

पत्रकारिताको बदलिँदो आयाम



विनयकुमार कसजू

किरण पुस्तकालय

तम्घास गुल्मीद्वारा प्रकाशित

हाम्रो पुरुषार्थ (अर्द्धवार्षिक) पत्रिकाको

२०६२ वैशाख, पूर्णांक ५० पत्रकारिता विशेषांक मा प्रकाति लेख

नेपालको लागि उपयुक्त आमसंचार माध्यम :

नेपालका अधिकांश गाउँहरूमा मोटर बाटो पुगेको छैन र सबै ठाउँमा मोटर पुऱ्याउनु सम्भव पनि छैन । यसैले महँगो भए पनि व्यावहारिक दृष्टिले हवाइ यातायात नेपालको लागि सबैभन्दा प्रभावकारी साधन सिद्ध भएको छ । त्यस्तै भौगोलिक, आर्थिक, शैक्षिक, सामाजिक आदि विभिन्न कारणले गर्दा नेपालका सयकडा एक मानिसले पनि नियमित रूपमा पत्रपत्रिका पढ्दैनन् । अधिकांश गाउँहरूमा अखबार पुग्दैन तर अधिकांश गाउँहरूमा रेडियो पुगेको छ भने प्राविधिक दृष्टिले टेलिभिजन र इन्टरनेट सरल सुलभ र सस्तो छ । यसैले हुम्लाजस्तो दुर्गम जिल्लाका गाउँमा पनि मानिसहरू घामबाट विजुली निकालेर टेलिभिजन हेर्ने र इन्टरनेट सुविधा लिन सक्ने अवस्थामा छन् । कतिपय गाउँ वा टोलमा केही परिवार मिलेर डिस्क एन्टेना राखेर संचार भूउपग्रहबाट प्रसारित हुने टेलिभिजन च्यानलहरू हेर्ने गरेका छन् । राजधानी र कतिपय शहरहरूका मानिसहरूले हेर्न नपाउने टीभी च्यानलहरू गाउँलेहरूले सजिलैसँग हेरिरहेका छन् ।

नेपालजस्तो भौगोलिक स्थिति भएका देशहरूका लागि छापामा माध्यमभन्दा इलेक्ट्रोनिक माध्यम बढी उपयुक्त भएभैं इलेक्ट्रोनिक माध्यममध्ये पनि तारयुक्त माध्यमको दाँजोमा बेतार (वायरलेस) माध्यम बढी प्रभावकारी, सरल, सस्तो र छिटो हुने कुरा अब प्रमाणित भइसकेको छ । यसैले अन्तर्राष्ट्रिय रूपमै गरिब मुलुकहरूको लागि बेतार प्रविधि अपनाउन र यसको लागि सहयोग जुटाउन आह्वान भइरहेको छ । निरक्षर जनताको बहुलता भएको नेपालमा जनतालाई सुसूचित गर्न, सुशासन कायम गर्न र प्रजातन्त्रलाई दरिलो बनाउन एफएम रेडियो प्रसारण प्रविधि जनताको हातमा सुम्पने निर्णय गर्नु र मोबाइल फोनको विकास हुनुको कारण बेतार प्रविधि व्यावहारिक, प्रभावकारी, सरल, छिटो र सस्तो हुनु नै हो ।

नेपालमा पत्रकारिताको विकास र प्रभावको कुरा गर्दा यहाँको भूबनोट, आर्थिक-साँस्कृतिक, धार्मिक, सामाजिक, बहुजातीय, बहुभाषिक अवस्थालाई ध्यानमा राख्नु आवश्यक हुन्छ । यसैले कतिपय अवस्थामा नेपालमा सन्देश वा विषयवस्तुभन्दा माध्यम (मिडिया) बढी महत्वपूर्ण हुनजान्छ । प्रसिद्ध संचारविद म्याक लुहानले “माध्यम नै सन्देश हो” भनेभैं नेपालको सन्दर्भमा पनि कतिपय अवस्थामा माध्यमले विषयवस्तुलाई डोऱ्याउने काम गरिरहेको देखिन्छ ।

प्रेसको भूमिका :

पत्रकारिता, प्रेस र अहिले आएर मिडियाको विश्वमा प्रचलित मान्यताअनुसार यसको मुख्य तीन वटा भूमिका छ । पहिलो भूमिका सूचित र शिक्षित गर्नु हो । प्रजातन्त्र जनताको मतबाट चल्ने व्यवस्था हो र जनताको मत बनाउने काम मिडियाले गर्छ । यसैले प्रजातन्त्र र प्रेसलाई एकअर्काको पूरक वा एउटा सिक्काका दुई पाटा मानिएको हो । प्रेसको अर्को काम कार्यपालिका वा सरकार, विधायिका वा संसद र न्यायपालिकाको कामको रेखदेख, निगरानी गर्नु हो । यसैले प्रेसलाई राज्यको चौथो अंग भनिएको हो । प्रेसको तेस्रो महत्वपूर्ण काम हो जनताको सुखदुःख, पीरमर्का, जनताको आवाज र भावना सरकार, नीति निर्माता, योजनाकारदेखि लिएर तल्लो निकाय र जनताको सेवा गर्न बनेका निकायहरूसम्म पुऱ्याउनु र तिनीहरूलाई जनताप्रति संवेदनशील र उत्तरदायी बनाउनु हो । यसरी सुशासनमा प्रेसले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेको हुन्छ । विकासशील देशहरूमा प्रेसको थप चौथो भूमिका पनि छ । जनतालाई आफ्ना हक र दायित्वप्रति सचेत गराउँदै उनीहरूको विकासमा सहभागी बनाउनु । यसका लागि प्रेसले जनतालाई नयाँनयाँ काम गर्न प्रेरित र शिक्षित पनि गर्छ । सारमा, प्रेसले राष्ट्र र समाजको व्यवस्थापन र संचालनको निर्णय देखि कार्यान्वयन र फल उपभोग गर्ने कामसम्मका हरेक तहमा जनतालाई समावेश गर्छ ।

विषयवस्तु/सन्देश र माध्यमको मेल :

प्रेसको भूमिकाले नै यसको विषयवस्तु वा सन्देश निर्धारित गरिरहेको हुन्छ । तैपनि, नेपालजस्तो जाति, जनजाति, धर्म, भाषा, संस्कृति, भौगोलिक स्थिति आदिको दृष्टिले विविधता नै विविधता भएको देशमा उपयुक्त माध्यमको संगसंगै उपयुक्त सन्देशको निर्धारण पनि अत्यन्तै महत्वपूर्ण र कठिन विषय पनि हो । उदाहरणका लागि जुम्ला वा हुम्लाजस्ता जिल्लामा सोलर प्यानल राखेर स्याटेलाइटबाट प्रसारित टीभी कार्यक्रम हेर्ने गाउँलेले अमेरिकी राष्ट्रपतिले बोलिरहेको तत्तातै सुन्न र हेर्न पनि सक्छ । उसले हलिउडमा बनेको सबैभन्दा ताजा फिल्म र प्रसिद्ध पपस्टारले गाएको नाचेको हेर्न पनि सक्छ । तर ऊ वा उसको परिवारको कोही बिरामी प्यो भने उपचारका लागि ऊ अस्पताल वा चिकित्सककहाँ नगई धामीभाँकीकहाँ जान्छ । उसलाई स्वास्थ्य, सरसफाइ, पोषण, चिकित्सा आदिका विषयमा स्याटेलाइट च्यानलहरुले केही पनि बताउँदैन । यसरी गाउँलेको पहुँच इन्टरनेट र स्याटेलाइटबाट प्रसारित टेलिभिजन कार्यक्रममा भए पनि उसको लागि चाहिने सान्दर्भिक, उपयोगी र उपयुक्त सन्देश वा विषयवस्तु उसले ती माध्यमबाट पाउन सक्तैन ।

कुन गाउँ, टोल, समुदायलाई कस्तो विषयवस्तु चाहिन्छ र कुन माध्यम उपयुक्त हुन्छ भन्ने कुरा निधो गर्न धेरै कुराहरु विचार गर्नु पर्ने वा जान्नु पर्ने हुन्छ । यसको लागि अनुसन्धान गर्नु पर्छ । उदाहरणका लागि नेपाल कृषि प्रधान देश भएको हुनाले अधिकांश मानिसहरुलाई कृषि कार्यक्रम चाहिन्छ भन्ने अवधारणाले कतिपय योजनाकारहरुलाई प्रेरित गरिरहेको हुनसक्छ । तर कृषि संबन्धी कार्यक्रमको उपयोगिता मूल्यांकन गर्दा र व्यवहारमा हेर्दा अर्कै दृश्य देखिन्छ । कतिपय गाउँमा मनिसहरु विदेशमा वा शहरमा बस्ने आफन्तसँग फोन गर्नका लागि दुईतीन दिनको बाटो हिँडेर आउने र दुईचार दिन पालो पर्खेर टेलिफोन गर्ने गरेको समाचार बेलबेलामा पढ्न पाइन्छ । पाँच रुपैयाँको अखबार नकिन्नेहरु पनि दुईचार सय खर्च गरेर फोनमा कुरा गर्न पर्खेका हुन्छन् । यसबाट पनि उनीहरुलाई चाहिने सबैभन्दा महत्वपूर्ण सन्देश के रहेछ भन्ने थाहा हुन्छ । यसैले योजनाकार वा पत्रकारले लक्षित समुदायभन्दा बाहिर बसेर अन्दाजको भरमा कुनै समुदायलाई यस्तो विषयवस्तुको खाँचो होला भनेर सन्देश प्रवाहित गर्दा स्रोत र साधनको दुरुपयोग मात्रै पनि हुनसक्छ । अर्को ताजा उदाहरण पनि हाम्रो सामुन्ने छ । पाल्पाको श्रीनगर एफएमले एसएलसी परीक्षाअघि रेडियोबाट ट्युसन पढाउँदा झण्डै तीस हजार विद्यार्थी लाभान्वित भएको समाचार आएको थियो । माध्यम र सन्देशको मेलको यो एउटा गतिलो उदाहरण हो । यदि रेडियो नभएर हुलाकबाट ट्युसन पढाउनु परको भए कत्तिको व्यावहारिक र प्रभावकारी अनि सरल र सस्तो हुन्थ्यो ? विचार गरौं ।

नेपालमा हुलाकको विकास दुई तरिकाले भएको पाइन्छ । एकातिर राणकालमा काठमाडौँको प्रशासन मेचीदेखि महाकालीसम्म सुचारु रूपले संचालन गर्नका लागि पूर्वपश्चिम हुलाकी बाटो र व्यवस्था भएको थियो भने अर्कोतिर मुग्लानमा काम गर्न जाने र विदेशी सेनामा भर्ती हुनेहरुको आफ्नो परिवारसँग सम्पर्कका लागि उत्तर दक्षिण हुलाकी बाटो र व्यवस्थाको खाँचो थियो । अर्थात् हुलाक माध्यमले पूर्वपश्चिम सरकारी सन्देश ओसाथ्यो भने उत्तरदक्षिण जनताको सन्देश ओसाथ्यो ।

माथिका केही उदाहरणबाट माध्यम र सन्देशको सम्बन्ध बुझ्नसकिन्छ । साथै अर्को महत्वपूर्ण कुरा जनताको लागि चाहिने सन्देश र त्यो सन्देश वा विषयवस्तु के हो, के हुनु पर्छ वा कुन सन्देश महत्वपूर्ण हुनसक्छ भन्ने अनुमान लगाउन र यसबारे अनुसन्धान गर्न केही सोच उदाउनसक्छ । चुरो कुरो के हो भने यदि जनताको लागि उपयुक्त, सान्दर्भिक र उपयोगी विषयवस्तु वा सन्देश भएन भने जति सरल र प्रभावकारी माध्यम भए पनि कालान्तरमा त्यसको उपयोग र महत्व घट्छ ।

नाफामुखी माध्यम - नयाँ हाँक :

केही महिनाअघि सुनामी महाभूकम्प हुँदा भारतको पूर्वी समुद्र तटीय राज्य पोण्डेचेरीको एउटा गाउँ नाल्लवधुमा समुद्री छालको पानी पसे तापनि त्यहाँ कसैको पनि मृत्यु भएन । गाउँलेहरु सबै जना घर छाडेर सुरक्षित ठाउँमा गइसकेका थिए । सिंगापुरमा काम गर्ने त्यही गाउँका विजयकुमारले पत्रकारिताको बदलिँदो आयाम : विनयकुमार कसजू

गाउँलेहरूलाई फोन गरेर सुनामीको छाल आउने जानकारी दिइसकेका थिए । फलस्वरूप समुद्रको किनारामा छाप्राहरूमा बस्नेहरू तुरुन्तै त्यहाँबाट सरे र सुरक्षित ठाउँतिर लागे । जबकि पोण्डेचरी राज्यका अरु गाउँमा चार सय जना मरेका थिए ।

सुनामी महाभूकम्पबाट सबैभन्दा धेरै नोक्सान इन्डोनेसियापछि श्रीलंकामा भएको थियो । भूकम्प र समुद्री छाल उद्गम भएको इण्डोनेसियाबाट समुद्री छाल श्रीलंका र भारतसम्म आइपुग्न दुई घण्टाको समय लागेको थियो । इण्डोनेसियामा दुर्घटना हुनेबित्तिकै चारैतिर खबर फैलाएको भए दुईघण्टाभित्र समुद्री किनारमा बस्ने धेरै मानिसहरूलाई सुरक्षित ठाउँमा पुऱ्याउनसकिन्थ्यो । एशिया र हिन्दमहासागरको तटीय क्षेत्रमा अहिले लाखौं मोबाइल फोन, हजारौं स्याटेलाइट फोन, करोडौं इमेल इन्टरनेट, सयौं भूउपग्रहबाट प्रसारित टेलिभिजन च्यानलहरू सक्रिय छन् । कुनै पनि खबर केही सेकेण्डभित्रै संसारभरि पुऱ्याउन सकिने संचार संचाल यो क्षेत्रमा उपलब्ध छ । साथै ह्याम रेडियोका शौखिन संचालकहरूको संख्या पनि निकै छ । यदि बेलैमा चेतावनी पाएको भए सम्पत्ती गुमे पनि ज्यान त जोगिन्थ्यो । तर दुःखको कुरा यो महाविनाशको चेतावनी फैलाउन सकिएन ।

अमेरिकाको हवाई द्वीपमा अवस्थित प्रशान्त सुनामी सतर्कता केन्द्र र अन्तर्राष्ट्रिय सुनामी सूचना केन्द्रले पनि भूकम्प र प्रशान्त महासागरमा उठेको छालको बारेमा थाहा पाइसकेको थियो । “भूकम्प र सुनामी आउने समयका बीचमा पर्याप्त समय थियो जसबाट तत्कालै सूचना प्रवाह गरेर धनजनको क्षति कम गराउनसकिन्थ्यो । उपयुक्त सतर्कता व्यवस्था भएको भए यस्तो दुर्भाग्य हुने थिएन ।” अमेरिकी भूगर्भविद केन ह्युटनको भनाइ छ ।

विश्वमा सूचना र संचार प्रविधिको यति धेरै विकास भइसकेको पनि सुनामी महाविनाशको चेतावनी फैलाउन नसक्नुका पछाडि के कारण थिए ? बीबीसी र सीएनएनजस्ता समाचारका प्रमुख माध्यमहरूलाई इराक, इजरायल, युक्रेनआदि देशमा पश्चिमी पुंजीपति देशहरूको स्वार्थ जोगाउनमै फुर्सद थिएन । विश्वका प्रमुख संचार माध्यमहरू अहिले मनोरंजनको नाममा व्यापार गरिरहेका छन् ।

मानिसलाई आफ्नो जीवन सुरक्षित र सुखमय बनाउनका लागि प्रविधि चाहिएको हो, केवल प्राविधिक चमत्कार देखाउन वा मनोरंजनका लागि होइन । मिडियामा के विषयवस्तु प्रवाहित हुन्छ, जनताको लागि कुन विषयवस्तु आवश्यक हुन्छ भन्ने कुरामा ध्यान नदिई सूचना प्रविधिलाई राजनीतिक र व्यापारिक फाइदामा मात्र सीमित गर्न खोज्ने प्रवृत्ति कति धेरै बढेको छ भन्ने कुरा सुनामीको महाविनाशले पनि स्पष्ट पार्छ ।

अहिले संसारभरि नै आमसंचार माध्यमहरू नाफामुखी बन्दै गइरहेका छन् । संसारका प्रमुख मिडिया हाउस, कम्पनीहरू धनाढ्य एवं उद्योगपतिहरूको हातमा सीमित हुँदैछ । मिडियालाई उनीहरूले आफ्नो उद्योग विस्तार गर्ने र नाफा कमाउने साधनको रूपमा उपयोग गर्दैछन् केही वर्षअघिसम्म मिडिया राजनीतिमुखी भयो भन्ने गुनासो थियो भने अब नाफामुखी भयो भन्ने गुनासो थपिएको छ ।

अहिले नेपाली पत्रपत्रिका पसलहरूमा र पाठकहरूको हातहातमा देखिएका अखबारहरू कति व्यावसायिक हुन र कति व्यापारिक हुन् भन्ने कुराको जवाफ अहिले नै खोज्नु अपरिपक्व होला तर यसको प्रवृत्तिप्रति जागरुक हुनु पर्ने बेला आइसकेको छ । नयाँ अखबारहरूको आकर्षक साजसज्जा र उत्पादन प्रविधि तथा विज्ञापनको प्रचुरता सकारात्मक पक्षको रूपमा देखिन्छ, तर तिनले कस्ता एजेण्डा वा मुद्दा पाठक वा राष्ट्रकोसामु उठाइरहेछन् भन्ने कुरा बढी महत्वपूर्ण विषय हो । आमसंचार जगतलाई नजिकैबाट निगरानी गर्नेहरूले यसमा चासो राख्नुपर्ने बेला आइसकेको छ ।

नयाँ माध्यमहरूको उदय :

माथि उल्लिखित प्रेसको भूमिका खेल्ने खेलाडीहरू वा ती भूमिका पूरा गर्ने गराउने काममा नयाँ प्रविधिको विकास सँगै नयाँ नयाँ खेलाडी वा माध्यमहरूको पनि प्रभावकारी रूपमा अगाडि आइसकेका छन् । इन्टरनेट वा वेबसाइटमा अब अखबार, रेडियो र टेलिभिजन कुनै पनि बेला हेर्न, सुन्न र पत्रकारिताको बदलिँदो आयाम : विनयकुमार कसजू

पढ्न सकिन्छ । इन्टरनेटमै पनि छिन्नछिन्नमा नवीकरण गरिने अनलाई पत्रिकाहरूको बाढी आइरहको छ । अब कम्प्युटरमा कुनैपछि घटनाको तत्तातै पाठ्य रूपमा मात्रै होइन चित्र, ध्वनि र चलचित्र रूपमा पनि हेर्न र सुन्न सकिन्छ । मोबाइल फोनले अब अमसंचार माध्यमको नयाँ चमत्कार थप्दैछ । मोबाइल फोनबाट एसएमएस (सर्ट मेसेज सिस्टम) बाट एकै पटक हजारौं मानिसलाई छोटा लिखित सन्देश पठाउने सुविधा त छँदैछ अब मोबाइल फोनबाट कुनै पनि बेला ताजा समाचार पाउने व्यवस्था नेपालमा पनि सुरु हुँदैछ । यो व्यवस्था लागू भएपछि समाचारको लागि रेडियो र टेलिभिजन पर्खनु पर्दैन न त कम्प्युटर नै खोल्नु पर्छ । अखबारको त कुरै भएन । यो प्रणाली संचालन गर्न लाग्ने खर्च टेलिफोन महसुलबाट सजिलैसँग उठ्छ । यसका साथै मोबाइल फोनको सेटमा नै इमेल इन्टरनेट चलाउन र टेलिभिजन हेर्नसकिने सुविधाहरू विकसिरत भइसकेको छ । यसरी सूचना प्रविधिको विकासले आमसंचारका नयाँ माध्यमहरू थपेको छ । कुना माध्यम आमसंचारका लागि हो र कुन माध्यम व्यक्तिगत संचारका लागि हो भन्ने भेद मेटिइसकेको छ ।

छैटौँ सत्ताको उदय :

राज्यको स्रोत, साधन र अवसरको समान र न्यायपूर्ण व्यवस्थापन र वितरण गर्न, राज्य संचालनमा सम्पूर्ण जनताको समावेशनका लागि तथा प्रजातन्त्र, मानवअधिकार, नागरिक अधिकार, विकासका अधिकारहरू सुनिश्चित गर्न राज्यको चौथो अंगको मात्र भूमिका हाल आएर अपर्याप्त भएको छ । यसैले यो भूमिका खेल्नका लागि दुई नयाँ सत्ताहरूको उदय नेपालमा पनि भइसकेको छ ।

पहिलो सत्तामा राजनीतिक शक्तिहरूको वर्चस्व छ । दोस्रो सत्तामा किसान र मजदुरहरू तथा तिनका पेशागत हित हेर्ने संगठनहरू छन् । तेस्रो सत्तामा व्यापार उद्योग, ठेक्कापट्टा आदि विभिन्न आर्थिक शक्तिहरू पर्छन् । चौथो सत्ता प्रेस वा आमसंचार माध्यम भै हाल्यो । पाँचौँ सत्तामा गैरसरकारी संस्थाहरू पर्छन् जसले राष्ट्रहरूबीचको भौतिक साँधसीमा नाघेर विश्व समुदायलाई नै सीमाहीन/बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरू र स्वार्थनिहित शक्ति केन्द्रहरूप्रति सजग र एकतावद्ध बनाउँदैछन् । ग्रीनपिसजस्ता संस्थाहरूले विश्वव्यापी रूपमा परमाणविक हतियार, वातावरण विनाश, विश्वीकरणको विरोधमा प्रभावकारी आन्दोलन र अभियान चलाएका छन् । मानवअधिकार, वातावरण संरक्षण, रोगव्याधी विरुद्ध सचेतना अदि अनेकौँ विषयमा पाँचौँ सत्ता सक्रियता साथ लागि रहको छ ।

छैटौँ सत्ता विश्वभरि छरिएका ती मानिसहरूको हो जो इन्टरनेट, इमेल, मोबाइल फोन तथा संचारका विविध साधनमार्फत एकआपसमा निकट सम्पर्कमा रहिरहन्छन् । अहिले ब्लग राइटिङ अर्थात एक दुई पैराग्राफमा विचार र समाचार लेखेर इन्टरनेट इमेल मार्फत फैलाउने तरिका निककै लोकप्रिय भएको छ । छैटौँ सत्ताको यो महत्वपूर्ण माध्यम बनेको छ ।

छैटौँ सत्तामा काम गर्नेहरूले विश्वको कुनै पनि भागमा पाँच वटै सत्ताले गर्ने कामको जानकारी लिन्छन्, तिनको निगरानी गर्छन् र एकआपसमा जानकारी बाँडिरहन्छन् तथा संवाद चलाइरहन्छन् । कुनै पनि सत्ताले विजाइँ गयो भने उनीहरूले तत्कालै विश्वव्यापी रूपमा आवाज उठाउँछन् । अहिले तिनको संख्या तीस लाख पुगेको अडकल छ र यो संख्या तीब्र गतिले बढिरहेको छ । सदस्यसंख्या बढनुको सँगसँगै विश्व जनमत निर्माण गर्ने काममा यो सत्ताको भूमिका पनि निरन्तर बढिरहको छ । छैटौँ सत्ताका कुनै पनि सदस्यमाथि केही आपतविपत आइलाग्यो भने उनीहरूले विश्वभरि आफ्नो कुरा तुरुन्तै पुऱ्याउन सक्छन् । यो सत्ताको कुनै भाग वा कुनै सदस्यलाई कुनै देशमा बन्द गर्नसकिन्छ तर पूरै सत्तालाई बन्द गर्नसकिन्न । नेपालमा पनि केही मानिसहरू छैटौँ सत्तामा प्रवेश गरिसकेका छन् ।

नेपालमा पत्रकार, मानवअधिकारवादी वा कसैमाथि अन्याय भएमा, मानवअधिकार हननका घटनाहरूको समाचार तत्कालै विश्वभरि फैलाउन र ती घटनाहरूबारे आपसमा विश्वव्यापी रूपमा छलफल चलाउन, जतमत तयार पार्न र यसबारे पहिलो सत्तालाई दबाव दिन थालेपछि छैटौँ सत्ताको जन्म भएको हो । पहिलो सत्तामात्र होइन अस्पताल, व्यापारी, उद्योगधन्दा, प्रेस, गैसस आदि अन्य सत्ताहरूले पत्रकारिताको बढिलिँदो आयाम : विनयकुमार कसजू

गर्ने अनियमितता र अत्याचारको विरोधमा छैटौँ सत्ताले आवाज उठानसक्छ । साथै अन्तर्राष्ट्रिय दबाव सिर्जना गर्नसक्छ ।

छैटौँ सत्ताको काम भट्ट हेर्दा चौथो सत्ता वा प्रेस/मिडियाको काम वा यसकै विकसित रूपजस्तो देखिन्छ । तर यसको संरचना र काम गर्ने तरिका तथा विश्वव्यापी अभौतिक (भर्चुअल) उपस्थिति आदि पक्षहरूलाई हेर्दा यसको भूमिका चौथो सत्ताको भन्दा बढी व्यापक छ । अर्कोतिर, प्रेस राज्यका तीन अंगको निगरानी गर्ने र जनतालाई सुसूचित गरेर जनमत तयार गर्ने आफ्नो प्रजातान्त्रिक तथा परम्परागत भूमिकाबाट विचलित भएर नाफामुखी हुँदै गएको तथा मिडियाको विकल्पमा इन्टरनेटको रूपमा सूचना तथा संचारको अति सजिलो सस्तो र गेटकिपर विहीन प्रविधिको विकास भएको परिप्रेक्षमा छैटौँ सत्ताले चौथो सत्ताको केही भूमिका खेल्नु र त्योभन्दा फराकिलो क्षेत्रमा नवीनतम काम गर्नु स्वाभाविक हो ।

छैटौँ सत्ताका सदस्यहरूले पत्रकारहरूले भैं समाचार, विचार, लेखहरू लेख्छन् तर अखबार, रेडियो र टेलिभिजनका लागि होइन वेबसाइट वा इमेलका लागि लेख्छन् । उनीहरू लामो पट्यारलाग्ने लेखहरूभन्दा छोटोछोटा सन्देश प्रसार गरेर जीवन्त छलफल चलाउँछन् । वेबसाइट र इमेलको साथै मोबाइल फोनमा छोटो सन्देशहरू (एसएमएस) आदानप्रदान अहिले उनीहरूको प्रभावकारी माध्यम बन्दैछ । चिनमा मोबाइल फोनबाट गरिने एसएमएसको माध्यमबाट त्यति ठूलो जनसंख्यामा प्राणघाती रोग सार्सबारे सूचना र चेतना फैलिन संभव भएको थियो ।

पत्रकार र छैटौँ सत्ताका सदस्यहरूको काममा धेरै फरक छ । पत्रकारहरू प्रकाशक संस्था वा व्यक्तिको अधिनमा हुन्छन् । उनीहरू आफ्नो संस्था, पेशागत आचरण तथा देशका नियम कानूनमा बाँधिएका हुन्छन् भने छैटौँ सत्ताका सदस्यहरू कुनै संस्थासँग बाँधिएका हुँदैनन् र उनीहरू स्वविवेकको आवाजअनुसार काम गर्छन् । उनीहरू संचार साधनको पहुँच भएका जुनसुकै ठाउँबाट जति बेला पनि काम गर्नसक्छन् । उनीहरूको काममा उमेर, जात, लिंग, वर्ण, वर्ग, धनी गरिब आदि भेदभाव हुँदैन । वास्तवमा यो सत्ता सबैभन्दा उदार र प्रजातान्त्रिक सत्ता हो र यो सत्ता जति धेरै बलियो हुनेछ विश्वका अरु सत्ता त्यति कुसल, जिम्मेवार, पारदर्शी र अनुशासित हुन्छ ।

अहिले नेपालको कुनै पनि व्यक्ति वा संस्थाले कुनै स्थानीय निकायले गरेको अन्यायदेखि लिएर विश्व बैंकको कुनै परियोजनाबाट आफूमाथि परेको अन्यायको विरोधमा सजिलैसँग आवाज उठाउन र विश्वभरि पुऱ्याउनसक्छ । फलस्वरूप दैनिक उपभोग्य सामग्री र सेवा देखि दिएर दीर्घकालीन वातावरणीय प्रभावजस्ता कुराको सुधारका लागि प्रभावकारी रूपमा काम गर्नसकिन्छ जुन कुरा परम्परागत मिडियाबाट त्यति सजिलो हुँदैन । ठूलाठूला बाँधका योजनाहरू बन्दा वातावरणीय सबल उठाउने काममा पाँचौँ र छैटौँ सत्ताले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेका थिए ।

वास्तवमा इन्टरनेट वा अनलाइन सम्पर्क भएका मानिसहरूको आपसी सम्पर्क र संवादको फलस्वरूप एउटा यस्तो शक्तिको विकास हुँदैछ जसलाई अब कुनै पनि देशको सरकार वा अन्य सत्ताहरूले बेवास्ता गर्न मिल्दैन । कसैको पनि अन्यायको विरोधमा यो शक्तिले विश्वभरि एकै चोटी विरोध प्रदर्शन, बन्द आदि कार्यक्रम गर्नसक्छ । साथै कुनै पनि जल्दोबल्दो विषय वा समस्यामा विश्वव्यापी छलफल चलाएर सरकार र अन्य सत्ताहरूको ध्यान आकर्षित गर्न तथा नीति सच्याउन लगाउनसक्छ ।

चाहे कम्प्युटर र इन्टरनेटमार्फत होस् अथवा मोबाइल फोनमार्फत कुनै पनि विषय र व्यक्तिलाई चाहिएको वा समस्या परेको बेलामा जोसुकैसँग सम्पर्क गर्न सकिने भावनाले मानिसलाई नैतिक रूपले बलियो बनाउँछ । फलस्वरूप उसले आफ्नो आवाज जोडसँग राख्न र निर्भीक भएर तर्क गर्नसक्छ । जनसरोकारका सवालमा आफू एक्लो छैन भन्ने भावनाले उसमा बलियो आत्मविश्वास जाग्छ । छैटौँ सत्ताको शक्तिको एउटा प्रमुख आधार यही आत्मविश्वास हो । यसको सम्बन्ध बहुसंख्यकको हितसँग गाँसिएको हुन्छ । स्वार्थको लागि प्रयोग हुने सम्भावना निकै थोरै हुन्छ, किन भने हरेक काम पारदर्शी हुन्छ र ठूलो समूहलाई भुक्त्याउन र ढाँट्न पनि मुस्किल हुन्छ ।

पत्रकारिताको बर्दिलिंदो आयाम : विनयकुमार कसजू

छैटौँ सत्ता कुनै व्यक्ति, समूह, संस्था वा केन्द्रको नियन्त्रणमा हुँदैन । कुन विषयमा छलफल चलाउने वा कसको आवाज उठाउने भन्ने निर्धारण गर्नका लागि कुनै खास व्यक्ति वा संस्थालाई जिम्मा दिइएको हुँदैन । यसका सदस्यहरूले आफूखुशी छलफल गर्छन्, मुद्दा उठाउँछन् । अन्याय अत्याचार र समस्यापति प्रतिक्रिया र रोष व्यक्त गर्छन् । सजिलो, सस्तो, सर्वकालीक र सर्वस्थानीक यो सूचना प्रविधिको साधनको विकासको सँगसँगै मानवअधिकार, प्रजातन्त्र, शान्ति र विकासमा छैटौँसत्ताको भूमिका र महत्वपूर्ण बढ्दै जानु स्वाभाविक छ ।

नेपालमा आमसंचार माध्यमहरूमा बन्देज र नियन्त्रण हुँदा छैटौँ सत्ता अचानक सक्रिय भएका थिए । एक साता जति इमेल इन्टरनेट बन्द हुँदा संचार र समाचारमात्रै बन्द भएन देशको आर्थिक र अन्य महत्वपूर्ण कारोवार पनि बन्द भएका थिए । फलस्वरूप यसलाई धेरै दिन रोक्न सकिएन । अहिले आमसंचारका माध्यममा सजिलैसँग आउन नसक्ने कतिपय घटना र विचारहरू छैटौँ सत्तामार्फत विश्वव्यापी रूपमा संचार भइरहका छन् ।

सारमा

विश्वीकरण, उदारीकरण र निजीकरणको विश्वव्यापी होडले गर्दा मिडिया सेवामुखीभन्दा बढी नाफामुखी हुँदै गइरहेको छ । नेपालको सन्दर्भमा मिडियोका पहुँचमात्र पर्याप्त छैन, विषयवस्तु र सन्देश उपयुक्त भएन भने मिडियाको विकासको कुनै अर्थ लाग्दैन । विश्वमा भइरहेको सूचना प्रविधिको अभूतपूर्व विकासले गर्दा संचारका नयाँनयाँ माध्यमहरू आएका छन् जो बढी उदार, सरल, प्रभावकारी, सस्ता र शीघ्र छन् । यसलाई अमजनताको हितमा उपयोग गर्ने हाँका हाम्रो सामु छ । यो हाँक स्वीकार गर्नु युवा पुस्तका पत्रकारहरूको जिम्मेवारी हो । विश्वमा देखापरेका भूमण्डलीयदेखि स्थानीय समस्या समाधानका लागि मिडिया अब एकलो छैन । राष्ट्र, समाज र व्यक्तिको हित रक्षाका लागि छैटौँ सत्ताको भूमिका निरन्तर बढिरहेको छ ।

साँचल, सानेपा

२०६१ चैत ३१ गते बुधवार ।

गुल्मी तम्घासको किरण पुस्तकालयबाट प्रकाशित हुने हाम्रो पुरुषार्थ पत्रिकाको वैशाख २०६२, वर्ष ३२, अंक २, पूर्णांक ५०, पत्रकारिता विशेषांकमा प्रकाशित ।