

काठमाडौँबाहिरका एफएम
रेडियोको अवस्था

रेडियो र समाज

शेखर पराजुली

‘एफएम रेडियो सुरु भएपछि अडियो क्यासेट नचाहिने भएको छ राम्रा गीत सुन्नलाई । जुन एफएममा आफूलाई मनपर्ने गीत बज्छ छानी-छानी ट्युन गर्‍यो, सुन्यो ।’

‘एफएममा समाचारका कार्यक्रमहरूले गर्दा सबै देश-परदेश र स्थानीय घटनाका बारेमा जानकारी पाउन सकिएको छ । त्यसबाहेक एफएममा सुन्नलायक कार्यक्रम केही छैन ।’

‘एफएम रेडियोमा ४ महिना काम गरियो, तर पारिश्रमिक भने पाइएन ।’

‘यतिबेला यो कार्यक्रम आउँछ र सुन्नैपर्छ भनेर कुरेर बस्ने खालका कार्यक्रम एउटै पनि छैन यहाँका एफएममा, तैपनि समय कटाउनलाई भए पनि सुन्नचाहिँ छोटिदिने ।’

माथिका यी उदाहरणहरू २०५८ साल पुस महिनाको दोस्रो साता पोखराका एफएमबारे स्थानीय व्यक्तिहरूसँगको कुराकानीमा पाइएका प्रतिक्रिया हुन् । यी प्रतिक्रियाले सम्पूर्ण श्रोताको धारणाको प्रतिनिधित्व गर्छन् नै भन्न त सकिँदैन तर यिनै प्रतिक्रियाको आधारमा पनि यहाँका एफएमको स्थितिका बारेमा प्रशस्त अनुमान भने गर्न सकिन्छ ।

मिडियाको क्षेत्रमा प्रभावकारी र सशक्त माध्यमका रूपमा विद्युतीय सञ्चार माध्यमलाई मानिन्छ । त्यसमा पनि सरल, सुलभ र कम खर्चिलो प्रविधि भएकाले नेपालमा एफएम रेडियोले छोटो समयमा नै आफ्नो दबो पहिचान कायम गरेको छ । राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४९ र राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली २०५२ ले यससम्बन्धी उर्वर वातावरण तयार गरेपछि काठमाडौँ भित्रिएको यस रेडियो प्रविधिले पोखरा, बुटवल, पाल्पा, दाङ, चितवन, हेटौँडा, विराटनगर, इटहरीजस्ता शहरहरूमा हालसम्म आफूलाई पुऱ्याइसकेको छ । यी शहरका स्टेसनको प्रभाव गाभीण भेकमा पनि छुँदैछ । यसबाहेक पाल्पाको मदनपोखरा गाविसले एफएम स्टेसन नै स्थापना गरेर गाउँले रेडियोको उदाहरण प्रस्तुत गरेको छ । प्रसारण आरम्भ गरेका एफएम स्टेसनहरू देशभरिमा १८ ओटा छन् र तीमध्ये ११ वटा काठमाडौँबाहिर नै छन् । थप केहीले अनुमतिपत्र पाइसकेका छन् र स्थापनाको प्रक्रियामा छन् भने प्रसारण अनुमतिका लागि सञ्चार मन्त्रालयमा आवेदन दिई प्रतीक्षामा बसेका संस्थाहरूको सूची पनि लामै छ ।

एफएम स्टेसनहरूमध्ये बुटवलको लुम्बिनी एफएम र पोखराको हिमचुली एफएम सहकारी संस्थाद्वारा सञ्चालित छन् । मदनपोखरा एफएम पाल्पाको मदनपोखरा गाविसले संचालन गरेको हो । बाँकी सबै एफएम व्यावसायिक प्रयोजनले सञ्चालित छन् । यी व्यावसायिक एफएममा लगानी गर्ने व्यक्तिहरू पैसावाल व्यापारीहरू नै छन् । उनीहरूको एफएमबाहेक अन्य उद्योग तथा व्यापार व्यवसायमा लगानी छ र यसलाई सहायक व्यवसायका रूपमा अँगाल्न खोजेका छन् । गैरव्यापार व्यवसायमा लागेर अहिले एफएममा लगानी गर्नेहरू निकै कम छन् । एफएम प्रविधि नयाँ भएकाले र यसबाट नाम, काम र दाम तीनै कुराको संभावना भएकाले नै व्यापारीवर्गको ध्यान यतातिर तानिएको हो ।

काठमाडौँमा एफएमले देखाएको चुरीफुरीले पनि काठमाडौँबाहिर एफएमको लहर बढेको हो । तसर्थ एफएम प्रविधि काठमाडौँबाहिरका शहरमा पनि प्रतिस्पर्धात्मक व्यवसायका रूपमा देखा पर्दैछ ।

तालिका १ मा काठमाडौँबाहिर सञ्चालित एफएमका स्थितिबारे केही जानकारी प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका १: एफएमका विभिन्न पक्षहरू

क्र.सं.	एफएम स्टेसन	ट्रान्स मिटर पावर (वाटमा)	कर्मचारी संख्या	लगानी रु.	दैनिक प्रसारण अवधि	सञ्चालन खर्च महिना	मासिक विज्ञापन आय
१.	स्वर्गद्वारी एफएम, दाङ	१००	१५	२४ लाख	६ घण्टा	७५,०००	१०,०००
२.	रेडियो लुम्बिनी, बुटवल	२००	२२	१२ लाख	१२ घण्टा	१,२०,०००	१,२०,०००
३.	रेडियो मदनपोखरा, पाल्पा	१००	६	१४ लाख	६ घण्टा	१५,०००	१०,०००
४.	माछापुच्छ्रे एफएम, पोखरा	५००	३०	९० लाख	१८.५ घण्टा	४,२०,०००	१,५०,०००
५.	रेडियो अन्नपूर्ण, पोखरा	१०००	३५	९० लाख	१७ घण्टा	५,००,०००	१,२५,०००
६.	पोखरा एफएम, पोखरा	२५०	२२	१ करोड	१७ घण्टा	५,००,०००	१,२०,०००
७.	हिमचुली एफएम, पोखरा	५००	२४	४५ लाख	१५ घण्टा	४,००,०००	१,००,०००
८.	सिन्जी एफएम, चितवन	५००	३५	१ करोड	१२ घण्टा	२,००,०००	७५,०००
९.	मनकामना एफएम, हेटौँडा	५००	२८	८० लाख	१६ घण्टा	१,५०,०००	१,५०,०००
१०.	कोशी एफएम,	५००	३२	४० लाख	८ घण्टा	१,५०,०००	१०,०००
११.	सप्तकोशी एफएम, इटहरी	५००	५५	१ करोड	१२ घण्टा	३,००,०००	२,५०,०००
जम्मा		४६५०	३०४	६९५ लाख	१३९.५	२८,३०,०००	१,२१०,०००

स्रोत: सम्बन्धित स्टेसनका व्यक्तिहरूसँगको कुराकानी ।

काठमाडौँबाहिरका यी रेडियो स्टेसन स्थापनार्थ भन्डै ६ करोड ९५ लाख रुपैयाँको लगानी भइसकेको माथिको तालिकाले देखाएको छ । यी रेडियो स्टेसनमा पूर्णकालीन र आंशिक गरी जम्मा ३०४ जना कर्मचारीहरूको सहभागिता रहेको छ । स्टेसनसँग समय किनेर आफैँले कार्यक्रम चलाउनेहरूको संख्या समावेश गर्दा यो संख्या स्वतः बढ्छ ।

पोखरामा चारओटा एकैचोटी

पोखरामा चारओटा एफएम रेडियोले एकैसाथ प्रसारण सुरु गरेका हुन्। पोखरा र सेरोफेरोका बासिन्दाको जनघनत्व, पोखरेली अर्थतन्त्र, उद्योग, व्यापार व्यवसाय इत्यादिलाई दृष्टिगत गर्दा हाल सञ्चालित ४ ओटा एफएम नै आवश्यकताभन्दा बढी भएको अनुभव सर्वत्र गरिएको छ। यस कुरालाई स्वयं सञ्चालकहरू पनि स्वीकार्छन्। यस्तो स्थितिमा पनि चारैओटा एफएमले एकैचोटी प्रसारण आरम्भ गरेको विषय रोचक नै छ। प्रसारणका लागि आवेदन दिएका सबै संस्थाहरूलाई सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले विभिन्न बहानामा धेरै समयसम्म झुलाइरह्यो। सूचना तथा सञ्चारमन्त्री जयप्रकाशप्रसाद गुप्ताको पालामा सबैलाई अनुमतिपत्र प्रदान गरियो। त्यस बखतसम्म सबै संस्था आफूले मात्रै अनुमतिपत्र पाएको भ्रममा थिए। आफूबाहेक अरुले पनि त्यस किसिमको अनुमतिपत्र पाएको उनीहरूले पछि मात्र थाहा पाए। पहिलेदेखि नै हामीले एफएम स्टेसन सञ्चालन गर्छौं भनेर झ्याली पिटाएकाहरूलाई यो अनुमतिपत्र इज्जतको सवाल बन्न पुग्यो। अनुमतिपत्र दराजमा थन्क्याई खुम्चिएर बस्नुभन्दा बरु प्रतिस्पर्धामा उत्रेर आफूलाई अब्बल बनाउने ध्येयले चारओटा एफएमले एकैचोटी हाम्रफाले प्रसारणका लागि। अर्को कुरा अनुमतिपत्र हात पार्ने बेलासम्म पनि उनीहरूको लगानी फाँसिकेको थियो। अनुमतिपत्र प्राप्त गर्नका लागि पनि गैरकानुनी रूपमा ठूलै रकम बुझाउनुपरेको कुरा सञ्चालकहरू स्वीकार्छन्।

“यदि समयान्तर गरेर पारदर्शी हिसाबले अनुमति प्रदान गरिसकेको भए चारओटाभन्दा कम नै सञ्चालन हुने थिए। त्यसो भएको खण्डमा हामी नै पछि हट्न सक्थौं अथवा अर्को कुनै पक्ष हट्थ्यो होला,” माछापुच्छ्रे एफएमका सञ्चालकमध्येका एक सरोजगोपालको भनाइ थियो। पोखराका अन्य एफएम संस्थाका सञ्चालकको पनि यस्तै धारणा रहेको छ। यसरी चारैओटा एफएम स्टेसनहरू एकैचोटी प्रसारणमा जानुको श्रेय तत्कालीन सूचना तथा सञ्चार मन्त्री गुप्तालाई नै दिन्छन् पोखरेलीहरू।

व्यापार पक्ष

एफएम रेडियोतर्फ लगानी गर्नेहरू उत्साही रहे पनि यसले लगानीअनुरूप व्यापार गर्न भने सकेको पाइँदैन। त्यसो त रेडियो प्रविधिले नेपालमा पाइला हालेको नै धेरै भएको छैन। भन्नु काठमाडौँबाहिर यसको आरम्भ २०५६ सालको आखिरीमा बुटवलको रेडियो लुम्बिनीको स्थापनापश्चात्मात्रै भएको हो। बुटवलमा २०५८ को आखिरीसम्म यही एउटा मात्र एफएम भएकाले आफ्नो खर्च बराबरको आम्दानी गर्न सकेको छ विज्ञापनबाट। तर छिट्टै बुटवल एफएम नामको अर्को एफएमले प्रसारण आरम्भ गर्ने भएकाले त्यहाँ पनि प्रतिस्पर्धाको वातावरण बन्दैछ। पाल्पाको मदनपोखराले उत्पादनको

प्रचार गर्ने खालका व्यापारिक विज्ञापन नबनाउने नीति लिएको छ। यसले सेवामूलक व्यवसायका विज्ञापन बजाउने गरे तापनि यस्ता विज्ञापनहरू निकै कम आउँछन् प्रसारणका लागि। त्यसैले सञ्चालन गर्न धौ धौ नै छ।

हेटौँडाको मनकामना एफएम पनि रेडियोको प्रतिस्पर्धामा एकलो नै भएकाले यसले नाफा नगरे पनि सञ्चालन खर्च बराबरको आय विज्ञापनबाट उठाएकै छ र आंगामी ५ वर्षमा आफ्नो सम्पूर्ण लगानी उठ्ने अनुमान गरेको छ। पोखरामा भने विज्ञापनका लागि एफएमहरूका बीच कडा प्रतिस्पर्धा नै छ। यहाँका हरेक एफएमले एकअर्कालाई विज्ञापनको दर बिगारेर अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा गरेको आरोप लगाउँछन्। आफ्नो निश्चित विज्ञापन दरको वास्ता नगरी ज्यादै न्यूनदरमा पनि विज्ञापन प्रसारण गरिदिने हुनाले विज्ञापनदाताहरू भने मख्ख छन्। बुटवल र हेटौँडा जस्तो औद्योगिक नगर पोखरा होइन। पर्यटन उद्योगमा अगाडि रहे पनि एफएम रेडियोले यस उद्योगबाट खासै विज्ञापन पाउन सकेको छैन र तत्काल पाउने सम्भावना पनि देखिँदैन।

पोखरामा रेडियो नेपालको क्षेत्रीय प्रसारणको राम्रै प्रभाव भएकाले यसले एफएमलाई अर्को असर पुऱ्याएको छ। प्रायजसो सरकारी विज्ञापनहरू क्षेत्रीय प्रसारणले प्राप्त गर्ने गर्छ। सानो बजार भएको पोखरामा यी एफएमहरू स्थायित्वका लागि संघर्षरत छन् र सबै एफएम संस्थाहरू घाटामा नै छन् अहिलेसम्म। यसको असर रेडियोकर्मीलाई पनि परेको छ। उनीहरूले उचित पारिश्रमिक पाउन सकेका छैनन्। अझ केहीले त ४/५ महिनासम्म बिनापारिश्रमिक काम गरेपछि मात्र पारिश्रमिक पाउने गरी नियुक्त भएका छन्। अर्कोतिर एफएम कार्यक्रम सञ्चालन गर्न रुचि हुनेहरू आफैँले समय किनेर कार्यक्रम चलाउने गरेका छन्। विज्ञापन उठाउने कुनै अनुभव नभएका र व्यक्तिहरूले आफ्नो खल्तीको पैसा लगाएर भए पनि एफएममा बोल्ने आफ्नो धोको भने पूरा गरेका छन्।

दाङ, चितवन, विराटनगर र इटहरीका एफएम स्टेसनहरू हालैमात्र प्रसारण आरम्भ भएकाले यिनीहरूको स्थिति हेर्न बाँकी नै छ। कान्तिपुर एफएमको भेंडेटारस्थित रिले स्टेसनको कारणले पूर्वाञ्चलमा यसको प्रभाव बलियो छ। यस भेगका एफएमले कान्तिपुर एफएमसँग दबो प्रतिस्पर्धा गर्नुपर्ने देखिन्छ।

मुख्यगरी राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय र बहुराष्ट्रिय कम्पनीलगायत स्थानीय स्तरका उद्योगका उत्पादनको प्रचार-प्रसार गर्ने उपयुक्त माध्यमका रूपमा यी एफएमहरू देखा परेका छन्। त्यसपछि सेवामुखी व्यवसायजस्तै स्कुलमा भर्ना, कम्प्युटर कक्षा, ल्याड्वेज कक्षा, कोचिङ कक्षा, स्वास्थ्य सेवा, होटल सेवा इत्यादिका विज्ञापनहरू एफएम रेडियोबाट प्रसारित हुने गरेका छन्। सरकारी सूचनाहरू, अन्य संघ-संस्थाका जरुरी सूचनाहरू पनि यी रेडियोमा प्रसारित भएको पाइन्छ। बधाई, शुभकामना, समवेदना, मानिस हराएको सूचना, सामान हराएको सूचनाजस्ता व्यक्तिगत सन्देशका लागि पनि एफएम रेडियो

उपयोगी बनेको छ। नयाँ वर्ष, दशैं, तिहारजस्ता चाडपर्वमा शुभकामना विज्ञापन एफएम रेडियोलाई प्रशस्तै प्राप्त हुने गर्छ। यसबाहेक उद्योग, प्रतिष्ठान, सेवामूलक व्यवसाय र अन्य सामाजिक संस्थाले कार्यक्रमहरू प्रायोजन गर्ने गरेको पाइन्छ।

जे होस् यी रेडियोहरूले हाल खासै व्यापार गर्न सकेका छैनन्। लगानीकर्ताहरूको अन्य व्यापार व्यवसाय पनि भएकाले त्यताको मुनाफा यता स्थानान्तरण गरेर नै भए पनि एफएमलाई आड दिने संभावना भने देखिन्छ।

रेडियो कार्यक्रम

एफएम स्टेसनहरू सबैले नै मनोरञ्जनलाई प्राथमिकतामा राखेका छन् र अधिकांश समय 'मनोरञ्जन' को नाउँमा गीत नै प्रसारण गरिरहेका छन्। रेडियो लुम्बिनी र रेडियो मदनपोखराबाट हिन्दी र अंग्रेजी गीत प्रसारित हुँदैनन्। पोखराका एफएमहरूले नेपाली, अंग्रेजी र हिन्दी तीनै भाषाका गीत प्रसारण गर्दछन्। त्यसो त गुरुङ, नेवार जस्ता भाषाभाषीका गीतहरू पनि आकल-झुकल बजेको पाइन्छ।

मनोरञ्जनबाहेकका अन्य कार्यक्रममा समाचारमूलक कार्यक्रम प्रमुख छन्। रेडियो नेपालको बिहान ७ बजेको समाचार सबै रेडियोले प्रसारण गर्छन्। समाचारसम्बन्धी हरेक रेडियोको आफ्नै कार्यक्रम पनि छ। काठमाडौँबाट प्रकाशित दैनिक अखबारका प्रमुख समाचार पढिने कार्यक्रम सबैजसो एफएममा छ। यसका लागि माछापुच्छ्रे र मनकामना एफएमले काठमाडौँको कम्प्युनिकेशन कर्नरले तयार पारेको "कायाकैरन" प्रसारण गर्छन्। रेडियो लुम्बिनी र हिमचुली एफएमसँग काठमाडौँको रेडियो सगरमाथाको "पत्रपत्रिकाको सँगालो" भन्ने कार्यक्रम छ। रेडियो अन्नपूर्णले काठमाडौँका अखबारहरूका प्रमुख समाचारको कटिड, फ्याक्समार्फत् सबै प्राप्त गरी प्रसारण गर्दछ। पोखरा एफएमले काठमाडौँको कान्तिपुर एफएमको कान्तिपुर डायरीलाई नै रिले गर्ने चाँजोपाँजो मिलाउँदैछ। यी एफएमहरूमा स्थानीय अखबारका मुख्य समाचार पनि प्रसारण गरिन्छ। केही एफएम स्टेसनमा बीबीसी र भ्वाइस अफ अमेरिकाका नेपाली सेवाका कार्यक्रम प्रसारण गर्ने योजना रहे पनि श्री ५ को सरकारले स्वीकृति दिइनसकेकाले उक्त योजनाले मूर्तरूप लिन सकेको छैन। समाचारबाहेक छलफल र बहसमूलक कार्यक्रम पनि सबैजसो एफएममा रहेका छन्।

यस किसिमका कार्यक्रममा समसामयिक घटना र गतिविधिका साथै सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, धार्मिक, ऐतिहासिक विषयका विभिन्न पक्षहरूलाई समेट्ने गरेको पाइन्छ। रेडियो मदनपोखराका कार्यक्रमहरू विशुद्ध ग्रामीण परिवेशका छन्। मारुनी नाचका गीत, भजन, चुडका इत्यादि यस रेडियोका खास विशेषताहरू हुन्। सबैजसो रेडियोले श्रोताको सहभागितालाई प्राथमिकतासाथ लिएको पाइन्छ। श्रोताहरूले गीत

अनुरोध, आफन्तलाई गीत समर्पण र आफन्तलाई शुभेच्छा प्रकट गरेको यी रेडियोमा सुन्न पाइन्छ। पोखरामा यस किसिमको सहभागिता फोन र पत्र दुवैमार्फत हुने गरेको छ। श्रोता सहभागिता बढाउनका लागि रेडियोले क्वीजलगायतका अन्य मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रम पनि समावेश गरेका छन्। यी कार्यक्रममा सहभागी भई सफल हुने श्रोतालाई पुरस्कारसमेत व्यवस्था गरिएको पाइन्छ।

विभिन्न रेडियो स्टेसनले स्थानीय भाषाभाषीका कार्यक्रमलाई पनि स्थान दिएका छन्। रेडियो लुम्बिनीमा स्थानीय अवधि भाषाको कार्यक्रम छ। पोखराको हिमचुली र माछापुच्छ्रे एफएममा गुरुङ भाषाको कार्यक्रम छ भने नेवारी भाषाको कार्यक्रम मनकामना, माछापुच्छ्रे र पोखरा एफएमबाट प्रसारित हुन्छ। मनकामना एफएमसँग मैथिली भाषाको कार्यक्रम पनि छ। रेडियो लुम्बिनी र रेडियो मदनपोखराको प्रभाव शहरी इलाकामा अपेक्षाकृत कम नै छ। तर ग्रामीण भेगमा भने यी रेडियोका कार्यक्रमहरू लोकप्रिय छन्।

कार्यक्रम प्रस्तोता

सबैजसो एफएममा स्थानीय व्यक्तिहरू नै कार्यक्रम प्रस्तोताका रूपमा कार्यरत छन्। रेडियो अन्नपूर्णले भने काठमाडौँदेखि प्रकाश सायमीलाई बोलाएर स्टेसन म्यानेजर बनाएको छ। उहाँसँग काठमाडौँका अन्य केही व्यक्तिहरू पनि पोखरा भित्रिएका हुन्। रेडियो प्रस्तोताका रूपमा अन्य सबै एफएममा स्थानीय व्यक्तिहरूलाई नै रेडियोसम्बन्धी प्रारम्भिक तालिम प्रदान गरी कार्यक्रम प्रसारणमा संलग्न गराइएको हो। पोखराका एफएममा हडकडमा छुँदा रेडियो प्रसारणमा संलग्न भएका केही व्यक्तिहरू पनि कार्यक्रम प्रस्तोताका रूपमा कार्यरत छन्। तर समग्रमा भन्नुपर्दा रेडियो कार्यक्रम प्रस्तोताहरू दक्ष भइनसकेको अवस्था छ। विदेशी टीभी च्यानलसँगको सामिप्यताले श्रोताको मनोरञ्जन र सूचनाप्रतिको रुचिको तह बढाइएको छ। काठमाडौँका एफएम सुनेका श्रोताहरू यहाँका एफएमका कार्यक्रम फिका लाग्ने बताउँछन्। यद्यपि काठमाडौँकै एफएमको स्तरका विषयमा पनि प्रशस्तै बहसहरू भइसकेका छन्। जेहोस् श्रोताको अपेक्षाअनुरूपका कार्यक्रमहरू प्रसारण गर्न काठमाडौँबाहिरका एफएमले सकिरहेका छैनन्। एक त रेडियो प्रस्तोताहरू नै अभ्यासबाट सिक्दैछन् भने एफएमका लगानीकर्ताहरूले त्यसका लागि आवश्यक थप तालिम र अन्य सुविधा प्रदान गर्न सकिरहेका छैनन्।

रेडियोमा कार्यक्रम प्रस्तोताको रूपमा महिला र पुरुषको संख्या झन्डै बराबर छ। यसलाई सकारात्मक पक्षकै रूपमा लिनुपर्छ। रेडियोकर्मीका रूपमा बाहुन, क्षेत्री, नेवार, गुरुङ, मगर, थकालीजस्ता विविध जातिको सहभागिता भएको छ। स्थानीय छापा माध्यमको तुलनामा रेडियोमा जातीय विविधता बढी भेटिन्छ। तर मधेसी तथा दलित समुदाय भने रेडियोकर्मीका रूपमा अझै आउन सकेका छैनन्। रेडियो कार्यक्रममा

दलित, मधेसी, जनजाति, महिला, अपाङ्गजस्ता पिछडिएका वर्गका विषयमा कार्यक्रमहरू थोरै नै छन्। पोखराको हिमचुली एफएममा भने दृष्टिविहीनहरूले नै सञ्चालन गर्ने 'दृष्टि चेतना' नामको कार्यक्रम छ।

एफएमको प्रभाव

एफएम रेडियोको आगमनसँगै संगीतका क्षेत्रमा लाग्ने स्थानीय कलाकारहरूमा भने उत्साहको लहर छाएको छ। स्थानीय एफएमले स्थानीय कलाकारका गीतहरू धेरै बजाउने भएकाले उनीहरू उत्साही भएका हुन्। यसबाहेक साहित्य, कला, संस्कृतिलगायत समाजका अन्य विविध पक्षमा दखल भएको तर चर्चामा आउन नसकेका स्थानीय प्रतिभाहरूको उद्घाटन गर्नमा पनि यी रेडियोले विशेष भूमिका खेलेका छन्। विभिन्न औपचारिक गतिविधिबारे एफएम रेडियोबाट प्रसारित चर्चा परिचर्चाले यी कार्यक्रमलाई व्यापक बनाएका छन्। कतिपय कार्यक्रममा त प्रत्यक्ष प्रसारणसमेत गरेर श्रोतालाई ताजा जानकारी र सूचना पस्किन तत्पर छन्, यी एफएम स्टेसनहरू।

सबै रेडियो संस्थाले सञ्चालनपूर्व प्रारम्भिक सर्वेक्षण बजार अध्ययन आदि केही गरेका छैनन्। श्रोताहरूको चिठी र फोनको आधारमा नै उनीहरूको रुचि र कार्यक्रमको मूल्यांकन गर्ने गरेको पोखरा एफएमका कार्यक्रम निर्देशक सुवर्ण बज्राचार्य बताउनुहुन्छ। हाल पोखरामा प्रेमालाप गर्न सिकाउने फोन इन कार्यक्रमहरू सबै एफएममा छन् र ती कार्यक्रमहरू युवाहरूका बीचमा असाध्यै प्रिय पनि बनेका छन्। यस्ता कार्यक्रमहरू ती युवाहरूबीच जति लोकप्रिय छन् त्योभन्दा बढी अन्य प्रबुद्ध वर्गका लागि चिन्ताको विषय बनेको छ। एफएम कार्यक्रमहरू बढी उताउलो बन्दै गएकाले समाजमा विकृति आउने आशंका उनीहरूको छ। क्याम्पस र स्कुलका विद्यार्थीहरूले एफएम रेडियो साथमा लिएर हिँड्ने गरेको पनि देख्न पाइन्छ। यसले उनीहरूको पढाइमा पार्न सक्ने प्रभाव पनि सोचनीय नै छ।

रेडियो र छापाको सम्बन्ध

एफएम रेडियो सञ्चालनमा आउनुपूर्व नै यी शहरहरूमा अखबारहरू सञ्चालन भइरहेका थिए। रेडियो र छापा दुवै माध्यमहरू एकअर्कासँग कुनै न कुनै किसिमले सम्बन्धित छन्। यी दुई माध्यमहरूका उपभोगकर्ता, काम गर्ने सञ्चारकर्मी र विज्ञापन केही हदसम्म साझा हुन सक्छन्।

सबैजसो रेडियोले स्थानीय अखबारका प्रमुख समाचारहरू सबै प्रसारण गर्ने गर्छन्। समाचारसम्बन्धी रेडियोको आफ्नै कार्यक्रम पनि छ। यसका कारणले अखबारको विक्री घट्नुपर्ने हो। तर त्यसरी पत्रिकाको विक्री नघटेको यी स्थानका प्रकाशन संस्थाहरूको दाबी छ। रेडियोमा प्रमुख समाचारमात्र पढिने हुँदा यसले श्रोतामा सूचनाको

भोक जगाउँछ र उसलाई पढ्ने रुचि बढ्छ भन्ने तर्क छ उनीहरूको। त्यसो त रेडियोमा सुनेका समाचारलाई थप पुष्टि गर्न र अरुलाई देखाउन छापाकै मदत लिनुपर्छ। अर्को कुरा, रेडियोमा समाचार निश्चित समयमा मात्र प्रसारण गरिने हुँदा श्रोताले आफूले चाहेको समयमा समाचार सुन्न सक्दैनन्। त्यसैले वेफुर्सदी मानिसलाई रेडियोभन्दा अखबार नै बढी उपयोगी बनेका छन्। तर ग्रामीण भेगमा अशिक्षित र गरिब समुदायमा भने रेडियो नै प्रभावकारी देखिन्छ। किन भने रेडियोमा अखबारमा जस्तो हरेक दिन लगानी गर्नुपर्दैन र साक्षर हुन पनि पर्दैन।

रेडियोको आगमनले छापाको विज्ञापनमा खासै कटौती नभएको धारणा धेरैजसोको पाइयो। यस विषयमा नेपाल पत्रकार महासंघ रुपन्देही शाखाका सभापति विनोद पहाडी भन्नुहुन्छ- "एकातिर जति धेरै मिडिया भयो उति नै प्रतिस्पर्धा बढ्ने र विज्ञापन गर्ने प्रवृत्तिसमेत विकास हुन्छ भने अर्कातिर रेडियोमा प्रसारित विज्ञापन र अखबारमा प्रकाशित विज्ञापनको आ-आफ्नो प्रभाव क्षेत्र, महत्त्व र विशेषता छ।" पोखरामा भने एकैसाथ धेरै एफएम सञ्चालन भएकाले छापातर्फको विज्ञापनमा हल्का धक्का लागेको महसुस गरिएको छ।

यी एफएम रेडियोहरूमा पत्रपत्रिकामा काम गरिसकेर दक्ष बनि सकेकाहरू पनि आकर्षित भई रेडियोकर्मी बनेका उदाहरणहरू प्रशस्तै छन्। केहीले अझै पनि छापा र रेडियो दुवैमा काम गर्न भ्याएका छन् भने केहीले छापालाई पूर्णरूपमै छोडेर रेडियोमा लागेका छन्। छापाको अनुभवले उनीहरूलाई रेडियोमा काम गर्न केही हदसम्म सजिलो बनाएको छ। छापामा रहेको उनीहरूको स्थान अरु नयाँले ओगटेका छन् र छापामा पनि रिक्तताको अनुभव भने गरिएको छैन।

निष्कर्ष

स्थायित्वतर्फ अग्रसर रहेका यी रेडियो संस्थाका अगाडि प्रशस्तै चुनौतीहरू रहेको निर्विवाद छ। मुख्य रूपमा एकातिर समाजप्रतिको दायित्व छ भने अर्कातिर राम्रो व्यापार गरेर स्टेसन चलाउनुका साथै मुनाफा पनि आर्जन गर्नु छ। यी दुवै पक्षलाई सन्तुलित बनाई संस्थालाई अगाडि बढाउनेतर्फ सञ्चालकको ध्यान जानु जरुरी छ। सस्ता लोकप्रियता दिने कार्यक्रमलाई बढावा नदिई वृहद हित हुने खालका कार्यक्रमलाई प्रवर्द्धन गर्न सकेमा संस्थालाई दूरगामी फाइदा हुन्छ।

एफएम रेडियो स्थानीय क्षेत्रमा बलियो पकड भएको सञ्चारको सशक्त र प्रभावकारी माध्यम भएकाले जनजाति, दलित, महिला, मधेसी, अपाङ्ग इत्यादि पिछडिएका समुदायको उत्थान अभियानमा यसले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ भन्ने मान्यता नयाँ होइन। तर पनि काठमाडौँमा एफएम रेडियो प्रसारण झन्डै ७ वर्षको अवधिमा यसतर्फ ठोस उपलब्धि केही हुन सकेको छैन। काठमाडौँबाहिरका एफएमको अवस्था

पनि त्योभन्दा भिन्न छैन । यी उपेक्षित समुदायका संघ-संस्थाका प्रतिनिधि र रेडियोका व्यक्तिबीचको आपसी समझदारी हुन सकेमा निश्चय नै यसतर्फ केही सुधार हुने आशा गर्न सकिन्छ ।

काठमाडौंमा एफएमले नेपालभाषाका गीतहरू प्रसारण गर्न थालेपछि यस भाषाका गीति एल्बम निकाल्ने होड नै चलेको थियो र यो अद्यापि कायमै छ । काठमाडौंबाहिरका यी एफएमले पनि स्थानीय भाषाभाषीका गीतलाई उचित स्थान दिने गरेमा ती भाषाको गीतको भण्डारमा वृद्धि हुने थियो । एकभन्दा बढी रेडियो स्टेसन भएका पोखराजस्ता शहरमा एफएम संस्थाहरूबीच विद्यमान शत्रुभाव त्यागी आपसमा छलफल र समझदारी कायम गरी साभ्ना समस्याको समाधान निकाल्न सकेमा नै सबैको हित हुन सक्छ ।

सरकारी पक्षबाट एफएम रेडियोलाई राजस्व असुल्ने साधनका रूपमा त लिइएको छ तर यसलाई सहयोग गर्नेतर्फ भन्दा अंकुश लगाउनेतर्फ नै सरकारी पक्ष लागेको महसुस हुन्छ । हरेक हप्ताको कार्यक्रम विवरण एक हप्ताअगाडि नै मन्त्रालयबाट स्वीकृत गराउनुपर्ने प्रावधान झन्झटपूर्ण नै छ । एफएम स्टेसनले आफ्नो प्रसारणको २५ प्रतिशत समय रेडियो नेपालको कार्यक्रम प्रसारण गर्नुपर्ने र त्यसबापत रेडियो नेपाललाई पैसा बुझाउने खालको नयाँ प्रावधान अगाडि आएको छ ।

एफएम रेडियोलाई निर्बाध रूपमा समाचार तयार गरी प्रसारण गर्न पनि बाधा-व्यवधान खडा गरिएको छ । छापा पत्रकारिता प्रवर्द्धनका लागि सरकारी निकायका रूपमा प्रेस काउन्सिल अस्तित्वमा छ । तर रेडियोका लागि यस्तोखाले निकाय पनि छैन । त्यसैले बहुरेस काउन्सिललाई बृहद रूप दिई मिडिया काउन्सिलका रूपमा विस्तार गरी एफएम रेडियो प्रवर्द्धन गर्नु जरुरी छ । सरकारी पक्षबाट यसतर्फ गम्भीरताका साथ सोच्ने बेला आइसकेको छ ।

स्टुडियोमा माइक्रोफोनअगाडि बस्नुभन्दा पहिले रेडियो प्रसारकसँग जति सीप, ज्ञान र योग्यता हुनुपर्ने हो ती सबै कुराहरू एफएमका अधिकांश प्रस्तोतासँग छैन । यस्तो स्थितिमा सुधार ल्याउनका लागि प्रस्तोताका तर्फबाट कडा मेहनत, अध्ययन र लगनको खाँचो पर्छ भने एफएम रेडियोका लागनीकर्ताहरूका तर्फबाट प्रतिबद्धताको प्रसारणसम्बन्धी तालिम, पुनर्ताजगीय तालिम, कार्यशाला गोष्ठीजस्ता सीप बढाउने कार्यक्रमको व्यवस्था, अध्ययनका लागि पुस्तकालय, इन्टरनेट आदिको सुविधा, अध्ययन समयको सुविधाजस्ता कुरामा संस्थाले ध्यान पुऱ्याउने र प्रस्तोताले यी कुराहरूको बढीभन्दा बढी उपयोग गरी आफ्नो दक्षता वृद्धि गर्नेतर्फ लागेमा कार्यक्रमको स्तरमा वृद्धि हुन सक्छ । यसो भएको खण्डमा काठमाडौंबाहिरका एफएम कार्यक्रमहरू अझ बढी लोकप्रिय बन्नुका साथै एफएम संस्थाहरू स्थायित्वतर्फ अग्रसर हुन सक्छन् ।

