

अध्याय एक

परिचय

१.१ अध्ययनको पृष्ठभूमि

सञ्चार विकासको मेरुदण्ड हो । समाजमा उपलब्ध विविध सामाजिक अन्तरक्रियाहरूको समायोजन र संप्रेषण सही ढंगबाट सञ्चार भएको अवस्थामा त्यस अन्तरक्रियाले समाजलाई विकासको गति प्रदान गर्दछ । जीवन त्यसकारण सञ्चारमय छ । जव व्यक्तिको धारणा विचारको रूपमा बाहिर आउछ, त्यसले सकारात्मक नकारात्मक दुवै खालको असर गर्दछ । व्यक्ति समाजको एक एकाई भएको हुनाले व्यक्ति व्यक्तिको विचारले नै समाजको आदर्श निर्माण भएको हुन्छ । यस सिलसिलामा आधुनिक वैज्ञानिक उपकरणका रूपमा टेलिभिजनको ठूलो भूमिका रहेको छ ।

नेपाल संसारकै कम विकसित मुलुक मध्ये एक पर्दछ । राष्ट्रिय जनगणना २०६८ अनुसार कुल २ करोड ६४ लाख ९४ हजार ५ सय ४ जनसंख्यामध्ये ५१ दशमलव ५ प्रतिशत महिलाहरू रहेका छन् । यस्तै २०५७ सालमा SAWM ले राजधानीमा गरेको अन्तरक्रियामा प्रस्तुत हिसिला यमीको बिन्दा पाण्डे लगायत महिला नेतृहरूको धारणा अनुसार त्यसमा पनि नेपाल एक पितृसत्तात्मक समाज व्यवस्था कायम रहेको देश हो, जहाँ महिलाहरूलाई दोस्रो दर्जाको नागरिकको रूपमा लिने गरिन्छ । पितृसत्तात्मक समाजकै परिणाम स्वरूप छोरीलाई बाहिरको काममा प्राथमिकता नदिनु, घरधन्दामा मात्र सिमित गरिनु, घरभित्रै पनि खाना खानेदेखि कपडा लगाउनेमा समेत छोरा र छोरीबीचको विभेद अझै हाम्रो समाजमा कायम छ । यतिमात्र होईन, शिक्षा आर्जनमा त ग्रामीण परिवेशमा अझै ठूलो विभेद छ । अझै पनि छोरी अरुको घर जाने जात त हो भन्ने मानसिकता हाम्रो समाजमा कायमै छ । शहरी परिवेशमा पनि पुरुषले गर्ने काम र महिलाले गर्ने काम भनेर फरक गरिन्छ । महिलाको निम्ति काम दिईयो भने पनि नर्स, सुसारे, रिसेप्सनिष्ट आदि जस्ता जो मानसिक श्रम कम हुन्छ त्यस्ता कामहरू छुट्याईन्छ । हामी समाज विकासक्रमको २१ औं शताब्दीमा छौं । तर पनि नेपाली समाज उही पुरानो संरचनाभित्र अलमलिईरहेको छ ।¹

नेपालमा पत्रकारिताको इतिहास धेरै लामो रहेपनि टेलिभिजन पत्रकारिताको इतिहास धेरै लामो छैन । टेलिभिजन पत्रकारिताको इतिहास जान्नको लागि टेलिभिजनको इतिहास जान्न जरुरी हुन्छ । टेलिभिजन

¹ २०५७ मा (SAWM को आयोजनामा भएको अन्तरक्रियामा हिसिला यमी, बिन्दा पाण्डे लगायत महिला नेतृहरूद्वारा प्रस्तुत विचार

शब्दको पहिलो प्रयोग रुसी वैज्ञानिक कन्स्ट्यान्टिन पेस्कीले सन् १९०० मा गरेका थिए । (www.en.wikipedia.com/wiki/televisionhistoy) सन् १९२३ मा पहिलो पटक अमेरिकी वैज्ञानिक डा.भ्लादमिर जोरकिनले टिभीको चित्रात्मक स्वरूप देख्न आवश्यक पर्ने आयोकोनोस्कोप ट्युब बनाए । तर टेलिभिजनको आविस्कारमा भने बेलायतका वैज्ञानिकहरु जोन लगी वेयर्ड र चार्लस फ्रान्सिस जेकिन्सको भूमिका निर्णायक रहेको देखिन्छ । उनीहरुले निष्कोले विकास गरेको तस्विर प्रसारणको प्रविधिलाई उपयोग गरि पहिलो पटक सन् १९२५ मा छोटो फिल्म देखाएका थिए । यसको एक वर्षपछि स्कटल्याण्डका इन्जिनियर जोन लगी वेयर्डले सन् १९२६ मा लण्डनमा टेलिभिजन मार्फत दृश्य नै प्रसारण गरेर देखाए । (Bhandari, Shrestha : 2008 : 67) नेपालमा भने सर्वप्रथम २०४१ साल माघ १७ गते नेपाल टेलिभिजनको शुरुवात भएको हो । तर यसले २०४२ साल साउन २९ गतेदेखि मात्र परीक्षण प्रसारण आरम्भ गर्‍यो । टेलिभिजनमा शुरुवातको अवस्थामा बढी मात्रामा मनोरञ्जनात्मक कार्यक्रमहरुमात्र प्रसारण भएको पाईन्छ । तर सूचना सम्प्रेषणका लागि समाचार पनि प्रसारण हुने गर्थ्यो । त्यसमा महिला रिपोर्टरहरुको उपस्थिति अत्यन्त न्यून थियो । हालसम्म पनि समाचार उत्पादनदेखि प्रसारणसम्म पुरुषहरुकै बाहुल्य रहेको देखिन्छ ।

हुन त नेपाल टेलिभिजन पनि ठूलो वाद विवादपछि मात्र स्थापना भएको थियो । यसको स्थापना कालमा यसको औचित्यलाई लिएर उठेको विवादमा विभिन्न पत्रपत्रिकाले आफ्नो राय व्यक्त गरेका थिए । नेपालमा टेलिभिजनको आवश्यकता छैन भन्नेहरुको एक मात्र तर्क मूलुक गरिव छ र यो प्रविधि महंगो भएकाले आम जनताको पहुँच भन्दा बाहिर रहला कि भन्ने नै शंका थियो (शर्मा : २०६५ : ४९) । टेलिभिजनमा काम गर्न चाहने महिला रिपोर्टरहरुको लागि सुनौलो अवसर त्यतिवेला प्राप्त भयो जतिवेला निजी टेलिभिजन च्यानलहरुको उत्पत्ति भयो । २०५८ सालभन्दा अघि एउटै सरकारी च्यानल नेपाल टेलिभिजनमा सिमित रहेको टेलिभिजन २०५८ सालदेखि निजी च्यानलहरुको पनि विकास भयो । २०५८ साल असार १९ गतेदेखि स्पेशटाईम नेटवर्क प्रालिले संचालन गरेको च्यानल नेपाल नामक टेलिभिजनको स्थापनासंगै नेपालमा निजी च्यानलहरुको प्रवेश भएको थियो । त्यसपछि भने पुरुषहरुसंगै महिलाहरुले पनि टेलिभिजनमा काम गर्ने आफ्नो आकांक्षा पुरा गर्ने अवसर पाए । एकातिर नौलो पेशा अर्कोतिर समाजले पनि सम्मान गर्ने पेशा भएकोले महिलाहरु यसप्रति आकर्षित भएको देखिन्छ (पाण्डे :२०६४ :३९) ।

टेलिभिजनलाई एक प्रकारले ग्ल्यामर क्षेत्र पनि भनिन्छ । यही मान्यतावाट प्रभावित भएर टेलिभिजनमा विशेष गरी महिलाहरुलाई देखाउने माध्यमका रूपमा मात्र बढी प्रयोग गरिएको पाईन्छ । बौद्धिक काम जस्तै विशेषज्ञसंगको अन्तरवार्ता, समाचार सम्पादनको काम लगायतका कामहरुमा उनीहरुको पहुँच

निकै कम रहेको देखिन्छ । समाचार पढ्ने र आकर्षित पहिरनका साथै कार्यक्रम प्रस्तोताका रुपमा मात्र उनीहरूलाई लिईएको पाईन्छ ।

भनिन्छ एक्काईसौं शताब्दी सुचना संचारको हो । हुन पनि एक्काईसौं शताब्दीमा आएर सुचना प्रविधिले निकै फड्को मारेको छ । सुचना संचारको विकासले विश्वलाई अत्यन्त साघुरो बनाईदिएको छ । अहिले विश्वको कुनै एक कुनामा घटेको घटना तुरुन्तै संसारभर फैलिईसकेको हुन्छ । कुनै एक स्थानमा घटेको घटनाले सारा विश्वमा प्रभाव पारिरहेको हुन्छ ।

सुचना संचारको विकासले समग्र विश्वलाई एउटै घरमा परिणत गरिदिएको छ । अहिले कुनै देशको दुर दराजमा घटेको कुनै घटनाले विश्वलाई क्षणभरमै प्रभाव पार्न सक्छ । यही सुचना संचारको विकासले नै मानिसहरूलाई बढी भन्दा बढी क्रियाशील र सिर्जनशील बनाईरहेको छ । नब्बेको दशक प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनाको दृष्टिले मात्र होईन संचार क्षेत्रमा आएको क्रान्ति र महिला आन्दोलन तथा सक्रियताको दृष्टिले पनि नेपालको लागि महत्वपूर्ण दशक हो । आज नेपाली संचार माध्यम ठूलो सम्भावना तथा सक्रियताका साथ चहकिलो भविष्यतिर उन्मुख देखिन्छ । दिनानुदिन नेपाली छापा तथा विद्युतीय संचार माध्यमहरूमा ब्यापक विस्तार र फराकिलोपना आउदैछ (मास्के : २०५५ : ७) ।

विक्रम सम्वत् १९०८ मा जंगबहादुरको गिद्धे प्रेसवाट शुरु भएको छापाको इतिहासमा ५० वर्षपछि गोरखापत्रको प्रकाशन भयो । २००७ सालको क्रान्तिपछि भने नेपाली संचार माध्यमको इतिहासमा विद्युतीय संचार माध्यमको रुपमा रेडियो नेपालको थालनी र यसको २५ वर्षपछि मात्र विद्युतिय संचारकै अर्को सशक्त माध्यम टेलिभिजन नेपालमा भित्रिएको थियो (मास्के : २०५५ : ६) ।

विश्वमा टेलिभिजनको शुरुवात भएको ४० वर्षपछि नेपालमा टेलिभिजन सेटहरू आएको हो । तर तीनलाई त्यतिवेला भिडियो हेर्नको लागि प्रयोग गरिन्थ्यो । जब तत्कालिन राजा विरेन्द्रले छैठौं पञ्चवर्षिय योजनामा टेलिभिजन स्थापनाका लागि आवश्यक तयारी गर्न सरकारलाई निर्देशन दियो, तब २०४१ माघ १७ गते नेपाल टेलिभिजनको स्थापना भयो । यसको परिक्षण प्रसारण भने २०४२ माघ १७ गतेदेखि मात्र भयो । (गौतम : २०६३ : ६) नेपालमा टेलिभिजनको विकाससंगै विद्युतीय संचार माध्यममा महिला सहभागिताको पनि सहभागिता रह्यो । २००८ सालमा महिला पत्रिका मार्फत शुरु भएको महिला पत्रकारिता २०६७ सालसम्म आउदा निकै विस्तार भएको छ । महिला संचारकर्मीहरूको विषयमा उल्लेख गर्नुपर्दा दुई नामहरू छुटाउन नहुने नामहरू हुन, जसमा साधना प्रधान र कामांक्षादेवी हुन् । उहाहरूले नै संचार क्षेत्रमा महिलालाई डोहोर्‍याउने काम गर्नुभएको हो । महिला पत्रिकाको उहाहरू सम्पादक हुनुहुन्थ्यो । तर यो पत्रिका महिला संगठनको मुखपत्र थियो । महिला निस्किएको चार महिना पछि २००८ साल असोजमा प्रियम्बदा शर्मा सम्पादक र लक्ष्मीदेवी उपसम्पादक रहेको प्रभा भन्ने मासिक पत्रिका निस्कियो

। (मास्के : २०५० : ८) त्यसपछि भने तत्कालको परंपरा र नैतिक बन्धनलाई तोड्दै महिलाहरु घर बाहिरको काममा पनि निस्कन थाले । परिणामस्वरुप अन्य क्षेत्रमा जस्तै संचार क्षेत्रमा पनि महिला सहभागितामा बृद्धि हुदै गयो ।

यसरी छाप पत्रकारितावाट शुरु भएको महिलाहरुको आकर्षण विद्युतिय संचार माध्यमको विकाससम्म आउदा निकै विस्तार र परिस्कृत भएको देखिन्छ । अहिले संख्याको हिसावले हेर्ने हो भने संचार क्षेत्रमा पहिलेको तुलनामा अहिले महिला संचारकर्मीहरुको स्थिति निकै आशालाग्दो छ । त्यसमाथि पनि विद्युतीय संचार क्षेत्रप्रति महिलाहरु निकै आकर्षित भएको देखिन्छ । नेपाली संचार जगतले गरेको यो विकासमा निशान्देह सन्तुष्टी लिने ठाउँ छ । तर संगै एउटा प्रश्न उठेको छ , नेपाली संचार माध्यमहरुले महिलालाई जसरी प्रस्तुत गरिरहेका छन्, महिला विषय जसरी उठाउने गर्छन् र यसमा महिलाको जस्तो पहुच, सहभागिता एवं सक्रियताहरु देखिन्छन् तीवाट सन्तुष्टी लिने ठाउँ छ ? एक शब्दमा भन्न सकिन्छ, छैन । संचार माध्यमले महिलाको परंपरागत र नकारात्मक छवीलाई यथावत राख्ने त्यही मुख्य र मान्यतालाई मजबुत बनाउने काम गर्छ तथा महिलाको बहुआयामिक भूमिका र त्यसको महत्व एवं योगदानको सही भलक दिदैन (मास्के : २०५५ : ७) ।

संचार माध्यम र महिला विकासका सवालबीच अन्योन्याश्रित सम्बन्ध छ । यसैलाई मध्यनजर गर्दै बेईजिंग अन्तर्राष्ट्रिय सम्मेलनले समेत महिला र संचार भन्ने बुँदामा जवसम्म संचार क्षेत्रमा महिला संख्या वढाईदैन र उनीहरुलाई समान अवसर प्रदान गरिदैन तवसम्म दिगो विकास सम्भव छैन भनि निश्कर्ष निकालेको छ ।

यसरी संचार माध्यममा अझ विशेष गरी टेलिभिजनमा महिला सहभागिता राम्रै देखिन्छ । टंक उप्रेतीले सन् २००७ मा काठमाण्डौंका पाच वटा टेलिभिजनलाई आधार मानि गर्नुभएको अनुसन्धानमा महिला संचारकर्मीहरुको उपस्थिति १८.७ प्रतिशत देखाउनुभएको छ । (उप्रेती,महर्जन, हुमागाई, पराजुली : (२०६४ :११) त्यसैगरि अस्मिता प्रकाशन गृहले पहिलो पल्ट वि.स.२०४९ सालमा गरेको सर्वेक्षण अनुसार समग्र संचारमा महिला सहभागिता १२.३२ प्रतिशत देखाएको थियो भने त्यसको दश वर्षपछि वि.स.२०५९ सालमा गरेको सर्वेक्षण अनुसार १९.३८ प्रतिशत देखाएको थियो । (पाण्डे : २०६४ : ४०)

यसरी सहभागिताको हिसावले केही सन्तोषजनक उपस्थिति देखिए पनि संचारक्षेत्रमा पनि अन्य क्षेत्रमा जस्तै उपल्लो तहमा भने महिला संचारकर्मीको उपस्थिति अत्यन्त न्युन छ । उनीहरुले विभिन्न सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक तथा मनोवैज्ञानिक समस्याहरु भोग्नु परिरहेको छ । महिला पनि समाजका रथको दुई पांग्रा मध्ये एक हो भन्ने अवधारणा लागू हुन सकेको छैन ।

१.२ अध्ययनको सन्दर्भ

संचारमाध्यमले गति लिएपनि महिला संचारकर्मीहरूको अवस्थामा भने खासै फरक आएको देखिदैन । नेपाल टेलिभिजनको स्थापनासंगै वृद्धि भएको महिला संचारकर्मीहरूको संख्या हाल निजी स्रोतबाट संचालित टेलिभिजनहरूको अभ्युदयसंगै वढेको छ । तर पनि उनीहरूको जिम्मेवारी र पहिचान भने जस्ताको तस्तै छ । जसको कारणको खोजी हुन नितान्त जरुरी भैसकेको छ । यो शोधपत्र तयार गर्नेक्रममा यसै विषयसंग सम्बन्धित विभिन्न संघ संस्थाका अनुसन्धानलाई पनि अध्ययन गर्ने मौका पाईयो । तर संस्थागत रूपमा संचारिका समुहले समग्र संचारक्षेत्रमा काम गर्ने महिलाका अवस्थाका बारेमा २०६२ सालमा तयार पारेको संचारकर्मी महिलाको अवस्था बाहेक त्यसपछि कुनै अनुसन्धान र खोज भएको पाईदैन । २०५५ सालमा सुसन मास्केले संचारक्षेत्रमा क्रियाशिल केही महिला पत्रकारहरूको अन्तरवार्ता लिनभएको थियो । जसमा धेरै संचारकर्मी महिलाहरूले काममा प्रोत्साहन नभएको गुनासो गरेका छन् । स्वतन्त्र पत्रकार स्वस्तीका भट्टराई पत्रकारिताका मुख्य विटहरूमा पुरुषलाई मात्र पठाईने गरेको र आफूले सक्छु भन्दा पनि नदिएको बताउनुहुन्छ । (मास्के : २०५५ : १०)

यसैगरी महिला संचारकर्मी भन्ने वित्तिकै महिलासंग मात्र सरोकार राख्ने विषयहरू छुट्याईन्छ । मुख्य विटहरू महिलाका भागमा पर्दैनन् । महिला संचारकर्मीहरूलाई गम्भिर विषयमा रिपोर्टिङ गर्न नसक्ने, हल्का कामको जिम्मेवारी मात्र लिन चाहने, रातीको ड्युटी र टाढाको बाटो जान नचाहने, घर परिवारको दायित्वका कारण बढी समय दिन नसक्ने जस्ता आरोप पनि नलगाईएको होईन । तर पछिल्लो समयमा महिला संचारकर्मीहरूले चुनौती मोलेर सामाजिक विकृति विसंगतीका विरुद्ध रिपोर्टिङ गरेको उदाहरण देखिन्छ । तर पनि उनीहरूलाई हौसला र प्रोत्साहन दिनुको साटो उल्टै निरुत्साहित गरिन्छ । (मास्के : २०५५ : १३)

विद्युतीय संचारक्षेत्रमा महिलाको प्रयोग मात्र आकर्षणको रूपमा भईरहेको छ । उनीहरूलाई ग्लामरको लागि मात्र प्रयोग गरिन्छ । तर नीति निर्माण तहमा महिला उपस्थितिको अभाव अभैसम्म पनि खड्कीरहेको छ । समाचारको प्रमुख पदमा महिला संचारकर्मीको समान सहभागिता अभू भनौं नेतृत्वदायी भूमिका हुन सकेको छैन । त्यसैले भन्न सकिन्छ, निर्णायक तहमा महिलाको उचित सहभागिता नभएसम्म संचारमाध्यममा महिलाको स्वविवेकीय मौलिक क्षमताको प्रभाव भल्कन सक्दैन । (पाण्डे : २०६४ : ४२)

वर्तमान सन्दर्भमा हामी नयाँ नेपाल निर्माणको पूर्वसन्ध्यामा छौं । यतिवेला राज्यका सवैखाले संरचनालाई समावेशी बनाइनुपर्छ भन्ने आवाज उठीरहेको अवस्थामा राज्यको चौथो अंगमा चाहि यो लागू नभएको गुनासो पनि सुनिन्छ । नेपाली संचार माध्यमले कमजोर वर्गको आवाजलाई समेट्न नसकेको गुनासोहरू

पनि सुनिन्छ । यसो हुनुमा पनि सम्बन्धित पक्षको आवाजका विषयमा बोल्ने स्थानसम्म ती पक्षहरूको पहुच नपुग्नु नै हो । तर अब परिवर्तित सन्दर्भमा संचारमाध्यमलाई अबका दिनमा त्यस्ता आरोपहरूबाट कसरी मुक्त राख्न सकिन्छ भन्ने विषय यतिवेला नेपाली संचारजगतका लागि चुनौतीको विषय बनेको छ । (मगर :२०६७ : ४७)

संचारक्षेत्रमा महिला सहभागिता उल्लेख्य रूपमा रहेपनि उनीहरूको निरन्तरतामा पनि प्रश्न उठ्ने गरेको छ । हाम्रो जस्तो सामान्तवादी संरचनामा महिलाहरू पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गर्नु मात्रै पनि ठूलो कुरा हो । तर रेडियो एफ.एममा भए आवाज आउने, टेलिभिजनमा भए अनुहार आउने र पत्रपत्रिकामा भए बाइलाईन आउने हुदा धेरै मान्छेहरू यो पेशाप्रति आकर्षित भएको देख्न सकिन्छ । त्यसमा पनि महिलाहरूको सिमित संख्यामध्ये टेलिभिजन च्यानल र रेडियोहरूमा त धेरै महिला पत्रकार समाचार वाचनमा मात्र सीमित हुन्छन् । यसरी हेर्दा रिपोर्टिङमा जाने महिला पत्रकारहरूको संख्या अत्यन्तै न्यून देखिन्छ । त्यसमा पनि आधाजसो त महिला, बालबालिका जस्ता बिटमा नै सिमित रहन बाध्य हुन्छन् । त्यसैगरी महिलाहरूलाई उत्साहित बनाउने भन्दा पनि सम्बन्धित संस्था वा निकायबाट निरुत्साहित पार्ने कयौ गतिविधि हुने गर्छन् । महिला पत्रकार वढी खट्न सक्दैनन्, महिलाहरूले धेरै दिमाग खेलाउनुपर्ने रिपोर्टिङ गर्न सक्दैनन् जस्ता गलत सोचाई पालेर वा बहाना बनाएर महिला पत्रकारलाई उपस्थितिका लागि मात्रै राख्ने वा महिला, स्वास्थ्य, बालबालिका जस्ता बिट मात्रै दिने गरिन्छ । (खड्का : २०६६ : २७)

१.३ अध्ययनको उद्देश्य

महिलाको समग्र विकास विना सार्थक र दिगो विकास हुन सक्दैन भन्ने लिंगिय दृष्टिकोणलाई आधार मान्दै संचारक्षेत्रमा क्रियाशिल अभू त्यसमा पनि विद्युतीय संचार माध्यम टेलिभिजनमा क्रियाशिल महिला संवाददाताहरूले महिला भएकै कारण के कस्ता समस्याहरू भोग्नुपरिरहेको छ र उनीहरूको अवस्था के कस्तो छ भन्ने विषयमा खोजी गर्नु नै यस अध्ययनको उद्देश्य हो । जसलाई बुँदागत रूपमा यसरी राख्न सकिन्छ ।

१. विद्युतीय संचार माध्यम टेलिभिजनमा महिलाहरूको आकर्षण निकै देखिएको छ । तर उनीहरूलाई उचित अवसर र प्रोत्साहन छ कि छैन, अध्ययन गर्ने ।
२. नीति निर्माणको तहमा महिला संचारकर्मीको सहभागिता पत्ता लगाउने ।
३. महिला संचारकर्मीको शशक्तिकरणका बाधक पक्षहरूको लेखाजोखा गर्ने ।
४. पुरुष सम्वाददाता र महिला सम्वाददाताबीच असमानता छ कि छैन पत्ता लगाउने ।

१.४ अध्ययनको महत्व

वर्तमान समाज निकै सुविधा सम्पन्न भएको छ । सुचना प्रविधिको विकासले मानव सभ्यतालाई जटिल बनाउदै लगेको छ । हरेक क्षेत्रमा तिब्रताका साथ परिवर्तन हुदैछ । तर पनि संचारक्षेत्रमा कार्यरत महिलाको अवस्थामा परिवर्तन आउन सकेको छैन । सहभागिताका हिसावले केही मात्रामा उत्साहप्रद छ । तर सन्तोषजनक भने होईन । अझ संचारक्षेत्रमा पनि महिला सम्वाददाता भन्ने वित्तिकै उनीहरूको क्षमतामा प्रश्न उठाउने परम्परा कायमै छ । जिम्मेवारी दिईदा पनि पुरा गर्नेमा आशंका गर्ने गरिन्छ । गम्भिर र मुख्य विषयहरूको रिपोर्टिङमा महिलालाई स्थान दिईदैन । यतिमात्र होईन महिला भनेका शो प्रदर्शनका लागि मात्र हो भन्ने गलत मानसिकता नेपाली विद्युतीय संचार माध्यममा बढी देखिन्छ । के साच्चै महिला संचारकर्मीहरू क्षमताका हिसावले पुरुषभन्दा कमजोर नै हुन्छन त ? पुरुष संचारकर्मीले जस्तै अफ्ठेरो र चुनौतीमूलक रिपोर्टिङ महिला संचारकर्मीले गर्न सक्दैनन् त ? आज यो प्रश्न सम्पूर्ण महिला संचारकर्मीहरूको माझमा एउटा चुनौती बनेर उभिएको छ । महिला संचारकर्मीहरूको विकासका लागि र समग्र समाजकै विकासका लागि यी गलत र असमान धारणालाई चिर्नु अत्यन्त जरुरी भैसकेको छ । पछिल्लो समयमा केही महिला संचारकर्मीहरूले जोखिम मोलेर गम्भिर विषयमा रिपोर्टिङ गरेवाट पनि यी गलत धारणाप्रति जवाफ दिन सफल भएका छन् । तर यो पर्याप्त भने छैन । समाजलाई सही सुचना सम्वाहन गरेकै कारण जनकपुरकी महिला पत्रकार उमा सिंह मारिनु तथा रुकुमकी टिका विष्टमाथि सांघातिक आक्रमण हुनुले पनि महिला संचारकर्मीहरूलाई समाजमा रहेको पुरुष नजरले कसरी हेर्छ भन्ने धारणा बुझ्न काफी छ ।

संचारक्षेत्रमा महिलालाई उत्साहित र क्रियाशिल बनाउन राज्यले के कस्ता नीतिहरू अवलम्बन गरेका छन् र संचारकर्मीहरूकै साझा संस्था नेपाल पत्रकार महासंघले महिला संचारकर्मीहरूलाई उपल्लो तहमा पुऱ्याउन के कस्ता भूमिका निर्वाह गरेको छ ? यी विषयहरूले पनि महिला संचारकर्मीहरूको अवस्थालाई असर पुऱ्याईरहेको हुन्छ । यसै पृष्ठभूमिमा आधारित रही काठमाण्डौंमा संचालित टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददाताहरूको वारेमा गरिएको अध्ययनवाट निस्किएको निचोडले यस विषय अध्ययन गर्न चाहने व्यक्ति तथा संस्थाका निमित्त यो अध्ययनले महत्व राख्दछ ।

यस अध्ययनवाट महिला सम्वाददाताहरूको वर्तमान अवस्थाका वारेमा जानकारी प्राप्त गर्न सकिन्छ । महिला संचारकर्मीप्रतिको नकारात्मक र परंपरागत सोचलाई समाजमा बस्ने हरेक व्यक्तिको मस्तिष्कवाट हटाउन सकिन्छ । महिला सम्वाददाताहरूले भोग्नु परेका समस्याहरूका वारेमा जानकारी प्राप्त गर्न सहयोग मिल्छ र यसवाट समाजमा सुधारको अपेक्षा गर्न सकिन्छ । महिला संचारकर्मीहरूको वारेमा योजनाहरू बनाउन नीति निर्माताहरूलाई सहयोग मिल्छ । महिला संचारकर्मीहरूलाई नीति निर्माणको

तहमा पुऱ्याउनको लागि आवश्यक कानून निर्माणमा सहयोग पुगुछ । साथै यस अध्ययनवाट महिला संचारकर्मीप्रति सकारात्मक सोच ल्याउन मद्धत मिल्नुका साथै नीति निर्माणको तहमा महिला सहभागिता बृद्धि गरि समाज रुपान्तरणको प्रक्रियालाई गति प्रदान गर्न एउटा सहयोगी सामाग्री बन्न सक्छ ।

१.५. अध्ययनको संगठन

यस अध्ययनलाई जम्मा ५ भागमा विभाजन गरिएको छ । जस अन्तर्गत पहिलो अध्यायमा परिचय शिर्षकमा अध्ययनको पृष्ठभूमि, अध्ययनको सन्दर्भ, अध्ययनको उद्देश्य, अध्ययनको महत्व आदि विषयहरु समावेश गरिएको छ ।

दोस्रो अध्यायमा सन्दर्भ साहित्यको पुनरावलोकन शिर्षक अन्तर्गत विभिन्न विद्वानहरुको लेख, रचना तथा पत्रपत्रिकाहरु आदिलाई आधार बनाईएको छ । जसलाई विभिन्न उपशिर्षकमा विभाजित गरिएको छ । तेस्रो अध्यायमा अनुसन्धान विधि अन्तर्गत अध्ययनको ढाँचा, अध्ययन क्षेत्र तथा छनौटको औचित्य, तथ्यांकको प्रकृति र स्रोत, तथ्यांक संकलन विधि, तथ्यांकको प्रस्तुती एवं विशेषण र अनुसन्धानको सिमा आदि विषयहरु छन् । अध्याय चारमा तथ्यांकको विश्लेषण तथा प्रस्तुती शिर्षक अन्तर्गत अध्ययनवाट प्राप्त सुचनाहरुलाई विभिन्न उपशिर्षक अन्तर्गत राखिएको छ । यस अध्यायमा अध्ययनका क्रममा आएका तथ्यांकहरुलाई प्रस्तुत गरिएको छ । यसैगरी अन्तिम तथा पाचौ अध्यायमा अध्ययनको सारांश अध्ययनका क्रममा पत्ता लागेका कुराहरु तथा निश्कर्ष र सुझावहरुलाई प्रस्तुत गरिएको छ । अन्त्यमा सन्दर्भग्रन्थ सुची, विभिन्न अनुसुचिहरु र दर्ता भएका टेलिभिजनको नाम र यस अध्ययनका क्रममा प्रसारणमा रहेका टेलिभिजनहरुको नाम समेत समावेश गरिएको छ ।

अध्याय दुई

सन्दर्भ साहित्यको पुनरावलोकन

२.१. पूर्व साहित्य समीक्षा

कुनैपनि विषयमा अध्ययन अनुसन्धान गर्दा सन्दर्भ सामाग्रीको अभावमा अनुसन्धान फितलो र कमजोर बन्न पुग्दछ । विद्युतिय संचार माध्यमको टेलिभिजनमा काम गर्ने महिला सम्बाददाताहरुको वारेमा अध्ययन गर्न यो शोधपत्रमा उपलब्ध भएसम्म विभिन्न लेख, रचना, प्रकाशन, पुस्तक, पत्रपत्रिकाहरु, शोधपत्र तथा विभिन्न संघ संस्थाका प्रतिवेदनहरु तथा यससंग सम्बन्धित पूर्व अध्ययनवाट तयार पारिएका सामाग्रीहरुलाई मुख्य आधार बनाइएको छ । आम सञ्चार माध्यमको समाजसास्त्रको अध्ययन गर्दा ध्यान दिनुपर्ने विभिन्न मोडेलहरु Pluralistic Model, Mass Manipulative Model, Hegemonic Model र Feminist Model मध्ये पनि यस अध्ययनमा Feminist Model लाई आधार बनाएको छ ।

Hegemonic Model

हेजेमोनिक मोडेलको कुरा गर्नुपर्दा यस मोडेलले के भन्छ भने त्यसको एउटा मात्र समुह हुन्छ जसले अरु सबैलाई डोमिनेट गर्छ । जस्तै कि मिडियाको सन्दर्भमा हामीले आफैले नभएर मिडियाले भने अनुसार नै हामीले सोच्छौ र मिडियाको भनाई अनुसार नै हामीले त्यो अनुसारको कल्पना गर्छौ । हामी केवल स्रोत मात्र बनेका हुन्छौ । हामीलाई लागेको भन्दा त्यसको ठीक विपरित मिडियाले जे भन्छ हामी त्यही नै विश्वास गरिराखेका हुन्छौ । यो मोडेललाई हामीले कन्ट्रोल्ड रिप्रेजेन्टेशन भनेर पनि बुझ्न सक्छौ । जसमा मिडियाका कर्मचारी अथवा मिडियाको मालिकले चाहेजस्तो सुचना मात्र मिडियावाट प्रकाशित प्रसारित हुने गर्छ । (coolanimals1.wordpress.com/2010/01/20/)

Pluralistic Model

प्लुरालिष्टिक मोडेल हेजेमोनिक मोडेलको ठीक विपरित हो । यो मोडेल अनुसार हामी समाजमा सबै फरक सोच र विचारका हुन्छौ । हामी आफ्नो लागि आफै सोचन सक्छौ । साथै के कुरा पत्याउने र के कुरा नपत्याउने भन्ने वारे आफै निर्णय लिन सक्छौ भन्ने कुरा गर्छ । यस्तै Pluralistic Model अनुसार आम सञ्चारको क्षेत्र धेरै ठूलो छ । यसलाई मानिसले आफ्नो रोजाई अनुसार उपयोग गर्न सक्छ । कुन पत्रिका पढ्ने कुन च्यानल हेर्ने भन्ने जस्ता विषयहरुमा व्यक्तिले आफ्नो मन लागेको अनुसार हेर्न र पढ्न सक्छ । मिडियाको विषयबस्तुमा मिडियाको मालिकको नियन्त्रण हुदैन । यस मोडेल

अनुसार एउटा मात्रै डोमिन्यान्ट क्लास हुदैन । बरु समाजका विभिन्न सोच विचार भएकाहरुको धारणा ज्ञापन हुन्छ । मिडियाको विषयवस्तु कसैको व्यक्तिगत धारणा तथा मालिकको विचार अनुसार नभएर स्रोताहरुको मान्यता अनुसार र मिडियाको नाफा हुनेगरि हुन्छ । सञ्चारमाध्यम सरकारी अथवा नीजि हकदारबाट स्वतन्त्र हुन्छन् र उनीहरुले चाहे अनुसारको समाचार लेख्न सक्छन् । मिडियालाई मिडियाका संचालकहरुले चलाउछन् त्यसैले रिपोर्टरहरुलाई लेख्ने स्वतन्त्रता हुन्छ । रिपोर्टरहरुले पनि त्यही लेख्छन् जस्तो स्रोताहरुले चाहना राख्छन् । फेरि रिपोर्टर र स्रोता दुवैलाई सञ्चारमाध्यममा आएका विषयवस्तु स्वीकार्ने वा अस्वीकार गर्ने स्वतन्त्रता हुन्छ भन्ने कुरा गर्छ ।

books.google.com)

Mass Manipulative Model

यसैगरि Manipulative Model अनुसार मिडिया पनि उपल्लो वर्गकै नियन्त्रणमा छ । मिडियामा कस्ता समाचार दिने कस्ता नदिने भन्ने जस्ता विषयहरु मालिकको आदेश अनुसार हुन्छ । यसका काम गर्नेहरु श्रमिक हुने हुनाले उनीहरुको पहुच कम भएकै कारण यसका लगानीकर्ताहरुले मिडियालाई पनि आफू अनुकूल बनाउछ । मिडियाको सिर्जनशीलताले प्रभाव पार्ने काम पनि गर्छ । र यसरी मनिपुलेसन गर्दा विभिन्न तरिका अपनाइन्छ । जस्तै समाचार छनौटमा । आफ्नो स्वार्थमा असर नगर्ने गरी र समाजको संरचनाबाट प्रभावित मुद्दा चयन गरिन्छ । यस्तै समाचार एउटा निश्चित ढाँचाबाट निर्देशित भएको हुन्छ । यसले गर्दा तथ्यमा आधारित नहुन सक्छ । यसैगरी समाचारको स्थान पनि हुन्छ । समाचार शीर्षकमै प्रभाव पार्ने, फोटो चयन, सम्पादकीय लगायत समग्र उत्पादनमा नै यस्तो काम गरिएको पाइन्छ । । (Bilbie : 2005)

म्यानिपुलेटिभ ट्रेडिसनल मार्क्सिस्ट मोडेल यस्तो टेक्नीकहरुको तरिका हो जसमा विभिन्न किसिमका ग्रुप जस्तै जात, धर्म, व्यवसाय समाजहरुले आ आफ्नो रुचि अनुसारको विवाद अगाडि ल्याउछ । ती तरिकाहरु मध्ये एउटा हो लोजिकल फालासिज जुन गलत उदाहरण र विचारहरु देखाएर भुक्त्याउने काम गर्नु हो । यसको प्रयोग राजनीति गर्नेहरुले धेरै गरिरहेका हुन्छन् । ता कि उनीहरुले भनेका कुरा सही नभए पनि सही हो जस्तो लागोस् । यो तरिकामा कुनै कुरालाई दवाएरै राख्ने अथवा सोझा जनताले त्यो कुरा बुझ्नु भन्दा अगाडि नै अर्कै कुराहरुमा भुलाएर राखिने गर्दछ । यसमा सञ्चारमाध्यमको प्रयोग गरि अफवाह फैलाएर वा गलत प्रचार गरेर भुट कुरालाई सही र सही कुरालाई भुट देखाईन्छ ।

www.en.wikipedia.org/wiki/Media_manipulation

Feminist Model

खासमा महिलाको शारीरिक बनावटकै कारण उनीहरूको सामाजिक भूमिका पनि फरक बनाइनु न्याय नहुने धारणा नै फेमिनिष्ट मोडेलले वकालत गर्छ। विशेषगरि पशुपालन उत्पादनपद्धतिबाट सुरु भई कृषि उत्पादन पद्धतिको विकाससगै व्यापक रूपमा विस्तार र स्थापित भएको नीजि सम्पत्ति प्रणाली र लैंगिक श्रम विभाजनको विस्तारले महिला उत्पीडनको सुरुवात भएको देखिन्छ। आम उत्पादन पद्धतिमा भएका यी परिवर्तनका क्रममा महिलाहरूलाई उत्पादनका साधनबाट वञ्चित गरिएको थियो र सामाजिक पुनर्उत्पादनबाट छुट्याएर महिलाहरूलाई पारिवारिक परिवेशमा सीमित तुल्याईएको थियो। (तामांग : २००७ : ५२८) फेमिनिज्मको विभिन्न धारमध्ये एउटा उदार नारीवादको अवधारणालाई विश्वव्यापी रूपमा लागू गरिएको विकासमा महिला कार्यक्रम नेपालमा लागू गर्दा नेपाली महिलाहरूबीचमा सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक भिन्नताहरूलाई वेवास्ता गरि उनीहरूलाई भिन्नताविहीन अथवा एकैखालको ठानियो। अनि महिलालाई आफ्नो विवेक प्रयोग गर्न नदिने संकीर्ण सामाजिक परिवेशबाट विकास गरिनुपर्ने ठानिएकी महिलामाथि यो कार्यक्रम केन्द्रित भयो। महिलाहरूमा पनि विभिन्न भिन्नताहरूले गर्दा श्रम बजार तथा परिवारभित्र महिला शोषण भिन्नभिन्न रूपमा देखा पर्छ।

(तामांग : २००७ : ५३३) महिलाहरू लैंगिक उत्पीडनमा मात्र छैनन्, उनीहरूमाथि सामाजिक, धार्मिक, सांस्कृतिक र मनोवैज्ञानिक उत्पीडन पनि कायमै छन्। महिलालाई महिला भएकै कारण फरक काम र ज्याला दिनु न्यायोचित ठहर्दैन। उनीहरूलाई पनि समान न्याय र समान अधिकार दिईनुपर्छ। (Heldke and O'Connor 2004)

यसरी अन्य क्षेत्रजस्तै सञ्चारक्षेत्रमा पनि महिला माथिको उत्पीडन कायमै छन्। महिला भएकै कारण उनीहरूको काम र विश्वसनियतामा शंका गर्ने प्रवृत्ति यथावत छ। महिलाले अझै पनि चुनौतीपूर्ण काम गर्न पुरुष हाकीमहरूलाई रिझाउनुपर्छ। यहासम्म कि काम विशेषले विदा माग्दा पनि हाकीमको मुड अनुसार समय पर्खनुपर्छ। कतिपय समाचार कक्ष लैंगिकमैत्री छैनन्। (सञ्चारिका समुहकी अध्यक्ष निर्मला शर्मासंगको कुराकानीमा आधारित।)

नेपाली संचार क्षेत्रमा क्रियाशिल महिला संचारकर्मीहरूको वारेमा त्यति धेरै अध्ययन अनुसन्धान भएको पाईदैन। त्यसैकारण पनि यस अध्ययनमा महिला रिपोर्टरहरूले महिला भएकै कारण भेल्नुपरेका अनेक चुनौती र उनीहरूका वर्तमान अवस्थाका साथै अहिले चर्चा चलिरहेको समावेशिताको वारेमा पनि के कस्ता मुल्य मान्यताहरू छन् तथा ती अवधारणाहरू संचार क्षेत्रमा कतिको कार्यान्वयनको अवस्थामा छन्? यी विषयहरूमाथि प्रष्ट्याउने प्रयास गरिएको छ।

२.२. महिला र संचार

विकासको द्रुत गतिसंगै संचार क्षेत्रले पनि निकै फड्को मारेको छ । यसमा दुईमत छैन । संचारक्षेत्रको विकासकै कारण पनि आज विश्व एउटा साधुरो परिवेशमा रुपान्तरित भएको छ । जुनकुनै स्थानमा घटेको घटनाले पलभरमा नै विश्वव्यापी चर्चा पाईसकेको हुन्छ । यतिमात्र होईन भौगोलिक हिसावले अति नै टाढा रहेका आफन्त वा साथीभाइसंग प्रत्यक्ष सम्वाद गर्न सकिन्छ । यसैगरि उनीहरूलाई प्रत्यक्ष पर्दामा देख्न पनि सकिन्छ । यी सबै संचारक्षेत्रकै विकासको देन हो । यहीनेर एउटा प्रश्न उठ्छ, संचारक्षेत्रले यति ठूलो प्रगति गरिसक्दा पनि संचारक्षेत्रमा क्रियाशिल महिला पत्रकारहरू किन नीति निर्माणको तहमा नदेखिएका हुन् ? पक्कै पनि यसका एउटा मात्र कारण छैन । जसमा एकातिर पितृसत्तावादी सामाजिक संरचना मुख्य जिम्मेवार छ भने अर्कोतिर यहि सोचवाट ग्रसित महिला मानसिकता । (खड्का : २०६६ : २६)

पत्रकारिता पेशा धेरै महिलाहरूको रोजाईमा पर्दैन । कारण यसमा खर्चनुपर्ने पर्याप्त समयको अभाव । जति पुरुष पत्रकारहरूले स्वतन्त्रतापूर्वक पारिवारिक टेन्सनबिना आफ्नो काम गर्न सक्छन्, त्यही अनुपातमा महिलाहरूले गर्न सक्दैनन् । पारिवारिक जिम्मेवारी पूरा गरेर मात्र अधिकांश महिला पत्रकारले पेशागत काममा समय दिन सक्छन् । दोस्रो समस्या भनेको अनेकौं समस्याका बावजुद पनि पत्रकारिता पेशामा होमिएका महिलाहरूलाई उत्साहित बनाउने भन्दा पनि सम्बन्धित संस्था वा निकायवाट निरुत्साहित पार्ने कयौं गतिविधि हुने गर्दछ । महिला पत्रकारहरू वढी खट्न सक्दैनन्, महिलाहरूले धेरै दिमाग खेलाउनुपर्ने रिपोर्टिङ गर्न सक्दैनन् जस्ता गलत सोचाई पालेर वा वाहना बनाएर महिला पत्रकारलाई उपस्थितिका लागि मात्रै राख्ने वा महिला, स्वास्थ्य, बालबालिका जस्ता विटहरू मात्रै दिने गरिन्छ । राजनीतिक विटमा महिलालाई कमै जिम्मा दिईन्छ । यसवाहेक महिलाहरूमा हुने आत्मविश्वासको कमीका कारण पनि महिला पत्रकार उपल्लो तहमा नपुग्नु अर्को कारण हो । लामो समयदेखि शोषित वर्गको रूपमा रहेको कारण पनि उनीहरूमा पछ्यौटे चिन्तन ब्याप्त देखिन्छ । (खड्का : २०६६ : २७)

हामीकहाँ संचारक्षेत्रको नीति निर्माण तहमा महिला उपस्थितिको अभाव अभैसम्म पनि खट्किरहेको परिप्रेक्ष्य विद्यमान छ । निर्णायक तहमा महिलाको उचित सहभागिता नभएसम्म संचारमाध्यममा महिलाहरूको स्वविवेकिय मौलिक क्षमताको प्रभाव भल्कन सक्दैन भन्ने कुरा बुझि त्यसमा सुधार ल्याउन सम्बन्धित सबै क्षेत्रवाट पहल हुनु जरुरी छ । संचारमाध्यमका कार्यालयहरू भित्रको मात्र होईन समग्र संचारक्षेत्रमा लैगिकमैत्री वातावरण सिर्जना गराउन र संचारमाध्यममा महिला सहभागिता अभिवृद्धि गराउन राज्यले पनि रणनीतिक ढंगले पहल गर्नुपर्ने खाँचो छ । (पाण्डे : २०६४ : ४२) नेपाली

टेलिभिजनमा महिला सहभागिताको अवस्थालाई लिएर संचारकर्मी टंक उप्रेतीले सन् २००५ मा सर्वेक्षण गनुभएको थियो । उप्रेतीले आफ्नो सर्वेक्षण प्रतिवेदन र केन्द्रीय तथ्यांक विभागको तथ्यांकलाई आधार बनाई मार्टिन चौतारीद्वारा प्रकाशित समावेशी मिडियामा एक अध्याय लेख्नुभएको छ । जसमा चारवटा टेलिभिजनमा कार्यरत महिला जनशक्ति अत्यन्त न्यून देखाइएको छ ।

तालिका नं. १

विभिन्न टेलिभिजनमा महिलाको उपस्थिति

| विवरण | च्यानल नेपाल | कान्तिपुर टेलिभिजन | नेपाल टेलिभिजन एनटिभी २ समेत | ईमेज च्यानल |
|-------------------------|--------------|--------------------|------------------------------|-------------|
| कुल सहभागिता | २१.२१ | १६.१२ | १२.९८ | २४.४ |
| नीति निर्माण तहमा महिला | ११ | ० | १९ | १२.५ |

स्रोत : उप्रेतीद्वारा अध्ययनका क्रममा गरिएको सर्वेक्षण, सन् २००५ ।

पत्रकार महिलाहरूको छाता संगठन संचारिका समुहले २०६८ सालमा काठमाडौं उपत्यकाभित्रका सञ्चारमाध्यममा गरेको सर्वेक्षण अनुसार महिला सञ्चारकर्मीको संख्या २४ प्रतिशत देखिएको छ । त्यसमा पनि रेडियो, टेलिभिजन र छापालाई छुट्याएर हेर्दा रेडियोमा महिला पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीको संख्या ४२ प्रतिशत, छापा माध्यममा ३२ प्रतिशत र टेलिभिजनमा २६ प्रतिशत रहेको देखाइएको छ । केही समय अघि नेपाल आएका अन्तर्राष्ट्रिय नारीवादी तथा पत्रकार रविन मोगानले भन्नुभएको थियो : महिलाहरूको समस्याका बारेमा महिलाहरूले नै कलम चलाउनुपर्छ । लगातार अनवरत रूपमा तर विडम्बना यो छ कि पत्रकारिता क्षेत्रमा यहाँ मात्र होईन कि विश्वमै पनि महिलाहरू कम छन् । (बास्कोटा : २०५१ : ६) यस्तै मार्टिन चौतारीद्वारा २०६४ सालमा प्रकाशित समावेशी मिडिया नामक पुस्तकमा संकलित विभिन्न विद्वानहरूका लेखहरूमा पनि संचारमाध्यममा महिला सहभागिता उत्साहप्रद रहेपनि नीति निर्माणको तहमा न्यून उपस्थिति रहेको र उनीहरूका कमजोर स्थितिका बारेमा उल्लेख गरिएको छ । यसै पुस्तकभित्र समाविष्ट शेखर पराजुली र भाष्कर गौतमको प्रिन्ट मिडियामा दलित र जनजाति सहभागिता : राष्ट्रिय सर्वेक्षण नामक लेखमा राष्ट्रिय सर्वेक्षणको लेखाजोखा गरिएको छ । जसमा जातिगत हिसावले दलित र जनजातिको न्यून सहभागिता देखाइएको छ । जसको प्रत्यक्ष असर महिला सहभागितामा देखिएको छ । यसलाई सोही पुस्तकमा पवित्रा सुनारले संचारमा दलित महिला नामक लेखबाट दर्शाएकी छिन् ।

२.३. संचारक्षेत्रमा महिलाको स्थान

संसारलाई एउटा घर मान्ने हो भने महिला र पुरुष त्यस घरका संरक्षक हुन् । घरको रेखदेख गर्न र बचाउन दुवैको समान भूमिका हुन्छ । तर पनि समाजमा पुरुषको भूमिकालाई मात्र महत्व दिईन्छ । महिलाले पुरुषभन्दा बढी काम गर्छे र पनि पुरुषकै कामको मात्र मुल्य राखिन्छ । तर महिला विनाको समाजको कल्पना गर्न असम्भव छ । यही समाजका एक पाटो महिलाका पनि आफ्नै समस्याहरु छन् जसलाई महिलाकै आखावाट मात्र देख्न र ठम्याउन सकिन्छ । समाजलाई अध्ययन गर्ने समाजशास्त्रको एक हांगा फेमिनिष्ट मोडेलले जवसम्म महिलालाई समाजमा पुरुष सरह राजनीतिक, आर्थिक र सामाजिक अधिकार दिईदैन, तवसम्म त्यो समाजले विकास गर्न सकदैन भन्ने मान्यता राखेको छ । यसले महिलालाई शिक्षा र रोजगारीमा समान अवसर दिनुपर्छ र उनीहरुलाई पुरुष सरह अधिकार सम्पन्न बनाउनुपर्छ भन्ने कुराको वकालत गर्छ । (WIKIPEDIA : 2012)

समाज परिवर्तनको आन्दोलनसंगै महिलाहरु संचारक्षेत्रमा लागेको देखिन्छ । वि.स.२००७ सालको आन्दोलनसंगै महिलाहरुमा आएको चेतनाको परिणामस्वरुप २००८ सालदेखि महिलाहरु संचारक्षेत्रमा क्रियाशिल रहेको इतिहास पाईन्छ । तर यति लामो समय वितिसक्दा पनि मिडियाको सम्पादकीय पदमा अत्यन्त कम महिलाहरु पुगेका छन् । मिडिया हाउसहरुमा सम्पादकीय समुहले समाचार सम्प्रेषण गर्ने मुख्य भूमिका निर्वाह गर्छन् । अहिले मिडिया हाउसहरुको सम्पादकीय समुहमा समावेशी ढाँचा देखिदैन । दुई वर्षअघि १६ वटा संचारमाध्यममा गरिएको सर्वेक्षण अनुसार तीनमा कार्यरत कुल ३९८ संचारकर्मीमध्ये २४६ जना अर्थात ७१.६० प्रतिशत बाहुन क्षेत्री थिए । त्यसमध्ये आदिवासि जनजातिको सहभागिता ४८ अर्थात १२.०६ प्रतिशत छ । यसैगरि महिलाको प्रतिनिधित्व ४७ जना अर्थात ११.८० प्रतिशत मात्र रहेको छ । यसैगरि स्वामित्वको हिसाववाट हेर्ने हो भने सोही तथ्यांकमा ४९.१८ प्रतिशत बाहुन क्षेत्री, २१.३१ प्रतिशत आदिवासि जनजातिको सहभागिता देखिन्छ, भने जसमा महिलाहरुको सहभागिता मात्र ९.८३ प्रतिशत रहेको छ । बहुलवादी संरचना विद्यमान रहेको वर्तमान नेपाली समाजमा सदियौंदेखि एकात्मक किसिमको शासनपद्धतिका कारण सबै जातिजाति, भाषाभाषि, भौगोलिक क्षेत्र र लिङ्गले राज्यको सबै निकायमा समावेश हुन नसकेको यथार्थ हो । ०६२,०६३ को जनआन्दोलनको सफलतासंगै नेपाली समाज नयाँ राज्य संरचना निर्माणको संक्रमणकालमा छ, यतिवेला हरेक तहमा समावेशीको बहसले स्थान पाएको छ । (मगर : २०६७ : ४७)

नेपालको सन्दर्भमा हेर्ने हो भने आम संचारमा महिलाको भूमिकालाई केवल ग्लामरको रुपमा मात्र लिईएको छ, भन्नेमा पनि अत्युक्ति नहोला । केवल टेलिभिजनको पर्दामा उद्घोषण गर्न र रेडियोको उद्घोषणको रुपमा मात्र महिलाहरुलाई प्राथमिकता दिईन्छ । यसले मात्र आमसंचारमा महिलालाई स्थान

दिईएको ठहरिदैन । यसको लागि सरकारी पक्षबाट राष्ट्रिय स्तरमा नै आवश्यक कदम चालिनु नितान्त आवश्यक छ । (बास्कोटा : २०५२ : ६) संचारकर्मी महिलाहरूको साभा संस्था संचारिका समुहले २०६२ सालमा समग्र महिला संचारकर्मीहरूका वारेमा देशभरि घुमेर गरेको अनुसन्धानमा संचारक्षेत्रमा महिलाहरूका दुईवटा समस्या पहिचान गरेको छ । जसमा जागिरसंग सम्बन्धित समस्या र पारिवारिक सामाजिक संरचनाको समस्या छन् । सो अनुसन्धानमा महिला संचारकर्मीहरूले काममा निरन्तरता दिन नसक्नु पनि औल्याएका छन् । त्यसैगरी संचारक्षेत्रमा लैंगिक मैत्री वातावरण नभएको विषयलाई पनि सो अध्ययनले उठाएको छ । गीता शर्माले २०५८ साल साउन २ गतेको गोरखापत्रमा नेपाली छापाहरूमा महिलाको स्थान नामक लेखमा संचारमाध्यमले महिलाहरूलाई दिएको स्थान निकै स्तरहिन रहेको उल्लेख गर्नुभएको छ । यस्तो हुनुमा पितृसत्तात्मक सोच हावी रहेको उहाको निश्कर्ष छ ।

महिला संचारकर्मीहरूका विषयमाथि केही मात्रामा अस्मिता प्रकाशन गृहले प्रकाश पार्ने काम गरेको छ । अस्मिताको २०५५ सालको ४९औं अंकमा सुसन मास्केद्वारा लिखित नेपाली संचार माध्यम र महिला सक्रियता नामक लेखमा महिला संचारकर्मीहरूलाई विश्वास नगर्ने, उत्साहित र अवसर दिन नचाहने जस्ता समस्या रहेको र यसका कारण संख्यात्मक रूपमा संचारक्षेत्रमा महिला सहभागिता र पहुच सिमित भएको उल्लेख छ ।

२.४. संचारमाध्यममा महिलाका विषयको स्थान

महिलाहरू प्रायजसो संचारमाध्यममा अदृश्य पारिन्छन् । उनीहरूका आवाजहरू दबाईन्छन् । यतिमात्र होईन कि आम संचारमा महिला सम्बन्धि कार्यक्रम प्रशारण गर्दा उनीहरूको अस्तित्व, मुख्य मान्यतालाई कहिल्यै ध्यानमा राखिन्न । उनीहरूलाई अगाडि ल्याउदा केवल वस्तुको रूपमा अमानविय तथा स्टेरियोटाईन्डबाट मात्र अगाडि ल्याईन्छ । (बास्कोटा : २०५१ : ६)

पत्रकारितामा महिलाका लागि महिलाद्वारा महिलाको विषय भन्ने नारा पत्रकारिताको क्षेत्रमा ठिक हुन सक्दैन । अमेरिकामा मिज(ःक) भन्ने पत्रिकाले यस्तै प्रयास गरिरहेको छ । तर सफल हुन सकेको छैन । युगोस्लाभिया जस्तो आन्तरिक कलह र गृहयुद्धमा फसेको देशहरूमा महिला विरुद्ध अत्यन्त दुःखदायी हिंसाहरू भएका छन् । तर त्यहाँ रिपोर्टिङको सिलसिलामा अत्यधिक पुरुष पत्रकारहरू पुगेका छन् , मारिएका छन् । तर महिला पत्रकारहरू पुग्न सकेका छैनन् । त्यसैले महिलाको विषयमा यस्तो नारा दिएर छेउ लगाउन हुदैन । बरु पत्रकारिताको मूल प्रवाहमा कसरी महिला विषयहरूलाई उचित स्थान दिने र समेटेर लैजाने भनेर सोच्नु आवश्यक छ ।²

² अस्मिताको २०५३ सालको ४४ औं अंकमा अन्तरवार्ता दिदै डा. क्याथरिन सि. मिचेल ।

नेपालको सन्दर्भमा पनि महिलाका विषय तथा लैङ्गिक सवालका समाचारहरूले खासै स्थान पाएको देखिदैन । यस्ता केही केही विषयले स्थान पाएपनि विद्युतीय संचार माध्यम रेडियो र टेलिभिजनलाई छोडेर छापा माध्यमको कुरा गर्ने हो भने निकै नै दुःखद पक्ष छ । लैङ्गिक सवाल सम्बन्धि समाचार नेपाली छापा माध्यममा नगन्य मात्रामा मात्र देखा पर्ने गरेका छन् । यस्ता विषयका जटिलताका अध्ययन सम्बन्धि ज्ञान र तालिमको अभावले गर्दा हुनसक्छ संचार माध्यमले अझै पनि आफ्नो ध्यान केन्द्रित गर्न सकेका छैनन् । अर्को अर्थमा भन्ने हो भने नेपाली छापा माध्यमले ती विषयमा ध्यानै दिएका छैनन् । भने पनि हुन्छ । यसैगरि छापा माध्यम र टेलिभिजनबाट आउने विज्ञापनहरूमा पनि महिलालाई कमजोर रूपमा प्रस्तुत गरिएको पाईन्छ । समाजमा उनीहरूको भूमिकालाई आश्रित देखाइन्छ भने कतिपय नकारात्मक समाचारको प्रवृत्तिमा महिलाका अस्तित्व र प्रतिष्ठालाई अपमान गर्ने, खराब चलन वा अभ्यासहरूलाई बढावा दिने, गोपनीयता भंग गर्ने, महिलालाई बस्तुको रूपमा प्रयोग गर्ने तथा लैङ्गिक भेदभावलाई प्रोत्साहन गर्ने खालका छन् । (प्रेकाने : २०६२ : ३) त्यसैगरि नेपालमा टेलिभिजनको इतिहास र टेलिभिजन कार्यक्रमहरूमा महिलाका विषयहरूलाई के कसरी प्रस्तुत गरिएको छ भन्ने बारेमा दिपा गौतमले काचको पर्दा : नेपाली टेलिभिजनमा महिला नामक पुस्तकमा चर्चा गर्नुभएको छ । उहाको धारणामा टेलिभिजनमा महिलाका विषयवस्तु र महिलाहरूलाई कमजोर पात्रको रूपमा प्रस्तुत गरिन्छ । यसो हुनुमा कार्यक्रम उत्पादनको स्तरमा महिला नपुग्नु उहाको ठहर छ । यतिमात्र होइन, टेलिभिजन अनुहार देखाउने माध्यमका रूपमा लिईएको कारण महिलाहरूलाई ग्लामरको रूपमा मात्र प्रस्तुत गरिएको गौतमको भनाई छ ।

२.५. संचारक्षेत्रमा महिला सहभागिता र अन्तर्राष्ट्रिय मान्यताहरू

अहिलेको विश्वमा विकासलाई पनि नया किसिमले परिभाषित गरिएको छ । अब विकास भनेर मात्र हुदैन त्यो टिकाउ पनि हुनुपर्छ भन्ने मान्यता स्थापित भएको छ । यही मान्यता अनुसार दिगो विकासको लागि हरेक क्षेत्रमा जस्तै संचारक्षेत्रमा पनि महिला सहभागिता बृद्धि गरिनुपर्ने आवाजहरू उठिरहेका छन् । जसलाई वेईजिङ्ग घोषणापत्रले पनि प्रमुख स्थान दिएको छ । त्यसैगरी एशियाली क्षेत्रमा स्वतन्त्र र बहुलवादी एशियाली संचार माध्यमको विकास गर्न काजाकिस्तानको अल्मा माता भन्ने ठाउमा ९ अक्टोबर १९९२ मा आल्मा माता घोषणापत्र पारित भएको छ । सो घोषणापत्रले यो पनि घोषणा गरेको छ । संचारमाध्यममा महिलाको अधिकार र समाजभित्र अल्पसंख्यकहरूको अधिकारको लागि तालिम संचालन गर्ने । यस प्रकारले जानिदो वा नजानिदो रूपमा महिला सक्रियता चाहिन्छ भनेर स्वीकार्दै वा अस्वीकार्य रूपमा भएपनि नीति नियम प्रस्ताव वा घोषणा पत्रभित्र महिलाहरू समेटिएका छन् । (बास्कोटा : २०५२ : ६) यसैगरी टेलिभिजनमा पनि महिला सहभागितालाई वेवास्ता गर्न सकिदैन । अन्य

संचारमाध्यमको तुलनामा टेलिभिजनमा महिला आकर्षण राम्रै मान्न सकिन्छ । तर टेलिभिजन संचालकहरूले टेलिभिजन स्थापना गर्दा स्टुडियो सामाग्री, क्यामेरा र अन्य भौतिक सामाग्रीमा पर्याप्त लगानी गर्दछन् । तर जनशक्तिको वृत्ति विकासमा आवश्यक ध्यान दिएको पाईदैन । (नेपाल : २०६५ : १३०)

माथिका यी विषयवस्तुलाई केलाउदा समग्र संचारमाध्यममा आधारित रहेर महिला संचारकर्मीहरूका वारेमा अध्ययन अनुसन्धान भएपनि पछिल्लो समय संख्यात्मक रुपमा वृद्धि भएको टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददाताहरूको अवस्था र उनीहरूका समस्याहरूका वारेमा अध्ययन अनुसन्धान भएको पाईदैन । टेलिभिजनमै केन्द्रित भएर दिपा गौतमले महिला पत्रकारका समस्यावारे केही उल्लेख गरेपनि त्यो पर्याप्त देखिदैन । जसको खोजी यस अध्ययनले गरेको छ ।

अध्याय तीन

अनुसन्धान विधि

३.१ अध्ययनक्षेत्रको छनौट

यस अध्ययनको उद्देश्यमा पुग्न स्थलगत तथा विभिन्न अनुसन्धानकर्ता तथा लेखकहरूद्वारा लेखिएका पुस्तकहरू, लेखहरू अदिलाई मुख्य आधार बनाई अनुसन्धानलाई अघि बढाईएको छ । सामाजिक विषयवस्तु भएको तथा लैंगिक दृष्टिकोणवाट अनुसन्धान गरिएको छ । जसको मुख्य अध्ययन क्षेत्र काठमाण्डौंमा रहेका १२ वटा टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददाताहरूको अवस्था र उनीहरू महिला भएकै कारण काममा भएका विभेदका स्वरूपका बारेमा अध्ययनद्वारा प्राप्त परिणामहरूको आधारमा तुलनात्मक अध्ययन अनुसन्धान तथा विश्लेषणात्मक पद्धति समेतको सहयोगद्वारा शोधकार्यलाई मूर्त रूप दिईएको छ । नेपालमा विद्युतिय संचार माध्यम टेलिभिजन राजधानी केन्द्रित रहेका छन् । यो अध्ययन तयार गर्ने क्रमसम्म राजधानीमा १४ वटा टेलिभिजन प्रसारणमा रहेका छन् । यस मध्ये पनि सगरमाथा, एभिन्युज, नेशनल र एबिसि टेलिभिजन विशुद्ध समाचार टेलिभिजनका रूपमा रहेको छ । तर यी १४ वटामध्ये नेपाल टेलिभिजन २ र टिभी फिल्मिलाई छोडेर बाकि १२ वटै टेलिभिजनले मनोरञ्जनको अलावा प्रत्येक घण्टामा समाचार पनि प्रसारण गर्ने गर्दछ । त्यसैले यी १२ वटै टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददातालाई यस अध्ययनमा समेटिएको छ । १२ वटा टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददातामध्ये जम्मा ६० जनाको अवस्थालाई यस अध्ययनमा समेटिएको छ । शोधकर्ता आफै पनि कान्तिपुर टेलिभिजनको सम्वाददाता भएकोले पनि अध्ययनका क्रममा आवश्यक पर्ने तथ्यांक र सुचनाहरू सजिलै प्राप्त हुने भएकोले पनि यस विषय र क्षेत्रलाई अध्ययनको केन्द्रविन्दु बनाईएको हो ।

३.२ अध्ययनको ढाँचा

यस अनुसन्धानमा मुख्य रूपमा विषयवस्तुलाई वर्णनात्मक तरिकावाट प्रष्ट्याउने प्रयत्न गरिएको छ । मूल विषयमा केन्द्रित रहेर प्राप्त विवरणहरूको व्याख्या गर्नुका साथै महिला सम्वाददाताहरूका सम्बन्धमा उनीहरूको शैक्षिक स्थिति, उमेर, उनीहरूको परिवारको किसिम, मिडियाप्रतिको आकर्षणका कारण, कामप्रतिको जिम्मेवारीता, कामको निरन्तरता लगायत वर्तमान परिवर्तित समाजमा महिला सम्वाददाताहरूको बदलिदो भूमिकाका बारेमा वर्णन गरिएको छ । समग्रमा भन्नुपर्दा टेलिभिजनमा कार्यरत महिला सम्वाददाताहरूको विविध पक्षहरूलाई केलाउने प्रयास गरिएको छ ।

३.३ तथ्यांकको प्रकृति र स्रोत

यस अध्ययनका लागि संकलित तथ्यहरु गुणात्मक तथा मात्रात्मक दुवै प्रकृतिको छ । महिला सम्वाददाताहरुको विवरण जस्तै : जाति, उमेर, वैवाहिक स्थिति, निरन्तरता, समाचारमा निर्णायक भूमिका, काममा विभेदको अनुभव, माथिल्लो तहमा जाने चाहना, समाचारका मुख्य बिटप्रतिको रुचि आदि कुराहरुलाई गुणात्मक तथा मात्रात्मक रुपमा प्रस्तुत गरिएका छन् । अध्ययन क्षेत्रबाट प्राप्त विभिन्न सुचना तथा तथ्यांकहरुलाई तिनीहरुको प्रकृति अनुसार वर्गीकरण गरी संख्यात्मक प्रकृतिको तालिकाद्वारा देखाईएको छ । गुणात्मक प्रकृतिको तथ्यांकलाई वर्णनात्मक विश्लेषण गरी यी दुई प्रकृतिका तथ्यांकहरुलाई आवश्यक स्थानमा प्रस्तुत गरिएको छ ।

यस अध्ययनमा प्राथमिक तथा द्वितीय दुवै प्रकारका स्रोतहरुको माध्यमबाट तथ्यांक संकलन गरिएको छ । महिला सम्वाददाताहरूसंग प्रत्यक्ष अन्तरवार्ता लिनुका साथै उनीहरुका समस्याहरुको अध्ययन, अवलोकन गरिएको छ । द्वितीय तथ्यांक विभिन्न लेख, रचना, प्रकाशन, पुस्तक, पत्रपत्रिकाहरु, शोधपत्रहरुलाई आधार मानि अध्ययन गरिएको छ ।

३.४ अध्ययनको समग्रता र नमूना छनौट

यस अध्ययन अनुसन्धानका लागि छनौट गरिएको अध्ययन क्षेत्र काठमाण्डौंमा रहेका १२ वटा टेलिभिजनमा ६० जना महिला सम्वाददाताहरु रहेका छन् । अध्ययनका लागि सबै महिला सम्वाददाताहरूसंग तथ्यांक संकलन गरिएको छ । नमूना छनौट प्रक्रिया अपनाईएको छैन, किनकि ६० जनामात्र महिला सम्वाददाताहरु रहेका छन् ।

३.५ तथ्यांक संकलन विधि

जुनसुकै अध्ययनमा पनि त्यसको सत्य तथ्य प्रमाणिकरण गर्नको लागि तथ्यांकको आधारमा सो अध्ययनको विश्वसनीयता हेरिन्छ । तसर्थ यस अनुसन्धानको लागि पनि मूलतः दुई प्रकारका तथ्यांक स्रोतबाट संकलित तथ्यांकलाई आधार बनाईनेछ । कुनै पनि अध्ययनलाई आवश्यक पर्ने तथ्यांकहरु प्राथमिक स्रोत तथा द्वितीय स्रोतबाट नै संकलन गरिन्छ र सोही विधि यस अध्ययनमा अपनाएको छु ।

३.५.१ प्राथमिक तथ्यांक संकलन

(१) अन्तरवार्ता विधि

कुनै पनि अनुसन्धानकर्ताले आफ्नो अनुसन्धानको उद्देश्य पूर्तिको लागि तथ्यांक संकलनका सामाग्रीहरु (Data collection tools) प्रयोग गरि संकलन गरिएका तथ्यांकलाई प्राथमिक स्रोतको तथ्यांक भनिन्छ । यस अध्ययनमा शोधकर्ता आफै सम्बन्धित क्षेत्रमा गई तथ्यांक संकलनको सामाग्रीको रुपमा संरचित प्रश्नावलीको निर्माण गरी महिला सम्वाददाताहरूसंग प्रत्यक्ष अन्तरवार्ता (Face to face interview)

गरी तथ्यांक संकलन गरिएकोछ । जसमा उनीहरूका समस्याहरू र त्यससंग सम्बन्धित अन्य विषयहरूका साथै महिला सम्वाददाताहरूलाई रिपोर्टिङको मुख्य विट नदिनाका कारणहरूका बारेमा सम्बन्धित रही अन्तर्वार्ता लिईएको छ ।³

(२) समुहगत छलफल

तथ्यांक संकलनको क्रममा कुनै कुनै प्रश्नहरूको उत्तर उत्तरदाताले एकलै भन्न नरुचाउने, अप्ठ्यारो मान्ने जस्ता कुराहरू हुन्छन् भने कतिपय प्रश्नहरूको जवाफ परिवार वा तथा अन्य साथीहरूको अगाडि भन्न असजिलो हुने जस्ता स्थिति देखा पर्ने हुदा अध्ययनका क्रममा केही प्रश्नहरूलाई सामुहिक छलफलका आधारमा पनि अध्ययन गरिएको छ । यस क्रममा एक पटक मात्र सामुहिक छलफल गर्न सकियो । छलफलमा ४ वटा टेलिभिजनका राजनीतिक, सामाजिक, मनोरञ्जन विट हेर्ने ७ जना महिला संवाददाता सहभागि थिए ।

३.५.२ द्वितीय तथ्यांक संकलन

अनुसन्धानका क्रममा अध्ययनकर्ता एकलैले मात्र सम्पूर्ण तथ्यांकहरू संकलन गर्ने र अध्ययनलाई पूर्णता दिनु अत्यन्तै जटिल तथा कठिन हुने देखिन्छ । त्यसैले अध्ययनकर्ता आफैले तयार गरेको प्राथमिक तथ्यांक मात्र अपुरो हुने हुदा सम्बन्धित विषयको अन्य तथ्यांकहरूलाई द्वितीयक वा सहायक तथ्यांकको रूपमा समावेश गर्नुपर्ने हुन्छ । त्यसैले यस अध्ययनमा पनि विभिन्न विद्वानहरूका लेख, रचना, प्रकाशन, पुस्तक, पत्रपत्रिकाहरू, गोष्ठी, सेमिनारमा प्रकट विचार आदिवाट प्राप्त तथ्यांकहरूलाई द्वितीयक तथ्यांकको रूपमा समावेश गरिएको छ ।

३.६ तथ्यांकको प्रस्तुति एवं विश्लेषण

कुनैपनि अध्ययन, अनुसन्धानको सफलता र गुणस्तरीयता संकलन गरिएका तथ्यांकहरूको प्रभावकारी विश्लेषण तथा त्यसको प्रस्तुतीकरणमा भर पर्छ । त्यसकारण यस अध्ययनमा पनि संकलित तथ्यांकहरूको प्रकृति अनुसार वर्गीकरण गरी त्यसलाई विश्लेषण गरिएको छ । गुणात्मक प्रकृतिका सुचनाहरूलाई आवश्यकता अनुसार व्याख्या र विश्लेषण गरी तथ्यपरक र बोधगम्य बनाउन त्यसलाई विस्तार र विश्लेषण गरिएको छ । प्रस्तुतीकरणमा वर्णनात्मक पक्षमा विशेष जोड दिईएको छ । तथा विश्लेषणात्मक पक्षलाई पनि त्यतिकै स्थान दिईएको छ ।

३.७ अध्ययनको सिमा

शोधकार्यको निम्ति सीमित समय, साधन तथा स्रोतहरूलाई मध्यनजर गरी विद्युतिय संचार माध्यम टेलिभिजनमा कार्यरत त्यसमा पनि महिला सम्वाददाताहरूको विगतको अवस्था र वर्तमान बदलिदो

³ हेर्नुहोस यस परिशिष्टको १ र २ को अन्तरवार्ता अनुसुचि

परिवेशमा महिलाहरुको बदलिदो भूमिकालाई केलाउदै उनीहरुको वर्तमानको अवस्थालाई शोधपत्र अध्ययन गर्ने क्रममा अगाडि सारी अध्ययनको सिमाभित्र समाविष्ट गरिएको छ ।

१. यस अध्ययनमा संचारक्षेत्रको विद्युतिय संचारमाध्यम त्यसमा पनि टेलिभिजनमा कार्यरत महिला मध्ये पनि रिपोर्टिङ गर्ने महिला संचारकर्मीहरुलाई मात्र अध्ययन गरिएकोले यसबाट प्राप्त निश्कर्षलाई सम्पूर्ण महिला संचारकर्मीहरुको स्थितिमा सामान्यीकरण गर्न सकिदैन ।

२. यो अध्ययन समाजशास्त्र स्नातकोत्तर अध्ययनको क्रममा आवश्यक पर्ने सोधपत्र तयार पार्नको लागि गरिएकोले समय, स्रोत र साधनको पनि सिमितता रहेको छ ।

अध्याय : चार

तथ्याङ्क विश्लेषण

टेलिभिजनमा महिला संवाददाता : सामाजिक र आर्थिक अवस्था

यस खण्डमा निर्धारित विधिबाट संकलन गरिएको तथ्यांकहरूको विश्लेषण तथा प्रस्तुतीकरण गरिएको छ । ती संकलित तथ्यांकलाई विभिन्न उमेर समुह, शिक्षा, आय, कार्यालयको अवस्था आदिको आधारमा वर्गीकरण गरी गुणात्मक तथा संख्यात्मक तालिका माफत उनीहरूको सामाजिक, आर्थिक, पेशागत अवस्था तथा पत्रकार महिलाका समस्याका बारेमा व्याख्या र विश्लेषण गरिएको छ । पहिलो खण्डमा सम्पूर्ण महिला सम्वाददाताका बारेमा सबै टेलिभिजन कार्यालयमा पुगेर सर्वेक्षण गरी प्राप्त जानकारीहरूलाई प्रस्तुत गरिएको छ भने बाकी खण्डमा छनोट गरिएका नमुनाहरूलाई भराईएको लिखित प्रश्नावलीबाट प्राप्त जानकारीहरूको विश्लेषण गरिएको छ ।

४.१. नेपाली टेलिभिजनहरूको जनशक्ति विश्लेषण

४.१.१. महिला संख्या

यस अध्ययनमा समेटिएका नेपालका एघार टेलिभिजनमा रहेका पत्रकार जनशक्तिको अवस्थाको सामान्य सर्वेक्षण गरिएको छ । वास्तवमा नेपालमा महिला सशक्तिकरण, महिला सहभागिता जस्ता विषयले आर्थिक, सामाजिक, राजनैतिक लगायतका क्षेत्रमा महत्व पाउदै आएको छ । अथवा भनौ चर्चाको विषय रहदै आएको छ । निजामति सेवा ऐन २०४९ मा निजामति सेवालाई समावेशी बनाउन खुल्ला प्रतियोगिताबाट पूर्ति हुने पदमध्ये ४५ प्रतिशत विभिन्न समुह लागि आरक्षण कोटाका रूपमा निर्धारण गरिएको छ । त्यसमध्ये ३३ प्रतिशत पद महिलाका लागि भनेर छुट्याइएको छ । यस्तो अवस्थामा संचार माध्यममा महिला सहभागिताको अवस्था के छ त त्यो पनि महत्वपूर्ण मुद्दा हो । यो अध्ययनको प्रस्थान बिन्दु पनि त्यही हो ।

टेलिभिजनको अवस्था

तालिका नं. २

| क्र. स. | टेलिभिजनको नाम संस्था | महिला संख्या | प्रतिशत | पुरुष संख्या | प्रतिशत | जम्मा |
|---------|-----------------------|--------------|---------|--------------|---------|-------|
| १ | नेपाल टेलिभिजन | २९ | २६.८५ | ७९ | ७३.१५ | १०८ |
| २ | कान्तिपुर टेलिभिजन | १२ | १२.६३ | ८३ | ८७.३७ | ९५ |
| ३ | ईमेज च्यानल टेलिभिजन | १२ | २०.६८ | ४६ | ७९.३२ | ५८ |
| ४ | च्यानल नेपाल टेलिभिजन | १० | ४० | १५ | ६० | २५ |
| ५ | एभिन्युज टेलिभिजन | १४ | १८.४२ | ६२ | ८१.५८ | ७६ |
| ६ | सगरमाथा टेलिभिजन | १७ | २४ | ६४ | ७६ | ७१ |
| ७ | तराई टेलिभिजन | ३ | ७.५ | ३७ | ९२.५ | ४० |
| ८ | एबीसी टेलिभिजन | १० | २० | ४० | ८० | ५० |
| ९ | माउन्टेन टेलिभिजन | १० | १८.८७ | ४३ | ८१.१३ | ५३ |
| १० | न्युज ट्वान्टीफोर | १६ | २१.३ | ५९ | ७८.७ | ७५ |
| ११ | हिमालयन टेलिभिजन | ४ | ६ | ६१ | ९४ | ६५ |
| जम्मा | | १३७ | १७.७४ | ५८९ | ८२.२६ | ७१६ |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८

नोट : १२ वटा टेलिभिजनको अध्ययन गर्ने भनिएपनि नेपाल वान टेलिभिजन नेपाल वाहिरबाट प्रसारण भईरहेकोले यसलाई अध्ययनमा सोटिएको छैन ।

नेपाली टेलिभिजनको जनशक्तिको यो अवस्था हेर्दा महिला सहभागिता संख्यात्मक रूपले निकै नै निराशाजनक देखिन्छ । प्रसारणरत सरकारी तथा निजी गरी एघार टेलिभिजनका केन्द्रमा कुल ७ सय १६ पत्रकार कार्यरत रहेको पाईयो । ७ सय १६ मध्ये महिला पत्रकारको संख्या केवल १ सय ३७ मात्र छ भने पुरुष पत्रकारको संख्या ५ सय ८९ रहेको छ । १ सय ३७ पत्रकार महिला भनेको समग्रमा केवल १७ दशमलव ७४ प्रतिशत हुन आउछ । महिला सहभागिताको दर निजि च्यानलमध्ये सबैभन्दा धेरै सगरमाथा टेलिभिजनमा २४ प्रतिशत रहेको छ । नेपालको सबैभन्दा पुरानो र सरकारी स्वामित्व समेत रहेको नेपाल टेलिभिजनमा २६ दशमलव ८५ प्रतिशत महिला पत्रकारहरू छन् । त्यस्तै न्युज

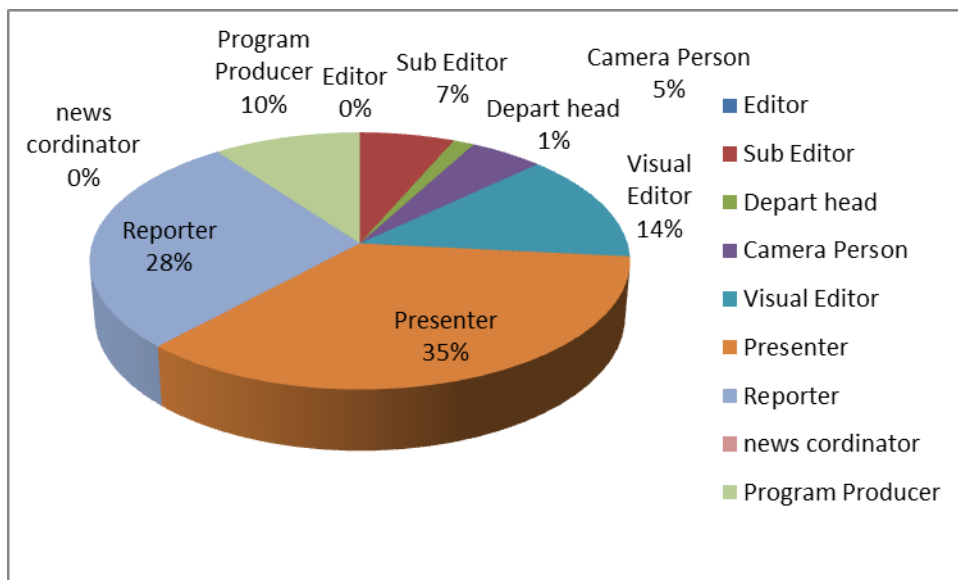
ट्वैन्टीफोरमा २१ दशमलव ३ प्रतिशत महिला पत्रकार कार्यरत रहेको देखिन्छ । यो आधारमा हेर्दा हाम्रा नेपाली टेलिभिजनहरु आफूले जतिसुकै लैंगिक समानताको कुरा गरेपनि आफैले भने कार्यान्वयन गर्न नसकेको देखिन्छ । समग्रतामा मात्र नभएर कुनै पनि टेलिभिजनले ३३ प्रतिशत पनि महिला राख्न नसकेको देखिनु समानुपातिक सहभागिताको प्रयास नेपाली टेलिभिजन पत्रकारितामा अझै असफल र अपुरो रहेको मान्नुपर्दछ ।

४.१.२ टेलिभिजनमा जिम्मेवारी बाँडफाँड र पत्रकार महिलाले सम्हालेको जिम्मेवारी

पत्रकारितामा महिलाको सख्यात्मक सहभागिता अवस्था एक पक्ष हो भने नीति निर्माण, योजना तथा महत्वपूर्ण जिम्मेवारी सहितका पदमा पुगेका छन् या छैनन् भन्ने पक्ष पनि महत्वपूर्ण हुन्छन् । व्यक्तिले हासिल गरेको योग्यता तथा क्षमताको आधारमा जिम्मेवारी प्रदान गरिन्छ । टेलिभिजनमा कार्यालयभित्रै निर्देशन, सम्पादन तथा कार्यक्रम उत्पादनदेखि घटनास्थलमै समाचार संकलनमा पत्रकारहरु खटिएका हुन्छन् । टेलिभिजनमा पत्रकारहरु योग्यता, कामको बाँडफाँड, र रुचि अनुरूप समाचार संकलन, दृश्य संकलन, सम्पादन, दृश्य सम्पादन, कार्यक्रम निर्माण, उद्घोषण, प्रस्तुतीकरण, संयोजन आदिमा विभाजन गरिएको छ । नेपाली टेलिभिजनहरुमा कामको विभाजन र पत्रकार महिलाहरुको जिम्मेवारीको विवरण तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

नेपाली टेलिभिजनमा कामको विभाजन र महिलाले सम्हालेका जिम्मेवारी

तालिका नं. ३



स्रोत: स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

नेपाली टेलिभिजनहरुमा एकातिर महिलाको संख्या नै कम छ भने अर्कातिर भएका महिलाले पनि टेलिभिजन हाक्ने वा उच्च तहको सहभागिता पाउन सकेको देखिदैन । टेलिभिजनमा प्रधान सम्पादकको भूमिका निभाउने समाचार प्रमुखको पदमा कुनै पनि महिला पुग्न सकेको देखिएन । सबै टेलिभिजनको समाचार कक्ष पुरुषकै नेतृत्वमा छ । त्यतिमात्र होईन समाचार संकलनदेखि उत्पादनसम्मका सम्पूर्ण गतिविधिलाई संयोजन गर्ने समाचार संयोजकको भूमिकामा पनि महिला पुगेकै छैनन् । नेपाल टेलिभिजनमा भने महिलाहरु विभागीय प्रमुखसम्म पुगेको देखिन्छ । नेपाल टेलिभिजनको कर्मचारी संरचना पदीय र निजामति सेवाको प्रकृतिसंग मिल्दोजुल्दो भएपनि त्यो पद र जिम्मेवारीलाई भिडाएर यहाँ विश्लेषण गरिएको छ ।

टेलिभिजनमा कामको प्रकृति अनुसार विभिन्न विभागीय संरचना खडा गरिएको हुन्छ । क्यामेरा विभाग, दृश्य सम्पादन विभाग, कार्यक्रम उत्पादन विभाग आदि विभाग रहेका हुन्छन् । त्यस्तो विभागको नेतृत्व गर्ने अवस्थासम्म भने महिला पुगेको देखिन्छ । जुन नेपाल टेलिभिजनमा मात्र पाईयो । नेपाल टेलिभिजनको दृश्य सम्पादन शाखा र कार्यक्रम उत्पादन शाखाको प्रमुखमा महिला रहेको पाईयो । तर नीजि टेलिभिजनमा त्यो देखिएन ।

ऋधिकांश पत्रकार महिलाहरु समाचारवाचक तथा प्रस्तोताका रूपमा रहेको देखिन्छ । जसमा १ सय सैतिस महिला पत्रकारमध्ये ३९ जना समाचारवाचक तथा प्रस्तोताको मुख्य जिम्मेवारीमा रहेको पाईएको छ । यद्यपी रिपोर्टिंग, सम्पादन, कार्यक्रम उत्पादनमा रहेका महिला पनि वाचन तथा प्रस्तुतीमा सहभागी रहेको पाईएको छ । यो तथ्यले वास्तवमा टेलिभिजनमा महिलाको रुची स्क्रिनमा अन एअर नै रहेको देखिन्छ । यो जिम्मेवारीमा पुरुषको संख्या पनि लगभग बराबर नै देखिन्छ । ४५ जना पुरुष पत्रकारहरु यसमा मुख्य जिम्मेवारीमा रहेको देखिन्छ । यद्यपी समाचार प्रमुख, उपसम्पादक तथा कार्यक्रम उत्पादनहरु पनि पुरुषहरु नै सहभागि देखिन्छ । कामको जिम्मेवारीको कुरा गर्दा ६० जना समाचार संकलन अर्थात रिपोर्टिङमा संलग्न रहेको पाईयो । यद्यपी यी ६० जनामा पनि कतिपय रिपोर्टरले कार्यक्रम प्रस्तुती र समाचार वाचकका रूपमा समेत काम गर्ने गरेको पाइयो । सहसम्पादकका रूपमा १९ जना महिला पत्रकार कार्यरत छन् भने प्राविधिक काम अन्तर्गत पर्ने दृश्य सम्पादनमा २१ जना महिला कार्यरत रहेको पाईयो । चुनौतीपूर्ण मानिने दृश्य संकलन अर्थात क्यामेरा पर्सनका रूपमा ६ जना पत्रकार महिला नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत रहेको भेटिएका छन् ।

संख्या र जिम्मेवारीको अवस्थाले नेपाली टेलिभिजन पत्रकारितामा पुरुषहरुकै वर्चस्व छ । टेलिभिजनको पर्दामा महिला पुरुष लगभग समान रहेको देखिन्छ । तर पर्दा पछाडिका महत्वपूर्ण र सम्बेदनशील जिम्मेवारीमा भने महिलाको उपस्थिति कमजोर छ ।

४.१.३. पेशाको स्थायित्व

कुनै पनि पेशाकर्मीले आफ्नो पेशा स्थायी प्रकृतिको होस् भन्ने चाहना राख्दछ। पेशा स्थायी हुँदा त्यसैमा उसको रुची, लगनशीलता र विशेषज्ञता बढ्दै जान्छ। त्यसले अन्ततोगत्वा पेशाकर्मीलाई मात्र होईन रोजगारदातालाई पनि हीत गर्दछ। यसैले कर्मचारी नियुक्ती गर्दा केही महिनाको परिक्षणकाल पश्चात स्थायी नियुक्तीपत्र प्रदान गर्नुपर्ने हुन्छ। नेपाली टेलिभिजन पत्रकारितामा पत्रकार महिलाहरूको पेशागत स्थायित्वको अवस्था के छ? त्यो पनि यस अध्ययनमा बुझ्न खोजिएको छ।

तालिका नं. ४

टेलिभिजन पत्रकार महिलाको पेशागत स्थायित्व

| क्र.स. | सेवाको प्रकृति | संख्या | प्रतिशत |
|--------|----------------|--------|---------|
| १ | स्थायी | २२ | ३७ |
| २ | अस्थायी | २० | ३३ |
| ३ | करार | १८ | ३० |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८।

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिला मध्ये ३७ प्रतिशत महिला स्थायी छन् यस्तै ३३ प्रतिशत अस्थायी रूपमा काम गरिरहेका छन्। ३० प्रतिशतलाई ३ देखि ६ महिनाको नियुक्ती दिई करारमा राख्ने गरेको पाइयो।

पेशागत स्थायित्वको कुरा गर्दा नीजि टेलिभिजनमा प्राय हायर एण्ड फायरको सिद्धान्त अपनाइएको पाइयो। सरकारी स्वामित्वको नेपाल टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलालाई स्थायी गरेको पाइयो भने अधिकांश नीजि टेलिभिजन च्यानलहरू यसमा अनुदार नै देखिएका छन्। केही नीजि च्यानलहरूले कर्मचारीहरूको संगठित दवावकै कारण पनि उनीहरूलाई स्थायी गरेको पाइयो। पत्रकार र अन्य कर्मचारीलाई समेत स्थायी गर्दा उनीहरू बलियो हुन्छन् र आफ्नो मनोमानी अनुसार कर्मचारी फेरबदल गर्न पाइदैन भन्ने मनशाय निजी टेलिभिजन संचालकमा रहेको आशंका गर्न सकिन्छ।

४.१.४. टेलिभिजन पत्रकार महिलामा दलित, अपांग

टेलिभिजनमा पनि अन्य पेशाको जस्तै दलितहरूको संख्या एकदमै न्यून छ। त्यसमा पनि दलित महिलाहरूको सहभागिता त भन्ने निराशाजनक छ। यसैगरि अपांग महिला सहभागिता त शुन्य नै छ।

तालिका नं. ५

दलित र अपांग सहभागिता

| क्र.स. | विवरण | संख्या | प्रतिशत |
|--------|----------|--------|---------|
| १ | दलित | २ | १.४५ |
| २ | गैर दलित | ५८ | ९८.५५ |
| ३ | अपांग | ० | ० |
| ४ | सपांग | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाहरूमध्ये दलित तथा अपांगको उपस्थिति बुझ्दा २ जना महिला दलित मात्र पत्रकारिता गरेको पाईयो । जुन समग्रमा १ दशमलव ४५ प्रतिशत हुन आउछ भने अपांगता भएका कुनै पनि महिलाले टेलिभिजन पत्रकारितामा काम गरेको पाईएन । यो तथ्यांक हेर्दा नेपाली टेलिभिजनहरूमा दलित महिलाको प्रवेश किन हुन सकेन भन्ने गहन प्रश्न खडा गरेको छ । या त भएका पत्रकारहरूले आफूलाई दलितको रूपमा चिनाउन चाहदैनन् । या त दलित समुदायका महिला पत्रकारिता क्षेत्रमा अझै आकर्षित हुन सकेका छैनन् या पहुच पुऱ्याउन सकेका छैनन् । टेलिभिजन पत्रकारितामा अपांगता भएका महिला प्रवेश नगर्नुमा टेलिभिजन पत्रकारिताको प्रकृति र पेशाले खोज्ने शारिरीक चुस्तता कारक पनि हुन सक्छ । जसका कारण अपांगता भएका महिलाले यो पेशामा आउन नचाहेको हुन सक्छ । टेलिभिजन व्यवस्थापकले पनि अपांगता भएका महिलाबाट आशातित प्रतिफल प्राप्त नहुने देखेर यस्ता व्यक्तिलाई चयन नगरेको पनि हुन सक्छ ।

४.१.५ टेलिभिजन पत्रकार महिलाको वैवाहिक स्थिति

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको वैवाहिक स्थिति हेर्दा अविवाहितहरूकै संख्या बढी रहेको देखिन्छ । कुल १ सय ३७ जन महिला पत्रकार मध्ये ७८ जना अर्थात ६० प्रतिशत अविवाहित छन् भने ५९ जना अर्थात ४० प्रतिशत विवाहित छन् ।

तालिका नं. ६

वैवाहिक स्थिति

| क्र.स. | विवरण | संख्या | प्रतिशत |
|--------|----------|--------|---------|
| १ | अविवाहित | ३६ | ६० |
| २ | विवाहित | २४ | ४० |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

वैवाहिक स्थिति र पेशागत स्थायित्वको गहन सम्बन्ध रहेको अनुसन्धानका क्रममा पाईएको छ । जुन संस्थामा सेवा सुविधा राम्रो छ र स्थायी नियुक्ति दिईएको छ, त्यहाँ विवाहित महिलाको संख्या धेरै देखिन्छ, भने भर्खरै स्थापना भएका र पत्रकारलाई स्थायी नियुक्ति नदिईएका संस्थाहरूमा विवाहित महिलाको संख्या न्युन छ । यसले एउटा स्पष्ट प्रवृत्ति संकेत गर्छ, त्यो के भने जुन संस्थामा पेशागत सुरक्षा छ, त्यस्ता संस्थामा कार्यरत पत्रकार महिलाले विवाह पश्चात पनि पेशालाई निरन्तरता दिएको पाईन्छ, भने स्थायी नियुक्ति नदिएका संस्थामा महिला पत्रकारले विवाह पश्चात यो पेशा छाड्ने गरेको देखिन्छ । विवाह पश्चात पारिवारिक समस्याका कारणले पत्रकारिता पेशाबाट महिला पलायन भएको भन्न मिल्ने अवस्था छैन । किनभने अविवाहित अवस्थामा टेलिभिजनमा काम शुरु गरी पेशालाई निरन्तरता दिने महिलाहरूको संख्या स्थायी नियुक्ति गरिएका टेलिभिजनमा मात्र छन् । यसैले आफ्नो कारणले नभई संस्थाकै कमजोरीका कारण महिलाले विवाह पश्चात टेलिभिजन छाड्ने गरेको देखिन्छ । त्यस्तै पेशाको अनुभव लिदै जादा पेशागत सुरक्षा नरहेको महसुस गरी पत्रकारिता छाड्दा विवाहित र पाका महिला पत्रकारहरू नीजि टेलिभिजनमा कमै भेटिएका छन् ।

४.२. टेलिभिजन पत्रकार महिलाको सामाजिक अवस्था

नेपाल टेलिभिजनको प्रसारण आरम्भसँगै सुरु भएको टेलिभिजन पत्रकारितामा सुरुका दिनमा भन्दा महिला सहभागिता आजका दिनमा आईपुग्दा बढेको छ । यद्यपी पुरुषको तुलनामा त्यो निकै कम छ । समाचार संकलन र वाचनको परंपरागत कामका अतिरिक्त क्यामेरा बोकेर दृश्य संकलन तथा कम्प्युटरमा दृश्य सम्पादनदेखि कार्यक्रम उत्पादनका कामहरूमा महिला सहभागिता देखिन थालेको छ ।

४.२.१. उमेर समूहको आधारमा टेलिभिजनका पत्रकार महिला

कुनै पनि कार्य अथवा पेशा गर्नको लागि उमेरको भूमिका महत्वपूर्ण हुन्छ । यस सोधको तालिका नं. ६ मा टेलिभिजन पत्रकारितामा लागेका वा यस अध्ययनको लागि लिईएका पत्रकार थिलहरूको उमेर समूह वर्गीकरण गरिएको छ ।

तालिका नं. ७

उमेरको आधारमा टेलिभिजन पत्रकार महिलाको स्थिति

| क्र.स. | उमेर समुह | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|--------|---------------|--------------------|---------|
| १ | १५ २० वर्ष | ४ | ७ |
| २ | २० २५ वर्ष | ३८ | ६३ |
| ३ | २५ ३० वर्ष | ९ | १४ |
| ४ | ३० ३५ वर्ष | ५ | ९ |
| ५ | ३५ ४० वर्ष | ३ | ५ |
| ६ | ४० भन्दा माथि | १ | २ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिका नेपाली टेलिभिजन पत्रकार महिलाको उमेरको अवस्थाले टेलिभिजन ग्ल्यामरको अवस्थालाई स्पष्ट संकेत गरेको छ । यस अध्ययनका लागि लिईएको १०० जना उत्तरदातामध्ये ७ जना (७ प्रतिशत) १५ देखि २० वर्ष उमेर समुहमा रहेको पाईयो । टेलिभिजन पत्रकारितामा २० देखि २५ वर्ष उमेर समुहका पत्रकार महिलाको चाप उच्च रहेको देखियो । ६३ जना अर्थात ६३ प्रतिशत टेलिभिजन पत्रकार महिला २० देखि २५ वर्ष उमेर समुहमा रहेको पाईयो । टेलिभिजनमा दृश्य सुन्दरता आकर्षणक विषय बन्छ । २० देखि २५ वर्ष उमेर समुहका महिला समाचार वाचक कार्यक्रम प्रस्तोता वा रिपोर्टर बन्दा टेलिभिजन स्क्रिन आकर्षक बन्छ भन्ने बुझाई, अनि टेलिभिजनलाई ग्ल्यामरका रुपमा लिएर आफ्नो करिअर अगाडि बढाउने पत्रकार महिलाको चाहनाले गर्दा नेपाली टेलिभिजन अझ नीजि र नयाँ टेलिभिजनमा यो उमेर समुहको प्रभुत्व देखिएको छ । तर २५ वर्षदेखि ३० वर्ष उमेर समुहमा पत्रकार महिलाको संख्या भने एक एक कमी आएको देखिन्छ । यो समुहमा केवल १४ प्रतिशत महिला रहेको पाईएको छ । यसो हुनुका पछाडिका कारणमा टेलिभिजन पत्रकारिता र गृहस्थी जीवन बीचको द्वन्द्वात्मक सम्बन्ध र निजी टेलिभिजनमा प्राप्त हुने न्युन सेवा सुविधा रहेको देखिन्छ । ३० ३५ वर्ष, ३५ ४० वर्ष र ४० भन्दा माथि क्रमशः ९, ५ र २ प्रतिशत महिला पत्रकार रहेको देखिन्छ ।

४.२.२. टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको शैक्षिक अवस्था

हरेक पेशालाई व्यवशायिकता प्रदान गर्न र त्यो पेशाको निर्दिष्ट जिम्मेवारी पुरा गर्न त्यो पेशाकर्मीले प्राप्त गरेको शिक्षाको महत्वपूर्ण भूमिका रहन्छ । जति शिक्षित समुह पेशामा प्रवेश गर्छ, त्यसले त्यो समग्र पेशागत समुदायकै हित गर्छ । पेशामा सक्षमता प्रदर्शन गर्न शिक्षाको महत्वपूर्ण भूमिका रहन्छ ।

अभ्र पत्रकारिता त विभिन्न क्षेत्रका ज्ञानहरु तथा वास्तविकताहरु सही रुपमा बुझेर विश्लेषण गर्ने र त्यसलाई अभ्र सरल तरिकाले आम मानिसमा पुऱ्याउने काम हो । यस कार्यका लागि शैक्षिक योग्यता अभ्र महत्वपूर्ण हुन्छ ।

तालिका नं. ८

स्नातकोत्तर गरेको धेरै

| क्र. स. | शैक्षिक योग्यता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------------------|--------|---------|
| १ | एस.एल.सी. उत्तीर्ण | ० | ० |
| २ | प्रमाणपत्र तह उत्तीर्ण | ५ | ८ |
| ३ | स्नातक तह उत्तीर्ण | १७ | २८ |
| ४ | स्नातकोत्तर तह उत्तीर्ण | ३८ | ६३ |
| ५ | स्नातकोत्तर तहभन्दा माथि | ० | ० |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

टेलिभिजनका पत्रकार महिलाको शैक्षिक स्तर हेर्दा ६३ प्रतिशत महिला पत्रकार स्नातकोत्तर तह उत्तीर्ण गरेको पाईयो । यस अध्ययनमा समेटिएका कुल पत्रकार महिला मध्ये २९ प्रतिशत पत्रकार महिलाहरुले स्नातक तह उत्तीर्ण गरेका छन् भने ८ प्रतिशत प्रमाणपत्र तह उत्तीर्ण गरेका छन् ।

४.२.३. टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको पत्रकारिता विषयको अध्ययन

अध्ययनमा समेटिएका उत्तरदाताहरुलाई पत्रकारिताको औपचारिक शिक्षा हासिल गरे नगरेको प्रश्न पनि सोधिएको थियो । जसको जवाफ यस्तो पाईयो ।

तालिका नं. ९

पढेको धेरै

| क्र. स. | विवरण | संख्या | प्रतिशत |
|---------|------------------|--------|---------|
| १ | औपचारिक अध्ययन | ५० | ८५ |
| २ | अनौपचारिक अध्ययन | १० | १७ |
| ३ | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको शैक्षिक अवस्था हेर्दा ८५ प्रतिशत महिला पत्रकारले पत्रकारिताकै औपचारिक अध्ययन गरेको पाईएको छ भने १५ प्रतिशत महिला पत्रकारले मात्र अन्य विषयमा उच्च शिक्षा हासिल गरेको देखिएको छ ।

तालिका नं. १०

पत्रकारिता विषयमै औपचारिक अध्ययन गरेका महिला पत्रकारको शैक्षिक स्थिति

| क्र. स. | शैक्षिक योग्यता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-------------------------|--------|---------|
| १ | प्रमाणपत्र तह उत्तीर्ण | ४ | ७ |
| २ | स्नातक तह उत्तीर्ण | २५ | ४१ |
| ३ | स्नातकोत्तर तह उत्तीर्ण | ३१ | ५२ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिका नं. ९ अनुसार नेपाली टेलिभिजनमा पत्रकारिताकै औपचारिक अध्ययन गरेका महिलाहरूमध्ये सबैभन्दा धेरै ४४ जना अर्थात ५२ प्रतिशत महिला पत्रकारले स्नातकोत्तर तहकै पत्रकारिता अध्ययन गरेका छन् । पत्रकारितामा स्नातक तह उत्तीर्ण पत्रकार महिलाको प्रतिशत ४१ रहेको छ । प्रमाणपत्रसम्म पत्रकारिता पढेका महिला पत्रकार ६ प्रतिशत छन् ।

नेपाली पत्रकारिताको विगत हेर्दा के देखिन्छ भने राजनीति गर्ने तथा अन्य क्षेत्रमा प्रगति हासिल गर्न नसकेका व्यक्ति पत्रकार बन्ने प्रचलन देखिन्छ । तर आजका दिनमा यो अवस्थामा परिवर्तन आईसकेको छ भन्ने तथ्यलाई टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको शैक्षिक स्तरले नै प्रमाणित गरिसकेको छ । टेलिभिजन पत्रकारिता छापा पत्रकारिता भन्दा बढी प्राविधिक र जटिल भएका कारणले पनि राम्रो शैक्षिक स्तर हासिल गरेका महिलाले टेलिभिजन पत्रकारितामा आबद्ध हुने अवसर पाएका हुन सक्छन् । त्यस्तै स्नातकोत्तर तथा स्नातक व्यक्तिले विषयको गम्भिरतालाई बुझेर त्यस अनुसार प्रस्तुत गर्न सक्छ भन्ने मान्यतालाई संचार संस्थाहरूले पनि अंगीकृत गरी स्नातक तथा स्नातकोत्तर व्यक्तिलाई नै प्राथमिकता दिने गरेकाले सो शैक्षिक योग्यता भएका महिलाको संख्या बढी हुन गएको हो । नेपालमा महिला शिक्षामा बढ्दै गएको चेतना पनि यसको कारण हुन सक्छ । आफ्नो छोरी या श्रीमतीलाई उच्च शिक्षाको अवसर प्रदान गरी व्यवसायिक बनाउन चाहना राख्ने अभिभावकको संख्या पनि बढ्दै गएको छ भन्ने तथ्यलाई पनि यसले स्थापित गरेको छ ।

यस अध्ययनमा एस.एल.सी.मात्र पुरा गर्नेको संख्या शुन्य नै रहनुले पत्रकारिता क्षेत्रमा शैक्षिक योग्यताले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेको हुन्छ भन्ने कुरा प्रष्ट पारेको छ । अझ यस अध्ययनमा समेटिएका कतिपय

पत्रकार महिलाहरूले आफ्नो पेशाका अतिरिक्त अध्ययनलाई पनि निरन्तरता दिईरहेको पनि अध्ययनको क्रममा भेटिएको छ ।

४.२.४. टेलिभिजन पत्रकारिता सम्बन्धि लिएको तालिमको विवरण

कुनै पनि पेशा व्यवशायमा प्रवेश गर्नु पहिले वा प्रवेश गरिसकेपछि पनि पेशासंग सम्बन्धित तालिम लिदा पेशागत क्षमता बढ्छ । यसकारण तालिमको भूमिका अत्यन्त महत्वपूर्ण रहन्छ । यस अध्ययनमा समेटिएका महिला पत्रकारहरूले पनि टेलिभिजन पत्रकारिता सम्बन्धि तालिम लिए नलिएको र लिएको भए कुन स्तरको तालिम हो भनि सोधिएको थियो । जसको जवाफ यस्तो पाईयो ।

तालिका नं. ११

तालिम लिए नलिएको विवरण

| क्र. स. | विवरण | संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------|--------|---------|
| १ | तालिम लिएको | ३९ | ६५ |
| २ | तालिम नलिएको | २१ | ३५ |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

अध्ययनमा सकेटिएका उत्तरदातामध्ये ६५ प्रतिशतले टेलिभिजन पत्रकारिताको तालिम लिएको उल्लेख गरेका छन् भने ३५ प्रतिशतले यस्तो तालिम नलिएको उल्लेख गरेका छन् । तालिम लिनेहरूको स्तर यस्तो पाईयो ।

तालिका नं. १२

तालिमको स्तर

| क्र. स. | तालिमको स्तर | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------|--------|---------|
| १ | अन्तर्राष्ट्रिय | १९ | ३२ |
| २ | राष्ट्रिय | २७ | ४५ |
| ३ | क्षेत्रिय | १४ | २३ |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिम लिएका मध्ये २१ जना अर्थात ३२ प्रतिशतले अन्तर्राष्ट्रिय स्तरको, २९ जना अर्थात ४५ प्रतिशतले राष्ट्रिय स्तरको तथा १५ जना अर्थात २३ प्रतिशतले क्षेत्रिय स्तरको तालिम लिएको बताएका छन् । अध्ययनका क्रममा पत्रकार महिलाहरूले पत्रकारिता पेशा सम्बन्धि लिएको तालिमको अवधि पनि

विश्लेषण गरिएको छ । तलको तालिकामा पत्रकार महिलाहरूले लिएको तालिमको अवधीको विवरण दिईएको छ ।

तालिका नं. १३

तालिमको अवस्था

| क्र. स. | तालिमको अवधि | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|-------------------------|--------------------|---------|
| १ | एक हप्ता वा सो भन्दा कम | २ | ३ |
| २ | २ हप्ता | १२ | २० |
| ३ | २ हप्ता भन्दा बढी | २० | ३३ |
| ४ | १ महिना | ५ | ९ |
| ५ | २ महिना | ५ | ९ |
| ६ | २ महिना भन्दा बढी | ७ | ११ |
| ७ | ३ महिना | २ | ३ |
| ८ | ३ महिना भन्दा बढी | ७ | १२ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिम लिएका पत्रकार महिलामध्ये सबैभन्दा धेरै ३३ प्रतिशत उत्तरदाताले २ हप्ते तालिम लिएको बताएका छन् । त्यस्तै २० प्रतिशतले २ हप्ताभन्दा बढीको तालिम लिएको बताएका छन् । १ महिने र २ महिना अवधिको तालिम लिने टेलिभिजन पत्रकार महिला क्रमशः ९, ९ प्रतिशत छन् । ११ प्रतिशतले २ महिनाभन्दा धेरैको तालिम लिएका छन् भने ३ महिना र १ हप्ताभन्दा कम अवधिको तालिम लिने ३,३ प्रतिशत मात्र रहेका छन् । १२ प्रतिशतले ३ महिनाभन्दा धेरैको तालिम लिएको बताएका छन् ।

वास्तवमा तालिमले व्यक्तिको सीप र क्षमतालाई तिखार्ने काम गर्छ । टेलिभिजन पत्रकारका लागि पत्रकारिताको सैद्धान्तिक र व्यवहारिक ज्ञान अपरिहार्य हुन आउँछ । लेखन जानेर मात्र पुग्दैन, टेलिभिजनको प्राविधिक पक्षसंग खेलन र खुल्नसक्ने क्षमता पत्रकारमा विकास भएन भने त्यो व्यक्ति वास्तवमा टेलिभिजन पत्रकारिताबाट पलायन हुनसक्छ । अझ टेलिभिजनमा काम गर्ने दृश्य सम्पादक र क्यामेरापर्सनका लागि त प्राविधिक तालिम अनिवार्य प्राय नै हुन्छ । टेलिभिजनमा रिपोर्टिङ गर्ने, उद्घोषण तथा प्रस्तुती गर्ने, कार्यक्रम उत्पादन, सम्पादन आदि विषय पनि तालिमका विषय पर्छन् ।

पत्रकारिता क्षेत्रमा लागेपछि विभिन्न संस्थाहरूसंग आवद्ध भएपछि ती स्थानमा विभिन्न तालिमका अवसरहरु आउने हुनाले यस पेशासंग सम्बन्धित तालिम लिनेको संख्या पनि बढीरहेको छ ।

४.२.५. जन्मस्थान

अध्ययनमा समेटिएका पत्रकार महिलाको जन्मस्थान हेर्दा धेरै महिला ग्रामीण क्षेत्रमा जन्मिएर शहरी क्षेत्र अर्थात काठमाण्डौंलाई कर्मथलो बनाएको देखिन्छ ।

तालिका नं. १४

गाउका धेरै

| क्र. स. | जन्मस्थान | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------|--------|---------|
| १ | ग्रामीण क्षेत्र | ३४ | ५७ |
| २ | शहरी क्षेत्र | २७ | ४३ |
| ३ | विदेश | ० | ० |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदातामध्ये ५७ प्रतिशत उत्तरदाताले आफु ग्रामीण क्षेत्रमा जन्मिएको बताएका छन् भने ४३ प्रतिशतले आफ्नो जन्मस्थान शहरीक्षेत्र भएको उल्लेख गरेका छन् । यो तथ्यले रोजगारी तथा अवसरको शिलशिलामा व्यक्तिले स्थान परिवर्तन गरी ग्रामीण क्षेत्रबाट शहरी क्षेत्रतर्फ स्थानान्तरण गरेको देखिन्छ । शहरी क्षेत्र ग्रामीण क्षेत्रभन्दा विकशित र त्यहाँ कामको अवसर पाउने हुँदा ऊ यसतर्फ आकर्षित भएको देखिन्छ । विदेशमा जन्मिएर काठमाण्डौंलाई कर्मथलो बनाई टेलिभिजनमा काम गर्ने पत्रकार महिलाहरु भेटिएनन् ।

४.३. पारिवारिक अवस्था

४.३.१. पारिवारिक व्यवसाय

टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको परिवारको मुख्य पेशा के छ कस्तो पारिवारिक पृष्ठभूमिबाट उनीहरु आएका छन् भन्ने बुझ्नका लागि सोधिएको प्रश्नमा यस्तो परिणाम देखिएको छ ।

कुनै पनि व्यक्तिको व्यक्तित्व विकासमा उसको पारिवारिक पृष्ठभूमिले महत्वपूर्ण भूमिका खेलेको हुन्छ । उसले अपनाउने पेशामा पारिवारिक व्यवसायले फरक पारेको हुन्छ । जस्तै अपवाद बाहेक व्यापार व्यवसाय गर्नेका परिवारका सदस्यले पनि व्यापार व्यवसाय नै गरेको देखिन्छ । करिब ८० प्रतिशत नेपाली जनताको मुख्य आयस्रोत कृषि मानिन्छ । अध्ययनमा समेटिएका महिला पत्रकारको परिवारको

मुख्य आयस्रोतको रूपमा भने नोकरी पाईएको छ । ७५ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो पारिवारिक पेशा नोकरी बताएका छन् भने १६ प्रतिशतले मात्र कृषिलाई आफ्नो पारिवारिक पेशाको रूपमा उल्लेख गरेका छन् । व्यापार व्यवसाय ६ प्रतिशत उत्तरदाताको पारिवारिक पेशा छ भने ३ प्रतिशत अन्य उल्लेख गरेका छन् ।

तालिका नं. १५

धेरैका परिवार नोकरीमा

| क्र. स. | पारिवारिक व्यवसाय | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|-------------------|--------------------|---------|
| १ | कृषि | ९ | १६ |
| २ | नोकरी | ४५ | ७५ |
| ३ | व्यापार, व्यवसाय | ४ | ६ |
| ४ | अन्य | २ | ३ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

यी तथ्यले एउटा गम्भिर प्रश्न खडा गरेको छ । खोई त कृषकका छोरीहरु नेपाली टेलिभिजनमा ? समाजले टाठाबाठाको पेशा मान्ने टेलिभिजन पत्रकारितामा कृषकका छोरी बुहारीको उपस्थिति कम देखिनुले कृषिमा आश्रित परिवारले छोरीलाई उच्च शिक्षाको अवसर दिन नसकेको हुन सक्ने अनुमान गर्न सकिन्छ । जसले कृषिमा आश्रित परिवारको आर्थिक अवस्था पनि त्यति राम्रो छैन कि भन्ने आशंका उब्जाएको छ । अर्को पक्ष नोकरीमा लागेका व्यक्तिको गतिशिलता बढी हुन्छ, यो गतिशिलताले व्यक्ति र परिवारको अन्य सदस्यमा पनि प्रभाव पारेको हुन्छ । त्यसैले अध्ययनमा समेटिएका अत्यधिक महिला पत्रकारहरुको पारिवारिक पेशा नोकरी देखिएको छ ।

४.३.२. परिवार सदस्य संख्या

पूर्विय दर्शनमा आधारित हाम्रो समाजको पारिवारिक संरचना हेर्ने हो भने प्रायः संयुक्त परिवार नै भेटिन्छ । चार पाच पुस्ता एकै भान्सामा खाने अवस्था हाम्रा लागि सामान्य नै हो । बदलिदो सामाजिक, आर्थिक अवस्थाका कारण संयुक्त परिवारवाट एकल तर्फ उन्मुख हुने प्रवृत्तिमा नेपाली समाज बढ्दै गएको देखिन्छ । यस्तो अवस्थामा नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाको पारिवारिक अवस्था विश्लेषण गर्दा चार भन्दा बढी सदस्य रहेको परिवार कै बाहुल्यता देखिन्छ ।

तालिका नं. १६

परिवार सदस्य संख्या

| क्र. स. | सदस्य संख्या | उत्तरदाता संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------|------------------|---------|
| १ | २ जना | ५ | ९ |
| २ | ३ जना | ४ | ७ |
| ३ | ४ जना | १४ | २३ |
| ४ | ४ जना भन्दा बढी | ३७ | ६१ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदाताको परिवार संख्यामा सबैभन्दा धेरै ६१ प्रतिशतको ४ जनाभन्दा धेरैको परिवार संख्या रहेको पाईएको छ । त्यसपछि २३ प्रतिशत उत्तरदाताको परिवार संख्या ४ जना पाईएको छ । २ जना मात्र परिवार संख्या भएको उत्तरदाता ९ प्रतिशत छ भने ७ प्रतिशत उत्तरदाताको ३ जनाको परिवार रहेको छ । यसरी हेर्दा टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिला पनि संयुक्त परिवारमा रहेको पाईएको छ ।

४.३.३. पत्रकारिता क्षेत्रमा परिवार

कुनै पनि पेशा व्यवसायमा पारिवारिक संलग्नता महत्वपूर्ण प्रश्न हो । शिक्षकका सन्तान शिक्षक पेशामा, व्यवसायीको सन्तान व्यवसायी, बैकर्सको सन्तान बैकर्स नै हुनु सहज र स्वभाविक मानिन्छ । आफ्ना परिवारका सदस्य संलग्न पेशाको अलि धेरै ज्ञान हुन्छ । त्यसैले पत्रकारितामा पनि यसको प्रभाव हुनसक्छ । तर यो अनुसन्धानले भने टेलिभिजन पत्रकारितामा आफ्ना परिवारका अग्रजको संलग्नता कम रहेको देखाएको छ ।

तालिका नं. १७

आफूमात्रै

| क्र. स. | पारिवारिक संलग्नता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------------|--------|---------|
| १ | संलग्न छन् | ८ | १४ |
| २ | संलग्न छैनन् | ५२ | ८६ |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

८६ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्ना परिवारको कुनैपनि सदस्य पत्रकारितामा संलग्न नभएको उल्लेख गरेका छन् भने १४ प्रतिशतले मात्र यो पेशामा आफ्ना परिवारका सदस्य संलग्न भएको बताएका छन् । नेपालमा टेलिभिजन पत्रकारिता शुरु भएको तीन दशक पनि पुगेको छैन । यो क्षेत्र नै नयाँ भएकोले परिवारका अग्रज सदस्यले यो पेशामा प्रवेश गर्ने अवसर नै नपाएको हुन सक्छन् । त्यस्तै पत्रकारिता विषयको उच्च तहको अध्ययन अध्यापन शुरु भएको पनि धेरै अवधि नभएकाले यो अवस्था देखिएको हो ।

४.३.४. टेलिभिजन पत्रकारिताप्रति परिवारको दृष्टिकोण

टेलिभिजनको पत्रकारितामा महिला सहभागिताको कुरा गर्दा विगतका अध्ययन तथा विश्लेषण विवेचना सहितका पूर्व सामाग्रीहरुमा छोरी चेलीले टिभीमा काम गर्दा रातीसम्म घर बाहिर रहँदा परिवारले राम्रो नमान्ने, विवाहितको हकमा श्रीमानले समेत शंका गर्ने, समाजले पनि शंकाको दृष्टिले हेर्ने जस्ता पक्षहरु चुनौतीका रूपमा रहेका उल्लेख गरेको पाईन्छ । तर यो अध्ययनले भने फरक अवस्था देखाएको छ ।

तालिका नं. १८

राम्रो मान्छन् ।

| क्र. सं. | दृष्टिकोण तथा सहयोग | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|----------|----------------------------|--------------------|---------|
| १ | सकारात्मक | ४६ | ७७ |
| २ | नकारात्मक | ० | ० |
| ३ | बढी सकारात्मक कम नकारात्मक | ५ | ८ |
| ४ | बढी नकारात्मक कम सकारात्मक | ९ | १५ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

अघि नै उल्लेख गरिसकियो कुनै पनि पेशा व्यवसाय गर्नको लागि पारिवारिक सहयोग र विमती रहँदा त्यो पेशा वा व्यवसायमा कार्यरत व्यक्तिले आफ्नो पेशामा उन्नती गर्न र त्यसलाई निरन्तरता दिन समेत समस्या भोग्ने गर्दछ । यस अध्ययनमा समेटिएका अत्यधिक उत्तरदाताले आफू पत्रकारिता पेशामा रहँदा आफ्नो परिवारको सहयोग तथा दृष्टिकोण सकारात्मक रहेको औल्याएका छन् । ७७ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो परिवार सकारात्मक रहेको बताएका छन् । नकारात्मक बताउने उत्तरदाता भेटिएनन् । ८ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो पेशाप्रति परिवारको सहयोग बढी सकारात्मक र कम नकारात्मक रहेको बताएका छन् भने १५ प्रतिशतले कम सकारात्मक र बढी नकारात्मक रहेको जनाएका छन् ।

४.४. पेशागत अवस्था

४.४.१. टेलिभिजन पत्रकारिता पूर्व पेशागत संलग्नता

नेपालमा पत्रकारिता अन्य पेशाको तुलनामा नयाँ पेशा हो । पेशाको प्रवृत्ति र नयाँपनले गर्दा यो पेशामा युवा पुस्ताको संलग्नता धेरै देखिन्छ । कुनै एक पेशामा कार्यरत व्यक्ति आफ्नो आवश्यकता र रुची अनुसार पेशा परिवर्तन गर्दछ, अथवा नयाँ पेशामा संलग्न हुन्छ ।

तालिका नं. १९

टेलिभिजन पत्रकारिता पूर्व पेशागत संलग्नता

| क्र. स. | संलग्नता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|----------|--------|---------|
| १ | असंलग्न | ३३ | ५५ |
| २ | संलग्न | २७ | ४५ |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

यस अध्ययनमा समेटिएका उत्तरदाता मध्ये ५५ प्रतिशतले आफू यो पेशाभन्दा पहिले कुनै पेशामा संलग्न नरहेको बताएका छन् । ४५ प्रतिशतले अन्य पेशा छाडेर टेलिभिजनमा आएको बताएका छन् । अन्य पेशा छाडेर पत्रकारितामा आउने महिला पत्रकारको पूर्व पेशागत अवस्था यस्तो देखिन्छ ।

तालिका नं. २०

टेलिभिजन पत्रकारिता गर्ने पेशागत पूर्व संलग्नता

| क्र. स. | पेशागत विवरण | संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------|--------|---------|
| १ | शिक्षण | ३१ | ५१.९ |
| २ | एफ.एम रेडियो | १४ | २४.४ |
| ३ | पत्रिका | ८ | १३.३ |
| ४ | अन्य | ७ | ११.२ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

विभिन्न पेशा छाडेर पत्रकारितामा आउनेहरू मध्ये सबैभन्दा धेरै ५१ दशमलव ९ प्रतिशत महिला शिक्षण पेशामा रहेको देखिन्छ । त्यसपछि, टेलिभिजनसंग केही मिल्दोजुल्दो पेशा रेडियोवाट आउने टेलिभिजन पत्रकार महिलाको प्रतिशत २४ दशमलव ४ रहेको देखिन्छ । त्यस्तै पत्रिकावाट १३ दशमलव ३ प्रतिशत र अन्य पेशावाट ११ दशमलव २ प्रतिशत रहेका छन् ।

४.४.२. प्रेरणा स्रोत

कुनै पनि व्यक्ति आफ्नो मात्र चाहना वा ईच्छावाट संचालित हुदैन । केही काम गर्नको लागि वा कार्यक्षेत्रमा अगाडि आउनको लागि ऊ बसेको समाज, परिवार, साथीभाई स्वयं वा सामाजिक घटनावाट प्रेरित भएको हुन्छ । अन्य घटनाक्रम तथा व्यक्तिले पनि यस कार्यमा असर पार्छ । कसको प्रेरणावाट टेलिभिजन पत्रकार महिलाहरु यस क्षेत्रमा लागेका हुन् त ? तलको तालिकामा यसको विवरण प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका नं. २१

स्वयंको रुचि

| क्र. सं | प्रेरणाको स्रोत | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------|--------------------|---------|
| १ | परिवार | १४ | २३ |
| २ | सहयोगी, साथीभाई | १ | २ |
| ३ | आफै | ४१ | ६९ |
| ४ | अन्य | ४ | ६ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

यस तालिका अनुसार अध्ययनमा समेटिएका टेलिभिजन पत्रकार महिला मध्ये ६९ प्रतिशत महिलाहरु आफैवाट प्रेरित भएर वा आफ्नो क्षमता तथा चाहना अनुसार यस क्षेत्रमा प्रवेश गरेको देखिएको छ । २३ प्रतिशत पत्रकार महिलाहरुले भने परिवारवाट तथा २ प्रतिशत साथीभाईवाट प्रेरित भएर र ६ प्रतिशतले अन्य तत्वलाई प्रेरक मानेका छन् । यस तथ्यांकले के देखाउछ भने आफ्नो क्षमतालाई आफै चिनेर दरिलो आत्मविश्वासका साथ यस क्षेत्रमा लाग्ने टेलिभिजन पत्रकार महिलाहरु बहुसंख्यक रहेका छन् ।

४.४.३. टेलिभिजनमा प्रवेश पाएको विधि :

कुनैपनि कार्यालयमा कुनै पनि कामको अवसर पाउन आवश्यक सुचना र सहयोगको खाँचो हुन्छ । कुन कार्यालयले कुन योग्यताको मान्छे चाहेको छ ? त्यो योग्यता अनुसार आफू त्यो पदमा पुग्न सक्नु चुनौतीपूर्ण कार्य पनि हो । हुनत योग्यता पुगेको व्यक्ती छनौटको लागि दर्खास्त आव्हान गर्ने प्रक्रिया प्रजातान्त्रिक र विधिसम्मत हो । संचारगृहहरु यसमै आधारित भएर कर्मचारीहरु भर्ना गर्ने गर्दछन् । तर सधैं यही प्रक्रिया पुरा गर्छन् भन्ने पनि होईन । सम्पर्क सुत्रका आधारमा कर्मचारी भर्ना हुने प्रचलन पनि धेरै छ । नेपालको सन्दर्भमा दर्खास्त आव्हान प्रक्रिया भन्दा अन्य विधिले पनि रोजगारीको अवसर पाउने

अवस्था बढी छ । यसैगरि निजी क्षेत्रमा व्यक्तिको क्षमता भन्दा बढी चिनजानले काम गरेको हुन्छ । यसकारण यस अध्ययनमा पनि उत्तरदाताहरूलाई कसरी यस संस्थामा प्रवेश पाउनुभयो भनि सोधिएको थियो । जसको परिणाम यस्तो छ ।

तालिका नं. २२

प्रतिस्पर्धावाटै

| क्र.स. | रोजगारी प्राप्त भएको विधि | संख्या | प्रतिशत |
|--------|----------------------------|--------|---------|
| १ | चिनेजाने मान्छेको सहयोगमा | १३ | २२ |
| २ | खुल्ला प्रतिस्पर्धा मार्फत | ४७ | ७८ |
| ३ | राजनीतिक आधारमा | ० | ० |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

अनुसन्धानमा सहभागि उत्तरदातामध्ये ७८ प्रतिशतले खुल्ला प्रतिस्पर्धा मार्फत संस्थामा प्रवेश गरेको बताएका छन् । टेलिभिजन पत्रकार महिलाको शैक्षिक विवरणमा ६३ प्रतिशत महिला पत्रकार स्नातकोत्तर तहको शैक्षिक योग्यता हासिल गरेका अवस्था र यो तथ्यले अब खुल्ला प्रतिस्पर्धामा उत्रिएर आफ्नो व्यवसायिक जीवन संचालन गर्न सक्छन् भन्ने तथ्यलाई स्थापित गरेको छ । यहाँनेर अब बुझ्नुपर्ने के देखिन्छ भने योग्यता र क्षमताको कसीमा महिलाहरु उत्रिन सफल भएका छन् । कसैको निगाह, भनसुन वा आरक्षणका आधारमा जागिर पाउनुपर्ने अवस्था फेरिएको छ । माथिको तालिका अनुसार २२ प्रतिशत महिला चिनेजानेको मान्छेको सहयोगमा टेलिभिजनमा प्रवेश गरेको बताएका छन् । यसमा पनि बुझ्नुपर्ने सन्दर्भ के छ भने प्रायः टेलिभिजनले कर्मचारी भर्नाका लागि खुल्ला प्रतिस्पर्धा आवाहन गरेको पाईदैन । यसले गर्दा चिनेजाने मान्छेमा भर पर्नुपर्ने अवस्था विद्यमान छ । राजनीतिक आधारमा टेलिभिजनमा प्रवेश गर्नेको संख्या शून्य देखिएको छ । यस्तो देखिनुका पछाडीको मुख्य कारण त पत्रकारितामा गर्ने व्यक्तिले राजनीतिमा सहभागि हुनु हुँदैन भन्ने मान्यता र नीजि टेलिभिजनहरुको बाहुल्यता नै हो । त्यस बाहेक मुख्य गरि सरकारी नियन्त्रणमा रहेको नेपाल टेलिभिजनका केही महिला पत्रकार शुरुमा राजनीतिक संरक्षणका आधारमा पेशामा प्रवेश गरेपनि आन्तरिक प्रतिस्पर्धामा सहभागि भई नियुक्ती पाएको देखिएको छ । तर त्यस्ता उत्तरदाताले आफू खुल्ला प्रतिस्पर्धा मार्फत सेवामा प्रवेश गरेको बताएका छन् ।

४.४.४. पारिश्रमिक स्थिति

पेशाकर्मिले नियमित काम गरे वापत पाउने आय ने पारिश्रमिक हो । काम गर्ने व्यक्ति र काम गराउने संस्थाबीचको मनोवैज्ञानिक करार पारिश्रमिक हो । संस्थाले दिएको पारिश्रमिकको कारण व्यक्तिले पनि आफ्नो सीप, क्षमता र समय दिएर काम गरेवापत पारिश्रमिक पाएका हुन्छन् । कुनैपनि पेशामा लागेका व्यक्तिहरुको वारेमा जानकारी लिनु, त्यसको विश्लेषण गरिनु जरुरी हुन्छ । यस अध्ययनमा पनि टेलिभिजनमा पत्रकारिता गरिरहेका पत्रकार महिलाहरुको पारिश्रमिकको वर्गीकरण गरिएको छ । जुन तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका नं. २३

मासिक आम्दानी विवरण

| क्र.स. | मासिक आम्दानी (रुपैयामा) | संख्या | प्रतिशत |
|--------|--------------------------|--------|---------|
| १ | रु. ८ हजारसम्म | २५ | ४१ |
| २ | रु. १० हजारसम्म | ११ | १९ |
| ३ | रु. १० हजार भन्दा माथि | २४ | ४० |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदाताको पारिश्रमिकमा एकरूपता देखिएको छैन । एउटै शैक्षिक योग्यता भएका व्यक्तिमा पनि कसैको पारिश्रमिक बढी छ भने कसैको कम छ । तालिका अनुसार पारिश्रमिकको स्तर हेर्दा सबैभन्दा धेरै ४१ प्रतिशतले ८ हजार रुपैयासम्म पारिश्रमिक पाउने महिला पत्रकार छन् । खासगरि टेलिभिजनमा भरखरै प्रवेश गरेका महिलाहरुले यो स्तरको पारिश्रमिक पाउने गरेको देखिन्छ । उपत्यकाको महंगीको स्तर अनुसार यो पारिश्रमिक न्यून नै देखिन्छ । तर आफ्नो अनुभव र क्षमता विस्तार हुदै जादा पारिश्रमिक बढ्ने अपेक्षा महिला पत्रकारहरुले गरेको देखिन्छ । त्यस्तै १० हजार रुपैया भन्दा बढी पारिश्रमिक प्राप्त गर्ने उत्तरदाताको संख्या ४० प्रतिशत छ । स्नातकोत्तरको योग्यता, राम्रो कार्य दक्षता तथा स्थापित टेलिभिजनहरुमा काम गर्ने महिला पत्रकारहरुले १० हजार रुपैया भन्दा बढी पारिश्रमिक पाउने गरेको पाईएको छ । कार्यक्षमता राम्रो भएपछि अर्को टेलिभिजनमा जाने महिलाहरुको पारिश्रमिक १० हजार रुपैया भन्दा माथि नै रहेको देखिएको छ । १० हजार रुपैयासम्म पारिश्रमिक पाउने उत्तरदाता १९ प्रतिशत रहेका छन् ।

४.४.५ पेशागत सन्तुष्टि

पेशावाट प्राप्त हुने प्रतिफल, आफ्नो योग्यता अनुसारको जिम्मेवारी, कार्यालय वा कार्यक्षेत्रको वातावरण आदि पक्षले सन्तुष्टीको स्तर निर्धारण गर्दछ। वास्तवमा कुनै कार्यले प्राप्त गर्ने सफलता र दिगोपनमा त्यो काम गर्ने व्यक्तिको पेशागत सन्तुष्टीको स्तरले पनि प्रभाव पार्दछ। टेलिभिजनमा काम गर्ने पत्रकार महिलाको पेशागत सन्तुष्टीको अवस्था यस्तो छ।

तालिका नं. २४

असन्तुष्ट धेरै

| क्र. स. | सन्तुष्टी | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------|--------|---------|
| १ | असन्तुष्ट | ४१ | ६९ |
| २ | सन्तुष्ट | १९ | ३१ |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८।

उत्तरदाताको प्रतिक्रिया हेर्दा टेलिभिजनमा कार्यरत धेरैजसो पत्रकार महिलाहरु आफ्नो पेशावाट सन्तुष्ट छैनन्। तपाईं आफ्नो पेशावाट सन्तुष्ट हुनुहुन्छ ? भनी सोधिएको प्रश्नमा ६९ प्रतिशतले सन्तुष्ट नरहेको बताएका छन् भने ३१ प्रतिशतले सन्तुष्ट रहेको बताएका छन्। असन्तुष्टी जनाउनेहरुलाई असन्तुष्टीको कारण सोधिएकोमा सबैले पेशागत भविष्य नदेखेर आफू असन्तुष्ट रहेको उत्तर दिएका थिए।

४.४.६ . टेलिभिजन पत्रकारितामा किन ?

टेलिभिजन पत्रकारिता दृश्य र आवाज सहितको पत्रकारिता हो। यसले गर्दा यो माध्यमलाई अत्यन्तै प्रभावकारी माध्यम मानिन्छ। मानिसलाई प्रत्यक्षताको अनुभव गराउने हुँदा टेलिभिजन पत्रकारिता प्रति आम मानिसको चासो पनि बढ्दै गईरहेको छ भने सञ्चारकर्मी पनि टेलिभिजनको पेशालाई तुलनात्मक रूपमा राम्रो मान्दछन्। त्यसैले यस अध्ययनमा समेटिएका उत्तरदाता सञ्चारकर्मीले टेलिभिजन पत्रकारिता अपनाउनुको कारण सोधिएको थियो। जसको जवाफ यस्तो छ।

तालिका नं. २५

परिवर्तनका लागि

| क्र. स. | मनपर्नाको कारण | संख्या | प्रतिशत |
|---------|---|--------|---------|
| १ | सवैले चिन्छन् भनेर | ८ | १४ |
| २ | राम्रो पारिश्रमिक र सेवा सुविधा पाएर | ० | ० |
| ३ | सकारात्मक परिवर्तनका लागि | ३३ | ५५ |
| ४ | अन्य (छिटो प्रभावकारी, श्रव्यदृश्य भएर आदि) | ११ | १८ |
| ५ | थाहा छैन | ८ | १३ |
| | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदाताको प्रतिक्रिया हेर्दा एउटा निराशाजनक वास्तविकता सार्वजनिक भएको छ । त्यो के भने नेपालका टेलिभिजनमा सेवा सुविधा राम्रो भएकै कारण संलग्न हुनेहरुको उपस्थिति नै छैन । हुनत पत्रकारितालाई जागीरको रूपमा लिनु हुँदैन भन्ने तर्क पनि व्याप्त रहँदै आएको हो । तर पनि सेवा सुविधाका आधारमा पत्रकारहरु सन्तुष्ट हुन नपाउनु भने अत्यन्त दुःखद नै मान्नु पर्दछ । उत्तरदाता मध्ये ५५ प्रतिशतले सकारात्मक परिवर्तनका लागि टेलिभिजन पत्रकारिता मनपर्ने बताएका छन् । यसले पत्रकारितालाई आदर्श र मर्यादित रूपमा विकास गर्दै लैजान मद्दत पुग्ने देखिन्छ । समाज परिवर्तनको संवाहकको रूपमा आफूलाई उभ्याउन पाएकोमा सञ्चारकर्मीले गौरव अनुभूति गरेको आभाष यो अवस्थाले देखाएको छ । १४ प्रतिशतले अन्य माध्यमभन्दा टेलिभिजनमा काम गर्दा धेरैले चिन्ने आधार पेश गरेका छन् भने १८ प्रतिशतले श्रव्यदृश्य माध्यम भएको, छिटो प्रभावकारी हुने जस्ता कारण उल्लेख गरेका छन् । १३ प्रतिशत उत्तरदाताले आफूलाई यस विषयमा थाहा नभएको उल्लेख गरेका छन् ।

४.४.७. टेलिभिजन पत्रकारितामा पेशागत निरन्तरता

कुनैपनि पेशामा मानिस आफ्नो वर्तमान र भविष्य सुनिश्चित देखेमा मात्र त्यो पेशालाई निरन्तरता दिन्छ । यस अध्ययनमा समेटिएका उत्तरदातामध्ये धेरैले पेशा परिवर्तन गर्ने बताएका छन् भने केहीले परिवर्तन गर्न नचाहेको बताएका छन् ।

तालिका नं. २६

अवसर नपाउञ्जेल मात्र

| क्र. स. | निरन्तरता दिने नदिने | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------------|--------|---------|
| १ | निरन्तरता दिन्छु | २१ | ३५ |
| २ | राम्रो अवसर आए छाड्छु | ३२ | ५३ |
| ३ | थाहा छैन | ७ | १२ |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

राम्रो अवसर आएमा टेलिभिजन पत्रकारिता छाड्ने विचार राख्नेहरू ५३ प्रतिशत छन् भने टेलिभिजन पत्रकारिता छाड्न नचाहनेहरू ३५ प्रतिशत रहेका छन् । यसरी पेशा परिवर्तन गर्न चाहनेहरूले क्रमशः कूटनैतिक निकाय, निजामति सेवा तथा सुरक्षित भविष्य हुने खालका अन्य पेशामा जान चाहेको बताएका छन् । यस विषयमा आफ्नो धारणा नबनाएकाहरू अर्थात थाहा छैन भन्नेहरू १२ प्रतिशत रहेका छन् । यसैगरि सामुहिक छलफलका क्रममा पनि अधिकांश महिला पत्रकारले राम्रो अवसर आएमा पेशा परिवर्तन गर्ने बताएका थिए । पढाई अनुसारको काम र आम्दानी नभएको उनीहरूको भनाई थियो ।

४.५. नेपाली टेलिभिजनहरूमा लैङ्गिक समानताको अवस्था :

सभ्यताको उषाकालदेखि नै महिला र पुरुषका शारीरिक संरचनामा रहेको भेद र पृथकतालाई आत्मसात गर्दै आएको वास्तविकतालाई आधुनिक युगले पनि स्वीकारेको छ । वर्तमान विश्वमा त्यो भेदभाव हटाउन र समाजको विकासका लागि पुरुष र महिलाको समान योगदानको जुन आग्रह र प्रयास चलिरहेको छ, यथार्थमा त्यो त्यही स्वीकारोक्तीको ज्वलन्त प्रमाण हो । महिला र पुरुष हाम्रो समाजका अभिन्न अंग भएकाले मात्र होईन एक अर्काका पुरक भएकाले पनि समाजको सन्तुलित विकासका लागि ती दुवैका समान उन्नती हुनुपर्ने खाँचोबोध गराएको हो । लैङ्गिक समानताका लागि विश्वव्यापी रूपमा चलेको अभियानको कारण पनि त्यही हो । (प्रेस काउन्सिल नेपाल, २०६१:क)

समान जिम्मेवारी र पदमा रहेपछि लिङ्गका आधारमा उसले पाउने सेवा सुविधामा अन्तर गर्न नपाईने कानूनी व्यवस्था नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३मा प्रदत्त समानताको हकले गरेको छ । महिलाहरूमाथि हुने भेदभावलाई हटाउनका लागि सरकारका तर्फबाट पनि आवधिक योजनाहरूमा लैङ्गिक भेदभाव हटाउने सम्बन्धमा विभिन्न नीति तथा कार्यनीतिमा जोड दिएको पाईन्छ । (काफ्ले र अन्य: २०६८ : ११३) तथापी हाम्रो समाजमा महिलाको क्षमता कम हुने र उनीहरूबाट कम प्रतिफल प्राप्त हुने

भन्ने मानसिकताले अबै पनि स्थान पाईनैरहेको देखिन्छ । यसकारण नेपाली टेलिभिजनहरुको लैङ्गिक सवालको अनुगमन पनि आवश्यक छ ।

४.५.१. कार्यालयमा लैङ्गिक समानताको स्थिति :

नेपालमा हरेक क्षेत्रमा लिङ्गको आधारमा महिला र पुरुषबीचको विभेदको स्थिति अबैपनि रहेको छ । सञ्चारक्षेत्रमा पनि लैङ्गिक विभेदको स्थिति विद्यमान रहेको कुरा सुनिन्छ । साथै यस अध्ययनका क्रममा पूर्व साहित्यको अध्ययनका क्रममा पनि विगतमा यस्ता तितो अनुभव रहेको स्वयं पत्रकार महिलाहरुले विभिन्न लेख र अन्तरवार्ता मार्फत अभिव्यक्ति दिएको पाईएको थियो । अहिलेको बदलिदो परिस्थितिमा चाहि के कस्तो अवस्था छ र कार्यालयमा पुरुष सहकर्मीको तुलनामा महिलामाथि विभेदको स्थिति छ कि छैन ? तल तालिकामा उत्तरदाताको कार्यालयमा लैङ्गिक विभेदको वा पुरुष सहकर्मीको तुलनामा विभेदको स्थितिको बारेमा अध्ययनको परिणाम प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका नं. २७

लैङ्गिक समानताको अवस्था

| क्र. स. | लैङ्गिक विभेदको स्थिति | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|------------------------|--------------------|---------|
| १. | विभेद छ/समानता छैन | २६ | ४४ |
| २. | विभेद छैन/समानता छ | २४ | ४० |
| ३. | थाहा छैन | १० | १६ |
| ४. | कूल | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

माथिको तालिका अनुसार ४४ प्रतिशत उत्तरदाताले कार्यालयमा लैङ्गिक विभेदको स्थिति रहेको बताएका छन् । यो प्रतिशत बढी देखिनुले सकारात्मक परिवर्तनका लागि टेलिभिजन पत्रकारिता मनपराएको बताउने पत्रकार महिलाहरुले सामना गर्नुपर्ने चुनौतीको अवस्थालाई पनि प्रतिविम्बित गर्दछ । टेलिभिजन पत्रकारिता मार्फत समाजमा सकारात्मक परिवर्तनको अपेक्षा गर्ने महिला पत्रकार आफै लिङ्गका आधारमा भेदभावमा देखिनु दुःखद पक्ष हो । यो अवस्थामा सुधार आउनु जरुरी छ । ४० प्रतिशत उत्तरदाताले भने आफ्नो कार्यालयमा लिङ्गको आधारमा भेदभाव नहुने बताएका छन् । १६ प्रतिशत महिला पत्रकारले भने पुरुष सहकर्मी र आफूबीचमा कार्यालयवाट त्यस्तो विभेद भए नभएको थाहा नभएको उल्लेख गरेका छन् । सामुहिक छलफलका क्रममा भने ५४ प्रतिशत महिला पत्रकारले कार्यालयमा लैङ्गिक विभेद रहेको बताएका थिए भने २५ प्रतिशतले मात्र यस्तो विभेद नरहेको बताएका थिए । अन्यले थाहा नभएको बताए ।

४.५.२. कस्तो किसिमको लैङ्गिक विभेद ?

आफू कार्यरत संस्थामा लैङ्गिक विभेद रहेको बताउने टेलिभिजन पत्रकार महिलाहरूले विभेद हुने गरेका विभिन्न पक्षहरू उल्लेख गरेका छन् ।

तालिका नं. २८

लैङ्गिक विभेदको प्रकृति

| क्र. स. | महिला पत्रकार माथिको भेदभावको प्रकृति | संख्या | प्रतिशत |
|---------|---------------------------------------|--------|---------|
| १ | महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोणमा खराबी | २० | ३६ |
| २ | प्रतिस्पर्धात्मक क्षमतामा शंका | १५ | २५ |
| ३ | जिम्मेवारी हस्तान्तरणमा संकोच | ८ | १३ |
| ४ | सेवा सुविधामा नै कमी | ३ | ५ |
| ५ | अन्य | १४ | २३ |
| ६ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उनीहरूको प्रतिक्रिया विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा प्रमुख महिला पत्रकारलाई हेर्ने दृष्टिकोण नै खराब रहेको देखिन्छ । टेलिभिजनका व्यवस्थापक तथा उच्च तहमा रहेका पुरुषहरूले महिलाको कार्यक्षमता, धैर्यता र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता कम हुने सोच पालेको देखिन्छ । जसले गर्दा महिला पत्रकारलाई कामको जिम्मेवारी दिँदा महत्वपूर्ण र निर्णायक हुने खालका जिम्मेवारी नदिने गरेको यस अध्ययनमा समेटिएका उत्तरदाताहरूले बताएका छन् । समान हैसियतका पुरुष र महिला कर्मचारीमा तलवमा समेत फरक रहेको केही उत्तरदाताले बताएका छन् । पितृसत्तात्मक सोचमा निर्भर हाम्रो समाजको असरले यस्तो हुने गरेको टेलिभिजन महिला पत्रकारको भोगाई रहेको छ । महिलाको शारीरिक अवस्था, पारिवारिक जिम्मेवारी आदिका कारण त्यस्तो विभेद रहेको पनि बताएका छन् ।

४.५.३. महिला पत्रकारलाई बिदा सम्बन्धि सुविधा :

मानिस सामाजिक प्राणी हो । उसलाई समाजका विभिन्न पक्षहरूसंग घुलमिल भएर बस्नुपर्ने हुन्छ । चाडपर्व, धार्मिक रित, घटना, दुर्घटना, विश्राम स्वास्थ्य स्थिति, घर परिवार, ईष्टमित्र जस्ता पक्षहरू जोडिएर रहने वास्तविकता हुन् । यसले गर्दा पेशाकर्मीलाई यस्ता वास्तविकतासंग तादाम्यता कायम गर्न समय समयमा बिदा आवश्यक पर्छ । जसले गर्दा कार्यालयको काममा वा कार्यालयमा उपस्थित हुन नसक्ने पनि हुन्छ । यसका लागि कार्यालयले बिदा सम्बन्धि विभिन्न नियमहरू बनाएको हुन्छ । नेपाल सरकारले निजामती सेवामा प्रवेश गर्नेहरूलाई विना भेदभाव निश्चित समयसम्म तलवी बिदाको व्यवस्था

गरेको छ । केही नीजि कम्पनीले पनि यसै नियमलाई लागू गरेको पाईन्छ । तर कतिले आफ्नै नियम बनाएका हुन्छन् । टेलिभिजन यस्तो संस्था हो, जहाँ चौविसै घण्टा कुनै न कुनै सञ्चारकर्मी ड्युटीमा हुनैपर्छ । सार्वजनिक विदाको दिनमा समेत कार्यालयको काममा खट्नुपर्ने बाध्यता सञ्चारकर्मीमा रहन्छ । तर पनि नेपाल सरकारको प्रचलित व्यवस्था तथा श्रम सम्बन्धि अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्ड अनुसार कुनै पनि श्रमिकले काममा विदा पाउनुपर्ने हुन्छ । नेपाली टेलिभिजनमा महिलाहरुलाई विदा सम्बन्धि व्यवस्था यस्तो रहेको देखियो ।

तालिका नं. २९

विदा सुविधा

| क्र.स. | विदाको विवरण | छ | छैन | थाहा नभएको | जम्मा |
|--------|--------------------------------|-----|-----|------------|-------|
| १ | साप्ताहिक विदा (सातामा १ दिन) | १०० | ० | ० | १०० |
| २ | भैपरिआउने विदा (मासिक १ दिन) | १०० | ० | ० | १०० |
| ३ | बेतलवी विदा | ६६ | ० | ३४ | १०० |
| ४ | अध्ययन विदा | १६ | ६३ | २१ | १०० |
| ५ | सुत्केरी विदा | ५१ | ० | ४९ | १०० |
| ६ | किरिया विदा | १९ | ० | ८१ | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

विदा सम्बन्धि प्रतिक्रिया हेर्दा सबै उत्तरदाताले आफू कार्यरत टेलिभिजनमा साप्ताहिक १ दिन आलो पालो गरि विदा दिने गरेको पाईयो । त्यस्तै वर्षमा थप १२ दिन भैपरि आउने विदा दिने गरेको पाईयो । त्यो भन्दा बाहेकको अवस्थामा ६६ प्रतिशत उत्तरदाताले तलब कट्टा गरी अर्थात बेतलवी विदा दिने गरेको बताएका छन् । यसैगरि ३४ प्रतिशत उत्तरदाताले यस सम्बन्धि जानकारी नभएको अर्थात आफूलाई थाहा नभएको बताएका छन् । अध्ययन विदाका सम्बन्धमा १६ प्रतिशत उत्तरदाताले आफूलाई त्यस्तो सुविधा रहेको जनाएका छन् भने ६३ प्रतिशत उत्तरदाताले अध्ययन विदाको सुविधा नभएको बताएका छन् । ५१ प्रतिशत उत्तरदाता पत्रकार महिलाले आफूलाई सुत्केरी विदाको सुविधा रहेको बताएका छन् भने ४९ प्रतिशत उत्तरदाताले थाहा नभएको बताएका छन् । १९ प्रतिशतले किरिया विदा उपलब्ध रहेको बताएका छन् भने बाँकिले केही उल्लेख गरेका छैनन् ।

४.५.४. औषधी उपचारको व्यवस्था

नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३ मा स्वास्थ्य सम्बन्धी हकलाई मौलिक हकको रूपमा मान्यता दिईएको छ । यसैगरि श्रमजिवी पत्रकार ऐन २०५१ ले पनि सञ्चारमाध्यममा कार्यरत पत्रकारलाई औषधी उपचार

सम्बन्धि व्यवस्था गरेको देखिन्छ । यस अध्ययनका क्रममा पनि पत्रकार महिलाहरूले कार्यालयबाट औषधी उपचारको सुविधा पाएका छन् कि छैनन ? जानकारी लिन खोजिएको छ ।

तालिका नं. ३०

उपचारको व्यवस्था छैन ।

| क्र. स. | औषधी उपचार सम्बन्धी व्यवस्था | संख्या | प्रतिशत |
|---------|------------------------------|--------|---------|
| १ | राम्रो छ | ८ | १६ |
| २ | सामान्य छ | १३ | २२ |
| ३ | छैन | ३० | ५१ |
| ४ | थाहाँ छैन | ४ | ८ |
| ५ | विवरण नभएको | ५ | ९ |
| ६ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

कार्यालयमा औषधी बिमा, कार्यालयको काममा दुर्घटना भएमा निश्चित उपचारको सुविधा, वर्षमा एक पटक औषधी उपचारको नाममा निश्चित रकम भुक्तान गर्ने सुविधा भएकालाई राम्रो व्यवस्था भएको अन्तर्गत राखिएको छ । त्यस्तै कार्यालयको कामका सिलसिलामा दुर्घटना वा विरामी भएमा कार्यालयले उपचार गराउनेलाई सामान्य अन्तर्गत राखिएको छ । तथा कुनैपनि व्यवस्था नभएकोलाई छैन अन्तर्गत राखिएको छ । औषधी उपचार सम्बन्धमा कुनैपनि व्यवस्था नभएको अर्थात छैन भनि जनाउने उत्तरदाताहरू ५१ प्रतिशत रहेका छन् । आधाभन्दा धेरैलाई कार्यालयले औषधी उपचारको व्यवस्था नगर्दा कर्मचारीले पेशागत सुरक्षाको प्रत्याभूति समेत गर्न नसकेको अवस्था आएको मान्न सकिन्छ । कार्यालयको कामको सिलसिलामा हुने दुर्घटनालाई मात्र सुविधा रहेको बताउने उत्तरदाता २२ प्रतिशत रहेका छन् । औषधी उपचार सम्बन्धि व्यवस्था राम्रो भएको बताउने उत्तरदाता मात्र १६ प्रतिशत रहेका छन् । औषधी उपचार तथा बिमा सम्बन्धि व्यवस्था भएका संस्थामा सरकारी टेलिभिजन र केही स्थापित निजी टेलिभिजन रहेका छन् । ९ प्रतिशत उत्तरदाताले कुनै जवाफ दिएका छैनन् भने कार्यालयमा काम गरेदेखि आफू त्यस्तो अस्वस्थ नभएको र के व्यवस्था हुन्छ त्यस वारेमा जानकारी नभएको पत्रकार महिलाहरूको संख्या ८ प्रतिशत रहेको छ ।

४.५.५. तालिमको अवसर

पेशा व्यवसायको प्रभावकारी सञ्चालन र व्यक्तित्व विकासका लागि तालिम जुनसुकै पेशाकर्मीहरूलाई पनि आवश्यक हुन्छ । कार्यालयको कामलाई प्रभावकारी रूपमा सम्पन्न गर्ने अर्थात कार्यक्षमता बृद्धिका

लागि समय समयमा कर्मचारीहरुले तालिम लिने र दिने गर्दछन् । तालिम प्राप्त व्यक्तिको काम प्रभावकारी र पूर्ण हुने हुँदा संस्थाले पनि आवश्यक तालिमको व्यवस्था गर्नुपर्ने हुन्छ । पत्रकारिता समाजको प्रतिष्ठीत अभिन्न र महत्वपूर्ण क्षेत्र हो । त्यसैले बाह्य क्षेत्रले पनि तालिमका अवसरहरु उपलब्ध गराईरहेका हुन्छन् । यस्ता तालिमका अवसरहरु आएमा कार्यालयवाट कसले बढी अवसर पाउँछ त ? वा पुरुष सरह महिलाले पनि उक्त अवसर पाउँछन् कि पाउँदैनन.? यसको विवरण तलको तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका नं. ३१

पत्रकार महिलाले कार्यालयमा पुरुष सहकर्मी सरह पाउने तालिमको विवरण

| क्र. स. | तालिमको अवसर | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------|--------------------|---------|
| १ | पाएको छ | ३४ | ५७ |
| २ | पाएको छैन | १९ | ३१ |
| ३ | थाहाँ छैन | ७ | १२ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिका अनुसार ५७ प्रतिशत पत्रकार महिलाहरुले आफ्नो कार्यालयवाट पुरुष सहकर्मी सरह ने तालिमको अवसर पाएको उल्लेख गरेका छन् । कार्यालयवाट पुरुष सहकर्मी सरह आफूले त्यस्ता अवसरहरु नपाएको बताउने पत्रकार महिला ३१ प्रतिशत रहेको छ । त्यस्ता अवसरहरु कसले बढी पाउँछ भन्ने जानकारी नभएको पत्रकार महिला संख्या १० प्रतिशत रहेको छ ।

४.५.६. विदेश भ्रमणको अवसर

नेपालको सन्दर्भमा टेलिभिजनवाट विदेश भ्रमण र तालिमको अवसरमा कार्यालयको भन्दा पनि व्यक्तिको आफ्नै पहलले ठूलो भूमिका खेल्दछ । पत्रकारको विदेश भ्रमणमा पत्रकारका पेशागत संगठनले पनि भूमिका खेलेको पाईन्छ । यसै प्रसंगमा विदेश भ्रमण तथा तालिमको अवसरमा कार्यालयले महिला वा पुरुष कसलाई प्राथमिकता दिन्छ भनी सोधिएको प्रश्नमा यस्तो जवाफ आएको छ । विदेश भ्रमणमा प्राथमिकता दिने सन्दर्भमा ६२ प्रतिशत उत्तरदाताले अवस्थामा भर पर्ने अर्थात अवसरको अवस्था अनुसार प्राथमिकता दिईने बताएका छन् । १२ प्रतिशतले पुरुषले बढी प्राथमिकता पाउने गरेको बताएका छन् भने २६ प्रतिशतले महिला पुरुष दुवैलाई समान प्राथमिकतामा राख्ने गरेको अनुभव बताएका छन् ।

तालिका नं. ३२

स्थिति हेरेर

| क्र.स. | तलिमको अवसर | संख्या | प्रतिशत |
|--------|---------------------------------|--------|---------|
| १ | अवस्थामा भर पर्छ | ३७ | ६२ |
| २ | पुरुषलाई बढी प्राथमिकता दिईन्छ | ७ | १२ |
| ३ | महिला पुरुषलाई समान अवसर दिईन्छ | १६ | २६ |
| ४ | महिलालाई बढी प्राथमिकता दिईन्छ | ० | ० |
| ५ | नियममा आधारित हुन्छ | ० | ० |
| ६ | थाहाँ छैन | ० | ० |
| ७ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

४.५.७. महिला सहकर्मीप्रति पुरुषको व्यवहार

हरेक कार्यका लागि सामुहिक प्रयासले त्यो कार्य सम्पादनमा निकै ठूलो प्रभावकारिता ल्याउने गर्छ । अभि टेलिभिजन जस्तो संवेदनशील सञ्चारमाध्यममा सहकर्मीबीच सहयोगको आदान प्रदान अपरिहार्य नै हुन्छ । अन्य क्षेत्रमा जस्तै यो क्षेत्रमा महिला र पुरुष दुवैको आवश्यकता पर्छ । एकै कार्यालयमा कार्यरत रहँदा सहयोगी सम्बन्ध हुनु जरुरी हुन्छ । यस अध्ययनले महिला पत्रकारप्रति पुरुष कर्मचारीको व्यवहारबारे जान्ने प्रयास गरिएको छ ।

तालिका नं. ३३

महिला पत्रकारप्रति पुरुष पत्रकारको व्यवहार

| क्र. स. | व्यवहार | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------|--------|---------|
| १ | सहयोगी | ३९ | ६५ |
| २ | असहयोगी | ४ | ६ |
| ३ | सामान्य | १७ | २९ |
| ४ | थाहाँ छैन | ० | ० |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

नतिजा हेर्दा नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत महिला पत्रकारलाई पुरुष सहकर्मीको असहयोग रहने अवस्था खासै देखिएन । ६५ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो पुरुष सहकर्मी सहयोगी रहेको बताएका छन् भने २९

प्रतिशतले मात्र सामान्य अवस्था रहेको बताएका छन् । दुवैखाले प्रतिक्रियाले सकारात्मक वातावरणलाई संकेत गर्दछ ।

४.५.८. पत्रकार महिलाको नजरमा पुरुष सहकर्मी

पुरुष सञ्चारकर्मीको व्यवहारलाई महिलाले कस्तो दृष्टिकोणले हेरेका छन् भन्ने पक्ष पनि यस सन्दर्भमा महत्वपूर्ण हुन आउँछ । यस सम्बन्धमा उत्तरदातालाई सोधिएको अर्को प्रश्नको जवाफ पनि सकारात्मक प्रकृतिको नै रहेको छ ।

तालिका नं. ३४

महिलाको नजरमा पुरुष

| क्र. स. | विश्लेषण | संख्या | प्रतिशत |
|---------|----------|--------|---------|
| १ | राम्रो | २६ | ४३ |
| २ | ठीकै | ३४ | ५७ |
| ३ | नराम्रो | ० | ० |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

पुरुषको व्यवहारलाई राम्रो भन्नेहरु ४३ प्रतिशत छन् भने ठीकै भन्नेहरु ५७ प्रतिशत छन् । पुरुषको व्यवहारलाई नराम्रो भन्ने उत्तरदाता एकजना पनि पाईएन । यसैगरि नराम्रो भए कस्तो किसिमको गतिविधि गर्छन् भन्ने प्रश्नको जवाफ कसैले पनि दिएका छैनन् । यसले के स्पष्ट पारेको छ भने नेपालका टेलिभिजनहरुमा पुरुषको महिलालाई असहयोग गर्ने, दुराग्रह राख्ने वा हेप्ने खालको प्रवृत्ति अव अस्तित्वमा छैन । नेपाली समाजमा पुरुषले महिलालाई दबाउछन्, हेप्छन् वा ईज्जत दिन मान्दैनन् भन्ने जस्ता अभियोगहरु नेपाली टेलिभिजन पत्रकारिता जगतबाट पूर्णरूपमा निराधार प्रमाणित भएका छन् ।

४.५.९. पत्रकार महिलाप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुष पत्रकारको भूमिका

हरेक क्षेत्रमा योजनाबद्ध या परिस्थितिबस कुनै रूपमा कसैबाट अन्याय हुनसक्छ । यस्ता व्यवहार महिलालाई मात्र होईन पुरुषलाई पनि पर्न सक्छ । विशेषगरी महिलाहरु बोल्न नसक्ने, डराउने आदि कारणले उनिहरुमाथि तुलनात्मक रूपले अन्याय बढी हुनसक्छ । कसैप्रति अन्याय हुँदा अन्य व्यक्तिले विषयबस्तुको गम्भिरतालाई हेरेर प्रतिक्रिया दिनुपर्ने हुन्छ । टेलिभिजनमा पत्रकार महिलाप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुषको प्रतिक्रिया कस्तो हुन्छ ? भन्नेवारे तलको तालिकामा उल्लेख गरिएको छ ।

तालिका नं. ३५

तटस्थ बस्छन्

| क्र. स. | पुरुष सहकर्मीको व्यवहार | उत्तरदाताको संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------------------------|--------------------|---------|
| १ | महिलाको पक्ष लिन्छन् | १३ | २२ |
| २ | पुरुषको पक्ष लिन्छन् | ५ | ९ |
| ३ | तटस्थ बस्छन् | २१ | ३५ |
| ४ | वास्ता गर्दैनन् | ८ | १३ |
| ५ | अवस्था अनुसार प्रतिक्रिया दिन्छन् | १२ | २१ |
| | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

तालिका अनुसार अध्ययनमा लिईएका २२ प्रतिशत उत्तरदाताले उनीहरूको कार्यालयमा पत्रकार महिलाप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुष सहकर्मीले महिलाको पक्ष लिने गरेको उल्लेख गरेका छन् भने ९ प्रतिशत उत्तरदाताले यस्तो व्यवहार हुँदा पुरुषको पक्ष लिएको जनाएका छन् । ३५ प्रतिशतको अनुभवमा महिलालाई अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुष सहकर्मी तटस्थ बस्ने गरेको देखिएको बताएका छन् । पत्रकार महिलाप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा वास्ता गर्दैनन् भनेर उल्लेख गर्ने १३ प्रतिशत रहेका छन् । बाँकि २१ प्रतिशत उत्तरदाताले पुरुष सहकर्मीले प्रतिक्रिया दिनुपर्दा अन्याय के कारण भएको छ ? त्यसमा कसको गल्ती छ ? त्यसको सत्य तथ्य बुझेर अवस्था अनुसार मात्र कसको पक्ष लिने भन्ने निर्णय गर्ने गरेको बताएका छन् ।

४.५.१०. कार्यालयको काममा लिङ्गको आधारमा हस्तक्षेप

पुरुष र महिलाका आ, आफ्नै शारीरिक विशेषता हुन्छन् । त्यो शारीरिक विशेषताका आधारमा जिम्मेवारी निर्धारण हुनु प्रकृतिसम्मत मानिन्छ । टेलिभिजन पत्रकारितामा पनि यस्ता धेरै अवस्था आउछन्, जहाँ महिलाको आवश्यकता पुरुषले पूरा गर्न सक्दैनन् । यसैगरि पुरुषको आवश्यकता महिलाले पूरा गर्न सक्दैनन् । तर महिलालाई कुनै अनुपयुक्त कारण देखाई वा कारण नदेखाई उच्च तहवाट जिम्मेवारी नदिने, उनीहरूको कार्यक्षमतामा शंका गर्ने जस्ता हस्तक्षेपकारी अवस्था सञ्चारमाध्यममा भएको हुनसक्छ । जुन कुराले लिङ्गका आधारमा कसैलाई पनि भेदभाव गर्न नपाईने संविधान प्रदत्त अधिकार तथा राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय कानूनको समेत उलंघन भएको ठहरिन्छ ।

तालिका नं. ३६

हस्तक्षेप छैन

| क्र. स. | लिङ्गका आधारमा हस्तक्षेप | संख्या | प्रतिशत |
|---------|--------------------------|--------|---------|
| १ | हस्तक्षेप हुन्छ | २१ | ३५ |
| २ | हस्तक्षेप हुदैन | ३५ | ५८ |
| ३ | थाहाँ छैन | ४ | ७ |
| ४ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

अध्ययनमा समेटिएका महिलाहरूमध्ये ३५ प्रतिशतले लिङ्गका आधारमा काममा हस्तक्षेप हुने गरेको बताएका छन् भने ५८ प्रतिशतले त्यस्तो हस्तक्षेप नहुने अनुभव देखाएका छन् । ७ प्रतिशतले यस वारेमा आफूलाई जानकारी नभएको बताएका छन् । यो अवस्थाले नेपाली टेलिभिजनमा महिलाहरूको कार्यदक्षतामा शंका गर्ने परिपार्टी अभै हट्न नसकेको देखिन्छ ।

४.५.११. महत्वपूर्ण जिम्मेवारीको बाडफाइ

टेलिभिजन पत्रकारितामा महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने अवसरहरू आईरहेका हुन्छन् । सञ्चारमाध्यममा काम गरेपछि विभिन्न खालका घटनाहरू तथा परिस्थितिहरूसंग पत्रकारले दिनदिनै सामना गर्नुपर्ने हुन्छ । महत्वपूर्ण घटनाहरूको प्रत्यक्ष प्रशारण प्रस्तुत गर्नुपर्ने, विशिष्ट व्यक्तिको अन्तर्वार्ता लिनुपर्ने, सम्पादकिय निर्णय लिनुपर्ने, निश्चित कामका लागि निश्चित समुहको नेतृत्व तथा संयोजन गर्नुपर्ने, कयौ दिनको लामो यात्रा गर्नुपर्ने, निर्णयक भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने जस्ता महत्वपूर्ण जिम्मेवारी बहन गर्नुपर्ने अवस्थामा जिम्मेवारी तोक्ने निकाय वा व्यक्तिले त्यस्तो जिम्मेवारी महिलालाई दिन्छन् या दिदैनन् ? यसवारे यो अध्ययनमा जान्ने प्रयास गरिएको थियो । जसको नतिजा यस्तो पाईयो ।

तालिका नं. ३७

सक्षम भए पाउछन्

| क्र. स. | प्राथमिकता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------------|--------|---------|
| १ | सक्षम भए पाउछन् | ४६ | ७७ |
| २ | क्षमता भएपनि पाउदैनन् | ८ | १३ |
| ३ | थाँहा छैन | ६ | १० |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदातामध्ये ७७ प्रतिशतले आफ्नो क्षमता भएका महिला भएमा जिम्मेवारी पाउन समस्या नरहेको अर्थात् सक्षम भए महत्वपूर्ण जिम्मेवारी पाउने जनाएका छन् भने १३ प्रतिशतले मात्र क्षमता भएपनि महत्वपूर्ण जिम्मेवारीबाट महिला भएकै कारण बञ्चित गर्ने गरेको बताएका छन् । त्यस्तै १० प्रतिशतले भने यसवारेमा आफूलाई थाहा नभएको प्रतिक्रिया दिएका छन् । सामुहिक छलफलका क्रममा पनि महिला पत्रकार पनि पुरुष सरह सक्षम भएमा पाउने धारणा राखेहरु ५८ प्रतिशत थिए भने सक्षम भएर पनि नपाउने धारणा राखेहरु ४२ प्रतिशत थिए । तर थाहा छैन भन्नेहरु भने पाइएन । महत्वपूर्ण जिम्मेवारी निर्वाह गर्न त्यही स्तरको क्षमता चाहिन्छ । महिलालाई अवसर दिने नाममा जिम्मेवारी सुम्पदा त्यो काम प्रभावकारी रूपमा सम्पन्न नहुन सक्छ । अझ त्यसले त नकारात्मक परिणाम समेत निम्त्याउन सक्छ । यसर्थ सक्षम भए जिम्मेवारी पाउने अवस्था आधिकाधिक देखिनु सकारात्मक पक्ष हो । थोरैले मात्र सक्षम हुँदाहुँदै पनि महत्वपूर्ण जिम्मेवारीबाट महिलालाई विमुख गर्ने प्रवृत्ति रहेको बताएका छन् । न्याय सबैले पाउनुपर्छ । धेरैले पाएका छन् र थोरैले मात्र न्याय पाएनन् भनी त्यो थोरैको वेवास्ता गर्नु न्यायको प्राकृतिक सिद्धान्त खिलाफ हुन जान्छ । त्यसैले यो अवस्था हटाउनुपर्ने देखिन्छ ।

तालिका नं. ३८

समाचारको मुख्य बीटमा महिला

| क्र. स. | प्राथमिकता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|------------------------|--------|---------|
| १ | सक्षम भए दिन्छन् | १५ | २४ |
| २ | सक्छु भन्दापनि दिदैनन् | ३७ | ६२ |
| ३ | थाहा छैन | ८ | १४ |
| जम्मा | | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

यस्तै महिला सम्वाददातामध्ये रिपोर्टिंगको मुख्य वीट हेर्ने कतिजना छन् भनि गरिएको अध्ययनमा जम्मा २४ प्रतिशत उतादाताले मात्र समाचारको मुख्य वीट दिएको बताएका छन् भने ६२ प्रतिशतले आफूले सक्छु भन्दा पनि मुख्य वीट नदिएको बताएका छन् । १४ प्रतिशतले यसवारेमा थाहा नभएको बताएका छन् ।

४.५.१२. नियुक्तिमा प्राथमिकता

टेलिभिजन पत्रकारितामा महिला सहभागिता कम छ । तर टेलिभिजन पत्रकारितामा महिला अनिवार्य जस्तै बनेको छ । कमसेकम टेलिभिजनको पर्दामा महिलाको अनुहार त देखाउनै पर्छ । महिलाको आवाजमा रिपोर्टहरु बज्ने पर्छ । यसैले पुरुष मात्र सहभागि हुँदा त्यो संस्था र त्यो टेलिभिजनको प्रसारण

नै अपांग जस्तै हुन्छ । महिला पत्रकार नियुक्त गर्दा टेलिभिजनमा कस्ता महिलालाई प्राथमिकता दिईन्छ भन्ने सवाल पनि महत्वपूर्ण रहन्छ । महिला पत्रकार नियुक्त गर्दा दिईने गरेको प्राथमिकताका सम्बन्धमा यस्तो परिणाम देखिएको छ ।

तालिका नं. ३९

परिश्रमी र जेहेन्दारलाई

| क्र. स. | प्राथमिकता | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-----------------------------|--------|---------|
| १ | अविवाहितलाई | ८ | १४ |
| २ | विवाहितलाई | २ | ४ |
| ३ | विवाहित तर बच्चा नभएकालाई | ० | ० |
| ४ | परिश्रमी र जेहेन्दारलाई | ३० | ४८ |
| ५ | रोजगारी दिनेको इच्छा अनुसार | १२ | २० |
| ६ | थाहाँ छैन | ८ | १४ |
| ७ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

उत्तरदाताको अनुभवमा आधारित जवाफ हेर्दा नेपालका टेलिभिजन च्यानल व्यवस्थापकहरुले आफ्नो संस्थामा परिश्रमी र जेहेन्दारलाई बढी प्राथमिकता दिने गरेको पाईयो । ४८ प्रतिशत उत्तरदाताले आफू कार्यरत संस्थामा ईमान्दार र जेहेन्दारलाई मुख्य प्राथमिकतामा राखेको पाएको बताएका छन् । रोजगारी दिनेको इच्छा के छ त्यसैमा भर पर्ने प्रतिक्रिया २० प्रतिशत उत्तरदाताले दिएका छन् भने अविवाहितलाई प्राथमिकता दिने गरेको अनुभव १४ प्रतिशत उत्तरदाताले दिएका छन् । यस्तै १४ प्रतिशतले यसवारेमा जानकारी नभएको बताएका छन् ।

उत्तरदाताहरूसंग त्यस्तो प्राथमिकता निर्धारण हुनुका सम्भावित कारणहरु पनि बुझ्न खोजीएको थियो । जसअनुसार जेहेन्दार र इमान्दारलाई प्राथमिकता दिने बताउनेहरुले व्यवसायीकता कायम गर्न, कामलाई प्रभावकारी बनाउन, प्रतिस्पर्धामा अगाडि बढ्न तथा गुणस्तर उच्च राख्न जस्ता कारणहरु पेश गरेका छन् । कस्ता महिला नियुक्त गर्ने भन्ने रोजगारदातामा निर्भर हुन्छ भन्नेहरुले लगानीकर्ताको बर्चश्व हुने, लगानीकर्ताले संस्थाको आवश्यकता चिन्न सक्ने, उसको चाहना निर्णायक हुने जस्ता कारणहरु उल्लेख गरेका छन् । अविवाहित महिला नियुक्त गर्दा कार्यालयमा धेरै समय दिनसक्ने भएकाले अविवाहित महिला प्राथमिकतामा परेको जनाएका छन् । आफूलाई यस विषयमा जानकारी नभएको वा थाहाँ नभएको

बताउनेहरूले मानव संसाधन आफ्नो सरोकारको विषय नहुने, कम्पनीले यस्ता कुरा गोप्य राख्ने जस्ता भनाईहरू राखेका छन् ।

४.५.१३. विशेष सुविधा

टेलिभिजनमा काम गर्ने पत्रकार महिलाको आत्मविश्वासलाई हेर्ने हो भने उनीहरू सकारात्मक परिवर्तनको महान आकांक्षा राखेर टेलिभिजन पत्रकारितामा संलग्न छन् । तर त्यो संलग्नता संख्यात्मक र गुणात्मक रूपले त्यति प्रभावकारी भने देखिएको छैन । यसको समाधानका लागि कतै पत्रकार महिलालाई पुरुष भन्दा विशेष खालका सुविधा दिनु जरुरी त छैन ? भन्ने जानकारी स्वयं पत्रकार महिलाबाट लिईएको छ ।

तालिका नं. ४०

विशेष सुविधा चाहिन्छ

| क्र. स. | पत्रकार महिलालाई विशेष सुविधा | संख्या | प्रतिशत |
|---------|-------------------------------|--------|---------|
| १ | दिनु पर्छ | ४२ | ७० |
| २ | दिनु पर्दैन | १८ | ३० |
| ३ | जम्मा | ६० | १०० |

स्रोत : स्थलगत सर्वेक्षण २०६८ ।

टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलालाई विशेष सुविधाको व्यवस्था हुनुपर्छ भन्नेमा ७० प्रतिशत उत्तरदाताको मतैक्यता छ भने बाँकि ३० प्रतिशतले यस्तो आवश्यकता नरहेको बताएका छन् ।

सुविधा दिनुपर्ने भए कस्तो अवस्थामा वा कस्तो प्रकृतिको सेवा सुविधा उपलब्ध गराउनु पर्छ भन्ने प्रश्न पनि उत्तरदातालाई गरिएको थियो । विशेष सुविधाको पक्षमा रहेका उत्तरदाताहरूले महिलाको शारीरिक अवस्था, नेपालको सामाजिक अवस्था तथा पेशागत सुरक्षा र क्षमता अभिवृद्धि जस्ता पक्षमा ध्यान दिनुपर्ने सुझाव दिएका छन् । महिला प्राकृतिक रूपमा नै शारीरिक रूपले पुरुषको तुलनामा कमजोर हुन्छन् । सन्तान जन्माउने, हुर्काउने जस्ता कार्यमा महिलालाई विशेष जिम्मेवारी हुन्छ । यस्तो अवस्थामा महिलालाई विशेष सुविधाको आवश्यक पर्ने धेरैको सुझाव छ । त्यस्तै पत्रकारितामा महिलाको सहभागिता कम हुनुमा क्षमतावान महिलाको संख्या कम भएकाले हो भन्दै महिला पत्रकारलाई क्षमतावान बनाउन उनीहरूको पेशागत कार्यमा निपुर्णता ल्याएर उच्च नेतृत्व तहसम्म पुग्ने बनाउन तालिम तथा क्षमता विकासका गतिविधिमा महिलालाई विशेष सुविधा दिनुपर्ने अर्काथरीको तर्क देखिन्छ । महिलाप्रति समाजले हेर्ने दृष्टिकोण अझै नकारात्मक रहेको भन्दै उनीहरूको रातीको काम रातीको यात्रा तथा अन्य अवस्थामा समेत सुरक्षाको प्रत्याभूति राम्रो हुनुपर्ने बताएका छन् । त्यस्तै महिलाले कार्यालय र

परिवार समेत सम्हाले भूमिका निभाउनु पर्ने बाध्यता रहेका कारण व्यवहारिक समस्या मिलाउन विशेष सुविधा दिनुपर्ने महिलाहरुको राय छ ।

अध्याय पाँच

सारांश, निश्कर्ष तथा सुझाव

५.१. सारांश

नेपाल टेलिभिजनको आरम्भसंगै शुरु भएको नेपाली पत्रकारितामा महिला सहभागिता आजका दिनमा कुन अवस्थामा छ भन्ने जान्ने चाहना राख्नु स्वभाविक हो । त्यही स्वभाविक चाहना पुरा गर्न यो अध्ययन गरिएको हो । यस अध्ययनको मुख्य उद्देश्य टेलिभिजन पत्रकारिता क्षेत्रमा लागेका र त्यसमा पनि रिपोर्टिङ गर्ने महिलाहरूको सामाजिक, आर्थिक र पेशागत अवस्था पत्ता लगाउनुका साथै कार्यालयमा महिलालाई कार्यालयले गर्ने व्यवहार र पुरुष सहकर्मीले गर्ने व्यवहारमा लैगीक दृष्टिले हेरिएको छ । यस वारेमा जान्ने चाहना राख्नेलाई यो सुचनापत्र मात्र नभएर नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत महिलाहरूको अवस्था विश्लेषण गरी सुधार गर्नुपर्ने पक्षहरूको स्पष्ट पहिचान गर्ने र त्यसका लागि सुझाव दिनु यो अध्ययनको उद्देश्य हो ।

अध्ययन कार्यका लागि प्रत्येक टेलिभिजन कार्यालयमा पुगी आवश्यक पर्ने केही संख्यात्मक तथा विवरणात्मक तथ्यांक संकलन गरिएको छ । प्रश्नावली सर्वेक्षणका लागि उद्देश्यमूलक र सुविधाजनक नमुना सर्वेक्षण विधिलाई अपनाईएको छ । विभिन्न टेलिभिजनकर्मीसंग रहेको व्यक्तिगत चिनाजानीका साथै टेलिभिजन कार्यालयमा गएको समयमा भेट भएका पत्रकार महिलालाई सम्बन्धित संचारमाध्यममा गई संरचित प्रश्नावली भराई तथ्यांक संकलन गरिएको छ । संकलित तथ्यांकलाई विभिन्न शिर्षकमा तालिका बनाई व्याख्या र विश्लेषण गरिएको छ ।

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत महिला पत्रकारको अवस्था पत्ता लगाउन गरिएको यो अध्ययनका क्रममा संख्यात्मक रूपले नै महिलाको उपस्थिति टेलिभिजन पत्रकारितामा कमजोर पाईएको छ । नेपालका टेलिभिजनहरूका केन्द्रीय कार्यालयहरू राजधानीमै छन् । पत्रकारिता गर्ने सुचना तथा संचार मन्त्रालयमा प्रसारणरत सरकारी तथा नीजि गरी एघार टेलिभिजनका केन्द्रमा कुल ७ सय १६ पत्रकार कार्यरत रहेको पाईयो । यसमा महिला पत्रकारको संख्या केवल १ सय ३७ मात्र छ भने पुरुषहरूको संख्या ५ सय ८९ रहेको छ । १ सय ३७ पत्रकार महिला भनेको केव १७ दशमलव ७४ प्रतिशत हुन आउँछ । अझ महिला सम्वाददाताको संख्या त जम्मा ६० जनामात्र छ ।

पत्रकार महिलाको उपस्थिति संख्यात्मक हिसावले जति कमजोर छ, भूमिकाको हिसावले पनि त्यति नै कमजोर देखिन्छ । कुनै पनि टेलिभिजनमा प्रधान सम्पादकको जिम्मेवारी सम्हाल्ने समाचार प्रमुखको

पदमा महिला पुग्न सकेका छैनन् । सबै टेलिभिजनको समाचार कक्षमा पुरुषकै नेतृत्व छ । समाचार संयोजकको भूमिकामा पनि महिला पुगेकै छैनन् । विभागको नेतृत्व गर्ने गरी नेपाल टेलिभिजनको दृश्य सम्पादन शाखा र अध्ययनका लागि लिईएको एक सय जना उत्तरदातामध्ये ७ जना (७ प्रतिशत) १५ देखि २० वर्ष उमेर समुहमा रहेको पाईयो । २० देखि २५ वर्ष उमेर समुहका महिला पत्रकारको चाँप उच्च रहेको देखियो ६३ प्रतिशत टेलिभिजन पत्रकार महिला २० देखि २५ वर्ष उमेर समुहका छन् । टेलिभिजनलाई ग्यामरको रूपमा लिएर आफ्नो करिअर अगाडि बढाउने पत्रकार महिलाको चाहनाले गर्दा नेपाली टेलिभिजन अझ नीजि र नयाँ टेलिभिजनमा यो उमेर समुहको प्रभुत्व रहेको देखिएको छ । तर २५ देखि ३० वर्ष उमेर समुहको पत्रकार महिलाको संख्या केवल १४ प्रतिशत रहेको पाईएको छ । पत्रकारिता र गृहस्थी जिवनबीचको द्वन्द्वात्मक सम्बन्ध र नीजि टेलिभिजनमा प्राप्त हुने न्युन सेवा सुविधाका कारण यस्तो अवस्था आएको देखिन्छ । ३० देखि ३५ वर्ष, ३५ देखि ४० वर्ष र ४० भन्दा माथि क्रमशः ९, ५ र २ प्रतिशत महिला पत्रकार रहेको देखिन्छ ।

टेलिभिजन पत्रकार महिलाको शैक्षिक स्तर हेर्दा ६३ प्रतिशत महिला पत्रकार स्नातकोत्तर उत्तीर्ण रहेको देखिन्छ । २९ प्रतिशतले स्नातक तह उत्तीर्ण गरेका छन् भने ८ प्रतिशत प्रमाणपत्र तह उत्तीर्ण छन् ।

अध्ययनमा समेटिएका महिला पत्रकारको परिवारको मुख्य आयस्रोतको रूपमा नोकरी रहेको पाईएको छ । ७५ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो पारिवारिक पेशा नोकरी बताएका छन् भने १६ प्रतिशतले मात्र कृषिलाई आफ्नो पारिवारिक पेशाको रूपमा उल्लेख गरेका छन् । व्यापार व्यवसाय ६ प्रतिशत उत्तरदाताको पारिवारिक पेशा छ भने ३ प्रतिशतले अन्य उल्लेख गरेका छन् । यो तथ्यले एउटा गम्भिर प्रश्न खडा गरेको छ । खोई त कृषकका छोरीहरु नेपाली टेलिभिजनमा ? समाजले टाठाबाठाको पेशा मान्ने टेलिभिजन पत्रकारितामा कृषकका छोरी बुहारीको उपस्थिति कम देखिनुले कृषिमा आश्रित परिवारले छोरीलाई उच्च शिक्षाको अवसर दिन नसकेको हुनसक्ने अनुमान गर्न सकिन्छ ।

टेलिभिजन पत्रकारितामा संलग्न पत्रकार महिलाका परिवारका अग्रजको संलग्नता अत्यन्त कम देखिएको छ । ८६ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्ना परिवारको कुनै पनि सदस्य पत्रकारितामा संलग्न नभएको उल्लेख गरेका छन् । यसैगरी १४ प्रतिशतले मात्र यो पेशामा आफ्ना परिवारका सदस्य संलग्न भएको बताएका छन् ।

अध्ययनमा समेटिएका अत्यधिक उत्तरदाताहरुले आफू पत्रकारिता पेशामा रहँदा आफ्नो परिवारको सहयोग तथा दृष्टिकोण सकारात्मक रहेको औल्याएका छन् । ७७ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्नो परिवार पेशाप्रति सकारात्मक रहेको बताएका छन् । नकारात्मक बताउने उत्तरदाता भेटिएनन् । ८ प्रतिशत

उत्तरदाताले आफ्नो पेशाप्रति परिवारको सहयोग बढी सकारात्मक र कम नकारात्मक रहेको बताएका छन् भने १५ प्रतिशतले कम सकारात्मक र बढी नकारात्मक रहेको जनाएका छन् ।

विभिन्न पेशा छोडेर पत्रकारितामा आउनेमध्ये सबैभन्दा धेरै ५१ दशमलव १ प्रतिशत महिला शिक्षण पेशाबाट आएको देखिन्छ । त्यसपछि टेलिभिजनसंग केही मिल्दोजुल्दो पेशा रेडियोबाट आउने टेलिभिजन पत्रकार महिलाको संख्या २४ दशमलव ४ प्रतिशत रहेको देखिन्छ । पत्रिकाबाट १३ दशमलव ३ प्रतिशत र अन्य पेशाबाट ११ दशमलव २ प्रतिशत रहेका छन् ।

अनुसन्धानमा सहभागी उत्तरदातामध्ये ७८ प्रतिशतले खुल्ला प्रतिस्पर्धा मार्फत संस्थामा प्रवेश गरेको बताएका छन् । टेलिभिजन पत्रकार महिलाको शैक्षिक विवरणमा ६३ प्रतिशत महिला पत्रकार स्नातकोत्तर तहको शैक्षिक योग्यता हासिल गरेको अवस्था र यो तथ्यले महिलाहरु अब खुल्ला प्रतिस्पर्धामा उत्रिएर आफ्नो व्यवसायिक जीवन संचालन गर्न सक्छन् भन्ने तथ्यलाई स्थापित गरेको छ । २२ प्रतिशत महिला पत्रकार मात्र चिनेजाने मान्छेको सहयोगमा टेलिभिजनमा प्रवेश गरेको बताएका छन् ।

पारिश्रमिकको स्तर हेर्दा सबैभन्दा धेरै ४१ प्रतिशत ८ हजार रुपैयासम्म पारिश्रमिक पाउने महिला छन् । खासगरि टेलिभिजनमा भर्खरै प्रवेश गरेका महिलाहरुले यो स्तरको पारिश्रमिक पाउने गरेको देखिन्छ । उपत्यकाको महंगीको स्तर अनुसार यो पारिश्रमिक न्यून नै देखिन्छ । तर आफ्नो अनुभव क्षमता विस्तार हुँदै जाँदा पारिश्रमिक बढ्ने अपेक्षा महिला पत्रकारहरुको देखिन्छ । त्यस्तै १० हजार रुपैया भन्दा धेरै पारिश्रमिक प्राप्त गर्ने उत्तरदाताहरुको संख्या ४० प्रतिशत छ । स्नातकोत्तरको शैक्षिक योग्यता, राम्रो कार्यदक्षता तथा स्थापित टेलिभिजनहरुमा काम गर्ने महिलाहरुले १० हजार रुपैया भन्दा बढी पारिश्रमिक पाउने गरेको पाइएको छ । ५ हजारभन्दा कम पारिश्रमिक पाउने महिला पत्रकार भने भेटिएनन् ।

टेलिभिजनमा कार्यरत धेरैजसो पत्रकार महिलाहरु आफ्नो पेशाबाट सन्तुष्ट देखिएका छैनन् । ६९ प्रतिशतले आफू पेशाबाट सन्तुष्ट नरहेको बताएका छन् भने ३१ प्रतिशतले पेशाप्रति सन्तुष्ट रहेको बताएका छन् । असन्तुष्टी जनाउनेहरुले पेशागत भविष्य नदेखेको बताएका छन् ।

नेपालका टेलिभिजनमा सेवा सुविधा राम्रो भएकै कारण संलग्न हुनेहरुको उपस्थिति नै छैन । ५५ प्रतिशतले सकारात्मक परिवर्तनका लागि टेलिभिजन पत्रकारिता मनपर्ने बताएका छन् । यसले टेलिभिजन पत्रकारहरुमा पत्रकारिताको जिम्मेवारीबोध भएको स्पष्ट देखिन्छ । १४ प्रतिशतले अन्य माध्यमभन्दा टेलिभिजनमा काम गर्दा धेरैले चिन्ने आधार पेश गरेका छन् भने १८ प्रतिशतले श्रव्यदृश्य माध्यम भएको, छिटो प्रभावकारी हुने जस्ता कारण उल्लेख गरेका छन् । १३ प्रतिशत उत्तरदाताले आफूलाई यस विषयमा थाँहा नभएको उल्लेख गरेका छन् ।

धेरै महिला पत्रकारले अरु कुनै राम्रो अवसर आएमा टेलिभिजन पत्रकारिता छाड्ने विचार व्यक्त गरेका छन् । अर्को अवसर आए टेलिभिजन पत्रकारिता छाड्ने विचार राख्नेहरू ५३ प्रतिशत छन् भने अर्को अवसर आएपनि टेलिभिजन पत्रकारिता नछाड्ने विचार राख्नेहरू ३५ प्रतिशत रहेका छन् । यसरी पेशा परिवर्तन गर्न चाहनेहरूले क्रमशः कुटनीतिक निकाय, निजामती सेवा तथा सुरक्षित भविष्य हुने खालका अन्य पेशामा जान चाहेको बताएका छन् ।

टेलिभिजनमा लैंगिक विभेद रहे नरहेको सम्बन्धमा ४४ प्रतिशत उत्तरदाताले कार्यालयमा लैंगिक विभेदको स्थिति रहेको बताएका छन् । यो प्रतिशत बढी देखिनुले सकारात्मक परिवर्तनका लागि टेलिभिजन पत्रकारिता मन पराएको बताउने पत्रकार महिलाहरूले व्यवहारमा भने चुनौतीको सामना गर्नुपरेको अवस्थालाई प्रतिविम्बित गर्दछ । ४० प्रतिशत उत्तरदाताले भने आफ्नो कार्यालयमा लिङ्गका आधारमा भेदभाव नहुने बताएका छन् । १६ प्रतिशत महिला पत्रकारहरूले भने पुरुष सहकर्मी र आफूबीचमा कार्यालयवाट त्यस्तो विभेद भए नभएको थाँहा नभएको उल्लेख गरेका छन् ।

लैङ्गिक विभेद रहेको बताउनेहरूको प्रतिक्रिया विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा प्रमुख महिला पत्रकारलाई हेर्ने दृष्टिकोण नै खराब रहेको देखिन्छ । टेलिभिजनका व्यवस्थापक तथा उच्च तहमा रहेका पुरुषहरूले महिलाको कार्यक्षमता, धैर्यता र प्रतिस्पर्धात्मक क्षमता कम हुने सोच पालेको देखिन्छ ।

अध्ययनमा समेटिएका ५१ प्रतिशत पत्रकार महिलाहरूलाई औषधी उपचार सम्बन्धमा कुनैपनि व्यवस्था नभएको पाइएको छ । आधाभन्दा धेरैलाई कार्यालयले औषधी उपचारको व्यवस्था नगर्दा कर्मचारीले पेशागत सुरक्षाको प्रत्याभूति समेत कम गर्ने अवस्था आएको मान्न सकिन्छ । कार्यालयको कामको शिलशिलामा हुने दुर्घटनामा मात्र औषधी उपचारको सुविधा रहेको बताउने उत्तरदाता २२ प्रतिशत रहेका छन् । औषधी उपचार सम्बन्धी व्यवस्था राम्रो भएको बताउनेहरू १६ प्रतिशत छन् ।

नेपाली टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलालाई पुरुष सहकर्मीको सहयोग रहने अवस्था खासै देखिएन । ६५ प्रतिशत उत्तरदाताले आफ्ना पुरुष सहकर्मी सहयोगी रहेको बताएका छन् भने २९ प्रतिशत पत्रकार महिलाले सामान्य रहेको बताएका छन् । दुबैखाले प्रतिक्रियाले सकारात्मक वातावरणलाई नै संकेत गर्दछ ।

पुरुष सहकर्मीको व्यवहारलाई राम्रो भन्नेहरू ४३ प्रतिशत छन् भने ठीकै भन्नेहरू ५७ प्रतिशत छन् । पुरुष सहकर्मीको व्यवहारलाई नराम्रो भन्ने उत्तरदाता एउटा पनि पाइएन । नराम्रो भए कस्तो खालको गतिविधि गर्छन् भन्ने प्रश्नको जवाफ कसैले पनि दिएका छैनन् । यसले के स्पष्ट पारेको छ भने नेपालका टेलिभिजनहरूमा पुरुषले महिलालाई असहयोग गर्ने, दुराग्रह राख्ने वा हेप्ने खालको प्रवृत्ति अब अस्तित्वमा छैन ।

अध्ययनमा लिइएका २२ प्रतिशत उत्तरदाताले उनीहरूको कार्यालयमा पत्रकार महिलाप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुष सहकर्मीले महिलाको पक्ष लिन गरेको उल्लेख गरेका छन् भने ९ प्रतिशत उत्तरदाताले यस्तो व्यवहार हुँदा पुरुषको पक्ष लिएको जनाएका छन् । ३५ प्रतिशतको अनुभवमा महिलालाई अन्यायपूर्ण व्यवहार हुँदा पुरुष सहकर्मी तटस्थ बस्ने गरेको बताएका छन् ।

कार्यालयको काममा महिलालाई जिम्मेवारी दिने सम्बन्धमा ७७ प्रतिशत उत्तरदाताले क्षमता भएका महिला भएमा जिम्मेवारी पाउन समस्या नरहेको अर्थात् सक्षम भए महत्वपूर्ण जिम्मेवारी पाउने जनाएका छन् भने १३ प्रतिशतले मात्र क्षमता भएपनि महत्वपूर्ण जिम्मेवारीबाट महिलालाई वञ्चित गर्ने गरिएको जनाएका छन् । त्यस्तै १० प्रतिशतले भने यस वारेमा आफूलाई थाहा नभएको प्रतिक्रिया दिएका छन् । यस्तै ६२ प्रतिशत महिला पत्रकारले आफूलाई मुख्य वीटमा रिपोर्टिंग गर्न नदिईएको बताएका छन् भने २४ प्रतिशतले आफूले मागेमा संस्थाले दिने बताएका छन् र यसवारे खासै थाहा नभएको बताउने १४ प्रतिशत छन् ।

टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलालाई विपेश सुविधाको व्यवस्था हुनुपर्छ भन्नेमा ७० प्रतिशत उत्तरदाताको मत्तैक्यता छ भने बाँकि ३० प्रतिशतले यस्तो आवश्यकता नरहेको बताएका छन् ।

विपेश सुविधाको पक्षमा रहेका उत्तरदाताहरूले महिलाको शारिरीक अवस्था, नेपालको सामाजिक अवस्था तथा पेशागत सुरक्ष, सामाजिक अभिवृद्धि जस्ता विभिन्न पक्षमा ध्यान दिनुपर्ने सुझाव दिएका छन् । महिला प्राकृतिक रुपमा नै शारिरीक रुपमा पुरुषको तुलनामा कमजोर हुन्छन् । सन्तान जन्माउने, हुर्काउने कार्यमा महिलाकै विपेश जिम्मेवारी हुन्छ । यस्तो अवस्थामा महिलालाई विपेश सुविधा आवश्यक पर्ने धेरैको सुझाव छ । त्यस्तै पत्रकारितामा महिलाको सहभागिता कम हुनुमा क्षमतावान महिलाको संख्या कम भएकाले महिला पत्रकारलाई क्षमतावान बनाउन उनीहरूको पेशागत कार्यमा निपूर्णता ल्याएर उच्च तथा नेतृत्व तहसम्म पुग्ने बनाउन तालिम तथा क्षमता विकासका गतिविधिमा महिलालाई विपेश सुविधा दिनुपर्ने अर्काथरीको तर्क देखिन्छ । महिलाप्रति समाजले हेर्ने दृष्टिकोण अझै नकारात्मक रहेको भन्दै उनीहरूको रातीको काम, रातीको यात्रा तथा अन्य अवस्थामा समेत सुरक्षाको प्रत्याभूति राम्रो हुनुपर्ने बताएका छन् । त्यस्तै महिलाले कार्यालय र परिवार समेत सम्हाल्ने भूमिका निभाउनुपर्ने बाध्यता रहेका कारण व्यवहारिक समस्या मिलाउन विपेश सुविधा दिनुपर्ने सुझाव दिएका छन् ।

५.२ निष्कर्ष

यथार्थ तितो होला तर तथ्य त्यही हो कि नेपाली समाज पुरुष प्रधान समाज हो । जहाँ निर्णायक भूमिका पुरुषको रहन्छ । पुरुषहरूको तुलनामा महिला कमजोर स्थितिमा रहेको अवस्था नेपालमा मात्र होईन, विश्वका सम्पन्न मुलुकहरूकै राजनीतिक, आर्थिक सामाजिक इतिहास र वर्तमान केलाउँदा पनि महिला

पुरुषभन्दा सारमा पछाडि नै रहेको देखिन्छ । तर यसैलाई वास्तविकता मानेर यथास्थितिवादी चिन्तनवाट समाजलाई अगाडि बढ्न नदिने हो भने महिला पछाडि परेकै कारण समग्र मानव सभ्यताकै इतिहास तथा विकासक्रम अपाङ्ग हुदै जाने निश्चित छ । वास्तवमा यही वास्तविकतालाई मनन गरेर विश्व समुदाय महिला शशक्तिकरणको अभियानमा जुटेको पनि छ । पुरुष प्रधान समाजको पृष्ठभूमिमा प्रजातान्त्रिक र मानविय चेतनाको विस्तारसंगै महिलाको क्षमता, स्वतन्त्रता, व्यक्तित्व विकास जस्ता पक्षहरूलाई नेपाली समाजले पनि स्वीकार गरेको छ ।

टेलिभिजनमा महिला सहभागिताको इतिहास टेलिभिजन प्रसारणको इतिहाससंगै शुरु भएपनि आजका दिनमा आईपुग्दा टेलिभिजनमा पुरुषको जस्तो उपस्थिति महिलाको देखिदैन । शुरुका दिनमा भन्दा सहभागितामा केही बृद्धि भने नभएको होईन । तर पनि पुरुषको तुलनामा हेर्नुपर्दा समाजका अन्य क्षेत्रमा जस्तै टेलिभिजनको क्षेत्रमा पनि महिला सञ्चारकर्मीको उपस्थिति अत्यन्तै कम छ । यतिमात्र होईन, नीति निर्माणको तहमा त महिलाको सहभागिता सारै निरासाजनक छ । टेलिभिजनको समाचार संकलनको मुख्य बीटमा पनि जिम्मेवारी पाउने महिलाको संख्या अत्यन्त न्युन छ । यसमा आम नेपाली समाजमा रहेको गलत चिन्तन नै मुख्य कारण देखिन्छ । महिलाको क्षमतामा विश्वास गर्न नसक्ने पुरुषवादी चिन्तन मुख्य कारण हुदाहुदै पनि कतिपय अवस्थामा घर परिवारका कारण पनि महिला पत्रकारहरूसंग समय नहुनु, विवाहपछि पेशालाई निरन्तरता दिन नसक्नु, क्षमता विकासमा महिला पत्रकार स्वयंको ध्यान नपुग्नु जस्ता कारण पनि महिला पत्रकारहरू उपल्लो तहमा पुग्नवाट वञ्चित बन्नु परेको छ । कम उपस्थितिकै कारण उनीहरूको आवाज र समस्या सम्बन्धित ठाउसम्म पुग्न नसकीरहेको अवस्था एकातिर छ भने अर्कोतिर समाचारका विषयहरूमा पनि पुरुषका विषयले नै बढी स्थान पाएको देखिन्छ । कार्यालयको काममा लिंगको आधारमा हस्तक्षेप भएको नदेखिएपनि तालिमको अवसरमा भने भेदभाव हुने हुनाले पनि महिला पत्रकारले क्षमता विकास गर्न सक्दैनन् , जसका कारण पनि महिला पत्रकारहरू मुख्य जिम्मेवारीवाट वञ्चित हुनुपरेको देखिन्छ ।

यसरी निश्कर्षमा के भन्न सकिन्छ भने आम नेपाली समाजमा व्याप्त पुरुषवादी चिन्तन र पितृसत्तात्मक सामाजिक संरचनाको प्रभाव टेलिभिजनमा पनि छ । जसका कारण महिला पत्रकारहरूको संख्यात्मक उपस्थिति कम हुनेदेखि लिएर उनीहरू जिम्मेवारीको उपल्लो तहमा पुग्नवाट समेत वञ्चित हुनुपरेको छ । तर हाम्रो समाजका अन्य क्षेत्रमा भन्दा टेलिभिजन पत्रकारिताको क्षेत्रमा भने महिलाहरूको अवस्था केही सुधारोन्मुख देखिन्छ । तर पनि यतिमै चित्त बुझाएर बस्न सक्ने स्थिति भने छैन । टेलिभिजन आफैमा ग्यामरको क्षेत्र भएको हुनाले पनि अन्य क्षेत्रमा भन्दा यसमा महिलाहरूले अवसर पाएका छन् तर त्यो अवसर निर्णायक भूमिकामा पुग्न सकेको छैन ।

५.३. थप अध्ययनका लागि सुझाव

कुनै पनि अध्ययनका परिणामहरु निश्चित क्षेत्र र अवधिसम्मका लागि उपयोगी हुन सक्छन् । त्यस्तै एक अध्ययन कार्यले अन्य अध्ययनका आवश्यक क्षेत्र पहिचान गरेको हुन्छ । यो अध्ययनका क्रममा पनि टेलिभिजन पत्रकारितासंग सम्बन्धित रहेर गर्न सकिने केही विषय पहिचान गरेको छ । जो यस प्रकार छन् ।

१. टेलिभिजन पत्रकारितामा महिला पत्रकारका चुनौती र सम्भावनाहरु
२. महिला पत्रकार र पुरुष पत्रकारको क्षमतामा अन्तर
३. टेलिभिजन पत्रकारितामा व्यवसायीकरण ।
४. टेलिभिजन पत्रकारितामा दलित महिला पत्रकारको उपस्थिति र अवस्था ।

सन्दर्भग्रन्थ सूचि :

- उप्रेती, टंक । २०६४ । नेपाली टेलिभिजनमा सामाजिक समावेशीकरण । *समावेशी मिडिया* वन्त, प्रत्युष, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई, शेखर पराजुली, काठमाण्डौं : मार्टिन चौतारी ।
- डा. मिचेल, क्याथरिन सि. । २०५३ । अन्तरवार्ता, *अस्मिता* अंक ४४ पृ. ३६, काठमाण्डौं : अस्मिता प्रकाशन गृह
- खड्का, संगीता । २०६६ । पत्रकार महिलाको मर्म । *संहिता* : काठमाण्डौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।
- गौतम, दीपा । २०६३ नेपाली टेलिभिजनमा महिला । *काँचको पर्दा* : काठमाण्डौं : मार्टिन चौतारी ।
- तामांग, शेरा । २००७ । नेपालमा विकासे नारीवाद । *नेपालको सन्दर्भमा समाजशास्त्रीय चिन्तन* । डेसेन मेरी, प्रत्युस वन्त, काठमाण्डौं : हिमाल किताब ।
- नेपाल, जगत । २०६५ । निजी टेलिभिजन च्यानलमा समाचार । *नेपाली टेलिभिजन अभ्यास, अनुभूति र विश्लेषण*, काठमाण्डौं : मार्टिन चौतारी ।
- नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३, (२०६४) काठमाण्डौं : श्री चण्डेश्वरी प्रकाशन प्रा. लि. ।
- पाण्डे, ज्ञानु । २०६४ । महिला मुद्धा र आजको आवश्यकता । *संहिता* अंक १ माघ चैत्र, काठमाण्डौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । २०६२ । नेपाली छापामा माध्यममा लैङ्गिक सवालको अनुगमन । काठमाण्डौं : अनुगमन प्रतिवेदन ।
- बास्कोटा, अमृता । २०५१ । “आम संचार र महिला सहभागिता” काठमाण्डौं : पुनर्जागरण अंक २२, कार्तिक पृ. ६ ।
- वेइजिङ्ग घोषणा पत्र, १९९५ । वेइजिङ्ग चौथो महिला सम्मेलन, वेइजिङ्ग ।
- भट्टचन, कृष्ण । २०५४ । नेपालको संचारमा महिलाको स्थिति विश्लेषण : कार्यपत्र, काठमाण्डौं ।
- मगर, उजिर । २०६७ । समावेशी सिद्धान्तमा संचारको संसार । *संहिता*, काठमाण्डौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।
- मास्के, सुसन । २०५० । पत्रकारितामा महिला हिजो र आज । *अस्मिता* अंक १८ : अस्मिता प्रकाशन गृह ।
- मास्के, सुसन । २०५५ । नेपाली सञ्चार माध्यम र महिला सक्रियता । *अस्मिता* अंक ४९ पृ. ७ : अस्मिता प्रकाशन गृह ।

राणा, बन्दना, ज्ञानु पाण्डे, हरिकला अधिकारी, दिपा गौतम, कृष्ण भट्टचन । २०६२ । सञ्चारकर्मी महिलाको अवस्था । काठमाण्डौ : सञ्चारिका समुह नेपाल ।

वन्त, प्रत्यूष हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाई, शेखर पराजुली । २०६४ । *समावेशी मिडिया* । काठमाण्डौ : मार्टिन चौतारी

सञ्चारिका समुह । २०६८ । काठमाण्डौ उपत्यकामा कार्यरत महिला सञ्चारकर्मीको अवस्था । अनुसन्धान प्रतिवेदन : काठमाण्डौ ।

शर्मा, गीता । २०५८ । नेपाली छापाहरुमा महिलाको स्थान । गोरखापत्र, २ साउन, पृ. ६ ।

शर्मा, दुर्गानाथ (२०६५) नेपाल टेलिभिजनको नालीबेली

Bhandari, Shrestha, 2008 : Advance Journalism : Kathmandu : Wanmaya Publications

Heldke, Lisa and Peg O'Connor, eds. 2004. *Oppression, Privilege, and Resistance: Theoretical Perspectives on Racism, Sexism, and Heterosexism*, New York: McGraw Hill.

Lulia, Bilbie (2005) Manipulation Through Mass Media Brief analysis of Means.

www.en.wikipedia.com/wiki/televisionhistory.

www.en.wikipedia.org/wiki/Media_manipulationwww.coolanimals1.wordpress.com/2010/01/20/dominance-model-of-media-vs-pluralist-model-of-media/

www.books.google.com/books?id=-

[K03Cm1FrAsC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=Owners+do+not+have+direct+control+over+the+content+of+the+media&source=bl&ots=DrhunEBVoV&sig=Hd-](http://www.books.google.com/books?id=-K03Cm1FrAsC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=Owners+do+not+have+direct+control+over+the+content+of+the+media&source=bl&ots=DrhunEBVoV&sig=Hd-)

[7J8yy63V4lqvgRC71Z5SOD9c&hl=en&sa=X&ei=b4rbUNCPG4XI2AWUuoDwDg&ved=0CDIQ6AEwAA#v=onepage&q=Owners%20do%20not%20have%20direct%20control%20over%20the%20content%20of%20the%20media&f=false](http://www.books.google.com/books?id=-7J8yy63V4lqvgRC71Z5SOD9c&hl=en&sa=X&ei=b4rbUNCPG4XI2AWUuoDwDg&ved=0CDIQ6AEwAA#v=onepage&q=Owners%20do%20not%20have%20direct%20control%20over%20the%20content%20of%20the%20media&f=false)

अनुसुचि १

नेपालमा टेलिभिजन प्रसारणका लागि अनुमति प्राप्त संस्थाहरु

| क्र. स. | टेलिभिजनको नाम संस्था | | अवस्था |
|---------|---|------------|--------------------------------|
| १ | नेपाल टेलिभिजन | | प्रसारणरत |
| २ | कान्तिपुर टेलिभिजन | २०५९।१।४ | प्रसारणरत |
| ३ | ईमेज च्यानल-ईमेज च्यानल प्रा.लि. | २०६३।१०।११ | प्रसारणरत |
| ४ | एन.टि.भि.२ (हाल एनटिभी प्लस) | | प्रसारणरत |
| ५ | च्यानल नेपाल-स्पेस टाईम नेटवर्क | | प्रसारणरत |
| ६ | एभिन्जुज टेलिभिजन-एभिन्जुज | २०६०।१२।५ | प्रसारणरत |
| ७ | सगरमाथा टिभी-सगरमाथा टेलिभिजन प्रा.लि. | २०६३।४।२२ | प्रसारणरत |
| ८ | सांग्रीला टिभी-सांग्रीला टेलिभिजन प्रा.लि. | २०५९।१।४ | प्रसारण बन्द |
| ९ | नेशनल टेलिभिजन-नेशनल टिभी नेटवर्क प्रा.लि. | २०६३।५।२९ | प्रसारण बन्द |
| १० | एबीसी टेलिभिजन-एबीसी टेलिभिजन प्रा.लि. | २०६४।१०।२० | प्रसारणरत |
| ११ | तराई टेलिभिजन-तराई मिडिया नेटवर्क प्रा.लि. | २०६४।५।९ | प्रसारणरत |
| १२ | लुम्बिनी कम्युनिटी टेलिभिजन विकासका लागि सुचना तथा सञ्चार अभियान | २०६५।६।९ | क्षेत्रिय प्रसारणमा आएको |
| १३ | गोपीकृष्ण टेलिभिजन श्री गोपीकृष्ण इन्टरटेनमेन्ट प्रा.लि. | २०६५।१०।१९ | प्रसारणरत |
| १४ | माउन्टेन टि भी माउन्टेन टेलिभिजन प्रा.लि. | २०६५।१०।५ | प्रसारणरत |
| १५ | नेपाल ब्रोडकास्टिङ च्यानल प्रा.लि. News 24 | २०६६।४।५ | प्रसारणरत |
| १६ | हिमालयन टेलिभिजन हिमालयन टेलिभिजन नेटवर्क प्रा.लि. | २०६६।७।२९ | प्रसारणरत |
| १७ | बुद्ध सामुदायिक टेलिभिजन शान्तिका लागि संचार अभियान, बुटवल | २०६६।१।३१ | प्रसारणमा नआएको |

| | | | |
|----|--|------------|--------------------------------|
| १८ | हिमशिखर टेलिभिजन हिमशिखर मिडिया प्रा.लि. | २०६७१०।३ | क्षेत्रिय प्रसारणमा आएको |
| १९ | कलश टेलिभिजन | २०६७११।२५ | प्रसारणमा नआएको |
| २० | क्रिष्टल टेलिभिजन क्रिष्टल संचार सहकारी लिमिटेड, चितवन | २०६७।८।५ | प्रसारणमा नआएको |
| २१ | पर्यावरणीय टेलिभिजन युवा जागरण पर्यावरणीय वातावरणीय सुचना केन्द्र | २०६७५।१८ | प्रसारणमा नआएको |
| २२ | मकालु मिडिया प्रा.लि. | २०६७।४।५ | क्षेत्रिय प्रसारणमा आएको |
| २३ | नेपाल ब्रोडकास्टिङ च्यानल प्रा.लि. | २०६७।३।१५ | |
| २४ | सनराईज टेलिभिजन प्रा.लि. | २०६६।१२।२४ | प्रसारणमा नआएको |
| २५ | जी.एन.एन.टि भी ग्लोबल नेपाल नेटवर्क | २०६६।८।१८ | प्रसारणमा नआएको |
| २६ | मधेश टेलिभिजन मधेशका लागि संचार | २०६६।८।२ | प्रसारणमा नआएको |

अनुसुचि २

यस अध्ययनमा समेटिएका टेलिभिजनहरु

| क्र. स. | टेलिभिजनको नाम, संस्था | प्रसारण केन्द्र | प्रसारणको प्रकृति |
|---------|------------------------|---------------------------|-------------------|
| १ | नेपाल टेलिभिजन | काठमाण्डौं, सिंहदरवार | मिश्रित च्यानल |
| २ | कान्तिपुर टेलिभिजन | काठमाण्डौं, तिनकुने | मिश्रित च्यानल |
| ३ | इमेज च्यानल टेलिभिजन | काठमाण्डौं, लाजिम्पाट | मिश्रित च्यानल |
| ४ | च्यानल नेपाल टेलिभिजन | काठमाण्डौं,मिनभवन | मिश्रित च्यानल |
| ५ | एभिन्युज टेलिभिजन | काठमाण्डौं, त्रिपुरेश्वर | समाचार च्यानल |
| ६ | सगरमाथा टेलिभिजन | काठमाण्डौं, विजुलीवजार | समाचार च्यानल |
| ७ | तराई टेलिभिजन | काठमाण्डौं, मिनभवन | मिश्रित च्यानल |
| ८ | एवीसी टेलिभिजन | काठमाण्डौं, सुन्धारा | समाचार च्यानल |
| ९ | माउन्टेन टेलिभिजन | काठमाण्डौं, डिल्लीवजार | समाचार च्यानल |
| १० | न्युज ट्रान्टीफोर | काठमाण्डौं, लाजिम्पाट | समाचार च्यानल |
| ११ | हिमालय टेलिभिजन | काठमाण्डौं, मध्य बानेश्वर | मिश्रित च्यानल |

परिशिष्ट १

तथ्यांक संकलनको लागि तयार पारिएको आवश्यक प्रश्नावलीको सुचि :

टेलिभिजनमा कार्यरत महिला संचारकर्मीको अवस्था : एक समाजशास्त्रीय अध्ययन मानविकी तथा समाजशास्त्र संकाय अन्तर्गत समाजशास्त्र तथा मानवशास्त्र विषयको स्नातकोत्तर तहको आंशिक परिपूर्तिको लागि गर्न थालिएको शोधपत्रको लागि तयार गरिएको प्रश्नावली ।

नेपालका टेलिभिजनमा कार्यरत पत्रकार महिलाहरूको अवस्था एक अध्ययन कार्यकालागि यो प्रश्नावली तयार गरिएको छ । सबै प्रश्नको उचित जवाफ दिनुभई सहयोग गरिदिनुहुन हार्दिक अनुरोध गर्दछु ।

व्यक्तिगत विवरण

उत्तरदाताको नाम :.....(ऐच्छिक) उमेर..... :

धर्म.....जाती.....

ठेगाना :स्थाईअस्थाई.....

प्रश्न नं. १. तपाईंको शैक्षिक योग्यता कति छ?

(क) एस.एल. सी भन्दा कम (क) एस.एल.सी. (ख) प्रमाणपत्र तह (ग) स्नातक तह

(घ) स्नातकोत्तर तह (ङ) स्नातकोत्तर भन्दा माथि

प्रश्न नं. २. तपाईंको जन्म स्थान कहा हो?

जिल्ला लेख्ने.....

प्रश्न नं. ३. तपाईंको वैवाहिक स्थिति ?

(क) विवाहित (ख) अविवाहित (ग) एकल (घ) अन्य

प्रश्न नं. ४. तपाईंको परिवारको मुख्य आयश्रोत के हो?

(क) कृषि (ख) नोकरी (ग) व्यापार व्यवसाय (घ) अन्य

प्रश्न नं. ५. तपाईंको परिवारमा कति जना सदस्य हुनुहुन्छ ?

(क) २ (ख) ३ (ग) ४ (घ) ४ भन्दा बढी

प्रश्न नं. ६. तपाईंको परिवारको प्रकार कस्तो हो ?

(क) एकल (ख) संयुक्त

प्रश्न नं. ७. तपाईं कुन सञ्चार माध्यममा कार्यरत हुनु हुन्छ ?

.....
प्रश्न नं. ८. तपाईं यस कार्यालय बाहेक अन्य सञ्चार माध्यममा पनि कार्यरत हुनुहुन्छ ? यदि हुनुहुन्छ भने कुन संचारमाध्यममा हो खुलाउनुहोस् ।

(क) छु (ख) छैन

.....
प्रश्न नं. ९. तपाईं यस पेशामा कसरी प्रवेश गर्नुभयो?

(क) चिनेजानेको मान्छेको सहयोगमा (ख) खुला प्रतिस्पर्धामार्फत (ग) राजनीतिक माध्यमबाट

(घ) अन्य भए उल्लेख गर्ने ।

.....
प्रश्न नं. १०. तपाईं यस क्षेत्रमा प्रवेश गर्नु भन्दा अघि अन्य पेशामा संलग्न हुनुहुन्थ्यो कि ?

(क) थियो (ख) थिएन

प्रश्न नं. ११. यदि हुनुहुन्थ्यो भने कुन पेशामा संलग्न हुनुहुन्थ्यो?

.....
प्रश्न नं. १२ तपाईं यस क्षेत्रमा लाग्दा परिवारको सहयोग कस्तो छ?

(क) सकारात्मक (ख) नकारात्मक (ग) बढि सकारात्मक कम नकारात्मक

(घ) बढी नकारात्मक कमसकारात्मक

प्रश्न नं. १३. तपाईंको परिवारका अन्य सदस्य यस क्षेत्रमा संलग्न छन् कि छैनन्?

(क) छन् (ख) छैनन्

प्रश्न नं. १४. यदि छन् भने तपाईं प्रति कस्तो सहयोग छ?

.....
प्रश्न नं. १५. तपाईं यस क्षेत्रमा के को माध्यमबाट लाग्नुभयो?

(क) अध्ययनबाट (ख) तालिमबाट (ग) दुवै (घ) अन्य

प्रश्न नं. १६. पत्रकारिताको औपचारिक शिक्षा लिनु भएको छ की छैन?

(क) छ (ख) छैन

प्रश्न नं १७. यदि छ भने कुन तहको ?

(क) एस.एल. सी भन्दा कम (क) एस.एल.सी. (ख) प्रमाणापत्र तह (ग) स्नातक तह

(घ) स्नातकोत्तर तह (ङ) स्नातकोत्तर भन्दा माथि

प्रश्न नं. १८. तपाईंले टेलिभिजन पत्रकारिता सम्बन्धी तालिम लिनुभएको छ/छैन?

(क) छ (ख) छैन

प्रश्न नं. १९. यदि लिनुभएको भए कुन स्तरको लिनु भएको छ?

(क) स्थानीय स्तरको (ख) क्षेत्रीय स्तरको (ग) राष्ट्रिय स्तरको (घ) अन्तराष्ट्रिय स्तरको

प्रश्न नं. २०. तालिमको को अवधि कति थियो?

(क) १ हप्ता (ख) २ हप्ता (ग) १ महिना (घ) २ महिना (ङ) ३ महिना भन्दा धेरै

प्रश्न नं. २१. तपाईं को बाट यस क्षेत्रमा लाग्न प्रेरित हुनुभयो?

(क) परिवारबाट (ख) सहयोगीबाट (ग) आफ्नै मेहनतले

प्रश्न नं. २२. तपाईंलाई कुन आधारमा काममा लगाईएको छ?

(क) स्थाई (ख) अस्थायी (ग) करार (घ) दैनिक ज्यालादारी (ङ) नियुक्ती पत्र नै दिएको छैन

प्रश्न नं. २३. तपाईंको कार्यालयमा पारिश्रमिक पाइने आधार कस्तो छ?

(क) दैनिक ज्यालादारी (ख) मासिक रूपमा (ग) तलब नै नपाउने (घ) अन्य

प्रश्न नं. २४.. तपाईं कार्यरत टेलिभिजनमा तपाईंको मासिक पारिश्रमिक कति छ?

(क) ५००० सम्म (ख) ८००० सम्म (ग) १०००० सम्म (घ) १०००० भन्दा माथि

प्रश्न नं. २५ तपाईं यस संचारमाध्यममा प्रवेश गर्दा कुन पदमा हुनुहुन्थ्यो ?

.....

प्रश्न नं. २६ तपाईंको हालको जिम्मेवारी के हो?

(क) समाचार संकलन (ख) क्यामेरा पर्शन (ग) दृश्य सम्पादन (घ) समाचार सम्पादन

(ङ) उद्घोषण/प्रस्तोता (च) कार्यक्रम उत्पादन (एक भन्दा वढी भएपनि उल्लेख गर्नु होला)

प्रश्न नं. २७ तपाईं कुन क्षेत्र (बीट) हेर्नुहुन्छ?

.....

प्रश्न नं. २८. तपाईंले हेर्ने क्षेत्र आनो रुचि अनुसारको हो कि होइन?

(क) हो (ख) होइन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. २९. तपाईंलाई आनो पेशाबाट सन्तुष्टि छ कि छैन?

(क) छ (ख) छैन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ३०. यदि सन्तुष्टि छैन भने के के कारणले छैन?

(क) पारिश्रमिक राम्रो नभएर (ख) काम गर्ने समय निश्चित नभएर

(ग) परिवारलाई समय दिन नपाएर (घ) पेसागत भविष्य नदेखेर

(ङ) अन्य -भए लेख्नुहोस्

प्रश्न नं ३१. मानिसले टेलिभिजन पत्रकारिताकिन मन पराउछन ?

(क) सबैले चिन्छन् (ख) राम्रो पारिश्रमिक र सेवा सुविधा छ (ग) सकारात्मक परिवर्तनका लागि (

घ) अन्य (भए लेख्नुहोस्).....

प्रश्न नं. ३२. तपाईंलाई अर्को अवसर आएमा यो पेशा छाड्ने विचार छ/छैन?

(क) छ (ख) छैन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ३३. तपाईंलाई पुरुष सहकर्मीको तुलनामा विभेद छ कि छैन?

(क) छ (ख) छैन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ३४ (क). यदि छ भने कस्तो किसिमको विभेद छ?

.....

प्रश्न नं. ३५. तपाईंलाई कार्यालयमा सवारी साधन सुविधा छ कि छैन?

(क) छ (ख) छैन

प्रश्न नं. ३६. तपाईं जस्तै काम गर्ने पुरुष साथीलाई कार्यालयमा सवारी साधन सुविधा छ कि छैन ?

(क) छ (ख) छैन

प्रश्न नं. ३७. तपाईंलाई विदा सम्बन्धी सुविधा कस्तो छ?

(क) तलवी विदा (ख) वेतलवी विदा (ग) आधा तलब (घ) अध्ययन विदा (ङ) किरिया विदा (च) सुत्केरी विदा (छ) भै परीआउने विदा काज विदा (ज) काज विदा (घ) अन्य

प्रश्न नं. ३८. तपाईंलाई औषधि उपचारको व्यवस्था कस्तो छ?

.....

प्रश्न नं. ३९. तपाईंले पुरुष सहकर्मी सरह तालिमको अवसर पाउनु भएको छ कि छैन?

(क) छ (ख) छैन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ४०. यदि छैन भने नपाउनुको कारण के होला ?

.....

प्रश्न नं. ४१. तपाईंको कार्यालयमा पुरुष कर्मचारीको व्यवहार कस्तो छ?

(क) सहयोगी (ख) असहयोगी (ग) सामान्य (घ) थाहा छैन

प्रश्न नं. ४२. तपाईंको कार्यालयमा महिला प्रति पुरुषको व्यवहार कस्तो छ ??

(क) राम्रो (ख) नराम्रो (ग) ठीकै

प्रश्न नं. ४३. यदि नराम्रो व्यवहार छ भने कस्तो किसिमको ?

(क) जिस्कने (ख) छुन खोज्ने (ग) अनावश्यक प्रशंसा गर्ने (घ) अन्य

.....

प्रश्न नं. ४४. महिला पत्रकारप्रति अन्यायपूर्ण व्यवहार हुदा पुरुषको प्रतिक्रिया कस्तो छ?

(क) महिलाको पक्ष लिन्छन् (ख) पुरुषको पक्ष लिन्छन् (ग) तटस्थ बस्छन् (घ) वास्ता गर्दैनन्

प्रश्न नं. ४५. तपाईंको कार्यालयमा लिंगका आधारमा काममा हस्तक्षेप हुन्छ कि हुदैन?

(क) हुन्छ (ख) हुदैन (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ४६. तपाईंको कार्यालयमा नियुक्तिमा प्राथमिकता कसलाई दिइन्छ?

(क) विवाहितलाई (ख) अविवाहित महिलालाई (ग) विवाहित तर बच्चा नभएकालाई

(घ) परिश्रमी र जेहेन्दारलाई (ङ) रोजगारी दिनेको इच्छा अनुसार (च) थाहा छैन

प्रश्न नं. ४७. त्यस्तो प्राथमिकता दिइनुको कारण के होला?

.....

प्रश्न नं. ४८. तपाईंको कार्यालयमा कामको बाडफाडमा महिलाले महत्वपूर्ण कामको अवसर पाउछन् या पाउदैनन्?

(क) सक्षम भए पाउछन् (ख) क्षमता भएपनि पाउदैनन् (ग) थाहा छैन

प्रश्न नं. ४९. तपाईंको र समान पदको पुरुष सहकर्मीमा पाउने सुविधामा कस्तो अन्तर छ?

(क) धेरै राम्रो (ख) बराबर (ग) केहि राम्रो (घ) महिलाको भन्दा कम (ङ) थाहा छैन

प्रश्न नं. ५०. कार्यालयमा विदेश भ्रमण तथा तालिमको अवसर आएमा कसलाई बढि प्राथमिकता दिइन्छ?

(क) पुरुषलाई (ख) महिलालाई (ग) दुवैलाई (ङ) अवस्थामा भर पर्छ

(च) नियममा आधारित हुन्छ (छ) थाहा छैन

प्रश्न नं. ५१. तपाईंको विचारमा टेलिभिजन महिला पत्रकारलाई विशेष सुविधा दिनुपर्छ कि पर्दैन?

(क) पर्छ (ख) पर्दैन

प्रश्न नं. ५२. यदि पर्छ भने किन र पर्दैन भने किन ?

.....

प्रश्न नं. ५३. यदि दिनुपर्ने भए कस्ता सुविधा दिनुपर्छ ?

परिशिष्ट २

अन्तर्वार्ता प्रश्नावली

सामुहिक छलफलका लागि

नाम, थर

ठेगाना

जात

उमेर

धर्म

लिङ्ग

१. शैक्षिक योग्यता.....
२. तपाईं कुन विषयको रिपोर्टिङ गर्नुहुन्छ ?
३. जुन विषयमा तपाईं काम गर्दै हुनुहुन्छ, त्यो तपाईंको इच्छाको विषय हो ?
४. तपाईं कुन संस्थामा कार्यरत हुनुहुन्छ ?
५. तपाईंको टेलिभिजनमा महिलामैत्री वातावरण छ कि छैन ?
६. महिला र पुरुषबीचको समान काममा फरक पाउनु भएको छ कि छैन ?
७. बाहिर फिल्डमा जादा पुरुष सहकर्मीहरुवाट कतिको सहयोग पाउनुभएको छ ?
८. तपाईंलाई रिपोर्टिङको मुख्य जिम्मेवारी दिईएको छ कि छैन ?
९. छैन भने नदिनुको कारण के होला ?
१०. तपाईं काम गर्ने संस्थाका पुरुष सहकर्मीको तपाईंप्रतिको व्यवहार कस्तो पाउनुहुन्छ ?
११. टेलिभिजनमा महिला संचारकर्मीको क्षमता अभिवृद्धिको लागि के गर्नुपर्ला ?
१२. नीति निर्माणको तहमा महिला पुग्न नसक्नुका कारण के हुन जस्तो लाग्छ र तीनको समस्या समाधानको लागि के गर्नुपर्ला ?

(धन्यवाद)