

पुस्तक: काँचको पर्दा: नेपाली टेलिभिजनमा

महिला

लेखक: दीपा गौतम

प्रकाशक: मार्टिन चौतारी

पृष्ठ: १७३

मूल्य: रु. १२५/-

प्रकाशन मिति: २०६३



नेपालमा टेलिभिजन प्रसारण हुन थालेको दुई दशक वितिसकेको छ, र टेलिभिजन प्रसारण उद्योगको रूपमा स्थापित भइसकेको छ। २०४२ मा पहिलोपटक सरकारी अग्रसरतामा नेपाल टेलिभिजन प्रसारणमा आयो। २०५८ सालमा निजी क्षेत्रबाट टेलिभिजन च्यानलहरू सञ्चालनमा आउन थालेपछि टेलिभिजन प्रसारणको क्षेत्रमा रहेको सरकारी एकाधिकारको अन्तको साथै नेपाली टेलिभिजन च्यानलहरूमा प्रतिस्पर्धा पनि बढ्न थालेको हो। नेपाली च्यानलहरू बढ्दै गरेका भए पनि नेपाली टेलिभिजनका विभिन्न पक्षहरूमाथि विभिन्न कोणबाट विश्लेषण/विवेचन गर्ने काम भने त्यति हुन सकेको छैन।

यसै सन्दर्भमा नेपाली टेलिभिजनमा प्रस्तुत गरिने कार्यक्रम, विज्ञापन, टेलिसिरियल लगायतका सामग्रीहरूमा महिलाको चित्रण, उनीहरूलाई प्रयोग गरिने भाषा, सम्बोधन र यस क्षेत्रमा उनीहरूको संलग्नताको सेरोफेरोमा रहेर लेखिएको पुस्तक हो- काँचको पर्दा: नेपाली टेलिभिजनमा महिला। नेपाल टेलिभिजनमा कार्यरत सञ्चारकर्मी दीपा गौतमद्वारा लिखित यस पुस्तक मार्टिन चौतारीले प्रकाशित गरेको हो। यस पुस्तकमा गौतमले सशक्त सञ्चारमाध्यमका

रूपमा परिचित टेलिभिजनले महिलाहरूको प्रस्तुति उनीहरूको साहस, सीप, विद्वतालाई बेवास्ता गर्छ र उनीहरूको अनुहार, शरीरका अङ्ग प्रत्यङ्गको अनावश्यक प्रस्तुतिलाई प्राथमिकता दिनुका साथै महिलाहरूलाई भोगवादी वस्तुको रूपमा लिने पुरुष सोच वा मानसिकतालाई नै निरन्तरता दिन्छ, भन्ने तर्क गरेकी छन् ।

कुल १७३ पृष्ठको यो पुस्तकमा पृष्ठभूमि, प्रस्तुति, सहभागिता र नीति निर्देशिका गरी जम्मा चार खण्डमा २४ ओटा लेखहरू समावेश गरिएका छन् । यीमध्ये केही लेख यसै पुस्तकका लागि लेखिएका हुन् भने केही लेख विगतमा विभिन्न पत्रपत्रिकाहरूमा प्रकाशित भइसकेका हुन् । यद्यपि पूर्वप्रकाशित लेखहरूलाई पनि आवश्यक परिमार्जन गरी यस पुस्तकमा राखिएको छ ।

पुस्तकको पहिलो खण्डमा नेपालमा टेलिभिजनको विकासक्रम, स्थापना र यससम्बन्धी भएका अध्ययनहरूको सङ्क्षिप्त चर्चा गरिएको छ । टेलिभिजनमा महिलाको छविबारे तयार पारिएको यो पुस्तकमा टेलिभिजनबारेको ऐतिहासिक पृष्ठभूमि अनावश्यक पनि लाग्न सक्छ तर नेपाली टेलिभिजनबारे अति नै कम सामग्री उपलब्ध भइरहेको अहिलेको सन्दर्भमा यस खण्डले पाठकलाई यसबारे उपयोगी खुराक दिन सकेको छ । साथसाथै यसले नेपाली टेलिभिजनमा महिला प्रस्तुतिका सन्दर्भमा विश्लेषण प्रस्तुत गर्नका लागि आधार तयार गरेको छ ।

प्रस्तुति नाम दिइएको पुस्तकको दोस्रो खण्ड नेपाली टेलिभिजनमा महिला प्रस्तुतिबारे केन्द्रित छ । यसमा महिलाहरूलाई प्रयोग गरिने भाषा, सम्बोधन, जातीय, क्षेत्रीय प्रस्तुति र प्रतिनिधित्व, पहिरन, लगायत उनीहरूको लागि प्रयोग गरिने क्यामराका सट, साइज र एङ्गलबारे व्याख्या छ । टेलिभिजनले महिलालाई परम्परागत भूमिकामा प्रस्तुत गर्ने प्रसङ्गलाई प्रस्तुति खण्डको सुरुआती लेख 'रोलमोडल नायिका' मा गौतमले लेखाजोखा गरेकी छन् । २०४३ सालतिर टेलिभिजनमा प्रसारित 'वाचा बिसेको छैन' शीर्षकको पहिलो टेलिसिरियलमा प्रज्ञा नाम गरेकी पात्रलाई एउटी समर्पित प्रेमिका र सहनशील पत्नीका रूपमा चित्रण गरिएको थियो । यसमा केन्द्रीय पात्र भए तापनि उनी आफ्नो जीवनका सम्बन्धमा कुनै निर्णय गर्न सकिदैनन् । पुरुष पात्रहरूले उनलाई जस्तो आकार दिन्छन् उनी त्यही आकारमा रहन्छन् (पृ. ४१) । यसको एक दशकपछि प्रसारित टेलिसिरियल 'सनई रोइरहेछ' मा पनि महिला पात्रलाई आफ्नो विचार र अधिकार नभएकी, पखेटा काटिएकी, उड्न नसकेकी चरीको रूपमा चित्रण गरिएको छ (पृ. ४२) । पछिल्लो समयमा, २०६० सालतिर निजी क्षेत्रको कान्तिपुर टेलिभिजनबाट प्रसारित 'अग्निकुण्ड' नामको सिरियलमा बाला पात्र प्रेममा समर्पित भएर गर्भवती हुन्छन् तर पुरुष पात्रले उनीबाट जन्मेको सन्तानलाई नस्वीकार्ने निर्णय

गरेपछि अन्तमा उनले आत्महत्या गर्छिन् (पृ. ४४)। यसप्रकार दुई दशकको अन्तरालमा प्रसारित टेलिसिरियलहरूमा महिलाको चरित्र चित्रणमा कुनै परिवर्तन आउन नसकेको सन्दर्भलाई गौतमले उदाहरणसहित प्रस्ट्याएकी छन्। चाहे सरकारी टेलिभिजन होस् चाहे निजी क्षेत्रबाट सञ्चालित, नेपाली टेलिभिजनमा महिलालाई निर्णय गर्न नसक्ने, अबला, निरीह, सहनशील व्यक्तिका रूपमा प्रस्तुत गरिएको पाइन्छ, र महिला छविको सकारात्मक चित्रणमा टेलिभिजनको पर्दा निकै अनुदार र सङ्कीर्ण छ भन्ने निष्कर्ष गौतमको छ।

विज्ञापनमा पनि यस्तो प्रवृत्ति भन् स्पष्ट रूपमा देखिन्छ। तेलको विज्ञापन होस् वा चामलको, साबुनको होस् वा कोल्ड ड्रिङ्क्सको, महिलाले प्रयोग नै नगर्ने सेभिड क्रिम र रेजरको नै किन नहोस् सबैमा महिलाहरूलाई उनको सीप, विद्वताभन्दा अनावश्यक रूपमा उनका अङ्ग प्रत्यङ्गको हाइलाइटससहित प्रयोग गर्ने गरिएको छ। उदाहरणका लागि, मखन चामलको विज्ञापनमा श्रीमतीको भूमिका खेल्ने पात्रलाई चामल र मानिसबीचको अन्तरसम्म थाहा नभएको देखाइएको छ। लुगा धुने साबुनको विज्ञापनमा आमाको भूमिकामा खेलेकी पात्र जो वर्षौंदेखि लुगा धुन्छिन् तर पनि कुन डिटर्जेन्ट राम्रो छ भन्नेसम्म थाहा पाउँदैनन्। उनलाई राम्रो डिटर्जेन्टबारे छोराले ज्ञान दिन्छन्। यी सन्दर्भलाई गौतमले 'चामल बोक्नुको खुशी', 'पितृसत्ताको विज्ञापन जालो' आदि लेखमा चर्चा गरेकी छन्। यस्ता विज्ञापनले गर्दा समाजमा महिलाहरू घर परिवार र भान्साको दायित्वबाट कहिले पनि मुक्त हुन नसक्ने विचार वा सन्देशलाई अप्रत्यक्ष रूपमा प्रवाहित गर्नुको साथै सार्वजनिक जीवनमा आउन चाहने महिलाहरूलाई यसले निरुत्साहित गर्छ।

सिरियल र विज्ञापन मात्र होइन टेलिभिजनमा प्रसारण हुने अन्य कार्यक्रमहरूमा पनि महिलाको चित्रण सकारात्मक हुन सकेको छैन। अन्तर्क्रियात्मक कार्यक्रमहरूमा महिलाहरूलाई एक त थोरै ठाउँ र समय दिइन्छ भने अर्को हिंसा पीडितका रूपमा चित्रण गर्ने गरिएको छ। बोक्सी, चेलीबेटी बेचबिखन, घरेलु हिंसा आदिबाट पीडित नभइकन निडर, साहसी र विजयीका रूपमा उनीहरू कार्यक्रममा अटाउन नसकेको सत्य लेखकले उजागर गरेकी छन्। पीडितको रूपमा कार्यक्रममा सहभागी हुँदा पनि उनीमाथि भएको हिंसालाई बढी हाइलाइट गर्ने, पीडित हुनुमा स्वयं उनी नै दोषी भएको देखाउने, प्रहरी, प्रशासन र पीडकलाई गैर जिम्मेवारका रूपमा प्रस्तुत गरिने जस्ता कमजोरीहरू सञ्चारकर्मीहरूमा रहेको तथ्यलाई पनि गौतमले औल्याएकी छन्। टेलिभिजनमा महिलालाई यसरी प्रस्तुत गरिनाले समाजमा महिलाप्रति नकारात्मक दृष्टिकोणको साथै स्वयं महिलाहरूमा पनि आफैँप्रति गलत र अपूर्ण बुझाइको विकास हुने सम्भावना निश्चितै रूपमा धेरै हुन्छ। यस्ता

संवेदनशील कुरामा बौद्धिक र चेतनशील मानिने सञ्चारकर्मीहरू प्रगतिशील र सचेत भएको देखिँदैन। पुरुषप्रधान समाज र पुरुषवादी मानसिकताले गर्दा पनि महिलाहरूलाई समान हैसियत दिनमा पुरुषहरू कन्जुस्याँइ गर्दछन्। महिला स्रोत व्यक्तिको परिचय दिने क्रममा उनको सार्वजनिक, व्यावसायिक वा पेसागत रूपमा परिचय दरिलो हुँदाहुँदै पनि व्यक्तिगत कुरालाई बढी प्रयोग गरिन्छ। जस्तै: श्रीमती, गृहिणी। पुरुषको हकमा भने उनको पेसागत व्यक्तित्वलाई सर्वोपरि ठानी परिचय दिइन्छ। स्रोतव्यक्तिका रूपमा दम्पति नै उपस्थित छन् भने परिचय वा क्याप्सन दिने समयमा पुरुषको व्यक्तित्वमा महिला अस्तित्व नै विलीन हुने गरी दिने गरिन्छ। टेलिभिजनले महिलाको पहिचानलाई बेवास्ता गरेका यस्ता केही सन्दर्भलाई पनि लेखकले केलाएकी छन्, जुन विषय सानो जस्तो देखिए पनि संवेदनशील छ।

प्रस्तुति खण्ड पुस्तकको मुख्य खण्ड हो। यो खण्डमा १८ ओटा लेखहरू रहेका छन्। यीमध्ये केही लेखहरूमा उही सन्दर्भ बारम्बार दोहोरिएको देखिन्छ। जस्तो 'पितृसत्ताको विज्ञापन जालो', 'नराम्रो लोग्ने/ढङ्ग नभएको छोरो' र 'अविभाज्य भान्छा', 'प्रचार कि प्रचारको खेती', 'चामल बोक्नुको खुशी' यी चारओटै लेख विज्ञापनमा महिला प्रस्तुतिसम्बन्धी रहेका छन्। पुस्तकमा यी लेखहरू लहरै आउछन्। यिनलाई गाभेर पनि एउटै लेखमा उही कुरालाई सशक्त ढङ्गले व्यक्त गर्न सकिन्थ्यो। त्यस्तै 'पुरुष भएको भए' र 'नामको प्रयोग' शीर्षकको लेख परिचय दिने क्रममा क्याप्सनमा प्रयोग हुने भाषा सम्बन्धी रहेका छन् भने 'शब्दको गोली' र *सम्बोधनलाई सम्बोधन* लेख कार्यक्रम, सिरियलमा महिलालाई पुरुष पात्रले प्रयोग गर्ने सम्बोधन र भाषासम्बन्धी रहेका छन्। यिनलाई पनि एउटै शीर्षकअन्तर्गत समेट्न सकिने देखिन्छ।

तेस्रो खण्ड टेलिभिजनमा कार्यरत महिला जनशक्तिको सङ्ख्या र नीतिनिर्माण तहमा तिनको प्रतिनिधित्वबारे छ। टेलिभिजन उद्योगमा कार्यरत कुल जनशक्ति मध्ये १७.६ प्रतिशत मात्र महिला रहेका छन्। तीमध्ये पनि नीतिनिर्माण तहमा महिलाको अत्यन्तै भिन्नो उपस्थिति छ। महिला सहभागिता न्यून हुनुमा शिक्षित तथा प्रसारण पत्रकारिताको ज्ञान हुनुपर्ने, समय धेरै दिनुपर्ने कारणहरू रहेका छन्। अर्को पक्ष टेलिभिजन नाम र प्रतिष्ठाको क्षेत्र भएकोले यसमा काम गरेपछि यसबाट अवश्य पनि अलग रहन सकिँदैन। पुरुषप्रधान समाजमा महिलाको पेसा चयनमा पुरुषको भूमिका प्रत्यक्ष अप्रत्यक्ष रूपमा रहेको हुन्छ। पुरुषप्रधान र परम्परागत मानसिकता व्याप्त रहेको हाम्रो समाजमा श्रीमती वा छोरीको नाम र प्रतिष्ठाले चिनिन चाहने पुरुषहरू होलान् भन्ने कुरामा शङ्का नै रहेको छ। विभिन्न कारणले महिलाहरू यो क्षेत्रप्रति उदासिन छन् र उनीहरूको कमजोर

उपस्थितिले गर्दा टेलिभिजन महिला-मैत्री हुन सकेको छैन भन्ने तर्क लेखकले पुस्तकमा गरेकी छन् ।

टेलिभिजनमा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरू धेरैजसो आर्य मूलका रहेको तथ्य पनि लेखकले पुस्तकमा उल्लेख गरेकी छन् । टेलिभिजनले सबै वर्ग र जातिका व्यक्तिलाई समेट्न सकेको छैन । त्यसमा पनि अल्पसङ्ख्यक र सीमान्तीकृत वर्गको प्रतिनिधित्व न्यून छ भने ती समुदायका महिलाहरूको सङ्ख्या लगभग शून्य रहेको छ । यस सन्दर्भमा गौतम लेखिछन्, “समावेशी राज्य व्यवस्थाका लागि सञ्चारमाध्यममा जातीय सन्तुलन कायम राख्नु जरुरी हुन्छ । न्यूनतम सक्षमताका आधारमा भए पनि अल्पसङ्ख्यकलाई सञ्चारमाध्यममा स्थान दिनुपर्छ” (पृ. १५६) ।

अन्तिम खण्डमा महिला सवालसम्बन्धी नीति निर्देशिकाबारे चर्चा गरिएको छ । सञ्चारसम्बन्धी नीतिहरू महिला मैत्री तथा लैङ्गिक समानताका सवालमा स्पष्ट छैनन् र भएका वा गरिएका कार्ययोजना, नीतिहरू पनि कार्यान्वयन हुन सकेका छैनन् । यसलाई ‘कुरै कुरामा सीमित’ शीर्षकको लेखमा गौतमले चर्चा गरेकी छन् । राष्ट्रिय प्रसारण ऐन, राष्ट्रिय सञ्चार नीति, प्रसारण नियमावली र सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रको दीर्घकालीन नीति जस्ता नीति नियमहरू भए तापनि लैङ्गिक समानताका पक्षमा यी नीतिहरू असंवेदनशील र मौन रहेको पाइन्छ । हालसम्म पनि सरकारी तथा निजी प्रसारण संस्थाहरूले महिला र लैङ्गिकतासम्बन्धी नीति एवं निर्देशिका बनाएका छैनन् । यति मात्र नभएर कतिपय च्यानलहरूको त आफ्नो शैली पुस्तिकासमेत नभएको कुरातर्फ पनि पुस्तकमा इङ्गित गरिएको छ ।

पुस्तकको शीर्षक— काँचको पर्दा नेपाली टेलिभिजनमा महिलाले फराकिलो ओगट्न खोजेको क्षेत्र भए तापनि समाचार, समाचारमूलक कार्यक्रम, म्युजिक भिडियो/गीतलाई भने समेट्न सकेको छैन । एउटै पुस्तकमा सम्पूर्ण पक्ष समेट्न कठिन हुन्छ नै । पुस्तकको भूमिकामा पनि समय र स्रोतको अभावको कारण समाचार, म्युजिक भिडियो, चलचित्र समेट्न नसकिएको उल्लेख छ । यद्यपि यसले पुस्तकलाई केही अपूरो/अधुरो भएको भान गराउँछ । बेग्लाबेग्लै सन्दर्भमा लेखिएका र प्रकाशित भइसकेका लेखहरूका कारणले पुस्तक पढेजस्तो नलागी छुट्टाछुट्टै लेखहरू पढेजस्तो अर्थात् लेखको सिलसिला नमिलेजस्तो पनि लाग्न सक्छ पाठकलाई । पुस्तकमा महिलाबारे टेलिभिजन प्रसारणमा देखा परेका नकारात्मक प्रस्तुतिलाई सोदाहरण चर्चा गरिए पनि तिनको कारणको विश्लेषण गर्न कञ्जुस्याइँ गरेकै देखिन्छ । थोरै सन्दर्भमा कारणको खोजीनिति नगरिएको होइन । उदाहरणको लागि, महिलाको सहभागिता कम भएको कारणले उनीहरूबारे नकारात्मक प्रस्तुति सञ्चारमाध्यममा आएको लेखको तर्क छ । पुस्तकमा सहभागिता खण्ड महिला

प्रस्तुतिमा नकारात्मक चित्रण हुनुमा न्यून सहभागिता प्रमुख कारणको रूपमा रहेको पुष्टि गर्नको लागि मात्र राखेको जस्तो देखिन्छ। महिलाको सहभागिता बढाउनुपर्छ भन्नेमा विवाद छैन। तर महिलाको उपस्थिति बढ्दैमा टेलिभिजनका पर्दामा महिलाको सकारात्मक चित्रण र पुरुष सञ्चारकर्मीका व्यवहार (महिला सहकर्मी तथा व्यक्तिहरूलाई प्रयोग गरिने सम्बोधन, भाषा आदि) मा परिवर्तन आउँछ, नै भन्न सकिँदैन। यसको लागि समाजका बौद्धिक र चेतनशील वर्ग मानिने सञ्चारकर्मीहरू नै संवेदनशील र सचेत हुनुपर्ने देखिन्छ।

महिला सहभागिता न्यूनतासम्बन्धी सवालमा पनि शिक्षा, पुरुषप्रधान समाज र सामाजिक संरचनालाई कारकतत्वका रूपमा व्याख्या गरिएको छ पुस्तकमा। यसमा स्वयं महिलाहरू वा उनीहरूका प्रवृत्ति कति जिम्मेवार छन् वा छैनन् भन्नेबारे पनि चर्चा गर्न सकेको भए उत्तम हुने थियो। सामाजिक तथा सांस्कृतिक कारणले गर्दा टेलिभिजनमा देखाइने दृश्यहरू (चाहे त्यो सिरियल, विज्ञापन वा कार्यक्रममा देखाइने महिलाका नकारात्मक प्रस्तुति हुन् वा उनीहरूलाई प्रयोग गरिने असमान भाषा र सम्बोधन नै किन नहोऊन्) स्वयं महिलाहरूले पनि स्वाभाविक र सहज रूपमा लिने गरेका छन्। महिलाहरू (सञ्चारकर्मी, दर्शक तथा सम्पूर्ण महिलाहरू) स्वयं पनि यस्ता कुराहरूमा जागरुक हुनु आवश्यक छ र आफ्नो समान हैसियतको लागि पहल गर्नुपर्ने देखिन्छ। महिला अधिकारवादी विभिन्न व्यक्ति र सङ्घसंस्थाहरू नेपालमा क्रियाशील छन्। टेलिभिजनमा देखा पर्ने यस्ता कमजोरी हटाई महिलाको सकारात्मक प्रस्तुतिका लागि स्वयं महिलाहरूले व्यक्तिगत वा संस्थागत रूपमा के-कस्ता प्रयासहरू गरे वा गरेनन् त्यसतर्फ लेखकको ध्यान गएको छैन।

लैङ्गिक असचेत भाषाको प्रयोग सञ्चारमाध्यममा व्याप्त रहेको कुरालाई पनि पुस्तकमा प्रस्तुत गरिएको छ तर सञ्चारकर्मीहरूलाई लैङ्गिक संवेदनशीलतासम्बन्धी तालिमको व्यवस्था छ वा छैन भन्ने विषयमा पुस्तक मौन रहेको छ। सञ्चार संस्था तथा सञ्चारकर्मीहरूलाई लक्षित गरेर लैङ्गिक संवेदनशीलतासम्बन्धी कार्यक्रम गरिरहेका पैरवी समूहहरू (सञ्चारिका, अस्मिता आदि) का प्रयास, प्रभाव र भूमिकालाई पनि समेट्न सकेको भए पुस्तक अझ वजनदार बन्न सक्थ्यो। पारिश्रमिक, पेसागत सुरक्षा तथा वातावरण र पुरुष सहकर्मीहरूको प्रवृत्ति पुस्तकमा नसमेटिएका विषय हुन्। लैङ्गिक विभेद र असंवेदनशीलता नेपाली टेलिभिजनको मात्र समस्या होइन, नेपाली सञ्चारमाध्यमकै साझा समस्या हो। यस पुस्तक पढ्दा भने टेलिभिजन मात्रै यो समस्याबाट ग्रस्त हो भन्ने बुझिन्छ। रेडियो, छापा

लगायतका माध्यममा पनि यस्तो समस्या छ, भन्ने बारे निकै अध्ययन भएका छन् र तीव्रता एक दुई वाक्य समावेश गर्नु उचित हुन्थ्यो ।

यति हुँदाहुँदै पनि टेलिभिजन र महिलामाथि केन्द्रित पुस्तकहरू पर्याप्त नभएको अवस्थामा यो पुस्तकले महत्त्वपूर्ण योगदान निःसन्देह गर्नेछ । पुस्तकले महिलाहरूलाई यो क्षेत्रप्रति धेरथोर रुचि जगाउनुको साथै सञ्चारकर्मीहरू (महिला तथा पुरुष दुवै) लाई पनि महिला प्रस्तुति तथा उनीहरूलाई प्रयोग गरिने भाषा, सम्बोधन आदि विषयका सन्दर्भमा भक्भक्काउने नै छ । कुनै पनि विषय वा क्षेत्रमा गरिने अनुसन्धान पूर्ण र अन्तिम भन्ने हुँदैन । तसर्थ यो क्षेत्रमा बाँकी रहेका कुरा त अरू अनुसन्धानले पनि खोतल्लान् नै, जसको लागि यो पुस्तकले गोरेटो भने अवश्य कोरेको छ । हरेक क्षेत्रमा महिलाहरूको समान अधिकार र पहुँचको लागि आवाज उठिरहेको समयमा टेलिभिजन जस्तो सशक्त सञ्चारमाध्यममा पनि महिला-पुरुष दुवैको समान हैसियत र कामको साभेदारीलाई स्वीकारिएको सामग्री प्रस्तुत गर्नुपर्छ, भन्ने आग्रहको यो पुस्तक सान्दर्भिक पनि छ ।

रमिता महर्जन

विद्यार्थी, रत्नराज्यलक्ष्मी क्याम्पस