

राष्ट्रियता, मिडिया र राष्ट्रवाद

सीके लाल

सानो छँदा सुन्ने गरेको मैथिली गीतका केही पङ्क्तिहरू विर्सन सकिएको छैन ।^१ कहिलेकाहीं यी पङ्क्तिहरू हठात् मानसपटलमा आउँछन् । गुनगुनाउन मन लाग्छ । तर रोकिन्छु, सङ्कोचवश ।

अपना किशोरीजीके टहल बजेबै
हे हम मिथिलेमें रहबै
तजिदेबै सब सुख-आराम
हम मिथिलेमें रहबै
सागपात तोडि दिवस गमेबै
हे हम मिथिलेमें रहबै
अपना किशोरीजीके बेनिया डोलैबै
हे हम मिथिलेमें रहबै

अलिपछि, स्कूल पढ्न थालेदेखि हनुपर्दछ, एउटा संस्कृत श्लोक पनि कण्ठस्थ भयो: जननी जन्मभूमिश्च स्वर्गादपि गरियसी । माता र मातृभूमि स्वर्गभन्दा पनि प्यारो

^१ यो लेख मार्टिन चौतारीद्वारा २०६६ चैत १२-१३ मा काठमाडौंमा आयोजित 'मिडिया अनुसन्धान सम्मेलन २०१०' मा विशेष मन्तव्यको रूपमा प्रस्तुत गरिएको थियो ।

हुन्छ अरे । तर, मैथिली गीतमा भनिएको 'मिथिला' को व्यापकता कति छ ? जननीको आकार, स्वर र उपस्थिति प्रस्ट ठम्याउन सकिन्छ । जन्मभूमिको फैलावट कोठा, घर, अस्पताल, गाउँ, जिल्ला, क्षेत्र, राज्य, महादेश वा सम्पूर्ण पृथ्वीमध्ये कुन हो ? उत्तर स्पष्ट छैन । त्यसैले जन्मभूमि सम्भवतः, एउटा अवधारणा मात्र हो । प्रत्यक्ष प्रमाण भएको भौतिक एकाइ होइन ।

धर्म एउटा अवधारणा हो । त्यस अवधारणाको विस्तार वा प्रतिरक्षाका लागि ठूलाठूला युद्धहरू भएका छन् । प्रतिस्पर्धी अवधारणाहरूको उत्थान-पतन हुने क्रम अद्यापि रोकिएको छैन । अवधारणाको शक्ति अन्तरनिहित हुँदैन । त्यसलाई गाथा, संरचना एवं स्रोतको समायोजनबाट शक्तिशाली बनाइन्छ । राष्ट्र पनि अवधारणा हो । राज्य भने संरचनाले व्यवस्थित गरिएको हुन्छ । राष्ट्रियतालाई सामूहिक पहिचानको रूपमा स्वीकार गर्ने हो भने त्यस परिचयका अवयवहरू राज्यले निर्धारण गर्ने गर्दछ ।

राष्ट्रको उद्देश्य के हो ? यो अवधारणा कुन सिद्धान्त, दर्शन वा विश्वासमा आधारित छ ? राष्ट्र हुनुको प्रमाण के ? र, यसको कुनै औचित्य पनि छ वा छैन ? त्यस्ता प्रश्नहरू समान्यतया सोधिदैनन् । राष्ट्र हुनुलाई नै प्रमाणको रूपमा लिइन्छ । त्यसको औचित्य स्वतः सिद्ध मानिन्छ : छ, त्यसैले जरुरी पनि छ । र, राष्ट्रको उद्देश्य पनि कालान्तरमा राष्ट्र रही रहनुपर्ने सिद्धान्तका वरिपरि घुम्न थाल्दछ । सायद त्यसैले होला, राष्ट्र र राज्यलाई समानार्थी शब्दहरूको रूपमा हेर्न थालिएको । यस दृष्टिकोणले प्रत्येक राष्ट्र राज्य र हरेक राज्य अन्ततः एक एकीकृत राष्ट्र बन्नुपर्ने सोचलाई बढावा दिन्छ । राष्ट्रवादको अवधारणा यही मान्यताबाट उब्जिएको हुनुपर्दछ : जे छ त्यो राज्य हो भने राष्ट्र बन्नु पर्दछ । र, राष्ट्र हो भने त्यसले आफ्नो राज्य स्थापित गर्न सक्नुपर्दछ ।

राष्ट्र अवधारणा हो भने राज्य एउटा भौतिक एकाइ जसको भौगोलिक सीमा हुन्छ, अपेक्षाकृत स्वतन्त्र संरचनाहरू हुन्छन्, स्रोत हुन्छ, र उपयोगका संयन्त्र एवं साधनहरू हुन्छन् । त्यसैले प्रत्येक राज्य एउटा यस्तो 'राष्ट्र' बन्न चाहन्छ जो अवधारणा एवं संरचनाहरूको सम्मिश्रण होस्, परिवार जस्तै एउटा दिगो संस्था बनोस् । फ्रान्स, बेलायत, जर्मनी, जापान एवं चीन तथा अमेरिकाजस्ता महान कहलिएका सबै 'राष्ट्रहरू' राज्यलाई संस्थागत गरेर बनेका हुन् । इजरायल एवं पाकिस्तान जस्ता 'राष्ट्रहरू' सामान्य अर्थका राष्ट्रहरूका लागि राज्य स्थापना भएपछि उत्पन्न भएका हुन् । उपनिवेशहरू स्वतन्त्र भएपछि स्थापित भएका राज्यहरू भने धेरैजसो 'राष्ट्र' बन्ने अभै सङ्घर्ष गरी नै रहेका छन् ।

उद्धरण चिह्नभित्र प्रयोग भएको 'राष्ट्र' शब्द राष्ट्रियतासँग सम्बद्ध हो भने सामान्य राष्ट्र शब्दले राष्ट्रवादको भाव उत्पन्न गराउँछ, भन्ने धारणा यस प्रस्तुतिको आधार रहेको छ। राष्ट्रियता एउटा सकारात्मक, उद्देश्यमूलक एवं ऐक्यबद्धता बढाउने अवधारणा हुन सक्दछ, भने, राष्ट्रवाद अहङ्कार, वैमनस्य एवं नकारात्मकता उत्पन्न गराउने भाव हो भन्ने आग्रहलाई मिडियाले कसरी ग्रहण गरिरहेको छ, त ? यो प्रश्न पनि सामान्यतः उठाउने गरिँदैन। तर राष्ट्रवाद नियन्त्रण एवं राष्ट्रियता प्रवर्द्धनमा सञ्चारमाध्यमहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण ठहरिन सक्दछ।

एक पटक अब फर्केर माथिको मैथिली गीतको व्याख्यातिर जाऔं। गीतको भाव के हो भने आफ्नो 'किशोरीजी' अर्थात् छोरी (दुनियाँ भरका हिन्दूहरूका लागि जगत जननी जानकी आमा हुन्। तर मिथिलामा उनको किशोरी अर्थात् छोरी रूपको पूजा हुन्छ) हेरविचार गर्छु, तर म (गायक, गायिका वा समूह) मिथिला मै बस्छु। मिथिला भूभाग हो। यस क्षेत्रको चौहद्दी घटबढ भइरहेको भए तापनि स्पष्ट छ, किशोरीजी भने अवधारणा-प्रतीक छन्। उनी पृथ्वीपुत्री भएकाले सबैका आत्मजा हुन्। गीतमा मिथिलामै बस्नुको उद्देश्य किशोरीजीको सेवालाई बनाइएको छ। अवधारणाको प्रमुखता छ। पात्रको समर्पण अवधारणाप्रति छ। तर सँगसँगै अवधारणा अर्थात् 'किशोरीजी' मिथिलाको भौतिकतासँग यसरी गाँसिएको छ कि अन्त कतै बसेर उनको 'टहल टिकोरा' गर्न सम्भव छैन। राष्ट्रियता यसरी अवधारणा एवं संरचनाको सम्मिश्रण भएर आउँदछ र गीतमार्फत कम्तीमा एक हजार वर्षदेखि सार्वजनिक सम्झनामा रहिरहन्छ।

राष्ट्रियता प्रवर्द्धनका लागि के यो प्रारूप प्रयोग गर्न सकिन्छ ? सायद त्यो सम्भव छ। तर, त्यसका लागि अर्थ राजनीतिक प्रयत्न मात्र पर्याप्त हुँदैन। सांस्कृतिक सक्रियता पनि जरुरी छ। कुनै बेला सांस्कृतिक सक्रियता गीत, चित्रकला, रङ्गमञ्च एवं खिस्सा पेहानीमार्फत मात्र सम्भव हुने गर्दथ्यो। समसामयिक परिवेशमा सांस्कृतिक गतिविधि पनि सञ्चारमाध्यममार्फत हुन थालेको छ। त्यसैले राष्ट्रियता भाव प्रवर्द्धनका लागि सञ्चारमाध्यमहरूको भूमिका महत्त्वपूर्ण बन्न पुगेको हो। तर अलिकति ध्यान दिएर हेर्ने हो भने नेपालका सञ्चारमाध्यमहरू राष्ट्रियता प्रवर्द्धनभन्दा राष्ट्रवादलाई बढावा दिने मनस्थितिमा रहेका देखिन्छन्। सम्भवतः सञ्चारमाध्यमहरूको जस्तो खाले अवधारणा एवं संरचना नेपालमा संस्थागत गर्ने प्रयत्नहरू भएका छन्, त्यो अन्तर्निहित रूपले राष्ट्रवाद उन्मुख छ। नेपालका सञ्चारमाध्यमहरूलाई राष्ट्रवादबाट राष्ट्रियता भावतिर मोड्न विचार निर्माणको ठूलै हस्तक्षेप आवश्यक पर्न सक्दछ।

मिडिया र प्रेस

चलनचल्तीको अभ्यासमा मिडिया र प्रेस दुवै अभिव्यक्तिलाई नेपाली भाषामा सञ्चारमाध्यम नै भन्ने गरिन्छ। मान्यता के छ भने प्रेसले छापा माध्यमलाई जनाउँछ तर मिडिया भनिसकेपछि त्यसले श्रव्य दृश्य सञ्चारमाध्यमहरूलाई पनि समेट्छ। यो व्याख्या असङ्गत लाग्दैन। तर व्यावहारिक रूपले हेर्दा मिडियालाई प्रेसको विस्तारित रूप मात्र भनेर पुग्दैन। प्रेस अभिव्यक्तिले एक किसिमको जिम्मेवारीबोधको अर्थ बोकेको छ। मिडिया भने बजारको एउटा अवयव जस्तो देखिन्छ। प्रेस राज्यको चौथो अङ्ग हो; कार्यपालिका, विधायिका एवं न्यायपालिका अन्य तीन अवयव भएजस्तै। राज्यको तीन अङ्गको सञ्चालनका लागि राजश्व खर्च हुन्छ। चौथो अङ्गले भने आफ्नो अस्तित्व एवं स्वतन्त्रता आफैँ सुनिश्चित गर्नुपर्ने हुन्छ। सार्वजनिक हितप्रति समर्पित सञ्चारकर्मी एवं उद्यमी भए मात्र प्रेसले आफ्नो दायित्व निर्धक्कसँग पूरा गर्न सक्दछ। बजारको बोलवाला भएको अवस्थामा त्यो सम्भव देखिँदैन। सम्भवतः मिडियाको प्रादुर्भाव बजारको दबाबले गर्दा अवश्यम्भावी बन्न पुगेको हो।

प्रेसमा उपभोक्ताको प्रत्यक्ष सहभागिता एवं महत्त्व रहन्छ। मिडिया भने बजार संयन्त्रबाट नियन्त्रित हुन्छ। पाठक, श्रोता वा दर्शकको आर्थिक अवस्थाबाट मिडिया मुक्त हुन्छ। उसको आयको मुख्य स्रोत विज्ञापन हो। त्यसैले मिडिया उपभोक्ताप्रति नभएर उत्पादकप्रति जवाफदेही हुन्छ, विज्ञापनदाताहरूको हितप्रति समर्पित हुन्छ। त्यसकारण मिडिया राज्यको चौथो अङ्ग नभएर संस्थापनको चौथो अङ्ग हो। र, सुरक्षा संयन्त्र, पुँजी बजार एवं व्यवस्थापक दलाल सञ्जालले बनेको संस्थापनको चौथो अङ्ग मिडिया हुने गर्दछ। राज्यको चौथो अङ्ग भएकाले प्रेसका लागि राष्ट्रियता महत्त्वपूर्ण हुन्छ। संस्थापनको चौथो अङ्ग मिडियाले भने राष्ट्रवादलाई बढी उपयोगी ठहराउने गर्दछ।

यो तर्क बेगरको निष्कर्ष जस्तो लाग्न सक्छ। तर अन्तर्राष्ट्रिय अनुभवहरूले समेत के देखाएका छन् भने प्रेस स्वतन्त्रता विस्तारित हुँदै जाँदा प्रवेशका बाधाहरू भत्किन्छन्। समाचारकर्मीहरू माझ प्रतिस्पर्धा हुन थाल्दछ। र, नाफा होइन कि गुजाराका लागि समेत सञ्चारमाध्यमहरू यथास्थितिलाई प्रश्नको घेरामा राख्नुको साटो त्यस्ता भावहरूलाई भजाउनेतिर उन्मुख हुन थाल्दछन्। यस परिस्थितिमा प्रेस सुस्तरी संस्थापनको मिडियामा रूपान्तर हुन थाल्दछ। र, संवाद एवं सहमति निर्माणको माध्यमको साटो द्वन्द्व बढाउने अस्त्रमा रूपान्तरित हुन पुग्दछ। रुवाण्डाको हुतु-तुत्सी सङ्घर्ष बढाउनमा मिडियाले खेलेको भूमिकाबारे प्रशस्त बहस भएको छ। नेपालकै सन्दर्भमा पनि ऋतिक रोशन वक्तव्यको

अफवाह वा इराकमा नेपालीहरू मारिएपछि काठमाडौँमा देखिएको प्रतिक्रियालाई हेर्न सकिन्छ। यस्तो खाले प्रतिक्रिया प्रेसले राज्यको चौथो अङ्गको साटो संस्थापनको चौथो अङ्गका रूपमा काम गरेकाले बढ्यो। सञ्चारमाध्यमहरू संयमित हुने वातावरण बन्नासाथ आवेगको आगो घट्ने क्रम सुरु भयो।

संवादकर्मी अर्थात् प्रेस एवं मिडियाको भूमिकामा देखा पर्ने सञ्चारकर्मी छापा वा श्रव्यदृश्य माध्यममध्ये जता पनि हुन सक्दछन्। संवादकर्मीले द्वन्द्व न्यूनीकरण गर्ने पत्रकारिता गर्छ। सञ्चारकर्मी मात्र पत्रकारिता गर्दछ। स्वाभाविक हो, सञ्चारकर्मले सामाजिक परिवर्तनको कार्यसूचीलाई अगाडि बढाउन सक्दैन। भारतीय टेलिभिजनदेखि सिनेमासम्म राष्ट्रवादको बोलवाला देखिनु वा अमेरिकीदेखि बेलायतीसम्मका मिडियाहरू राष्ट्रवादी हुनु संयोग मात्र होइन। मिडियाको अवधारणा नै राष्ट्रवादसँग जोडिएकाले गर्दा त्यसो भएको हुनुपर्दछ।

यहाँनै प्रश्न उठ्छ : त्यसो भए के राष्ट्रियता प्रवर्द्धनको जिम्मेवारी सुम्पन मिडियालाई पुनः प्रेस नै बनाउनुपर्छ ? सके त त्यसो गर्न पाए हुन्थ्यो। सर्वहाराको अधिनायकवाद स्थापित गर्न चाहनेहरूको मान्यता यस्तै हुन्छ : कलम, माईक वा क्यामेरा समातेका सांस्कृतिक सिपाहीहरूले बन्दुक बोक्ने लडाकाहरू जस्तै क्रान्तिकारी, अग्रपङ्क्तिका हुकुम तामेली नगरेसम्म 'नयाँ समाज' बन्न सक्दैन। तर बहुलता एवं विविधता भएको समाजमा त्यस्तो सजिलो विकल्प उपलब्ध हुँदैन। भएको संरचनालाई प्रयोग एवं परिमार्जनको प्रक्रियाबाट सुधारोन्मुख बनाउने निरन्तर प्रयत्न चलिरहनुपर्दछ। सुन्नेलाई त्यस प्रकारको उपाय समाधान भन्दा पनि कोरा आदर्शको उपदेश जस्तो लाग्न सक्दछ। हुन पनि मिडियामा जति नै विस्तार भएको जस्तो देखिए पनि एउटा र अर्को अखबार, एउटा वा अर्को टेलिभिजन र त्यस्तै एक र अर्को एफएम रेडियोबीच राष्ट्रवादको मुद्दामा खासै भिन्नता भेटिँदैन। सबैको मान्यता एउटै देखिन्छ : जे छ, त्यो सर्वोत्तम हो, र पूर्खाहरूको बखान गरे राष्ट्र बलियो हुन्छ। त्यसो हुँदाहुँदै पनि विध्वंस बेगर विचारको आधारमा राष्ट्रवादलाई राष्ट्रियताउन्मुख गराउने प्रयत्न भने गर्न सकिन्छ। अब त्यस्तो विश्वासका कारणहरू एवं सम्भाव्य उपायहरूबारे छोटकरी चर्चा गर्ने बेला भयो।

मिडिया र राष्ट्रियता

मिडियाको प्राथमिक काम सूचना एवं जानकारी उपलब्ध गराउनु, घटना र परिस्थितिको व्याख्या गर्नु एवं मनोरञ्जन गर्नु हो भन्ने मान्यता सर्वस्वीकार्य बनिसकेको छ। मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरू पनि सामाजिक वा राजनीतिक

अवस्थालाई अर्थ्याउने, प्रस्ट्याउने वा व्याख्या गर्ने आग्रहपूर्ण प्रस्तुतिहरू हुन सक्दछन् । त्यसैले 'मिस नेपाल' प्रतिस्पर्धाको प्रत्यक्ष प्रसारण वा डब्ल्युडब्ल्यूएफ कुस्ती प्रतियोगिताले स्वतन्त्र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता उपभोग गर्न पाउँछन् वा पाउँदैनन् भन्ने कुरामा कहिलेकाहीं विवाद हुने गर्दछ । एक थरीको तर्कअनुसार जुन मुलुकमा आधा जनसङ्ख्यालाई आड ढाक्न त्यसै पनि धौ-धौ छ, त्यहाँ फेसन टिभीलाई प्रसारणको सुविधा प्रदान गर्नु अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रतारूपी आधारभूत अधिकारको रूपमा अर्थ्याउन मिल्दैन । फेसन टिभीले प्रसारण गर्ने सम्पन्नताको नग्नताले कुनै पनि सार्वजनिक हित प्रवर्द्धन गर्दैन, त्यसैले सरसर्ती हेर्दा त्यस्ता प्रसारकहरूलाई अधिकारको सुविधा उपलब्ध गराउन असङ्गत लाग्न सक्दछ । तर नैतिकताको परिभाषा एवं व्याख्याका आधारमा आधारभूत मानवाधिकारबाट वञ्चित गर्दै जाने हो भने कुनै बेला त्यस्तो सङ्कुचनले अन्य मौलिक अधिकारलाई समेत खाइदिन सक्छ । त्यसैले उग्र राष्ट्रवादको नग्नताले समेत ठाडै हिंसा वा घृणाको राजनीतिलाई नअँगालेसम्म त्यसलाई निषेध गर्न सकिँदैन, उपयुक्त पनि हुँदैन । त्यसको साटो बरु मिडियालाई पनि राष्ट्रियता निर्माण एवं प्रवर्द्धनतिर उन्मुख गराउने उपायहरूको खोजी हुनुपर्दछ ।

भनिन्छ, तीव्र सामाजिक परिवर्तन, आन्तरिक सङ्कट वा बाह्य चुनौती सामना गरिरहेको राज्य-राष्ट्रमा मिडियाले कम्तीमा तीन किसिमले राष्ट्रियता मजबुत गर्न सघाउन सक्दछन् । पहिलो, तिनले राष्ट्रिय विभूतिका गाथाहरूको महिमालाई स्थापित गर्न सक्दछन् । दोस्रो, मिडिया राष्ट्रिय प्रतीकहरूको महत्त्वलाई उजागर गर्न सघाउन सक्दछन् । र, तेस्रो तर सबभन्दा महत्त्वपूर्ण जिम्मेवारी के हो भने राष्ट्रिय एकता भल्काउने राज्य कर्मका यज्ञहरू (जस्तै: स्वतन्त्रता दिवस वा राष्ट्रिय निर्वाचन) को केन्द्रीय भूमिकालाई स्थापित गर्ने प्रयत्न गर्न सक्दछन् । यसका साथै विभिन्न धर्म, संस्कृति, जातजाति, जनीयता (एथनिसिटी) एवं क्षेत्रीयता भावका बीच पुलको काम गर्ने जिम्मेवारी पनि मिडियाले धेरै ठूलो प्रयत्न नगरी पनि निर्वाह गर्न सक्दछ । राष्ट्रियता मजबुत गर्न जे उपयुक्त हुन्छ, त्यही राष्ट्रियता निर्माण एवं प्रवर्द्धनको बाटो पनि हो । फरक के मात्र हो भने, निर्माणाधीन राष्ट्रियताका विभूति, प्रतीक एवं राष्ट्रिय राज्य यज्ञहरूको छनोटमा भने सावधानी अपनाइनुपर्ने हुन्छ । राजनीतिका महानायक गिरिजाप्रसाद कोइरालाको अन्त्येष्टीसँग सम्बद्ध मिडिया सामग्री राष्ट्रवाद भन्दा राष्ट्रियता बलियो पार्ने किसिमको थियो भन्ने अनुभव धेरैलाई भएको हुनुपर्दछ । मिडिया सामग्रीले आक्रोशको साटो अवसाद एवं निराशाको ठाउँमा प्रतिबद्धताको खोजी गर्‍यो । यो अनुभवले के देखाउँछ भने आधा शताब्दी पुरानो गण्डक-कोशी वा

त्यसभन्दा अघिको सुगौली सन्धि मुद्दालाई च्यापेर सडकमा पोखिने गरेको राष्ट्रवाद बहुलवादी नेपालको राष्ट्रियता निर्माणमा संलग्न हुन सक्षम छ। तर त्यसका लागि नयाँ विम्ब, व्यक्ति, प्रतीक, गाथा, व्याख्या एवं अर्थपूर्ण सन्देशहरूको खोजीमा भने अन्य संस्कृतिकर्मीहरूले मिडियालाई सघाउन सक्नुपर्दछ।

मिडियाले राष्ट्रवादलाई बढावा दिने तरिका भने 'हामी' र 'अरू' को परिभाषा निर्माणमार्फत हो। 'अरू' ले हामीलाई खाइदिन्छन् भन्ने डर एक प्रकारको निरीहता हो, जुन कुरा निरर्थक आक्रमकतामा प्रकट हुन्छ, र, राष्ट्रिय हितलाई कमजोर तुल्याउँछ। नेपालको सन्दर्भमा 'भारतको भय' देखाएर सत्तालाई निरन्तरता दिनु कुनै बेला राणा र शाह खलकका लागि उपयोगी थियो होला। अब त्यो प्रत्युत्पादक बन्न पुगेको छ। आफ्नो हित रक्षाका लागि सचेत रहनु जरुरी छ, तर भारतीय खतराको हौवा फैलाएर प्रत्यक्ष हस्तक्षेप निम्तन सक्ने सम्भावनाप्रति भने सर्तकता अपनाउनुपर्ने हुन्छ।

'हामी' र 'अरू' विवादको सबभन्दा खतरनाक पक्ष भन्ने राष्ट्रभित्रकै विभिन्न सांस्कृतिक समूहहरूमा उत्पन्न हुनसक्ने अवहेलनाजन्य आक्रोश हुन सक्दछ। एकछिनलाई मानौं, गिरिजाप्रसाद कोइरालाको साटो रामवरण यादव सहरसा जिल्लाको टेडी वीरपुरमा जन्मेका भए के उनी जनकपुरमा जिन्दगी बिताएकै आधारमा कहिल्यै नेपालको राष्ट्रपति हुन सक्दथे? नश्लवादमा आधारित नेपालीपनको परिभाषाले राष्ट्रको बहुसङ्ख्यक जनसङ्ख्यालाई अनावश्यक शङ्काको घेराभित्र राखेको छ। मैथिल, मारवाडी वा बङ्गाली तथा नेपाली जस्ता सांस्कृतिक पहिचानहरू जन्मले पाइने कुराहरू हुन्। नेपालीको राजनीतिक परिचय प्राप्त गर्न भने केही प्रयत्न गर्नुपर्ने हुन्छ। त्यस दिशामा मिडिया सहयोगी हुन सक्दछन्। आखिर *कान्तिपुर* दैनिकमा प्रकाशित सार्क माछा बचत संस्थाका सम्भाव्य ग्राहक मध्येसमा हुन सक्दछन्, मिनेसोटाका तथाकथित नेपाली हुन सक्दैनन्। हामी (वी) र अरू (अदर्स) को छवि निर्माणमा मिडियाको भूमिकालाई अनन्यात्मक (एक्सक्लुजनेरी) बाट सामेली (अकमोडेटीभ) वा समावेशी (इन्क्लुसिभ) तर्फ उन्मुख गराउन किन गाह्रो हुँदैन भने तिनको दीर्घकालीन हित पनि नेपालीयताको भविष्यसँगै जोडिएको छ। राष्ट्रवादमा दीक्षा पाएका सञ्चारकर्मीहरूको सङ्घर्षताले गर्दा मात्र भारतीयमा 'इय' जोडिएकाले राष्ट्रिय एवं नेपालीय जस्ता अभिव्यक्तिहरूप्रतिको दुर्भाव देखिएको हो।

कहिलेकाहीँ सक्रिय नागरिक समाज समेत राष्ट्रियताको साटो राष्ट्रवादको प्रवर्द्धकमा परिणत हुन सक्दछ। भनिन्छ, जर्मनीको वाइमर गणतन्त्रमा प्रतिव्यक्ति मिडिया एवं स्वतन्त्र सङ्गठनहरूको उपस्थिति बाक्लो थियो। केही वर्षअगाडि

युगोस्लाभिया, रुवाण्डा वा बुरुण्डीमा गृहयुद्ध चर्किनुअघि मिडियाले अभूतपूर्व स्वतन्त्रताको अभ्यास गर्न पाएको थियो। तर 'हामी' र 'अरू' को सङ्घर्ष परिभाषाले गर्दा मानवीय विभीषिका व्यहोर्नुपर्ने अवस्था उत्पन्न भयो। रुवाण्डामा आरटीएलएम भन्ने रेडियो/टिभी स्टेसनले त प्रत्यक्ष रूपमा तुत्सी जनीय समूहलाई 'अरू'को रूपमा चित्रित गरेर 'हामी हुतुहरू' लाई हिंसामा लाग्न उक्साएको थियो। बजारको सिद्धान्तले त्यस्तो अतिवादलाई बढावा दिंदैन। त्यसैले केही प्रतिबद्ध प्रेसको तुलनामा मिडिया कहिलेकाहीं संयमलाई बढावा दिने संयन्त्र पनि बन्न सक्दछ। किनभने मिडियालाई नभई नहुने बजार विस्तारका लागि गरीब मुलुकहरूमा शान्ति अनिवार्य सर्त हो।

मिडियालाई घृणा र तिक्ततामा आधारित राष्ट्रवादको नकारात्मक भावबाट करुणा एवं सद्भाव उत्पन्न गराउने राष्ट्रियतातर्फ उन्मुख गराउन केही प्रवर्द्धनात्मक उपायहरू अवलम्बन गर्न सकिन्छ। जस्तै: सञ्चारकर्मीहरूलाई संवादकर्मीमा रूपान्तरण गर्नका लागि बहुसांस्कृतिक मञ्चहरूको सृजनाले विश्वासको वातावरण बढाउन मद्दत गर्न सक्दछ। समाचारकक्षको विविधता (न्यूजरुम डाइभिर्सिटी) बारे धेरै कुराहरू भएका छन् तर त्यसका लागि आवश्यक पर्ने पूर्वाधार सृजनामा अझै पर्याप्त ध्यान पुग्न सकेको छैन। काठमाडौँबाहिर वा अङ्ग्रेजी नबुझ्नेहरूका लागि पत्रकारिता तालिम अहिले पनि असम्भव जस्तै छ। काम गर्दागर्दै योग्यता बढाउन सक्ने सम्भावना मोफसलका पत्रकारहरूका लागि छँदैछैन भन्दा फरक पर्दैन। फलतः मिडियामा राष्ट्रियताको साटो राष्ट्रवादलाई बढावा दिनेहरूको विगबिगी छ।

राष्ट्रवादको आकर्षणका पछाडि केही अन्य कारणहरू पनि छन्। सांस्कृतिक राष्ट्रवादको साटो राजनीतिक राष्ट्रियतालाई बढावा दिने कुरामा प्रायः आचारसंहिता मौन रहने गर्दछ। राष्ट्रहितलाई सांस्कृतिक विशिष्टतासँग जोड्ने भाव व्यापक छ। जापानीले औपचारिक कार्यक्रममा पश्चिमा लुगा लगाउँछन् भन्ने कुरा भन्दा भुटानीहरूले संयुक्त राष्ट्र सङ्घमा भाग लिन जाँदा समेत राष्ट्रिय पोशाक पहिरेन्छन् भन्ने दृष्टिकोण मिडियामा बढी फैलिएको छ। त्यसका पछाडि विशिष्ट प्रतिको मोह (एट्रेक्सन अफ द एक्जोटिक) पनि हुन सक्छ।

केही संरचनागत बाध्यताहरूले गर्दा पनि राष्ट्रवाद, मिडियाकर्मीहरूका लागि स्वाभाविक दृष्टिकोण (डिफल्ट पोजिसन) भइदिन्छ। कडा समयसीमाको दबाव (डेडलाइन प्रेसर), सन्दर्भ सामाग्रीको अभाव, राजनीतिक परिवेशजन्य पूर्वाग्रह, बजारको प्रतिस्पर्धा एवं सूचनाका स्रोतहरूको पक्षधरताले गर्दा मिडियाकर्मीहरू आफ्ना लक्षित पाठक, श्रोता वा दर्शकहरूका पूर्वाग्रहलाई

चुनौती दिनबाट हच्कदिन्छन् । तिनलाई समाजमा व्याप्त प्रवृत्तिलाई नै बलियो बनाउन सजिलो लाग्न थाल्दछ । त्यसैले मिडियाको प्रभाव नयाँ बाटो पहिल्याउनुको साटो यथास्थितिलाई मजबुत तुल्याउने (रिइन्फोर्सिङ्ग बायसेज) काममा केन्द्रित भइदिन्छ ।

मिडियाका पहरेदारहरूको भूमिकाबारे केही कुरा नगरी राष्ट्रवादको व्यापकतालाई समग्रतामा बुझ्न सकिँदैन । नयाँ पुस्ताका केही प्रयोगधर्मी सञ्चारकर्मीहरूको उदयका वावजूद प्रायः मिडिया उपक्रमहरूमा राष्ट्रवादको पञ्चायती पाठ पढेर हुर्केकाहरूको बोलवाला छ । तिनका लागि बहुलताको कुरा गर्नु राष्ट्रघात सरह हो । त्यसैले जति उपाय सुझाइए पनि रातारात नेपाली मिडिया नेपालीय प्रेस बन्न सक्दैन । सञ्चारकर्मीहरूलाई संवादकर्मीमा रूपान्तरण गर्न समय लाग्नेछ । प्रयत्न भने सुरु गरिनुपर्दछ किनभने राष्ट्रवादलाई राष्ट्रियतातर्फ उन्मुख गराउन सकिएन भने नेपालको सार्वभौमिकता, अखण्डता एवं स्वायत्तताबारे आशवस्त हुन सकिँदैन ।

राष्ट्रियताका लागि संवादकर्मी

नबुझेलाई बुझाउन गाह्रो भए पनि असम्भव भने छैन । मिडियाका सञ्चारकर्मीहरूले सजिलोका लागि राष्ट्रवाद अँगालेकाले तिनलाई राष्ट्रियताप्रति उत्प्रेरित गराउन सजगता कार्यक्रमहरू सञ्चालन गरे पनि केही प्रभाव तत्कालै देख्न सकिन्छ । तर, आस्थाले नै राष्ट्रवाद अँगालेका अति दक्षिणपन्थी वा उग्र वामपन्थी पत्रकारहरूलाई भने राष्ट्रियताको महत्ताबारे सचेत गराउन गाह्रो छ ।

दक्षिणपन्थी एवं वामपन्थी दुवै थरीका लागि जनीयता सुविधाका लागि प्रयोग गरिने पहिचान हो । दक्षिणपन्थीहरूले अनेकतामा एकताको कुरा गरेर प्रभावशाली समुदायको पहिचानलाई राष्ट्रिय बनाउने प्रयत्न गर्दछन् । यस मान्यताअन्तर्गत प्रदर्शनीका लागि धोती-कुर्ता वा बख्खु लगाएर नाच गरे केही छैन । तर औपचारिक पोशाक भने लवेदा-सुरुवाल नै हुनुपर्दछ । त्यस्तो मान्यता तस्वीरको छनोट, समाचार शीर्षकको भाषा वा टेलिभिजन प्रस्तोताको भाव-भङ्गीमाबाट स्पष्ट भइरहेको हुन्छ । तर त्यस्तो नक्कली समावेशीताले परकीय भाव (सेन्स अफ अलिनिएसन) भन्ने तीव्र बन्न पुग्दछ । यो कुरा दक्षिणपन्थी राष्ट्रवादीहरूलाई बुझाउन कठिन छ ।

वामपन्थी राष्ट्रवादको समस्या भने बेग्लै हो । तिनका लागि वर्ग महत्त्वपूर्ण मुद्दा हो, जनीयता त बाधा मात्र । समस्या के भइदियो भने 'उपेन्द्र महतो मधेसी भए तापनि वा वर्षमान पुन मगर हुँदाहुँदै पनि' जस्ता व्याख्याहरूले एउटालाई

‘शोषक-सामन्त’ र अर्कोलाई ‘शोषित-पीडित’ श्रेणीमा राख्न सकिँदैन । जनीयताको काँचो शक्ति नेपालका माओवादीहरूले सबभन्दा बढी संवेदनशीलताका साथ ठम्याउन सकेका भए तापनि तिनले सुभाउने वा अभ्यास गर्ने गरेका सञ्चार अग्रसरताका उपायहरू दक्षिणपन्थी ‘विविधतामा एकता’ भन्दा खासै भिन्न छैनन् । प्रतिबद्ध सञ्चारकर्म (मिसन जर्नलिज्म) गर्ने पत्रकारहरूलाई राष्ट्रियता निर्माण एवं प्रवर्द्धनप्रति समर्पित संवादकर्मीमा रूपान्तरण गर्ने काम सजिलो छैन । जरुरी भने छ ।

सञ्चारकर्मीको दृष्टिकोणबाट हेर्दा जनकपुरमा एक जना मुसलमान महिलामाथि दुर्व्यवहार गर्ने मैथिल बाहुन पुरुष प्रहरीप्रति दर्शाइएको सार्वजनिक विरोधमा दमन हुनु पछौटेपन व्याप्त रहेको समाजमा अराजकता बढ्दै गएको समाचार हो ।^२ प्रतिबद्ध पत्रकारले सोही घटनालाई वर्गीय चेतनाको अभावको रूपमा अर्थ्याउन सक्दछन् । जुभारु पत्रकारहरूका लागि सरकारी अधिकारीको दुर्व्यवहार एवं प्रदर्शनकारीहरूको दमन दुवै सरकारको असफलताको प्रमाण हो । तीनैथरी व्याख्याले कतै न कतै राष्ट्रवादको तर्कको पृष्ठपोषण (सक्नेले चलाए मात्र सरकार प्रभावकारी हुन्छ) र राष्ट्रियता भावलाई कमजोर (एउटा व्यक्तिको व्यवहारले सिङ्गो समुदायलाई जनाउँदैन र सरकारको एउटा संयन्त्र निकम्मा हुँदैन) सरकारको स्वीकार्यता समाप्त हुँदैन) गरिरहेको हुन्छ । यस्तै वा योभन्दा पनि कठिन सङ्घटको घडीमा संवादकर्मीले राष्ट्रियता प्रवर्द्धनका लागि के गर्न सक्दछ ? यसबारे पर्याप्त मन्थन हुन सकेको छैन ।

संवादकर्मीले जनीय परिचयलाई लुकाउन जरुरी छैन । तथ्य हो, देखिनु पर्दछ । तर त्यसलाई ‘कारण’ वा ‘कारक’ को रूपमा सामान्यीकरण गर्नु वा त्यस्तो अर्थ लाग्न सक्ने अवस्थामा भने सतर्कता अपनाउन जरुरी हुन्छ । घटनाको तथ्यपरक विवरणलाई सत्य तथा न्यायप्रति उन्मुख गराउनु संवादकर्मीको जिम्मेवारी हुन जान्छ । त्यस्तै संक्रमण वा सङ्घट व्यहोरिरहेको समाजमा तथ्यको आगोमा पूर्वाग्रहको घ्यू थप्न जरुरी छैन ।

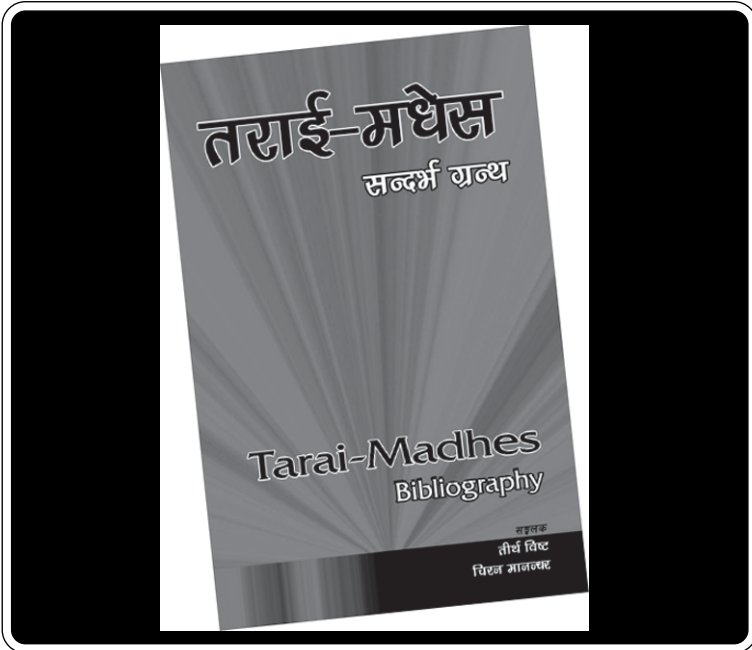
सञ्चारकर्मीले व्यापार र परोपकारका मुद्दाहरूलाई प्राथमिकता दिन्छन् । किनभने त्यसबाट पुँजीको प्रधानतारूपी मान्यता स्थापित हुन्छ । वारेन बफेट वा जर्ज सरोस जस्ताहरू पुँजीवादको प्रवर्द्धनका लागि अमेरिकी राष्ट्रपति बाराक ओबामाभन्दा कम प्रभावशाली छैनन् । प्रतिबद्ध पत्रकारहरूका लागि राजनीति नै सबभन्दा ठूलो मुद्दा हो । जुभारु सञ्चारकर्मीहरू नागरिक अधिकार एवं

^२ यो घटना २० मार्च २०१० को हो ।

जनजीविकाका सवालहरूमा संवेदनशील हुने गर्दछन्। संवादकर्मीहरूका लागि भने व्यापार, परोपकार, राजनीति एवं जनाधिकारका साथै जनीयता, धर्म, संस्कृति, पर्यावरण, प्रकोप न्यूनीकरण एवं नियन्त्रण तथा सीमान्तकृत एवं बहिष्कृतहरूको सम्मान पनि उत्तिकै महत्त्वपूर्ण मुद्दाहरू हुन्।

राष्ट्रवाद सम्भवतः एउटा युगको आवश्यकता थियो। खास गरेर नव-स्वतन्त्र मुलुकहरूमा सम्राज्यवादको विरोधका लागि राष्ट्रवाद एउटा प्रभावशाली उपाय भएको थियो। यद्यपि कहिले विदेशीहरूको गुलाम नभएको भनिएको नेपालमा राष्ट्रवाद पाखण्ड हुन पुगेको कुरा पनि बिसन मिल्दैन। तैपनि रगत उमाल्ने राष्ट्रगान, ऐक्यबद्धता दर्शाउने एकनासे पोशाक, एउटै भाषा, एकै किसिमको रहनसहन एवं एकरूप जीवनशैलीबाट उत्पन्न 'एकता' बजार विस्तार एवं शासनको सहजताका लागि सम्भवतः जरुरी देखिएको हुन सक्दछ। नेपालभरिका सबैले नेपाली बुझ्ने भएपछि नागरिकताको प्रमाणपत्र नेपालीमा भए पुग्छ। र, वाईवाई चाउचाउले प्रयोगविधि तामाड भाषामा उल्था गरिराख्ने भ्रष्टाचार गर्नुपर्दैन। तर जे कुरा एउटा युगको आवश्यकता थियो होला त्यही अब व्यवधान बन्न पुगेको छ। त्यसैले राष्ट्रवादका प्रतीकहरूलाई पनि राष्ट्रियताको दृष्टिकोणबाट पुनःव्याख्या गर्नुपर्ने अवस्था उत्पन्न भएको छ। त्यो काम व्यापारी, सैनिक वा प्रशासकहरूले गर्दैनन्, संस्कृतिकर्मीहरूले नै अग्रसरता लिनुपर्ने हुन्छ। संवादकर्मी नै अगाडि बढ्नुपर्ने हुन्छ।

कुरा सुरु गर्नु गाह्रो हो। एक पटक एउटा चर्चा चलेपछि त्यो आफ्नै गतिमा अगाडि बढ्न थाल्दछ, हिन्दीमा भनिएजस्तो : 'बात निकली है, तो आगे तलक जायेगी।' धेरै कुराहरूको नयाँ परिभाषाहरूको खोजीको क्रममा राष्ट्रवादलाई राष्ट्रियतामा रूपान्तरण गर्न सञ्चारकर्मीहरूले संवादकर्मीको भूमिका निर्वाह गर्नेबारे पनि बहस सुरु होस्। जरुरी जस्तो देखिए चर्चा अगाडि बढ्छ, नभए थन्किन्छ। पवित्र एवं अक्षुण्ण ठहराइएका विषयहरू पनि विवादबाहिर छैनन्। रहनु पनि हुँदैन।



चौतारी पुस्तक शृङ्खला- ५४

तराई-मधेस सन्दर्भ ग्रन्थ हालसम्म यस विषयमा भएका कामहरूको सूचीबद्ध ग्रन्थ हो । यहाँ विविध विधाका अध्ययनहरूलाई समेटिएको छ । पुस्तक/प्रकाशित सामग्री; अप्रकाशित प्रतिवेदन र कार्यपत्र; किताबको लेख; जर्नलको लेख; शोधपत्र; पत्रपत्रिकाको सामग्री र इन्टरनेटमा उपलब्ध सामग्री गरी यो सङ्ग्रहमा सात खण्डहरू छन् ।

पत्रपत्रिका र इन्टरनेटमा उपलब्ध सामग्री समसामयिक र राजनीतिक विषयमा बढी केन्द्रित छन् । प्रायः पुस्तकहरू पनि त्यस्तै छन् । तर राजनीतिको अलावा आर्थिक र सांस्कृतिक क्षेत्र, साथै प्राकृतिक स्रोत साधन, वातावरण र अन्य सामाजिक पक्षसँगै प्राविधिक विषयका पुस्तकहरू पनि यहाँ परेका छन् । साथै भाषा/वाङ्मयलाई प्रतिनिधित्व गर्ने केही पुस्तकहरू पनि सूचीकृत छन् । त्रिभुवन विश्वविद्यालयलगायत अन्य शैक्षिक केन्द्रहरूमा उपाधिको लागि तयार गरिएका अनुसन्धान र शोध-पत्र समाविष्ट छन् । त्यस्तै विभिन्न जर्नल र पुस्तकभित्र परेका लेखहरू पनि यहाँ समेटिएका छन् । यो पुस्तक विशेष गरी तराई-मधेसका विविध पक्षमा चासो राख्ने अध्येता, अनुसन्धाता, विद्यार्थी तथा पत्रकारहरूका लागि उपयोगी छ ।