

अध्याय धार्इश

रेडियो नेपाल र श्रोता सर्वेक्षण

शेखर पराजुली

समय परिवर्तन सँगसँगै रेडियो नेपालका कार्यक्रमको प्रकार, प्रसारण समयावधि, प्राविधिक स्तर, जस्ता पक्षमा क्रमशः वृद्धि गरिँदै आएको पाइन्छ । यी परिवर्तनको उद्देश्य बढीभन्दा बढी श्रोतालाई आफ्नो प्रसारणको पहुँचभित्र ल्याउनु नै हो । नयाँ श्रोतालाई आकर्षण गर्नु र पुरानालाई टिकाइराख्नु हरेक स्टेसन/कार्यक्रमका लागि चुनौतीको विषय हो । समयानुसार श्रोताको रुचिमा भएको परिवर्तन, प्रसारण क्षमताको गुणस्तर, विभिन्न कार्यक्रमहरूको प्रभावकारिता, जनप्रियता इत्यादिको जानकारी प्रसारक संस्थाका लागि महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

श्रोताहरूले प्रसारक संस्थालाई पठाउने पत्र, पुस्तक तथा अन्य मिडियामार्फत आउने टीका टिप्पणी जस्ता माध्यमबाट यस्ता केही जानकारीहरू प्रसारक संस्थाले पाउँछन् । तर बहुसङ्ख्यक श्रोताहरू पत्र पठाउँदैनन् भने पुस्तक र अन्य मिडियाका टीका टिप्पणीले पनि प्रसारक संस्थालाई आवश्यक पर्ने सबै जानकारीहरू दिन सक्दैनन् । अझ कतिपय अवस्थामा ती मनोगत र पूर्वाग्रही पनि हुन्छन् ।

तसर्थ प्रसारक संस्था आफैले या यसका लागि अरू कसैले श्रोता समक्ष पुगी रेडियोसम्बन्धी उनीहरूको चालचलन पत्ता लगाउने गरिन्छ ।

श्रोताहरूका रुचिका सामग्री प्रस्तुत गरौं भन्ने मनसायले मात्र रेडियो स्टेसनलाई श्रोताको चालचलनको जानकारी आवश्यक भएको होइन । सञ्चारमाध्यमका लागि विज्ञापन अत्यावश्यक विषय हो । व्यवसायिक रेडियो स्टेसनका लागि श्रोताको रुचि मात्र जानेर पुग्दैन । उनीहरू श्रोतामात्र नभई विज्ञापनदाताका लक्षित समूह पनि हुन् । तसर्थ विज्ञापनदाताका उत्पादनका सम्भावित उपभोक्ता हुन् कि होइनन् भन्ने हिसावले पनि तिनको बारेमा अध्ययन गरिन्छ । यसप्रकार रेडियो स्टेसनले श्रोताहरूलाई आफ्नो उत्पादन सरह विज्ञापनदाता समक्ष बिक्री गर्छन् । श्रोताको सङ्ख्या र गुणस्तरका आधारमा विज्ञापन दरको निर्धारण हुन्छ (बर्नाड सन् २०००: ९९) । कुन सञ्चारमाध्यममा, कुन समयमा, कुन कार्यक्रममा विज्ञापन प्रसारण गरे धेरैभन्दा धेरै श्रोतामा आफ्नो विज्ञापन प्रभावकारी होला भन्ने जानकारी विज्ञापनदाताहरू बजार सर्वेक्षणमार्फत पाउन सक्छन् । आफ्नो उत्पादन या सेवाको निश्चित लक्षित समूह (जस्तै: बालबालिका, किशोर-किशोरी, महिला आदि) छन् भने तिनले वढी रूचाएको कार्यक्रममा नै विज्ञापन दिँदा व्यवसायीलाई लाभ हुन्छ ।

श्रोताको रेडियो सुन्ने बानी बेहोरा थाहा पाउनका लागि श्रोता सर्वेक्षण गर्ने चलन पुरानो र बहुप्रचलित हो । यसका लागि प्रश्नावलीमार्फत श्रोताबाट उनीहरूको श्रवण प्रक्रियाबारे जानकारी सङ्कलन गरिन्छ । कतै कतै टेलिफोनमार्फत श्रोताहरूको चालचलनको जानकारी लिने गरेको पाइन्छ । विकसित देशहरूमा श्रोताहरूलाई रेडियो सुन्ने प्रक्रियाको दैनिकी लेख्न अनुरोध गर्ने चलन पनि चलेको छ (हेण्डी सन् २०००) । यसअनुसार दिनभरमा उनीहरूले कति वजे कुन फ्रिक्वेन्सीमा कुन कार्यक्रम सुने भन्ने जानकारी हरेक दिन लेख्छन् र त्यसको आधारमा उनीहरूको रुचिको कार्यक्रम, धेरैले सुन्ने समय जस्ता जानकारी बाहिर ल्याइन्छ । तर यसमा दिनदिनै श्रोताले दैनिकी लेखिरहनु पर्ने हुनाले भ्रूभ्रूटिलो पनि हुन्छ । तसर्थ ती ठाउँहरूमा यस्तो प्रयोजनका लागि सानो आकारको एक नयाँ यन्त्रको प्रयोग भएको पनि पाइन्छ । उक्त यन्त्रलाई रेडियो सेटमा जडान गरेपछि कतिबेला खोलेको, कतिबेला बन्द गरेको, कुन फ्रिक्वेन्सीमा, के कार्यक्रम सुनेको जस्ता सूचनाहरू आफै रेकर्ड हुन्छन् । पछि त्यसलाई नै अनुसन्धाताले अध्ययनको आधार बनाउँछन् ।

नेपालमा रेडियो नेपालका प्रारम्भिक वर्षहरू उत्साह र उमङ्गमै बिते । ती दिनहरूमा रेडियोका श्रोतालाई ध्यानमा राखेर अध्ययन भएको पाइँदैन ।

तर स्थापनाको भण्डै २० वर्षपछि अर्थात् सन् १९६९ मा श्रोता सर्वेक्षणको अभ्यास सुरु भयो । त्यसपछि समय समयमा यस्ता सर्वेक्षण भई नै रहेका छन् ।

जातिगत, सांस्कृतिक, धार्मिक इत्यादि हिसाबले विविधता भएको मुलुक हो नेपाल । त्यसैले रेडियोका श्रोताको रुचिमा पनि विविधता पक्कै छ । त्यसो त व्यक्तिपिच्छे रुचि फरक फरक हुन्छ । यद्यपि रेडियो सुन्ने चालचलन र बानी बेहोरा, रुचिका कार्यक्रम, उपयुक्त समय जस्ता पक्षहरूमा समूहगत समानता पनि भेटिन्छ । तिनै समान या असमान प्रवृत्तिको ताजा जानकारी प्राप्त गर्न सर्वेक्षण उपयोगी औजार बन्न सक्छ । यसले श्रोताको रेडियो सुन्ने प्रवृत्ति, चालचलन र भुकाव, कार्यक्रमको प्रभावकारिता, लोकप्रियता इत्यादिको भूलक प्रस्तुत गर्दछ । तर यस्ता सर्वेक्षणहरू समयसँग बाँधिएका हुन्छन् । पुराना सर्वेक्षणहरू त्यही समयमा महत्त्वपूर्ण थिए, जहिले ती सम्पन्न भए । परिवर्तनशील घटना, रुचि इत्यादिले गर्दा निरपेक्ष रूपमा तिनको खासै महत्त्व हुँदैन । तुलनात्मक रूपमा भने ती यद्यपि महत्त्वपूर्ण छन् । यस्ता सर्वेक्षणमार्फत फरक फरक कालखण्डमा रेडियोसम्बन्धी विविध पक्षको तुलनात्मक अध्ययन गरी विकासक्रमको जानकारी प्राप्त गर्न सकिन्छ, खास खास प्रवृत्तिबारे अनुमान लाउन सकिन्छ । ती प्रवृत्तिका आधारमा भविष्यका विभिन्न सम्भावनाको अन्दाज पनि गर्न सकिन्छ । यस्तो अध्ययनले योजना बनाउन र त्यसको कार्यान्वयन गर्नमा समेत मद्दत पुऱ्याउन सक्छ ।

यस लेखमा रेडियो नेपालबारेका तिनै पुराना सर्वेक्षणको समीक्षा गर्न खोजिएको हो । सर्सती हेर्दा रेडियो नेपालबारे दुईखाले सर्वेक्षण भएको पाइन्छ । एकथरीले रेडियो नेपालको समग्र पक्षलाई समेटेका छन् भने अर्काथरीले कुनै एक कार्यक्रम विशेषलाई मात्र समेटेका छन् । *कृषि, परिवार नियोजन, रेडियो शिक्षा तालिम* जस्ता कार्यक्रम रेडियोमार्फत प्रसारण हुन्थे (केही यद्यपि प्रसारण हुन्छन्) । ती कार्यक्रमको प्रभावकारिता, पहुँच लगायत विभिन्न पक्षहरू समेटेर गरिएका सर्वेक्षणलाई यहाँ कार्यक्रम विशेषको सर्वेक्षण भनिएको हो । खासगरी विकास र शिक्षामूलक कार्यक्रम रेडियो नेपालभन्दा बाहिरका संस्थाले सञ्चालन गरेका थिए र तिनै संस्थाहरूले बेलाबेलामा कार्यक्रमको मूल्याङ्कन र अनुगमन गर्न सर्वेक्षण गरेको पाइन्छ । यस्ता सर्वेक्षणहरू प्रशस्तै छन् । तर यस लेखमा समग्र रेडियो नेपालबारे गरिएका सर्वेक्षणलाई मात्र समेटिएको छ, ^१ लेखको सुरुमा ती सर्वेक्षणको

^१ रेडियो नेपालबारे आजसम्म कति अध्ययनहरू सम्पन्न भए भन्ने जानकारी पाउन कठिन छ । ती अध्ययनको प्रतिवेदन नै पाउन त भन्नु कठिन छ । हामी (मार्टिन चौतारीको मिडिया अनुसन्धान समूह) ले प्राप्त गर्न सकेका प्रतिवेदनबारे सामान्य चर्चा यसै पुस्तकको परिचय खण्डमा भइसकेको छ ।

सामान्य परिचय प्रस्तुत गरिएको छ । त्यसपछि सर्वेक्षणबाट प्राप्त केही मुख्य र महत्त्वपूर्ण तथ्यहरूको प्रस्तुति र चर्चा छ । अन्तमा निष्कर्ष दिइएको छ ।

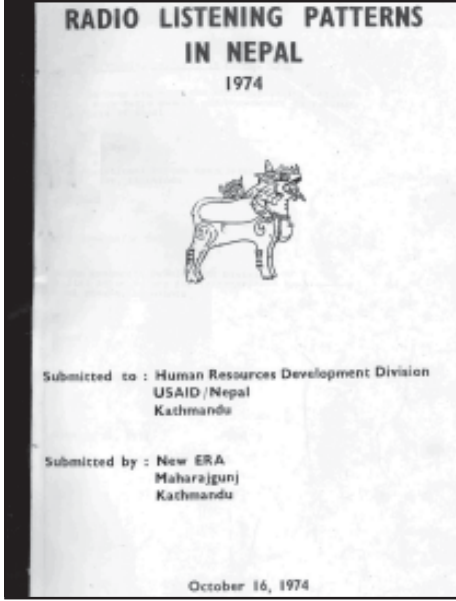
रेडियो नेपालबारेका सर्वेक्षणहरु: सङ्क्षिप्त परिचय

रेडियो नेपालबारेका सर्वेक्षणमध्ये सन् १९७१ को डानियल टेलर र हेम हमालको रिपोर्ट अन दी रेडियो लिसनर एनलिसिस सर्भे पुरानो हो (टेलर र हमाल सन् १९७४)।^२ यस सर्वेक्षणले अधिराज्यभरका साना ठूला ८ बजार क्षेत्र र कर्णाली क्षेत्र समेटेको छ । यो सर्वेक्षणको प्रतिवेदन अन्य प्रतिवेदनहरूको तुलनामा ज्यादै छोटो छ र यसमा ज्यादै कम विवरण समावेश छ । जम्मा उत्तरदाता सङ्ख्या, उत्तरदाता छनोट प्रक्रिया, सर्वेक्षण प्रक्रिया, प्रश्नावली इत्यादिको जानकारी यो प्रतिवेदनमा छैन ।

यस सर्वेक्षण डानियल टेलर र हेम हमालको आफ्नै खर्चमा, सीमित समय र मानिसको भरमा गरिएको र यस किसिमको पहिलो प्रयास भएकाले कुन र कस्ता तरिकाहरू अपनाउने भन्ने कुरा निर्धारण हुन नसकेको हेम हमाल आफैले उल्लेख गरेका छन् (हमाल २०३५) । सन् १९७४ को अर्को सर्वेक्षण (न्यू एरा सन् १९७४) लाई टेकबहादुर खत्रीले नेपालमा रेडियोबारे भएको दोस्रो सर्वेक्षण भनेका छन् (खत्री २०३२) । पहिलो सर्वेक्षण कुन भनेर किटान नगरे पनि टेलर र हमालको सर्वेक्षणलाई नै उनले पहिलो मानेको हामी अनुमान गर्न सक्छौं । तर अन्य धेरै सन्दर्भहरूमा यस सर्वेक्षणको उल्लेख नगरी सन् १९७४ को सर्वेक्षणलाई पहिलो मानेको पाइन्छ । रेडियो नेपालका पूर्व नायव कार्यकारी निर्देशक महेशप्रसाद अधिकारीले सन् १९७४ को अध्ययनलाई 'सायद रेडियो प्रसारणका बारे श्रोताको राय बुझ्ने पहिलो प्रयास' भनेकाले उनलाई पनि सन् १९६९ मा हेम हमाल र डानियल टेलरले गरेको अध्ययनबारे थाहा नभएको बुझिन्छ (अधिकारी २०५४: १०८) ।

रेडियो लिसनिङ प्याटर्न्स इन नेपाल सन् १९७४ मा न्यू एराले गरेको सर्वेक्षण हो (न्यू एरा सन् १९७४) । यस सर्वेक्षणको उद्देश्य रेडियो नेपालसम्बन्धी आधारभूत जानकारी सङ्कलन गर्ने थियो । यस्ता जानकारीहरूले अन्य अनुसन्धानको ढोका खोल्न सक्ने अपेक्षा पनि गरिएको थियो । यो सर्वेक्षण जनशक्ति विकास शाखा, युएसएआइडि नेपालले गर्न लगाएको हो । यसको संलग्नता रेडियो नेपालबाट प्रसारण हुने रेडियो शिक्षक तालिम कार्यक्रममा थियो ।

^२ यो सर्वेक्षण सन् १९६९ मा सुरु भएपनि प्रतिवेदन भने १९७१ मा तयार गरिएको हो । यस लेखमा सर्वेक्षणहरूको चर्चा गर्दा प्रतिवेदन तयार भएको साललाई मात्र उल्लेख गरिएको छ । हामीले भेटेका प्रतिवेदनमध्ये यो नै पुरानो हो ।



तस्विर २२.१: सन् १९७४ मा न्यू एराले गरेको श्रोता सर्वेक्षणको प्रतिवेदन ।

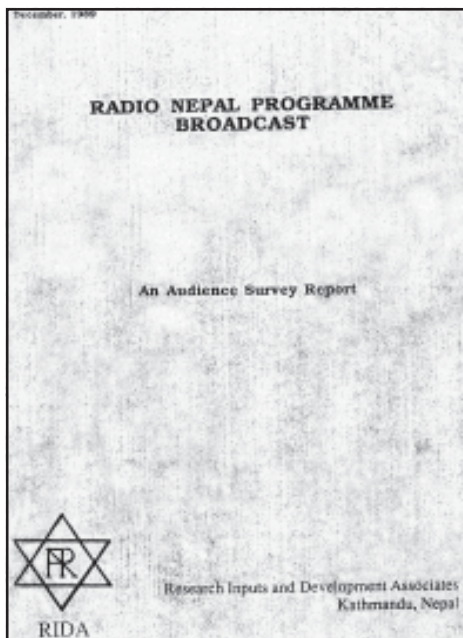
यसमा खोजिएका मुख्य जानकारीहरूमा अधिराज्यभर भएका रेडियोको अनुमानित सङ्ख्या, कुन कार्यक्रम बढी श्रोताले सुन्ने, कुन स्टेसन, कुन फ्रिक्वेन्सी धेरैले प्रयोग गर्ने जस्ता विषयहरू थिए । त्यसबाहेक रेडियोमा शिक्षामूलक कार्यक्रमको प्रसारणले श्रोताको ज्ञान, धारणा र बानी बेहोरामा कति परिवर्तन आयो भन्नेबारे पनि यस अध्ययनमा खोजी गरिएको थियो ।

यस सर्वेक्षणले अधिराज्यभित्रका १४ ओटा जिल्ला समेटेको थियो । सहरी र ग्रामीण भेक दुवै समेटियून, विभिन्न भाषाभाषी बोल्ने श्रोताहरू समेटियून र विकास क्षेत्रअनुसार सबै क्षेत्र परून भन्ने आग्रह राखी उत्तरदाता छनोट गरिएको थियो । जम्मा ४५९ जना उत्तरदातामध्ये ३०६ जना रेडियो भएका र १५३ जना रेडियो नभएका व्यक्तिहरू थिए । रेडियो हुने र नहुने उत्तरदातासँग बेग्लाबेग्लै प्रश्नावलीमार्फत जानकारी सङ्कलन गरिएको थियो । अधिराज्यभर भएका जम्मा रेडियोको सङ्ख्या पत्ता लगाउन ७५ जिल्लाका पञ्चायत अधिकारीसँग पत्रमार्फत जानकारी मागिएको थियो । हेम हमालले आफू सम्मिलित भई गरेको सन् १९७१ को सर्वेक्षणको तुलनामा न्यू एराले यस सर्वेक्षणले रेडियो श्रोताबारे विभिन्न तह प्रस्तुत गर्‍यो भनेका छन् । उनका अनुसार यसले कार्यक्रम उत्पादकहरूलाई आफ्नो

कार्यक्रमबारे राम्रो सूचना दिन सक्थे भने विकाससम्बन्धी कार्यक्रमबारे पनि धेरै जानकारी उपलब्ध भयो (हमाल २०३५) ।

रेडियो नेपाल प्रोग्राम ब्रडकास्ट: एन अडियन्स सर्भे रिपोर्ट तेस्रो सर्वेक्षण प्रतिवेदन हो (रीडा सन् १९८९) । आफ्ना कार्यक्रमको उपादेयता मूल्याङ्कन गर्नु आवश्यक ठानेर रेडियो नेपालले यो सर्वेक्षण गर्न लगाएको हो । यसअघि रेडियो नेपाल आफैले यस्तो सर्वेक्षण गरेको वा गर्न लगाएको थिएन । यो सर्वेक्षण रिसर्च इनपूट्स एण्ड डेभलपमेण्ट एसोसिएट्स (रीडा) ले सन् १९८९ मा गरेको हो । सन् १९८२ को शाही प्रेस आयोगले रेडियोका श्रोताहरूको रुचि र माग जान्न सर्वेक्षण गरिनुपर्ने सिफारिस गरेको थियो । त्यसैले राष्ट्रिय सञ्चार नीति तथा कार्यक्रम २०४५ मा पनि निश्चित समयको अन्तरालमा सर्वेक्षण गर्नुपर्ने बेहोरा राखिएको पाइन्छ (श्री ५ को सरकार २०४९ख) । त्यही पृष्ठभूमिमा यो सर्वेक्षण गरिएको थियो (रीडा सन् १९८९: ४) ।

यस सर्वेक्षणमा अधिराज्यभरिका ११ जिल्ला परेका छन् । हिमाल, पहाड र तराई क्षेत्रका जिल्लाहरू रोजिएको हो । यसमा जम्मा ९१९ जना मुख्य उत्तरदाता



तस्विर २२.२: सन् १९८९ मा रीडाले गरेको श्रोता सर्वेक्षणको प्रतिवेदन ।

थिए । मुख्य प्रश्नावली तिनै मुख्य उत्तरदातालाई मात्र सोधिएको थियो । तर उत्तरदाताका परिवारका थप सदस्य १२५१ समेत गरी जम्मा २१७० जना श्रोतासँग पनि कार्यक्रमविशेषबारे बेग्लै प्रश्नावली भरिएको थियो । यसबाहेक धारणा सर्वेक्षण फारम, स्थानीय विकास कार्यकर्तासँग अन्तर्वार्ता, अवलोकन फारम र रेडियो नेपालका कार्यक्रमसँग सम्बन्धित व्यक्तिसँगको अन्तर्वार्तामार्फत सूचना सङ्कलन गरिएको थियो । सर्वेक्षकको दैनिक डायरीबाट पनि केही सहयोगी जानकारी प्राप्त भएको सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा जनाइएको छ । सबै श्रोताहरूलाई आफ्नो विचार पठाउन रेडियो प्रसारणमार्फत अनुरोध गरिएको थियो भने रेडियोको सङ्ख्या पत्ता लगाउन जिल्ला पञ्चायतबाट सूचना बढुलिएको थियो ।

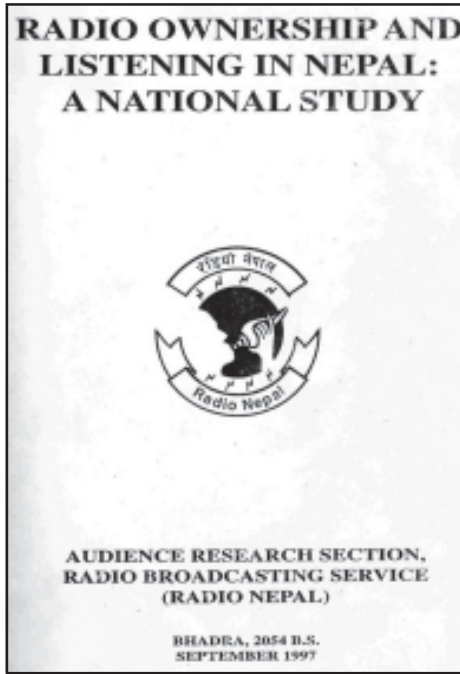
तालिका २२.१: श्रोता सर्वेक्षणबारे एक झलक

साल (सन्)	सर्वेक्षण गर्ने संस्था	क्षेत्र	जम्मा उत्तरदाता सङ्ख्या	अधिराज्यभर रेडियो सङ्ख्या	प्रति रेडियो श्रोता
१९७१	हेम हमाल र डानियल टेलरको व्यक्तिगत प्रयास	८ ओटा बजार क्षेत्र र कर्णाली क्षेत्र	नखुलेको	नखुलेको	नखुलेको
१९७४	न्यू एरा	१४ जिल्ला	४४९	११५,०००	५.०५
१९८९	गैडा	११ जिल्ला	९१९	१,१२७,०००	६.२
१९९७	रेडियो नेपाल	१७ जिल्ला	३०३८	१,७२२,०००	४.७

सन् १९९७ को सर्वेक्षण रेडियो वनरसिप एण्ड लिसनिङ इन नेपाल: अ नेशनल स्टडी रेडियो नेपालको २०६० सम्मका समग्र अध्ययनमध्ये पछिल्लो हो (मड र घिमिरे सन् १९९७) । यसलाई रेडियो नेपाल अन्तर्गतको श्रोता सर्वेक्षण महाशाखाले आफ्नै स्रोतमा सम्पन्न गरेको हो । यसले अधिराज्यका १७ जिल्ला समेटेको छ । यो सर्वेक्षणमा जम्मा ३०३८ घरधुरीबाट ३०३८ उत्तरदातासँग अन्तर्वार्ता गरी प्रश्नावली भरिएको थियो । प्रश्नावलीमा रेडियो श्रवणसम्बन्धी बानी बेहोराबाहेक उत्तरदाताको सामाजिक, आर्थिक, पारिवारिक विवरण पनि सङ्कलन गरिएको थियो । प्रतिवेदनमा उत्तरदाताको जाति, भाषा, लिङ्ग, पेशा, उमेरअनुसार उनीहरूको रेडियो सुन्ने प्रवृत्तिको बेग्लाबेग्लै विश्लेषण छ । सर्वेक्षणमा देशका ८६% जनताको प्रतिनिधित्व हुन सकेको दावी गरिएको छ । यसमा सर्वेक्षकका रूपमा स्थानीय व्यक्तिलाई नै छनोट गरिएको थियो जसले गर्दा भाषा र स्थानको समस्या कम भएको थियो । पूर्व निर्धारित उत्तरदातामध्ये ९३% उत्तरदाताको अन्तर्वार्ता हुन सक्यो ।

यी सबै सर्वेक्षण नमुना सर्वेक्षणहरू हुन् । सबैजसो सर्वेक्षणको उद्देश्य प्रसारणको गुणस्तर, अधिराज्य भरका जम्मा रेडियो सङ्ख्या, रेडियो श्रवणको

उच्चतम समय, बढी लोकप्रिय कार्यक्रम आदिको जानकारी बढुल्लु र आवश्यक सुभाब रेडियो नेपाललाई दिनु थियो । जम्मा उत्तरदाता सङ्ख्या, तिनको छनोट



तस्विर २२.३: सन् १९९७ (२०५४) मा रेडियो नेपाल श्रोता सर्वेक्षण एकाइले गरेको श्रोता सर्वेक्षणको प्रतिवेदन ।

प्रक्रिया, प्रश्नावली, इत्यादि कुरामा सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कको विश्वसनीयता भर पर्दछ । यी सर्वेक्षणहरूमा उत्तरदाता सङ्ख्या निकै कम छन्, खासगरी अघिल्ला सर्वेक्षणमा त अति नै कम । सन् १९९७ को सर्वेक्षणमा उत्तरदाताको सामाजिक आर्थिक पक्षलगायत उनीहरूको जाति, पेशा, लिङ्ग आदिअनुसार उनीहरूको श्रवण प्रक्रियालाई गाँसेर हेरिएको छ । तसर्थ विभिन्न श्रोता समूहको श्रवण प्रक्रियाको विश्लेषण फरक फरक कोणबाट गर्न सम्भव भएको छ ।

पहिलो सर्वेक्षणको जम्मा उत्तरदाता सङ्ख्या, उत्तरदाता छनोट प्रक्रिया, सर्वेक्षण प्रक्रिया, प्रश्नावली इत्यादिवारे जानकारी प्रतिवेदनमा नभएको चर्चा अगाडि नै भइसकेको छ । बाँकी सबैमा सर्वेक्षण गर्ने जिल्लाहरू विभिन्न विकास क्षेत्र तथा हिमाल, पहाड र तराईको अनुपात मिलाउन रोजी रोजी छनोट गरिएको पाइन्छ । यसले गर्दा सर्वेक्षण बढी प्रतिनिधिमूलक बनेको छ । सन् १९७४ को

सर्वेक्षणमा रेडियो भएका व्यक्ति गाउँमा पाउने मुश्किल हुन्थ्यो । तसर्थ रेडियो हुने व्यक्तिको घर गाउँका पञ्चसँग बुझेर त्यहाँ गई प्रश्नावली भरिएको हो । तर पछिल्ला दुई सर्वेक्षणमा उत्तरदाताको छनोट 'व्याण्डम स्याम्प्लीड' विधिअनुसार गरिएकाले खोट लाग्ने ठाउँ छैन ।^३ सन् १९७१ र १९८९ को सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा प्रश्नावली समावेश गरिएको छैन । बाँकी दुई सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा प्रश्नावलीको नमुना पनि राखिएको छ । सन् १९९७ को प्रश्नावली अति नै लामो छ । यसमा जम्मा १३७ ओटा प्रश्न छन् । सर्वेक्षणका प्रश्नावलीले प्राथमिक तहको सूचना पत्ता लगाउने काम गरेको छ । केही मानिसहरू आफ्ना व्यक्तिगत बानी बेहोरात्रलगायतका विषयमा अरूसँग खुल्न चाहदैनन् । आफ्नो यस्तो धारणा छ भनेर पनि बताउन चाहदैनन् र अन्तर्वार्ता लिन आउनेलाई निरास नपार्नका लागि केही न केही जवाफ दिन्छन् । तसर्थ कतिपय प्रश्नका जवाफ उत्तरदाताले जानी जानी गलत दिने सम्भावना हुन्छ । तसर्थ प्रश्नावलीमा त्यस्ता प्रश्नका जवाफलाई पुष्टि गर्ने पुरक प्रश्न पनि समावेश हुन जरुरी हुन्छ । यी सर्वेक्षणहरूमा त्यस्तो प्रयास कमै भएको पाइन्छ ।

यी विभिन्न सर्वेक्षणका नतिजालाई तल छोटकरीमा चर्चा गरिन्छ:

अधिराज्यभर रेडियो सेटको सङ्ख्या

यी विभिन्न सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा नेपालमा कति रेडियो सेट छन् भनी अनुमान पनि गरेका छन् । सन् १९७४ को सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा नेपाल अधिराज्यभर १ लाख १५ हजार रेडियो सेट भएको अनुमान गरिएको छ (हेर्नुहोस् तालिका २२.१) । त्यसैगरी सन् १९८९ र १९९७ को सर्वेक्षण प्रतिवेदनअनुसार नेपाल अधिराज्यमा क्रमशः ११ लाख २७ हजार र १७ लाख २२ हजार रेडियो सेट भएको अनुमान गरिएको छ ।

नेपालमा रेडियो सेटको अनुमान गरिएका अरू अध्ययन पनि छन् । केन्द्रीय तथ्याङ्क विभागको सन् १९८१ को जनगणनाको प्रतिवेदनमा १ लाख ८० हजार रेडियो सेट भएको जनाएको छ । त्यसबखत नेपालको कूल जनसङ्ख्या १५,०२२,८३९ थियो । इस्क्र्यापको तथ्याङ्कअनुसार सन् १९८२ मा नेपालमा ३ लाख ५० हजार

^३ 'व्याण्डम स्याम्प्लीड' विधि सर्वेक्षणका लागि उत्तरदाता छनोट गर्ने बहु प्रचलित विधि हो । यसमा छनोटमा पर्ने सम्भावना हरेक एकाइ (सर्वेक्षणको सन्दर्भमा सम्भावित उत्तरदाता) को समान हुन्छ । अनुसन्धाता या सर्वेक्षकले पूर्वाग्रही रूपमा आफूखुशी उत्तरदाता चयन गर्न पाउँदैन । यसरी सर्वेक्षणबाट प्राप्त नतिजा बढी प्रतानिधिमूलक एवं विश्वसनीय हुन्छ ।

रेडियो सेट रहेको अनुमान छ । त्यसैगरी सेडाले सन् १९८८ मा गरेको सर्वेक्षणअनुसार नेपालका एक तिहाई घरमा अर्थात् जम्मा ९ लाख ५९ हजार रेडियो सेट भएको अनुमान छ । नेपाल राष्ट्र बैंकको अध्ययन प्रतिवेदनले सन् १९८८ मा १४.५% घरमा अर्थात् ५ लाखभन्दा केही कम रेडियो सेट भएको जनाएको छ ।^४

यी तथ्याङ्कहरूलाई हेर्दा एकै समयमा पनि रेडियो सङ्ख्यामा ठूलो अन्तर पाइन्छ भने अधिल्ला वर्षमा धेरै र पछिल्ला वर्षमा थोरै रेडियो सेट रहेको समेत भेटिन्छ । जुन त्यति स्वभाविक लाग्दैन । जस्तै: सेडा र नेपाल राष्ट्र बैंकले एकै वर्ष (सन् १९८८) मा गरेको अध्ययनमा रेडियो सेटको सङ्ख्यामा ठूलो अन्तर छ । यी सर्वेक्षणहरू विभिन्न समयमा, फरक फरक प्रविधिद्वारा सानो ठाउँमा सङ्कलन गरिएका जानकारीहरूलाई अधिराज्यभर सामान्यीकरण गरिएकाले यस्तो विभेद र अन्तर देखिएको हो (भट्टराई २०५१क) । त्यसो त सर्वेक्षणले समेटेको क्षेत्र, उत्तरदाता छनोट प्रक्रिया, सर्वेक्षण प्रक्रिया जस्ता कुरामा यसको नतिजा भरपर्ने हुनाले तथ्याङ्कहरू आपसमा नमिल्दा देखिन्छन् ।

रेडियो र श्रोता: कसको पहुँच कति ?

रेडियो सुन्नका लागि प्राविधिक हिसावले स्तरीय प्रसारण हुनु जरूरी छ । साथसाथै श्रोतासँग रेडियो सेटको उपलब्धता पनि उत्तिकै आवश्यक हुन्छ । रेडियो नेपालको प्रसारणको गुणस्तर र श्रोतासँग रेडियो सेटको उपलब्धताबारे यी सर्वेक्षणले केही तथ्य बाहिर ल्याएका छन् ।

अधिल्ला सर्वेक्षणमा प्रसारणको कम गुणस्तरले रेडियोको पहुँच खुम्चिएको पाइयो । सन् १९७४ को सर्वेक्षणले प्रसारण गुणस्तर औसत स्तरको जनाएको छ । सुदूरपश्चिम क्षेत्रमा दिउँसोको प्रसारण अस्पष्ट हुने पाइयो । त्यसैगरी, सन् १९८९ को सर्वेक्षणअनुसार शर्टवेभ प्रसारण अधिराज्यभरि नै सुनिए तापनि मिडियमवेभ प्रसारण ५५% जनतामा सीमित भएको पाइन्छ । खासगरी मध्यमाञ्चल र पश्चिमाञ्चलमा मात्र मिडियमवेभको प्रभाव पाइयो । रेडियो नसुन्ने धेरैजसोले नसुनुको कारणमा समय नभएको र रेडियो नभएको जनाए ।

सर्वेक्षणले प्रायः साक्षर र धनीमानीहरूसँग नै रेडियो भएको देखाएको छ । सन् १९७१ को सर्वेक्षणमा कर्णाली क्षेत्रमा साक्षरसँग मात्रै रेडियो भएको पाइयो । तिनमा छोटोटा अपवाद फेला परे तर ती पनि तत्कालीन गाउँ पञ्चायतहरूका

^४ रेडियो सेटबारे यस अनुच्छेदमा उल्लेख भएका तथ्याङ्कहरू न्यू एरा (सन् १९९३: १०) को प्रतिवेदनबाट लिइएको हो ।

अधिनमा रहेका रेडियो थिए । र ती गाउँ पञ्चायतका सबै बासिन्दा निरक्षर थिए । अन्य सर्वेक्षणले पनि साक्षर नै रेडियो सुन्नेमा अधि भएको देखाएका छन् ।

सन् १९९७ को सर्वेक्षणअनुसार राजधानी काठमाडौं र धेरैजसो सहरी क्षेत्रमा शिक्षितहरूको जमात भएको र त्यस्ता जमातसँग रेडियो किन्न पैसा पनि भएका कारण धेरैले रेडियो सुन्ने गरेको पाइयो (पराजुली २०५५) । पहिले पहिले चर्को मूल्यका कारण चाहेर पनि रेडियो सेट घरमा राख्न नसक्ने अवस्था थियो । सन् १९७४ को प्रतिवेदनमा रेडियोको मोल रु. २०० देखि १३०० सम्म पर्ने जनाइएको छ । त्यसबेलाको सन्दर्भमा यो रकम ज्यादै ठूलो हो । किनभने सन् १९७२-७३ मा नेपालीको प्रतिव्यक्ति वार्षिक आय रु. ५६२ थियो (न्यू एरा सन् १९७४: ३० मा उद्धृत) । तर अहिलेको अवस्था फरक छ । निकै सस्ता चिनिया रेडियो हाल बजारमा उपलब्ध छन् । उसबेला विद्युत सुविधा सुलभ नहुनाले व्याट्री अत्यावश्यक थियो र यसले श्रोताको खर्च भन्नु बढाउँथ्यो । अझ रेडियो दर्ता गर्नुपर्ने र रेडियो राखेवापत कर समेत तिर्नुपर्ने प्रावधान थियो त्यसबखत । यसप्रकार रेडियो श्रवण थप खर्चिलो र भ्रष्टाचालिलो थियो । यी विभिन्न कारणले रेडियो राख्न सक्नेको रवाफ समाजमा बेग्लै हुने गर्थ्यो ।

रेडियो खोल्ने, बन्द गर्ने, स्टेसन/फ्रिक्वेन्सी रोज्ने जस्ता कार्यमा घरमूली या परिवारका अन्य पुरुष सदस्यकै मुख्य भूमिका हुने सर्वेक्षणहरूले देखाएका छन् । सन् १९७१ को सर्वेक्षणमा पुरुष सदस्य घरबाट बाहिर गएपछि महिलाले रेडियो सुन्ने गरेको उल्लेख छ । सन् १९७४ को सर्वेक्षणले गृहिणीले धेरैजसो दिउँसोमा रेडियो सुन्ने गरेको जनाएको छ । सन् १९८९ को सर्वेक्षणमा डोटीका अधिकांश रेडियो पुरुषका अधिनमा थिए र तिनले दिउँसोमा पनि रेडियो बोकेर हिंड्ने गर्थे । तसर्थ त्यहाँ रेडियो सुन्ने महिला नभेटेपछि चाहेर पनि महिलासँग प्रश्नावली गर्न सकिएको थिएन (रीडा सन् १९८९: १२) ।

सबै सर्वेक्षणहरूमा महिलाले भन्दा पुरुषले रेडियो धेरै सुन्ने गरेको पाइयो । रेडियो कार्यक्रमहरू जोसँग रेडियो छ तिनले मात्रै सुन्ने भने होइन । रेडियो धनीका परिवार र छिमेकी समेतले एउटै रेडियो सुन्ने अवस्था भएको पाइयो । रेडियोका कार्यक्रमको प्रभाव र पहुँच यतिमै सीमित छैन । किनभने श्रोताहरूमा आफूले सुनेको नयाँ जानकारी आपसमा साटासाट गर्ने प्रवृत्ति रहेको सर्वेक्षणका क्रममा पत्ता लाग्यो । सन् १९७४ को प्रतिवेदनमा प्रति रेडियो ६ जना श्रोता भएको उल्लेख छ । सन् १९८९ को सर्वेक्षणअनुसार एउटा रेडियो सेटबाट ४.१ जना परिवारका सदस्य र २.१ जना छिमेकी गरी जम्मा ६.२ जनालाई सेवा पुगेको पाइयो । प्रतिवेदनअनुसार सन् १९९७ मा एक सेटबाट ४.७ जनाले

रेडियो सुनेको बुझिन्छ (हेर्नुहोस् तालिका २२.१) । यी तथ्याङ्कहरूलाई आपसमा तुलना गर्न भने मिल्दैन । किनभने पछिल्लो सर्वेक्षणमा १३ वर्ष र सन् १९८९ को सर्वेक्षणमा पाँच वर्ष वा त्योभन्दा माथिका व्यक्तिलाई मात्र श्रोताका रूपमा गणना गरिएको थियो । न्यू एराको सर्वेक्षणमा यसबारे उल्लेख छैन ।

रेडियोको विषयवस्तु र श्रोताको रुचि

सन् १९७१ को सर्वेक्षणअनुसार कर्णाली क्षेत्रमा रेडियो सङ्गीत र मनोरञ्जनका लागि नभई सूचना र जानकारीका लागि आवश्यक थियो । तर पाँच महिनापछि जुम्लामा गरिएको अनुगमन सर्वेक्षणमा लोक लहरी कार्यक्रम समाचारभन्दा बढी जनप्रिय देखियो । लोक लहरी लोक गीतको कार्यक्रम हो । त्यसपछि अल इण्डिया रेडियोको नेपाली कार्यक्रम र रेडियो नेपालको समाचार क्रमशः जनप्रिय पाइयो । यसो हुनुमा प्रस्तोताद्वय टेलर र हमालले आफ्नो प्रतिवेदनमा मिश्रित कारण औल्याएका छन् । अघिल्लो सर्वेक्षणमा भएको कमजोरी र पाँच महिनामा लोक लहरी कार्यक्रममा भएको सुधार उक्त मिश्रित कारण हो । वीरगञ्जमा पसलेहरूले आफ्नो पसलमा निकै चर्को आवाजमा रेडियो घन्काउने तर के कार्यक्रम बज्दैछ भन्नेतिर ध्यान नदिएको यस सर्वेक्षणले जनाएको छ ।

सन् १९७४ को सर्वेक्षणका क्रममा रेडियो भएका उत्तरदातामध्ये ८२.८% ले समाचार सुन्ने गरेको र ७०% ले कृषि कार्यक्रम सुन्ने गरेको बताए । कृषि कार्यक्रम अन्तर्गत जेटिए र बूढी आमैको गन्थन धेरैले रुचाए । साङ्गीतिक कार्यक्रमबारे जिज्ञासा राख्दै कस्तो गीत मन पर्छ भनी सोधिएको प्रश्नमा धेरैको जवाफ लोकगीत थियो । त्यसपछि हिन्दी फिल्मी गीत मन पराउनेको दोस्रो ठूलो जमात थियो भने तेस्रोमा आधुनिक नेपाली गीत परेको थियो । सन् १९८९ को सर्वेक्षण कालमा हिन्दी गीतको स्थान पछाडि सरेको छ । त्यसबखत लोक गीत, चौतारी, शनिवारको नाटक लोकप्रिय कार्यक्रमको रूपमा पाइए । यिनमा पनि ग्रामीण र सहरी श्रोताको रुचिमा स्पष्ट विभेद देखियो । जस्तै: चौतारी कार्यक्रम गाउँले उत्तरदातामध्ये ४६.७% ले राम्रो माने भने सहरी उत्तरदाता १.२% ले मात्रै । त्यसैगरी फिल्मी गीत र शनिवारको नाटक गाउँमा भन्दा सहरमा लोकप्रिय भएको पाइयो । यस सर्वेक्षणअनुसार लोकप्रिय सूचनामूलक/ विकासमूलक कार्यक्रममा धार्मिक कार्यक्रम (३४.१%), प्रहरी (२०.०%), साहित्य (१०.८%), कृषि (३५.१%), महिला (१२.६%) र विज्ञान प्रविधि (१२.४%) छन् ।^५

^५ यीमध्ये धार्मिक कार्यक्रम र महिलासम्बन्धी कार्यक्रमबारे हेर्नुहोस् अध्याय १५ र १९ ।

गजल, पश्चिमी सङ्गीत र शास्त्रीय सङ्गीतका कार्यक्रम अत्यन्तै कम श्रोताले मन पराए । यस सर्वेक्षणका क्रममा रेडियोधनीलाई रेडियो राख्नुको कारण सोधदा ८८.९% ले समाचारमार्फत राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय घटनाबारे जानकारी पाउन रेडियो राखेको बताए भने ७२.४% ले मनोरञ्जनका लागि । सूचनामूलक र विकासमूलक कार्यक्रम सुन्न रेडियो राख्ने ७.७% मात्रै थिए ।

सन् १९९७ को सर्वेक्षणले पनि साङ्गीतिक कार्यक्रममा लोकगीत सबैभन्दा बढी लोकप्रिय रहेको जनाएको छ । ६०% श्रोताले लोक गीतसम्बन्धी कार्यक्रम मन पराए । दोस्रो लोकप्रिय कार्यक्रममा नेपाली फिल्मी गीत देखियो । ४१% ले यसलाई मन पराए । आधुनिक गीतको लोकप्रियता पनि त्यति नै (४१%) भेटियो । यस सर्वेक्षणमा हिन्दी फिल्मी गीतको स्थान चौथो नम्बरमा परेको छ । प्रतिवेदनमा जनाइएअनुसार नेपाली मात्रै बोल्नेहरूले लोकगीत धेरै मन पराएको पाइयो । हिन्दी गीतमा उनीहरूको रुचि अत्यन्तै कम पाइयो । तर गैर नेपाली भाषी विशेषतः तराईबासीले हिन्दी गीत नै रुचाए । सहरी क्षेत्रमा आधुनिक गीत, हिन्दी फिल्मी गीत र पप गीत बढी प्रचलित पाइए भने गाउँमा लोक गीत र नेपाली फिल्मी गीतको प्रभाव बढी देखियो ।^६

सन् १९९७ को सर्वेक्षणकालमा नेपाली समाचार दैनिक १२ पटक प्रसारण हुन्थ्यो । त्यसबाहेक हिन्दी, अंग्रेजी, संस्कृत लगायत विभिन्न राष्ट्रिय भाषाहरूमा समाचार प्रसार हुन्थ्यो । रेडियो सुन्ने उत्तरदातामध्ये ९५% ले समाचार सुनेको जनाए । नियमित समाचार सुन्नेमध्ये ३६% ले समाचारमा प्रयुक्त शब्दहरू बुझ्न कठिन भएको बताए भने १९% ले रेडियो नेपालका समाचारले सरकारी पक्ष लिन गरेको बताए । ४९% उत्तरदाता संस्कृत समाचारको पक्षमा देखिए भने २०% ले बन्द गरिनुपर्ने धारणा राखे । समाचारमूलक अन्य कार्यक्रम जस्तै *घटना र विचार*, *परिवेश*, *अखबार* इत्यादि पनि श्रोताले निकै रुचिपूर्वक सुन्ने गरेको पाइयो । खासगरी *घटना र विचार* मन पराउने अधिक (८१%) थिए ।^७ यस अधिका सर्वेक्षणकालमा यस्ता कार्यक्रमको उपस्थिति न्यून थियो र ती कम प्रभावी थिए । समाचार नसुन्नेहरूलाई कारण सोधिएको थियो । यसको कारणमा उनीहरूले समय नभएको (६१%), रेडियो नभएको (१३%), रुचि नभएको (१२%), भाषा नबुझिने (१०%) इत्यादि बताए ।

सन् १९८९ को रिडाले गरेको अध्ययनका क्रममा श्रोताहरूलाई रेडियो नेपालले *रसरङ्ग*, *रोदी* र *साँभविहान कार्यक्रम* बन्द गरेको मन नपरेको पाइयो ।

^६ साङ्गीतिक कार्यक्रमबारे विस्तृतमा जान्न हेर्नुहोस् अध्याय १३ ।

^७ *घटना र विचार*बारे थप जानकारीका लागि हेर्नुहोस् अध्याय ९ ।

त्यसैगरी मौसमसम्बन्धी भविष्यवाणीमा धेरैजसोको विश्वास नरहेको पाइयो । कृषि, परिवार नियोजन, वन, धार्मिक इत्यादि कार्यक्रम कहिले र कुन बेला प्रसारण हुन्छ भन्ने जानकारी ९०% उत्तरदातालाई थियो । स्वास्थ्य, शिक्षा र महिला कार्यक्रमका लागि चिठ्ठी पठाउने अभ्यास कमै भेटियो । यस अध्ययनअनुसार विज्ञान प्रविधि कार्यक्रममा १७.१%, धार्मिक कार्यक्रममा ९.४% र विकास कार्यक्रममा १२.५% श्रोताले चिठ्ठी पठाएको पाइयो ।

सन् १९९७ को सर्वेक्षण प्रतिवेदनअनुसार शिक्षामूलक र विकासमूलक कार्यक्रममा नियमित श्रोतामध्ये ३६% ले कृषि कार्यक्रम मन पराए । प्रहरी कार्यक्रम र धार्मिक कार्यक्रम दुवै १६% ले मन पराए । परिवार नियोजन कार्यक्रम चौथो श्रेणीमा परेको थियो । यसलाई मन पराउनेको प्रतिशत ११ थियो । प्रचलित मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रममा नाटक, दिन प्रतिदिन र गीतीकथा थिए । एक तिहाइ श्रोताले पुराना तर हाल बन्द भएका कार्यक्रम पुनः नियमित बनाइनुपर्ने सुझाव दिए । ती कार्यक्रमहरूमा हाजिरजवाफ, रसरङ्ग, ग्रामीण कार्यक्रम, विदेशमा बस्ने नेपालीका लागि कार्यक्रम, भरना र झङ्कार, चौतारी इत्यादि छन् ।

सवैजसो सर्वेक्षणमा समाचार बढी लोकप्रिय पाइयो तर यो स्वभाविक पनि थियो । किनभने समाचार जति समय र आवृत्ति भएका अरू कुनै कार्यक्रम रेडियो नेपालमा छैनन् । त्यसपछि साङ्गीतिक कार्यक्रममा लोकगीत र अन्य विकासमूलक कार्यक्रममा कृषि कार्यक्रमका श्रोताहरू मनग्य भएको यी सर्वेक्षणहरूले देखाएका छन् । समाचार र साङ्गीतिक कार्यक्रमको तुलनामा कृषि कार्यक्रमले थोरै समय लिएर पनि धेरै सफलता पाएको देखिन्छ । कार्यक्रमको बनोटले गर्दा यसले लोकप्रियता पाएको हुन सक्छ । खासगरी यसको व्यवहारिक पक्षका साथै जेटिए र बूढी आमैको रोचक गन्थनले यसमा महत्त्वपूर्ण भूमिका खेलेको छ । कतिपय श्रोताहरूले भने भाषा नबुझेको कारणले रेडियो नेपाल सुन्न नरुचाएको पाइयो । खासगरी तराईबासीहरूले रेडियो नेपालका कार्यक्रममा आफ्नो संस्कृति, धर्म, समाजसँग मिल्दाजुल्दा पक्षहरू अत्यन्तै कम भेट्टनाले उनीहरूले रेडियो नेपाललाई उस्तो ध्यान नदिएको हुन सक्ने अनुमान यी सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा गरिएको छ । यसमा सत्यताको अंश छ ।

अन्य मिडिया

सन् १९७१ र १९७४ को सर्वेक्षणकालमा टिभीको पहुँच र प्रभाव थिएन । तर विदेशी रेडियो स्टेसनको राम्रै प्रभाव रहेको ती सर्वेक्षणका प्रतिवेदनहरू बताउँछन् । सन् १९७१ को सर्वेक्षणले अल इण्डिया रेडियो, रेडियो सिलोन, बीबीसी, रेडियो पॅकड जस्ता

स्टेसनको नेपाली श्रोतामा वलियो प्रभाव रहेको देखाएको छ। सन् १९७४ को सर्वेक्षणका क्रममा रेडियो नेपालवाहेक अन्य स्टेसन सुन्ने गरेको छ कि छैन भन्ने प्रश्नमा ८१% को जवाफ सकारात्मक थियो। तराईवासी धेरैजसोले अन्य स्टेसन सुन्ने गरेको पाइयो। पहाडका २२% ले र तराईका १०% ले अन्य स्टेसन नसुनेको बताए।

सन् १९८९ मा नेपाल टिभीको प्रसारण सुरु भइसकेको थियो भने विदेशी च्यानलको पनि प्रभाव बढ्दै थियो। यसबेलाको सर्वेक्षणमा सहभागी ९१९ उत्तरदातामध्ये १५.१% सँग टिभी भएको र १७.१% ले छिमेकी कहाँ टिभी हेर्ने गरेको बताए। त्यसैगरी सहरी क्षेत्रमा भिडियो र अडियो क्यासेटको प्रभाव बढ्दै गएको पाइयो। यस सर्वेक्षणअनुसार तीन चौथाइले अन्य रेडियो स्टेसन सुन्ने गरेको बताए। सहरी भेगमा ८३% भन्दा बढीले र ग्रामीण भेगमा करिब ६८.९% ले विदेशी स्टेसन सुन्ने गरेका पाइयो। विदेशी स्टेसन बढी सुन्नेहरूमा प्रायजसो पढे लेखेका र जागिरे थिए भने कम सुन्नेमा महिला, ४० वर्ष कटेका र कृषि पेशामा लाग्नेहरू पर्दथे।

सन् १९९७ को सर्वेक्षणमा ३८% श्रोताले विदेशी स्टेसन सुनेको पाइयो। तीमध्ये ३३% श्रोताले अल इण्डिया रेडियो, २२% श्रोताले बीबीसी र ३% ले रेडियो सिलोन सुन्ने गरेको पाइयो। बीबीसीका श्रोतामध्ये ३४% ले रेडियो नेपालबाट रिले हुने बीबीसी सुन्ने गरेको पाइयो। बीबीसी र अल इण्डिया रेडियोका अधिकांश श्रोताले हिन्दी र नेपाली भाषाका प्रसारण सुन्थे। अंग्रेजी प्रसारणमा श्रोताको कम रुचि पाइयो। यस सर्वेक्षणमा गरिएको टेलिभिजनबारेको तथ्यले टेलिभिजनको बढ्दो प्रभावलाई औँल्याएको छ। अन्तर्वार्ताभन्दा अधिको बाह्य महिनाभरिमा टेलिभिजन हेर्नेहरू ४०% थिए। नियमित टेलिभिजन हेर्ने गरेका उत्तरदातालाई रेडियो नेपाल सुन्ने बानीमा परिवर्तन भए नभएको बारे सोधिएकोमा २१% ले रेडियो नेपाल सुन्ने बानी घट्दै गएको जनाए।

यी तथ्यहरूले मिडिया क्षेत्रमा आएको विविधतासँगै रेडियो नेपालको श्रोताको रुचि पनि बदलिएको स्पष्ट पार्छन्। रेडियो नेपालका प्रतिस्पर्धीहरू निकै बढी देखिएका छन् भने विदेशी स्टेसन सुन्नेको जमात तुलनात्मक रूपले घटेको छ। नेपाली मिडियाको विविधताले यो सम्भव भयो। यसरी नेपाली मिडियाभित्र आन्तरिक प्रतिस्पर्धा बढेको सङ्केत सन् १९९७ को सर्वेक्षणले दिन्छ। पश्चिमा मुलुकमा किशोर किशोरीहरूले आ-आफ्ना कोठामा अचेल रेडियो होइन, टेलिभिजन राख्ने गरेका छन्। उनीहरू पहिले जस्तो रेडियो सुन्दैनन्। टेलिभिजन बाहेक उनीहरूसँग सीडी प्लेयर, कम्प्युटर गेम्स र अबै इन्टरनेटको सहज पहुँच छ। यसले उनीहरूको रेडियो श्रवण प्रक्रियालाई निकै नै प्रभाव पारेको छ (हेण्डी सन् २०००: १२७-१२८)। नेपालमा खासगरी काठमाडौँ र अरू केही सहरमा पनि

आधुनिक सञ्चार जगतका नविन प्रविधिको आगमनले निश्चय नै रेडियो श्रवण अभ्यासमा प्रभाव पारेको छ । तर यो प्रभावको परिणाम र अन्य गुणात्मक पक्षको वास्तविक स्थितिवारे गहन अनुसन्धान गरेपछि मात्रै थाहा होला ।

उपयुक्त समय

सबै सर्वेक्षणले विहान र बेलुका धेरैजसो श्रोताले रेडियो सुन्ने गरेको जनाएका छन् । सन् १९८९ को सर्वेक्षणअनुसार विहान ८८.१% र साँझ ९३.१% श्रोताले रेडियो सुन्ने गरेको पाइयो । आइतवारदेखि शुक्रवारसम्म दिउँसो रेडियो सुन्ने श्रोता ४०.१% रहेछन् भने शनिवार त्यो आँकडा बढेर ६४.२% पुग्दोरहेछ । तुलनात्मक रूपमा दिउँसो पुरुषभन्दा महिला बढी रेडियो सुन्ने गरेको पाइयो ।

सन् १९७४ को सर्वेक्षणमा पनि गृहिणीले दिउँसो रेडियो सुन्ने गरेको प्रसङ्ग उल्लेख छ ।^५ सबैजसो सर्वेक्षणले विहान ७-८ बजे र बेलुका ७-८ बजेको समय अत्यधिक श्रोताले रेडियो सुन्ने समय ठहर्‍याएका छन् । सन् १९८९ को सर्वेक्षणअनुसार दिउँसोमा अत्यधिक रेडियो सुनिने समय १-२ बजे हो । महत्त्वपूर्ण तथ्य के छ भने यी सबै समय अन्तरालको सुरुआतमा नेपाली समाचार प्रसारण हुन्छ । यसले पनि समाचार धेरै श्रोताले सुन्छन् भन्ने तथ्यलाई पुष्टि गर्छ ।

सर्वेक्षणका सुभावहरू

यी विभिन्न सर्वेक्षण प्रतिवेदनले रेडियो नेपालको सुधार र प्रभावकारी कार्यक्रमका लागि सुभाव पनि दिएका छन् । सन् १९७१ को सर्वेक्षणमा त खासै सुभाव पाइँदैन । तर सन् १९७४ को सर्वेक्षणले सुदूरपश्चिममा रिपिटर स्टेसन राख्नुपर्ने, स्थानीय भाषामा पनि प्रसारणका लागि समय छुट्ट्याउनुपर्ने, कार्यक्रम मूल्याङ्कन गर्ने संयन्त्र बनाइनुपर्ने, रेडियो सेटलाई सुपथ मूल्यमा उपलब्ध गराउन कर घटाउने, जस्ता सुभावहरू दिएको थियो । यस बाहेक यस किसिमका सर्वेक्षण र अन्य अनुसन्धान पनि नियमित रूपमा गर्नुपर्ने सुभाव प्रतिवेदनमा उल्लेख छ ।

सन् १९८९ को सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा पनि केही सुभाव अघिल्ला सर्वेक्षणसँग मिल्दाजुल्दा छन् भने केही नयाँ छन् । रेडियोको चर्को मूल्यका कारण सर्वसाधारणले रेडियो नराखेकाले रेडियोलाई सहज र सुलभ बनाउने सुभाव यस सर्वेक्षणले दिएको छ । यसका लागि रेडियोको मूल्य घटाउन भन्सार घटाउने, समुदायलाई साझा रेडियो वितरण गरी सार्वजनिक स्थानमा रेडियो श्रवण केन्द्र स्थापना गर्ने

^५ गृहिणी र महिलाको रेडियो श्रवणबारे हेनुहोस् अध्याय १९ ।

जस्ता सुभावाव प्रतिवेदनले दिएको छ। दिउँसोको र वर्षाको समयमा राम्ररी प्रसारण नसुनिने हुँदा प्रसारणको गुणस्तर उकास्ने, मध्यपश्चिम र सुदूरपश्चिममा रिले स्टेसन राख्नुपर्ने, क्षेत्रीय प्रसारण केन्द्र स्थापना गर्नुपर्ने, स्थानीय समाचारलाई प्राथमिकता दिनुपर्ने, स्थानीय भाषाभाषीको कार्यक्रम प्रसारण गर्न समय छुट्ट्याइनुपर्ने जस्ता प्रशस्तै सुभावावहरू यस सर्वेक्षणले दिएको छ।

सन् १९९७ को सर्वेक्षणमा निरक्षर बुढापाका र गरिब समुदायले रेडियो अति कम सुन्ने गरेको पत्ता लागेको थियो। यस सर्वेक्षणले सुभावावमा रेडियो कम सुन्ने यस्ता खाले विभिन्न समूहलाई लक्ष्य गरेर कार्यक्रम तयार गर्नुपर्ने जनाएको छ। त्यसैगरी कार्यक्रममा प्रयुक्त भाषा सरलीकरण गर्ने, नयाँ ट्रान्समिटर जडान गरी प्रसारण क्षमता र गुणस्तर बढाउने, क्षेत्रीय कार्यक्रम र राष्ट्रिय भाषाभाषीका कार्यक्रम बढाउने रेडियो नेपालबारे जनचेतना जगाउने, मिडियमवेभ प्रसारणलाई क्षेत्रीय च्यानल बनाउने, रेडियो राम्ररी सुन्न सकिने उपाय सिकाउने आदि सर्वेक्षणले सुभाएका अन्य उपायहरू हुन्। क्षेत्रीय प्रसारणको स्थापना, राष्ट्रिय भाषाभाषीका कार्यक्रमको सञ्चालन, विभिन्न स्थानमा रिले स्टेसनको स्थापना, आदि सुभावावहरूलाई रेडियो नेपालको व्यवस्थापन निकायले कार्यान्वयन गरिसकेको छ।

निष्कर्ष

रेडियोका कार्यक्रमको प्रभावकारिता लोकप्रियतादेखि लिएर रेडियोबारे श्रोताको धारणा र रेडियोसम्बन्धी चालचलन इत्यादिको जानकारी पाउन सर्वेक्षण उपयुक्त माध्यम हो। तर श्रोता भन्ने शब्द आफैमा जटिल शब्द हो। तिनको रेडियो सुन्ने चलनमा व्यापक विविधता पाइन्छ। कोही दिनभर बजिरहने रेडियोअघि बसेर पनि केही ध्यान दिएका हुँदैनन् भने कोही छोटो समयका लागि तर ध्यान दिएर रेडियो सुनेका हुन्छन्। तिनको सुन्ने प्रक्रियाको गणना फरक फरक ढङ्गले गरिनुपर्ने हो। यी सर्वेक्षणमा कस्ता व्यक्तिलाई श्रोता मानिएको भन्ने स्पष्टता छैन।

रेडियो नेपालबारे भएका सबै सर्वेक्षणको प्रतिवेदनहरू अंग्रेजी भाषामा तयार गरिएका छन् र पुराना सर्वेक्षणको प्रतिवेदनहरू सहजप्राप्य छैनन्। यसले तिनको उपयोगिता सीमित बनाएको छ। सर्वेक्षणको प्रतिवेदनमा सङ्ख्यात्मक प्रस्तुति मात्रै छ भने हुन्छ। सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कलाई तालिकामा देखाइएको छ। अधिकांश तथ्याङ्क आवृत्ति गणना गरिएका (अर्थात् यो भन्ने उत्तरदाता यति प्रतिशत र त्यो भन्ने यति प्रतिशत भन्ने खालका) छन्। गुणात्मक विश्लेषणका हिसाबले कमजोर नै छन् यी प्रतिवेदनहरू। कस्तो वातावरण र सामाजिक

सन्दर्भमा श्रोताले रेडियो सुन्छन् जस्ता विषयमा अध्ययन हुनसक्ने सम्भावना थियो । प्राप्त तथ्याङ्कका आधारमा गर्न सकिने विश्लेषणको पक्षलाई यी प्रतिवेदनले खासै स्थान दिइएको पाइँदैन ।^९

यी सबै सर्वेक्षण नमूना सर्वेक्षणहरू हुन् । तर बढी प्रतिनिधिमूलक बनाउने उद्देश्यले उत्तरदाता छनोटमा जातीय, क्षेत्रीय, लैङ्गिक, भाषिक विविधताको ख्याल राखेको पाइन्छ । खासगरी अघिल्ला सर्वेक्षणमा भन्दा सन् १९९७ को सर्वेक्षणमा यी कुरालाई ख्याल गरी ती समूहहरूको छुट्टै विश्लेषण पनि गरिएको छ । यसो गर्दा फरक फरक समूहको रेडियोसम्बन्धी चालचलन थाहा हुन सकेको छ । तर यी सर्वेक्षणहरूमा उत्तरदाता छनोटमा कञ्जुस्याइँ गरिएको देखिन्छ । स्रोतको सीमितताले यसो गरिएको भन्ने तर्क गर्न त सकिन्छ नै । तर सर्वेक्षणमा उत्तरदाताको सङ्ख्या जति धेरै भयो यसको परिणाम उति नै बढी विश्वसनीय मानिन्छ । थोरै उत्तरदाता भएको सर्वेक्षणले ठूलो जनसमुदायको प्रतिनिधित्व गर्न सक्दैन भन्ने तथ्य तथ्याङ्क शास्त्रको स्थापित मान्यता हो ।

यति हुँदाहुँदै पनि यी सर्वेक्षणहरूले रेडियो नेपालबारे अत्यन्तै उपयोगी तथ्यहरू उजागर गरेका छन् । अघिल्ला सर्वेक्षणले नेपाली श्रोतामा विदेशी रेडियो स्टेसनको बलियो पकड भएको उल्लेख गरेका थिए । तर उक्त प्रभाव क्रमशः घट्दै गएको पछिल्ला सर्वेक्षणबाट थाहा हुन्छ । रेडियो नेपालबाट प्रसारण हुने हिन्दी फिल्मी गीतका कार्यक्रमहरूको लोकप्रियता अघिल्ला सर्वेक्षणकालमा निकै थियो । तर पछि आएर नेपाली गीतले नै त्यो स्थान ओगटेको पाइन्छ र हिन्दी गीत पछि धकेलिएको छ । यसबाट नेपाली गीत सङ्गीतको फाँट फराकिलो र उर्वर हुँदै गएको भन्न सकिन्छ । नेपाली गीत सङ्गीत जगतका लागि सुखद पक्ष हो यो ।

केही श्रोताहरूले रेडियो नेपालका कार्यक्रमको भाषा नवुक्तिने गुनासो सर्वेक्षणका क्रममा गरेको पाइयो । आफ्नो संस्कृति, धर्म, समाजसँग मिल्दाजुल्दा पक्षहरू अत्यन्तै कम भेट्टनाले उनीहरूले रेडियो नेपाललाई उस्तो ध्यान नदिएको हुन सक्ने अनुमान यी सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा गरिएको छ । यसमा सत्यताको अंश छ । महिलाको रेडियो श्रवण गतिविधि न्यून भएको तथ्यलाई पनि गम्भीर रूपमा

^९ पूर्व निर्धारित प्रश्नावलीमार्फत गरिने सर्वेक्षणबाट श्रोताको सामाजिक परिवेश र रेडियोसँग त्यसको तादात्म्यता जोड्न कतिपय सन्दर्भमा कठिन नै हुन्छ । श्रोताले नै यसबारे स्वच्छन्द रूपमा केही व्यक्त गर्दा ती सबैबारे जानकारी पाउन सकिन्छ । विभिन्न भेक, उमेर र परिवेशमा रेडियो सुनेका श्रोताहरूको संस्मरणलाई समेटेर मार्टिन चौतारीले *रेडियोसँग हुर्कँदा* भन्ने पुस्तक प्रकाशन गर्दैछ ।

नै लिनुपर्ने हुन्छ । त्यसैगरी सहरको तुलनामा गाउँमा रेडियो श्रवण प्रवृत्ति कम भएको तथ्य यी सर्वेक्षणले उजागर गरेका छन् ।

निरक्षर जनताको सङ्ख्या धेरै भएकाले नेपालमा रेडियो उपयुक्त माध्यम हो भन्ने गरिन्छ तर सर्वेक्षणअनुसार प्रायः साक्षर व्यक्ति नै रेडियो घरमा राख्ने र सुन्ने गर्छन् । तर कसैलाई प्रश्नावलीमा तपाईँ साक्षर कि निरक्षर भनेर सोध्दा धेरैको जवाफ साक्षर नै हुनेछ । किनकि सामान्यतया निरक्षरले पनि आफू निरक्षर भएको भन्न रुचाउँदैन । त्यसैगरी तपाईँ समाचार सुन्नुहुन्छ कि हुँदैन या तपाईँ विदेशी स्टेसन पनि सुन्नुहुन्छ जस्ता प्रश्नले तथ्य बङ्ग्याइदिन पनि सक्छन् । यस्ता प्रश्नहरू यी सर्वेक्षणमा प्रयोग भएको पाइन्छ ।

सेट महङ्गा भएकाले रेडियो राख्न नसकिने श्रोताको बाध्यता सर्वेक्षणमार्फत आयो । सन् १९७४ र १९८९ का प्रतिवेदनले सेटको मूल्य घटाउनेतर्फ सरकारको पनि ध्यान आकर्षण गरेका छन् । हिजोआज त बजारमा निकै सस्ता रेडियो सेट पनि उपलब्ध छन् । त्यसैले रेडियो सेट महङ्गो भएर राख्न नसक्ने अवस्था अहिले नहुन पनि सक्छ । तर विद्युत आपूर्तिको असुविधाले गर्दा ब्याट्री खर्चिलो बनेको अनुमान हामी गर्न सक्छौँ । यसबारे सर्वेक्षणले खोजी गर्न पुगेको छैन ।

हरेक सर्वेक्षणका प्रतिवेदनमा सुभावा पनि दिइएको हुन्छ । तर केही सुभावाहरू प्रतिवेदनपिच्छे दोहोरिएको पाइन्छ । यसको मतलब रेडियो नेपालले यी सुभावाहरूलाई गम्भीरतापूर्वक नलिएको बुझिन्छ । सन् १९९७ को सर्वेक्षण रेडियो नेपालबारे पछिल्लो बृहत् सर्वेक्षण हो र यसपछि नेपाली मिडियाको क्षेत्रमा निकै नै परिवर्तन आइसकेको छ । निजी क्षेत्रका टेलिभिजन, प्रशस्तै एफएम रेडियो स्टेसन र दैनिक, साप्ताहिक, म्यागेजिन जस्ता पत्रपत्रिकाको ठूलै भीड छ नेपाली मिडियामा । त्यस भीडमा रेडियो नेपालको अवस्था कस्तो छ भन्ने थाहा पाउनको लागि नयाँ सर्वेक्षण हुन जरुरी भइसकेको छ ।