रतिनिधित्व नहुनु केही वर्षअघिसम्म खासै चिन्ताको विषय थिएन।^१ उनीहरू “पत्रकारितामा लिङ्ग, जाति, धर्म, वर्ग, आदि कुराहरू गौण हुन्छन्” भन्ने मन्त्र जप्यै समाचार कक्षमा बहुसङ्ख्यक नेपालीहरूका प्रतिनिधिको अनुपस्थितिलाई स्वाभाविक ठान्थे। २०४६ सालको परिवर्तनमा टेकेर देशमा उठेका बहुलवादका अभियानहरूको असर जब पत्रकारिता क्षेत्रमा पयो, समाचार कक्षमा हराइरहेका नेपालीहरूको कुरा उठ्न थाल्यो। पहिला महिलाको सन्दर्भ उठ्यो, त्यसपछि जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकार समाचार कक्षमा हराइरहेको चर्चा, विश्लेषण आदि आउन थाले।^२ यो सन्दर्भमा गत १५

^१ यो परिचय लेख्न मलाई अनुसन्धानमा सहयोग गर्ने सहकर्मीहरू हर्षमान महर्जन र कोमल भट्टलाई धन्यवाद। यो लेखको ड्राफ्ट पढेर सुझाव दिने शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, दीपा गौतम, जानू पाण्डे र रमा पराजुलीलाई पनि धन्यवाद छ। यो लेखको अर्को स्वरूप वन्त र अरू (२०६४) पुस्तकको परिचयको रूपमा पनि प्रकाशित छ (वन्त २०६४)।

^२ पत्रकारिताको अन्य असमावेशी आयामहरूबारे यो लेखमा चर्चा गरिएको छैन। २०४६ सालपछि नेपाली मिडिया जगतमा भएको परिवर्तनको लागि हेर्नुहोस् पराजुली (२०६४)। स्वतन्त्र रेडियोको

वर्षमा लेखिएका उत्तम लेखहरूको सँगालो तयार भइसक्दा (वन्त र अरू २०६४)^३ पनि हामीलाई यो पनि थाहा छ कि नेपाली पत्रकारिता क्षेत्रका कति अगुवाहरू अझै पनि त्यस पुस्तकमा दिइएका विवरण, विश्लेषण र निष्कर्षसँग सजिलै बहस गर्न तयार छैनन् ।

त्यस पुस्तकमा समावेश गरिएका लेखहरू र अन्यत्र प्रकाशित लेख तथा रिपोर्टहरूले नेपाली मिडियामा महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूको उपस्थिति उनीहरूको जनसङ्ख्याको प्रतिशतको हाराहारीभन्दा निकै कम भएको देखाउँछन् । उक्त अध्ययनहरूले विशेषतः महिला र जनजातिको उपस्थिति थोरै देखाएका छन् भने दलित र मधेसी पत्रकारहरूको उपस्थिति अत्यन्त न्यून देखाएका छन् । विभिन्न सामाजिक धरातलमा उभिएर विभिन्न समयक्रम र उद्देश्यका लागि गरिएका यी अध्ययनहरूको प्राज्ञिक जग कमजोर हुँदाहुँदै पनि यो विषयमा बहसलाई अगाडि बढाउन ती सफल भएका छन् ।

पत्रकारितामा समावेशीकरणसम्बन्धी नेपाली बहसको पूर्ण सामाजिक इतिहास लेख्ने ध्येय यो लेखको होइन । बरु यो विषयको बहसलाई कसरी अगाडि लैजानुपर्छ भन्ने एउटा खाका यहाँ प्रस्तुत गर्न खोजिएको छ । समाचार कक्षको नयाँ सर्वेक्षण/अनुसन्धान गरेर होइन कि यस विषयमा प्रकाशित लेखहरू र अहिलेसम्म भएका छलफलको आधारमा नै यो खाका प्रस्तावित गरिएको हो ।

बहसको निम्ति खाका

मिडिया समावेशी नभएकोबारे चिन्ता गर्ने विश्लेषकहरूले यस विषयमा उठाएका निम्न सवाल हाम्रो बहसको निम्ति महत्त्वपूर्ण छः

१. मिडिया किन समावेशी हुनुपर्छ ?
२. नेपाली मिडिया कति असमावेशी छ ? अर्थात् मिडियामा महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूको उपस्थिति कति छ ?

विकासबारे थप जान्नका लागि हेर्नुहोस् वन्त र अरू (२०६२) । टेलिभिजनको विस्तारबारे गौतम (२०६३: ३-१५) मा विस्तृत चर्चा छ । त्यस्तै, यही समयमा मिडियासम्बन्धी अनुसन्धानका लागि नेपालमा तयार प्राज्ञिक पूर्वाधारबारेको विस्तृत चर्चा हुमागाई, भट्ट र अधिकारी (२०६४) मा गरिएको छ ।

^३ विभिन्न समय र उद्देश्यका लागि लेखिएका लेखहरू एउटै पुस्तकमा समावेश गरेर मिडियामा समावेशीकरणको किन आवश्यकता छ, त्यसका चुनौतीहरू के के हुन् र समावेशीकरण प्रक्रिया कसरी अगाडि बढाउन सकिन्छ भन्ने बहसलाई अझ बलियो बनाउन खोजिएको हो । पत्रकारिता समावेशी नभएको कुरा स्वीकार गर्नेहरूको लागि उक्त पुस्तक बहसको साथी हुन सक्छ ।

३. कम प्रतिनिधित्व भएका समूहका व्यक्तिहरूलाई यो व्यवसायमा कसरी आकर्षित गर्ने ?
४. त्यस्ता व्यक्तिले कुन स्तरको औपचारिक शिक्षा, पत्रकारितासम्बन्धी कस्ता प्रशिक्षण र इन्टर्नसिपका मौका पाउनु पर्छ ?
५. कम उपस्थित समूहका प्रतिनिधिलाई पत्रकारिता पेसामा कसरी टिकाइराख्ने ?
६. मिडियालाई कसरी समावेशी बनाउने ?

तल यी प्रश्नका उत्तरहरू हाम्रो सन्दर्भमा खोजिएका छन् ।

मिडिया किन समावेशी हुनुपर्ने ?

बहुधार्मिक, बहुसांस्कृतिक, बहुजातीय मुलुकमा विभिन्न समुदायहरू बीचको राजनीतिक र सामाजिक सम्बन्धको सवाल मिडियासँग गाँसिएर आउँछ । यसो हुनुको मुख्य कारण राज्य र व्यक्ति बीचको सार्वजनिक डबलीमा मिडिया एउटा सशक्त शक्तिको रूपमा उपस्थित भएर हो । हाम्रो समाजको संरचना र सञ्चालनमा मिडियाको भूमिका बढ्दै जाँदा मिडिया संस्था र तिनबाट उत्पादित सामग्रीको अन्तर्वस्तुले विभिन्न लिङ्ग, जात, धर्म र समुदाय बीचको राजनीतिक र सांस्कृतिक सम्बन्धलाई खलबलाउने वा पुनःपरिभाषित गर्न सक्ने हुन्छ । तसर्थ समाजमा विद्यमान विभिन्न असमानताको पुनः उत्पादन वा निवारणमा मिडियाको महत्त्वपूर्ण भूमिका भएको मानिन्छ (कोटल सन् २०००) । यसैले मिडिया अध्ययन गर्ने प्राज्ञहरूले मिडिया र सार्वजनिक डबलीका विभिन्न आयामहरूबारे विश्लेषण पेश गरेका छन् (कुरान सन् २०००, गार्नहाम सन् १९८६, हस्वेन्ड सन् २०००, किन सन् १९९१ र थम्सन सन् १९९५; हेर्नुहोस् वन्त सन् २००४ पनि) ।

मिडियाको प्रस्तुति यसको अन्तर्वस्तु निर्माण प्रक्रियामा महत्त्वपूर्ण प्रभाव पार्नसक्ने विभिन्न तत्त्वमा निर्भर हुन्छ । यो लेखमा मिडिया उद्योगभित्र ठूलो ठाउँ ओगट्ने मनोरञ्जनमुखी पाटोबारे चिन्ता गरिएको छैन । मिडियाभित्रको पत्रकारिता र अझ त्यसमा पनि समाचार पत्रकारिताबारे मात्र यहाँ चासो राखिएको छ । तसर्थ समाचार निर्माणबारे प्राज्ञहरूले राखेको विभिन्न विचार हामीले बुझ्नुपर्ने हुन्छ ।

आधा शताब्दीभन्दा बढी समयदेखि नै समाचार-उत्पादन मिडिया अध्येताहरूका लागि गम्भीर चासोको विषय रहँदै आएको छ । विभिन्न विधासँग सम्बन्धित विद्वान अध्येताहरूले समाचार उत्पादन प्रक्रियाको अध्ययनका लागि विविधखाले अनुसन्धान विधि अपनाएको पाइन्छ । अमेरिकी विद्वान माइकल

सुड्सन (सन् २०००) ले समाचार उत्पादन अध्ययनका लागि प्रयुक्त त्यस्ता सबै विधिलाई केलाउँदै मोटामोटी तीन भागमा बाँडेर चर्चा गरेका छन्।^४

अर्थराजनीतिक दृष्टिकोण

सुड्सनले विभाजन गरेका तीन दृष्टिकोणमध्ये पहिलो हो— “अर्थराजनीतिक दृष्टिकोण जसले समाचार प्रक्रियाको परिणामलाई राज्यको संरचना, अर्थव्यवस्था र समाचार संस्थाको आर्थिक धरातलसँग जोडेर हेर्छ” (सुड्सन सन् २०००: १७७)। यद्यपि, केही प्रचलित धारणाविपरीत, थुप्रै अध्ययनले कुनै पनि समाजको वृहत्तर अर्थराजनीति र समाचार उत्पादनबीच प्रस्ट सम्बन्ध नदेखाएको सुड्सन बताउँछन्। अर्को शब्दमा भन्दा, कुनै समाजको मिडिया स्वामित्वको संरचना अथवा मिडिया उद्योगको बजार संरचनाबारे उपलब्ध जानकारीकै आधारमा मात्र समाचारको विषयवस्तुबारे यही नै हुन्छ भनेर ठोकुवा गर्न सकिँदैन।

थुप्रै अध्ययनलाई उद्धृत गर्दै सुड्सन जोड दिन्छन् कि बजार- र राज्य-नियन्त्रित मिडियाहरूले गर्ने समाचार उत्पादनमा प्रस्ट भिन्नता त देखिन्छ, तर, सँगै थुप्रै संस्थागत संरचना र प्रेसका विधि-विधानमा पृथकता छ जसको मतलब हुन्छ ती दुवै क्षेत्र (अर्थात् बजार- र राज्य-नियन्त्रित) मा पनि यथेष्ट विविधता छ। विशेष गरी मिडिया अध्ययनको आङ्ग्ल-अमेरिकी परम्परामा समाचार उत्पादनमा आर्थिक प्रभावकहरूलाई ज्यादा महत्त्व दिइएको पाइन्छ भने राजनीतिक र कानुनी प्रभावकहरूलाई निकै कम। यस्तो हुनुको पछाडि उनीहरूले उदार लोकतन्त्रलाई सामान्य रूपमा ग्रहण गर्नु हो भन्ने सुड्सन ठान्छन्।

सामाजिक सङ्गठनात्मक दृष्टिकोण

सुड्सनका अनुसार समाचार उत्पादनबारे पाइने दोस्रो खाले दृष्टिकोण सामाजिक सङ्गठन, पेसा, व्यवसायको सामाजिक विश्लेषणसम्बन्धी अध्ययन, अनुसन्धानका निचोडबाट निकालिएको हो। र, यसले “पत्रकारहरूका आफ्ना कार्य समापन गर्ने यत्नहरूमा साङ्गठनिक र पेसाजनित माग या आवश्यकताले कसरी अड्चनहरू खडा गर्छन् भन्ने जान्न प्रयास गर्दछ” (सुड्सन सन् २०००: १७७)। यस

^४ आफ्नो निबन्धको परिमार्जित स्वरूपमा सुड्सन (सन् २००५) ले ‘अर्थराजनीतिक दृष्टिकोण’ लाई समाचार उत्पादनका ‘आर्थिक सङ्गठन’ र ‘राजनीतिक सन्दर्भ’ गरी दुई भागमा विभाजन गरेका छन्। तथापि, यसमा र अधिल्लो विश्लेषणको मूल स्वरूपमा भने तात्त्विक भिन्नता छैन। सुड्सनका यी तीनओटा दृष्टिकोणको चर्चा हुमागाई, वन्त र पराजुली (२०६२) मा गरिएको छ। यस पछिका छओटा अनुच्छेदमा गरिएको चर्चा त्यहीँबाट साभार गरिएको हो।

अवधारणाअन्तर्गत विभिन्न धार पाइन्छन् । एउटा धारले संवाददाताहरू र सरकारी अधिकारी तथा राजनीतिज्ञ (स्रोत) बीचको अन्तर्क्रियाको माध्यममार्फत एवं विभिन्न दायित्व बोकेका रिपोर्टर र सम्पादकमात्र समाचार-कक्षमा खेलिने 'खेल' मार्फत बाहिरिने वास्तविकताको सामाजिक उत्पादनको रूपमा समाचारलाई हेर्छ ।

दोस्रो खाले धारकाहरू 'साङ्गठनिक उत्पादनको सामाजिक सिर्जना' का रूपमा समाचारलाई लिन्छन् र "अन्य उत्पादन भैं यस (अर्थात् समाचार) को पनि अध्ययन गर्न सकिन्छ" भन्ने तर्क गर्छन् (सुडसन सन् २०००: १८६) । यो साङ्गठनिक दृष्टिकोणले व्यक्तिलाई या उसको निजी सक्रियतालाई महत्त्व दिँदैन, बरु व्यक्तिगत चाह/मनसायलाई गौण रूपमा लिँदै साङ्गठनिक अड्चन या सीमितताले समाचार कसरी निर्धारण गर्छन् भन्ने कुरामा ध्यान केन्द्रित गर्छ । यसको विपरीत तेस्रो खाले धारले भने "सञ्चारकर्मीका सामाजिक पृष्ठभूमि र निजी मान्यताहरू" ले समाचार उत्पादनलाई प्रभावित गर्छ भन्ने ठान्छ (सुडसन सन् २०००: १८७) र समाचारका श्रोता, पाठक, दर्शकमा हुने विविधताको प्रतिबिम्ब समाचार-कक्षमा पनि झल्किनुपर्छ भन्ने वकालत गर्छ ।

सांस्कृतिक दृष्टिकोण

सुडसनका अनुसार तेस्रो (सांस्कृतिक) दृष्टिकोणले बृहत् सांस्कृतिक परम्परा र साङ्केतिक पद्धतिको अवरोधात्मक शक्तिलाई जोड दिन्छ भने आर्थिक साङ्गठनिक संरचना अथवा पेसाजनित नियमिततालाई गौण ठान्छ (सुडसन सन् २०००: १७७) । उनी थप्छन्, "तथ्य र सङ्केतहरूबीच हुने सम्बन्धमा सांस्कृतिक दृष्टिकोणले समाचारको साङ्केतिक प्रभावक भेट्दाउँछ" (सुडसन सन् २०००: १८९) । समाचार उत्पादनको सांस्कृतिक लेखाजोखाले विविध खाले प्रवृत्ति- रिपोर्टिङमा पाइने 'स्टेरियोटाइप', विभिन्न समाजमा पाइने समाचार मूल्याङ्कनसम्बन्धी ज्ञान, कथ्य शैली अपनाउँदाका मान्यता (पूर्वधारणा), आदि- को व्याख्या गर्न सकिन्छ ।

उल्लिखित तीनै दृष्टिकोणको छलफलको निचोड निकाल्दै सुडसन भन्छन्, "सबैका आ-आफ्नै बलिया पक्ष छन् र तिनले निश्चित संस्था र पद्धतिलाई केन्द्रमा राख्दै समाचार उत्पादनसम्बन्धी हाम्रो ज्ञानको क्षितिजलाई अभिवृद्धि गरेका छन् । ...यति हुँदाहुँदै पनि तिनले ऐतिहासिक दृष्टिकोणप्रति र तुलनात्मक अध्ययनबारे जुन निरपेक्षभाव देखाएका छन् त्यो उल्लेख्य कमजोरी हो" (सुडसन सन् २०००: १९४) । तसर्थ, सुडसनका अनुसार कुनै एउटा दृष्टिकोणले मात्र आफैमा समाचार उत्पादनपछाडिको सोलोडोलो तस्वीर नदिने हुँदा भविष्यमा

गरिने समाचार उत्पादनसम्बन्धी अध्ययनले यी सबै पक्षलाई संश्लेषण गर्दै अगाडि बढ्नु जरुरी छ ।

समाचार निर्माणमा असर पार्ने तत्त्वहरूबारे प्राज्ञहरू बीच असहमति रहेको बेला समाचार कक्षको समावेशीकरण र पत्रकारिताको अन्तर्वस्तु एकापसमा कसरी जोडिएको छ भन्ने कुरामा विभिन्न मत हुनु अस्वाभाविक होइन । तसर्थ विभिन्न लिङ्ग, जात, समुदाय सहितको समाजलाई सेवा गर्न त्यही अनुरूपको मिडिया संस्था आवश्यक छैन भन्ने विचार प्रवल रहँदै आएको छ । यो विचारमा विश्वास राख्ने कथित उच्च जातका पहाडी संस्कारमा हुर्केका नेपाली पुरुष सम्पादकहरूले आफ्नो समाचार कक्षमा महिला, जनजाति, दलित र मधेसीको उपस्थितिबिना पनि त्यहाँ उत्पादित पत्रकारिताको अन्तर्वस्तु समावेशी छ र हुनसक्छ भन्ने तर्क राखेका छन् । पुरुषले महिलाबारे लेख्न सक्छन्, कथित उच्च जातकाले दलितबारे लेख्न सक्छन्, पहाडीले मधेसीबारे लेख्न सक्छन् भन्ने उनीहरूको धारणा छ ।^५ यस्तो कुरामा केही सत्यता अवश्य छ । त्यसो नहुँदो हो त अरूको सामाजिक यथार्थलाई प्रस्तुत गर्ने पत्रकारिता वा समाज विज्ञानका विभिन्न विधा असम्भव ठानिने थियो । अर्कोतर्फ समाचार कक्षमा समावेशीकरणको वकालत गर्नेहरूले माथि चर्चा गरिएको समाचार निर्माणको समाजशास्त्रका केही हाँगा टिप्पै वा समानता र सामाजिक न्यायको सिद्धान्त पछ्याउँदै आफ्ना तर्क अघि सारेका छन् ।^६

माथि चर्चा गरिएको समाचार निर्माणका तीन दृष्टिकोणभित्र हामीलाई काम लाग्ने वैचारिक बाटाहरू छन् जसलाई हामी हाम्रो तर्क निर्माणमा प्रयोग गर्न सक्छौं । प्रथमतः अर्थ-राजनीतिक दृष्टिकोणले नेपाली मिडिया उद्योगको स्वामित्व महिला, जनजाति, दलित र मधेसीको हातमा किन छैन भन्ने बुझ्न हामीलाई सघाउँछ । पहाडका कथित उच्च जातका नेपाली बोल्ने हिन्दू पुरुषहरूको प्रभुत्व रहेको एकात्मक नेपाली राज्य र अर्थतन्त्र नेपाली मिडिया उद्योगको राजनीतिक-आर्थिक-सामाजिक जग हो र त्यसले समाचार कक्षको संरचनालाई पर्याप्त मात्रामा प्रभाव पार्छ । दोस्रो, सामाजिक सङ्गठनात्मक दृष्टिकोण भित्रको तेस्रो

^५ यद्यपि यो धारणामा हालका दिनमा केही परिवर्तन आउन थालेको सङ्केत पाइन्छ । मार्टिन चौतारीबाट हालसालै प्रकाशित पुस्तकमा अन्तर्वार्ता दिने क्रममा काठमाडौँका स्थापित पत्रिकाका केही सम्पादकले मिडियामा हुने समावेशीकरणले त्यसको अन्तर्वस्तुमा प्रभाव पार्ने कुरा स्वीकार गरेका छन् (हेर्नुहोस् पराजुली २०६४ मा नारायण वाग्ले, युवराज घिमिरे र कनक दीक्षितसँगको अन्तर्वार्ता ।)

^६ तिनले बहुसांस्कृतिक समाजमा सामाजिक विविधता सहितको समाचार कक्ष मिडियाको व्यापारको लागि पनि उपयुक्त हुन्छ भनेर पनि तर्क गरेका छन् ।

धार, जसमा सञ्चारकर्मीका निजी मान्यताहरू र तिनको सामाजिक पृष्ठभूमिले समाचार उत्पादनमा प्रभाव पार्छ, भन्ने विश्वास गरिन्छ, लाई मिडियामा समावेशीकरणको वकालत गर्नेहरूले समातेका छन् ।

साङ्गठनिक दृष्टिकोणको दोस्रो धार जसमा व्यक्तिको निजी सक्रियतालाई महत्त्व दिइँदैन र साङ्गठनिक अड्चन या सीमितताले समाचार निर्माणमा असर पार्छ भन्ने कुरा नेपालमा त्यति लागू हुँदैन भन्ने स्पष्ट तर्क टङ्ग उप्रेतीले गरेका छन् । उप्रेती लेख्छन्, “नेपालको सन्दर्भमा कार्यक्रम निर्माणका लागि सही र पर्याप्त नीतिहरू निर्धारण नगरिएको, भएका नीतिहरूको कडाइका साथ कार्यान्वयन नभइरहेको र अधिकांश कामहरू व्यक्तिगत निर्णय र निजी सम्बन्धका आधारमा हुने गरेको हुँदा सञ्चारकर्मीको सामाजिक पृष्ठभूमि र निजी मान्यता नै सामान्य अवस्थामा कार्यक्रमलाई प्रभाव पार्ने मूल तत्त्व हुन्” (सन् २००७: १०६) । यो दृष्टिकोणबाट हेर्दा समाचार कक्षमा रहेको पत्रकारको सामाजिक पृष्ठभूमि र व्यक्तिगत मान्यताले समाचारको अन्तर्वस्तुलाई अत्यधिक रूपमा प्रभाव पार्दछ । तसर्थ पत्रकारको रूपमा समाचार कक्षमा नभएका अथवा भए पनि समाचार कक्षको उपल्लो दर्जामा नभएका महिला, जनजाति, दलित र मधेसीले पत्रकारिताको अन्तर्वस्तु निर्माणमा प्रभाव पार्न सक्दैनन् ।

तेस्रो, सांस्कृतिक दृष्टिकोणअनुसार पहाडको कथित उच्च जातमा नेपाली बोल्ने हिन्दू पुरुषहरूको बृहत सांस्कृतिक परम्परा र साङ्केतिक पद्धतिले समाचार माथि मात्र प्रभाव पार्दैन; बरु महिला, जनजाति, दलित र मधेसीले पत्रकारिता प्रवेश गर्दा र टिक्नको लागि गर्नुपर्ने परिश्रमलाई कयौँ गुना बढाइदिन्छ । यी तीन दृष्टिकोणका माथि उल्लिखित हाँगाहरू तर्कको रूपमा सँगै आउँदा निम्न निष्कर्षमा पुग्न सजिलो हुन्छ— नेपाली पत्रकारिता जगत बाहुन र क्षेत्री पुरुषहरूको नियन्त्रणमा रहँदा समाचार कक्षमा अत्यधिक सङ्ख्यामा अनुपस्थित महिला, जनजाति, दलित र मधेसीका सवाल र आवाज समाचार र पत्रकारिताका अन्य विधामा कम प्रस्तुत हुन्छन् ।

तर मिडिया असमावेशी भयो भनी विरोध गर्ने अरू आधार पनि छन् । समावेशीकरणको वकालत मिडियाको अन्तर्वस्तुसँग नजोडी समानता र सामाजिक न्यायको सिद्धान्तको आधारमा पनि गर्न सकिन्छ । मिडिया क्षेत्रमा काम गर्ने नारीवादीहरूले हालका दशकमा यो तर्क बलियोसँग गरेको पाइन्छ । सन् १९७० को दशकमा नारीवादी विश्लेषकहरूले अमेरिकी र युरोपेली पत्रकारितामा महिलाहरूको सङ्ख्या बढेमा त्यसको अन्तर्वस्तु महिला-मैत्री हुने अनुमान लगाएका थिए । तर कालान्तरमा पत्रकारिताको पढाइमा ५० प्रतिशतभन्दा बढी महिला र

कार्यालयमा ४० प्रतिशतभन्दा बढी महिला उपस्थित हुँदा पनि पत्रकारिता चाहिए जति महिला-मैत्री हुन सकेन। त्यसो भएर नारीवादी विश्लेषकहरूले पत्रकारितामा महिलाहरूको सङ्ख्या समानता र सामाजिक न्यायको आधारमा बढाउनु पर्छ भन्ने वकालत गर्न थालेका छन् (गालाघर सन् २००४, चेम्बर्स र अरू सन् २००४)। नेपालमा पनि यस्तो विचार नारीवादी सञ्चार समूहका अभियन्ताहरूले सार्वजनिक गरेका छन्। पत्रकारितामा जातीय समानताका लागि वकालत गर्नेहरूले पनि यस्तो तर्क गरेको पाइन्छ (लाल २०५८)।

नेपाली पत्रकारिता कति असमावेशी छ ?

पहाड क्षेत्रका अथवा १-२ पुस्ताभित्र त्यहाँबाट तराई भरेका नेपाली भाषी बाहुन क्षेत्री पुरुषको पकड नेपाली पत्रकारितामा अति बलियो छ। २०५८ को जनगणनाअनुसार बाहुन क्षेत्रीको जनसङ्ख्या २९ प्रतिशत छ। २०५७ सालमा काठमाडौँ उपत्यका र नेपालका अन्य २२ सहरी इलाकामा रहेका १०४ ओटा पत्रिकामा गरिएको पत्रकारको जातीय सर्वेक्षणले बाहुन क्षेत्रीको उपस्थिति भण्डै ८० प्रतिशत देखाएको थियो (पराजुली र गौतम २०५८)।^१ त्यसैगरी टेलिभिजनबारे सन २००५ मा भएको एउटा अध्ययनले टेलिभिजन जनशक्तिमा उनीहरूको उपस्थिति भण्डै ५४ प्रतिशत देखाएको छ (उप्रेती सन् २००७)।

हाल सम्पूर्ण नेपाली पत्रकारितामा कति महिला, जनजाति, दलित र मधेसी काम गर्छन् कसैलाई थाहा छैन। देशभरका पत्रकारहरूलाई समेट्ने कुनै सर्वेक्षण वा गणना गरिएको छैन। अहिलेसम्म भएका अध्ययनहरू स-साना नमुनाका आधारमा गरिएका छन्। नमुनाको छनौट अनुसन्धानकर्ताले आ-आफ्नो सुविधालाई ध्यानमा राखी गरेको पाइन्छ। यस्ता अनुसन्धानबारे प्राप्त नतिजा चाहिँ सम्पूर्ण पत्रकारिता जगतमा रहेको असमावेशी प्रवृत्तिबारे चर्चा गर्न प्रयोग भइरहेको छ अर्थात् प्राज्ञिक वैज्ञानिकताबारे चिन्ता नगरी नै अनुसन्धानहरूको योजना र तीबाट निस्केका नतिजाहरूबारे छलफल भइरहेको छ। यो प्राज्ञिक हिसाबले त कमजोर स्थिति हो तर मिडिया उद्योगमा भएको असमावेशी स्थितिबारे सार्वजनिक बहस चलाउन भने यति पनि पर्याप्त छ। महिला, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारको प्रतिनिधित्वका सम्बन्धमा भएका केही महत्वपूर्ण सर्वेक्षण/अध्ययनहरूको यहाँ चर्चा गरिएको छ।

^१ सर्वेक्षणमा ११४ ओटा पत्रिका परे पनि यो तथ्याङ्क चाहिँ त्यसमध्ये दलित र जनजाति विशेष भनेर चिनिने दसओटा पत्रिकालाई छुट्ट्याएर तयार गरिएको हो।

हराइरहेका महिला

समाचार कक्षमा हराइरहेकाहरूमध्ये सर्वप्रथम महिलासम्बन्धी अध्ययनको थालनी भएको पाइन्छ । हाल बन्द भइसकेको *अस्मिता* पत्रिकाका सम्पादकहरूले २०४९ सालको अन्तमा तत्कालीन अवस्थामा प्रमुख ठानिएका चार सरकारी मिडिया—गोरखापत्र संस्थान, राष्ट्रिय समाचार समिति, रेडियो नेपाल र नेपाल टेलिभिजनमा कार्यरत महिला र पुरुषको सङ्ख्याबारे सर्वेक्षण गरेर यो अध्ययन परम्परा थालेका हुन् । उक्त अध्ययनले जनसङ्ख्यामा ५० प्रतिशत स्थान ओगट्ने महिलाहरूको पत्रकारितामा उपस्थिति १२.३ प्रतिशत देखाएको थियो (अस्मिता २०५०क) । त्यसको पाँच वर्षपछि २०५४ मा तिनै चार सरकारी र अन्य चार निजी संस्थामा गरिएको अध्ययनले महिलाको उपस्थिति ९.८ प्रतिशत देखाएको थियो (मास्के २०५५) । त्यसको पनि पाँच वर्षपछि २०५९ मा फेरि अस्मिताका अनुसन्धानकर्ताहरूले २३ ओटा काठमाडौँस्थित संस्थामा महिला पत्रकारको सङ्ख्याबारे सर्वेक्षण गरेका थिए जसअनुसार महिलाको उपस्थिति १९.४ प्रतिशत रहेको पाइयो (क्षेत्री २०५९ख) । मार्टिन चौतारी र सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रका अनुसन्धानकर्ताले २०५७ सालमा एक अध्ययन गरेका थिए । काठमाडौँ उपत्यका र बाहिरका अन्य २२ ओटा सहरी क्षेत्रका ११४ ओटा प्रकाशन गृहमा गरेको यो सर्वेक्षणले महिला उपस्थिति पाँच प्रतिशत देखाएको थियो (पराजुली र गौतम २०५८) । यो नै हालसम्म देशभरिका प्रकाशन गृहलाई सकेसम्म अनुसन्धानमा समेट्ने गरी भएका प्रयास मध्येको प्रमुख सर्वेक्षण हो ।

सामाजिक समावेशीकरणलाई ध्यान दिई सन् २००५ (२०६१-६२) मा टङ्क उप्रेती (सन् २००७) ले पाँचओटा नेपाली टेलिभिजन च्यानलमा गरेको सर्वेक्षण यो मिडियाको लागि हालसम्मकै सबभन्दा महत्त्वपूर्ण अध्ययन हो । उक्त अध्ययनले टेलिभिजनमा महिला उपस्थिति १८.७% देखाएको थियो । सञ्चारिका समूहले २०६१-६२ मा गरेको अध्ययन सङ्ख्या गन्तीको दृष्टिकोणबाट भन्दा पनि ४८ जिल्लामा कार्यरत २२४ पत्रकार महिलाको विभिन्न समूहगत प्रवृत्ति र कार्यालयमा उनीहरूले भोग्नु परिरहेको समस्या उजागर गर्न सफल रह्यो (राणा र अरू २०६२) । काठमाडौँ उपत्यकामा छापार प्रसारण मिडियाबारे टहल थामी (२०६२) र मोहनसिंह लामा (२०६४) ले गरेका अनुसन्धानले पनि समाचार कक्षमा हराइरहेका महिलाबारे जान्न हामीलाई केही मद्दत पुऱ्याएका छन् (हेर्नुहोस् तालिका १) ।

तालिका १ मा हेर्दा एउटै संस्था अस्मिताले विभिन्न वर्षमा गरेका अध्ययनहरूमा समेत एउटै मापदण्ड प्रयोग गरी पत्रकार सङ्ख्या गन्ती गरियो भन्ने आधार फेला पार्न गाऱ्हो छ, भने भिन्दाभिन्दै संस्थाले गरेका अध्ययनहरूमा त सङ्ख्या गन्तीको

आधार फरक हुने भइहाल्यो ।^५ त्यसकारण विभिन्न समयमा विभिन्न संस्था वा व्यक्तिले गरेका सर्वेक्षणलाई दाँजे प्राज्ञिक आधार कमजोर छ । तर पनि हामीलाई केही निष्कर्षमा पुग्न यी अध्ययनले सहयोग गर्छन् ।

तालिका १: पत्रकारितामा महिला उपस्थितिसम्बन्धी सर्वेक्षण/अध्ययन

क्र.सं.	वर्ष	गर्ने संस्था/व्यक्ति र सन्दर्भ स्रोत	संस्था, किसिम र क्षेत्र	जम्मा सङ्ख्या	पस्थिति (% मा)
१.	२०४९	अस्मिता (२०५०क)	४ सरकारी मिडिया	१७७	१२.३
२.	२०५४	अस्मिता (मास्के २०५५)	४ सरकारी मिडिया	९८	१२.२
३.	२०५४	अस्मिता (मास्के २०५५)	८ (४ सरकारी र ४ निजी मिडिया)	१२७	९.८
४.	२०५७	मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्र (पराजुली र गौतम २०५८)	देशभरका ११४ पत्रिका	८२	५.०
५.	२०५९	अस्मिता (क्षेत्री २०५९ख)	काठमाडौंका १३ पत्रिका	५६	८.९
६.	२०५९	अस्मिता (क्षेत्री २०५९ख)	काठमाडौंका ८ रेडियो	१२०	२९
७.	२०५९	अस्मिता (क्षेत्री २०५९ख)	काठमाडौंका २३ (छापा १३, रेडियो ८ र टिभी च्यानल २)	२४५	१९.४
८.	सन् २००५	टङ्क उप्रेती (सन् २००७)	काठमाडौंका ५ टिभी च्यानल	—	१८.७
९.	२०६२	आदिवासी जनजाति खोज-अनुसन्धान पत्रकार समाज (थामी २०६२)	काठमाडौंका १९८ पत्रिका (२८ दैनिक, १७० साप्ताहिक)	११४	६.३
१०.	२०६२	आदिवासी जनजाति खोज-अनुसन्धान पत्रकार समाज (थामी २०६२)	काठमाडौंका २१२ (२८ दैनिक, १७० साप्ताहिक, ११ रेडियो र ३ टिभी च्यानल)	१४४	७.४
११.	२०६४	फ्रिडम फोरम (लामा २०६४)	काठमाडौंका १६ (८ पत्रिका, ५ रेडियो र ३ टिभी च्यानल)	४७	११.८

पहिलो, छापा माध्यमको सवालमा गरिएका सर्वेक्षण हेर्ने हो भने संस्थाको सङ्ख्या बढ्ने बित्तिकै महिला उपस्थिति कम भएको पाइएको छ । जस्तै: २०५९ को अस्मिताको सर्वेक्षणले काठमाडौंको १३ ओटा पत्रिकामा महिला उपस्थिति ८.९ प्रतिशत पाएको थियो (क्षेत्री २०५९ख) । थामी (२०६२) ले काठमाडौंबाट प्रकाशित १९८ पत्रिकामा

^५ अस्मिताले २०४९ र २०५४ मा चारओटा उही सरकारी मिडियामा सर्वेक्षण गर्दा महिलाहरूको सङ्ख्या क्रमशः १७७ र ९८ भएको तालिका १ ले देखाउँछ । अघिल्लोमा भन्दा पछिल्लो सर्वेक्षणमा महिलाको सङ्ख्या अस्वाभाविक रूपमा घटेको छ । अघिल्लो सर्वेक्षणमा पत्रकारबाहेक मिडियामा कार्यरत अन्य कर्मचारीलाई पनि र पछिल्लोमा पत्रकारलाई मात्र समेटिएको थियो ।

महिला उपस्थिति जम्मा ६.३ प्रतिशत पाए। २०५७ मा देशभरका ११४ ओटा पत्रिकालाई लिएर गरिएको सर्वेक्षणमा महिला उपस्थिति जम्मा पाँच प्रतिशत पाइएको थियो (पराजुली र गौतम २०५८)। यी तथ्याङ्कबाट भन्न सकिन्छ कि काठमाडौं उपत्यकाको छापामाध्यममा महिला उपस्थिति छ-नौ प्रतिशतभन्दा बढी छैन र देशभरिको आँकडा अनुमान गर्दा पाँच-नौ प्रतिशतभन्दा बढी छैन अर्थात् छापामाध्यममा देशमा १० प्रतिशतभन्दा कम पत्रकारहरू मात्र महिला छन् भन्दा सही हुनेछ।

उप्रेती (सन् २००७) लाई पछ्याउँदै टेलिभिजनमा महिला उपस्थिति करिब १९ प्रतिशत छ भन्न सकिन्छ। २०५९ मा अस्मिताले गरेको अध्ययनले काठमाडौंका सातओटा एफएम रेडियो र रेडियो नेपालमा २९ प्रतिशत पत्रकारहरू महिला भएको देखाएको थियो। तर देशभर हाल ९५ भन्दा बढी एफएम रेडियो बज्न थालिसकेको अवस्थामा तिनको सर्वेक्षण नभएकोले यो प्रतिशत कति छ भन्न सकिन्न। छापा माध्यममा जस्तै सर्वेक्षणमा परेका रेडियो स्टेसनको सङ्ख्या बढाउने बित्तिकै रेडियोमा महिला उपस्थितिको प्रतिशत घट्छ भनेर मान्ने हो भने यो २९ प्रतिशतबाट घटेर टेलिभिजनकै १९-२० प्रतिशतको हाराहारीमा आइपुग्न बेर छैन।

यी सबैबाट हामीले निकाल्न सकिने एउटा निष्कर्ष के हो भने छापा माध्यममा महिला उपस्थिति प्रतिशत कम छ र यसको बढ्ने गति अति मन्द छ। अस्मिताका सुरुका दुई अध्ययनले नेपाल टेलिभिजनमा महिला उपस्थिति १८.४ प्रतिशत (अस्मिता २०५०क) र २०.६ प्रतिशत (मास्के २०५५) देखाएका थिए। अस्मिताको पहिलो अध्ययनको १२ वर्षपछि गरिएको उप्रेती (सन् २००७) को अध्ययनले पाँचओटा टेलिभिजन च्यानलमा महिला उपस्थिति १८.७ प्रतिशत भएको देखायो। यसरी टेलिभिजनमा महिला उपस्थिति छापा माध्यमको दाँजोमा बढी छ तर बढ्दै जाने प्रवृत्ति भने खासै देखिएको छैन। अस्मिताका सोही अध्ययनहरूले रेडियो नेपालमा महिला उपस्थिति आठ-नौ प्रतिशतको हाराहारीमा पाएको थियो। बीचका वर्षमा रेडियोको सङ्ख्या वृद्धिसँगै सङ्ख्यात्मक रूपमा महिला उपस्थिति पनि बढेको छ। यो प्रवृत्तिले निरन्तरता पाउँछ कि पाउँदैन हामी भन्न सक्ने स्थितिमा छैनौं।

हामीले ख्याल राख्नुपर्ने दोस्रो कुरा चाहिँ के हो भने सबै मिडियामा जति महिला छन् ती प्रायः तल्लो तहका संवाददाताका रूपमा कार्यरत छन्। सम्पादकीय भन्दा माथिल्ला तहमा एकदम थोरै महिला कार्यरत छन् (लामा २०६४)।^९

९. उदाहरणका लागि छापा माध्यममा साप्ताहिक पत्रिका घटना र विचारको सम्पादक बबिता बस्नेत र टेलिभिजनतर्फ नेपाल टेलिभिजनमा करिब डेढ वर्ष समाचार प्रमुखको रूपमा काम गरेकी रमा सिंहलाई लिन सकिन्छ।

महिला उपस्थिति तुलनात्मक रूपमा बढी भएको टेलिभिजन च्यानलमा पनि नीति निर्माण तह र व्यवस्थापन तहमा महिला उपस्थिति कम छ। दीपा गौतमका अनुसार नेपाल टेलिभिजनमा व्यवस्थापन तहमा पुरुषको सङ्ख्या ३४ छ भने महिलाको जम्मा नौ। निर्देशक पदमा दस जना पुरुष छन् भने महिला एक जनामात्र छन् (गौतम २०६४)।^{१०} देशभरका झण्डै सय एफएम रेडियो स्टेसनहरूमध्ये विराटनगरको पूर्वाञ्चल एफएममा मात्र महिला स्टेसन म्यानेजर रहेको पाइन्छ। रेडियो सगरमाथा र सम्भवतः दुई/तीनओटा अरू रेडियोमा मात्र महिलाहरू समाचार कक्षमा वरिष्ठ पदमा कार्यरत छन्।

अहिलेसम्म भएका अध्ययनका आधारमा नेपाली पत्रकारिता जगत, सङ्गीता लामा (२०६४) को भाषामा भन्दा, पुरुषको र पुरुषबाट नै सञ्चालित छ, भन्न सकिन्छ।

हराइरहेका जनजाति

२०५८ सालको जनगणनाअनुसार नेपालको कुल जनसङ्ख्याको झण्डै ३७ प्रतिशत जनजाति छन्। आदिवासी जनजाति उत्थान राष्ट्रिय प्रतिष्ठान ऐन २०५८ ले ५९ ओटा जनजातिलाई सूचीकृत गरेको छ (वन्त सन् २००६)। तालिका २ मा देखाइए भैं जनजाति पत्रकारहरूसम्बन्धी पहिलो अध्ययन २०५७ सालमा मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रका अनुसन्धानकर्ताहरूले काठमाडौं उपत्यका र नेपालका २२ अन्य सहरी इलाकामा गरेको पत्रकारहरूको जातीय सर्वेक्षण हो (हेर्नुहोस् पराजुली र गौतम २०५८)। त्यो अध्ययनले सम्पादकीय विभागमा काम गर्ने १६४९ पत्रकारमध्ये ३१३ जना जनजाति रहेको देखाएको थियो। त्यसरी हेर्दा जनजातिको उपस्थिति १९ प्रतिशत हुन आउँछ। तालिका २ मा देखाइएभैं ११४ मध्ये जनजाति/दलित भनेर चिनिएका १० प्रकाशन हटाउँदा १०४ संस्थाको सन्दर्भमा जनजाति उपस्थिति १४.९ मात्र पाइएको थियो। जम्मा ३१३ जना जनजाति पत्रकारमध्ये १५० जना नेवार थिए अर्थात् जनजातिमध्ये करिब १५ प्रतिशत जनसङ्ख्या रहेको नेवारहरूको जनजाति पत्रकारहरूमध्ये उपस्थिति झण्डै ४८ प्रतिशत थियो।^{११} नेवारहरूलाई हटाउँदा बाँकी रहेका १६३ अन्य जनजाति पत्रकारहरूको समग्रमा उपस्थिति १० प्रतिशत भन्दा कम थियो।

^{१०} अल्पसङ्ख्यक र सीमान्तकृत महिला वर्गको टेलिभिजनमा उपस्थितिवारे थप चर्चाका लागि हेर्नुहोस् गौतम (२०६३: १५३-१५६)

^{११} नेवारहरूमध्ये श्रेष्ठ, प्रधान, महर्जन र एक दुई अरू थरका बढी देखिन्छन्।

तालिका २: पत्रकारितामा जनजाति उपस्थितिसम्बन्धी सर्वेक्षण/अध्ययन

क्र.सं.	वर्ष	गर्ने संस्था/व्यक्ति र सन्दर्भ स्रोत	संस्था, किसिम र क्षेत्र	जम्मा सङ्ख्या	पस्थिति (% मा)
१.	२०५७	मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्र (पराजुली र गौतम २०५८)	देशभरका ११४ पत्रिका	३१३	१९
२.	२०५७	मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्र (पराजुली र गौतम २०५८)	देशभरका १०४ पत्रिका (जनजाति र दलित प्रकाशन बाहेक)	२३२	१४.९
३.	सन् २००५	टङ्क उप्रेती (सन् २००७)	काठमाडौंका ५ टिभी च्यानल	—	३८.५(जस मा ७६.६% नेवार)
४.	२०६१/०६२	सञ्चारिका समूह (राणा र अरू २०६२)	४८ जिल्लामा कार्यरत २२४ महिला	५५	२४.५
५.	२०६२	आदिवासी जनजाति खोज-अनुसन्धान पत्रकार समाज (धामी २०६२)	काठमाडौंका २१२ (२८ दैनिक, १७० साप्ताहिक, ११ रेडियो, ३ टिभी च्यानल)	५५६	२८.५
६.	२०६४	फ्रिडम फोरम (लामा २०६४)	काठमाडौंका १६ (८ पत्रिका, ५ रेडियो र ३ टिभी च्यानल)	४८	१२.१

टङ्क उप्रेतीले सन् २००५ मा गरेको पाँचओटा टेलिभिजन च्यानलहरूको अध्ययनमा जनजाति उपस्थिति ३८.५ प्रतिशत पाइएको थियो (उप्रेती सन् २००७) । भट्ट हेर्दा राम्रो देखिने यो तथ्याङ्कलाई अझ गहिरोसँग केलाएर हेर्दा उनले ५९ सूचीकृत जनजातिमध्ये टेलिभिजन क्षेत्रमा जम्मा १३ जनजाति मात्र उपस्थित भएको पाएका थिए । जम्मा जनजातिमध्ये ७६.६ प्रतिशत नेवार थिए । उप्रेतीको अध्ययनले तामाङ, मगर, गुरुङ, थारू र अन्यको उपस्थिति थोरै थोरै मात्रामा भएको देखायो । व्यवस्थापकीय पदहरूमा जनजातिको उपस्थिति त थियो तर ती सबैजसो नेवार थिए ।

रेडियो पत्रकारहरूबारे बृहत सर्वेक्षण अहिलेसम्म हुन नसकेकोले त्यस क्षेत्रमा जनजाति उपस्थिति कस्तो छ भन्न अहिले हामी सक्षम छैनौं । कुमार यात्रु (२०५८ र २०६१) ले जम्मा गरेका सीमित रेडियोहरूको तथ्याङ्क हेर्दा रेडियोमा जनजातिको उपस्थिति टेलिभिजनमा जस्तै छ कि भन्ने अनुमान गर्न सकिन्छ । एफएम रेडियोमा नेपालका १६ ओटा राष्ट्रिय भाषाहरूमा कार्यक्रम प्रसारण हुन थालिसकेको अवस्थामा जनजाति रेडियो कार्यक्रम उत्पादक र उद्घोषकको सङ्ख्या रेडियो नेपालमात्र हुँदाको स्थितिभन्दा टाउको गन्तीको दृष्टिकोणले बढी छ भनेर हुक्कै साथ भन्न सकिन्छ । तामाङ भाषा (तामाङ २०६२), नेपाल भाषा

(महर्जन २०५९) मा एफएम रेडियोमा बज्ने कार्यक्रमहरू र तिनका उत्पादनबारे केही अध्ययन पनि भइसकेका छन् । तर जनजातिहरूको उपस्थिति एफएम रेडियोहरूको समाचार कक्ष र समसामयिक कार्यक्रमहरूमा बाक्लो रूपमा भेटिन्छ । रेडियो पत्रकारितामा जनजाति महिलाहरूको उपस्थिति त भन् कम छ ।

सञ्चारिका समूहको अनुसन्धानमा परेका २२४ जना पत्रकार महिलामध्ये २४.५ प्रतिशत जनजाति थिए । तीमध्ये ४० प्रतिशत नेवार थिए । टहल थामी (२०६२) को अध्ययनले जनजाति उपस्थिति २८.५ प्रतिशत देखाएको थियो भने यस अध्ययनले जनजाति पत्रकारमध्ये नेवारहरूकै बाहुल्यता रहेको पुष्टि पनि गरेको थियो । थामीको अध्ययनले समेटेका २८ दैनिक पत्रिकामा काम गर्ने १४३ जनजाति पत्रकारमध्ये ११२ जना (७८.३%) नेवार थिए । दैनिक पत्रिकाका ११ जनजाति सम्पादकमध्ये १० जना नेवार थिए । साप्ताहिकमा काम गर्ने ३६४ जनजाति पत्रकारमध्ये २५७ जना (७०.६%) नेवार थिए । त्यसैगरी साप्ताहिकका ४५ जनजाति सम्पादकमध्ये ३८ जना नेवार थिए । मोहनसिंह लामा (२०६४) को अध्ययनमा जनजाति उपस्थिति १२.१ प्रतिशत र त्यसमा नेवारहरूको सङ्ख्या अरु सबै जनजातिलाई जोड्दा हुने कुल सङ्ख्याभन्दा दोब्बर देखिएको थियो ।

नेवारसहित समग्र जनजातिहरूको उपस्थिति हेर्दा प्रकाशन गृहका समाचार कक्षमा देशभर २० प्रतिशतको हाराहारीमा जनजातिको उपस्थिति छ भन्न सकिन्छ भने टेलिभिजन च्यानलमा करिब ३८ प्रतिशत छ भन्न मिल्छ । रेडियोमा उपस्थिति टेलिभिजनमा भएजस्तै छ कि भनेर अनुमान गर्न सकिन्छ । तर सूचिकृत ५९ मध्ये बढीमा १५-२० जनजातिको उपस्थिति मिडियामा रहेको र त्यसमा पनि नेवारहरूको उपस्थितिलाई नगन्दा अन्य ५८ जनजातिको उपस्थिति सम्पूर्ण पत्रकारिता जगत्मा १० प्रतिशतभन्दा कम हुन आउँछ । महिला जनजातिको उपस्थिति त भन् कम छ ।

हराइरहेका दलित

२०५८ को जनगणनाअनुसार दलितहरूको जनसङ्ख्या नेपालको कुल जनसङ्ख्याको १३ प्रतिशत जति छ । तर दलित अभियानकर्ताहरूले उक्त जनगणनाले दलितहरूको वास्तविक सङ्ख्या गणना गर्न नसकेको भन्दै दलितहरू कुल जनसङ्ख्याको करिब २० प्रतिशत रहेको दावी गरेका छन् (विश्वकर्मा २०५८) । यी फरक दावीहरूको एउटा स्रोत चाहिँ 'दलित' भन्ने सामूहिक पहिचानभित्र को-को पर्दछन् भन्ने स्वयं दलितहरूभित्र नै मतभिन्नता रहनु हो । जनजातिहरूको जस्तै कानुनी रूपमा

सरकारी मान्यता प्राप्त कुनै सूची अहिलेसम्म बन्नु नसक्दा पनि यो अन्योल कायम हुन गएको हो ।

तालिका ३: पत्रकारितामा दलित उपस्थितिसम्बन्धी सर्वेक्षण/अध्ययन

क्र.सं.	वर्ष	गर्ने संस्था/व्यक्ति र सन्दर्भ स्रोत	संस्था, किसिम र क्षेत्र	जम्मा सङ्ख्या	पस्थिति (% मा)
१.	२०५७	मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्र (पराजुली र गौतम २०५८)	देशभरका ११४ पत्रिका	२८	१.७
२.	२०५७	मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्र (पराजुली र गौतम २०५८)	देशभरका १०४ पत्रिका (जनजाति र दलित प्रकाशनवाहेक)	२२	१.४
३.	सन् २००५	टङ्ग उप्रेती (सन् २००७)	काठमाडौँका ५ टिभी च्यानल	—	०.८
४.	२०६१/०६२	सञ्चारिका समूह (राणा र अरू २०६२)	४८ जिल्लामा कार्यरत २२४ महिला	४	१.८
५.	२०६२	पवित्रा सुनार (२०६३)	काठमाडौँका ८ (३ पत्रिका, २ रेडियो, ३ टिभी च्यानल)	७ (६ पुरुष र १ महिला)	०.२५
६.	२०६४	फ्रिडम फोरम (लामा २०६४)	काठमाडौँका १६ (८ पत्रिका, ५ रेडियो र ३ टिभी च्यानल)	४	१

तालिका ३ मा देखाइएभैं दलित पत्रकारहरूसम्बन्धी पहिलो अध्ययन पनि २०५७ सालमा मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रका अनुसन्धानकर्ताहरूले काठमाडौँ उपत्यका र नेपालका २२ अन्य सहरी इलाकामा गरेको पत्रकारहरूको जातीय सर्वेक्षण हो (पराजुली र गौतम २०५८) । यो अध्ययनले ११४ ओटा प्रकाशन गृहमा काम गर्ने १६४३ पत्रकारमध्ये जम्मा २८ जना दलित पत्रकार (१.७%) रहेको देखाएको थियो । ११४ मध्ये १० ओटा दलित/जनजाति प्रकाशन हटाउँदा दलित पत्रकारको उपस्थिति जम्मा २२ (१.४%) देखिएको थियो । सोही अध्ययनमा गैरदलित प्रकाशनहरूमा दलित स्तम्भकारहरूको उपस्थिति एक प्रतिशतभन्दा कम देखिएको थियो ।

टङ्ग उप्रेतीले सन् २००५ मा गरेको टेलिभिजन उद्योगको अध्ययनमा पत्रकारहरूमा दलित उपस्थिति ०.८ प्रतिशत र व्यवस्थापनमा शून्य प्रतिशत रहेको देखाएको थियो (उप्रेती सन् २००७) । रेडियोमा ठूलो सर्वेक्षण अहिलेसम्म हुन पाएको छैन । २०५७-५८ मा चक्रमान विश्वकर्मांले कान्तिपुर एफएम, रेडियो सगरमाथा, मेट्रो एफएम र इमेज एफएममा कुनै पनि दलित पत्रकार

फेला पारेनन् (विश्वकर्मा २०५८)। तर गत १२ वर्षमा रेडियो नेपाल र नयाँ एफएमहरूबाट ३६ ओटा दलितसम्बन्धी कार्यक्रम बजिसकेको कुरा जेबी विश्वकर्मा (२०६४) ले उल्लेख गरेका छन्। यी कार्यक्रमहरूमा करिब ९० दलित प्रसारक/पत्रकारहरूको संलग्नता रहेको उनको अध्ययनले देखाउँछ। तर यीमध्ये प्रायःले सम्बन्धित रेडियो स्टेसनको कर्मचारीको हैसियतमा नभएर ती कार्यक्रमहरू निर्माण गर्ने गैरसरकारी संस्थाहरूको कर्मचारीको हैसियतमा काम गरेको उनको निष्कर्ष छ। तीमध्ये थोरै सङ्ख्यामा दलित महिलाहरूले कार्यक्रम प्रस्तोताको हैसियतमा मात्र काम गरेका छन् भन्ने ठहर पवित्रा सुनार (२०६३) को छ।

सञ्चारिका समूहको अध्ययनमा परेका २२४ महिला पत्रकारमध्ये जम्मा चार जना मात्र दलित थिए (राणा र अरू २०६२)। पवित्रा सुनार (२०६३) को अध्ययनमा टेलिभिजनमा एक जना मात्र दलित महिला भेटिएको थियो। २०६४ मा मोहनसिंह लामाले काठमाडौँको १६ ओटा मिडिया संस्थामा गरेको सर्वेक्षणमा ३९८ पत्रकारमध्ये दलित चार जना (१%) मात्र देखिएका थिए। अहिलेसम्म भएका सबै अध्ययनले पत्रकारितामा दलित उपस्थिति दुई प्रतिशतभन्दा कम देखाएको छ। यो उनीहरूको जनसङ्ख्यामा उपस्थिति (१३% मात्र हो भनेर मान्ने हो भने पनि) को तुलनामा निकै कम छ।^{१२}

हराइरहेका मधेसी

पहाडी मूलका तराईवासीको गणना नगर्दा नेपाली जनसङ्ख्यामा मधेसीहरूको उपस्थिति लगभग ३२ प्रतिशत छ (गौतम २०६४)। मधेसी पत्रकारहरूको उपस्थिति २०५७ मा मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रले गरेको सर्वेक्षणमा अध्ययन गरिएको थिएन। टङ्क उप्रेतीले सन् २००५ मा टेलिभिजन उद्योगको अध्ययन गर्दा जम्मा ५.७ प्रतिशत पत्रकार मधेसी पाए (उप्रेती सन् २००७)। उनले अध्ययन गरेका पाँचओटा टेलिभिजन च्यानलमा मधेसी पत्रकारको उपस्थिति १.२ देखि ९.७ प्रतिशतसम्म रहेको थियो। तालिका ४ मा देखाइएभैं २०६१-६२ मा सञ्चारिका समूहको अध्ययनमा परेका २२४ महिला पत्रकारहरूमध्ये जम्मा चार मात्र मधेसी थिए (राणा र अरू २०६२)। सन् २००६ मा मोहनसिंह लामाले काठमाडौँमा १६ प्रकाशन गृह, रेडियो र टेलिभिजन च्यानलमा सर्वेक्षण गर्दा ३९८ पत्रकारमध्ये जम्मा १४ जना (३.५%) मधेसी पाएका थिए।

^{१२} दलितहरूमा पनि विश्वकर्माको उपस्थिति बढी देखिन्छ। भारतीय पत्रकारितामा दलितहरूको अनुपस्थितिवारे विश्लेषणका लागि हेनुहोस् जेफ्री (सन् २००१)।

तालिका ४: पत्रकारितामा मधेसी उपस्थितिसम्बन्धी सर्वेक्षण/अध्ययन

क्र.सं.	वर्ष	गर्ने संस्था/व्यक्ति र सन्दर्भ स्रोत	संस्था, किसिम र क्षेत्र	जम्मा सङ्ख्या	उपस्थिति (% मा)
१.	सन् २००५	टङ्क उप्रेती (सन् २००७)	काठमाडौंका ५ टिभी च्यानल	—	५.६६
२.	२०६१/०६२	सञ्चारिका समूह (राणा र अरू २०६२)	४८ जिल्लामा कार्यरत २२४ महिला	४	१.८
३.	२०६४	फ्रिडम फोरम (लामा २०६४)	काठमाडौंका १६ (८ पत्रिका, ५ रेडियो र ३ टिभी च्यानल)	१४	३.५

२०५८ मा नेपाली पत्रकारितामा मधेसी पत्रकारहरूको उपस्थितिबारे लेख्दै पत्रकार चन्द्रकिशोरले २०४६ को परिवर्तनपछि मधेसी पत्रकारको सङ्ख्या 'मन्द गतिमा' बढ्दै गएको कुरा उल्लेख गरेका थिए। मूल धारको नेपाली भाषाको पत्रकारितामा प्रवेश गर्न मधेसीहरूका लागि भाषा नै सबैभन्दा ठूलो व्यवधान भएको तर्क गर्दै चन्द्रकिशोरले पूर्वमा भद्रपुरदेखि पश्चिममा कञ्चनपुरसम्मबाट प्रकाशित हुने नेपाली सञ्चारमाध्यम र राष्ट्रिय भाषाका प्रकाशनहरूमा मधेसी पत्रकारहरूले रचनात्मक भूमिका निर्वाह गर्न सक्छन् भन्ने तर्क गरेका थिए (चन्द्रकिशोर २०५८)। धीरेन्द्र प्रेमर्षि (२०६१) ले २०४६ को परिवर्तनपछि रेडियो नेपालमा नेपालका राष्ट्रिय भाषाहरूमा जब समाचार भन्न थालियो रेडियो नेपालमा केही मधेसी पत्रकारहरूले मैथिली, भोजपुरी, अवधी र थारू भाषासहित अन्य भाषामा काम गर्ने मौका पाए भनेर उल्लेख गरेका छन्। जब नयाँ एफएम रेडियोहरूमा मैथिली लगायत अन्य मधेसी भाषाहरूमा प्रसारण थपियो, थप मधेसी पत्रकारहरूले काम पाएका थिए।

प्रेमर्षिले पहाडी प्रभुत्व भएको नेपाली पत्रकारिताले मधेसको टुटुल्को मात्र देख्ने गरेको तर्क प्रस्तुत गर्दै लेखेका छन्, "हरेक विषयलाई हेर्ने सन्दर्भमा नेपाली मिडियाको एउटा विशिष्ट दृष्टिकोण प्रतिविम्बित हुने गर्दछ, जसअन्तर्गत मधेस भनेको कुनै आदिम जङ्गली सभ्यताबाट भर्खरै आधुनिक सभ्यतातर्फ उन्मुख हुन लागेको समाज हो भन्ने अनुमान कुनै अपरिचित देश वा समुदायको व्यक्तिले लगाउन सक्दछ" (प्रेमर्षि सन् २००६: १३१)। यस्तो हुनुमा "एउटा प्रमुख कारण भने नेपाली मिडियामा मधेसीहरूको सहभागिता अत्यन्तै कम हुनु पनि हो" भन्ने ठहर प्रेमर्षि (सन् २००६: १४८) को छ। उनी थप्छन्, "मिडियामा मधेसीहरू आफ्नो कुनै निजी अरुचिले नआएका होइनन्। मिडियाको मूलधारमा मधेसीहरूका लागि भाषा लगायत अनेकौँ दृश्य-अदृश्य बन्देजहरू लगाएर उनीहरूको प्रवेशलाई दुरुह वा निषिद्धजस्तो पारिएको छ" (प्रेमर्षि सन् २००६: १४८)।

मधेसी पत्रकारहरूको न्यून सङ्ख्याबारे राजेश अहिराजले पनि २०५९ देखि कलम चलाउँदै आएका छन्। अहिराजले मधेसीहरू समाचार कक्षमा मात्र होइन

नेपाल पत्रकार महासङ्घ, प्रेस चौतारी, नेपाल प्रेस यूनियन, सञ्चारिका समूह, साप्ता नेपाल र नेपाल वातावरण पत्रकार समूह जस्ता पत्रकारहरूको संस्थामा पनि हराइरहेका छन् भन्ने तर्क गरेका छन् । सरकारद्वारा मनोनित हुने सञ्चालक समिति भएका गोरखापत्र, रेडियो नेपाल, नेपाल टेलिभिजन, राष्ट्रिय समाचार समिति र प्रेस काउन्सिल नेपालमा समेत मधेसीहरूलाई थोरै सङ्ख्यामा मात्र मनोनित गरेको तर्क पनि अहिराज (२०६२) ले गरेका छन् ।

२०६३ को मधेस विद्रोहपछि मधेसले नेपाली राजनीतिमा महत्त्वपूर्ण स्थान ओगट्न पुगेको छ (गौतम २०६४) । मधेसीहरूले काठमाडौंसँगको आफ्नो राजनीतिक सम्बन्धलाई पुनः परिभाषित गर्दै विद्रोह गरेपछि मधेसी पत्रकारहरूको महत्त्व केही बढेको तर्क पत्रकार चन्द्रकिशोर (२०६४) ले गरेका छन् । मूलधारको पत्रकारितामा प्रवेश गर्नका लागि पहिला भएका व्यवधानहरूमा केही कमी आएको छ भन्ने विचार पनि उनको छ ।

माथि उल्लिखित अध्ययन र लेखहरूबाट नेपाली पत्रकारितामा दलित र मधेसीको उपस्थिति एकदम न्यून र गैर-नेवार जनजाति र महिलाहरूको उपस्थिति पनि थोरै भएको कुरा पुष्टि हुन्छ । विशेष गरेर पहाडी मूलका बाहुन र त्यसपछि क्षेत्री र नेवार पुरुषहरूको अधीनमा नेपाली पत्रकारिता चलिरहेको छ । अहिलेसम्मका अध्ययनहरूले यो कुरा स्पष्टसँग देखाउँछन् ।

माथि उल्लिखित अध्ययनहरूको प्रमुख विशेषता नै प्रायःले लिएको उपस्थितिको 'टाउको गन्ती' को तरिका हो (अपवादको रूपमा राणा र अरू २०६२ लाई लिन सकिन्छ) । अनुसन्धानको यो तरिका सजिलो भएकोले नेपालमा समावेशीकरण सम्बन्धी हाल चलिरहेका बहसमा प्रायः जसोले अपनाएको शोध विधि नै यही हो (न्यौपाने सन् २०००, लावती सन् २००५) । सामाजिक अ-समावेशीकरणको अङ्गगणितय दृष्टिकोणलाई नेपाली समाजमा स्थापित गर्न यो शोध विधि अपेक्षाकृत सफल भएको छ । अन्य क्षेत्रमा भैं पत्रकारितामा पनि 'हराइरहेका' विभिन्न समुदायका नेपालीहरूबारे यही पेसाका व्यक्ति र व्यावसायिकहरूलाई भक्भक्काउन र यसबारे सार्वजनिक बहस सुरु गर्न 'टाउको गन्ती' विधिको सर्वेक्षण र अनुसन्धानहरू केही सफल भएका छन् ।

तर समावेशीकरण भनेको 'टाउको गन्ती' को निम्ति मात्र समाचार कक्षलाई सामाजिक फूलबारी बनाउने होइन भन्ने कुरामा नेपाली पत्रकारितामा समावेशीकरण गरिनुपर्छ भन्नेहरूले सुरुदेखि नै जोड दिएका छन् । उदाहरणको लागि महिलाको प्रसङ्गमा अस्मिताले २०५० मा नै यस्तो लेखेको थियो, "तर कुरा खालि सहभागिताको मात्र होइन, प्रस्तुतिको पनि हो । ...सङ्ख्यात्मक वृद्धि मात्र होइन, गुणात्मक वृद्धिका

लागि प्रयास गरिनुपर्छ (अस्मिता २०५०ख: ७) । अस्मिताको सोही अङ्गमा सुसन मास्केले लेखेकी छन्, “खालि सङ्ख्या बढाउन मात्र कुनै सञ्चारका माध्यममा महिला मात्र भएका नाताले संलग्न मात्र नभएर सार्थक सहभागिताको थालनी गर्नु अत्यावश्यक भइसकेको छ” (२०५०: १७) । त्यस्तै, अञ्जु क्षेत्रीले लेखेकी छन्, “सञ्चारमाध्यममा महिलाहरूको प्रवेश टोकनको रूपमा हुनु हुँदैन, योग्यतालाई सदुपयोग गर्नका लागि हुनु पर्छ । आफ्नो दक्षताको बलमा महिलाहरू पत्रकारितामा आफ्नो मजबुत स्थान बनाउन सक्नु पर्छ” (२०५१ख: २८) । यस्तै विचार रेखा श्रेष्ठ (सन् २००५) को लेखमा पनि पाइन्छ ।

मधेसी पत्रकारको सन्दर्भमा चन्द्रकिशोरले सुरुमै लेखेका थिए, “पत्रकारिताको महत्त्व बुझेर यसतर्फ आकर्षित हुनुपर्ने, त्यसपछि व्यावसायिक दक्षताका निमित्त प्रशिक्षित हुनुपर्ने; अनि मात्र अवसरका लागि नयाँ नयाँ मौकाहरू भेटिन्छन् नै । यसका लागि प्रतिस्पर्धामा उत्र्न सक्ने क्षमता र सफलताको लागि धैर्य गर्ने पर्दछ” (चन्द्रकिशोर २०५८: ६; जोड थपिएको) । जातीय (जनजाति र दलित) प्रतिनिधित्व बढाउने सवालमा विश्लेषक सीके लालले २०५८ मा नै लेखेका थिए, “क्षमता विकास शैक्षिक, व्यावहारिक, सैद्धान्तिक एवं कार्यमूलक सबै थरी हुनुपर्दछ । जातीय समूहहरूमध्येबाट पत्रकारितामा रुचि भएकाहरूको पहिचान गरेर तिनको क्षमता विकासमा लगानी गर्नु प्रजातन्त्र सुदृढीकरणमा चासो राख्ने सरकार, नागरिक समाज एवं दाता समूहहरू सबैको दायित्व हो” (लाल २०५८: २०; जोड थपिएको) ।

समावेशीकरणका अभियन्ताहरूले सुरुका दिनदेखि नै दक्ष महिला, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूको समावेशीकरणको कुरा गरिराखेका छन् र देखावटी समावेशीकरणको उनीहरू विरोध गर्छन् । यो कुरा कम सङ्ख्यामा उपस्थित सामाजिक समूहका एक-दुई पत्रकारहरूको व्यक्तिगत वा व्यावसायिक त्रुटिहरूलाई अगाडि सारेर पत्रकारितामा समावेशीकरण गरे सम्पूर्ण पत्रकारिता पेसा नै अक्षमहरूको भुण्ड हुन जान्छ, भन्ने तर्क राख्ने सम्पादकहरू वा पत्रकारिता खालि सक्षमहरूको लागि मात्र हो भन्ने मन्त्रको पछ्याडि लागेका पत्रकारिताका अगुवाहरूले हेक्का राखेका छैनन् ।^{१३} त्यसो हो भने दक्ष महिला, जनजाति, दलित र मधेसीलाई पत्रकारिता पेसामा कसरी आकर्षित गर्ने ? तिनको

^{१३} अथवा राखेको भए पनि नाटक अर्कै गरेका छन् । यसबारे सीके लालले उचितलेखेका थिए, “न्यूनतम सक्षमताका आधारमा जातीय सन्तुलन कायम गरेर उत्पिडित समूहहरूको दक्षता विकास गर्दै लैजाने कुरा नबुझेका कहाँ हुन् र हीनभाव सम्भ्रान्तहरूले ? नबुझेको जस्तो गरेमा तिनको हित हुने हुँदा त्यस्तो गरेका मात्र हुन्” (२०५८: १८) ।

औपचारिक शिक्षा र पत्रकारिताको सिप अभिवृद्धि कसरी गर्ने ? यस्ता दक्ष पत्रकारलाई पत्रकारितामा कसरी टिकाइराख्ने ? यी सबै काम क-कस्ले गर्ने अथवा जिम्मेवारी कसरी बाँड्ने ? यी प्रश्नको उत्तर नखोजी नेपाली पत्रकारितामा समावेशीकरणको बहस अगाडि बढ्न सक्दैन । यी प्रश्नका सजिला उत्तर छैनन् र तिनले सङ्केत गर्ने उपायहरू तत्काल गर्न सकिनेभन्दा पनि दीर्घकालीन सोच र कार्यक्रमबाट मात्र सम्भव छ ।

पत्रकारितामा कसरी आकर्षित गर्ने ?

पत्रकारितामा महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूको संलग्नता बढाउन हामीले सर्वप्रथम ती समुदायका नयाँ पुस्ताका सदस्यहरूलाई यो पेसामा आकर्षित गरी पत्रकारितामा हरेक वर्ष प्रवेश गर्ने तिनको सङ्ख्या बढाउनु पर्छ । प्रवेश गर्नेहरूको सङ्ख्या ठूलो हुन आवश्यक किन छ, भने व्यक्तिगत तथा अन्य कारणले हरेक पेसामा प्रवेश गर्ने व्यक्तिहरूमध्ये कतिले त्यो पेसा छोड्छन् । फेरि प्रवेश गर्ने व्यक्तिहरूको सङ्ख्या ठूलो नभएसम्म कालान्तरमा सम्पादकीय र अन्य विभागका उपल्ला दर्जामा यी समुदायका व्यक्तिहरूको उपस्थिति प्रतिशतको हिसाबले ठूलो हुन सक्दैन । पत्रकारिता प्रवेश गर्ने यी समुदायका व्यक्तिहरूको सङ्ख्या बढाउन यो पेसालाई ती समुदायमा प्रवर्द्धन गर्नु पर्छ । यो काम हाल कुनै पनि संस्था वा निकायले व्यवस्थित ढङ्गबाट गरिरहेको हामीलाई जानकारी छैन । निश्चित समुदायका सम्भावित पत्रकारहरूलाई प्रशिक्षण दिने संस्थाहरूले थोरै पत्रकारिताको प्रवर्द्धन पनि गरिराखेका छन् भन्न त मिल्छ— जस्तो महिलाको सन्दर्भमा सञ्चारिका समूह, जनजातिको सन्दर्भमा नेपाल आदिवासी जनजाति पत्रकार सङ्घ— अनिज (घले २०६३) र दलितको सन्दर्भमा जागरण मिडिया सेन्टर—तर तल उल्लेख भएभैं अरु धेरै काम हुनुपर्ने देखिन्छ ।

यी समुदायमा पत्रकारिता प्रवर्द्धन गर्न चुनौती धेरै छन् । प्रथमतः पत्रकारिता सार्वजनिक डबलीको महत्त्वपूर्ण अंश हो भन्ने कुरा सांस्कृतिक रूपमा यी समुदायमा परिचित नभएको अवस्था छ । दोस्रो, पत्रकारिता गरेर नेपालमा प्रायजसो पत्रकारले आफ्नो जीविकोपार्जन गर्न सक्ने अवस्था अहिले पनि छैन । स्थायी जागिर भई भ्रण्डै एक दशक पत्रकारिता गरिसकेका प्रायः व्यक्तिहरूको सन्दर्भमा समेत नियमित तलबले परिवारको घर खर्च र छोराछोरीको पढाइ धान्न नेपालका धेरै सहरी इलाकामा अबै सम्भव छैन । नियमित तलब पाउने यस्ता पत्रकारको सङ्ख्या पनि केही सयभन्दा बढी नहोला । यस्तो आर्थिक सङ्कट

र असुरक्षा गाँसिएको पेसालाई हालसम्म समाचार कक्षमा हराइरहेका समुदायहरूको बीचमा प्रवर्द्धन गर्न कठिन छ।^{१४}

तेस्रो, यी समुदायमध्ये केहीमा सामुदायिक वा पारिवारिक इतिहासका कारणले पत्रकारिताभन्दा इतर पेसातर्फ नयाँ पुस्ताका सदस्यहरू बढी आकर्षित हुने गरेका छन्। केही जनजाति समुदायका पुरुषहरू भण्डै २०० वर्षको इतिहास रहेको गोर्खा भर्ति वा शेर्पाहरू १०० वर्षभन्दा लामो इतिहास भएको हिमाल चढ्ने पेसातर्फ आकर्षित हुनुलाई यो कारणको उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ। आ-आफ्ना पारिवारिक र सामुदायिक सन्दर्भमा परिचित पेसावारे नयाँ पुस्ताका व्यक्तिहरूलाई बढी सूचना हुनु र पत्रकारिताका सम्भावनाहरूबारे उनीहरू सापेक्ष रूपमा अज्ञानमा पर्नु पनि स्वाभाविक कुरा हो। पत्रकारिता प्रवर्द्धन गर्ने अभ्यासहरूमार्फत मात्र उनीहरूमा आ-आफ्ना समुदायका निम्ति नौला पेसाहरूमा जाने विचार र आँट सम्भव हुनेछ।

चौथो, समुदायभिन्नैबाट स्थापित 'रोल मोडल' हरूको अभावमा पनि यो पेसा महिला, जनजाति, दलित र मधेसी समुदायहरूमा प्रवर्द्धन गर्न गाह्रो छ। उदाहरणको लागि महिलाको सन्दर्भमा हाल बाहुन क्षेत्री र नेवार महिला 'रोल मोडल' भेट्टाउन त्यति गाह्रो छैन तर गैर-नेवार जनजाति, दलित र मधेसी महिलाहरू पत्रकारिता पेसामा 'रोल मोडल' को रूपमा धेरै सङ्ख्यामा स्थापित भइनसकेको स्थिति छ। जति छन् तिनलाई पनि प्रतीकको रूपमा प्रवर्द्धन गर्ने काम त्यति हुन सकेको छैन। यस्ता प्रतीकहरूले विभिन्न व्यवधानका बावजुद पत्रकारितामा प्रवेश गरी मेहनत र सङ्घर्षद्वारा पेसामा आफ्नो स्थान बनाउन सकेका गाथाहरूको प्रचार नहुने हो भने यी समुदायमा नयाँ पुस्ताका सदस्यहरूलाई आकर्षित गर्न अझ बढी गाह्रो होला।

पाँचौँ, स्थापित मिडिया संस्थाहरूले हालसम्म यो पेसामा कम सङ्ख्यामा उपस्थित समुदायका सक्षम पत्रकारहरूलाई जागिर दिने र प्रोत्साहन गर्ने कुनै संस्थागत नीति सार्वजनिक गरेको हामीलाई जानकारी छैन। यस्तो घोषणा हुँदो हो त तिनले पनि यी समुदायका नयाँ पुस्ताका सदस्यहरूलाई पत्रकारिता पेसामा आकर्षित गर्ने थिए। यहाँ उल्लिखित चुनौतीहरू भन्दा अन्य चुनौतीहरूबारे पनि चर्चा गर्न आवश्यक छ। त्यसो भएमा मात्र यी समुदायका नयाँ पुस्ताका व्यक्तिहरूले पत्रकारितालाई पेसाका रूपमा रोज्ने सम्भावना बढ्ने छ। त्यो नभइकन नेपाली पत्रकारिता समावेशी हुँदैन।

^{१४} पत्रकारिता पेसाको आर्थिक स्थिति मजबुत बनाउन हाल भइरहेका प्रयासहरू र यो पेसामा हाल कम सङ्ख्यामा उपस्थित समुदायका व्यक्तिहरूको सङ्ख्या बढाउने काम सँगसँगै हुनुपर्छ।

औपचारिक शिक्षा, पत्रकारिता प्रशिक्षण र इन्टर्नसिप

औपचारिक शिक्षा र पत्रकारिताबीच सधैं एकैनासको सम्बन्ध रहेको छैन। बीसौं शताब्दीको पूर्वार्द्धमा समेत कलेज नपढेका कैयौं व्यक्तिहरू अमेरिका र युरोपमा प्रख्यात छापा र रेडियो पत्रकार बने। तर बीसौं शताब्दीको पछिल्ला दशकहरूमा भने ती ठाउँहरूमा कलेज नपढेका पत्रकारले आफ्नो पेसामा प्रख्याति कमाए भने ती अपवादको रूपमा मात्र रहे। जनमानसमा कलेजस्तरको शिक्षा जब साधारण बन्दै गयो कलेज पढेका व्यक्तिहरूले मात्र पत्रकारितामा प्रवेश गर्न सक्ने स्थिति विस्तारै बन्न पुग्यो। पत्रकारितामार्फत सम्प्रेषण गर्नुपर्ने विषयको जटिलता बढ्दै जाँदा कलेजस्तरको शिक्षा अपुग ठहरियो र स्नातकोत्तर, विद्यावारिधि वा यस्तै स्तरमा विशेषज्ञ डिग्री भएका व्यक्तिहरूको समाचार कक्षमा आवश्यकता पयो। यसै कारण भौतिक विज्ञान, चिकित्सा विज्ञान, कानून, अर्थतन्त्र, सार्वजनिक नीतिशास्त्र, र अन्य विषयमा विशेषज्ञको स्तरको औपचारिक शिक्षा पाएका व्यक्तिहरू अमेरिकी वा युरोपेली समाचार कक्षमा भेटिने कुरा अब साधारण भइसक्यो।

नेपालमा पत्रकारहरूको औपचारिक शिक्षास्तरबारे विस्तृत अध्ययन अहिलेसम्म भएको छैन। नेपाली पत्रकारहरूको शैक्षिकस्तर बढ्दै छ भन्ने सङ्केतहरू भने मिलेका छन्। सन् १९९९ को अन्ततिर काठमाडौं र पोखरामा गरिएको एउटा सर्वेक्षणमा १३२ जना पत्रकारहरूमध्ये १२८ ले कलेजस्तरको केही अध्ययनसम्म गरेको पाइयो (रामाप्रसाद सन् २००५)। सञ्चारिका समूहले २०६१-६२ मा २२४ महिला पत्रकारहरूको अध्ययन गर्दा तिनमा ५३.६ प्रतिशतले स्नातक वा सोभन्दा उपल्लो डिग्री सिध्याएको पाइयो (राणा र अरू २०६२)। यी तथ्याङ्कहरू हामीले काठमाडौंको महत्त्वपूर्ण मिडिया संस्थाहरूमा काम गरिराखेका पत्रकारहरूको व्यक्तिगत शैक्षिक प्रोफाइलसँग मिल्दोजुल्दो पाएका छौं। सम्पूर्ण देशभरका पत्रकारहरूको शैक्षिक स्थिति थाहा नहुँदा नहुँदै पनि हामी यो चाहिँ भन्न सक्छौं कि राष्ट्रिय स्तरमा महत्त्व राख्ने मिडिया संस्थाहरूले स्नातक तह पास नगरेका पत्रकारहरू लिन अब कम गरिसकेका छन्। त्यसैगरी स्नातकोत्तर तह वा सो सरहको पढाइ सकेर शिक्षण वा अन्य पेसामा जान सक्ने व्यक्तिहरू पत्रकारिता गर्न आइपुगेका छन्। यो पत्रकारिता क्षेत्रको लागि शुभ समाचार हो।

महिला, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारको सन्दर्भमा भन्नु पर्दा नयाँ पुस्ताका सदस्यहरूले कम्तीमा स्नातक तहको अध्ययन समाप्त गरेर मात्र पत्रकारितामा लाग्नु उचित देखिन्छ। यो स्तरको शिक्षाविना पेसामा प्रवेश गर्दा कठिनाई भेल्लु पर्दछ, र प्रवेश गरिहाले पनि त्यसको उपल्लो तहसम्म पुगेर काम गर्ने हैसियतको पत्रकार बन्ने सम्भावना अब न्यून भएर गएको देखिन्छ।

त्यसकारण अहिलेसम्म समाचार कक्षमा हराइरहेका समूहहरूले आफ्ना नयाँ पुस्ताका व्यक्तिहरूलाई स्नातक तहको अध्ययन समाप्त गरिसकेपछि, मात्र पत्रकारिता पेसामा प्रवेश गर्न सुझाव दिनु, सहायता गर्नु बुद्धिमानी हुनेछ।

पत्रकारिताको औपचारिक डिग्री (स्नातक वा स्नातकोत्तर तह) लिएर मात्र पत्रकारिता गर्न सकिन्छ भन्ने कुरा त होइन। तर यस्तो डिग्री लिएका वा गैर सरकारी संस्थाहरूले सञ्चालन गरेका १० महिना वा एक वर्ष लामो अवधिको पत्रकारिता प्रशिक्षण प्राप्त व्यक्तिहरू पत्रकारितामा आउँदा यो पेसाको सैद्धान्तिक कुराहरू बुझ्न उनीहरूलाई सजिलो हुन्छ। विश्वविद्यालयबाट र गैर सरकारी संस्थाबाट सञ्चालित दुवै थरी प्रशिक्षण कार्यक्रमहरू बढी पत्रकारिताको सिद्धान्तउन्मुख र अनुभव दिलाउनेतर्फ चाहिँ कमजोर छन् भन्ने विद्यार्थी/प्रशिक्षार्थीहरूको भनाइ रहरहेकाले पत्रकारिता पढेर पेसामा आएकाले पनि मुख्य सिक्ने त अभ्यासमार्फत नै हो। तापनि पत्रकारिता प्रशिक्षण प्राप्त गरेका व्यक्तिहरूको सङ्ख्या बढेमा पेसालाई फाइदा छ, घाटा छैन। यो कुरा मान्ने हो भने समाचार कक्षमा कम सङ्ख्यामा उपस्थित समुदायका सदस्यहरूले पत्रकारिताको स्नातक वा स्नातकोत्तर डिग्री अध्ययन गरी पेसा सुरु गर्नु वा १० महिना वा एक वर्षको प्रशिक्षण लिएर सुरु गर्नु उचित देखिन्छ।^{१५}

यस्तो अध्ययन र प्रशिक्षणका अवसरहरू अहिलेलाई काठमाडौँमै केन्द्रित छन्। २०३८ सालमा त्रिभुवन विश्वविद्यालय अन्तर्गतको काठमाडौँस्थित रत्नराज्यलक्ष्मी क्याम्पसमा पत्रकारिताको स्नातक तहको अध्ययन उपलब्ध भयो भने सोही ठाउँमा २०५८ सालमा स्नातकोत्तर तहको पढाइ पनि थालियो (राई २०६३)। सोही वर्ष पूर्वाञ्चल विश्वविद्यालय अन्तर्गत काठमाडौँमा कान्तिपुर सिटी कलेज र कलेज अफ जर्नालिज्म एण्ड मास कम्युनिकेशन (सिजेएमसी) मा पनि स्नातकोत्तर तहको पढाइ सुरु भयो (रेग्मी २०६३, मिश्र २०६३)। त्यसैगरी नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मिडिया प्वाइन्ट जस्ताले दिने लामो अवधिको प्रशिक्षण पनि काठमाडौँमा मात्र उपलब्ध छ।^{१६} यी सबै पढाइ वा प्रशिक्षणको अवसर काठमाडौँमा मात्र उपलब्ध हुँदा देशका अन्य भागमा बस्ने महिला, जनजाति, दलित र मधेसीका लागि पत्रकारिता पढाइको मौका सर्वसुलभ हुन सकेको छैन।

^{१५} औपचारिक डिग्री लिएर काम गर्नेहरूका लागि पनि समय समयमा विभिन्न स्वदेशी/विदेशी विज्ञहरूमार्फत पत्रकारिताका पुनर्ताजगी (रिफ्रेसर) कोर्सहरू लिन सक्ने व्यवस्था हुन पनि आवश्यक छ।

^{१६} नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मिडिया प्वाइन्ट दुवैले पहिले १० महिना अवधिको तालिम सञ्चालन गरेकोमा केही समयदेखि नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूटले एक वर्ष र मिडिया प्वाइन्टले तीन महिने बनाएको छ।

कम्तीमा पत्रकारितामा स्नातक गर्न पाउने अवसर वा लामा प्रशिक्षण देशका अन्य भागमा उपलब्ध हुन पुगे यी समुदायमा पत्रकारिता पढ्न रुचि राख्नेहरूलाई सजिलो हुन्थ्यो।^{१९}

त्यसो नहुँदा समाचार कक्षमा थोरै उपस्थित समुदायका सदस्यहरूले काठमाडौँमा आएर पत्रकारिताको औपचारिक अध्ययन गर्ने वा प्रशिक्षण लिने मौका जुराउन विभिन्न उपायहरू निकाल्नुपर्ने देखिन्छ। काठमाडौँ आएर पढ्ने र बस्ने खर्च आफैँ जुटाउन सक्नेहरूको लागि त मौका मिले पुरयो, नसक्नेका लागि मौकासहित छात्रवृत्तिको आवश्यकता पनि पर्दछ। त्यसको निम्ति पढाइ हुने संस्था र सरकारी, गैरसरकारी दाताहरू बीच समन्वयको आवश्यकता पर्दछ। उदाहरणको लागि, एउटा मधेसी दलित महिलाले काठमाडौँमा पत्रकारिताको स्नातक तह पढ्न कुनै सरकारी छात्रवृत्ति पाउन नसके दाता र गैर सरकारी संस्थाहरूले (जसले मिडिया र समावेशीकरण विषयमा काम गरिराखेका छन्) उक्त महिलाको अध्ययन सम्भव बनाउन रकम जुटाउन सक्छन्। यस्ता व्यक्ति/महिलाहरू आ-आफ्नो परिवारमा (वा अभि समुदायमा नै) कलेज पुग्ने सम्भवतः पहिलो पुस्ताका सदस्य हुने भएकाले अध्ययनक्रममा तिनलाई सहयोग गर्न अनौपचारिक समूहहरूको समेत महत्त्वपूर्ण भूमिका हुन सक्छ।

पत्रकारिताको औपचारिक पढाइ/प्रशिक्षणबाहेक नेपाली भाषामा मूलधारको पत्रकारिता गर्न चाहने महिला, जनजाति, दलित र मधेसी विद्यार्थीले नेपाली भाषा लेख्ने सिप राम्रोसँग विकास गर्नुपर्छ। सकिन्छ भने अङ्ग्रेजी राम्ररी बुझ्नसक्ने हुनु पर्छ किनकि त्यसले उक्त भाषामा उपलब्ध अथाह स्रोत सामग्रीमाथि उक्त व्यक्तिको पहुँच बढाउँछ। यी समुदायका व्यक्तिहरूले पत्रकारितामा थप मौका पाउन स्थापित मिडिया संस्थाहरूले राम्रो बन्दोवस्त सहितको इन्टर्नसिप कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्न सक्नुपर्छ। उदाहरणको लागि कान्तिपुर प्रकाशन जस्तो संस्थाले हरेक वर्ष केही महिला, जनजाति, दलित र मधेसी इन्टर्नलाई लिई आफ्ना पाँचओटा प्रकाशनमा क्रम मिलाएर तिनलाई काम गर्ने मौका प्रदान गर्न सक्छ। दुई दैनिक पत्रिका (कान्तिपुर र दि काठमाडौँ पोस्ट), साप्ताहिक पत्रिका (साप्ताहिक), साप्ताहिक खबर पत्रिका (नेपाल) र मासिक पत्रिका (नारी) मा एक एक महिनाको क्रमवद्ध इन्टर्नसिप गर्न पाउने प्रशिक्षार्थीले छापामा माध्यमको विभिन्न आयामबारे प्रत्यक्ष जान्ने मौका पाउँछ। रेडियो स्टेसन र टेलिभिजन

^{१९} जनजाति पत्रकारहरूलाई छोटो अवधिमा तालिम उपलब्ध गराउनमा अनिजले खेलेको भूमिकाका लागि हेर्नुहोस् घले (२०६३)।

च्यानलमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ। पत्रकारितामा कम सङ्ख्यामा उपस्थित समुदायका सदस्यहरूलाई ध्यान दिएर यस्तो इन्टर्नसिप कार्यक्रमहरू लागू गर्न सके तिनको पत्रकारितातर्फको आकर्षणमा ठूलो अभिवृद्धि हुने थियो। तिनलाई यो पेसामा प्रवेश गर्न वर्तमानमा रहेका कठिनाइहरू पार गर्न सजिलो हुने थियो।

पत्रकारितामा कसरी टिकाउने ?

पत्रकारितामा थोरै सङ्ख्यामा रहेका महिला, गैर-नेवार जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूलाई यो पेसामा टिकाउन के गर्न सकिन्छ ? यो प्रश्नको उत्तर दिन त्यतिबेला हामीलाई सजिलो हुन्छ, जुनबेला हामी यी समुदायका पेसाकर्मीहरूले यो पेसालाई छोड्न बाध्य हुने वा पारिने कारणहरूको पहिचान गर्न सक्छौं। नारीवादी मिडिया प्राज्ञहरू र अभियन्ताहरूले महिलाको सन्दर्भमा यी समस्याहरूको पहिचान गर्न सबभन्दा बढी परिश्रम गरेका छन् भने जनजाति, दलित र मधेसीको सन्दर्भमा पनि यी समस्याहरूको धेरथोर चर्चा भएको छ।

समाचार कक्षमा अनुपस्थित वा थोरै मात्रामा मात्र उपस्थित समुदायका सदस्यहरूको निम्ति असमावेशी समाचार कक्षमा काम गर्नका लागि मैत्रीपूर्ण वातावरणको अनुभव हुन सक्दैन। महिलाहरूको सन्दर्भमा यो कुरा अब विस्तृत रूपमा नै चर्चामा आइसकेको छ (हेर्नुहोस् विशेषतः राणा र अरू २०६२, अधिकारी २०६३, श्रेष्ठ सन् २००५ र लामा २०६४)। ४८ जिल्लामा कार्यरत २२४ महिला पत्रकारहरूसँग २०६१-६२ मा गरिएको अध्ययनमा सञ्चारिका समूहका अनुसन्धानकर्ताहरूले यी पत्रकारहरूले कार्यालय र परिवार तथा समाजमा सामना गर्नु परिरहेको वातावरण र समस्याहरूको विस्तृत खोज गरेका थिए (राणा र अरू २०६२: ५१-८४)। त्यो पढ्दा थाहा हुन्छ— महिला पत्रकारहरूले यो पेसामा थोरै सङ्ख्यामा मात्र महिला उपस्थित हुनुका कारणहरू र उनीहरू प्रायः धेरै समयसम्म यसमा टिक्न नसक्ने अवस्था पछ्याडिका समस्याहरूबारे बोलेका छन्।

नियुक्ति तथा अवकाश प्रक्रिया स्वेच्छाचारी भएकाले (संस्थागत गरिसकेका प्रक्रियाभन्दा पनि पुरुष हाकिमहरूको मनपरीतन्त्र चल्ने) महिला पत्रकारहरूको जागिरको असुरक्षा पुरुष पत्रकारको दाँजोमा बढी छ। पुरुष हाकिमहरूले थरी थरीका निहुँ निकाली— टाढा गएर रिपोर्टिङ गर्न नसक्ने, सानो बच्चा भएकाले काममा ध्यान कम जाने, इत्यादि—नियुक्तिपत्र बेगर काम गरिराखेका महिला पत्रकारहरूलाई निकाल्ने काम गरेका छन्। यो मनपरीतन्त्रबाट पुरुषहरू पनि

प्रताडित नहुने त होइनन् तर महिलाहरू बढी प्रताडित छन् भन्ने कुरा महिला पत्रकारहरूले त्यहाँ बोलेका छन् (राणा र अरू २०६२)।^{१५}

काममा नियुक्तिको बेला मात्र होइन, बहुवा र कामबाट निष्कासन गरिँदा समेत महिला पत्रकारहरूले महिला भएकै कारणले विभेद भोग्नु परेको कटु अनुभवको पहाड छ भन्ने सङ्केत उक्त अध्ययनमा मिल्दछ। जागिरको असुरक्षा पुरुष हाकिमहरूको मनपरीतन्त्रसँग जोडिएको छ, भन्ने महिला पत्रकारहरूको व्यापक अनुभव र धारणावारे सञ्चारिकाका अनुसन्धानकर्ताहरूले विभिन्न सञ्चारसंस्थाको निर्णायक तहमा बसेका व्यक्ति (पुरुष) हरूको प्रतिक्रिया लिँदा काठमाडौँबाट निस्कने एउटा ठूलो दैनिक पत्रिकाका सम्पादकको जवाफ— “ठूलो अफिसमा बस्दा यस्ता साना-साना कुरा मेरो एटेन्सनमै आउँदैन” (राणा र अरू २०६२: ५७) — मिडियामा रहेको पुरुष संस्थापन पक्षको मानसिकता बुझ्न पर्याप्त छ।^{१६}

महिला पत्रकारहरूले काम गर्ने वातावरणमा ‘विश्वासको सङ्कट’ छ, भन्ने कुरा पनि सञ्चारिका समूहका अनुसन्धानकर्ताहरूलाई भने। पेसामा नयाँ आएका महिलाहरूको सिप बढाउने खालका काममा संलग्न हुनुको सट्टा अथवा कार्यालयमा त्यस्तो हुनसक्ने वातावरण निर्माण गर्नुको सट्टा, पुरुष सम्पादकहरू महिला पत्रकारहरूको क्षमतालाई विश्वास नगर्ने वातावरण बनाउन उन्मुख हुन्छन् भन्ने उनीहरूको भनाइ छ। उनीहरूको भनाइअनुसार “छापा सञ्चारमाध्यम होस् या विद्युतीय सञ्चारमाध्यम, प्रायः सबैतिर नै कुनै पनि गम्भीर विषयमा रिपोर्टिङ गर्नुपर्दा जहिले पनि पुरुष संवाददातालाई नै हद्दाइन्छ। महिला संवाददाताहरूबाट पनि त्यस्तो काम सफलतापूर्वक सम्पन्न हुन सक्छ, भन्ने कुरामा हततप्त विश्वासै गरिन्छ” (राणा र अरू २०६२: ५८)।

यही ‘विश्वासको सङ्कट’ को आधारमा कामको बाँडफाँटमा भेदभाव गरिन्छ, भन्ने कुरा पनि पत्रकार महिलाहरूले सञ्चारिकाका अनुसन्धानकर्ताहरूलाई भनेका छन्:

^{१५} हाकिमहरूको मनपरीतन्त्रबाट पुरुष पत्रकारहरू पनि प्रताडित छन् भन्ने कुरा व्यक्तिगत ज्ञानका आधारमा गरिएको हो। यसबारे छुट्टै अनुसन्धान भने अहिलेसम्म गरिएको छैन।

^{१६} महिला पत्रकारवारे सकारात्मक टिप्पणी उक्त अध्ययनमा नपरेका चाँहिँ होइनन्। नियुक्ति सवालबारे बोल्दै एउटा अङ्ग्रेजी दैनिकका प्रधानसम्पादकले सञ्चारिका समूहका अनुसन्धानकर्ताहरूलाई भनेका थिए, “मेरो अखबारमा पत्रकारिताको राम्रो क्षमता भएका ठिटीहरू पनि छन्। नियुक्त गर्दा पनि म त ठिटीहरूलाई नै बढी प्राथमिकता दिने गर्छु किनकि तिनीहरू आफ्नो काममा बढी सिन्सयर हुन्छन्” (राणा र अरू २०६२: ५३; जोड थपिएको)। सम्पादकको आसयमाथि शङ्का किन गर्नु तर उनको भाषामा भने सीके लालले २०५८ मा नै उल्लेख गरेकै “तिरस्कारपूर्ण संरक्षण (पेट्रोनाईजिङ)” को गन्ध भने अवश्य आउँछ।

महिला सञ्चारकर्मीलाई काम जिम्मा दिँदा ऊ कुन क्षेत्रमा काम गर्न रुचि राख्छे अथवा कुन क्षेत्रमा उसको दक्षता छ भन्ने कुरालाई उति वास्ता गरिन्न, महिलासित सम्बन्धित विषयका कार्यक्रमहरूको रिपोर्टिङ गर्नु महिलाहरूकै मात्र ठेक्का हो जस्तो गरी काम छुट्ट्याउने गरेको कुरा सहभागीहरूले बताएका थिए । ...उनीहरूको प्रश्न थियो, “महिलाहरू पनि राजनीति, अर्थ, परराष्ट्र लगायतका गम्भीर भनिएका विषयहरूमा पुरुषहरूसरह रिपोर्टिङ गर्न सक्छन् भन्ने कुरा किन पत्याइन्न ?” (राणा र अरू २०६२: ७०)।^{२०}

यसरी ‘हार्ड न्यूज’ बन्ने विटहरूमा पुरुष पत्रकारहरूलाई प्रोत्साहन गर्ने र ‘सफ्ट न्यूज’ बन्ने विटहरूमा महिला पत्रकारहरूलाई प्रोत्साहन गर्ने समाचार कक्षको परम्पराले कालान्तरमा दुईओटा अन्य विभेद जन्माउँछन् । पहिलो, सङ्गीता लामा (२०६४) ले उल्लेख गरेभैं पेसामा सँगै प्रवेश गरेका एउटा पुरुष र महिला पत्रकारहरू उत्तिकै सक्षम छन् भने पनि पुरुषले ‘हार्ड न्यूज’ गर्दा बटुलेका पत्रकारिताको अनुभव र सिकेका सिपहरूले नेपाली पत्रकारिता जगतमा उनले पाउने ‘भाउ’ उत्तिकै सिप भएका उनका महिला सहकर्मीभन्दा बढी हुन जान्छ । दोस्रो, यसले राजनीतिक पत्रकारितालाई ‘हार्ड न्यूज’ ठान्ने पुरुष मिडिया संस्थापन पक्षलाई त्यो काम गर्न सक्ने पुरुष पत्रकारलाई अन्य विटमा उत्तिकै सिपालु महिला पत्रकारभन्दा बढी तलव र अन्य सुविधाहरू दिन मिल्ने विभेदको रक्षा गर्ने आधार उपलब्ध गराउँछ । महिला पत्रकारहरूले आफ्नो काम गर्ने संस्था परिवर्तन गर्दा उनीहरूको अनुभवको मूल्याङ्कन नगरिएको कुरा पनि उल्लेख गरेका छन् । पुरुष पत्रकारहरूले व्यवस्थापनसँग आफ्नो तलव सुविधा माग गर्दा आफूभन्दा तल्लो तहमा काम गर्ने महिला र पुरुषहरूलाई वास्ता नगरेका उदाहरणहरू पनि प्रशस्त छन् ।

महिला पत्रकारहरूले उनीहरूले काम गर्ने भौतिक र सामाजिक वातावरण महिला-मैत्री छैन पनि भनेका छन् । सञ्चारिका समूहको प्रतिवेदनमा धेरै मिडिया संस्थाहरूमा महिलाहरूलाई छुट्टै शौचालय नभएको बताइएको छ । उक्त प्रतिवेदनमा कतिपय महिला पत्रकारहरूले कार्यालयमा आफ्ना पुरुष सहकर्मी र हाकिमको यौन दुर्व्यवहार सहनु परेको पनि उल्लेख गरेका छन् । अनावश्यक रूपमा शारीरिक स्पर्श, अभद्र भाषा र मदिरा सेवनका कारण मात्तिएका पुरुष सहकर्मीहरूको व्यवहार समाचार कक्षमा महिलाहरूले भोग्नुपर्ने दुर्व्यवहारका

^{२०} सन् २००१ मा गरिएको एउटा सर्वेक्षणमा भारतीय महिला पत्रकारहरूले कामको बाँडफाँटमा यस्तै व्यापक विभेदको अनुभव गरेको उल्लेख गरेका छन् (जोसेफ सन् २००५) ।

उदाहरण हुन् । कार्यालयका यस्ता समस्याहरूका कारणले कयौँ महिला पत्रकारहरूले यो पेसा छोड्नु परेका उदाहरण छन् (राणा र अरू २०६२) ।

हाल पेसामा रहेका केही सय महिला पत्रकारहरू त्यस्ता समस्याहरूसँग भिडेर र तिनको बावजुद पनि काममा जुटिरहेका छन् । व्यावसायिक क्षमता प्रदर्शन गर्ने चिन्तामात्र होइन कि कार्यालयमा आफूप्रति दुर्व्यवहार हुने हो कि भनेर सधैं डराउनु पनि परेको छ । महिला पत्रकारहरूले आफू काममा चुके भने एक वा दुई महिला पत्रकारहरूको कमजोरीलाई देखाएर पुरुष मिडिया संस्थापन पक्षले सबै महिलाहरूले पत्रकारितामा केही गर्न सक्दैनन् भन्ने धारणा बनाउलान् भन्ने डरमा पनि काम गर्नु पर्दछ । यी समस्याहरूसँग जुध्नलाई सजिलो छैन । छपा माध्यममा दुई दशकभन्दा बढी अनुभव बटुलिसकेकी पत्रकार हरिकला अधिकारीको भाषामा भन्दा यी समस्याहरूको समाधान सजिलो छैन किनकि, “नेपाली सञ्चार क्षेत्रको निर्णायक ठाउँमा सत्यको खोल ओढेर फट्याइँ गर्नेहरूको जगजगी घटेको छैन । अगाडिको ‘अ’ लुकाएर ‘सत्य’ लाई फटाहाहरूले आफ्नो स्वार्थ साध्ने हतियार बनाएका छन् । उनीहरूको पहुँच नेपाली सञ्चार क्षेत्रको उच्च पदमा समेत व्यापक छ” (अधिकारी २०६३: ३) ।

समाचार कक्षमा जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूले अनुभव गरेका विभेद र दुर्व्यवहारहरूको बारेमा त्यति चर्चा भएको छैन । एक दशकअघि गैरसरकारी संस्था दलित सेवा सङ्घबाट तयार भएका कार्यक्रमहरू रेडियो नेपालबाट बजाउने क्रममा आफू र आफ्ना सहकर्मीहरूले कथित उच्च जातका व्यक्तिहरूबाट भोग्नु परेको असहयोगी व्यवहारको विषयमा चक्रमान विश्वकर्माले जेबी विश्वकर्मालाई भनेका छन्, “हामी दलित भएका कारण नै रेडियो नेपालमा विभेद गरिन्थ्यो । रेकर्डिङका लागि समय उपलब्ध नगराइदिने र रेडियोभिन्न प्रवेश गर्ने बित्तिकै ‘दलितहरू आए’ भन्ने दृष्टिकोणले रेडियो नेपालका मानिसहरूले हेर्ने गर्थे” (२०६४: १८०) । नयाँ एफएम रेडियोमा दलितसम्बन्धी कार्यक्रमको सङ्ख्या बढ्दा पनि त्यस्तै विभेद दलित प्रसारकहरूले भोग्नु परेको पनि जेबी विश्वकर्मा (२०६४) ले उल्लेख गरेका छन् । नेपाली भाषाको विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा मधेसी पत्रकारहरूको लवज पहाडी नेपालीहरूको जस्तो नहुँदा उनीहरूले सहकर्मीहरूको गिज्याइ खप्नु परेको कुरा पत्रकार चन्द्रकिशोर (२०६४) ले उल्लेख गरेका छन् । सोही लेखमा चन्द्रकिशोरलाई भूतपूर्व पत्रकार तुलानारायण साहले भनेका छन्, “सञ्चार गृहहरू अद्यापि मधेसी-मैत्री हुन सकेका छैनन्” (२०६४: २२७) । त्यहाँ उल्लेख भएभैं साहसँग पहाडी पत्रकारहरूले मधेसी पत्रकारहरूलाई समाचार कक्षमा जिस्काएको र उनीहरूको क्षमता कम आँकलन

गरेको प्रशस्त उदाहरण छन् । गैर नेपालीभाषी जनजाति पत्रकारहरूको लवजबारे पनि अनावश्यक टीकाटिप्पणी हुने गरेको छ ।^{२१}

समाचार कक्षमा थोरै सङ्ख्यामा उपस्थित महिला, गैर-नेवार जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूलाई यो पेसामा टिकाउन उनीहरूले भोगिरहेको समस्या समाधान हुन आवश्यक छ । पुरुष सहकर्मी र हाकिमहरूबाट महिला पत्रकारहरूमाथि भइरहेको विभेदको अन्त गर्न साथसाथै जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूले भोगिरहेको विभेदको पनि अन्त गर्न मिडिया संस्थाहरूले पत्रकार भर्ना, उनीहरूको बहुवा, उनीहरूले पाउने सुविधा र कामबाट निस्कासनसम्बन्धी नियमहरूलाई पूर्ण रूपमा संस्थागत गर्नु पर्दछ । आफ्नो लिङ्ग, जातीय पहिचान अथवा क्षेत्रीयताका आधारमा समाचार कक्षमा कसैले विभेदको अनुभव गर्नु परेको खण्डमा त्यसको सुनुवाइका लागि मिडिया संस्थाहरूले नीति तय गरी तिनलाई सार्वजनिक गर्नु पर्दछ । समाचार कक्षहरूलाई महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूको निमित्त व्यावसायिक र सामाजिक रूपमा मैत्रीपूर्ण वातावरण भएको कार्यकक्षमा रूपान्तरण गर्नु पर्दछ ।

मिडियालाई कसरी समावेशी बनाउने ?

मिडियालाई समावेशी बनाउनेबारे यो लेखमा माथि परेका र यो विषयमा हालै प्रकाशित पुस्तक (वन्त र अरू २०६४) का हरेक अध्यायमा परेका विचारहरूको सार सङ्क्षेप यहाँ दिन सकिन्छ । सञ्चारिका समूहले महिलाहरूको सम्बन्धमा २०६१-६२ मा गरेको अध्ययनपछि निकलेका सुभावहरू र मार्टिन चौतारी/सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रले २०५७ मा जनजाति र दलितको सन्दर्भमा गरेको अध्ययनबाट निस्केका सुभावहरू (समाचार कक्षमा अनुपस्थित मधेसी पत्रकारहरूलाई ध्यान दिई पुनर्लेखनसहित) उक्त पुस्तकको अध्याय १२ मा दिइएको छ । उक्त पुस्तककै अध्याय १३ (भट्ट २०६३) मा दिइएको सन्दर्भ सामग्रीको विस्तृत सूचीमा परेका लेखहरूमा पनि थप सुभावहरू छन् । मिडियालाई समावेशी कसरी बनाउने भन्नेबारे चिन्ता गर्ने पाठकहरूले उपलब्ध सम्पूर्ण सुभावहरू अध्ययन गरी थप छलफल, विश्लेषण, अनुसन्धान गर्न आवश्यक देखिन्छ । साथसाथै उपयुक्त सुभावहरूलाई कार्यान्वयन गर्न पनि आवश्यक छ ।

यो लेखमा उठाइएको तर्कलाई छोटकरीमा यहाँ दोहोर्‍याउनु भने सान्दर्भिक हुनेछ । हालसम्मका अध्ययनले नेपाली मिडियाका समाचार कक्षहरूमा बाहुन-

^{२१} रेडियो सगरमाथा सुरु हुँदाताकाका दिनहरूमा यस्ता टीकाटिप्पणी म आफैँले सुनेको थिएँ ।

क्षेत्री र नेवार पुरुषहरूको अत्यधिक उपस्थिति रहेको र महिला, गैर-नेवार, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरू न्यून सङ्ख्यामा उपस्थित भएको देखाएका छन् । नेपाली मूलधारको पत्रकारिताको यो असमावेशी चरित्रलाई परिवर्तन गर्न थप महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूलाई पत्रकारिता पेसामा आकर्षित गर्न आवश्यक छ । स्नातक तहको औपचारिक शिक्षाको साथसाथै पत्रकारिताबारे प्रशिक्षण पाएका यी समुदायका व्यक्तिहरू यो पेसामा आउन आवश्यक छ । पत्रकारिताको अध्ययन हुने क्याम्पसहरूमा र प्रशिक्षण दिने संस्थाहरूमा यी समुदायका व्यक्तिहरूको पहुँच बढाउन उनीहरूलाई न्यायसङ्गत अवसर दिई छात्रवृत्तिको पनि व्यवस्था हुनु पर्दछ । प्रशिक्षणपछि इन्टर्नशिप र अरू तरिकामार्फत यी समुदायका व्यक्तिहरूले पेसामा प्रवेश गर्ने मौका पाउनु पर्दछ ।

नेपाली मिडियाका कार्यकक्षहरू महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूका लागि व्यावसायिक र सामाजिक दृष्टिकोणका हिसाबले मैत्रीपूर्ण हुन संस्थागत नियमहरूको तर्जुमा र तिनको कडाइका साथ कार्यान्वयन गरिनु पर्दछ । कुनै विभेद भएको खण्डमा त्यसको सुनुवाइ हुने नीति र प्रक्रिया सार्वजनिक गरिनु पर्दछ । आफ्नो लिङ्ग, जातीय पहिचान वा क्षेत्रीयताको आधारमा तिनले भौतिक र सामाजिक असुरक्षा महसुस गर्नु नपर्ने वातावरण निर्माण गर्नु आवश्यक छ । पत्रकारितामा थोरै सङ्ख्यामा उपस्थित यी समुदायका क्षमतावान पत्रकारहरूले जागिर र आर्थिक सुरक्षा महसुस गर्न पाउने वातावरण बन्ने हो भने उनीहरूको आत्मविश्वास र पत्रकार व्यक्तित्व बढी मात्रामा प्रस्फुटित हुने मौका प्राप्त हुने थियो ।

वन्त र अरू (२०६४) को अध्याय १२ मा उल्लेख भएभैं मिडियालाई समावेशी बनाउनका निमित्त गर्न सकिने कामहरूको विवरण लामो छ । समाचार कक्षमा हराइरहेका महिला, जनजाति, दलित र मधेसीहरूको सङ्ख्या बढाउने उपायहरूको चर्चा हुन थालेको पनि भण्डै १५ वर्ष भइसक्यो । यी वर्षहरूमा गर्न सकिने सम्भाव्य कामहरूको सूची बढ्दै जाँदा पनि नेपाली पत्रकारिता जगत्का अगुवाहरूले तिनलाई लागू गर्न देखाउनुपर्ने तत्परताको भने सधैं अभाव देखिएको छ । त्यो तत्परता अबै पनि लिन सकिन्छ, र व्यावहारिक रूपमा लागू गर्न सकिन्छ ।^{२२}

^{२२} अमेरिकी सन्दर्भमा अल्पसङ्ख्यक समुदायका व्यक्तिहरूको उपस्थिति समाचार कक्षमा बढाउन भएका सफल प्रयासहरूको चर्चा नज्जार (सन् १९९५) ले गरेका छन् । अमेरिका र बेलायतमा महिलाहरूले पत्रकारितामा विभेदविरुद्ध चालेका अभियानहरूको विस्तृत विवरण चेम्बर्स र अरू (सन् २००४) मा पाइन्छ ।

अन्तमा, मिडियामा कम सङ्ख्यामा उपस्थित समूहहरू पछाडिका सामाजिक र पारिवारिक कारणहरूलाई यहाँ ध्यान दिइएको छैन भन्ने आरोप लाग्न सक्छ। सामाजिक र पारिवारिक कारणहरूलाई कम आँकन खोजिएको होइन, तर विश्लेषण चाहिँ मिडिया क्षेत्रकै खेलाडीहरूमा केन्द्रित रहेको हुनाले तिनको चर्चा यो लेखमा नगरिएको हो। त्यस्तै, नेपाली राज्यको पुनर्संरचना सङ्घीय गणतन्त्रको रूपमा गरिनुपर्छ भन्ने बहस उठिरहेको बेलामा यो लेखमा मिडियालाई समावेशी बनाउन दिइएको बहसको खाकामा नेपाल एकात्मक राज्यकै रूपमा मानिएको छ, भन्ने आरोप पनि लाग्न सक्छ। जानी जानी यसो गरिएको हो। यो लेखको उपयोगी सामाजिक जीवन नेपाल एकात्मक राज्य प्रणालीबाट सङ्घीय गणतन्त्रमा रूपान्तरित हुनका लागि लाग्ने समयभन्दा छोटो हुन्छ, भन्ने विश्वासमा यसो गरिएको हो। तर हामीलाई यो पनि विश्वास छ कि यो लेखमा चर्चा गरिएको मिडियालाई समावेशी बनाउने बहसको खाकाका महत्त्वपूर्ण अंशहरू भविष्यमा हुन सक्ने सङ्घीय गणतन्त्रात्मक नेपालमा पनि सान्दर्भिक नै रहनेछन्।^{२३}

सन्दर्भ सामग्री

- अधिकारी, हरिकला। २०६३। सञ्चारकर्मी महिलाको समस्या उत्तरआधुनिक चरणमा। मध्यमाञ्चलका महिला पत्रकारहरूका लागि नगरकोटमा आयोजित 'फिचर लेखन तालिम' मा प्रस्तुत कार्यपत्र, ५-१० पुस।
- अस्मिता। २०५०क। सञ्चारका सरकारी माध्यमहरू: महिला सहभागिताको दयनीय स्थिति। *अस्मिता* १८: ७।
- अस्मिता। २०५०ख। महिलाका पक्षमा सञ्चार नीतिको पुनर्मूल्याङ्कन आवश्यक। *अस्मिता* १८: ७।
- अहिराज, राजेश। २०६२। साम्प्रदायिक सञ्चार र मधेसी पत्रकार। 'समसामयिक परिस्थितिमा मधेसीको दृष्टिकोण' विषयक गोष्ठीमा प्रस्तुत कार्यपत्र, १८ मङ्सिर। उप्रेती, टङ्क। सन् २००७। नेपाली टेलिभिजनमा सामाजिक समावेशीकरण। *मिडिया अध्ययन* २: १०५-१२१।

^{२३} मूलधारको पत्रकारितामा पहुँच नभएर महिला, जनजाति, दलित र मधेसी पत्रकारहरूले वैकल्पिक सञ्चारमाध्यमको रूपमा छपा र विद्युतीय सञ्चारमाध्यमका स्वरूपहरूलाई अगाडि बढाएका छन्। यी वैकल्पिक सञ्चारमाध्यमहरूले उनीहरूका आन्दोलनको एजेण्डालाई सार्वजनिक बनाउनको साथसाथै मूलधारमा अनुपस्थित पत्रकारहरूलाई अनुभव वटुल्ने मौका दिएका छन्। यो विषयमा यो लेखमा खासै चर्चा भएको छैन तर अन्यत्र केही चर्चा भएको छ (क्षेत्री २०५९क, मास्के २०५६ र वन्त सन् २००६)।

- क्षेत्री, अञ्जु । २०५९क । वैकल्पिक सञ्चारमाध्यममा महिला संलग्नता: एक आलोचनात्मक टिप्पणी । *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* । अञ्जु क्षेत्री, मञ्जु थापा र सरोज पन्त, पृ. १-१६ । काठमाडौं: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट ।
- क्षेत्री, अञ्जु । २०५९ख । सञ्चारमाध्यममा महिला सहभागिताको संवर्धन: बाधा र चुनौतीहरू । *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* । अञ्जु क्षेत्री, मञ्जु थापा र सरोज पन्त, पृ. १७-३७ । काठमाडौं: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट ।
- गौतम, दीपा । २०६३ । *काँचको पर्दा नेपाली टेलिभिजनमा महिला* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- गौतम, दीपा । २०६४ । टेलिभिजनमा महिला: न्यून सङ्ख्या/कमजोर स्थिति । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाईं र शेखर पराजुली, सं., पृ. ६१-७० । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- गौतम, भास्कर, सं. । २०६४ । *मधेस विद्रोहको नालीवेली* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- घले, खिम । २०६३ । बहुलवादी मिडियाका लागि अनिज । *मिडिया अध्ययन १: १९७-२०६* ।
- चन्द्रकिशोर । २०५८ । नेपाली पत्रकारितामा मधेसी पत्रकार । *खबर, साउन-भदौ*, पृ. ४-६ ।
- चन्द्रकिशोर । २०६४ । नेपाली मिडियामा मधेसी पत्रकार । । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाईं र शेखर पराजुली, सं., पृ. २२३-२३१ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- तामाङ, प्रतीक डेसुर । २०६२ । तामाङ भाषाका रेडियो कार्यक्रममा बहसको स्वरूप । *रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाईं, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ४२४-४४८ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- थामी, टहल । २०६२ । आमसञ्चारमा आदिवासी जनजाति: अध्ययन-प्रतिवेदन । नेपाल आदिवासी जनजाति महासङ्घ/जनजाति सशक्तीकरण परियोजनाका लागि आदिवासी जनजाति खोज-अनुसन्धान पत्रकार समाज नेपालले तयार पारेको अप्रकाशित प्रतिवेदन ।
- न्यौपाने, गोविन्द । सन् २००० । *नेपालको जातीय प्रश्न: सामाजिक बनोट र साभेदारीको सम्भावना* । काठमाडौं: सेन्टर फर डेभलपमेन्ट स्टडिज ।
- पराजुली, शेखर । २०६४ । *मिडिया संवाद: नेपाली पत्रकारितावारे अन्तर्वाता* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- पराजुली, शेखर र भास्कर गौतम । २०५८ । प्रिन्ट मिडियामा दलित र जनजाति सहभागिता: राष्ट्रिय सर्वेक्षण । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली, सं., पृ. २१-५६ । काठमाडौं: एकता बुक्स ।

- प्रेमर्षि, धीरेन्द्र । २०६१ । रेडियोमा मधेस र मधेसी । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कृष्ण अधिकारी र कोमल भट्ट, सं., पृ. ३४९-३६६ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- प्रेमर्षि, धीरेन्द्र । सन् २००६ । मधेसको टुटुल्को मात्र देख्ने नेपाली मिडिया । *मधेस: समस्या र सम्भावना* । बसन्त थापा र मोहन मैनाली, सं., पृ. १२७-१५३ । ललितपुर: सोसल साइन्स बहा: ।
- भट्ट, कोमल । २०६४ । मिडिया र समावेशीकरण: अध्ययन सामग्री । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. १२७-२८३ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- महर्जन, बसन्त । २०५९ । काठमाडौंका एफएम रेडियोमा नेपाल भाषा । *स्थानीय रेडियो: सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्यूष वन्त र रघु मैनाली, सं., पृ. १२१-१३८ । काठमाडौं: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट र मार्टिन चौतारी ।
- मास्के, सुसन । २०५० । पत्रकारितामा महिला: हिजो र आज । *अस्मिता* १८: ८-१७ ।
- मास्के, सुसन । २०५५ । नेपाली सञ्चारमाध्यम र महिला सक्रियता । *अस्मिता* ४९: ७-१७ ।
- मास्के, सुसन । २०५६ । वैकल्पिक सञ्चारमाध्यम: सञ्चार जगतमा नयाँ लहर । *अस्मिता* ५०: ११-१९ ।
- मिश्र, मञ्जु । २०६३ । सीजेएमसीमा पत्रकारिता तथा आमसञ्चार स्नातकोत्तर तहको अनुभव । *मिडिया अध्ययन* १: २३९-२४३ ।
- यात्रु, कुमार । २०५८ । रेडियोमा जनजाति । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली, सं., पृ. ११३-१३४ । काठमाडौं: एकता बुक्स ।
- यात्रु, कुमार । २०६१ । रेडियो नेपाल र जनजाति । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कृष्ण अधिकारी र कोमल भट्ट, सं., पृ. ३१७-३४८ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।
- राई, लालदेउसा । २०६३ । स्नातकोत्तर तहमा पत्रकारिता/आमसञ्चार शिक्षा रत्नराज्य क्याम्पसको अनुभव । *मिडिया अध्ययन* १: २२५-२३० ।
- राणा, वन्दना, ज्ञानू पाण्डे, हरिकला अधिकारी, दीपा गौतम र कृष्ण भट्टचन । २०६२ । *सञ्चारकर्मी महिलाको अवस्था* । काठमाडौं: सञ्चारिका समूह नेपाल ।
- रेग्मी, रामकृष्ण । २०६३ । प्राङ्गण केसीसीको, शिक्षा आमसञ्चारको । *मिडिया अध्ययन* १: २३१-२३८ ।
- लामा, मोहनसिंह । २०६४ । सञ्चारमाध्यमको स्वामित्व र सम्पादकीय संरचनामा समावेशीकरणको अवस्था । अप्रकाशित प्रतिवेदन, फ्रिडम फोरम ।
- लामा, सङ्गीता । २०६४ । नेपाली मिडिया: पुरुषको, पुरुषबाट र पुरुषकै लागि । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. ७१-८८ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

लाल, सीके । २०५८ । प्रजातन्त्र, नेपाली मिडिया र जातीय प्रतिनिधित्व । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली, सं., पृ. १७-२० । काठमाडौं: एकता बुक्स ।

वन्त, प्रत्यूष । सन् २००४ । मिडिया र उदार प्रजातन्त्र । *नेपालको सन्दर्भमा समाजशास्त्रीय चिन्तन* । मेरी डेसेन र प्रत्यूष वन्त, सं., पृ. ५७५-५९६ । ललितपुर: सोसल साइन्स बहा: ।

वन्त, प्रत्यूष । २०६४ । समावेशी मिडिया: बहसको खाका । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. १-३५ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

वन्त, प्रत्यूष र शेखर पराजुली, सं. । २०५८ । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । काठमाडौं: एकता बुक्स ।

वन्त, प्रत्यूष, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं. । २०६२ । *रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

वन्त, प्रत्यूष, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं. । २०६४ । *समावेशी मिडिया* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

विश्वकर्मा, चक्रमान । २०५८ । रेडियोमा दलित । *नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति* । प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली, सं., पृ. ६९-९० । काठमाडौं: एकता बुक्स ।

विश्वकर्मा, जेवी । २०६४ । रेडियोमा दलित सहभागिता र कार्यक्रम । *समावेशी मिडिया* । प्रत्यूष वन्त, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई र शेखर पराजुली, सं., पृ. १६७-१८५ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

सुनार, पवित्रा । २०६३ । सञ्चारमा दलित महिला । *नेपालमा दलित महिला*, पृ. १५७-१७८ । ललितपुर: दलित महिला सङ्घ ।

हुमागाई, देवराज, प्रत्यूष वन्त र शेखर पराजुली । २०६२ । रेडियो अध्ययन: सैद्धान्तिक धरातल र हाम्रो प्रयास । *रेडियो पत्रकारिता: एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं., पृ. ६०-८३ । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

हुमागाई, देवराज, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी । २०६४ । *मिडिया अनुसन्धान: प्राञ्जिक पूर्वाधार निर्माणका केही अभ्यास* । काठमाडौं: मार्टिन चौतारी ।

Chambers, Deborah, Linda Steiner and Carole Fleming. 2004. *Women and Journalism*. London and New York: Routledge.

Cottle, Simon, ed. 2000. *Ethnic Minorities and the Media*. Buckingham: Open University Press.

Curran, James. 2000. Rethinking Media and Democracy. In *Mass Media and Society*. 3rd edition. James Curran and Michael Gurevitch, eds., pp. 120-154. London: Arnold.

- Gallagher, Margaret. 2004. Theory and Practice in Feminism and Media. In *Seeking Equity for Women in Journalism and Mass Communication Education: A 3-year Update*. Ramona R. Rush, Carol E. Oukrop, and Pamela J. Creedon, eds., pp. 275-287. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Garnham, Nicholas. 1986. The Media and the Public Sphere. In *Communicating Politics*. P. Golding, G. Murdock and P. Schlesinger, eds., pp. 37-53. New York: Holmes & Meier.
- Husband, Charles. 2000. Media and the Public Sphere in Multi-Ethnic Societies. In *Ethnic Minorities and the Media*. Simon Cottle, ed., pp. 199-214. Buckingham: Open University Press.
- Jeffrey, Robin. 2001. [Not] Being There: Dalits and India's Newspapers. *South Asia* 24(2): 225-238.
- Joseph, Ammu. 2005. Introduction. In *Making News: Women in Journalism*. Revised edition. pp. xv-xxxv. New Delhi: Penguin Books.
- Keane, John. 1991. *The Media and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Lawoti, Mahendra. 2005. *Towards a Democratic Nepal: Inclusive Political Institutions for a Multicultural Society*. New Delhi: Sage Publications.
- Najjar, Orayb. 1995. ASNE Efforts Increase Minorities in Newsrooms. *Newspaper Research Journal* 16(4): 126-140.
- Onta, Pratyoush. 2006. The Growth of the Adivasi Janajati Movement in Nepal after 1990: The Non-political Institutional Agents. *Studies in Nepali History and Society* 11(2): 303-354.
- Ramaprasad, Jyotika. 2005. Nepalese Journalists: Idealists, Optimists and Realists. *Harvard Journal of International Press/Politics* 10(1): 90-108.
- Schudson, Michael. 2000. The Sociology of News Production Revisited (Again). In *Mass Media and Society*. 3rd edition. James Curran and Michael Gurevitch, eds., pp. 175-200. London: Arnold.
- Schudson, Michael. 2005. Four Approaches to the Sociology of News. In *Mass Media and Society*. 4th edition. James Curran and Michael Gurevitch, eds., pp. 172-197. London: Arnold.
- Shrestha, Rekha. 2005. Women Journalists in Nepal. *Media Asia* 32(1): 20-22.
- Thompson, John B. 1995. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press.