



महामारीमा मिडिया

कोभिड-१९को मारमा नेपाली पत्रकारिता

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

महामारीमा मिडिया

कोभिड-१९को मारमा नेपाली पत्रकारिता

फ्रेडरिक एबर्ट स्टिफ्टुङ (एफइएस) नेपालको
सहयोगमा
सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल, काठमाडौँद्वारा प्रकाशित



२०७८

महामारीमा मिडिया

कोभिड-१९को मारमा नेपाली पत्रकारिता

- सम्पादक :** तिलक पाठक, भुवन केसी र उज्वल आचार्य
- अध्ययनकर्ता :** राजु अधिकारी, शिवनाथ यादव, ऋषिकेश दाहाल, उमेश श्रेष्ठ, विकास कार्की, सन्तोष पोखरेल, कृष्ण पोखरेल, नगेन्द्र उपाध्याय र मनमोहन स्वाँर
- अध्ययन सहयोगी :** चेतना कुँवर
- संयोजन :** उज्वल प्रजापति
- समीक्षक :** नीतु पण्डित र रघुनाथ लामिछाने
- प्रकाशन मिति :** २०७८ भदौ

प्रकाशक :

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल, काठमाडौँ
वेब : <https://research.butmedia.org>
सामाजिक सञ्जाल : CMRNepal
इमेल : cmrnepal@butmedia.org

सहयोग :



Nepal Office फ्रेडरिक एबर्ट स्टिफ्टुङ (एफइएस) नेपाल
वेब : <https://nepal.fes.de/>
फेसबुक : www.facebook.com/FESNP
इमेल : fes@fesnepal.org

आइएसबिएन : 978-9937-0-9398-9

यो पुस्तक क्रियटिभ कमन्स CC BY 4.0 अन्तर्गत प्रकाशन गरिएको छ। यसका सामग्रीहरू स्रोत उल्लेख गरेर र मूल कुरा फरक नपर्ने गरी पुनः प्रकाशन गर्न पाइन्छ।

यसभित्र

हाम्रो भनाइ

नेपाली आमसञ्चार क्षेत्रमा कोभिड-१९ को असर	उज्ज्वल आचार्य, तिलक पाठक र भुवन केसी	११
ठुला मिडियाका ठुलै समस्या	राजु अधिकारी	२२
पत्रकारप्रतिको दृष्टिकोणमा बदलाव	शिवनाथ यादव	४९
सञ्चालक त्रसित, पत्रकार असुरक्षित	ऋषिकेश दाहाल, उमेश श्रेष्ठ र विकास कार्की	६३
आम्दानी घट्यो, पत्रकार हटाइए	सन्तोष पोखरेल	८४
बढी मारमा नयाँ पत्रकार	कृष्ण पोखरेल	१०४
पारिश्रमिकविनै पत्रकारिता	नगेन्द्र उपाध्याय	११७
वैकल्पिक पेशाको खोजीमा पत्रकार	मनमोहन स्वार्र	१२६

हाफ्रो भनाइ

नेपालमा २०७६ साल माघमा कोभिड-१९ का बिरामी देखापरे पनि चैतमा कोरोना नियन्त्रणका लागि लकडाउन सुरु भएपछि मिडियामा प्रभाव देखिन थालेको हो। लकडाउनसँगै कतिपय मिडियाले आफ्नो छापा प्रकाशन बन्द गर्दै अनलाइनमा केन्द्रित भए भने कतिपयले चाहिँ पृष्ठ सङ्ख्या घटाएर प्रकाशित गर्न थाले। रेडियो र टेलिभिजनहरूले पनि आफ्ना कार्यक्रम कटौती गरे। लकडाउनको प्रभाव अर्थतन्त्रमा पऱ्यो भने त्यसका कारण विज्ञापनको परिमाण भारी मात्रामा कटौती भयो। परिणामस्वरूप विज्ञापनमा आश्रित आमसञ्चार माध्यम र त्यहाँ कार्यरत पत्रकार नराफ्री प्रभावित भए।

त्यसो त सङ्कटको समयमा आमसञ्चार माध्यम र त्यहाँ कार्यरत पत्रकारको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन्छ/हुनुपर्ने हो। तर कोभिड-१९ को सङ्कटमा मिडियाले जनस्वास्थ्यका विषयमा तथ्यपरक सूचना दिएर आमसर्वसाधारणको जीवन रक्षाका लागि महत्त्वपूर्ण भूमिका खेल्नुपर्ने अवस्थामा मिडिया आफैँ पनि खुम्चिए। कोभिड-१९ को जोखिम मोलेर काम गरिरहेका पत्रकारलाई हतोत्साही हुने/बन्ने वातावरण बन्यो/बनाइयो। मुख्य कुरा पत्रकारको पेसागत सुरक्षामा नै सङ्कट आयो जसका कारण उनीहरू आफ्नै हकहितका लागि आन्दोलन गर्नुपर्ने बाध्यात्मक परिस्थितिमा पुगे। यसबाट मिडिया हाउसले विपद्को सामना गर्ने योजना नबनाएको/नभएको कुरा त प्रस्टै देखियो नै, संस्थागत कमजोरी पनि एकै पटक छरपस्ट भयो।

विज्ञापनको स्रोतमा अत्यधिक निर्भर रहेका मिडियाहरू त्यो स्रोतमा थोरै सङ्कट आउँदैमा एकै पटक अत्तालिएको देखियो। वैकल्पिक उपायको खोजी गर्दै सामाजिक र संस्थागत उत्तरदायित्व बहन गर्न भन्दा पनि खर्च कटौती उनीहरूको मुख्य उद्देश्य बनिदियो। त्यसैको परिणामस्वरूप उनीहरूले सुरुमै जनशक्ति कटौतीदेखि पारिश्रमिक घटाउने उपायको खोजी गरे जसको प्रत्यक्ष मारमा पत्रकार परे। सामग्री उत्पादनमा समेत कटौती गरिएकाले पाठक, दर्शक र स्रोतामाथि पनि मिडिया हाउसले न्याय गर्न सकेनन्। त्यसो त स्वयं मिडिया हाउस आफैँ पनि आर्थिक समस्यामा परेको यथार्थ हो। यो अवस्थामा कोभिड-१९ ले नेपालको आमसञ्चार क्षेत्र र पत्रकारलाई पारेको असरका बारेमा केही अध्ययन पनि भए। मूलतः ती अध्ययन पत्रकारलाई केन्द्रविन्दुमा राखेर गरिएका छन्।

यो अध्ययनमा चाहिँ पूर्वअध्ययनहरूको निष्कर्ष र तथ्याङ्कहरूसमेत प्रयोग गर्दै आमसञ्चार क्षेत्रमा परेको समग्र प्रभावलाई बहुआयामिक हिसाबले केलाउने प्रयास गरिएको छ। त्यसका साथै यो अध्ययनमा कोभिड-१९ को प्रभाव के/कस्तो परेको छ भन्ने विषयमा मात्र नभई कसरी प्रभावित बनायो भन्ने कुराको पनि विश्लेषण गरिएको छ। त्यसका लागि पत्रकार, मिडिया हाउस सञ्चालक र मिडिया विश्लेषकहरूको भनाइलाई मुख्य आधार बनाइएको छ भने तथ्यगत हिसाबमा चाहिँ बहुस्रोतबाट पुनर्पुष्टि गरिएको छ। त्यसैले पत्रकारितामा परेको कोभिड-१९ को प्रभावको लेखाजोखा गर्न तथ्याङ्कसँगै व्यक्तिको भोगाइ र मनोभावना कुनै निश्चित कालखण्डमा के/कस्तो रह्यो र कसरी व्यक्तिदेखि संस्थासम्म प्रभावित भए भन्ने बुझ्नका लागि पनि यो अध्ययन महत्त्वपूर्ण हुने ठानेर ढिलै भए पनि प्रकाशन गर्ने निर्णय गरेका हौं।

यो अध्ययन २०७७ सालको मङ्सिरमा गरिएको हो भने यसको परिचय खण्डचाहिँ विगतका यससम्बन्धी सबै अध्ययनहरूको निचोडलाई समेट्दै २०७८ साउनमा तयार गरिएको हो। त्यसैले यो अध्ययनले कोभिड-१९ ले पत्रकारितामा पारेको प्रभावको समग्र तस्बिरलाई प्रतिनिधित्व गर्नेछ भन्ने ठानेका छौं। तर यो अध्ययनमा उल्लिखित प्रादेशिक अवस्थाका खण्डहरू इन्डै ८ महिनाअघि नै तयार पारिएको र त्यसयता कोरोनाको दोस्रो लहर आएको तथा त्यससँगै दोस्रो पटक लकडाउन गरिएकाले वर्तमानको यथार्थ अवस्थाको प्रतिनिधित्व नगर्न पनि सक्छ।

यसैबीच नेपाल पत्रकार महासङ्घको निर्वाचनपछि सबै प्रदेश र जिल्लाको कार्यसमितिमा फेरबदल भएकाले अध्ययन प्रतिवेदनमा उल्लिखित कतिपय व्यक्तिको वर्तमानको पदीय हैसियत त्यहाँ उल्लेख गरेअनुसार नहुन पनि सक्छ। यद्यपि यो अध्ययनले कोरोना कहरका कारण पत्रकारितामा परेको प्रभावको 'ट्रेन्ड' लाई भने पक्कै पनि प्रस्ट्याउने छ। यसका साथै कोरोना महामारीको अन्त्य नभएको बरु त्यसका नयाँ नयाँ भेरियन्टहरू देखिँदै गएको र त्यसैका कारण एकपछि अर्को लहर देखिँदै सङ्कट गहिँरिँदै गएको अहिलेको अवस्थामा मिडियाले निर्वाह गर्नुपर्ने भूमिका, मिडिया उद्योगमा गर्नुपर्ने सुधारका विषय र मिडियाको अपेक्षालगायतका विषय उक्तिकै सान्दर्भिक भएकाले यो अध्ययन प्रतिवेदन प्रकाशित गरेका हौं।

अध्ययन टोलीमा सहभागी भएर विभिन्न प्रदेशको अवस्था विश्लेषण गर्नुहुने राजु अधिकारी (प्रदेश १), शिवनाथ यादव (प्रदेश २), ऋषिकेश दाहाल, उमेश श्रेष्ठ, विकास कार्की (वाग्मती प्रदेश), सन्तोष पोखरेल (गण्डकी प्रदेश), कृष्ण पोखरेल, किरण कौशल (लुम्बिनी प्रदेश), नगेन्द्र उपाध्याय (कर्णाली प्रदेश) र मनमोहन स्वाँर (सुदूरपश्चिम प्रदेश) लाई धन्यावाद दिन चाहन्छौं। यसका साथै अध्ययन कार्यको निरन्तर अनुगमन गरी संयोजनकारी भूमिका निर्वाह गर्ने सेन्टर फर मिडिया रिसर्च नेपालका कार्यक्रम व्यवस्थापक उज्वल प्रजापतिका साथै अनुसन्धान कार्यमा

सहयोग पुन्याउने चेतना कुँवर पनि धन्यवादका पात्र हुनुहुन्छ। अध्ययन प्रतिवेदनको समीक्षा गरिदिनुहुने पत्रकार नीतु पण्डित र रघुनाथ लामिछानेलाई पनि धन्यवाद व्यक्त गर्न चाहन्छौँ। यसका साथै आफ्नो अमूल्य समय दिएर अध्ययनका लागि आवश्यक कुराकानी गरिदिने पत्रकार, मिडिया सञ्चालक र विश्लेषकहरू विशेष धन्यावादका पात्र हुनुहुन्छ जसको सहयोगविना यो अध्ययन सम्भव हुने थिएन। अध्ययनका लागि आर्थिक सहयोग गर्ने फ्रेडरिक एबर्ट स्टिफ्टुड (एफइएस) नेपाल, एफइएस-नेपालबाट संयोजन गरिदिने पवित्रा राउत र त्यहाँ कार्यरत अन्य सबै सहृदयी मित्रहरूप्रति हार्दिक आभार व्यक्त गर्छौँ।

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

नेपाली आमसञ्चार क्षेत्रमा कोभिड-१९ को असर

उज्ज्वल आचार्य, तिलक पाठक र भुवन केसी

नेपालको आमसञ्चार क्षेत्रले राजनीतिक हस्तक्षेप र प्राकृतिक विपद्का कारण बेलाबेलामा गम्भीर समस्या झेलनुपरेको छ। २ दशकलाई हेर्दा २०६१ साल माघ १९ गतेदेखि सुरु भएको राजा ज्ञानेन्द्र शाहको प्रत्यक्ष शासनकाल र २०७२ सालमा वैशाख १२ को भूकम्पका कारण नेपाली मिडियाले ज्यादै अप्ठेरो परिस्थिति सामना गर्नुपऱ्यो। त्यतिबेला आमसञ्चार माध्यममा अनिश्चित भविष्यका बीच जीवन्त रहँदै सार्वजनिक सेवा पूरा गर्ने जिम्मेवारी थियो। आफू अप्ठ्यारो अवस्थामा हुँदाहुँदै पनि शाही शासन कालमा जोखिम मोलेर लोकतन्त्रका पक्षमा निजी क्षेत्रका सञ्चारमाध्यम र पत्रकारले निर्वाह गरेका भूमिका तथा भूकम्पपछि राज्य र निजी क्षेत्रबाट सञ्चालित मिडिया, पत्रकारको भूमिका उदाहरणीय थियो। मिडिया क्षेत्र भूकम्पबाट तड्ग्रिएको तर भूकम्प प्रभावित क्षेत्रहरूमा पुनर्निर्माणका कार्य जारी रहेकै बेला २०७६ साल माघदेखि नेपालमा पनि कोभिड-१९ विपद् सुरु भयो।

कोभिड-१९ महामारी सुरु हुँदा यो अकल्पनीय र अनायास मात्रै थिएन, यसको विश्वव्यापी प्रभाव र त्यसले निम्त्याएको डर र अनिश्चितताको वातावरण अभूतपूर्व थियो। जनस्वास्थ्य विपद्ले उत्पादन, वितरण र उपभोगका प्रायः सबै क्षेत्रलाई असर पार्दा नेपालको आमसञ्चार क्षेत्र पनि नराम्ररी प्रभावित हुन पुग्यो। केही आमसञ्चार माध्यम र पत्रकार त अस्तित्व र जीवनका लागि नै सङ्घर्ष गर्नुपर्ने गरी प्रभावित भए। नेपालका आमसञ्चार माध्यम र पत्रकारका थुप्रै दीर्घकालीन र अल्पकालीन समस्याहरू यथावतै रहेको, तिनलाई समाधान गर्ने चुनौती कायम रहेको र ४ वर्षदेखि सङ्घीयतामा गएको अवस्थामा प्रदेशमा आमसञ्चार माध्यमहरूको विकास उत्साहित तर संस्थागत हुन बाँकी रहेको समयमा कोभिड-१९ महामारीले नयाँ समस्या मात्रै ल्याएन, पुराना समस्याहरूलाई समेत झन् जेल्यो।

तथ्यपरक सूचनाले जीवन बचाउन सक्ने र आमसञ्चार माध्यमले नागरिकहरूलाई जनस्वास्थ्यका विषयमा उपलब्ध सही सूचना दिएर सुरक्षाका उपायहरू अपनाउन प्रोत्साहित गर्नुपर्ने बेलामा केही मिडिया बन्द गरिए। सामग्रीहरू कम गरिए। र, कोभिड-१९ को जोखिममा रहेर अग्रपङ्क्तिमा काम गरिरहेका पत्रकारलाई हतोत्साही बनाउने घटनासमेत भए। लकडाउन सुरु हुँदा ठूला मानिएका

मिडियाहरू पनि केही महिना पनि अस्तित्व जोगाउने गरी तयारी अवस्थामा नरहेको वा रहन नचाहेको देखियो। पत्रकारहरूको जागिर अन्योलमा परेको, तलब/सुविधा कम गरिएको र उनीहरूप्रति रोजगारदाताले गर्नुपर्ने न्यूनतम दायित्व पूरा गर्न पनि नचाहेका विवरण बाहिर आए। कोभिड-१९ को जोखिममा पत्रकारहरूले सुरक्षित रहेर पेसागत जिम्मेवारी पूरा गर्नुपर्ने अवस्थामा जोखिम मोलेर हकहितका विषयमा आन्दोलन गर्नुपर्ने बाध्यतात्मक अवस्था पनि सिर्जना भयो।

विपद्को यो अवस्था नेपाली पत्रकारिताको इतिहासमा महत्त्वपूर्ण छ। यसको महत्त्व आमसञ्चार माध्यमले निर्वाह गरेको भूमिका र प्रतिकार्यका लागि मात्रै होइन, नागरिक र कर्मचारीप्रतिको जिम्मेवारी परिपूर्तिका लागि खेलेको, खेल्न नसकेको, खेल्न नचाहेको र नखेलेको भूमिकाका कारण पनि छन्। यो अवस्थाको बहुआयामिक चित्रणले अगामी दिनमा यस्ता विपद्को अवस्थामा हुन सक्ने घटनाक्रम र जोखिमका लागि आमसञ्चार माध्यम, पत्रकार र सरोकारवाला सबैलाई तयारी अवस्थामा रहन मद्दत गर्छ। बहुआयामिक चित्रणका लागि मात्रात्मक तथ्याङ्क र गुणात्मक विश्लेषणको जति महत्त्व हुन्छ, त्यति नै महत्त्व सरोकारवाला व्यक्तिहरूको भावनात्मक चित्रणको पनि रहन्छ। यही मान्यतामा रहेर पूर्वअध्ययनहरूको तथ्याङ्कको लेखाजोखा गर्दै प्रादेशिक हिसाबले मिडिया र पत्रकारको अवस्था विश्लेषण गर्न यो अध्ययनको प्रारूप तयार गरिएको हो।

अध्ययनको सीमा र विधि

कोभिड-१९ ले नेपालको आमसञ्चार क्षेत्र र पत्रकारलाई पारेको असरका बारेमा केही अध्ययन भएका छन्। विशेष गरी नेपाल प्रेस इन्स्टिट्यूटले विक्रम संवत् २०७७ असार/साउनमा १,१३४ पत्रकारमाझ गरेको राष्ट्रिय सर्वेक्षण 'कोभिड-१९ ले नेपालको पत्रकारितामा पारेको प्रभाव' (यसपछि '१' ले सङ्केत गरिएको), फ्रिडम फोरमले त्यसैताका गरेको अध्ययन 'नेसनल रिपोर्ट अन दि इम्प्याक्ट अफ कोभिड-१९ अन नेपाली मिडिया' (यसपछि '२' ले सङ्केत गरिएको), नेपाल पत्रकार महासङ्घ र सेयरकास्ट इन्सियटिभ नेपालले २०७७ साउनमा ७१ जिल्लाका २,००८ पत्रकारलाई समेटेर गरेको 'पत्रकारिता क्षेत्रमा कोभिड-१९ को प्रभाव' शीर्षकको राष्ट्रिय सर्वेक्षण (यसपछि '३' ले सङ्केत गरिएको) र नेपाल पत्रकार महासङ्घका जिल्ला वा प्रादेशिक समितिले गरेका स्थानीय अध्ययनहरूले पत्रकारको अवस्थालाई केन्द्रमा राखेर कोभिडको असर देखाएका छन्। त्यस्तै आमसञ्चारका माध्यमलाई केन्द्रमा राखेर सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ नेपालको 'कम्युनिटी रेडियो डियुरिड कोभिड', प्रेस काउन्सिल नेपालको 'कोभिड-१९ बाट नेपाली मिडियामा परेको प्रभावसम्बन्धी अध्ययन प्रतिवेदन' र न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण

समितिको 'श्रमजीवी पत्रकार मिडिया अध्ययन प्रतिवेदन २०७७' जस्ता प्रकाशनले कोभिड-१९ का असरलाई केही फरक कोणबाट हेरेका छन्।

यो अध्ययनले भने ती सर्वेक्षण, अध्ययन र प्रतिवेदनका निष्कर्ष र तथ्याङ्कहरूलाई समेत प्रयोग गर्दै नेपालको आमसञ्चार क्षेत्रमा कोभिड-१९ ले पारेको असरलाई बहुआयामिक कोणबाट केलाएको छ। यसले प्रादेशिक हिसाबले कोभिड-१९ ले आमसञ्चार क्षेत्र, विशेष गरी पत्रकार र आमसञ्चार माध्यम दुवैलाई पारेको असर, ती असरलाई न्यूनीकरण गर्न अवलम्बन गरिएका रणनीतिहरू र विपद्को अवस्थामा आमसञ्चार क्षेत्रको अस्तित्व कायम राख्न, पत्रकारका हकहित प्रत्याभूति गर्न र आमसञ्चार माध्यमको सङ्घर्षमा सहयोग गर्न आवश्यक कदमहरू पहिल्याउने प्रयास गरेको छ।

यसका लागि प्रत्येक प्रदेशका अध्ययनकर्ताले विक्रम संवत् २०७७ को कात्तिक र मङ्सिरमा सबैखाले आमसञ्चार माध्यमको प्रतिनिधित्व हुने गरी प्रभावित पत्रकार, सम्पादक, पेसागत सङ्घ/सङ्गठनका नेतृत्वकर्ता, आमसञ्चार माध्यमका प्रकाशक, लगानीकर्ता वा सञ्चालक एवम् पत्रकारिता क्षेत्रका विज्ञहरूसँग अन्तर्वार्ताको माध्यमद्वारा व्यक्तिपरक अनुभव र विचारहरू सङ्कलन गरेर त्यसको आधारमा समग्र विश्लेषण गरेका थिए। यसर्थ यस अध्ययनले गुणात्मक अध्ययन विधिअन्तर्गत अन्तर्वार्ता र दस्तावेज अध्ययन प्रयोग गरेको छ। अध्ययनकर्ताको विश्लेषणलाई एकरूपता दिन प्रमुख अध्ययनकर्ताहरूले अन्तर्वार्ता गर्नुपर्ने स्रोत व्यक्ति, विश्लेषणका लागि आवश्यक जानकारी र विश्लेषणका प्रारूपबारे विस्तृत छलफल गर्नुका साथै मस्यौदा विश्लेषणलाई नियमित निर्देशन प्रदान गरेका थिए। केही अवस्थामा उदाहरणका लागि घटना अध्ययन प्रस्तुत गरिएका छन्। अध्ययनमा कतिपय अवस्थामा स्रोत व्यक्तिको इच्छाअनुसार उनीहरूको नाम गोप्य राखिएका छन् तर उनीहरूसहित अन्य सबै स्रोत व्यक्तिले दिएका जानकारी वा उपलब्ध दस्तावेज दोस्रो स्रोतबाट पुष्टि गरिएका छन्।

महामारीको अवस्थामा स्थिति दिनानुदिन परिवर्तित भइरहेका छन्। यसर्थ यसमा विक्रम संवत् २०७८ साउनमा लेखिएको यो आलेखबाहेक अन्य सबै विवरण २०७७ मङ्सिरसम्म प्राप्त घटनाक्रम, तथ्याङ्क र जानकारीमा आधारित छन्।

पूर्वअध्ययनका निष्कर्ष

नेपाल प्रेस इन्स्टिट्यूटको 'कोभिड-१९ ले नेपालको पत्रकारितामा पारेको प्रभाव', फ्रिडम फोरमको 'नेसनल रिपोर्ट अन दि इम्प्याक्ट अफ कोभिड-१९ अन नेपाली मिडिया' र नेपाल

पत्रकार महासङ्घ एवम् सेयरकास्ट इनिसियटिभको 'पत्रकारिता क्षेत्रमा कोभिड-१९ को प्रभाव' लगायत अन्य सबै अध्ययन, सर्वेक्षण र प्रतिवेदनहरूले कोभिड-१९ ले नेपालको आमसञ्चार क्षेत्रलाई गम्भीर र प्रत्यक्ष नकारात्मक असर पारेको निष्कर्ष निकालेका छन्। ती अध्ययनको निष्कर्षमा देखिएका प्रमुख विषयवस्तु यस्ता छन् :

१. पत्रकारको जागिर र तलबमा परेको प्रभाव

कोभिड-१९ महामारीका कारण उत्पन्न परिस्थितिमा पत्रकारहरू आर्थिकरूपमा धेरै प्रभावित भएका देखिन्छ। उल्लेख्य सङ्ख्यामा पत्रकारले जागिर गुमाएका र जागिर नगुमाएकाहरू बेतलबी बिदामा राखिएका वा तलब घटाइएका वा तलब नदिइएका अवस्थामा रहे। पत्रकारलाई जागिर छाड्न बाध्य बनाइयो; तलब भुक्तानी ढिला गरियो वा रोकियो; र, तलबमान घटाइयो (२)। यसरी आर्थिक रूपमा प्रभावित भएका पत्रकारको सङ्ख्या ६६ प्रतिशतदेखि ७४ प्रतिशतसम्म रहेको देखिन्छ। जागिर गुमाउने पत्रकारको सङ्ख्यालाई इन्स्टिट्युट र महासङ्घको सर्वेक्षणमा क्रमशः ६ र ४ प्रतिशत उल्लेख गरिएको छ भने फोरमको सर्वेक्षणमा सक्रिय पत्रकारको ३८ प्रतिशत देखिएको छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार यस अवधीमा ६ प्रतिशत पत्रकारलाई बेतलबी बिदा दिइएको, ९ प्रतिशतको तलब कटौती भएको र एकतिहाइ पत्रकारले ४ महिनादेखि तलब नपाएको देखिन्छ। नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युटले ३८ प्रतिशत पारिश्रमिक कटौतीमा परेको देखाएको छ। फ्रिडम फोरमले 'राम्रो आम्वदानी गर्ने ठूला मिडियाले पनि महामारीलाई बहाना बनाएर जागिर खोस्ने, तलब भुक्तानी नगर्ने' उल्लेख गरेको छ भने महासङ्घले करिब १४ प्रतिशत सञ्चार गृहले नियमित पारिश्रमिक भुक्तानी गर्न नसकेको, ७ प्रतिशतले तलब कटौती गरेको र ३ प्रतिशतले कर्मचारी कटौती गरेको जनाएको छ। न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समितिको सर्वेक्षणमा कोभिड-१९ ले गर्दा मिडियाले १५.८ प्रतिशत पत्रकारको जागिर कटौती गरेको र ४३.८ प्रतिशत पत्रकारले रोजगारीको स्थितिमा असर पारेको बताएका थिए। यी सबै कारणले पत्रकारलाई आर्थिक दबाव पऱ्यो। दुईतिहाइलाई घर खर्च चलाउन मुस्किल परेको र उनीहरूले बचत उपभोग गरेर, खर्च कम गरेर र सरसापट गरेर खर्च चलाउनुपरेको थियो (३)। यी सबै कारणले अधिकांश पत्रकारको मानसिक स्वास्थ्यमा असर पुऱ्याएको छ।

तालिका १ : कोभिडले रोजगारी गुमाएका पत्रकार सङ्ख्या

प्रदेश	नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युट#	फ्रीडम फोरम*
प्रदेश १	४ प्रतिशत	२२ प्रतिशत
प्रदेश २	७ प्रतिशत	३० प्रतिशत
वाम्मती प्रदेश	८ प्रतिशत	२७ प्रतिशत
गण्डकी प्रदेश	४ प्रतिशत	२६ प्रतिशत
लुम्बिनी प्रदेश	३ प्रतिशत	२७ प्रतिशत
कर्णाली प्रदेश	८ प्रतिशत	२ प्रतिशत
सुदूरपश्चिम प्रदेश	१३ प्रतिशत	५ प्रतिशत

स्वेच्छिक सहभागिताका आधारमा १,१३४ पत्रकार उत्तरदाताको उत्तरका आधारमा।

* मिडिया अनुगमन तथाङ्कको आधारमा रहेको सङ्ख्यालाई नेपाल पत्रकार महासङ्घको सदस्यता सङ्ख्यासँग गणना गरिएको।

२. पत्रकारमा परेको मानसिक प्रभाव

नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युटको अध्ययनमा २५ प्रतिशत पत्रकारले चरम निराशाबाट ग्रसित रहेको उल्लेख गरेका छन् भने ७५ प्रतिशतले चिन्ता बढेको र ६२ प्रतिशतले आफूहरू दुःखमा परेको बताएका छन्। सोही अध्ययनमा सहभागी २९ प्रतिशत पत्रकारले कार्यरत संस्थाबाट मनोवैज्ञानिक परामर्श प्राप्त गरेकामा सहमति वा पूर्ण सहमति प्रकट गरेका छन्। अन्य प्रतिवेदनमा पत्रकारको मानसिक स्वास्थ्यको अवस्थाबारे स्पष्टरूपमा अध्ययन नगरिएको भए पनि पत्रकारिता र पेसाको बारेमा सोधिएका प्रश्नमा आएका उत्तरहरूको विश्लेषण गर्दा कोभिड-१९ ले मानसिक रूपमा पत्रकारलाई कमजोर बनाएको देखिन्छ।

महासङ्घको अध्ययनमा ७० प्रतिशत भन्दा बढी पत्रकारले कोरोना महामारी तथा लकडाउनका कारण समाचार सङ्कलन र सम्प्रेषणमा असहजता महसुस गरेका र दुईतिहाइ पत्रकारले समाचार

सङ्कलन र सम्प्रेषण गर्दा उपलब्ध स्वास्थ्य सुरक्षा विधि अपनाए पनि असुरक्षित महसुस गरेको देखिएको छ। तर कोभिड-१९ महामारीमा काम गर्ने पत्रकारमध्ये ६९ प्रतिशतले कार्यस्थलमा भौतिक दूरी कायम गरेको उल्लेख गरेका छन् (१)। लकडाउनका बेला समाचार सङ्कलनका लागि यातायात र स्वास्थ्य सुरक्षासम्बन्धी सामग्रीको अभाव मुख्य समस्या भएको र कतिपय अवस्थामा सञ्चार गृहले उपलब्ध गराउँदै आएको सवारी सुविधासमेत कटौती गरेकाले कार्यालय पुग्नै समस्या भएको पत्रकारले बताएका छन् (३)।

३. सङ्क्रमित र निधन

त्यस्तै पत्रकारहरू ठूलो सङ्ख्यामा कोरोना भाइरस सङ्क्रमित भएका छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार विक्रम संवत् २०७८ साउनको पहिलो सातासम्म देशभरि १,००८ पत्रकार सङ्क्रमित र २० जनाको मृत्यु भएको छ। यसरी हेर्दा नेपालमा ७.७ प्रतिशत पत्रकार सङ्क्रमित भएका देखिन्छ जुन राष्ट्रिय औसत २.३ प्रतिशत भन्दा बढी हो।

तालिका २ : कोरोना भाइरसबाट सङ्क्रमित र मृत्यु भएका पत्रकार सङ्ख्या

प्रदेश	सङ्क्रमित पत्रकार सङ्ख्या*	मृत्यु भएका पत्रकार सङ्ख्या
प्रदेश १	१०५	२
प्रदेश २	४५	२
वाम्मती प्रदेश	४९७	७
गण्डकी प्रदेश	१२२	३
लुम्बिनी प्रदेश	१२२	४
कर्णाली प्रदेश	४३	१
सुदूरपश्चिम प्रदेश	७४	१

* अन्य केही सङ्क्रमित पत्रकार महासङ्घको केन्द्रीय कार्यालयको सम्पर्कमा आए पनि प्रदेशको सम्पर्कमा नरहेकाले पुष्टि हुन नसकेका कारण यो सङ्ख्यामा गणना गरिएको छैन।

स्रोत : नेपाल पत्रकार महासङ्घ (विक्रम संवत् २०७८ साउन ८ गतेसम्मको तथ्याङ्क)

४. पत्रकारिताको भविष्य र अन्योल

पत्रकारमा कोभिड महामारीले पारेको मानसिक असर उनीहरूले पत्रकारिता पेसा र यसको भविष्यका बारेमा व्यक्त गरेका विचारबाट पनि देखिन्छ। महासङ्घको प्रतिवेदनअनुसार आधा पत्रकार यस्तै अवस्थामा मिडियामा काम पाउन असम्भव देख्छन् भने ४० प्रतिशत पत्रकारिताको भविष्य अन्योलमा रहेको र ७.२ प्रतिशत यसको भविष्य पनि निराश रहेको बताउँछन्। १० प्रतिशत पत्रकारले पेसा परिवर्तन गर्न खोजेको बताएका छन् (३)।

यस्तो सोच पत्रकारमा मात्र नभई प्रकाशकमा पनि देखिन्छ। महासङ्घकै तथ्याङ्कमा २.५ प्रतिशत प्रकाशकले मिडिया बन्द गरेको वा गर्ने बताएका छन्। यसको कारण 'लकडाउनको केही दिनमै विज्ञापनबाट हुने आम्दानी अविश्वसनीयरूपमा ८० प्रतिशत घटेका कारण छापा माध्यमले भोगेको दबाव' (२) हुन सक्ने आकलन गर्न सकिन्छ। यद्यपि विपद्को अवस्था जुनसुकै बेला पनि आउन सक्छ भन्ने थाहा हुँदाहुँदै पनि र विशेष गरी विक्रम संवत् २०७२ को भूकम्पको विपद् भोगेको नेपालका आमसञ्चार माध्यमले आफूलाई विपद्का लागि तयार नगरेको भने स्पष्ट देखिएको छ।

५. आमसञ्चार क्षेत्रको नाजुक अवस्था

महामारी र त्यससँग जुध्न लगाइएको लकडाउनको चौतर्फी प्रभावको नतिजास्वरूप 'देशभरि हजारौं मानिसलाई रोजगारी दिएको नेपालको अन्य अवस्थाको जीवन्त मिडिया उद्योग विपद्सँग सामना गर्न असफल रह्यो। र, आफ्नो जनशक्ति एवं उपस्थिति कम गरेर अस्तित्व जोगाउने प्रतिकूल विकल्प' रोजेको फ्रिडम फोरमको निष्कर्ष छ। सो प्रतिवेदनमा राम्रो आम्दानी गर्ने ठूला मिडियाले पनि महामारीलाई बहाना बनाएर जागिर खोस्ने र तलब भुक्तानी नगर्ने गरेको उल्लेख छ।

विपद्सँग जुध्ने तयारीबारे नेपाल प्रेस इन्स्टिट्यूटको प्रतिवेदनमा पनि चर्चा गरिएको छ। भूकम्पपछिको अवस्थामा पनि ७१ प्रतिशत पत्रकारले विपद्सँग जुध्न आवश्यक तालिम नलिएका पाइएको छ। भूकम्पपछि यस्तो तालिम लिनेको सङ्ख्या १५.५ प्रतिशत मात्रै रहनुले नेपालका आमसञ्चार गृहहरू न आफू विपद्को अवस्थामा हुन सक्ने आर्थिक र अन्य पक्षसँग जुध्न तयार थिए न त पत्रकार र कर्मचारीलाई त्यसतर्फ क्षमतावान गराउनेतर्फ सचेत थिए भन्ने देखाउँछ। सोही प्रतिवेदनले नेपाली पत्रकार विपद्का बेला पेसागत जिम्मेवारी बहन गर्ने क्षमताबारे

कम विश्वस्त रहेका देखाएको छ। ३ चौथाइभन्दा बढी पत्रकार अपूर्ण तयारीमा रहेको देखाएको छ (१)। नेपालमा स्वास्थ्य सङ्कटलगायतका विपद्को जोखिमको मात्रा अत्यधिक रहे पनि तालिमलगायत विपद्सँग जुध्नका लागि तयारीको अवस्था नाजुक देखिएको छ (१)।

६. पत्रकार महिलाका चुनौती

कोभिडले पत्रकारलाई परेको असरबारे उपलब्ध अध्ययनहरूमा लैङ्गिक आधारमा पत्रकार महिलालाई परेका असरहरूको विश्लेषण गरिएको छैन। यद्यपि महिला पत्रकारमाथि गरिएका अध्ययन भने उपलब्ध छन्। मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) को 'महिला पत्रकारमा कोभिड-१९ को असर' अध्ययनअनुसार कोभिड-१९ का कारण भएको लकडाउन र त्यसपछिका समयमा धेरैजसो महिला पत्रकारलाई मनोवैज्ञानिक र आर्थिक असर परेको छ।

सो अध्ययनले ६३ प्रतिशत पत्रकार महिलालाई आर्थिक असर परेको एवम् ५७ प्रतिशत पत्रकार महिला असुरक्षित महसुस हुने, मन आत्तिने, डर/चिन्ता लाग्ने र निद्रा नलाग्ने जस्ता मनोवैज्ञानिक त्रासबाट गुञ्जिएको निष्कर्ष निकालेको छ। पत्रकार महिलाले समयमा तलब नपाएको, पूर्णकालीनबाट आंशिक काममा सीमित हुनुपरेको, रोजगारी गुमाएको बताएका छन् भने विपद् तथा महामारीका समयमा रिपोर्टिङको अनुभव नभएको र तालिम पनि नपाएका कारण कार्यस्थल तथा फिल्ड रिपोर्टिङमा चुनौती सामना गर्नुपरेको बताएका छन्। त्यस्तै घरबाटै काम गरेका पत्रकार महिलाले समाचार स्रोतसँगको सम्पर्क, समाचार लेखन, घरको काम र बच्चाको स्याहारबीच तालमेल मिलाउन गाह्रो हुँदा कामको बोझ थपिनुका साथै काम गर्ने माहोल पनि नभएको बताएका छन्।

म्यागको अध्ययनमा सहभागी १०० पत्रकार महिलामध्ये ५८ प्रतिशतले लकडाउनले गर्दा पुरुष र महिला पत्रकारबीच लैङ्गिक असमानता वा विभेद बढेको अनुभव गरेका छन्। त्यस्तो असमानता काम वा कामबारे छलफलमा सहभागी नगराइएको रहेको छ। त्यस्तै ६९ प्रतिशत पत्रकार महिलाले लकडाउनका बेला आफ्नो संस्थाबाट कुनै पनि सहयोग प्राप्त नगरेको बताएका छन्।

सञ्चारिका समूह नेपालले २१ जना पत्रकार महिलाको अनुभव समेटेर सन् २०२० मा 'पत्रकार महिला र कोभिड-१९' प्रकाशन गरेको छ। देशभरि सञ्जाल भएको सञ्चारिका समूहले कोभिड-१९ को लकडाउन सुरु भएदेखि नै पत्रकार महिलासँग धेरै चरणमा छलफल गरेको बताएको छ। ती छलफलका आधारमा समूहको निष्कर्ष छ- कोभिडको अनुभव पत्रकार महिलाका लागि मात्रै फरक छैन। सबै पत्रकार र आममानिसकै जस्तो भोगाइ पत्रकार महिलाको पनि छ। पत्रकारका

रूपमा भोग्ने सबै समस्यासँगै परिवार रेखदेखको जिम्मेवारी र सामाजिक दायित्व निर्वाह गरेर कोरोनाको सन्त्रासमा महिला पत्रकार कार्यक्षेत्रमा खटिए। तर काममा खटिरहेकै अवस्थामा केहीले जागिर गुमाए भने केहीले बाध्यात्मकरूपमा बेतलवी विदामा बस्नुपन्थो।

बालबच्चा हेर्ने पारिवारिक जिम्मेवारी र परिवारको रेखदेखको दबाबमा कामलाई प्राथमिकतामा राख्न नपाएको अनुभव पत्रकार महिलाको देखिन्छ। काममा गएर फर्कँदा भाइस सार्छन् भन्ने समाजको दृष्टिकोण र पेसाको आवश्यकता नबुझ्नेहरूले प्रतिबन्धात्मक नियमहरू पालना नगरेर भाइस फैलाएको आरोप पनि महिला पत्रकारले खेप्नुपरेको अनुभव पनि देखिन्छ। केही पत्रकार महिला कोरोना भाइस सङ्क्रमित पनि भएको र त्यस अवस्थामा सामाजिक बहिष्कार भोग्नुपरेको वा बहिष्कारको डरले सङ्क्रमण लुकाउनुपरेको अनुभव सञ्चारिका समूहको छलफलका क्रममा व्यक्त भएका देखिन्छन्। स्वास्थ्य सुरक्षाको चिन्ता, आर्थिक अभाव, जागिरको चिन्ता र पारिवारिक दबाबका कारण पत्रकार महिलाको मानसिक स्वास्थ्यमा असर पारेको देखिन्छ।

पत्रकार महिलाका लागि कोभिड-१९ ले अवसर पनि ल्याएको म्यागको अध्ययनको निष्कर्ष छ। धेरै महिला पत्रकारले स्वास्थ्य बिटमा काम गर्ने भएका कारण 'बाइलाइन' पाएको, फिचर सामग्री निर्माण गर्ने अवसर प्राप्त भएको हुँदा समाचार स्रोतमा पहुँच बढाएको, एउटा क्षेत्रमा मात्रै काम गर्दाका सीमितताहरू हटेर दायरा फराकिलो भएको र प्राविधिक ज्ञान लिनैपर्ने बाध्यताका कारण सिप विकास भएको सो अध्ययनले देखाएको छ।

पूर्वअध्ययनका प्रतिवेदनहरूले औल्याएका अवस्था र प्रवृत्तिकै सेरोफेरोमा यो अध्ययनको निष्कर्ष छ। यो अध्ययनले ती अध्ययनका अधिकांश निष्कर्षलाई पुनःपुष्टि गर्दै अन्य प्रवृत्तिको विश्लेषण गरेको छ। यो कोभिड-१९ ले पत्रकारितालाई पारेको प्रभावको उपशीर्षकमा आमसञ्चार माध्यमहरूलाई केन्द्रविन्दुमा राखेर उनीहरूको अवस्थाको विश्लेषण हो। माथि उल्लेख गरिएझैं यसअधिका अधिकांश प्रतिवेदन पत्रकारलाई केन्द्रविन्दुमा राखेर गरिएका अध्ययनका निष्कर्ष हुन्। ती निष्कर्षले आमसञ्चार माध्यमको सम्पूर्ण प्रतिनिधित्व गर्न नसक्ने सीमालाई ध्यानमा राखेर यस अध्ययनको विधि निर्धारण गरिएको हो।

कोभिड-१९ ले निम्त्याएको असहज परिस्थितिमा पनि विपद् प्रतिकार्यमा आमसञ्चार माध्यमको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुने कुरालाई ध्यानमा राख्दै यो अध्ययनका सुझाव नेपालका आमसञ्चार माध्यमलाई जीवन्त र चलायमान राख्न एवं पत्रकारको हकहित संरक्षण गरेर उनीहरूलाई व्यावसायिक जिम्मेवारीमा सुरक्षिततवरले विनादबाब लाग्न सहयोगी हुने गरी निकालिएका हुन्।

प्रदेश विशेषका सुझावहरू सम्बन्धित आलेखमा समेटिएका छन्। तर समग्रमा सरकार, आमसञ्चार माध्यम र पत्रकार हकहितसँग सरोकार राख्ने सङ्घ/सङ्गठनहरूका लागि सामान्यतया लागु हुने सुझाव निम्नानुसार छन्:

- सङ्घ, प्रदेश र स्थानीय तह गरी ३ तहका सरकारले विपद्मा पत्रकारिताको महत्त्वपूर्ण भूमिका हुने तथ्यलाई स्वीकार गरेर यसको स्वतन्त्र र व्यावसायिक आमसञ्चार माध्यमको अस्तित्व कायम राख्न सहयोगी हुने गरी नीति निर्माण गर्नुका साथै विपद्को अवस्थामा तत्काल राहत तथा सहयोग हुने कार्यक्रम र व्यवस्थाका सम्बन्धमा स्पष्ट कार्ययोजना तथा कार्यक्रमहरूको खाका तयार गर्नुपर्छ। र, कार्यान्वयनमा लैजानुपर्छ।
- विपद्को अवस्थामा आमसञ्चार माध्यमलाई तत्काल राहत उपलब्ध गराउन र पत्रकारिता कर्मका लागि सहयोगी हुने व्यवस्थाहरू तत्काल लागु गर्न तयार रहनुपर्छ। यसका लागि सरकारी विज्ञापन वितरणलाई पनि चुस्त, न्यायोचित र निष्पक्ष राख्नुपर्छ।
- आमसञ्चार माध्यमहरूले विपद् कुनै पनि बेला आउन सक्ने सम्भावनालाई अङ्गीकार गरी भौतिक, आर्थिक र मनोवैज्ञानिक हिसाबले विपद् व्यवस्थापन योजना निर्माण गरी तयार रहन र पत्रकार तथा कर्मचारीहरूलाई आवश्यक पूर्वतयारी ज्ञान र सिपका तालिम प्रदान गर्नुपर्छ। साथै पत्रकार तथा कर्मचारीलाई सहयोग र प्रोत्साहन गर्ने कार्यक्रम ल्याउनुपर्छ।
- आमसञ्चार माध्यमहरूले विपद्को अवस्थामा बन्द गर्नुपर्ने अवस्था आउँदा पनि पत्रकार तथा कर्मचारीप्रतिको दायित्व कानूनसम्मत हिसाबले पूरा गर्न तयारी अवस्थामा रहने गरी योजना बनाइ कार्यान्वयनमा लैजानुपर्छ।
- पत्रकार र आमसञ्चार माध्यमका पत्रकार तथा कर्मचारीले आफ्नो हकहित, पेसागत सुरक्षा र श्रम अधिकारको प्रत्याभूति नभएसम्म सङ्घर्ष कायम राख्नुपर्छ। आमसञ्चार माध्यममा आबद्ध हुँदा त्यस्तो आबद्धताको नियम र सर्तहरूबारे स्पष्ट हुने प्रमाणित दस्तावेज लिनुपर्छ।
- पत्रकारले विपद्का बेला आवश्यक ज्ञान, सिप र पूर्वतयारीका लागि आवश्यक तालिममा सहभागी हुन प्रयास गर्नुका साथै त्यस्ता तालिम सञ्चालन गर्न रोजगारदाता र सरोकारवाला सङ्घ/सङ्गठनलाई घच्चच्याउनुपर्छ।

- पत्रकारका सरोकारवाला सङ्घ/सङ्गठनले पत्रकार हकहितका मुद्दामा आफूलाई लड्न सक्षम बनाइराख्ने, विपद्को अवस्थामा तत्काल राहतका लागि कार्ययोजना तयार राख्ने र कानुनी लडाइँका लागि व्यवस्था गरिराख्नुपर्छ।
- पत्रकारका सरोकारवाला सङ्घ/सङ्गठनले पत्रकारका लागि विपद्लक्षित कार्यक्रमहरू कार्यान्वयन गर्नुपर्छ।
- सबै सरोकारवालाले नियमित योगदानमा आधारित रहेर विपद् कोषको स्थापना गर्नुपर्छ।

ठुला मिडियाका ठुलै समस्या

राजु अधिकारी

प्रदेश नं. १ मा १४ वटा जिल्ला पर्छन्। जसमा झापा, पाँचथर, इलाम, ताप्लेजुङ, मोरङ, सुनसरी, सोलुखुम्बु, ओखलढुङ्गा, सङ्खुवासभा, उदयपुर, तेह्रथुम, धनकुटा, खोटाङ र भोजपुर छन्। यो प्रदेशमा पत्रकारिताको ७ दशकको इतिहास छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ समितिका अनुसार प्रदेश १ मा १०७ रेडियो, २५० अनलाइन र ७ वटा टेलिभिजन सञ्चालनमा छन्। २९ वटा दैनिक पत्रिका र ७५ वटा साप्ताहिक पत्रिका नियमित प्रकाशनमा छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार यस प्रदेशमा पत्रकारको सङ्ख्या १,६११ छ।

प्रदेश १ मा पहिलो पटक विक्रम संवत् २०७७ वैशाख ५ गते भुल्के गाउँको मस्जिदमा रहेका १३ जना भारतीय नागरिकलाई कोभिड-१९ सङ्क्रमण भएको पुष्टि भएको थियो। २०७६ फागुन २९ मा बसेको प्रदेश १ मन्त्रिपरिषद् बैठकले कोरोना रोकथाम, उपचार र प्रतिरक्षाका लागि एकीकृत कार्ययोजना पास गरेको थियो। २३ बुँदे उक्त कार्ययोजना तत्कालै कार्यान्वयन गरिने मुख्य मन्त्री शेरधन राईले सार्वजनिक घोषणा गरे तर लामो समयसम्म प्रदेशमा व्यवस्थापकीय काम भएका थिएनन्। कार्ययोजनामा व्यक्तिगत सरसफाइबारे सचेतना फैलाउने, सीमा र प्रदेश नाकाहरूमा स्क्रिनिङ डेस्क स्थापना गर्ने, भद्रपुर, विराटनगर र लुक्ला विमानस्थलमा डेस्क स्थापना गर्ने, आवश्यक जनशक्ति र उपकरणको प्रबन्ध गर्ने, शङ्कास्पद व्यक्तिलाई त्यस्तो डेस्कबाट क्वारेन्टाइन वा आइसोलेसनसम्म पुऱ्याउने प्रबन्ध गर्ने उल्लेख थियो। कार्ययोजनामा हरेक नाकामा ९ र विमानस्थलमा ६ जनाको दरले स्वास्थ्यकर्मी परिचालन गरिने उल्लेख थियो।

कोभिडको मारमा पत्रकार

नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रादेशिक समितिका अनुसार प्रदेश १ मा १,४५४ जना महासङ्घका सदस्य छन्। तीमध्ये सबै क्रियाशील हुन् वा होइनन्, प्रमाणित हुँदैन तर ६० प्रतिशत सक्रिय पत्रकारितामा रहेको अनुमान प्रदेशका अध्यक्ष विक्रम लुईटेलको छ। लुईटेलका अनुसार

सञ्चारमाध्यममा काम गर्ने श्रमजीवी र स्वरोजगारमूलक सञ्चारमाध्यम सञ्चालन गर्ने पत्रकार छन्। स्वरोजगारमूलक मिडियामा काम गर्नेहरू अखबार र अनलाइन सञ्चालनको सम्पूर्ण काम आफैं गर्ने र जनशक्ति पनि पारिवारिक तहबाटै पूर्ति गर्नेखालका हुन्छन्। यसको सम्पूर्ण आम्दानी पनि एकलै उपभोग गर्ने चलन छ। 'स्वरोजगारमूलक मिडियाको एउटा राम्रो पक्ष छ', विराटनगरबाट कोसी आवाज साप्ताहिक प्रकाशन गरिरहेका अविनाश निधी भन्छन्- यसमा मेहनत एकल गर्ने हो, आम्दानी भइहाले लगानी उठ्छ, नत्र डुब्दा पनि आफूमात्रै डुब्ने हो।

उनी भन्छन्- 'पेसाप्रतिको प्रतिबद्धताले पनि यसरी अखबार निकाल्ने जोस आउँछ।' त्यसैले यस्ता मिडियाबाट सेवा/सुविधामा ठगिएको गुनासो आउँदैन किनभने यसमा गुनासो गर्ने 'स्टेकहोल्डर'को उपस्थिति नै हुँदैन। उनले भने जस्तै पेसागत प्रतिबद्धता र लगन नै पनि एउटा कारण हो त ? यसका अन्य कारण पनि छन्। खास गरी प्रेस काउन्सिलको वर्गीकरणमा पार्न र परेपछि प्राप्त हुने सरकारी सुविधाको लोभले पनि धेरैलाई साप्ताहिक अखबार निकाल्न लोभ्याएको छ। बजारमा पठाउन नपर्ने, त्यसको अनुगमन पनि कतैबाट नहुने, अनलाइन तथा दैनिक अखबारमा आएका सामग्रीलाई तल-माथि गरेर छोपे पुग्ने हुँदा 'कन्टेन्ट' मा मेहनत गर्ने नपर्ने सुविधाले पनि साप्ताहिक अखबारको बाढी नै आएको छ।

तर सानो समूह बनाएर व्यावसायिक अभ्यासमा जुटेका दैनिक अखबार, रेडियो स्टेसन र टेलिभिजन चलाइरहेकाहरूको हकमा भने कोभिड-१९ को महामारी वज्रपात बनेर उपस्थित भएको छ। जिल्ला-जिल्लाबाट प्रकाशन हुने अखबार, अनलाइन र रेडियोहरू यस अवधिमा व्यापारविहीन भए। उनीहरू व्यापारविहीन हुँदा पत्रकारको खल्ती रित्तियो जसले उनीहरूको दैनिक जीवन त बिथोलियो नै, अनेकौँ तनाव र ऋणको बोझबाट पनि क्रमशः थिचिँदै गए।

न्यु मिडियाको आकर्षण प्रदेश १ मा बढ्दो छ तर यसमा पनि संस्थागत अभ्यास गर्नेहरूको सङ्ख्या नगण्य छ। अहिले प्रदेश १ मा २ सय भन्दा बढी अनलाइन न्युज पोर्टलहरू रहे पनि विराटनगरको कोसी अनलाइन र इटहरीको प्रदेश पोर्टलबाहेकले संस्थागत अभ्यास गरेका देखिन्ना। कोसी अनलाइनमा ७ जना भन्दा बढी पत्रकार कार्यरत छन्। प्रदेश पोर्टलमा पनि ७ जना पत्रकार कार्यरत छन्। यसबाहेक प्रदेशका अधिकांश दैनिक र केही साप्ताहिक अखबारले आफ्नो वेबसाइट चलाएका छन्, कतिले अनलाइन मात्रै पनि चलाएका छन्। यसलाई उनीहरूले पारिवारिक वा स्वरोजगारमूलकरूपमा सञ्चालन गरेका छन्।

कोभिड कालमा पत्रकारहरू चौतर्फी मारमा परेको तथ्यहरूले देखाउँछन्। खासगरी रोजगारीको असुरक्षाको भय एकातिर रह्यो भने त्यही असुरक्षित पेसाकै सिलसिलामा धेरै पत्रकार कोभिड सङ्क्रमणको चपेटामा परे। उनीहरूमध्ये धेरैका परिवारैलाई कोरोना सङ्क्रमण भएको थियो।

नियमित रिपोर्टिङमा खटिने, फिल्ममा गएर बाइट लिनैपर्ने बाध्यतामा रहेकाहरू, रेडियो स्टेसनमा जानैपर्नेहरू बढी सङ्क्रमित बनेका पाइएको छ। अखबारका ७ जनालाई एकै पटक सङ्क्रमण पुष्टि भएपछि विराटनगरको उद्घोष दैनिक २ साता बन्द नै भयो। विराटनगरबाटै प्रकाशित हुने हाम्रो मत दैनिकका ५ जना पत्रकार एकै पटक सङ्क्रमित बनेका थिए। यसबाहेक दिनहुँ फिल्ममा पुगेर रिपोर्टिङमा रमाउने पत्रकारहरूका लागि यो अवधि पूर्णतः त्रास र बन्धनको समय साबित भयो। केही वर्षयता प्रदेश १ का पर्यटन क्षेत्रबारे स्थलगत रिपोर्टिङ गर्दै आएका पत्रकार विराट अनुपम भन्छन्- मैले ६० दिन घरको ४ घेराबाहेक बाहिर टेकिना

टेलिभिजन पत्रकारहरू यो समयमा बढी त्रस्त बन्न बाध्य भए। कान्तिपुर टिभीका विराटनगर ब्युरो प्रमुख महाप्रसाद खतिवडा तिनैमध्येका हुन्। 'बाइट लिन मान्छे भेटिरहनुपर्ने, विभिन्न ठाउँ गइरहनुपर्ने हुन्थ्यो', उनले भने- 'यही क्रममा हामी ३ जना सहकर्मी सङ्क्रमित बनेछौं।' त्यस्तै एपिवाणका संवाददाता मिलन बिछोडका अनुसार प्रत्यक्ष भेटघाट गरेर बाइट लिनै क्रममा जुनसुकै बेला सङ्क्रमण हुने त्रस्त मानसिकता लिएर कार्यक्षेत्रमा खटिनुपर्थ्यो। यो क्रम अहिले पनि उस्तै छ किनभने प्रदेश १ मा अहिले पनि सङ्क्रमणको अवस्था भयावह नै छ।

पत्रकार महिलाले पनि कोरोना त्रासबीच कार्यक्षेत्रमा खटिएर समाचार सङ्कलन गरे। मास्क र स्यानिटाइजरको भरमा कोरोनाको त्रास बोकेर उनीहरू अस्पताल धाए र कोरोना बिरामीको अपडेट दिइरहे। केहीले भने पारिवारिक दबाबमा सन्तानलाई छाडेर जोखिम मोल्न सकेनन् र केहीलाई सञ्चार गृहले नै बेतलबी बिदामा राखिदियो। केहीले काम गरेको अवधिको तलब पनि पाएनन्। प्रदेश १ का पत्रकार महिलामध्ये केहीले डेढ वर्षअघिदेखिकै तलब अझै नपाएको बताएका छन्। महामारी सामान्य भएपछि काममा बोलाउने आश्वासनसहित बिदा दिइएका केही पत्रकार महिला अझै पेसामा फर्कन सकेका छैनन्। सदरमुकाम आएर डेरा गरी बस्ने पत्रकार महिलालाई आमदानी नभएपछि काम छाडेर घर फर्कनुपर्ने बाध्यता बन्यो। विद्यालय बन्द हुँदा काम गर्ने इच्छा भएका कतिपय पत्रकार महिलाले बच्चाहरूको हेरचाह गर्नुपर्ने भएपछि कामलाई निरन्तरता दिन सकेनन्।

ठूला मिडियामा समस्या धेरै

कोरोना काल सुरु भएपछि प्रदेशमा सबै भन्दा धेरै पीडित ठूला भनिएका मिडियामा काम गर्ने पत्रकार बने। तर अरूकै मिडियामा काम गर्ने श्रमजीवीहरू पनि यसबारे गुनासो गर्ने वा उजुरी गर्ने अवस्थामा छैनन्। महासङ्घ प्रदेश अध्यक्ष लुईटेलको अनुभवमा व्यक्तिगतरूपमा समस्यामा

परेको कथा सुनाउने धेरै पत्रकार छन्। कोरोना कालमा तलब नपाएको, जागिरबाट निकालिएको, कामको बोझ नघटेको तर पारिश्रमिक घटेको समस्या धेरैले सुनाएका छन्। तर उनीहरू औपचारिकरूपमा भन्न चाहँदैनन्। कोरोना कालमा पत्रकारले भोगेका असहजता र न्यूनतम पारिश्रमिक कार्यान्वयनको अवस्थाबारे अध्यक्ष लुईटेलको भनाइ छ-

कतिपय ठूला सञ्चारमाध्यम विशेष गरी काठमाडौँमा भएका सञ्चारमाध्यममा तलब काटिएको, बेतलबी बिदामा राखेको गुनासो प्रशस्तै छ। प्रदेशभित्र स्वरोजगारमूलक सञ्चारमाध्यम धेरै भएका कारण न्यूनतम पारिश्रमिक कार्यान्वयन भएन भन्ने गुनासो कम छ। तर गुनासो आए पनि आन्दोलनमै जाउँ भन्दा सहभागिता हुने अवस्था छैन। न्यूनतम पारिश्रमिक कार्यान्वयनको सवालमा समस्या भए पनि मिडिया हाउसबाट तलब नपाएका पत्रकारहरू नै आन्दोलन वा अन्य विकल्पमा नजाने देखिएको छ। प्रदेश १ का विभिन्न जिल्लाका पत्रकार, तिनका सङ्गठनहरूका अनुसार जिल्लामा न्यूनतम पारिश्रमिक कार्यान्वयनको अवस्था ज्यादै कमजोर छ। अहिलेसम्म कसैले पनि पूर्णतः कार्यान्वयन गरेका छैनन्।

पत्रकार महासङ्घ र दल निकट पत्रकारहरूकै सङ्घ/सङ्गठनले विज्ञप्तिमार्फत कार्यान्वयनको दबाव दिए पनि विज्ञप्तिको कार्यान्वयन भएको देखिँदैन। प्रदेशमा पत्रकार अधिकारको वकालत गर्ने महासङ्घ र दल निकट संस्थाहरूमा स्वरोजगारमूलक मिडियाकै मालिक पत्रकारहरू भएकाले पनि आवश्यक दबाव अझै पनि सिर्जना नभएको देखिन्छ। एकातिर न्यूनतम पारिश्रमिक पनि नपाउने, अर्कातिर महामारीका बीचमा पाउँदै आएको सुविधा पनि खोसिने समस्या प्रदेशमा धेरै पत्रकारले भोगेका भेटिन्छ। साना भन्दा ठूला मिडियाका पत्रकारहरू बढी शोषित भएका पाइन्छ।

‘हामीले कोरोना काल भन्दा अघिदेखि नै पैसा पाएका थिएनौँ’, काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने ब्रोडसिट दैनिकका एक जना संवाददाता भन्छन्- ‘लकडाउन सुरु भएपछि झनै बहाना मिलेछ, दिने कुरै गर्दैनन्।’ उनका अनुसार लकडाउन अघिसम्म २२ पृष्ठ निस्कने अखबार त्यसपछि ८ र १२ पृष्ठमा झन्यो। पृष्ठ थोरै भएपछि पठाएका समाचार पनि नछापिने समस्या सुरु भयो। तर अखबारको नेतृत्वले भने ‘कार्यसम्पादन ठीक नभएको’ भन्दै प्रष्टीकरण लिने गर्न थाल्यो। ‘एकातिर पठाएको समाचार नछापे अनि किन पठाइनस् भनेर प्रष्टीकरण लिएर मानसिक यातना दिने काम यसबीचमा प्रशस्त भयो’- उनले बताए।

यस अवधिमा समाचार छापिएबापत पारिश्रमिक पाउनेहरू मात्रै होइन, सञ्चार गृहका स्थायी पत्रकारहरू पनि आधा पारिश्रमिकमा काम गर्न बाध्य भएका पनि पाइएको छ। ठूलो सञ्चार गृहका एक जना पत्रकारले आफू र आफ्नो सञ्चार संस्थाबारे भने- म थोरै स्थायीमध्येको एक हुँ।

[तर] लकडाउनको पहिलो महिना पारिश्रमिक नै पाइनाँ। त्यसपछि हरेक महिना पहिलेको दाँजोमा आधा मात्रै पैसा पठाइरहेका छन्।

प्रदेशका विभिन्न जिल्लामा रहेर काठमाडौँका अखबार र टेलिभिजनमा काम गर्ने स्ट्रिन्जरहरूको झनै बेहाल अवस्था छ। अनलाइन न्युज पोर्टलहरूले नियमित तलब भुक्तानी गरिरहेका पाइएको छ। अनलाइनहरूले पनि न्यूनतम पारिश्रमिक लागु गरेका छैनन्। तर मूलधारका भनिने ब्रोडसिट दैनिक र टेलिभिजनहरू भन्दा ती अनलाइनमा कार्यरत पत्रकार बढी सन्तुष्ट देखिएका छन्। नियमानुसार ६ महिना काम लगाएपछि स्वतः स्थायी नियुक्ति दिनुपर्ने भए पनि १४ वर्षदेखि स्ट्रिन्जरका रूपमा काम गरिरहेका पत्रकार प्रदेशमा छन्। ‘१४ वर्ष भयो काम गरेको’, एक पत्रकारले भने- ‘यसबीचमा हामीले पठाएको समाचार हम्मसि छापिन्ना। समाचार नछापिएपछि पारिश्रमिक आउने कुरै भएना।’ उनका अनुसार कोरोनाका कारण लकडाउन सुरु भएयता केन्द्र र प्रदेश कार्यालयले स्ट्रिन्जरहरूलाई खोजखबर नै गर्न छाडेका छन्। यस्तो समस्या अन्य मिडियाका पत्रकारले पनि भोगिरहेका छन्।

प्रदेश १ को राजधानी विराटनगरमा देशका अधिकतर ठूला भनिएका मिडियाले प्रदेश कार्यालय राखेका छन्। ब्रोडसिट दैनिक सबैका, टेलिभिजनहरूका पनि कार्यालय र पत्रकार कर्मचारी ठूलै सङ्ख्यामा खटिएका छन्। कान्तिपुर, नागरिक, नयाँ पत्रिका र गोरखापत्रको प्रदेश संस्करण नै प्रकाशित हुन्थ्यो। लकडाउनयता प्रदेश पृष्ठ हटाइएको छ। ती पृष्ठ हटाएसँगै ठूला मिडियाका पत्रकार-कर्मचारीको पेसागत असुरक्षाको भय पनि उच्च भएको छ। पत्रकार महासङ्घ मोरङका अध्यक्ष बन्धु पोखरेलका अनुसार ठूला मिडियाका अधिकांश पत्रकारको पारिश्रमिक यस अवधिमा अनियमित बनेको छ। ‘पहिले राष्ट्रव्यापी पहुँच भएको अखबार र टेलिभिजनमा काम गर्ने साथीहरूको यतिबेला सेवा/सुविधा खोसिएर बिचल्ली भएको छ’, अध्यक्ष पोखरेल भन्छन्- तर हामी अन्यायमा पर्‍यौँ, अधिकार दिलाउन सहयोग गर्नुपर्‍यो भनेर कोही अग्रसर हुनुभएको छैन। जागिरको असुरक्षाको भयका कारण यस्तो भएको हुन सक्छ।

नेपाल कोरोना कहरमा भर्खरै हेलिँदै थियो। चैत ११ देखि लागु हुने गरी सरकारले देशव्यापी लकडाउन गर्‍यो। त्यतिबेला पनि पत्रकारहरू कार्यक्षेत्रमा निरन्तर खटिएकै थिए। काठमाडौँस्थित मुख्यालयबाट निरन्तर खटिन निर्देशन आइरहेकै थियो। विराटनगरमा त्यसबेला मास्क, स्यानिटाइजरलगायतका सुरक्षा सामग्रीको अभाव उच्च थियो। त्यहीबेला विराटनगरमा प्रदेश कार्यालय रहेको एक सञ्चार गृहले विराटनगर कार्यालयमा त्यस्ता सामग्रीको प्याकेट पठायो। पत्रकार र कर्मचारीले सोचे- ती सामान आफ्नै लागि आएका हुन्। ‘हामीहरू त्यसबेला छक्क पर्‍यौँ जब मास्क, पन्जा र स्यानिटाइजरसहितको प्याकेट हाम्रा लागि नभएर प्रदेश १ का विज्ञापन

एजेन्सीहरूका लागि आएको रहेछ। विज्ञापन एजेन्सीका लागि कार्यालयले जुन चासो देखाएको थियो आपनै कर्मचारीको हकमा भने केही पनि गरेन'- नाम उल्लेख नगर्ने सर्तमा त्यस सञ्चार गृहका पत्रकार एवं कर्मचारीले बताए।

योसँगै नियमित पारिश्रमिक नदिएको तीतो अनुभव पनि पत्रकारहरूको छ। '३ महिनामा १ पटक आउने मासिक तलब कोरोना कालमा २ महिनामा मात्रै झरेन, आधा भन्दा पनि बढी काटिएर आउन थालेपछि बिचल्ली जस्तै भएको छ। १९ हजार ५ सय पाउँदै आएकोमा मासिकरूपमा ७ हजार मात्रै पाउन थालेका छौं'- एक पत्रकारले भने। अझ समाचार छापिएबापत मात्रै पैसा पाउने 'स्ट्रिन्जर'हरूको त झनै बेहाल छ। प्रदेश १ मा धेरै यस्ता स्ट्रिन्जर' छन्, जसले ६ महिना वा त्यो भन्दा बढी समयदेखि पारिश्रमिक पाएका छैनन्। 'एकातिर पृष्ठ घटेर समाचार नै नछापिने समस्या छ भने अर्कातिर छापिएका सामग्रीको पारिश्रमिक कहिल्यै नियमित छैन'- एक दैनिक अखबारका स्ट्रिन्जरले भने।

अखबारमा कार्यरत पत्रकारहरूको भन्दा ठूलो समस्या काठमाडौँका टेलिभिजनमा काम गर्ने पत्रकारहरूको देखिन्छ। झापाबाट राजधानीको एउटा टेलिभिजनमा नियमित रिपोर्टिङ गर्दै आएका एक जना पत्रकारको अनुभवमा टिभीमा काम गर्नु भनेको 'जनसम्पर्क बढाउने माध्यम आर्जन गर्नु हो, त्यसैको बलमा अन्य काम गर्ने अनि कमाउने' बन्नु हो। 'टेलिभिजनको नाम अङ्कित बुम मात्रै दिन्छन्', ती पत्रकार भन्छन्- 'त्यसकै बलमा डकुमेन्ट्री निर्माण, विज्ञापनलगायतका काम पाइने हो। पहिल्यै त तलब नदिने टेलिभिजनले कोभिडको समयमा कसरी दिउन् ?' जिल्लाबाट एउटा दैनिक अखबार आफैँ निकाल्ने उनी 'देशव्यापी पहुँच भएको मिडियामा काम गर्ने धोको पूरा गर्न त्यसमा आबद्ध भएको' बताउँछन्। 'हामी वैकल्पिक काम हुनेहरूका लागि ठीकै होला तर प्रदेशका अन्य धेरै साथीको पनि समस्या उही हो'- उनी भन्छन्।

काठमाडौँका ठूला भनिएका मिडियाले पत्रकारहरूको व्यक्तिगत र पेसागत सुरक्षामा कसरी लापरवाही गरिरहेका छन् भन्ने बुझ्न यी २ ठूला सञ्चार गृहको उदाहरण पर्याप्त हुन्छ। केही समयअघि मात्रै अन्नपूर्ण पोस्टको प्रधान सम्पादक पदबाट बिदा लिएका पत्रकार हरिबहादुर थापाले एक अन्तर्वार्तामा भनेका छन्- 'मिडिया लगानीकर्ताहरूले कोभिड-१९ को सङ्कटलाई कार्यालय चुस्त पार्ने अवसरका रूपमा लिए जुन नाजायज हो।' थापाले उल्लेख गरेको प्रसङ्ग मुलकव्यापीरूपमा पत्रकारले भोगेका साझा समस्या हो। यसबाट प्रदेश १ का पत्रकार पनि अछूतो छैनन्।

मिडिया अध्येताहरू नेपाली मिडियाको चरित्रअनुसार यस्ता घटना सामान्य नै भएको निष्कर्ष सुनाउँछन्। 'प्रेस स्वतन्त्रताको व्यावसायिक र राजनीतिक सन्दर्भ' शीर्षकको अनुसन्धानमूलक

आलेखमा अध्येता भाष्कर गौतम लेख्छन्- लोकतन्त्रमा राजनीतिक दलको विकल्प नरहेकाले दलहरूले एकाधिकार स्थापित गर्न खोजे जस्तै यो राष्ट्र हामीले दिएको सूचनाको भरमा चलेको छ भन्ने विचित्रको मानसिकताबाट नेपाली मिडिया ग्रसित छ।

यस्तो दाबी नेपालका धेरै सञ्चार गृहले बारम्बार भन्दै र व्यवहारतः देखाउँदै आएका छन्। तर, आफ्नो मानवीय संसाधनको विकास र सुरक्षामा भने ती मिडियाको प्रतिबद्धता एकदमै कमजोर छ। अध्येता गौतमका अनुसार २०४६ अधिसम्म मिसन पत्रकारितामा अभ्यस्त पत्रकारहरूले नै खुला व्यवस्थामा पनि पत्रकारिताको नेतृत्व गरे जसको लक्ष्य राजनीतिक परिवर्तनसँग थियो, पेसागत आवरणमा। पेसागत सुरक्षा, वृत्ति विकासमा भन्दा अन्य विषयमै बढ्ता चासो भएपछि यसको असर अहिलेसम्म देखा परिरहेको छ। अपवादबाहेक कुनै पनि सम्पादकले पत्रकारहरूलाई नियुक्ति पत्र, न्यूनतम सेवा/सुविधालगायतका विषयको सुनिश्चितता गर्न सकेनन्। यसको असर यसरी फैलियो कि आज कुनै पनि पत्रकार जागिर खोसिएको वा पारिश्रमिक नपाएको भन्दै कानुनी लडाइँ लड्ने अवस्थामा छैन। यसबाहेक सामाजिक र पेसागत शक्ति सम्बन्धको जालो पनि यस्तो छ कि लडेर आफ्नो हक लिन खोज्ने पत्रकारले हम्मसि काम पाउने सम्भावना नै हुँदैन।

८ वर्षदेखि एक प्रमुख अनलाइनका लागि विराटनगरबाट रिपोर्टिङ गरिरहेका एक पत्रकारलाई वैशाखमा खबर आयो- 'अहिले अवस्था असामान्य भयो। स्थिति सामान्य नहुञ्जेलसम्मका लागि तपाईँले बेतलबी बिदा बसिदिनुपर्‍यो।' दिन/रात मेहनत गरेको र आफूले पनि सम्मान गर्ने सम्पादकले यसो भनेपछि ती पत्रकारले 'हुन्न' भन्न सकेनन्। तर ६ महिना बितिसकदा पनि त्यो 'सामान्य दिन' आएन। उनले पटक-पटक सम्पर्क गरे, केही समय पर्खनूस् भन्नेबाहेक अरू जवाफ आएन। उनले भने- ६ महिनासम्म बेतलबी बिदा बसिसकेपछि फोन गर्दा जवाफ नआउने, फोन नउठ्ने समस्या हुन थाल्यो। त्यसपछि बाध्य भएर अर्को मिडियामा जोडिनुपर्‍यो।

ती पत्रकारले किन सहजै बिदा बस्न स्वीकार गरे ? उनको भनाइ छ- 'बिदा बस्न भनेपछि केही समयलाई होला भनेर हुन्छ भन्ने तर अफिसको नियत मलाई बिदा गर्ने रहेछ भन्ने पछि मात्रै बुझौं फेरि मसँग कानुनी लडाइँ गर्न नियुक्ति पत्र पनि थिएन। त्यस्तो प्रक्रियामा गएको भए अन्यत्र जागिर पाउन पनि गाह्रो हुने जस्तो लाग्यो। त्यसैले मैले मेरो समस्या कोहीसँग भनिँँ।' उनले ८ वर्ष काम गरेको संस्थाबाट सजिलै बिदा लिने बाटो रोजे। वैशाखदेखि यताको पारिश्रमिकको त कुरै छाडौं, उनले छँदाखाँदाको काम पनि गुमाउनुपर्‍यो। 'न्यूनतम पारिश्रमिक दिने भन्दाभन्दै यतिका समय बित्यो', उनले भने- अहिले बाध्य भएर आफैँ विकल्प खोज्न तम्सिनुपर्‍यो।

'जनताको सूचित हुने हक' को संरक्षण गरिरहेको दाबी गर्ने पत्रकारहरू श्रमको मूल्यसमेत नपाउने अवस्थामा छन्। यद्यपि उनीहरू यसबारे कतै बोल्दैनन्, कतै लेख्दैनन्। 'कसरी बोलून्?', अध्येता

गौतम थप्छन्- 'उनीहरूलाई कानुनी लडाइँ लड्ने कुनै आधार बाँकी हुँदैन, भइरहेको काम गुमाउँदाको अवस्था र त्यसपछिको अनिश्चयले पनि उत्तिकै सताइरहेको हुन्छ।' यसबाहेक कठोर श्रम गर्दा पनि चित्तबुझ्दो पारिश्रमिक नपाउने, अन्य सेवा/सुविधा नपाउने समस्या उच्च भए पनि पत्रकारिताकै बलमा समाजमा स्थापित भएको 'पहिचान' मा समस्या आउने अनौठो भयले उनीहरू ग्रस्त छन्। यो आलेख तयार पार्ने क्रममा सम्पर्कमा रहेका र कुराकानी गरिएका पत्रकारहरूको आग्रह पनि विचित्रकै रह्यो। 'हो, हामीले समस्या खेपेका छौँ तर यसमा मलाई उद्धृत नगरिदिनुहोला' भन्दै चित्त बुझाउने उपाय उनीहरू नै बताउँछन्- 'अहिले हामी मात्रै होइन, सबैको उस्तै छ। किन बोल्दै हिँड्नु र ?' बरु कतिपय पत्रकार आफूले कुनै समस्या नभोगेको भन्दै मिडिया हाउस र सञ्चालकहरूको रक्षा कवच बनेर पेस हुन्छन्। सधैं अरूका कथा र पीडा प्रस्तुत गरेर तिनलाई न्याय दिलाउन भूमिका गरिरहेका पत्रकारहरू आफ्नो पीडाबारे नबोली वा कतै पनि मुखर नभई काम गरिरहेका छन्। यसलाई बाध्यताका रूपमा लिन्छन् पत्रकारहरू। महासङ्घ प्रदेशका अध्यक्ष विक्रम लुइँटेल थप्छन्- धेरै सञ्चारकर्मी साथीहरूले रोजगारीबाट हात धनुपर्ने अवस्था आएको छ। बेतलबी बस्नुपरेको अवस्था छ र कतिले आधा तलबमात्र लिनुपरेको अवस्था छ। तर आफैं अग्रसर भएर नखुलेका कारण यस्तो सङ्ख्या एकीन गर्न सकिएको छैन।

झापा, मोरङ, सुनसरी जस्ता सुगम र पत्रकारिता ज्यादै फस्टाएको भनिएका जिल्लामा यस्तो हालत हुँदा दुर्गम पहाडी जिल्लाहरूमा पत्रकारको झनै दयनीय अवस्था छ। पत्रकार महासङ्घ खोटाङका अध्यक्ष दमन राई भन्छन्- मूलधारका मिडियामा कार्यरत पत्रकारले नै भनेको समयमा पारिश्रमिक पाउन सकेका छैनन्। स्थानीय मिडियामा कार्यरत पत्रकारको अवस्था झनै नाजुक छ। तोकिएको तलब तोकिएको समयमा पाउने पत्रकार बिरलै छन्। छैन भन्दा पनि हुन्छ।

स्थानीय मिडिया : सकसको अर्को पाटो

प्रदेश १ स्थानीयरूपमा पत्रकारिता राम्ररी फस्टाएको क्षेत्र हो। विराटनगर, इटहरी, धरान, इनरुवा, दमक, बिर्तामोड, काँकडभिट्टा, इलाम, फिदिम, धनकुटा जस्ता शहरी क्षेत्र र पहाडी जिल्लामा पछिल्लो समयमा सञ्चार गृह खुल्ने क्रम ह्यात्तै बढेको छ। कुनैबेला साप्ताहिक अखबारमा सीमित यी शहरको पत्रकारिता दैनिक अखबार, एफएम रेडियो, टेलिभिजन हुँदै अहिले अनलाइन न्युज पोर्टलसम्म आइपुग्दा सङ्ख्यात्मक हिसाबले ठूलो फड्को मारेको अवस्थामा छन्। तराईका जिल्लाको दाँजोमा पहाडी जिल्लामा सङ्ख्या कम भए पनि ती क्षेत्रमा पनि सञ्चारमाध्यमको सङ्ख्या लगातार बढ्ने क्रममा छ।

प्रदेश पत्रकार महासङ्घले राखेको अभिलेखअनुसार प्रदेश १ मा अहिले १०७ वटा रेडियो, ७ वटा टेलिभिजन, करिब २०० अनलाइन, २९ दैनिक पत्रिका र ४० भन्दा बढी साप्ताहिक पत्रिका छन्। यीमध्ये कोभिड कहर सुरु भएपछि धेरैजसो अखबार बन्द छन्। केही जसोतसो चलिरहेका छन्। कोभिडसँगै सञ्चार गृहका ढोकामा ताल्चा लाग्दा सयौँ श्रमजीवी पत्रकारको भने गाँस खोसिएको छ।

सुनसरीको धरानबाट प्रकाशित हुने ब्लास्ट पूर्वको पत्रकारिता जगतमा स्थापित नाम भइसकेको अखबार हो। प्रदेशकै सबै भन्दा ठूलो र सफल सञ्चार गृहका रूपमा चिनिने ब्लास्टमै कार्यरत पत्रकारहरू पनि लकडाउनको ३ महिनासम्म तलबविहीन बने। त्यहाँ कार्यरत पत्रकारहरूका अनुसार लकडाउनको प्रारम्भिक ३ महिनामा कार्यालयले तलब खुवाउन नसक्ने जानकारी गरायो। प्रकाशक तथा सम्पादकसमेत रहेका किशोरकुमार कार्की यो स्वीकार गर्छन्। ‘पत्रकार र कर्मचारी गरेर १२५ जना छौँ। सुरुका ३ महिना हामी कसैले पनि पारिश्रमिक लिने अवस्था रहेन। त्यसपछि केही समायोजन गरेर लिएका छौँ’ -उनी भन्छन्। उनका अनुसार समायोजन भनेको केही अंश कटौती हो जसको अभ्यास मुलुकव्यापीरूपमा अधिकांश सञ्चार गृहले गरिरहेका छन्।

प्रदेशमै सबै भन्दा बलियो मानिएको र संस्थागत स्वरूपमा सञ्चालित अखबारमै कार्यरत पत्रकारहरूको यो अवस्था हुँदा स्वरोजगारमूलक सञ्चार प्रतिष्ठानका सञ्चारकर्मीको अवस्था झनै दयनीय बन्यो। इलाम सदरमुकामबाट २ वटा दैनिक पत्रिका नियमित प्रकाशनमा छन्। इलाम एक्सप्रेस र इलाम पोस्ट। यीमध्ये इलाम एक्सप्रेसमा ३ पत्रकारसहित ७ जना र पोस्टमा ५ पत्रकारसहित ६ जना पत्रकार र कर्मचारी कार्यरत छन्। लकडाउनलगतै बन्द भएका यी दुवै अखबारमा कार्यरत उनीहरू लकडाउन अवधिभर पारिश्रमिकबाट वञ्चित भए। ‘हामीले स्वयंसेवाका रूपमा यसबीचमा काम गर्थौँ’, इलाम एक्सप्रेसका सम्पादक सोमनाथ सुसेली भन्छन्- ‘वितरक र लेखाका साथीहरूलाई त बिदा नै दियोँ, पत्रकारहरूचाहिँ अवस्था सुधैला कि भन्ने आसमा स्वयंसेवा गरिरहेका छौँ।’ इलाम पोस्टका पत्रकारको कथा पनि उस्तै छ। सम्पादक सटेन्द्र जवेगु पहिले खाइपाइ आए भन्दा आधा नै कम पारिश्रमिकमा पत्रकारहरू कार्यरत रहेको बताउँछन्।

छापाको यस्तो अवस्था हुँदै गर्दा प्रसारण माध्यममा पनि बिजोग सहेर बसिरहेका पत्रकार धेरै छन्। झापाको बिर्तामोडबाट प्रसारण हुने टेलिभिजन हो- सूर्योदय। प्रदेश १ का अधिकांश जिल्लामा संवाददाता राखेको, राजधानी काठमाडौँमै पनि संवाददाता र क्यामरापर्सन राखेर समाचार बुलेटिन प्रसारण गर्दै आएको यो टेलिभिजनको बिर्तामोड कार्यालयमै १२ जना पत्रकार कार्यरत छन्। वाचन र लेखनमा गरेर टिभीका ती पूर्णकालीन पत्रकारहरू लकडाउनयता अर्धरोजगारीको

अवस्थामा छन्। टेलिभिजनले कामबाट कसैलाई पनि निकालेको छैन तर सबैलाई पूरा काम र पारिश्रमिक पनि दिएको छैन। अहिले टेलिभिजनले दिन बिराएर सबैलाई कार्यालय बोलाउने र काम लगाउने गरेको छ। '१ महिनामा १५ दिन काम गर्ने र आधा तलब लिने गरी काम गरिरहेका छौं', टिभी पत्रकारहरू भन्छन्- 'जागिर गएको पनि छैन, जागिरमा भएको महसुस पनि नभएको स्थिति छ'।

पाँचथरको फिदिमबाट प्रकाशित हुने फिदिम टुडे दैनिकमा ५ जना पत्रकार कार्यरत छन्। उनीहरू सबै लकडाउनयता बेखर्ची बनेका छन्। चैत र वैशाखमा पत्रिका निस्केन, पैसा पनि पाउने कुनै भएन। जेठदेखि पत्रिका त निस्केको छ तर पत्रकारले पैसा पाएका छैनन्। एक जना डिजाइनर र अनलाइनसमेत जिम्मा लिएका एक जना पत्रकारलाई ज्यादै थोरै पैसा (मासिक १५ हजार पाइरहेकालाई बढीमा ५ हजारसम्म) दिनेबाहेक अरूले एक पैसा पनि पाएका छैनन्।

२ भन्दा बढी पत्रकार सहभागी भएर स्वरोजगारमूलकरूपमा चलाएको अखबारको अवस्था यस्तो हुँदा एकलरूपमा सञ्चालित साप्ताहिक अखबारहरूले जसोतसो लागत खर्च मात्रै उठाइरहेका छन्। झापाको मेचीनगरबाट प्रकाशित हुने मेची खबर साप्ताहिक पत्रकार डम्बर बरालको एकल प्रयासमा चल्छ। डिजाइनदेखि वितरणसम्म आफैं गर्ने उनी 'जबर्जस्ती छापेका शुभकामना र बधाई विज्ञापनको भरमा' लागत खर्च उठाइरहेको बताउँछन्। 'अखबार ननिकाली चित्त बुझ्दैन', सम्पादक बराल भन्छन्- 'आफैं सबैथोक गर्दा बल्ल लागत जुट्छ। अहिलेका लागि पारिश्रमिक लिने कुरा धेरै परको जस्तो छ'।

प्रदेशमा जसरी अखबारहरूका पत्रकारको यस अवधिमा बिचल्ली भयो, रेडियोमा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरूको अवस्था त्यस भन्दा भिन्न रहेन। विराटनगरदेखि पहाडी जिल्लासम्मका एफएम रेडियोहरूमा कार्यक्रम कटौतीमा परे। विज्ञापन बन्द भए। यसले आमदानी भएन। यसको असर पत्रकार र अन्य सञ्चारकर्मीमा पत्थो। 'कोभिड कालमा न्युज बुलेटिन ७ बाट ५ मा झारियो', विराटनगरका एक रेडियो पत्रकारले भने- कोही पत्रकारलाई प्राविधिक बनाइयो। कोही न्युज बुलेटिन पढेबापत पैसा पाउनेमा झारिए।

प्रदेशमा अधिकांश रेडियोले कार्यक्रम र समाचार बुलेटिन कटौती गरे। ती संस्थामा घोषितरूपमा पत्रकारहरूको जागिर त गएन तर पूरा पारिश्रमिक पनि धेरैले पाएनन्। 'हाप्रोमा जागिर नै गएको चाहिँ छैन', रेडियो नेपालवाणी इलामका सञ्चालकसमेत रहेका पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ का उपाध्यक्ष सोम सुसेली भन्छन्- 'धेरै कार्यक्रम बन्द भए। जे/जति आमदानी हुन्छ, सबैले थोरै थोरै बाँडेर खाने गरिएको छ। पूरापुर पारिश्रमिक लिन सक्ने आर्थिक अवस्था कसैको छैन'।

दमकको हिमशिखर टेलिभिजनमा पूर्णकालीनरूपमा कार्यरत ५ जना पत्रकार लकडाउनयता 'स्ट्रिन्जर'मा घटुवा भए। त्यसअघिसम्म हरेक महिना तलबका रूपमा पारिश्रमिक बुझ्ने उनीहरू घटुवामा पर्नुको कारण कमजोर कार्यसम्पादन वा अन्य समस्या थिएन। टेलिभिजन व्यवस्थापनले उनीहरूलाई जागिरबाट सोझै ननिकालेर यस्तो जुक्ति लगाएको थियो। पत्रकार, प्राविधिक र अन्य कर्मचारी गरेर ४८ जना कार्यरत हिमशिखरमा अहिले ३७ जना मात्रै कार्यरत छन्। ११ जनाले जागिरबाट नै हात धुनुपर्ने अवस्था आएको छ।

यी उदाहरणले देखाउँछन्, हरेक सञ्चार गृहमा आर्थिक समस्या उच्च छ। यसको सोझो असर पत्रकारहरूमा परेको छ। कोभिडअघि पनि जसोतसो मात्रै धानिएका सञ्चार गृहहरू महामारीले निम्त्याएको मन्दीले थप थलिए। यसले पत्रकारहरूको भान्सामा मात्रै असर पारेन, उनीहरूको भविष्य पनि डरलाग्दो बनाएको छ। 'धेरै पत्रकारहरू तलबविहीन बन्दा उनीहरूको आर्थिक जीवन तहसनहस हुँदैछ', सञ्चारकर्मीहरू मात्रै आबद्ध सञ्चार सहकारी संस्था विराटनगरका अध्यक्ष मोहन भण्डारी भन्छन्- 'अभावले ऋण र ऋणले तनाव निम्त्याउँदैछ'। अभावले ल्याएको मानसिक तनावको बेहिसाब क्षति त अनुमान भन्दा परै छ। झापा, मोरङ सुनसरी जस्ता धेरै मिडिया हाउस भएका जिल्लामा पत्रकारहरू धेरैवटामा काम गरेर राम्रो आमदानी गर्ने हैसियतमा उक्लिँदै थिए। तर, कोभिडकै बीचमा धेरैले त्यो 'पार्ट टाइम' काम पनि गुमाए। बिहान एक जनाको अनि दिउँसो अर्कोको अनलाइन अपडेट गरिदिने पत्रकारहरूको पेट पाल्ने त्यही उपाय पनि बन्द भयो। कोरोनाले अनलाइनलाई पनि थला पारेपछि उनीहरूले यो अवसर गुमाएका हुन्।

पत्रकारितामा कोभिड प्रभाव

'न्यु मिडिया'को आक्रामक आगमनले दबाबमा परेको छापा माध्यम पछिल्लो समयमा विश्वभर नै आफ्नो औचित्य पुष्टि गर्नुपर्ने चुनौतीबाट गुञ्जिरहेको छ। खासगरी 'कन्टेन्ट' प्रवाहमा मात्रै होइन, आममान्छेसम्मको पहुँचका दृष्टिले पनि छापाले अनेकौँ समस्या झेलिरहेको छ। नेपालमै पनि मूलधारका अखबार छाडेर अनलाइनतिर फड्किने पत्रकारहरूको सङ्ख्या ह्वात्तै बढेको छ। यसले आकर्षणको एउटा पाटो निश्चय नै उजागर गर्छ।

यसरी औचित्य र अस्तित्वको दोहोरो लडाइँमा रहेको छापा माध्यमले कोरोना कालमा पनि दोहोरो क्षति सहनुपरेको छ। ब्लास्टका सम्पादक किशोरकुमार कार्कीको भनाइमा प्रकाशन नियमित हुन नसक्दा पाठक गुमाउने समस्यामा रहेका छापा माध्यमहरूले यसैका कारण आमदानी पनि सबै गुमाएका छन्। अनलाइन, रेडियो र टेलिभिजनले यसबीचमा आमदानी गुमाएका छन् तर

दर्शक, स्रोताको दायराचाहिँ फराकिलो बनाउँदै लगेका छन्। लकडाउनसँगै प्रदेश १ का सबै अखबार लामो समय बन्द रहे। त्यसबेला सूचनाको सबै भन्दा भरपर्दो स्रोत नै रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइन पोर्टलहरू बने। अझ रेडियो र टेलिभिजनहरूको प्रस्तुति कमजोर परेका बेला अनलाइनहरू पाठकको ध्यान तान्न बढी नै सफल रहे। नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ समितिका अनुसार यस असहज घडीमा पनि प्रदेश १ मा दर्जनौँ नयाँ अनलाइन सार्वजनिक भइरहेका छन्। भलै तिनको उपस्थिति कानुनीरूपमा भने अझै कतै पनि छैन। तर विधिवत् दर्ता भएर चलिरहेका अनलाइनको सङ्ख्या पनि प्रदेशमा २ सय हाराहारी पुगिसकेको छ।

‘कोरोनाको सङ्क्रमण फैलने शङ्कामा भएको लकडाउनबाट प्रकाशन क्षेत्र केही समय नराम्ररी प्रभावित भयो। आजका मितिसम्म दर्जनौँ पत्रिकाको प्रकाशन रोकिएको छ’, साझा मञ्च डटकमका सम्पादक गोपाल काफ्ले भन्छन्- ‘धेरैवटा रेडियो र टेलिभिजनले नयाँ सामग्री सङ्कलन गरेर कार्यक्रम उत्पादन गर्नुको साटो पुरानै उत्पादन पुनः प्रसारण गरे, आजपर्यन्त गरिरहेका छन्।’ उनका अनुसार पत्रकारिता क्षेत्रको इज्जत यतिबेला न्यु मिडियाले धानेको छ। ‘न्युज पोर्टल नभएको भए जनतालाई सूचना पाउन गाह्रो हुने रहेछ’- उनले थपे।

प्रदेश १ मा सञ्चालनमा रहेका अनलाइनहरू अधिकतर स्वरोजगारमूलकखालका छन्। विराटनगरको कोसी अनलाइन र इटहरीको प्रदेश पोर्टल अनलाइनको अनुभवमा कोरोना काल उनीहरूका लागि पाठक (भिजिटर) आर्जन गर्ने महत्त्वपूर्ण समय बन्यो। यद्यपि पाठक सङ्ख्या बढिरहँदा आमदानीको ग्राफ भने ओरालो लागेर आर्थिक कठिनाइ भोग्नुपरेको छ। प्रदेश पोर्टल डटकमका सञ्चालक प्रेम बास्तोलाका अनुसार यसबीचमा विज्ञापन बजार आधा भन्दा पनि धेरैले कटौती भएको छ। अझ स्थानीय सरकार, स्थानीय व्यवसायीमध्ये धेरैले ‘अनलाइनले विज्ञापन पनि छाप्छ र?’ भन्दै आश्चर्य मान्नुले पनि मोफसलका अनलाइनको अवस्था दर्साउँछ। अनलाइनहरूका लागि सबै भन्दा दरिलो स्रोतका रूपमा रहेका बैङ्कहरूमा ‘नआएको सङ्घीयता’ ले पनि असर गरेको बास्तोलाको भनाइ छ। ‘स्थानीय शहरमा सयौँ बैङ्क र वित्तीय संस्था छन्’, उनी भन्छन्- ‘तर, विज्ञापनका लागि काठमाडौँ वा अन्यत्रैबाट काम हुने भन्दै उनीहरू पन्छिन खोज्छन्।’ पछिल्लो समयमा स्थानीय सरकारले सूचनाहरू दिने गरे पनि छामा माध्यमको दाँजोमा न्यु मिडियालाई अत्यन्तै थोरै दिइएको उनको बुझाइ छ।

प्रदेश १ का तराईका ३ जिल्ला मोरङ, सुनसरी र झापा मिडिया हाउस सबै भन्दा धेरै भएका जिल्ला हुन्। त्यसमध्ये दैनिकरूपमा धेरै अखबार निस्कने झापा नै हो। २०६२ सालसम्म झापामा २ वटा मात्रै दैनिक अखबार निस्कन्थे- पूर्वाञ्चल र विवेचना। तर २०७२ को अन्त्यसम्मको १ दशकमा जिल्लामा ११ वटा दैनिक अखबार निस्कन थाले। चैत ११ को लकडाउनअघिसम्म ९

वटा दैनिक पत्रिका निस्कन्थे। २०६८ को जनगणनाअनुसार करिब १० लाख जनसङ्ख्या भएको जिल्लामा यति धेरै दैनिक, तेब्बर भन्दा बढी सङ्ख्याका साप्ताहिक, करिब डेढ दर्जन एफएम रेडियो अनि दर्जनौँ अनलाइन न्युज पोर्टल। सानो बजार र सीमित मात्रै विज्ञापनको स्रोतले यी मिडिया धानिन हम्मै थियो। अहिलेको अवस्थामा झनै समस्या बढेको छ। कोरोना कालअघिसम्म जसोतसो चलिरहेका यी सबैजसो सञ्चार गृह लकडाउन सुरु भएलगत्तै थला परे। रेडियो र टेलिभिजनले नाम मात्रै प्रसारण गरे भने अखबारहरू पूर्णतः बन्द भए। त्यसबेला अनलाइन भने बढी सक्रिय देखिए।

पत्रकारहरूका अनुभवमा झापामा देखिएको सञ्चार गृहको बढ्दो सङ्ख्या प्रदेश १ का अधिकांश जिल्लाको साझा चित्र हो। प्रेस काउन्सिलको अभिलेखअनुसार मोरङमा सबै भन्दा धेरै १५७ वटा अखबार दर्ता छन्। प्रदेशको सोलुखुम्बुमा सबै भन्दा कम दुइटै अखबार दर्ता छन्। ‘केही समय मिडिया हाउसमा काम गरेर अनुभव आर्जन गरेपछि धेरै पत्रकारले आफैं सञ्चार गृह चलाउनेबारे सोच्दरहेछन्’, नेपाल पत्रकार महासङ्घ झापाका उपाध्यक्ष एकराज गिरी भन्छन्- ‘अहिले धेरै साप्ताहिक, दैनिक र अनलाइनहरू स्वरोजगारमूलकरूपमा खुल्नुको कारण अर्काकोमा काम गर्नु भन्दा आफैं प्रयास गरिरहने कारणले हो।’ यसरी धमाधम खुलेका सञ्चार गृहहरू एकातिर लगानीको दृष्टिबाट कमजोर थिए भने कम लगानी र सानो समूहका कारण तिनले उत्पादन गर्ने सामग्री पनि गुणस्तरका हिसाबले प्रश्रयोग्य थिए/छन्। यस्तोमा अपवादबाहेककालाई बजारमा स्थापित हुन मात्रै होइन, बजारबाट राम्रो प्रतिक्रिया आउन पनि गाह्रो थियो। यसै सिलसिलामा धेरैको जग हल्लाउने गरी कोरोना महामारी आयो जसले सञ्चार उद्यमलाई नराम्ररी थला पारिदिएको छ।

चैत ११ मा लकडाउन सुरु हुनेबित्तिकैदेखि प्रदेशको पत्रकारिता क्षेत्र अस्तव्यस्त जस्तै बन्यो। ब्लास्ट दैनिकका सम्पादक/प्रकाशक किशोरकुमार कार्कीका शब्दमा लकडाउन घोषणा हुनेबित्तिकै सबैजसो अखबार बन्द भए। ‘पाठकहरू स्वयंले पनि पत्रिका नपठाउनु भन्ने अवस्था थियो, अखबारबाटै कोरोना सर्ला भन्ने चिन्ता उच्च थियो’, कार्कीले भने- ‘त्यसैले ३ महिना २१ दिन अखबार बन्द नै गच्यौँ।’ प्रकाशन पुनः सुरु हुँदा पनि पुरानो लय समात्न हम्मै परिरहेको कार्कीको बुझाइ छ। उनका अनुसार असार २ मा फेरि प्रकाशन थाल्दा अखबारको सम्पूर्ण ‘आकार’ कटौतीमा पच्यो। त्यसअघि ८ पृष्ठको पत्रिका ४ पृष्ठमा झन्यो। २० हजार हाराहारीमा छापिँदै गरेको सङ्ख्या १२ हजार हाराहारीमा आइपुग्यो। र, प्रदेश १ का अधिकांश र प्रदेश २ का केही जिल्ला अनि सिन्धुलीसम्मै पुन्याइने अखबार खुम्चेर धरान र केही शहरमा मात्रै वितरण हुन थाल्यो। ‘विज्ञापनको बजार ७० प्रतिशत घट्यो’, कार्कीले थपे- किनभने कर्पोरेट विज्ञापन बन्द नै

भयो। अझै आएका छैनन्। स्थानीय केही विज्ञापन मात्रै आइरहेका छन्। यस अवधिमा मात्रै हामीले कम्तीमा ५० लाख भन्दा बढी घाटा बेहोरिसकेका छौं

४ वटा दैनिक, ६ वटा रेडियो, २ वटा साप्ताहिक र १० वटा अनलाइन सञ्चालनमा रहेको इलाममा सानो बजार र विज्ञापन स्रोत पनि कम भएकाले अवस्था ज्यादै कठिन छ। हाल इलाम पोस्ट र इलाम एक्सप्रेस दैनिक नियमित प्रकाशित भइरहेका छन्। लकडाउनको प्रारम्भमा स्थान भएका ती दैनिक स्थानीय सञ्चारकर्मीहरूकै अगुवाइमा चलेका हुन्। अन्य २ दैनिक सन्दकपुर र चियाबारी बन्दै भएका छन तर ती दुवै दैनिक लकडाउनअघि नै बन्द भएका हुन्। ‘लकडाउनको सुरुवातमा अत्यन्त बढी त्रास भयो। लकडाउनभर पत्रिका बन्द रह्यो’, इलाम पोस्टका सम्पादक सटेन्द्र जवेगु भन्छन्- ‘त्यसपछि त्रासका बीच पत्रिका प्रकाशन गरिरहेका छौं तर वितरणको समस्या, विज्ञापन लगभग शून्य रहेकाले निरन्तरताका लागि मात्र पत्रिकाहरू प्रकाशन भइरहेका छन्। यस्तै हो भने अब जिल्लाका साना स्वरोजगारमूलक मिडियाहरू बन्द हुने अवस्थामा छन्।’

१ दैनिक, ४ वटा साप्ताहिक, ४ वटा रेडियो र ४ वटा अनलाइन रहेको धनकुटाका सबै मिडिया हाउस सञ्चारकर्मीकै लगानी र अग्रसरतामा चलेका छन्। लकडाउन अन्त्य भएपछि पुनः सुरु भएका अखबारहरू जसोतसो निस्कने अवस्थामा छन् भने अनलाइन र रेडियोको अवस्था पनि गतिलो छैन। ‘जिल्लामा स्थानीय तहहरूका सूचना र अन्य व्यापारिक सूचनाको भर हो’, पत्रकार महासङ्घ धनकुटाका अध्यक्ष राजेश्वरबहादुर श्रेष्ठ भन्छन्- ‘अहिले सबै रेडियो समस्याग्रस्त छन्।’ उनले रेडियो मात्रै भन्नुका पछि अनलाइन र साप्ताहिक अखबारहरू स्वरोजगारमूलकरूपमा एकै पत्रकार वा परिवारले चलाएको अवस्थामा छन्।

सङ्खुवासभामा रेडियो मात्रै ८ वटा छन्। साप्ताहिक अखबार ३ र ३ वटै अनलाइन सञ्चालनमा रहेको सङ्खुवासभामा सबै मिडिया जबर्जस्ती चलेको पत्रकारहरूको अनुभव छ। ‘पहिले २ वटा मात्रै रेडियो हुँदा पनि तिनको खर्च धान्ने गरी विज्ञापनको स्रोत हुँदैनथ्यो’, सङ्खुवासभाका पत्रकार मेघराज तामाङ भन्छन्- ‘अहिले रेडियो मात्रै ८ वटा हुँदा झनै बेहाल छ।’ उनका अनुसार रेडियोमा काम गर्ने सञ्चारकर्मीहरू नाम मात्रैको पारिश्रमिकमा काम गर्न बाध्य छन्। तेहथुममा चलिरहेका ५ वटा एफएमको अवस्था पनि सङ्खुवासभा भन्दा फरक छैन। लोककल्याणकारी विज्ञापन र स्थानीय तहका सूचना अनि कहिलेकाहीं आउने कर्पोरेट विज्ञापनको भरमा रेडियो टिकेका छन्। ५ वटा अनलाइन र बन्द रहेका ३ वटा अखबारले त त्यति पनि विज्ञापनको अवसर पाउँदैनन्।

अखबारको मात्रै होइन, प्रदेशमा सञ्चालित टेलिभिजनहरूको अवस्था पनि उस्तै छ। १० वर्षअघि स्थापना भएर सञ्चालनमा रहेको सुनसरीस्थित इटहरीको एरिना टेलिभिजन एकल लगानीमा चलेको टिभी हो। लकडाउन सुरु हुँदासम्म यो टेलिभिजनमा दैनिक १२५ वटा विज्ञापन

बज्दै थियो। वैशाखसम्म यीमध्ये अधिकांश विज्ञापन टेलिभिजनमा प्रसारण भई नै रहेका थिए। तर जब लकडाउन लम्बिँदै गयो र व्यापारिक प्रतिष्ठानहरू थला पर्दै जान थाले, उनीहरूले विज्ञापन रोक्न थाले। अहिले विज्ञापन कटौतीको अवस्था उच्च छ। यतिबेला टेलिभिजनले दिनभरिमा १२ वटा विज्ञापन मात्रै प्रसारण गरिरहेको छ। यसका लगानीकर्ता समीर कार्कीले कुराकानीका क्रममा भनेअनुसार उनी तत्कालै ५० लाख रुपियाँ बैङ्क ऋण लिने तयारीमा लागेका छन्। टेलिभिजन सञ्चालनका लागि पनि यति रकम जोहो नगर्ने हो भने बन्द गर्नुपर्ने अवस्था सिर्जना भएको उनको भनाइ छ। जनशक्ति, घर भाडा, ऊर्जा (बिजुली र डिजेल), टेलिफोन, इन्टरनेट जस्ता नियमित सञ्चालन खर्चबाहेक पनि प्राविधिकरूपमा टिभीले अन्य धेरै खर्चको जोहो गर्नुपर्छ। खासगरी नियमितरूपमा आइरहने प्राविधिक समस्याहरू सधैं स्थानीयरूपमै हल हुन सक्दैन। त्यसबेला काठमाडौँ लगेर या उतैबाट जनशक्ति र साधन ल्याएर समस्या सुल्झाउनुपर्ने हुन सक्छ।

प्रदेश १ मा राम्रो प्रभाव छाडेको टेलिभिजनमा गणना हुने टिभी हो दमकको हिमशिखर। ११ वर्षदेखि निरन्तर प्रसारणमा रहेको यो टेलिभिजन सामूहिक लगानीमा सुरु भएको थियो। मोफसलमा आएको टेलिभिजन भएका कारण यसप्रतिको आकर्षण पनि उच्च थियो। तर जसै कोरोना कहर बढ्दै गयो टेलिभिजनको दैनिक जीवन पनि बिथोलिएँदै गयो। टेलिभिजनको सबै भन्दा ठूलो आमदानीको स्रोत विज्ञापनमा भारी कटौती भएको छ। कोरोना कहर बढ्दै जाँदा टेलिभिजनमा आइरहेको विज्ञापनमध्ये ८५ प्रतिशत कटौती भएको अध्यक्ष ध्रुव न्यौपानेको भनाइ छ। उनका अनुसार अहिले टेलिभिजन पूर्णतः घाटामा गएर बेहाल भएको छ। 'बन्द गरौँ, यति राम्रो नाम भएको संस्था त्यसो गर्न पनि सकिन्न तर चलाउन पनि ज्यादै गाह्रो हुने अवस्था आइसकेको छ। त्यसैले हामी नयाँ योजना के भन्नेबारे चाँडै बैठकमार्फत निर्णय लिनेछौँ', उनले भने- त्यो भनेको हामी १५ जना लगानीकर्ताले लगानी थप्ने कि थप लगानीकर्ता खोज्ने भन्ने हो।

सानो बजारलाई लक्ष्य गरेर खोलिएका छापा मिडियाको अवस्था झनै कहालीलाग्दो बनेको दृष्टान्त झापामा देखिन्छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घ झापा शाखाको क्षेत्रगत अध्ययन प्रतिवेदनअनुसार—

झापामा पूर्वाञ्चल, विवेचना, पूर्व सन्देश, प्रतिदिन, जनसंसद्, न्यु मेची टाइम्स, लोकतन्त्र पोस्ट, झापा पोस्ट, इजलास दैनिकसहित ९ वटा दैनिक र जनज्योति, कसार, सतासी, कनकाई, नौलो आवाज, वरुण, स्वाधीन सम्वाद, निर्माण लहर, समाचार, जनआन्दोलन, सुपूर्व मालिका, मेची खबर, विर्ता ज्योति, यलम्बर टाइम्स, पूर्वेली, खबर मञ्च, जय लोकतन्त्र साप्ताहिक प्रकाशित छन्। यसै गरी, माइ लाइफ, समदर्शी सञ्चार, साझा मञ्च, वैकल्पिक बहस मासिक पत्रिका प्रकाशन भइरहेका थिए। कोरोना भाइरस सङ्क्रमण (कोभिड-१९) का कारण सबै दैनिक, साप्ताहिक तथा

मासिक पत्रिका बन्द भए। नेपाल सरकारले कोरोना नियन्त्रणका लागि २०७६ साल चैत ११ गतेबाट सुरु गरेको लकडाउनका कारण सबै पत्रिका बन्द भएका थिए। लकडाउन खुकुलो भएपछि विर्तामोडबाट पूर्वाञ्चल दैनिक र दमकबाट पूर्व सन्देश दैनिक मात्र प्रकाशित छन्। केही समयदेखि प्रतिदिन दैनिक पनि प्रकाशनमा आएको छ। अन्य दैनिक बन्द छन्। यसै गरी ८ वटा साप्ताहिक पत्रिका न्युन सङ्ख्यामा प्रकाशित छन् भने अन्य बन्द छन्।

पत्रकारहरूकै संस्थाले गरेको अध्ययन र त्यसमा संलग्नहरू स्वयम् अध्ययनकर्ता भएका कारण प्रतिवेदनमा अखबार प्रकाशनको अवस्थाबारे जानाजान तथ्य फरक पारिएको छ। किनभने झापाका बजारमा उपस्थिति नभएका अखबार पनि अभिलेखमा भने प्रकाशन निरन्तर छ। प्रेस काउन्सिल नेपालको वर्गीकरणमा परेका यी अखबार केवल काउन्सिलमा अभिलेखका लागि मात्रै 'निरन्तर' भएका हुन्, पाठकका लागि होइन।

स्थानीय बजारमा जमेका अखबारहरू पनि निस्कन नसक्ने अवस्थामा पुगेका छन्। काँकडभिट्टाबाट प्रकाशन भइरहेको जनसंसद् दैनिक यसको प्रमाण हो। २०६२ को जनआन्दोलनताका तत्कालीन कङ्ग्रेस र एमालेका आन्दोलनकारी ६ जना स्थानीय नेताले लगानी गरेर अर्केको प्रेसमा छाप्दै यो अखबार सुरु भएको थियो। जनआन्दोलनको मुखपत्र नै बनेको जनसंसद् छोटो समयमै बजारमा स्थापित र लोकप्रिय भयो। यसले आफ्नै प्रेस राख्ने र बजार विस्तार गर्ने काम गरेको थियो। १३ जना पत्रकारमध्ये ४ जना पूर्णकालीन र अरू आंशिक रोजगारीमा पनि थिए। तर चैत ११ देखि रोकिएको यसको प्रकाशन अझै अनिश्चित छ। १ जना डिजाइनर र सम्पादकबाहेक सबै बेरोजगार जस्तै बनेका छन्। सम्पादक मुक्ति पौडेलका अनुसार दैनिक ३,००० को सङ्ख्यामा छापिने अखबार, त्यसका लागि चाहिने मसी, बिजुली खर्च, इन्टरनेट, जनशक्ति र वितरणसम्मको खर्च धान्न अहिलेको आम्दानीले पटकै नपुग्ने निष्कर्षमा समूह पुगेको छ। पहिले पनि जसोतसो मात्रै धानिएको खर्च यतिबेला झनै नपुग्ने अवस्था बनेको छ। अखबारको आफ्नो वेबसाइटमा इपेपर राख्नेबाहेक बजारमा पठाउन सकिएको छैन। अवस्था सुध्रेपछि प्रकाशन थाल्ने योजना रहे पनि त्यो दिन कहिले आउँछ भन्ने कुनै टुङ्गो भने छैन।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ झापाका अध्यक्ष तारामणि सापकोटा जिल्लाका अखबारहरूको अवस्था चित्रण गर्छन् –

कोभिड-१९ को लकडाउनपछि पुनः प्रकाशित भएका झापाको पुरानो तथा आर्थिकरूपले सबल मानिएको पूर्वाञ्चल दैनिकको ७० प्रतिशत आम्दानी घटेको छ भने दमकबाट प्रकाशित पूर्व सन्देश दैनिकको ८० प्रतिशत आम्दानी घटेको छ। मासिक १० लाख आम्दानी गर्ने पूर्वाञ्चल ३ लाखमा सीमित भएको छ। मासिक ५ लाख आम्दानी गर्ने पूर्व सन्देश १ लाखमा झरेको छ। दुवै

पत्रिका सञ्चालकले यो आम्दानीले पत्रिका चलन नसक्ने प्रतिक्रिया दिएका छन्। कोरोना भाइरसको महामारी भन्दा अघि यी २ पत्रिकाले विज्ञापन खोज्न जानु पर्दैनथ्यो। कार्यालयमा विज्ञापन दिन विज्ञापनदाता स्वयम् आउने गर्थे। विज्ञापन प्रकाशन गर्न कतिपय विज्ञापनदाताले पालो पर्खनुपर्ने अवस्था थियो तर आज ठीक उल्टो भएको छ।

अहिले विज्ञापनदाता विज्ञापन दिन होइन, विज्ञापन बन्द गर्न कार्यालयमा आउने वा सम्पर्क गर्ने गर्छन्। राम्रो मूल्यमा प्रकाशन गर्ने नियमित विज्ञापन प्रायः बन्द भएका छन्। साथीभाइ र चिनजानका भरमा केही विज्ञापनदाताले दिएका विज्ञापनले पत्रिका धानिने अवस्था छैन। बजारमा भएको विज्ञापनको लाखौं बक्यौता उठ्ने अवस्था छैन। बरु, नयाँ विज्ञापनको भन्दा पुरानो विज्ञापनको केही अंश उठेको छ। पूर्व सन्देश दैनिकका सम्पादक/प्रकाशक गञ्जबहादुर दाहालको पनि अनुभव त्यस्तै छ। ८० प्रतिशत विज्ञापनको आम्दानी घटेको छ भने पत्रिकाको खर्च भने पुरानै अवस्थामा छ। अहिलेको आम्दानीले पत्रिकालाई निरन्तरता दिन समस्या हुने उनले बताए। पत्रिकाको बिक्री तथा ग्राहकबाट उठेको रकमबाट वितरकको पारिश्रमिक दिन पुग्ने अवस्थामा भए पनि हाल पत्रिकाको बिक्री र ग्राहकबाट हुने आम्दानी शून्यमा झरेको छ। सार्वजनिक यातायातका साधन पर्याप्त सञ्चालन नहुँदा पत्रिकाको दुवानीमा खर्च वृद्धि भएको छ। कागज मसीको मूल्यमा खासै वृद्धि नभए पनि थोकमा खरिद गर्नुपर्ने अवस्था छ।

पूर्वी पहाडी जिल्ला पाँचथरमा १ दैनिक फिदिम टुडे र ३ वटा साप्ताहिक मिक्लाजुड, पब्लिक टाइम्स र प्वाक्क खबर नियमित प्रकाशनमा थिए। लकडाउन सुरु भएपछि यी सबै अखबार बन्द भए। अखबारबाट कोरोना सन्ने हल्ला र बजार बन्द भएपछि वितरणमा समस्यालगायतका कारण रोकिएका यी पत्रिकाको प्रकाशन लकडाउन खुकुलो भएपछि फेरि सुरु भएको छ। तर प्रकाशन नाम मात्रैको छ। फिदिम टुडे दैनिक अहिले डेढ सय प्रति छापिने गरेको छ भने साप्ताहिकहरू प्रेस काउन्सिलमा अभिलेख पठाउन मात्रै छान्ने गरेका छन्। विज्ञापन वा सूचनाहरू नआए अब पत्रिका प्रकाशन नै नहुने अवस्थामा पुगेको छ।

कोरोनाको प्रभाव सञ्चार गृहमा पर्दा विज्ञापनमा कमी आई सञ्चारकर्मी र कर्मचारीलाई तलब उपलब्ध गराउन समस्या हुने त छँदैछ, सञ्चार गृहका लागि आवश्यक सामग्री खरिद गर्नमा पनि समस्या देखिएको छ। खासगरी रेडियोहरूका लागि यो समय ज्यादै कठिन बनेको देखिन्छ। रेडियो तमोर ताप्लेजुडले यस्तै समस्या भोगेको छ। ट्रान्समिटरको समस्या सुल्झाउन काठमाडौं नै पुग्नुपर्ने बाध्यता छ। तर हवाई उडान र यातायात लामो समय बन्द रहँदा समयमा मर्मत हुनै पाएन। यस्ता प्राविधिक समस्या पहाडी जिल्लामा धेरै देखिए पनि आम्दानीका दृष्टिले भने उनीहरू बलियै

अवस्थामा रहेका पाइन्छ। यसका पछि आमसमुदायमा उनीहरूले दिएको अपनत्वको भावनाले मुख्य भूमिका निर्वाह गरेको देखिन्छ।

यातायात, अन्य स्रोतसाधन र पहुँचका दृष्टिले सुविधा सम्पन्न शहरमा रहेका सञ्चार गृहहरू यतिबेला आम्दानी बन्द भएर कठिन दैनिकीमा छन्। तर ताप्लेजुडको रेडियो तमोर यो कहरमा पनि आफ्नो आम्दानीमा २० प्रतिशत मात्रै गिरावट आएको बताउँछ। यो रेडियोमा कर्पोरेट हाउसका विज्ञापन हम्मसि आइपुग्दैनन्। कुनै बेला म्यानपावर एजेन्सीको विज्ञापनले धानेको रेडियोको आम्दानी पछिल्लो केही वर्षयता स्थानीय सूचनामूलक विज्ञापनले थेंगिदिएको छ। विवाहको निम्ता, समवेदना र श्रद्धाञ्जली, व्रतबन्ध र अन्य पूजाकर्मको निम्ता रेडियोको आम्दानीका मुख्य स्रोत हुन्। कुनै पनि परिवारमा भएको मृत्युमा मलामी जाने सूचना रेडियोले निःशुल्क बजाउँछ। त्यसपछि परिवारले समवेदना दिनेहरूलाई आभार प्रकट गर्दै बोलाउने सूचना दिन्छन्। यस्ता सूचना दिनहुँ आउने गरेका छन्। सुरुदेखि नै समुदाय आश्रित सूचना र कार्यक्रमका कारण यस्तो अवस्था आएको रेडियो सञ्चालक समेत रहेका पत्रकार महासङ्घ ताप्लेजुडका सचिव रवीन भट्टराईले बताए।

सीमावर्ती क्षेत्रका रेडियोका लागि भारतीय विज्ञापनहरू आम्दानीका स्थायी स्रोत हुन्। विराटनगर, इनरुवा, भद्रपुर र काँकडभिट्टालगायतका शहरका रेडियोमा भारतीय बजारका विज्ञापनहरू नियमित आउँथे। बाइक बनाउने ग्यारेजदेखि अस्पतालहरूसम्मका विज्ञापनले नेपाली रेडियो ढाकिएका हुन्थे। तर लकडाउन सुरु भएर सीमा क्षेत्र सिल भयो, रेडियोहरूले विज्ञापनको त्यो ठूलो बजार गुमाए। 'ग्राहक भारत नजाने भएपछि उताका दाताले विज्ञापन दिन बन्द गरे', काँकडभिट्टास्थित रेडियो साथीका प्रबन्ध निर्देशक ज्ञानेन्द्र निरौला भन्छन्- सीमा बन्द भएपछिको पहिलो ठूलो असर त्यही थियो। बिस्तारै स्थानीय र कर्पोरेट विज्ञापनहरू बन्द हुन थाले। अहिलेसम्म आइपुग्दा रेडियोको विज्ञापन दर ८० प्रतिशतले कटौती भएको छ।

रेडियो सञ्चालकहरूका अनुसार उनीहरूले सबै भन्दा धेरै लगानी जनशक्ति र पूर्वाधारमा गरेका हुन्छन्। प्रसारण सामग्रीदेखि घर भाडासम्म, विद्युत् टेलिफोन, इन्टरनेटदेखि जेनेरेटरसम्मको लगानीका कारण पनि विज्ञापनको भिड लगाउनुपर्ने बाध्यता हुन्छ। प्रदेशका अधिकांश रेडियोमा औसतमा ७ देखि १० जनासम्म जनशक्ति परिचालन भएकै हुन्छन्। त्यसैले जसरी पनि सञ्चालन खर्च जुटाउनुपर्ने बाध्यता हुन्छ। तर कोरोना कहरले विज्ञापनका धेरै स्रोत बन्द गरिदिएको छ। 'अहिले हामीले ऋण गरेर रेडियोको लागत भर्नुपरेको छ', रेडियो नेपालवाणी इलामका सञ्चालक सोमनाथ सुसेली भन्छन्- 'यसको शोधभर्ना कसरी हुन्छ भन्ने अनिश्चित छ।' विर्तामोडस्थित रेडियो भिजनको अवस्था पनि उस्तै छ। रेडियोका सञ्चालकमध्येका गणेश

पोखरेलका अनुसार ३ महिनायता पत्रकार, कर्मचारी र प्राविधिकहरूलाई तलब खुवाउन पूर्णतः ऋणमा भर पर्नुपर्ने अवस्था छ। व्यापारिक घरानाका विज्ञापन पूर्णरूपमा बन्द भएका कारण समस्या बढेको छ।

सरकारले छापा र प्रसारण माध्यमलाई विभेद गरेका कारण रेडियोहरू बढी असहज अवस्थाबाट गुज्नेको अनुभव रेडियो सञ्चालकहरूको छ। खासगरी लोककल्याणकारी विज्ञापन त्यस्ता अखबारहरूले पनि पाउँछन् जो प्रेस काउन्सिलमा बुझाउनकै लागि मात्रै प्रकाशित हुन्छन्। काउन्सिलको वर्गीकरणमा परेका अखबारले मासिकरूपमा सरकारी सहयोग रकम पाउने गरेका छन्। तर दैनिकरूपमा स्रोतामाझ पुग्ने रेडियोले भने ती अखबारले १ महिनामा पाउने रकम वर्ष दिनमा मात्रै पाउँछन्। यसले पनि रेडियोमा निजी क्षेत्रको विज्ञापनको भरथेग बढी नै हुने गरेको छ।

कोरोना कहरमा प्रदेशका सञ्चार गृहहरूले यस्ता धेरै असजिलो भोगे पनि यसले केही सम्भावना र नयाँ तरिकाहरू सिकाएको अनुभव गरेका छन्। खासगरी स्थानीय रेडियो, अखबार र टेलिभिजनका लागि यो समय आफ्नो प्रभाव स्थापित गर्ने अवसर पनि बनेको छ। 'धेरै मिडिया हाउसका लागि कोरोना कहर बनेर आयो तर स्थानीय मिडियाका लागि थोरै अवसर जस्तो पनि भएको छ', पत्रकार महासङ्घ मोरङका अध्यक्ष बन्धु पोखरेल भन्छन्- अरूबेला विराटनगरमा काठमाडौँका अखबारको दबदबा थियो, अहिले तिनको उपस्थिति पूरै खुम्चेको छ। यसले स्थानीय अखबार र मिडियाको महत्त्व पनि बढाएको छ।

मिडिया र पत्रकारलाई सहयोग

कोभिड कहर र निरन्तरको लकडाउनले आर्थिक गतिविधि ठप्प भएको अवस्थामा मिडिया हाउसहरूले धेरथोर सरकारी सहयोग पाए। तर पत्रकारहरू सामान्य सहयोगबाट पनि वञ्चित नै रहे। यस वर्ष रेडियो र टेलिभिजनहरूले नवीकरण शुल्कमा छूट पाउँदा त्यसले धेरै राहत महसुस गरेका छन्। त्यस्तै रेडियोहरूले वार्षिक कारोबारको २ प्रतिशत रोयल्टी पनि तिर्दै आएका थिए। त्यसलाई सरकारले यस पटक १ प्रतिशतमा झारेको छ। तर रेडियो सञ्चालकहरू रोयल्टीका नाममा सरकारले अन्याय गरेको बताउँछन्। ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपाल (बान) का अध्यक्ष चन्द्र न्यौपाने भन्छन्- 'रकसी पसलहरूसमेतलाई नलगाइएको रोयल्टी नेपालका रेडियोहरूलाई लगाइएको छ। यो अन्यायपूर्ण छ।' उनका अनुसार सङ्घले १ प्रतिशतमा झारेको रोयल्टीलाई अहिले प्रदेश १ सरकारले अलग्गै शून्य दशमलव ५ प्रतिशत लिने नीति बनाएको छ। यसलाई फिर्ता गर्न सरकारलाई निरन्तर दबाव दिइरहेको उनले बताए।

लकडाउन भएर अखबार बन्द भएको, रेडियोमा अधिकांश कार्यक्रम कटौती भएको र टेलिभिजनले पुराना कार्यक्रम दोहोराएका बेला प्रदेश १ सरकारले प्रदेशका अधिकांश मिडियालाई सहयोग उपलब्ध गरायो। प्रदेश पत्रकार महासङ्घमार्फत कोभिडबाट जोगिने उपायहरूबारे चेतनामूलक सामग्रीहरू प्रकाशन र प्रसारण गर्न भन्दै मुख्य मन्त्री कार्यालयले ५४ लाख रुपियाँ उपलब्ध गरायो।

त्यसबेला कम्तीमा १० हजारदेखि ५० हजार रुपियाँसम्म मिडिया हाउसहरूले प्राप्त गरे। तर सरकारबाट यसरी सहयोग लिएका धेरै मिडिया हाउसमा पत्रकारहरूले यसको सानो अंश पनि देख्न पाएनन्। मिडिया सञ्चालकहरूले अन्य सञ्चालन खर्चमा रकम खर्चिँदा पत्रकारहरू रमिते बन्न विवश बने। पत्रकार महासङ्घ प्रदेश अध्यक्ष विक्रम लुइँटेल भन्छन्- 'हामीले प्रदेश सरकारसँग सहकार्य गरी ५४ लाख रुपियाँ त्यस्ता सञ्चारमाध्यम लक्षित गरी वितरण गरेका छौं। त्यो रकमले प्रदेशभरिका करिब २०० सञ्चारमाध्यमले कुनै न कुनैरूपमा राहत पाएका छन्। त्यसमा आबद्ध पत्रकारले समेत यसबाट केही राहत पाएका छन्। र, केही लेखनवृत्ति दिन पनि सुरुवात गरेका छौं।

उनका अनुसार स्थानीय सरकार र प्रदेश सरकारलाई पनि स्थानीय सञ्चारमाध्यमहरूलाई विज्ञापन दिन, सहयोग गर्न महासङ्घले विज्ञप्तिमार्फत वा मौखिकरूपमा आग्रह गर्ने गरेको छ। सरकारी विज्ञापनहरू स्थानीय मिडियालाई दिनुपर्छ भनेर अभियान चलेको लामो समय भइसक्दा पनि त्यसमा सरकारी पक्षले गम्भीरतापूर्वक चासो दिएको छैन। अझै पनि सरकारी विज्ञापन काठमाडौँमै केन्द्रित हुँदा स्थानीय मिडिया अन्यायमा परेका छन्।

प्रदेशका मिडियाले सहयोगका नाममा प्राप्त गर्दै आएको भरपर्दो स्रोत लोककल्याणकारी विज्ञापन नै हो। यसबाहेक रेडियोहरूले स्थानीय सरकारको सहयोगमा विभिन्न कार्यक्रम उत्पादन गर्ने पनि गर्दै आएका छन्। त्यस्तै प्रदेश सरकारले 'जनतासँग मुख्य मन्त्री' कार्यक्रम प्रसारण गरेबापत प्रदेशका टेलिभिजन र रेडियोहरूलाई वार्षिकरूपमा ५० हजारदेखि १ लाख रुपियाँसम्म उपलब्ध गराउँदै आएको छ। मिडिया हाउसका लागि अलग्गै प्याकेज वा सहयोग गर्ने सवालमा स्थानीय, प्रदेश र सङ्घीय सरकार हालसम्म अनुदार नै देखिन्छन्। मिडिया हाउसलाई लोककल्याणकारी विज्ञापन उपलब्ध गराउनु, सञ्चारकर्मीहरूलाई सरकारकै घोषित नीति तथा कार्यक्रमअनुसारको लक्ष्य हासिल गर्न विभिन्न कार्यक्रम उत्पादन गर्न लगाउनु र सरकारी सन्देश प्रवाह हुने गरी कार्यक्रम प्रसारण गर्न लगाउने र त्यसबापत भुक्तान गर्नुपर्ने रकमलाई नै सहयोगका रूपमा अर्थ्याउने गरिएको छ।

कोरोना कालमा रोजगारी गुमाएका धेरै पत्रकारका लागि विभिन्न सङ्घ/संस्थाले फेलोसिपको प्रबन्ध गरेका छन्। फ्रिडम फोरमले यही अवधिमा रोजगारी गुमाएका पत्रकारहरूका लागि मात्रै भनेर फिचर लेखनको फेलोसिपका लागि आह्वान गरेको थियो। यसबाहेक जिल्ला जिल्लामा पत्रकार महासङ्घको अगुवाइमा स्थानीय सरकारसँगको समन्वयमा पनि फेलोसिपको प्रबन्ध गरिएको महासङ्घका जिल्ला शाखाहरूको भनाइ छ। महासङ्घ सुनसरीका अध्यक्ष अमर खड्काका अनुसार महासङ्घले पत्रकारका निमित्त आर्थिक सङ्कट टार्नका लागि फेलोसिप कार्यक्रम सञ्चालन गरेको छ। धरान र इटहरी उपमहानगरपालिकासँगै इनरुवा, रामधुनी तथा दुहबी नगरपालिकामा स्थानीय सञ्चारमाध्यमलाई विज्ञापन उपलब्ध गराउन माग गरेर पहिलो चरणमा कार्यान्वयन भएको छ। कोरोनाको महामारीका बेला स्थानीय सरकारले फेलोसिप उपलब्ध गराउन र सङ्कटका बेला थोरै भए पनि विज्ञापनको राहत प्याकेजको व्यवस्था गरेको छ।

यस्तै अभ्यास पहाडी जिल्लाहरूमा पनि भइरहेको छ। महासङ्घ खोटाङका अध्यक्ष दमन राई भन्छन्- 'कोभिडका कारण सञ्चारमाध्यम पूर्णतः प्रभावित छ। पत्रकारहरूले बेलामा तलब पाउँदैनथे भने कोभिडका कारण आयस्रोत नभएको भन्दै तलब नदिइ टार्ने बहाना भएको छ। पत्रकार भोको पेटमा काम गर्न बाध्य छन्। महासङ्घकै पहलमा हलेसी तुवाचुङ नगरपालिका र दिप्रुड चुइचुम्मा गाउँपालिकाले लोककल्याणकारी विज्ञापन उपलब्ध गराएको थियो।' विज्ञापनबाहेक सञ्चारमाध्यमलाई सहयोग गर्नुपर्छ भन्ने स्वतःस्फूर्त आग्रह कसैबाट भएको छैन। सहयोगका लागि गरिएका कतिपय आग्रहसमेत सुनुवाइ हुन नसकेको पत्रकारको गुनासो छ।

पत्रकार महासङ्घ इलामकी अध्यक्ष कोकिला ढकालका अनुसार जिल्लाका स्थानीय तहहरूले सानाखालका सूचना मात्रै स्थानीय मिडियामा दिने गरेका छन्। ठूलो र महँगो मूल्यका सूचनाहरू काठमाडौँका अखबारमा दिने चलन भएका कारण स्थानीय मिडियाले यस्तो अवसर पाउँदैनन्। एक राष्ट्रिय दैनिकमा कार्यरत पत्रकार यसको कारण यसरी व्याख्या गर्छन् :

टेन्डर आह्वानको सूचनाहरू, अन्य ठूला सरकारी सूचनाहरू 'राष्ट्रिय अखबार' मा छापन अनिवार्य गरिएको छ। देशव्यापीरूपमा वितरण हुने अखबारमा प्रकाशन हुनुपर्ने मान्यतामा आधारित भएर यसो गरिएको हो। तर सरकारी विज्ञापन अखबारका लागि मात्रै होइन, सम्बद्ध कार्यालयका कर्मचारी र विज्ञापन एजेन्सीका लागि पनि कमाइको माध्यम हो। काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने अखबारहरूले विज्ञापन एजेन्सीहरूलाई ८० प्रतिशतसम्म कमिसन दिने गरेका छन्। त्यसबाट विज्ञापन एजेन्सीले आधा हिस्सा कर्मचारीलाई र आधा आफूलाई राख्ने गरेका छन्। यसरी मिडियाका लागि छुट्टाएको रकममा एजेन्सी र कर्मचारीकै हालीमुहाली छ। आफूले लामो समयदेखि तलब नदिइ काम लगाएका पत्रकारले यदि त्यही विज्ञापन ल्याए भने काठमाडौँका अखबारले केवल १० प्रतिशत मात्रै कमिसन दिने गरेका छन्।

ताप्लेजुड पत्रकार महासङ्घ सचिव रवीन भट्टराई जिल्लाका मिडियाले पाउने ठूलो सहयोग भनेकै स्थानीय सरकारका सूचनाहरू भएको बताउँछन्। यसबाहेक रेडियोहरूले समुदायमा आधारित कार्यक्रमहरू उत्पादन गर्ने गरेका छन्। एउटा साप्ताहिक, ३ वटा रेडियो र ५ वटा अनलाइन सञ्चालनमा रहेको भोजपुरमा ५० को हाराहारीमा पत्रकार छन्। पहाडी जिल्ला भएका कारण अन्य सरसहयोगको अवस्था शून्य बराबर छ। तर प्रदेश र स्थानीय सरकारले दिने सूचना र सङ्घीय सरकारले उपलब्ध गराउने लोककल्याणकारी विज्ञापन नै जिल्लाका मिडियाले पाएको सहयोग हो। महासङ्घ भोजपुरका कार्यबाहक अध्यक्ष एक्सन राई भन्छन्- 'तर, भोजपुरमा यसबीचमा पत्रकारलाई नै भनेर कुनै सहयोग आएको छैन।' उनका अनुसार संस्थागत सहयोगका रूपमा सरकारी सूचनाबाहेक अरु सहयोग पनि मिडियाले पाउन सकेका छैनन्। कोरोना कालमा पत्रकार महासङ्घ मोरङ, झापा र प्रेस युनियन सुनसरीले जिल्लाका सबै पत्रकारको कोरोना बिमा गरिदिएका छन्। मोरङले प्रिमियमबापतको ६ सय रुपियाँ लिए पनि झापा र सुनसरीका पत्रकारको प्रिमियम बिमाकर्ता संस्थाले तिरिदिए। कोरोना बिमा गरेकै कारण सङ्क्रमणमा परेका पत्रकारले बिमा रकम पाउँदै आएका छन्। यसले उपचार खर्चमा सहयोग पुगेको पत्रकार बताउँछन्।

पत्रकार महासङ्घ पाँचथरका अध्यक्ष लवदेव ढुङ्गानाको अनुभवमा सरकारी सहयोगका कारण पत्रकार र मिडियाको आलोचनात्मक चेत कमजोर बन्दै गएको छ। उनी भन्छन्- 'नगरपालिका र गाउँपालिकाबाट मिडियालाई प्राप्त सहयोग सन्तोषजनक नै छ तर विज्ञापन र यस्तो सहयोगका कारण मिडिया र मिडियाकर्मीको आलोचनात्मक चेत भने घट्दो क्रममा छ। यो चिन्ताको विषय हो।' मिडिया सञ्चालक पत्रकारहरू र श्रमजीवी पत्रकारहरूको राय यो सहयोगबारे केही फरक छ। नयाँ पत्रिका दैनिकका प्रदेश १ ब्युरो प्रमुख गणेश लम्साल पत्रकार अधिकारका लागि वकालत गर्दै आएका अभियन्ता पनि हुन्। उनी भन्छन्- सङ्घ र प्रदेश सरकारले पत्रकारिताका लागि भनेर दिएको राहत पनि संस्थाकेन्द्रित मात्र छ। अग्रपङ्तिमा रहेर जोखिम मोल्दै दिन/रात झन् धेरै जिम्मेवारी बहन गरिरहेका सक्रिय श्रमजीवी पत्रकारका लागि न सञ्चार गृह न त सङ्घ, प्रदेश र स्थानीय सरकार कसैले पनि कुनै राहत दिएका छैनन्। यहाँसम्म कि सुरक्षा अवस्था बुझ्ने र सामग्री उपलब्ध गराउने काम पनि भएको छैन।

महामारीमा सञ्चार गृहहरूले फिल्डमा खटिने पत्रकारका लागि न्यूनतम सुरक्षा सामग्री पनि उपलब्ध गराएका छैनन्। बरु विज्ञापन एजेन्सीलाई त्यस्ता सामग्री पठाउने मिडिया हाउसले आफ्ना पत्रकार र कर्मचारीलाई राम्ररी तलबसमेत दिएका छैनन्। विभिन्न जिल्लामा स्थानीय उद्योग वाणिज्य सङ्घहरूले पत्रकारहरूलाई सुरुमा मास्क, पन्जा, स्यानिटाइजर जस्ता सुरक्षा सामग्री प्रदान गरे भने केही जिल्लाका पीडित पत्रकारलाई खाद्यान्नसमेत उनीहरूले सहयोग गरे। आफ्नै

मिडियाले भने काम गरेको पारिश्रमिकसमेत दिएन। पत्रकार लम्साल थप्छन्- 'प्रायः सबैले मास्क, स्यानिटाइजर, पन्जा आफैं किनेर प्रयोग गरिरहेका छन्। साना लगानीमा आधारित भएर स्वनिर्भर पत्रकारिता गर्ने पत्रकारहरूलाई पनि पत्रपत्रिकाको वर्गीकरणअनुसारको भुक्तानी सरकारले नदिँदा उनीहरू मारमा परेका छन्।' त्यस्तै सङ्क्रमित भएका बेला उनीहरूलाई राख्ने व्यवस्थित आइसोलेसन र औषधि उपचारबारे पनि सञ्चार गृहहरू मौन छन्। सङ्क्रमणमा परेका पत्रकार र उनीहरूका परिवार आफैं जेनतेन होम आइसोलेसनमा बस्न बाध्य छन्।

लामो लकडाउनका कारण शैक्षिक संस्थाहरू ठप्प रहेका बेला यस पटक प्रदेश र स्थानीय सरकारहरूको समन्वयमा शैक्षिक कार्यक्रमहरू प्रसारण गर्ने अवसर प्रदेशका रेडियोहरूले पाए। एउटा स्थानीय तहले विद्यालय तहका शिक्षक बोलाएर एफएम रेडियोमार्फत विभिन्न विषयको कक्षा चलाएको पनि पाइयो। त्यसबापत स्थानीय तहले रेडियोलाई आर्थिक सहयोग पनि उपलब्ध गरायो। 'लामो लकडाउन र कोरोना कहरमा रेडियोबाट शैक्षिक कार्यक्रम सञ्चालन हुँदा यसले नयाँ सम्भावना पनि देखाएको छ', रेडियो पूर्वेली आवाज विराटनगरका व्यवस्थापक कैलाश चापागाईं भन्छन्- समुदायका लागि प्रत्यक्ष फलदायी कार्यक्रमका रूपमा यो प्रेरक बनेको छ।

पछिल्लो समयमा विकसित भएका मिडियाका सन्दर्भमा पुनर्लगानीको अवस्था नहुँदा धेरै समस्या आएको छ जसले कुनै पनि मिडियालाई आत्मनिर्भर हुने बाटोमा भन्दा सरसहयोगकै अपेक्षामा रहने बनाएको छ। खासगरी मिडियामा लगानीकर्ताले पुनः लगानी नगर्नु, मिडियालाई उद्योगको रूपमा बुझ्न नसक्नु, व्यवस्थापन पक्ष पत्रकारको हातमा दिने जस्ता कारणले मिडिया हाउस कमजोर बनेका छन्। 'लगानीकर्ताहरू खासमा व्यावसायिक पत्रकारिताका लागि होइन, सञ्चार क्षेत्रमा आबद्धता देखाएर अन्य लक्ष्य प्राप्तिका उद्देश्यले आएका हुन्छन्', मिडिया विश्लेषक दुर्लभ कट्टेल भन्छन्- यस्तोमा उनीहरूबाट थप लगानीको अपेक्षा व्यर्थ हुन्छ।

प्रदेश तहमा सञ्चालनमा रहेका सञ्चार गृहहरूको प्राथमिकताको माग भनेको स्थानीय सरकारी विज्ञापन स्थानीय मिडियालाई दिनुपर्छ भन्ने हो। यसले आफ्नो आमदानीको दायरा बढाउने उनीहरूको बुझाइ छ। यसबाहेक समानुपातिक विज्ञापन नीति कार्यान्वयन गर्नुपर्ने पनि उनीहरूको माग छ। यसै गरी सञ्चार प्रतिष्ठानहरूका लागि आवश्यक पर्ने ऊर्जा (इन्धन र बिजुली) मा सहूलियतको माग राखेका छन् भने सरकारले सञ्चारमाध्यमहरूलाई सोलार प्लान्टमा सहयोग गर्न आवश्यक रहेको रेडियो सञ्चालकहरूको मत छ। टेलिभिजनहरूमा क्लिनफिड लागु गर्ने माग हालै कार्यान्वयन भएको बताउँदै टिभी सञ्चालकहरू जनशक्ति उत्पादनका क्षेत्रमा सरकार र मिडिया सम्बद्ध संस्थाहरूले लगानी गर्नुपर्ने बताउँछन्। एरिना टिभीका समीर कार्की भन्छन्- हामीले स्रोतसाधन खर्चेर टिभीका लागि दक्ष बनाएको जनशक्ति काठमाडौँ फड्किने त्यसपछि

यता फेरि उही नयाँ जनशक्ति उत्पादनको चक्र सुरु हुन्छ। दक्ष जनशक्ति उत्पादनमा सहयोगको खाँचो छ।

मिडिया उद्यममा पनि सहूलियतपूर्ण कर्जाको प्रबन्ध हुनुपर्ने माग पनि उत्तिकै छ। स्थानीय तहमा मिडियालाई बैङ्कले ऋण दिने अवस्था अझै नभएको बताउँदै पत्रकार महासङ्घ सुनसरीका अध्यक्ष अमर खड्का भन्छन्- मिडियाका लागि सहूलियतपूर्ण ऋणको प्रबन्ध गर्नुपर्ने आवश्यकता देखिन्छ।

निष्कर्ष र सुझाव

- प्रदेशमा सञ्चार गृह खुल्ने क्रम बढ्दो देखिएको छ तर आर्थिक दृष्टिले धेरै संस्था बलिया देखिएका छैनन्। यसका पछि संस्थागत अभ्यासमा जान नसक्नु र नचाहनु मुख्य कारण देखिन्छ। मिडिया खोल्ने, त्यसको नेतृत्वमा रहेका केही सीमित व्यक्तिले जिल्लामा प्रभाव र पहुँच विस्तार गर्ने तर सञ्चार गृह कहिल्यै बलियो नहुने स्थिति देखिएको छ। अझै कतिपयको लक्ष्य त प्रेस काउन्सिलको सहयोग रकम लिने मात्रै भएको पनि देखिन्छ।
- मिडिया सबै लामो समयसम्म बलियोरूपमा अघि बढ्न सक्ने अवस्था देखिन्ना यसमध्ये केही मात्रै बलियो भएर अघि बढ्न सक्ने देखिन्छ। वर्षौंदेखि नाफामा रहेका र स्थापित सञ्चार गृहहरूले पनि लकडाउनको पहिलो हप्तादेखि नै पत्रकारहरूलाई कामको निरन्तरतालगायतका विषय उठाउँदा पत्रकारहरू मानसिक तनावमा पर्ने वातावरण सिर्जना गरे। रेडियो, अखबार र टिभी जो/कसैले पनि संस्थागत अभ्यासमा जोड दिनुपर्ने देखिन्छ।
- सञ्चार गृहहरू शक्ति प्रदर्शनको माध्यम जस्ता बनेका छन्। जिल्ला-जिल्लामा खुलेका अनलाइन, रेडियो र अखबारहरू राजनीतिक मुखपत्र जस्तो बन्ने समस्या उच्च छ। त्यस्तै अन्य विभिन्न पेसा/व्यवसायका मानिसले पनि पत्रकारको आग्रह टार्न नसकेर वा आफू मिडिया सञ्चालक भएको धाक लगाउन पनि मिडियामा थोरै लगानी गरिदिने गरेका छन्। यसरी उद्देश्य नै निश्चित समूहको स्वार्थ रक्षा वा मुखपत्र बन्ने भएपछि व्यावसायिक सफलतामा अवरोध हुने समस्या धेरैतिर देखिन्छ।
- त्रिभुवन विश्वविद्यालयका उपप्राध्यापक चुडामणि वशिष्ठ एफएम रेडियोहरूले स्थानीय समाचारलाई प्राथमिकता नदिँदा उनीहरू समुदायबाट टाढिँदै गएको बताउँछन्। यो

अवस्थामा स्थानीय मिडियाहरूले आफ्नो जीवनको सहजताका लागि केही उपाय अवलम्बन गर्न सक्छन् :

- स्थानीय मिडियालाई कुनै १ व्यक्तिको मात्रै स्वामित्वलाई भन्दा सामूहिक लगानी र जिम्मेवारीको वातावरण बनाउने नीति अवलम्बन गर्नुपर्छ।
- साना मिडियाको ठूलो स्वार्थ नहुने हुँदा यसलाई गैरनाफामूलक संस्थाका रूपमा स्थापित गरेर अधि बढाउन सकिन्छ। पत्रकारहरू महिनौं तलबविहीन हुने समस्या सबैतिर देखिएको छ। यस्तोमा गैरनाफामूलक संस्थाले नाफा नबाँड्ने र सानो आकारमा हुने नाफालाई पुनः उही संस्थामा लगानी गर्ने अवस्था निर्माण गर्न आवश्यक छ।
- पत्रकारिताको स्थायित्वका लागि स्थानीय मिडियाहरूले स्थानीय एवं प्रादेशिक सामग्रीमा जोड दिन आवश्यक छ।
- मिडियाको स्थापनाअघि र स्थापना भइसकेपछि पनि बेला-बेलामा अध्ययन तथा सर्वेक्षणको आवश्यकता टड्कारो देखिन्छ।
- अहिले बन्द रहेका अखबार पुनः प्रकाशन गर्न वा प्रकाशन भएका पत्रिकाका लागि थप पुँजीको प्रबन्ध गर्नुपर्ने आवश्यकता पनि उत्तिकै छ।
- पत्रिकामा प्रकाशन सामग्री पठनीय बनाउने, विज्ञापन बजार र वितरण प्रणालीलाई प्रभावकारी बनाउनुपर्ने खाँचो देखिन्छ।
- पत्रिकाको अनलाइन संस्करण र पत्रिकामा प्रकाशन हुने सामग्री भिन्नाभिन्नै र पठनीय बनाउन खोजमूलक सामग्रीमा प्राथमिकता दिनेतर्फ ध्यान दिन जरुरी छ। पत्रिकाको अनावश्यक आन्तरिक खर्च कटौती गर्ने, पत्रिकाको नयाँ आर्थिक रणनीति बनाउने, प्रकाशन गर्न सम्भव नहुने पत्रिकाले अनलाइन संस्करण निकाल्ने वा अनलाइन संस्करण भएका पत्रिकाले पढ्न, हेर्न र सुन्न सकिने अनलाइन बनाउने र अनलाइन संस्करणमा विज्ञापन प्रकाशनका लागि विज्ञापनदातालाई मन्जुर पार्ने जस्ता काम गर्नुपर्ने देखिन्छ।
- लामो समयदेखि माग हुँदै आएको तर व्यवहारतः लागु हुन नसकेको समानुपातिक विज्ञापन नीति लागु हुनुपर्छ।

अन्तर्वार्ता सूची

- यज्ञ शर्मा, प्रेस काउन्सिल नेपालका पूर्वसदस्य (२०७७ कात्तिक १९)
- नकुल काजी, संस्थापक सम्पादक, विवेचना दैनिक (२०७७ कात्तिक १९)
- कौशल चेम्जोङ, संस्थापक, त्रियुगा साप्ताहिक (२०७७ कात्तिक १९)
- चिन्तामणि दाहाल, पूर्वप्रमुख, मेची बहुमुखी क्याम्पस (२०७७ कात्तिक १९)
- डा. भाष्कर गौतम, अनुसन्धानकर्ता (२०७७ कात्तिक २०, २३ र २४)
- लीला बराल, पत्रकार (२०७७ कात्तिक २०)
- विक्रम लुईटेल, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ (२०७७ कात्तिक २० र २१)
- अविनाश निधी, पत्रकार (२०७७ कात्तिक २०)
- विवेक गौतम, महासचिव, नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ (२०७७ कात्तिक २० र मङ्सिर १)
- विराट अनुपम, रासस संवाददाता (२०७७ कात्तिक २१)
- महाप्रसाद खतिवडा, कान्तिपुर टिभी (२०७७ कात्तिक २१)
- मिलन बिछोड, एपिवान टिभी (२०७७ कात्तिक २१)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २१, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २१, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २२, परिचय नखोलन अनुरोध)
- बन्धु पोखरेल, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ मोरङ (२०७७ कात्तिक २२)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २२, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २२, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २३, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २३, परिचय नखोलन अनुरोध)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २४, परिचय नखोलन अनुरोध)
- ध्रुव भट्टराई, थाहाखबर (२०७७ कात्तिक २४)
- दमन राई, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ खोटाङ (२०७७ कात्तिक २४)
- एक्सन राई, कार्यबाहक अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, भोजपुर (२०७७ कात्तिक २४)

- किशोरकुमार कार्की, सम्पादक, ब्लास्ट टाइम्स (२०७७ कात्तिक २४)
- सोमनाथ सुसेली, उपाध्यक्ष, पत्रकार महासङ्घ प्रदेश १ (२०७७ कात्तिक २४)
- सटेन्द्र जवेगु, सम्पादक, इलाम पोस्ट (२०७७ कात्तिक २४)
- कोकिला ढकाल, अध्यक्ष, पत्रकार महासङ्घ इलाम (२०७७ कात्तिक २४)
- रमेश तिवारी, समाचार प्रमुख, सूर्योदय टिभी (२०७७ कात्तिक २४)
- लवदेव ढुङ्गाना, अध्यक्ष, पत्रकार महासङ्घ, पाँचथर (२०७७ कात्तिक २४)
- परिचय गोप्य (२०७७ कात्तिक २४, परिचय नखोलन अनुगोध)
- डम्बर बराल, सम्पादक, मेची आवाज साप्ताहिक (२०७७ कात्तिक २५)
- नेत्रपी अधिकारी, पत्रकार, बिएफएम (२०७७ कात्तिक २५)
- ध्रुव न्यौपाने, अध्यक्ष, हिमशिखर टिभी (२०७७ कात्तिक २५)
- मोहन भण्डारी, सम्पादक उद्घोष दैनिक, अध्यक्ष सञ्चार सहकारी (२०७७ कात्तिक २५)
- गोपाल काफ्ले, सम्पादक, साझा मञ्च डटकम (२०७७ कात्तिक २६)
- प्रेम बास्तोला, सम्पादक, प्रदेश पोर्टल डटकम (२०७७ कात्तिक २६)
- एकराज गिरी, सम्पादक, पूर्वाञ्चल दैनिक, उपाध्यक्ष पत्रकार महासङ्घ झापा (२०७७ कात्तिक २६, लिखित कुराकानी)
- रवीन भट्टराई, सचिव, पत्रकार महासङ्घ ताप्लेजुङ (२०७७ मङ्सिर ३)
- ज्ञानेन्द्र निरौला, प्रबन्ध निर्देशक, रेडियो साथी (२०७७ मङ्सिर ३)
- अमर खड्का, अध्यक्ष, पत्रकार महासङ्घ सुनसरी (२०७७ मङ्सिर ३, लिखित कुराकानी)
- गणेश लम्साल, ब्युरो प्रमुख, नयाँ पत्रिका दैनिक, प्रदेश १ (२०७७ मङ्सिर ३, लिखित कुराकानी)
- कैलाश चापागाईँ, व्यवस्थापक, रेडियो पूर्वेली आवाज (२०७७ मङ्सिर ३)
- दुर्लभ कट्टेल, मिडिया विश्लेषक (२०७७ कात्तिक २६)
- राजेश्वरबहादुर श्रेष्ठ, अध्यक्ष, पत्रकार महासङ्घ धनकुटा (२०७७ मङ्सिर ४)
- मेघराज तामाङ, पत्रकार (२०७७ मङ्सिर ४)

पत्रकारप्रतिको दृष्टिकोणमा वदलाव

शिवनाथ यादव

प्रदेश २ मा बारा, पर्सा, महोत्तरी, धनुषा, रौतहट, सप्तरी, सर्लाही र सिरहा जिल्ला पर्छन्। यो प्रदेशमा २००८ सालबाट पत्रिका प्रकाशन सुरु भएको पाइन्छ। प्रेस काउन्सिल नेपालको ४५ औं वार्षिक प्रतिवेदनका अनुसार प्रदेश २ मा दर्ता भएका पत्रिकाको सङ्ख्या ६७९ छ। त्यसमध्ये ११ वटा दैनिक र ५४ वटा साप्ताहिक नियमित छन्। दर्ता भएका टेलिभिजनको सङ्ख्या ४, रेडियोको सङ्ख्या ९१ र अनलाइनको सङ्ख्या ८५ छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार यस प्रदेशमा पत्रकारको सङ्ख्या ७९९ छ।

प्रदेश २ मा कोभिडको प्रभाव अन्यत्र प्रदेशमा भन्दा बढी नै रह्यो। वैशाख ३० गते वीरगन्जमा २ जना पत्रकारसहित ५७ जनामा कोरोना भाइरस सङ्क्रमण भएपछि वीरगन्जमा मात्र होइन, प्रदेश २ भरि नै त्रास देखियो। धेरै सङ्क्रमण भएका र अति जोखिममा रहेका स्थानमा नेपाली सेना परिचालन गर्ने निर्णय भयो। अस्पतालका शैया भरिभराउ भए। प्रादेशिक जनस्वास्थ्य प्रयोगशाला जनकपुरधाम, नारायणी अस्पताल वीरगन्ज, गजेन्द्रनारायण सिंह सगरमाथा अञ्चल अस्पताल राजविराज, रौतहटको गौर अस्पताल र महोत्तरीको बर्दिबास अस्पतालमा निःशुल्क परीक्षण भए। जनकपुरधाम, राजविराज, वीरगन्ज र गौरमा निःशुल्क उपचार भए।

पत्रकारलाई कोभिडको प्रभाव

कोभिड महामारीका कारण प्रदेश २ का पत्रकारहरूले रोजगारी गुमाउनुपर्ने अवस्था आयो र आर्थिक सङ्कटको सामनासमेत गर्नुपर्थ्यो। यतिसम्म कि लकडाउनका बेला बाराका एक एफएमका स्टेसन म्यानेजरलाई समेत दैनिक गुजारा चलाउनै हम्मे पर्थ्यो। नेपाल पत्रकार महासङ्घ बाराले सहयोगस्वरूप दिएको ५,००० रुपियाँले उनले केही दिनको गर्जो टारे। लकडाउनका कारण उक्त एफएमले समयमै तलब नदिएकाले उनलाई आर्थिक समस्या परेको महासङ्घ बाराले अध्यक्ष कमलकुमार उपाध्यायले बताए। उपाध्यायका अनुसार जिल्लाका पत्रकारले तलब नपाउने

समस्या पहिलेदेखि नै रहेकोमा लकडाउनपछि झन् विकराल बन्दै गएको छ। 'तलब पाउने पत्रकारले पनि त्यसबाट गुजारा गर्न सक्ने अवस्था छैन, लकडाउनपछि त समस्या झन बढेर गएको छ'- उपाध्यायले भने।

कोभिड महामारीपछि सरकारले जारी गरेको लकडाउन र निषेधाज्ञामा प्रदेश २ का पत्रकारहरूले एकातिर चरम आर्थिक सङ्कट बेहोर्नुपन्थो भने अर्कातिर कार्यक्षेत्रमा खट्दा सङ्क्रमित हुनुपन्थो। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार प्रदेश २ मा महासङ्घमा आबद्ध पत्रकारको सङ्ख्या ८४१ छ। महासङ्घको सदस्यता नलिएका पत्रकारको सङ्ख्या ४०० हाराहारीमा छ। अपवादबाहेक अधिकांश पत्रकारले सरकारले तोकेको न्यूनतम पारिश्रमिक नपाएको गुनासो गर्दै आएका छन्।

अन्यबेलामा पनि सरकारले तोकेको न्यूनतम पारिश्रमिक नपाएका पत्रकारले लकडाउनका बेला झनै मार खेप्नुपरेको थियो। नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश २ का अध्यक्ष दीपेन्द्र चौहान कोभिड महामारीपछि सरकारले जारी गरेको लकडाउनका कारण पत्रकारको आर्थिक अवस्था दयनीय बनेको बताउँछन्। 'धेरै पत्रकार समस्यामा परेका छन् तर लकडाउन र निषेधाज्ञामा तलब नपाएको भनी महोत्तरीका १ जनाबाहेक अन्य कसैले पनि पत्रकार महासङ्घ प्रदेश समितिलाई उजुरी गरेका छैनन्', चौहान भन्छन्- 'लकडाउनको अवधिमा जनकपुरबाट प्रकाशित जनकपुर टुडे र वीरगन्जबाट प्रकाशित प्रतीक दैनिकमात्र निरन्तर सञ्चालनमा आए।' तीबाहेक यहाँका अधिकांश पत्रिका आर्थिक भार वहन गर्न नसकेर बीचमा बन्द भएर केही पुनः सञ्चालनमा आएका छन्।

प्रदेश २ मा पत्रिका, टिभी र अनलाइन न्युज पोर्टल कति सङ्ख्यामा छन् भन्ने एकीन नभएको चौहानको भनाइ छ। चौहानका अनुसार प्रदेश सरकारले महामारीबाट प्रभावित पत्रकारलाई आर्थिक सहयोग गर्ने बताएको थियो। पत्रकार महासङ्घले स्थानीय तहका जनप्रतिनिधि, सङ्घीय सांसद र प्रदेश सांसदसँग सहयोगका लागि आग्रह गरेको छ। लकडाउनका बेला स्वास्थ्यकर्मी र सुरक्षाकर्मीसँगै पत्रकारले पनि अग्रपङ्क्तिमा रहेर काम गरे। तर त्यसको मूल्याङ्कन मिडिया हाउस र सरकारी पक्षबाट नभएको गुनासो सुनिन्छ।

प्रकाशन गृहबाट तलब/सुविधा नपाए पनि आर्थिक समस्यासँग जुधेर पत्रकारले फिल्ड रिपोर्टिङलाई निरन्तरता दिएको महासङ्घ प्रदेश २ का उपाध्यक्ष केशी लामिछानेको भनाइ छ। 'पत्रपत्रिकामा कार्यरत पत्रकारले घरबाटै समाचार सङ्कलन गर्न मिले पनि टेलिभिजन पत्रकार तथा फोटो पत्रकार भने फिल्डमा जानैपर्ने भएकाले पनि उनीहरूले जोखिम मोलेर काम गर्दै आएका छन्'- लामिछाने भन्छन्। महासङ्घ प्रदेश समितिले भने केही मात्रामा भए पनि पत्रकारका लागि स्यानिटाइजर र मास्क वितरण गरेको थियो।

लकडाउन र निषेधाज्ञामा वीरगन्जको नारायणी एफएममा कार्यरत ७ जना पत्रकार र कर्मचारी कोरोना सङ्क्रमित भए। सुरुमा नारायणी एफएमका स्टेसन म्यानेजर क्रान्ति साह र प्राविधिक रञ्जन साह कोरोना सङ्क्रमित भएर अस्पतालको आइसोलेसनमा बसे। त्यसैबीच वैशाखमा एफएमका पत्रकार र कर्मचारी गरी अन्य ५ जना सङ्क्रमित भए। नारायणी एफएमका सङ्क्रमित पत्रकारहरू अस्पतालमा आइसोलेसन बस्ने तयारी गर्दै थिए। रेडियो वीरगन्जले नारायणी एफएमका सङ्क्रमितहरू अस्पताल भर्ना हुन गएनन् भनी समाचार प्रसारण गरेपछि कोरोना पोजेटिभ हुँदाहुँदै पनि बाध्य भएर काम गरेको स्टेसन म्यानेजर साह बताउँछन्। नारायणी एफएमका ५ जना सङ्क्रमित शिवनाथ यादव (समाचार वाचक), आनन्द साह र सद्दाम हुसेन (प्राविधिक), विदुर गुप्ता (प्रशासन प्रमुख) र कार्यालय सहायक गणेश पौडेलले कोरोना पोजेटिभ देखिए पनि १४ दिनसम्म एफएम सञ्चालन गरे। स्टेसन म्यानेजर साहले होम आइसोलेसनबाट पठाएको समाचार यादवले वाचन गर्नुका साथै अन्तर्वार्ता लिने काम पनि गरेका थिए। उनीहरूले आइसोलेसनबाटै १८ घण्टासम्म एफएम सञ्चालन गरेका थिए।

वीरगन्ज सबैभन्दा पहिले कोरोना हटस्पट बन्यो र एउटै कार्यक्रममा सहभागी पत्रकारलाई कोरोना भाइरस सङ्क्रमण पुष्टि भएपछि पत्रकार महिलामा त्रास फैलियो। परिवारलाई कोरोना सर्ने त्रास र बाहिर क्वारेन्टिन बस्ने स्थान अभावले उनीहरूलाई अन्योल बनायो। कोरोना जोखिममा कार्यक्षेत्रमा नखटिनका लागि परेको पारिवारिक दबाव अहिले पनि उनीहरूले झेलिरहेका छन्। लकडाउनको सुरुदेखि नै सूचनाको अभाव बेहोर्नुपरेको उनीहरूले बताएका छन्। स्वास्थ्य सुरक्षा सामग्री सहजै नपाएको उनीहरूको गुनासो छ। कोरोनाकै कारण वीरगन्जमा २ जना महिला पत्रकारले जागिर छाडे।

नारायणी एफएमका पत्रकारहरूले लकडाउन अवधिमा आर्थिक समस्यासँग जुध्न नपरेको स्टेसन म्यानेजर साहको भनाइ छ। अन्य समयमा तलब खुवाउन कहिलेकाहीं ढिलो हुने गरे पनि लकडाउन र निषेधाज्ञामा सरसापट खोजेर भए पनि पत्रकार र कर्मचारीको तलब समयमै उपलब्ध गराएको उनको दाबी छ। पर्सा जिल्लामा १ दर्जनको हाराहारीमा एफएम छन् भने २० भन्दा बढी दैनिक पत्रिका, साप्ताहिक र अनलाइन छन्। यसै गरी पर्सामा २ वटा टेलिभिजन सञ्चालनमा छन्। आर्थिक अभाव र प्राविधिक समस्याले लकडाउनमा पत्रिकाको प्रकाशन केही दिन बन्द भए पनि आर्थिक समस्या झेल्दै एफएम, अनलाइन, टिभीको प्रसारण भने नियमित नै रह्यो। विद्युत्, इन्टरनेटलगायतको खर्च तथा तलबको बक्यौता अधिकांश मिडियाले झेल्दै आएको सञ्चालकहरू बताउँछन्।

महोत्तरीका पत्रकारले लकडाउनमा विषम आर्थिक समस्या झेलनुपरेको त्यहाँका पुराना पत्रकार गोपाल बरालले बताए। 'यहाँका पत्रकारले पहिलेदेखि नै नियमित पारिश्रमिक नपाएको अवस्था थियो, लकडाउन र निषेधाज्ञाको बेलामा त झन् पैसा पाएनन्'- बराल भन्छन्। सबै पैसा र व्यवसायलाई लकडाउनले असर पारेको अवस्थामा पत्रकारिता झनै प्रभावित भएपछि पत्रकारहरूको अवस्था कमजोर बनेको बरालको बुझाइ छ। महोत्तरीका ११ वटा एफएममध्ये रेडियो जलेश्वरले मात्र नियमित तलब दिने गरेको छ। अन्य एफएमले पत्रकारको पुरानो बक्यौता पनि नदिएको पत्रकार बरालको भनाइ छ।

कान्तिपुर राष्ट्रिय दैनिकका सर्लाही संवाददाता अमन कोइराला लकडाउनका बेलामा पत्रकारलाई कतैबाट पनि सहयोग नभएको गुनासो पोख्छन्। सर्लाहीका पत्रिका बन्द भए पनि एफएम रेडियोहरू भने सञ्चालनमा रहे। कोभिडका बेला पत्रकारहरू जोखिम मोलेर कार्यक्षेत्रमा खटेका कोइरालाको भनाइ छ। 'यहाँका अधिकांश पत्रकारले न्यूनतम पारिश्रमिक पनि पाएका छैनन्। सहमतिमा तय गरिएको तलब पनि लकडाउनका बेला पाएका छैनन्। प्रदेश २ का सबै जिल्लाका पत्रकारको हालत उस्तै छ'- कोइराला सुनाउँछन्।

पत्रकारलाई नबुझ्दाको पीडा

कविता खड्का, सम्पादक- मध्यनेपाल सन्देश साप्ताहिक

२०७३ सालदेखि वीरगन्जका पत्रकार महिलाको सक्रियतामा प्रकाशन हुँदै आएको पत्रिका १ वर्ष पहिलादेखि नै हामीले आफ्नै छापाखाना सञ्चालन गरी रङ्गीनमा प्रकाशित गरिरहेका छौं। हाम्रो समूहले सावधानी अपनाउँदै र लकडाउनको पालना गर्दै काम गरेका हौं। कहिले घर त कहिले कार्यालयबाट प्रविधिको प्रयोग गरी लकडाउनको समयमा भएका समस्या र त्यसको प्रभावबारे निरन्तर समाचार सम्प्रेषण गर्ने र सत्य/तथ्य पस्कने प्रयासमा बिराम लागेना हामीलाई लकडाउनको मारभन्दा पनि पाठकमाझ पत्रिका पुऱ्याउन नपाउँदा पिरलो भयो। सबै पाठकमाझ पत्रिका पुऱ्याउन नसकेपछि पिडिएफ बनाएर अनलाइनमार्फत् पाठकमाझ पुऱ्याउने प्रयास गर्‍यो। लकडाउनपछि काम गर्ने शैलीमा नै परिवर्तन गर्नुपर्ने बाध्यता भयो। धेरै काम घरबाटै गर्न थाल्यौं। वीरगन्ज सङ्क्रमणको हिसाबले 'हटस्पट' का रूपमा रहेकाले बाहिर जाने कुरै भएन, त्यसमा निषेधाज्ञा पनि थपिन्थ्यो। पत्रकारसँगै पनि मान्छे डराउने अवस्था थियो। स्थानीय प्रशासनबाट जुन सूचना आउँथ्यो, त्यसैमा भर पर्नुपर्ने अवस्था थियो। फरक समाचार दिने अवस्था थिएन। जता हेरे पनि उस्तै समाचार हुन्थ्यो। त्यही समाचारलाई अनलाइन, टिभी, पत्रपत्रिका र रेडियो सबैले प्रसारण गर्थे।

वैशाख ३० गते २ जना पत्रकारसहित ५७ जना सङ्क्रमित भेटिएपछि वीरगन्ज क्षेत्र त्रसित बन्यो। जिल्ला प्रशासन कार्यालयले सूचना जारी गरी थप कडाइ गन्थो भने धेरै सङ्क्रमण भएका र अति जोखिममा रहेका स्थानमा नेपाली सेना नै परिचालन गर्ने निर्णय भयो। ३० गते मङ्गलबार बिहान र दिउँसोसम्म पत्रकार दुर्व्यवहारको विरोधमा आन्दोलन गरिरहेका पत्रकारमध्येकै २ जना सङ्क्रमित भएपछि वीरगन्जको माहौल नै फरक भयो। सञ्चारकर्मीहरू पनि अलि बढी त्रसित भए। निषेधाज्ञा जारी गरेसँगै पत्रकारहरूले पाएका पाससमेत रद्द गरिएको सूचना आएपछि कतिपय पत्रकार कार्यालयमै बसे र कतिपय घरमा गइ होम क्वारेन्टिनमा बसे। भोलिपल्ट बिहानै सबै पत्रकारको स्वाब सङ्कलन गर्ने सूचना आएपछि अलि राहत महसुस भयो। तर घर फर्किरहँदा पत्रकारको ज्याकेट लगाएको देखेर मान्छे बाटो छाडेर छेउ लाग्न थाले। हामीलाई हेर्ने दृष्टिकोण फरक भइसकेको थियो। पत्रकार देखेपछि कुराकानी गर्ने र लकडाउन कहिले खुल्छ भनेर सोधिहाल्ने मान्छे हामीसँग बोल्न पनि डराउन थाले। २ जना पत्रकार सङ्क्रमित भएपछि सबै पत्रकार नै सङ्क्रमित छन् जस्तो व्यवहार हुन थाल्यो। साथीभाइ र छरछिमेकसँगको भौतिक दूरी बढ्न थाल्यो। सामाजिक दूरी कायम गर्नुपर्ने भएकाले छिमेकीसँग हुने भेला र एकले अर्कासँग छलफल गर्ने कार्य बन्द भयो। कार्यालयमै पनि हामी भौतिक दूरी कायम गर्न थाल्यौं। स्वाब दिएको ३ दिनपछि पर्सा जिल्लामा १०४ जना पत्रकार सबैको रिपोर्ट नेगेटिभ आयो। तब अलिक राहत भयो। समाजका लागि रात/दिन खट्ने पत्रकार सङ्क्रमित हुँदा जुन किसिमको व्यवहार भोगियो, त्यो राम्रो भने पक्कै पनि थिएन। कतिपयले त पत्रकारलाई कोरोना लाग्दैन जस्तो गरेर जताततै बिनाकाम हिँड्थे भन्न पनि भ्याए।

सङ्क्रमणको जोखिमलाई मध्यनजर गर्दै मध्यनेपालमा कार्यरत सबै २३ जनाकै १ लाख बराबरको कोभिड बिमा गराएका थियौं। नेपाल पत्रकार महासङ्घले पनि बिमा त गरेको थियो तर उसले आफ्नो सदस्यता लिएकालाई मात्र गरेको थियो। यो महामारीको समयमा अरू क्षेत्र जस्तै सञ्चारकर्मीहरू पनि समस्यामा परे। स्थानीय स्तरमा काम गर्ने धेरै पत्रकार साथीहरूलाई समस्या पन्थो। गरिब असहायका लागि आवाज उठाउने पत्रकारले आफ्नै लागि राहत माग्ने कुरो पनि भएन। पत्रकार महासङ्घले गरेको सहयोग पर्याप्त थिएन। राहत लिन गाह्रो, राहतबिना पनि गाह्रो। यस्तो अवस्थामा पनि यहाँका पत्रकारले पेसागत धर्म भुलेनन्।

यो महामारीबाट हामीले धेरै कुरा सिक्थ्यौं। हरेक संस्थाले विपद्का लागि योजना बनाएर केही न केही तयारी गर्नुपर्ने रहेछ। विपद् कुनै पनि बेला आउन सक्छ। त्यसका लागि संस्थाले आर्थिक जगेडा कोषको व्यवस्थापन गर्न अति नै आवश्यक ठानेर हामीले साउन महिनादेखि 'मध्यनेपाल विपद् व्यवस्थापन कोष' समेत स्थापना गरेका छौं। अहिले निरन्तर कोष बढाउँदै गएका छौं। भदौदेखि पत्रिका प्रकाशित गरेर बजारमा पठाउन थालेका छौं र पुरानै लयमा फर्किने कोसिस गरिरहेका छौं।

कोभिडका कारण पत्रकारिता क्षेत्र बढी नै प्रभावित भएको वीरगन्जका सञ्चारकर्मी रितेश त्रिपाठी बताउँछन्। 'सञ्चार क्षेत्रको मुख्य स्रोत नै विज्ञापन हो तर जब औपचारिक क्षेत्र नै सड्कटमा पर्छ तब उनीहरू दुइटा कुरा कटौती गर्छन्- विज्ञापन र कर्मचारी। यी दुइटैको चपेटामा पत्थो- पत्रकारिता क्षेत्र'- त्रिपाठीले भने। अहिलेको व्यावसायिक पत्रकारिता नाफामूलक पत्रकारिता भएको बताउँदै त्रिपाठीले भने- 'आम्दानी कम हुन थालेपछि ठूला ठूला मिडिया हाउसले कर्मचारी कटौती गर्न थाले जसले गर्दा व्यावसायिकरूपमा पत्रकारिता गर्नेहरू अझ मारमा परे। उनीहरूको न अरू कुनै आम्दानीको क्षेत्र रह्यो न त तुरुन्तै कुनै ठाउँमा जागिर पाउन सक्ने नै भए।' महामारीको समयमा सरकारले सूचनामा समेत नियन्त्रण गरेको उनको बुझाइ छ। अस्पतालको सूचना पनि जिल्ला प्रशासन कार्यालयहरूबाट वितरण हुने गरेको बताउँदै त्रिपाठीले भने- समयमा सूचना नपाउने, सही सूचना नपाउने जस्ता कारण पत्रकारिता क्षेत्रले विश्वसनीयता गुमाउनुपर्ने अवस्थासमेत सिर्जना भएको छ। समयमा सूचना नदिएपछि आममानिसले मिडियालाई नकारात्मकरूपमा लिन्छन्।

महामारीको समयमा पत्रकारहरूलाई २-३ किसिमको सहयोग आवश्यक थियो तर त्यो हुन नसकेको महसुस त्रिपाठीको छ। त्रिपाठीका अनुसार जागिर गुमाएका पत्रकारको हकमा मिडिया हाउससँग समन्वय गरेर काम गर्ने वातावरण बनाउने, राहत वितरण गर्ने र सूचनाका लागि समन्वयकारी भूमिका निर्वाह गर्ने तर यी काम न पत्रकारहरूको छाता सड्गठन पत्रकार महासङ्घबाट भयो न त पत्रकारिताको हितका लागि भनेर गठन गरिएका सङ्घ/सङ्गठनबाट नै। 'आफैसँग स्रोतसाधन नभए पनि विभिन्न निकायसँग समन्वय गरेर सहयोग गर्नुपर्थ्यो तर भएन'- त्रिपाठीले भने।

कामकै सिलसिलामा कोरोना सङ्क्रमित हुँदा आफ्नै सहकर्मी र सञ्चालकबाट भएको व्यवहार सहनै नसक्नेखालको भएको बाराका सञ्चारकर्मी महेन्द्र सहनी बताउँछन्। सङ्क्रमित भएकै कारण जागिर गुमाएका सहनीले उतिबेला आफूले भोगेको विभेद र दुःखको विषयमा भने-

भेदभाव हटाउनुपर्ने सन्देश प्रवाह गर्ने स्थानबाटै मलाई भेदभाव गरियो। वैशाख ३१ गते स्वाभ सङ्कलन भयो र त्यसको ३ दिनपछि मेरो रिपोर्ट पोजेटिभ आउँदा धेरै नै तनाव भयो। ४ जना छोराछोरी र श्रीमतीसहित परिवारका पाँचै जना क्वारेन्टिनमा बस्यौं। म कलैयास्थित आइसोलेसनमा बसें। पछि श्रीमतीमा पनि कोरोना सङ्क्रमण पुष्टि भयो। त्यो समयमा भोगिएको दुःख र मानसिक तनाव सोच्न पनि सकिदैन। समाजको हेराइमा फरक पत्थो। कोरोनाको रिपोर्ट नेगेटिभ आएपछि एफएम सञ्चालककै सल्लाहअनुसार १ महिना घरमा बसी कार्यालय जाँदा सहकर्मीहरूले नराप्रो व्यवहार गरे। जसका लागि काम गर्दा म सङ्क्रमित भएँ, उसैबाट अपहेलित भएँ र जागिर पनि गुमाएँ।

वीरगन्जका पत्रकार तुलसी भण्डारी महामारीले गर्दा शिक्षा, खेलकुद र आर्थिक बिटमा रहेर समाचार बनाउने पत्रकारहरू कामविहीन भएको बताउँछन्। 'तलब खुवाउन नसक्ने भन्दै सञ्चारकर्मीहरू हटाइएका छन् तर सञ्चालकहरूले पहिला पाएको नाफाबाट पनि केही दिन राख्न त सक्थे। नाफा भएको बेला आफूमात्र लिने तर अहिले घाटा भयो भनेर सञ्चारकर्मी र कर्मचारी हटाउने काम भयो', भण्डारीले भने- 'सञ्चालकहरूले त आर्थिक क्षतिमात्र बेहोर्नुभएको छ तर फिल्डमा खटिने हामी पत्रकारले त आर्थिक र मानसिकलगायत सबै किसिमको समस्या सामना गर्नुपरेको छ।' वीरगन्जमै रहेर पत्रकारिता गर्दै आएका सुरेश विडारीको भनाइमा खासगरी अग्रपङ्क्तिमा रहेर काम गर्ने भएकाले पत्रकारहरू प्रत्यक्ष प्रभावित भएका छन्। कोरोना सङ्क्रमितसमेत भएका विडारीले आफ्नो अनुभव यसरी सुनाए-

व्यक्तिगतरूपमा मैले कोभिड सङ्क्रमण नहोस् भनेर चैत ११ गते लकडाउन सुरु भएदेखि नै सावधानी अपनाएर काम गर्न सुरु गरेको हुँ। सकेसम्म बाहिर नै नजाने, कपडाकै भए पनि मास्क लगाएर निस्कने, गइहाले पनि मानिससँग दूरी बनाएर भेटघाट गर्ने र बाहिरबाट फर्केपछि अनिवार्यरूपमा साबुन-पानीले हात धोएर मात्रै काम गर्न बसिन्थ्यो। नेपाल पत्रकार महासङ्घ पर्सा शाखा अध्यक्ष श्याम बन्जारा र मैले गराएको पिसिआर परीक्षण रिपोर्ट वैशाख ३० गते पोर्जेटिभ आयो। कोरोनाको डर व्यापक भएको अवस्थामा २ पत्रकारमा देखिएको सङ्क्रमणले देशभरि नै तरङ्ग ल्यायो। जिल्लाका सबै पत्रकारले कष्टको सामना गर्नुपऱ्यो किनकि हामीमा कोरोना सङ्क्रमण हुनु भन्दा अघिदेखि नै पत्रकार महासङ्घले पत्रकारमाथि भएको दुर्व्यवहारविरुद्ध आन्दोलन गरिरहेको थियो। आन्दोलनमा पत्रकारहरूको भीड नै लाग्थ्यो। लकडाउनमा पनि रिपोर्टिङको क्रममा पत्रकारहरूले सामाजिक दूरीको पालना नगरेको भनेर आलोचना हुने गरेको थियो।

समग्रमा कोरोना महामारीमा पत्रकारहरूले चरम आर्थिक सङ्कटको सामना गर्नुपर्ने स्थिति आयो। कतिपय पत्रकारले रोजगारी नै गुमाए। कतिपय पत्रकारले आंशिक तलब, सेवा/सुविधामा मात्रै काम गरिरहेका छन्। स्थानीय मिडियामा आबद्ध पत्रकारहरूको अवस्था झनै खराब बन्यो। कतिपय पत्रकारलाई बेतलबी बिदामा राखियो। कतिपयलाई विभिन्न कारण देखाएर पेसाबाट अलग हुनुपर्ने अवस्था निर्माण गरियो। त्यतिमात्र होइन, कोभिडबाट सङ्क्रमित भएपछि पत्रकारलाई समाजले हेर्ने दृष्टिकोण पनि त्यति राम्रो पाइएन।

पत्रकारितामा कोभिडको प्रभाव

विश्वमा महामारीका रूपमा फैलिएको कोभिडको प्रभावबाट पत्रकारिता क्षेत्र अछूतो रहन सकेना कुनै पनि मिडियाले यस्तोखालको समस्या सामना गर्नुपर्छ भनेर सोचेकै थिएनन्। लकडाउनसँगै बजारहरू बन्द हुन थाले, आर्थिक अवस्था कमजोर हुन थाल्यो र पत्रकारिता क्षेत्रमा यसको प्रभाव झन् बढ्न थाल्यो। मिडियाहरू बन्द हुन थाले, बजारमा पत्रपत्रिका पठाउने अवस्था रहेन र बजारबाट पैसा उठाएर कर्मचारीलाई दिने अवस्था रहेन।

वीरगन्जमा झन्डै २ दर्जनको हाराहारीमा दैनिक पत्रिका निस्कन्थे। प्रतीक दैनिकबाहेक अन्य पत्रिका नियमित प्रकाशन हुन सकेनन्। लकडाउनले गर्दा व्यापार/व्यवसाय ठप्प थियो। त्यसले गर्दा एफएम रेडियोमा बजारबाट आउने विज्ञापन क्रमशः घट्दै गयो। स्थानीय तहले कोभिडबारे सूचनाहरू प्रसारण गरे पनि नियमित विज्ञापनमा कटौती भयो। प्रसारण भएको विज्ञापनको समेत भुक्तानी पाउने अवस्था थिएन। नारायणी एफएम वीरगन्जका कार्यकारी अध्यक्ष गोविन्द देवकोटाको भनाइमा रेडियोमा काम गर्ने जनशक्ति परिचालन गर्न अप्ठेरो भयो। कोरोना भाइरस सङ्क्रमणका बेला रेडियो सञ्चालनमा परेको अप्ठेरोबारे देवकोटा भन्छन्-

कोभिडको सङ्क्रमण फैलिँदै गर्दा हाम्रो रेडियोमा कार्यरत जनशक्ति पनि सङ्क्रमित भए। त्यसले गर्दा रेडियोमा समयमा भनेजस्तो कार्यक्रम गर्न सक्ने अवस्था भएन। केही साथी आइसोलेसनमा बस्नुपर्ने भो। करिब ३ महिनाको समय हामी धेरै अप्ठेरो अवस्थाबाट गुञ्जिनुपऱ्यो। अर्को कुरा कोभिडको कारणले सबै उद्योग/व्यवसाय प्रभावित छन्, सबै बन्द छन्। मिडिया आफैँमा विज्ञापनबाट चलने संस्था हो। जसले विज्ञापन दिने हो ती निकाय पनि बन्द भएको अवस्था रह्यो। आफ्नो व्यापार/व्यवसाय नभएको अवस्थामा उनीहरूले विज्ञापन दिने कुनै आएन। त्यसले हाम्रो सञ्चालन खर्चमा चाँहिँ ठूलो प्रभाव पाऱ्यो। बजारबाट समयमै पैसा उठाउन सक्ने अवस्था पनि रहेन। अहिले पनि सहज ढङ्गले विज्ञापनदाताले पैसा दिन सक्ने अवस्था छैन। विज्ञापनबापतको हाम्रो पैसा पनि उठेको छैन। पैसा उठाउन सक्ने अवस्था पनि छैन जसले गर्दा हामीले समयमा पारिश्रमिकसमेत दिन सकेका छैनौँ।

देवकोटाको भनाइमा कोभिडका कारण पत्रपत्रिकालगायत अरू मिडियाको पहुँच सहज नभएकाले रेडियोको महत्त्व बढ्यो, स्रोता सङ्ख्या बढ्यो। धेरै मानिसको समाचार सुन्ने माध्यम रेडियो भएको बताउँदै देवकोटाले भने- 'रेडियो मोबाइलबाटै सुन्न सक्ने भएकाले सर्वसाधारणका लागि सहज पहुँच भएको हो।' लकडाउन खुलिसकेपछि बजार चलायमान भए पनि मिडियाको बजारचाँहिँ चलायमान नभएको र विज्ञापन खुम्चिएको अवस्थामा नै रहेको पनि उनले बताए। नेपाल

आदिवासी जनजाति पत्रकार महासङ्घका प्रदेश २ इन्चार्ज नीरज पिठाकोटे मगर मिडिया हाउसहरूले जनशक्ति कटौती गर्दा धेरै पत्रकार बेरोजगार भएको बताउँछन्।

विश्वास एफएम कलैयाका कार्यकारी निर्देशक साजिर मन्सुरले पनि धेरै सञ्चारमाध्यमले कर्मचारी कटौती गर्नुका साथै तलबसमेत कटौती गरेको बताउँछन्। 'बजारबाट आउनुपर्ने विज्ञापन, सूचना आउन बन्द भएका छन्। आम्दानी नभएपछि कसरी धान्ने भन्ने चुनौती थपिएको छ। अहिलेको समयमा सबै क्षेत्र धराशायी बनेका कारण कसैसँग सहयोग माग्नु पनि सम्भव भएन'- मन्सुरले भने। सामाजिकरूपमा पनि पत्रकारले समस्या र तनाव भोग्नुपरेको उनको भनाइ छ। 'पत्रकारहरू धेरै ठाउँमा जान्छन् यसलाई त पक्कै पनि कोरोना लागेको होला भन्ने किसिमले हेर्ने गर्छन्। घर/परिवारका सदस्यसँग समेत छरछिमेकले राम्रो व्यवहार गर्दिएनन्। यस किसिमको अपहेलना र मानसिक तनाव पनि पत्रकार र उनीहरूका परिवारले खेप्नुपरेको छ'- मन्सुरले भने।

कोभिडका कारण सञ्चार क्षेत्रले ठूलो चुनौतीबाट गुञ्जिनुपरेको प्रतीक दैनिकका प्रकाशक एवं वरिष्ठ पत्रकार जगदीश शर्मा बताउँछन्। शर्मा भन्छन्- सरकारले लकडाउन गरिदियो, लकडाउन गरेपछि पसलदेखि सबै क्षेत्र बन्द भए, मान्छेलाई हिँड्न दिइएन। अनि पत्रिका निकालेर पनि बाहिर वितरण हुन सकेन। स्टकमा भएको कागज सकिएपछि अर्को कागज किन्न पाइएन, धेरै अखबार त्यसै गरी बन्द भए। विभिन्न आन्दोलन भए, नाकाबन्दी भयो तर यस्तोखालको समस्या आएको थिएन र यस्तो समस्या आउँछ भनेर सोचेको पनि थिइन।

कोरोनाको प्रभावले सञ्चार क्षेत्रलाई तहसनहस बनाएको अप्पन टिभी जनकपुरका व्यवस्थापक नवीनकुमार साह बताउँछन्। 'खास गरी प्रदेश २ मा टेलिभिजन सञ्चालन गर्न पहिला नै अप्टेरो थियो। सञ्चालन खर्च बढी हुने तर त्यसको अनुपातमा आम्दानीका स्रोत नहुने। यसैबीचमा यो कोरोनाले अझ प्रभाव पारेको छ। विज्ञापनका पैसा रोकियो। प्रदेश वा स्थानीय सरकारकाबाट कुनै किसिमको आर्थिक सहयोग छैन'- साहले भने।

स्थानीय स्तरमा सञ्चालन गरिएका अनलाइन मिडियाले चाहिँ थोरै भए पनि फस्टाउने मौका पाए। उनीहरूले नियमितरूपमा समाचार अपडेट गरे। जनचासोका समाचारको कमी थिएन जसले गर्दा आम्दानी घटे पनि प्रयोगकर्ता बढेको उनीहरूको अनुभव छ।

मिडिया र पत्रकारलाई सहयोग

सञ्चारमाध्यमलाई राज्यबाट हुने सहयोग भनेको लोकल्याणकारी विज्ञापन मात्रै हो। प्रदेश २ मा पत्रकारहरूलाई केही स्थानीय तहले कोरोना बिमा गरिदिनेबाहेक राज्यबाट थप सहयोग भएको छैन। पत्रकार रितेश त्रिपाठी पत्रकारिता क्षेत्रलाई आवश्यक पर्ने सहयोगबारे भन्छन्-

महामारीको नाममा सरकारले सूचनामा गरेको नियन्त्रण हटाउने कदम चाल्नुपर्छ। जागिर गुमाएका पत्रकारहरूको काम गर्ने वातावरण बनाउनका लागि सहजीकरण गर्नुपर्छ। आम्दानीका स्रोत गुमाएका पत्रकारहरूका लागि आय आर्जनका स्रोत उपलब्ध गराउनुपर्छ। सम्मानजनकरूपमा सूचना पाउने वातावरण सिर्जना गर्न आवश्यक छ। पहिला भन्दा अहिले केही चुनौती थपिएका कारण त्यसको सामनाका लागि क्षमता अभिवृद्धि कार्यक्रमहरू सञ्चालन गर्न आवश्यक छ।

अप्पन टिभीका नवीनकुमार साह कोरोनाको समयमा सञ्चार क्षेत्रलाई सहयोग नभएको बताउँछन्। अग्रपङ्क्तिमा खट्ने भनेर पिसिआर परीक्षणमा अलिकति सहजता थियो, बाँकी खासै सहयोग नभएको साह बताउँछन्। सरकारले सञ्चार क्षेत्रका लागि राहत प्याकेज घोषणा गर्नुपर्ने उनको माग छ। कम्तीमा लकडाउनको समयमा सञ्चारमाध्यम विशेष गरी रेडियो र टेलिभिजनहरूको विद्युत् महसुल मिनाहा गर्नुपर्ने र सरकारले नवीकरणमा दिएको छूट अपुग भएको उनको भनाइ छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ बाराकी उपाध्यक्ष एवं विश्वास मिडिया प्रा.लि.की सञ्चालक प्रियङ्का दास आम्दानीका स्रोतहरू नपाउँदा रेडियो सञ्चालन गर्न निकै नै कठिनाइ भएको बताउँछिन्। १० महिनाको लकडाउनमा कर्मचारीलाई तलब दिन ऋण लिएको बताउँदै उनले भनिन्- 'हामीलाई कतैबाट केही पनि सहयोग भएको छैन।' रेडियोका लागि चाहिने महत्त्वपूर्ण सामान ट्रान्समिटर किन्दासमेत सरकारलाई कर बुझाउनुपर्ने बाध्यता रहेको बताउँदै दासले भनिन्- सरकारले पत्रिकालाई वर्गीकरण गरेर पैसा दिने गर्छ तर रेडियोलाई भने विभेद गरेको छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश नं. २ की उपाध्यक्ष रिङ्कु गायत्री मिश्रा मिडियाका लागि प्रदेश सरकारले १ पटक केही सङ्ख्यामा मास्क, स्यानिटाइजर र पन्जा दिए पनि त्यो पर्याप्त नभएको बताउँछिन्। 'पत्रकारहरूको दक्षता अभिवृद्धिका लागि पनि प्रदेशदेखि स्थानीय सरकारहरूबाटै खासै सहयोग छैन'- मिश्राले भनिन्।

आर्थिक अभाव झेलनुपरेको छ

सुधा देव, सम्पादक/प्रकाशक- न्यु स्वर्णिम सन्ध्या साप्ताहिक

कृष्णा राष्ट्रिय दैनिकबाट पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गरेकी मैले विभिन्न तालिममा सहभागी हुने अवसर पाएँ। त्यो समयमा पत्रकार महिला न्यून र त्यसमा पनि मधेसी पत्रकार महिला नगण्य रहेका अवस्था थियो। सबैको मुखबाट महिला पत्रकारितामा आउन चाहँदैनन्, आइहाले पनि टिक्दैनन् भन्ने सुनिन्थ्यो। त्यसमाथि पत्रकार महिलाको सम्पादन/ प्रकाशनमा प्रकाशित पत्रपत्रिका आँलामा गन्न सक्ने अवस्था थियो। अझ मधेसका जिल्लामा त महिलाद्वारा सञ्चालन गरिएका पत्रपत्रिका नै थिएनन् भन्दा पनि हुन्थ्यो। यही पृष्ठभूमिमा मैले २०६५ सालमा आफ्नै सम्पादन तथा प्रकाशनमा न्यु स्वर्णिम सन्ध्या साप्ताहिक दर्ता गराइ निरन्तररूपमा प्रकाशनमा ल्याएँ। विभिन्न समस्या र उतारचढावका बाबजुद पनि पत्रिका प्रकाशन कार्य चलिरहेकै थियो। तर विश्वव्यापीरूपमा फैलिएको कोरोना महामारीका कारण सबै क्षेत्र ठप्प भएपछि अहिले उद्योगी/व्यापारीबाट पाइरहेको विज्ञापन बन्द भएको छ। कतिपय विज्ञापन निरन्तर देखिएपनि पैसा पाइरहेको छैन। लकडाउनले प्रेस बन्द भएका कारण जेठ महिनासम्म पत्रिका बन्द रह्यो। वर्गीकरणको रकम नपठाएको र विज्ञापनदाताले पनि विज्ञापनको शुल्क नदिएकाले आर्थिक अभाव झेलनुपरेको छ।

सर्वराष्ट्रिय दैनिकका प्रकाशक महेशचन्द्र गौतम आर्थिक क्षेत्र ठप्प भएकाले त्यसको गम्भीर असर सञ्चार क्षेत्रमा परेको बताउँछन्। 'आर्थिक क्षेत्रभित्रै सञ्चार क्षेत्र पनि आश्रित छ। दैनिकी सामान्य बन्दै गए पनि अधिकांश स्थानीय तथा राष्ट्रिय छापा माध्यमहरू बन्द अवस्थामा छन्', गौतमले भने- एकातिर लामो समयसम्म बन्द जस्तै अवस्थामा रहेका पत्रिकालाई नियमित गर्नुपर्ने चुनौती छ भने अर्कोतिर विज्ञापन नहुँदा दोहोरो मारमा परेका छौं।

विगत २० वर्षयता कहिल्यै पनि पत्रिका बन्द नगरेको बताउँदै गौतमले भने- 'दैनिक हजार प्रति पत्रिका निस्कन्थ्यो। त्यसअनुसारको खर्च थियो। विज्ञापन र सूचना आउँथे, व्यवस्थापन हुन्थ्यो। अहिले विज्ञापनका स्रोत सबै ठप्प छन्। कर्मचारीलाई तलब दिन सकेको छैन। सरकारले लोककल्याणकारी विज्ञापनका लागि बजेट छुट्टाए पनि समयमा पत्रिका पुऱ्याउन नसक्दा पैसा पाएका छैनौं।' ठूला सञ्चारमाध्यमले कर्मचारी कटौती गरेर सञ्चालन गर्दासमेत नियमित खर्च चलाउन धौ धौ परिरहेको बताउँदै गौतमले भने- यस्तो अवस्थामा साना सञ्चारमाध्यम पलायन नै हुनुपर्ने अवस्था छ।

प्रकाशक गौतमको भनाइमा सञ्चारमाध्यम एउटा सेवामूलक व्यवसाय हो। यसको संरक्षण गर्न सरकारले अलग्गै नीति ल्याउनुपर्ने बताउँदै गौतमले भने- अहिले विज्ञापन नीति न व्यावहारिक छ न त समावेशी नै। विज्ञापनमा ठूला मिडियाको एकछत्र राज छ जसले गर्दा स्थानीय तथा साना मिडिया मारमा परेका छन्। स्थानीय मिडियालाई टिकाइराख्ने हो भने विज्ञापनलाई समानुपातिक ढङ्गले वितरण गर्नुपर्छ। स्थानीय व्यापारिक प्रतिष्ठानहरूले पनि स्थानीय मिडियालाई सूचना तथा विज्ञापन दिइ सहज वातावरण निर्माण गर्नुपर्छ।

प्रतीक दैनिकका प्रकाशक जगदीश शर्मा सरकारले बैङ्कको ब्याज, विद्युतमा मिनाहा एवं रोजगारी गुमाएकाहरूका लागि सहयोग गरे राम्रो हुने बताउँछन्। पत्रकार र मिडियालाई कोरोना महामारीको प्रभावबाट बाहिर ल्याउन कतैबाट पनि उल्लेख्य सहयोग नभएको पत्रकार विडारीको भनाइ छ। पत्रकारलाई विभिन्न तालिम दिएर दक्ष बनाउने र फेलोसिप कार्यक्रम ल्याएर आर्थिकरूपमा सबल बनाउनुपर्ने उनी बताउँछन्। पत्रकार महासङ्घ बाराका अध्यक्ष कमल उपाध्याय जागिर गुमाएका, तलब नपाएका तथा तलब कटौतीमा परेका सञ्चारकर्मी र स्थानीय स्तरमा रहेको सञ्चार क्षेत्रलाई सरकारी सहयोगको खाँचो रहेको बताउँछन्। 'स्थानीय मिडियाका लागि समानुपातिक विज्ञापन नीति महत्त्वपूर्ण हुन सक्छ'- उनले भने।

निष्कर्ष र सुझाव

कोभिडले नेपालमा अन्य क्षेत्रका साथै आमसञ्चार क्षेत्रलाई पनि प्रभावित पारेको छ। लकडाउनका कारण उद्योग/व्यवसाय ठप्प हुँदा आमसञ्चारमाध्यमको प्रमुख आयस्रोत विज्ञापन रोकियो जसले गर्दा आमसञ्चारमाध्यममा आर्थिक, रोजगारी र समग्रतामा नै असर परेको छ। पत्रकारहरू आफ्नो रोजीरोटीका लागि सङ्घर्ष गरिरहेका छन् भने सञ्चार गृहहरू आफ्नो संस्था जोगाइराख्नका लागि सङ्घर्ष गरिरहेका छन्। अरूको कथा/व्यथा प्रस्तुत गर्ने सञ्चारमाध्यम र सञ्चारकर्मीहरू अहिले आफ्नै व्यथाको कथा बनाउने स्थितिमा पुगेका छन्। आफू सङ्क्रमित भएर पनि काम गरेका सञ्चारकर्मीहरूको मनोबल बढाउनका लागि सरकार र सञ्चार गृहहरूले सोच्नुपर्छ।

स्थानीय स्तरबाट प्रकाशित हुने धेरै पत्रपत्रिका बन्द भएका छन्। स्थानीय स्तरमा हुने आमदानी र स्रोतहरू बन्द भएका कारण तुरुन्तै सञ्चालनमा आउने सम्भावना नरहेका कारण यो समस्या लामो समयसम्म जान सक्ने देखिन्छ। त्यसका कारण प्रदेश २ मा रहेका आमसञ्चारमाध्यम र त्यसमा आश्रित सञ्चारकर्मीको सङ्ख्या एकीन गरी व्यवस्थापन गर्न आवश्यक देखिन्छ। एकातिर

आमजनतालाई सही सूचना दिने व्यावसायिक जिम्मेवारी छ भने अर्कोतिर आफ्नो परिवारको छाक टार्ने समस्या छ। समाजका लागि काम गर्ने, समाजलाई पल-पलको खबर दिने पत्रकारहरूले यो महामारीको समयमा अपमान, अपहेलनाका साथै सरकारी निकायबाट समाचार सङ्कलनका क्रममा दुर्व्यवहारसमेत खेप्नुपरेको छ। यसले गर्दा सञ्चारकर्मीका परिवारले समेत मानसिक तनाव बेहोर्नुपरेको छ। आफैं जोखिममा रहेर काम गरेका सञ्चारकर्मीहरूका लागि विपद्मा कसरी काम गर्ने भन्ने सिप विकास गर्न र सञ्चारमाध्यमहरूले विपद्का जोखिमहरू कम गर्ने उपायहरू अपनाउनुपर्ने देखिन्छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घलगायत पत्रकारको हकमा काम गर्ने भनेर स्थापना भएका संस्थाहरूले पनि यो विषयलाई गम्भीरतापूर्वक लिनुपर्छ र त्यसका लागि योजना बनाएर काम गर्नुपर्छ।

- प्रदेश २ मा रहेका सञ्चार गृह र सञ्चारकर्मीको तथ्याङ्क अद्यावधिक गरी आधिकारिकरूपमा पत्रकार महासङ्घलगायत सरोकारवाला निकायले अभिलेखीकरण गर्नुपर्ने देखिन्छ।
- कामकै सिलसिलामा सङ्क्रमित भएर जागिर गुमाएका पत्रकारलाई पुनः काममा फर्काउने वातावरण बनाउनुपर्छ।
- आमसञ्चारमाध्यमलाई सस्तो ब्याजदरमा ऋण सुविधा र सञ्चार उपकरणमा सहूलियत उपलब्ध गराउनुपर्छ।
- पत्रकार र कर्मचारीको बाँकी तलब/सुविधा भुक्तानी गर्नुपर्छ।
- विभिन्न विपद् र कोरोना महामारीको सङ्क्रमणलगायत समस्या थप फैलिन नदिन सचेतनामूलक सरकारी एवं सार्वजनिक सूचना, जानकारीमूलक विज्ञापनहरू सबै प्रकारका सञ्चारमाध्यमबाट सम्प्रेषण गर्नका लागि विशेष आर्थिक प्याकेज ल्याउनु आवश्यक छ।
- कोभिडका कारण रोजगारी गुमाएका श्रमजीवी पत्रकारका लागि प्रेस काउन्सिल नेपाल, नेपाल पत्रकार महासङ्घसहित पत्रकारितासम्बद्ध सङ्घ/संस्थाबाट फेलोसिप उपलब्ध गराउन जरुरी देखिन्छ।
- श्रमजीवी पत्रकारलाई तत्काल स्वास्थ्य बिमाको व्यवस्था गर्न आवश्यक छ।
- विगतका दिनहरूमा विज्ञापनमा रोक लगाइएका शिक्षा, स्वास्थ्य जस्ता क्षेत्रहरू र विज्ञापनमा सिलिड तोकिएका क्षेत्रहरूको विज्ञापन खुला हुने व्यवस्था मिलाउनुपर्ने देखिन्छ।

अन्तर्वार्ता सूची

- गोविन्द देवकोटा, कार्यकारी अध्यक्ष, नारायणी एफएम वीरगन्ज तथा महासचिव, सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ (२०७७ कात्तिक १७)
- सुरेश विडारी, पत्रकार, अनलाइन खबर (२०७७ कात्तिक १७)
- केसी लामिछाने, उपाध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ प्रदेश २ (२०७७ कात्तिक १७)
- कविता खड्का, सञ्चालक, मध्यनेपाल (२०७७ कात्तिक १८)
- निरज पिठाकोटे मगर, इन्चार्ज, नेपाल आदिवासी जनजाति पत्रकार महासङ्घ (फोनिज) प्रदेश २ (२०७७ कात्तिक १८)
- महेन्द्र सहनी, जागिर गुमाएका पत्रकार, संस्कार एफएम, बारा (२०७७ कात्तिक १९)
- जगदीश शर्मा, प्रधानसम्पादक, प्रतीक दैनिक (२०७७ कात्तिक १९)
- साजिर मन्जुर, व्यवस्थापक, विश्वास एफएम, कलैया (२०७७ कात्तिक १९)
- रितेश त्रिपाठी, पत्रकार, नागरिक दैनिक, पर्सा (२०७७ कात्तिक २०)
- नवीनकुमार साह, व्यवस्थापक, अप्पन टिभी, जनकपुर (२०७७ कात्तिक २०)
- तुलसी भण्डारी, पत्रकार, राजधानी दैनिक तथा थाहा खबर (२०७७ कात्तिक २०)
- सुदर्शनराज पाण्डे, पत्रकार (२०७७ कात्तिक २०)
- भोला पासवान, सञ्चारकर्मी तथा विश्लेषक, सप्तरी (२०७७ कात्तिक २५)
- कमल उपाध्याय, उपाध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ बारा (२०७७ कात्तिक २५)
- सुरेन्द्र लाभ, विश्लेषक, जनकपुर (२०७७ कात्तिक २५)
- महेशचन्द्र गौतम, प्रकाशक, सर्वराष्ट्रिय दैनिक (२०७७ मङ्सिर १५)
- सुधा देव, प्रकाशक तथा सम्पादक, न्यु स्वर्णिम सन्ध्या साप्ताहिक, राजविराज (२०७७ मङ्सिर १५)

सञ्चालक त्रसित, पत्रकार असुरक्षित

ऋषिकेश दाहाल, उमेश श्रेष्ठ र विकास कार्की

वाग्मती प्रदेशमा १३ वटा जिल्ला छन्। जसमा काठमाडौँ, भक्तपुर, ललितपुर, काभ्रे, सिन्धुपाल्चोक, धादिङ, नुवाकोट, रसुवा, दोलखा, रामेछाप, सिन्धुपाल्चोक, मकवानपुर र चितवन पर्छन्। यो प्रदेशमा पत्रकारिताको १ सय वर्ष भन्दा बढीको इतिहास छ। प्रेस काउन्सिल नेपालको ४५ औँ वार्षिक प्रतिवेदन अनुसार वाग्मती प्रदेशमा दर्ता भएका पत्रिकाको सङ्ख्या २,०१० छ। त्यसमध्ये नियमित प्रकाशित हुने दैनिक पत्रिकाको सङ्ख्या १५ र अनियमित दैनिक पत्रिकाको सङ्ख्या २७ छ। नियमित प्रकाशित हुने साप्ताहिक पत्रिकाको सङ्ख्या १२४ छ। वाग्मती प्रदेश रजिस्टरको कार्यालयका अनुसार ८७ वटा टेलिभिजन, १७० रेडियो र सूचीकृत भएका अनलाइनको सङ्ख्या १,४८३ छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार वाग्मती प्रदेश, उपत्यका, एसोसिएट संस्था र प्रतिष्ठान शाखाहरूमा आबद्ध कुल पत्रकारको सङ्ख्या ५,७८६ छ जुन महासङ्घमा आबद्ध कुल पत्रकार सङ्ख्याको ४४ प्रतिशत हो।

नेपालको पत्रकारिताको सबै भन्दा ठूलो हिस्सा पनि वाग्मती प्रदेशले लिने गर्छ। सबै भन्दा ठूला लगानीका सञ्चार माध्यमहरू सङ्घीय राजधानी काठमाडौँबाट सञ्चालनमा भएका छन्। मिडियालाई उद्योगका रूपमा ग्रहण गर्ने हो भने काठमाडौँ उपत्यका त्यसको केन्द्रमा रहन्छ। यस प्रदेशको राजधानी मकवानपुर भए पनि मुलुकको केन्द्रीय राजधानी काठमाडौँ भएकाले धेरै मिडिया पनि यही केन्द्रीकृत छ। सङ्घीयता कार्यान्वयन हुने क्रम जारी रहँदा पनि मिडियाको अर्थतन्त्रको सबै भन्दा बलियो जग काठमाडौँमा नै बसेको छ। काठमाडौँको मिडियाको प्रभाव यस प्रदेशभित्र मात्र सीमित छैन। यहाँ रहेर पत्रकारिता गर्नेहरूको प्रभाव मुलुकभर देखिन्छ।

एकात्मक राज्य प्रणाली हुँदादेखि नै नेपालको पत्रकारिता काठमाडौँ केन्द्रित हुँदै आएको हो। फाइफुडरूपमा मोफसलबाट पत्रपत्रिका प्रकाशन हुने भए पनि साक्षरता दर, पत्रिकाको बजार र पत्रकारितालाई टिकाउने आर्थिक आधारभूमि पनि काठमाडौँ केन्द्रित रहँदा सञ्चारका माध्यम यही केन्द्रीकृत हुन पुगे। नीति निर्माणमा पहुँच र प्रभाव पार्न सक्ने भएकाले काठमाडौँ उपत्यकामा

आधारित भएर सञ्चालित मिडियालाई केन्द्रीय र यस भन्दा बाहिरबाट सञ्चालितलाई मोफसलको पत्रकारिताका रूपमा अर्थ्याइँदै आएको पाइन्छ। २००७ सालको प्रजातन्त्र, २०१७ सालपछिको पञ्चायती व्यवस्था र २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तनसम्मलाई केलाउने हो भने पत्रकारिता यहाँको सेरोफेरोमा घुमेको देखिन्छ। त्यसैले पनि मुलुकमा कुनै पनि एजेन्डा राष्ट्रियरूपमा स्थापित गराउन यहाँको सञ्चारमाध्यमको भूमिका बढी प्रभावकारी हुने गरेको पाइन्छ।

सरकारी सञ्चारमाध्यमहरू गोरखापत्र संस्थान, रेडियो नेपाल, राष्ट्रिय समाचार समिति र नेपाल टेलिभिजनको मुख्यालय यहीं छन्। निजी क्षेत्रले पत्रकारितालाई व्यावसायिकरूपमा विस्तार गर्नुअघि सबै भन्दा प्रभावकारी माध्यमका रूपमा सरकारी सञ्चार माध्यम नै थिए। यिनमा आउने समाचार सामग्री मूलतः सबै भन्दा धेरै जनसमुदायमा विस्तार हुन्थ्यो। सुरुमा सामुदायिक र निजी क्षेत्रले पनि रेडियो तथा टेलिभिजन सञ्चालनमा ल्याउँदा यही प्रदेश र अझ मुलुकको राजधानीलाई नै केन्द्रमा राखेर आफ्नो प्राथमिकता निर्धारण गरेका देखिन्छ। यद्यपि सामुदायिक र निजी रेडियो विस्तार उपत्यकाबाट क्रमशः मुलुकका सबैजसो जिल्लामा विकेन्द्रित हुँदै फैलिसकेको छ। टेलिभिजन नेटवर्कहरू पनि त्यसैगरी मुलुकभर फैलिएको छ। २०६२/६३ पछिको परिवर्तनले मुलुकका विभिन्न क्षेत्रमा पत्रकारितालाई अझ सहजरूपमा फैलाएको छ। माध्यमको विस्तारलाई सङ्ख्यात्मक हिसाबले आकलन गर्दा अधिक देखिए पनि तिनमा आउने सामग्रीको अधिकतम हिस्सा काठमाडौँमा उत्पादित देखिन्छ। विभिन्न नेटवर्कले उत्पादन गरेका रेडियो सामग्रीहरू, टेलिभिजनका फुटेज र अनलाइनमा अपलोड भएका सामग्रीको प्रभाव मोफसल केन्द्र बनाएर सञ्चालन भएका माध्यममा अत्याधिक देखिनुले केन्द्रीय प्रभावको अवस्था देखाउँछ।

मुलुकको अर्थतन्त्रको ठूलो हिस्सा, जनसङ्ख्याको उच्च चाप र भौतिक पूर्वाधारका हिसाबले पनि काठमाडौँ उपत्यका मुलुकका अन्य क्षेत्र भन्दा फराकिलो हुन पुग्यो जसले पत्रकारितालाई अझैसम्म पनि केन्द्रीकृत नै गराइरहेको छ। मुलुकको राजनीतिक स्वरूप सङ्घीय ढाँचामा गइसकेको भए पनि पत्रकारिताको केन्द्र अझै पनि काठमाडौँ उपत्यकामा नै रहँदै आएको छ। त्यसलाई यहाँबाट सञ्चालनमा रहेका पत्रपत्रिकाको तथ्याङ्कले पनि प्रस्ट पार्छ।

मिडिया र त्यसको उपभोक्ता दुवैको हिसाबले सबै भन्दा समृद्ध प्रदेश वाग्मती हो। परम्परागत माध्यमका रूपमा स्थापित पत्रपत्रिकाको दर्ता सङ्ख्याले त्यसको पुष्टि गर्छ। मुलुकभर दर्ता भएका पत्रिकाको सङ्ख्याको ७० प्रतिशत हिस्सा वाग्मती प्रदेशमा मात्र देखिन्छ। देशभर दर्ता भएका टेलिभिजनमध्ये ५२ प्रतिशत यही प्रदेशमा छ। देशभरिबाट सूचीकृत भएका अनलाइनमध्ये ७२

प्रतिशत हिस्सा पनि यही प्रदेशको भागमा छ। देशव्यापी दर्ता भएका रेडियोमध्ये २३ प्रतिशत हिस्सा वाग्मतीमा छ।

देशव्यापी सूचीकृत भएका २,०६५ अनलाइनमध्ये १,४८३ यहीं छन्। देशमा दर्ता भएका १६९ वटा टेलिभिजनमध्ये ८७ वटा यहीं छन्। यो सङ्ख्याले मुलुकको मिडियाको केन्द्र वाग्मती प्रदेश नै हो भन्ने स्थापित गर्छ। साथै काठमाडौं जिल्लामा सबै भन्दा धेरै पत्रपत्रिका दर्ता भएको पाइन्छ। त्यसैगरी प्रेस काउन्सिल नेपालमा सूचीकृत ८० प्रतिशत भन्दा धेरै अनलाइन काठमाडौंमा नै छन्। सङ्ख्यासँगै विज्ञापन बजारको सबै भन्दा ठूलो हिस्सा यही प्रदेशमा छ। मूलतः वाग्मती प्रदेशभित्र पनि काठमाडौं उपत्यकामा विज्ञापन प्रवाहको चाप सबै भन्दा धेरै छ।

कोभिडमा पत्रकारको अवस्था

नेपाल पत्रकार महासङ्घको सदस्यता सङ्ख्या मुलुकभर १३,०७६ जना हुँदा त्यसको झन्डै आधा वाग्मती प्रदेशमा रहेको देखिन्छ। महासङ्घका अनुसार वाग्मती प्रदेशमा १,३०१ जना, काठमाडौं उपत्यकामा २,१५३ जना, प्रतिष्ठान (ठूला सञ्चार गृह)मा १,४५४ जना र एसोसिएटतर्फ ८७८ गरी यस प्रदेशमा ५,७८६ जना पत्रकार रहेका देखिन्छ। सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालयका अनुसार देशभरिका कुल पत्रकारमध्ये काठमाडौं उपत्यकामा मात्रै ३८ प्रतिशत छन्।

उपत्यकाका ३ जिल्लामध्ये सबै भन्दा धेरै पत्रकार काठमाडौंमा नै छन्। कार्यक्षेत्रका रूपमा यी ३ वटै जिल्लामा रहेर काम गरे पनि यहाँ रहेका पत्रकारले मुलुकको सातै प्रदेश र ७७ वटै जिल्लाको प्रतिनिधित्व गरिरहेका देखिन्छ। उपत्यकाभित्र पत्रकारिता गरिरहेकामध्ये अधिकांश पत्रकार यहाँ अस्थायीरूपमा बसोबास गर्दै आएका छन्। यी ३ जिल्लाबाहेक वाग्मती प्रदेशमा रहेका जिल्ला चितवन, मकवानपुर काभ्रेपलान्चोक, सिन्धुपाल्चोक, नुवाकोट, धादिङ, सिन्धुली, दोलखा, रामेछाप र रसुवामा पनि पत्रपत्रिका, रेडियो सञ्चालनमा छन्। त्यसै गरी स्थानीय स्तरमा सञ्चालन हुने टेलिभिजनको सङ्ख्या पनि बढ्दो छ। पछिल्लो माध्यमका रूपमा स्थापित भएको अनलाइन पनि उपत्यकाबाहेकका जिल्लाहरूमा सञ्चालनमा छन् तर सबै भन्दा धेरैको उपस्थिति काठमाडौंमा नै छ।

यद्यपि पत्रकारिताबाट क्रमशः आफूलाई विस्थापित गराउँदै अन्य पेसामा जानेको सङ्ख्या पनि ठूलो छ जसको तथ्याङ्क भने कतै छैन। पत्रकारको अवस्थालाई उनीहरूको पेसागत सुरक्षा, पारिश्रमिकको अवस्था, शैक्षिक एवम् वृत्ति विकासमाथिको लगानी तथा अन्य सेवा/सुविधाका आधारमा विश्लेषण गर्न सकिन्छ। यी सबै मापदण्डलाई समष्टिगतरूपमा आकलन गर्ने हो भने कैयौं

पत्रकारको अवस्था कमजोर नै देखिन्छ। पेसागत सुरक्षा पत्रकारहरूको कहिल्यै नटुङ्गिएको मुद्दाका रूपमा स्थापित छ। अरू सुविधा छाडौं, न्यूनतम पारिश्रमिकका लागि पनि वर्षौंदेखिको सङ्घर्ष यथावत् छ। ठूला लगानीका सञ्चार गृहमा कार्यरत पत्रकारले न्यूनतम पारिश्रमिकसमेत नपाउँदा सूचना विभाग तथा प्रेस रजिस्टारको कार्यालयबाट उपलब्ध हुने प्रेस पाससमेत पाउन सकेका छैनन्। साना लगानीका मिडिया र स्वावलम्बी मिडिया भनेर वर्गीकृत भएका मिडिया हाउसको हालत झन् खराब छ।

न्यूनतम पारिश्रमिकसँगै समयमा तलब नपाउनु नेपाली पत्रकारका लागि स्थायी 'रोग' जस्तै बनेको छ। सीमित सञ्चार गृहबाहेक अधिकांश मिडिया हाउसमा कार्यरत पत्रकारहरू यही 'रोग' सँग जुधिरहेका छन्। यसले उनीहरूको असन्तुष्टिमात्र बढाएको छैन, पेसाबाट नै पलायन गराउन पनि उत्प्रेरणा दिइरहेको छ। न्यूनतम पारिश्रमिक नपाउनु र जति पाउँछन्, त्यो पनि समयमा नपाउँदा सङ्कटपूर्ण जीवनबाट पत्रकारहरू गुञ्जिरहेका छन्।

पत्रकारको वृत्ति विकासमा मिडिया सञ्चालकहरूलाई उत्प्रेरित गर्न कसैले पहल गरेको छैन। त्यसको असर पत्रकारले उत्पादन गर्ने विषयवस्तुमा परिरहेको देखिन्छ। पत्रकारिता क्रमशः कमजोर हुनु र यसको प्रभावकारितामा हास आउनुमा पत्रकारको वर्तमान अवस्था निर्णायक देखिन्छ। मिडिया सञ्चालकहरू यसमा सबै भन्दा जिम्मेवार छन्।

श्रमजीवी पत्रकार ऐन कार्यान्वयनको अवस्था अहिले पनि दयनीय नै छ। न्यूनतम तलबमात्र उपलब्ध गराउने मिडिया सञ्चालकहरू 'राम्रा' मा गनिने गरेका छन्। न्यूनतम तलबमात्र होइन, पेसागत सुरक्षा, बिमालगायतका विषय टङ्कारो छ। धेरै रकम खर्च हुने अवस्थाको बिरामी भएका पत्रकारको उपचारका लागि चन्दा सङ्कलन गर्नुपर्ने अवस्था यथावत् हुनुले यस पेसामा संलग्नहरूको अवस्था कति खराब छ भन्ने देखाउँछ। श्रमजीवी पत्रकार ऐन कार्यान्वयनका अधिकांश प्रावधान लागु हुन सकेको छैन। लागु भएको पनि पर्याप्त देखिँदैन। कोभिड-१९को सङ्क्रमणसँगै लकडाउन भएपछि देखिएको अवस्थाले पनि ऐनको कार्यान्वयन पक्ष कति कमजोर छ भन्ने प्रस्ट्याएको छ।

कोरोना भाइरस सङ्क्रमणसँगै पत्रकारको पेसागत असुरक्षालाई लिएर विभिन्न चरणका आन्दोलन भए जुन अहिले पनि जारी नै छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घको अगुवाइमा भएका आन्दोलनहरूमा मिडिया हाउसमा धर्ना दिनेदेखि अनशनसम्मका गतिविधि भएका छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घको अगुवाइमा २०७७ सालको सुरुदेखि नै आन्दोलनका कार्यक्रम सुरु भएका देखिन्छ।

लकडाउन सुरु हुँदा मिडिया र पत्रकारको अवस्था के हुन्छ भन्ने आकलन नभए पनि त्यसको १ महिनापछि क्रमशः पत्रकारको पेसागत समस्याहरू देखा पर्न सुरु भयो। पत्रकार निष्काशन, आधा काम आधा तलब, तलब दिन बन्दलगायतका गतिविधि मिडिया सञ्चालकबाट हुन थालेपछि पत्रकारको अधिकारको मुद्दालाई लिएर महासङ्घ सडकमा उत्रियो। असार १९ गते माइतीघर मण्डलामा नेपाल पत्रकार महासङ्घले कोणसभा गर्दै पत्रकारको पेसागत सुरक्षालाई एजेन्डाका रूपमा उठायो। पछि मिडिया हाउसमा धर्ना दिने तथा अनशनसम्मका गतिविधिलाई महासङ्घले एजेन्डाका रूपमा अगाडि ल्याइरह्यो।

कोभिड-१९ र सञ्चार क्षेत्रमा प्रभाव

कोरोना भाइरसका कारण विश्व अर्थतन्त्र प्रभावित हुँदा त्यसको सोझो असर नेपालमा पनि पर्‍यो। कोभिड सङ्क्रमण फैलिने क्रम र त्यसलाई रोक्नका लागि अपनाइएका तरिकाहरूले आर्थिक गतिविधिलाई मन्दीतिर धकेल्यो। सबैजसो पेसागत क्षेत्र त्यसबाट प्रभावित भए। विशेष गरी लामो समयसम्म लागु भएको लकडाउनका कारण आर्थिक गतिविधि ठप्प हुन पुगे।

उद्योग, व्यापार व्यवसाय, पर्यटन र यातायात क्षेत्र प्रभावित हुँदा त्यसको असर मिडियामा पनि पर्न गयो। कोभिडले मिडियाको चरित्र खास आर्थिक क्षेत्रसँग कसरी जोडिएको छ भन्ने देखायो। एक हिसाबले मिडियाको स्वतन्त्र अस्तित्व अन्य स्वतन्त्र आर्थिक गतिविधिविना कल्पना गर्न नसकिने पुष्टि महामारीको अवस्थाले देखायो। अर्थात् आर्थिक मन्दीको असर मिडिया उद्योगमा पनि पुग्न गयो। मिडिया सञ्चालनको मूल आयस्रोत मानिने विज्ञापनको कारोबार करिब करिब बन्दकै अवस्थामा पुग्यो। बजारसँग जोडिएका सबै क्षेत्र निषेधाज्ञाको घेरामा पर्दा मिडिया उद्योग पनि सङ्कटतिरै धकेलियो।

एकातिर आर्थिक असन्तुलनले मिडिया उद्योग प्रभावित भयो भने लकडाउनका कारण अन्य गतिविधि पनि ठप्पजस्तै बन्न पुगे। फलस्वरूप मिडियाका सामग्री उत्पादनमा पनि त्यसको सोझो असर देखियो। पत्रिकाका पाना घट्न थाले, विज्ञापन न्यूनजस्तै हुन पुग्यो। यतिसम्म कि कतिपय पत्रपत्रिका लामो समय बन्द नै भए भने कतिपय पुनः प्रकाशनमा नै नआउने अवस्थामा पुगे।

रेडियोहरूबाट समाचार कार्यक्रम बन्द गर्नेसम्मका गतिविधि भए भने टेलिभिजनका सामग्रीमा पनि सङ्कुचन आयो। सामुदायिक रेडियोहरूको सङ्गठन 'सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ' का अनुसार कोभिड भन्दा अगाडिको मासिक औसत कारोबार १ लाख ५० हजार थियो। कोभिडको सङ्क्रमणका कारण भएको लकडाउनपछि मासिक औसत कारोबार ४० हजार रुपियाँमा झर्‍यो।

सामुदायिक रेडियोमा कारोबारको यो दृश्यले बाँकी मिडियाको तस्बिर पनि आकलन गर्न सघाउँछ। ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपालका अनुसार यो अवधिमा रेडियोको आम्दानी ८० प्रतिशतले घट्यो।

सरकारी नियन्त्रणमा रहेको गोरखापत्र दैनिकमा पनि लकडाउनपूर्व दैनिक ३० लाखको विज्ञापन प्रकाशित हुने गरेकामा लकडाउनपछि ५ लाखमा सीमित भएको प्रेस काउन्सिल नेपालले गरेको अध्ययनले देखाएको छ। काउन्सिलको प्रतिवेदनअनुसार अनलाइनका विज्ञापनमा ६० देखि ७० प्रतिशत कटौती भयो। विज्ञापन सङ्घका अनुसार समग्ररूपमा वाम्मती प्रदेशमा लकडाउनका कारण ५० देखि ७० प्रतिशत विज्ञापन कटौती भयो।

यस्ता सबै घटनाक्रमको सोझो असर पत्रकारको पेसामा पनि पत्‍यो। पत्रिकाको पाना कम हुनु, विज्ञापनको मात्रा ह्रास हुनु, बन्द भएका पत्रिका पुनः प्रकाशनमा आउन नसक्नु जस्ता घटनाक्रमले पत्रकार अर्ध बेरोजगारदेखि पूर्ण बेरोजगारसम्म हुने स्थिति पैदा भयो। नेपालमा पत्रकारिता क्षेत्रमा पेसागत असुरक्षा कति छ भन्ने देखाउनका लागि कोरोना सङ्क्रमण नै पर्याप्त बन्यो। साथै, विपद् व्यवस्थापनको पूर्वतयारीमा मिडिया सञ्चालकहरू कति कमजोर रहेछन् भन्ने पनि यसले देखाएको छ। २०७२ सालमा भूकम्पको प्रकोप भोगेका मिडियाले त्यतिखेरको सङ्कटका आधारमा आफूलाई अलिकति पनि सम्भावित अन्य प्रकोप एवं महामारीको सामना गर्नका लागि तयार पारेको देखिएन।

पत्रकारलाई कोभिडको प्रभाव

लकडाउनको सुरुवाती दिनमा धेरैको अनुमान थियो- चीनले वुहानमा जसरी लकडाउन गरेर कोरोना भाइरस नियन्त्रणका लागि कदम चाल्यो, नेपालमा पनि त्यस्तै हुन्छ। त्यसैले अधिकांश मिडिया हाउसले आफ्ना पत्रकारलाई घरबाटै काम गर्ने सुविधा दियो। 'वर्क फ्रम होम' अन्तर्गत केही साता अधिकांश पत्रकार कार्यक्षेत्रमा नगइ काम गरे। नेपालमा सङ्क्रमित देखिनासाथ सुरु भएको लकडाउनले सबै क्षेत्र जस्तै पत्रकारहरू पनि प्रभावित भए। किनभने यस्ताखाले अवस्थाको परिकल्पना र पूर्वतयारी कसैले पनि गरेका थिएनन्। सुरुवाती दिनमा कतिपय मिडिया हाउसले सानो समूहलाई आफिसमै राखेर अथवा होटेलमा राखेर समाचार कक्ष सञ्चालन पनि गरे।

लकडाउनको पहिलो महिना जसोतसो चलेका मिडियामा दोस्रो महिनाबाट सङ्कट देखा पर्न थाले। दोस्रो महिनाबाट पत्रकारको तलब कटौतीको क्रम सुरु भयो। कतिपय मिडियाले पत्रकारलाई दोस्रो महिनाबाट नै आधा तलब दिन सुरु गरे भने कतिपय मिडियाले 'फोर्स लिभ' नै

लागु गरे। यहीबीच केही मिडियाले पत्रकार कटौती गर्ने क्रम पनि थाले। विज्ञापनको प्रवाह शून्यको हाराहारीमा पुगेको देखाउँदै पत्रकार निकाल्ने अवसरका रूपमा पनि कतिपय मिडिया सञ्चालकहरूले यसलाई लिएका देखियो। फ्रिडम फोरमले गरेको अध्ययनले वाग्मती प्रदेशमा मात्र यस्तै कारण १,६०० जना पत्रकारले रोजगारी गुमाएको देखाएको छ। यो यस प्रदेशमा रहेका कुल पत्रकार सङ्ख्याको ४० प्रतिशत हुन आउँछ।

केही पत्रिकाले यसबीच बन्दको घोषणा पनि गरे। ती पत्रिकामा काम गर्ने पत्रकार कोभिडकै कारण बेरोजगारको कित्तामा पुगे। यसबीच पूर्णरूपमा तलब दिने मिडिया सीमित मात्रै थिए। भूकम्प र नाकाबन्दीले चरम सङ्कट पैदा गर्दा पनि नआत्तिएका मिडिया सञ्चालकहरू पहिलो महिनादेखि नै आत्तिएका देखिए जसको असर पत्रकारमाथि पर्ने नै भयो। केही सीमित मिडियाबाहेक अन्यमा विशेष गरी ४ खाले प्रवृत्ति देखिए-

- पत्रिका बन्द, पत्रकार बेरोजगार
- आधा काम र आधामात्र तलब
- पत्रकारको सङ्ख्यामात्र कटौती
- न्यूनतम तलब र भत्ता कटौती

पत्रकारिता पेसालाई नै आधार बनाएर गुजारा गरिरहेका पत्रकारहरू प्रभावित बन्न पुगे। मिडिया हाउसले पनि आफ्ना पत्रकारलाई अप्टेरो परेका वेला उचित हेरविचार गर्न सकेन। वाग्मती प्रदेशमा स्थापित सञ्चार रजिस्ट्रार कार्यालयले भने पेसागतरूपमा पत्रकारको सुरक्षाका लागि सहयोग पुऱ्यायो। 'हामीले पत्रकारलाई सहजीकरणका लागि सकेको पहल गर्नुपर्छ' पत्रकारलाई लकडाउनमा पहिचान खुल्ने ज्याकेट, मास्क र स्यानिटाइजरको व्यवस्था गर्नुपर्छ। साथै पत्रकारहरूको कोरोना भाइरस बिमा पनि सञ्चालनमा ल्याउँछौं'- वाग्मती प्रदेशका सञ्चार रजिस्ट्रार रेवती सापकोटाले भने। कोरोना भाइरसको सङ्क्रमण सुरु भएलगत्तै यस प्रदेशमा कार्यरत करिब १ हजार पत्रकारको बिमा गरेर पत्रकारको सुरक्षाप्रति यस कार्यालयले चासो दिएको पाइन्छ। साथै प्रदेशअन्तर्गतका सबै जिल्लामा यस कार्यालयले पत्रकारको सुरक्षाका लागि सामग्री प्रदान तथा विपद् व्यवस्थापनका तालिमसमेत दिएको छ।

पत्रकारितामा कोभिडको प्रभाव

कुनै पनि पेसामा त्यहाँको व्यवस्थापकले गर्ने व्यवहारको सोझो असर त्यहाँबाट उत्पादन हुने सामग्रीमा पर्छ। पत्रिका बन्द हुनु, सञ्चालनमा भएका पत्रिकाले पनि पत्रकार कटौती थाल्नु, चलिरहेको पत्रिकाले तलब घटाउनु जस्ता विषयले सोझै मिडियाको उत्पादनमा प्रभाव पार्छ। कोभिडसँगै मिडियाका अन्तर्वस्तुमा आएको परिवर्तनले त्यसको सङ्केत गर्छ। पेसागत, आर्थिक एवम् सामाजिक असुरक्षाको वातावरणमा उत्पादन हुने सामग्री कमजोर हुनु स्वाभाविक बन्यो। मिडिया सञ्चालकहरूले आफ्ना पत्रकारलाई पेसागत सुरक्षाको प्रत्याभूति मात्रै दिलाउन सकेका भए पनि त्यसको असर विषयवस्तुको उत्पादनमा नकारात्मकरूपमा पर्ने थिएन।

ठूला मिडिया हाउसले समेत प्रकाशन बन्द गर्ने स्थिति बन्यो। प्रकाशित पत्रिका सहजै पुर्‍याउन नसक्ने लगायतका कारणले पनि उनीहरूले आर्थिक क्षति कम हुने उपाय खोज्न थाले। क्रमशः असफल भइरहेका कतिपय पत्रिका, रेडियो र टेलिभिजन कार्यक्रम बन्द गर्नका लागि पनि कोभिड एउटा बलियो बहाना बन्यो। त्यसले समग्ररूपमा पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रभाव पार्‍यो। नाफामा सञ्चालित मिडिया सञ्चालक नै धर्मराउन थालेपछि भर्खरै सुरु भएका र सुरु हुने तयारीमा रहेका कतिपय मिडिया स्वतः यसको सिकार हुन पुगे।

पत्रपत्रिकाको मूल स्रोत विज्ञापन ठप्प हुँदा पत्रिका सञ्चालक सबै भन्दा ठूलो मारमा परे। अखबार सञ्चालकका लागि यस अवधि कष्टपूर्ण यस अर्थमा पनि रह्यो कि उनीहरूको पत्रिका उत्पादनको लागतचाहिँ घटेन। कान्तिपुर मिडिया ग्रुपका नायव महाप्रबन्धक महेश स्वाँरका अनुसार यसबीचमा विज्ञापनचाहिँ रोकियो तर तलबदेखि बैङ्कका ऋणसम्म यथावत् रह्यो। ‘पत्रिका प्रकाशन गर्न कागजको खर्च, प्रिन्ट खर्च, कर्मचारी खर्च जारी रह्यो’, स्वाँरले भने- ‘पत्रिकाको आम्दानी ८० प्रतिशतसम्म घट्दा लागत खर्च उस्तै रह्यो।’ व्यवस्थापकीय दृष्टिकोणबाट सङ्कट भोगिरहँदा पनि अधिकांश पत्रपत्रिका टिक्नुलाई भने उनी महत्त्वपूर्ण ठान्छन्।

सबै भन्दा ठूलो मिडिया हाउस भएकाले कान्तिपुरले बेहोरैको ‘घाटा’ ले बाँकी मिडियाको पनि प्रतिनिधित्व गर्छ। स्वाँरका अनुसार सुरुमा आम्दानी ८० प्रतिशतसम्म घटेको थियो। पछि परिस्थिति फेरिदै गयो। मुलुकको आर्थिक वृद्धिले मिडिया क्षेत्रको आम्दानी बढ्ने या नबढ्ने एकीन हुने उनको तर्क छ। ‘यतिखेर त हामी सबै भन्दा रुग्ण अवस्थामा रह्यौँ। सरकारले होटेलहरूलाई रुग्णमा समावेश गर्‍यो तर मिडियालाई गरेन। होटेलहरू त पाहुना नभएर बन्द भए तर मिडिया आम्दानी शून्य हुँदाहुँदै पनि सञ्चालनमा रहिरहे। यसलाई सकारात्मक पक्षमा रूपमा किन लिनुपर्छ भने पुँजीको आकार जत्रो भए पनि मिडिया टिके’- स्वाँरले भने।

कोभिड र त्यसपछि सुरु भएको लकडाउनका कारण टेलिभिजनको आम्दानीमा पनि ६० देखि ७० प्रतिशतसम्म हास आएको टेलिभिजन व्यवस्थापकहरूको दाबी छ। मिडिया अलाइन्सका महासचिव तथा इमेज टेलिभिजनको व्यवस्थापन सम्हालिरहेका लक्ष्मण हुमागाईँका अनुसार ५ महिनासम्म विज्ञापन एजेन्सी ठप्प रहे। विज्ञापनको बजार र मिडियाबीच पुलको काम गर्ने एजेन्सी कामविहीन हुनु, उत्पादित वस्तु वा सेवाका गतिविधि ठप्प हुनु र भएका वस्तुको कारोबार ठप्प हुँदा मिडियामा नगदको अभाव हुने अवस्था सिर्जना भयो। त्यसबीचमा बैङ्क तथा वित्तीय संस्था पनि ठप्पजस्तै रहे।

एउटा औसत चलिरहेको टेलिभिजनको खर्चको आधारलाई लिएर हुमागाईँले जुन तस्बिर प्रस्तुत गरे, त्यसले बाँकी टेलिभिजनहरूको अवस्थालाई पनि प्रतिनिधित्व गर्छ। एउटा टेलिभिजनको मासिक सञ्चालन खर्च ७० लाख रुपियाँ छ। लगातार ५ महिना आम्दानी शून्यमा टेलिभिजन सञ्चालन गर्दा ३ करोड ५० लाख रुपियाँ खर्च भयो। १ वा २ महिना सञ्चालकले सञ्चित रकमबाट हाले पनि करोडौँ रुपियाँ नगद नहुने अवस्था र लकडाउनको अनिश्चितताले थप संशय पैदा गर्‍यो।

इमेज टेलिभिजन पनि यस्तै अवस्थाको सिकार भएको बताउँदै हुमागाईँले भने- टेलिभिजनबाट कर्मचारी निकालिएन तर उनीहरूलाई काममा पनि बोलाइएन। लकडाउनका कारण हिँडडुलमा अवरोध भयो जसले गर्दा कार्यक्रमहरूको उत्पादन नै रोकियो। उत्पादन नै रोकिएपछि त्यस कार्यक्रमसँग जोडिएका टेलिभिजनकर्मीलाई होल्ड गर्नुको विकल्प रहेन। टेलिभिजनको अवस्था छापा माध्यम भन्दा फरक थियो।

आर्थिक चपेटामा परेको १ वर्ष हुन लाग्दासमेत खर्चचाहिँ उत्तिकै रहेको उनको तर्क थियो। मिडियाहरूले एकातिर तलब खुवाउन सकेनन् तर मिडिया बसेका घरका भाडा, विद्युत्, टेलिफोनलगायतमा खर्च घटाउनै नसकिने उनको भनाइ छ। कान्तिपुरका स्वाँरका अनुसार यसबीचमा खर्च घटेन बरु उल्टै बढ्यो। पत्रिका छापन कागजको मूल्य वृद्धिसँगै प्रेसमा काम गर्ने मजदुरको स्वास्थ्य सुरक्षा, समाचार कक्षलाई स्यानिटाइजर, पत्रकार तथा कर्मचारीलाई 'वर्क फ्रम होम' गराउँदा प्राविधिक व्यवस्थालगायतका विषयले व्ययभार थप्दै लगेको स्वाँरको भनाइ छ।

यता मिडिया हाउसहरूले खर्च कटौती गर्न पत्रकारलाई आंशिक तलब दिने, पत्रकारको सङ्ख्या घटाउने अथवा 'होल्ड' मा राख्ने जस्ता रणनीति अवलम्बन गरे। मिडिया सञ्चालकहरू अस्तव्यस्त हुँदा त्यसको मारमा सबै भन्दा धेरै पत्रकार नै परे। पत्रकार समस्यामा पर्दा त्यसको असर मिडियाको सामग्री उत्पादनमा पर्न गयो। बाह्रखरी अनलाइनका प्रधान सम्पादक तथा सञ्चालक प्रतीक प्रधान मिडिया मात्र नभइ मुलुकका सबै व्यवसाय 'ग्रीड स्टेज' पार नहुनुलाई

यसको प्रमुख कारण ठान्छन्। प्रधानको भनाइमा लगानीकर्ता नै बलियो अवस्थामा पुगेका छैनन् जुन अवस्थामा कतिपय मिडियाले धान्न नसकेको हो।

कर्पोरेट हाउसका रूपमा स्थापित भइसकेका सञ्चालकहरू आफैं मनोवैज्ञानिक त्रासबाट गुञ्जिँदा व्यवस्थापन गर्न सक्नेहरू पनि असफल हुन पुगेको तर्क छ अन्नपूर्ण पोस्टका पूर्व प्रधानसम्पादक हरिबहादुर थापाको। उनी भन्छन्- 'कोभिडले छापा माध्यममा सबैभन्दा ठूलो असर गऱ्यो। उनीहरूले भोग्न थालेको घाटा कतिन्जेल जाने हो भन्ने आकलन हुन नसक्दा साहूजीहरू आत्तिए।' ठूला मिडिया सञ्चालकहरूले आफूलाई 'कर्पोरेट' मान्ने हो भने १ वर्षको जोखिमको व्यवस्थापन त सजिलै गर्न सक्नुपर्ने उनको भनाइ छ। व्यवस्थापन गर्न सक्ने मिडिया हाउस पनि कोरोनाको समयमा चुकेको थापाको तर्क छ। भर्खर खुलेका मिडिया हाउस र स्थापित भइसकेका मिडिया हाउस दुवैतिर एकैखाले सङ्क्रमणको समयमा उस्तैखाले अवस्था देखिनुलाई उनी व्यवस्थापकीय कमजोरी ठान्छन्।

नेपाली पत्रकारिताको 'दीर्घ रोग'

नेपाली मिडियामा श्रमजीवी पत्रकार ऐनअनुसार तलब व्यवस्थापन हुन नसक्नु आफैंमा समस्या रहँदै आएको हो। कोरोना भाइरस कतिपय मिडिया सञ्चालकका लागि निहुँ बन्न पुग्यो। कान्तिपुर, नेपाल रिपब्लिक मिडिया, कारोबारलगायतका पत्रिकामा सम्पादकीय तथा व्यवस्थापनको समेत नेतृत्व गरिसकेका बाह्रखरीका संस्थापक प्रतीक प्रधान बीसौँ वर्षदेखि चलिरहेका मिडियामा तलब नदिने प्रवृत्ति रहेको बताउँछन्। 'त्यस्ता मिडिया हाउसमा कोरोना भाइरसको प्रकोप नआउँदा पनि पत्रकारहरूले तलब पाउन सकेका थिएनन्। कोरोना थपिएपछि त्यस्ता मिडिया सञ्चालकहरूलाई निहुँ मिल्यो'- प्रधानले भने।

प्रधानका अनुसार ठूला मिडिया हाउसमा अप्राकृतिक हिसाबले विज्ञापनको प्रवाह घट्न पुग्यो जसले त्यस्ता संस्थामा तलब रोक्ने, तलब घटाउने वा होल्डमा राख्ने जस्ता प्रवृत्तिलाई साथ दियो। अर्कोतर्फ पत्रिका घरमा लाग्यो भने कोरोना भाइरस नै प्रवेश गर्छ भन्नेखालका 'हल्ला' सञ्चार क्षेत्रबाटै फैलियो। अखबारले यसबाट थप जोखिमको सामना गर्नुपऱ्यो। यिनै परिदृश्यले मिडिया सञ्चालकलाई तलबमाथि नियन्त्रण गर्न थप बल प्रदान गऱ्यो।

त्यसो त नेपाली मिडियामा तलब आफैंमा 'दीर्घ रोग' जस्तै रहँदै आएको छ। त्यसैको असर न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समिति जस्तो संरचना सरकारी तहबाटै गठन भएको छ। एक किसिमले राजनीतिक दरबन्दी नै कायम भएको छ, पारिश्रमिक निर्धारण गर्ना यो समितिले

लकडाउनपछि असारमा एउटा वक्तव्य जारी गर्दै न्यूनतम तलब दिनुपर्नेसँगै पत्रकारको रोजगारी नखोससमेत आग्रह गरेको थियो। कोभिडले मिडियामा असर पारे पनि त्यसलाई व्यवस्थापन गर्ने आधारहरू भने थिए। यस्तो असहज अवस्थामा संस्थाहरूले मनोवैज्ञानिक तवरले पनि पत्रकारहरूलाई आश्वस्त पार्न सक्थे। तर त्यो पनि हुन सकेन। ठूला हाउसहरूले मिडियाबाट गरेको आम्दानी अन्य क्षेत्रमा लगानी गरेका तथा आम्दानीबाटै तलब दिन नसक्ने अवस्था आउँदा व्यवस्थापनको वित्तीय सन्तुलन गुमेको उनको तर्क छ।

व्यावसायिक पत्रकार हुँदै टेलिभिजन व्यवस्थापकको भूमिकामा पुगेका लक्ष्मण हुमागाईँ मिडिया सञ्चालकले घर/खेत बेचेर पनि मिडिया सञ्चालन गर्न नसक्ने अवस्थामा पुग्दा यस्तो अवस्था देखिएको तर्क गर्छन्। 'मिडिया सञ्चालकहरू टाट पल्टने अवस्थामा पुगेकाले उनीहरू उदार हुन सकेनन् तर पत्रकारले पैसा नपाएको विषयमात्र उठाइयो। यस्तो अवस्था समयले ल्याएको हो'- हुमागाईँले भने।

कोरोना भाइरस प्रकोपपूर्वको पत्रकारको अवस्था नहेरी पछिल्लो परिस्थितिको मूल्याङ्कन गर्न ठीक हुँदैन। पत्रकारहरूको माग अत्यधिक हुँदा तलब स्केल जसरी बढ्यो, माग घट्दा त्यस्तैखालको असर परेको प्रतीक प्रधानको तर्क छ। 'डिप्लोमा पास गरेर काम गर्न आउने ट्रेनी पत्रकारले दाबी गर्ने तलब स्केल त्यस्तै अभ्यासमा जाने नर्स, इन्जिनियर वा डाक्टरको भन्दा धेरै भयो। माग हुँदा तलब बढ्नु स्वाभाविक भए पनि सड्कट आउँदा घटेको हो'- उनले भने। यहीबीचमा खाइपाइ आएको तलब भन्दा कम रकम बुझ्नुपर्ने स्थिति आएपछि कतिपय पत्रकारले जागिर छाडे। साथै कतिपय मिडिया हाउसले पत्रकार कटौती पनि गरे। 'अवस्था राम्रो हुँदा जति पनि पत्रकार राख्न पाउने हो भने खराब अवस्था आउँदा हटाउनै पाइँदैन कसरी भन्ने?'- प्रधानको प्रश्न छ।

समाचारमा प्यो असर

सरकारले लकडाउन सुरु गरेसँगै पत्रकारको गतिविधि एकाएक सुस्त हुन पुग्यो। सड्कटको अवस्था कुन मोडतिर धकेलिने हो र त्यो कति लामो हुँदछ भन्ने आकलन कसैले गर्न सकेको थिएन। फलस्वरूप एकै पटक धेरैखाले सड्कट देखा परे। वित्तीय असन्तुलन, प्रकोपविरुद्ध मिडियाको कमजोर तयारी, आर्थिक हैसियत बलियो नहुनु जस्ता समस्यासँगै सहजै आवत् जावतमा कठिनाइ देखियो। त्यसमाथि कोरोना भाइरस सँगै त्रासले पत्रकार आफू पनि र समाचारका स्रोतहरू पनि नजिकिन सकेनन्। त्यसको असर मिडियाको विषयवस्तुमाथि पनि पर्न

थाल्यो। समाचार सङ्कलनदेखि त्यसको प्रशोधनसम्ममा समस्या देखियो जसको सोझो असर मिडिया उत्पादनको गुणस्तरमा छचल्कियो।

पेसागत जोखिमलाई नजिकबाट नियालिरहेका पत्रकारहरू उत्प्रेरित भएर काम गर्ने वातावरणमा हास आयो। मिडियाको आर्थिक पक्ष बिग्रँदा उत्पादन हुने विषयवस्तु नै कमजोर हुन थाल्यो। अखबारका पाना घट्ने क्रम, रेडियो र टेलिभिजनका कार्यक्रम बन्द हुनुले सामग्री उत्पादन र त्यसको सहज वितरण प्रभावित बन्यो। 'समाचारको स्रोतसम्म पुग्न सकिएन। स्रोतहरूले पनि समय दिन डराए। त्यसले गुणस्तरमा त असर परिहाल्यो। अर्कोतिर सामग्री प्रशोधनमा पनि समस्या भइरह्यो'- हुमागाईंले भने।

अब परिस्थितिमा धेरै परिवर्तन आउँदैन। मानिसका गतिविधि र दिनचर्या सामान्यतर्फ उन्मुख छ। अब छापा माध्यम पहिलेकै अवस्थामा फर्किन सक्छ त ? 'कोभिडले अब हामी पहिलेकै अवस्थामा फर्किन त सक्दैनौं तर नागरिक भरोसा, विश्वसनीयता र जवाफदेहिताका आधारमा हाम्रो उपस्थिति अनिवार्य र अपरिहार्य छ', कान्तिपुर ग्रुपका स्वाँर भन्छन्- हिजोको अवस्थामा फर्किन नसके पनि जसरी मिथ्या समाचार फैलिने क्रम बढेको छ, त्यस्तो अवस्थामा हाम्रो जस्तो मिडिया बलियो हुनुपर्छ भन्ने स्थापित भएको छ। आमदानीमा हामी पहिलेको अवस्थामा पुग्न नसके पनि सामग्री उत्पादनमा बलियो हुन सक्छौं।

हुमागाईं केही टेलिभिजन र केही रेडियो बन्द हुने तर्क गर्छन्। सरकारले मिडिया खोल्ने क्रममा 'सकारात्मक अवरोध' गर्नुपर्ने उनको तर्क छ। नत्र अवैध लगानीहरू मिडियामा जोडिने क्रम बढ्दै जाने र यो क्षेत्र थप धराशायी हुन सक्ने जोखिममा रहेको उनले बताए। नेपालको मिडियामा लगानी गर्न पुँजीपति वर्ग र राजनीतिक वर्ग सक्रिय हुन थालेकाले यसले सङ्कट ल्याउन सक्ने सङ्केत गर्छन् बाह्रखरी अनलाइनका सञ्चालक प्रतीक प्रधान। 'एउटा मिडिया सञ्चालकले गरेका कमजोरीलाई अर्काले नखोतल्ने भएकाले लगानीकर्ता फेरिएका फेरियै छन्। मिडियामा अलिअलि आमदानी फ्याँकेकै भरमा गलत काम गर्नेहरूमाथि गाली नआउने भएकाले मिडिया सङ्कटमा छ'- प्रधानले भने।

विकल्प बन्यो अनलाइन

कोरोना भाइरस सङ्क्रमणकै बीच मिडिया हाउसभित्रको सङ्कटका कारण अन्नपूर्ण पोस्टबाट प्रधान सम्पादक हरिबहादुर थापा बाहिरिए। उनीसँगै त्यहाँ काम गरिरहेका केही अरू पत्रकार पनि बाहिरिए। त्यसपछि थापाको समूहले नयाँ अनलाइन सुरु गर्‍यो। 'एउटा त लेख्ने विकल्प

चाहिएको थियो अर्को समाचार स्रोतसँग जोडिइरहन आवश्यक पनि', थापाले कारण खुलाए- 'लकडाउनले डिजिटलको भविष्य देखायो। मानिसले अझै छापा माध्यमको स्वाद लिन सकिरहेका छैनन्। पत्रिका अब पहिलेकै जस्तो प्रभावकारी हिसाबले आउन सक्दैन।' थापाका अनुसार यसबीचमा मानिसको पठन शैली फेरिएको छ भने पहिले जस्तै छापा माध्यमको एजेन्डा सेट गर्ने हैसियत पनि कमजोर बन्दै गएको छ। कोभिडविरुद्धको खोपपछि पत्रिकामा मानिस फेरि फर्किन सक्ने सम्भावना रहे पनि पहिलेकै अवस्था भने नआउने उनको तर्क छ। परम्परागत पत्रकारिताबाट अनलाइन पत्रकारितामा होमिएकाहरू कति समय त्यसमा अडिन सक्छन् त्यो अहिले नै भन्न सकिने अवस्था छैन तर विज्ञापनको बजार भने डिजिटल मिडियातर्फ बढ्ने क्रम जारी छ। सूचीकृत अनलाइनको सङ्ख्याले पनि यसतर्फको आकर्षण देखाउँछ।

घटना अध्ययन

दि हिमालयन टाइम्स

सरकारले २०७६ साल चैत ११ गते लकडाउन घोषणा गरेको केही दिनपछि अङ्ग्रेजी राष्ट्रिय दैनिक दि हिमालयन टाइम्सका प्रबन्ध निर्देशक रविन लामाले सम्पादकसहित अन्य विभाग प्रमुखहरूलाई एउटा लामो इमेल पठाए। इमेलमा 'होप' अर्थात् आशा गर्नु कुनै योजना वा रणनीति नभएको भन्दै संस्था बचाउनका लागि केही काम तुरुन्त गर्नुपर्ने उल्लेख थियो। कम्तीमा पनि ६ महिना कठिन परिस्थितिको सामना गर्नुपर्ने पूर्वानुमान गर्दै व्यवस्थापनले ६ वटा निर्णय गरेको थियो। त्यसमा प्रमुख विषय नै तलब कटौतीको थियो।

उच्च व्यवस्थापनका कर्मचारीहरूले पहिलो ३ महिना कुनै तलब नपाउने, त्यसबाहेक सबैले पहिलो महिना आधा तलबमात्र पाउने, दोस्रो महिनादेखि काम आवश्यक परेकालाई काममा राखिने र उनीहरूले आधा तलबमात्र पाउने, दोस्रो महिनापछि कम्पनीले कार्य मूल्याङ्कन गरी आवश्यक नपरेकाहरूलाई अनिश्चितकालसम्म बेतलबी बिदामा राख्ने, लकडाउनका बेला तत्काल आवश्यक नपर्नेहरूलाई अन कलमा राखिने र एकचौथाइ तलबमात्र पाउने जस्ता प्रावधान उल्लेख थिए। उक्त इमेलमा सरकार वा अन्य स्रोतबाट अनुदान पाइयो भने वा व्यवसाय सुध्रियो भने त्यही आधारमा मात्र गुमेको तलब भुक्तानी गरिने पनि उल्लेख थियो।

कोरोना भाइरसको सङ्ग्रहणसँगै पत्रिका प्रकाशन गरी त्यसलाई इ-पेपरमात्र वेबसाइटमा अपलोड गरियो। प्रबन्ध निर्देशक लामाले पठाएको त्यो प्रस्ताव न्युजरुमले अस्वीकार गर्‍यो। व्यवस्थापनले न्युजरुमलाई खर्च घटाउने योजना ल्याउन भन्यो। त्यसअनुसार अनौपचारिकरूपमा २५ प्रतिशत तलब 'स्याक्रिफाइस' गर्ने कि भन्ने छलफल पनि न्युजरुम र विभाग प्रमुखहरूको भएको तर त्यसबारे व्यवस्थापनले कुनै पनि कुराकानी नगरेको त्यहाँ कार्यरत पत्रकारहरू बताउँछन्। त्यसलगत्तै काठमाडौँबाहिरका ब्युरोहरू बन्द गरिए।

लकडाउन खुलिसकेपछि पनि त्यहाँ कार्यरत धेरै पत्रकारले तलब भने चैतदेखि नै नपाएको बताए। चैत महिनाको आधा तलब भने केहीले मात्र पाएका छन्। कसले पायो, कसले पाएन? पाउनेले किन पाए, नपाउनेले किन पाएनन्? व्यवस्थापनले कसलाई छानेर आधा तलब दिएको हो भन्ने पनि उनीहरूलाई थाहा छैन। चैतको तलब साउन लाग्दासमेत नपाएपछि त्यहाँका पत्रकारले छाता सङ्गठन पत्रकार महासङ्घ गुहारेका थिए। महासङ्घले सेवा/सुविधा उपलब्ध गराउन भन्दै पठाएको पत्र व्यवस्थापनले बुझ्न नमानेपछि स्क्यान गरी इमेलबाट पठाउनुपरेको थियो।

घटना अध्ययन

नेपाल रिपब्लिक मिडिया

नेपाल रिपब्लिक मिडिया प्रालिबाट नेपाली राष्ट्रिय दैनिक, रिपब्लिका अङ्ग्रेजी राष्ट्रिय दैनिक, शुक्रबार साप्ताहिक ट्याब्लेट, परिवार मासिक म्यागेजिन गरी ४ वटा पत्रिका प्रकाशन हुन्थ्यो। सन् २०२० अप्रिल १५ मा रिपब्लिका अङ्ग्रेजी राष्ट्रिय दैनिकको छापा संस्करण बन्द भयो। अन्तिम अङ्कमा प्रबन्ध निर्देशक विनोदराज ज्ञवालीले कोरोना भाइरस महामारीका कारण विश्वभरिकै न्युजरुम प्रभावित भएको भन्दै रिपब्लिकाको प्रकाशन अर्को सूचना नभएसम्मका लागि बन्द गरिने घोषणा गरेका थिए। त्यसपछि रिपब्लिकाका पत्रकारहरू लामो समय अन्यालमै रहे। उनीहरूलाई न बेतलबी बिदा भनियो न पुरानो बक्यौता तलब नै भुक्तान गरियो। ती पत्रकारले सुनाए- सम्पादकले हामीलाई काम गर्न भने तर हामीले पुरानो तलबबिना काम नगर्ने भन्यौं।

नेपाल रिपब्लिक मिडियाका थप २ प्रकाशन (शुक्रबार साप्ताहिक र परिवार मासिक) भने सुरुमा इ-पेपरमा सीमित थियो। तर केही समयपछि व्यवस्थापनले शुक्रबार र परिवार दुवै टिमलाई बोलाएर समयमा तलब

दिन नसकिने र बन्द गर्ने विषयमा छलफल गर्‍यो। त्यसपछि तलबको हिसाब गरी बिदा हुनेबाहेक पत्रकारहरूसँग अरु उपाय रहेन। यद्यपि यी २ पत्रिका बन्द गर्ने औपचारिक सार्वजनिक घोषणा भने नेपाल रिपब्लिक मिडियाले गरिसकेको छैन।

‘शुक्रबार’ बन्द भएसँगै नेपाली बजारमा ठूला मिडिया हाउसले प्रकाशन गर्ने ट्याब्लेवाइडको युग सकिएको रूपमा बुझ्न सकिन्छ। त्यसको एक हप्ताअघिमात्र अन्नपूर्ण मिडिया नेटवर्कबाट प्रकाशन हुने यस्तै शैलीको ‘सम्पूर्ण’ साप्ताहिक पनि बन्द भएको थियो। त्यसअघि असार ११ मै कान्तिपुरले पनि ‘साप्ताहिक’ बन्द गरेको थियो। एउटै शैलीका यी ३ पत्रिका कोरोनाका कारण बन्द भए। कोरोनाभन्दा अघि नै नयाँ पत्रिकाको यस्तै शैलीको पत्रिका ‘गज्जब’ बन्द भइसकेको थियो। २०७३ मङ्सिरदेखि प्रकाशन थालेको ‘गज्जब’ २०७५ वैशाखमा बन्द भएको थियो। त्यतिबेला गज्जबलाई शनिबारे अड्क भन्दै नयाँ पत्रिकामै मर्ज गर्ने भनिएको थियो तर पछि त्यो नाम पनि रहेन।

वि.सं. २०७६ असोजमा नागरिक दैनिकमा कार्यरत पत्रकार सुविद गुरागाईंको अगुवाइमा ५ दिने सत्याग्रह आयोजना गरियो। पत्रकारिताका विभिन्न संस्थाले उनको सत्याग्रहमा ऐक्यबद्धता जनाएका थिए। ५ दिने सत्याग्रहमा सरकारले तोकेको पारिश्रमिक दिनुपर्ने, पुरानो बाँकी बक्यौता चुक्ता गरी मासिक पारिश्रमिक दिनुपर्ने, श्रमजीवी पत्रकार ऐन पूर्ण कार्यान्वयन गर्नुपर्ने, कोरोनाको बहानामा श्रमजीवीलाई दुःख दिन नहुने, ६ महिना परीक्षण काल पूरा गरेकालाई अनिवार्य स्थायी नियुक्तिपत्र दिनुपर्ने जस्ता माग राखिएका थिए। सत्याग्रहकै बीच नेपाल रिपब्लिक मिडियाले २०७६ असोज ९ गते सार्वजनिक विज्ञप्ति जारी गर्दै ‘नितान्त आन्तरिक विषयलाई आधार बनाइ सुनियोजित आक्रमण गरिएको’ आरोप लगाएको थियो। उक्त मिडियामा महिनादेखि पारिश्रमिक नदिइएको कुरामा सत्यता नभएको दाबी गरिएको थियो। त्यसलगत्तै कम्पनीले आन्दोलनरत पत्रकारहरूको माग पूरा गर्दै समस्या सल्ट्याएको हो।

घटना अध्ययन

कान्तिपुर मिडिया गुप

लकडाउन शुरू भएको केही दिनमा कान्तिपुरले (२०७६ चैत १४) विशेष प्रकाशकीयमा भनेको थियो- कान्तिपुर, द काठमान्डु पोस्ट, साप्ताहिक, नेपाल र नारी पत्रिकाको मुद्रण तथा वितरण शुक्रबारपछि केही दिनका निम्ति स्थगन हुनेछन्। त्यसपश्चात् हामी दैनिक रूपमा परिस्थितिको आकलन गर्नेछौं र हालको स्थितिमा अलिकति सुधार आउनासाथ हाम्रा पत्रिकाहरू पूर्ववत् प्रकाशित गरिनेछन्। अहिले केही समय हाम्रा प्रिन्ट माध्यममात्र स्थगित भएका हुन्, हामीसँग सशक्त डिजिटल माध्यमहरू छँदैछन्।

अन्य दैनिक पत्रिका बन्द नभएपछि कान्तिपुरले पनि १ हप्तामै कान्तिपुर र काठमाण्डौं पोस्ट फेरि छाप थाल्यो। तर अन्य सह-प्रकाशनहरू भने प्रकाशित भएनन्। यसै बीचमा व्यवस्थापनले पटक-पटक सम्पादकहरूसँग वार्ता गरेर खर्च घटाउने योजना माग्यो। सम्पादकहरूलाई एकतिहाइ जनशक्तिबाट काम चलाउन निर्देशन दिएपछि थुप्रै पत्रकार बिदामा बसे। बिदामा बस्नेहरूलाई २ महिना जति न्यूनतम तलबमात्र दिइएको थियो। न्यूनतम तलबमा सरकारी स्केल र कान्तिपुरको स्केल निकै फरक छ।

कान्तिपुर मिडिया गुपका पत्रकारहरूलाई बेतलबी बिदा दिएको सम्बन्धमा नेपाल पत्रकार महासङ्घको विज्ञप्ति आएपछि कान्तिपुरले आपत्ति जनायो। महासङ्घले जारी गरेको अर्को विज्ञप्तिमा भनिएको छ- 'महासङ्घको विज्ञप्ति सार्वजनिक भएलगत्तै कान्तिपुर प्रकाशन गृहको व्यवस्थापन पक्षले मौखिक तथा लिखितरूपमा महासङ्घको विज्ञप्तिमा कान्तिपुरको समेत नाम आएकोमा गम्भीर आपत्ति जनाउँदै आफ्नो प्रकाशन गृहले कसैलाई पनि तलब पारिश्रमिक नपाउने गरी बिदामा नराखेको जनाएको छ। कान्तिपुरले आफ्नो संस्थाले चैत महिनासम्मको सबै श्रमजीवीको तलब, पारिश्रमिक समयभित्रै भुक्तानी गरिसकिएको, कसैलाई पनि बेतलबी बिदामा नराखिएको जनाउँदै आगामी दिनमा पनि समयमै श्रमजीवी पत्रकारहरूलाई पारिश्रमिकलगायतको सुविधा उपलब्ध गराउने प्रतिबद्धता जनाएको छ।

वि.सं. २०७७ वैशाखमा कान्तिपुरको एचआरबाट ४२ जनालाई बेतलबी बिदामा बस फोन गएको थियो। यसमा काठमाडौंभित्र काम गर्ने ३० जना र काठमाडौं बाहिरका १२ जना पत्रकार थिए। काठमाडौंभित्रका ३० जनामा प्रुफ रिडर, डिजाइनर र पत्रकार पनि पर्छन्। व्यवस्थापनले न्युजरुमका एकतिहाइ सदस्यलाई एक महिना, अर्को एकतिहाइ सदस्यलाई अर्को महिना र अर्को एकतिहाइ सदस्यलाई १ महिना गरी कूल ३ महिना बेतलबी बिदामा राख्ने तयारी गरेको थियो।

२०७७ असार ११ गते कान्तिपुर पब्लिकेसन्सले आफ्ना ३ पत्रिका साप्ताहिक, नेपाल र नारी बन्द गर्ने घोषणा गरेको भन्दै विभिन्न अनलाइनमा समाचार आयो तर कान्तिपुरले भने न यस विषयमा केही बताएको थियो न त प्रकाशित समाचारहरूको खण्डन नै गरेको थियो। नियमित अपडेट हुने साप्ताहिकको वेबसाइटमा त्यो दिनदेखि नयाँ सामग्री आउन छाड्यो। यी ३ वटा पत्रिकामा काम गरिरहेका ५३ जना श्रमजीवी पत्रकार लामो समय अन्योलमा रहे। असार ११ गतेको दिन ३ पत्रिकाका २ सम्पादकले आफूमातहतका पत्रकारहरूलाई व्यवस्थापनले बन्द गर्ने निर्णय गरेको मौखिक जानकारीमात्र दिएका थिए। त्यसै दिनदेखि साप्ताहिक, नेपाल र नारीका फेसबुक र ट्विटर अकाउन्टहरूमा नयाँ केही आउन छाडेको थियो। यता कान्तिपुरकै पत्रकार महासङ्घको शाखाले समस्या समाधान गर्न पहल नगरेकोमा असन्तुष्टि व्यक्त गरेको थियो।

साप्ताहिक र नारीको टिम तथा नेपाल म्यागेजिनको टिमले छुट्टाछुट्टै अध्यक्ष तथा प्रबन्ध निर्देशक कैलाश सिरोहियासँग भेटेको थियो। 'सबैखाले दुश्मनहरूसँग जुधेँ तर यो कोरोनासँग जुध्न सकिएन, अब मैले धान्न सकिन्न, त्यसैले बन्द गर्न बाध्य भएँ। हाललाई बन्द गरेँ तर यी मेरा गहना हुन्, उपयुक्त परिस्थिति भएपछि चलाउँछु'- अध्यक्ष सिरोहियाको भनाइ उद्धृत गर्दै एक पत्रकारले भने। करारमा रहेकालाई ३ महिनाको तलब बराबरको रकम र स्थायी पत्रकारलाई अलि बढी महिनाको तलब दिइ व्यक्तिगतरूपमा यो विषयलाई 'सेटल' गरियो। ३ वटा पत्रिका बन्द हुँदा बेरोजगार भएका ५३ जनाले राजीनामा दिए। कार्यरत सबैजसोलाई राजीनामा गराइसकेपछि ३ महिनादेखि ४ महिनासम्मको तलब बराबरको रकम दिएर बिदाबारी गरियो।

त्यसपछि बल्ल वि.सं. २०७७ साउनमा कान्तिपुरले सूचना प्रकाशन गरी नेपाल र साप्ताहिक पत्रिकाको प्रकाशन हाललाई स्थगित गरिएको सूचना सार्वजनिक गर्‍यो। साथै, सूचनामा बन्द रहेको 'नारी' मासिकको पुनः प्रकाशन निकट भविष्यमा सुरु हुने जानकारी पनि दिइएको थियो। कान्तिपुरको ११ पेजमा यस्तो जानकारी दिइएको थियो भने अन्तिम पेजमा त नारीको पुनरागमन भदौदेखि भनेर विज्ञापन नै छापिएको थियो। प्रकाशन स्थगित हुनुअघि 'नारी' र 'साप्ताहिक' का सम्पादक राजाराम गौतम थिए। पुनः प्रकाशन सुरु हुँदा भने यसअघि सम्पादकीय संयोजकका रूपमा रहेकी उपासना घिमिरे सम्पादक भइन्।

घटना अध्ययन

अन्नपूर्ण मिडिया नेटवर्क

वि.सं. २०७४ भदौ १४ गते सुरु भएको 'अन्नपूर्ण सम्पूर्ण' साप्ताहिकको प्रकाशन कोरोना कहरकै बीच बन्द भयो। अन्नपूर्णले यसअघि 'अन्नपूर्ण टुडे' म्यागेजिन डिजिटलमा आउने वाचासहित बन्द गरेपनि त्यो वाचा पूरा गर्न सकेन। नेपाल न्युज नेटवर्क इन्टरन्यासनलले 'सम्पूर्ण' बन्द गरेको आधिकारिक घोषणा गरेको थिएन तर सम्पादक राजन नेपालले फेसबुकमा व्यवस्थापनले 'अन्नपूर्ण सम्पूर्ण' साप्ताहिक प्रकाशन बन्द गर्ने निर्णय गरेको लेखे। योसँगै यसमा कार्यरत ८ जना पत्रकार एकै पटक बेरोजगार बने। लकडाउनलगत्तै प्रकाशन बन्द भएको अन्नपूर्ण सम्पूर्ण ३ हप्ता इ-पेपरका रूपमा प्रकाशित भइ पूर्णरूपमा बन्द भयो।

ट्याब्लेड पत्रिकाहरूको बजार घट्दो क्रममै थियो तर कोरोना पत्रिका बन्द गर्ने राम्रो बहाना बन्यो। सम्पूर्ण पनि कोरोनाकै कारण बन्द भयो। कोरोनाका कारण आर्थिक सङ्कट भएको भन्दै कम्पनीले सुरुमा स्वयंसेवाको प्रस्ताव गर्यो र पछि आधा तलबमात्र दिन थाल्यो। यसले धेरैको स्थिति डाँवाडोल बन्यो। सम्पादक नेपालका अनुसार ५ महिनादेखि आधा तलब मात्र पाइन्थ्यो। यो स्थिति यतिबेलासम्म हुन्छ भन्ने भनिदिएको भए बस पनि हुन्थ्यो तर सबै कुरा अनिश्चित थियो। अझ 'कम्पनी नाफामा नआउन्जेल' खालको भाषा प्रयोग भएकाले आधा तलब कहिलेसम्म कायम रहने निश्चित थिएन। 'कम्पनीले यो प्रकाशन प्याक अप गर्छौं, सहयोग गर्नुस् भनेकाले हामी राजीनामा गरेर निस्किएका हौं' - नेपालले भने।

वि.सं. २०७७ वैशाख १६ गते सुरु भएको लकडाउनको १ महिनापछि अन्नपूर्ण पोस्टको कार्यालयमा बसेको आकस्मिक बैठकमा प्रकाशक रामेश्वर थापाले स्थिति कठिन रहेको र आफू अउरोमा परेको बताउँदै पारिश्रमिक नलिइ स्वयंसेवाका रूपमा काम गर्न अनुरोध गरे। त्यसपछि थापाले तलब कटौती प्रस्ताव ल्याए तर दालभात नै खान नपुग्ने रकममा उपस्थितहरूको सहमति जुटेन।

प्रधानसम्पादक हरिबहादुर थापाले कमिटी गठन गर्ने र के/कसरी गर्न सकिन्छ सोचेर योजना बनाउने प्रस्ताव राखेपछि बैठक टुङ्गियो। सोही बैठकपछि सम्पादक अखण्ड भण्डारीले व्यवस्थापनको पक्ष लिएको भन्दै प्रधानसम्पादक थापाले केही समय उनलाई जिम्मेवारी नै दिएनन्। आकस्मिक बैठकको पर्सिपल्ट तलब घटाउने निर्णय सुनाइएको थियो। सोही दिन अन्नपूर्ण पोस्टको आन्तरिक प्रयोजनका लागि बनेको एउटा फेसबुक ग्रुप च्याटमा भएको कुराकानीले थप विवाद निम्त्यायो। पछि त्यही ग्रुप च्याटमा लेख्ने ६ जना कारबाहीमा परे।

अन्य पत्रकारलाई चैत महिनाको तलब दिँदा पनि ती ६ जना पत्रकारको तलब रोकियो। यसैबीच अष्टेरो परिस्थिति आएको भन्दै प्रधानसम्पादक थापाले राजीनामा दिने जानकारी आफू निकट पत्रकारहरूलाई दिए। व्यवस्थापनले पत्रकार र कर्मचारीहरूको तलब दिन आनाकानी गरेपछि थापाले राजीनामा दिएकाे खबर जेट २८ गते अनलाइनहरूमा आयो। थापाको राजीनामापछि भण्डारी सम्पादक बने। उनले असार ८ गते १४ जनालाई विशेष खोज ब्युरोमा राखिएको घोषणा गरे। तीमध्ये ६ जना (२ जना विभागीय प्रमुख, ३ जना वरिष्ठ उपसम्पादक र १ जना उपसम्पादक)लाई न काम दिइयो न त तलबै। असार १६ गते ती पत्रकारले श्रमजीवी पत्रकारसम्बन्धी ऐन २०५१ बमोजिम आफूहरूलाई स्थायी गरी सेवा/सुविधा उपलब्ध गराइपाउँ भनी व्यवस्थापकलाई लेखेको पत्र न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समिति, प्रेस रजिस्ट्रार र नेपाल पत्रकार महासङ्घलाई बोधार्थ दिए। ऐनमा ६ महिनाको परीक्षणकाल पूरा गरेपछि स्थायी नियुक्ति दिनुपर्ने उल्लेख छ। पत्र लेखेको भौलिपल्ट व्यवस्थापनले उनीहरूलाई २४ घण्टे स्पष्टीकरणको पत्र काट्यो। पत्रमा असार १ गतेदेखि कार्यालयमा काम नगरेको र सम्पादकसँग परामर्श/समन्वय नगरेको आरोप लगाइयो।

उनीहरूले जवाफमा इन्टरनेटको लगइन काटिएको, सम्पादकले कामबाट विमुख गरी पारिश्रमिक र सेवा/सुविधा रोकेको, प्रताडना दिन २४ घण्टे स्पष्टीकरण सोधेको, मानसिक तनाव दिएकी, कामबाट हटाउने बदनियत राखेको, वर्षौंसम्म एउटा (कोही डेस्कमा, कोही फोटोमा) काम गर्नेलाई अर्कै काममा लगाइएको जस्ता कुरा लेखेका छन्। जवाफी पत्र पनि उनीहरूले प्रेस रजिस्ट्रार र नेपाल पत्रकार महासङ्घलाई बोधार्थ दिएका छन्।

स्पष्टीकरण दिने ६ जनामध्ये केहीले आफ्नो पारिवारिक समस्याको मार्मिक उदाहरण दिँदै बारम्बार अनेक तरिकाबाट मानसिक तनाव र प्रताडनाले कुनै पत्रकारले आत्महत्या गरे को जिम्मेवार हुने भन्ने समेत प्रश्न सोधेका छन्। असार २९ गते ६ जनालाई दार्चुला, हुम्ला, मनाङलगायतका दुर्गम जिल्लामा सरुवा गरियो। विशेष खोज ब्युरो नाम दिइएको ६ जिल्लामा सरुवा गरिएकाहरूमा फोटो सम्पादक विकास कार्कीलाई नेपालभर संयोजन गर्ने गरी धनगढीमा विशेष खोज फोटो संयोजकको पद दिइयो। डेस्क प्रमुख विश्वराज खनाललाई विशेष खोज संयोजकको पद दिइ इलाम सरुवा गरियो भने बाँकी ४ जनालाई विशेष खोज विशेष प्रतिनिधि पद दिइयो। त्यसमध्ये दार्चुलामा सुशील पोखरेल, हुम्लामा डिल्लीराज उपाध्याय, रोल्पाका दीपकराज घिमिरे र मनाङमा गौविन्द देवकोटालाई खटाइयो। घटनाक्रमले सरुवाको नाममा आफ्नो हकअनुसारको तलब/सुविधा माग्दा कारबाही गरेको देखाउँछ। लगत्तै उनीहरूले प्रेस रजिस्ट्रारसमक्ष पारिश्रमिक, सेवा/सुविधासहित काम गर्ने व्यवस्था मिलाइदिन, सरुवा रद्द गर्न र स्थायी हुन पाउँ भन्दै उजुरी दिए। मानसिक तनाव र उत्पीडन दिएकाले कारबाहीको माग गर्दै मानव अधिकार आयोगमा अर्को उजुरी दिए।

असार १ गते उनीहरूले साबिक पदमा हाजिर गरी काम गर्न पाउनुपर्ने माग राख्दै अन्नपूर्ण व्यवस्थापकलाई लेखेको पत्रमा पारिश्रमिकबाट कट्टा गरिएको सञ्चय कोषबापतको रकम कुन सञ्चय कोषमा जम्मा गरिएको हो, त्यसको विवरण, कट्टा गरिएको नेपाल सरकारलाई बुझाएको करबापतको कर चुक्ता प्रमाण विवरणसमेत माग गरिएको थियो। नेपाल पत्रकार महासङ्घले ३ दिनभित्र सरुवा बदर नगरिए आन्दोलन गर्ने चेतावनीसहितको विज्ञप्ति जारी गर्यो र छलफलबाट समस्या समाधान गर्ने गरी वार्ता भयो। अन्नपूर्ण व्यवस्थापनले कात्तिक २३ गते श्रम तथा रोजगार कार्यालयलाई ६ मध्ये १ दीपकराज घिमिरेले २०७७ असोज २८ देखि विगतका असन्तुष्टि त्यागी आत्मालोचना गर्दै काम गर्न राजी भएको निवेदनअनुसार हाजिर भइ काम गर्न सुरु गरिसकेको जानकारी दियो। बाँकी ५ जनाले भने तोकिएको कार्यस्थलमा नगइ पदीय मर्यादा तथा जिम्मेवारी उल्लङ्घन गरेको आरोप लगाउँदै श्रम कार्यालयलाई पत्राचार गर्यो। पुस महिनामा व्यवस्थापनले उनीहरूलाई १ महिनाका लागि पूर्ववत् जिम्मेवारीमा फर्काएको पत्र दियो तर व्यवस्थापन र पत्रकारबीच विवाद कायमै रहेको अवस्थामा नेपाल पत्रकार महासङ्घको रोहवरमा पुस १९ गते एउटा ४ बुँदे सहमति भयो। सहमतिमा स्वेच्छिक अवकाश लिए श्रमजीवी पत्रकार ऐनबमोजिमको सेवा/सुविधा उपलब्ध गराउने उल्लेख छ। त्यसैगरी पत्रकारहरूले चैत महिनादेखि पाउनुपर्ने तलब दिने र महासङ्घले घोषणा गरेको आन्दोलन फिर्ता लिने पनि सहमति भयो।

निष्कर्ष र सुझाव

मुलुक सङ्घीयतामा गए पनि मुख्य मिडियाहरू वाग्मती प्रदेश त्यसमा पनि काठामाडौं उपत्यकामा बढी छन्। राष्ट्रिय तहमा राजधानीबाट प्रकाशन तथा प्रसारण हुने मिडियाको प्रभाव बढी देखिन्छ। कोभिड-१९ को महामारी सुरु भएपछि त्यसको नकारात्मक प्रभाव मिडियामा धेरै परेको पाइन्छ। समाजका आर्थिक, शैक्षिक, उद्योगलगायतका क्षेत्रमा परेको असर मिडियाको सामग्री, जनशक्ति, प्रभाव, आम्दानी, पहुँचलगायतमा पन्थो जसको मारमा मिडिया र पत्रकार परे। कोभिड-१९ का कारण केही मिडिया बन्द पनि भए भने धेरै मिडिया समस्यासँग जुध्दै सञ्चालनमा रहे। यसबीचमा सूचना प्रवाह तथा जनचेतना जगाउन मिडियाको भूमिका उल्लेख्य भए पनि मिडियामा मूलत् ४ खालका प्रवृत्ति देखा परे जसमा मिडिया बन्द पत्रकार बेरोजगार, आधा काम आधा तलब, पत्रकारको सङ्ख्या कटौती र न्यूनतम पारिश्रमिक र भत्ता कटौती। वाग्मती प्रदेशमा मिडियासम्बन्धी निम्न कुरा हुन जरुरी देखिन्छ-

- मिडियाले विपद् तथा महामारीसम्बन्धी कार्यविधि र कार्यक्रम बनाउनुपर्छ। र, महामारी सुरु भएदेखि त्यसलाई लागु गर्नुपर्छ।
- विपद् तथा महामारीमा मिडिया र पत्रकारलाई लक्षित गरेर सरकारले राहत, सहयोग र सहूलियतका विशेष कार्यक्रम ल्याउनुपर्छ जसबाट मिडिया र पत्रकारहरू लाभान्वित हुन सक्छन्।
- पत्रकारहरूलाई सम्भव भएसम्म बिदा गर्ने हुन्। बिदा गर्नेपने अवस्था आएमा श्रमजीवी पत्रकार ऐनअनुसार सबै सेवा/सुविधा दिएरमात्र बिदा गर्नुपर्छ। अनेक बहाना बनाएर पत्रकारलाई दुःख दिने र छाडेर जाउन् भन्ने गलत नियत राख्नुहुँदैन।
- मिडियामा न्यूनतम पारिश्रमिक पाउनका लागि समेत सङ्घर्ष गर्नुपरेको अवस्था छ। त्यो अवस्था अन्त्यका लागि सरकार, मिडिया सञ्चालक, पत्रकार, नेपाल पत्रकार महासङ्घलगायतबीच छलफल भइ सहमति कायम हुनुपर्छ।

अन्तर्वार्ता सूची

- रेवती सापकोटा, प्रेस रजिष्ट्रार, वागमती प्रदेश (२०७७ कार्तिक)
- महेश स्वॉर, नायव महाप्रबन्धक, कान्तिपुर मिडिया ग्रुप (२०७७ कार्तिक)
- लक्ष्मण हुमागाईँ, महासचिव, मिडिया अलाइन्स (२०७७ कार्तिक)
- प्रतीक प्रधान, प्रधान सम्पादक, बाह्रखरी डटकम (२०७७ कार्तिक)
- हरिबहादुर थापा, पूर्व प्रधान सम्पादक, अन्नपूर्ण पोष्ट (२०७७ कार्तिक)
- राजन नेपाल, पूर्व सम्पादक, सम्पूर्ण (२०७७ कार्तिक)
- अनुरोध गरेकाले केही पत्रकारको नाम गोप्य राखिएको

आम्दानी घट्यो, पत्रकार हटाइए

सन्तोष पोखरेल

गण्डकी प्रदेशमा ११ वटा जिल्ला पर्छन्। जसमा मनाङ, मुस्ताङ, बागलुङ, पर्वत, म्याग्दी, कास्की, लमजुङ, स्याङ्जा, तनहुँ, गोरखा र नवलपुर छन्। प्रेस काउन्सिल नेपालको ४५औँ वार्षिक प्रतिवेदन अनुसार गण्डकी प्रदेशमा ५९५ वटा पत्रिका दर्ता भएकामा ८४ वटा प्रकाशित छन्। जिल्लाहरूमा एफएम रेडियो र टिभी सञ्चालनमा रहे पनि सङ्ख्यात्मक हिसाबले पोखरामा बढी छन्। पोखरामा ३६ वटा एफएम रेडियो सञ्चालनमा छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार गण्डकी प्रदेशमा १,०१३ पत्रकार छन्।

मिडिया र पत्रकारहरू कोरोना भाइरस सङ्क्रमणको प्रभावबाट प्रभावित भए। नेपाल पत्रकार महासङ्घका गण्डकी प्रदेश अध्यक्ष त्रिभुवन पौडेलले कोरोनाका कारण पत्रकारहरूको पेसागत सुरक्षा सबै भन्दा बढी जोखिममा परेको बताए। ‘धेरैजसो पत्रकारले काम गरे पनि तलब पाउने अवस्था छैन। मिडिया हाउसले कर्मचारी कटौती गर्ने निहुँ बनाएका छन्। पत्रकारलाई अन्योलमा राख्ने काम गरिएको छ। पत्रकारलाई काममा आऊ पनि नभन्ने निष्काशन गरेको पनि नभन्ने र तलब पनि नदिने गर्दा बढी चुनौती छ। पोखरामा यो समस्या बढी छ’, पौडेलले भने - अरू जिल्लामा पनि राजधानीका सञ्चारमाध्यममा कार्यरत पत्रकारको तलब कटौती गरिएको छ। काम नपाएको गुनासो पत्रकारको छ। विज्ञापन सङ्कलन गरेर पनि काम गर भन्ने अवस्था टिभीका पत्रकारलाई आइपरेको छ।

नियमितरूपमा तलब नपाउँदा र पाउने दिन निश्चित नहुँदा काममा फर्किनु कि नफर्किनु भन्ने तनाव रहेको पनि पौडेलले बताए। ‘जागिरलाई निरन्तरता दिने हो भने कोरोनाको डर छ, नर्दिँदा आम्दानी गुम्ने त्रास छ। डेरा गरी बस्ने पत्रकारलाई झनै बढी समस्या छ। कोरोना सङ्क्रमण भयो भनेर बताउन पनि समस्या छ’- पौडेलले भने। लकडाउनपछि केही अनलाइन सञ्चालनमा आएको बताउँदै त्यसलाई थोरै भए पनि अवसरको रूपमा लिन सकिने उनको भनाइ छ। ती सञ्चारमाध्यमले रोजगारीका केही अवसर सिर्जना गरेका पनि छन्।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका महासचिव गणेश पौडेल पनि पत्रकारलाई जीविकोपार्जनमा बढी समस्या भएको बताउँछन्। ‘घोषित भन्दा अघोषितरूपमा काममा नआऊ भन्न थालिएको छ र भनिएको पनि छ। कामबाट पनि ननिकाल्ने, अनि काममा पनि नलगाउने गर्दा अन्योल भएको छ। पत्रकार साथीहरू पेसाबाट विस्थापित हुने अवस्था छ’, पौडेलले भने- हामीले विभिन्न जिल्लामा गएर छलफलका क्रममा पत्रकारलाई परेको अप्ठेरो थाहा पाएका छौं। केही साथीले राहत पाउन पाए हुन्थ्यो भन्ने आशा राखेका छन्। तलब पाइएन भन्ने गुनासो एकातिर छ अर्कोतिर रोजगारी नै गुमाएको अवस्था छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका सदस्य गोविन्द सुवेदीका अनुसार कोरोना सङ्क्रमणका कारण एकतिहाइ पत्रकारको जागिर गुमेको छ, कतिपयले जागिर गुमेको खबर सार्वजनिक गरेका छन्, कतिपय भने मौन बसेका छन् जो बताउन चाहँदैनन्। सुवेदीले ८० प्रतिशत पत्रकारले पहिले जति पारिश्रमिक नपाएको दाबी गर्दै भने- ‘पत्रकारले खाइपाइ आएको नियमित आमदानी गुमाउँदा घर खर्च धान्न सकस छ। निरन्तर काम गरिरहेका पत्रकारले राम्रो दिन पर्खेका छन्। यस्तै अवस्था रहिरहे पत्रकारिता पेसालाई निरन्तरता दिने कि नदिने भन्ने सोचाइमा धेरै पत्रकार छन्। सबैजसो अप्ठेरोमा छन्।’ सञ्चारमाध्यमले पत्रकारलाई तलब नदिन कोरोनालाई बहाना बनाएको बताउँदै उनले भने- ‘मन नपराएका पत्रकारलाई निकाल्ने र तलब घटाएर मानसिक तनाव दिने काम गरेका छन्। पत्रकार महासङ्घ यी विषयमा जानकार हुँदाहुँदै पनि मौन बस्नुपरेको अवस्था छ। पत्रकार लिखितरूपमा समस्या लिएर महासङ्घमा आउन सकेका छैनन्। महासङ्घका पदाधिकारी नै मिडिया सञ्चालक भएकाले पनि पत्रकारका समस्यालाई वास्ता गरेका छैनन्।’ सुवेदीको भनाइमा महासङ्घका अधिकांश पदाधिकारी यस्तै गरी चलिरहोस् भनी मालिकको पक्षमा छन्।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ कास्कीका अध्यक्ष दीपेन्द्र श्रेष्ठ पनि धेरै पत्रकारले जागिर गुमाउनुपरेको र पत्रकारलाई जबर्जस्ती बिदामा राखिएको बताउँछन्। ‘पत्रकारलाई काममा बोलाइएको छैन र निकालिएको पनि छैन। सेवा/सुविधा कटौतीको अवस्था छ। तलब पाएका छैनन्’, श्रेष्ठले भने- ‘लामो समयसम्म रोकिएको पारिश्रमिक नदिँदा पनि पत्रकार एकै पटक काम छाड्न सक्ने अवस्थामा छैनन्। लामो समयदेखि रोकिएको पारिश्रमिक आउने दिनको प्रतीक्षा गर्दागर्दै पत्रकार बेरोजगार बन्न पुगेका छन्।’ उनको भनाइमा ‘जिल्लामा कार्यरत पत्रकारहरू आफैं पनि सङ्क्रमित भएका छन्। सङ्क्रमित भएका धेरै पत्रकार डेरामा बस्नुपर्दा होम आइसोलेसनको समस्या छ। बिमा प्राप्तिमा पनि समस्या छ।’

ढोरपाटन दैनिकमा कार्यरत पोखराका वासु मिश्र कोरोना भाइरस सङ्क्रमण बढेसँगै बजार नै सुस्त भएको र सञ्चारमाध्यमको आम्दानी घटेको बताउँछन्। 'आम्दानी घटेपछि मुख्य कुरा पारिश्रमिकमा समस्या भएको छ। आम्दानीमा मात्र नभइ समाचार सङ्कलन र गुणस्तरमा पनि प्रभाव परेको छ। गतिविधि नै खुम्चिएका छन्। लकडाउनका कारण घरबाहिर निस्कन नपाएपछि टेलिफोनको भरमा समाचार सङ्कलन गर्नुपर्दा गुणस्तरीय र खोजमूलक सामग्री अभाव भएको छ', मिश्रले भने- सबै भन्दा अप्टेरो सञ्चारमाध्यमको आम्दानी घटेको छ। आम्दानी घटेको अवस्थामा काम गरे पनि तलब माग्न सक्ने अवस्था छैन। दैनिकी नै खुम्चिएको छ।

कोरोनाका कारण सञ्चारमाध्यम नै बन्द गर्नुपर्‍यो। पोखराबाट प्रकाशित आदर्श समाज दैनिक पत्रिकाको प्रकाशन कोरोना भाइरस सङ्क्रमण नियन्त्रणका लागि गरिएको लकडाउनसँगै २०७६ साल चैत ११ देखि बन्द भयो। लकडाउन केही सहज भएपछि आदर्श समाज दैनिक २०७७ जेठ २ गतेदेखि पुन प्रकाशन सुरु भएको थियो। त्यस्तै कोरोना सङ्क्रमणसँगै २०७६ चैत ११ मा लकडाउन सुरु भएपछि पोखरापत्र दैनिक पत्रिका पूर्णरूपमा प्रकाशन बन्द भएकामा २०७७ वैशाख १८ गतेदेखि बल्ल छान्न सुरु भयो। गोरखाको दरौदी दैनिक लकडाउन सुरु भएसँगै २०७६ साल चैत ११ देखि बन्द भएकामा २०७७ साल वैशाख १७ गतेदेखि पुनः प्रकाशित हुन थाल्यो। तनहुँबाट प्रकाशित हुने लोकवाणी दैनिक लकडाउनका कारण २०७६ साल चैत १० गतेपछि बन्द भएकामा २०७७ साल साउन १ देखि बल्ल प्रकाशन भयो।

त्यसबाहेक छापा सञ्चारमाध्यम त बिक्री वितरणमै अप्टेरोमा परेका थिए। पत्रिकाको बजारीकरणसहित बिक्री वितरणमा समस्या परेपछि ती पत्रिकाले आम्दानी पनि गुमाए। पत्रिकाले नियमित आकारमा प्रकाशन पनि गर्न सकेनन्। बजार पूर्णरूपमा बन्द हुँदा नियमित विज्ञापन पनि रोकियो। विज्ञापन रोकिँदा सञ्चारमाध्यमको आम्दानी रोकियो। आम्दानी रोकिँदा सञ्चारमाध्यमले सञ्चारकर्मी र कर्मचारीलाई मासिक पारिश्रमिक दिन पनि सकेनन्। मासिक पारिश्रमिक त पाएनन् नै, आम्दानी घटेकाले खर्च कटौतीको अवस्थामा सञ्चारमाध्यम परेका छन्। तनहुँबाट प्रकाशित लोकवाणी दैनिकका प्रकाशक तथा सम्पादक प्रकाशचन्द्र भट्टराई पत्रिकाको आम्दानी घटेको बताउँछन्। भट्टराई भन्छन्- सदरमुकाम दमौलीका साना पसलले दिएका नियमित विज्ञापनसमेत रोकियो। त्यसले गर्दा आम्दानी घट्यो। त्यसको असर हाम्रो आफ्नै आम्दानीमा पर्‍यो। हामी आफैँ पत्रकार पनि हो, प्रकाशक पनि हो। आफैँले पनि आफ्नै पारिश्रमिक लिन पाएनौँ।

पोखराबाट प्रकाशित आदर्श समाज दैनिकका प्रकाशक कृष्णप्रसाद बास्तोलाका अनुसार कार्यरत ८० जना कर्मचारीमध्ये २० जना कटौतीमा परेका थिए। कटौतीमा परेकामध्ये १० जना पत्रकार छन्। कटौतीमा परेका अधिकांश पत्रकार र कर्मचारीको २०७७ असार मसान्तमा नवीकरण सकिन्थ्यो। असार मसान्तमा नवीकरण सकिएका ती पत्रकार र कर्मचारीको त्यसपछि नवीकरण भएन। खर्च कटौती गर्ने निर्हुँमा पत्रकारलाई दिइँदै आएको मासिक पारिश्रमिकमा निश्चित रकम कटौती गरिएको छ तैपनि पत्रकारहरू यो विषयमा निर्धक्कसँग बोल्न चाहँदैनन्। त्यो कटौती कहिलेसम्म जारी रहने भन्ने निश्चित छैन। पत्रकारलाई बेतलबी बिदामा राख्ने र कामबाट निकाल्ने समेत गरिएका छन्। झन्डै २ दशकदेखि एउटै पत्रिकामा नियमितरूपमा काम गरिरहेका नेपाल प्रेस युनियन कास्कीका अध्यक्ष नवीन सिग्देललाई चैतसम्म पत्रिकाले सधैँ समयमा पारिश्रमिक दिँदै आएको थियो। तर त्यसपछि भने जागिर नै छाड्नुपर्ने अवस्था आयो। जागिर छाड्नुपर्ने अवस्थालाई सिग्देल यसरी व्याख्या गर्छन्-

म कार्यरत पत्रिका आदर्श समाज दैनिक गण्डकी प्रदेशमा अब्बल पत्रिकाका रूपमा परिचित थियो। राम्रो आमदानी र नियमित पारिश्रमिक दिने पत्रिकाको पहिचान पनि पत्रिकाले बनाएको थियो। विज्ञापनदाताले पनि सबै भन्दा बढी प्रभावकारी सञ्चारमाध्यमका रूपमा पत्रिकालाई छान्ने गरेका थिए। तर कोरोनाभाइरस महामारी सुरु भएको केही महिनामै पत्रिकाको अवस्था नै निरीह देखियो। लकडाउनका कारण पत्रिकाको प्रकाशन पनि रोकियो। प्रकाशन रोकिएपछि पत्रिकाले आमदानी गुमेको निर्हुँ बनाउन थालिहाल्यो। कसरी हुन्छ, पत्रकार र कर्मचारीलाई कामबाट निकाल्न पाए हुन्थ्यो भन्ने सोचाइ सञ्चालकमा हाबी भयो। पत्रिकाले २-३ महिना पनि तलब दिएर पत्रकार जोगाउन सकेन। झन्डै २ दशक काम गरेका पत्रकारलाई दुःखको अवस्थामा सहानुभूति नदिएर बाध्यकारी अवस्था बनाएर जागिर छाड्नुपर्ने गरी माहौल बनाउन थालियो। त्यही पत्रिकाको आमदानीबाट ठूलो आकारको सम्पत्ति कमाउन सक्ने तर अष्टेरो पर्दा केही महिनाका लागि पनि पत्रकारलाई जोगाउन नसक्ने अवस्था कोरोनाले ल्याइदियो।

कतिपय सञ्चारमाध्यम महामारीको त्यही अष्टेरोलाई कारक देखाएर बन्द पनि गरिएको छ। पोखराबाट प्रकाशित पोखरा आवाज दैनिक बन्द गरियो। विभिन्न पत्रिका अहिले पनि बन्द छन्। पत्रिका बन्द हुँदा त्यहाँ कार्यरत पत्रकार र कर्मचारी पूर्णरूपमा बेरोजगार बनिरहेका छन्। त्यसबाहेक पारिश्रमिक दिन सक्ने अवस्थामा सञ्चारमाध्यम रहेनन्। राष्ट्रिय मात्र नभइ स्थानीय सञ्चारमाध्यम पनि बन्द भए। त्यसमा छापेका सञ्चारमाध्यम बढी प्रभावित भएका थिए। पत्रिका छापे पनि बिक्री वितरणमा समस्या हुँदा निःशुल्कसमेत वितरण गरिएको थियो। राजधानीबाट प्रकाशित पत्रिका अन्यत्र जिल्लामा पठाउन सकिएन भने जिल्ला वा प्रदेश मुकामबाट प्रकाशित पत्रिका पनि अन्यत्र पठाउन सकिएन।

आदर्श समाज दैनिकका प्रकाशक कृष्णप्रसाद बास्तोला पत्रिका प्रकाशन भए पनि बाहिरी जिल्लामा पठाउन नसकेको बताउँछन्। 'एक अर्को जिल्ला आउजाउ गर्ने गरी सार्वजनिक यातायातका साधन नचल्दा पत्रिका पठाउन पनि सकिएन', बास्तोला भन्छन्- 'त्यसले गर्दा पत्रिकाको वितरणमा पनि समस्या आयो।' पोखरापत्र दैनिकका कार्यकारी सम्पादक शोभाकान्त सिग्देलका अनुसार पत्रिकाबाटै भाइरस सङ्क्रमण हुन्छ भन्ने त्रासले पाठकसमेत पत्रिका पढ्न डराएका थिए।

छापा मात्र नभइ विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा पनि उत्तिकै प्रभाव पऱ्यो। रेडियो, टिभी र अनलाइनको आम्दानी पनि एकाएक घट्यो। आम्दानी घटेको निहुँमा सञ्चारमाध्यमले पत्रकार र प्राविधिकहरूलाई बेतलबी बिदामा राख्ने काम गरे। पत्रकारलाई कामबाट निकाल्नका लागि अनेक निहुँ सञ्चारमाध्यमले बनाएका थिए। पत्रकार महासङ्घ कास्कीका अध्यक्ष दीपेन्द्र श्रेष्ठका अनुसार रेडियोको आम्दानी घटेको भनेपछि रेडियो अन्नपूर्णमा कार्यरत प्राविधिक र कर्मचारीसहित पत्रकारले काम छाडेका थिए। रेडियोका कार्यकारी प्रमुख, समाचार प्रमुख र संवाददाताले रेडियो छाडिदिए।

पर्वतस्थित रेडियो दिदीबहिनीकी कार्यक्रम संयोजक दुर्गा शर्मा कोरोनाका कारण लकडाउन सुरु भएपछि रेडियोमा काम गर्न समस्या भएको बताउँछिन्। 'रेडियोको आम्दानी पनि घट्यो। आम्दानी घटेपछि कर्मचारी पनि कटौतीमा परे। ९ जना कर्मचारीले काम गर्दै आएका ३ जना कटौतीमा परे। बजार बन्द भएकाले त्योबेला पार्ट टाइमरूपमा मार्केटिङमा काम गर्ने कर्मचारी पनि कटौतीमा परे। कटौतीमा परेका कर्मचारीलाई पुनः काममा फर्काउने अवस्था अहिलेसम्म भएको छैन', शर्माले भनिन्- 'लकडाउनले गर्दा आम्दानी गुमाएकाले ३ महिना त हामीले कर्मचारीलाई तलब पनि दिन सकेनौं। बल्ल अहिले नियमितरूपमा तलब दिन सकिएको छ। बजार निकै नै सुस्त छ।' महिलाहरूले सञ्चालन गरेको र कर्मचारी पनि सबै महिला नै भएको यो रेडियोको समस्या पनि अन्य सञ्चारमाध्यमको भन्दा फरक छैन। लकडाउनका कारण आर्थिकरूपमा अप्ठेरो अवस्था सामना गर्नुपर्ने बताउँदै शर्माले भनिन्-

रेडियोलाई विज्ञापन दिनुपर्छ भन्ने मानसिकता पनि हट्न पुग्यो। स्थानीय बजारको भरमा हामीले रेडियोको आम्दानी बढाउने हो। तर बजार बन्द हुँदा स्थानीय पसलले समेत नियमित विज्ञापन रोके। स्थानीय विज्ञापन ८० प्रतिशत घटेको छ। स्थानीय तह, कोभिडसँग सम्बन्धित सूचनामूलक सामग्री र राष्ट्रिय स्तरका केही विज्ञापनको आम्दानीको भरमा अहिले रेडियो सञ्चालन गरेका छौं। पहिलाका नियमित कार्यक्रम पनि घटेका छन्। ग्रामीण क्षेत्रसँग सम्बन्धित कार्यक्रम गर्न निकै नै अप्ठेरो भयो।

लकडाउनले आर्थिक गतिविधि ठप्प पारे पनि समाचारप्रति स्रोताको चासोचाहिँ त्यसबेला ज्यादा भएको शर्माको भनाइ छ। 'त्यसैले कोरोनाको अप्टेरोमा पनि समाचारमा भने हामीले कटौती गरेनौँ। सङ्कटको बेला समाचार सामग्री पस्किनु हाम्रो दायित्व पनि हो', शर्माले भनिनु- तर एकातिर कर्मचारी कटौती र अर्कोतिर कोरोना सङ्क्रमणको डरका कारण ज्यादै अप्टेरो परिस्थिति सामना गर्दै काम गर्नुपर्छ।

पत्रकार महासङ्घ लमजुङ शाखाका अध्यक्ष रहेका कान्तिपुर दैनिकका आश गुरुङ जागिर भए पनि तलब नभएको बताउँछन्। 'जागिरबाट निकाला गरिएको छैन तर समाचार पनि खासै छापिँदैनन्। कतिपय छापिएका समाचारको पनि पैसा पाउने अवस्था छैन। निकै कम सङ्ख्यामा मात्रै समाचार छापिए पनि पत्रकारले काम छाड्न सक्ने अवस्था छैन। बढी पारिश्रमिक दिनुपर्छ भनेर होला, समाचार कम मात्रामा प्रकाशित भएका छन्'- गुरुङले भने। स्थानीय सञ्चारमाध्यमले पनि कमाइ गुमाएका छन् जसको मार पनि सञ्चारकर्मीले नै खेप्नुपरेको छ।

लकडाउनका कारण बजार पूर्णरूपमा बन्द हुँदा रेडियो र अनलाइनमा दिइएका साना विज्ञापन पनि विज्ञापनदाताले रोकेका थिए। गोरखाबाट प्रकाशित दरौदी दैनिकका कार्यकारी सम्पादक नरहरि सापकोटाका अनुसार लकडाउनले बजार बन्द हुँदा स्थानीय व्यवसायीले दिएको नियमित विज्ञापन रोकिएको थियो। छापिएका विज्ञापनको पनि भुक्तानी रोकिएको सापकोटाको भनाइ छ। 'स्थानीय र राष्ट्रिय सञ्चारमाध्यमको आमदानी घट्टा पत्रकारलाई पारिश्रमिक दिनमा कठिनाइ आइपरेको छ। पहिले स्थानीय रेडियोमा आउने साना व्यवसायीको विज्ञापन पनि यो बेला रोकियो। नयाँ कार्यक्रम उत्पादन गर्न पनि रेडियोले सकेनन्। विज्ञापन र कार्यक्रम नहुँदा रेडियोले गीत बजाएर समय गुजारेका छन्। चैतयताका ७ महिनाको अवधिमा १ महिना बराबरको आमदानी भयो। मेरो ६ महिना अवधि कामबिना नै गुमेको छ'- पर्वतका पत्रकार अगन्धर तिवारीले भने।

त्यसो त कान्तिपुर दैनिकमा कार्यरत तिवारीको छापा माध्यममा पनि समाचार छापिएका छैनन्। उनी भन्छन्-

पहिला समाचार लेखेपछि छापिने सम्भावना हुन्थ्यो। कोरोना सङ्क्रमण बढ्दै जान थालेपछि महिनामा ३-४ वटामात्र समाचार छापिए। कोरोनाअघि दिनमै २-३ वटा समाचार छापिन्थे र आमदानी पनि बढी हुन्थ्यो। तर अहिले निकै नै कम सङ्ख्यामा समाचार प्रकाशित भएका छन्। अहिले पत्रकारले सञ्चार सुविधा खर्च पनि पाउँदैनन्। पहिला १ महिनामा हुने आमदानी अहिले ७ महिनामा भएको छ। पत्रकार बेतलबी बिदामा बसेका छन्। शहरमा रहेका पत्रकारलाई गाउँ फर्किने अवस्था आएको छ। स्थानीय सञ्चारमाध्यममा पनि पहिला सानातिना विज्ञापन बज्थे, अहिले ती पसल बन्द भएका छन्। त्यसले गर्दा विज्ञापन छैन। विज्ञापन नहुँदा आमदानी छैन। रेडियोमा बज्ने

गरेका प्रायोजित कार्यक्रम पनि बन्द भएका छन्। गीत बजाएर बसेका छन्। अनलाइनको भरमा समाचार प्रसारण गरेका छन्। राष्ट्रिय स्तरमा सञ्चालित ठूला लगानीका अनलाइनले प्रकाशित गरेको समाचारको भरमा अहिले जिल्लाका रेडियोले समाचार प्रसारण गरिरहेका छन्। सञ्चारकर्मीलाई तलब दिनुपर्ने भएपछि काममा पनि नलगाएर अरूका अनलाइनमा प्रकाशित समाचार सामग्री साभार गरिएको छ।

पारिश्रमिक घटाउने विषयमा सञ्चारमाध्यमका सञ्चालक र सञ्चारकर्मीबीच विवाद चुलिँदै जाँदा कतिपय सञ्चारमाध्यमका पत्रकारसहितको टिम एकाएक बाहिरिनुपरेको थियो। कुनै पनि हालतमा खर्च कटौती गर्ने निहुँमा माथिल्लो तहमा कार्यरत कर्मचारीलाई दबाब दिएर सञ्चारकर्मीलाई त्रसित बनाउने कामसमेत भएको थियो। पोखराबाट प्रसारण भइरहेको रेडियो अन्नपूर्णबाट प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत, समाचार प्रमुखसहित संवाददातालाई एकै पटक राजीनामा दिन बाध्य पारिएको विवरण प्रकाशित भएको थियो। प्रमुख प्रशासकीय अधिकृत दीपेन्द्र श्रेष्ठले रेडियोको खर्च कटौती गर्ने निहुँमा सञ्चालकले ६ जना पत्रकार र कर्मचारी कटौती गर्न दबाब दिएपछि आफूसहित ५ जना विभागीय प्रमुखले रेडियो छाडेको दाबी गरे। रेडियो सञ्चालकबाट सबै विभागीय प्रमुखलाई मातहतमा कार्यरत १-१ जना कर्मचारी वा पत्रकार कटौती गर्नुपर्ने दबाब आयो जुन सहज थिएन। त्यसपछि हामी आफैँले रेडियो छाड्यौँ- श्रेष्ठले भने।

व्यवस्थापनले फोनै गरेर सञ्चारकर्मीलाई पालैपालो बेतलबी बिदामा बस्नसमेत उर्दी जारी गरेका थिए। सकेसम्म पत्रकार आफैँले राजीनामा दिनु, केही गरी दिन नमानेमा अनेक दुःख दिएर भए पनि निष्काशन गर्ने रणनीति सञ्चारमाध्यमले बनाउँदा चौतर्फी आलोचना भएको थियो। अष्टेरोको बेला केही महिनासमेत खर्च धान्न नसक्ने गरी सञ्चारमाध्यम सञ्चालन गरेको भन्दै सामाजिक सञ्जालमा पनि सञ्चारमाध्यमको खोइरो खन्ने काम भएका थिए। सञ्चारमाध्यममा के/कस्ता गतिविधि भइरहेका छन् भनेर बाहिर चर्चासमेत हुने गरेको थियो।

सम्पादकलाई रिझाउन नसक्दा कतिपय पत्रकारले महिनौँसम्म तलब पाउन सकेनन्। राजधानीमा कार्यरत मात्र नभइ बाहिरी जिल्लामा कार्यरत पत्रकारको पनि त्यही अवस्था थियो। राजधानीमा आफू नजिकका पत्रकारलाई मात्र तलब दिनेसमेत गरियो। राजधानी बाहिरका जिल्लाका संवाददातालाई महिनौँसम्म तलब पनि नदिने र उनीहरूलाई कामबाट निष्काशन गरेको भन्ने जानकारी पनि नदिँदा सबैतिर अन्याय सिर्जना भएको थियो। पत्रकारले कोरोना सङ्क्रमण फैलिनुअघि नै नियमित तलब पाएका थिएनन्। कोरोनाका कारण त झनै अष्टेरोमा परेका थिए। पत्रकारको त समाचार नै प्रयोग गर्न छाडिएका थिए। ती पत्रकारलाई कामबाट निकालेको पनि

नभन्ने, उनीहरूलाई काममा पनि लगाउने तर पठाएका समाचार नछाप्दा सञ्चारकर्मी बढी चपेटामा परेका थिए।

म्याग्दीका पत्रकार हरिकृष्ण गौतम कोरोनाले सबै भन्दा बढी असर पत्रकारितामा पारेको धारणा राख्छन्। 'समाचार सामग्री अभाव, पत्रपत्रिका वितरण र आम्दानी गुमाउँदाको पीडा त छँदैछ। त्यो समस्या सबैलाई छ। पत्रकारलाई अर्को अप्ठेरो भनेको परिवारको हा। पत्रकारलाई यो बेला पारिवारिक अप्ठेरो परेको छ। पत्रकार रिपोर्टिङका लागि घरबाहिर जानुपर्दा सङ्क्रमण भित्रिने त्रास छ। समाचारको खोजीमा विभिन्न ठाउँ, कार्यक्रम, भिडभाडमा जानुपर्दा सङ्क्रमण भएर घरसम्मै पनि भित्रने हुँदा परिवारका सदस्य पनि त्रसित छन्', गौतमले भने- आर्थिकरूपमा सबै भन्दा बढी अप्ठेरो छ। कोरोनाले गर्दा सञ्चारमाध्यमले आम्दानी गुमाउँदा आर्थिकरूपमा सङ्कट परेको छ। स्थानीय सञ्चारमाध्यम पनि निकै नै सङ्कटमा छ। नयाँ वर्ष र दसैंको शुभकामनाका भरमा स्थानीय सञ्चारमाध्यमलाई आर्थिक राहत हुने गरेकामा यो पटक दुवै अवसर गुमेको छ। बजारको आर्थिक गतिविधि चलायमान हुनेखालका विज्ञापन छैनन्। आर्थिकरूपमा धराशायी बनेको छ।

पोखराका पत्रकार अमृत सुवेदी मानसिकरूपमा पत्रकारलाई निकै नै असर परेको बताउँछन्। 'यो बेला आम्दानी पनि गुम्ने अनि त्यसैमा सङ्क्रमित पनि हुनुपर्दा मानसिक तनाव हुने गरेको छ। जसरी पत्रकारिताले राज्यलाई योगदान दिएको छ, त्यो अनुरूप राज्यले पत्रकारलाई ध्यान दिन सकेन। हामीले अहिलेसम्म चल्तीका मिडिया भनेर जसलाई भनेका थियौं, ती सञ्चारमाध्यम झनै छिटो पत्रकारलाई कामबाट निकाल्न तम्पिएका छन्। एक महिना पनि खर्च धान्न नसक्ने अर्थतन्त्र सञ्चारमाध्यमको रहेछ भन्ने पुष्टि भएको छ', सुवेदीले भने- पत्रकार हटाउने अवसरको रूपमा कोरोना महामारी बनेको छ। पत्रकारलाई तलब नदिने बहाना बनेको छ।

मिडिया अनुसन्धानकर्ता शेखर पराजुली सञ्चारमाध्यमले हार्डवेयर विकासमा मात्र ध्यान दिएको तर पत्रकारमाथि लगानी नगरेका कारण समस्या आएको बताउँछन्। 'ठाउँ-ठाउँबाट पत्रिका प्रकाशन गर्ने, सुविधायुक्त गाडी चढ्ने, भवन ठड्याउने तर पत्रकारलाई पारिश्रमिक दिन नचाहने समस्या सञ्चारमाध्यममा छ। तर कोरोनाको यो बेला कुनै पनि सञ्चारमाध्यमको प्राथमिकतामा पत्रकार परेनन्', पराजुलीले भने- कमाएको भए पनि दिन चाहेनन्। पत्रकार प्राथमिकतामा नपर्नु सबै भन्दा ठूलो समस्या हो।

अनौपचारिक क्षेत्र सेवा केन्द्र (इन्सेक)का शिव खकुरेल अरूको अधिकार खोसिएको विषयमा समाचार लेख्ने पत्रकार नै अहिले आफ्नो अधिकार हनन भएकामा लेख्न सक्ने अवस्थामा नभएको बताउँछन्। 'काम र दाम नपाएको भन्दै पत्रकारलाई आन्दोलनमा उत्र्न बाध्य पारिएको छ। मिडिया हाउसलाई अनुदान दिने भन्दै व्यङ्ग्यात्मकरूपमा रकम सङ्कलन पनि गर्न थालियो',

खकुरेलले भने- त्यसबाहेक पत्रकार रिले अनशनमा बस्न पनि बाध्य भए। यो सबै सञ्चारमाध्यम र सरकारले बेवास्ता गर्दाको परिणाम हो। पत्रकारलाई यो बेला कुनै न कुनै बहाना बनाएर जसरी भए पनि कामबाट निकाल्नुपर्छ भन्नेमा सञ्चालक लाग्दा पत्रकार अन्यायमा परेका छन्।

पत्रकारितामा कोभिड-१९को प्रभाव

कोरोना महामारी र यसका कारण भएको लकडाउनले नेपाली पत्रकारिता तथा सञ्चार क्षेत्रमा नकारात्मक असर पारेको छर्लङ्ग छ। यसको असर नेपाली पत्रकारितामा लामो समयसम्म रहने अनुमान पनि भइरहेको छ। विशेष गरी परम्परागत मिडियाको भविष्यबारे नै अन्योल हुने देखिएको छ। परम्परागत मिडियाले शैलीमा परिवर्तन गर्न नसकेको खण्डमा भविष्यमा असर पर्ने सम्भावना बढ्दै गएको छ। यहीबीचमा कोरोना भाइरस महामारी तथा लकडाउनका कारण सबैजसो सञ्चारमाध्यमलाई अप्टेरो परेको छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ कास्कीका अध्यक्ष दीपेन्द्र श्रेष्ठ परम्परागतरूपमा छापा माध्यमलाई यो बेला निकै नै समस्या परेको तर्क गर्छन्। पत्रिका प्रकाशन, बिक्री वितरण, कागज, मसी र अतिरिक्त जनशक्ति खटाउनुपर्दा छापा माध्यमलाई बढी आर्थिक भार पर्ने गरेको बताउँदै श्रेष्ठले भने- 'कोरोनाको महामारीमा त्यो भार झनै बढ्यो किनकि आर्थिकरूपमा सघाउने हिसाबले विज्ञापन आउन सकेन। आइरहेका विज्ञापन पनि बन्द हुँदा झनै अप्टेरो भयो। नियमित विज्ञापन नआउँदा आर्थिक नोक्सानी बढ्ने तर नियमित खर्च भने पहिलेकै आकारमा रहँदा छापा माध्यम बढी प्रभावित भएको देखिएको छ।

पोखराको आदर्श समाज दैनिक पत्रिकाका प्रकाशक कृष्णप्रसाद बास्तोला कोरोना भाइरसले छापा माध्यम विशेष गरी आफ्नो पत्रिकालाई पारेको असरलाई यसरी व्याख्या गर्छन्-

कोरोना भाइरस सङ्क्रमण बढेसँगै चैत ११ देखि आदर्श समाज दैनिक पत्रिका छाप बन्द भयो। त्यसपछि लकडाउनको पहिलो चरणमा पत्रिका प्रकाशन गर्न सकिने अवस्था रहेन। तर लकडाउन केही सहज भएपछि जेठ २ गतेदेखि पत्रिका पुनः प्रकाशन सुरु भयो। लकडाउनसँगै अनलाइन भने चलिरहेको थियो। अनलाइनलाई अझ सशक्त बनाउन थालियो। वैशाखदेखि इ-पेपर राखियो तर पत्रिका छापिएन। पत्रिका पूर्णरूपमा डिजाइन गरेर इ-पेपरका रूपमा मात्र राखियो। पत्रिकाको प्रकाशित सङ्ख्या पनि करिब २५ प्रतिशत नै घटेको थियो। कोरोनाका कारण पाठकहरू पत्रिका पढ्नै डराए। पत्रिका प्रकाशन भए पनि बिक्री वितरणमा समस्या भयो। सङ्क्रमणको त्रासले छापिएको पत्रिका घर-घरसम्म पुऱ्याउने जिम्मा लिएका केही वितरक काममा नै फर्किएनन्। पत्रिका बजारसम्म पुऱ्याउन सकिएन। सञ्चारकर्मी पनि कार्यालयमा आउने र फिल्डमा जाने अवस्था रहेन।

८० प्रतिशत विज्ञापन बजार खस्कियो जसले गर्दा पत्रिकाको पृष्ठ घटाउन बाध्य भइयो। पहिला ८ पृष्ठ नियमित रहेकामा जेठ २ गतेदेखि नै ४ पृष्ठमात्र प्रकाशित गर्न थालियो। त्यसमा पनि अहिले २ पृष्ठ मात्रै रङ्गीन प्रकाशित गर्ने गरेका छौं।

पोखरापत्र दैनिकका कार्यकारी सम्पादक शोभाकान्त सिग्देलको भनाइ पनि उस्तै छ। ‘कोरोना सङ्क्रमणसँगै चैत ११ मा लकडाउन सुरु भएपछि पत्रिकाको प्रकाशन पूर्णरूपमा बन्द भयो। वैशाखको तेस्रो साता छापन सुरु भयो तर त्रासका कारण पत्रकारदेखि छापाखानामा काम गर्नेसम्मका कर्मचारी आउन डराए। हिँडडुल बन्द हुँदा समाचार सामग्री नै अभाव भयो। बाहिर गतिविधि केही नहुँदा समस्या भयो। आर्थिकरूपमा विज्ञापन घटेको छ। आमदानी आधा भन्दा बढी घटेको छ’, सिग्देलले भने- पत्रपत्रिका वितरणमा समस्या पन्यो। पत्रिकालाई ग्राहकको घरसम्म पुऱ्याउन कठिन भएको छ। अरू पत्रिका प्रकाशन नभएको बेला चुनौतीका साथ निकालिएको थियो। तर पोखरा बाहिर पत्रिका पठाउन सकिएन। पहिला पत्रिका पुगेको ठाउँसम्म अहिले पनि पत्रिका पठाउन सकिएको छैन। अहिले पनि बजारमा विज्ञापन खोज्न जान सहज छैन। त्यसले गर्दा आमदानी कम भएको छ।

तनहुँका लोकवाणी दैनिकका प्रकाशक प्रकाशचन्द्र भट्टराई कोरोना सङ्क्रमणले पत्रकारिता विशेष गरी आफ्नो पत्रिकामा पारेको असरलाई उस्तै गरी व्याख्या गर्छन्। गोरखाका दरौदी दैनिकका कार्यकारी सम्पादक नरहरि सापकोटा लकडाउन सुरु भएपछि पत्रिका बन्द गर्नुपरेको अवस्थालाई यसरी व्याख्या गर्छन्-

आफ्नै छापाखाना नभएकाले पत्रिका छाप्नै सकस भयो। छापाखाना व्यवस्थापन गर्न नै चुनौती भयो। नियमितरूपमा पत्रिका छापिदिएको प्रेसले लकडाउनका बेला पत्रिका नछापिदिएपछि छाप्नैका लागि अन्य प्रेसमा लैजानुपर्ने अवस्था थियो। पत्रिका छापे पनि घर-घरमा पुऱ्याउन सकस भयो। चैत ११ गतेदेखि बन्द भएको पत्रिका वैशाखको तेस्रो सातादेखि पुनः प्रकाशित हुन थाल्यो। तर बिक्री वितरणमा समस्या भएपछि निकै नै कम सङ्ख्यामा पत्रिका छापिए। जिल्ला र बजारभित्रै रहेका ग्राहकसामु पनि पत्रिका पठाउने अवस्था रहेन। पत्रिकाको आमदानी पनि निकै नै घट्यो। मौज्जात केही पैसाले खर्च धानियो। बजार बन्द भयो। बजार बन्द हुँदा पत्रिका पनि पढिएनन्। पत्रिकाको प्रयोग पनि कतै हुन सकेन। मासिक विज्ञापनदातासमेत बन्द भए। विज्ञापनदाताले आफ्नो आमदानी घटेको भन्दै लगानी गर्न सक्ने अवस्था छैन। विज्ञापनै नभए पनि पत्रिका छान्नुपन्यो। पत्रिकामा नियमितरूपमा ३५ वटा विज्ञापन हुने गरेकामा अहिले २५ वटाको हाराहारीमा आइरहेका छन्। टुक्राटुक्रा विज्ञापनको भरमा चलेको छ। फिल्डमा जाने वातावरण नभएकाले समाचारको अभाव पनि उस्तै छ। घरमै बसेको भरमा काम गर्न सहज भएको छैन।

सबै सञ्चारमाध्यमको आम्दानी घटेको छ र यसको असर प्रत्यक्षरूपमा श्रमजीवी पत्रकारमा परेको छ। कुनै पनि महामारीका बेला मिडियामा आउने मुख्य सङ्कट आर्थिक हो। अहिले मिडिया त्यही आर्थिक सङ्कटसँग जुधिरहेका छन्। पर्वतस्थित पञ्चासे एफएमका सञ्चालक गणेश पौडेल उद्योगधन्दा बन्द हुँदाको प्रभाव सञ्चारमाध्यममा निकै नै परेको बताउँछन्। 'उद्योगधन्दा बन्द भएको भन्दै सञ्चारमाध्यममा प्रकाशित र प्रसारित भइरहेको विज्ञापन पनि यहीबेला बन्द गरिएको छ। त्यसले गर्दा आर्थिकरूपमा नोक्सानी छ। सञ्चारमाध्यम आर्थिकरूपमा बलियो भएमा त्यसका फाइदा अन्ततः पत्रकारलाई पनि हुने हो', पौडेलले भने- तर सञ्चारमाध्यमलाई आर्थिक समस्या हुँदा पत्रकारलाई अप्ठेरो परेको छ। उद्योगले दिइरहेको नियमित विज्ञापन बन्द गरेका छन्। त्यसले गर्दा आर्थिकरूपमा धराशायी हुने अवस्था छ।

महाव्याधिले सबैखाले समाचार प्रकाशन तथा प्रसारणलाई उल्लेखनीय प्रभाव पारेको छ। प्रसारण, श्रव्य तथा श्रव्य दृश्य सामग्रीको उत्पादन घटेको छ। छापा माध्यमको पनि प्रकाशनको सङ्ख्या तथा पाना दुवै घटेका छन्। त्यत्तिमात्र होइन, बिक्री वितरणमा पनि उत्तिकै प्रभाव परेको छ। यो अवधिमा कतिपय प्रकाशन त डिजिटल माध्यममा मात्र सीमित भएका छन्। पत्रिका अहिलेसम्म पनि सबैतिर वितरण हुन सकेका छैनन्। राष्ट्रिय स्तरका ठूला छापा माध्यमले प्रकाशन गरिरहेका प्रादेशिक संस्करण अझै बन्द छन्। ती संस्करण कहिलेदेखि नियमित हुन्छन् भन्ने एकीन छैन। प्रादेशिक संस्करण बन्दमात्र भएनन् कि प्रदेशबाट हुने नियमित प्रकाशन पनि रोकिएको छ। लकडाउनका कारण लामो समयसम्म पत्रपत्रिका वितरण हुन सकेनन्। हवाई पहुँच भएका शहरमा मात्र केही छिटो गरी पत्रिका वितरण भए पनि जिल्ला स्तरमा अझैसम्म पनि वितरण हुन सकेका छैनन्। कहिले लकडाउन त कहिलेको निषेधाज्ञाका कारण जिल्ला स्तरका पाठकले अझै पनि पत्रिका पढ्न पाएका छैनन्।

कोरोनाले निम्त्याएको पहिलो चरणको लकडाउनमा पत्रिकाबाटै पनि सङ्क्रमण फैलिने त्रास रहेको भन्दै पत्रपत्रिका वितरणदेखि पठनपाठनमा पनि त्रास छायो। ग्राहकहरूले पनि पत्रिका सकेसम्म घरसम्म नल्याउन नै आग्रह गरेका थिए। पत्रिका वितरकलाई पनि पत्रिका बाँड्न घर-घरसम्म नआउन अनुरोध गरेका थिए। लकडाउनको असर बढिरहँदा अहिले पनि नियमित ग्राहक पत्रिका पढ्न वञ्चित भइरहेका छन्। कतिपय ग्राहकले व्यवसाय बन्द गरेकाले पत्रिका पनि घरसम्म ल्याउनका लागि रोकिदिन आग्रह नै गरेका थिए। अझै धेरै व्यवसाय सुचारु हुन नसक्दा पाठक नै अन्योलमा छन्।

कतिपय सञ्चारमाध्यमले पत्रिका बन्द गरेर त्यसको साटो डिजिटल माध्यमबाट जनतालाई सूचना पस्किन थालेका छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घ कास्कीका अध्यक्ष श्रेष्ठ भने कोरोनाले परम्परागत

शैलीको पत्रकारितालाई डिजिटल शैलीमा ल्याउने काम गरेको बताउँछन्। 'बढी नै नोकसानी खेपेका छापा माध्यम बन्द गर्ने निहुँ बनेको छ। छापा माध्यम बन्द गरेर डिजिटलरूपमा अनलाइन संस्करण भने धेरैले नै सञ्चालन गरेका छन्'- श्रेष्ठले भने।

प्रकाशन भएका पत्रिका पनि नियमित भन्दा आधा आकारमा प्रकाशन भइरहेका छन्। यस्तै अवस्था रेडियो र टिभीमा पनि परेको छ। रेडियोमा पनि समाचार सङ्कलनका लागि सञ्चारकर्मी बाहिर निस्कन सकेनन्। विज्ञापन घटेपछि र प्रायोजित कार्यक्रम सकिएका कतिपय रेडियोले त अहिले पनि गीत/सङ्गीतमात्र पस्किरहेका छन्। रेडियोका नियमित कार्यक्रम पनि प्रभावित भएका छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका अध्यक्ष त्रिभुवन पौडेल भन्छन्-

पत्रिका, रेडियो र टिभीको तुलनामा अनलाइनलाई केही कम समस्या देखिएको छ। तर आर्थिक गिरावटको अप्टेरो भने सबैखाले सञ्चारमाध्यमले भोग्नुपरेको छ। कर्मचारी निकाल्ने निहुँमा पत्रकार निकाल्ने बहाना बनाइएको छ। अप्टेरोका बाबजुद यहीबेला केही अनलाइन पोर्टल सञ्चालनमा आउँदा रोजगारी सिर्जना गरेका छन्। तर सबै भन्दा बढी प्रभाव छापा माध्यमलाई परेको छ। रेडियोले पहिला लोडसेडिङका बेला जेनेरेटर चलाएर भए पनि सञ्चालन गरेका थिए। तर अहिले बिजुली नभएको बेला रेडियो नै बन्द गरेका छन्। इन्धनमा रकम खर्चेर जेनेरेटर चलाएर रेडियो सञ्चालन गर्ने अवस्था छैन। टिभीले पनि युट्युबबाट केही आर्थिक जोहो गरेका छन तर विज्ञापन कटौती सबै सञ्चारमाध्यममा भएको छ।

पोखराको रेडियो सफलताकी सञ्चालक दुर्गा अधिकारी कोरोनाका कारण रेडियो सञ्चालनमा निकै नै अप्टेरो परेको बताउँछिन्। कोरोनाले सबैखाले सञ्चारमाध्यमलाई अप्टेरो पारे पनि बढी मार रेडियोलाई परेको आफ्नो अनुभव रहेको बताउँदै अधिकारीले भनिन्- 'रेडियोको आम्दानीको स्रोत विज्ञापन हो जुन पूरै घटेको छ। सुरुमा लकडाउन हुँदा सबै कर्मचारीलाई काममा बोलाउनसमेत सकिएन। त्योबेला बजारसम्म आउजाउ नै सम्भव थिएन। यतिसम्म कि समाचार सङ्कलनमा जाऊ भन्नसमेत सकिएन। आंशिक काम गर्नेलाई पनि काममा खटाउन सकिएन।

कोरोनाका कारण रेडियोका कार्यक्रम स्वरूप नै बदलिएकोसमेत उनले बताइन्। 'ग्रामीण क्षेत्रका गतिविधिलाई समेटेर तयार पारिने कार्यक्रम सञ्चालन गर्न कठिनाइ भयो। रेडियोले प्रसारण गर्ने गरेका किसानका कार्यक्रम, सामुदायिक वनसँग सम्बन्धित कार्यक्रम चलाउन पनि अप्टेरो भयो', अधिकारीले भनिन्- 'प्रत्यक्ष भेटेर भन्दा पनि टेलिफोनबाट कुरा गर्नुपर्ने अवस्था आयो। तर ग्रामीण भेगमा इन्टरनेट र कतिपय ठाउँमा त मोबाइलमै कुरा गर्न पनि सहज थिएन। रेडियोमा कुराकानीका लागि आउने व्यक्ति पनि आउन सकेनन्। बहसमूलक कार्यक्रमसमेत प्रभावित भए।' कोरोना

महामारीले रेडियोमा परेको आर्थिक कठिनाइ र त्यसले जनशक्ति एवं कार्यक्रममा परेको प्रभावको विषयमा अधिकारीको थप व्याख्या यस्तो छ-

रेडियोको आम्दानी ८० प्रतिशत घटेको छ। नियमित विज्ञापन पनि बन्द भएका छन्। यो बेला भिडभाड गर्न नहुने भएकाले जनशक्ति व्यवस्थापन गर्न पनि सकस भयो। बिनायोजना कर्मचारीलाई काममा बोलाउन सकिएन। कतिपय कर्मचारी रेडियोले कहिलेदेखि काममा बोलाउला भनेर पर्खेर बसेका छन्। उनीहरूलाई काममा फर्काउन सकिएको छैन। कतिपय कार्यक्रमका लागि प्रायोजक अभाव हुँदै गयो। तर अहिले ती कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने व्यक्तिलाई नै प्रायोजक खोज्नु भन्नुपरेको छ। कोरोना कहर सुरु हुनुअघि हामी आफैँले प्रायोजक खोजेर कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने भन्थ्यौँ। अहिले त प्रायोजक पाउने मुस्किल छ। प्रसारण भइरहेका कार्यक्रम पनि बन्द भए। कार्यक्रम नभएपछि गीत बजाएर बस्नुपरेको छ।

आम्दानी घटेकाले कर्मचारी कटौती गर्ने निहुँमा पत्रकारलाई नै जागिर छाड्न बाध्य पारिएको छ। यस्तै अवस्था टिभीमा पनि परेको छ। टिभीमा पनि प्रत्यक्षरूपमा आर्थिक अवस्था कमजोर बनाउने गरी विज्ञापन कटौती भएको छ। आम्दानी गुमेको भन्दै टिभीले पनि सञ्चारकर्मीलाई कामबाट निकाल्ने, बेतलबी बिदामा राख्ने, लामो समय तलब नदिने लगायतका अप्ठेरो पारिदिए। त्यसले गर्दा पत्रकारले दिक्क भएर कामै छाड्ने अवस्था सिर्जना भएको छ। कोरोना महामारीमा परेको भन्दै कतिपय पत्रकारले समाचार सङ्कलनमा अप्ठेरो खेप्नुपरेको छ। स्थलगत रिपोर्टिङमा जाँदा पनि सुरक्षा सामग्रीको अभावसमेत खेप्नुपरेको छ। जोखिम मोलेर पत्रकारिता गर्ने पत्रकारलाई त्योबेला सञ्चारमाध्यमले थप सेवा/सुविधा दिनुपर्ने हो तर कतिपय पत्रकार कामबाट निकालिएका छन्। जिम्मेवारीबाट हटाइएको छ। जिम्मेवारीबाट हटाउँदा पत्रकारमा मनोवैज्ञानिक असर परेको देखिएको छ।

छापा, रेडियो र टिभी मात्र नभइ अनलाइनमा पनि उस्तै अप्ठेरो आइपरेको छ। अरू सञ्चारमाध्यम भन्दा अनलाइनले केही कम समस्या योबेला भोगेको पत्रकारहरूको भनाइ छ। अनलाइन सञ्चारमाध्यम सञ्चालनका लागि कम खर्च लाग्ने भएकाले पनि केही सहज भएको थियो तर विज्ञापन कटौती हुँदा आम्दानी गुमाउनुपर्ने अवस्था अनलाइनलाई पनि आइदियो। पत्रकारलाई काम दिन सक्ने अवस्था कमजोर बन्दै गएको छ।

सहयोगको आशमा पत्रकारिता क्षेत्र

कोरोनाको महामारीबाट पत्रकार र पत्रकारितालाई परेको प्रभाव कहिलेसम्म रहन्छ भनेर कसैले आकलन गर्ने अवस्था अहिलेसम्म छैन। कोरोना त्रासका कारण पत्रकारहरू पनि घरभित्रै थुनिए।

तर घरभित्रै थुनिएका पत्रकार पनि नागरिकको सूचनाको अधिकारलाई ध्यान दिएर सकेसम्मको प्रयास गर्दै सूचना सङ्कलनमा जुटेका थिए। लकडाउनका कारण मानिस घरमै बसिरहेका अवस्थामा पत्रकारले रातदिन नभनी काम गरेका थिए। महामारीको यो बेला पत्रकारलाई सबैको सहयोगको खाँचो थियो। तर कुनै पनि खालको सहयोग प्रदेशका पत्रकारले पाएका छैनन्। सुरुवातताका केही संस्थाले पत्रकारका लागि सुरक्षा सामग्रीका रूपमा मास्क, स्यानिटाइजर र पन्जा उपलब्ध गराएका थिए।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका अध्यक्ष पौडेल विभिन्न जिल्लामा कोरोना महामारीका बेला सूचना सङ्कलन र सम्प्रेषणमा खटिएका सञ्चारकर्मीका लागि केही व्यक्तिगत सुरक्षा सामग्री आएको बताउँछन्। 'जिल्लामा स्थानीय तहले स्वास्थ्य सुरक्षा सामग्री दिएर सहयोग गरेका छन्। तर पत्रकारलाई आर्थिकरूपमा नै सहयोग हुने गरी कतैबाट पनि राहतका कार्यक्रम आउन सकेको छैन। गण्डकी प्रदेश सरकारले सञ्चारमाध्यमलाई दिने भनेर ५० लाख रुपियाँ लोककल्याणकारी विज्ञापनबापतको रकम छुट्ट्याएको छ। तर, लोककल्याणकारी विज्ञापनबापतको रकम सञ्चारमाध्यमलाई दिँदा पत्रकारले सहयोग कसरी पाउने भन्नेमा विवाद छ'- पौडेलले भने।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका सदस्य गोविन्द सुवेदी पनि कोरोनाका बेला पत्रकार र सञ्चारमाध्यमलाई कतैबाट पनि सहयोग नआएको बताउँछन्। 'प्रदेश सरकारले आर्थिक सहयोग गर्नेबारे आश्वासन दिए पनि मिडिया सञ्चालक र पत्रकारका सङ्गठनबीच मत बाझिएपछि त्यो सहयोग रोकिएको छ। लोककल्याणकारी विज्ञापनका रूपमा सहयोग गर्दा आमदानी सिधै सञ्चालकको खातामा जाने हुँदा पत्रकारले पाउने अवस्था रहेन। सिधै पत्रकारलाई पैसा बाँड्न पनि मिलेन', सुवेदीले भने- कोरोनाको सुरुमा सानो आकारको सहयोग विज्ञापनबापत प्रदेश सरकारले सहयोग गरे पनि त्योबाहेक अन्य सहयोग छैन। निकै नै सानो रकम खर्चेर प्रदेश सरकारले विभिन्न सञ्चारमाध्यममा विज्ञापन प्रकाशित गरेको थियो। त्यो रकम ठूलो नहुँदा पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले राहत महसुस गर्न सकेनन्।

कोरोनाको यही मारले व्यावसायिक पत्रकारिताबाट नै पलायन हुने अवस्था आएको सुवेदीको भनाइ छ। 'मिडिया सञ्चालक पनि कामचलाउ पाराले चलिरहेका छन्। पत्रकारको क्षमता अभिवृद्धि हुने अवस्था छैन। सञ्चालकको छवि पनि धमिलो बन्दै गएको छ। राज्यले दिने लोककल्याणकारी विज्ञापन श्रमजीवीले पाए/नपाएको हेरिएन। राज्यले आफ्नो स्वरूपमा लोककल्याणकारी विज्ञापन दिएको छ, त्यो विज्ञापन छापेबापतको सर्त सञ्चारमाध्यमले पालना गरेका छैनन्'- सुवेदीले भने।

त्यसो त केही संस्थाले पत्रकारको सामूहिकरूपमा कोरोना बिमा गर्नका लागि केही आर्थिक सहयोग गरेका थिए। जस्तै कास्कीमा तमु धिँ युकेले कोभिड-१९ सङ्क्रमण बढेसँगै कास्कीका पत्रकारहरूका लागि कोरोना बिमा गर्न १ पत्रकार बराबर ६ सय रुपियाँका दरले आर्थिक सहयोग गरेको थियो। यस्तै सहयोग अन्य जिल्लामा फाइफुट्ट भए पनि देखिने गरी र पत्रकारलाई लाभ हुने गरी खासै आएको छैन।

नेपालमा पनि कोरोनाको यो मारमा परेका बेला सञ्चारकर्मीलाई उक्ति सारो सहयोग कतैबाट आएको छैन। व्यक्तिगत सुरक्षा सामग्री, बिमाको रकममा केही सहयोग भए पनि सञ्चारकर्मीको दैनिक गुजारा चलाउने गरी आर्थिक सहयोग हुनेखालका कार्यक्रम कतै हुन सकेका छैनन्। पौडेलको भनाइमा अहिलेको अष्टेरोमा पत्रकारलाई वृत्ति विकास हुने र फेलोसिपको कार्यक्रम हुने हो भने केही राहत हुन्छ। पत्रकारलाई सिधै खातामा कुनै पनि निकायले पैसा दिन मिलेन। यस्तो बेला फेलोसिपका कार्यक्रम ल्याउने हो भने पत्रकारलाई काम दिएर सहयोग गर्न सकिन्छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घ कास्कीका अध्यक्ष दीपेन्द्र श्रेष्ठ भन्छन्- यो बेलामा राज्यले सघाउनुपर्छ। लोककल्याणकारी विज्ञापनबापत पनि दिन सक्छ। कर्मचारी पत्रकारलाई न्यूनतम पारिश्रमिक दिएको प्रमाण पेस गरेपछि लोककल्याणकारी विज्ञापन दिने व्यवस्था गर्नुपर्छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गण्डकी प्रदेशका महासचिव गणेश पौडेल पनि राज्यले सञ्चारमाध्यमलाई बचाउनुपर्ने तर्क गर्छन्। 'सञ्चारमाध्यमले लोककल्याणकारी विज्ञापनबापत केही सहयोग सरकारबाट पाउँदै आए पनि कोरोनाको यो महामारीमा त्यो सहयोगलाई कसरी बढाउन सकिन्छ भनेर सोच्ने बेला भएको छ। लोककल्याणकारी विज्ञापनबापतको रकमको आकार बढाउने र सञ्चारमाध्यमले पनि पत्रकारलाई नियमित र श्रमजीवी पत्रकार ऐनअनुसार पारिश्रमिक दिने गरी कडाइ गर्ने हो भने अहिलेको अष्टेरोमा केही सहयोग हुन सक्छ', पौडेलले भने- विभिन्न तह, निकायमार्फत सघाउन आह्वान गर्न पनि सकिन्छ। राज्य तहबाटै सहयोगको इच्छा हुनुपर्छ। अहिले सञ्चारमाध्यमलाई केही सहयोग गरेर पत्रकारलाई पारिश्रमिक दिलाउनेतर्फ कडाइ गर्नुपर्छ। बरु, त्यसका लागि सञ्चारमाध्यमलाई सहुलियतमा ऋण दिएर पनि सघाउन सकिन्छ।

पोखरामा रहेर बिबिसीका लागि पत्रकारिता गर्दै आएका वरिष्ठ पत्रकार नारायण कार्कीको भनाइमा सञ्चारमाध्यम र पत्रकारलाई जोगाउन स्थानीय, प्रदेश र सङ्घीय सरकारले विशेष सहयोग गर्नुपर्छ। 'यो अष्टेरोमा विशेष कोष खडा गरेर सघाउन सकिन्छ। पत्रकारितालाई राज्यले चौथो अङ्गको मान्यता दिएको छ। राज्यका अन्य ३ वटा अङ्गले राज्यबाटै आर्थिक लाभ लिइरहेकाले अब चौथो अङ्गले पनि केही सहयोग पाउनुपर्छ', कार्कीले भने- पत्रकारको वृत्ति विकासका

लागि पनि सहयोग गर्न सकिन्छ। कोरोना र त्यसले पारेको प्रभावबारे अध्ययन गर्न, फिचर लेखनका लागि सञ्चारकर्मीका लागि फेलोसिपको कार्यक्रम ल्याउन जरूरी छ। त्यसले सञ्चारकर्मीको वृत्ति विकासमा पनि सहयोग पुग्छ।

पृथ्वीनारायण क्याम्पसमा पत्रकारिता प्राध्यापन गर्ने दीपक के श्रेष्ठको भनाइमा पनि फेलोसिपको व्यवस्था गरेर पत्रकारहरूलाई सहयोग गर्न सकिन्छ। ‘प्रदेश सरकारले कोरोनाले पारेको सामाजिक, आर्थिक, वित्तीय असरका विषयमा अनुसन्धान गर्नका लागि पनि पत्रकारलाई खटाउन सक्छ। समाज बुझ्ने निकायमा पत्रकारिता क्षेत्र अब्बल रहने भएकाले पत्रकारिता भन्दा बाहिरको क्षेत्रमा पत्रकारलाई अनुसन्धानमूलक काममा लगायो भने त्यसबाट राहत दिन्छ’, श्रेष्ठले भने- लोककल्याणकारी विज्ञापनको नाममा साहू मोटाउने काम भएकाले त्यो भन्दा फरक तरिकाले कार्यक्रम ल्याउनुपर्छ। लोककल्याणकारी विज्ञापनका नाममा अधोषित लगानीका रूपमा प्रदेश सरकारले मिडियाको ठेक्का लिनु राम्रो होइन।

अनौपचारिक क्षेत्र सेवा केन्द्र (इन्सेक) का प्रदेश प्रमुख शिव खकुरेल वास्तविक मिडियाकर्मी पहिचान गरेर विशेष परिचयपत्र दिइ राज्यले पत्रकारहरूलाई सहयोग गर्नुपर्ने धारणा राख्छन्। ‘लोककल्याणकारी विज्ञापनको आकार बढाएर पनि सघाउन सकिन्छ। विज्ञापन दिएपछि सञ्चारमाध्यमको आमदानी त बढ्यो तर त्यो आमदानी सञ्चारमाध्यमले पत्रकारलाई नदिँदा अहिले पत्रकार बढी मारमा परेका हुन्। त्यसैले त्यसको अनुगमन हुनुपर्छ’, खकुरेलले भने- वृत्ति विकास र फेलोसिपका कार्यक्रम ल्याउन सकिन्छ। कोरोनाले सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक क्षेत्रमा कस्तो असर परेको छ भनेर अध्ययन गर्न लगाएर पनि पत्रकारलाई सघाउन सकिन्छ। पत्रकारले गरेको अध्ययनले सरकारलाई नीति बनाउन सघाउँछ र त्यसबापत दिने आर्थिक सहयोगले पत्रकारलाई सहयोग पुग्छ।

लोकवाणी दैनिकका प्रकाशक प्रकाशचन्द्र भट्टराई लोककल्याणकारी विज्ञापनमा केही सुधार गर्नुपर्ने बताउँछन्। ‘अहिलेको अप्टेरोमा स्थानीय तहले केही सहयोग गरे पनि त्यो सहयोग निकै नै सानो छ। कोभिडको जनचेतनामूलक गतिविधि प्रकाशन गरेर केही आर्थिक सहयोग गरेका छन् तर त्यसबाट सञ्चारमाध्यम र पत्रकार टिकने अवस्था छैन। प्रदेश सरकारले खासै सहयोग गरेको छैन। कतिपय स्थानीय पत्रिकामा आफैं प्रकाशक र आफैं सम्पादक अनि श्रमजीवी भएर काम गरेकाले पनि उत्तिसारो अप्टेरो नहोला तर त्यो सहजता सबै पत्रकारलाई छैन’, भट्टराईले भने- सरकारले पत्रकारलाई सिधै खातामा रकम दिने होइन। पत्रकारको बिमा, छापामा कागजात किन्दा छूट दिने, रेडियो र टिभीका उपकरण खरिदमा छूट, राजस्वमा छूट गर्न सकिन्छ। सञ्चारमाध्यमलाई राहत र सहूलियत दिएबापत श्रमजीवीले राहत पाए/नपाएको पनि अनुगमन

गर्नुपर्छ। नत्र साहू मोटाउने काममात्र हुन्छ। सञ्चारमाध्यमका लागिमात्र कोष खडा गरेर सस्तो ब्याज दरमा ऋण दियो भने त्यसले पनि सञ्चारमाध्यमलाई राहत हुन्छ। पत्रकारलाई सिधै पैसा दिन नमिल्ने भएपछि अनुसन्धानका काममा लगाएर भुक्तानी दिन सकिन्छ। आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक क्षेत्रमा अनुसन्धानमूलक समाचार सामग्री खोज्न लगाएर आर्थिकरूपमा राहत दिन सकिन्छ।

अन्नपूर्ण पोस्टका गण्डकी प्रदेश ब्युरो प्रमुख केशवशरण लामिछाने पनि यो बेला पत्रकारलाई फेलोसिप आवश्यक रहेको बताउँछन्। यसका साथै प्रदेश र स्थानीय सरकारले पत्रकारलाई अध्ययन/अनुसन्धानका काममा लगाएर सहयोग गर्न सकिने उनको धारणा छ। मिडिया अनुसन्धानकर्ता शेखर पराजुली सञ्चारमाध्यमले हार्डवेयर विकासमा मात्र ध्यान दिएको तर पत्रकारका लागि लगानी नगरेकाले पनि अहिले तत्कालै समस्या देखिएको बताउँछन्। 'सस्तो ब्याज दरमा ऋण दिनका लागि सरकारले कोष खडा गर्न सक्छ', पराजुलीले भने- अहिलेको अप्टेरोबाट पत्रकारलाई आवश्यक सहयोग गर्न फिचर सेवालाई सक्रिय बनाउन सकिन्छ। स्वतन्त्ररूपमा फिचर सेवा उपलब्ध गराउने र त्यहीअनुसार पत्रकारका लागि फेलोसिपका कार्यक्रम ल्याउन सकिन्छ।

निष्कर्ष र सुझाव

कोरोना भाइरस महामारीका बेला सञ्चारमाध्यमको सक्रियता निकै नै बढेको छ। तर सक्रियतासँगै सजगता पनि त्यत्तिकै आवश्यक हुन्छ। सञ्चारमाध्यमले समाजलाई सचेत बनाउने, जनचेतना अभिवृद्धि गर्न र जागरण फैलाउन सूचना प्रवाह गरिरहेका छन्।

कोरोनाको प्रभाव र असरबीच पनि सञ्चारमाध्यम सञ्चालनमा छन्। अप्टेरोका बाबजुद पनि सीमित स्रोत/साधनसहित सूचना सम्प्रेषणमा पत्रकार अहोरात्र खटिरहेका छन्। त्यति हुँदाहुँदै पनि पत्रकारहरू कोरोनाकै कारण जागिरविहीन हुन थालेका छन्। अप्टेरोमा परेका पत्रकारलाई भविष्यमा कसरी काममा लगाउन सकिन्छ वा पत्रकारिता क्षेत्रलाई कसरी निरन्तरता दिन सकिन्छ भनेर यहाँ केही सुझाव प्रस्तुत गरिएको छ-

- विपद्मा मिडिया र पत्रकारसम्बन्धी आवश्यक नीति तथा कार्यक्रम निर्माण गरी विपद् सामना गर्नका लागि मिडिया र पत्रकारलाई तयारी अवस्थामा राख्नुपर्छ।
- विगतदेखि आमसञ्चार क्षेत्रले उठाउँदै आएको समानुपातिक विज्ञापन नीति लागु गरेर सञ्चारमाध्यमलाई बचाउने पक्षमा पहल गर्नुपर्छ।

- आमसञ्चारमाध्यमलाई सस्तो ब्याज दरमा ऋण सुविधा दिन विशेष कोष खडा गर्नुपर्छ।
- सञ्चारमाध्यमले तिरै आएको नवीकरण दस्तुर र रोयल्टीमा सहूलियत उपलब्ध गराउन पर्छ।
- कतिपय मिडिया बन्द भएकाले पत्रकारले रोजगारी गुमाएका छन्। रोजगारी गुमाएका पत्रकारका लागि विशेष व्यवस्था गर्नुपर्ने हुन्छ।
- सरकारी एवं सार्वजनिक सूचना जानकारीमूलक विज्ञापन सञ्चारमाध्यमबाट सम्प्रेषण गर्ने/गराउने गरी विशेष आर्थिक प्याकेज ल्याउने साथै लोककल्याणकारी विज्ञापनबापतको रकम वृद्धि गर्ने र त्यसको अनुगमन पनि गर्नुपर्ने हुन्छ। किनभने लोककल्याणकारी विज्ञापन प्रकाशन गरे पनि सञ्चारमाध्यमले पत्रकारलाई पारिश्रमिक नदिएकाले अनुगमनमा कडाइ गर्न सकिन्छ।
- श्रमजीवी पत्रकार र कामदारलाई तोकिएको सुविधा उपलब्ध गराउने साथै सञ्चार प्रतिष्ठानको अनुगमन, नियमन र कारबाहीको व्यवस्था प्रभावकारी हुनुपर्छ।
- कठिन अवस्थामा जोखिम मोलेर कार्यक्षेत्रमा खटिएका सञ्चारकर्मीका लागि विशेष फेलोसिपको कार्यक्रम ल्याउन पहल गर्नुपर्छ।
- सरकारका विभिन्न निकायले शिक्षामूलक, चेतनामूलक र जनहितमा जारी हुने सूचना मिडियाबाट सम्प्रेषण गर्ने र सोबापत विज्ञापन वा राहतस्वरूप निश्चित रकम उपलब्ध गराउनुपर्ने देखिन्छ।
- कोभिड-१९का कारण पत्रपत्रिका बन्द भएको खण्डमा पत्रपत्रिकाले सञ्चालन गरेका अनलाइनलाई लोककल्याणकारी विज्ञापन उपलब्ध गराउने नीतिगत निर्णय हुनुपर्छ र पत्रकारलाई अनलाइनमा काम गर्ने वातावरण सिर्जना गर्नुपर्छ।
- साना लगानी र स्वरोजगारमूलक मिडियाको हकमा स्थानीय भाषा, संस्कृति र विकाससम्बन्धी कार्यक्रम उत्पादन र प्रसारण गर्ने विषयमा सहजीकरण गरी स्थानीय तहसँग सहकार्य गर्नुपर्छ।
- अनलाइन सञ्चारमाध्यमलाई दर्ता, सूचीकरण, वर्गीकरण/अनुगमन-नियमन गरी लोककल्याणकारी विज्ञापन उपलब्ध गराउनुपर्छ।
- श्रमजीवी पत्रकारका लागि तत्कालै कोभिड बिमाको व्यवस्था गर्नुपर्छ।

- रोजगारीबाट विमुख गरिएका श्रमजीवी पत्रकार, कर्मचारी कामदारलाई पुनर्स्थापना गरी कठौती भएको सुविधा उपलब्ध गराउने व्यवस्था मिलाउनुपर्छ।
- पत्रकारको सिप विकासका कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्छ।

अन्तर्वार्ता सूची

- नवीन सिग्देल, कास्की (२०७७ कात्तिक १८)
- आश गुरुङ, लमजुङ (२०७७ कात्तिक १८)
- छविलाल तिवारी, पर्वत (२०७७ कात्तिक १८)
- दीनानाथ बराल, पोखरा (२०७७ कात्तिक १८)
- कैलाशबाबु श्रेष्ठ, गोरखा (२०७७ कात्तिक १८)
- विनोद ढुङ्गाना, तनहुँ (२०७७ कात्तिक १८)
- अगन्धर तिवारी, पर्वत (२०७७ कात्तिक १९)
- वासु मिश्र, पोखरा (२०७७ कात्तिक १९)
- हरिकृष्ण गौतम, म्याग्दी (२०७७ कात्तिक १९)
- अमृत सुवेदी, पोखरा (२०७७ कात्तिक २०)
- त्रिभुवन पौडेल, गण्डकी प्रदेश अध्यक्ष (२०७७ कात्तिक २०)
- गणेश पौडेल, महासचिव, पत्रकार महासङ्घ, गण्डकी (२०७७ कात्तिक २०)
- गोविन्द सुवेदी, सदस्य, गण्डकी प्रदेश, पत्रकार महासङ्घ (२०७७ कात्तिक २०)
- दीपेन्द्र श्रेष्ठ, अध्यक्ष, कास्की (२०७७ कात्तिक २०)
- शेखर पराजुली, मिडिया अनुसन्धानकर्ता (२०७७ कात्तिक २२)
- शिव खकुरेल, प्रदेश प्रमुख, अनौपचारिक क्षेत्र सेवा केन्द्र (इन्सेक) (२०७७ कात्तिक २२)
- कृष्णप्रसाद बास्तोला, प्रकाशक, आदर्श समाज दैनिक, पोखरा (२०७७ कात्तिक २१)

महामारीमा मिडिया

- शोभाकान्त सिग्देल, कार्यकारी सम्पादक, पोखरापत्र दैनिक (२०७७ कात्तिक २१)
- नरहरि सापकोटा, कार्यकारी सम्पादक, दरौदी दैनिक, गोरखा (२०७७ कात्तिक २१)
- प्रकाशचन्द्र भट्टराई, प्रकाशक, लोकवाणी दैनिक, तनहुँ (२०७७ कात्तिक २२)
- नारायण कार्की, वरिष्ठ पत्रकार, बिबिसी, पोखरा (२०७७ कात्तिक २२)
- दीपक के श्रेष्ठ, पत्रकारिता प्राध्यापक, पृथ्वीनारायण क्याम्पस (२०७७ कात्तिक २२)
- केशवशरण लामिछाने, ब्युरो प्रमुख, अन्नपूर्ण पोस्ट, गण्डकी (२०७७ कात्तिक २४)

बढी मारमा नयाँ पत्रकार

कृष्ण पोखरेल

लुम्बिनी प्रदेशमा नवलपरासी (बर्दघाट सुस्ता पश्चिम), रुपन्देही, कपिलवस्तु, पाल्पा, अर्घाखाँची, गुल्मी, रुकुम (पूर्वी भाग), रोल्पा, प्युठान, दाङ, बाँके र बर्दिया गरी १२ जिल्ला पर्छन्। यो प्रदेशको पत्रकारिताको इतिहास ७ दशकको छ। सङ्ख्यात्मक हिसाबले हेर्दा अरू माध्यमको तुलनामा पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या बढी छ। लुम्बिनी प्रदेशमा दर्ता भएका २८२ पत्रपत्रिकामध्ये ८३ वटा प्रकाशित भएका देखिन्छ। त्यस्तै १०२ वटा रेडियो दर्ता भएकामा ९७ वटा सञ्चालनमा छन्। प्रदेशभित्र १६ वटा टेलिभिजन दर्ता भएकामा १४ वटा प्रसारणमा छन्। प्रदेशमा ९२ वटा अनलाइन दर्ता भएको पाइन्छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार लुम्बिनी प्रदेशमा पत्रकारको सङ्ख्या १,७९४ छ।

लुम्बिनी प्रदेशमा वि.सं. २०७७ वैशाख ११ गते रुपन्देहीस्थित कोटहीमाई गाउँपालिकामा १ जना र बाँकेस्थित नेपालगन्ज उपमहानगरपालिकामा १ जनामा पहिलो पटक कोरोना सङ्क्रमण देखिएको थियो। त्यसपछि कोरोना सङ्क्रमण र त्यसका कारण मृत्यु हुनेको सङ्ख्या बढ्दै गएर लुम्बिनी प्रदेशमा भयावह अवस्था देखिएको हो। यो अवस्थामा पत्रकार पनि त्रासमै बसे तर पत्रकारले सुरक्षाका विधि अवलम्बन गर्दै रिपोर्टिङ भने जारी राखे। यो अवस्थामा स्थानीय सरकारले पत्रकारलाई मास्क र स्यानिटाइजर उपलब्ध गराएका थिए। पाल्पा र रुपन्देहीका स्थानीय सरकारले स्थानीय पत्रकारको कोरोना बिमा पनि गरिदिएका छन्। बुटवल उपमहानगरपालिका, तानसेन, देवदह, सैनामैना, तिलोत्तमा, सिद्धार्थनगर र लुम्बिनी सांस्कृतिक नगरपालिकाले आफ्नो स्थानीय तहमा रहेका पत्रकारको कोरोना बिमा गरिदिएका हुन्।

वि.सं. २०७६ चैत १२ गते लकडाउन सुरु भएपछि २०७७ वैशाख १५ गतेसम्म लुम्बिनी प्रदेशका सबै पत्रिका बन्द भए। करिब १ महिना बन्द भएपछि पत्रिकाहरूले पुनः प्रकाशन थाले। यस अवधिमा अनलाइनसमेत भएका पत्रिकाहरूले अनलाइनमा समाचार प्रकाशन गर्न थाले। सीमित पत्रकारलाई खटाएर अनलाइन चलाएको दैनिक लुम्बिनीका सम्पादक यानेन्द्र जिसीले बताए।

पत्रिका बन्द भएको झन्डै २० दिनपछि बजारमा पठाउन र छाप्न नसकिने भए पनि प्रेस काउन्सिलमा पत्रिका वर्गीकरणका लागि आवश्यक पर्ने भएकाले पिडिएफ फाइल बनाएर राखेको दैनिकपत्रका भाषा सम्पादक रामप्रसाद आचार्यले बताए।

कोरोना कहरका बेला अनलाइन चलाउन थालेपछि पत्रकारहरूलाई घरबाट रिपोर्टिङ गर्न इन्टरनेट र मोबाइल खर्च दिएको तर पहिला भन्दा थप सुविधा दिन भने नसकेको दाङको युगबोध दैनिकका प्रधान सम्पादक प्रताप रेग्मीले बताए। रेग्मीका अनुसार मिडिया हाउसले घरमै बसेर रिपोर्टिङ गर्न अनुरोध गरेकाले पत्रकारहरूलाई सुरक्षात्मक सामग्रीहरू व्यवस्थाबारे खासै ध्यान दिएन। सुरुमा केही दिन कतिपय मिडियाले कार्यालयमा स्यानिटाइजर, मास्क र साबुनपानी व्यवस्था गरेका थिए।

सामाजिक सञ्जाल, मिडियाको सामूहिक च्याट, स्थानीय प्रदेश सरकारको सूचना सामग्रीहरू, उनीहरूले पठाएका इमेल एवं अन्य मिडियामा आएको समाचार र फोन वार्तालाई आधार मानेर रिपोर्टिङ गर्ने गरेको अन्नपूर्ण पोस्ट लुम्बिनी प्रदेश ब्यूरो संयोजक लक्ष्मण पोखरेलले बताए। लकडाउनमा मिडिया सञ्चालनका बारेमा आन्तरिक नीति, योजना र तयारीमा अलमल नै भयो। 'सञ्चालकहरूबीच बैठक बसेर निर्णय लिन सकिने अवस्था पनि भएन। पत्रकारहरूसँग टेलिफोनमा कुराकानी गरेर अनलाइन चलाउन प्रोत्साहन गर्ने काम भयो'- कपिलवस्तुको बुद्धदर्पण पत्रिकाका प्रधान सम्पादक भेषराज पाण्डेले बताए।

पत्रकारलाई परेको अष्टेरो

नेपालगन्जस्थित मेरो खुसीका सम्पादक शङ्करप्रसाद खनालका अनुसार कोरोना कहरका बेलामा पत्रकारहरू समाचार खोज्न जान नसके भए। पत्रकारले फिचर वा फिल्ड सामग्रीहरू खोज्ने क्रममा कमी आयो। चैतदेखि असोजसम्म धेरै पत्रकार घर बिदामै बसे। मिडियामा पत्रकारहरूले पठाएको समाचार प्रकाशन र प्रसारण तुलनात्मकरूपमा कम हुन थाल्यो। 'राष्ट्रिय दैनिक पत्रिकाहरूले पृष्ठ घटाएका छन्', रुपन्देहीबाट नागरिक दैनिकमा काम गर्ने पत्रकार विनोद परियारले भने- त्यसले गर्दा समाचार पनि कमैमात्र प्रकाशित हुन्छन्।

पत्रकारहरू आफैं सङ्क्रमित भएका छन्। आफ्ना परिवारका सदस्यहरू सङ्क्रमित भए। भर्खर पत्रकारिता गरेकाहरू बढी मर्कामा परेका र उनीहरूले जागिरसमेत गुमाएको देखिन्छ। राष्ट्रिय मिडियामा स्ट्रिन्जरका रूपमा काम गर्ने वा तलबमा काम गर्नेहरू पनि प्रभावित भएका छन्। मासिक आधा तलबमा काम गर्नुपर्ने अवस्था आएको छ भने पत्रिकाको पृष्ठ घट्ने र रेडियो एवं

टेलिभिजनको कार्यक्रम उत्पादन बन्द हुँदा समाचारकै आधारमा पारिश्रमिक पाउनेहरूको पेसा धरापमा पर्ने अवस्था रहेको नेपाल पत्रकार महासङ्घ रोल्पाका अध्यक्ष महेश न्यौपानेले बताए।

प्रदेशमा रहेका पत्रकारमध्ये जागिर गुमाउनेहरू पनि छन् तर आधिकारिक तथ्याङ्क सार्वजनिक भएको छैन। मिडियाको विज्ञापन बजार खुम्चिएसँगै नाम चलेका मिडियामा काम गर्ने पत्रकारहरूसमेत तलब नपाउने र घर बिदामा बस्नुपर्ने समस्यामा छन्। कोभिड कहरमा धेरै रेडियो, पत्रिका र टेलिभिजनमा काम गर्ने पत्रकारहरू घरमा बसे र आधाजसो जनशक्तिले काम गरे। यो अवस्थामा काम गर्नेले तलब वा सुविधा पाए पनि काम नगरेकाहरूको तलब र अन्य सुविधा पनि कटौती गरिएको श्रीनगर टेलिभिजन पाल्पाका प्रबन्धक विष्णु घिमिरेले बताए। ५-७ हजारमै काम गर्ने पत्रकारले समेत तलब नपाएकाले पत्रकारिताप्रति नयाँ पुस्ताको आकर्षण घटेको बुटवल टुडेका सम्पादक कृष्ण मल्लले बताए।

बर्दियामा रेडियोमा कार्यरत पत्रकारहरूले कोभिड सङ्क्रमण बढेसँगै ३ देखि ६ महिनासम्मको पारिश्रमिक नपाएको गुनासो गरेका छन्। कपिलवस्तुमा ३० वटा मिडियाका करिब ४० जना पत्रकारले अवकाश पाएका छन्। गुल्मीका रेडियोमा कार्यरत पत्रकारले लकडाउनमा खाने खर्चको व्यवस्था गर्नसमेत अप्ठेरो परेको गुनासो गरे। 'रेडियो प्रशासन र सञ्चालकले विपद्मा पत्रकारहरूको समस्यामा ध्यान दिएनन्। वर्षौँ काम गरेको संस्थाले सङ्कटकाल बेला साथ दिएन'- गुल्मीका पत्रकार टोपलाल अर्यालले बताए। रुपन्देहीका मिडियामा काम गर्ने अधिकांश पत्रकारले आधा तलबमा काम गरेका छन्। नियमितरूपमा काम गरेका झन्डै २०० पत्रकारले आधा तलबमा काम गर्ने गरेका छन्। राष्ट्रिय र स्थानीय सञ्चार गृहमा आबद्ध धेरै पत्रकार तथा कर्मचारी बेतलबी बिदामा बस्न बाध्य छन्। त्यसरी बिदामा बस्न बाध्य पारिएका कर्मचारी ठूला मिडिया हाउसका हुन्। सञ्चारमाध्यममा केही वर्षमात्र काम गरेका अर्थात् भर्खर पत्रकारितामा प्रवेश गरेका कतिपय पत्रकारहरूले जागिर गुमाएका छन् वा बिनातलब बिदामा बसेका छन्। क्रियाशील अर्थात् क्षमता भएका पत्रकारलाई भने मिडियाले पनि सकेसम्म टिकाउने नीति लिएको देखिन्छ।

कोरोना महामारीका बेला रुपन्देहीमा मात्रै कम्तीमा १२ जना पत्रकार महिलाको जागिर गुमेको तथ्याङ्क सञ्चारिका समूहको छ। पूर्णकालीन काम गर्ने पत्रकारहरू आंशिक काममा सीमित भए। केहीलाई सञ्चार गृहले घरबाट काम गर्ने सुविधा दिए पनि काममा लगाएनन् र तलब पनि दिएनन्। कोरोनाको हटस्पट बनेको यस प्रदेशमा खटिएर काम गर्ने पत्रकारहरूले पनि थप सुविधा पाएनन्। महिला कमजोर छन् भन्ने मानसिकता पत्रकारिता क्षेत्रमा पनि देखिँदा महिला पत्रकारलाई जोखिमको काममा खटाउन सञ्चार गृहहरू उदासीन देखिएको समूहले बताएको छ। मिडियाले

आकर्षित गर्न नसकेपछि पारिवारिक दबाव झेलिरहेका पत्रकार महिलाहरू घर र भान्सामा सीमित हुन पुगेको निष्कर्ष सञ्चारिका समूहको छ।

पत्रकारितामा कोभिड-१९ प्रभाव

नेपाल पत्रकार महासङ्घ र सेयरकाष्ट इनिशियटिभ नेपालले पत्रकारिता क्षेत्रमा कोभिडले पारेको प्रभावका विषयमा २०७७ साल साउनमा गरेको प्रारम्भिक सर्वेक्षणमा उद्योग तथा व्यवसायहरू बन्द भएका कारण विज्ञापन कटौती भएर त्यसको प्रत्यक्ष असर आमसञ्चार माध्यमको आम्दानीमा परेकाले नियमित पारिश्रमिक भुक्तानी गर्न नसकेको सञ्चालकहरूले बताएका छन्। अन्य प्रदेशको दाँजोमा लुम्बिनी प्रदेशका २२.५ प्रतिशत सञ्चालकले लकडाउनपछि पत्रकारको तलब भुक्तानी गर्न बाँकी रहेको देखिन्छ।

कोरोना महामारीले पत्रिकाहरूलाई थला पारेको बुटवलबाट प्रकाशित दैनिकपत्रका प्रधान सम्पादक बालकृष्ण चापागाईँ बताउँछन्। चापागाईँका अनुसार अहिले मासिक १५ लाख हाराहारी घाटामा पत्रिका प्रकाशन गर्नुपरेको छ। बुटवल मिडिया प्रकाशन प्रालिद्वारा दैनिकपत्र, जनसङ्घर्ष दैनिक र स्वाधीन मासिक पत्रिका प्रकाशन हुँदै आएका छन्। कोरोना महामारीपछि भने दैनिकपत्रबाहेक अन्य पत्रिकाको प्रकाशन साप्ताहिकरूपमा गरिएको छ। दैनिक नेपालगन्जका प्रधान सम्पादक झलक गैरे भन्छन्- ‘लकडाउन सरकारले गन्यो तर पत्रिकाहरूले आफू कसरी चल्ने भन्ने तयारी नै गर्न भ्याएनन्। १ हप्ता अलमल नै भयो त्यसपछि बिस्तारै अनलाइनमा सामग्री उत्पादनतर्फ लागियो। पत्रकारहरूलाई घरमै बसेर अनलाइन चलाउन भनिएको छ। पत्रिका र अनलाइनलाई सँगै लैजानुपर्नेबारे ज्ञान भयो, यसमा पछि परियो।’ नेपाल पत्रकार महासङ्घ रुपन्देही सचिव रामप्रसाद आचार्यका अनुसार ‘पत्रिकाहरूले पनि विपद् कोष बनाउनुपर्ने र विपद्का बेला सामग्री उत्पादन शैली कस्तो हुने भन्ने योजना बनाउनुपर्ने सिकाइ भएको तर त्यसमा सबै चुके। जनचेतना दैनिकका सम्पादक जगदीश भट्टराईले कोरोना कहरले पत्रिकामा पारेको असर यसरी व्यक्त गरे-

विपद्का बेला मुख्यतया पत्रिका वितरणमा चुनौती भयो त्यसैले बन्द गरियो। यस्तो बेला कर्मचारीको सुरक्षा, पत्रिकाको वितरण जस्ता विषयमा तयारी गर्न सकिएन। पत्रिकाको आर्थिक पाटो ध्वस्त भयो। किनकि यो विज्ञापन आउने सिजन थियो, त्यो सबै गुम्यो। यसले २ वर्ष धक्का दिन्छ। त्यसैले बजारबाट पैसा ल्याएर त्यही खर्चमा मिडिया चलाउनेहरूलाई निकै अप्ठेरो छ। केही संस्थागत भएकालाई सजिलो होला अन्य निकै अप्ठेरोमा छन्। पत्रिका सञ्चालनको खर्च कागज खरिदबाहेक अन्य यथावत् नै छ। विज्ञापन छैन। अनलाइन चलाए पनि यसको मार्केटिङ हुन सकेको

छैन। पत्रिकाको ग्राहक शुल्क उठाउन अब समस्या छ। अप्टेरो र संवेदनशील बेलामा पत्रिकाहरू झन् विश्वसनीय समाचारका साथ पाठकको घरमा पुऱ्याउनुपर्ने हो तर त्यसो हुन सकेना पत्रकारहरूलाई कोरोना कहरमा रिपोर्टिङ गर्दा थप प्रोत्साहन हुनुपर्नेमा मिडियाको आर्थिक अवस्थाले गर्दा तलबसमेत पाउन अप्ठ्यारो भयो।

अनलाइन सञ्चालन गरेका पत्रिकाहरूको अनलाइन पाठक कोरोनाको समयमा दोब्बर बढेको सञ्चालकहरूले बताए। अनलाइन नै सूचना संवाहक बने तर त्यसबाट मिडियाले कसरी आमदानी गर्ने वा विज्ञापन कसरी व्यवस्थित गर्ने भन्ने पाटोचाहिँ निकै कमजोर रह्यो।

कोभिडको सबै भन्दा बढी मार सुरुका दिनमा पत्रिकाहरूलाई परेको देखिन्छ। प्रदेशका सबैजसो दैनिक पत्रिकाले चैत १२ मा लकडाउन भएसँगै १४ गतेदेखि बढीमा १ महिनासम्म पत्रिकाहरूको प्रकाशन बन्द गरेका थिए। पुनः प्रकाशन भएपछि पनि वितरण पूरै घट्यो। वितरण नहुँदा विज्ञापनको बजार त्यही अनुपातमा घटेको छ। पत्रिकाहरू उपस्थितिका लागि मात्रै प्रकाशन भए। रुपन्देही, दाङ र नेपालगन्जका रङ्गीन पत्रिकाले २ देखि ४ पृष्ठसम्म घटाएर प्रकाशन गरिरहेका छन्।

साप्ताहिक पत्रिकाहरूको प्रकाशन पनि नगण्य मात्रामा छ। धेरैजसोले पत्रिका बन्द गरी अनलाइन संस्करण निकालिरहेका छन्। कोरोना कहरबीचमा यातायात खुलेपछि पत्रिका निस्कने भन्दा अन्यत्र जिल्लामा पत्रिका पठाउन र वितरण गर्न अझै सकेका छैनन्। लामो समय वितरणमा गडबडी हुँदा विज्ञापन र ग्राहक शुल्क दुवै आमदानी गुमेको बुटवल टुडे दैनिकका व्यवस्थापक दुर्गा आलेले बताए। कोरोना कहरकै बीचमा पत्रिकाहरूको वर्गीकरण गरेर सूचना विभागले दिने रकमसमेत समयमा नदिएको गुनासो आएको छ। यस आर्थिक वर्षमा १ महिनाको मात्रै भुक्तानी लिएका छन्। कोरोना कहरबाट पत्रिकाहरू नराम्रो गरी प्रभावित भए। लगानीकर्ता र पत्रकार दुवै प्रभावित भएका छन्। पत्रकारको तलब बढाउन सकिने अवस्था छैन। विज्ञापन बजार धराशायी भएको छ। पत्रिकामार्फत कोरोना सर्न सक्छ भन्ने डरले पत्रिका किनेर पढ्न छाडे। पत्रिका छपाइका लागि आवश्यक पर्ने कच्चा पदार्थको मूल्य पनि बढेको छ।

मिडियाहरूले विज्ञापन घटेको भनी काम गर्ने कर्मचारी र पत्रकारहरूलाई पारिश्रमिक दिन आनाकानी गर्ने, बिदामा बस्न र आलोपालो कार्यालय आउन भन्ने जस्ता मनोवैज्ञानिकरूपमा त्रासहरू सिर्जना गर्ने गरेको प्रेस सङ्गठन नेपाल रुपन्देही अध्यक्ष अमृत गिरीले बताए। मेची-काली दैनिकका प्रमुख कार्यकारी अधिकृत विष्णुप्रसाद गैरेको अनुभवचाहिँ यस्तो छ-

कोरोनाको मुख्य असर विज्ञापनमै परेको छ। अनलाइनमा समाचार र पत्रिका प्रकाशन गरे पनि अनलाइनमा विज्ञापन दिने अभ्यास छैन। ग्राहकलाई दिने उपहार र अन्य सुविधा कटौती गरियो।

कलेजहरूको भर्नासम्बन्धी विज्ञापन, चाडवाड लक्षित विज्ञापन र अन्य व्यावसायिक विज्ञापनहरू प्रायः बन्द नै भयो। निजी व्यवसायी क्षेत्रबाट आउने विज्ञापनमा ७० प्रतिशत भन्दा बढी कटौती भयो। पत्रिका ग्राहकसम्म पुग्न नसकेकाले व्यावसायिक विज्ञापनमा असर परेको छ। पुरानो बचत भएको र असार महिनामा सरकारी क्षेत्रबाट सहयोग, केही सूचना र सन्देशहरूको रकम जम्मा भएकाले चलेको छ। कोरोना असर कम होला र केही समयमा सामान्य अवस्था होला भन्दाभन्दै लामो समय असर परेको छ। मिडियाहरू कोमामा परेका छन्। कसरी माथि उठ्ने भन्ने अन्योल छ। यसको असर कहिलेसम्म पर्छ भन्ने एकीन पनि छैन।

पत्रिकाहरू सबै प्रभावित भए पनि संस्थागत बनेका अर्थात् आफ्नै भवन र छपाइ मेसिन भएकाहरूलाई चलन अलि सहज भएको देखियो। घर भाडा खर्च, छपाइ खर्च र कागज खर्च कम भएपछि बचेकाले अलिअलि आएको सरकारी विज्ञापनले कर्मचारी खर्च धान्न सकिएको तर संस्थागत विकास नभएकालाई ठूलै मार परेको युगवोध दैनिकका सम्पादक प्रताप रेग्मीले बताए। बाँकेमा कोरोना कहरले कालपृष्ठ दैनिकलगायतका केही पत्रिकाले प्रकाशन बन्द गरेकाले लोककल्याणकारी विज्ञापन लिन अप्ठेरो हुने अवस्था आएको छ। चैत १३/१४ बाट बन्द भएका पत्रिका असोजदेखि नियमित भएका छन् भने अझै केही पत्रिका सञ्चालन हुन सकेका छैनन्। नेपालगन्जबाट रङ्गीन निस्कँदै आएको दैनिक नेपालगन्ज पत्रिका अहिले श्याम/श्वेत निस्किएको छ। राष्ट्रिय पत्रिकाहरूसँग साझेदारीमा चलाएको प्रेस लकडाउनसँगै राष्ट्रिय पत्रिकाले छपाइ बन्द गरेकाले आफ्नो पत्रिका रङ्गीन कलेवरबाट श्याम/श्वेतमा झरेको प्रधान सम्पादक झलक गैरले बताए।

रेडियो पत्रकारिता गर्नेले पनि अनलाइन संस्करण चलाए तर त्यसबाट बजार विस्तार गर्न भने सकेनन्। विज्ञापनको बजार साँघुरिँदै गएको सञ्चालकहरूको अनुभव छ। कोभिडकै कारण प्रकाशनदेखि समाचार सङ्कलन र स्रोत व्यवस्थापन कठिन भएको छ। प्रदेशका अधिकांश रेडियोले कार्यक्रम बन्द गरेका छन् भने केही समाचार बुलेटिन र नेटवर्कका समाचार/कार्यक्रममार्फत प्रसारण गरेर रेडियो जीवित राख्ने काम गरेका छन्। रेडियोमा काम गर्ने पत्रकारको कोरोना कहरमा सबै भन्दा ठूलो चुनौती नै सुरक्षा अर्थात् बचेर रिपोर्टिङ गर्नुपर्ने थियो। यसबीचमा केहीले आफ्ना कार्यक्रम कटौती गरे भने केही रेडियोले अझै सूचना र सन्देश प्रवाहमा जोड दिए। रेडियोहरूले विद्यार्थी केन्द्रित कार्यक्रम, स्वास्थ्य चेतनाका कार्यक्रम उत्पादन गर्न थाले। लामो समय कोरोना कहरले गर्दा रेडियोको आमदानी घट्न थालेपछि त्यसको मारमा पत्रकार र लगानीकर्ता दुवै परेको रेडियो तुलसीपुरका स्टेसन म्यानेजर एवं सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ नेपालका उपाध्यक्ष अर्जुन गिरीको बुझाइ छ।

सामुदायिक रेडियो बुद्ध आवाजका स्टेसन म्यानेजर भेषराज पाण्डेका अनुसार-

कोभिडका कारण रेडियो सुन्ने स्रोत बढेका छन्। रेडियोहरूले प्रसारण समय घटाए, उत्पादन गरेर बजाउने कार्यक्रम कटौती गरी गीतहरू बजाएर चलनका लागि मात्रै प्रसारण गरे। पहिले रेडियोमा ६० देखि ७० प्रतिशतले विज्ञापनमा गिरावट आएको सञ्चालकहरूको भनाइ छ। चलाउनकै लागि वा पत्रकारितामा मोह देखेर चलाएका मिडिया बन्द हुने अवस्था बन्यो। संस्थागत विकास भएका मिडिया चलन सक्ने देखिन्छ। यसले मिडिया र पत्रकार दुवैमा व्यावसायिकता वृद्धि हुने वा व्यावसायिक बन्न नसक्ने बन्द हुने देखिन्छ।

रेडियो स्वर्गद्वारी एफएम दाङका सम्पादक वसुन्धरा गौतमको भनाइ पनि उस्तै छ। उनले कर्मचारीको सुरक्षालाई ध्यानमा राखेर सुरुमा कतिपय समाचार घरबाटै पढ्ने, प्राविधिकसहित सीमित व्यक्ति मात्रै रेडियोमा जाने, बहस र संवाद कार्यक्रमहरू बन्द गरिएको बताए। गीत/सङ्गीत, केन्द्रबाट रिले कार्यक्रमहरू, स्थानीय समाचारहरू र स्थायी कर्मचारीले उत्पादन गर्ने कार्यक्रम मात्रै प्रसारण भए। रेडियो सन्धिखर्कका स्टेसन म्यानेजर श्याम घिमिरे र श्रीनगर एफएम पाल्पाका अध्यक्ष भीमसेन कार्की कोरोना कहरले पारेको प्रभाव उस्तै गरी व्यक्त गर्छन्।

कोरोना भाइरस रोकथामसम्बन्धी केन्द्रीय सरकार र प्रदेश सरकारले जनचेतनामूलक सन्देशहरू प्रवाह गर्ने विषयमा स्थानीय सञ्चारमाध्यमको पहुँच नै पुगेन। स्थानीय सरकारले पनि अन्य क्षेत्रमा ध्यान दिए तर सञ्चारमाध्यमबाट सन्देश तथा सामग्रीहरू उत्पादनमा ध्यान दिन सकेनन्। जसले स्थानीय सञ्चारमाध्यममा असर मात्रै पऱ्यो, लाभ लिन सकेनन्। सरकारको स्पष्ट विज्ञापन नीतिको अभाव छ। अनुदान भन्दा पनि कार्यक्रम उत्पादन वा प्रतिफल प्राप्त हुने गरी मिडियाको लगानी वृद्धि गर्न आवश्यक छ।

अनलाइन न्युज पोर्टल नयाँ खुलेका र पुराना सञ्चालनमा आए पनि व्यवस्थित हुन सकिरहेका छैनन्। विज्ञापन स्रोतको कमी, गुणस्तरको जनशक्ति र संस्थागत संरचना अनलाइन न्युज पोर्टलका लागि चुनौती बनिरहेको छ। बुटवल टुडेका सम्पादक कृष्ण मल्लका अनुसार अनलाइन पत्रकारिता कोभिडको बेलामा फस्टाएको देखिन्छ। उनले पत्रिका प्रकाशन नभएको बेलामा पनि अनलाइनमार्फत समाचार अपडेट गरेकाले कोभिडका बेलामा अनलाइन पत्रकारिताका पाठक बढेको देखिन्छ।

दाङ खबर अनलाइन सञ्चालक टीका बस्नेतका अनुसार-

अनलाइन मिडियालाई कोरोना कहरमा दुईखाले असर देखा परेको थियो र सुरुका दिनमा छिन-छिनमा अपडेट गर्नुपर्ने विषयहरू खोज्नै चुनौती भयो। फिल्ड जान सकिने अवस्था भएन। अफिस वा घरबाट काम गर्ने अभ्यास नभएकाले सूचनासम्म पहुँच विस्तारमै अट्टेरो परेको थियो। दोस्रो

चरणमा अनलाइनहरू बढी व्यावसायिक विज्ञापनहरूबाट चल्थे तर बजारमा कोरोनाले आर्थिक मन्दी भएसँगै त्यसको असर अनलाइन मिडियामा पनि परेको छ। करिब ६० प्रतिशत विज्ञापन कटौती भए। कोरोना कहरले अनलाइनमा पत्रकारहरू टिकाउनसमेत चुनौती छ।

छापा, एफएम रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइन सबैको आम्दानी ४५ देखि ७० प्रतिशतसम्म घटेको अनुमान गरिएको छ। यसको असर सबै भन्दा बढी टेलिभिजन र एफएम रेडियोहरूलाई परेको छ। लुम्बिनी प्रदेशमा सामुदायिक ३ र व्यावसायिक प्रकृतिका ९ वटा जति टेलिभिजन सञ्चालनमा छन्। समाचार, कार्यक्रमसहित व्यवस्थित टेलिभिजन चलाउन कम्तीमा १५ देखि २० जना जनशक्ति चाहिन्छ। ३ वटा जति अलि व्यवस्थित तरिकाले चलेका थिए तर बजार खुम्चिएपछि ती पनि अप्ठ्यारोमा परेका छन्। व्यवस्थितरूपमा चलेका टेलिभिजनहरूको खर्च मासिकरूपमा ५ देखि ७ लाखसम्म देखिन्छ। लुम्बिनी टेलिभिजन रुपन्देहीका सञ्चालक दिनेश पाण्डेका अनुसार-

टेलिभिजनहरूमा व्यावसायिक विज्ञापनकै हिस्सा ठूलो थियो। त्यो घटेर ५-१० प्रतिशतमात्रै भएपछि कर्मचारी पालन, घर भाडा तिर्न, विद्युत् महसुल तिर्न र दैनिक टेलिभिजन सञ्चालनमै धौ धौ भयो। टेलिभिजनमा काम गर्ने श्रमजीवीहरूले औपचारिकरूपमा जागिर छाड्ने भन्दा पनि सञ्चालकहरूसँगकै सल्लाहमा अन्य पेसामा लागेको वा अन्यत्र जागिर खान थालेका उदाहरण छन्। साथै कोरोना कहरले कार्यक्रमहरू कटौती भएपछि उनीहरू घरमै बस्नुपर्थ्यो। काम नगरेको समयको पारिश्रमिक पनि लिने र दिने भएन।

श्रीनगर टेलिभिजन पाल्पाका प्रबन्धक विष्णु घिमिरेका अनुसार टेलिभिजन पत्रकारिता पनि नराप्नो गरी प्रभावित भयो। सरकारी र गैरसरकारी क्षेत्रबाट कार्यक्रम नहुँदा औपचारिक समाचारको खडेरी नै पर्‍यो। टेलिभिजन सामग्री र विज्ञापन दुवैमा असर परेको देखिन्छ। लकडाउनअगाडि २५ वटा विज्ञापन रहेकामा असोजको अन्तिममा सङ्ख्या घटेर ३ वटामा खुम्चिएको घिमिरेको अनुभव छ।

अबको जोखिम

अब सञ्चारमाध्यमले प्रदेश सरकार र स्थानीय सरकारका कमी/कमजोरी खोज्न वा खोजमूलक विषय उठाउन नसक्ने खतरा देखिन्छ। विज्ञापन गुम्ने खतरा रहेकाले धेरै सामग्री पत्रकारले नै सेन्सर गर्ने देखिन्छ। मिडियालाई आउने मुख्य स्रोत विज्ञापन नै हो। यो विज्ञापन एजेन्सीमार्फत हुने भएकाले पहुँच भएका मिडिया अर्थात् कमिसन धेरै दिने मिडियाले बढी पाउने गरेका छन्। त्यसैले जिल्लास्तरमा छुट्टै सरकारी संयन्त्र बनाएर सबै विज्ञापन एउटै द्वारबाट मिडियाको सक्षमता र व्यावसायिकता हेरेर दिने नीति नै अहिलेको आवश्यकता रहेको नेपाल पत्रकार महासङ्घ गुल्मीका अध्यक्ष नवराज भुसालले बताए।

सरकारले लोककल्याणकारी विज्ञापनबापतको रकम बढाइ तलब खुवाउने वातावरण बनाउन मिडिया सञ्चालकहरूले अनुरोध गरेका छन्। हाल भन्दा करिब ५० प्रतिशत वृद्धिको आवश्यकता उनीहरूले महसुस गरेको युनिक एफएम पाल्पाका सञ्चालक जगदीश भट्टराईले बताए। रुपन्देहीको रेडियो मुक्तिका स्टेसन म्यानेजर कल्पना तिवारीको धारणाचाहिँ फरक छ-

रुपन्देहीबाट सञ्चालित रेडियो मुक्तिमा ११ जना महिला पत्रकार कार्यरत छन्। महिलाले मात्रै सञ्चालन गरेको रेडियो भएकाले जसरी महिलाले सञ्चालन गरेको अन्य उद्योग र व्यवसायमा छूटको व्यवस्था छ त्यसरी नै सरकारले रेडियो मुक्तिका लागि करमा छूट दिने वा सहूलियत दिने गरी फरक व्यवहार गर्न आवश्यक छ।

मिडिया र पत्रकारलाई सहयोग

बर्दियाबाट पत्रकारिता गरिरहेका पत्रकार लक्ष्मण ढुङ्गाना सबै भन्दा पहिला पत्रकारहरूलाई कोरोना सङ्क्रमणबाट बचाउने दायित्व मिडिया सञ्चालकहरूले बहन गर्नुपर्ने बताउँछन्। उनीहरूको निःशुल्क परीक्षण, उपचार र पुनर्स्थापनामा मिडिया सञ्चालकसहित पत्रकारितासँग सम्बन्धित संस्थाहरूले ध्यान दिनुपर्ने उनको भनाइ छ। काम गर्न नसकेको बेलामा दैनिक खर्च सञ्चालनमा राहतको व्यवस्था पनि अर्को महत्त्वपूर्ण पाटो हुने ढुङ्गानाले बताए।

बाँकेमा क्रियाशील पत्रकार एवं मेरो खुसी खबरका सञ्चालक शङ्करप्रसाद खनाल मिडियालाई बेरोजगार उत्पादन गर्ने उद्योगका रूपमा चलन दिने कि सरकारी क्षेत्रबाट नीति बनाएर व्यवस्थित र व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास गर्ने भन्ने चुनौती देखिएको बताउँछन्। मिडिया सञ्चालकहरूले अहिलेको अवस्थामा थप लगानी गरेर पत्रकारको सेवा/सुविधा बढाउने पक्षमा नभएको उनको भनाइ छ।

कोरोनाबाट प्रभावित वा रोजगारीमा असर परेका पत्रकारहरूको पहिलो चरणमा तथ्याङ्क सङ्कलन गरेर उनीहरूलाई कामका आधारमा सहयोग अर्थात् लेखनवृत्ति, रिपोर्टिङ गर्न लगाउने र त्यसको पारिश्रमिक दिने व्यवस्था गर्नुपर्ने धारणा धेरै पत्रकारको छ। सञ्चारमाध्यमलाई सहयोग गर्दा नै पत्रकारका तलब सुविधा एवं पारिश्रमिक खर्च गर्नुपर्ने सर्त राख्नुपर्ने नेपाल पत्रकार महासङ्घ लुम्बिनी प्रदेशका उपाध्यक्ष भरत केसीको भनाइ छ।

लुम्बिनी प्रदेशका व्यावसायिक मिडिया सञ्चालकहरू मिडियाको पुनर्उत्थानका लागि सरकारी क्षेत्रबाट सहयोग भइहाल्छ भन्नेमा त्यति विश्वस्त देखिएनन्। किनकि सरकारले कोभिडको महामारी रोकथाममा मिडिया एक सहयोगी र साझेदार हो भन्ने अनुभूति नै गर्न नसकेको

उनीहरूको गुनासो छ। स्थानीय वा प्रदेश सरकारले आफैं कोभिडसम्बन्धी कार्यक्रमअन्तर्गत कार्यक्रम, विज्ञापन र सूचना अर्थात् त्यस्तो सहयोग लिने नीति लागु गरेको देखिएन। मिडियाले मागेमा वा पहुँच पुऱ्याएमा मात्रै केही सन्देश प्रवाह गर्ने न्यूनतम बजेट खर्च गरेको देखियो।

दैनिक नेपालगन्जका प्रधान सम्पादक झलक गैरैका अनुसार व्यापारिक र औद्योगिक गतिविधि शून्य भएकाले मिडियालाई आउने व्यावसायिक विज्ञापन सबै मिडियामा शून्यमा नै झरेको अवस्था छ र बजार चलायमान नहुँदासम्म वा व्यापारी र औद्योगिक क्षेत्रले गति नलिएसम्म मिडियालाई अझै लामो समय क्षति हुने देखिन्छ।

रेडियो तुलसीपुरका स्टेसन म्यानेजर एवं सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ नेपालका उपाध्यक्ष अर्जुन गिरीको भनाइचाहिँ यस्तो छ-

निजी क्षेत्रको व्यापार र व्यवसाय साँघुरिएकाले सञ्चारमाध्यमलाई आउने विज्ञापनमा भारी कटौती भएकाले सरकारी क्षेत्रबाट नै पत्रकारितालाई टिकाउने नीति स्थानीयदेखि सङ्घीय सरकारले लिनुपर्नेछ। सामुदायिक स्तरमा सञ्चारमाध्यमको विकास र टिकाउनका लागि सञ्चारकर्मीहरूको क्षमता विकास र सञ्चारमाध्यमलाई राहतको प्याकेज आवश्यक छ तर स्थानीय र प्रदेश सरकारहरू यसमा अलमल देखिन्छन्।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ गुल्मीका अध्यक्ष एवं रेडियो र टेलिभिजनको सञ्चालकसमेत रहेका नवराज भुसाल कार्यक्रम उत्पादन तथा सूचना सामग्री प्रकाशन तथा प्रसारण सूचनाहरू दिएर मिडियालाई आर्थिक हिसाबले बलियो बनाउने नीति आवश्यक देख्छन्। सञ्चारमाध्यमले चाहेको खण्डमा सस्तो ऋणको व्यवस्था गर्ने र मिडिया चलाउनका लागि चाहेको खण्डमा सस्तो ब्याज दरमा ऋण व्यवस्थापन गरिदिनुपर्ने उनको भनाइ छ।

दाङस्थित प्रदेश टुडेका सम्पादक गोपाल शर्मा भट्टराईचाहिँ पत्रिकाहरूको कागज/मसिलगायतका सामग्रीहरूमा छूट दिनुपर्ने तर्क गर्छन्। 'रेडियो र टेलिभिजनको नवीकरणमा सरकारले छूट दिएको थियो। यो आगामी वर्षमा पनि हुन आवश्यक छ। समानुपातिक विज्ञापन नीति ल्याउने वा लोककल्याणकारी विज्ञापनबाट आउने रकममा करिब ५० प्रतिशत वृद्धि गर्नुपर्छ'- भट्टराईले भने।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ पाल्पाका अध्यक्ष एवं रेडियो मदनपोखराका स्टेसन म्यानेजर राजेशकुमार अर्याल सङ्घीय सरकार, प्रदेश सरकार र स्थानीय सरकारले आपत्कालीन मिडिया कोष स्थापना गर्न आवश्यक देख्छन्। 'विपद्का बेला खर्च गर्ने गरी कोष बनाउने ताकि आगामी दिनमा यस्तै विपद्को बेला खर्च गर्न सकिने कोष पनि बनाउन सकियोस्', अर्यालले भने- अहिले तत्कालको अवस्थामा चाहिँ सञ्चारमाध्यम र पत्रकारहरूलाई राहतको व्यवस्था गर्नुपर्ने देखिन्छ।

प्रेस काउन्सिल नेपालको कोभिडबाट नेपाली मिडियामा परेको प्रभावसम्बन्धी अध्ययन प्रतिवेदन-२०७७ अनुसार प्रदेश नं. ५ मा छापा माध्यममा ७० प्रतिशत, रेडियोमा ५० प्रतिशत र टेलिभिजनमा ६० प्रतिशत विज्ञापन कटौती भएको छ। कोरोना कहरबाट सञ्चारमाध्यममा पर्ने गम्भीर असरबाट जोगाउन राहतस्वरूप प्याकेजमै कल्याण कोष, बिमा, फेलोसिप, सिप विकास आदि उपलब्ध गराउने र सञ्चारमाध्यमलाई सस्तो ब्याज दरमा ऋण सुविधा र सञ्चार उपकरण सहूलियत उपलब्ध गराउनुपर्ने पनि प्रतिवेदनमा जोड दिइएको छ। यसरी उपलब्ध हुने ऋण सुविधाको रकम न्युज प्रिन्ट खरिद, श्रमजीवी पत्रकार र कामदार, कर्मचारीको दिन बाँकी तलब-सुविधाबापत भुक्तानी गर्ने प्रयोजनका लागिमात्रै खर्च गर्न पाउने व्यवस्था गर्नुपर्ने पनि प्रतिवेदनमा उल्लेख छ।

दाङ खबर अनलाइनका सञ्चालक टीका बस्नेत अनलाइन मिडियामा पनि समानुपातिक लोककल्याणकारी विज्ञापन वितरण गर्ने नीति आवश्यक देख्छन्। 'सरकारले कर छूट, नवीकरणमा लाग्ने शुल्कमा छूट दिन सक्नुपर्छ। कोरोना कहर विषयमात्रै होइन, अनलाइन मिडियालाई सरकारले कम्पनीमा दर्ता गरेर रेडियो, पत्रिका र टेलिभिजन भन्दा फरक ढङ्गबाट हेरिएको छ। अर्थात् अनलाइनलाई पत्रकारिता वा मिडिया भन्दा व्यावसायिक कम्पनीका रूपमा हेरिएकाले झन् चुनौती थपिएको छ। सरकारी सूचनाहरू अनलाइन मिडियामा राख्ने परम्परा अझै बसेको छैन। यो भए केही राहत हुने देखिन्छ'- बस्नेतले भने।

निष्कर्ष र सुझाव

कोरोना कहरमा मिडिया र पत्रकार परेका छन्। केही मिडिया बन्द भए भने केहीले पत्रकारलाई समयमा पारिश्रमिक भुक्तानी गर्न सकेनन्। अनलाइनको प्रभाव विस्तार भयो तर मिडियाको आर्थिक पक्षलाई सबल बनाउन स्पष्ट योजना भएन। रेडियो र टेलिभिजनका विज्ञापन ६० देखि ७० प्रतिशतले घटेको छ। प्रकाशित पत्रिकालाई सरकारी सूचनाहरूले गर्दा केही राहत भएको देखिन्छ तर रेडियो र टेलिभिजनको दैनिक सञ्चालन खर्चमा कमी आएको छैन।

- अप्ट्यारो बेलामा मिडिया टिकाउनुपर्ने विधि र कोषहरूको व्यवस्थामा ध्यान केन्द्रित गर्न आवश्यक देखिएको छ।
- स्थानीय सरकार र प्रदेश सरकारले विज्ञापन स्थानीय मिडियालाई समानुपातिक दिने र पहिलो प्राथमिकता स्थानीय मिडियालाई दिने नीति आवश्यक छ।

- कोभिडका बेला सरकारका सारथि बनेका मिडिया लक्षित गरेर संरक्षणका कार्यक्रमहरू पत्रकार महासङ्घ वा मिडियासँग सम्बन्धित संस्थाहरूको सहकार्यमा गर्न आवश्यक छ।
- महामारी रोकथाममा मिडियाले खेलेको भूमिकालाई ख्याल गरेर यी हाम्रा आवाज हुन्, सङ्कटका बेला सहयोग गरेका हुन् भन्ने विषय नीति निर्माण गर्ने तहमा बस्नेले बुझ्न सक्नुपर्छ।
- कोभिड प्रभावित पत्रकारहरूको तथ्याङ्क सङ्कलन गरेर ती पत्रकारका लागि लेखनवृत्ति जस्ता कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्छ।
- पत्रकारिता गरेकाहरू अन्य पेसामा तत्काल जाने विकल्प नभएकाले र मिडिया सञ्चालकहरूले पनि थप लगानी गर्न सक्ने अवस्था नभएकाले सरकारी स्तरबाट नै पत्रकारिता र मिडिया विकासमा बढी ध्यान केन्द्रित गर्नुपर्ने देखिन्छ।
- मिडिया सञ्चालक र पत्रकारका आआफ्नै समस्या छन्। दुवै पक्ष अप्टेरोलाई पार लगाउन सहकार्य गरी बजार विस्तार र सामग्री उत्पादनको सन्तुलन मिलाउन नसकेमा बिस्तारै मिडिया सञ्चालक र पत्रकारबीच द्वन्द्व बढ्न सक्छ। यसमा ख्याल गर्नु आवश्यक छ।

अन्तर्वाता सूची

- भरत के.सी., उपाध्यक्ष, लुम्बिनी प्रदेश पत्रकार महासङ्घ, रुपन्देही (२०७७ कात्तिक १९)
- विष्णु घिमिरे, प्रबन्धक, श्रीनगर टेलिभिजन पाल्पा (२०७७ कात्तिक १९)
- जगदीश भट्टराई, सम्पादक, नवजनचेतना दैनिक, पाल्पा (२०७७ कात्तिक १९)
- कृष्ण मल्ल, रुपन्देही (२०७७ कात्तिक १९)
- भेषराज पाण्डे, प्रधान सम्पादक, बुद्ध दर्पण र बुद्ध टेलिभिजन कपिलवस्तु (२०७७ कात्तिक २१)
- रामप्रसाद आचार्य, नेपाल पत्रकार महासङ्घ रुपन्देहीका सचिव (२०७७ कात्तिक २१)
- भीमसेन कार्की, अध्यक्ष, श्रीनगर एफएम पाल्पा (२०७७ कात्तिक २२)

- दिनेश पाण्डे, सञ्चालक, लुम्बिनी टेलिभिजन, रुपन्देही (२०७७ कात्तिक २४)
- अर्जुन गिरी, सामुदायिक रेडियो प्रसार सङ्घका केन्द्रीय उपाध्यक्ष एवं रेडियो तुलसीपुरका सञ्चालक, (२०७७ कात्तिक २४)
- माधव नेपाल, संयोजक लुम्बिनी प्रदेश, रेडियो ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपाल, (२०७७ कात्तिक २४)
- झलक गैरे, प्रधान सम्पादक, दैनिक नेपालगन्ज (२०७७ कात्तिक २४)
- राजेशकुमार अर्याल, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ पाल्पा (२०७७ कात्तिक २४)
- नवराज भुसाल, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, गुल्मी (२०७७ कात्तिक २४)
- वसुन्धरा गौतम, सम्पादक, स्वर्गद्वारी एफएम, दाङ (२०७७ कात्तिक २४)
- महेश न्यौपाने, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, रोल्पा (२०७७ कात्तिक २५)
- गोपाल शर्मा भट्टराई, प्रदेश टुडे सम्पादक, दाङ, (२०७७ कात्तिक २५)
- कल्पना तिवारी, स्टेसन म्यानेजर, रेडियो मुक्ति, रुपन्देही (२०७७ कात्तिक २५)
- श्याम घिमिरे, स्टेसन म्यानेजर, रेडियो सन्धिखर्क, अर्घाखाँची (२०७७ कात्तिक २५)
- अमृत गिरी, अध्यक्ष, प्रेस सङ्गठन नेपाल, रुपन्देही (२०७७ कात्तिक २५)
- टीका बस्नेत, सञ्चालक, दाङ खबर अनलाइन, दाङ (२०७७ कात्तिक २५)

पारिश्रमिकविनै पत्रकारिता

नगेन्द्र उपाध्याय

कर्णाली प्रदेशमा सुर्खेत, दैलेख, जाजरकोट, सल्यान, रुकुम पश्चिम, कालीकोट, जुम्ला, मुगु, हुम्ला र डोल्पा पर्छन्। कर्णाली प्रदेशमा पत्रकारिताको इतिहास ७ दशकको छ। कर्णालीमा दर्ता भएका पत्रिकाको सङ्ख्या ७३ छ। त्यसमध्ये दैनिक १ र साप्ताहिक ४ वटा नियमितरूपमा प्रकाशित छन्। ४४ वटा रेडियो प्रसारणमा छन्। १५० वटा अनलाइन दर्ता भएका छन् भने टेलिभिजनको सङ्ख्या ३३ छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार यस प्रदेशमा पत्रकारको सङ्ख्या ८५९ छ।

देश सङ्घीयतामा प्रवेश गरेसँगै कर्णालीमा पत्रकारिताको विकास र विस्तार तीव्र भएको देखिन्छ। सङ्घीय राजधानी काठमाडौँबाट प्रकाशित र प्रसारित हुने पत्रपत्रिका, टेलिभिजन, रेडियो र अनलाइनहरूले सकेसम्म सबै जिल्लामा नभए प्रदेश राजधानीमा प्रदेश प्रतिनिधिका रूपमा संवाददाता राखेका छन्। ‘गाउँ-गाउँमा सिंहदरबार’ पुगेसँगै सदरमुकाममा केन्द्रित पत्रकारिता अहिले पालिकासम्म पुगेको छ।

नेपाल सरकारले २०७७ चैत ११ गतेदेखि देशभरि बन्दाबन्दी (लकडाउन) सुरु गरेको थियो। लकडाउन सुरु गरिएको झन्डै २ महिनापछि मात्रै कर्णाली प्रदेशमा कोरोना भाइरस सङ्क्रमण देखियो। कर्णालीमा जेठ ८ गते पहिलो कोरोना सङ्क्रमित दैलेखमा फेला परेका थिए।

पत्रकारितामा कोरोनाको प्रभाव

कोरोना कहरसँगै पत्रकारितामा संलग्नहरूको पनि पेसा सङ्कटमा परेको छ। हिमाली जिल्ला हुम्लाका भीमबहादुर परियार सुर्खेतमा रहेर स्थानीय देउती एचडी टेलिभिजनमा काम गर्थे। मध्यपश्चिमाञ्चल विश्वविद्यालयमा आमसञ्चार तथा पत्रकारिता विषयमा अध्ययनरत उनी टेलिभिजनमा काम गरेबापत आउने पारिश्रमिकले कोठा भाडा तिर्नुका साथै अध्ययनका लागि

खर्च जुटाउँथे। कोरोना कहरपछि टेलिभिजनले कर्मचारीको सङ्ख्या कटौती गर्‍यो। उनी बेरोजगार भए। उनलाई दैनिकी चलाउन नै गाह्रो भएको छ। ‘घरको आर्थिक अवस्था अत्यन्तै कमजोर छ’, परियारले भने- ‘कोरोनाका कारण जागिर गुमाउँदा अहिले दैनिकी चलाउन नै मुस्किल भइरहेको छ।’ उनी अहिले अनलाइन टेलिभिजनमा कार्यरत छन्। सुरुमा काम गरेको टेलिभिजनमा पाउने सुविधा भन्दा आधामा काम गरिरहेका छन् तैपनि नियमित तलब नपाउने समस्या त छँदैछ।

कोरोना कहरका कारण लामो समय कर्णालीबाट प्रकाशित हुने अधिकांश पत्रपत्रिका बन्द रहे। बन्द अवधिमा कार्यरत पत्रकारहरूले पारिश्रमिक पाएनन्। जाजरकोटका दीपकजङ्ग शाही सुर्खेतमा रहेर पत्रकारिता गर्छन्। उनी स्थानीय हाम्रो अखबार दैनिकमा आबद्ध छन्। लकडाउनभरि पत्रिका बन्द भयो। बन्द अवधिको पारिश्रमिक पाएनन्। ‘आम्दानीको मुख्य स्रोत नै समाचार लेखेबापत पाइने पारिश्रमिक हो’, उनले भने- ‘म आबद्ध पत्रिका कोरोनाका कारण बन्द हुँदा खर्च चलाउन निकै सकस भयो।’ लकडाउन खुलेसँगै पत्रिका प्रकाशित भएका छन्। केही अझै बन्द छन्। विज्ञापन नहुँदा कार्यरत पत्रकारले सुरुमा पाउँदै आएको तलब पाउन सकेका छैनन्। पत्रकारहरूले कोरोना जोखिममा काम गर्नुपरिरहेको छ, कामअनुसारको पारिश्रमिक भने पाएका छैनन्।

‘पहिलेजस्तो समाचार सङ्कलन गर्न सहज छैन, सुरक्षाका साधन (मास्क, पन्जा र स्यानिटाइजर) आफैं किनेर रिपोर्टिङ गर्नुपर्छ, दुःखअनुसार पारिश्रमिक बढाइनुपर्नेमा मिडिया मालिकहरूले झन् घटाएका छन्’, शाहीले भने- ‘गर्नलाई अरू काम पनि छैनन्, जोखिम मोलेरै न्यून पारिश्रमिकमा काम गर्नुपर्ने बाध्यता छ।’ यो समस्या सुर्खेतमा रहेर स्थानीय स्तरमा पत्रकारिता गरिरहेकाहरूको मात्रै होइन, सङ्घीय राजधानीका सञ्चारमाध्यममा काम गरिरहेका पत्रकारहरूको पनि उस्तै छ। ठूला राष्ट्रिय दैनिक पत्रिकाहरूले समाचार लेखेबापत पारिश्रमिक पाउने स्ट्रिन्जरहरूलाई केही समयका लागि बिदा दिएको परिपत्र गरेका छन्। मासिक तलबमा काम गरिरहेका पत्रकारको पनि ३० देखि ५० प्रतिशत तलब कटौती गरिएको छ। जिल्लास्थित संवाददाताले पठाएका समाचारहरू प्रकाशित/प्रसारित गर्ने गरिएको छैन। यसबाट समाचारका शब्दका आधारमा पारिश्रमिक पाउने पत्रकार मारमा परेका छन्।

कोरोना सङ्क्रमण सुरु भएसँगै राष्ट्रिय दैनिक पत्रिकाहरूले जिल्लास्थित स्ट्रिन्जरहरूले पठाएका समाचार पत्रिका तथा अनलाइनमा कमैमात्र प्रकाशित गर्ने गरेका छन्। तलबमा काम गरिरहेका पत्रकारको पनि तलब कटौती गरिएको छ। कालीकोटका पत्रकार विष्णुप्रसाद न्यौपाने पेसाबाटै पलायन हुनुपर्ने अवस्था आएको बताउँछन्। ‘सङ्घीयतासँगै कर्णालीमा फस्टाएको मिडिया व्यवसाय अहिले ओरालो लागेको छ’, उनले भने- ‘कोरोनाका कारण कार्यरत मिडिया

हाउसहरूले पारिश्रमिक नदिँदा समाचार लेखेर गुजारा चलाउँदै आएका मजस्ता पत्रकार पलायन हुने अवस्था छ।' यही अवस्था अन्य पत्रिका, रेडियो, अनलाइन र टेलिभिजनको पनि छ।

विष्णुप्रसाद न्यौपाने कालीकोटमा रहेर अन्नपूर्ण पोस्टका लागि समाचार सङ्कलन र सम्प्रेषण गर्छन्। कोरोना कहरअघि सङ्घीय राजधानीबाट प्रकाशित हुने पत्रिकाहरूले प्रत्येक प्रदेशका लागि छुट्टाछुट्टै पृष्ठ छुट्टाएका थिए। कोरोनाका कारण ती पृष्ठसँगै पत्रिकाको पाना कम गरियो। 'पहिले पृष्ठ धेरै हुन्थे, पठाएका समाचार सबै प्रकाशित हुन्थे, कोरोनाका कारण पत्रिकाका पृष्ठ पनि घटेका छन्', उनले भने- त्यसैले पठाएका समाचार पनि प्रकाशित हुँदैनन्।

कोरोना कहरका कारण कर्णालीमा धेरै पत्रकारले जागिरै नगुमाए पनि आफू आबद्ध सञ्चारमाध्यमले समाचार प्रकाशित/प्रसारित नगर्दा समस्यामा छन्। डोल्पाका विष्णुबहादुर बुढा पठाएका समाचार पनि आफू आबद्ध सञ्चारमाध्यमले प्रकाशित नगर्ने गरेको बताए। 'पहिले डोल्पाका समाचारलाई म आबद्ध सञ्चारमाध्यमले प्राथमिकताका साथ स्थान दिन्थ्यो, पत्रिकामा कर्णालीको छुट्टै पाना भएकाले स्थानीय स्तरका सबै समाचार प्रकाशित पनि हुन्थे', उनले भने- कोरोना सङ्क्रमणका कारण अहिले पत्रिकामा त कुरै छाडौं, अनलाइनमा पनि समाचार प्रकाशित हुन छाडेका छन्।

उनलाई उनी आबद्ध सञ्चारमाध्यमले समाचार प्रकाशित नहुनुको कारण अहिलेसम्म दिएको छैन। 'कोरोना कालअघिसम्म समाचार लेख्नका लागि दैनिक फोन आउँथे, खोजीनीति गरेर समाचार लेखेर पठाउँथ्यौं', उनले भने- 'अहिले लेखेका समाचार पनि प्रकाशित हुँदैनन्, यसले गर्दा समाचार सङ्कलन गर्ने जाँगर पनि हराउँदै गएको छ।' नेपाल पत्रकार महासङ्घ कर्णाली प्रदेशका अध्यक्ष दुर्गा थापा कोरोना कहरका कारण पत्रकारहरूको पेसा नै सङ्कटमा परेको बताउँछन्। 'कोरोना कहरमै हामीले कर्णालीका पत्रकारले भोग्नुपरेका समस्या र समाधानका उपायबारे अध्ययन गर्नुपर्ने', उनले भने- 'अहिलेकै अवस्था केही समय रहे धेरै पत्रकार पेसाबाट पलायन हुनुपर्ने अवस्था आउन सक्छ।' महासङ्घले कर्णालीमा सञ्चालित सञ्चारमाध्यम, कार्यरत पत्रकारहरूको अवस्थाबारे जिल्ला शाखामार्फत तथ्याङ्क सङ्कलन गरेको थियो।

महासङ्घका अनुसार कोरोनाका कारण पत्रपत्रिका, रेडियोलगायतका सञ्चारमाध्यम बन्द रहँदा कार्यरत पत्रकारहरूले पारिश्रमिक नपाएको, सङ्घीय राजधानीका सञ्चारमाध्यममा कार्यरत पत्रकारहरूले पठाएका समाचार पनि प्रकाशन नहुने गरेको, तलबमा काम गरिरहेका पत्रकारहरूले चैतयता पारिश्रमिक नपाएको, पाएकाहरूले पनि आधा तलब पाएको, स्ट्रिन्जरहरू मारमा परेको विषय अध्ययन प्रतिवेदनमा समेटेको छ। कर्णाली प्रदेश समितिले जिल्लागतरूपमा गरेको अध्ययन प्रतिवेदन कर्णाली प्रदेश सरकारलाई पनि बुझाएको छ।

पत्रकारमा कोरोनाको प्रभाव

महासङ्घले कर्णाली प्रदेश सरकारलाई बुझाएको प्रतिवेदनमा कर्णाली प्रदेशका सबै पत्रकार कोरोना कहरको प्रभावमा परेको उल्लेख छ। काम गरेबापत पारिश्रमिक नपाउने पीडा त छँदैछ, त्यसमाथि कोरोना कहरको त्रासमा निर्धक्कसँग पत्रकारिता गर्न नपाएको महासङ्घको प्रतिवेदनमा उल्लेख छ-

लकडाउनको अवधिमा सहजरूपमा रिपोर्टिङ गर्न पत्रकारहरूलाई निकै चुनौती रह्यो। सम्बन्धित मिडियाको पत्रकार परिचयपत्रका आधारमा नभइ सूचना विभागको पासका आधारमा मात्र समाचार सङ्कलन गर्नुपर्ने बाध्यता र सूचना विभागको पास लिन निकै झन्झटिलो हुने स्थितिका बीचमा पनि कर्णालीका पत्रकारहरूले नियमितरूपमा आफ्नो धर्म निर्वाह गर्दै आए। एकातिर कोरोनाको त्रास, अर्कोतिर प्रशासनिक अवरोध कर्णालीका पत्रकारले सामना गर्नुपर्थ्यो।

कोरोना कहरकै बीचमा सुर्खेतलगायतका केही जिल्लामा पत्रकारले प्रहरीको दुर्व्यवहार भोग्नुपरेको पनि प्रतिवेदनमा उल्लेख छ। यो अवधिमा कति पत्रकारले त्यस्तो दुर्व्यवहार भोग्नुपर्थ्यो भन्ने विषय उल्लेख नभए पनि १० वटै जिल्लामा गरेर १४ जना भन्दा बढी पत्रकारले प्रहरीको दुर्व्यवहार भोग्नुपरेको महासङ्घका कर्णाली प्रदेश महासचिव दीपेन्द्र शर्मा बताउँछन्। उनले प्रेस पास हुँदा पनि प्रशासनले सहज आवतजावत गर्न नदिएको बताए। यस्तै पत्रकारहरूले सवारी साधनको समस्या, मास्क, स्यानिटाइजर, पन्जालगायतका अत्यावश्यक स्वास्थ्य सामग्रीहरूको अभाव पनि झेल्नुपरेको उनको भनाइ छ।

कर्णालीका अधिकांश पत्रकार गाउँबाट आएर सदरमुकाम र प्रदेश राजधानीमा कोठा भाडा लिएर पत्रकारिता गर्छन्। समाचारका माध्यमबाट सुसूचित गराउने, निरन्तर खबरदारी गरिरहने खबरदाताहरू नै अहिले सबै भन्दा ठूलो मारमा छन्। 'कोरोनाका कारण कोठा भाडा तिर्न पनि समस्या हुने गरेको छ', हुम्लामा कार्यरत पत्रकार नरजङ्ग तामाङले भने- यही अवस्था रहे पेसा नै परिवर्तन गर्नुपर्ने बाध्यता छ। समाचार कर्ममै रहेका बेला पत्रकारहरूमा कोरोना सङ्क्रमण देखिएको छ। पारिश्रमिक नपाइकनै पत्रकारिता गर्नुपर्ने पीडा एकातिर छ भने अर्कोतर्फ शुल्क तिरेर कोरोना परीक्षण गर्नुपर्ने बाध्यता पत्रकारहरूसँग छ। दैलेखका पत्रकार भक्तबहादुर शाहीले स्वास्थ्यकर्मि, सुरक्षाकर्मिजस्तै अग्रपङ्क्तिमा खटिने पत्रकारहरूलाई राज्यले विभेद गरेको बताए। 'जनतालाई सही सूचना दिनका लागि स्वास्थ्यकर्मि र सुरक्षाकर्मि जत्तिकै हामी पनि दिनरात खटिएका छौं', उनले भने- 'कार्यरत सञ्चारमाध्यमले तलब दिन सकिरहेको छैन, यस्तोमा राज्यले हामीलाई शुल्क तिरेर कोरोना परीक्षण गर्न बाध्य पारेको छ।' शाहीले पनि २ हजार शुल्क तिरेर

दैलेखमा कोरोना परीक्षण गराएका हुन्। उनले जोखिममा काम गरिरहेका पत्रकारहरूलाई प्रोत्साहन गर्नुको सट्टा राज्यले झन् विभेद गरेको बताए। पत्रकारहरूको हकहितका लागि कार्यरत सङ्घ/संस्थाले पनि यसबारे चासो नदिएको उनको गुनासो छ।

नागरिकलाई निरन्तर सुसूचित, जागरूक र सचेत बनाउने तथा राज्यका निकायलाई सतर्क गराउँदै जवाफदेही बनाउन मिडियाकर्मीको भूमिका महत्त्वपूर्ण रहँदै आएको छ। यस्तोमा सङ्कटमा परेका पत्रकारहरूलाई राज्यले उचित सम्बोधन गर्न नसकेको नेपाल पत्रकार महासङ्घ सुर्खेत शाखाका पूर्वअध्यक्ष श्रीधर पौड्याल बताउँछन्। उनी भन्छन्-

कोरोना सङ्कट पत्रकारलाई मात्रै नभएर सबै क्षेत्रमा परेको छ। पत्रकार नागरिकका दृष्टि र आवाज हुन्। यिनलाई राज्यले केही सहयोग गर्नुपर्छ। नभए समाज नै अन्धकारमा धकेलिन सक्छ। कोरोनाका कारण स्थानीय स्तरका पत्रपत्रिका बन्द रहे, अहिले केही मात्रामा सञ्चालनमा रहे पनि उनीहरू कार्यरत पत्रकारलाई तलब दिन सक्ने हैसियतमा छैनन्। राष्ट्रिय मिडियामा कार्यरत पत्रकारहरूको अवस्था अझ त्यो भन्दा दयनीय छ। यो सङ्कटको बेला मिडियासँग सम्बन्धित सङ्घ/संस्था, प्रदेश र स्थानीय तहले लेखनवृत्ति दिएर पनि अहिलेको सङ्कटलाई केही कम गर्न सघाउ पुऱ्याउन सक्छन्।

स्थानीय तह र प्रदेश सरकारले वार्षिक लाखौं रुपियाँ प्रचार-प्रसारका नाममा विज्ञापन दिएर सक्ने गरेका छन्। अहिलेको सङ्कटमा त्यसैलाई लेखनवृत्तिमा रूपान्तरण गर्दा शब्द लेखेका आधारमा पारिश्रमिक पाउने पत्रकारहरूलाई धेरै सहज हुने उनको बुझाइ छ। 'नभए अहिले कार्यरतमध्ये आधा भन्दा बढी पत्रकार पेसाबाटै पलायन हुने अवस्था आउँछ', उनले थपे- यसलाई रोक्नका लागि नेतृत्वको पहल र सरकारी तथा मिडियासँग सम्बन्धित सङ्घ/संस्थाको भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन आउँछ।

मिडियामा प्रभाव

कर्णाली प्रदेश भूगोलका हिसाबले ठूलो भए पनि यहाँ उद्योग र कलकारखाना छैनन्। त्यसैले पनि अन्य प्रदेशको तुलनामा मिडियाको खासै विकास र विस्तार हुन सकेको देखिँदैन। कर्णाली प्रदेशभरि ब्रोडसिट आकारको पत्रिका छैन। कोरोना कहरअघिसम्म प्रदेश राजधानी सुर्खेतबाट 'सुर्खेतपत्र' र साझा बिसौनी दैनिक पत्रिका ब्रोडसिट आकारमा प्रकाशित हुन्थे। दुवै पत्रिका बाँकेको नेपालगन्जमा छापिन्थे र कर्णालीमा वितरण हुन्थे। कोरोना कहरका कारण सुर्खेतपत्र दैनिक अहिले बन्द छ। साझा बिसौनी दैनिकले आकार घटाएर प्रकाशित गरिरहेको छ। कर्णाली प्रदेशभरि रङ्गीन पत्रिका छापने मेसिन छैन।

कोरोनाका कारण कर्णाली प्रदेशका सुर्खेत, जाजरकोट, दैलेख, सल्यान, रुकुम, डोल्पा, जुम्ला, मुगु, हुम्ला, कालीकोट जिल्लाबाट प्रकाशन हुने सबै पत्रपत्रिका प्रभावित भए। नेपाल पत्रकार महासङ्घको जिल्ला शाखाका रिपोर्टअनुसार लकडाउनको अवधिमा ३३ वटा पत्रिका कर्णाली प्रदेशमा बन्द भए। अहिले पछिल्लो समयमा प्रदेश राजधानीलगायतका केही जिल्लामा पत्रपत्रिका प्रकाशन सुरु भएका छन्। केही पत्रिका अझै बन्द नै छन्। प्रदेशका १० जिल्लामा रहेका रेडियोहरू, केवल टेलिभिजन र कर्णालीमा कार्यालय राखेर सञ्चालन भइरहेका अनलाइनहरूको अवस्था पनि उस्तै छ।

पत्रकार महासङ्घले कर्णाली प्रदेशमा दर्ता ठेगाना रहेका, सञ्चार मन्त्रालयमा दर्ता भइ हालसम्म नवीकरण भएका रेडियो, टेलिभिजन, प्रेस काउन्सिल नेपालमा सूचीकृत भएका अनलाइन मिडिया तथा कानुनी प्रावधानहरू पूरा गरी प्रेस काउन्सिल नेपालमा वर्गीकरणमा समावेश भएका पत्रपत्रिकामध्ये कर्णालीका समाचारहरू प्राथमिकताका साथ सम्प्रेषण गरिरहेका मिडियाहरूलाई राहत प्याकेज उपलब्ध गराउन प्रदेश सरकारसँग लिखित माग गरेको थियो। महासङ्घले दैनिक/साप्ताहिक, अनलाइन, रेडियो, केबुल र पत्रकारलाई रकम तोकै राहत उपलब्ध गराउन माग गरेको थियो।

महासङ्घले लिखितरूपमा कर्णाली प्रदेशको आन्तरिक मामिला तथा कानून मन्त्रालयलाई पत्र बुझाए पनि अहिलेसम्म कुनै मिडिया र पत्रकारले रकम पाएका छैनन्। महासङ्घका कर्णाली प्रदेश महासचिव दीपेन्द्र शर्माले प्रदेश सरकारकै आग्रहमा आफूहरूले जिल्ला शाखाको समन्वयमा मिडिया र कार्यरत पत्रकारहरूको समस्या र समाधानका लागि तथ्याङ्क सङ्कलन गरेर प्रदेश सरकारलाई बुझाएको बताए। 'हामीले लिखितरूपमा मिडिया र सञ्चारकर्मीको समस्या सम्बोधनका लागि मागपत्र बुझाए पनि अहिलेसम्म कुनै सुनुवाइ भएको छैन' - उनले भने।

मिडियाहरू बन्द भएपछि मिडियाकर्मीहरूमा आर्थिक समस्या पर्छ। उचित पारिश्रमिक नपाउने र भनेको समयमा पारिश्रमिक नपाउने गरेको नेपाली मिडिया क्षेत्रमा अब मिडिया नै बन्द भएपछि झन् ठूलो समस्या देखिने निश्चित छ। त्यसको प्रभाव बहुआयामिक हुन्छ। त्यस्तै सञ्चारमाध्यमहरूको आमदानी पनि ह्रास घटेको छ। मिडियाहरूको आमदानीको स्रोत विज्ञापन बजार हो तर सबै क्षेत्र कोरोनाका कारण अस्तव्यस्त रहेका कारण विज्ञापनबाट हुने आमदानी बन्द भएको छ। अहिलेसम्म सञ्चालनमा रहेका रेडियो र अनलाइनहरू पनि यही अवस्थामा लामो समय सञ्चालन भइरहन सक्ने अवस्था देखिँदैन। यस्तो बेला सबै भन्दा महत्त्वपूर्ण कुरा मिडियालाई बन्द हुन नदिइ आफ्नो भूमिकामा उत्रने परिस्थिति निर्माण गर्नु नै हो। यस्तो अवस्थामा सञ्चारमाध्यम श्रमजीवीहरूलाई पारिश्रमिक, घर भाडा, टेलिफोन, इन्टरनेट, विद्युत्

महसुललगायतका अन्य खर्चसमेत धान्न सक्ने अवस्थामा रहने स्थिति छैन। त्यसका लागि टेलिफोन, विद्युत् महसुल र इन्टरनेटमा विशेष सहूलियत प्रदान गर्न तथा महसुल छूट गर्नका लागि थप पहल आवश्यक छ।

सुर्खेतबाट प्रकाशित हुने हाम्रो अखबार दैनिकका प्रबन्धक बलबहादुर थापा साउनयता पत्रिकाको नाममा १ रुपियाँ पनि नआएको बताउँछन्। ‘कोरोनाका कारण व्यापार-व्यवसाय ठप्प छन्, ठूला कलकारखाना कर्णालीमा छैनन्’, उनी भन्छन्- ‘बजारबाट विज्ञापन नआउँदा पत्रकार र कर्मचारीहरूलाई तलब दिन सकिएको छैन।’ कर्णालीका सबै पत्रिकाको अवस्था यो भन्दा फरक छैन। बन्दाबन्दी (लकडाउन) मा बन्द रहेको जाजरकोटबाट प्रकाशित हुने भेरीमालिका दैनिक अहिले सञ्चालनमा आएको छ। विज्ञापनविनै प्रकाशित भइरहेको पत्रिका कहिलेसम्म सञ्चालनमा रहन्छ स्वयम् प्रकाशकलाई पनि थाहा छैन। ‘प्रकाशनको ३ वर्ष भयो, अहिलेसम्म आर्थिक सड्कट लागेको थिएन’, प्रकाशक मानबहादुर खड्काले भने- कोरोनाका कारण कुन दिन पत्रिका बन्द हुन्छ, थाहा छैन।

यस्तै डोल्पाबाट प्रकाशित हुने हिमाली सुस्केरा साप्ताहिक कोरोना कहरसँगै बन्द छ भने ३ वटा रेडियो र ४ वटा अनलाइन सञ्चालनमा छन्। बन्दाबन्दीपछि जुम्लाबाट प्रकाशित हुने कर्णाली सरोकार, कर्णाली पोस्ट र माउन्टेन टुडे सञ्चालनमा आएका छन् तर यी पत्रिकाहरूमा पनि विज्ञापन छैन। यहाँ ५ वटा रेडियो र केही अनलाइन सञ्चालनमा छन्। हुम्लाबाट प्रकाशित कर्णाली रैबार र सीमकोट साप्ताहिक पत्रिका बन्द छन् भने ३ वटा रेडियो, ३ वटा अनलाइन सञ्चालनमा छन्।

सल्यानबाट प्रकाशित कुमाख दैनिक बन्द छ। यहाँ ५ वटा रेडियो, १ दर्जन अनलाइन सञ्चालनमा छन्। रुकुमबाट प्रकाशित हुने २ वटा साप्ताहिक आहा सञ्चार र रेखदेख पत्रिका बन्दाबन्दी खुलेसँगै सुरु भएका छन्। यहाँ ९ वटा रेडियो सञ्चालनमा छन्। मुगुबाट प्रकाशित हुने २ वटा पत्रिका भर्खरै सञ्चालनमा आएका छन्। दैलेख जिल्लाबाट धमाका, पञ्चकोसी खबर र हाम्रो तेस्रो आँखा सञ्चालनमा छन्। ३ वटा साप्ताहिक पत्रिका अहिले पनि बन्द छन्। लकडाउन खुलेपछि कालीकोटबाट सञ्चालित कर्णाली खबर दैनिक र मालिका दैनिक पत्रिका सञ्चालनमा आएका छन् भने अन्य पत्रिका बन्द छन्। यहाँ ८ वटा रेडियोमध्ये ७ वटा सञ्चालनमा छन्। पलाता गाउँपालिकाले सञ्चालन गरिरहेको रेडियो पलाता भने अहिले पनि बन्द छ।

भूगोलका हिसाबले सबैभन्दा ठूलो प्रदेश भए पनि यहाँ सबै ठाउँमा छापा माध्यमको पहुँच छैन। जिल्ला प्रशासन कार्यालयको तथ्याङ्कअनुसार कर्णालीको मुगुमा अहिलेसम्म पत्रपत्रिका दर्ता भएका छैनन्। नेपाल टेलिभिजनका मुगु संवाददाता कविराज कार्कीले जिल्लामा केही

समयअधिसम्म दर्ताविनै २ वटा पत्रिका सञ्चालनमा रहे पनि अहिले बन्द रहेको बताए। 'जिल्ला प्रशासन कार्यालयमा अहिलेसम्म कुनै किसिमका पत्रिका दर्ता छैनन्', उनले भने- 'केही समयअधिसम्म दर्ताविनै २ पत्रिका सञ्चालनमा थिए, अहिले बन्द छन्।' यहाँका कुनै पनि पत्रिका एउटा जिल्लाबाट अर्को जिल्लामा पुग्दैनन्। केहीअधिसम्म सुर्खेतबाट प्रकाशित हुने केही पत्रिका दैलेखसम्म पुग्थे। अहिले कोरोना कहरले त्यो पनि रोकिएको छ।

कठिन भूगोल, एक जिल्लाबाट अर्को जिल्लामा पुग्न घन्टौं लाग्नु, सानो आकारका पत्रिका हुनु एक जिल्लाबाट अर्को जिल्लामा पुग्न नसक्नुका कारण हुन्। 'यहाँ ब्रोडसिट आकारमा पत्रिका छैनन्, सिङ्गल कलरमा पत्रिका प्रकाशन गरेर एक जिल्लाबाट अर्को जिल्लामा पुऱ्याउन सम्भव छैन', हाप्रो अखबार दैनिकका प्रकाशक भूमिलाल पौडेलले भने- 'अर्को जिल्लाको कुरै छाडौं, पत्रिका प्रकाशन हुने जिल्लाकै पूरै पालिकामा पनि पुऱ्याउन सकिने अवस्था छैन।' यहाँ पत्रिका भन्दा रेडियोको पहुँच धेरै छ। जिल्ला-जिल्लामा त रेडियो छँदै थिए, अहिले गाउँ-गाउँमा रेडियो स्थापना भएका छन्। केही स्थानीय तहले आफैँ रेडियो सञ्चालन गरेका छन्। सङ्कटकालीन स्थिति तथा यस्तै विपद्मा सबै भन्दा बढी फेक न्युजले ठूलो अफवाह फैलाउने र नागरिकमा त्रास उत्पन्न गर्ने स्थिति बन्छ जसलाई रोक्न संस्थागत मिडियालाई निरन्तरता दिनु आवश्यक हुन्छ।

निष्कर्ष र सुझाव

कर्णाली प्रदेशमा कोभिड-१९ का कारण पत्रपत्रिका, रेडियोलगायतका सञ्चारमाध्यम प्रभावित भएका छन्। धेरै पत्रिका बन्द भए भने सञ्चालनमा रहेका मिडिया पनि आर्थिक सङ्कटमा परे। मिडिया बन्द भएका कारण पत्रकार बेरोजगार हुनुपऱ्यो। केन्द्रका लागि काम गर्ने पत्रकार कटौती गरिएकाले केही बेरोजगार भए भने केहीले नियमित पारिश्रमिक पाउन सकेनन्। केहीले आधा पारिश्रमिक पाए। केहीले पारिश्रमिक नै पाएनन्। आर्थिकरूपमा सक्षम नहुँदा मिडिया सञ्चालन गर्न धौ धौ पऱ्यो। तर मिडिया र पत्रकारका लागि तत्काल राहत तथा सुविधाका कार्यक्रम भने ल्याइएन। कर्णाली प्रदेशको मिडिया र पत्रकारको अवस्था विश्लेषण गर्दा निम्न सुझाव अधि बढाउन आवश्यक देखिन्छ-

- मिडियाहरूले महामारी सामना गर्ने रणनीति बनाउन जरुरी छ।
- महामारीका बेला कसरी सुरक्षित भएर काम गर्ने भन्नेबारे पत्रकारलाई प्रशिक्षण दिन आवश्यक छ।

- काम गरेका पत्रकारको सेवा/सुविधा घटाउन भएन। बरु सङ्कटका बेला काम गर्ने पत्रकारलाई प्रोत्साहन गर्न थप कार्यक्रम ल्याइनुपर्छ।
- मिडिया बन्द गर्दा पनि पत्रकारलाई श्रमजीवी पत्रकार ऐनअनुसार सुविधा दिने व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- पत्रकारलाई फ्रन्टलाइनरका रूपमा व्यवहार गर्नुपर्छ र सोहीअनुसारको अवसर दिनुपर्छ।
- राज्यले मिडिया र पत्रकारका समस्या सम्बोधन गर्ने गरी राहत तथा सुविधाका कार्यक्रमहरू ल्याउनुपर्छ।

अन्तर्वाता गरिएका स्रोत व्यक्ति

- दुर्गा थापा, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ कर्णाली प्रदेश (२०७७ कात्तिक २०)
- गोविन्द केसी, सदस्य, नेपाल पत्रकार महासङ्घ कर्णाली प्रदेश (२०७७ कात्तिक २०)
- गोविन्ददेव भारती, पत्रकार, दैलेख (२०७७ कात्तिक २०)
- प्रवीर ददेल, प्रकाशक/सम्पादक, रेखदेख साप्ताहिक रुकुम पश्चिम (२०७७ कात्तिक २१)
- प्रतीक इच्छुक शर्मा, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ सल्यान (२०७७ कात्तिक २१)
- नारायण सुवेदी, संयोजक, इन्सेक कर्णाली प्रदेश (२०७७ कात्तिक २१)
- नवराज महतारा, सम्पादक, नेपालबोट डटकट (२०७७ कात्तिक २१)
- जनक केसी, पूर्वअध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ जाजरकोट (२०७७ कात्तिक २१)
- शेरबहादुर केसी, पूर्वसम्पादक, सिस्ने स्यार्पु पोस्ट साप्ताहिक, रुकुम पश्चिम (२०७७ कात्तिक २१)
- तुलाराम पाण्डे, संवाददाता, कान्तिपुर दैनिक कालीकोट (२०७७ कात्तिक २२)
- दीपक बुढा, सम्पादक, युग आह्वान दैनिक, सुर्खेत (२०७७ कात्तिक २२)
- टेकेन्द्र विश्वकर्मा, कोषाध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ सुर्खेत (२०७७ कात्तिक २२)

वैकल्पिक पेशाको खोजीमा पत्रकार

मनमोहन स्वाँर

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा कैलाली, बझाङ, बाजुरा, डोटी, अछाम, कञ्चनपुर, दार्चुला, बैतडी र डडेल्धुरा पर्छन्। यो प्रदेशमा ६ दशकअघिदेखि पत्रकारिता सुरु भएको पाइन्छ। ३९७ पत्रिका दर्ता छन् भने ५२ वटा एफएम रेडियो प्रसारणमा छन्। २१ वटा अनलाइन दर्ता भएका छन् भने २ वटा केवल टेलिभिजन प्रसारणमा छन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घका अनुसार यो प्रदेशमा पत्रकारको सङ्ख्या १,२१४ छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा पहिलो कोरोना सङ्क्रमित वि.सं. २०७६ चैत १४ गते पुष्टि भएको थियो। दुबईबाट चैत ७ गते दिल्ली हुँदै काठमाडौँ र ८ गते धनगढी फर्किएका कैलालीको धनगढी उपमहानगरपालिका वडा नम्बर ५ का १ पुरुषमा पहिलो पटक कोरोना भाइरस पुष्टि भएको थियो। करिब २ साताको अवधिमा अन्य ५ जनामा पनि कोरोना पुष्टि भएको थियो। जेठ महिनाको पहिलो सातादेखि भारतका विभिन्न स्थानबाट नेपाली फर्किने क्रम तीव्र भएसँगै सुदूरपश्चिम प्रदेशमा पनि कोरोना भाइरस सङ्क्रमण दर बढ्दै गएको थियो। सुरुमा कैलालीमा देखिएको कोरोना भाइरस जेठ महिनाको मध्यसम्म आइपुग्दा प्रदेशका सबै (९) जिल्लामा फैलिसकेको थियो। कोरोना सङ्क्रमण फैलिएपछि लकडाउन भएसँगै भारतका विभिन्न स्थानबाट सुदूरपश्चिम प्रदेशको कैलाली त्रिनगर नाका, कञ्चनपुरको गड्डाचौकी नाका तथा टीकापुर, झुलाघाट, दार्चुला नाका हुँदै २ लाख ५० हजार भन्दा बढी नेपाली स्वदेश फर्केका थिए।

पत्रकारलाई कोभिड-१९को प्रभाव

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा कोभिडका कारण स्थानीय स्तरमा काम गर्ने (स्थानीय मिडिया तथा राष्ट्रिय मिडियाका लागि) पत्रकारहरूलाई प्रमुखरूपमा प्रभाव परेको छ। कोभिडका कारण लकडाउनको करिब ५ महिना प्रायः सबै छापा माध्यमको प्रकाशन बन्द भएका कारण सो अवधिमा स्थानीय मिडियामा काम गर्ने धेरैजसो पत्रकारले काम गुमाए। उनीहरूलाई जागिरबाट निकालिएको थिएन।

तर पत्रिका प्रकाशन नै बन्द भएका कारण पत्रकारले आफ्नो कामलाई निरन्तरता दिन पाएनन्। धेरैजसो पत्रकार पत्रिका, एफएम तथा अनलाइनमा समेत काम गर्ने भएकाले कोठामै बसेर पनि समाचार सङ्कलन गर्ने र अनलाइनमा पठाउनेसम्म काम गरेको धनगढीबाट कारोबार आर्थिक दैनिकका लागि स्थानीय संवाददाता मुकेश टेर्ले बताए।

लकडाउनको अवधिमा प्रदेशका अधिकांश एफएमले आफ्नो समाचारमूलक कार्यक्रमको अवधि घटाएका थिए। बझाङको सामुदायिक रेडियो पुष्पाञ्जलीका सञ्चालक जगत खड्काले लकडाउनका कारण रेडियोहरूले प्रसारण अवधि घटाएको बताए। उनी कोरोनाअघि पनि घाटामा चलिरहेका एफएमहरू लकडाउनपछि झन् समस्यामा परेको बताउँछन्। रेडियो सञ्चालक खड्काका अनुसार एफएम व्यवस्थापनले कर्मचारी/सञ्चारकर्मीहरूलाई सेवामुक्त नै नगरे पनि प्रसारण अवधि कम गरेकाले स्वाभाविकरूपमा केही सञ्चारकर्मीले फुर्सद पाएका थिए।

लकडाउनको अवधिमा पत्रपत्रिका तथा एफएमहरूले आफ्ना पत्रकार कर्मचारीलाई काम चलाउने ढङ्गले पारिश्रमिक दिएका थिए। लकडाउनपछि गत वैशाखको दोस्रो सातादेखि कैलाली र कञ्चनपुरका गरी ४ वटा दैनिक/साप्ताहिक पत्रिका सञ्चालनमा आएका थिए। असारदेखि केही थप पत्रिका खुले पनि पुनः साउनमा गरिएको लकडाउनका कारण सबै पत्रिका फेरि बन्द भएका थिए। यसको प्रत्यक्ष प्रभाव सञ्चारकर्मी/पत्रकारमा परेको छ। हाल सञ्चालनमा रहेका पत्रिकाले सीमित पत्रिका वितरक, प्राविधिक तथा रिपोर्टरलाई ४ हजारदेखि १५ हजार रुपियाँसम्म मासिक पारिश्रमिक उपलब्ध गराइरहेका छन्। स्थानीय पत्रपत्रिकाका सम्पादक, प्रकाशक प्रायः एउटै व्यक्ति अथवा एकै परिवारका व्यक्ति हुने भएकाले उनीहरूले निश्चित हिसाबले मासिक पारिश्रमिक लिने गरेका छैनन्।

कोभिडका कारण पत्रकारहरूले फिल्ड रिपोर्टिङ छाडेका छन्। भदौयता सुदूरपश्चिम प्रदेशका विभिन्न जिल्लामा गरी १८-२० जना पत्रकार कोरोना भाइरस सङ्क्रमित भएका कारण फिल्ड रिपोर्टिङको अवस्था झन् कमजोर भएको छ। धनगढीबाट प्रसारण भइरहेको दिनेश एफएमका स्टेसन म्यानेजर अमिता कुँवरका अनुसार लकडाउनपछि एफएमहरूले आफ्ना कर्मचारी, सञ्चारकर्मीहरूलाई रेडियोमै बसेर रिपोर्टिङ गर्ने व्यवस्था मिलाएका थिए। दिनेश एफएमका केही कर्मचारी सञ्चारकर्मीलाई कोरोना भाइरस सङ्क्रमण पुष्टि भएपछि केही दिन प्रसारण नै प्रभावित भएको थियो। स्टेसन म्यानेजर कुँवरका अनुसार लकडाउनपछि रेडियोको आम्दानी निकै कम भएकाले कर्मचारीलाई तलब दिनेलगायतका अन्य खर्चको व्यवस्थापन गर्न निकै कठिनाइ भइरहेको छ।

धनगढीबाटै प्रसारण हुने धनगढी एफएमका स्टेसन म्यानेजर हरि जोशी पनि लकडाउनपछि रेडियोको कार्यक्रम प्रसारण अवधि केही कम गरिएको बताउँछन्। उनका अनुसार लकडाउन लागु भएपछि रेडियोका सीमित कर्मचारी (प्राविधिक) र सञ्चारकर्मीलाई एफएमकै एउटा कोठामा बस्ने व्यवस्था मिलाइएको थियो। र, रेडियोमै बसेर समाचार सङ्कलन तथा प्रसारणको व्यवस्था गरिएको थियो। कोरोनाका कारण सबै भन्दा बढी श्रमजीवी पत्रकारहरूमाथि सङ्कट बढेको छ। राष्ट्रिय सञ्चार माध्यममा कार्यरत स्ट्रिन्जर पत्रकारलाई मिडिया हाउसहरूले घुमाउरो पारामा काम नगर्न भनेका छन्। स्ट्रिन्जरहरूले पठाएका समाचार प्रकाशित हुँदैनन्।

सुदूरपश्चिम प्रदेशका पहाडी जिल्लाहरूमा काम गर्ने पत्रकारहरूको अवस्था अझ नाजुक छ। त्यहाँ कतिपय एफएमले केही महिनादेखि आफ्ना सञ्चारकर्मी कर्मचारीहरूलाई पारिश्रमिक दिन सकेका छैनन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घ बाजुराका अध्यक्ष प्रकाशबहादुर सिंहका अनुसार एफएमहरू सञ्चालनमा रहे पनि कर्मचारी सञ्चारकर्मीहरूले समयमा पारिश्रमिक पाउन सकिरहेका छैनन्। रेडियाका उपकरणहरू बिग्रेर समस्या हुँदा पनि मर्मत गर्न पाइरहेका छैनन्। पत्रपत्रिकाहरू बन्द छन्। यसको प्रत्यक्ष प्रभाव श्रमजीवी पत्रकारहरूमाथि परेको छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ अछामका कार्यबाहक अध्यक्ष खम्म खत्रीको अनुभवमा लकडाउनपछि पत्रपत्रिका प्रकाशन बन्द भयो। रेडियोहरू सञ्चालनमा रहे पनि व्यापारिक विज्ञापन ह्रास घटेको छ। रेडियोहरूले समाचार बुलेटिनको समयवधि घटाएका छन्। स्थानीय मिडियामा काम गर्ने पत्रकारहरूले कामचलाउ ढङ्गले मात्रै पारिश्रमिक पाइरहेका छन्। पत्रकार महासङ्घ बझाङका अध्यक्ष जगदीश रोकायाका अनुसार जिल्लामा अफसेट प्रेस नभएको र अन्य जिल्लाबाट छापेर ल्याउने परिस्थिति नरहेकाले कुनै पनि पत्रपत्रिका प्रकाशन भएका छैनन्। एफएमहरू सञ्चालनमा रहे पनि आम्दानीको स्रोत निकै साँघुरिएको छ। स्थानीय तहहरूले राजनीतिक आस्थाका आधारमा एफएमलाई आर्थिक सहयोग गर्ने गरेका छन्। यी सबैको प्रत्यक्ष प्रभाव श्रमजीवी पत्रकारहरूमाथि परेको छ।

बैतडी सन्देशका सम्पादक तथा पत्रकार महासङ्घका जिल्ला सचिव नरिदेव बडु पहाडी जिल्लामा कार्यरत पत्रकारहरूका लागि स्वास्थ्य सामग्री (स्यानिटाइजर, मास्क र पन्जा) को समेत अभाव रहेको बताउँछन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घसहित विभिन्न सङ्घ/संस्था, सरकारी निकायले वितरण गरेका स्वास्थ्य सामग्रीमा भर गर्नुपर्ने अवस्था छ। कोभिडपछि पत्रकारहरूमध्ये केही अन्य पेसा/व्यवसायमा समेत संलग्न भएका छन्। सूचना प्राप्त गर्न कठिनाई बढेको छ। सरकारी निकायहरू सहजरूपमा सूचना प्रवाह गर्न इच्छुक देखिँदैनन्। यसले गर्दा पत्रकारहरूको रिपोर्टिङमा

समेत प्रभाव परिरहेको छ। पत्रकारहरूले सम्भाव्य जोखिमबीच नै काम गर्नुपर्ने अवस्था छ। काम गर्ने उत्साह घटेको छ। पत्रकारको स्वास्थ्य सुरक्षाको अवस्था कमजोर छ।

पछिल्लो समय सञ्चारको सशक्त माध्यमका रूपमा विकास भइरहेको अनलाइनसमेत आममानिसको सूचनाको स्रोत बनेका छन्। धेरै मानिसलाई कोभिडका बारेमा सूचना दिने र सचेत गराउने काम अनलाइनले गरेको पाइएको छ। अनलाइनमा विज्ञापनको मात्रा निकै न्यून छ। प्रदेशका सबै (९) वटै जिल्लामा हरेक राष्ट्रिय मिडियाका प्रतिनिधि छन् तीमध्ये अधिकांश स्ट्रिन्जर छन्। लकडाउन सुरु भएलगत्तै राजधानीबाट प्रकाशित हुने ठूला आकारका अखबारमा काम गर्ने स्थानीय स्ट्रिन्जरहरूलाई व्यवस्थापनले काम नगर्न वा कम गर्न निर्देशन दिएको अधिकांशको भनाइ छ। बझाङबाट एउटा राष्ट्रिय दैनिकमा काम गर्ने पत्रकार लामो समयदेखि पारिश्रमिक नपाएका कारण आफैं जागिर छाड्नुपर्ने अवस्था सिर्जना भएको बताउँछन्। उनका अनुसार स्थानीय संवाददाता/स्ट्रिन्जरहरूले पठाएका समाचार पनि कम मात्रामा छापिन्छन्। पत्रिका व्यवस्थापकहरूले पारिश्रमिक पठाउँछौं भनेर आश्वासन मात्रै दिने गरेका छन्। ती पत्रकार भन्छन्- दुःख गरेर समाचार पठायो। छापिँदैन। पारिश्रमिक पनि दिन्छन् वा दिँदैनन्, थाहा छैन। काम नै छोड्ने मनस्थितिमा पुगेको छ।

टेलिभिजनले भने आफ्ना प्रतिनिधिलाई अहिले पनि काममा लगाइरहेको छ। तर उनीहरूको स्वास्थ्य अवस्था र पारिश्रमिकका विषयमा टेलिभिजन पक्ष बोलेको छैन। टेलिभिजनमा काम गर्ने सञ्चारकर्मीहरूले व्यक्तिगत जोखिम मोलेर काम गर्दै आएका छन्। न्युज २४ का सुदूरपश्चिम ब्युरो प्रमुख हिक्मत रावल भन्छन्- प्रायः टेलिभिजनका ब्युरो कार्यालयहरूले खर्च र पारिश्रमिकको व्यवस्था गर्नुपर्ने बाध्यता छ।

हरेक व्यक्तिको सम्पर्कमा जानुपर्ने भएका कारण रेडियोकर्मी तथा टेलिभिजनकर्मीहरू कोरोनाको उच्च जोखिममा छन्। कैलाली र कञ्चनपुरका सञ्चारकर्मीहरूले थोरै भए पनि स्वास्थ्य सामग्रीका रूपमा मास्क, स्यानिटाइजर र पन्जा पाएका छन्। तर पहाडी जिल्लामा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरूले त्यो पनि पाउन सकेका छैनन्। दार्चुलाबाट प्रकाशित हुने कालापानी पोस्ट साप्ताहिकका सम्पादक/प्रकाशक शङ्करसिंह धामी पहाडी जिल्लाका पत्रकारहरूले सामान्य स्वास्थ्य सामग्रीबिना नै काममा जानुपर्ने अवस्था रहेको बताउँछन्। कतिपय स्थानीय तह, सङ्घ/संस्था र व्यक्तिहरूले पत्रकारहरूका लागि स्वास्थ्य सामग्री उपलब्ध गराएका छन्। तर बढीजसो कैलाली र कञ्चनपुरका सञ्चारकर्मीहरूलाई नै वितरण हुने गरेको डडेलधुराका पत्रकार राम धामीको अनुभव छ।

पत्रकारमा परेको प्रभाव

नेपाल पत्रकार महासङ्घ सुदूरपश्चिम प्रदेश अध्यक्ष तथा कान्तिपुर संवाददाता अर्जुनबहादुर शाहको अनुभवमा स्थानीय स्तरमा कार्यरत पत्रकार/सञ्चारकर्मीहरूले अहिले साबिकको भन्दा आधा मात्रै पारिश्रमिक पाइरहेका छन्। लकडाउनपछि प्रदेशमा पत्रकारिता तथा पत्रकारहरूको अवस्थाबारे स्थलगत अध्ययनका क्रममा प्राप्त जानकारीका आधारमा महासङ्घका प्रदेश अध्यक्ष शाह भन्छन्— एफएम वा पत्रिकाहरूले कर्मचारी/पत्रकारहरूलाई खर्च चलाउने ढङ्गले मात्रै पारिश्रमिक दिइरहेका अवस्था छ। धेरैजसो राष्ट्रिय मिडिया व्यवस्थापकले आफ्ना स्ट्रिन्जरहरूलाई काम नगर्न निर्देशन दिएका छन्। यो एक हिसाबले पेनडाउनको अवस्था हो।

त्यस्तै टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार/सञ्चारकर्मीहरू आफैँले कमाइ गरेर जीविकोपार्जन गर्नुपर्ने अवस्था छ। प्रायः टेलिभिजनले सुदूरपश्चिम प्रदेशमा स्थापना गरेका ब्युरो कार्यालयहरूले स्थानीय स्तरमै विज्ञापन, प्रायोजित कार्यक्रमबाट आफ्नो कार्यालय तथा सञ्चारकर्मी, कर्मचारीहरूको खर्च धानिरहेका अवस्था छ। माउन्टेन टिभीका सुदूरपश्चिम ब्युरो प्रमुख श्रवण देउवा भन्छन्— कोरोना महामारीका कारण ब्युरो कार्यालय सञ्चालनमै निकै समस्या आएको छ।

एफएम रेडियोहरूले पनि आफ्ना पत्रकार/सञ्चारकर्मी/कर्मचारीहरूलाई थोरै भए पनि नियमितरूपमा पारिश्रमिक प्रदान गरिरहेको अवस्था छ। स्थानीय तहहरूबाट एफएमहरूले वार्षिकरूपमा रात्रै रकम पाइरहेका अवस्था छ। बझाङको रेडियो पुष्पाञ्जलीका सञ्चालक जगत खड्का भन्छन्— 'कोरोनापछि रेडियोको आम्दानी निकै घटेको छ। कर्मचारीहरूलाई न्यूनतम ५ हजारदेखि बढीमा १२ हजार रुपियाँसम्म पारिश्रमिक दिइरहेका छौं। वार्षिक ९ लाखदेखि १० लाख रुपियाँ खर्च चाहिन्छ, आम्दानी भने साँढे ४ लाखदेखि ५ लाख रुपियाँ मात्रै हुने गरेको छ।

अनलाइन पत्रिकामा काम गर्नेहरूले भने आफ्ना कर्मचारी/पत्रकारहरूलाई कुनै पारिश्रमिक दिइरहेका छैनन्। केर्नी न्युज डट कम अनलाइन पत्रिका सञ्चालन गर्दै आएकी कैलालीकी पत्रकार उन्नति चौधरी अनलाइनबाट मुस्किलले घर भाडा र आफ्नो सामान्य खर्च मात्रै धानिरहेको बताउँछिन्। चौधरीका अनुसार उनको अनलाइनमा ३ जना आबद्ध भए पनि उनी एकलैले मात्रै काम गरिरहेकी छिन्।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ बझाङका अध्यक्ष तथा रेडियो नेपालका प्रतिनिधि जगदीश रोकायाका अनुसार बझाङमा हालसम्म १७ वटा साप्ताहिक पत्रिका दर्ता भएका छन्। तर अहिले एउटा पनि प्रकाशनमा छैन। बझाङमा २०५८ सालमा पहिलो साप्ताहिकका रूपमा सेती साइपाल साप्ताहिक

प्रकाशन भएको थियो। जिल्लामा ८ वटा एफएमले प्रसारण अनुमति पाएकामा हाल ३ वटा एफएम मात्रै सञ्चालनमा छन्। ३ वटा अनलाइन सञ्चालनमा छन् तर सम्बद्ध सरकारी निकायमा दर्ता भएका छैनन्। एफएमहरूले आफ्ना कर्मचारीलाई बढीमा मासिक ७ देखि १२ हजार रुपियाँसम्म पारिश्रमिक दिइरहेका अवस्था छ।

इमेज च्यानलका डडेलधुरास्थित संवाददाता टेकराज अवस्थीको अनुभवमा कोरोना भाइरस सङ्क्रमणपछि डडेलधुराका धेरैजसो पत्रकारहरूले पत्रकारिताका साथै अन्य वैकल्पिक पेसा पनि सुरु गरेका छन्। डडेलधुरामा त्यसै पनि धेरैजसो पत्रकारले व्यापार/व्यवसाय पनि गर्दै आएका थिए। डडेलधुराबाट प्रकाशित हुने हिल टाइम्स दैनिकका सम्पादक राम धामीको भनाइमा कोभिडपछि स्थानीय मिडियाको आमदानी आधा घटेको छ। पत्रिकाहरूले आफ्ना पत्रकार/कर्मचारीलाई ४ हजारदेखि १२ हजार रुपियाँसम्म मासिक पारिश्रमिक दिइरहेका छन्। एफएमहरूले अधिकतम मासिक १६-१७ हजार रुपियाँसम्म पारिश्रमिक दिइरहेका छन्। डडेलधुरामा करिब १ दर्जन अनलाइन सञ्चालनमा छन्। तर एउटा पनि सम्बद्ध निकायमा सूचीकृत भएका छैनन्। पत्रकार राम धामीको अनुभवमा जिल्लामा सञ्चालन भएका प्रायः अनलाइन पत्रिका रहरमा चलिरहेका छन् र एउटै पनि अनलाइन व्यावसायिक बन्ने प्रयासमै देखिँदैन।

डोटीबाट प्रकाशित हुने नेपालपथ दैनिकमा आबद्ध तथा रासस प्रतिनिधि विमल विष्टको अनुभवमा पत्रिकाले हकरहरूलाई पारिश्रमिक दिइरहेका भए पनि सम्पादकसहित अरू २ जनाले पारिश्रमिक पाइरहेका छैनन्। हिमालयन टाइम्सका प्रतिनिधि तथा नेपाल पत्रकार महासङ्घ, बाजुराका अध्यक्ष प्रकाशबहादुर सिंहको भनाइमा जिल्लामा कुनै पनि पत्रिका नियमितरूपमा प्रकाशित भइरहेका छैनन्। 'स्थानीय सञ्चारकर्मीहरूले निकै समस्या भोग्नुपरेको छ। एफएमले आफ्ना कर्मचारीलाई बढीमा १०-१२ हजार रुपियाँ मासिकरूपमा पारिश्रमिक दिने गरेका छन्। राष्ट्रिय मिडिया, अखबारमा काम गर्ने रिपोर्टरहरू कसैले पनि मासिकरूपमा पारिश्रमिक पाइरहेका छैनन्। मिडियाकर्मीले प्रायः अरू व्यापार/व्यवसाय गरिरहेका छन् भने केहीले गैरसरकारी संस्थामा समेत काम गरिरहेका छन्'- सिंहले भने।

कालापानी पोस्ट साप्ताहिकका प्रकाशक/सम्पादक तथा नेपाल पत्रकार महासङ्घ दार्चुलाका अध्यक्ष शङ्करसिंह धामीले जिल्लामा हाल एउटा दैनिक र साप्ताहिक मात्रै प्रकाशन भइरहेको जानकारी दिए। 'स्थानीय पत्रपत्रिकामा काम गर्ने सम्पादक र संवाददाताहरूले बढीमा मासिक १२ हजार रुपियाँ पारिश्रमिक पाइरहेका छन्। एफएम रेडियोमा काम गर्ने सञ्चारकर्मीले बढीमा १० देखि १५ हजार रुपियाँसम्म पारिश्रमिक पाइरहेका छन्', धामीले भने- ५ वटा अनलाइन पत्रिका सञ्चालनमा भए पनि त्यहाँ काम गर्ने पत्रकारहरूले पारिश्रमिक पाइरहेका छैनन्।

कान्तिपुर दैनिकका सुदूरपश्चिम ब्युरो प्रमुख तथा वरिष्ठ पत्रकार चित्राङ्ग थापाको अनुभवमा स्थानीय मिडियाले आफ्ना कर्मचारीलाई सामान्य खर्च धान्ने गरी मात्रै पारिश्रमिक दिइरहेका छन्। राष्ट्रिय अखबारका लागि जिल्ला समाचारदाताका रूपमा काम गर्नेहरू धेरैले पारिश्रमिक नपाएको पनि उनले जानकारी दिए। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा ३ दशकअघिदेखि पत्रकारिता गर्दै आएका थापा कोरोनापछि सुदूरपश्चिममा सञ्चारकर्मी तथा सञ्चार गृहहरूको अवस्था यसरी विश्लेषण गर्छन्-

मिडियाकर्मीहरूले निकै असुरक्षा अनुभव गरिरहेका छन्। अनिश्चयमा काम गरिरहेका छन्। खोजमूलक समाचार लेख्ने जाँगर नै सेलाए जस्तो अनुभव भइरहेको छ। कपी एन्ड पेस्टको अभ्यास अझ बढेको छ। आलोचनात्मक चेतसहितका खोजमूलक समाचार लेख्ने पत्रकारको सङ्ख्या निकै कम भइसकेको छ। सरकारसँग मिडियाको विकास र सम्बर्धनका लागि कुनै नीति नै छैन। प्रदेश सरकारले अन्धाधुन्धरूपमा रकम बाँडेको छ। गत आर्थिक वर्षमा मात्रै प्रदेश सरकारले ३४ लाख रुपियाँ बाँडेको छ तर त्यो रकमबाट मिडियाकर्मीले कुनै राहत पाएको महसुस गर्न सकेनन्।

अमरगढी पोस्ट दैनिकका प्रकाशक/सम्पादक तथा नेपाल पत्रकार महासङ्घ डडेलधुराका अध्यक्ष मानबहादुर साउदको अनुभवमा डडेलधुरामा पहिलेदेखि नै प्रायः पत्रकारहरू वैकल्पिक रोजगारी, व्यापार/व्यवसायमा पनि संलग्न हुँदै आएका हुन्। कोरोनापछि थप पत्रकारहरू पनि अन्य पेसा/व्यवसायमा पनि संलग्न हुने क्रम बढेको छ। पत्रकारहरूलाई स्थानीय सरकारहरूले उपयोग गर्ने क्रम बढेको छ। पत्रकारलाई प्रेस सल्लाहकार बनाउने प्रवृत्तिले स्थानीय तहका समाचारहरूमा 'म्यानिपुलेसन' भइरहेको अवस्था छ। पत्रकारहरूमा काम गर्ने जाँगर कम भए पनि लामो समयदेखि अड्गालेको पेसा त्याग्न नसकेका देखिन्छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ डोटीका अध्यक्ष योगेन्द्र बलायरका अनुसार जिल्लामा हाल नेपालपथ दैनिक मात्रै सञ्चालनमा छ। एउटा साप्ताहिक दीपायल पोस्ट कहिलेकाहीं मात्र प्रकाशन भइरहेको छ। त्यसैले स्थानीय मिडियामा काम गर्ने पत्रकारहरू फुर्सदिला भएका छन्। लकडाउनपछि एफएमहरूले कर्मचारी कम गरेका छन्। समाचारमूलक कार्यक्रमसहित प्रसारण अवधि घटाएका छन्। पत्रिकाले हकर तथा प्राविधिकलाई सामान्य पारिश्रमिक दिने गरेका छन्। एफएमहरूले कर्मचारी र पत्रकारहरूलाई १२ देखि १५ हजार रुपियाँसम्म पारिश्रमिक दिइरहेका छन्।

पत्रकारितामा कोभिड-१९को प्रभाव

कोरोना महामारी र लकडाउनपछि प्रायः सबैजसो दैनिक र साप्ताहिक पत्रिका बन्द भए। २०७७ साल वैशाखको दोस्रो सातादेखि कैलाली र कञ्चनपुरका केही पत्रिका प्रकाशन हुन थाले।

असारदेखि अरू पत्रिका सञ्चालन भए पनि पुनः साउनमा लकडाउन भएपछि फेरि बन्द भएका थिए। हाल प्रकाशित भइरहेका पत्रिकाले निकै समस्या र चुनौती सामना गर्नुपरेको छ। धनगढी, कञ्चनपुरमा समेत सदरमुकामका सरकारी कार्यालय, स्वास्थ्य संस्था र अन्य केही स्थानमा मात्रै पत्रिका वितरण भइरहेका छन्।

व्यापारिक विज्ञापन शून्यप्रायः छ। पत्रिका तथा एफएमहरूले यस वर्ष नयाँ वर्ष र दसैं/तिहार जस्ता अवसरमा समेत शुभकामना सन्देश (विज्ञापन) पाउन सकेनन्। एफएम रेडियोहरूले आफ्नो प्रसारण समय कम गरेका छन्। आम्दानी ह्रास घटेको छ। व्यापारिक विज्ञापन छैनन्। प्रसारण हुँदै आएका विज्ञापनसमेत सम्बन्धित व्यक्ति र संस्थाहरूले बन्द गर्न लगाएका छन्। अछामको सामुदायिक रेडियो जनप्रियका स्टेसन म्यानेजर तपेन्द्र कुँवर कोरोना महामारी फैलिएसँगै एफएमहरूको आम्दानी आधा भन्दा कम भएको बताउँछन्।

केही एफएम रेडियोले आफ्ना कर्मचारी र पत्रकारलाई रेडियोमै बस्ने व्यवस्था मिलाएका छन्। लकडाउनमा अनलाइन मिडिया बढी सक्रिय भए। प्रदेशका प्रायः सबै रेडियो, पत्रपत्रिका, अनलाइन र टेलिभिजनहरूको अवस्था आर्थिक तथा व्यावसायिकरूपमा दयनीय बन्दै गएको छ। एफएम रेडियोहरूमा व्यावसायिक विज्ञापन बन्दप्रायः भइसकेको छ। प्रायोजित कार्यक्रम तथा केही राष्ट्रिय स्तरका व्यावसायिक प्रतिष्ठानहरूका विज्ञापनले धान्ने प्रयास भइरहेको रेडियो धनगढीका स्टेसन म्यानेजर हरि जोशी बताउँछन्।

बाजुरा र बझाङमा अहिले पनि कुनै पत्रिका सञ्चालनमा छैनन्। बझाङमा अफसेट प्रेससमेत नभएकाले अरू जिल्लामा गएर पत्रिका प्रकाशन गर्ने सम्भावना नै देखिँदैन। पहाडी जिल्लाहरूमा रेडियोका उपकरणहरू बिग्रिएमा मर्मत गर्न समस्या छ। इन्टरनेटको सुविधा नियमित र भरपर्दो छैन। विद्युत् आपूर्ति अनियमित छ। यसको प्रत्यक्ष प्रभाव एफएमहरूमा परेको छ। कोभिडपछि अनलाइन खुल्ने क्रम तीव्र भएका छन्। तर सूचीकृत भएका अनलाइनहरू जम्मा ३ मात्रै छन्। अनलाइनहरूले पनि विज्ञापन पाएका छैनन्।

अर्कोतिर स्थानीय स्तरमा पछिल्ला वर्षहरूमा मिडियाका नाममा स्रोत परिचालन नभएको पनि होइन। कोभिडपछि पनि स्थानीय तहहरूबाट विज्ञापन, प्रायोजित कार्यक्रम र सूचनाका नाममा ठूलो रकम खर्च गरेका छन्। त्यस्तै अन्य सरकारी निकायबाट पनि मिडियाका नाममा ठूलो रकम खर्च भइरहेको छ। तर मिडियाका नाममा आउने यो रकमको निकै सानो हिस्सा मात्रै स्थानीय मिडियाले पाएको अवस्था छ। डडेलधुराबाट प्रकाशित हुने अमरगढी पोस्ट दैनिकका सम्पादक/प्रकाशक मानबहादुर साउद भन्छन्— विज्ञापनमा कार्टेलिड तथा कतिपय सन्दर्भमा ठेक्काको अवस्था छ। स्थानीय सरकारहरू तथा प्रदेश सरकारबाट विज्ञापन, सूचनासहित

मिडियाका नाममा गरिने खर्चको करिब ७० देखि ८० प्रतिशत रकम काठमाडौँ अथवा प्रदेशबाहिरका जिल्लाका मिडियामा पुग्ने गरेको छ।

प्रदेशका पहाडी जिल्लाका मिडिया खासगरी एफएम रेडियोले स्थानीय तहबाट वार्षिक सरदर ८ देखि १० लाख रुपियाँ लिने गरेका छन्। यो रकम प्रायोजित कार्यक्रम, सन्देशमूलक कार्यक्रम निर्माण तथा प्रसारणका लागि निकास हुने गरेको छ। तर सो अनुसार एफएम रेडियोले काम गरे/नगरेको, उद्देश्यअनुरूपका कार्यक्रम भए/नभएको तथा कार्यक्रमको प्रभाव आदिबारे कुनै मूल्याङ्कन नगर्ने र वर्षको अन्त्यमा एकैचोटि बिल पेस गरेर भुक्तानी लिने गरिएको देखिन्छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा त्यसै पनि व्यापारिक र औद्योगिक विज्ञापनको अवस्था कमजोर छ। खासै औद्योगिकीकरण भइनसकेको एवं धनगढी र महेन्द्रनगरबाहेक अन्यत्र ठूलो बजार नभएका कारण स्थानीय मिडिया स्थानीय स्रोतका आधारमा मात्रै सञ्चालन गर्न कठिनाई हुने गरेको छ। पहाडी जिल्लाहरूमा मिडियाले पाउने व्यापारिक विज्ञापन नाममात्रको हुने गरेको छ। डोटीबाट प्रकाशित नेपालपथ दैनिकका विमल विष्ट भन्छन्- कोरोना भाइरस महामारी रोकथामका लागि लकडाउन भएपछि व्यापारिक विज्ञापन शून्यप्रायः भएका थिए। लकडाउन खुले पनि व्यापारिक/औद्योगिक सूचना विज्ञापनमा कुनै सुधार भएको छैन। पहाडतिर पनि व्यापारिक प्रतिष्ठान छन् तर स्थानीय मिडियालाई विज्ञापन दिने, सहयोग गर्ने अभ्यास कम छ।

स्थानीय सञ्चार गृहहरूमध्ये केहीले नयाँ वर्ष र दसैं जस्ता विशेष अवसरमा विशेषाङ्क प्रकाशित गरेर, पात्रो प्रकाशित गरेर राम्रै आमदानी गर्दै आएका थिए तर कोरोनापछि यो सबै ठप्प भएको छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घ र प्रेस काउन्सिल नेपाललगायतका संस्थाले पनि मिडियाको वस्तुस्थिति, समस्या र चुनौती जस्ता पक्षमा गम्भीरतापूर्वक भूमिका निर्वाह गरिरहेको पाइँदैन। मिडियाभित्र पनि थुप्रै कमजोरी छन्। उदाहरणका लागि सामुदायिक रेडियोका रूपमा दर्ता गर्ने तर एक जना व्यक्ति नै सर्वेसर्वा बन्ने र मालिक बन्ने गरेका छन्। सामुदायिक रेडियो बन्नका लागि नियमितरूपमा सार्वजनिक परीक्षण गर्ने, सञ्चालनमा समुदायको साझेदारी, सामूहिक स्वामित्व र विषयवस्तु निर्धारणमा समुदायको सहभागिता जस्ता विषय ओझेलमा छन्। लगानी मात्रै समुदायको तर सञ्चालनदेखि लाभमाथि पूर्ण नियन्त्रण भने एक जनाको हुने अवस्था छ। पहाडी जिल्लाका मिडियामा दलगत राजनीतिक प्रभाव पनि उत्तिकै छ। पत्रकारहरूले रहैरहरमा पत्रिका वा एफएम खोल्ने गरेका छन् तर सानो बजार, आमदानीको स्रोत सीमिततासहित अन्य कतिपय कठिनाइका कारण निरन्तरता दिन गाह्रो हुने गरेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशका कुनै पनि जिल्लाबाट प्रकाशित हुने पत्रिकाको वितरण सङ्ख्या कोभिडपछि आधा भन्दा बढी घटेको छ। पत्रिका वितरकहरूको अनुभवमा समेत पहिलेको तुलनामा हाल ६०

प्रतिशतले वितरण सङ्ख्या घटेको छ। सरकारी कार्यालयका विज्ञापन आउने गरे पनि निजी क्षेत्रका सूचना र विज्ञापन भने पूरै घटेका छन्। पहाडी जिल्लाका पत्रिकाहरू सदरमुकाममै सीमित छन्। गाउँमा पत्रिका जाँदैनन्। हुलाकमार्फत पत्रिका पठाउनुपर्ने बाध्यता छ। निजी क्षेत्रको विज्ञापन छैन। सरकारी विज्ञापन पनि धेरैजसो राष्ट्रिय पत्रिकामा जाने गरेका छन्। लोकल्याणकारी विज्ञापनले धानिरहेको अवस्था छ। पत्रिकालाई स्थानीय तहबाट पनि खासै सहयोग हुने गरेको छैन। एफएमहरूले स्थानीय तहका सार्वजनिक सुनुवाइ, प्रायोजित कार्यक्रम गरेर धानिरहेका छन्।

नेपाल पत्रकार महासङ्घका पूर्व केन्द्रीय उपसभापति समेत रहेका सुदूरपश्चिम प्रदेशका वरिष्ठ पत्रकार चित्राङ्ग थापाले कोरोनापछि सुदूरपश्चिम प्रदेशको मिडियाको यसरी विश्लेषण गरे-

अहिले मिडिया क्षेत्रमा अन्योलको अवस्था छ। स्थानीय पत्रिकाहरू चलिरहेका त छन् तर चलनका लागि मात्रै। समस्या स्थानीय पत्रपत्रिकामा मात्रै छैन, राष्ट्रिय अखबारमा पनि छ। पहिले केही राष्ट्रिय अखबारले प्रदेश संस्करण प्रकाशित गर्दै आएका अहिले बन्द गरिएको छ। अहिले मिडिया सबै भन्दा असुरक्षित व्यवसाय भएको छ। अनिश्चयको अवस्था छ। सबै अनलाइन संस्करणमा गइरहेका छन्। यसले गर्दा छापा माध्यम निकै कठिन स्थितिमा पुगेको छ।

पत्रकार थापाका अनुसार प्रजातन्त्र पुनर्स्थापनापछि फस्टाएको नेपाली मिडिया कोरोनाका कारण ध्वस्त भएको छ। गत आर्थिक वर्षमा मात्रै प्रदेश सरकारले ३४ लाख रुपियाँ वितरण गरेको छ तर त्यो रकमबाट मिडियाकर्मीले कुनै राहत पाएको महसुस गर्न सकेनन्। स्थानीय अखबारहरूको विकास र प्रवर्द्धनका लागि स्थानीय, प्रदेश र सङ्घीय सरकारबाट ठोस नीतिगत प्रयास भएको नदेखेको थापाले बताए। ३ वटै तहका सरकारले मिडियासँगको सहकार्यप्रति चासो दिएको पाइँदैन। स्थानीय सरकारहरूले आफ्नो नजिकका पत्रिका वा एफएमहरूलाई मात्रै सहयोग गर्ने गरेका उनको अनुभव छ।

कोभिडपछि स्थानीय मिडियाको अवस्था झन् कमजोर भइरहेको छ। खोजमूलक समाचारमा कमी आएको छ। प्रेस विज्ञप्ति र औपचारिक कार्यक्रमका समाचारहरू मात्रै बढी आइरहेका देखिन्छ। समाचारहरू अल्छीलाग्दा, निरसखालका देखिन्छन्। स्थानीय स्तरमा क्रियाशील पत्रकारहरूमा कुनै पनि किसिमको उत्साह देखिँदैन।

मिडिया र पत्रकारलाई सहयोग

कोभिडबाट प्रभावित प्रदेशका सञ्चारमाध्यमहरूलाई प्रत्यक्षरूपमा सहयोग गर्न सुदूरपश्चिम प्रदेश सरकारले गत आर्थिक वर्षको बजेटबाट ३४ लाख रुपियाँ खर्च गरेको थियो। प्रदेशमा रहेका

सञ्चारमाध्यमलाई दामासाहीरूपमा यो रकम वितरण गरिएको थियो। तर बिना कुनै ठोस मापदण्ड वितरण गरिएको यो रकमबाट प्रभावित पत्रकारहरूले प्रत्यक्षरूपमा कुनै राहत वा सहयोग महसुस गर्न नसकेको मिडिया सञ्चालकहरू नै बताउँछन्।

स्थानीय तथा प्रदेश सरकारको स्रोतमा सीमित सञ्चारमाध्यम तथा सञ्चारकर्मीको पहुँच, राजनीतिक आस्था तथा पहुँचका आधारमा स्रोतको बाँडफाँट आदि कारणले सबै जिल्लामा सबै किसिमका सञ्चारमाध्यम फस्टाउन सकिरहेका छैनन्। पत्रकारितालाई व्यावसायिकरूपमा अघि बढाउने भन्दा पनि लहड र रहरका भरमा पत्रकारितामा संलग्न हुने मानसिकताले पनि व्यावसायिक पत्रकारिता प्रवर्द्धनमा कठिनाई भइरहेको छ। पत्रकारहरू आफैँले पत्रिका सञ्चालन गर्ने र त्यसलाई जीविकोपार्जनको माध्यम बनाउने भन्दा पनि इगोका रूपमा चलाउनेखालको प्रवृत्ति पनि देखिन्छ। नेपाल पत्रकार महासङ्घका प्रदेश तथा जिल्ला पदाधिकारी, स्थानीय सञ्चारमाध्यममा कार्यरत सम्पादक, प्रकाशक, व्यवस्थापक, समाचार प्रमुखहरू, रिपोर्टरहरू आदिको धारणालाई एकीकृत गर्ने हो भने सुदूरपश्चिम प्रदेशमा यही अवस्थामा मिडिया धेरै दिनसम्म टिक्न सक्दैन।

त्यसैले नेपाल पत्रकार महासङ्घ र प्रेस काउन्सिल नेपाललगायतका संस्थाहरूले मिडियाको वर्तमान वस्तुस्थिति, समस्या र चुनौती जस्ता पक्षमा गम्भीरतापूर्वक बहस गर्नेतर्फ ध्यान दिनुपर्छ। प्रेस स्वतन्त्रता, सञ्चार गृह तथा सञ्चारकर्मीको पेसागत तथा भौतिक सुरक्षा जस्ता विषयका साथै मिडियाको विश्वसनीयता, गुणस्तर, प्रवर्द्धनका सवालमा गम्भीर चासो दिनु आवश्यक भइसकेको छ। कोभिड वा यस्तै विषम वेला मिडियाको सहयोगका लागि आकस्मिक कोष बनाउनेतर्फ पहल हुनु आवश्यक भइसकेको छ। यस्तो कोष सरकार, नेपाल पत्रकार महासङ्घ तथा अन्य सम्बद्ध संस्थाको सहकार्यमा बन्दा उचित हुने सुझाव नेपाल पत्रकार महासङ्घ डडेल्धुराका अध्यक्ष तथा अमरगढी पोस्ट दैनिकका सम्पादक मानबहादुर साउदको छ।

जिल्लामा स्थानीय तहहरूले ठूलो रकमका विज्ञापन काठमाडौँका मिडियामा पठाउने र सानातिना मात्रै स्थानीय पत्रिकालाई दिने गरेका छन्। कम्तीमा स्थानीय स्रोत स्थानीय सञ्चारमाध्यमलाई नै उपलब्ध गराउने भरपर्दो व्यवस्था गरिनुपर्छ। कोभिड जस्तो अप्रत्याशित र अति सन्त्रासपूर्ण त्रासदीमा साना लगानीका मिडिया कसरी टिकाउने र समाचार सामग्रीहरू बढी विश्वसनीय तथा प्रभावकारी बनाउने भन्नेतर्फ बहस गर्दै मिडियाकर्मी र सञ्चार गृहका लागि आवश्यक सिप, ज्ञान, क्षमता, अभिवृद्धिमूलक तालिम, अभिमुखीकरण कार्यक्रम सञ्चालन गर्नु आवश्यक देखिन्छ।

स्थानीय तहहरूबाट विज्ञापन, प्रायोजित कार्यक्रम, सूचना आदिका नाममा खर्च हुने ठूलो रकमबाट स्थानीय मिडिया नै लाभान्वित हुने गरी नीतिमा परिमार्जन गर्न पहल हुनुपर्छ। सरकारले

स्थानीय मिडियालाई स्थानीय विज्ञापनमा समानुपातिक हिस्सेदारी दिने नीति बनाउनुपर्छ। प्रदेशका मिडियालाई व्यावसायिक तथा व्यवस्थित बनाउन स्थानीय, प्रदेश तथा सङ्घीय सरकारका मिडिया नीतिबाट नै गम्भीर प्रयास गरिनुपर्छ। कैलालीबाट प्रकाशित हुने सुन्दराञ्चलकी सम्पादक/प्रकाशक भावना जोशी सानो लगानीका स्थानीय वा प्रादेशिक पत्रिकाहरूलाई जोगाउन प्रदेश तथा स्थानीय तहमा आमसञ्चार नीति, विज्ञापन नीति बनाएर स्थानीय/प्रदेशका विज्ञापनहरू यहींका मिडियाले समानरूपमा प्राप्त गर्ने व्यवस्था गरिनुपर्ने बताउँछिन्।

करिब डेढ दशकदेखि कैलालीको टीकापुरबाट पत्रकारिता गरिरहेकी तथा हाम्रो प्रयास साप्ताहिककी सम्पादक/प्रकाशक दुर्गा देवकोटा महिलाले सञ्चालन गरेका मिडियाको संरक्षणका लागि स्थानीय तथा प्रदेश सरकारहरूले विशेष कार्यक्रम ल्याउनुपर्ने सुझाव दिन्छिन्। अहिलेसम्म पनि प्रदेश तथा स्थानीय सञ्चार नीति, विज्ञापन नीतिलगायत मिडियासँग सम्बन्धित नीति बनिसकेका छैनन्। खुद्रारूपमा बनेका नीति पनि अस्पष्ट तथा अपूर्ण देखिन्छन्। सुदूरपश्चिम प्रदेश सरकारले अहिलेसम्म प्रादेशिक आमसञ्चार नीति बनाउने पहल नै गरेको छैन। त्यस्तै, प्रदेशका प्रायः कुनै पनि स्थानीय तहले स्थानीय सञ्चार नीति बनाइसकेका छैनन्। कतिपयले वार्षिक नीति तथा कार्यक्रम र बजेटमा १-२ लाइनमा सञ्चार नीति उल्लेख गर्ने गरेका छन् भने केहीले आफैं एफएम सञ्चालनबारे सोच बनाइरहेका छन्। धनगढी उपमहानगरपालिकाको चालु आर्थिक वर्ष २०७७/०७८ को वार्षिक नीति तथा कार्यक्रम र बजेटको सूचना तथा सञ्चार प्रविधि शीर्षकमा 'सञ्चार क्षेत्रको विकास तथा प्रवर्द्धन गरिनेछ' भन्ने उल्लेख छ। तर त्यसका लागि के/कस्ता कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने भन्ने कुनै उल्लेख गरिएको पाइँदैन। त्यसैले स्थानीयसहित तीनै तहका सरकारले मिडियाको प्रवर्द्धनका लागि इमानदारीपूर्वक तथा रणनीतिकरूपमा सरोकारवालाको व्यापक सहभागिता तथा प्रतिनिधित्वमा मिडिया नीति बनाउने र कार्यान्वयन गर्नेतर्फ ध्यान दिनु उचित हुने नेपाल पत्रकार महासङ्घ सुदूरपश्चिम प्रदेशका महासचिव योगेश रावलको आग्रह छ।

नेपाल पत्रकार महासङ्घ डडेलधुराका अध्यक्ष साउद 'हाल विज्ञापनमा भइरहेको कार्टेलिङ तथा बिचौलिया प्रवृत्ति अन्त्य नभएसम्म स्थानीय मिडिया फस्टाउने सम्भावना नरहने र विज्ञापनमा कर्मचारी, बिचौलियादेखि राष्ट्रिय भनिने पत्रिकाबीचको कमिसनको जालोले पत्रकारितालाई नै विषाक्त बनाउँदै लगेकाले समयमै यस्तो अवस्था अन्त्य गरिनुपर्ने' बताउँछन्। नेपाल पत्रकार महासङ्घ अछामका कार्यबाहक अध्यक्ष खम्म खत्रीको अनुभवमा एउटा स्थानीय तहले वार्षिक १० देखि १५ लाख रुपियाँ विज्ञापनसहित मिडियाका नाममा खर्च गरिरहेको छ तर स्थानीय मिडियाले त्यसको २० प्रतिशत पनि लाभ पाउन सकेका देखिँदैन।

धनगढीबाट प्रकाशित भइरहेको मर्निङ वेल दैनिकका प्रकाशक/सम्पादक रमा भट्टराई कोभिडले सिर्जना गरेका चुनौती र समस्यालाई दृष्टिगत गरी स्थानीय मिडियाहरूका लागि दीर्घकालीनरूपमा प्रवर्द्धनकारी र तत्कालीनरूपमा संरक्षणकारी अनुदान प्याकेज आउनु जरुरी रहेको बताउँछिन्। उनी भन्छिन्- सञ्चारकर्मीहरू तथा मिडिया दुवैलाई प्रत्यक्ष लाभ र राहत महसुस हुनेखालका कार्यक्रम (खोजमूलक समाचार लेखनवृत्ति, जनता र जनप्रतिनिधिबीच संवाद कार्यक्रम, सार्वजनिक सुनुवाइ, पुरस्कार आदि) कार्यक्रम ल्याइनुपर्छ।

कारिब १४ वर्षदेखि कैलालीमा पत्रकारिता गर्दै आएकी केर्नी न्युज डट कमकी सम्पादक उन्नति चौधरी नेपाल पत्रकार महासङ्घ र प्रेस काउन्सिलसहित पत्रकारिता क्षेत्रसँग सम्बन्धित सङ्घ/संस्थाहरूले एकीकृतरूपमा कोभिडका कारण मिडियामा परेको प्रत्यक्ष र परोक्ष प्रभावको वस्तुनिष्ठ अध्ययन, विश्लेषण गरेर दीर्घकालीनरूपमा नीतिगत व्यवस्थाका लागि वकालत अभियान सञ्चालन गर्नुपर्ने बताउँछिन्।

निष्कर्ष र सुझाव

कोभिडले सुदूरपश्चिम प्रदेशको आमसञ्चार क्षेत्र पनि निकै प्रभावित भएको छ। कोरोना भाइरस सङ्क्रमण रोकथाम तथा नियन्त्रण गर्न लकडाउन गरिएपछि उद्योग/व्यवसाय, यातायात, पर्यटन, शिक्षा सबै ठप्प भएपछि त्यसको प्रत्यक्ष प्रभाव प्रदेशको आमसञ्चारमाध्यममा पनि पत्न्यो। लकडाउनपछि अधिकांश पत्रिका बन्द भए। लकडाउन खुकुलो भएपछि पनि सञ्चारमाध्यममा आम्दानीको स्रोत विज्ञापन, ग्राहक ह्यातै घटेका छन्। स्थानीय सरकारसहित सरकारी निकायका विज्ञापन, सूचनाको ठूलो हिस्सा प्रदेशबाहिर जाने र व्यापारिक विज्ञापन शून्य भएका कारण सञ्चारमाध्यम सञ्चालन निकै कठिन भएको छ। यसले समाचार सामग्रीको गुणस्तरमा समेत प्रभाव परेको छ। खोजमूलक समाचार निकै कम भएको छ। फिल्डमा गएर सूचना, तथ्याङ्क सङ्कलन गर्ने क्रम लगभग रोकिएको छ। यसले कतिपय सन्दर्भमा गलत, अपूर्ण, तथ्यहीन समाचारसमेत प्रकाशन, प्रसारण हुने गरेका उदाहरण छन्।

अहिलेको प्रतिकूल परिस्थितिमा समेत जसोतसो टिकिरहेको प्रदेशको आमसञ्चार क्षेत्रका चुनौती र समस्यालाई सम्बोधन गर्न निम्नानुसारका सुझाव कार्यान्वयन गर्नु उचित हुनेछ-

- सुदूरपश्चिम प्रदेशको आमसञ्चार क्षेत्रका समस्या र चुनौतीको वस्तुगत विश्लेषण गर्दै तिनको दीर्घकालीन सम्बोधनका लागि सरोकारवालाहरूको उचित प्रतिनिधित्वसहित

प्रदेश तथा स्थानीय आमसञ्चार नीति बनाउन सकारात्मक दबाब सिर्जना गर्न आवश्यक छ।

- मिडियाका नाममा प्रदेश सरकार, सङ्घीय सरकार तथा स्थानीय सरकारहरूबाट गरिने कुनै पनि खर्च पारदर्शी, उपलब्धिमूलक तथा समानुपातिक वितरणमुखी बनाउन नीतिगत व्यवस्थाका लागि दबाब सिर्जना गर्न जरुरी छ।
- प्रादेशिक विज्ञापन प्राधिकरण बनाएर स्थानीय तथा प्रदेश स्तरका विज्ञापनहरूमा स्थानीय तथा प्रादेशिक सञ्चारमाध्यमको पहुँचका लागि पहल गर्न आवश्यक छ।
- प्रादेशिक तथा स्थानीय सञ्चारमाध्यमको पुनरावलोकन, मूल्याङ्कन गर्दै वर्गीकरण गर्ने कार्य प्रदेश स्तरमा नै हुनुपर्ने तथा अहिलेसम्म वितरण हुँदै आएको लोककल्याणकारी विज्ञापनलाई प्रादेशिक तहबाट वितरणको व्यवस्था मिलाउन जरुरी छ।
- सञ्चार क्षेत्रलाई उद्योगका रूपमा स्वीकार गरेर अहिलेको विषम परिस्थितिमा सञ्चार गृहहरूका लागि विनाधितो सस्तो ब्याज दरमा ऋणको व्यवस्था, न्युज प्रिन्ट, ल्यापटप, कम्प्युटर, प्रिन्टर, क्यामेरासहितका उपकरण खरिदमा अनुदान, विद्युत् तथा टेलिफोन सेवा शुल्कमा छूटको व्यवस्था गर्न/गराउन पहल गर्नुपर्ने देखिन्छ।
- प्रादेशिक तथा स्थानीय सञ्चारमाध्यमको दर्ता, नवीकरणलगायत कार्यको अधिकार प्रदेश तथा स्थानीय तहमा ल्याउनुपर्छ।
- प्रादेशिक तथा स्थानीय सञ्चारमाध्यम दर्ता तथा सञ्चालन हुनुअघि सम्बद्ध सञ्चार गृहले लगानी, वितरण तथा प्रसारण एरिया र सङ्ख्या, जनशक्ति, पारिश्रमिक तथा सेवा/सुविधासहितको कम्तीमा ५ वर्षको व्यावसायिक योजनासम्बद्ध निकायबाट अनुमोदन गराउने तथा मिडियाको सार्वजनिक परीक्षणको व्यवस्था, श्रमजीवी पत्रकारहरूको सेवा/सुविधाको नियमित अनुगमनलगायतका कार्यका लागि स्वतन्त्र तेस्रो पक्षीय निगरानी तथा अनुगमन संयन्त्र बनाउन आवश्यक छ।
- कोभिडबाट प्रदेश तथा स्थानीय सञ्चारमाध्यम, सञ्चारकर्मीमा परेका प्रत्यक्ष, परोक्ष प्रभावको वस्तुनिष्ठ मूल्याङ्कन, विश्लेषण गरेर अल्पकालीन राहतको प्रबन्ध मिलाउनुपर्छ।
- सञ्चारकर्मीहरू तथा मिडिया दुवैलाई प्रत्यक्ष लाभ र राहत महसुस हुनेखालका कार्यक्रम (खोजमूलक समाचार लेखनवृत्ति, जनता र जनप्रतिनिधिबीच संवाद कार्यक्रम, सार्वजनिक सुनुवाइ, पुरस्कार आदि) ल्याउनुपर्छ।

- कोभिडका कारण अप्टेरामा परेका सञ्चार गृह, जागिर गुमाएका अथवा पारिश्रमिक पाउन नसकेका श्रमजीवी सञ्चारकर्मी, पत्रकारहरूको तथ्यगत अभिलेख तयार गरेर उनीहरूका लागि विशेष राहत प्याकेज ल्याउन आवश्यक छ।
- कोभिडपछि श्रमजीवी पत्रकार तथा कामदारहरूले सम्बद्ध सञ्चार गृह, प्रतिष्ठानबाट न्यूनतम पारिश्रमिक तथा अन्य सेवा/सुविधा पाए/नपाएको अनुगमन, मूल्याङ्कन गर्ने प्रबन्ध मिलाउन आवश्यक छ।
- कोरोना सङ्क्रमण महामारीको समयमा पनि स्वास्थ्य असुरक्षाको जोखिम मोलेर उत्कृष्ट समाचार प्रकाशन, प्रसारण गर्ने सञ्चार गृह तथा सञ्चारकर्मीका लागि अतिरिक्त आर्थिक राहत प्याकेजको व्यवस्था गर्न आवश्यक छ।
- नेपाल पत्रकार महासङ्घ, प्रेस काउन्सिलसहित पत्रकारिता क्षेत्रसँग सम्बन्धित सङ्घ/संस्थाहरूले एकीकृतरूपमा कोभिडका कारण मिडियामा परेको प्रत्यक्ष, परोक्ष प्रभावको वस्तुनिष्ठ अध्ययन, विश्लेषण गरेर दीर्घकालीनरूपमा नीतिगत व्यवस्थाका लागि वकालत अभियान सञ्चालन गर्नुपर्छ।
- स्थानीय भाषामा प्रकाशन/प्रसारण गर्ने सञ्चार गृहका लागि स्थानीय सरकारहरूबाट विशेष सहयोग अनुदानको व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- अनलाइन पत्रिकाहरूको सूचीकरण तथा वर्गीकरणको व्यवस्था गर्दै नियमन तथा मूल्याङ्कनका लागि तत्काल ठोस पहल गर्न आवश्यक छ। अनलाइन मिडियालाई पनि सरकारी विज्ञापन उपलब्ध गराउने व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- श्रमजीवी पत्रकारहरूका लागि तत्काल स्वास्थ्य तथा जीवन बिमाको व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- सरकार, नेपाल पत्रकार महासङ्घ तथा अन्य सम्बद्ध संस्थाको सहकार्यमा आकस्मिक कोष बनाउनेतर्फ पहल हुनु आवश्यक भइसकेको छ।
- सरकार (स्थानीय, प्रदेश र सङ्घ) ले मिडियाको प्रवर्द्धन नीति अवलम्बन गर्नुपर्छ। पत्रकारहरूको पनि मापदण्ड कडाइका साथ लागु गर्नुपर्छ। स्थानीय सरकारहरूले नीतिगत रूपमै मिडियासँग सहकार्यको प्रबन्ध गर्नुपर्छ। सार्वजनिक सुनुवाइ, खोजमूलक समाचार, नीतिगत बहस, जनता र जनप्रतिनिधिबीचको संवादलगायत जनसरोकारका विषयमा स्थानीय सरकार र स्थानीय मिडियाबीच सहकार्य र समन्वय हुनुपर्छ।
- साना लगानीका अखबार, एफएम र अनलाइनहरू एकापसमा गाभ्नेतिर गम्भीर ढङ्गले बहस चलाउनुपर्ने बेला भइसकेको छ।

अन्तर्वार्ता लिइएका स्रोत व्यक्तिको सूची

- चित्राङ्ग थापा, सुदूरपश्चिम ब्युरो प्रमुख, कान्तिपुर दैनिक (२०७७ मङ्सिर ६)
- तपेन्द्र कुँवर, स्टेसन म्यानेजर, सामुदायिक रेडियो जनप्रिय, अछाम, (२०७७ कात्तिक १५)।
- विष्णु अवस्थी, अध्यक्ष नेपाल पत्रकार महासङ्घ, कञ्चनपुर, (२०७७ कात्तिक १५)
- खम्म खत्री, कार्यबाहक अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, अछाम (२०७७ कात्तिक १५)
- रामबहादुर कुँवर, प्रबन्ध निर्देशक, रेडियो साँफेबगर, अछाम (२०७७ कात्तिक १५)
- जगदीश रोकाया, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, बझाङ (२०७७ कात्तिक १५)
- जगत खड्का, स्टेसन म्यानेजर, सामुदायिक रेडियो पुष्पाञ्जली, बझाङ (२०७७ कात्तिक १६)
- योगेन्द्र बलायर, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, डोटी (२०७७ मङ्सिर ६)
- विमल विष्ट, नेपालपथ दैनिक, डोटी (२०७७ कात्तिक १८)
- टेकराज अवस्थी, संवाददाता इमेज च्यानल, डडेलधुरा (२०७७ कात्तिक १८)
- राम धामी, सम्पादक, हिल टाइम्स दैनिक, डडेलधुरा (२०७७ कात्तिक १९)
- प्रकाशबहादुर सिंह, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, बाजुरा (२०७७ कात्तिक २०)
- शङ्करसिंह धामी, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, दार्चुला (२०७७ कात्तिक २२)
- नरिदेव बडु, सम्पादक, बैतडी सन्देश, बैतडी (२०७७ मङ्सिर ६)
- मानबहादुर साउद, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, डडेलधुरा (२०७७ मङ्सिर ६)
- अर्जुन शाह, अध्यक्ष, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, सुदूरपश्चिम प्रदेश (२०७७ मङ्सिर ६)
- योगेश रावल, महासचिव, नेपाल पत्रकार महासङ्घ, सुदूरपश्चिम प्रदेश (२०७७ मङ्सिर ६)।
- उन्नति चौधरी, सम्पादक, केर्नी न्युज डट कम, कैलाली (२०७७ मङ्सिर ८)
- भावना जोशी, सम्पादक, सुन्दराञ्चल दैनिक, धनगढी (२०७७ मङ्सिर ८)
- दुर्गा देवकोटा, सम्पादक, हाम्रो प्रयास साप्ताहिक, टीकापुर कैलाली (२०७७ मङ्सिर ८)
- रमा भट्टराई, सम्पादक, मर्निङ वेल दैनिक, कैलाली (२०७७ मङ्सिर ८)

सन्दर्भ सामग्री

- देवकोटा, गृम्बहादुर । २०५१। नेपालको छापाखाना र पत्रपत्रिकाको इतिहास । काठमाडौं : साझा प्रकाशन ।
- नेपाल पत्रकार महासङ्घ र सेयरकास्ट इनिसियटिभ नेपाल । २०७७ । पत्रकारिता क्षेत्रमा कोभिड-१९ को प्रभाव ।
- नेपाल पत्रकार महासङ्घ, सुदूरपश्चिम समिति । २०७७ । कोभिड-१९ मा सुदूरपश्चिम प्रदेशमा मिडियाको अवस्था अध्ययन ।
- नेपाल प्रेस इन्स्टिट्यूट र बोर्नमथ विश्वविद्यालय । २०७७ । कोभिड-१९ ले नेपालको पत्रकारितामा पारेको प्रभाव ।
- न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समिति । २०७७ । श्रमजीवी पत्रकार मिडिया अध्ययन प्रतिवेदन २०७७ ।
- पोखरेल, सन्तोष । २०६७ । कास्की जिल्लाबाट प्रकाशित अखबारमा स्थानीय समाचार एक अध्ययन । अप्रकाशित शोधपत्र ।
- प्रधान, प्रमोद । २०६१ । मोरङको पत्रकारिताको अर्धशताब्दी । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७३ । ४१ औं वार्षिक प्रतिवेदन ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७४ । ४२ औं वार्षिक प्रतिवेदन ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७५ । ४३ औं वार्षिक प्रतिवेदन ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७६ । ४४ औं वार्षिक प्रतिवेदन ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७७ । ४५ औं वार्षिक प्रतिवेदन ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०७७ । कोभिड-१९ बाट नेपाली मिडियामा परेको प्रभावसम्बन्धी अध्ययन प्रतिवेदन ।
- फ्रिडम फोरम । २०७७ । नेसनल रिपोर्ट अन दि इम्प्याक्ट अफ कोभिड-१९ अन नेपाली मिडिया । मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप । सन् २०२० । महिला पत्रकारमा कोभिड-१९ को असर ।
- वन्त, प्रत्युष (सं) । २०५८ । क्षेत्रीय मिडिया : विगत र वर्तमान । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
- वाग्मती प्रदेश सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय । २०७७ । वाग्मती प्रदेशमा मिडिया ।
- सञ्चार प्रतिष्ठान नेपाल, कैलाली र एलायन्स फर सोसल डायलगा । २०७२ । सुदूरपश्चिमको पत्रकारिताको अवस्था अध्ययन ।
- सामुदायिक रेडियो प्रसारक सङ्घ । २०७७ । नेपालको कम्युनिटी रेडियो डियुरिड कोभिड । सूचना तथा प्रसारण विभाग । २०७५ । मिडिया डाइरेक्ट्री ।
- सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल । २०७२ । मिडियाको अवस्था र पहुँच ।

अध्ययनले पूर्वअध्ययनहरूको निष्कर्ष र तथ्याङ्कहरूसमेत प्रयोग गर्दै आमसञ्चार क्षेत्रमा परेको समग्र प्रभावलाई बहुआयामिक हिसाबले केलाउने प्रयास गरेको छ। कोभिड-१९ को प्रभाव के/कस्तो परेको छ भन्ने विषयमा मात्र नभई कसरी प्रभावित बनायो भन्ने कुराको पनि विश्लेषण गरिएको छ। त्यसका लागि पत्रकार, मिडिया हाउस सञ्चालक र मिडिया विश्लेषकहरूको भनाइलाई मुख्य आधार बनाइएको छ। भने तथ्यगत हिसाबमा चाहिँ बहुस्रोतबाट पुनर्पुष्टि गरिएको छ। त्यसैले पत्रकारितामा परेको कोभिड-१९ को प्रभावको लेखाजोखा गर्न तथ्याङ्कसँगै व्यक्तिको भोगाइ र मनोभावना कुनै निश्चित कालखण्डमा के/कस्तो रह्यो र कसरी व्यक्तिदेखि संस्थासम्म प्रभावित भए भन्ने बुझ्नका लागि पनि यो अध्ययन महत्त्वपूर्ण हुने ठानेर प्रकाशन गर्ने निर्णय गरेका हौं।

सहयोग

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

Nepal Office

प्रकाशक



Center for
Media Research
NEPAL



9 789937 093989