

## संचारको लोकतन्त्रीकरण र पुनःसंरचनाको एजेन्डा

विनयकुमार कसजू

### संचारको लोकतन्त्रीकरण किन ?

नेपालमा २०४६ सालको परिवर्तनपछि सबैभन्दा धेरै विकास भएको क्षेत्र सूचना तथा संचार क्षेत्रलाई मानिन्छ । त्यसमा पनि आमसंचार, खास गरी प्रेस र पत्रकारिताको उल्लेखनीय विकास भएको कुरा हजारौंको संख्यामा दर्ता भएका अखबार, पचास जति स्वतन्त्र रेडियो स्टेसन र आधा दर्जन टेलिभिजन च्यानलहरूले देखाउँछन् । जहाँ प्रेस स्वतन्त्र, निष्पक्ष, आत्मनिर्भर, बहुलवादी, विश्वसनीय तथा आमजनताको पक्ष र पहुँचमा हुन्छ त्यहाँ लोकतन्त्र सुरक्षित हुन्छ । तर बाह्र वर्षे बहुदलीय प्रजातान्त्रिक व्यवस्थामा नेपाली प्रेसले प्रजातन्त्रलाई दिगो बनाउन र जोगाउन पर्याप्त भूमिका खेल्न नसकेको स्पष्ट छ । जसले गर्दा नेपाली प्रेसको भूमिका र क्षमताबारे समीक्षा गर्नुपर्ने आवश्यकता छ । अर्कोतिर, टेलिफोन देखि इन्टरनेटसम्म आधुनिक सूचना प्रविधिका अत्यधुनिक साधनहरू देशमा भित्रिए पनि त्यसले दुर्गम क्षेत्र तथा गाउँमा बस्ने बहुसंख्यक नेपालीहरूको जीवनमा प्रभावकारी भूमिका खेलेको देखिएन । आमसंचारका माध्यमहरू (मिडिया) अहिले पनि शहरी क्षेत्र, खास गरी राजधानी, शिक्षित र सम्पन्न, राजनीतिक रुचि भएका पाठक, श्रोता तथा दर्शकहरूबीच सीमित छन् । एकातिर मिडियाले आमजनताको सुख दुःख पीडा बुझ्न र बुझाउनसकेको छैन भने अर्कोतिर आमजनताले मिडियालाई आफ्नो हितमा उपयोग गर्न सकिन्छ भनेर पत्याउन अनि लोकतन्त्र र विकासमा मिडियाको भूमिका र शक्तिबारे बुझ्न बाँकी नै छ ।

निजीकरण, उदारीकरण, भूमण्डलीकरण (ग्लोबलाइजेसन) तथा सूचना तथा संचार प्रविधिको विकासले गर्दा नेपालमा थुप्रै अखबार, रेडियो स्टेसन तथा टेलिभिजन च्यानलहरू खुलेका छन् । तर अशिक्षा, गरिबी, उपेक्षा, भौगोलिक तथा यातायातको कठिनाई, संचारका पूर्वाधारको अभाव, बिजुलीको अभाव, सूचना तथा संचार शक्तिको बारेमा अनभिज्ञता, सान्दर्भिक विषयवस्तुको अभाव, जनताप्रति उत्तरदायी मिडियाको कमी आदि विविध कारणहरूले गर्दा बहुसंख्यक जनता मिडियाको पहुँच र लाभभन्दा बाहिर छन् ।

मिडियालाई जनताको हितमा प्रभावकारी भूमिका खेल्नसक्ने बनाउनका लागि धेरै तगाराहरू नाधनुपर्ने छ । एकातिर जनतालाई मिडियाको शक्ति र भूमिकाबारे सचेत तुल्याएर त्यसलाई जनताको हितमा बोल्ने बनाउनु छ भने अर्कोतिर मिडियालाई नाफामुखी होइन सेवामुखी, शहरमुखी होइन गाउँमुखी, सम्पन्नमुखी होइन विपन्नमुखी, नेतामुखी होइन जनमुखी, विलासमुखी होइन विकासमुखी, मनोरंजनमुखी होइन ज्ञानमुखी अनि घटनामुखी होइन प्रभावमुखी बनाउनु परेको छ ।

युगौंदेखि वर्गीय, जातीय, क्षेत्रीय, लैंगिक, भाषिक तथा धार्मिक पक्षपातमा परेका र ग्रामीण तथा दुर्गम स्थानमा बस्ने बहुसंख्यक जनतालाई उनीहरूको हक दिलाउन जुन प्रकारको सूचना तथा संचार प्रणाली र संचार माध्यमहरूको अहिले खाँचो छ त्यो खाँचो परम्परागत नाफामुखी, राजनीतिमुखी, शहर र शिक्षितमुखी मिडियाबाट संभव देखिँदैन ।

सामाजिक विश्लेषक सी.के.लालका शब्दमा, “नेपालको संचार जगत अत्यन्त साम्प्रदायिक छ । साम्राज्यवादी प्रकृतिको छ । ..... यो संचार माध्यममा पनि विभिन्न जातीय समूहको कुरा स्वतन्त्रतापूर्वक आउन दिनुपर्छ । ..... शायद सबैभन्दा धेरै साम्प्रदायिक संचार जगत नै हो । ... संचार जगत बजारको हातमा रहेको र बजारले जहिले पनि शक्तिमा जो समूह छ त्यसैको मात्रै हित संरक्षण गर्ने भएको हुनाले सबैभन्दा धेरै साम्प्रदायिक नेपालको संचार जगत छ त ।” (नेपाल एफएममा २०६३ माघमा ‘जागृत मधेश’ कार्यक्रममा प्रसारित अन्तर्वार्ताबाट)

दश वर्षको जनयुद्ध र २०६३ को जनआन्दोलनको फलस्वरूप नेपाल अहिले लोकतान्त्रिक गणतन्त्रतिर अगाडि बढिरहेको छ । सामन्ती व्यवस्थामा हुर्केका र मौलाएका शक्ति केन्द्रहरू ध्वस्त हुँदैछन् र जनताको हातमा शक्ति हस्तान्तरणको प्रक्रिया सुरु भएको छ । यसको लागि नेपाली मिडियाले ऐतिहासिक भूमिका खेल्नु पर्नेछ । अहिलेको सबैभन्दा ठूलो हाँक त मिडियालाई लोकतान्त्रिक बनाउनु, लोकतान्त्रिक गणतन्त्रका लागि भूमिका खेल्न सक्षम बनाउनु र आमजनताको पहुँच र हितमा लगाउनु नै हो । साथै नेपाली मिडियाको दायरा बढाएर अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा नेपालको छवी उज्यालो पाउँदा नेपालको प्राकृतिक स्रोतसाधन, सम्पदा र संस्कृतिलाई विश्वमा परिचित गराउँदा नेपालको आर्थिक विकासमा संचारलाई उपयोग गर्नु नयाँ तथा महत्वपूर्ण हाँक र अवसर पनि हो ।

तर सामन्ती व्यवस्थामा जन्मेको र संकुचित वातावरणमा हुर्केको नेपाली मिडिया आफैमा कतिको लोकतान्त्रिक छ ? नेपाली जनताको इच्छा आकांक्षा पूरा गर्न कतिको सक्षम छ ? देशले अंगाल्न लागेको संघीय समावेशी र सामाजिक न्यायमा आधारित अग्रगामी राजनीतिक व्यवस्थाका लागि नेपाली मिडिया कतिको तयार छ ? लोकतन्त्रका लागि मिडिया र संचार क्षेत्रको लोकतन्त्रीकरणका लागि राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय परिवेश कस्तो छ ? यसका लागि कस्ता नीति ऐन कानून, स्वामित्व, विषयवस्तु, जनशक्ति, सीप, प्रविधि, लगानी आवश्यक छन् ? यी विषयहरूको लेखाजोखा गर्ने बेला आइसकेको छ ।

## विश्व संचार प्रवृत्ति

सरकार वा कुनै पनि शक्तिको दुरुपयोगबाट जनताको रक्षा गर्ने पहरेदारको रूपमा अहिले पनि मिडियालाई चिनिन्छ र राज्यका तीन अंग – विधायिका, कार्यपालिका र न्यायपालिकालाई जस्तै यसलाई सम्मानपूर्वक चौथो अंग भन्ने गरिन्छ । तर अहिले आएर मिडियाले यो सम्मान र स्थान गुमाउँदैछ ।

फ्रान्सको प्रसिद्ध अखबार ले मोण्ड डिप्लोमेटिकका सम्पादक तथा पेरिस विश्वविद्यालयका संचार विषयका प्राध्यापक इग्नासियो रेमोन भन्छन्, “सरकारले जनताको अहित हुने निर्णय वा काम गर्‍यो भने त्यसको विरोध गर्ने शक्ति तथा जनहितको रखवारी गर्ने साधन, चौथो शक्तिको रूपमा आमसंचार माध्यमहरूले धेरै समयसम्म काम गरे । तर अब योसँग त्यो शक्ति छैन ।”

रेमोनका अनुसार आर्थिक शक्तिहरूको भूमण्डलीकरणले गर्दा बहुराष्ट्रिय व्यापारिक कम्पनीहरू सरकारहरूभन्दा शक्तिशाली भएका छन् र उनीहरूले मिडियामाथि पनि प्रभुत्व जमाएका छन् । उनी भन्छन्, “चौथो शक्तिले जनताको हितको रक्षा गर्नुको सट्टा नाफा कमाउनको लागि उनीहरूको शोषण र दमन गरिरहेको छ । जनताका रक्षकहरू नै उनीहरूको शत्रुमा रूपान्तरित भएपछि यो समस्या कसरी सुल्झाउने ?”

“आधुनिक समाजमा बन्दुकको उपयोग गरेर मानिसलाई अधिनमा पार्नु साह्रै निन्दनीय र लुकाउन नमिल्ने भएको हुँदा दिमागलाई दास बनाउन आजभोलि मिडियाको उपयोग गरिन्छ ।” फिलिपिन्समा कार्यरत महिला सूचना नेटवर्क आईएसआईएसका कार्यकारी निर्देशक सुसाना जर्ज भन्छन् ।

ग्लोबल मिडिया – द न्यु मिसनरिज आफ ग्लोबल क्यापिटलिजम पुस्तकमा लेखक द्वय एडवार्ड हर्मन र रोबर्ट डब्लु. म्याकचेस्नी लेख्छन्, “अहिले युरोपका उपनिवेशवादी देशहरूलाई संसारमा उपनिवेश फैलाउन इसाई धर्मले सघाए भैं अहिले ग्लोबल मिडियाले ग्लोबल पुँजीवादलाई सघाइरहेको छ ।”

“हामी अब सेवामुखी समाजमा छैनौं । हामी यस्तो महाऔद्योगिक समाजमा छौं जहाँ हाम्रो संस्कृति र संस्कारजस्ता अभौतिक कुराको उत्पादन व्यापारी र उद्योगीहरूले गर्छन् । मिडियामा पस्किने विषयवस्तु पुँजिपतिहरू र उद्योगीहरूको नाफा कमाउने किनबेचको सामान बनेको छ ।” ब्राजिलका पत्रकार र पत्रकारितासम्बन्धी आचरणका प्राध्यापक युजेनियो बुकी भन्छन् ।

अमेरिकी संचार विशेषज्ञ एडवार्ड हर्मन र रबर्ट म्याकचेस्नी लेख्छन्, “मिडियाका मालिकहरूले सिर्जनशीलतादेखि प्रसारण प्रणालीसम्म सबै कुरा आफ्नो नियन्त्रणमा लिएका छन् । श्रव्यदृश्य कम्पनीदेखि लिएर समाचार एजेन्सीहरूलाई समेत उनीहरू एकै ठाउँमा गाभेर त्यसको मालिक बन्ने गरेका छन् । फलस्वरूप, अहिले साँगुरिदै

### पश्चिमको स्वतन्त्र प्रेस !

“हाम्रो प्रेस पुँजीपतिहरूको अधिकारमा छ । अतः स्वभावतः त्यसको सबै चेष्टा धन, पुँजी तथा अधिकारको विरुद्ध कुनै खतराका पैदा हुन नदिनको लागि हुन्छ । पुँजीपति अखबार मालिक आफ्नो नाफाको लागि तथा विज्ञापनबाट हुने आमदानीको लागि यो आवश्यक ठान्छन् कि राष्ट्रलाई केही सोच्ने, आवश्यक विचार गर्ने मौकै नदिइयोस् । विशेष गरी आर्थिक तथा राजनीतिक ढंगमा परिवर्तन गर्ने भावना र विचार जन्मने मौकै नआओस् । फलस्वरूप उनीहरूको पत्रपत्रिका आमजनताको विचारधारालाई बेकारका मामुली कुराहरूतिर अल्झाइ राख्न आफ्नो पूरा शक्ति लगाउँछन् । पाठकहरूको लागि तुच्छ तर रमाइलो कुरा छापेर उनीहरूको मन गम्भीर विषयवस्तुबाट हटाउनु उनीहरूको एकमात्र उद्देश्य हुन्छ । सट्टाबाजी, जुवा, घोडदौड तथा खेलकूदहरूको वर्णन छापेर यस्तो उत्सुकता र उत्तेजना पैदा गरिन्छ कि जनताको मन त्यतैतिर लागिरहोस् । मर्ने र बाँच्ने समस्यातिर, शोषण र उत्पीडनको प्रश्नतिर, सकेसम्म कुनै संकेत पनि नहोस् ।”

– हेमिल्टन फाइफ, ‘प्रेस परेड’ बाट ।

गएको विश्वको संचार व्यवस्था तीन/चार दर्जन ठूला बहुराष्ट्रिय कम्पनीको मुट्टीमा छ । विश्व संचार बजारमा दशवटा जति कम्पनीको हालिमुहाली छ । ती दश ओटामध्ये धेरैजसो कम्पनीहरूको मुख्यालय संयुक्त राज्य अमेरिकामा छ ।

अहिलेको संचार तथा सूचनाको प्रणाली जतिसकेको धेरै नाफा कमाउने उद्देश्यमा केन्द्रित रहेको कुरा अरू संचार विशेषज्ञहरू पनि स्वीकार्छन् । यसले गर्दा टेलिभिजनको समाचार सूचनामूलकभन्दा बढी मनोरंजनप्रधान हुने गरेको छ । संसारको सबभन्दा ठूलो टेलिभिजन समाचार नेटवर्क सीएनएन संसारको सबैभन्दा ठूलो मनोरंजन कम्पनी टाइम-वार्नरले किनेपछि यो अवस्था भन् स्पष्ट देखिएको छ ।

संचार माध्यमहरूको निजीकरण विकासोन्मुख राष्ट्रहरूमा पनि बढ्दै गएको छ । दक्षिणपूर्वी एशियाली देशका सरकारहरूले निजी क्षेत्रमा एफएम रेडियो र केबुल टेलिभिजनलाई अनुमति दिइरहेका छन् । सूचना र ज्ञानलाई ठूला संचार कम्पनीहरूले आफ्नो कब्जामा राख्ने प्रवृत्ति नेपालजस्ता अल्पविकसित देशहरूमा पनि सुरु भइसको छ ।

ठूला शहरमा मात्र होइन विजुलीको सुविधा भएका कतिपय गाउँमा पनि केबुल टिभी नेटवर्क संचालन भएका छन् । तिनीहरूले बीबीसी, सीएनएन, नेसनल ज्योग्राफी, डिस्कभरी, स्टार च्यानल, जीटीभी, सहारा आदि विश्वव्यापी तथा क्षेत्रीय संचार सामग्रीलाई आफ्ना प्रसारण केन्द्र मार्फत पुनः प्रसार गर्ने गरेका छन् । यस्ता लगानीकर्ताहरूको मूल उद्देश्य स्थानीय आवश्यकता र चाहनामा ध्यान दिनुको साटो पश्चिमी देशले तयार पारेका सामग्रीहरू किनेर प्रसारण गरी पैसा आर्जन गर्नु हो । अर्कोतिर यिनले पुनः प्रसार गर्ने कार्यक्रमको लागि अन्तर्राष्ट्रिय र क्षेत्रीय मिडिया मालिकहरूलाई तिर्नु पर्ने रकम दिनदिनै बढिरहेको छ । तिनले विकासशील देशहरूको संस्कृतिमा पार्ने प्रभाव, विज्ञापनले स्थानीय उद्योगमा पर्ने असर त बेग्लै छ ।

सन १९७० को दशकमा पहिलो, दोस्रो र तेस्रो विश्व भनी चिनिएका देशहरूबीच चलेको संचारसम्बन्धी विश्वव्यापी *नयाँ विश्व सूचना तथा संचार प्रणाली* को बहसको मुख्य मुद्दा देशहरूबीच सूचनाको असन्तुलित प्रवाह तथा संचारको प्रजातन्त्रीकरण थियो भने आजभोलिको मुद्दा संचारको स्वामित्व र एकाधिकारसँग सम्बन्धित संचारसंबन्धी प्रतिलिपि सुरक्षामा केन्द्रित हुन पुगेको छ । यसको उद्देश्य जनताको हितमा संचारका साधन संचालन गर्नु होइन । मिडिया मालिकहरूको हित कसरी सुरक्षित गर्नसकिन्छ भन्ने विषय नै अहिलेको छलफलको मुख्य मुद्दा बन्ने गरेको छ । पश्चिमी मिडिया मालिकहरू प्रतिलिपि ऐन उल्लंघन गर्नेहरूका विरुद्ध कारवाही थालिदिन अरू देशका सरकारहरूमाथि दबाव दिइरहेका छन् ।

“अहिले ठूला मिडिया मालिक वा कम्पनीहरू विभिन्न उद्योग र व्यवसायका उत्पादन र सेवा बिकाउने विज्ञापनको भरमा चल्छन् । फलस्वरूप मिडिया कम्पनीहरूले विज्ञापनदाता व्यवसायीहरूलाई सधैं खुशी पार्नुपर्ने हुन्छ । नत्र मिडिया कम्पनीले नाफा कमाउनसक्तैन । तिनीहरूको पहिलो उत्तरदायित्व पाठक, दर्शक वा श्रोताप्रति नभई मिडियामा लगानी गर्नेहरू, शेयसहोल्डरहरूप्रति र विज्ञापनदाताहरूप्रति हुन्छ । यो स्थितिमा सार्वजनिक विषयका बहसमा जनसहभागिता तथा प्रजातन्त्रको प्रभावकारिता खतरामा पर्नु स्वाभाविक छ ।” एडवार्ड हर्मन र रबर्ट म्याकचेन्सी लेख्छन् ।

उनीहरूको तर्क छ : हाल विकसित भएको ग्लोबल मिडिया प्रणाली कुनै षडयन्त्र वा कसैको योजना वा नियतले भएको होइन । यो त १९८० र १९९० को दशकमा आएको स्वतन्त्र बजारको संचार नीतिको परिणाम हो । ग्लोबल मिडिया नाफामुखी तथा विज्ञापनमा आधारित व्यवसाय तथा कार्यक्रमहरू मार्फत बजार अर्थतन्त्रका राम्रा गुणहरूलाई बढाउने हाम्रो युगको अग्रदूत वा मिसनरी बनेको छ भन्ने उनीहरूको भनाइ छ ।

अखबार, रेडियो र टेलिभिजनजस्ता परम्परागत मिडियामात्रै होइन ग्लोबल मिडियालाई प्रजातन्त्रीकरण गर्न सघाउने भनी चिनिएको इन्टरनेट पनि ठूला व्यापारिक कम्पनीको एकाधिकारमा पर्ने खतरा बढिरहेको छ । यसमा केबुल टेलिभिजन संचालकहरू र दूरसंचार कम्पनीहरू पनि लागिपरेका छन् । सर्वसुलभ र सर्वव्यापी वेब/इन्टरनेट व्यापारीहरूको चंगुलमा परेर आमजनताको पहुँचबाहिर जानसक्छ । डिजिटल प्रविधिकै सहायताले वेबसाइटको दुनियाभित्र अर्को सम्पन्न र शिक्षितहरूको वेबको बेग्लै दुनिया बन्ने र सर्वसाधारण मानिसहरू पाखापर्ने खतराबारे संचार विशेषज्ञ एडवार्ड हर्मन र रबर्ट म्याकचेन्सीले सतर्क पारेका छन् ।

सारांशमा ग्लोबल मिडियाको स्वामित्व केही व्यापारिक कम्पनीहरूको हातमा केन्द्रित हुँदै गइरहेको छ । मिडियाको विषयवस्तुलाई विज्ञापनकर्ताहरूको हित गर्ने गरी तयार पारिँदैछ, फलस्वरूप मिडियाले जनसरोकारका विषयभन्दा मनोरंजनका बढी सामग्री दिइरहेका छन् । विवादका कुराहरूलाई पन्छाउने र जनसहभागिता घटाउने अनि जनहितका कुराहरूलाई ठाउँ नै नदिने प्रवृत्ति बढिरहेको छ ।

जुन बेला मानिससँग सूचना र संचारका माध्यम र प्रविधिहरू सीमित थिए त्यति बेला मानिसमानिसबीच त्यति धेरै ज्ञानको भेदभाव थिएन । सूचना र संचारका प्रविधिको विकास सँगसँगै मानिसमानिसबीचको ज्ञानको खाडल वा भिन्नता बढिरहेको छ । जोसँग जति धेरै सूचना र ज्ञान छ ऊ उति धेरै शक्तिशाली र समृद्ध बनेको छ भने ज्ञान र सूचनाहीन मानिसहरू सबै दृष्टिले पाखा पर्दै गएका छन् । हिजोको विश्व भौतिक सम्पत्तिको आधारमा सम्पन्न र विपन्नको खेमामा बाँडिएको थियो भने आजको विश्व सूचना र ज्ञानले सम्पन्न र विपन्नबीच बाँडिदैंछ । डिजिटल डिभाइड भनिने सूचना र ज्ञानको यो खाडल सूचना र संचार प्रविधिको विकास सँगसँगै द्रुत गतिले बढिरहेको छ । डिजिटल डिभाइड राष्ट्रराष्ट्रबीच मात्र होइन राष्ट्रभित्रका विभिन्न क्षेत्र, वर्ग, लिंग, जाति, उमेरका मानिसका बीच पनि बढिरहेको छ ।

## राष्ट्रिय परिदृश्य

आमसंचारमा बहुराष्ट्रिय कम्पनी र व्यापारिक स्वार्थ कतिको बलियो हुँदै गएको छ भन्ने कुराको सबैभन्दा ताजा उदाहरण सरकारले संचालन गरेको नेपाल टेलिभिजनबाट नेपाल सुन्दरी प्रतियोगिताको प्रत्यक्ष प्रसारण हो । भूमण्डलीय संचार प्रवृत्तिको प्रभाव नेपालमा पनि परिसकेको छ । २०४६ सालको परिवर्तनपछि जनतालाई सुसूचित र शिक्षित गर्ने भनी आएको उदार संचार नीतिको लाभ जनताले कम, लगानीकर्ताहरूले बढी लिइरहेका छन् ।

एक सय चार वर्ष लामो जहानियाँ र अधिनायकवादी शासनको थालनी गर्ने प्रधानमन्त्री जंगबहादुर राणाले नै बेलायत यात्राबाट फर्कँदा वि.सं. १९०८ मा नेपालमा पहिलो आधुनिक छापाखाना ल्याउनु, त्यसपछि त्यही सामन्ती व्यवस्थाका अर्का प्रधानमन्त्री देव शमशेरले सरकारको प्रशंसा नछाप्नु भन्ने आदेशसहित वि.सं. १९५८ मा नेपालमा पहिलो समाचारपत्र गोरखापत्रको प्रकाशन थाल्नु अनि त्यही अखबारले जन्मेदेखि अहिलेसम्म पनि सत्ताधारीकै गुणगान गर्न नछाड्नु ऐतिहासिक व्यंग्य हो । यो व्यंग्य साथै विकृति बाह्र वर्षे बहुदलीय प्रजातन्त्रिक कालमा भनै मौलायो र अहिले गणतन्त्रोन्मुख नेपालमा पनि प्रवेश गर्न खोज्दैछ ।

२०४६ सालपछि सरकारी मिडियाको एकाधिकार समाप्त भई रेडियो र टेलिभिजनको क्षेत्रमा समेत निजी संचालकहरू आएपछि सूचना तथा संचारको क्षेत्रमा नेपालले निश्चय नै ठूलो फड्को मारेको हो । तर यसको लाभ राजधानी र ठूला शहरका शिक्षित र सुविधाभोगी वर्गमा सीमित रह्यो । अहिले पनि नेपालमा अखबार पढ्ने पाठककोसंख्या पाँच प्रतिशत पनि पुगेको छैन ।

भण्डै आधा जनसंख्याले अक्षर नचिनेको, भौगोलिक विकटता र गरिबीले गाँजेको देशमा अखबार र अरू संचारका माध्यमको तुलनामा रेडियो नै सूचना र संचारको सबैभन्दा प्रभावकारी साधन हो भन्ने कुरामा विवाद छैन । तर नेपालमा सुरुदेखि नै रेडियोको उपयोग राजतन्त्रलाई बलियो र लोकतन्त्रलाई कमजोर बनाउने काममा भइरह्यो । विगत पन्ध्र वर्षमा यो स्थिति बदलिएको छ । भण्डै दुई सय वटा एफएम स्टेसनको इजाजत वितरण भइसकेको छ । तर उपयुक्त नीति र कानूनको अभावमा हाल आएर रेडियोमा व्यापारीहरूको प्रभाव बढ्ने र जनताको हित घट्ने लक्षण देखिन थालेको छ ।

नेपालमा टेलिभिजन प्रसारण ढिलै (सन् १९३९) सुरु भएता पनि ग्लोबल र स्याटेलाइट प्रसारणको प्रभावस्वरूप अहिले नेपाली आकाशमा सैर्यौँ टेलिभिजन च्यानलको ओइरो लागेको छ । विदेशी च्यानलहरू नेपालीको भलो गर्ने पवित्र उद्देश्य लिएर आएका पक्कै पनि होइनन् । देशभित्र टेलिभिजन प्रसारण गर्ने संस्थाको संख्या एक दर्जन पुग्दैछ । तर एउटा बाहेक सबै काठमाडौँ उपत्यकामा अवस्थित छन् । करौँडो रुपैयाँ लगानी गरेर सुरु गरिएका ती च्यानलहरू जागी बन्नका लागि आएका निश्चय पपिन होइनन् ।

नेपालका शहर बजारमा मात्र होइन विजुली पुगेका सदरमुकाम र गाउँहरूमा समेत केबुल टीभी सेवा प्रदायकहरूले डिस्क एण्टेना राखेर संचार भूउपग्रहबाट प्रसारित अन्तर्राष्ट्रिय स्याटेलाइट टीभी कार्यक्रमहरू टिपेर घरघरमा वितरण गरिरहेका छन् । यसले विश्वसँग नेपालीहरूलाई नजिक्याएको छ । स्याटेलाइटबाट प्रसारण गरिने अधिकांश कार्यक्रमहरू छक्क पार्ने र रमाइलो गर्ने खालका भए पनि आमनेपालीको चेतनाको स्तर, सूचना र ज्ञानको आवश्यकतासँग मिल्दो र सान्दर्भिक छैनन् । सूचना र संचारको विषयवस्तु श्रोता वा दर्शकको जीवनसँग सान्दर्भिक नहुँदा अनेक विकृति उत्पन्न हुनसक्छ । मिडियावारे चेतना र शिक्षाको अभाव भएको समाजमा, खास गरी बालबालिकाहरूमा टेलिभिजनमा देखाइने विसंगतिपूर्ण कार्यक्रमहरूले अनेक विकृति ल्याउने कुरा बेलाबेलामा हुने दुर्घटनाले स्पष्ट पाछै ।

सूचना प्रविधिको विकासले गर्दा अब कम्प्युटर, टेलिफोन र इलेक्ट्रोनिक उपकरणहरूको उपयोग गरेर कुनै पनि डेटा, सूचना, ज्ञानका विषयवस्तुलाई अक्षर, चित्र वा फोटो, ध्वनि र संगीत तथा चलचित्रको रूपमा डिजिटमा परिणत गरेर हेर्न, सुन्न, पढ्नका साथै संग्रह गरेर राख्न, कहीं पनि पठाउन र कहींबाट पनि प्राप्त गर्नसकिने भएको छ

। नेपालभित्र इन्टरनेट र इमेलका एक लाख ग्रहक भएको अनुमान छ । ती ग्रहकहरूमार्फत भण्डै पाँच लाख मानिसहरूले अर्थात् २ प्रतिशतजति नेपालीहरूले सूचना प्रविधिको उपयोग गरिरहेको अडकल छ । प्राविधिक दृष्टिले नेपालका प्रत्येक घरलाई नेटवर्कमा जोडन संभव छ । यसको लागि उपयुक्त राजनीतिक प्रतिवद्धता र नीतिको खाँचो छ । सूचना प्रविधिको उपयोग नेपालले धेरै लाभ लिनसक्छ । तर उपयुक्त नीति, नियम कानूनको र परिवेशको अभावमा नेपाल यो अवसरबाट बंचित भइरहेको छ ।

दूरसंचारमा आएको अभूतपूर्व क्रान्तिले नेपालमा पनि प्रभाव पार्न थालेको छ सयकडा दश नेपालीको हातमा टेलिफोन लाइन पुग्दैछ । मोबाइल फोनले दुर्गम गाउँहरूलाई सहरसँग जोड्दैछ । प्राविधिक दृष्टिले प्रत्येक नेपालीलाई टेलिफोनले जोडन सकिन्छ । यसको प्रत्यक्षलाभ आमजनतासम्म पुर्याउन नीति तथा ऐन कानूनमा व्यापक परिवर्तनको खाँचो छ ।

## संचारको लोकतन्त्रीकरण तथा पुनःसंरचनाका लागि हाँक र अवसरहरू

वितेका पन्ध्र वर्षमा नेपाली मिडियाका समस्या समाधान गर्न भनी अनेकौं आयोग र कार्यदलहरू गठन भए । राम्राराम्रा सुभावहरू आए । तर ती कुनै पनि लागू हुने अवस्थामा पुगेनन् । सबैभन्दा पछिल्लो उच्चस्तरीय मिडिया सुभाव आयोग र केही कार्यदलका सुभावहरू पनि कागतमै सीमित छन् । तीमध्ये कतिपय सुभावहरू अहिले पनि सान्दर्भिक र उपयोगी छन् । खास गरी मिडिया सुभाव आयोगका सुभावहरू लोकतान्त्रिक परिप्रेक्षमा आएका हुनाले तिनको महत्व अहिले पनि छ । यसैबीच नयाँ विषयहरू पनि उठेका छन् । राज्यको पुनःसंरचनाको सवालसँग जोडिएर आएका कतिपय विषयहरूमा गहन तथा विशेषज्ञतायुक्त छलफलको खाँचो छ ।

### लोकतन्त्रका लागि संचार क्षेत्रको पुनःसंरचना

बेलायतका पूर्व प्रधानमन्त्री बेन्जामिन डिजरेलीको भनाइ थियो, “सामान्य नियमअनुसार जीवनमा सफल मानिस उही हो जो सँग सबैभन्दा राम्रो सूचना छ ।” भविष्यविद एडवार्ड कोर्निसको भनाइमा, “सूचना/ज्ञान अति द्रुत गतिले संसारकै सबैभन्दा बहुमूल्य साधन बन्दैछ । ज्ञानले सम्पत्तिको सिर्जना गर्दैछ । यसअघि भूमि, खेत, खानी, श्रम र पुँजी सम्पन्नताको आधार थियो भने अब ज्ञानले नै त्यो ठाउँ लिँदैछ । सूचनाको निर्वाध प्रवाहलाई रोक्न खोज्ने देशहरूले आफैलाई अविकसितता/अन्धकारतिर धकेल्नेछन् ।”

“अहिलेको विश्वमा राजनीति, अर्थतन्त्र, शिक्षा आदि सबै कुरालाई सूचना र ज्ञानले डोर्याउँछ । राजनीतिक शक्ति प्राप्त गर्न होस् कि धनवान बन्न होस् वा विद्वान बन्न होस् सबैका लागि सूचना र ज्ञान आहिन्छ । यसैले संचार शक्ति प्रमुख शक्तिको रूपमा विकसित हुँदैछ । मानिसका अरू अधिकारका लागि पनि संचारको अधिकार अपरिहार्य बन्दैछ । यसैले सूचना र संचारको अधिकार अरू अधिकारभन्दा महत्वपूर्ण बनेको छ ।” (मिडियाको लोकतन्त्रीकरण, विनय कसजू, पेज ४)

यसैले एकदिसौं शताब्दीको लोकतन्त्रमा आमजनतालाई सूचनासम्पन्न र ज्ञानवान बनाउनु राज्यको प्रमुख कर्तव्य हो । नेपालजस्तो भौगोलिक विषमताले युक्त तथा कृषिक्रान्ति र औद्योगिक क्रान्तिको अवसरबाट बंचित मानव संसाधनले धनी देशको विकासका लागि सूचना तथा संचार प्रविधिले अपूर्व अवसर प्रदान गरेको छ । सूचनाक्रान्तिको यो अवसरलाई उपयोग गर्दै समृद्ध नेपालको निर्माण गर्नु अति आवश्यक छ । नेपालमा संचार क्षेत्रको पुनःसंरचनाको लक्ष सूचना र ज्ञानयुक्त समाजको सिर्जना गरी नेपालीको जीवनस्तर उकास्ने, विश्वमा नेपालको छवि उजिल्याउने र लोकतन्त्रलाई सुदृढ बनाउने हुनपर्छ ।

### पुनःसंरचनाको उद्देश्य: जनताको संचार अधिकारको प्रत्याभूति

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, संचारका सबै माध्यमहरू उपयोग गर्न पाउने अधिकार

प्रेस स्वतन्त्रता र आमसंचारका माध्यमहरू मिडियाको अधिकार र हितको सुरक्षा

जनअधिकारका लागि सूचनाको हक,

साना तथा सामुदायिक मिडियाको प्रवर्द्धन,

राष्ट्रको छवि उजिल्याउन, रोजगारी सिर्जना गर्न, आद्यौगिक विकास गरी समृद्धि बढाउन ।

गर्नुपर्ने काम :

संचार नीति, ऐन तथा नियममा प्रविधिको विकास अनुसार समसामयिक सुधार :

अहिलेसम्म बनेका विभिन्न आयोग र कार्यदलहरूको सिफारिसको अध्ययन गरी समसामयिक नीति, ऐन, कानूनको निर्माण ।

सूचनाको हकसम्बन्धी कानूनलाई प्रेसजगतमा सीमित नराखी जनताका अन्य मौलिक अधिकारको प्राप्ति तथा बहालीका लागि जनअधिकारको रूपमा परिमार्जन गरी लागू गर्ने ।

भूमण्तीय तथा नाफमुखी मिडियाको दुष्प्रभावबाट जनतालाई जोगाउन र जानताको संचार अधिकार सुरक्षित गर्न साना तथा सामुदायिक मिडियाको प्रवर्द्धन प्रोत्साहन,

सानो प्रयास र कम पुँजीबाट पनि स्याटेलाइटबाट विश्वव्यापी प्रसारण संभव भएकोले नेपालले आफ्नो पहिचान, पर्यटन तथा जलश्रोत जस्ता क्षेत्रको प्रचार प्रसार गर्न र विदेशी मिडियाको प्रभाव घटाउन पनि आफ्नै ग्लोबल टेलिभिजन प्रसारणको खाँचो भइसकेको छ ।

नयाँ प्रविधिले ल्याएको नयाँ परिवेश, मिडिया कन्भर्जेन्स (Convergence) र मिडिया सिम्बायोसिस (Symbiosis) को आधारमा मिडियासम्बन्धी कानूनहरूको परिमार्जन । एउटै मिडियाले धेरै मिडियाको काम गर्न थालेको हुँदा पहिलेका कानूनहरू असान्दर्भिक बनेका छन् । अतः नयाँ प्रविधिलाई ध्यानमा राखी डिजिटल र इलेक्ट्रोनिक मिडियाका सम्बन्धी कानूनहरूमा तत्काल परिमार्जन गर्नुपर्ने खाँचो छ ।

एफएम रेडियोको वर्गीकरण (सामुदायिक र व्यावसायिक रेडियोसंबन्धी स्पष्ट व्यवस्था) गर्न ढिला भइसकेको छ ।

### **सूचना तथा संचार प्रविधि (ICT) अनुकूल नीति, कानून र नियम निर्माण :**

सूचना तथा संचार प्रविधिले सूचना र ज्ञान प्राप्त गर्ने, संग्रह र परिमार्जन गर्ने तथा फैलाउन कामलाई साह्रै सजिलो र सस्तो बनाएको हुँदा विकासशील राष्ट्रहरूलाई समृद्धिको लागि अभूतपूर्व अवसर प्रदान गरेको छ । तर कतिपय देशले यसलाई राजस्व कमाउने भाँडो बनाएका छन् । यो स्थितिबाट मुक्त नभएसम्म हामीले सूचना प्रविधिको लाभ पाउन सक्ने छैनौं । अतः सकेसम्म चाँडो यो क्षेत्रमा उपयुक्त नीति, ऐन कानूनको आवश्यकता छ ।

दूरसंचारको पूर्वाधार र सेवाबारे जनपक्षीय नीति, कानून र नियम निर्माण । संचार व्याकबोन (माइक्रोवेभ, फाइबर अप्टिक, स्याटेलाइट) र पूर्वाधारसंबन्धी नीति र ऐनकानूनहरूमा सुधार, जनपक्षीय कानूनको निर्माण,

ग्रामीण विकासका लागि सूचना प्रविधिको उपयोग,

फाइबर अप्टिक, संचार मार्गहरूको एकाधिकार हटाउने,

पूर्वाधार निर्माणमा निजीक्षेत्रलाई पनि लगाउने,

देशव्यापी स्याटेलाइट लिंक बनाइ सर्वत्र लोकलकल सरह फोन र इन्टरनेट सुविधा उपलब्ध गराउने,

सस्तो वैकल्पिक /चिनिया स्याटेलाइट भाडामा लिने,

युवा जनशक्तिलाई आईटीमा लगाउने अनुकूल नीति र कानून बनाउने,

आईटी उद्योगलाई विदेशी मुद्रा भित्र्याउने उद्योगको रूपमा प्रोत्साहन दिने,

आउट सोर्सिङ व्यवसाय र सफ्टवेयर उत्पादनलाई प्रोत्साहन दिने,

ग्राहकले मागेको २४ घंटाभित्र टेलिफोन लाइन उपलब्ध गराउने,

भीओआईपी खुला गर्ने, बाइपास कल नियन्त्रण गर्ने,

सामुदायिक तथा स्थानीय इन्टरनेट सेवा प्रदायकहरूलाई प्रोत्साहन दिने, इजाजतशुल्क हटाउने,

ग्रामीण दूरसंचार विकास कोषको उपयोग जनहितकारी दूरसंचारमा लगाउने

सेवाप्रदायकहरूबीच समानताको आधारमा प्रतिस्पर्धा गराउने ।

कुनै पनि सेवा वा व्यवसायमा एकमुष्ट शुल्क लिनुको सट्टा नाफ/कारोवबारको आधारमा कर लिने व्यवस्था गर्ने ।

हरेक गाउँको आफ्नै संचार संजाल (एफएम, इन्टरनेट, टेलिसेन्टर, टेलिफोन) ।

### **मिडिया क्षेत्रमा राज्यको दायित्व स्पष्ट पार्ने :**

संचारको लोकतन्त्रीकरण र पुनःसंरचनाको एजेन्डा विनय कसजू

सरकार सूचनाको सबैभन्दा ठूलो स्रोत हो । सरकार स्वयंले निरन्तर सूचना प्रवाह गरिरहन्छ । यसको लागि सरकारलाई सूचना तथा संचारका विभिन्न माध्यम र प्रविधिहरूको आवश्यकता हुन्छ । जनतामा सूचना पुर्याउन विभिन्न मन्त्रालय, विभाग, शाखा र कार्यालयहरूले राजपत्र, पुस्तक, पुस्तिका, निर्देशिका, अडियो र भिडियो क्यासेट र सीडी, वेबसाइटजस्ता आमसंचारका माध्यमहरू (मिडिया) संचालन गर्नुपर्ने हुन्छ । सरकार स्वयं एउटा शक्ति हो । सरकारसँग सेना, प्रहरी, कर्मचारीहरू हुन्छन् । त्यसले आफ्नो शक्तिको प्रयोग विभिन्न तरिकाले गर्नसक्छ । यसैले लोकतान्त्रिक व्यवस्थामा सरकारले प्रेसको शक्तिको संचालन गर्दैन । सरकार र प्रेसले अखबारदेखि इन्टरनेटसम्म आधुनिक प्रविधिले प्रदान गरेका विभिन्न खालका आमसंचार माध्यम (मिडिया) उपयोग गर्छ । सरकारले मिडियाको उपयोग गर्नु र प्रेसले मिडियाको उपयोग गर्नु फरक कुरा हो । दुवैले उपयोग गर्ने मिडियाको उद्देश्य र विषयवस्तु (कन्टेन्ट) फरक हुन्छ । सामान्यतया सरकारले मिडिया संचालन गर्छ प्रेस संचालन गर्दैन ।

हाम्रो जस्तो देशमा राज्यको लोककल्याणकारी भूमिका हुन्छ । यही भूमिका अन्तर्गत राज्यले जनताका ज्ञान, सूचना, शिक्षा, मनोरंजनका आवश्यकता पनि पूरा गर्नुपर्ने हुन्छ । विश्वीकरण, उदारीकरण, बजारीकरणले गर्दा अहिले विश्वभरि नै मिडिया, खास गरी टेलिभिजन र रेडियो नाफामुखी हुँदै गइरहेका छन् । तिनीहरूको जनहितकारी भूमिका घटिरहेको छ । जनतालाई नाफामुखी मिडियाको दुष्प्रभावबाट जोगाउनु, अस्वस्थ आर्थिक प्रतिस्पर्धा, अवाञ्छित विज्ञापन र विषयवस्तुबाट जोगाउनु र सहज, सस्तो, सान्दर्भिक र उपयोगी विषयवस्तु उपलब्ध गराउनु राज्यको दायित्व हो । यसैले राज्यले लोककल्याणकारी मिडिया संचालन गर्नुपर्छ । प्रेस अर्थात् शक्तिको अभ्यासको रूपमा होइन । लोककल्याणकारी मिडियालाई आफै कमाएर बाँच भनेर छोडनु हुँदैन । यही परिप्रेक्ष्यमा सरकारले गोरखापत्र, रेडियो नेपाल, नेपाल टेलिभिजन, रासस, दूरसंचार, हुलाक आदि चलाउन हुन्छ कि हुँदैन भन्ने विषयलाई हेर्नुपर्छ तथा सरकार संचालित संचार माध्यमहरूको पुनःसंरचना गरिनुपर्छ ।

ग्लोबल तथा नाफामुखी मिडियाको दुष्प्रभाव र एकाधिकार घटाउने अर्को प्रभावकारी उपाय साना, स्थानीय, सामुदायिक तथा जनताद्वारा संचालित मिडिया हुन् । यसलाई राज्यले संरक्षण र प्रोत्साहन दिनुपर्छ ।

#### अन्य सुझाव :

३० वाटसम्मका सामुदायिक रेडियो, गाउँ विकास समिति र शिक्षण संस्थाले चलाउने रेडियोका लागि इजाजत लिनु नपर्ने व्यवस्था गर्ने ।

रेडियो स्टेसनको भौतिक पूर्वाधार, फ्रिक्वेन्सी र कार्यक्रम उत्पादनबारे स्पष्ट छुट्टिने कानूनहरू बनाउने ।

सरकारको अधिनमा रहेका रेडियो, टेलिभिजन र दूरसंचारका टावरहरूलाई निजीक्षेत्रका प्रसारकहरूलाई पनि प्रयोग गर्न दिने । राज्यले साना रेडियोहरूका लागि नेटवर्किङ र भौतिक पूर्वाधारको संजाल बनाइदिने ।

सामुदायिक, स्थानीय प्रसारण, समाचार र स्थानीय कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारणलाई प्रोत्साहन ।

**सार :** लोकतन्त्रका लागि प्रेस स्वतन्त्रता, सूचनाको हक, पत्रकारहरूको व्यावसायिक हक, विदेशी लागनी, सरकारी मिडिया, विज्ञापनको न्यायोचित वितरण, मोफसलका मिडियाको विकास जस्ता विषयहरू निश्चय नै महत्वपूर्ण विषय हुन् । यी विषयहरूमा धेरै समय र स्रोत साधनको खर्च भइसकेको छ । यी मध्ये कतिपय विषय निरन्तर चल्ने छलफलका विषय हुन् भने कतिपय विषयलाई लोकतान्त्रिक व्यवस्थाले तरुन्तै समाधान गर्नुपर्छ । अब यसमा अल्मलिनु वा अल्भिनु बुद्धिमानी हुँदैन । अबको सूचना तथा संचार क्षेत्रको उद्देश्य र कार्यक्रम संचार र मिडियालाई समग्र रूपमा देश र जनताको हित र लोकतन्त्रको सुदृढीकरणमा लगाउनु पर्छ । जनताको हातमा संचार शक्ति पुऱ्याएर मात्रै यो काम संभव छ ।

धन्यवाद !

मिति: २०६४ वैशाख ५ गते ।