

नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक पत्रकारिता

दीपकजङ्ग हमाल

पृष्ठभूमि

आमसञ्चार प्रक्रियामा सञ्चारमाध्यम र अडियन्सबीचको सम्बन्ध एकोहोरो, एक पक्षीय र अवैयक्तिक हुनुका साथै प्रेषक र प्रापकबीच पनि भौतिक दूरी रहेको हुन्छ (म्याक्वेल सन् २००५) भन्ने मान्यता समयको क्रमसँगै परिवर्तन हुँदै गएको छ। आधुनिक अध्येता तथा सञ्चारकर्मीहरूले नागरिकलाई सञ्चारमाध्यमको अन्तर्वस्तुको सक्रिय ग्रहणकर्ता र उनीहरूका वरिपरि हुने घटनाहरूको सक्रिय सम्प्रेषणकर्ताको रूपमा लिने गरेको पाइन्छ। यसरी आम नागरिक स्वतःस्फूर्त रूपमा समाचार सङ्कलन तथा उत्पादन प्रक्रियामा सक्रिय सहभागी हुनु नै नागरिक पत्रकारिता हो। सामान्यतया पत्रकारिता भन्नाले व्यावसायिक सञ्चारकर्मीहरूले सूचनाको सङ्कलन, छनोट र सम्पादन गरी जनताबीच प्रसार गर्ने कार्य हो भन्ने बुझाइ रहेको पाइन्छ। तर सहभागितामूलक पत्रकारिताले भने समाचार सङ्कलन र प्रसारणका हरेक चरणमा आम जनताको सहभागितामा जोड दिन्छ। यसलाई लोकतान्त्रिक पत्रकारिता वा खुला स्रोत पत्रकारिता पनि भनिन्छ। पत्रकारिताको सन्दर्भमा जनसहभागिताको मुख्य उद्देश्य भनेको लोकतन्त्रको लागि आवश्यक स्वतन्त्र, विश्वसनीय, दुरुस्त, व्यापक र सान्दर्भिक सूचना उपलब्ध गराउनु हो (बोम्यान र विलिस सन् २००३)।

नागरिक पत्रकारिता भनेको सञ्चारमाध्यमलाई समाचार सम्प्रेषण गर्नु मात्र नभएर प्रकाशित सामग्रीहरूमाथि प्रतिक्रिया व्यक्त गर्नु पनि हो । सम्पादकलाई पत्र लेख्नु, समाचारहरूमाथि प्रतिक्रिया जनाउनु, प्रसारित समाचारमा छुट्टा गएका वा छुटाइएका तथ्यहरू औँल्याउनु, सञ्चारमाध्यम वा पत्रकारले गर्न सक्ने पक्षपातलाई औँल्याउनु आदि पर्दछन् (होलेज्की, मिति नखुलेको) । त्यसैले व्यावसायिक पत्रकारिताले समाजको पहरेदारी गरेको हुन्छ, भने नागरिक पत्रकारिताले समाजको साथसाथै व्यावसायिक पत्रकारिताको पनि पहरेदारी गर्दछ । ग्लेसर (सन् २००६) का अनुसार नागरिक पत्रकारिताको पछाडि रहेको अर्को एउटा मान्यता भनेको सञ्चारमाध्यमका रिपोर्टर या निर्माताहरू सबै कुराका ज्ञाता हुन सक्दैनन्, जनता संयुक्त रूपमा एउटा रिपोर्टरभन्दा बढी जान्दछन् र सञ्चारगृहहरू आफ्ना अडियन्स (श्रोता, दर्शक र पाठक) को यही ज्ञानको उपयोग गर्न चाहन्छन् भन्ने हो ।

कतिपय अवस्थामा नागरिक (Citizen) पत्रकारिता र जनमुखी (Civic) पत्रकारिता उस्तै जस्तो लाग्न सक्छ ।^१ तर यी दुवै नितान्त फरकफरक अवधारणाहरू हुन् । प्यू सेन्टर फर सिभिक जर्नालिज्मको परिभाषाअनुसार छापा या प्रसारणमाध्यमका पत्रकारहरूले सचेत रूपमा जनताबीच गई उनीहरूको समस्या उजागर गर्ने र उक्त समस्याको समाधान पहिल्याउने पत्रकारिता सिभिक पत्रकारिता हो (फराह सन् १९९७) । त्यसैले जनमुखी पत्रकारिता जनतासम्म पुग्ने पत्रकारहरूको पहल हो भने नागरिक पत्रकारिता सञ्चारमाध्यमसम्म पुग्ने जनताको पहल हो ।

नागरिक पत्रकारिताको विश्वव्यापी विकास र विस्तार भइरहेको छ । विश्वव्यापीकरणको आजको युगमा यो अभ्यासको प्रभाव नेपाली सञ्चारमाध्यममा पर्नु स्वाभाविक छ । नेपाली छापा तथा प्रसारण माध्यमहरूमा धेरथोर रूपमा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास देख्न सकिन्छ । नेपाली टेलिभिजनका समाचार र समाचारमूलक कार्यक्रमहरूमा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास कुन रूपमा भइरहेको छ, यसले कस्तो प्राथमिकता पाइरहेको छ र नागरिक पत्रकारिताको चुनौती के कस्ता छन् भन्नेबारे यस लेखमा चर्चा गरिएको छ ।

यस अध्ययनका बखतमा समाचार प्रसारण गर्ने नेपालका सात टेलिभिजन च्यानलहरू— नेपाल टेलिभिजन, कान्तिपुर, सगरमाथा, इमेज च्यानल, च्यानल

^१ नेपालमा सिटिजन र सिभिक दुवै प्रकारका पत्रकारितालाई नागरिक पत्रकारिता भनिने गरिएकोमा सिटिजन जर्नालिज्मलाई नागरिक पत्रकारिता र सिभिक जर्नालिज्मलाई जनमुखी पत्रकारिता भनिनु उपयुक्त हुने कुरा यसै लेखमार्फत प्रस्ताव गरेको छु ।

नेपाल, एभिन्जुज र एबीसी टेलिभिजनलाई समेटिएको छ। एनटिभी टु ले समाचार प्रसारण गर्दैन भने अनुसन्धानको समयमा क्षेत्रीय च्यानलका रूपमा वीरगञ्जबाट सञ्चालित तराई टिभीलाई पनि यसमा समेटिएको छैन। विश्लेषणका लागि यी सात ओटै संस्थाका समाचार प्रमुखहरूसँग कुराकानी गरिएको थियो भने तिनमा भड्किएको अभ्यास पनि हेरिएको थियो।

नेपालका राष्ट्रिय स्तरका टेलिभिजन च्यानलहरू सबै काठमाडौंमा नै अवस्थित रहेकोले यो अध्ययन काठमाडौं उपत्यकाभित्र सीमित छ। साथै, यस अध्ययनमा व्यावसायिक पत्रकारहरूको दृष्टिकोण आए पनि नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासकर्ताहरूको धारणा भने स्रोत र समयभावका कारण समावेश गर्न सकिएको छैन।

लेखलाई तीन खण्डमा बाँडिएको छ। पहिलो खण्डमा नागरिक पत्रकारिताको पक्ष र विपक्षमा भएका सैद्धान्तिक बहसबारे जानकारी दिँदै बीबीसी, सीएनएन, अलजजिरा आदि अन्तर्राष्ट्रिय टेलिभिजनमा यसले पाएको प्राथमिकताबारे सामान्य चर्चा गरिएको छ। लेखको दोस्रो खण्डमा नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासबारे जानकारी दिइएको छ। तेस्रो खण्डमा नेपालमा टेलिभिजन नागरिक पत्रकारिताका चुनौतीहरू र अन्तिममा निष्कर्ष प्रस्तुत छ।

नागरिक पत्रकारिताको अन्तर्राष्ट्रिय बहस र अभ्यास

नागरिक पत्रकारिता जनसहभागितामूलक र लोकतान्त्रिक अवधारणा भए पनि यो विवादमुक्त भने छैन। व्यावसायिक पत्रकारहरू यसलाई शङ्काको दृष्टिले हेर्ने गर्दछन्। उनीहरूका अनुसार व्यावसायिक पत्रकारले मात्र समाचारको गहनता र समाचार रिपोर्टिङसँग सम्बन्धित नैतिक संहिता बुझ्दछ (ग्लेसर सन् २००६)। भिन्सेन्ट मेहर (सन् २००८) जस्ता केही अध्येताहरूले त नागरिक पत्रकारितालाई कहिल्यै पत्रकारिताको रूपमा स्वीकारिएकै थिएन भनेका छन्। त्यस्तै कतिपयले यसमा प्रयोग भएको नागरिक (Citizen) शब्दमाथि नै प्रश्न उठाएका छन्। उनीहरूका अनुसार नागरिक भन्नाले व्यक्तिलाई उसको राष्ट्रसँग जोड्ने कुरा हो र जसले नागरिकलाई उसको देशको सीमाभित्र राख्दछ। पत्रकारहरू पनि कुनै देशका नागरिक नै हुन्। तर नागरिक पहिचानविनाका मानिसहरू जस्तै शरणार्थीहरूले पनि सञ्चारमाध्यममा समाचार सम्प्रेषण गरिरहेका हुन सक्छन्। त्यसै गरी पत्रकारिता एउटा विशेष सीपयुक्त व्यवसाय भएकोले व्यावसायिक ज्ञान नभएका सामान्य नागरिकहरूलाई पत्रकार भनिनु उपयुक्त हुँदैन भन्दै बरु उनीहरूलाई

नागरिक पत्रकार भन्नुको साटो प्रत्यक्षदर्शी वा योगदानकर्ता भनिनु पर्दछ (द जीएफएम टीम सन् २००९) भन्ने धारणा पनि पाइन्छ। पत्रकारिता एउटा व्यावसायिक अभ्यास हो भन्ने कुरामा विवाद नहोला तर कुनै पनि घटनाका बारेमा तथ्यपरक जानकारी सञ्चारमाध्यमलाई उपलब्ध गराउन पत्रकारिताको ज्ञान आवश्यक छ भन्नु वा नागरिकहरूलाई यस अभ्यासबाट वञ्चित गर्न खोज्नु पूर्वाग्रही हुनजान्छ।

केही मध्यमार्गी अध्येताहरू यी दुवै पक्षबीच लोकतान्त्रिक र सह-अस्तित्वपूर्ण समाधानको कुरा गर्दछन्। बेन्टले (सन् २००८) ले नागरिक पत्रकारिता व्यावसायिक पत्रकारिताको प्रतिस्थापक हुन सक्दैन र यी दुवै आफ्नै अस्तित्वका साथ अलग-अलग उभिन सक्दछन् भनेका छन्। यदि यी दुवैलाई मिसाइदियो भने उत्कृष्ट नतिजा आउन सक्दछ भन्ने उनको धारणा छ। नागरिक पत्रकारहरूको ध्येय सूचनाको व्यापार गरी आय आर्जन गर्ने वा पत्रकारितालाई व्यवसाय बनाउनेभन्दा पनि आफूसँग भएको सूचनालाई धेरै जनाबीच पुऱ्याउने हो। त्यसैले नागरिक पत्रकारिताको उपस्थितिले व्यावसायिक पत्रकारितालाई केही खराबी छैन बरु यो व्यावसायिक पत्रकारिताको परिपूरक हुन सक्दछ। यसै कुरालाई थप स्पष्ट पार्न बेन्टले (सन् २००८ : २) भन्छन्, “नागरिक पत्रकार समाचार कक्षमा नोकरी चाहँदैनन् बरु केही भन्न चाहन्छन्। प्रायः व्यावसायिक पत्रकारहरूको ध्यान ठूला समाचारमा हुन्छन् र सानासाना कुराहरू छुटिरहेका हुन्छन्, जुन कुराले नागरिकहरूको जीवनमा ठूलो अर्थ राख्दछ।”

नागरिक पत्रकारिताका पक्ष र विपक्षमा हुँदैआएका बहसबीच यसको लोकप्रियता भने बढ्दै गएको छ। अन्तर्राष्ट्रिय सञ्चारमाध्यमहरूमा यसको बढ्दो प्रयोगले यही सङ्केत गर्दछ। इतिहासतर्फ फर्केर हेर्दा नागरिक पत्रकारिताको उद्गम प्राचीन युगमा घुमन्ते मानवहरूले आफू बस्ने गुफाका भित्ताहरूमा आफ्नो बहादुरीको सन्देश अरूसम्म पुऱ्याउन आफूले मारेका जनावरहरूको चित्रहरू कोर्ने कार्यलाई मान्न सकिन्छ (बेन्टले सन् २००८)। आधुनिक समयमा भने यसको सुरुआत १८ औं शताब्दीमा अमेरिकी स्वतन्त्रता सेनानीहरूले पर्चाहरू प्रकाशन गरी जनतालाई वितरण गर्ने कुरासँग जोडिएको मानिन्छ (गिलमर सन् २००४)। सन् १९९१ मा इन्टरनेट (वर्ल्डवाइड वेब) को सुरुआतपछि भने यसमा क्रान्ति नै आयो। नटनका अनुसार रेडियोलाई आफ्ना पहिलो पाँच करोड श्रोतासम्म पुग्न ४० वर्ष, टेलिभिजनलाई त्यति नै सङ्ख्याबीच पुग्न १५ वर्ष र इन्टरनेटलाई मात्र ३ वर्ष जतिको समय लाग्यो (थुस्सु सन् २००० मा उद्धृत)। इन्टरनेटको विकासले विश्वभरिका कम्प्युटरहरूलाई एउटा सञ्जालमा आवद्ध गराई विश्वको कुनै पनि कुनामा सीधा संवाद गर्न सम्भव भयो। यो नयाँ

प्रविधिको नागरिक पत्रकारिताका निमित्त सफल प्रयोग गर्ने व्यक्तिको श्रेय कोरियाली नागरिक ओ युन-होलाई जान्छ, जसले सन् २००० मा ७२७ जना नागरिक पत्रकारहरूको छनोट गरी Ohmy News वेबसाइटको सुरुआत गरे। हाल यसमा योगदान गर्ने नागरिक पत्रकारहरू कोरियामा मात्रै ६० हजार र विश्वव्यापी रूपमा हजारौं छन् (बेन्टले सन् २००८)।

विश्वभरका टेलिभिजनहरू नागरिक पत्रकारितातर्फ अग्रसर भइरहेका छन्। टेलिभिजनमार्फत नागरिक पत्रकारिताले कतिपय समाचारलाई प्रकाशमा ल्याउन अकल्पनीय सफलता हासिल गरेका उदाहरणहरू पाइन्छन्। २००१ सेप्टेम्बर ११ मा भएको वर्ल्ड ट्रेड सेन्टर माथिको आतङ्कवादी हमला होस् वा २००५ जुलाई ७ मा लण्डनमा भूमिगत रेलमार्गमा भएको बम विस्फोट अथवा सन् २००४ मा आएको सुनामी आँधीले पुऱ्याएको क्षति। यी सबै घटनाको कभरेज भिडिओ क्यामेरा वा मोबाइल फोनको क्यामेरामार्फत घटनास्थलमा उपस्थित नागरिकहरूबाट सम्भव भएको हो। त्यसै गरी २००७ सेप्टेम्बरमा म्यानमारमा भएको भिक्षुहरूको आन्दोलन र त्यसमा सैनिक सरकारको दमन एवं २००९ जुनमा इरानमा राष्ट्रपतीय निर्वाचनपछि भड्किएको हिंसा र त्यस माथिको सरकारी दमनका खबरहरू व्यावसायिक पत्रकारहरूमाथि प्रतिबन्ध लगाइएको अवस्थाबीच नागरिकहरूले नै प्रकाशमा ल्याएका हुन्। सन् २००८ मा भएको तिब्बती आन्दोलनका तस्वीरहरू पनि आन्दोलनकारी जनताले नै प्रकाशमा ल्याए। नागरिकहरू सचेत भएको खण्डमा शासकहरूले जति प्रयास गरे पनि वास्तविकतालाई लुकाउन सक्दैनन् भन्ने कुरा यी नागरिक पत्रकारिताका प्रतिनिधि उदाहरणहरूले पुष्टि गर्छन्।

नागरिक पत्रकारिताको महत्त्व र सामर्थ्यलाई अन्तर्राष्ट्रिय टेलिभिजनहरूले राम्ररी बुझेर यसलाई आफ्नो एक महत्त्वपूर्ण समाचार स्रोतको रूपमा लिन थालेका छन्। बीबीसी टेलिभिजनले एउटा छुट्टै युजिसी हब (User Generated Contents Hub) निर्माण गरेको छ। बीबीसीले विश्वव्यापी रूपमा दैनिक औसत १०,००० देखि १२,००० सम्म इमेल तथा सयौंको सङ्ख्यामा तस्वीर तथा भिडिओहरू प्राप्त गर्दछ। यी सामग्रीहरू बीबीसीका सबैखाले समाचार (रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइन) का लागि महत्त्वपूर्ण स्रोत बनेका छन् (एलट्रिड्घम् सन् २००९)। बीबीसीले आफ्नो तपाईंको विचार (Have Your Say) नामको डबली (प्लेटफर्म) मा यस्ता सामग्रीको माग गर्दछ।

नागरिक पत्रकारिताको महत्त्वलाई स्वीकार्दै सीएनएनका मिच जेलमन भन्छन्, “परम्परागत पत्रकारहरू जति नै उत्कृष्ट भए पनि उनीहरू बाहिरबाट

देखिने घटना विवरण मात्र भन्न सक्छन् तर नागरिकहरूबाट घटनाको भित्री अन्तर्वस्तु थाहा पाउन सकिन्छ (ग्यारोफोली सन् २००७ मा उद्धृत)। यसका लागि सीएनएनले आइरिपोर्ट (iReport) नामक इन्टरनेट डबलीको निर्माण गरेको छ। यसमा अडियन्सहरूले भिडिओ तथा सूचना राख्न (अपलोड गर्न) सक्दछन् र सूचनाको महत्त्व हेरी सीएनएनले प्रसारण गर्दछ। यूट्यूब (YouTube) अर्को विश्वव्यापी इन्टरनेट डबली हो, जहाँ विश्वभरिका अडियन्सहरूले आफ्ना सामग्री राख्न सक्दछन् भने विश्वभरका सञ्चारमाध्यमले ती सामग्री आफ्नो आवश्यकता र रुचिअनुसार उपयोग गर्दछन्।

अरबी टेलिभिजन च्यानल अलजजिराले पनि नागरिक पत्रकारिता डबली निर्माण गरेको छ। यसलाई उसले सारेक (Sharek) नामकरण गरेको छ। सारेकमा नागरिकहरूले आफ्नो वेब क्याम, भिडिओ क्यामेरा वा मोबाइल फोनबाट खिचेका दृश्यलाई अपलोड गर्न र आफ्नो वरिपरि भएका घटनासम्बन्धी समाचार सम्प्रेषण गर्न सक्दछन्। अपलोड गरेको सामग्रीलाई अलजजिराका पत्रकारहरूले पुनरावलोकन गर्छन् र समाचार बन्न सक्ने सामग्रीको छनोट गरी वेबसाइट र टेलिभिजन समाचारको रूपमा प्रयोग गर्दछन् (मेद्दाह सन् २००८)।

एकदलीय कम्युनिस्ट शासन व्यवस्था भएको चीनमा पनि नागरिक पत्रकारिता जस्तो खुला र लोकतान्त्रिक विषयलाई स्थान दिन थालिएको छ। जियाङ (सन् २००९) का अनुसार चीनिया मिडियाको मुख्य तारो शक्तिमा बसेर अन्यायपूर्ण व्यवहार गर्नेहरू हुन्। नागरिक पत्रकारिताकै कारण र निरन्तर दबावले हालैका दिनमा धेरै उच्च तहका मानिसहरूले गरेका गलत कार्यको पर्दाफास हुनुका साथै यस्ता व्यक्तिहरूलाई सजाय पनि भएको छ। यस भनाइबाट नागरिक पत्रकारिता सूचना आदान-प्रदानको एउटा साधनमात्र नभएर समाजमा लुकेका अनियमितताको पर्दाफास गर्न तथा त्यसको कारण र समाधान पहिल्याउन पनि सहायकसिद्ध हुन सक्दछ।

यसरी विश्वको जुनसुकै कुनामा, जुनसुकै संरचनामा सञ्चालित टेलिभिजन किन नहुन्, नागरिक पत्रकारिताको अभियानलाई आत्मसात गर्दै यसका असल पक्षहरूबाट लाभान्वित भइरहेका छन्।

नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास

नेपाली सन्दर्भमा नागरिक पत्रकारिताको इतिहास निकै पुरानो छ भन्न सकिने आधारहरू छन्। नेपाल टेलिभिजनका समाचार निर्देशक राजेन्द्रदेव आचार्यका अनुसार नेपालमा धेरै पहिलादेखि प्रचलित गन्धर्व परम्परा (सारङ्गी बजाउँदै

गाउँगाउँ डुल्दै गीती लयमा विभिन्न सन्देशहरू प्रवाह गर्ने प्रचलन) लाई नेपाली नागरिक पत्रकारिताको प्रारम्भिक रूप मान्न सकिन्छ।^{१९} तर नेपालमा यसको संस्थागत सुरुआत भने एक शताब्दीपूर्व *गोरखापत्र*को प्रकाशनसँगै भएको देखिन्छ। १९५८ वैशाख ११ (सन् १९०१ अप्रिल २३) मा *गोरखापत्र* प्रकाशनका सन्दर्भमा तत्कालीन राणा प्रधानमन्त्री देवशमशेरद्वारा पण्डित नरदेव पाण्डेका नाममा सनद जारी गरिएको थियो। त्यसमा “पहाड मदेशमा जुलुम भयाको कुरा छपाउन आयो भने भन्नु आउने मानिसको सैछाप गराई बेदाममा छापी दिनु” (दाहाल २०५८ : २३५) भन्ने प्रावधानले पनि तत्कालीन समयमा जनतालाई समाचारको स्रोतको रूपमा स्वीकार गरिएको देखिन्छ। तर नेपालमा नागरिक पत्रकारिता (Citizen Journalism) शब्दको सचेत उच्चारण भने सन् १९९० पछि नै भएको हो।

नेपालमा पनि नागरिक पत्रकारितासँग सम्बन्धित विभिन्न इन्टरनेट साइटहरू चलिरहेका छन् भने पत्रपत्रिकाहरूले पनि यसलाई उपयोग गर्न थालेको पाइन्छ। पत्रपत्रिकाहरूले सम्पादकलाई चिठी, पाठक प्रतिक्रिया आदि स्तम्भको व्यवस्था गरी पाठकले सम्प्रेषण गर्न चाहेका सूचना र विचारलाई स्थान दिने गरेका छन्। त्यसै गरी पत्रिकाहरूले आफ्ना अनलाइन संस्करणमा पनि नागरिक समाचारलाई स्थान दिने गरेका छन्। नेपाली रेडियो तथा टेलिभिजनहरूले पनि आजकल श्रोता-दर्शकहरूलाई आफ्नो आसपासमा भएका घटनाहरूको जानकारी दिन आह्वान गर्ने गरेको पाइन्छ।

प्रायः सबै टेलिभिजन च्यानलहरू जन सहभागितालाई सुनिश्चित गर्न विभिन्न प्रविधि र उपायतर्फ अग्रसर छन्। सबैजसो टेलिभिजन च्यानलहरूले आम दर्शकहरूलाई आफ्नो वरिपरिका घटनाको सूचना दिन र विभिन्न छलफलमा प्रत्यक्ष सहभागी हुन आह्वान गर्ने गरेकोवाट पनि नेपाली टेलिभिजनहरू नागरिक पत्रकारितालाई आत्मसात गर्ने दिशातर्फ अग्रसर हुँदैछन् भन्न सकिन्छ। तर भट्ट काँचको पर्दामा हेर्दा कुन टेलिभिजन च्यानलले कति र कसरी नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास गरिरहेको छ भन्ने कुरा नेपाली टेलिभिजनहरूका सन्दर्भमा भन्न गाह्रो छ। किनभने बीबीसीले नागरिकका सामग्रीहरू प्रसारण गर्दा Have Your Say भन्ने सङ्केत राख्दछ। त्यस्तै सीएनएनले पनि नागरिकद्वारा योगदान गरिएका सामग्रीहरूलाई iReport चिन्ह राखेर प्रसारण गर्दछ। यस्ता अभ्यासले नागरिकहरूको योगदान प्रस्टसँग पर्दामा देखिन्छ तर नेपाली टेलिभिजनहरूको

^{१९} आचार्यसँग २०६६ साउन १४ मा गरेको कुराकानी।

सन्दर्भमा यस्तो नगरिँदा कुन सामग्री नागरिकको योगदान हो भनेर पहिचान गर्न सकिँदैन । नेपालका कुनै पनि टेलिभिजनमा पूर्णरूपमा नागरिक योगदानमै सञ्चालित वा नागरिक पत्रकारिताकै लागि भनेर टेलिभिजनहरूद्वारा घोषित रूपमा सञ्चालित कार्यक्रमको उपस्थिति छैन । संस्थागत र व्यवस्थित रूपमा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास नेपाली टेलिभिजनमा नपाइए पनि पत्रकारिताको यस विधालाई नेपाली टेलिभिजनले पूर्णरूपमा बेवास्ता भने गरेका छैनन् ।

नेपालका टेलिभिजनले पस्किरहेका समाचार वा समाचारमूलक कार्यक्रमहरूलाई विचार गर्ने हो भने नागरिक पत्रकारिताको धेरथोर अभ्यास त्यहाँ देखिन्छ । तलका केही उदाहरणहरूबाट नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक पत्रकारिता कसरी अगाडि बढिरहेको छ भन्ने प्रस्ट हुन्छ :

क) २०६४ भदौ ५, ६, १६ र २१ गते राति भएको अविरोध वर्षाले गर्दा आएको बाढी तथा पहिरोले कास्की जिल्लाको हेम्जा गाउँ विकास समितिका वडा नं. १ देखि ४ सम्मको ५७० रोपनी खेतीयोग्य जमिन बगरमा परिणत भयो । ५० घरधुरी विस्थापित हुनुका साथै ६० हेक्टर सामुदायिक वन क्षेत्र पनि पहिरोमा परी विनाश भयो । सो भीषण बाढी पहिरोले करोडौंको लगानीमा निर्मित भौतिक पूर्वाधारहरू पनि ध्वस्त भए । तत्काल यो घटनाले नेपाली सञ्चारमाध्यममा राम्रै स्थान पायो । सरकारी अधिकारी, राजनीतिक दलका नेता तथा विभिन्न सङ्घ संस्थाहरूबाट पीडितहरूलाई उचित राहत, क्षतिपूर्ति तथा पुनर्निर्माणको आश्वासन प्राप्त भए । तर केही समयपछि यो घटना ओभरले गयो र क्षतिपूर्तिको त कुरै छोडौं पीडितलाई तत्काल राहत पनि प्राप्त भएन । त्यसपछि स्थानीय पीडितहरूले मिलेर सीताराम थापाको अध्यक्षतामा बाढी पीडित समिति गठन गरेर राहत तथा सहयोग जुटाउने उपायहरू अपनाए । यसै सिलसिलामा पीडितहरू आफ्नै पहलमा क्षतिका दृश्यहरू खिचेर सञ्चारमाध्यमबाट सहयोगको अपील गर्ने योजनाअनुरूप नेपाल टेलिभिजनको सम्पर्कमा आइपुगे । विषयवस्तु उपयुक्त भएकाले उनीहरूलाई कृषि समाचार एकाइमा सम्पर्क गर्न लगाइयो । पीडित समितिका अध्यक्ष सीताराम थापा कृषि समाचार सम्पादन मण्डलका टङ्क उप्रेतीको सम्पर्कमा आए । उक्त समाचारबारे कृषि समाचार सम्पादन मण्डलमा छलफल गरी कृषियोग्य जमिन नष्ट भएको र कृषकहरू पीडित भएको भन्ने कोणबाट प्रसारण गर्ने निर्णय भयो । साथै त्यसमा आवश्यक सहयोगका लागि अपिल सहितको आलेख लेखी २०६४ माघ ११ गतेको कृषि समाचार

बुलेटिनमा प्रमुख समाचारका रूपमा प्रसारण गरियो । तर उक्त समाचार नागरिकबाट प्राप्त समाचार हो भन्ने उल्लेख नगरी पीडित समितिका अध्यक्ष सीताराम थापालाई उद्धृत गर्दै व्यावसायिक पत्रकारिताकै रूपमा समाचार तयार भएको थियो ।^३

- ख) भैरहवाको बर्मेली टोल निवासी रमेश पौड्याल बेलाबेलामा काठमाडौंको बालमन्दिर गइरहने गर्दथे । बालमन्दिरको प्राङ्गणमा भारतीय राजदूतावासको सहयोगमा प्राप्त नम्बर प्लेटविनाको नयाँ बस लामो समयदेखि बेवारिसे अवस्थामा थन्किरहेको उनले देखे । बाल मन्दिरसम्बद्ध अधिकारीहरूसँग उनले जिज्ञासा राख्दा बसलाई दर्ता गरी नम्बर प्रदान गर्न सरकारले पाँच लाख राजस्व माग गरेको र बालमन्दिरका लागि त्यो रकम जुटाउन असम्भव भएको बताए । त्यसपछि रमेश पौड्यालले टेलिफोनमार्फत सो कुरा कान्तिपुर टेलिभिजनको समसामयिक कार्यक्रम *कान्तिपुर आज*लाई जानकारी गराए । *कान्तिपुर आज* डेस्कले संवाददाता गोविन्द नेपाललाई सो सम्बन्धी अनुसन्धान गर्न र रिपोर्ट बनाउन जिम्मा दियो । २९३ जना अनाथ तथा असक्त बालकालिकालाई आश्रय दिइरहेको र आर्थिक सङ्कट बेहोरिरहेको बालमन्दिरका लागि सरकारले सदाशयता देखाउनुपर्ने भन्ने कोणबाट समाचार निर्माण गरी *कान्तिपुर आज*ले २०६६ माघ ११ मा रिपोर्ट प्रसारण गर्‍यो । त्यसपछि तत्कालै सरकारी निर्णयद्वारा राजस्व मिनाहा गरी उक्त बसलाई वा १ क ६८५१ नम्बर प्रदान गरियो ।^४
- ग) २०६१ सालमा वाणिज्य विभागका उच्च अधिकृतहरू सरकारी सवारी साधनसहित डिल्लीबजारको एउटा क्याबिन रेष्टुरेण्टमा राति करिब ११ बजेसम्म मदिरापान गरी अश्लील गतिविधिमा संलग्न रहे । यो कुराको जानकारी च्यानल नेपाललाई एक जना नागरिकले गराएपछि च्यानल नेपालका गणेश बस्नेत र क्यामेरा पर्सन तत्कालै सो स्थानमा पुगे । सरकारी सवारी साधनको दुरुपयोग र सरकारी उच्च अधिकारीहरूको चर्तिकला रेकर्ड गर्न उनीहरू सफल भए । ती अधिकारीहरूले ती पत्रकारहरूमाथि आक्रमणको प्रयास गरे तर उपस्थित जनताले पत्रकारहरूको प्रतिक्रिया गरे । यस समाचारको प्रसारणपछि कार्यालय समयभन्दा पछि सरकारी सवारी

^३ नेपाल टेलिभिजका वरिष्ठ कार्यक्रम निर्माता टङ्क उप्रेतीसँग २०६६ फागुन २० मा गरिएको कुराकानी ।

^४ *कान्तिपुर आज*का संवाददाता गोविन्द नेपालसँग २०६६ चैत १८ मा गरेको कुराकानी ।

- साधनको दुरुपयोग गर्दै अनैतिक क्रियाकलापमा संलग्न हुने सह-सचिव लगायतका कर्मचारीहरूलाई विभागीय कारवाही भयो ।^५
- घ) २०६२ जेठ ५ मा काठमाडौंको बानेश्वर चोकमा सशस्त्र प्रहरीका नायव महानिरीक्षक गोपालमान श्रेष्ठले ट्राफिक नियमको उल्लङ्घन गरे । जापानी ट्राफिक स्वयंसेवी कियोसी बाबाले कारवाहीका लागि उनलाई समाते । घटनास्थलमै रहेका एक जना सचेत नागरिकले कान्तिपुर टेलिभिजनमा खबर गरे र कान्तिपुरको टोली आएर सो घटनाको दृश्यसहितको समाचार प्रसारण गर्‍यो । यस घटनाले समाजमा ठूलो बहसको सिर्जना गर्‍यो । कियोसी बाबाले स्याबासी पाए भने ट्राफिक नियमको उल्लङ्घन गर्ने उच्च पदस्थ व्यक्तिलाई कारवाही भयो । यस घटनाले कानूनका अगाडि सबै बराबर हुन्छन् र कानून उल्लङ्घन गर्ने कसैलाई पनि छुट दिनु हुँदैन भन्ने सन्देश जनतासम्म पुग्यो ।^६
- ङ) २०६२ वैशाख १४ मा तत्कालीन शाही आयोगको निर्देशनमा सुरक्षाकर्मीहरूद्वारा पूर्वप्रधानमन्त्री शेरबहादुर देउवालाई अपहरणको शैलीमा मध्यरातमा उनकै निवासबाट पक्राउ गरियो । त्यस बेला सुरक्षाकर्मीले देउवालाई टाउको र खुट्टामा समातेर भुण्ड्याउँदै अपमानजनक तरिकाले प्रहरी भ्यानमा हालेका थिए । घटनास्थलमा कुनै पनि पत्रकार उपस्थित नभए पनि त्यहाँका एक नागरिकले सो दृश्य खिच्न भ्याए । तत्कालै इमेज च्यानलले त्यो दृश्य सहितको समाचार प्रसारण गर्न सफल भयो ।^७
- च) २०३९ सालमा वीपी कोइरालाको निधन हुँदा नेपालमा टेलिभिजनको चल्ती नै थिएन । यद्यपि पछि नेपाल टेलिभिजनले उनको शव यात्राको दृश्य बेला बेलामा प्रसारण गरेको थियो । शव यात्राको सो भिडिओ कुनै सर्वसाधारणले खिचेका थिए, जुन नेपाल टेलिभिजनले प्राप्त गर्‍यो । यसलाई पनि नागरिक पत्रकारिताको एउटा उदाहरणका रूपमा लिन सकिन्छ ।^८

माथि उल्लिखित यी घटनाहरू त केही नमूना मात्र हुन् । नियमित नभए पनि फाट्टफुट्ट रूपमा यस्ता अभ्यासहरू धेरै भइरहेका हुन्छन् । नेपाली टेलिभिजनको कुनै संस्थागत वा नीतिगत पहल नभए पनि नागरिक पत्रकारिताले नेपाली

^५ च्यानल नेपालका समाचार प्रमुख गणेश बस्नेतसँग २०६६ साउन २९ मा गरेको कुराकानी ।

^६ कान्तिपुर टेलिभिजनका समाचार प्रमुख तीर्थ कोइरालासँग २०६६ भदौ ८ मा गरेको कुराकानी ।

^७ इमेज च्यानलका समाचार संयोजक महेन्द्र विष्टसँग २०६६ भदौ १० मा गरेको कुराकानी ।

^८ नेपाल टेलिभिजनका राजेन्द्रदेव आचार्यसँग २०६६ साउन १४ मा गरेको कुराकानी ।

टेलिभिजनहरूमा स्थान पाइरहेको छ । नागरिकहरूको सूचनाको आधारमा टेलिभिजनहरूले समाचार निर्माण गरी प्रसारण गर्दा त्यसको सकारात्मक प्रभावबाट समाज केही न केही लाभान्वित पनि भइरहेको छ । सञ्चारमाध्यम र जनताको सहकार्यबाट कतिपय अवस्थामा कहिल्यै प्रकाशमा आउन नसक्ने घटनाहरू पनि प्रकाशमा ल्याउन सकिँदो रहेछ भन्ने कुरा माथिका उदाहरणहरूबाट पनि प्रमाणित हुन्छ ।

टेलिभिजनको प्राथमिकतामा नागरिक पत्रकारिता

एभिन्यूज टिभीका समाचार प्रमुख केदार कोइराला, नेपाल टिभीका समाचार प्रमुख राजेन्द्रदेव आचार्य, इमेज च्यानलका समाचार संयोजक महेन्द्र विष्ट र च्यानल नेपालका समाचार प्रमुख गणेश बस्नेत आफूहरूले सचेत हिसाबले नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास गरिरहेको बताउँछन् । कान्तिपुर टिभीका समाचार प्रमुख तीर्थ कोइराला र सगरमाथा टिभीका समाचार प्रमुख प्रकाश अधिकारी भने व्यवस्थित रूपमा यसको अभ्यास गर्न नसकिएको बताउँछन् ।^९ उनीहरूको भनाइअनुसार यदि कुनै नागरिकले महत्त्वपूर्ण खबर ल्याएमा त्यो खबर आफ्ना च्यानलहरूबाट प्रसारण गर्ने गरिन्छ । एबीसी टेलिभिजनका समाचार प्रमुख शुभशाङ्कर कँडेल नेपालका टेलिभिजनहरूमध्ये सबभन्दा बढी नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास आफूहरूले गरिरहेको दावी गर्छन् ।^{१०} कुनै पनि विषयवस्तुमाथि जनताको बीचमा गएर प्रतिक्रिया लिनु, जनचासोका विषयमा विज्ञहरूलाई निम्त्याएर जनतालाई सहभागी बनाएर छलफल चलाउनुलाई उनी नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासका रूपमा प्रस्तुत गर्छन् । कँडेलले प्रस्तुत गरेका उदाहरण वास्तवमा यो लेखको सुरुमा भनिएभैं जनमुखी (Civic) पत्रकारिताको अभ्यास हो । यद्यपि यो सकारात्मक छ, किनभने रोजेन र अरूका अनुसार जनमुखी पत्रकारिताले नागरिक पत्रकारिताको आधार तयार पार्दछ । त्यसैले नागरिक पत्रकारितालाई जनमुखी पत्रकारिताको दोस्रो पुस्ता मानिएको छ (बर्न्स सन् २००८ मा उद्धृत) ।

नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासलाई समाचार च्यानलहरूले कस्तो प्राथमिकतामा राखेका छन् भन्ने कुरा उनीहरूको दावीभन्दा पनि यसका लागि के कस्ता पहल भएका छन्, त्यसले उजागर गर्ने कुरा हो । यस सन्दर्भमा नेपाली

^९ केदार कोइरालासँग २०६६ भदौ ७, राजेन्द्रदेव आचार्यसँग २०६६ साउन १४, महेन्द्र विष्टसँग २०६६ साउन १०, गणेश बस्नेतसँग २०६६ साउन २९, तीर्थ कोइरालासँग २०६६ भदौ ८ र प्रकाश अधिकारीसँग २०६६ भदौ ३ मा गरेको कुराकानी ।

^{१०} शुभशाङ्कर कँडेलसँग २०६६ साउन २२ मा गरेको कुराकानी ।

टेलिभिजन पत्रकारिता सकारात्मक दिशातिर बढिरहेको सङ्केत मिल्दछ। प्रायः सबै टेलिभिजनहरूले आफ्नो प्रसारणमा जनसहभागिता सुनिश्चित गर्न केही न केही प्रयत्नहरू गरिरहेका छन्। यसका लागि सहभागितामूलक र अन्तर्क्रियात्मक कार्यक्रमहरूको निर्माण तथा प्रसारण पनि एउटा महत्त्वपूर्ण पाइला हो।

एबीसी टेलिभिजनका *एबीसी वाच, जनता जिन्दावाद* जस्ता कार्यक्रम जनसहभागितामा आधारित छन्। यी कार्यक्रमहरू नागरिक पत्रकारिताको मान्यतासँग ठ्याक्कै मेल नखाए पनि जनसहभागितामूलक कार्यक्रम भने अवश्य हुन्। एबीसी टेलिभिजनबाट प्रसारण हुने *एबीसी वाच* अन्तर्वातामा आधारित कार्यक्रम हो। यसमा उठाइएको विषयवस्तुमा सम्बन्धित व्यक्तिहरूसँग स्टुडियोमा छलफल चलाउँदै जनतालाई टेलिफोनमार्फत र आउटडोर ब्रोडकास्टिङ भ्यान (OB Van) लाई सडकमै लगेर प्रत्यक्ष रूपमा दर्शक र स्टुडियोबीच सम्पर्क स्थापित गरी कार्यक्रममा विचार तथा जिज्ञासा राख्ने मौका समेत दिइन्छ। एबीसी टेलिभिजनकै अर्को कार्यक्रम *जनता जिन्दावाद* राजनीतिक विषयवस्तुमा गरिने छलफलमा आधारित कार्यक्रम हो। यसमा पनि टेलिफोनमार्फत जनतालाई जिज्ञासा र विचार राख्ने अवसर दिइन्छ। त्यसै गरी एभिन्जु टिभीको *खबर भित्रको खबर* र *अफ द विट*, कान्तिपुर टिभीको *कान्तिपुर आज*, इमेज च्यानलको *अलगधार* जस्ता कार्यक्रमहरू समाचारहरूलाई विश्लेषणात्मक रूपमा प्रस्तुत गर्ने, समाजमा देखिएका विकृति र विसङ्गितलाई उजागर गर्ने र जनचासो तथा जनसरोकारका कुराहरूलाई उठाउँदै सम्बन्धित पक्षको खबरदारी गर्ने प्रकृतिका कार्यक्रम हुन्। यी कार्यक्रमहरूमा नागरिकलाई टेलिफोन, इमेललगायतका माध्यमबाट समाजमा हुने गरेका मानवीय चासोका घटना, अधिकारीहरूबाट भएका घुसखोरी, अख्तियार दुरुपयोग, ढिलासुस्ती र नागरिकहरूमाथि भएका अन्यायका समाचार उपलब्ध गराउन आह्वान गरिन्छ। यी कार्यक्रमहरूले उपलब्ध गराउने टेलिफोन नम्बर या इमेलमा जनताले आफ्नो खबर दिन सक्दछन्। खबरको महत्त्व हेरी उक्त खबरलाई पछ्याउने कि नपछ्याउने निर्णय कार्यक्रम निर्माण समूहबाट हुन्छ। समाचार बन्न सक्ने घटनाहरूमा सञ्चारकर्मी आफैले थप तथ्यहरू सङ्कलन गरी समाचार सामग्री उत्पादन गरिन्छ।

महत्त्वपूर्ण समाचारका साथ उपस्थित हुने व्यक्तिलाई नगद पारिश्रमिक दिने र उत्कृष्ट योगदानकर्ताहरूलाई पुरस्कृत गर्ने व्यवस्था पनि टेलिभिजनमा पाइन्छ। नेपाल टेलिभिजनका राजेन्द्रदेव आचार्यका अनुसार वीपी कोइरालाको शवयात्रा सम्बन्धी दृश्य उपलब्ध गराउने व्यक्तिलाई नेपाल टेलिभिजनले पारिश्रमिक

दिएको थियो।^{११} त्यसै गरी एभिन्यूज टेलिभिजनले दिनभरिमा सूचना दिनेहरू मध्येबाट उत्कृष्टलाई स्टुडियोमै बोलाएर पुरस्कृत गर्ने योजना चाँडै सुरु गर्दैछ, भने च्यानल नेपालले नियमित योगदानकर्तालाई डिस्काउन्ट कार्ड उपलब्ध गराउने योजना ल्याउँदैछ।^{१२}

नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक सहभागिताको माध्यम

सञ्चारमा श्रोता वा दर्शकको सहभागिता दुई प्रकारको हुन सक्छ। पहिलो, उनीहरूको स्वतःस्फूर्त सहभागिता र दोस्रो, सञ्चारमाध्यमको सहभागितामुखी उत्प्रेरणाले गर्दा हुने सहभागिता। कुनै पनि सञ्चारमाध्यमले जनसहभागितालाई कत्तिको स्थान दिएको छ भन्ने कुरा उक्त संस्थाले यसका लागि गरेको प्रबन्धले उजागर गर्दछ। नेपाली टेलिभिजनका सन्दर्भमा जनसहभागितालाई सुनिश्चित गर्न विभिन्न व्यवस्थाहरू छन्। प्रायः सबै टेलिभिजन च्यानलहरूले मोबाइल एसएमएसमार्फत उत्तर दिनमिल्ने गरी बहु विकल्पसहितको प्रश्न राखेर नागरिकलाई सहभागी गराउँछन्। यसका साथै छुट्टै टेलिफोन नम्बर, टोल फ्रि टेलिफोन, इमेल आदिको व्यवस्था गरी जनताको धारणा, सुझाव, प्रतिक्रिया र उनीहरूका वरिपरि भएका घटनाको सूचना सम्प्रेषण गर्न आह्वान गरिन्छ।

इन्टरनेटको विकास र विस्तारले नै विश्वमा नागरिक पत्रकारिताले उचाइ लिइरहेको छ। यसैको मद्दतबाट सीएनएन, बीबीसी जस्ता टेलिभिजनहरूले नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास गरिरहेका छन् तर नेपाली टेलिभिजनहरूमा चाहिँ नागरिक पत्रकारिताका लागि इन्टरनेटको उपयोग त्यति भएको पाइँदैन। एभिन्यूज टेलिभिजन र सगरमाथा टेलिभिजनको वेवसाइटबाहेक अन्य टेलिभिजन च्यानलका वेवसाइटहरू प्रयोगकर्तामैत्री देखिँदैनन्। एभिन्यूज र सगरमाथा टेलिभिजनका वेवसाइटमा लग गर्दा दर्शकहरूले कसरी आफ्नो भिडिओ तथा समाचार अपलोड गर्ने भन्ने तरिका सरल र स्पष्ट तरिकाले दिइएको छ। तर अन्य टेलिभिजनका वेवसाइटहरूमा नागरिकहरूले आफ्नो दृश्य वा खबर कसरी अपलोड गर्ने भन्ने कुरा स्पष्ट छैन। नेपाल टेलिभिजनको वेवसाइटमा त सम्पर्क ट्याब नै छैन। अध्ययनका बखतमा सो टेलिभिजनको वेवसाइट अद्यावधिक पनि थिएन।^{१३}

^{११} आचार्यसँग २०६६ साउन १४ मा गरेको कुराकानी।

^{१२} एभिन्यूज टिभीका केदार कोइरालासँग २०६६ भदौ ७ र च्यानल नेपालका गणेश बस्नेतसँग २०६६ साउन २९ मा गरेको कुराकानी।

^{१३} सबै वेवसाइटहरू २०६६ भदौ १८ मा हेरिएको थियो।

तालिका १ : विभिन्न टेलिभिजनमा जनसहभागिताको माध्यम

टेलिभिजन	टेलिफोन	फ्याक्स	इमेल	वेबसाइट	एसएमएस
नेपाल टिभी	४२००४३६/४२००३६१	४२००४४२	ntvnewsroom@gmail.com	www.ntv.org.np	-
कान्तिपुर	४४६६४००/४४६६४००	४४६६३२१	news@kantipur.tv.com aaja@kantipur.tv.com	www.kantipur.tv.com	२४२४
एमिन्सूज	४२२१७२२२/१६६०१२२७२२	४२५१०५५	www.avenues.tv	www.avenues.tv	-
एबीसी	४२५०२५०	४२५ ४३२१	news@abctvnepal.com	www.abctvnepal.com	३३२२
सगरमाथा	४२३३०७	४२६ १८८८७	www.sagarmathatv.com.np	www.sagarmathatv.com.np	-
इमेज	४००६५५५	४४२७६६२	ichannel@wlink.com.np	www.imagechannels.com	७८७८
च्यानल नेपाल	४७८०४१८	४१०७०५१	-	www.channelnepal.com	७५७५

नेपाली टेलिभिजनहरूले जनसहभागिताका लागि व्यवस्था गरेका विभिन्न सम्पर्क माध्यमहरूको विवरण तालिका १ मा छ। उल्लिखित सम्पर्क माध्यममध्ये जनताले आफू अनुकूल माध्यमबाट आफ्नो खबर तथा धारणा सम्बन्धित टेलिभिजनसम्म सम्प्रेषण गर्न सक्दछन्।

नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक पत्रकारिताका चुनौती

नेपाली टेलिभिजनमा नागरिकहरूको भूमिका पत्रकारकै रूपमा नभएर प्रायः सूचनादातामा सीमित छ। सामान्यतया: नागरिकबाट प्राप्त सूचनालाई पहिल्याउँदै व्यावसायिक पत्रकारहरूले नै समाचार तयार गर्छन्। महङ्गो प्रविधि, समाचार सङ्कलनसम्बन्धी प्राविधिक ज्ञानको कमी र विशेष गरी टेलिभिजन पत्रकारितामा दृश्यको आवश्यकता पर्ने भएकोले पनि आम नागरिक सूचना दातामा मात्र सीमित बनेका छन्। तर कहिलेकाहीं सप्ट न्यूजको सन्दर्भमा भने नागरिकहरूलाई पत्रकारकै रूपमा लिई उनीहरूको सामग्री प्रसारण गर्ने पनि गरिएको छ। उदाहरणका लागि, सामाजिक सेवा र गैरसरकारी संस्थाका गतिविधिबारे नागरिकहरूले ल्याउने सामग्रीलाई उनीहरूले ल्याएकै रूपमा प्रसारण गरिएको पाइन्छ। यद्यपि राजनीतिक विषयका समाचारमा भने निष्पक्षताको अभावमा विवाद आउनसक्ने कारणले नागरिक पत्रकारहरूमाथि भर पर्न सकिने वातावरण अझै बनिसकेको छैन।^{१४}

नेपाली टेलिभिजनहरूमा नागरिक पत्रकारिताको विकासका क्रममा देखिएका प्रमुख चुनौतीहरूलाई दुई प्रकारमा विभाजन गरी चर्चा गर्न सकिन्छ। पहिलो प्रकारको चुनौती पत्रकारिताको आधारभूत मान्यतासँग सम्बन्धित छ भने दोस्रो प्रकारमा अन्य प्राविधिक चुनौतीहरूलाई लिन सकिन्छ। पत्रकारिताको आधारभूत मान्यता तथ्यपरकता, सन्तुलन र विश्वसनीयता (Accuracy, Balance, Credibility) लाई आत्मसात गर्ने कुरा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासको सन्दर्भमा एक प्रमुख चुनौती हो।

तथ्यपरकता, सन्तुलन र विश्वसनीयताको सवाल

समाचारमा कुनै किसिमको पक्षपात नगरी घटनाको दुरुस्त चित्र सञ्चारमाध्यमले प्रस्तुत गर्नुपर्दछ। घटनाका सबै पक्षहरूको सन्तुलित प्रस्तुति समाचारमा देखिनु

^{१४} इमेज टिभीका महेन्द्र विष्टसँग २०६६ साउन १० र नेपाल टेलिभिजनका राजेन्द्रदेव आचार्यसँग २०६६ साउन १४ मा गरेको कुराकानी।

पर्दछ, संवाददाता सहमत भएको पक्षलाई मात्र स्थान दिइनु हुँदैन । सकेसम्म कुनै पनि विषयमा व्यक्त धारणालाई सन्तुलित गर्न विपरीत पक्षका धारणालाई पनि स्थान दिइनु पर्दछ (नील र ब्राउन सन् २००४) ।

कतिपय अवस्थामा सञ्चारमाध्यमसम्म पुग्ने नागरिकहरूले घटनाको आंशिक पाटो मात्र ल्याएका हुन सक्दछन् भने कतिपय अवस्थामा सूचना दिने व्यक्तिले आफ्नो पक्षलाई मात्र राखेर दोस्रो पक्षलाई आरोप लगाएको वा छुटाएको पनि हुनसक्छ । यसरी प्राप्त सूचनालाई सोही अवस्थामै प्रसारण गर्नु सञ्चारमाध्यम र आम अडियन्सलाई पनि घातक साबित हुन पनि सक्छ । साथै साधन र स्रोतको सीमितताले गर्दा प्राप्त हुने सबै खबरलाई पछ्याउन र त्यसको पुष्टि गर्न टेलिभिजन च्यानलहरूका लागि सम्भव हुँदैन । त्यसैले गर्दा पनि नेपाली टेलिभिजनमा नागरिक पत्रकारितालाई पूर्णरूपमा लागू गर्न नसकिएको धारणा सबै समाचार प्रमुखहरूको पाइन्छ ।

कान्तिपुर टिभीका तीर्थ कोइरालाका अनुसार सूचनाको विश्वसनीयता जाँच्ने स्रोत र साधनको कमीले गर्दा नै विगतमा *कान्तिपुर समाचार*मा रहेको 'तपाईंको खबर' भन्ने खण्डलाई बन्द गर्नुपरेको थियो ।^{१५} एबीसी टिभीका शुभशङ्कर कँडेलको भनाइमा सूचनाको सत्यता सबभन्दा महत्त्वपूर्ण कुरा हो । त्यसपछि त्यसलाई पुष्टि गर्ने र त्यसको सन्तुलन मिलाउने काम व्यावसायिक पत्रकारहरूको जिम्मामा आउँछ ।^{१६} विगतमा नागरिकले दिएको सूचनाकै आधारमा एभिन्यूज टेलिभिजनले एउटा ट्रक त्रिशुलीमा खसेको समाचार प्रसारण गर्‍यो । त्यसको भोलिपल्ट सोही ट्रकको चालकले टेलिफोनबाट आफ्नो दुर्घटना नभएको तर ट्रकको नम्बर प्लेट भने खिया परेर झरेको बताएपछि समाचारलाई सच्याउनु परेको थियो ।^{१७} नेपाली टेलिभिजनका सन्दर्भमा मात्र होइन अन्तर्राष्ट्रिय ठूला टेलिभिजनको सन्दर्भमा पनि यस्तो दुर्घटना भएको देखिन्छ । एकपटक सीएनएनले नागरिक सूचनाको आधारमा एप्पल कम्पनीका कार्यकारी प्रमुख स्तिभ जब्सलाई हृदयाघात भएको खबर प्रसारण गर्‍यो । यस खबरले एप्पलको सेयर मूल्य ५.४ प्रतिशत घट्यो तर पछि खबर झूटो ठहरियो (क्यालन सन् २००८) । त्यसपछि सीएनएनले नागरिक पत्रकारिताको अभ्यासलाई बन्द गरेन बरु यसमा थप सावधानी अपनाउँदै व्यवस्थित गर्दै लग्यो ।

^{१५} कोइरालासँग २०६६ भदौ ८ मा गरेको कुराकानी ।

^{१६} कँडेलसँग २०६६ साउन २२ मा गरेको कुराकानी ।

^{१७} एभिन्यूज टिभीका समाचार प्रमुख केदार कोइरालासँग २०६६ भदौ ७ मा गरेको कुराकानी ।

तथ्यपरकता, सन्तुलन र विश्वसनीयता पत्रकारिताका आधार हुन् र यी कुरालाई कुनै पनि सञ्चारमाध्यमले जोखिममा पार्न चाहँदैन । अर्कोतर्फ यसैलाई आधार बनाएर जनसहभागितालाई निषेध गर्नु पनि जनताको सूचना तथा अभिव्यक्तिको हकको अपमान हुनजान्छ । त्यसैले सञ्चारमाध्यमहरूले पत्रकारिताका आधारभूत मान्यता र जनसहभागिता दुवैलाई अक्षुण्ण राख्नेतर्फ लाग्नुपर्दछ । किनभने पत्रकारिताका मान्यता सञ्चारमाध्यमको जीवन हो भने श्रोता वा दर्शक सञ्चारमाध्यमका जीवनरक्षक । बढ्दो जनसहभागिताले अन्ततः सञ्चारमाध्यमलाई नै बलियो बनाउँछ ।

प्राविधिक चुनौती

नेपालमा नागरिक पत्रकारितालाई अवरोध गर्ने मुख्य तीन ओटा प्राविधिक समस्याहरू देखिन्छन् । प्रथम समस्या नागरिकहरूमा साक्षरता दरको अभाव हो । दोस्रो समाचारको पहिचान, सूचनाहरूको सङ्कलन र समाचारको तयारीसम्बन्धी ज्ञानको अभाव हो भने तेस्रो समाचार सङ्कलन र सञ्चारगृहसम्म सम्प्रेषण गर्ने प्रविधि र त्यसवारे जानकारीको अभाव हो ।

शिक्षाले नै आम नागरिकलाई सञ्चारको महत्त्व बुझाउन सक्दछ । शिक्षित अडियन्सले मात्र सञ्चारमाध्यमले पस्कने सामग्रीलाई बुझ्न र त्यसमाथि उचित प्रतिक्रिया जनाउन सक्दछ । नेपालको सन्दर्भमा १५ वर्षभन्दा माथिको औसत साक्षरता दर ५६.५ प्रतिशतमात्र छ (यूएनडीपी सन् २००९) । त्यसैले नागरिकमा रहेको अशिक्षा नेपालको सन्दर्भमा नागरिक पत्रकारितालाई अवरोध गर्ने प्रमुख कारण हो ।

नेपालको प्राविधिक पछौटेपन पनि नागरिक पत्रकारिताका लागि अवरोध बनेको छ । आधुनिक सञ्चारका साधनहरूमा बहुसङ्ख्यक जनताको पहुँच छैन । २०६५ साउन भदौतिर भएको एक अध्ययनअनुसार प्रति सय जनसङ्ख्यामा जम्मा १४.११ को मात्र टेलिफोनमा पहुँच रहेको देखिन्छ । त्यस्तै प्रति सय जनसङ्ख्यामा मात्र ०.३० इन्टरनेट सेवाको ग्राहक बनेका छन् (नेपाल दूरसञ्चार प्राधिकरण सन् २००८) । त्यसैले नागरिक र सञ्चारमाध्यमबीच सम्पर्क माध्यमको अभावले गर्दा पनि नेपालमा नागरिक पत्रकारिता फस्टाउन सकेको छैन । कम्प्युटर र सूचना प्रविधिसम्बन्धी ज्ञानको कमी, कम क्षमता (Bandwidth) भएको इन्टरनेट सेवाले पनि दृश्यसहितको समाचारलाई एक ठाउँबाट अर्को ठाउँमा पठाउन समस्या पर्ने गरेको छ । यस कुरालाई जोड दिँदै प्रकाश अधिकारी थप्छन्, “प्रविधि सहरी सम्पन्न जनसङ्ख्याको पहुँचमा छ तर उनीहरूलाई

सामाजिक विषयहरूमा खासै चासो छैन र सञ्चारमा आफ्नो कुरा राख्न उत्सुक ग्रामीण जनसङ्ख्याको पहुँचमा प्रविधि छैन ।”^{१८}

टेलिभिजन प्रविधि आफैँमा महङ्गो प्रविधि भएकोले यो पनि सबै नेपालीका पहुँचमा छैन । टेलिभिजनमा समाचार रिपोर्टिङका अत्यावश्यक भिडिओ क्यामेराको मूल्य २० हजार रुपियाँभन्दा बढी नै पर्दछ । नेपालीहरूको अनुमानित औसत वार्षिक आय भने करिब रु. ३५ हजार (अमेरिकी डलर ४७०) छ (विश्व बैंक सन् २००९) । त्यसैले दैनिक हातमुख जोर्ने समस्याबाट नै मुक्त हुन नसकेको औसत नेपालीले महङ्गो टेलिभिजन प्रविधि उपयोग गर्दै नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास गर्ने जस्ता विषयमा सोच्नेसम्म पनि फुर्सद पाउँदैनन ।^{१९}

देशमा पछिल्लो समयमा देखिएको बढ्दो असुरक्षा र दण्डहीनता पनि नागरिक पत्रकारिताका लागि बाधक बनेको छ । दस वर्षे सशस्त्र द्वन्द्व र त्यसपछिको सङ्क्रमणकालीन अवस्थामा कैयौँ पेशागत पत्रकारहरूमाथि समाचार लेखेकै आधारमा आक्रमण गर्ने र ज्यानै लिनेसम्मका घटना भएका छन् । कृष्ण सेन इच्छुक, डेकेन्द्र थापा, वीरेन्द्र साह, जे.पी. जोशी लगायतका पत्रकारहरू उनीहरूले अँगालेको पेशाकै कारणले मारिन पुगे । कतिपय घटनामा संलग्न भनी पहिचान भैसकेका आरोपितहरूलाई पनि सजाय हुन सकेको छैन । यसरी व्यावसायिक पत्रकारहरू नै स्वतन्त्र रूपमा आफ्नो पेशामा लाग्दा सुरक्षित छैनन् भने कसरी एउटा आम नागरिकले पत्रकारिता गरेर जोखिम मोल्न सक्छ ? यो महत्त्वपूर्ण सवाल हो ।

नेपालको भौगोलिक अवस्था पनि नागरिक पत्रकारिताका लागि समस्या बनेको छ । भौगोलिक दूरीका कारणले दूरदराजका समाचारहरू समयमै सञ्चारमाध्यमसम्म पुऱ्याउन सकिँदैन र जतिखेर आउँछ त्यो धेरै पुरानो भैसकेको हुन्छ । त्यसै गरी हाल नेपालमा देखिएको राजनीतिक धुवीकरणलाई पनि बाधक मानिएको छ । समाज राजनीतिक रूपमै विभाजित भएकोले नागरिकहरूद्वारा सम्प्रेषित खबरहरू राजनीतिक विचार र स्वार्थद्वारा प्रेरित हुन्छन् । त्यसैले कसलाई विश्वास गर्ने, कसलाई नगर्ने भन्ने असमञ्जस्यता छ ।^{२०}

उल्लिखित चुनौतीहरू केही त सामान्य प्रकृतिका र हल गर्न सकिने खालका छन् भने केही समाधान गर्न विशेष प्रयास र लामो समयको आवश्यकता पर्ने देखिन्छ ।

^{१८} सगरमाथा टिभीका समाचार प्रमुख अधिकारीसँग २०६६ भदौ ३ मा गरेको कुराकानी ।

^{१९} सगरमाथा टिभीका समाचार प्रमुख प्रकाश अधिकारीसँग २०६६ भदौ ३ मा गरेको कुराकानी ।

^{२०} कान्तिपुर टिभीका समाचार प्रमुख तीर्थ कोइरालासँग २०६६ भदौ ८ मा गरेको कुराकानी ।

निष्कर्ष

मल्टिमिडिया प्रविधिको बढ्दो प्रयोगले समाचार सङ्कलन र सम्प्रेषण प्रक्रिया अडियन्स र सञ्चार संस्थाबीच अन्तरक्रियात्मक बन्दै गइरहेको छ। अडियन्ससँग अन्तरक्रियात्मक सम्बन्ध राख्न नसक्ने सञ्चारमाध्यमको भविष्य छैन। समाचार तथा कार्यक्रमहरूमा जनसहभागिता सुनिश्चित गर्न नसक्ने संस्थाहरूले विस्तारै आधार गुमाउँदै जाने निश्चित छ। वीवीसी जस्ता सञ्चारमाध्यमहरूले यो कुरालाई बेलैमा बुझे र आफ्नो प्रसिद्धिलाई कायम राख्न सफल भए (ट्यामब्लिटन सन् २००९)। सहभागितामूलक पत्रकारिताको अभ्यासबाट विश्वका ठूला साना सबै प्रकारका सञ्चार संस्थाहरूले लाभ लिन थालिसकेका छन्।

सूचना प्रविधिको सञ्जालको विकास तथा यसमा जनताको विस्तारित पहुँचसँगै भविष्यमा जनसहभागिता वृद्धि हुँदै जानेछ। नेपालमा बढ्दै गइरहेको साक्षरता दर र मिडिया साक्षरता तथा जनताको बढ्दो चेतनाको स्तरले पनि भविष्यमा नागरिक पत्रकारिताका लागि अवसर प्राप्त हुने देखिन्छ। संवैधानिक रूपमै जनताको वाक तथा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको हक सुनिश्चित भएको तथा प्रेस स्वतन्त्रताको संवैधानिक ग्यारेन्टीले गर्दा आगामी दिनमा नागरिक पत्रकारिताले गति लिने विश्वास गर्न सकिन्छ।

अर्कातिर पत्रकार अदक्ष भए, तालिमको अभाव भयो, आचारसंहिता उल्लङ्घन भयो भन्ने आरोप नेपाली मिडियाले खेपिरहेको छ। यस्तो अवस्थामा नागरिक पत्रकारिताको अभ्यास त्यति व्यावहारिक हुन नसक्ने तर्कहरू आउने गरेका छन्। तर यो बहानामा जनसहभागितामूलक विचार तथा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको यस अभ्यासलाई निषेध गर्नेभन्दा पनि यसलाई व्यवस्थित र अनुशासित बनाएर लैजानु पर्छ। यसतर्फ नेपाली सञ्चारमाध्यमहरूले ध्यान दिन जरुरी हुन्छ। नागरिक पत्रकारिता भन्नेवित्तिकै नागरिकले जे खबर ल्याउँछ त्यसलाई त्यही रूपमा प्रसारण गर्नुपर्छ भन्ने बुझाइ सत्य होइन। नागरिक पत्रकारिताले जतिसुकै फड्को मारे पनि व्यावसायिक पत्रकारिताको पहरेदारी (Gate keeping) भूमिकालाई बेवास्ता गर्न सकिँदैन। नागरिक पत्रकारिताको अन्तिम चरणमा खबरहरूको पुनर्पुष्टि गर्ने, पत्रकारिताको मान्यता अनुरूपको साँचोमा खबरलाई ढाल्ने, त्यसको प्राथमिकता निर्धारण गर्ने र त्यसलाई प्रसारण गर्ने या नगर्ने भन्ने निर्णायक अधिकार फेरि पनि व्यावसायिक पत्रकारितामै निर्भर हुन्छ। त्यसैले आफ्नो जिम्मेवारीबाट पन्छिँदै नागरिक पत्रकारितालाई निरुत्साहित गरिनु तर्कसङ्गत हुँदैन।

समग्रमा नेपाली टेलिभिजनहरूमा नागरिक पत्रकारिताको वर्तमान अवस्था धेरै उत्साहजनक छैन। यद्यपि हाल भैरहेको सामान्य अभ्यास, विश्वव्यापी प्रभाव र आपसी प्रतिस्पर्धाले नेपालमा नागरिक पत्रकारिता अगाडि बढ्दै जाने देखिन्छ।

सन्दर्भ सामग्री

दाहाल, काशीराज। २०५८। *आमसञ्चार र कानून*। काठमाडौं: नेपाल प्रेस इन्स्टिट्यूट।

Bentley, C. H. 2008. *Citizen Journalism: Back to the Future?* Columbia. University of Missouri, School of Journalism. Available at http://citizenjournalism.missouri.edu/researchpapers/bentley_cj_carnegie.pdf. Accessed on 28 August 2009.

Bowman, S. & Willis, C. 2003. *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*. Stanford: The Media Center at the American Press Institute. Available at http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf. Accessed on 9 August 2009.

Burns, A. 2008. Select Issues with New Media Theories of Citizen Journalism. *Media/Culture Journal* 11(1). Available at <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/viewArticle/30>. Accessed on 15 August 2009.

Callan, J. 2008. CNN's Citizen Journalism Goes 'Awry' With False Report on Jobs. Available at <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=20601204&sid=atekONWyM7As>. Accessed on 13 October 2009.

Eltringham, M. 2009. The Audience and the News. In *The Future of Journalism*. C. Miller, ed., pp. 50-55. London: BBC College of Journalism. Available at http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/future_of_journalism.pdf. Accessed on 19 July 2009.

Farah, J. 1997. The Truth about Civic Journalism. Available at http://www.wnd.com/news/article.asp?ARTICLE_ID=14260. Accessed on 13 August 2009.

Garofoli, J. 2007. Santa Rosa TV station fires news staff, to ask local folks to provide programming. Available at <http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/c/a/2007/02/11/MNGDEO2QQA1.DTL>. Accessed on 4 August 2009.

Gillmor, D. 2004. *We the Media*. California: O'Reilly, Inc.

- Glaser, M. 2006. Your Guide to Citizen Journalism. Available at <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html>. Accessed on 26 July 2009.
- Hambleton, P. 2009. Dealing with User-Generated Content: is it Worth it? In *The Future of Journalism*. C. Miller, ed., pp. 32-38. London : BBC College of Journalism. Available at http://www.bbc.co.uk/blogs/theeditors/future_of_journalism.pdf. Accessed on 19 July 2009.
- Holetzky, S. n.d. What is Citizen Journalism? Available at <http://www.wisegeek.com/what-is-citizen-journalism.htm>. Accessed on 4 August 2009.
- Jiang, Z. 2009. Prospects for citizen journalism in China. Available at <http://opinion.globaltimes.cn/observer/2009-06/434671.html>. Accessed on 17 August 2009.
- McQuail, D. 2005. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Meddah, M.M. 2008 . Al Jazeera Launches Citizen Journalism Platform 'Sharek'. Available at <http://www.startuparabia.com/2008/11/al-jazeera-launches-citizen-journalism-platform-sharek/>. Accessed on 17 August 2009.
- Meher, V. 2008. Citizen Journalism is Dead. Available at <http://www.vincentmaher.com/?p=400>. Accessed on 9 August 2009.
- Neal, J.M. & S.S. Brown. 2004. *News Writing and Reporting*. Delhi: Surjeet Publications.
- Nepal Telecommunications Authority. 2008. *Quarterly Performance Indicator of Telecom Services / Sector (15 January 2008 – 12 April 2008)*. Available at http://www.nta.gov.np/Quarterly_Performance_of_Telecom_Operators.html. Accessed on 30 October 2009.
- The GFM Team. 2009. What's in a name? Renaming citizen journalism. Available at <http://blog.globalfm.com/2009/07/28/897citizen-journalism/>. Accessed on 29 July 2009.
- Thussu, D.K. 2000 *International Communication-Continuity and Change*. London: Arnold.
- UNDP. 2009. Human development index 2007 and its components. *Human Development Report*. New York: Palgrave macmillan. Available at http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2009_EN_complete.pdf. Accessed on 14 March 2010.

World Bank. 2009. Nepal Country Overview 2009. Available at <http://www.worldbank.org.np/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/SOUTHASIAEXT/NEPALEXTN/0,,contentMDK:22147453~pagePK:141137~piPK:141127~theSitePK:223555,00.html>. Accessed on 30 October 2009.