

अध्याय : १

१. पृष्ठभूमि (Introduction/Background)

१.१ नेपाली पत्रकारिताको विकासक्रम र महिलाको योगदान

विक्रम सम्बत् १९०८ मा नेपालमा छापाखानाको प्रवेश भएपछि सरकारी कामकाजका पुस्तक पुस्तिका छापिन शुरु भयो । अरु नेपाली पुस्तकहरू र पत्रपत्रिका छापिन भने भण्डै वि.स. १९५० को दशक सम्म कुनै पत्रको । वि.स. १९५८ साल वैशाख २४ गतेदेखि गोरखापत्र साप्ताहिक रूपमा प्रकाशित हुनथाल्यो । नेपाली पत्रकारितामा पहिलो समाचारमूलक पत्रिकाको रूपमा यसलाई लिइन्छ । वि. सं. २००० सालमा यो सातामा दुईपटक र वि. सं. २०१७ सालमा दैनिक रूपमा प्रकाशित भयो । शुरुका दिनमा गोरखापत्रमा महिला संलग्नता कस्तो थियो भन्ने बारेमा कतै उल्लेख भएको पाइँदैन । त्यसकारणले पत्रकारिता शुरु भएको धेरै पछि मात्र नेपाली महिला पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गरेछन् भनी अनुमान गर्न सकिन्छ ।

वि.स. २००७ सालअघि नेपाली भाषाका पत्रिकाहरू भारतका दार्जिलिङ्ग, बनारस, देहरादूनबाट प्रकाशित हुन्थे । प्रजातन्त्र स्थापनापछि पत्रिकाहरू नेपालबाटै प्रकाशित हुन थालेका हुन् । विश्वमा दैनिक छापा शुरु भएको लामो समयपछि मात्र नेपालमा दैनिक पत्रिका निस्क्यो । लण्डनमा सन् १७०२ मा दी डेली कुरान्ट भन्ने दैनिक पत्रिका प्रकाशित भएको थियो । त्यसको साठै तीनसय वर्षपछि वि. सं. २००७ साल फागुन ८ गतेदेखि नेपालमा पहिलो दैनिक पत्रिका आवाजको प्रकाशन प्रारम्भ भयो । वि.स. २००८ सालदेखि मात्र नेपाली महिलाहरू पत्रकारिता क्षेत्रमा प्रवेश गर्न थाले ।

वि. सं. २००७ सालमा नै जागरण साप्ताहिक प्रकाशित भयो । वि. सं. २०१७ सालसम्म आइपुग्दा दैनिक समाचार, समाज, नेपाल समाचार, राष्ट्रसेवक, जयनेपाल, नेपाल टाइम्स, नेपाल भाषा पत्रिका, दि कमनर, दैनिक खबर, समय, एभरेष्ट न्यूज, सही सन्देश, दि मेसेन्जर, नयाँ जमाना लगायतका दैनिक र जागरण, तरङ्ग, नेपाल गजेट, नवनेपाल, फ्लिको, हलचल, जनमत लगायतका साप्ताहिक पत्रिकाहरू प्रकाशित भए । यी पत्रिकाहरूमा पनि महिलाहरूको संलग्नता थिएन, भए पनि नगन्य मात्रामा थियो । वि.सं. २०१७ सालमा दलविहीन पञ्चायती व्यवस्थाको आगमनसँगै केही पत्रिकाहरूमाथि कारबाही भयो । प्रशासनिक बाधा र आर्थिक संकटका बावजूद पत्रिका प्रकाशनको क्रम रोकिएन ।

वि. स. २०३६ सालको जनमत संग्रहपछि पत्रकारितामा लागाइएको कठोर नियन्त्रण केही खुकुलो बनाइयो । त्यही मौकामा कतिपय नयाँ पत्रिकाहरू दर्ता भई प्रकाशित हुन थालेका थिए । वि. सं. २०४६ सालको

जनआन्दोलनपश्चात बनेको नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ ले विचार र अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रता, छापाखना र पत्रपत्रिकासम्बन्धी हकसंगै प्रेस स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति गरेकाले नेपाली पत्रकारिताले नयाँ शिराबाट फुटाउने मौका पायो । यसैको परिणामस्वरूप कान्तिपुर जस्तो नीजि क्षेत्रको पहिलो रंगीन दैनिक अखबार पनि प्रकाशित हुन थाल्यो, यद्यपि शुरुमा यो अखबार पनि श्यामश्वेत थियो ।

प्रेस काउन्सिलको प्रतिवेदन २०६३ अनुसार नेपालमा प्रकाशनका लागि दर्ता भएका पत्रपत्रिकाको कूल संख्या २ हजार २ सय ५६ छ । त्यसमध्ये दैनिक ३ सय २२, अर्ध साप्ताहिक २३, साप्ताहिक १ हजार ६ सय १९ र पाक्षिक २ सय ९२ छन् । र यी पत्रपत्रिकामध्ये महिलाका विषयमा विशिष्टिकरण भएका वा महिला सम्पादक रहेका पत्रपत्रिकाको संख्या कति छ भन्ने कुरा न त प्रेस काउन्सिलको प्रतिवेदनमा उल्लेख छ न त सूचना विभागको रेकर्डमा भेटिन्छ । त्यसैले नेपालको पत्रकारिताको शुरुवात देखि अहिलेसम्म आउँदा पनि महिलाको संलग्नता वा यस संगको सम्बन्धको कुनै औपचारिक लेखाजोखा भएको पाईदैन । हाल प्रकाशित दैनिक पत्रिकामध्ये ठूला आकारका दैनिक अखबारको संख्या १० छ । जसमा नौवटा काठमाण्डौंबाट प्रकाशित हुन्छन् भने एउटा मोफसलबाट । यी मध्ये आठवटा रंगीन छन् , दुईवटा श्यामश्वेत । ठूला आकारका दैनिक अखबारहरूमध्ये नेपाली भाषामा प्रकाशित अखबारको संख्या ७ रहेको छ । यीमध्ये ६ वटा राजधानीबाट प्रकाशित हुन्छन्, जसमा एउटा श्यामश्वेत र बाँकी ५ वटा रंगीन छन् । यी सबै अखबारहरू विहान प्रकाशित हुन्छन् । यी अखबारमा पनि महिला पत्रकारको संलग्नता छ र महिलासम्बन्धी विषयको उठान पनि भएको छ । तर उनीहरूको योगदानको जति चर्चा हुनुपर्ने हो, त्यति भएको पाईदैन ।

१.२ सञ्चार माध्यममा महिलासम्बन्धी मुद्दा उठानको विश्व सुरुवात

संसारका अधिकांश मुलुकका संचार माध्यममा महिला सहभागिताको अवस्था अपेक्षाकृत धेरै नै पछाडि रहेको दावी गरिन्छ । सन् १९९५ मा युनेस्कोका लागि मार्गरेट गालाघरले एउटा व्यापक अध्ययन गरेकी थिइन् । सो अध्ययनमा एसियामा महिलाहरू २१ प्रतिशत, ल्याटिन अमेरिकामा २५ प्रतिशत, दक्षिण अफ्रिकामा २७ प्रतिशत र पश्चिम युरोप र संयुक्त राज्य अमेरिकामा ३५ प्रतिशत महिला जनशक्ति संचार माध्यममा कार्यरत रहेको देखाईएकोछ ।^१ यसैगरी युनेस्कोले गरेको अध्ययनअनुसार जापानमा ८ प्रतिशत, भारतमा १२ प्रतिशत र अर्जेन्टिनामा १६ प्रतिशत महिलाहरू मात्र संचार माध्यममा कार्यरत छन् । संचार माध्यममा कार्यरत महिलाहरूले पनि विभिन्न समस्याले गर्दा महिलाका मुद्दाहरूलाई संचार माध्यममा स्थान दिन नसकिएको भनिएको छ ।

^१ क्षेत्री अन्जु, संचार माध्यममा महिला सहभागिताको संबर्द्धन: बाधा र चुनौतीहरू, पत्रकारितामा महिला प्रश्न, नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युट

सो अध्ययनअनुसार संचारकर्मी महिलाहरूले मुख्यगरी सांस्कृतिक र सामाजिक एवं पारिवारिक समस्या बेहोर्नुपरेको छ। यसबाहेक संचार माध्यममा कार्यरत महिलाले पनि उचित तालिम र शैक्षिक योग्यताको अभाव जस्ता कारणले महिलाका मुद्दालाई नै आवश्यकताअनुसार उठाउन सकेका छैनन्।^१ संचार माध्यमले धेरैजसो महिलाको सम्बन्धमा पूर्वाग्रही सामग्रीहरू समावेश गर्नेगरेको र पुरुष नारीभन्दा धेरै किसिमले श्रेष्ठ छन् भन्ने विचारलाई प्रधानता दिएको छ। यो नारीवादीहरूको गुनासो हो। संचार माध्यममा दिइने यस्ता सामग्रीले समाजमा प्रचलित मूल्यमान्यलाई स्थापित गराउन सहयोग गरिरहेका छन्। यस्ता सामग्रीहरूको पुनारावृत्ति समेत हुने भएकाले यसले लैंगिक विभेदलाई कायम राख्दै महिलाप्रति हेर्ने दृष्टिमा आम जनताको मानसिकतालाई बदल्न नसकिने भनाइ पनि अधि सारिएको छ (चटर्जी, सन् १९९६: पृ ३३, ३४)।

विश्वमा आम संचारको सुरुवात छापा माध्यमबाट भएको हो, पछिल्लो समयमा आएका विद्युतीय संचार माध्यम र न्यू मिडिया भनेर चिनिने इन्टरनेट जस्ता संचार माध्यमहरूले धेरै भन्दा धेरै मानिसहरूलाई ताने पनि छापा माध्यमको महत्व र आकर्षण घटेको भने छैन। त्यसैले महिला विकासका लागि मात्र होइन परिवर्तित अवस्थामा महिलाहरूलाई समयानुकूल कसरी अधि बढाउने भन्ने बारेमा काम गर्न महिला र छापा माध्यमको सम्बन्ध एवं अवस्थाले पनि महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ। त्यसैले विश्वका छापा माध्यमलाई महिला अधिकारकर्मीले नजिकबाट हेर्ने गरेको पाइन्छ।

१.३ एसियन मुलुकमा छापा माध्यम र महिला

एक अध्ययनअनुसार जापानमा छापिने ७ करोड २० लाख मुख्य पाँच दैनिक ९३ प्रतिशत घरपरिवारमा पुग्छन्। कोरियामा नाम चलेका १० दैनिक १ करोड १० लाख प्रति छापिन्छन्। यी दैनिक ७१ प्रतिशत घरपरिवारसमक्ष पुग्छन्। फिलिपिन्समा ४४ वटा ब्रोडशीट अखवारहरू ६३ प्रतिशत जनसंख्यामा पुग्छन्। चीनमा २ हजार २ सय भन्दा बढी मूलधारका अखवार प्रकाशित हुन्छन्। तर यी अखवार कति प्रतिशत जनताले पढ्छन् भन्ने कुरा उल्लेख भएको पाइँदैन। अध्ययनले देखाएअनुसार एसियाका छापा माध्यमले विकसीत मुलुकका छापा माध्यमले जस्तै महिलाका मुद्दालाई प्राथमिकता दिएको पाइँदैन।

१.४ संयुक्त राष्ट्रसंघीय महिला सम्मेलन र संचारका मुद्दाहरू

^१ क्षेत्री अन्जु, थापा मञ्जु र पन्त सरोज, पत्रकारितामा महिला प्रश्न, नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युट

सञ्चार माध्यमलाई मानवमष्तिष्कमा गहिरो छाप पार्न सक्ने अस्त्रको रूपमा बुझेपछि विश्वमा भण्डै तीन दशक अघिदेखि महिला आन्दोलनमा महिला सञ्चारको सम्बन्धलाई पनि विशेष ध्यान दिन थालिएको पाइन्छ।^३ संयुक्त राष्ट्रसंघीय महिला आयोगले सन् १९७६ मा पहिलो पटक पुरुष र महिलाको बदलिँदो भूमिकामा आम सञ्चार माध्यमले पारेको प्रभाव अध्ययन गर्न एक जना विशेष र्यापोर्टर नियुक्त गर्‍यो। त्यस्तै डेनमार्कमा सन् १९८० मा भएको विश्व महिला सम्मेलनले सञ्चार माध्यममा महिलाको चित्रणको विषयलाई अत्यन्त गम्भीरतापूर्वक लिनुपर्ने र त्यसलाई सुधारका लागि विभिन्न सञ्चार संस्था र महिलाका लागि काम गर्ने संस्थाहरू सचेत हुनुपर्नेमा जोड दिइएको थियो।^४ सन् १९८२ मा युनेस्कोले महिला र सञ्चारसम्बन्धी पेरिसमा एक कार्यक्रमको आयोजना गर्‍यो। यो कार्यक्रममा पनि सहभागीहरूले सञ्चार माध्यममा महिलाको चित्रण नकारात्मक ढंगले बढी गरिएको कुरामा जोड दिए।

महिला सञ्चारसम्बन्धीका विषयहरू उठेको विश्वस्तरको सबैभन्दा पछिल्लो कार्यक्रम बेइजिङ्ग सम्मेलन हो। यो सम्मेलनले पारित गरेको घोषणापत्रमा महिला र सञ्चारका विषयलाई पनि प्रमुखताका साथ उठाइएको छ। यसमा भनिएको छ : विद्युतीय, छाप र श्रव्य-दृश्य सञ्चार माध्यमहरूमा महिलाको नकारात्मक र अपहेलित चित्रणको निरन्तर प्रस्तुती परिवर्तन गरिनुपर्छ। धेरै देशमा छाप र विद्युतीय सञ्चार माध्यमले बदलिँदो विश्वमा महिलाका विविध जीवन र योगदानको संतुलित तस्वीर दिँदैनन्। यसको साटो हिंसापूर्ण र अपमानजनक एवं अश्लील सञ्चार सामग्रीहरूले महिला र समाजमा उनीहरूको सहभागितालाई नकारात्मक असर पुऱ्याएका छन्। यो कुरालाई मनन् गर्दै उक्त सम्मेलनले सञ्चार माध्यममा महिलाको संतुलित र बदलिँदो (अपरम्परागत) छवि अभिवृद्धि गर्नुपर्ने कुरालाई प्रमुख रणनीतिको रूपमा अघि सारेको थियो। महिलाका विषयलाई सञ्चार माध्यमले जोड दिनुपर्ने कुराहरू अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा उठ्दै गएपनि यी मुद्दाहरू नेपालका सञ्चार माध्यममा खासै समावेश भएको पाइएन। अरु सञ्चार माध्यमले जस्तै दैनिक अखवारले पनि यस्ता मुद्दालाई प्राथमिकतामा राखेनन्।

१.५ नेपाली सञ्चार माध्यम र महिला

समग्र पत्रकारिताको विकास जसरी भयो, त्यो अनुपातमा नेपाली सञ्चार माध्यममा महिला सहभागिता बढ्न सकेन। पत्रकारितामा महिला सहभागिता बढ्न नसक्दा महिलाका मुद्दाहरूले पनि सञ्चार माध्यममा

^३ कम्युनिकेशन रिसर्च ट्रेन्ड्स, सन् १९९२

^४ फेयर एक्सपोजर, सन् १९८३

प्राथमिकता पाउन सकेनन् ।^५ गोरखापत्रबाट नेपालको पत्रकारिताको इतिहास शुरु भएको मान्दा पनि यो क्षेत्रमा राष्ट्रिय इतिहास शुरु भएको करिब ५० वर्षपछि मात्र अर्थात् वि.स.२००८ सालमा मात्र महिलाहरूको प्रवेश भएको पाइन्छ (देवकोटा गिष्मबहादुर) । वि.स.२००८ सालमा साधना प्रधान र कमाक्षा देवीको सम्पादकत्वमा महिला मासिक पत्रिका प्रकाशित हुन थालेपछि नै नेपाली पत्रकारितामा महिला संलग्नताको इतिहास शुरु हुन्छ । यो पत्रिका नै पहिलो हो जसले महिलाका मुद्दाहरूलाई प्राथमिकता दिएर छापन थाल्यो ।^६ वि.स. २००८ सालमा प्रकाशित प्रभा मासिक, २००९ सालमा प्रकाशित प्रतिभा मासिक, २०१० सालमा प्रकाशित जनविकास मासिक, २०१५ सालमा प्रकाशित स्वास्नीमान्छे मासिक जस्ता छापामा माध्यमहरू महिलाहरूको सम्पादकत्वमा प्रकाशित उल्लेख्य पत्रिका हुन् ।^७

पञ्चायती कालमा पनि महिलाद्वारा सम्पादित पत्रिकाहरू प्रकाशनमा आए । वि.स.२०१६ सालमा प्रकाशित चेतना मासिक, २०१९ सालमा प्रकाशित महिला बोल्छन्, २०३१ सालमा प्रकाशित दर्पण मासिक र २०३२ सालमा प्रकाशित सिम्रिक साप्ताहिक यसका उदाहरणहरू हुन् । प्रजातन्त्रको पुनर्वहालीपछि नेपालमा पत्रकारिता जगत तुलनात्मक रूपमा राम्रोसंग फस्टायो । तर यसले आधाभन्दा बढी जनसंख्या ओगटेका नारीहरूका मुद्दालाई प्राथमिकता दिन सकेन । यसबारेमा कुनै ठोस अध्ययन अनुसन्धान नभएका कारण लैंगिक अनुपाताका हिसावले नेपाली संचारमाध्यमको अवस्था कस्तो छ भन्ने यकिन गर्न गाह्रो छ । पछिल्लो समयमा महिलासम्बन्धी केही विशिष्टीकृत पत्रपत्रिकाहरू प्रकाशित हुने क्रम पनि बढेको छ । वि.स. २०४७ सालदेखि प्रकाशित हुन थालेको अस्मिता मासिक पहिलो पत्रिका मान्नुपर्छ, जसले महिलाका मुद्दाहरूलाई जोडदार ढंगले उठाउन थाल्यो । अस्मिताले यो किसिमको काम गरेपछि महिलाका मुद्दाहरू पनि पत्रपत्रिकामा मर्यादित ढंगले छापेर यसलाई बजारसम्म पुर्याउन सकिन्छ भन्ने कुरा अरु पत्रपत्रिकालाई पनि ज्ञान भयो । र, यस्ता सामग्रीहरूलाई मन पराउने पाठक पनि छन् भन्ने कुरासमेत यो पत्रिकाले देखायो । तर अहिले यो पत्रिका बन्द भएको छ । अहिले संचारिका समूहले प्रकाशन गर्ने संचारिका लेखमाला अर्को खोजमुलक सामग्री भएको छ, जसले महिलाका विविध मुद्दाहरूलाई जोडदार रूपमा उठाएको छ । यो सामग्री फिचर सेवाको रूपमा प्रकाशित हुन्छ । त्यस्तै अर्को एउटा महिला पत्रिका सुखीसंसार पनि शुरु भयो वि. सं. २०५७ सालमा । २०६१ सालमा यो पत्रिका पनि बन्द भयो । अहिले नियमित रूपमा प्रकाशित हुने महिलासम्बन्धी विशिष्टीकृत एकमात्र पत्रिका *नारी मासिक* हो । कान्तिपुर प्रकाशनले वि. सं. २०५९ सालदेखि प्रकाशन गर्न थालेको यो पत्रिकाले पनि महिलाका विषयहरूलाई मात्र उजागर गर्छ । तर यो पत्रिकाले शहरी

^५ राणा बन्दना, पाण्डे ज्ञानु, संचारकर्मी महिलाको अवस्था (काठमाण्डौं : संचारिका समूह नेपाल)

^६ राणा बन्दना, पाण्डे ज्ञानु, संचारकर्मी महिलाको अवस्था (काठमाण्डौं : संचारिका समूह नेपाल)

^७ देवकोटा गिष्मबहादुर, नेपालको छापखाना र पत्रपत्रिकाको इतिहास

महिलालाई मात्र लक्षित गरेर आफ्ना सामग्रीहरू दिएको छ । त्यस्तै अर्को महिला सम्बन्धी विषयवस्तुमा विशिष्टता भएको म्यागाजिन VOW (Voice Of Women) पनि अहिले महिलासम्बन्धी सामग्री प्रकाशित गर्ने छापा संचार माध्यम हो । यसले पनि महिला शसक्तिकरणका लागि भन्दा महिलालाई प्रयोग गरेर व्यवसायिक नाफा हासिल गर्ने किसिमका सामग्रीहरू मात्र बढी प्रकाशित गरेको पाइन्छ ।

१.६ नेपाली दैनिक अखवारमा महिलाका मुद्दा

नेपालको पहिलो दैनिक अखवार आवाज हो । यो २००८ सालमा प्रकाशित भयो । यो अखवारले महिलाका मुद्दालाई छुट्टै किसिमले प्राथमिकता दिएको पाइँदैन । त्यसपछि प्रकाशित भएका कुनै पनि दैनिक अखवारमा महिलाका विषयहरू अलग्गै प्रकाशित भएको भेटिँदैन । समाचार मूल्यको आधारमा अरु विषयवस्तु सरह नै प्रकाशित भएको देखिन्छ । गोरखापत्र साप्ताहिक रूपमा प्रकाशित हुँदा छापिएको पहिलो फोटो महिलाले काम गरिरहेको थियो । नेपालको छापाखाना र पत्रपत्रिकाको इतिहास (ग्रिष्म बहादुर देवकोटा) पुस्तकमा उल्लेख भए अनुसार वि.स. १९८४ वैशाख १३ गतेको अंकमा प्रकाशित उक्त फोटो श्री चन्द्र कामधेनु चर्खाद्वारा धागो कातिरहेकी विरगंजकी १२ वर्षीया सूर्यमती श्रेष्ठको थियो । इतिहासलाई हेर्दा महिलासम्बन्धी प्रकाशित सामग्रीको बारेमा उल्लेख भएको यो महत्वपूर्ण घटना हो । तर दैनिक अखवारले कसरी र कहिलेदेखि महिलाका मुद्दा उठाए भन्ने कुराको अभिलेख पाइँदैन । अहिले पनि आर्थिक समाचार वा खेलकुद समाचारलाई जसरी छुट्टै पेजमा स्थान दिइँन्छ, त्यसरी महिलाका सामग्रीलाई उठाउने गरेको पाइँदैन । त्यसैले दैनिक अखवारले महिलाका समाचारलाई अलग तरिकाले भन्दा पनि अन्य साभ्ना मुद्दालाई भैँ स्थान दिएको देखिन्छ ।

२. समस्याको कथन (Statement of the Problem)

लैंगिक विषयमा आधारित दृष्टिबाट नेपाली संचार माध्यमहरू सन्तुलित हुन सकेनन् भन्ने विचारहरू आए पनि यसको वास्तविक अवस्था कस्तो छ भनेर आँकलन गर्न सकिन्न किनकि यससम्बन्धी विशिष्ट अध्ययन भएको छैन । संचार क्षेत्रमा महिलाको सहभागिता बढाउनुपर्ने आवाज आएका छन्, तर महिला संचारकर्मीको संख्या बढाउने वा महिलाको विषयवस्तुलाई बढाउने ? यसबारेमा पनि स्पष्ट हुन सकेको छैन । यी विषयमा अहिले महिलाका विषयले पाएको स्थानको अनुपात कस्तो छ ? यसमा पनि अध्ययन अनुसन्धान भएको पाइँदैन । संचार माध्यममा आएका महिलाका विषयमा पनि कस्ता विषयले प्राथमिकता पाएका छन् भन्ने सम्बन्धमा समेत ठोस अध्ययन भएको छैन । महिलाको शसक्त करणमा संचार माध्यमले ठूलो भूमिका खेल्न सक्छ भन्ने मान्यता राखिन्छ । नेपाली संचार माध्यमले यो कुरालाई कसरी व्यवहारमा उतारेका छन् त ? वेइजिङ्ग सम्मेलनले अघि सारेका १२ बुदामा महिलाहरूका धेरैजो साभ्ना सवालहरू समेटिँन्छन् ।

तर यी सवाललाई नेपाली संचार माध्यमले कसरी समेटेका छन् भन्ने कुरालाई प्रतिबिम्बित गर्ने कुनै ठोस अध्ययन भएको पाइँदैन । यी विषयमा अध्ययन नभएकाले यसको अवस्था भन्न सकिन्न । वि.स. २००८ सालदेखि नै महिला पत्रकारहरूको सक्रिय सहभागितामूलक प्रवेश भए तापनि विषयवस्तुको समावेशीमा लैंगिक समानुपातिकताका दृष्टिले अबै पनि नेपाली संचार माध्यमहरू पछाडि नै छन् किन ?

लैंगिक विभेदको अन्त्यका लागि विभिन्न राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सन्धि, महासन्धिहरूमा हस्ताक्षर गरेपनि नेपाल सरकारले महिलाका मुद्दाहरूलाई संचार माध्यममा कस्तो स्थान दिने भन्ने बारेमा कुनै स्पष्ट नीति बनाउन सकेको छैन । यसको कारण के हो ? महिला शसक्तिकरणका कार्यक्रममा संचारमाध्यम मार्फत प्रचारप्रसार कार्य गर्ने भनिए पनि के कसरी गर्ने भन्ने कुरा योजनाबद्ध र ठोस रूपमा उल्लेख भएको पाइँदैन । यो प्रवृत्तिमा कसरी सुधार गर्ने ?

वि.स. २०६३ साल जेष्ठ ५ गतेको प्रतिनिधि सभा घोषणाले सरकारी तथा गैरसरकारी जुनसुकै क्षेत्रमा पनि ३३ प्रतिशत महिला आरक्षणको व्यवस्था गर्‍यो । त्यसपश्चात भने संचार क्षेत्रमा पनि महिला सहभागिताको कुरा नीतिगतरूपमा आउनुपर्छ भन्ने आवाज उठेका छन् । यसै सन्दर्भमा वि.स. २०६३ सालमा गठन भएको उच्चस्तरीय मिडिया सुझाव आयोगले संचार माध्यममा ३३ प्रतिशत महिला सहभागिताको कुरा उठायो । यसलाई आयोगले यसरी प्रस्तुत गरेको छ : राज्यको घोषित नीतिअनुरूप आम संचारका सार्वजनिक माध्यम र नियमक संस्थाहरूमा ३३ प्रतिशत महिलाको सहभागिता गराउने व्यवस्था गर्नुपर्छ । कूल पत्रकार मध्ये ३३ प्रतिशत महिला सहभागिता वा प्रतिनिधित्व गराउने नीजि क्षेत्रका प्रेस वा संचार माध्यमलाई राज्यले विशेष सहूलियत र सुविधा दिने व्यवस्था गर्नुपर्छ । ३३ प्रतिशत महिलाको सहभागिता गराउँदा पिछडिएका समुदाय, दलित, जनजाति र मधेशी महिलाहरूलाई विशेष प्राथमिकता दिने व्यवस्था मिलाउनुपर्छ । यस्ता समुदायलाई प्रोत्साहन गर्नका लागि उपयुक्त तालिमको समेत व्यवस्था गर्नुपर्छ । राष्ट्रिय संचार नीतिमा लैंगिक समानताको विषयलाई समावेश गरिनुपर्छ (उच्चस्तरीय मिडिया सुझाव आयोगको प्रतिवेदन २०६३) । यो सुझावको कार्यान्वयनका बारेमा बहस सम्म भएको छैन , यसको कारण के हो ?

प्रजातान्त्रिक सरकार आएपछि नेपालमा दुई पटकसम्म दीर्घकालीन संचार नीतिहरू आए । प्रजातान्त्रिक सरकारले पहिलोपटक वि. सं. २०४९ सालमा संचार नीति ल्यायो । यो नीतिले संचारजगतमा महिला सहभागिताको कुरालाई एक शब्दमा पनि उच्चारण गर्न सकेन, के महिला सम्बन्धी सवालहरूलाई नीतिमा उल्लेख गर्नु आवश्यक छैन ?

त्यसको १० वर्षपछि वि. सं. २०५९ सालमा बनेको अर्को दीर्घकालीन संचार नीति तुलनात्मक रूपमा लैंगिक रूपले बढी समावेशी मानिए पनि यो नीतिले महिलाका विषयहरूलाई जोड दिन सकेन । जब नीतिमै उल्लेख

नभएपछि यसले व्यवहारमा महत्व पाउने कुरै भएन । त्यसैले गर्दा पनि महिलाका विषयहरूलाई नीतिगत रूपले अधिकतम उल्लेख गर्नेतर्फ एक अभियान नै थाल्नुपर्ने हो कि ? अहिले सम्म सूचना विभागमा सबै किसिमका गरी भण्डै ४ हजार २ सय पत्रपत्रिका प्रकाशित छन् । यिनहरूले महिलाका विषयलाई के कस्तो प्राथमिकता दिएका छन्, के सबै सम्पादक र संवाददाता बेइजिङ्ग १२ बुदामा जानकार छन् ? पाठकहरूलाई तुलानात्मक रूपमा बढि प्रभाव पार्न सक्ने दैनिक अखबारहरूमा बेइजिङ्ग सम्मेलनले अघि सारेका १२ बुदालाई कस्तो प्राथमिकता दिएका छन् ?

३. अध्ययनको औचित्य (Rationale of the Study)

संचार माध्यममा लैंगिक सवालहरू ओभेलमा परे भनिए तापनि यसको तथ्याङ्कीय अवस्था कस्तो छ भन्ने बारेमा अध्ययन नभएकाले महिलाका विषयलाई कसरी मूल्याङ्कन गर्ने भन्ने बारेमा समस्या छ । त्यसैले यससम्बन्धी निर्णय गर्न र कार्यक्रमहरू तय गर्न पनि अप्ठ्यारो भएको छ । यो अध्ययनले महिला संचारको क्षेत्रमा काम गरिरहेका व्यक्तिहरू, सम्पूर्ण संचारकर्मीहरू र सरकारी निकायहरूलाई समेत संचार माध्यममा महिलाका विषयवस्तुको समावेशी गर्ने सन्दर्भमा काम गर्न सजिलो हुनेछ । यसका आधारमा महिलाका विषयवस्तुलाई समावेशी गर्नका लागि निर्णय गर्न सकिनेछ । यो अध्ययन शोध पत्रको प्रयोजनका लागि भए पनि यसले महिला शसक्तिकरणमा काम गरिरहेका गैरसरकारी संस्थाहरू, सम्बन्धित सरकारी निकायहरू र संचार गृहहरूलाई समेत महिला र संचार माध्यमको सम्बन्ध र यसले शसक्तिकरणमा खेल्न सक्ने भूमिका बारेमा सहयोग पुऱ्याउँछ । यो अध्ययनले नीतिगत र कार्यमूलक दुवै कामका लागि सहयोग गर्छ ।

४. अध्ययनको उद्देश्य (Objectives of the study)

जनसंख्याको अनुपात हेर्दा पुरुषको भन्दा महिलाको बढी छ । तर अवसर र विकासका दृष्टिले पुरुष भन्दा महिलाहरू धेरै पछाडि छन् । यी महिलाहरूको शसक्तिकरणमा संचार माध्यमको महत्वपूर्ण भूमिका हुन्छ भन्ने कुरा विश्वव्यापीरूपमा उठ्न थालेका छन् । यहि परिप्रेक्षमा नेपालमा पनि विशेषगरी आम संचार माध्यमले महिलाको शसक्तिकरणमा के-कस्तो भूमिका खेल्न सक्छन् भन्ने बारेमा छलफल हुन थालेको छ । तर यसबारेमा स्पष्ट नीतिहरू हुन नसक्दा संचार माध्यमले कसरी काम गर्ने भन्ने कुरा नै यकिन हुन सकेको छैन । त्यसैले यो अध्ययनमा महिलाका मुद्दा र संचार माध्यमको सम्बन्धबारेको विशिष्ट विषयहरूको अध्ययन गर्न खोजिएको छ । अध्ययनका उद्देश्यलाई बुदागतरूपमा यसरी हेर्न सकिन्छ ।

१. काठमाण्डौँबाट प्रकाशित नेपाली भाषाका ठूला आकारका पाँच रंगीन दैनिक अखबारले बेइजिङ्ग घोषणाले महिला शसक्तिकरणका लागि उठाएका १२ वटा विषयका के-कस्ता समाचारहरू छापिएका

छन् र यिनीहरूको प्राथमिकिकरण कस्तो भन्ने कुरा पत्ता लगाउनु यो अध्ययनको मुख्य उद्देश्य हो ।
२. अध्ययनमा परेका ५ दैनिक अखवारले बेइजिङ्ग सम्मेलनमा महिलाका विषयलाई प्राथकता दिएको क्रम अनुसार यी अखवारको वर्गीकरण गरी प्राथमिकताको आधारमा यिनीहरूको तुलनात्मक मूल्य मापन गर्नु यो अध्ययनको अर्को उद्देश्य हो ।

५. पूर्व कार्यको समीक्षा (Literature Review)

५.१. संचार संस्थाका प्रकाशन

पछिल्लो समयमा महिला संचारकर्मीहरू आवद्ध भएका संचार संस्थाहरूले महिला र संचारसम्बन्धी अध्ययन गर्ने क्रम बढेको छ । र, यस्ता अध्ययनहरू लेख रचना एवं प्रतिवेदनको रूपमा सार्वजनिक भएका पनि छन् । खासगरी यस्ता अध्ययनहरूमा महिलाका विषयहरूको संचार माध्यममा भएको समावेशी भन्दा पनि संचारकर्मी महिलाका अधिकार र उनीहरूले भोग्नु परेका व्यवसायिक समस्यासम्बन्धीको विश्लेषण भएको पाइन्छ । यस किसिमका सामग्रीहरू पनि अध्ययनका लागि सहयोगी भएका छन् ।

५.१.१. मिडियामा काम गर्ने महिलाको संख्या तथा गुणस्तर कसरी बढाउने: नेपाल प्रेस

इन्स्टिच्युटका लागि मिडिया सर्भिसेज इन्टरनेशनलले तयार पारेको मिडियामा काम गर्ने महिलाको संख्या तथा गुणस्तर कसरी बढाउने भन्ने शीर्षकमा गरिएको अध्ययनले छोटकरीमा महिला संचारकर्मको सहभागिता बढाउनेसम्बन्धीको अवस्था र सुझाव औल्याएकोछ । यो अध्ययनले समाचारको समावेश भन्दा पनि महिला संचारकर्मीको समावेशी र उनीहरूको शसक्तताको विषयलाई उजागर गर्न खोजेको छ । यसमा नेपाली महिलाका कस्ता विषयहरू संचार माध्यममा प्रकाशित हुन्छन् भन्ने कुरा उल्लेख छैन । यो अध्ययनले बेइजिङ्ग घोषणाका १२ बुँदाको पनि उल्लेख गरेको छैन ।

५.१.२. संचार र महिला विशेषांक-१ र २ : वि.स. २०५० साल र २०५५ सालमा अस्मिता प्रकाशन

गृहले महिला र संचारसम्बन्धी २ वटा अध्ययन विशेषांक प्रकाशन गरेको छ । यी दुवै अंकमा महिला र संचारका विषयलाई व्यवसायिक क्षमता र उनीहरूको संचार माध्यममा भएको सहभागिताका दृष्टिबाट विश्लेषण गरिएको छ । यो विशेषांकमा संचार माध्यममा महिलाको उल्लेख्य सहभागिता हुन नसक्दा महिलाका विषयहरूले प्राथमिकता पाउन नसकेको भन्ने पक्षलाई पनि औल्याइएको छ । तर पनि ठूला आकारका दैनिक अखवारमा छापिने विषयवस्तुलाई अध्ययन गरेको पाईएन । खासगरी संचार र महिला विशेषांक -१ को पृष्ठ ८-१८ र संचार र महिला विशेषांक - २ को पृष्ठ ७-१७ मा महिला शसक्तिरणका लागि संचार माध्यमको महत्व कस्तो हुन्छ र यो अभ्यास नेपालमा कस्तो छ भन्ने

कुरालाई विश्लेषण गर्ने प्रयाश गरिएको छ।^५ तर यो विशेषांक मा पनि यहाँ गर्न खोजिएको अध्ययनका विषयलाई उठाइएको पाइएन। अध्ययनले महिला संचारकर्मीको संख्या न्यून भएको र यसको प्रत्यक्ष असर महिलासम्बन्धी तयार पारिने संचार सामग्रीमा परेको भनेको छ। महिला संचारकर्मीहरूलाई प्रोत्साहन गरी उनहरूको सहभागिता बढाउन सकियो भने महिला सामग्रीको प्रकाशन र प्रसारणको मात्रा बढाउन सकिने निष्कर्ष यो अध्ययनले अघि सारेको छ।

५.१.३. पत्रकारितामा महिला प्रश्न: नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटद्वारा वि. सं. २०५९ सालमा प्रकाशित यो पुस्तकले महिला र संचार भन्दापनि नेपालमा महिला र पत्रकारिताको गुणत्मक र संख्यात्मक पक्षलाई औँल्याएको छ। यसले पनि महिला संचारकर्मीका विषयलाई अध्ययनको केन्द्रबिन्दु बनाएको छ। त्यसैले यो अध्ययनमा पनि अखवारमा महिलाका मुद्दाहरूको समावेशीका बारेमा यथेष्ट कुराहरू आएका छैनन्। अन्जु क्षेत्री, सरोज पन्त र मञ्जु थापाद्वारा लेखिएको यो पुस्तकमा महिलाका विषयमा प्रकाशित सामग्रीको तथ्याङ्कीय अवस्था भन्दा महिलाका विषयमा कस्ता सामग्रीलाई प्राथमिकता दिनुपर्छ र प्रकाशित सामग्रीले समाजमा कस्तो असर पारेको छ भन्ने कुराको विश्लेषण गरेको छ। यसमा विभिन्न देशमा महिला संचारसम्बन्धी भएका नीतिसम्बन्धी विश्लेषण गरिएको छ। यसमा नेपालले पनि महिलाका विषयहरूलाई संचार माध्यममा प्राथमिकता दिनका लागि सरकारले र संचार माध्यमहरूले नै स्पष्ट नीति बनाउनुपर्ने तर्क अघि सारिएको छ। तर यसले बेइजिङ्ग घोषणाका मुद्दाहरूलाई नेपाली संचार माध्यमले कसरी प्रस्तुत गरेका छन् भन्ने कुरा उल्लेख गरेको छैन।

५.१.४. लैंगिक सवालको अनुगमन : प्रेस काउन्सिल नेपालले वि.स. २०६१ सालमा प्रकाशन गरेको यो अध्ययन पुस्तकमा राष्ट्रिय स्तरमा प्रकाशित दैनिक र साप्ताहिक अखवारमा छापिएका महिलाका विषयवस्तुको अध्ययन गर्ने प्रयाश गरिएको छ। यो अध्ययनले भने बेइजिङ्ग घोषणाले अघि सारेका बँदाहरूलाई नै अध्ययनको केन्द्रबिन्दु बनाएको छ। अध्ययनले पनि बेइजिङ्ग घोषणाले उठाएका महिला सम्बन्धी मुद्दाहरू छापि माध्यमले कसरी प्रकाशन गरेका छन् भन्ने कुरालाई विश्लेषण गरे पनि नेपाली भाषामा प्रकाशित ठूला आकारका दैनिकको छुट्टै अध्ययन गरेको छैन। त्यस्तै यो अध्ययनमा महिलाका कति सामग्री प्रकाशित हुन्छन् भन्ने कुरालाई समावेश गरेपनि महिलासम्बन्धी कस्ता-कस्ता सामग्री, के कति प्रकाशन हुन्छन् भन्ने कुरालाई विश्लेषण गरेको छैन। खासगरी यो अध्ययनमा राष्ट्रियस्तरका दैनिक र साप्ताहिक अखवारहरूमा महिलाका विषयहरू कति प्रकाशित हुन्छन् भन्ने बारेको तथ्याङ्क

^५ राणा बन्दना, पाण्डे ज्ञानु, संचारकर्मी महिलाको अवस्था (काठमाण्डौ: संचारिका समूह नेपाल)

मात्र समेटिएको छ । तर यसले समाचारको प्राथमिकता र सामग्रीको प्रस्तुति शैली के कस्तो छ भन्ने कुरा उल्लेख गरेको छैन ।

५.१.५. ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट: सन् २००५ मा गरिएको यो अध्ययनमा नेपालमा समाचारहरू लैंगिक दृष्टिले कस्ता छन् भनेर हेर्ने प्रयाश गरिएको छ । समाचार कसले बनाउँछ भन्ने शीर्षकमा छापिएको यो पुस्तकमा पनि समाचारको समावेशीलाई भन्दा पनि महिलाका समाचार पुरुषले तयार गर्छन् वा महिला ले नै भन्ने कुरालाई जोड दिइएको छ । यो प्रतिवेदनमा ८५ प्रतिशत समाचार पुरुषले र १५ प्रतिशत समाचार मात्र महिलाले तयार पार्ने गरेको उल्लेख छ । तर महिला र पुरुषका विषयवस्तुको तुलना भने गरिएको छैन । संचार सामग्रीलाई लैंगिक दृष्टिबाट विश्लेषण गर्ने प्रयाशस्वरूप विश्वभरी नै यस किसिमको मिडिया मोनिटरिङ गर्ने काम भएको थियो । पछि यससम्बन्धी विश्वव्यापी प्रतिवेदन पनि तयार गरिएको थियो । त्यसैले संचारमा लैंगिक विषयको समावेशीलाई देखाउने यो गतिलो दस्तावेज भएको छ ।

एक दिने संचार अनुगमनले देखाए अनुसार रेडियोमा आठ प्रतिशत, पत्रपत्रिकामा १५ प्रतिशत र टेलिभिजनमा १९ प्रतिशत महिला समाचारका विषय बनेका छन् । बाँकी सबै समाचारका विषय पुरुषहरू नै बनेका छन् । प्रकाशित समाचारमध्ये ३० प्रतिशत सरकारका सम्बन्धमा, २७ प्रतिशत सरकारी र कानूनी विषयमा र २३ प्रतिशत सेलिब्रेटी र खेलकुदमा छन् । त्यसैगरी अपराध र हिंसासम्बन्धी भने ३ प्रतिशत समाचार मात्र समावेश भएका छन् । समग्रमा नेपाली संचार माध्यममा १५ प्रतिशत समाचार महिलाले बनाउँछन् भने बाँकी ८५ प्रतिशत समाचार पुरुषहरूले बनाउँछन् भन्ने कुरा अध्ययनले देखाएको छ ।

यीबाहेक महिला र संचारसम्बन्धी अन्य किसिमका अध्ययनहरू पनि भएको देखिन्छ । तर ती सबै अध्ययनहरू यहाँ गर्न खोजिएको अध्ययनभन्दा फरक किसिमका पाइन्छन् । यी सबै सामग्रीहरू यो अध्ययनका लागि कुनै न कुनै रूपमा सहयोगी भएका छन् ।

५.१.६. महिला र मिडिया: अस्मिता प्रकाशन गृहले वि. स. २०५९ सालमा गरेको अध्ययनअनुसार काठमाण्डौबाट प्रकाशित हुने ब्रोडशिट दैनिकले सन्तोषजनक रूपमा महिलाका मुद्दा उठाएको पाइएन । उक्त अध्ययनमा ६ वटा दैनिकमा छापिएका एक महिनाका विषयवस्तुहरूको अध्ययन गरिएको थियो । अध्ययन अवधिमा १ सय ८६ अंकमा केवल १ सय २७ वटा समाचार मात्र महिलासम्बन्धी भएको

पाइयो । तर यो अवधिमा प्रकाशित सम्पूर्ण समाचारको संख्या भने १ हजार ४ सय हुन जान्छ ।^१ अखवारमा समाचार, घटना, नौलो कुरा व्यक्तिको भनाइबाट बन्ने गर्छन् । महिला विषयका समाचारहरू पनि यसै आधारमा छापिएका हुन्छन् । त्यसैले महिलासम्बन्धीका समाचार थोरै छान्नुमा यससम्बन्धी औपचारिक कार्यक्रमहरू थोरै भएको सहजरूपमा भन्न सकिन्छ भन्ने कुरा यो अध्ययनले भनेको छ । एकातिर नेपाली महिलासम्बन्धीका कार्यक्रमहरू न्यून हुने, अर्कोतर्फ संचार माध्यमहरू पनि महिलाका समाचार बनाउनका लागि औपचारिक कार्यक्रम मात्र पर्खने प्रवृत्तिले महिलाका मुद्दाहरूको समावेशीमा कमी आएको छ । व्यवसायिक अपरिपक्वताका कारण पनि महिलाका समाचार न्यून आएको देखिन्छ । महिलामा अभिप्रेरणा जगाउनका लागि महिलाकेन्द्रित समाचार बढी आउनु जरुरी छ । महिलालाई उत्प्रेरित गर्नका लागि समाचारमा निरन्तरताको आवश्यकता पर्छ । त्यसैले संचार माध्यम घटना वा गतिविधिमा मात्र सीमित भएर समाचार बनाउने परम्परालाई केही परिवर्तन गर्नुपर्छ भन्ने कुरा अध्ययन प्रतिवेदनले स्पष्ट भनेको छ । तर यो अध्ययनले पनि बेइजिङ्ग घोषणाका १२ बुँदाको बारेमा कुनै कुरा उल्लेख गरेको छैन ।

५.२. विश्व महिला सम्मेलन र सञ्चार विषयका पूर्व सामग्री

५.२.१ पहिलो विश्व महिला सम्मेलन र सञ्चार

महिला आन्दोलनले उठाउँदै आएका सवाललाई कमजोर हुन नदिन संचार माध्यमहरूको अध्ययन अनुगमन गर्नु आवश्यक देखिएको छ र यसका लागि मूलधारे चरित्रका संचार माध्यमहरूलाई लैंगिकताका विषयमा सजग बनाउनु र यसका पक्षमा सामग्री तयार पारी प्रकाशन-प्रसारण गर्न उत्प्रेरित गर्नुपर्छ भन्ने कुरा पहिलो विश्व महिला सम्मेलनले आफ्नो घोषणापत्रमा उल्लेख गरेका छ । त्यसैले पहिलो सम्मेलनदेखि नै महिला र संचारलाई उठाइएको इतिहास छ । तर व्यावहारिक रूपमा यी मुद्दाहरू उठ्न सकेनन् ।

५.२.२ दोस्रो विश्व महिला सम्मेलन र संचार

खासगरी महिला र संचारका मुद्दाहरू दोस्रो विश्व महिला सम्मेलनबाट उठ्न थालेका हुन् । सन् १९८० मा कोपेनहेगनमा सम्पन्न संयुक्त राष्ट्रसंघीय दोस्रो विश्व महिला सम्मेलनले महिला र संचारका सम्बन्धमा दिएका सुझावहरू राष्ट्रिय, क्षेत्रीय र अन्तर्राष्ट्रियस्तरका महिला संस्थाहरू लगायत स्वतन्त्र सङ्गठनहरूले समाचारमूलक र विज्ञापनसमेतका आमसंचारमाध्यमहरूमा महिलाको मर्यादा र सवाललाई कसरी प्रस्तुत

^१ महिला र मिडिया, अस्मिता प्रकाशन गृह, काठमाण्डौ, २०६०

गरिन्छ भन्ने तरिकाको अध्ययन गर्नुपर्छ भन्ने कुरा उल्लेख छ । सो सम्मेलनले आफ्नो घोषणापत्रमा संचार माध्यमलाई सुझाव दिँदै अपेक्षा गरेका कुराहरू यस्ता छन् :

महिलालाई यौनबस्तुको रूपमा अथवा दोस्रो दर्जाका नागरिकका रूपमा होच्याएर प्रस्तुत गरिएका प्रमाणहरू दिएर सम्बन्धित माध्यमहरूलाई त्यस्ता प्रस्तुतिहरू सच्याउनका लागि ध्यानाकर्षण गर्नुपर्छ ।

संचार संस्थाहरूभित्र नीतिनिर्माण र निर्णायक तहहरूमा महिलाको पूर्ण र अतिसक्रिय सहभागितालाई प्रोत्साहित गर्न हरसम्भव प्रयासहरू गरिनुपर्छ । नियन्त्रणकारी निकायहरू र प्रसारण संजालहरूमा नियुक्तिहरू गर्दाका अवसरलाई सरकारले उपयोग गर्नुपर्छ ताकि सरकारका माथिल्लो तहका निर्णायकहरूमा महिलाको समान प्रतिनिधित्व सुनिश्चित गर्न सकियोस् ।

सबै तहका संचारकर्मीहरूलाई संवेदनशील बनाउने तालिम कार्यक्रमजस्ता विशेष प्रयासहरू गरिनुपर्छ । यसले महिलालाई अधिकार सम्पन्न व्यक्तिका रूपमा चित्रण गर्न र महिला तथा महिला सवालहरूको चित्रणमा महिला अधिकार, आवश्यकता र रुचिहरूको झलक दिने कुरा सुनिश्चित हुन सकोस् ।

यसले पूर्वाग्रह र परम्परागत रूढ छविलाई हटाउन सहयोग गर्नसक्छ, । समाजमा महिलाको नयाँ भूमिकालाई स्वीकार्य गराउने काममा तीव्रता दिनसक्छ र विकास प्रयासहरूमा उनीहरूको भूमिकालाई समान साभेदारका रूपमा प्रोत्साहित गर्नसक्छ ।

सक्रियताका सबै क्षेत्रहरूमा, विरोधाभाषहरू समाप्त गर्न आमसंचार माध्यमहरू समाजमा एउटा मुख्य साधन बन्नुपर्छ ।

आमसंचारले के पनि स्वीकार गर्नुपर्छ भने सन्तानको हेरविचार, शिक्षा र घरहरूभित्रका कामहरूमा आमा र बाबु दुवै अभिभावकको समान दायित्व र जिम्मेवारी हुन्छ । सरकारले, आमसंचारकर्मीका रूपमा, आफ्नो मुलुकका बारेमा र मुलुकलाई संचार तयार गर्ने क्रममा, महिला सवाल र सरोकारको अवस्थाप्रति सरकारी प्रतिबद्धता झल्कने विषयबस्तुहरू सुनिश्चित गर्नुपर्छ ।

५.२.३ तेस्रो विश्व महिला सम्मेलनले उठाएका मुद्दाहरू

सन् १९८५ मा केन्याको राजधानी नैरोबीमा सम्पन्न तेस्रो विश्व महिला सम्मेलनमा महिलासम्बन्धी अग्रदर्शी कार्यनीति भन्ने ठोस धारणा विकसित भएको थियो । यस रणनीतिले महिला विषयक प्रसङ्गहरू र तिनीहरूप्रति बढ्दो चासोलाई, समस्याको समाधान खोजी गर्ने सवालमा संचारको, विशेषगरी आमसंचारका माध्यमहरूको महत्त्वलाई अत्यन्त उजागर गर्‍यो । यससम्बन्धमा सरकारी र गैरसरकारी सङ्गठन दुवै तहबाट राष्ट्रिय, क्षेत्रीय

र अन्तर्राष्ट्रिय स्तरमा अनेकानेक नयाँ पहलहरू अधि बढाइए । त्यस कार्यनीतिले महिला र संचारका सम्बन्धमा समेटेका प्रमुख कुराहरू निम्नानुसारका थिए :

सूचना स्रोतहरूमा महिलाहरूको पहुँच सरल तथा सुगम गराउने उद्देश्य राखी संचारसम्बन्धी नीति निर्माण, निर्णय, कार्यक्रम तर्जुमा, कार्यान्वयन र अनुगमनका सबै तहमा महिलाहरूको सहभागितालाई उच्च प्राथमिकता प्रदान गर्नुपर्छ । संचारको बैकल्पिक स्वरूपको छनौट र विकाससम्बन्धी नीतिनिर्माणमा महिलाहरूलाई अभिन्न अङ्ग बनाइनुपर्छ र सबै सार्वजनिक सूचनासामाग्रीहरूको निर्धारणमा उनीहरूको समान अधिकार हुनुपर्छ । संचार क्षेत्रमा अन्तर्राष्ट्रिय सहयोगका लागि व्यापक क्षेत्र उपलब्ध छ जसमा महिलाहरूबाट भएका अनुभव र सूचना आदानप्रदान गर्न विकास र शान्तिका क्षेत्रमा महिलाहरूका भूमिकासम्बन्धी क्रियाकलापहरू प्रदर्शित गर्न र जनचेतना बढाउन सूचनाको प्रयोग गर्न सकिन्छ ।

महिला र पुरुषबीच समानताको आवश्यकता तथा भेदभावका चलनहरूलाई हटाउनेसम्बन्धी जनधारणामा सुधार ल्याउन महिलाविरुद्ध सबै प्रकारका भेदभावलाई निर्मूल गर्ने सन्धिसम्बन्धी जानकारीप्रति विशेष ध्यान दिनुपर्छ ।

शान्ति, सामाजिक न्याय तथा महिलाहरूको उन्नतिलाई प्रवर्द्धन गर्नका लागि संयुक्त राष्ट्रसंघको कानुनी संयन्त्र र समानता, विकास तथा शान्तिसँग सम्बन्धित संयुक्त राष्ट्रसंघका प्रस्तावहरू तथा प्रतिवेदनलाई प्रचारप्रसार गरिनुपर्छ । संयुक्त राष्ट्रसंघको रेडियो तथा टेलिभिजनलगायत आमसंचारमाध्यमले यी उद्देश्यहरू प्राप्त गर्न विशेष सहयोग गर्नुपर्छ । मानिसहरूमा समझदारी बढाउन र अन्तर्राष्ट्रिय शान्ति र सुरक्षा कायम गर्न महिलाहरूको भूमिकासम्बन्धी सूचनाहरू प्रवाह गर्नुपर्छ । महिलाहरूको उन्नतिका लागि शान्ति र अन्तर्राष्ट्रिय समझदारीको अवधारणाको महत्वबारे जानकारी गराउन लोक-सांस्कृतिक संचारको तरिका र विधि पनि प्रयोग गर्नुपर्छ ।

संयुक्त राष्ट्र संघको संयुक्त सूचना समितिले आफ्नो सामाजिक तथा आर्थिक सूचना कार्यक्रममा महिलाहरूको समस्यालाई निरन्तररूपमा समावेश गर्नुपर्छ भनेकोछ । तर सम्मेलनले अधि सारेका यी क्रियाकलापहरूलाई कार्यान्वयन गर्नका लागि उचित साधनहरू उपलब्ध गराउनुपर्छ भन्ने कुरा तेस्रो महिला विश्व सम्मेलन अधि सारेकोछ । सम्मेलनले यस्ता सुझाव दिएपनि नेपालमा न त संचार माध्यमले महिलाका मुद्दालाई प्राथमिकता पनि लाग्ने गर्दछन् । त्यसैले तेस्रो विश्व सम्मेलनले उठाएका संचारका विषयमा पनि नेपाल वेखबर छ भन्दा फरक पर्दैन ।

५.२.४ चौथो विश्व महिला सम्मेलनले उठाएका मुद्दाहरू

५.२.४.१ सन् १९९५ मा चीनको राजधानी बेइजिङमा सम्पन्न चौथो विश्व महिला सम्मेलनले महिलाका लागि संवेदनशील सरोकारका १२ वटा क्षेत्र पहिल्याएको थियो । त्यस क्रममा महिला र संचारको सवाललाई पनि एउटा विशिष्ट सरोकारको क्षेत्रका रूपमा स्वीकारिँदै त्यस क्षेत्रमा विद्यमान समस्याहरूको विश्लेषण गर्ने र भविष्यमा विभिन्न सम्बन्धित निकायहरूले अपनाउनुपर्ने कार्यनीति तथा रणनीतिहरूका सम्बन्धमा पनि सम्मेलनमा व्यापक छलफल भएको थियो । सम्मेलनको आधिकारिक दस्तावेज बेइजिङ घोषणापत्र र कार्ययोजनामा यस विषयमा धेरै कुराहरू समेटिएका थिए । बेइजिङ घोषणाले महिला र संचारसम्बन्धी उठाएका मुख्य मुद्दाहरू यस्ता थिए :

सञ्चारमाध्यममा लैङ्गिक संवेदनशीलताको अभाव रहेको छ । स्थानीय, राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रियस्तरका निजी तथा सरकारी संचार संस्थाहरूमा लिङ्गमा आधारित परम्परागत चित्रणहरू उन्मूलन गर्न असफल हुनुले यो कुरा प्रमाणित गर्छ ।

विद्युतीय, छापा, श्रव्यदृश्यजस्ता आमसंचारमाध्यममा महिलाको नकारात्मक र अपहेलित चित्रणको निरन्तर प्रस्तुति परिवर्तन गरिनुपर्छ । अधिकांश मुलुकमा त्यहाँका छापा र विद्युतीय संचारमाध्यमहरूले बदलिँदो विश्वमा महिलाका विविध जीवन र उनीहरूले समाजमा पुऱ्याएका योगदानहरूको सन्तुलित तस्विर सम्प्रेषण गर्दैनन् । यसका अतिरिक्त ती माध्यमले प्रस्तुत गर्ने हिंसापूर्ण र अपमानजनक तथा अश्लील संचारसामग्रीहरूले महिला र समाजमा उनीहरूको सहभागितालाई नकारात्मक असर पुऱ्याइरहेका छन् । संचारमाध्यमका लागि स्व-नियन्त्रित संयन्त्रहरू सृजना गर्न र तिनलाई सबल बनाउन तथा लैङ्गिक-पूर्वाग्रही कार्यक्रमहरू उन्मूलन गर्ने अवधारणाहरू विकसित गरिनु आवश्यक छ ।

अधिकांश महिलाहरू, विशेषगरी बिकासोन्मुख मुलुकहरूमा निरन्तर विस्तारित हुँदै गइरहेका विद्युतीय सूचना राजमार्गहरूमा प्रभावकारी पहुँच बनाउन सक्षम छैनन् । यसैकारण उनीहरूका लागि सूचनाका वैकल्पिक स्रोतहरू प्रदान गर्ने संजालहरू स्थापना हुन सक्दैनन् । त्यसैले नयाँ प्रविधिहरूको विकास र प्रभावहरूमा महिलाहरू संलग्न हुनु जरुरी छ ।

बेइजिङमा सम्पन्न चौथो विश्व महिला सम्मेलनले महिलाका लागि संवेदनशील सरोकारका १२ वटा क्षेत्र पहिल्याएको थियो । त्यस क्रममा महिला र संचारको सवाललाई पनि एउटा विशिष्ट सरोकारको क्षेत्रका रूपमा स्वीकार गरिएको छ । यसको अर्थ महिला र संचारको कुरा गर्दा संचार सम्बन्धी बुँदाको मात्र प्रसंग उठ्छ भन्ने होइन । यो सम्मेलनले उठाएका १२ वटा बुँदाहरूलाई संचार माध्यमले जोड दिनुपर्छ भन्ने कुरा स्पष्ट लेखिएको छ ।

५.२.४.२ संचारलाई महिला सकारात्मक हुने गरी प्रयोग गर्नका लागि पत्रकार, विज्ञापन निर्माता, सरकार, महिलाका क्षेत्रमा काम गरिरहेका गैरसरकारी संस्थाहरूलगायत धेरैको संलग्नता र जिम्मेवारीलाई बेइजिङ्ग घोषणामा उल्लेख गरिएको छ। सबै सरोकारवालाहरूले आ-आफ्नो उत्तरदायित्व बहन गरेको खण्डमा महिलाको विकासका लागि सहयोग पुग्छ भन्ने मान्यता घोषणापत्रमा उल्लेख गरिएको छ। बेइजिङ्ग सम्मेलनले पारित गरेका संचारसम्बन्धीका दुइवटा रणनीतिक उद्देश्यमा संचारको सहयोगको कुरा उल्लेख गरिएको छ।

५.२.४.३ रणनीतिक उद्देश्य नं. १ :

संचारमाध्यम र तीमार्फत हुने अभिव्यक्तिहरू तथा निर्णय प्रक्रियामा महिलाको सहभागिता र पहुँचलाई अभिवृद्धि गर्ने। यसका लागि सरकार, संचारप्रणाली र अन्य सरोकारवालाहरूको आ-आफ्नै भूमिका हुन्छ।

सरकारले गर्नुपर्ने काम

संचारका सबै क्षेत्र र तहहरूमा महिलाहरूको समान पहुँचलाई अभिवृद्धि गर्दै त्यसलाई सुनिश्चितता प्रदान गर्न महिला तालिम, शिक्षा तथा रोजगारीमा सघाउ पुर्याउने।

महिला र संचारका सबै पक्षहरूमा अनुसन्धान गर्न सघाउ पुर्याउने जसबाट विशेष ध्यान दिन र काम गर्न आवश्यक भएका क्षेत्रहरू पहिल्याउन तथा लैङ्गिक दृष्टिकोण समाहित गर्नका लागि विद्यमान संचार नीतिहरूको पुनरावलोकन गर्न सकियोस्।

व्यवस्थापन, कार्यक्रमहरू, शिक्षा, तालिम र अनुसन्धान समेत संचारमाध्यमका सबै क्षेत्रहरूमा महिलाको पूर्ण र समान सहभागिता अभिवृद्धि गर्ने। निजी, राज्यसंचालित र सार्वजनिक संचारका सबै माध्यमहरूको परामर्शदाता, व्यवस्थापकीय, नियन्त्रणमुखी र अनुगमन गर्ने निकायहरूमा महिला र पुरुषको नियुक्ति गर्दा लैङ्गिक सन्तुलनलाई लक्ष्य बनाउने।

महिलाका आवश्यकता र सरोकारहरू उचितरूपले उठाउनका निम्ति अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग मेल खानेगरी यी निकायहरूले महिलाका लागि र महिलाद्वारा बनाइएका कार्यक्रमहरूलाई प्रोत्साहित गर्ने।

अन्तर्राष्ट्रिय तहमा समेत सूचनाको वितरण र विचारहरू आदानप्रदान गर्ने माध्यमका रूपमा महिलाका संचार संजालहरू, विद्युतीय संजाल र संचारका अन्य नयाँ प्रविधिहरू समेत प्रोत्साहित गर्ने तथा मान्यता दिने र सबै किसिमका संचारसम्बन्धी काम तथा सूचना प्रणालीहरूमा सक्रिय महिला समूहहरूलाई सघाउने।

आदिवासी जनताका विविध सांस्कृतिक पक्षहरूसम्बन्धी सूचना वितरण गर्नका लागि राष्ट्रिय संचार माध्यममा कार्यक्रमहरूको सिर्जनात्मक प्रयोगनिमित्त प्रेरित गर्ने तथा साधन एवं सहूलियतहरू प्रदान गर्ने र राष्ट्रिय कानून मातहत रही यससम्बन्धमा सामाजिक र शैक्षिक सवालहरूको विकासलाई प्रोत्साहित गर्ने । राष्ट्रिय कानून मातहत रहँदै संचारमाध्यमको स्वतन्त्रता तथा यसको सारभूत सुरक्षाको ग्यारेन्टी गर्ने र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग अनुकूल हुने गरी विकास र सामाजिक सवालहरूमा संचारमाध्यमको सकारात्मक संलग्नतालाई सुनिश्चित गर्ने ।

■ **राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय संचार प्रणालीद्वारा :**

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग अनुकूल हुने गरी नियन्त्रणात्मक संयन्त्रहरू, स्वेच्छिक समेत, विकसित गर्नुपर्ने जसले संचारमाध्यम तथा अन्तर्राष्ट्रिय संचार प्रणालीद्वारा महिलाको सन्तुलित तथा विविध चित्रणलाई प्रोत्साहित गर्छ, । साथै, सामग्री उत्पादन तथा निर्णय प्रक्रियामा महिला र पुरुषको बढ्दो सहभागितालाई प्रोत्साहित गर्ने ।

■ **सरकार अथवा महिला-उत्थानका लागि काम गर्ने राष्ट्रिय संयन्त्रद्वारा :**

आमसंचार माध्यमका लागि सूचना उत्पादन गर्न प्रयोगात्मक प्रयासहरूलाई आर्थिक सहयोग उपलब्ध गराउने लगायत साइबर नेटिक्स स्पेस र भूउपग्रहहरूको प्रयोग समेत सरकारी अथवा निजी स्तरमा प्रयुक्त संचारका नयाँ प्रविधिलाई महिलाहरूका लागि शैक्षिक एवं प्रशिक्षण कार्यक्रमहरूको व्यवस्थापनका निमित्त प्रोत्साहित गर्ने ।

नयाँ प्रविधिहरू समेत आमसंचार प्रणालीलाई प्रजातान्त्रिक प्रक्रियामा महिला सहभागितालाई सबल बनाउने साधनका रूपमा प्रयोग गर्न प्रेरित गर्ने । महिला संचारविज्ञहरूको निर्देशिका तयार गर्न सहजकर्ता बन्ने । संचारद्वारा महिलाको सन्तुलित र गैरपरम्परागत चित्रणलाई प्रोत्साहित गर्ने हेतुले बनाइने पेशागत निर्देशिका तथा आचारसंहिता वा अन्य स्वनियन्त्रणकारी प्रविधिहरूको विकासमा महिला सहभागितालाई प्रोत्साहित गर्ने ।

५.२.४.४ रणनीतिक उद्देश्य नं. २ :

संचारमाध्यमहरूमा महिलाको सन्तुलित र गैरपरम्परागत चित्रणलाई प्रोत्साहित गर्ने ।

■ **चालिनुपर्ने कदमहरू**

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको अनुकूल हुने हदसम्म सरकारहरू र अन्तर्राष्ट्रिय गैरसरकारी संस्थाहरूद्वारा :

महिला र बालिकाहरूको सन्तुलित चित्रण एवं उनीहरूका अनेक भूमिकाहरू अभिवृद्धि गर्न लक्ष्यित सूचना, शिक्षा तथा संचार रणनीतिको अनुसन्धान र कार्यान्वयनलाई प्रोत्साहित गर्ने ।

संचार तथा विज्ञापन संस्थाहरूलाई कार्ययोजना प्रति चेतना जगाउने विशिष्ट कार्यक्रमहरू बनाउन प्रोत्साहित गर्ने । संचार मालिक र व्यवस्थापकहरूसमेत आम संचार-व्यवसायीहरूका लागि लैङ्गिक संवेदनशीलतासम्बन्धी तालिमलाई प्रोत्साहित गर्ने जसले संचारमा महिलाको गैरपरम्परागत, सन्तुलित र विविध छविको निर्माण एवं प्रयोगलाई प्रोत्साहित गर्न सघाओस् ।

संचारमा प्रस्तुत गरिने महिलाहरूको परम्परागत अश्लील एवं लिङ्गविभेदी चित्रणहरू लैङ्गिक भेदभावमूलक, अवमूल्यन प्रकृतिका र आपत्तिजन्य एवं आक्रामक हुन्छन् भन्ने अवधारण अभिवृद्धि गर्ने

■ संचारमाध्यम संस्थाहरूद्वारा :

महिलाको गैरपरम्परागत छविको प्रस्तुतिलाई प्रोत्साहित गर्न अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासित प्रतिकूल नहुने गरी व्यावसायिक निर्देशिका, आचार संहिता र स्व-नियन्त्रणका अन्य तरिकाहरू विकसित गर्ने ।

संचारमाध्यम र विज्ञापनमा समेत महिलासँग सम्बन्धित अपमानजनक वा अश्लील सामग्रीहरूलाई व्यवस्थित गर्न अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग प्रतिकूल नहुने गरी व्यावसायिक निर्देशिका र आचारसंहिता बनाउने ।

संचारमाध्यमका सबै तहको निर्णय गर्ने स्तरमा महिला सहभागिता बृद्धि गर्ने ।

संचार कार्यक्रमहरूका सम्बन्धमा लैङ्गिक विश्लेषण समावेश गर्न दृष्टिकोणहरू विकसित गर्ने र विज्ञहरूलाई तालिम दिने ।

६. अध्ययनका सीमाहरू (Limitations of the Study)

बेइजिङ्ग सम्मेलनले महिला र संचार विषयलाई सरकारी, गैरसरकारी, विज्ञापन निर्माता, संचारका पेशागत संगठन र संचार माध्यमसंग जोडेर अघि सारेको छ । तर यो अध्ययनमा महिलाका सवाल र संचार माध्यमको एउटा विशिष्ट पाटोलाई समावेश गरिएकाले संचारका सबै पक्षहरू जेडिडैनन् । यसमा बेइजिङ्ग सम्मेलनले महिलाको शसक्तिकरणका लागि विश्वका साभ्ना एजेण्डाको रूपमा अघि सारेका १२ बुँदाहरूको मात्र अध्ययन गरिएको छ । तर अध्ययन सामग्री नेपाली भाषामा प्रकाशित ठूलाआकारका पाँच रंगीन दैनिक अखवारका मात्र छन् ।

अध्ययनमा परेका अखबारहरू:

- . अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक
- . कान्तिपुर दैनिक
- . गोरखापत्र दैनिक
- . नेपाल समाचारपत्र दैनिक
- . राजधानी दैनिक

अध्ययनको उद्देश्य नै काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने नेपाली भाषाका ठूला आकारका रंगीन दैनिक अखबारका सामग्रीको विश्लेषण भएकाले यी ५ वटा अखबारलाई छनौट गरिएको हो । अध्ययन अवधिमा राजधानीबाट प्रकाशित हुने यस किसिमका अखबारहरू यी ५ वटा मात्र थिए । स्पेशटाइम दैनिक बन्द भइसकेको थियो । हिमालय टाइम्स दैनिक रंगीन नभएकाले अध्ययनमा परेको छैन । अध्ययनमा परेका अखबारमा २०६० सालमा प्रकाशित समाचारमूलक सामग्रीलाई अध्ययनमा समेटिएको ।

६.१ अध्ययनमा परेका अखबारहरूको छोटकरी परिचय:

अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक : भारतीय संचार कम्पनी आफ्का हाउसअन्तर्गतको न्यूज मिडिया प्रा.लि.द्वारा प्रकाशित अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक नेपालको सबैभन्दा सस्तो मूल्य भएको ठूलो आकारको रंगीन अखबार हो । यसको खुद्रा बिक्री मूल्य रु.३ छ । आजभन्दा ६ वर्षअघि अर्थात् वि.स. २०५९ सालदेखि प्रकाशन शुरु भएको यो अखबार भारतीय लगानीमा संचालित अखबार हो । प्रेस काउन्सिलको वर्गीकरणमा यो अखबार क श्रेणीमा परेको छ । १२ पृष्ठको यो अखबार काठमाण्डौँबाट प्रकाशित हुन्छ । प्रकाशकका अनुसार यो अखबार दैनिक एक लाख भन्दा बढीको संख्यामा बिक्री हुन्छ ।

कान्तिपुर दैनिक : कान्तिपुर दैनिक अहिले प्रकाशनमा रहेकामध्ये सबैभन्दा पुरानो रंगीन दैनिक अखबार हो । प्रेस काउन्सिलको वर्गीकरणमा यो अखबार क श्रेणीमा परेको छ । कान्तिपुर प्रकाशन प्रा.लि.द्वारा वि.स. २०४९ सालदेखि प्रकाशित यो अखबार अहिले काठमाण्डौँ, विराटनगर र भरतपुरबाट एकैपटक छापिन्छ । १६ पृष्ठमा प्रकाशित यो अखबार नेपालको सबैभन्दा बढी बिक्री हुने अखबारको रूपमा गनिन्छ । प्रकाशन गृहका अनुसार यो अखबार दैनिक एक लाख ५० हजार प्रति प्रकाशित हुन्छ । नेपालका ७५ वटै जिल्लामा पुग्ने भएकाले यसको राष्ट्रिय प्रभाव धेरै हुन्छ भन्ने प्रकाशन गृहको दावी छ ।

गोरखापत्र दैनिक : वि.स. १९५८ देखि प्रकाशित गोरखापत्र शुरुका दिनदेखि नै सरकारी स्वामित्वको अखबार हो । गोरखापत्र संस्थानद्वारा प्रकाशित यो अखबार सामान्यतया १६ पृष्ठमा छापिन्छ । प्रेस

काउन्सिलको बर्गीकरणमा यो अखवार पनि क श्रेणिमा परेको छ । यो अखवार ६० हजारको हाराहारीमा वितरण हुन्छ । यसका पाठकहरु कति छन् भनी मापन गर्ने कुनै आधिकारिक तथ्याङ्क छैन । तर यसका संवादाता ७५ वटै जिल्लामा छन् र यसको वितरण पनि ७५ वटै जिल्ला सदरमुकामसम्म छ ।

नेपाल समाचारपत्र दैनिक : वि.स. २०५१ सालदेखि प्रकाशन शुरु भएको नेपाल समाचारपत्र दैनिक पनि क श्रेणीको अखवार हो । कामन प्रकाशन समूहले प्रकाशन गर्ने यो अखवार एकैपटकमा दुई ठाउँ (विराटनगर र काठमाण्डौ)बाट छापिने पहिलो दैनिक हो । अहिले दुई ठाउँबाट गरी दैनिक ५६ हजार प्रति छापिन्छ । यो अखवार १२ पृष्ठमा प्रकाशित हुन्छ । यसको खुद्रा विक्री मूल्य ५ रुपैयाँ रहेको छ । राष्ट्रिय स्तरको अखवार भएकाले देशव्यापीरूपमा नियमित सर्कुलेशन बनाउन खोजिए पनि यातायातको अभावका कारण कतिपय जिल्लामा यो अखवार पुग्न नसकेको प्रकाशन गृह स्वीकार गर्दछ ।

राजधानी दैनिक : उत्सर्ग प्रकाशन प्रा. लि. द्वारा प्रकाशित राजधानी दैनिक पनि क बर्गको दैनिक अखवार हो । १२ पृष्ठमा प्रकाशित यो अखवार दैनिक ५० हजार प्रति छापिने गरेको प्रकाशन गृहको दावी छ । यो अखवार वि.स. २०५८ सालदेखि प्रकाशित हुन थालेको हो । अखवारको खुद्रा विक्री मूल्य ५ रुपैयाँ रहेको छ । राष्ट्रिय स्तरको अखवार भए पनि यातायात सुविधा नभएका जिल्लाहरु अखवार नियमित रूपमा पुग्न नसकिएको प्रकाशन गृहको भनाइ छ ।

७. बेइजिङ्ग सम्मेलनले उठाएका १२ बुँदाहरू

- | | |
|---|-----------------------------|
| १. महिला र संचार | ४. महिलाविरुद्ध हिंसा |
| २. महिला र स्वास्थ्य | ५. महिला र सशस्त्र द्वन्द्व |
| ३. महिला शिक्षा र तालिम | ६. महिला र अर्थतन्त्र |
| ७. सत्ता र निर्णय प्रक्रियामा महिला | १०. महिला र वातावरण |
| ८. महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र | ११. बालिका |
| ९. महिला र मानव अधिकार | १२. चेलिबेटी बेचबिखन |

७.१ बेइजिङ्ग सम्मेलनले अघि सारेका १२ बुँदाको संक्षिप्त परिचय

बेइजिङ्ग घोषणाले महिला विकासका लागि विश्वव्यापी रूपमा अघि सारिएका १२ बुँदाहरू व्याख्या गरिएका भन्दा पनि व्यवहारमा देखिएका जल्दाबल्दा सवालहरू हुन् । विश्वका महिलाका लागि साभ्ना मानिएका यी मुद्दाहरू हरेक देशले आफ्नो अवस्था , परिवेश र आवश्यकताअनुसार व्याख्या र प्रयोग गर्न सक्छ । तर यी

बुँदा उठाउनुको लक्ष्य भनेको विश्वका महिलावादीहरूले काम गर्दाखेरि यिनै विषयमा केन्द्रित रहेर गरुन् जसले गर्दा महिला विकास विश्वमा नै एउटै धारमा अघि बढ्न सकोस् भन्ने हो । त्यसैले स्पष्टरूपमा अघि सारिएका यी १२ बुँदालाई फरक-फरक मुलुकले आफ्नो अवस्था अनुसार हेर्न सक्छन् । यो अध्ययनमा उल्लेखित १२ बुँदालाई नेपाली सन्दर्भमा जोड्ने प्रयाश गरिएको छ । फेरि यो अध्ययन आमसंचार माध्यमसंग जोडेर गरिएकाले यसले संचारसंग नै बढी सम्बन्ध राख्छ । यी बुँदाहरूको छोटकरी परिचयसहित सीमा पनि तोकिएको छ ।

७.१.१ महिला र संचार : कुनै पनि किसिमको संचारमा भएको महिलाको संलग्नता वा उपस्थितिलाई यो अध्ययनमा महिला र संचार भनिएको छ । यदि यस्ता विषयमा छापिएका समाचार वा तस्वीर छन् भने त्यसलाई यो अध्ययनमा समेटिएको छ । संचार विषय सम्बन्धमा भएका र त्यसमा महिला संलग्नता भएका सबै गतिविधिलाई महिला र संचार शीर्षकमा अध्ययन गरिएको छ । आम संचार र समूह संचारका गतिविधिलाई यो शीर्षकमा समेटिएको छ । संचारसम्बन्धी महिलाको सहभागिता भएका र महिलाले आयोजना गरेका महिलासम्बन्धी संचारसम्बन्धी गोष्ठी, सेमिनार, तालिम वा अन्य गतिविधिहरूलाई महिला र संचार भनिएको छ ।

७.१.२ महिला र स्वास्थ्य : महिलाको सरोकार भएका सम्पूर्ण स्वास्थ्य गतिविधिसम्बन्धी प्रकाशित सामग्रीलाई महिला र स्वास्थ्य शीर्षकमा राखिएको छ । यसअन्तर्गत स्वास्थ्यसम्बन्धी महिलाले पाएका सेवा वा उनहरू स्वास्थ्य सेवाबाट वञ्चित भएका लगायतका विषयहरू यो शीर्षकमा समेटिन्छन् । समग्रमा महिलाको सरोकार र संलग्नता भएका स्वास्थ्यसम्बन्धी प्रकाशित समाचारहरू यो शीर्षकमा परेका छन् । महिला र स्वास्थ्य साभा मानव स्वास्थ्य मात्र भन्दा उनीहरूका विशिष्ट स्वास्थ्य समस्याहरू जटिल छन् । विशेष गरेर महिला र प्रजनन स्वास्थ्य बढी संवेदनशील भएको कुरा महिला स्वास्थ्यसम्बन्धी विश्वव्यापी अध्ययनहरूले पनि देखाएका छन् । नेपालमा पनि यस्ता समस्याहरूको जटिलता कायमै छ । विश्वमा हरेक वर्ष ५ लाख महिलाहरू प्रसुति रोगबाट मर्छन् । नेपालमा भने दैनिक १२ जना महिलाले यस्ता रोगबाट ज्यान गुमाउँछन् । १९९७ मा कुपा नामक गैह्र सरकारी संस्थाले गरेको एक अध्ययन अनुसार ३ हजार ७ सय ४७ बन्दी महिलाहरू गर्भपतन र शिशु हत्याका कारण जेल परेका थिए । त्यस्तै पछिल्लो समयमा महिला र एचआईभी/एड्सको समस्या पनि बढेको छ । बेचविखनमा परेर एचआईभी लागेका बाहेक अन्य तरिकाले एचआईभी भएका महिलाका सवालहरूलाई पनि यो शीर्षकअन्तर्गत राखिएको छ । त्यस्तै साभा मानव स्वास्थ्यका गतिविधि भएपनि यदि यी महिला संग सम्बन्धित छन् भने यस्ता विषय पनि यो अध्ययनमा परेका छन् ।

७.१.३ महिला शिक्षा र तालिम : शिक्षा महिला विकासको महत्वपूर्ण सवाल हो । तर नेपालमा करिब ४० प्रतिशत महिला मात्र साक्षर छन् । यद्यपि कूल साक्षरता दर भने ५४ प्रतिशत छ । महिलाको चेतनास्तर बढाइ उनीहरूको सर्वपक्षीय विकासका लागि शिक्षा आवश्यक छ । त्यस्तै महिला जागरणका लागि तालिमहरू पनि संचालन भइरहेका छन् । यो शीर्षकमा महिलाको चेतना बढाउन प्रदान गरिएका सबै किसिमका तालिम र उनीहरूको शैक्षिक विकाससंग समबन्धित सबै मुद्दाहरू यो शीर्षकमा राखिएको छ । त्यसैले यी महिलाका लागि संचालित कुनै पनि किसिमका तालिम छन् र त्यसबारेमा समाचारहरू प्रकाशित भएका छन् भने त्यस्ता समाचारहरूको यो शीर्षमा अध्ययन गरिएको छ । तर संचार सम्बन्धीको तालिमलाई भने महिला र संचार बुढामा समेटिएको छ ।

७.१.४ महिलाविरुद्ध हिंसा : महिलामाथि भएका भौतिक क्षति वा घटना र उनीहरूको ईच्छाविपरित पुरुषहरूबाट भएरहेका गतिविधिलाई महिला हिंसामा राखिएको छ । उनीहरूका लागि प्रत्याभूत भएका कानूनी अधिकारको हनन, कुटपिट, यातना, बहिष्कार जस्ता घटनालाई यहाँ हिंसा मानिएको छ । यस्ता विषयमा प्रकाशित भएका समाचारहरूलाई यो शीर्षकमा अध्ययन गरिएको छ । अभै पनि दाइजो प्रथा, बलात्कार, थिचोमिचो, मदिरा सेवन जस्ता कारणहरूले महिला हिंसा शृजना गरिरहेका छन् । मध्य तथा सुदुर पश्चिममा रहेका कमलरी र हलिया प्रथाले जन्माएका महिला हिंसाको प्रकृति बेग्लै छ । त्यसबाहेक श्रीमानबाट कुटपिट हुने घटना, बुहारी भएका कारण सहनुपर्ने यातना महिला हिंसाका अन्य स्वरूपहरू हुन् । यी सबै विषयमा प्रकाशित समाचारहरू यो अध्ययनभित्र पर्छन् ।

७.१.५ महिला र शसस्त्र द्वन्द्व : शसस्त्र द्वन्द्वमा महिला संलग्नता भएका सबै किसिमका घटनालाई यहाँ महिला र शसस्त्र द्वन्द्व भनिएको छ । द्वन्द्वले महिलालाई पारेको नकारात्मक प्रभाव वा द्वन्द्वमा भएको महिलाको कुनै पनि संलग्नतलाई महिला र शसस्त्र द्वन्द्व शीर्षकमा अध्ययन गरिएको छ । यस्ता विषयमा प्रकाशित भएका समाचारलाई अध्ययनमा समेटिएको छ । माओवादी जनयुद्धका कारण वि.सं. २०५९ सालमा १ सय ५० भन्दा बढी महिला मारिए भने त्यही संख्यामा अपहरणमा परे (महिला पुरुष समविकासको आधार, प्रतिभा सुवेदी, २०५९) । यस्ता घटनालाई हेर्दा महिला र जनयुद्ध नेपाली महिलाको सम्बन्धमा निकै चासोको विषय हो । त्यसैले यो अध्ययनमा महिला र शसस्त्र द्वन्द्वअन्तर्गत जनयुद्ध र त्यसले नेपाली महिलालाई पारेका असरका विषयलाई प्राथमिकता दिइएको छ ।

७.१.६ महिला र अर्थतन्त्र: अर्थतन्त्र मानव विकासका लागि अत्यन्त महत्वपूर्ण पाटो हो । आर्थिक मजबुतीले व्यक्तिलाई आत्मनिर्भर बनाउँछ, स्वतन्त्र बनाउँछ र आत्मविश्वास पनि बढाउँछ । त्यसैले गर्दा महिलाको विकासका लागि अर्थिक पक्ष एक पूर्वाधार हो भन्न सकिन्छ । विश्वमा हेर्ने हो भने ५ करोड बेरोजगार मानिसहरू मध्ये ८० प्रतिशत महिलाहरू छन् (नेपालमा मानव विकास प्रतिवेदन १९९८) । बेरोजगारीले

व्यक्तिगत र पारिवारिक आर्थिक दुर्बलता निम्त्याउँछ। त्यसैले विश्वका महिलाहरू आर्थिक रूपले पुरुष भन्दा कमजोर छन् भन्ने कुरा यो तथ्याङ्कले देखाउँछ। यो समस्या नेपाल जस्ता विकासोन्मुख देशहरूमा बढी छ। नेपालको अर्थतन्त्रको आधार ग्रामीण आर्थिक गतिविधि हुन्। यो भन्ने वित्तिकै कृषिको कुरा आउँछ। ९० प्रतिशत ग्रामीण नेपाली महिलाहरू कृषिमा संलग्न रहेका छन्। उनीहरू दैनिक १४ घण्टा काम गर्छन्। कृषि क्षेत्रमा भण्डै ५० प्रतिशत योगदान महिलाको छ। तर उपार्जन गरिएको अर्थतन्त्रमा महिलाको नियन्त्रण पहुँच भने छैन। मानव विकास प्रतिवेदन २००४ अनुसार केवल ८ प्रतिशत महिलाको नाममा मात्र जमिन छ। यसले कृषिमा काम गर्ने महिलाको कृषिको आधारभूत सम्पत्तिमाथिको नियन्त्रण कस्तो छ भन्ने अवस्थालाई देखाउँछ। महिलाहरूको औद्योगिक, वैदेशिक रोजगार, जागिर लगायतका विविध क्षेत्रमा पनि अर्थोपार्जनका लागि संलग्नता भएको छ। यो शीर्षकमा अर्थोपार्जन वा आर्थिक गतिविधिमा भएको महिलाको संलग्नतालाई समेटिएको छ। यदि महिलालाई जोडेर कुनै पनि आर्थिक क्रियाकलाप भएको छ र त्यस्ता विषयको समाचार प्रकाशित भएको छ भने यो अध्ययनमा यस्ता विषयलाई महिला र अर्थतन्त्रसंग जोडिएको छ।

७.१.७ सत्ता र निर्माण प्रक्रियामा महिला : यो विषयहरू अरु विषयजस्तो स्पष्ट नभएकाले यसको व्यापक अर्थ लगाउन सकिन्छ। त्यसैले यो अध्ययनमा यसलाई पनि सीमित दायराभित्र ल्याउन सीमा तोकिएको छ। यसअनुसार सरकारमा, संसदमा र राजनीतिक पार्टीमा भएको महिलाको संलग्नता वा चर्चा र त्यस विषयमा प्रकाशित समाचारहरू यो शीर्षकमा राखिएको छ। यो विषयअन्तर्गतका मुद्दाहरू महिलालाई राज्यसत्ताको एक हिस्सेदार बनाउन भएका नीतिगत र कार्यगत दुवैखाले हुनसक्छन्। तर कार्यगत मुद्दालाई यहाँ प्राथमिकता दिइएको छ। निजामति सेवा, मन्त्रीमण्डल, विभिन्न समितिहरूमा भएको महिलाको संलग्नता, सक्रियताहरू र सहभागिता विषयमा छापिएका समाचारहरू यो शीर्षकमा पर्दछन्। त्यसबाहेक सार्वजनिक नीतिमा प्रभाव पार्न सक्ने जुनसुकै महिला गतिविधिलाई यो शीर्षकमा राखिएको छ भन्दा पनि हुन्छ।

७.१.८ महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र : विश्वव्यापी रूपमा स्थापना गरिएका युनिफेम जस्ता संयुक्त राष्ट्रसंघीय एजेन्सी हुन विभिन्न गैरसरकारी संस्थाहरू यिनीहरू महिलाको विकास लागि कुनै न कुनै रूपमा संस्थागत रूपले अधि बढेको पाइन्छ। त्यस्तै प्राय सबै मुलुकले महिला विकासका लागि छुट्टै मन्त्रालयको पनि व्यवस्था गरेका हुन्छन्। त्यसबाहेक महिला आयोग, महिला समिति, महिला संगठन विभिन्न स्वरूपहरू पनि देखिन्छन्। नेपालमा पनि यस्ता संस्थागत संरचनाहरू प्रशस्तै छन्। महिलाको विकासका लागि संस्थागतरूपमा भएका सबै गतिविधिलाई यो शीर्षकअन्तर्गत राखिएको छ। खासगरी संस्थागतरूपमा भएका कामले महिला विकासका लागि नीतिगतरूपमा प्रभाव पार्न सक्ने किसिमका सामग्रीहरू प्रकाशित भएका छन् भने त्यस्ता सामग्री यो शीर्षकअन्तर्गत रहेका छन्। महिला हकहितका लागि व्यवस्था गरिएका विभिन्न निकाय र तिनले महिलाको विकासका लागि चालेका कदमहरू, राजनीतिक पार्टीबाहेक अन्य कुनै

पनि निकायले महिलाको संस्थागत विकासमा उठाएका कुराहरू र यसका लागि भएका कामहरूसमेतलाई महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र भनिएको छ। विभिन्न सरकारी निकाय, गैरसरकारी संस्थाहरू, युएन एजेन्सीहरू र महिलाहरू अभियानकर्ता र राजनीतिक दल अन्तर्गत समेत भएका गतिविधिहरू यहाँ प्राथमिकतामा परेका छन्।

७.१.९ महिला र मानव अधिकार : मानव अधिकारको कुरा विश्वव्यापीरूपमा उठेको भण्डै ६० वर्षअघि जारी भएको मानव अधिकारको घोषणा पत्रबाट हो। तर यो घोषित अधिकारले महिला र पुरुषबीच भएको विद्यमान विभेदलाई आवश्यकताअनुसार सम्बोधन गर्न नसकेकाले यस्ता अधिकारको उपभोग गर्न महिलाहरू वञ्चित भए भन्ने कुरा उठे। त्यसैले महिला अधिकारका वारेमा छुट्टै आन्दोलनहरू भए। आन्दोलनद्वारा उठाइएका महिला अधिकारका कुराहरूलाई महिलाको मानव अधिकारसंग पनि जोड्न थालियो। महिलाको मानव अधिकार स्वीकार गरिएको भने करिब ३५ वर्ष मात्र भएको छ। तर यो विश्वव्यापी भएको भने सन् १९९३ को विश्व मानव अधिकार सम्मेलनले महिलाको मानव अधिकारलाई विश्वव्यापी बनाउने भनेपछि मात्र हो। नेपालको सन्दर्भमा पनि महिलाको मानव अधिकारलाई पछिल्लो समयमा जोड दिन थालिएको छ। यो अध्ययनमा खासगरी नेपाली महिलाहरूले कानुनी रूपमा पाएका मुलुकी ऐन र संविधान वा अन्य ऐनहरूमा व्यवस्था भएका एवं महिलासम्बन्धी विश्वव्यापी महासन्धिमा उल्लेखित अधिकारका सन्दर्भलाई महिला र मानव अधिकार मानिएको छ। मानव अधिकारका सवालहरूमा लैंगिक कुराहरू उठे वा महिलाको प्रसंग जोडियो भने त्यसलाई महिला र मानव अधिकारको शीर्षक अन्तर्गत राखिएको छ। यसले गर्दा समग्र मानव अधिकारलाई लैंगिक दृष्टिले कसरी हेरिएको छ भन्ने कुरा थाहा हुन्छ। यसमा महिलाको मानव अधिकार हनन् भन्दा पनि महिलाको अधिकारको सवालको उजागर गर्ने समाचारहरूलाई प्राथमिकता दिइएको छ। महिला हिंसा र चेलीबेटी बेचबिखनका कतिपय घटनाहरू पनि महिलाको मानव अधिकारसंग मिल्दाजुल्दा भए पनि यी शीर्षकमा परेका समाचारहरूले अन्य शीर्षकमा स्थान पाएका छैनन्।

७.१.१० महिला र वातावरण : वातावरणको सवालमा महिलाको प्रसंग जोडिएको छ भने त्यसलाई यहाँ महिला र वातावरण भनिएको छ। महिलालासंग जोडिएका वातावरणका समाचारहरूलाई यहाँ अध्ययन गरिएको छ। महिला र वातावरणसम्बन्धीका तालिम र औपचारिक कार्यक्रम भएमा त्यसलाई पनि यो शीर्षकमा समावेश गरीएको छ। वातावरण संरक्षण र विनास दुवै कार्यमा महिलाको संलग्नता भएको छ भने त्यस्ता सामग्री पनि यो अध्ययनमा समेटिन्छन्। वनजंगल, जलश्रोत, फोहोर, हिमाली पहाडी क्षेत्रको वातावरणीय दृष्टिबाट भएका गतिविधिहरू, वन्यजन्तु, राष्ट्रिय निकुञ्ज, वन्यजन्तु आरक्ष, शिकार आरक्षसंग सम्बन्धित विषयमा महिलाको संलग्नता छ भने त्यसलाई महिला र वातावरण मानिएको छ।

७.१.११. बालिका : अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनले १८ वर्ष सम्मको उमेरका केटाकेटीलाई बालबालिका मानेको छ । नेपालको कानूनले भने १६ वर्ष भन्दा न्यून उमेरका केटाकेटीलाई बालबालिका मानेको छ । त्यसैले यो शीर्षकमा पनि १६ वर्ष मूनिका स्त्रीलाई बालिका भनिएको छ । यो उमेर समूहका बालिकाहरूसम्बन्धी प्रकाशित जति पनि समाचार छन् ती सबैलाई यहाँ अध्ययन गरिएको छ । १६ वर्षसम्म उमेरका नेपाली बालबालिकाको हिस्सा कूल जनसंख्याको भण्डै ४४ प्रतिशत छ । यसमध्ये आधा भन्दा बढी बालिका छन् । यी बालिकासम्बन्धी प्रकाशित जति पनि समाचार सामग्री छन् ती सबैलाई बालिका शीर्षमा राखिएको छ । बालिकामाथि भएका राम्रा वा नराम्रा सबै गतिविधि यहाँ समेटिएको छ । यस्ता समाचारहरू अन्य शीर्षकमा दोहोरिएका छैनन् ।

७.१.१२ चेलिबेटी बेचविखन : मनव बेचविखन कार्य विश्वमा धेरै पहिले नै गैरकानूनी घोषण भएपनि अहिले पनि यो अभ्यास कायम छ । त्यसमा पनि बालबालिका र महिला बेचविखन गम्भीर बनेको छ । नेपालमा पनि यो समस्या गम्भीर बनेको छ । नेपालबाट बढीमात्रामा भारतमा नेपाली महिलाहरू बेचखिनमा परेका छन् । यौन व्यापारका लागि उनीहरू बेचिन्छन् । आइ.एल.ओ. को एक तथ्याङ्क अनुसार अहिले पनि हरेक वर्ष नेपालबाट १२ हजार महिलाहरू भारतमा यौन व्यवसायका लागि बेचिन्छन् । त्यसबाहेक बैदेशिक रोजगार र अन्य प्रलोभनमा अरु मुलुकमा पनि नेपाली महिलाहरू बेचिन्छन् । यिनीहरू एच्.आई.भी./एड्सको मारमा पनि परेका छन् । महिला बेचविखनका सबै समाचार यो शीर्षकमा राखिएको छ । जुनसुकै प्रयोजनका लागि पनि महिलाको बेचविखन भएमा त्यस्ता घटनालाई यो शीर्षकमा अध्ययन गरिएका छ । तर बालिकाको बेचविखन भएमा त्यो समाचार भने यो शीर्षकमा समावेश भएको छैन । चेलीबेटी बेचविखन विरुद्ध भएका विविध प्रयाशहरूमा आधारित समाचारहरूलाई पनि यो शीर्षकमा नै राखिएको छ । बेचिएका महिलाका एच्.आई.भी./एड्स लगायत अन्य किसिमका सामाजिक र आर्थिक समस्यालाई पनि यो शीर्षकमा राखिएको छ । यो शीर्षकअन्तर्गतका कतिपय घटनाहरू अन्य शीर्षकमा पनि मिल्न सक्ने जस्ता देखिन्छन् । तर यहाँ समावेश गरिएका समाचारहरू अन्य कुनै पनि शीर्षकमा समावेश गरिएको छैन ।

८. अवधारणागत संरचना (Conceptual Framework)

यो अध्ययन विकास संचारसम्बन्धी आधुनिकिकरण सिद्धान्त (Modernization Theory) को अवधारणालाई ध्यानमा राखेर गरिएको छ । यो अवधारणाअनुसार आम संचारको प्रक्रिया माथि देखि तलको (Top down) जाने किसिमको हुन्छ भनिन्छ । यस किसिमको प्रक्रियाबाट व्यक्तिको मनोवृत्ति अर्थात् Attitudes लाई आधुनिकिकरणतर्फ मोड्न सकिन्छ, भन्ने विश्वास राखिन्छ । सत्ता वा शक्तिको कमीबाट अविकसित समाज जन्मिन्छ । विशेषज्ञ, दाताहरूको सहयोग र आम संचारको भूमिकालाई शसक्त बनाएर यस्तो समाजको विकासलाई अघि बढाउन सकिन्छ, अर्थात् आर्थिक विकास र आधारभूत संरचनाको विकास गर्न सकिन्छ र

यसले शक्ति परिवर्तन हुन्छ भन्ने कुरामा यो सिद्धान्तले विश्वास राख्छ। आम संचारको भूमिकालाई वृहत र सुक्ष्म (Macro & Micro) दुवै तहमा कन्टेन्ट एनालाइसिस तरिकाबाट विश्लेषण गरिन्छ। यसमा संख्यात्मक अनुसन्धान वा गुणात्मक अध्ययनद्वारा निष्कर्ष निकालिन्छ। यो सिद्धान्तले आम संचार शक्तिशाली हुन्छ र यी माध्यमबाट समयानुकूल सन्देश प्रवाहित गर्न सकिन्छ भन्ने कुरामा विश्वास राख्छ।

९. पूर्वानुमान (Hypothesis)

अखवारले बेइजिङ्ग सम्मेलनले अघि सारेका महिला सम्बन्धी १२ बुँदालाई उचित प्राथमिकता दिन नसक्दा नेपाली महिलाको शसक्तिकरणमा संचार माध्यमको भूमिका र प्रभाव न्यून देखियो।

१०. अध्ययन विधि (Methodology)

प्रस्तुत शोधकार्यमा पाँच अखवारमा प्रकाशित एक वर्षका सामग्रीको विश्लेषण गरिएको छ। यसका लागि छनौट गरिएका अखवारमा प्रकाशित सामग्रीको निश्चित अवधिसम्म अनुगमन गरिएको छ। यो अध्ययनमा नमूना छनौट विधि अपनाइएको छ। यसकालागि लागि वि.स. २०६० साललाई काठमाण्डौबाट प्रकाशित ठूला आकारका रंगीन दैनिक अखवारहरूमा बेइजिङ्ग घोषणाले अघि सारेका महिलाका १२ बुँदामा प्रकाशित समाचारमुलक सामग्री अध्ययनका लागि छनौट गरिएको छ। यो नमूना छनौट विधिमा आधारित अध्ययन भएकाले वि. स. २०६० साललाई नमूना छनौटको वर्षको रूपमा छानिएको छ। नमूना छनौटलाई व्यवस्थित बनाउनका लागि वर्षका १२ महिनालाई ३/३ महिनाको ४ खण्डमा विभाजन गरिएको छ।

-) वैशाख जेष्ठ र असारलाई पहिलो खण्ड
-) साउन, भदौ र असोजलाई दोस्रो खण्ड
-) कार्तिक, मंसिर र पुषलाई तेस्रो खण्ड
-) माघ, फागुन र चैत्रलाई चौथो खण्डमा छुट्टयाइएको छ।

वर्षभरका ४ वटै खण्डबाट ठूला आकारका नेपाली रंगीन दैनिक अखवारमा प्रकाशित महिलाका विषयहरूको नमूना छनौट गरिएको छ। गोलाप्रथाद्वारा छनौट गर्दा पहिलो ब्लकको असार महिनाबाट, दोस्रो ब्लकको साउन महिना, तेस्रो ब्लकको मंसिर र चौथो ब्लकमा पर्ने फागुन महिनाको पहिलो साता अध्ययनको छनौटमा परेका छन्।

गोला प्रथाबाट निम्न हप्ताहरू छानिएका छन्:-

ब्लक	महिना	हप्ता
पहिलो	असार	तेस्रो हप्ता
दोस्रो	साउन	पहिलो हप्ता
तेस्रो	मंसिर	चौथो
चौथो	फागुन	पहिलो

यसरी अध्ययन गर्दा एक वर्षभरीमा चार हप्ताको नमूना छनौटमा पर्छन् । यस आधारमा १ सय ४० अंकहरू अध्ययन दायराभित्र पर्छन् । यो अध्ययनमा पाँचवटा अखवारहरू परेकाले यिनै पाँचवटा अखवारलाई आधार बनाएर नारी सशक्तिकरणकालागि संचार माध्यमले खेलेको भूमिकालाई हेरिएको छ अर्थात् नारीका मुद्दालाई संचार माध्यमले कस्तो प्राथमिकता दिएका छन् भन्ने कुरा पत्ता लगाउन खोजिएको छ । यी ४ वटै ब्लकबाट छानिएका सामग्रीको अध्ययनमा नेपाली अखवारहरूले महिला सशक्तिकरणका लागि विश्वव्यापीरूपमा मुख्य मानिएका बेइजिङ्ग घोषणाका १२ बुँदाहरूलाई कस्तो स्थान दिएका छन् भन्ने दृष्टिबाट हेर्ने प्रयाश गरिएको छ । राजधानीभित्रका समाचार र राजधानीबाहिरका समाचारको अनुपात कस्तो छ भन्ने तथ्यलाई पनि अध्ययनमा समावेश गरिएको छ । यहाँ राजधानी बाहिरका समाचारलाई मोफसलका समाचार भनिएको छ । यसरी अध्ययन सामग्रीलाई राजधानी र मोफसल गरी अर्को दुई किसिमले पनि वर्गीकरण गरिएको छ ।

अध्याय : २

सामग्रीको तालिकीकरण

२.१ पहिलो ब्लक (असार तेस्रो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

अखवारको नाम	फोटो	फिचर	समाचार	जम्मा
अन्नपूर्ण पोष्ट	-	२	४	६
कान्तिपुर	५	३	३	११
गोरखापत्र	-	-	४	४
नेपाल समाचारपत्र	१	-	४	५
राजधानी	२	-	२	४
जम्मा	८	५	१७	३०

अध्ययन वर्षको शुरुका ३ महिनालाई प्रतिनिधित्व गर्ने यो प्रथम ब्लकमा असारको तेस्रो हप्ता परेको छ। यो हप्तामा अध्ययन विषयसंग सम्बन्धित कूल ३० वटा समाचार छापिएका छन्। यसमध्ये १७ वटा समाचार, ८ वटा फोटो र ५ वटा फिचर छन्। यो ब्लकमा सबैभन्दा बढी सामग्री कान्तिपुरले छापेको छ। यस अखवारले छापेका सामग्रीको संख्या ११ छ। सबैभन्दा न्यून राजधानी दैनिक र गोरखापत्र दैनिकले ४/४ वटा सामग्री छापेका छन्। बाँकी अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक र नेपाल समाचार पत्र दैनिकले क्रमशः ६ वटा र ५ वटा सामग्रीहरू छापेका छन्। कान्तिपुरले फोटो, फिचर र समाचार सबै सामग्री छापेको छ। तर अरु अखवारमा फोटो फिचर नियमित रूपमा प्रकाशित भएको छैन। गोरखापत्रले त सबै सामग्री समाचारको रूपमा मात्र छापेको छ। बाँकी अखवारमध्ये अन्नपूर्ण पोष्टले २ वटा फिचर र ४ वटा समाचार छापेको छ। तर फोटो भने छापेको छैन। त्यसैगरी नेपाल समाचारपत्रले एउटा फोटो र ४ वटा समाचार छापेको छ। यो अखवारले फिचर भने छापेको छैन। राजधानी दैनिकले पनि फिचर छापेको छैन। यो अखवारका कूल ४ सामग्री मध्ये २ वटा फोटो र २ वटा समाचार छन्।

यो तथ्याङ्कले दैनिक अखवारले प्रकाशन गर्ने वेइजिङ्का १२ मा असमानता छ भन्ने कुरा देखाउँछ। त्यस्तै प्रकाशित सामग्रीमा सबै भन्दा बढि समाचार नै प्रकाशित हुदारहेछन् भन्ने देखियो, जुन स्वभाविक पनि हो। कान्तिपुर बाहेक अरु चार अखवारमा १२ वटाका सामग्री करिव-करिव समान रूपमा प्रकाशित भएको देखिन्छ।

२.२ दोस्रो ब्लक (साउन पहिलो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

अखवारको नाम	फोटो	फिचर	समाचार	जम्मा
अन्नपूर्ण पोष्ट	-	२	-	२
कान्तिपुर	५	१	४	१०
गोरखापत्र	-	-	३	३
नेपाल समाचारपत्र	१	-	२	३
राजधानी	-	-	३	३
जम्मा	६	३	१३	२२

यो ब्लकमा शुरुको ब्लकमा भन्दा ८ सामग्री न्यून छन् अर्थात् अध्ययन विषयसंग सम्बन्धित २२ सामग्री मात्र छापिएका छन् । यीमध्ये सबैभन्दा बढी कान्तिपुर दैनिकले १० सामग्री छापेको छ, जसमा ५ वटा फोटो, एउटा फिचर र ४ वटा समाचार छन् । राजधानी, गोरखापत्र र नेपाल समाचारपत्रले ३/३ वटा मात्र सामग्री छापेका छन् । यसमध्ये नेपाल समाचारपत्रले एउटा फोटो र ३ वटा समाचार छापेको छ भने बाँकी २ अखवारले समाचार मात्र छापेका छन् । अन्नपूर्ण पोष्टले भने २ वटा सामग्री मात्र छापेको छ । यी सामग्रीहरू फिचरको रूपमा छापिएका छन् । यो ब्लकमा प्रकाशित कूल सामग्रीमध्ये ३ वटा फिचर, ६ वटा फोटो र १३ वटा समाचार छन् । प्रकाशित कूल सामग्रीलाई विश्लेषण गर्दा फिचर, फोटो र समाचार दोब्बरको अनुपातमा प्रकाशित भएको देखिन्छ । चारवटा ब्लकको तुलना गर्दा यो ब्लक सबै भन्दा न्यून समाचार प्रकाशित भएको श्रेणीमा परेकोछ । यहाँ पनि कान्तिपुर बाहेक अरु अवाहरुमा प्रकाशित सामग्रीमा करिब-करिब सममानता देखिन्छ ।

२.३ तेस्रो ब्लक (मंसिर चौथो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

अखवारको नाम	फोटो	फिचर	समाचार	जम्मा
अन्नपूर्ण पोष्ट	२	१	३	६
कान्तिपुर	४	-	७	११
गोरखापत्र	-	-	२	२
नेपाल समाचारपत्र	१	-	४	५
राजधानी	-	१	४	५
जम्मा	७	२	२०	२९

यो तेस्रो ब्लकमा पनि पहिलो ब्लक र दोस्रो ब्लकमा जस्तै कान्तिपुरमा सबैभन्दा बढी सामग्री ११ वटा सहित कूल २९ वटा सामग्रीहरू प्रकाशित भएका छन् । यी सामग्रीहरूमध्ये सबैभन्दा बढी समाचार २० वटा, दोस्रोमा फोटो ७ वटा र तेस्रोमा फिचर २ वटाका दरले प्रकाशित छन् । यो ब्लकमा अन्नपूर्ण पोष्ट र राजधानीले मात्र फिचर प्रकाशन गरेका छन् । बाँकी कुनैपनि अखवारले फिचर प्रकाशन गरेका छैनन् । फोटो सबैभन्दा बढी कान्तिपुरले ४ वटा छापेको छ । बाँकी चार अखवारमध्ये राजधानी र गोरखापत्रले फोटो छापेका छैनन् भने अन्नपूर्ण पोष्ट र नेपाल समाचारपत्रले क्रमश २ वटा र एउटा फोटो छापेका छन् ।

कूल २० समाचार मध्ये कान्तिपुरले ७ वटा, नेपाल समाचारपत्र र राजधानीले ४/४ वटा, अन्नपूर्ण पोष्टले ३ वटा र गोरखापत्रले २ वटा समाचार प्रकाशित गरेका छन् । कूल सामग्री प्रकाशित गर्ने दोस्रो स्थानमा अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक छ । यसले ६ सामग्री प्रकाशित गरेको छ । नेपाल समाचारपत्र र राजधानीले ५/५ वटा र गोरखापत्र दैनिकले २ वटा सामग्री प्रकाशित गरेको छ । यी मध्ये गोरखापत्रले औषत सामग्री भन्दा पनि न्यून सामग्री प्रकाशित गरेकोछ भने कान्तिपुर दैनिकले औषत भन्दा बढि सामग्री प्रकाशित गरेको देखिन्छ ।

२.४ चौथो ब्लक (फागुन पहिलो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

अखवारको नाम	फोटो	फिचर	समाचार	जम्मा
अन्नपूर्ण पोष्ट	-	३	३	६
कान्तिपुर	४	-	७	११
गोरखापत्र	-	-	६	६
नेपाल समाचारपत्र	-	-	६	६
राजधानी	-	१	७	८
जम्मा	४	४	२९	३७

अध्ययन वर्षको अन्तिम ३ महिना पर्ने यो चौथो ब्लकमा अध्ययन विषयसंग सम्बन्धित कूल ३७ सामग्री प्रकाशित भएका छन् । यसमध्ये २९ वटा समाचार, ४ वटा फोटो र ४ वटा फिचर छन् । यो ब्लकमा कान्तिपुरले सबैभन्दा बढी ११ वटा सामग्री छापेको छ । यी मध्ये ७ समाचार र ४ फोटो छन् । राजधानी दैनिक, अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक र नेपाल समाचार पत्र दैनिकले बराबर अर्थात् ६/६ वटा सामग्रीहरू छापेका छन् । राजधानी दैनिकले कूल ८ वटा समाचार छापेको छ । यो ब्लकमा फोटो छान्ने कान्तिपुर मात्र छ । फिचर छान्नेमा अन्नपूर्ण पोष्ट र राजधानी दैनिक छन्, जसले क्रमशः ३ वटा र एउटा फोटो छापेका छन् । कान्तिपुरले फोटो, फिचर र समाचार सबै सामग्री छापेको छ । फोटो र फिचर प्राप्त गर्ने कार्य समाचार

जति सजिलो छैन । त्यसैले गर्दा यी सामग्री प्रकाशित नभएको भन्न सकिन्छ । यो तथ्यले के पुष्टि गर्छ भने प्रभावकारि सामग्री दिने कार्यमा अखवारहरु पछाडि नै छन् । तर यो अभ्यासमा समानता भने छैन । चार ब्लक मध्ये सबैभन्दा बढि समाचार प्रकाशित भएको ब्लक पनि यहि हो । फागुन महिनामा विश्व महिला दिवस पर्ने भएका कारण पनि यो ब्लकमा अखवारहरुले तुलनात्मक रुपमा बढि सामग्री प्रकाशित गरेका हुन सक्छन् । किनकी यो महिनामा महिला सम्बन्धी धेरै कार्यक्रम आयोजना गरिन्छन् । यस्ता कार्यक्रमको समाचार दिने बानी नेपाली अखवारहरुमा परेको हुनाले यो ब्लकका बढि सामग्री प्रकाशित भएको अर्थ लगाउन सकिन्छ ।

२.५ राजधानी भित्र र बाहिरका सामग्रीको अनुपात

सि.नं.	अखवारको नाम	राजधानी सामग्री	मोफसल सामग्री	जम्मा सामग्री
१	अन्नपूर्ण पोष्ट	१३	७	२०
२	कान्तिपुर	७	३६	४३
३	गोरखापत्र	६	९	१५
४	नेपाल समाचारपत्र	७	१२	१९
५	राजधानी	९	११	२०
६	जम्मा	४३	७४	११७
७	प्रतिशत गणना	३६.७५	६३.२४	१००

अनुपातिक हिसावले हेर्दा नेपाली ठूला आकारका दैनिक अखवारले समग्र सामग्रीको तुलनामा महिलाका समाचारहरूलाई न्यून प्राथमिकता दिएको पाइयो । तर थोरै छापिएका सामग्री पनि कुन प्राथमिकता र कुन रुपमा छापिएका छन् भन्ने कुराले महत्व राख्छ । यो दृष्टिबाट मुल्याङ्कन गर्दा सन्तोषजनक प्रस्तुति देखिन्छ । जस्तो कि कूल प्रकाशित १ सय १७ सामग्रीमध्ये ७४ सामग्री मोफसलका र ४३ सामग्री राजधानी भित्रका पाइयो । यसलाई प्रतिशतमा गणना गर्दा मोफसल ६३.२४ र राजधानी ३६.७५ हुन आउछ । यो तथ्यले के देखाउँछ भने अध्ययनमा छनौट भएका दैनिक अखवारहरूले राजधानीका महिलाका विषयलाई र राजधानी बाहिरका महिलाहरूका विषयहरूलाई भन्दा बढी प्राथमिकता दिएका छन् । यसले अर्को कुरा यो पनि स्पष्ट पार्छ कि नेपाली संचार माध्यमहरू औपचारिक कार्यक्रमका समाचारमा केन्द्रित हुने भएकाले औपचारिक कार्यक्रमका समाचारलाई प्राथमिकता दिन्छन् । तर महिलासम्बन्ध कार्यक्रमहरू राजधानीमा अन्य कार्यक्रमको तुलनामा न्यून हुन्छन् । त्यसैले बाहिरका समाचारले स्थान पाउने क्रममा यी धेरै समाचार मोफसलका छापिएका हुन सक्छन् । प्रकाशित सामग्रीमा तस्वीरलाई पनि केही स्थान दिन खोजिएको छ ।

यस अवधिमा २५ वटा फोटोहरू प्रकाशित भएको पाइयो । अधिकांश फोटोहरू महिलालाई सकारात्मक तरिकाले प्रस्तुत गर्ने किसिमका पाइए । अध्ययन अवधिमा प्रकाशित कूल सामग्रीमध्ये ७८ वटा समाचार र १४ वटा फिचर छन् ।

२.६ पाँच अखबारमा १२ बुँदाको अवस्था

क्र. स.	समाचारका क्षेत्रहरू	कान्तिपुर	राजधानी	नेपाल समाचारपत्र	गोरखापत्र	अन्नपूर्ण पोष्ट	जम्मा
१	महिला र संचार	१	१	२	०	०	४
२	महिला र स्वास्थ्य	४	१	३	०	०	८
३	महिला शिक्षा र तालिम	१२	३	२	४	१	२२
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	६	७	७	३	५	२८
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	५	१	२	०	२	१०
६	महिला र अर्थतन्त्र	५	१	०	०	०	६
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	१	१	०	३	४	९
८	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	२	४	३	३	१	१३
९	महिला र मानव अधिकार	५	०	०	२	३	१०
१०	महिला र वातावरण	१	०	०	०	०	१
११	बालिका	१	१	०	०	१	३
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	०	०	०	०	३	३
	जम्मा संख्या	४३	२०	१९	१५	२०	११७

अखबार अनुसार फरक-फरक तरिकाले हेर्दा कूल प्रकाशित १ सय १७ समाचार मध्ये सबैभन्दा बढी समाचार कान्तिपुर दैनिकले प्रकाशित गरेको छ । यो अवधिमा कान्तिपुर दैनिकले ४३ समाचार अर्थात् ३६.७५ प्रतिशत समाचार प्रकाशन गरेको छ । त्यसैले बेइजिङ्ग सम्मेलनले अघि सारेका १२ बुँदालाई बढी प्राथमिकता दिने अखबार कान्तिपुर दैनिक भएको पाइयो । दोस्रोमा राजधानी दैनिक र अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक छन् ।

यी अखवारले २०/२० वटा समाचार छापेका छन्। यो संख्यालाई प्रतिशतमा गणना गर्दा १७.०९ हुन आउँछ। १२ बुँदालाई तेस्रो प्राथमिकता दिने अखवारमा नेपाल समाचारपत्र दैनिक परेको छ।

यो अखवारले १९ वटा समाचार अर्थात् १६.२३ समाचार प्रकाशित गरेको छ। अध्ययनका विषयलाई सबैभन्दा न्यून प्राथमिकता दिने अखवार सरकारी दैनिक गोरखापत्र परेको छ। यो अखवारले १५ वटा समाचार मात्र प्रकाशित गरेको छ। पाँचवटै अखवारमा प्रकाशित कूल समाचारमध्ये गोरखापत्रको हिस्सा केवल १२.८२ प्रतिशत मात्र हुन आउँछ। सरकारी संचार माध्यम भएकाले समाजका पछाडि परेका र पारिएका विषयहरूलाई समावेशी बनाउनु यसको बेग्लै उत्तरदायित्व हुन्छ। तर महिलाका विषयमा प्रकाशित समाचारमा भने गोरखापत्रले आफ्नो यो उत्तरदायित्वलाई पूरा गर्न नसकेको भन्न सकिन्छ।

२.७ पाँच अखवारका कूल सामग्रीको विषय प्राथमिकता

क्र.स.	समाचारका क्षेत्रहरू	संख्या
१	महिला र संचार	४
२	महिला र स्वास्थ्य	८
३	महिला शिक्षा र तालिम	२२
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	२८
५	महिला र सशस्त्र द्वन्द्व	१०
६	महिला र अर्थतन्त्र	६
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	९
८	महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र	१३
९	महिला र मानव अधिकार	१०
१०	महिला र वातावरण	१
११	बालिका	३
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	३
	जम्मा	११७

अध्ययनले देखाएअनुसार संचार माध्यममा महिलाहरूका नकारात्मक विषयवस्तुले वढी प्राथमिकता पाएका छन्। तर साथमा सकारात्मक कुराहरूलाई पनि प्राथमिकता दिने क्रम बढ्दो छ। नकारात्मक समाचार छापने क्रममा भएको सुधारलाई हेर्दा अहिले छापिएका नकारात्मक समाचार केही धेरै देखिए पनि यसलाई आलोचना गरिहाल्नु पर्ने अवस्था देखिँदैन, किनकि यो अभ्यास सुधारको क्रममा छ।

अध्ययनका क्रममा अखवारहरुले प्रकाशित कूल समाचारमध्ये २२ वटा समाचार महिला शिक्षा र तालिमसम्बन्धी प्रकाशित गरेका छन् । त्यसैगरी अन्य विषयहरुमा प्रकाशित समाचारहरु पनि महिला शसक्तिकरणका लागि सहयोग हुने र आम जनतालाई चेतना फैलाउन मद्दत गर्ने किसिमका छन् ।

महिलाका सकारात्मक कुराहरु प्रचारप्रसारमा ल्याउने वर्तमान अभ्यास न्यून छ तर क्रम भन्ने बढदो देखिन्छ । यो महिला शसक्तिकरणमा संचार माध्यमले भविष्यमा राम्रो भूमिका खेल्न सक्छ भन्ने आशालागदो पक्ष बनेको छ । केही विषयहरुमा समान प्राथमिकता भएको पाइयो । जस्तो कि बालिका र चेलिबेटी बेचबिखन विषयमा ३/३ वटा समाचार प्रकाशित छन् । यदि १६ वर्ष मुनिका बालिकाहरु सर्कस तथा अन्य प्रयोजनका लागि बिक्री भएका छन् भने ती समाचारलाई पनि बालिका मै गणना गरिएको छ । त्यसकारणले यो शीर्षकमा सबै सकारात्मक समाचार मात्र आएका छन् भन्ने चाहिँ होइन । महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र विषयमा १३ समाचार प्रकाशित छन् । यो सकारात्मक पक्ष हो ।

महिला र स्वास्थ्य एवं महिला मानव अधिकारको क्षेत्रमा क्रमशः ८ र १० वटा समाचार छन् । त्यस्तै महिला र संचारमा ४ वटा समाचार , महिला तथा वातावरणमा सबैभन्दा न्यून १ समाचार, सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला शीर्षकमा ९ वटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । महिला र अर्थतन्त्र महत्वपूर्ण विषय भए पनि यसको बारेमा अत्यन्त न्यून समाचार प्रकाशित छन् । अध्ययन अवधिमा यो शीर्षकमा ६ वटा समाचार प्रकाशित छन् । त्यस्तै शसस्त्र द्वन्द्व र चेलिबेटी बेचबिखन महिलाका लागि निकै पीडा दिने विषय हुन् । अध्ययनका क्रममा महिला र शसस्त्र द्वन्द्वका विषयमा १० वटा समाचार प्रकाशित छन् ।

बेइजिङ्ग घोषणाले महिलाहरुको समग्र हित र विकासका लागि यी १२ वटा पक्षलाई आ-आफ्नो ठाउँमा त्यति नै महत्वपूर्ण ठानेको छ । यी क्षेत्रलाई सबैतिरबाट सहयोग पुगेमा मात्र महिलाको विकास हुन सक्छ भन्ने मान्यता यहाँ राखिएको छ । यसलाई हेर्दा नेपालका मूलधारका अखवारले पनि महिलाका विश्वव्यापी साभा मुद्दाहरुलाई उठाउन त खोजेका छन्, तर पनि यस सम्बन्धमा अझै धेरै गर्न बाँकी छ भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ ।

२.८ प्रकाशित सामग्रीको पृष्ठ प्राथमिकीकरण

समाचारका क्षेत्रहरू	समाचारको स्थानीकरण			
	पहिलो पृष्ठ	भित्री पृष्ठ	अन्तिम पृष्ठ	जम्मा
महिला र संचार	-	४	—	४
महिला र स्वास्थ्य	—	८	—	८
महिला शिक्षा र तालिम	१	१५	—	२२
महिला विरुद्ध हिंसा	१	२४	३	२८
महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	१	९	—	१०
महिला र अर्थतन्त्र		६	—	६
सत्तानिर्माण प्रक्रियामा महिला	१	८	—	९
महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	—	१२	१	१३
महिला र मानव अधिकार	—	९	१	१०
महिला र वातावरण	—	१	—	१
बालिका	—	३	—	३
चेलिबेटी बेचविखन	२	१	—	३
जम्मा	६	१०६	५	११७

सामान्यतया प्रथम पृष्ठमा छापिने समाचारहरू तुलनात्मक रूपमा अरु पृष्ठका समाचारहरू भन्दा महत्पूर्ण मानिन्छन् । तर १२ बुँदाको सन्दर्भमा केवल ६ वटा समाचारहरू मात्र पहिलो पृष्ठमा छापिएका छन् । अन्तिम पृष्ठमा प्रकाशित समाचार पनि भित्री पृष्ठमा भन्दा बढी महत्व दिइएको बुझिन्छ । अन्तिम पृष्ठमा पनि अध्ययन वषयका केवल ५ वटा समाचार मात्र प्रकाशित भएका छन् । बाँकी १ सय ६ वटा समाचारहरू भित्री पृष्ठमा नै छापिएका छन् । पहिलो पृष्ठमा छापिएका समाचारहरूमध्ये महिला शिक्षा र तालिम, महिला विरुद्ध हिंसा, महिला र शसस्त्र द्वन्द्व र सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला विषयमा १/१ वटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । बाँकी २ वटा समाचार चेलिबेटी बेचविखनसम्बन्धी छन् । बाँकी ७ वटा बुँदामा भने पहिलो पृष्ठमा समाचार छापिएको छैन ।

अन्तिम पृष्ठमा छापिएका समाचारमध्ये महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र र महिला र मानव अधिकार विषयमा १/१ वटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । बाँकी ३ वटा समाचार महिला विरुद्ध हिंसा

विषयमा छापिएका छन् । १२ बुँदा मध्ये बाँकी रहेका ९ वटा विषयमा भने अन्तिम पृष्ठमा समाचार प्रकाशित भएका छैनन् । तर भित्री पृष्ठमा भने सबै बुँदामा कम्तीमा १ देखि बढीमा २४ वटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । भित्री पृष्ठमा सबैभन्दा न्यून समाचार छापिएको विषय चेलिबेटी बेचबिखन र महिला र वातावरण हो । यी विषयमा १/१ वटा समाचार छापिएका छन् । सबैभन्दा बढी २४ वटा समाचार छापिएको विषय महिला विरुद्ध हिंसा हो ।

अध्याय : ३

तथ्यांक विश्लेषण

३.१ समग्र तथ्याङ्कको विश्लेषण

३.१.१ पाँच दैनिकमा महिलाका विषयको समाचार अनुपात

अध्ययनमा परेका सबै राष्ट्रिय दैनिकहरूका चार हप्ताका कूल १ सय ४० अङ्कमा महिलासंग जोडिएका समाचारहरू जम्मा १ सय १७ मात्र छापिएको पाइयो । नेपालका ब्रोडशीट दैनिक अखबारहरू सामान्यतया १२ पृष्ठमा छापिने गर्छन् । बाह्र पृष्ठको ब्रोडशीट आकारको एउटा अखबारमा सानाठूला गरेर औसत ८१ वटा समाचार छापिने गरेको पाइयो । अध्ययन अवधिका ३५ दिनमा ५ वटा दैनिकलाई ८१ ले गुणा गर्दा कुल समाचार सङ्ख्या करिब १४ हजार १ सय ७५ हुन्छ । यीमध्ये कान्तिपुर दैनिकको केही अङ्कका पृष्ठ संख्या १२ भन्दा बढी पनि थिए भने राजधानी दैनिकमा कहिलेकाहीं ८ पृष्ठ पनि थिए । तर यी दुवै अखबारमा विज्ञापनमा भएको घटिवढीले गर्दा औषत समाचारमा भने खासै अन्तर देखिएन ।

यसरी अध्ययन अवधिभित्र ५ वटा नेपाली ब्रोडशीट अखबारमा छापिएका १४ हजार १७५ वटा सामग्रीमध्ये महिलाका विषयमा छापिएका समाचार १ सय १७ मात्र पाइयो । यसो हुनुको अर्थ महिलासंग जोडिएका समाचारहरू केवल ०.८२ प्रतिशतको अनुपातमा छापिनु हो । यो तथ्यबाट मूलधारका दैनिक अखबारले महिलासम्बन्धी समाचारहरूलाई प्राथमिकता दिन सकेका छैनन् भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ । अर्को रूपमा लेख्दा ठूला आकारका दैनिक अखबारले महिलाका मुद्दालाई नगन्य स्थान दिएका छन् । महिला विषयमा समाचार किन कम प्रकाशित हुने गर्छन् त ? यस प्रश्नको उत्तर अखबारमा समाचार बन्ने प्रक्रियासंग सोभै जोडिएको छ । अखबारमा समाचार घटना, कार्यक्रम, गतिविधि, नौलो कुरा वा स्थापित व्यक्तिको भनाइ आदिबाट बन्ने गर्छ । महिला विषयका समाचारहरू पनि यसै आधारमा छापिएका हुन्छन् । त्यसैले महिलासम्बन्धी समाचार किन थोरै भन्दा जति घटना र गतिविधि त्यति नै समाचार बन्ने सीधा जवाफसंग मिल्छ ।

३.१.२ महिलाविरुद्ध हिंसासम्बन्धी घटनाप्रधान समाचारहरू

अध्ययन अवधिमा छापिएका महिलाकेन्द्रित १ सय १७ वटा समाचारको प्रकृतिलाई नियाल्दा महिलाविरुद्ध हिंसासंग सम्बन्धित समाचारहरू बढी छापिएका छन् । महिला बेचबिखन, बलात्कार, बोक्सीको आरोपमा कुटपिट, देहव्यापार आदिमा संलग्न महिला विषयक घटनाप्रधान समाचारहरू धेरै आएका छन् । यस्ता समाचारहरूलाई सबैजसो अखबारले प्राथमिकता दिएको पाइयो ।

अध्ययन अवधिमा प्रकाशित १ सय १७ समाचार मध्ये २८ वटा समाचार अर्थात करिव २४ प्रतिशत समाचार महिला हिंसासम्बन्धी छापिनुले यो कुरालाई पुष्टि गर्छ कि नेपाली संचार माध्यमले महिलाका हिंसासम्बन्धीका घटनालाई बढी प्राथमिकता दिएका छन्। यसको अर्थ यो पनि हो कि हाम्रो समाजमा महिला हिंसासम्बन्धीका घटनाहरू बढी मात्रामा हुने गर्छन्। महिलाकेन्द्रित विषयमा समाचार बढी प्रवाह हुने अर्को स्रोत सेमिनार, छलफल, अन्तरक्रिया तथा कार्यशाला गोष्ठी देखिएको छ। यस्ता कार्यक्रममा आएका विचारहरू तथा छलफलमा उठेका कुरालाई समाचारको रूपमा पत्रिकाहरूले छापेका छन्। महिला शिक्षा, सीपमूलक तालिम, लैङ्गिक विषयक तालिम, महिला आयआर्जन, महिला व्यक्तित्व, महिला सम्मानित, सार्वजनिक सुनुवाइ कार्यक्रम, रोजगारीमा महिला, कानुनी सेवा, महिला विकास कार्यक्रमको अवस्था, महिला तालिम कार्यक्रम, महिला स्वास्थ्य अवस्था जस्ता विषयमा समाचारहरू आएका छन्।

दोस्रो प्राथमिकतामा महिला शिक्षा र तालिम सम्बन्धी समाचार छापिएका छन्। यस्ता समाचारले कूल महिलासम्बन्धी समाचारमध्ये १८.८० प्रतिशत हिस्सा ओगटेको पाइयो। यो प्राथमिकतामा छापिनुलाई पनि सकारात्मक नै मान्नु पर्छ। यो अनुपातलाई कम्तीमा पनि घट्नु नदिने हो यो पनि महिला शसक्तिकरणमा एउटा सकारात्मक अभ्यास हुनसक्छ। समेटिएका विषयवस्तुको संख्याको हिसावले तेस्रो प्राथमिकतामा महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्रसम्बन्धी विषय छापिएका छन्। यस्ता विषयको हिस्सा ११.११ प्रतिशत रहेको छ।

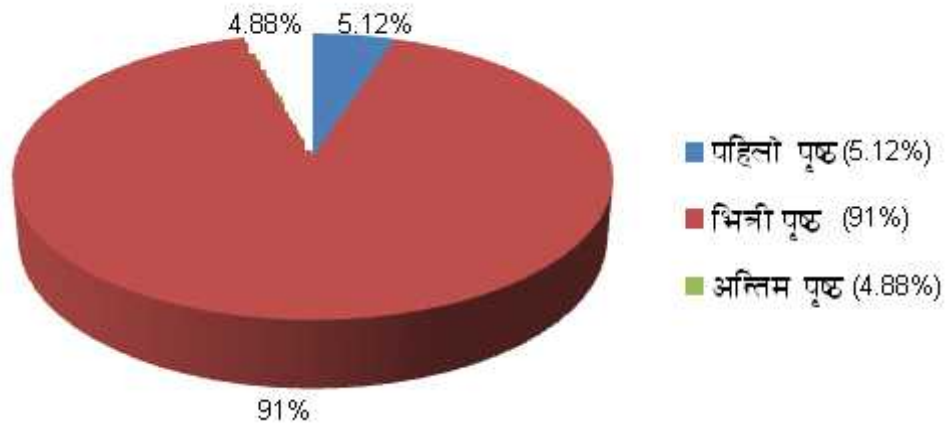
प्रकाशित सामग्रीको संख्या र प्रतिशत भारका आधारमा १२ बुँदाको प्राथमिकता

क्र.स.	समाचारका क्षेत्रहरू	संख्या	प्रतिशत	कैफियत
१	महिला र संचार	४	३.४१	आठौँ प्राथमिकता
२	महिला र स्वास्थ्य	८	६.८३	छैटौँ प्राथमिकता
३	महिला शिक्षा र तालिम	२२	१८.८०	दोस्रो प्राथमिकता
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	२८	२३.९३	पहिलो प्राथमिकता
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	१०	८.५४	चौथो प्राथमिकता
६	महिला र अर्थतन्त्र	६	५.१२	सातौँ प्राथमिकता
७	सत्तानिर्माण प्रक्रियामा महिला	९	७.६९	पाचौँ प्राथमिकता
८	महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र	१३	११.११	तेस्रो प्राथमिकता
९	महिला र मानव अधिकार	१०	८.५४	तेस्रो प्राथमिकता
१०	महिला र वातावरण	१	०.८५	दशौँ प्राथमिकता
११	बालिका	३	२.५६	नवौँ प्राथमिकता
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	३	२.५६	नवौँ प्राथमिकता
	जम्मा संख्या	११७	१००	

बाकी नौवटा विषयहरूमध्ये महिला र मानव अधिकारसम्बन्धी ८.५४ प्रतिशत, सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिलासम्बन्धी ७.६९ प्रतिशत, महिला र स्वास्थ्यसम्बन्धी ६.८३ प्रतिशत महिला र अर्थतन्त्रसम्बन्धी ५.९२ प्रतिशत समाचार छन्। आठौं प्राथमिकतामा महिला र संचार विषयका समाचार छन्। यो विषयमा ३.४९ प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन्। चेलिबेटी वेचविखन र बालिका शीर्षकमा बराबर अर्थात् २.५६ प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन्।

महिला विकासका १२ वटा बुँदामध्ये सबैभन्दा न्यून महिला र वातावरणसम्बन्धीका समाचार प्रकाशित भएको पाइयो। यो विषयमा १ सय १७ मध्ये एउटा मात्र समाचार छापिएको छ। यसलाई प्रतिशतमा गणना गर्दा ०.८५ हुन्छ।

३.१.३ पहिलो पृष्ठमा नगण्य समाचार



समाचार कति छापिए भन्ने कुराजस्तै अर्को महत्वपूर्ण सवाल समाचार कहाँ अर्थात् पत्रिकाको कुन स्थानमा छापियो भन्ने पनि हो। अखवारमा प्रकाशित समाचारको प्राथमिकता नाप्ने सबैभन्दा सजिलो आधार भनेकै समाचारको प्रकाशन कुन पृष्ठमा भएको छ भन्ने पक्ष हो। त्यसैले गर्दा समाचार प्रकाशित पृष्ठले त्यो समाचारको प्राथमिकता देखाउँछ। स्वभावैले अखवारमा पहिलो पृष्ठमा प्रकाशित समाचार सबैभन्दा महत्वपूर्ण हुन्छ। त्यसपछि अन्तिम पृष्ठमा प्रकाशित समाचारलाई दोस्रो प्राथमिकताको श्रेणीमा राख्ने चलन छ। भित्री पृष्ठहरू तलमाथिको आधारमा धेरथोरमात्र प्राथमिकतामा फरक पर्ने हुन् नत्र भने औषतमा उस्तै-उस्तै प्राथमिकतामा राख्न सकिन्छ। त्यसैले गर्दा यहाँ पनि पृष्ठको आधारमा पहिलो, अन्तिम र भित्री गरी तीन किसिमले समाचारको प्राथमिकता तोकिएको छ।

सामान्यतया महिलासम्बन्धी समाचारहरू पाठकको कम आँखा पुग्ने वा कम महत्वपूर्ण स्थानमा र भित्री पानामा छापिने गर्छन् भनेर बेलाबेलामा आरोप लगाउने गरिएको थियो । कुनै पनि समाचारपत्रमा पहिलो पृष्ठमा छापिएको समाचारले त्यस समाचारको महत्वलाई दर्शाउने गर्छ । अध्ययन अवधिमा ५ वटा दैनिकमा पहिलो पृष्ठमा दैनिक औषतमा ४९ वटा समाचार छापिएको पाइयो । यस आधारमा अध्ययन अवधिका १ सय ४० दिनमा पहिलो पृष्ठमा ६ हजार ८ सय ६० समाचार छापिएको पाइयो । त्यसमा महिलाका विषयमा आएका समाचारको सङ्ख्या जम्मा ६ वटा थिए । यसलाई प्रतिशतमा गणना गर्दा ०.८७ प्रतिशत हुन आउछ । तर यी समाचारलाई महिलासम्बन्धीका कूल समाचारसंग तुलना गरेर हेर्दा यो ५.१२ प्रतिशत हुन आउँछ । तीमध्ये एउटा समाचार पनि मुख्य समाचारको रूपमा छापिएन । उक्त ६ वटा समाचारमा २ वटा महिला र शसस्त्र द्वन्द्वसम्बन्धी, एउटा महिला शिक्षा र तालिमसम्बन्धी, एउटा महिला विरुद्ध हिंसा, एउटा महिला शशक्तिकरण र एउटा हत्या आरोपसम्बन्धी छ । प्रथम पृष्ठमा छापिएका समाचारहरू दुई कोलममा मात्र प्रकाशित भएका छन् । यसले के स्पष्ट पार्छ भने पहिलो कुरा महिलाका विषयले प्रथम पृष्ठमा न्यून प्राथमिकता पाएका छन् । यदि प्रकाशित भए पनि महिलाका मुद्दाहरू अरु मुद्दा भन्दा प्राथमिकतामा पर्न सकेका छैनन् । प्राथमिकतामा परेका विषय पनि हिंसा र समस्याका कुराहरूमा केन्द्रित हुन्छन् । तर यस्ता घटनाहरू जति संचार माध्यममा आउनु पर्ने हो त्यो अनुपातमा आएका छैनन् । अर्को कुरा महिलाहरूका सकारात्मक गतिविधिहरूले भन्दा पनि नकारात्मक असर पार्ने विषयले तुलनात्मक रूपमा बढी स्थान पाउने गरेको पाइयो । यहि प्रकृतिका समाचार मात्र आएमा यसले महिला शशक्तिकरणमा संचार माध्यमको भूमिका गौण हुने देखिन्छ ।

सबै घटना र गतिविधिप्रधान समाचारहरू सबै पत्रिकामा एकैनासले आउँदैनन् भन्ने पनि विषयवस्तु विश्लेषणले प्रष्ट पारेको छ । महिलाहरूलाई महत्वपूर्ण लागेको समाचार अखबारका रिपोर्टरको पहुँच नभएकोले पनि समाचारहरू छुटेका हुनसक्छन् । कुन समाचारलाई कति महत्व दिने भन्ने विषय अखबारको नीति र त्यहाँ कार्यरत पत्रकारहरूको संवेदनशीलताअनुसार पनि फरक फरक हुन्छ । यस्तै विभिन्न कारणहरूले गर्दा कुनै पत्रिकामा त्यही समाचार प्रथम पृष्ठमा छापिएको हुन्छ भने कुनैमा अन्तिम पृष्ठमा छापिन्छ । उदाहरणका लागि यहाँ दुईवटा समाचारलाई तुलना गरिएको छ । चेलबेटी बेचविखनसम्बन्धी समाचार कान्तिपुर दैनिकले प्रथम पृष्ठमा छापेको छ भने राजधानीले भित्री पृष्ठमा स्थान दिएको छ । तर उक्त समाचार गोरखापत्र र नेपाल समाचारपत्रमा छापिएकै छैन ।

अध्ययन अवधिमा पहिलो पृष्ठमा छापिएका बाहेक अरु करिब ९५ प्रतिशत समाचार भित्री र अन्तिम पृष्ठमा छापिएका छन् । यसमध्ये पनि अन्तिम पृष्ठमा छापिएका समाचारको हिस्सा केवल ४ प्रतिशत मात्र छ । यो तथ्यले समाचारमा छनौटमा परेका महिलाका विषयहरू पनि न्यून प्राथमिकताका साथ छापिन्छ । अन्तिम पृष्ठमा छापिएका समाचारको संख्या ५ मात्र छ ।

त्यसमध्ये ३ वटा समाचार महिलाविरुद्ध हिंसासम्बन्धी छन् । महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र र महिला र मानव अधिकारसम्बन्धी दुईवटा समाचार छन् । महिलासम्बन्धी कूल समाचारमध्ये बाँकी ९१ प्रतिशत अर्थात् १ सय ६ वटा समाचार भित्री पेजमा छापिएका छन् ।

प्रकाशित सामग्रीको पृष्ठ प्राथमिकीकरण सम्बन्धी विस्तृत तालिका

समाचारका क्षेत्रहरू	समाचारको स्थानीकरण						
	पहिलो पृष्ठ		भित्री पृष्ठ		अन्तिम पृष्ठ		जम्मा
	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या	प्रतिशत	संख्या
महिला र संचार	-	०	४	३.४	-	-	४
महिला र स्वास्थ्य	-	०	८	६.८४	-	-	८
महिला शिक्षा र तालिम	१	०.८५	२१	१७.९५	-	-	२२
महिला विरुद्ध हिंसा	१	०.८५	२४	२०.५१	३	२.५६	२८
महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	१	०.८५	९	७.७	-	-	१०
महिला र अर्थतन्त्र	-	-	६	५.१३	-	-	६
सत्तानिर्माण प्रक्रियामा महिला	१	०.८५	८	६.८४	-	-	९
महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	-	-	१२	१०.२६	१	०.८५	१३
महिला र मानव अधिकार	-	-	९	७.७	१	०.८५	१०
महिला र वातावरण	-	-	१	०.८५	-	-	१
बालिका	-	-	३	२.५६	-	-	३
चेलिवेटी बेचविखन	२	१.७१	१	०.८५	-	-	३
जम्मा	६	५.१३	१०६	९०.६०	५	४.२६	११७

प्रस्तुत तालिकाले अध्ययनमा परेका ५ दैनिक अखवारमा अध्ययन अवधिभर प्रकाशित महिलासम्बन्धी सामग्रीहरूको स्थानीकरण देखाइएकोछ । यहा प्रतिशत भार प्रकाशित कूल १ सय १७ वटा सामग्रीसंगको तुलनाका आधारमा गणना गरिएकोछ । अध्ययन अवधिभर प्रकाशित १ सय १७ वटा सामग्रीहरूमध्ये सबैभन्दा बढि २३ प्रतिशत अर्थात् २८ वटा सामग्रीहरू महिला विरुद्ध हिंसा सम्बन्धी छन् । यी सामग्रीहरू मध्ये २०.५१ प्रतिशत अर्थात् २४ वटा समाचार भित्री पृष्ठमा छापिएका छन् । बाकी ४ सामग्रीमध्ये ३ वटा अर्थात् २.५६ प्रतिशत सामग्री अन्तिम पृष्ठमा प्रकाशित छन् भने एउटा अर्थात् ०.८५ प्रतिशत सामग्री

पहिलो पृष्ठमा छापिएको छ । महिला र स्वास्थ्यसम्बन्धी मुद्दामा प्रकाशित कुलसामग्रीहरूको ६.८४ प्रतिशत अर्थात् ८ वटा सामग्रीहरू सबै भित्री पृष्ठमा छापिएका छन् । महिला शिक्षा र तालिमका विषयमा प्रकाशित २२ समाचार मध्ये एउटा अर्थात् ०.८५ प्रतिशत पहिलो पृष्ठमा प्रकाशित छ भने बाकी १७.९५ अर्थात् २१ वटा समाचार भित्री पृष्ठमा प्रकाशित छन् । महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र सम्बन्धी प्रकाशित भएका जम्मा १३ वटा सामग्रीहरूमा १२ वटा सामग्रीहरू भित्री पृष्ठमा छन् । यसको प्रतिशत गणना १०.२६ हुन्छ । यो विषय सम्बन्धी १ वटा सामग्री अन्तिम पृष्ठमा प्रकाशित भएको छ । महिला र शसस्त्र द्वन्द्व विषयमा पनि १० वटा सामग्री प्रकाशित भएका छन् । त्यसमध्ये पहिलो पृष्ठमा एउटा अर्थात् ०.८५ प्रतिशत र भित्री पृष्ठमा ९ वटा अर्थात् ७.७ प्रतिशत सामग्री प्रकाशित छन् । महिला र स्वास्थ्य विषयमा ८ वटा सामग्री प्रकाशित भएका छन् । यी सामग्री कूल सामग्रीको ६.८४ प्रतिशत हुन्छन् । तर प्रकाशित सबै सामग्री भित्री पृष्ठमा छापिएका छन् ।

महिला र अर्थतन्त्र सम्बन्धी ६ वटा अर्थात् ५.१३ प्रतिशत सबै सामग्री भित्री पृष्ठमा छापिएका छन् । सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिलाका विषयमा ९ वटा सामग्री प्रकाशित छन् । यसमध्ये एउटा अर्थात् ०.८५ प्रतिशत सामग्री पहिलो पृष्ठमा छापिएको छ ।

महिला र मानव अधिकारका विषयमा १० सामग्री प्रकाशित छन् । त्यसमध्ये ७.७ प्रतिशत अर्थात् ९ वटा सामग्री भित्री पृष्ठमा र एउटा अर्थात् ०.८५ प्रतिशत सामग्री अन्तिम पृष्ठमा छापिएका छन् । चेलिबेटी बेचबिखन र बालिका विषयमा ३/३ वटा सामग्री प्रकाशित छन् । यी मध्ये चेलिबेटी बेचबिखन सम्बन्धी २ वटा सामग्री पहिलो पृष्ठमा प्रकाशित छन् भने बाकी एउटा सामग्री भित्री पृष्ठमा छन् । सबैभन्दा न्यून सामग्रीहरू प्रकाशित भएको विषय महिला र वातावरण हो । यो विषयमा एउटा मात्र सामग्री प्रकाशित भएको छ । यो एउटा सामग्री पनि भित्री पृष्ठमा प्रकाशित भएको पाइयो ।

३.१.४ खोजमूलक समाचारहरू

यहाँ खोजमूलक समाचार भनेर महिलाको जीवनसँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने घटना, समस्या तथा विषयवस्तुलाई गहिरिएर अनुसन्धान गरी तयार गरिएका समाचारलाई भन्न खोजिएको हो । यस अध्ययनको क्रममा सबै दैनिक अखबारहरूले खोजमूलक समाचारहरूलाई खासै ल्याउन सकेका छैनन् । औपचारिक कार्यक्रमका समाचारहरू बढी हुनु र बाइलाइनविनाका समाचारहरू बढी छापिनुले पनि यो कुरालाई स्पष्ट पार्छ । यस्ता समाचारहरू एकातिर महिलालाई मूलधारमा ल्याउन सहयोगी हुन्छन् भने अर्कातिर यिनले सम्बन्धित पत्रिकाका सामग्रीहरूमा विविधता र भिन्न स्वाद पनि थपिदिन्छन् । अखबार विषयगत समाचारप्रति संवेदनशील छ भन्ने पाठकको अनुभूतिले संचार माध्यमको विश्वसनियतालाई नै माथि उठाउँछ । तर यस्ता

खोजमूलक समाचारहरू यी दैनिक पत्रिकाहरूले तुलनात्मक रूपमा अत्यन्त कम मात्र उत्पादन र प्रकाशन गर्न सकेका छन् ।

अध्ययन अवधिमा प्रकाशित थोरै खोजमूलक समाचारहरू महिलाहरूले स्वआर्जन गरी आत्मनिर्भर बन्न गरेको प्रयास, महिलाविरुद्ध हुने हिंसा, विकास कार्यक्रमले महिलामा ल्याएको परिवर्तन, उपत्यका बाहिर रोजगारीका लागी, सामाजिक परिवर्तन र राजनीतिक अधिकारका लागि संघर्ष गरेका महिलाको विषयसँग जोडिएको पाइयो ।

३.१.५ सकारात्मक पक्ष

अध्ययन अवधिमा छापिएका समाचारहरूको अध्ययन गर्दा एउटा सकारात्मक पक्ष पनि देखिएको छ, त्यो के हो भने अखबारहरूमा महिलाकेन्द्रित विषयमा कम समाचार प्रवाह भए तापनि छापिएका समाचारमा महिलाहरूलाई होच्याउने खालका आपत्तिजनक भाषा र शब्दहरू कतै प्रयोग भएका छैनन् । बलात्कार विषयमा छापिएका समाचारमा पिडितको नामलाई गोप्य राख्ने आचारसंहितालाई सबै पत्रिकाहरूले पालना गरेका छन् । मोफसलका समाचारले पनि सन्तुलित स्थान पाउनु अर्को सकारात्मक पक्ष हो । महिलाका नकारात्मक कुराहरूलाई भन्दा पनि सकारात्मक कुराहरूलाई बढी जोड दिइएको छ । यदि यहि क्रममा महिलाका समाचारलाई स्थान दिइयो भने महिला सशक्तिकरणमा संचार माध्यमको भूमिका भन् बढ्न सक्छ । प्रकाशित सामग्रीमा फोटो, लेख रचनाहरू, फिचर र कडा समाचार(hard news) सबै छापिएका छन् । औपचारिक समाचार भन्दा अनौपचारिक अर्थात् आफैले खोजेर समाचार सामग्रीहरू प्रकाशन गर्ने अर्को सकारात्मक पक्ष हो, यद्यपि यस समाचारहरू खोजी र गहन विश्लेषणमा आधारित भन्दा पनि सतह प्रकृतिका छन् । यो क्रम बढ्दै गएमा पछि गहन समाचार पनि आउने आशा गर्न सकिन्छ ।

३.१.६ महिला स्तम्भ

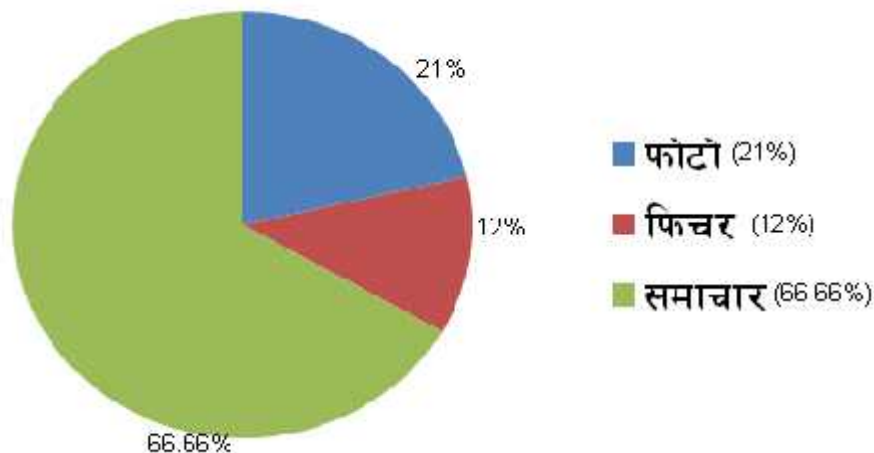
कतिपय अखबारहरूमा लेखक/पत्रकार महिलाहरूको लेखनीलाई स्थान दिन र महिला विषयक सवाल उठाउन अलग्गै स्तम्भ चलाउने परम्परा पनि रहेको छ । अध्ययन अवधिका ब्रोडशीट् दैनिकहरूमध्ये राजधानी दैनिकमा *अस्मिता* नामक स्तम्भमा महिला लेखकहरूले नियमित लेख्ने गरेको पाइएको थियो । यस प्रसङ्गमा सत्य कुरा के हो भने महिलाहरूले स्तम्भ लेख्दा उनीहरूको विचारले नियमित प्रवाह हुने अवसर पाउँछ । त्यस अवधिमा यस स्तम्भका लेखहरू महिला विषयमा केन्द्रित मात्र नभएर अन्य समसामयिक राजनीति तथा देशको अर्थतन्त्रको विषयमा पनि परेका थिए । ती लेखहरू कुनै पनि पाठक र समाजलाई झुट्ट्याउने वा अभिप्रेरित गर्ने खालका भने थिएनन् । तर उक्त पत्रिकाले लेखक महिलाहरूका लागि छुट्ट्याएको त्यस स्तम्भलाई निरन्तरता दिन सकेन ।

यसरी यस स्तम्भले लेखक/पत्रकार महिलाहरूलाई आफ्नो विचार प्रस्तुत गर्ने एउटा गतिलो मञ्च दिएको थियो तापनि त्यसको निरन्तरता नभएकोले यो रिपोर्ट तयार गरिसक्दासम्म त्यसमा लेख्ने महिला हस्ताक्षरहरू अरुतिर आफ्नो विचार लिएर देखा पर्न सकेका छैनन् । यसरी एउटा राम्रो कामको थालनी गरेको पत्रिकाले त्यसलाई विचैमा स्थगित गरिदिएको छ । राजधानीबाहेक अन्य दैनिक अखवारमा मा त्यतिखेर अरु कुनै त्यस्ता स्तम्भ फेला परेनन्, यद्यपि नेपाल समाचारपत्रमा महिला र बालबालिकासम्बन्धी विषय उठाउन हप्ताको एकपटक अलग्गै पृष्ठ छुट्याइएको थियो । यस अध्ययनमा परेका धेरै लेखहरू यसै पृष्ठमा छापिएका थिए ।

३.२ महिलासम्बन्धी सामग्रीको प्रस्तुति शैली

अखवारको नाम	फोटो	फिचर	समाचार	जम्मा
अन्नपूर्ण पोष्ट	२	८	१०	२०
कान्तिपुर	१८	४	२१	४३
गोरखापत्र	-	-	१५	१५
नेपाल समाचारपत्र	३	-	१६	१९
राजधानी	२	२	१६	२०
जम्मा	२५	१४	७८	११७

तुलनात्मक रूपमा ठूला आकारका नेपाली रंगीन दैनिक अखवारले महिलाका मुद्दाहरूलाई न्यून प्राथमिकता दिए भन्ने कुरा शुरुको विश्लेषणले स्पष्ट पारिसकेको छ । न्यून प्राथमिकता पाएका सामग्री पनि के-कसरी छापिएका छन् भन्ने कुरा यहाँ विश्लेषण गर्न खोजिएको छ । अध्ययनमा महिलासम्बन्धी समाचार, फोटो र फिचर सामग्रीलाई समावेश गरिएकोले यहाँ पनि तिनै सामग्रीको मात्र विश्लेषण गरिएको छ ।



माथिको चार्टले देखाएअनुसार प्रकाशित सामग्रीमध्ये अधिकांश सामग्री समाचारको रूपमा छापिएका छन् । कूल सामग्रीमध्ये सबैभन्दा बढी ७८ वटा सामग्री समाचारको रूपमा छापिएका छन् । यी सामग्रीलाई प्रतिशतमा गणना गर्दा ६६.६६ हुन्छ । करिब १२ प्रतिशत अर्थात् १४ वटा सामग्री फिचरको रूपमा छापिएका छन् । बाँकी २५ सामग्री अर्थात् २१ प्रतिशत सामग्री फोटो छापिएका छन् । यी सामग्रीलाई हेर्दा महिलाका विषयहरू विविधरूपमा प्रकाशित भएको पाइयो । तुलनात्मक रूपमा फोटो र फिचर बढि खोज, अनुसन्धान र दुःख गरेर प्राप्त गर्न सकिने विषय हुन् । अरु अखबारहरूले धेरै-थोरै जे जस्तो भए पनि सबै सामग्रीलाई स्थान दिएको पाइयो । तर नेपाल समाचारपत्र र गोरखापत्रमा भने सामग्री समायोजनको असन्तुलन देखिन्छ । जस्तो कि अध्ययन अवधिमा गोरखापत्रमा फोटो र फिचर एउटा पनि छापिएन भने नेपाल समाचार पत्र दैनिकमा फिचर छापिएन । महिलासम्बन्धीका विषयमा यस्ता सामग्रीहरू न्यून हुनुले अरु विषयमा भै यो विषयमा पनि संचारकर्मी खोजमुलक समाचार ल्याउन त्यति सक्रिय छैनन् भन्ने कुरा बुझिन्छ ।

३.३ प्रकाशित सामग्रीको तुलनात्मक विश्लेषण

३.३.१ पाँच अखबारमा कूल सामग्रीको अनुपात

प्रकाशित सामग्रीलाई अखबार विशेषसंग प्रतिशतमा गणना गर्दा यस्तो अनुपात देखिन्छ । सबैभन्दा बढी महिलाका सामग्री दिने अखबार कान्तिपुरले ३६.७५ सामग्री प्रतिशत गरेको छ ।

दोस्रो स्थानमा परेको राजधानी दैनिकले १७.९४ प्रतिशत सामग्री प्रकाशन गरेको छ । २ वटा अखबार अन्नपूर्ण पोष्ट र नेपाल समाचार पत्रले बराबर अर्थात् १६.२३/१६.२३ प्रतिशतको हिस्सा ओगटेका छन् । सबै भन्दा न्यून गोरखापत्र दैनिकले १२.८२ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको छ ।

३.३.२ पाँच अखवारमा १२ बुँदाको अवस्था

३.३.२.१ कान्तिपुर दैनिक

क्र. स.	समाचारका क्षेत्रहरू	कूल समाचार	प्रतिशत गणना	प्राथमिकताक्रम
१	महिला र संचार	१	२.३२	छैटौँ प्राथमिकता
२	महिला र स्वास्थ्य	४	९.३०	चौथो प्राथमिकता
३	महिला शिक्षा र तालिम	१२	२७.९०	पहिलो प्राथमिकता
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	६	१३.९५	दोस्रो प्राथमिकता
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	५	११.६२	तेस्रो प्राथमिकता
६	महिला र अर्थतन्त्र	५	११.६२	तेस्रो प्राथमिकता
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	१	२.३२	छैटौँ प्राथमिकता
८	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	२	४.६४	पाँचौँ प्राथमिकता
९	महिला र मानव अधिकार	५	११.६२	तेस्रो प्राथमिकता
१०	महिला र वातावरण	१	२.३२	छैटौँ प्राथमिकता
११	बालिका	१	२.३२	छैटौँ प्राथमिकता
१२	चेलिबेटी बेचविखन	०	०	
	जम्मा संख्या	४३	१००	

महिलासम्बन्धी वेइजिङ्ग घोषणाले अधि सारेका १२ बुँदालाई सबैभन्दा बढी प्राथमिकता दिने दैनिक अखवार कान्तिपुर दैनिक पाइयो । यसले ४३ वटा समाचारहरू प्रकाशित गर्‍यो । प्रकाशित समाचारमा सबैभन्दा बढी महिला शिक्षा र तालिमसम्बन्धी छन् । यो विषयमा कान्तिपुरले २७.९०प्रतिशत अर्थात् १२ वटा समाचार प्रकाशित गरेको छ । यो अखवारको दोस्रो प्राथमिकतामा महिला विरुद्ध हिंसा परेका छन्, जसअन्तर्गत १३.९५ प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन् ।

यो अखवारको तेस्रो प्राथमिकतामा ३ किसिमका समाचार परेका छन् । महिला र शसस्त्र द्वन्द्व, महिला र अर्थतन्त्र र महिला र मानव अधिकार विषयमा यो अखवारले ११.६२ प्रतिशतको दरमा अर्थात् ५/५ वटा समाचार प्रकाशित गरेको छ । चौथो प्राथमिकतामा महिला र स्वास्थ्य विषय संग सम्बन्धित ९.३० प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन् । त्यसैगरी पाँचौँ प्राथमिकतामा महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र ४.६४

प्रतिशत छ। बाँकी रहेका सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला, महिला र संचार, महिला र वातावरण तथा बालिका शीर्षकका समाचारहरूले २.३२ प्रतिशतको स्थान पाइ छैटौँ प्राथमिकतामा परेका छन्। अध्ययन अवधिमा चेलिबेटी बेचविखनसम्बन्धी भने कुनै पनि समाचार प्रकाशित भएको पाइएन।

३.३.२.२ राजधानी दैनिक

क्र.स	समाचारका क्षेत्रहरू	कूल समाचार	प्रतिशत गणना	प्राथमिकता क्रम
१	महिला र संचार	१	५	चौथो प्राथमिकता
२	महिला र स्वास्थ्य	१	५	चौथो प्राथमिकता
३	महिला शिक्षा र तालिम	३	१५	तेस्रो प्राथमिकता
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	७	३५	पहिलो प्राथमिकता
५	महिला र सशस्त्र द्वन्द्व	१	५	चौथो प्राथमिकता
६	महिला र अर्थतन्त्र	१	५	चौथो प्राथमिकता
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	१	५	चौथो प्राथमिकता
८	महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र	४	२०	दोस्रो प्राथमिकता
९	महिला र मानव अधिकार	०	०	
१०	महिला र वातावरण	०	०	
११	बालिका	१	५	चौथो प्राथमिकता
१२	चेलिबेटी बेचविखन	०	०	
	जम्मा संख्या	२०	१००	

बेइजिङ्ग घोषणाले अघि सारेका महिलासम्बन्धी १२ बुँदालाई दोस्रो प्राथमिकता दिने दैनिक अखवार राजधानी दैनिक पाइयो। यसले २० वटा समाचारहरू प्रकाशित गर्‍यो। प्रकाशित समाचारमा सबैभन्दा बढी महिला विरुद्ध हिंसा छन्।

यो विषयमा ३५ प्रतिशत अर्थात् ७ वटा समाचारहरू प्रकाशित छन्। दोस्रो प्राथमिकतामा महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्रसम्बन्धी समाचार छन्। यस अन्तर्गत चार वटा अर्थात् २० प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन्। यो अखवारको तेस्रो प्राथमिकतामा महिला शिक्षा र तालिम समाचार परेका छन्। यो विषयमा तीनवटा समाचारहरू प्रकाशित छन्। यो संख्यालाई प्रतिशतमा गणना गर्दा १५ प्रतिशत हुन

आउँछ । बाँकी रहेका नौवटा विषयमध्ये महिला र मानव अधिकार, महिला र वातावरण र चेलिबेटी बेचबिखनसम्बन्धी भने कुनै पनि समाचार प्रकाशित भएको पाइएन । महिला र शसस्त्र द्वन्द्व, महिला र अर्थतन्त्र, महिला र स्वास्थ्य, महिला र संचार, बालिका र सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला विषयका समाचार भने १/१ को संख्यामा अर्थात् ५/५ प्रतिशतको दरमा प्रकाशित भएका छन् ।

३.३.२.३ नेपाल समाचारपत्र दैनिक

क्र.स.	समाचारका क्षेत्रहरू	कूल समाचार	प्रतिशत गणना	प्राथमिकताक्रम
१	महिला र संचार	२	१०.५२	तेस्रो प्राथमिकता
२	महिला र स्वास्थ्य	३	१५.७८	दोस्रो प्राथमिकता
३	महिला शिक्षा र तालिम	२	१०.५२	तेस्रो प्राथमिकता
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	७	३६.८४	पहिलो प्राथमिकता
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	२	१०.५२	तेस्रो प्राथमिकता
६	महिला र अर्थतन्त्र	०	०	
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	०	०	
८	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	३	१५.७८	दोस्रो प्राथमिकता
९	महिला र मानव अधिकार	०	०	
१०	महिला र वातावरण	०	०	
११	बालिका	०	०	
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	०	०	
	जम्मा संख्या	१९	१००	

वेइजिङ्ग घोषणाले अघि सारेका महिलासम्बन्धी १२ बुँदालाई तेस्रो प्राथमिकता दिने दैनिक अखवार नेपाल समाचारपत्र पाइयो । यो अखवारले अध्ययन अवधिमा १९ वटा समाचारहरू प्रकाशित गरेको छ । प्रकाशित समाचारमा सबैभन्दा बढी महिला विरुद्ध हिंसासम्बन्धी ३६.८४ प्रतिशत अर्थात् ७ वटा समाचारहरू छन् । यो अखवारको दोस्रो प्राथमिकतामा महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र र महिला र स्वास्थ्यसम्बन्धी समाचार छन् । यस अन्तर्गत तीन वटा अर्थात् १५.७८ प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन् । तेस्रो प्राथमिकतामा भने महिला शिक्षा र तालिम, महिला र शसस्त्र द्वन्द्व र महिला र संचारसम्बन्धी समाचार छन् । यो विषयमा दुई-दुईवटा समाचारहरू प्रकाशित छन् । यो संख्यालाई प्रतिशतमा गणना गर्दा १०.५२ प्रतिशत हुन्छ ।

बाँकी ६ वटा विषयमा भने एउटा पनि समाचार प्रकाशित भएको छैन । यी विषयहरू हुन: महिला र मानव अधिकार, महिला र वातावरण, चेलिबेटी बेचबिखन, महिला र अर्थतन्त्र, सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला र बालिका विषयमा भने एउटा पनि समाचार प्रकाशित भएको छैन । यसरी नेपाल समाचारपत्रले अध्ययन अवधिमा प्रकाशन गरेका कूल १९ समाचारहरू तीन प्राथमिकतामा विभाजित भएको पाइयो । छ वटा विषयमा कुनै पनि समाचार प्रकाशित नहुनुले यो अखवारले महिलाका विषयलाई सन्तुलित तरिकाले प्रकाशन नगरेको भन्न सकिन्छ ।

३.३.२.४ गोरखापत्र दैनिक

क्र स.	समाचारका क्षेत्रहरू	कूल समाचार	प्रतिशत गणना	प्राथमिकताक्रम
१	महिला र संचार	०	०	
२	महिला र स्वास्थ्य	०	०	
३	महिला शिक्षा र तालिम	४	२६.६६	पहिलो प्राथमिकता
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	३	२०	दोस्रो प्राथमिकता
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	०	०	
६	महिला र अर्थतन्त्र	०	०	
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	३	२०	दोस्रो प्राथमिकता
८	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	३	२०	दोस्रो प्राथमिकता
९	महिला र मानव अधिकार	२	१३.३३	तेस्रो प्राथमिकता
१०	महिला र वातावरण	०	०	
११	बालिका	०	०	
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	०	०	
	जम्मा संख्या	१५	१००	

गोरखापत्र दैनिक अध्ययनमा परेका पाँच अखवारमध्ये सबैभन्दा न्यून महिलासम्बन्धी समाचार छापने अखवार भएको पाइएको छ । यो अखवारले १५ वटा मात्र समाचार प्रकाशित गरेको छ । यी समाचारहरू ६ विषयमा केन्द्रित छन् । बाँकी ६ विषयमा भने एउटा पनि समाचार प्रकाशित भएको छैन । यी विषयहरू हुन: महिला र अर्थतन्त्र, महिला र संचार, महिला र स्वास्थ्य, महिला र वातावरण, चेलिबेटी बेचबिखन र बालिका । प्राथमिकताका आधारमा छापिएका ६ विषयको प्राथमिकताक्रम यस्तो छ : महिला शिक्षा र तालिम पहिलो

प्राथमिकता २६.६६ प्रतिशत, महिलाविरुद्ध हिंसा, सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला र महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र दोस्रो प्राथमिकता २० प्रतिशत र महिला र मानव अधिकार तेस्रो प्राथमिकता १३.३३ प्रतिशत । यसरी गोरखापत्रले १५ समाचारलाई तीन प्राथमिकतामा प्रकाशित गरेको छ ।

३.३.२.५ अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक

क्र. स.	समाचारका क्षेत्रहरू	कूल समाचार	प्रतिशत गणना	प्राथमिकता क्रम
१	महिला र संचार	०	०	
२	महिला र स्वास्थ्य	०	०	
३	महिला शिक्षा र तालिम	१	५	पाचौं
४	महिलाविरुद्ध हिंसा	५	२५	पहिलो
५	महिला र शसस्त्र द्वन्द्व	२	१०	चौथो
६	महिला र अर्थतन्त्र	०	०	
७	सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिला	४	२०	दोस्रो
८	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र	१	५	
९	महिला र मानव अधिकार	३	१५	तेस्रो
१०	महिला र वातावरण	०	०	
११	बालिका	१	५	पाचौं
१२	चेलिबेटी बेचबिखन	३	१५	तेस्रो
	जम्मा संख्या	२०	१००	

वेइजिङ्ग घोषणाले अघि सारेका महिलासम्बन्धी १२ बुदालाई दोस्रो प्राथमिकता दिने दैनिक अखबार राजधानी दैनिकजस्तै अन्नपूर्ण पोष्ट पनि हो । यसले पनि १२ बुँदामा आधारित २० वटा समाचारहरू प्रकाशित गरेको छ । प्रकाशित समाचारमा सबैभन्दा बढी महिलाविरुद्ध हिंसा छन् । यो विषयमा २५ प्रतिशत अर्थात् ५ वटा समाचारहरू प्रकाशित छन् । दोस्रो प्राथमिकतामा सत्ता निर्माण प्रक्रियामा महिलासम्बन्धी समाचार छन् । यसअन्तर्गत चारवटा अर्थात् २० प्रतिशत समाचार प्रकाशित छन् । यो अखबारको तेस्रो प्राथमिकतामा महिला र मानव अधिकारसम्बन्धी समाचार प्रकाशित छन् । यो विषयमा तीनवटा समाचारहरू प्रकाशित छन् । यो संख्याको प्रतिशतमा गणना १५ प्रतिशत हुन्छ । त्यसैगरी चौथो प्राथमिकतामा महिला र सशस्त्र द्वन्द्वका समाचार छन् । यो विषयमा १० प्रतिशत समाचार छापिएका छन् । पाँचौं प्राथमिकतामा क्रमशः

महिला शिक्षा र तालिम, महिला विकासका लागि संस्थागत संयन्त्र र बालिका सम्बन्धी समाचार छन् । यी विषयमा ५ प्रतिशत समाचारहरू प्रकाशनमा आएका छन् ।

बाँकी रहेका चारवटा विषयमध्ये महिला र संचार, महिला र स्वास्थ्य, महिला र वातावरण र महिला र अर्थतन्त्रसम्बन्धी भने कुनै पनि समाचार प्रकाशित भएको पाइएन । यो तथ्यको आधारमा अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिकले पनि प्रकाशित समाचारलाई महिला विकासका लागि आवश्यक ठानिएका १२ बुंदालाई सन्तुलित ढंगले दिन नसकेको स्पष्ट पाछै ।

अध्याय : ४

निष्कर्ष र सुभावा

४.१ निष्कर्ष

कूल जन संख्याको आधा भन्दा बढी हिस्सा ओगटेका महिलाहरूको समावेशी अन्य क्षेत्रमाभै संचार माध्यमका सामग्रीमा पनि नगन्य देखियो । अध्ययन अवधिभित्र ५ वटा नेपाली ब्रोडशीट अखवारमा छापिएका कूल १४ हजार १सय ७५ वटा सामग्रीमध्ये महिलाका विषयमा छापिएका समाचार १ सय १७ मात्र पाइयो । महिलासंग जोडिएका सामग्रीहरू केवल ०.८२ प्रतिशतको अनुपातमा छापिएका छन् । यो तथ्यबाट मूलधारका दैनिक अखवारले महिलासम्बन्धी समाचारहरूलाई प्राथमिकता दिन सकेका छैनन् वा राष्ट्रिय दैनिक अखवारले महिलाका मुद्दालाई नगन्य स्थान दिएका छन् भन्न सकिन्छ ।

अधिकांश सामग्री समाचारको रूपमा छापिएका छन् । कूल १ सय १७ सामग्रीमध्ये कान्तिपुरमा सबैभन्दा बढी ४३ सामग्री छापिएको पाइयो । ती मध्ये २१ समाचार, ४ फिचर र १८ फोटो थिए । तथ्याङ्क अनुसार नेपालमा सबैभन्दा बढी प्रकाशित र वितरित हुने अखवार कान्तिपुर दैनिक नै हो । त्यसैले यसमा प्रकाशित भएका सामग्रीले पाठकलाई बढी प्रभाव पार्न सक्छन् । त्यस आधारमा भन्दा महिलाका विषयमा सबैभन्दा बढी प्रभाव पार्ने अखवार पनि कान्तिपुर नै हो भन्न सकिन्छ । सबैभन्दा पुरानो र सरकारी स्वामित्व भएको गोरखापत्र दैनिकले अध्ययन अवधिमा सबैभन्दा न्यून १५ वटा मात्र महिलासम्बन्धी सामग्री प्रकाशन गरेको छ । गोरखापत्रको पनि वितरण परिमाण बढी नै छ अर्थात् कान्तिपुर पछि दोस्रोमा आउँछ । त्यसैले यो अखवारले पनि धेरै पाठकलाई प्रभावित पार्न सक्छ । तर यो अखवारले महिलाका विषयलाई उचित स्थान दिन नसकेका कारण महिलाका मुद्दाको जति प्रचार हुन सक्थ्यो त्यो अनुपातमा हुन सकेन । दोस्रो श्रेणीमा राजधानी दैनिक र अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक रहेको पाइयो, जसले २०/२० सामग्री प्रकाशन गरेका छन् । यसमध्ये राजधानीले १६ वटा समाचार र २/२ वटा फोटो र फिचर प्रकाशन गरेको पाइयो । अन्नपूर्ण पोष्टले १० वटा समाचार, ८ वटा फिचर र २ वटा फोटो प्रकाशन गरेको छ ।

नेपाल समाचारपत्र तेस्रो श्रेणीमा छ । यसले महिलासम्बन्धी १९ वटा सामग्री प्रकाशन गरेको छ । यी तथ्यलाई हेर्दा सबै अखवारले महिलाका सामग्री प्रकाशन गर्ने शैलीमा भिन्नता भएको देखाउँछ । कान्तिपुर बाहेक अन्य अखवारहरूले समावेश गर्ने महिलाका विषयहरू करीब-करीब उही संख्यामा भएको पाइयो । तर यिनीहरूले प्रस्तुत गर्ने शैली(फोटो,फिचर र समाचार)को अनुपातमा भने भिन्नता भएको पाइयो ।

राष्ट्रिय दैनिक अखबारको पहिलो पृष्ठमा दैनिक औषतमा ४९ वटा समाचार छापिएको पाइयो । यस आधारमा अध्ययन अवधिका १सय ४० दिनमा पहिलो पृष्ठमा ६ हजार ८ सय ६० समाचार छापिएको पाइयो । त्यसमा महिलाका विषयमा आएका समाचारको सङ्ख्या जम्मा ६ वटा थिए । यसलाई प्रतिशतमा गणना गर्दा ०.८७ प्रतिशत हुन आउँछ । तर यी समाचारलाई महिलासम्बन्धी कूल समाचारसंग तुलना गरेर हेर्दा यो ५.१२ प्रतिशत हुन आउँछ । तीमध्ये एउटा समाचार पनि मुख्य समाचारको रूपमा छापिएन ।

यो अवस्थालाई हेर्दा महिलाका विषयमा समाचार खोजेर दिने चलन पनि पछिल्लो समयमा बढेर गएको भन्न सकिन्छ । कूल प्रकाशित समाचारको ०.८७ प्रतिशतको अनुपातमा मात्र महिलाका विषयहरूले प्राथमिकता पाएका छन् । बाँकी भण्डै ९९ प्रतिशत संचार सामग्रीमा महिलाको कुनै पनि संलग्नता छैन । हरेक क्षेत्रमा महिलाको ३३ प्रतिशत सहभागिताको कुरा उठिरहेका बेलामा संचार माध्यममा भने महिलाका विषयहरूले एक प्रतिशत पनि स्थान नपाउनु सोचनीय विषय हो । कूल सामग्रीमध्ये २३.०७ प्रतिशत सामग्री औपचारिक कार्यक्रममा आधारित भएर तयार पारिएको पाइयो भने ७६.९२ प्रतिशत सामग्री अनौचारिक सामग्रीको रूपमा अर्थात् संचारकर्मीले आफैँ खोजेर प्रकाशित गरेको पाइयो । कूल समाचारमध्ये पहिलो प्राथमिकतामा महिला र हिंसाका विषय १९.६५ प्रतिशत छन् । दोस्रो प्राथमिकतामा महिला शिक्षा र तालिमका समाचारहरू प्रकाशित हुनुले यो सकारात्मक सुधारको कुरालाई देखाउँछ । तेस्रो प्राथमिकतामा पनि महिलाका सकारात्मक विषयहरूले स्थान पाएका छन् । १३.३० प्रतिशत समाचार महिला सशक्तिकरणसम्बन्धी प्रकाशित भएका छन् । त्यसै गरी अन्य विषयहरूमा प्रकाशित समाचारहरू पनि महिला सशक्तिकरणका लागि सहयोगी हुने र आम जनतालाई चेतना फैलाउन मद्दत गर्ने किसिमका छन् ।

महिला स्वास्थ्य र महिला मानव अधिकारको क्षेत्रमा बराबर अर्थात् १०/१० प्रतिशत समाचारहरू प्रकाशित भएका छन् । त्यस्तै महिला र संचार, महिला र वातावरण एवं महिला विकासका लागि संस्थागत संरचनाका बारेमा पनि ६.६६ प्रतिशतका दरले समाचार प्रकाशित भएको पाइयो । सबै भन्दा न्यून समाचार महिला र अर्थतन्त्रका बारेमा पाइयो । शसस्त्र द्वन्द्व, चेलिवेटी बेचबिखन र बालिकाको बारेमा ३.३३/३.३३ प्रतिशत मात्र समाचार प्रकाशित भएको पाइयो ।

महिलाकेन्द्रित विषयमा समाचार बढी प्रवाह हुने अर्को स्रोत सेमिनार, छलफल, अन्तरक्रिया तथा कार्यशाला गोष्ठी देखिएको छ । यस्ता कार्यक्रममा आएका विचारहरू तथा छलफलमा उठेका कुरालाई समाचारको रूपमा पत्रिकाहरूले छापेका छन् । महिला शिक्षा, सीपमूलक तालिम, लैङ्गिक विषयक तालिम, महिला आयआर्जन, महिला व्यक्तित्व, महिला सम्मानित, सार्वजनिक सुनुवाइ कार्यक्रम, रोजगारीमा महिला, कानुनी सेवा, महिला विकास कार्यक्रमको अवस्था, महिला तालिम कार्यक्रम, महिलाको स्वास्थ्य अवस्था जस्ता बेइजिङ्ग सम्मेलनले उठाएका विषयमा पनि समाचारहरू आएका छन् तर न्यून मात्रामा ।

सबै घटना र गतिविधिप्रधान समाचारहरू सबै पत्रिकामा एकैनासले आउदैन् भन्ने पनि विषयबस्तु विश्लेषणले प्रष्ट पारेको छ । यस्तै विभिन्न कारणहरूले गर्दा कुनै पत्रिकामा त्यही समाचार प्रथम पृष्ठमा छापिएको हुन्छ भने कुनैमा अन्तिम पृष्ठमा छापिन्छ । यो तथ्यबाट महिलाका समाचारहरूलाई प्राथमिकता दिने तरिका पनि फरक फरक छ ।

सबै दैनिक अखबारहरूले खोजमूलक समाचारहरूलाई खासै प्रकाशनमा ल्याउन सकेका छैनन् । अध्ययन अवधिमा प्रकाशित थोरै खोजमूलक समाचारहरू महिलाहरूले स्वआर्जन गरी आत्मनिर्भर बन्न गरेको प्रयास, महिलाविरुद्ध हुने हिंसा, विकास कार्यक्रमले महिलामा ल्याएको परिवर्तन, उपत्यका बाहिर रोजगारीका लागि भएका प्रयास, सामाजिक परिवर्तन र राजनीतिक अधिकारका लागि संघर्ष गरेका महिलाको विषयसँग जोडिएका छन् ।

अखबारहरूमा महिलाकेन्द्रित विषयमा कम समाचार प्रवाह भए तापनि छापिएका समाचारमा महिलाहरूले होच्याउने खालका आपत्तिजनक भाषा र शब्दहरू प्रयोग भएका छैनन् । संवेनशील विषयमा समाचार छाप्दा आचारसंहितालाई सबै पत्रिकाहरूले पालना गरेका छन् । मोफसलका समाचारले पनि सन्तुलित स्थान पाएका छन् । महिलाका नकारात्मक कुराहरूलाई भन्दा पनि सकारात्मक कुराहरूलाई बढि जोड दिइएकोछ । यो राम्रो पक्ष हो । प्रकाशित सामग्रीमा फोटो, लेख रचनाहरू, फिचर र कडा समाचार सबै छापिएका छन् । औपचारिक समाचार र अनौपचारिक अर्थात् आफैले खोजेर तयार पार्ने सामग्रीहरूको अनुपात करिब बराबरजस्तै छ । यो अर्को सकारात्मक पक्ष हो ।

यो तथ्यबाट मूलधारका दैनिक अखबारले महिलासम्बन्धी समाचारहरूलाई कति प्राथमिकता दिएका छन् भन्ने कुरा स्पष्ट हुन्छ ।

अखबारमा समाचार घटना, कार्यक्रम, गतिविधि, नौलो कुरा वा स्थापित व्यक्तिको भनाइ आदिबाट बन्ने गरेका कारण यस्ता विषयमा न्यून कार्यक्रम हुने भएकाले समाचार पनि कम छापिएको देखिन्छ ।

४.२ समग्र अध्ययनको निष्कर्षलाई बुँदागत रूपमा यसरी हेर्न सकिन्छ :

- ✓ नेपाली ठूला आकारका दैनिक अखबारमा बेइजिङ्गले उठाएका १२ बुँदासम्बन्धी छापिने समाचारमा एकरूपता छैन ।
- ✓ समग्र समाचारको तुलनामा सबै अखबारले महिलाका विषयवस्तुलाई न्यून प्राथमिकता दिएको छ । यो भने पाँचवटै अखबारको समान अभ्यास हो ।

- ✓ १२ बुँदाको समग्र समाचार मध्ये पनि कुनै अखवारले कुनै बुँदालाई त कुनै अखवारले अर्कै बुँदालाई प्राथमिकता दिइका छन् । अर्थात् फरक-फरक अखवारले फरक-फरक बुँदालाई प्राथमिकता दिइका छन् ।
- ✓ महिलाका विषयवस्तुहरू थोरै स्रोतले पनि सबै अखवारमा नकारात्मक प्रस्तुति छैन, जुन हातोउस्तो पुरुषप्रधान समाजकालगि सकारात्मक पाटो हो ।
- ✓ राजधानीका समाचार र राजधानी बाहिरका समाचारको अनुपात करीव-करीव समान छ ।
- ✓ मूल समाचारको रूपमा महिलाका विषयले स्थान पाउँन सकेका छैनन् ।
- ✓ धेरै जसो महिलासम्बन्धी समाचारहरू भित्री पृष्ठमा प्रकाशित हुन्छन् ।
- ✓ भित्री पेजमा प्रकाशित समाचार पनि एक/दुई कोलममा छापिन्छन् । यसको अर्थ महिलाका समाचारले महत्व नपाएको भन्न सकिन्छ ।
- ✓ **समाग्रता भन्दा** जनसंख्या र राष्ट्रिय एवं अन्तर्राष्ट्रिय विषयको गाठमीर्यताको दृष्टिले पनि राष्ट्रसंघीय विश्व महिला सन्मेलनले जोड दिइअनुसार महिलासम्बन्धी १२ बुँदालाई जुरूपमा नेपाली भाषामा प्रकाशित ठूला आकारका रंगीन दैनिक अखवारले स्थान दिनुपर्ने हो, त्यसअनुरूप दिन नसकेको निष्कर्ष निकाल्न सकिन्छ । यसले गर्दा यस्ता संचार माध्यमले महिला शसक्तिकरणमा अपेक्षित भूमिका खेल्न सकेका छैनन् ।

४.३ सुभाव

सामाजिक उत्तरदायित्व वहन गर्ने पत्रिकाले महिलासम्बन्धी घटना र सक्रियता कम हुँदा पनि महिलालाई अभिप्रेरणा दिने कुरामा संवेदनशील भएमा धेरै समाचार खोज्न र छान्न सक्छ । यतातिर पनि संचार माध्यमले ध्यान दिनु पर्छ ।

उपयुक्त सन्देश प्रवाहकालागि संचारमाध्यमको परिचालनको सवाललाई सम्बोधन गर्न सरकारहरू र अन्य सरोकारवालाहरू सचेत हुनुपर्छ । यस अन्तर्गत लैंगिक सवालहरूलाई पनि विशेष ध्यान दिनुपर्छ । आफ्ना नीति तथा कार्यक्रमहरूमा लैंगिक दृष्टिकोणलाई मूलप्रवाहीकरण गर्न सक्रिय र स्पष्ट नीतिलाई प्रोत्साहित गर्नुपर्छ भन्ने कुरा अहिले विश्व व्यापीरूपमा उठिरहेको छ । यसका लागि संचारमाध्यम तथा संचारका नयाँ प्रविधिहरू र तीमार्फत हुने अभिव्यक्तिहरूमा महिला सहभागिता महत्वपूर्ण मानिएको छ । यस्ता सन्देश

निर्माण प्रकृत्यामा महिलाको सहभागिता र पहुँचलाई अभिवृद्धि गर्ने कार्यलाई अघि बढाउने पहल हुनुपर्छ भन्ने औपचारिक भनाइहरू पनि आइरहेका छन् । तर यसका लागि कुनै एक पक्षको प्रयाश मात्र पर्याप्त हुदैन । सम्बन्धित सबैको अग्रसरताको जरुरीछ । यो कामका लागि सबै भन्दा पहिले त संचार माध्यमलाई कसरी प्रभावित गर्न सकिन्छ, भन्ने संयुक्त पहल चाहिन्छ । यो पहलका लागि शुरुमा गर्नुपर्ने कामहरू :

४.३.१ संचार निगरानी समूहहरू बनाउन प्रोत्साहित गर्ने जसले महिलाका आवश्यकता र सरोकारहरू उचित किसिमले प्रतिबिम्बित भए नभएको सुनिश्चित गर्न संचार अनुगमन र संचारसंग परामर्श गर्नसक्छन् ।

४.३.२ महिलाको सन्तुलित चित्रण एवं उनीहरूका अनेक भूमिकाहरू अभिवृद्धि गर्न लक्षित सूचना, शिक्षा तथा संचार रणनीतिको अनुसन्धान र कार्यान्वयनलाई प्रोत्साहित गर्ने ।

४.३.३ संचार मालिक र व्यवस्थापकहरूसमेत आम संचार-व्यवसायीहरूका लागि लैङ्गिक संवेदनशीलतासम्बन्धी तालिमलाई प्रोत्साहित गर्ने जसले संचारमा महिलाको गैरपरम्परागत, सन्तुलित र विविध छविको निर्माण एवं प्रयोगलाई प्रोत्साहित गर्ने ।

४.३.४ महिलालाई तल्लो दर्जाका मानिसका रूपमा प्रस्तुत गर्न तथा उनीहरूलाई यौनवस्तु (सेक्सुअल अब्जेक्ट/ कमोडिटी) का रूपमा शोषण गर्नबाट रोक लगाउन, बरु उनीहरूलाई सिर्जनात्मक मानिस, विकास प्रक्रियाका प्रमुख कर्ता र लाभान्वित समूहका रूपमा समेत प्रस्तुत गर्न संचारमाध्यमलाई प्रोत्साहित गर्ने ।

४.३.५ संचार कार्यक्रमहरूका सम्बन्धमा लैङ्गिक विश्लेषण समावेश गर्न दृष्टिकोणहरू विकसित गर्ने र विज्ञहरूलाई तालिम दिने ।

४.३.६ संचार माध्यम र लैंगिक सवालसम्बन्धी विश्वव्यापीरूपमा स्थापित धेरै मान्यताहरू नेपालको सन्दर्भमा पनि लागु हुन्छन् । त्यसैले नेपाली संचार माध्यमहरूले पनि सन्देश प्रक्षेपणका क्रममा यस्ता अन्तर्राष्ट्रिय मान्यताहरूलाई अनुशरण गर्ने प्रयाश गर्नुपर्छ ।

४.३.७ खासगरी महिलालाई संचार माध्यमले हेर्ने र प्रस्तुत गर्ने शैली परम्परागत पाराको छ भन्ने गुनासाहरू आइरहन्छन् । यो शैली र संस्कारमा परिवर्तन नभएसम्म न त संचार माध्यममा महिलाका मुद्दाले यथेष्ट स्थान पाउछन् न त प्रसारित सामग्रीले अर्थपूर्ण महत्व राख्छ । त्यसैले सबै भन्दा पहिले प्रभावकारी संचारका लागि यसका आधारभूत कुराहरू मिल्नुपर्छ । यी आधारभूत कुराहरू तयार गर्न सरकार, संचार माध्यम, गैरसरकारी संघसंस्थाहरू, विज्ञापन एजेन्सीहरू र महिला अभियानकर्ताहरूले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्नु पर्छ ।

४.३.८ अधिकारकर्मीहरूले संचार माध्यममा कस्तो किसिमको समावेशी खोज्छन् भन्ने कुरा एउटा पक्ष हो तर संचारकर्मीका पनि आफ्नै किसिमका सामाजिक उत्तरदायित्वहरू हुन्छन्, त्यस अन्तर्गत पनि उनीहरूले लैंगिक सवालमा ध्यान पुऱ्याउनु पर्छ ।

४.३.९ खोजमूलक समाचारहरूले समाजमा रहेका महिलाविरोधी कुरीति तथा महिलालाई पछाडि राख्ने संस्कारका विरुद्ध महिला तथा समाजलाई लड्न उत्प्रेरित गर्न सक्छन् । महिलालाई समाजको मूलधारमा ल्याउन यस किसिमको समाचारमात्रा बढाउनु धेरै आवश्यक छ । दैनिक पत्रिकाहरूमा अबको बदलिंदो समाचार सम्प्रेषणको प्रस्तुति महिलासम्बन्धी खोजी समाचारहरूको आवश्यकता हो । र, यो कुरालाई दैनिक अखबारहरूले ध्यान दिनुपर्छ ।

४.३.१० यसमा परिवर्तन ल्याउनका लागि संचार माध्यम र लैंगिक सवालसम्बन्धी आवश्यक नीति नै बनाउनु उपयुक्त हुन्छ । यस्तो किसिमको नीति अन्य देशहरूमा पनि बनाएको पाइन्छ । यस्तो नीति एकातिर सरकारी निकाय र पत्रकार महासंघजस्ता व्यवसायिक संगठनहरूले बनाउन सक्छन् भने अर्कातिर संचार माध्यमहरूले पनि आफ्ना शैली पुस्तिकाहरूमा यी कुरा कुनै न कुनै रूपमा उल्लेख गर्न सक्छन् ।

४.३.११ संयुक्त राष्ट्र संघीय विश्व महिला सम्मेलनले जोड दिएअनुसार नेपाली संचार माध्यमले महिलाका विषयलाई प्राथमिकता नदिएकोले आगामी दिनमा महिलाहरूमा अभिप्रेरणा जगाउनको लागि महिलाकेन्द्रित समाचारहरू धेरै आउनु जरुरी छ । साथै महिलाहरूलाई उत्प्रेरित गर्नका लागि समाचारमा निरन्तरताको पनि खाँचो छ । तसर्थ घटना वा गतिविधिमा आधारित भएर मात्र समाचार बन्ने र बनाउने परम्परागत पद्धतिमा केही परिवर्तन हुन जरुरी देखिन्छ । महिला विकासमा टेवा दिन र महिलाहरूलाई उत्प्रेरित गर्न खोजमूलक र गहन प्रकृतिका समाचारहरू आउनु जरुरी छ । यस्ता समाचारहरू एकातिर महिलालाई मूलधारमा ल्याउन सहयोगी हुन्छन् भने अर्कातिर यिनले सम्बन्धित पत्रिकाका सामग्रीहरूमा विविधता र भिन्न स्वाद पनि थपिदिन्छन् । त्यसैले दैनिक पत्रिकाहरूमा अबको समाचार सम्प्रेषणको प्रस्तुति महिलासम्बन्धी खोजी समाचारहरूमा पनि विस्तारित हुनुपर्छ ।

व्याख्या गर्दा जति सुकै सुभाब भए पनि वस्तुगत रूपमा निम्न सुभाबहरूलाई मनन गर्नु आवश्यक छ ।

- ✓ महिलाको विकासका लागि महिलासम्बन्धी सामग्रीको प्रकाशन अझ बढाउनुपर्छ । संचार माध्यममा महिलाका सामग्रीको समावेशीलाई अझ बढाउन पत्रकारहरूलाई तालिमको आवश्यकता छ ।

- ✓ पत्रकारहरूलाई महिला सामग्रीको समावेशी बढाउनका लागि सरकार, गैरसरकारी संस्थाहरू र पत्रकारका पेशागत संगठनहरूले पनि महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छन् । यो भूमिकालाई शसक्त ढंगले निर्वाह गर्नुपर्छ ।
- ✓ केहि विदेशी मुलुकमा जस्तै नेपालमा पनि महिला र संचारसम्बन्धी नीति सरकारले बनाउनुपर्छ । यो नीतिले महिलाको विकासका लागि निश्चित संचार सामग्रीको समावेशीलाई अनिवार्य बनाउनेतर्फ पहल गर्न सहयोग पुग्नुपर्छ ।
- ✓ ठूला-ठूला प्रकाशन गृहले पनि आफ्नो सत्पादकीय नीति वा शैली पुस्तिकाता महिलाका विषयहरूको समाचार सत्प्रेषणमा केहि हिस्सा अनिवार्य गर्नुपर्छ ।
- ✓ यी विषयलाई उठान गर्नका लागि हरेक सरोकारवालाहरूको कुनै न कुनै योगदान रहने खालको एउटा संयन्त्र बनाउनुपर्छ, जसले महिलाका विषयलाई मूलधारे संचार माध्यममा उठान गर्नका लागि प्रोत्साहन गर्ने वातावरण बनेसू ।
- ✓ यी सबै पक्षलाई आधारभूत तहदेखि नै व्यवस्थित रूपमा उठाउनका लागि सबैभन्दा पहिले सरकारले विकास पत्रकारितासम्बन्धीको नीति ल्याउनुपर्छ । त्यो नीतिमा संचार माध्यमले उठाउनुपर्ने महिलाका विषयलाई स्पष्टरूपमा उल्लेख गर्नुपर्छ ।

समग्रमा यो अध्ययन विकास पत्रकारिताको आधुनिककरण सिद्धान्तसंग सम्बन्धित छ । विकास पत्रकारितामा अन्य सिद्धान्तहरू पनि छन् । तर ती सबै यो अध्ययनमा परेका छैनन् । यो सिद्धान्त अनुसार माथि उल्लेख गरिएभै मानिसलाई आधुनिककरणतर्फ मोड्नका लागि आमसंचार माध्यमले महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । त्यसैले यो अध्ययनको सुझावमा आम संचारको भूमिकालाई प्रभावकारी कसरी बनाउने भन्ने कुरातर्फ सरकारको ध्यान आकृष्ट गर्न खोजिएको छ । नेपालजस्तो देशमा विकास संचार र विकास पत्रकारितालाई प्रोत्साहन गर्न सरकारले विशेष ध्यान दिनुपर्छ । यसकालागि सबै भन्दा पहिले विकास संचारसम्बन्धी सरकारी नीति आउनु जरुरी छ । त्यो नीतिले समग्र विकासका कार्यक्रम अन्तर्गत विकास संचारलाई जोड्नुपर्छ । त्यसमा महिलाका मुद्दाहरू पनि समावेश हुनुपर्छ । संचारकर्मीलाई तालिम दिएर विकास पत्रकारिता गर्न आकर्षित गर्नुपर्छ । यस्ता नीतिले विकासका पञ्चवर्षीय योजनाहरूमा पनि प्रभावित गर्न सक्नुपर्छ । यसो भयो भने स्वभाविक रूपमा महिलाका मुद्दाहरूले पनि आम संचार माध्यममा बढी स्थान पाउँछन् । अनि मात्र आम संचार माध्यमले महिलाहरूलाई आधुनिककरणतर्फ मोड्न सक्छ । अन्यथा महिलाका मुद्दाहरू आम संचार माध्यममा छायाँमा पर्न सक्छन् । यतातर्फ सबैभन्दा पहिले सरकार नै सचेत हुनुपर्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक, २०६० साल फागुन १ गतेदेखि ७ गतेसम्म

उच्च स्तरीय मिडिया सुभावा आयोगको प्रतिवेदन, २०६३

कम्युनिकेशन रिसर्च ट्रेन्ड्स, सन् १९९२

कान्तिपुर दैनिक, २०६० साल फागुन १ गतेदेखि ७ गतेसम्म

क्षेत्री अन्जु, संचार माध्यममा महिला सहभागिताको संबर्द्धन: बाधा र चुनौतीहरू

क्षेत्री अन्जु, थापा मञ्जु र पन्त सरोज (२०५९), पत्रकारितामा महिला प्रश्न, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट

क्षेत्री अन्जु, थापा मञ्जु र पन्त सरोज, पत्रकारितामा महिला प्रश्न, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट

खनाल चिरञ्जीवी, बहुलवादी समाजमा आम संचार, २०५६

खरेल पी., रेग्मी शिव, नेपालमा आमसञ्चारको विकास : नेपाल आमसञ्चार प्रशिक्षक संघ, २०५८

खरेल परशुराम, सम्पादक, मिडिया इस्युज ईन नेपाल, प्रकाशक: नेपाल एशोसिएसन अफ मिडिया एजुकेटर्स, २००१

खरेल परशुराम सम्पादक, मिडिया प्र्याक्टिस ईन नेपाल, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट, २००१

गोरखापत्र दैनिक, २०६० साल फागुन १ गतेदेखि ७ गतेसम्म

जोशी उमा, अ टेक्स्ट बुक अफ मास कम्युनिकेसन एण्ड मिडिया, सुरजीत पब्लिकेशन, २००२

दाहाल कासीराज, आम संचार र कानून, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट, २०५८

देवकोटा ग्रिष्मबहादुर, २०५४, नेपालको छापाखाना र पत्रपत्रिकाको इतिहास

नेपाल समाचारपत्र दैनिक, २०६० साल फागुन १ गतेदेखि ७ गतेसम्म

पत्रकारितामा महिला प्रश्न, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट

प्रेस काउन्सिल नेपाल वार्षिक प्रतिवेदन, २०६३

फेयर एक्सपोजर, सन् १९८३

बहुलवादी नेपाली समाजमा आम संचार, पत्रकारिता तथा आमसंचार विभाग त्रि.वि.वि. र एफ.एस.आई. द्वारा प्रकाशित तथा पत्रकारिता विभागका वरिष्ठ प्राध्यापकहरूद्वारा लिखित, २०५४

महिला र मिडिया, अध्ययन प्रतिवेदन (२०६०), प्रकाशक: अस्मिता महिला प्रकाशन गृह

मेल्कोटे स्टिभ्स, कम्युनिकेशन फर द डिभलपमेन्ट इन द थर्ड वर्ल्ड, २००१

राई लालदेउसा, खरेल परशुराम र खनाल चिरञ्जीवी, नेपाली पत्रकारिता व्यवस्था र व्यवहार

राजधानी दैनिक, २०६० साल फागुन १ गतेदेखि ७ गतेसम्म

वन्त प्रत्युष, गौतम सोभा र बास्कोटा अमृता, छापापामा महिला, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट र संचारिका समूह
नेपाल, २०५६

समाचार कसले बनाउँछ ?, ग्लोबल मिडिया मनिटरिङ प्रोजेक्ट, २००५, अस्मिता प्रकाशन गृह
सूचना तथा संचार क्षेत्रको दीर्घकालिन नीति, २०५९

सूचना तथा संचार मन्त्रालयका विभिन्न सूचनाहरू

Human development Report 2006, published by UNDP

Kathleen Hall Jamieson and Paul Waldman; 2004, the press Effect

Mcquail Denis (fourth edition) 2000; Mcquill's Mass Communication Theory

Poverty in South Asia; 2006 published by South Asia Allliance for poverty Eradication

Steeves; Communication for development in the third world, 2001

Subedi Prativa (2054); Nepali Women Rising

Thusu Dayakrishna; International Communication continuity and change, 2000

William A.Hachten, James F.Scotton; 2005, The world News Prisma

अनुसूची -१

पहिलो ब्लकमा प्रकाशित सामग्री

कान्तिपुर दैनिक

क्र. स.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	नयाँ कुरा बुझ्ने जिज्ञासाकासाथ महोत्सवमा सहभागि हुन आएका महिलाहरू	फागुन १	१	२	तस्वीर	मोफसल
२	पत्रकारीता तालिममा सहभागि हुदै दलित युवति	" "	५	२	तस्वीर	मोफसल
३	पढाईले महिलालाई सजिलो	" "	५	३	समाचार	मोफसल
४	ढाका बुन्ने तालिम लिदै महिला	" "	१२	३	तस्वीर	मोफसल
५	शास्त्रहरूमा विभेद खेप्दै छन् महिलाहरू	" "	७	५	फिचर	मोफसल
६	पिठ्यूमा बोकेर बालिका विद्यालयमा	फागुन २	४	३	समाचार	मोफसल
७	महिला माथि राजनीति गर्दा (महिला हिंसा सम्बन्धी)	फागुन ३	७	४	फिचर	मोफसल
८	मओवादीद्वारा अपहरित युवति बेपत्ता	फागुन ४	२	३	समाचार	मोफसल
९	महिला अधिकारका बारेमा बहिराहरूसँग दोभाषेको कुरा गर्दै युवती	फागुन ५	९	३	तस्वीर	मोफसल
१०	मै छोरी सुन्दरी (लैङ्गिक विभेद)	फागुन ५		५	फिचर	मोफसल
११	हिमपातले विरामि महिला उपचार गराउँदै	फागुन ७	८	३	तस्वीर	मोफसल

राजधानी दैनिक

क्र.स.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	श्रीमानको डरले भारी बोकेकी महिला	असार १	२	३	तस्वीर	राजधानी
२	पैसा कमाउन बालुवा चाल्दै महिला	असार २	३	२	तस्वीर	राजधानी
३	महिला विकासमा काम गरेवापत पदक	असार ३	७	३	समाचार	राजधानी
४	द्वन्द्वले मध्यपश्चिमका महिला समस्यामा	" " ७	७	३	समाचार	राजधानी

नेपाल साचारपत्र दैनिक

क्र.स.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	सुत्केरीले उपचार पाएनन्	असार ४	५	३	तस्वीर	मोफसल
२	दुइटी स्वास्नी ल्याउदा घरकै बेहाल...	असार ५	१६	३	समाचार	राजधानी
३	नारी सहकारीको विशेष साधारण सभा सम्पन्न	असार ५	१३	४	समाचार	राजधानी
४	पत्रकारिता प्रति महिला आकर्षण	असार ७	५	४	समाचार	मोफसल
५	हत्याको आरोपमा हिरासतमा	असार ७	१	३	समाचार	राजधानी

गोरखापत्र दैनिक

क्र.सं	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिलालाई राज्यको नीति निर्माण तहमा पुऱ्याउन अवसर चाहिन्छ	असार २	१०	३	समाचार	राजधानी
२	दलित महिलाहरूको लागि तालिम	असार ३	२	३	समाचार	मोफसल
३	रोजगारीमा आधारित महिला तालिम	असार ४	५	२	समाचार	राजधानी
४	प्रत्येक दिन ८० प्रतिशत महिला सताइन्छन्	असार ५	१	४	समाचार	राजधानी

अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक

क्र.सं	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	भारतीय सर्कसबाट १२ जना केटीको उद्धार गरियो	असार २	५	४	समाचार	मोफसल
२	घरको दुव्यवहारले महिला तस्करीतिर लागिन	असार ३	२	३	समाचार	मोफसल
३	निर्णायक तहमा ३३ प्रतिशत कोटाको लागि महिला	असार ४	२	३	समाचार	राजधानी
४	महिलाहरूलाई कानुनी जागिरमा प्रोत्साहन गरौं	असार ५	३	३	समाचार	राजधानी
५	मेरी आमा मेरी वीरांगना - महिला अधिकार)	असार ६	५	५	फिचर	राजधानी
६	एक कुरूप मलाको प्रेम कथा	असार ६	४	५	फिचर	राजधानी

अनुसूची-२

दोस्रो ब्लक (साउन पहिलो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

कान्तिपुर

क्र.सं	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	विषयवस्तुको प्रकार	कैफियत
१	एक ग्रामिण महिला उपचार गराउन जाँदै	साउन १	८	१	तस्वीर	मोफसल
२	नागरीकता पाएपछि महिला अधिकार पाएका भन्दै खुसि बृद्धा	साउन १	८	२	तस्वीर	मोफसल
३	युवतीद्वारा विष सेवन	साउन ३	२	२	समाचार	मोफसल
४	महिला शिक्षामा जोड	साउन ३	५	३	समाचार	मोफसल
५	महिलाहरूले बुनेका भोलाको विक्रि बढ्यो	साउन ४	१३	९	तस्वीर	मोफसल
६	महिला अधिकार सम्बन्धीको एक कार्यक्रममा गुरुङ ड्रेसमा सजिएका युवतिहरू	" "	४	१६	तस्वीर	मोफसल
७	महिला सह प्रमुखमा	" "	४	३	समाचार	मोफसल
८	जडिबुटि बेच्दै खोटाङका महिला	साउन ६	१२	२	तस्वीर	मोफसल
९	वातावरण संरक्षणमा मैच्याङ र च्याङवा	" "	१८	१६	फिचर	मोफसल
१०	अधिकांश महिलामा पाठेघर खस्ने रोग	" "	५	४	समाचार	मोफसल

राजधानी

क्र.सं	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	विषयवस्तुको प्रकार	कैफियत
१	विकासकालागि महिला केन्द्र	साउन १	८	३	समाचार	राजधानी
२	महिलाहरू नातेदारबाटै शोशित	साउन १	४	३	समाचार	मोफसल
३	प्रौढ शिक्षा पढ्दै हुम्लाकी गृहणी	साउन २	१०	३	समाचार	मोफसल

नेपाल समाचारपत्र

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	विषयवस्तुको प्रकार	कैफियत
१	मओवादीद्वारा तीन युवती बेपत्ता	साउन १	४	३	समाचार	मोफसल
२	महिला विकासकालागि खेलकुदमा आकर्षित गर्नुपर्ने	साउन ३	१३	३	समाचार	राजधानी
३	दलित तथा मुस्लिम महिला परिवार नियोजनप्रति आकर्षित	साउन ४	४	३	तस्वीर	मोफसल

गोरखापत्र

क्र.सं.	समाचार शीर्षक	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	प्रत्येक क्षेत्रमा महिला अस्तित्व आवश्यक छ	साउन १	३	३	समाचार	राजधानी
२	जातीय महिलाहरूको अधिकार संरक्षणको लागि प्रेरणा	साउन २	१०	४	समाचार	राजधानी
३	ग्रामीण महिलाहरूलाई तालिम	साउन ६	९	२	समाचार	मोफसल

अन्नपूर्ण पोष्ट

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिला रिक्साचालकको दुःखद् कथा	साउन ३	५	४	फिचर	मोफसल
२	महिलाहरूलाई धेरै आकर्षक पुरुषबाट प्रताडित	साउन ३	११	५	फिचर	मोफसल

अनुसूची-३

तेस्रो ब्लक (मंसिर चौथो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री कान्तिपुर दैनिक

क्र.स.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	जनयुद्धमा आफन्तको मृत्यु भएपछि रुदै गरेकी महिला	मंसिर २१	३	३	तस्वीर	मोफसल
२	आमाले विद्यालय बनाउने	मंसिर २१	५	३	समाचार	मोफसल
३	युवती बेपत्ता (फोटो सहित)	मंसिर २३	२	३	समाचार	मोफसल
४	माओवादीद्वारा युवती बेपत्ता	मंसिर २३	४	२	समाचार	मोफसल
५	अनौपचारिक शिक्षा लिदै महिलाहरू	मंसिर २४	४	३	समाचार	मोफसल
६	सुत्केरी सहित शिशुको मृत्यु, बालबालिका विचल्लीमा	मंसिर २४	५	३	समाचार	मोफसल
७	कम्प्युटर सिक्दै महिलाहरू	मंसिर २५	४	३	तस्वीर	मोफसल
८	असुरक्षित गर्भपतन गराउदा मृत्यु	" "	४	२	समाचार	मोफसल
९	घरको पीरले हुंगा बोकन बाध्य महिला	" "	९	३	तस्वीर	मोफसल
१०	ऋपहरित छोरीको रिहाइको माग	" "	५	२	समाचार	मोफसल
११	सामूहिक बेल विवाहमा सहभागी हुँदै बालिकाहरू	मंसिर २८	२	३	तस्वीर	काठमाडौं

राजधानी दैनिक

क्र.स.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिला प्रहरीको रहस्यमय मृत्यु	मंसिर २१	४	३	समाचार	मोफसल
२	स्कूलमा आमाहरू	मंसिर २२	६	४	फिचर	मोफसल
३	शिक्षा कार्यालयको सहयोगपछि महिलाको जीवनस्तरमा परिवर्तन	मंसिर २४	१०	४	समाचार	राजधानी
४	महिलाले पत्रे बलात्कारी	मंसिर २५	५	२	समाचार	मोफसल
५	महिला हिंसा बारेमा छलफल	मंसिर २८	४	३	समाचार	मोफसल

नेपाल समाचारपत्र दैनिक

क्र.स.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	प्रकाशित मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिला उपसमिति गठन	मंसिर ३	१३	२	समाचार	राजधानी
२	मातृ मृत्युदर नघटेको निष्कर्ष	मंसिर ४	३	३	समाचार	मोफसल
३	प्रेमि भागे प्रेमिका र छोराको विचल्ली	मंसिर ६	४	३	समाचार	मोफसल
४	छोरी दुई कक्षामा आमा नर्सरीमा	मंसिर ७	५	३	तस्वीर	मोफसल
५	मुस्लिम समुदायमा बढ्दैछ तलाक	मंसिर ७	५	४	समाचार	राजधानी

गोरखापत्र दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिलाहरूको लागि स्वावलम्बन तालिम	मंसिर ४	१७	२	समाचार	मोफसल
२	बम गर्न पाउनु अधिकार भन्दै परम्परालाई तोडेर महिलाले खसी पारिन	मंसिर ५	४	३	समाचार	मोफसल

अन्नपूर्ण पोष्ट

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	विवाहित महिलाको अंशको बारेमा सर्वोच्च अदालतको सूचना	मंसिर २	१	३	समाचार	राजधानी
२	चेलीबेटी बेचबिखनको आरोपमा पक्राउ परेकी महिला	मंसिर ४	२	२	तस्वीर	राजधानी
३	शसस्त्र द्वन्द्वले एकल महिला बढायो <i>एकल महिलाहरूको भेटघाट</i>	मंसिर ५	४	३	समाचार	राजधानी
४	शसस्त्र द्वन्द्व अन्त्य गरी शान्ति माग्दै महिलाहरूको ज्वाली	मंसिर ५	१	३	तस्वीर	राजधानी
५	महिलालाई वस्तुको व्यवहार	मंसिर ६	५	४	फिचर	राजधानी
६	कन्या क्याम्पस शिक्षक संघ बनाइयो	मंसिर ६	३	२	समाचार	राजधानी

अनुसूची-४

चौथो ब्लक (फागुन पहिलो हप्ता) मा प्रकाशित सामग्री

कान्तिपुर दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्सन	मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिला श्रमिक दिवसमा विदा	फागुन १	१	२	समाचार	काठमाडौं
२	शिक्षिका नहुदा विद्यार्थी बढेनन्	फागुन १	५	२	समाचार	मोफसल
३	नारी शोषण अन्त्य गर्ने प्रभावकारी संयन्त्रको माग	फागुन १	४	३	समाचार	मोफसल
४	नेतृत्व विकास तालिममा सहभागि दलित महिलाहरू	फागुन २	८	४	तस्वीर	मोफसल
५	शिक्षिकालाई काउन्सिल अर्वाइड <i>(फोटो सहित)</i>	फागुन २	८	३	समाचार	काठमाडौं
६	वैदेशिक रोजगारीमा जाने महिला धेरै	फागुन २	११	३	समाचार	काठमाडौं
७	नारी दिवसको अवसरमा अधिकार माग्दै महिलाहरू	फागुन ३	२	३	तस्वीर	काठमाडौं
८	नारीमाथि हातपात	फागुन ४	२	२	समाचार	काठमाडौं
९	गाउलेको क्याम्पसमा छोरी बुहारी	फागुन ४	४	३	समाचार	मोफसल
१०	महिला विकासकालागि संस्थागत संयन्त्र कति दरिलो हुदो रहेछ भन्ने कुरा यी ८८ वर्षिया वृद्धाले नागरिकताले बोल्छ	फागुन ४	५	३	तस्वीर	मोफसल
११	आयआर्जनमा महिला	फागुन ६	२	२	तस्वीर	काठमाडौं

राजधानी दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	गर्भपतनले महिलाहरू मृत्युको मुखमा	फागुन १	३	२	समाचार	राजधानी
२	महिला पत्रकारको संजाल गठन गर्नुपर्ने	फागुन २	५	२	समाचार	मोफसल
३	राजाका ठाउमा महिला राष्ट्रपति हुन आग्रह	फागुन ४	५	३	समाचार	मोफसल
४	महिला विरुद्धको हिंसा रोक्न ऐक्यबद्धता	फागुन ४	३	३	समाचार	राजधानी
५	महिला विकासका लागि समानुपातिक सहभागितामा जोड	फागुन ५	३	३	समाचार	राजधानी
६	आफ्नै छोरीलाई यातना दिने बाबुआमाको चर्तिकला	फागुन ६	५	४	समाचार	मोफसल
७	६६ वर्षीया गंगाको पढ्ने धोको	फागुन ६	१०	३	फिचर	मोफसल
८	किशोरीको घरमै रहस्यमय हत्या	फागुन ७	४	३	समाचार	मोफसल

नेपाल समाचारपत्र दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	प्रकाशित मिति	पेज	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	पत्रकारितामा जम्दैछन् महिला	फागुन १	८	२	समाचार	राजधानी
२	महिलामाथि खुकुरी प्रहार	फागुन २	२	२	समाचार	मोफसल
३	छोडपत्रपछि मुस्लिम महिला देहव्यापारमा	फागुन ४	४	३	समाचार	मोफसल
४	दलित महिला बलतकृत	फागुन ४	२	३	समाचार	मोफसल
५	बुढेसकालमा किताब च्यापी विद्यालयतिर	फागुन ५	४	३	समाचार	मोफसल
६	द्वन्द्वबाट घाइते महिलाले उचपचार पाइन्	फागुन ६	५	२	समाचार	मोफसल

गोरखापत्र दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिला हिंसा उन्मूलनका लागि एकताको आह्वान	फागुन १	२	३	समाचार	मोफसल
२	महिलाहरू दोहोरो भुमिका वहन गर्दैछन्	फागुन २	१	३	समाचार	मोफसल
३	महिला आयोग छिट्टै बनाउनुपर्ने	फागुन ४	३	२	समाचार	मोफसल
४	राज्यको नीति निर्माणमा महिला सक्रियतामा जोड	फागुन ५	२	२	समाचार	मोफसल
५	महिलालाई संगठित गर्ने बारेमा कार्यक्रम	फागुन ५	२	२	समाचार	मोफसल
६	महिलाका लागि स्थान आरक्षण गरिनुपर्छ	फागुन ७	३	३	समाचार	राजधानी

अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक

क्र.सं.	समाचार शीर्षक र क्याप्शन	मिति	पृष्ठ	कोलम	प्रकार	कैफियत
१	महिलाले राम्रा हाकिम बनाउछन्	फागुन १	३	३	समाचार	राजधानी
२	आजका महिलालाई सलाम	फागुन १	१२	५	फिचर	राजधानी
३	महिलाहरू प्रतिनिधित्व खोज्छन्	फागुन ४	३	३	समाचार	राजधानी
४	सपनाकी रानी फर्कि(बेचविखन)	फागुन ५	१२	४	फिचर	राजधानी
५	महिलाहरूद्वारा आरक्षण सुरक्षा गर्न आन्दोलनको चेतावनी	फागुन ५	२	३	समाचार	राजधानी
६	मिस नेपाल महिला विक्रि हो	फागुन ६	१२	४	फिचर	राजधानी