

खोजका कुरा



खोजका कुरा



खोज पत्रकारिता केन्द्र

खोजका कुरा

प्रथम संस्करण, २०१२ सेप्टेम्बर
खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके)

सम्पादक: शरच्चन्द्र वस्ती
टाइप सेटिङ: उमाकान्त नेपाल
भाषा सम्पादन: धर्मराज दाहाल
लेआउट: इफेक्ट

ISBN: 978-9937-2-5499-1

Khojka Kura (2012)

An Interaction on Investigative Reporting

खोज पत्रकारिता केन्द्र

पो.ब.नं. २४८४६, जावलाखेल, ललितपुर, नेपाल

फोन: ५५३१४३४

इमेल: mail@cijnepal.org

www.cijnepal.org

मुद्रण: जगदम्बा प्रेस, ललितपुर

विषय सूची

प्राक्कथन	ड
खोपकेको आरम्भ राजेन्द्र दाहाल	१
खोज पत्रकारिता: के, किन्, कसरी, कसले र कहिले ? ध्रुवहरि अधिकारी	८
सूचनाको नदीलाई सफा र सुल्टो पारौं हरिहर विरही	१४
धेरै विषय उठाउन सक्छ खोज पत्रकारिताले गणेश शाह	२०
छायामा परेकालाई खोज्न थालौं तारानाथ दाहाल	२४
समाचारको फलोअप गर्ने अभ्यास गरौं सुरेश आचार्य	३०
खोज पत्रकारिता गर्न सक्ने जनशक्ति बढ्दैछन् कपिल काफ्ले	३५

घ । खोजका कुरा

जनताको चासो भएका विषयमा खोज गरौं तीर्थ कोइराला	३७
खोज पत्रकारिताको रणनीति तयार गर्न जरूरी छ रघु मैनाली	४०
पीडित पक्षको पहिलो अदालत बनौं बालकृष्ण चापागाईं	४४
खोज पत्रकारिता नगरे फूलो ठूलो समस्या आउन सक्छ निर्मला शर्मा	४६
रचनागर्भका बारेमा कुरा गर्न थालौं प्रत्युष वन्त	४८
खोजको शैली परिवर्तन गरौं हरिबहादुर थापा	५२
खोज पत्रकारिता गर्न सकिन्छ, गनै पछि गोपाल खनाल	५५
खोज पत्रकारिता, निर्भीक पत्रकारिताको पहिचान यमबहादुर दुरा	५७
नयाँ पत्रकारले खोज पत्रकारिता गर्न सक्छन् इन्द्रध्वज क्षेत्री	५८
उदाहरणीय खोज नभएका होइनन् नितु पण्डित	६०
खोज पत्रकारिताले मात्र भ्रम हटाउन सक्छ रेम विक	६२

प्राक्कथन

हामीले खोज पत्रकारिताका कुरा गर्न थालेको त निकै भइसक्यो, तर आफ्नो धरातलमा टेकेर यसबारे चिन्तन-मनन र गम्भीर छलफल गर्नतिर भने उति चासो दिएका छैनौं । अर्कै देश-काल-परिस्थितिमा प्रतिपादित सिद्धान्त र परिभाषाहरू जति उम्दा र आकर्षक प्रतीत भए पनि तिनको चश्माले हाम्रो धरातलीय यथार्थलाई सही परिप्रेक्ष्यमा देख्न-बुझ्न-सम्बोधन गर्न सकिदैन । तिनको साँचोमा हाम्रा यथार्थहरूलाई जबर्जस्ती 'फिट' गर्न खोज्दा परिस्थिति सप्रनेतिर होइन बिग्रनेतिर जान्छ, जसको उदाहरण हाम्रो राजनीतिमा पर्याप्त देखिइरहेकै छ; जसको पीडा 'राष्ट्र' ले भोगिरहेकै छ । हाम्रो समाज, समय र सन्दर्भको मर्मलाई सम्बोधन गर्न त हामीले आफ्नै चिन्तनपरम्परा, दर्शन र यथार्थबोधबाट अनुप्राणित आफ्नै दृष्टि विकसित गर्न सक्नुपर्छ । त्यसले देखेको-देखाएको बाटोले मात्र हामी वाञ्छनीय गन्तव्यतर्फ अभिमुख हुन सक्छौं । नत्र लामो यात्रापछि पनि हामी कहीं नपुग्न सक्छौं अथवा अवाञ्छनीय दिशातर्फ लागिरहेका हुन सक्छौं – आफ्नो बुद्धि-वर्गत र मिहिनेतले आफैलाई क्षति पुऱ्याउन ।

यही कुरालाई ध्यानमा राखेर खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके) ले २०६८ माघ २४ गते राजधानीमा एउटा अन्तरक्रिया आयोजना गरेको थियो । त्यसमा देशका पाका, सक्रिय र युवा पत्रकारहरूका साथै हाम्रो पत्रकारितालाई नजिकैबाट नियालिरहेका व्यक्तित्वहरू समेतले व्यक्त गरेका

विचारलाई लिपिबद्ध गरी उहाँहरूबाटै पुनर्निरीक्षण-परिमार्जन गराई तयार पारिएको हो यो पुस्तक । प्रस्तुत विचारहरूले खोज पत्रकारिताको मात्र होइन समग्र नेपाली पत्रकारिताकै यथार्थ र सबल-दुर्बल पाटाहरूलाई प्रतिबिम्बित गरेका छन् । तिनले हामी कहाँ छौं, के गरिरहेका छौं, हाम्रा विशेषता र कमजोरी के हुन्, सम्भावना र चुनौती कस्ता छन् भन्ने मात्र छर्लङ्ग पारेका छैनन्; नेपाली सन्दर्भमा खोज पत्रकारिताको लक्ष्य, उद्देश्य, आदर्श, परिभाषा, प्राथमिकता, कार्यशैली र गन्तव्य पहिल्याउन निश्चित वैचारिक आधारभूमि समेत तयार पारिदिएका छन् । नेपाली समाजले खोज पत्रकारितालाई कसरी हेरिरहेको छ र यसबाट के चाहन्छ भन्ने स्पष्ट छनक दिंदै खोज त गर्ने तर के खोज्ने र किन खोज्ने भन्ने सामान्य प्रश्नको गम्भीर उत्तर खोज्ने प्रयास गरेका छन् । हामीलाई लाग्छ, यो आधारभूमि खोज पत्रकारिताको नेपाली स्वरूप, परिभाषा र दर्शनको प्रस्थानबिन्दु बन्न सक्छ ।



सारा ज्ञानगुणका कुरा गरिसकेपछि दुनियाँको सार्वभौम-सार्वकालिक यथार्थलाई सम्बोधन गर्दै अन्तिम अध्यायमा शुक्लयजुर्वेद भन्छ : सत्यको मुख सुनको बिकाले टालिएको छ; सत्य-धर्मलाई उजागर गर्न तिमी त्यसलाई हटाइदेऊ ।

हिरण्मयेन पात्रेण सत्यस्यापिहितं मुखम् ।

तत् त्वं पूषन्नपावृणु सत्यधर्माय दृष्टये ॥

‘सत्य’ ले तथ्य, यथार्थ र वास्तविकतालाई समेट्छ भने ‘धर्म’ ले विवेक, नैतिकता, कर्तव्य र लोकहितलाई बुझाउँछ । ‘सुन’ भने जायज-नाजायज सम्पत्ति मात्र होइन अनैतिकता, दम्भ र सबैखाले शक्ति तथा त्यसको दुरुपयोगको समेत प्रतीक हो – जहाँ ‘कलि’ बस्छ । सत्यको मुख छोपेर बसेको त्यही ‘सुनको बिको’ उघार्ने काम खोज पत्रकारिता हो र यसको उद्देश्य हो – सत्य-धर्मलाई सबैसामु उपस्थापित गर्नु । स्पष्ट छ, लर्तरो बुताले यो काम हुन सक्दैन, ‘धर्म’ को बलियो आधार विना त फन् सम्भवै छैन ।

लुकेको-लुकाइएको सत्यको उद्घाटनलाई नै खोज पत्रकारिता मानिन्छ। सामान्यतः यो गलत होइन किनभने सत्य सामान्यतः कल्याणकारी नै हुन्छ। तर कहिलेकाहीं सत्य कल्याणकारी नहुन पनि सक्छ, खास गरी जब ऊ 'धर्म' का विरुद्ध उभिन पुग्छ। आतंककारीले लखेटिरहेको बालकलाई आफूले लुकाइदिएपछि उसले 'बच्चा कता गयो?' भनेर सोध्दा तपाईंको मुखबाट निस्कने सत्य कल्याणकारी हुँदैन। किनभने त्यो धर्मका विरुद्ध उभिएको हुन्छ। त्यसको उद्घाटनले निर्दोष बालकको जान लिन सक्छ। सत्यलाई वाञ्छित मान्न सकिएला तर धर्मविरुद्ध नउभिएको अर्थात् धर्मानुकूल सत्य मात्र वाञ्छनीय हुन्छ। 'धर्म' को उपेक्षा गरेर 'सत्य' लाई मात्र महत्त्व दिने हो भने हाम्रो खोज विवेक, नैतिकता र लोकहितप्रति निरपेक्ष बन्न सक्छ जो कुनै पनि दृष्टिले वाञ्छनीय हुँदैन। त्यसैले हाम्रा पुर्खाले सत्यको मुख टालेर बसेको सुनको बिको कोरा सत्यका निमित्त होइन, 'सत्य-धर्म' का निमित्त हटाउनुपर्ने सन्देश दिएका छन्; 'सत्यधर्माय दृष्टये' भनेर। खोज पत्रकारिताको उद्देश्य, परिभाषा र सार्थकता पहिल्याउन हामीले अनुभव तथा अनुभूतिबाट खारिएका यस्तै सन्देशहरूमा डुबुल्की मार्नुपर्ने हुन्छ।

अन्तरक्रियाको आयोजना र पुस्तक प्रकाशनका लागि सहयोग गर्ने ओपन सोसाइटी इन्स्टिच्यूट, लण्डनप्रति खोज पत्रकारिता केन्द्र आभार व्यक्त गर्दछ। खोज पत्रकारिताबारे चासो राख्ने सबै महानुभावप्रति, जसका विचार यस पुस्तकमा संकलित छन्, हामी आभारी छौं। साथै यो बहस/चिन्तनलाई अधि बढाउन चाहने सबैलाई खोपके हार्दिक स्वागत गर्दछ।

शरच्चन्द्र वस्ती

सम्पादक

खोज पत्रकारिता केन्द्र

खोपकेको आरम्भ

राजेन्द्र दाहाल

संस्थापक सदस्य, खोज पत्रकारिता केन्द्र

कतिपय सन्दर्भ र समयमा सामान्य पत्रकारिता (General Reporting) मात्र पर्याप्त हुँदैन। घटना र विषयका विभिन्न पाटा उधिन्न एवं लुके-लुकाइएका रहस्यलाई पाठक/श्रोता वा दर्शकसामु पस्कन पत्रकारिता भित्र पनि विशेष पत्रकारिता अर्थात् अतिरिक्त बल-बुद्धि, धन, समय र मिहिनेत लगाउनु जरूरी पर्ने गर्छ। दैनन्दिन पत्रकारितालाई मूलधारको पत्रकारिता मान्ने हो भने खोज पत्रकारिता विशिष्ट प्रकृतिको पत्रकारिता हो। मूलधारको पत्रकारिताबाट सामान्यतः सम्भव नहुने प्रकृतिका घटना र प्रवृत्तिलाई गहिरो अनुसन्धान सहित छर्लङ्ग्याउने कार्य गर्ने भएकोले खोज पत्रकारिता मूलधारको पत्रकारिताको परिपूरक विधा हो। स्वतन्त्र प्रेसको लामो अभ्यास भएका मुलुक या समाजमा खोज पत्रकारिता विधाको अलग अस्तित्व र महत्त्व स्थापित भएको पाइन्छ।

नेपालमा सिद्धान्ततः स्वतन्त्र प्रेसको इतिहास २००७ सालमै प्रारम्भ भएको देखिए पनि व्यवहारमा यो बारम्बार खण्डित भएको छ।

जनआन्दोलन-२०४६ पश्चात् जारी भएको संविधानसँगै नेपालमा स्वतन्त्र प्रेसको भरपर्दो थालनी भएको हो । उक्त संविधानले प्रेस या मिडियाको संस्थागत विकासका निम्ति गरिने लगानीको समेत सुरक्षा सुनिश्चित गरिदिएका कारण नेपालको मिडिया व्यवसायमा एकाएक लगानीको बाढी नै आयो । पत्रपत्रिका, एफ.एम. रेडियो र टेलिभिजनका अतिरिक्त पत्रकारिताको पठन-पाठन, प्रशिक्षण र अनुसन्धान गर्ने संस्थाहरू पनि ठूलो संख्यामा खुले । पत्रकारिताका विभिन्न विधा र विषयमा विशिष्टीकरण गर्ने पत्रकारहरूको जमात बढ्दै गयो । ठूला मिडियाहरूमा विधागत विशिष्टीकरण अर्थात् 'विट-रिपोर्टिङ'ले संस्थागत स्वरूप नै पायो । यसैक्रममा, नेपालमा खोज पत्रकारिताको विकास र विस्तारमा संस्थागत ढंगबाटै टेवा पुऱ्याउने उद्देश्यले खोज पत्रकारिता केन्द्र (Center for Investigative Journalism) को स्थापना भएको हो ।

खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके) को स्थापना र विकासमा पनि प्रायः तिनै व्यक्तिहरू संलग्न थिए जो नेपाली पत्रकारिताको गुणात्मक विकासका निम्ति विभिन्न संस्था र माध्यमहरूमार्फत पहिलेदेखि नै सक्रिय थिए । खोपकेको पहिलो अर्थात् तदर्थ समितिको अध्यक्षमा भारतदत्त कोइराला रहनुभएको थियो भने दाता पहिचान गरी स्रोत जुटाउने र यसलाई संस्थागत स्वरूप प्रदान गरी क्रियाशील तुल्याउनमा कनक दीक्षित र कुन्द दीक्षितको विशेष योगदान रहेको थियो । खोपके शुरुदेखि नै अलग पहिचान बोकेको संस्था थियो तापनि कानूनी हिसाबले यो हिमाल एसोसिएसन अन्तर्गतको एउटा कार्यक्रम मात्र थियो । खोपकेको प्रारम्भिक कार्यसमितिमा भारतदत्त कोइराला र कनक दीक्षितका अतिरिक्त विनय कसजू, वसन्त थापा, हरिकला अधिकारी र मनिषा अर्याल सदस्य हुनुहुन्थ्यो । सदस्य सचिव र पहिलो कार्यकारी निर्देशकको जिम्मेवारी मैले सम्हाल्न पाएको थिएँ ।

खोपके स्थापनाको तात्कालिक पृष्ठभूमि

मैले खोपके स्थापनाको सन्दर्भको कुरा गर्दा मेरा आफ्नै प्रसङ्गहरू बढी गाँसिन सक्छुन्, त्यसनिम्ति म शुरुमै क्षमायाचना गर्छु । त्यतिबेला म

देशान्तर साप्ताहिकमा काम गर्थे । सँगै, अरूण-३ को उठानदेखि अवसान सम्मका घटना समेटेर एउटा पुस्तक लेख्न अलगै कोठा लिएर तीन चार महीनादेखि अध्ययन अनुसन्धान कार्यमा पनि जुटेको थिएँ । देशान्तर का नियमित कामबाट विदा लिएको भए पनि महत्त्वपूर्ण घटनाको रिपोर्टिङ र सम्पादकीय भने बेलाबेलामा लेखी नै रहेको थिएँ । २०५३ को भदौ महीनाको तेस्रो हप्तातिर, त्यसको ६ महीना पहिले हस्ताक्षर गरिएको महाकाली सन्धि अनुमोदन गराउन सरकारका तर्फबाट संसद्मा प्रस्ताव दर्ता गराउने तयारी हुँदै थियो । नेपालको संविधान २०४७ को धारा १२६ अनुसार संसद्को दुईतिहाई बहुमतबाट अनुमोदन हुनुपर्ने भएकोले सो सन्धिको पक्ष र विपक्षमा पर्याप्त तर्क-वितर्कहरू भइरहेका थिए । नेकपा एमालेको एउटा धार कुनै पनि हातलमा सन्धि पारित हुन नदिने अभियानमा लागेको थियो भने भारतीय राजदूत के.भी. राजन सन्धिको पक्षमा मत जुटाउन सक्रिय थिए ।

पाँच वर्षअघि (२०४८ साल) को टनकपुर सन्धि विवाददेखि नै नजिकबाट नियालेका कारण महाकाली सन्धिको सम्बन्धमा मेरो पनि आफ्नै दृष्टिकोण बनिसकेको थियो । यसै भएर सन्धि अनुमोदन गर्नुअघि संसद्ले सन्धिका केही बुँदा स्पष्ट नपारे पछि गएर त्यही नै ठूलो बाधा बन्न सक्छ भन्ने आशयको विश्लेषणात्मक समाचार लेखेर देशान्तर का सम्पादक (श्रीभक्त आचार्य) लाई बुझाएँ । त्यो विश्लेषणमा मूलतः भारतको तल्लो तटीय पूर्वउपयोग (Pre-consumptive use) को अधिकार कहाँ वा कति किलोमिटर तलसम्म हो भन्ने स्पष्ट पार्नु जरूरी रहेको तर्क दोहोर्‍याइएको थियो । यो कुरा मैले त्यसअघि पनि पटक-पटक देशान्तर मै उठाइसकेको थिएँ । त्यसमा भारतीय दूतावासका केही अधिकारीले मसँग असन्तुष्टि पनि व्यक्त गरेका थिए । उनीहरूको भनाइमा त्यो गौण कुरा उठाएर महाकाली सन्धि जस्तो 'महान् कार्य'मा व्यवधान पुऱ्याइनु बुद्धिमानी कार्य थिएन । तर दुर्भाग्यवश, भारतीय दूतावासका मित्रहरूले चाहे जस्तै भयो, देशान्तर का सम्पादकले मेरो त्यो रिपोर्ट छाप्न अस्वीकार मात्रै गरेनन्, मलाई कुनै आरोप नलगाई र एकशब्द स्पष्टीकरण समेत नसोध्दा देशान्तर बाट तत्काल निष्कासन नै गरिदिए ।

संयोगवश, त्यसै हप्ता (२०५३ भदौको दोस्रो या तेस्रो हप्ता) नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूटले मलाई 'इन्भेष्टिगेटिभ रिपोर्टिङ अवार्ड' प्रदान गर्ने घोषणा गरेको थियो । त्यो अवार्ड मेरो अरू कुनै कामका लागि नभई मैले गरेको अरुण-३ लगायतका जल तथा जलविद्युत् सम्बन्धी आयोजना र मुद्दाहरूको खोजबिनका निमित्त थियो । यसरी 'अवार्ड' र पत्रिकाबाट निष्कासन सँगसँगै मेरा हातमा परे । अब के गर्ने ? दुःख मनाउ गर्ने, आक्रोश पोख्ने कि सन्तुष्ट भएर सिर्जना र खोजको थप चुनौती स्वीकार्ने ? द्विविधाको यो घडी धेरै दिन रहन पाएन । पहिलेदेखि नै पथप्रदर्शक रहँदै आउनुभएका अग्रज पत्रकार भारतदत्त कोइरालाले आफूलाई 'इन्भेष्टिगेटिभ अवार्ड' पाएको पत्रकार ठान्दै नेपालमा 'इन्भेष्टिगेटिभ जर्नालिज्म'को प्रवर्द्धन र विस्तारको कार्यमा लाग्ने उपाय सुझाउनुभयो । 'भारत दाइ'को यो अवधारणा कनक, कुन्द लगायत धेरैलाई मन पऱ्यो । भारत त्यतिबेला हिमाल एसोसिएसनका समेत अध्यक्ष हुनुहुन्थ्यो । खोज पत्रकारिता सम्बन्धी संस्था स्थापना गर्ने कार्य व्यावहारिक रूपमै अघि बढ्यो । हाम्रो काम अंग्रेजीको 'इन्भेष्टिगेटिभ रिपोर्टिङ' या 'इन्भेष्टिगेटिभ जर्नालिज्म' लाई नेपालीकरण गर्नेबाट शुरू भयो । त्यतिबेलासम्म 'इन्भेष्टिगेटिभ'लाई धेरैले 'अनुसन्धानमूलक' भन्थे भने 'खोजी पत्रकारिता' पनि उत्तिकै चलेको थियो । 'इन्भेष्टिगेटिभ जर्नालिज्म'को नेपालीकरण हाम्रो पहिलो चुनौती बन्यो । केही दिनको मन्थनपछि त्यसबेलासम्म सामान्य प्रचलनमा नआएको 'खोज पत्रकारिता'मा सहमति जुट्यो । योसँगै खोज पत्रकारिता केन्द्र (Centre for Investigative Journalism) नामक संस्था जन्मियो । संस्था दर्ताको फन्डमा नपर्ने, सीधै काममा प्रवेश गर्ने ध्येयले खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके) लाई हिमाल एसोसिएसनको वैधानिक र भौतिक छहारीभित्र राख्ने निधो गरियो ।

खोपके स्थापना गर्ने निर्णय भएको लगत्तै (२०५३ को असोजमा) कुन्द दीक्षितले मलाई एसिया फाउण्डेसनका प्रतिनिधिसामु पुऱ्याउनुभयो । पाको उमेरका एक गोराले अरू केही नसोधी मसँग एक वर्षका लागि चाहिने बजेट सोधेका थिए । मैले अकमकाएर रु.१२ लाख भनेको थिएँ । त्यसपछिको साढे दुई वर्ष मैले खोपकेको निर्देशक भएर काम गरे पनि पैसा (स्रोत) खोज्न दोहोऱ्याएर दाताकहाँ गइँनँ । त्यो काम

मूलतः कुन्द दीक्षितले पूरा गर्नुभयो । खोपकेको लेखा (हिसाब किताब) र अन्य व्यवस्थापन हिमाल एसोसिएसनले सम्हालिदिएको थियो । त्यसमा एसोसिएसनका निर्देशक वसन्त थापा र लेखा/प्रशासन प्रमुख अनिल श्रेष्ठको संलग्नतालाई म विशेष रूपमा सम्झ्छु ।

खोपके करीब ११ वर्ष (वि.सं. २०५३ देखि २०६४ सम्म) हिमाल एसोसिएसनको छहारीमा रह्यो । खोपके या 'CIJ' को स्वतन्त्र पहिचान (ब्राण्ड) र नेपाली सन्दर्भमा खोज पत्रकारिताको परिभाषा र महत्त्व स्थापित भएको यही कालखण्डमा हो । प्रारम्भिक कालदेखि नै खोपकेको लक्ष्य स्पष्ट र विशिष्ट थियो । यसको मूल ध्येय सकेसम्म आफैँ खोज पत्रकारिता गर्ने र त्यस्तो पत्रकारिता गर्न चाहनेहरूलाई सघाउने रहेको थियो । खोज पत्रकारिता गर्न चाहनेलाई 'सघाउने' कार्य अन्तर्गत सामान्यदेखि गहन प्रकृतिका तालीम-प्रशिक्षणका कार्यहरू अवश्य पनि पर्दथे, तर पत्रकारिताका सामान्य कक्षा वा प्रशिक्षण चलाउने लक्ष्य भने खोपकेको थिएन ।

प्रारम्भिक कार्य प्रणाली

प्रेस इन्ष्टिच्यूटले 'इन्भेष्टिगेटिभ अवार्ड' का निमित्त चयन गरेको भरमा म खोपकेको प्रथम निर्देशक या हर्ताकर्तामा छानिएको थिएँ । मैले विश्वविद्यालयमा पत्रकारिताको अध्ययन गर्ने अवसर पाएको थिइनँ । म जे गरिरहेको थिएँ— आफ्नै रहुर र बुद्धिका भरमा गरिरहेको थिएँ र मबाट कतै खोज पत्रकारिता हुन पुगेको थियो भने त्यो 'घुणाक्षरन्यायेन' भनेजस्तो एउटा सुखद संयोग मात्रै थियो, किनभने त्यतिबेलासम्म एक त 'खोज पत्रकारिता' भन्ने लवज जन्मिएकै थिएन, अनि पत्रकारिताको प्रशिक्षण कक्षा संचालन गरिरहेको एक मात्र संस्था नेपाल प्रेस इन्ष्टिच्यूटको पाठ्यक्रममा खोज पत्रकारिता वा 'इन्भेष्टिगेटिभ जर्नालिज्म' समेटिन बाँकी नै थियो । खोपकेको स्थापनापछि प्रेस इन्ष्टिच्यूटको पाठ्यक्रममा पनि खोज पत्रकारिता सम्बन्धी प्रावधान थपियो । खोपकेको मूल ध्येय नै सकेसम्म धेरैभन्दा धेरै पत्रकारहरूलाई गहन र खोजपूर्ण रिपोर्ट तयार पार्न प्रोत्साहित र सघाउ पुऱ्याउने रहेको हुँदा, इच्छुक पत्रकारहरूलाई

फेलोशिप दिदै खोजपूर्ण रिपोर्टिङतिर आकर्षित गर्ने कार्य यसले गर्‍यो । त्यसमा, खोपकेको निर्देशकको नाताले मेरो भूमिका संयोजनकारी र एउटा प्रोत्साहनकर्ताको हुने गर्‍यो । मैले निर्देशकको जिम्मेवारी पूर्णकालिक नभई आंशिक रूपमा मात्र लिएको थिएँ । आधा समय म आफैँ पनि खोजपूर्ण रिपोर्टिङ र देशान्तर को सम्पादन गर्नमा खर्च गर्दथेँ । 'खोपके'को स्थापना र संचालनको तयारी हुँदाहुँदै देशान्तर बाट मलाई निष्कासन गर्ने सम्पादक आफैँ बिदा भएपछि देशान्तर को सम्पादकत्वको जिम्मेवारी मेरा काँधमा आएको थियो । देशान्तर त्यतिबेलाको सन्दर्भमा एउटा सशक्त माध्यम थियो । आफ्नो हातमा एउटा चलेको पत्रिका भएकै कारण खोज पत्रकारिताप्रति विशेषतः युवा पत्रकारहरूलाई आकर्षित गर्न मलाई सहज भएको थियो । रिपोर्टर र युवा पत्रकारहरूलाई नयाँ र चुनौतीपूर्ण कार्य गर्न प्रोत्साहित नगर्ने प्रवृत्ति अहिले जस्तै त्यतिबेलाका मिडिया मालिक तथा सम्पादकहरूमा थियो । पर्याप्त मिहिनेत र उत्साहका साथ तयार पारेको खोजपूर्ण रिपोर्ट प्रकाशित गर्न नपाउँदा युवा रिपोर्टरहरूमा स्वाभाविक रूपमै नैराश्य पैदा हुने हुन्छ । तर, देशान्तर ले गर्दा त्यतिबेला त्यस्तो अवस्था आउनै पाएन । अहिले स्वनामधन्यको हैसियतमा पुग्नुभएका कैयौँ पत्रकार मित्रका प्रारम्भिक खोज रिपोर्टहरू देशान्तर र त्यतिबेलाको लोकप्रिय मासिक काठमाडौँ टुडे मा छापिएका भेटिन्छन् । टीकाराम राईको श्रम र सम्पादकत्वमा प्रकाशित हुने काठमाडौँ टुडे मा म एकजना सल्लाहकार सहयोगीका रूपमा क्रियाशील थिएँ ।

मैले २०५५ को अन्त्यमा हिमाल खबरपत्रिका को सम्पादकीय जिम्मेवारी वहन गरेपछि, खोपकेको आंशिक निर्देशक पद त्यागेँ । करीब साढे दुई वर्ष लामो त्यो कार्यकाल (२०५३ असोजदेखि २०५५ माघ)मा केही विशेष प्रकारका तालीम-अन्तरक्रियाका अतिरिक्त करीब ४० वटा फेलोशिपका निमित्त युवा पत्रकारहरूलाई अनुबन्धित गरिएको थियो । ती मध्ये २५ जना पत्रकारले ३२ वटा विषयमा रिपोर्ट तयार पारी खोपकेमा बुझाएका थिए । त्यतिबेला फेलोशिपको दर रु.५ हजार थियो । खोज र रिपोर्टिङको क्रममा लाग्ने (यातायात, फोटो, फोटोकपी आदि) खर्च अलग्गै व्यहोरिन्थ्यो । खोजको क्रम लम्बिदै गएर पहिले सोचेभन्दा पनि गहन र नयाँ नयाँ कुरा फेला पर्ने स्थिति देखिएको खण्डमा सम्बद्ध

पत्रकारलाई थप खर्च वा अर्को फेलोशिप दिएर सोही काममा प्रवृत्त गराइरहने नीति पनि लिइएको थियो । अर्थात् खोपकेको प्रारम्भिक कार्यपद्धति मूलतः फेलोशिपमार्फत युवा पत्रकारहरूलाई गहन र खोजपूर्ण रिपोर्टिङतर्फ आकर्षित र अभिप्रेरित गर्नु थियो । म आफैँ पत्रकारिताको विद्यार्थी नरहेकोले फेलोहरूलाई खोज पत्रकारिताको सैद्धान्तिक ज्ञान दिन सक्षम थिइनँ, तर कार्यगत अनुभवका आधारमा रिपोर्ट राम्रो पार्न कसरी मिहिनेत गर्ने भन्ने सल्लाह-सुझाव भने दिइने रहन्थे । चार-पाँच हजार शब्दका रिपोर्ट तीन-चार पटकसम्म पुनर्लेखन गर्न फेलोहरू तत्पर भएको पाउँदा, मेरो अनुभव उनीहरूका निमित्त उपयोगी नै भएको मेरो बुझाइ हुने गर्दथ्यो ।

खोज (Investigation) के हो, अनुसन्धान (Research) के हो ? यी दुई शब्दबीच समानता र भिन्नता के छ ? प्राज्ञिक अनुसन्धान (Academic Research) र पत्रकारको अनुसन्धान उस्तै हुन् वा भिन्न ? त्यस्तै, प्रहरी, सरकारी वकील, गुप्तचर, अख्तियार आदि संस्थाको खोजविन वा अनुसन्धानबाट पत्रकारले कसरी लाभ लिन सक्छन् ? मैले सम्झिएसम्म, खोपके स्थापनापछि गरिएको पहिलो सार्वजनिक कार्यक्रम माथिका प्रश्नमा केन्द्रित थियो । प्रशासनिक प्रशिक्षण प्रतिष्ठान (स्टाफ कलेज) जावलाखेलमा दुई दिनसम्म संचालित सो प्रशिक्षण कार्यक्रममा विभिन्न मिडियाका २६ जना पत्रकार सहभागी थिए । हरेक सहभागीले रु.५०० का दरले प्रशिक्षण शुल्क तिरेका थिए । स्रोत व्यक्तिका रूपमा विश्वविद्यालयका प्राध्यापक, प्राज्ञिक अनुसन्धान र अनुसन्धान विधि, प्रहरीका उच्च अधिकृत, नेपाल सरकारका महान्यायाधिवक्ता, गुप्तचरका अवकाशप्राप्त प्रमुख आदि निम्त्याइएका थिए ।

खोपकेले विशिष्ट प्रकृतिका यस प्रकारका कैयौँ तालीम, अन्तरक्रिया, संवाद आदि कार्यक्रम बेलाबेलामा आयोजना गरी नै रह्यो । त्यस्ता तालीम वा अन्तरक्रिया कार्यक्रमहरू वाञ्छित सीप वा ज्ञानको आदानप्रदानका निमित्त नै आयोजना गरिएका हुन्थे, प्रमाणपत्र वितरण गर्नका लागि हैन । खोपकेले प्रमाणपत्र समेत दिने गरी संचालन गरेको 'पत्रकारिता पाठशाला' भने साँच्चिकै प्रशिक्षण नै थियो ।

खोज पत्रकारिता: के, किन, कसरी, कसले र कहिले ?

ध्रुवहरि अधिकारी
वरिष्ठ पत्रकार

खोज पत्रकारिता भने पनि मूलतः गर्नुपर्ने काम चाहिँ राम्रो पत्रकारिता नै हो । खोज पत्रकारिता, आर्थिक पत्रकारिता, खेलकूद पत्रकारिता, सांस्कृतिक पत्रकारिता भनेर विशेषणहरू जे दिए पनि मूल काम चाहिँ त्यही पत्रकारितामा केन्द्रित हुन आउँछ । पत्रकारिताभित्र अलिकति विशेष सूचना हुनै पर्छ, त्यसका लागि विशेष मिहिनेत गर्नु पर्छ । गहकिलो समाचार बन्नको लागि त्यसका निश्चित अङ्ग पुगेकै हुनुपर्छ ।

के-के अंग पुगेपछि समाचार बन्दछ भन्ने कुरा मोटामोटी रूपमा अखबार, रेडियो र टीभी जस्ता प्रसारण माध्यमहरूले निर्धारण गरिराखेकै हुन्छन् । अनि त्यही आधारमा समाचारहरू विभिन्न रूपमा प्रसारणमा आइराखेका हुन्छन् । तर समस्या बढिरहेकै छ । कुनै अंग नपुगेका, अधुरा समाचारहरू पनि प्रकाशन तथा प्रसारण भइरहेका छन् । पत्रकारिता गर्दा डेडलाइनमा काम गर्नुपर्ने हुन्छ, समय धेरै हुँदैन, चटारो हुन्छ, चाहिएका स्रोतसमक्ष पुग्न सकिइरहेको हुँदैन । उदाहरणको रूपमा भनौं, काठमाडौंमा

ट्राफिक जाम हुन्छ, तर त्यसको खास कारण पत्ता लगाउन पनि गाह्रो हुन्छ । कतिपय बेला टेलिफोन चलिरहेको हुँदैन । सही जानकारी दिन सक्ने मान्छे उपलब्ध हुँदैन । यस्ता सामान्य समस्याले पत्रकारहरूको कामलाई गाह्रो बनाइदिन्छन् ।

सरकारी पक्षले सूचना वर्गीकरण गरेर पत्रकारलाई कस्ता सूचना दिने र कस्ता सूचना नदिने भन्ने कुरा फिकेर अर्को थप समस्या थपिदिएको छ । अब हिजो अस्ति पाइरहेका सूचनाहरू पनि पाउन नसकिने पो हो कि भन्ने चिन्तामा हामी छौं । यस्तो अवस्थामा खोज पत्रकारिता गर्नुपर्दा केही बढी चुनौती त लिनै पर्ने हुन्छ । दैनिक रूपमा गरिरहेको पत्रकारिताभन्दा अलिकति अघि बढेर, समय लिएर तर द्रुतगतिमा काम गर्नुपर्दछ, खोज पत्रकारिता गर्दा ।

धेरै ढिलो गरियो भने सूचनाको तेज मर्दै जान थाल्छ, समाचार नै बासी जस्तो हुन्छ । अनि ठूलो मिहिनेत गरेर खोजिएको समाचार पनि समाचार रहँदैन । तर हतार गरियो भने अधुरो, अपूरो सूचना र तथ्याङ्कको सट्टा मिथ्याङ्क भएका सामग्रीहरू पर्न सक्छन् । प्राप्त सूचनालाई समय लिएर नकेलाइकन प्रस्तुत गर्दा त्यसले भ्रम सिर्जना गरिदिन्छ । भ्रम सिर्जना गर्ने हाम्रो काम होइन । जतिसुकै मिहिनेत गरेर, लामो समय र स्रोत खर्च गरेर तयार पारिएको समाचार भए पनि वा भनौं खोज समाचारको नाम दिइए पनि आखिरमा त्यसमा गलत, अपरिमार्जित सूचना वा विश्लेषण पर्न गए भने त्यो समाचार नै रहँदैन । भ्रमाचार बनिदिन्छ । खोज समाचार भनिनु त टाढाको कुरा ।

राम्रा, महत्त्वपूर्ण समाचार धेरै आएका हुन्छन् तर अधिकांश समाचारमा खोज चाहिँ भएको हुँदैन, हुनसकेको छैन । नेपाल वायुसेवा निगमको हवाइजहाजबाट ठूलो र महँगो उपकरण हरायो रे ! हरायो भन्ने समाचार त आयो तर त्यो कसरी हरायो भन्ने समाचार कसैले लेख्न सकेन । समाचारको फलोअप त भएकै छैन । अनि त्यो हराएको समाचार पनि हराउन गयो । समाचारको फलोअप सातै महत्त्वपूर्ण हुन्छ । हामीकहाँ यति गर्न सकिए पनि खोज पत्रकारिता नै हुनेथियो । हाम्रा कतिपय महत्त्वपूर्ण समाचारहरू नै हराएका छन्, तिनको खोजी गरेर थप जानकारी दिन सकिए पनि खोज समाचारकै उत्पादन हुनेथियो ।

आफ्नै कामगराइको अनुभवको आधारमा मैले यसो भनेको हुँ । एउटा समाचार लेखिदियो, त्यसपछि त्यसलाई चटककै विसिदिनुहुँदैन । किनभने, त्यसबारे समाजलाई चासो भइरहेको हुन्छ । त्यो ठूलो घटना भएको थियो, त्यसपछि के भयो होला भन्ने चासो त कहिल्यै मर्दैन । तर समाचारको चाहिँ मृत्यु भइसकेको हुन्छ । अर्थात्, नेपालमा खोज पत्रकारिताको जग नै बसाउन बाँकी छ जस्तो लाग्छ ।

पत्रकारिता गर्दा समाजलाई केन्द्रमा राखिनुपर्दछ । सामाजिक चासो र सूचनाका भोकहरूलाई सम्बोधन गरिनुपर्दछ । हामीकहाँ यही नै हुनसकेको छैन । यसो गरेर पत्रकारिता कसरी होला र !

हाम्रा सामाजिक र कानूनी मान्यता, मर्यादाहरू छन् । तिनलाई बचाइराख्नुपर्ने, धान्नुपर्ने जिम्मेवारी पनि हुन्छ पत्रकारको । सूचना खोज गर्दै जाँदा व्यक्तिको निजी जीवनमा अतिक्रमण हुन जाने अवस्था पनि आउन सक्छ । व्यक्तिको गोपनीयताको हकलाई पत्रकारहरूले पनि मर्यादा गर्नुपर्दछ । यहाँको पत्रकारितामा व्यक्तिको गोपनीयताको हकलाई महत्त्व दिइएको छैन । यसो गरेर पत्रकारिता कसरी होला र !

हालसालै एकजना प्रहरी डीआईजीले आफ्नी श्रीमतीलाई मारेछन् भन्ने समाचार खुबै छापियो । दुई/तीन दिनसम्म समाचारमाध्यममा यसले ठूलो महत्त्व पायो । पत्रिकाका हेडलाइन बने । रेडियो, टीभीले चर्का स्वरमा बोले । अधिपछि सामान्य भनेर चिनिएका अखबारहरूले पनि हेडलाइन ठूला राखे । यसले समाचारको महत्त्व त स्थापित गर्‍यो । तर तिनका सूचना सामग्री, कन्टेन्ट्स भने लगातार उही थिए, नयाँ केही थिएन । यसले प्रष्ट गर्दछ, पत्रकारिता सनसनी फैलाउने काम गर्न समर्पित छ, यसले नयाँ सूचना भने दिन सकिरहेको छैन । अर्थात् खोजको काम नै हुनसकेको छैन । खोज गरेर नयाँ सूचना नल्याएसम्म त पत्रकारिता नै भएन, खोज पत्रकारिता त रुन् हुनै सक्तैन ।

एक हप्तासम्म डीआईजी रञ्जनले घाँटी च्यापेर श्रीमती मारेछन्, कोठामै पछारेछन्, त्यही मारेछन् र भोलिपल्ट पालुडमा लगेर जलाएछन्; यति कुरा मात्र समाचारमा, फ्रण्ट पेज नै डोमिनेट हुने गरी बारम्बार आइराखे । थप सूचना खोज्न कसैले चासो राखेको पाइएन । यसले स्पष्ट पारेको छ, हाम्रो पत्रकारिता नयाँ सूचना दिने जिम्मेवारी लिन भन्दा पनि

पुरानै कुरालाई राखेर कसरी फेरि सनसनी फैलाउने भनेर लागिपरेको छ। आज यही देखिएको छ। यस्तो अभ्यासले पत्रकारितालाई नै अगाडि बढ्न दिदैन। खोज पत्रकारितालाई त फुन् बाटो नै दिदैन।

हाम्रो पत्रकारितामा सूचनाको सबलीकरण हुनसकेको छैन। सूचनामा रेक्टिफाई हुनुपर्ने अवस्था छ। कुनै घटना कुनै पत्रकारले सामान्य रूपमा दिएको भए पनि अन्य पत्रकारले त्यसपछिको घटनालाई खोजेर प्रस्तुत गरिदिन सक्छन्। क्राइम रिपोर्टिङ गर्ने पत्रकारले खोज, इन्भेष्टिगेशन गरेर समाजलाई नयाँ जानकारी दिन सक्छन्। त्यस घटनासँग सम्बन्धित निकाय, प्रहरी, स्थानीय बासिन्दा, प्रत्यक्षदर्शी, पीडित परिवारका सदस्य तथा अन्य, सबैतिरबाट बुझेर खोज समाचार लेख्न सकिन्छ नि ! तर हामीकहाँ यो चलन पनि छैन। एउटाले लेखेको समाचारप्रति अरु पत्रकारले चासो नै देखाएका छैनन्। अनि कसरी पत्रकारिता सुध्रिएला, खोज पत्रकारिता हुन जाला ?

अहिले पत्रिकाहरू प्रशस्त छन्। दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक पत्रिका जति पनि छन्। तर समाचार छैनन्। सबैले एउटै र उही समाचारलाई अलिकति तलमाथि गरेर बाहिर ल्याइरहेका हुन्छन्। एउटा समाचारलाई यति धेरै माध्यम त चाहिदैन नि ! धेरै माध्यम भएपछि त धेरै समाचार आउनुपर्छ। अर्थात् यहाँ धेरै समाचार लेख्न सकिने वातावरण छ। दैनिक अखबारले पनि एउटा स्पेसिफिक ठाउँ दिएर इन्भेष्टिगेटिभ रिपोर्टिङ गराउन सक्छन्। तर गरेका छैनन्। समाचारप्रति यति उदासीनता देखाउने सञ्चारमाध्यमहरूले कसरी पत्रकारिता अघि बढाउन सक्छन्? यसो नगरी खोज पत्रकारिताको सुरुआत कसरी होला र !

अहिले जताततै अव्यवस्था देखिएको छ। सञ्चारमाध्यमहरू हवात्त बढेर आए, बाढी आए जसरी। तिनले समाचारको भेल, फोहोरमैला सबै दिन थाले। समाचार दिने होडबाजी पनि चल्थ्यो, तर त्यो पनि बाढी जसरी नै हरायो, फेरि सुक्खा लाग्यो। अब त नेपालमा गतिला खबरहरू नै छैनन् कि जस्तो भइसक्यो। यही अवस्था हो त ! कि यो अवस्था हामी पत्रकारहरूले नै सिर्जना गरेका हौं ? प्रश्न यही छ। यदि हामी नै कारण हौं भने पत्रकारिताको विकास कसरी हुन जाला ? अनि खोज पत्रकारिता कसरी अस्तित्वमा आउला !

नेपालमा सबैभन्दा ठूलो घटना जस्तो गरेर एउटा डीआईजीले आफ्नी श्रीमती मारेको समाचार आयो । के नेपालका लागि त्यो एउटा ठूलो घटना थियो र ? त्यस दिन त्यही एकमात्र घटना भएको थियो र ? त्यो समाचार साताभरको सबैभन्दा महत्त्वको घटना थियो र ? विचारणीय पक्ष यहाँ छ । अब पत्रकारहरूले समाचार लेख्नुअघि दोहोर्‍याएर सोच्नुपर्ने बेला आएको छ । हामी सबै पत्रकारिताकै अभ्यासमा लागि रहेका छौं । तर सोच्ने र काम गर्ने शैली परिवर्तन गर्नुपर्ने बेला आइसकेको छ । हामी कतिले हेक्का राखेका छौं ? हामी परिवर्तित भएनौं भने पत्रकारितामा सुधार आउला र ? अनि कसरी खोज पत्रकारिता शुरू होला !

जहाँसम्म खोज पत्रकारिता केन्द्रको कुरा छ, यसले केही काम गर्न खोजेको छ । नयाँ बाटो बनाउन खोजेको छ । थोरै भए पनि खोज गरेर, सत्य कुरा पत्ता लगाएर राम्रा स्टोरीहरू प्रोड्यूस गर्ने साफा मञ्च उपलब्ध गराएको छ । यसले खोज गर्ने पत्रकारहरूलाई आर्थिक सहयोग पनि दिन खोजेको छ । एडिटोरियल सहयोग दिन खोजेको छ । नेपालका पत्रकारहरूका लागि यो एउटा ठूलो अवसर हो । यस अवसरको सदुपयोग गर्ने पर्छ । खासगरी युवा पत्रकारहरूले वा जिम्मेवारी लिन चाहने र धेरै खट्न सक्ने पत्रकारहरूले यस केन्द्रबाट ठूलो फाइदा लिन सक्छन् । उनीहरूले खोजी पत्रकारिता गरेर देखाए भने देश र समाजले पनि लाभ पाउन सक्नेछ ।

मेरो उमेर ढल्किसक्यो । धेरै काम गर्न सक्ने स्थितिमा छैन । पहिले युवा हुँदा, आफ्नो समयमा राम्रै गरियो । पैदलै हिंडेर काम गरियो, साइकल चलाएर पनि सूचना संकलन गरियो । अहिले त बाइक भन्दा कमको कुरै छैन । तैपनि कति रिपोर्टिङ भइराखेको छ त ? यस्तो सुविधा पाउँदा त धेरै-धेरै राम्रा समाचारहरू आउनुपर्ने हो जस्तो लाग्छ । क्वालिटीको चीज आउनुपर्ने हो जस्तो लाग्छ । तर आइराखेको छैन । यो यथार्थ हो । अर्को यथार्थ के हो भने मिहिनेत नगरी खोज समाचार, क्वालिटीको समाचार आउँदैन । अलिकति चटपटाएर, केही परसम्म पुगे मात्र पनि समाचारको स्तरमा सुधार आइहाल्छ । काम गरे पो आउँछ, नगरे के आउँछ ?

अहिले त सबैसँग सीप पनि छ, क्षमता पनि छ, जोश पनि छ, जाँगर पनि छ भनेको सुन्छु । बडो खुशी लाग्छ । त्यसैलाई उपयोग

गरिदिए मात्र पनि समाचारको स्तरमा ठूलो सुधार आउन सक्थ्यो । आफूसँग भएका कुरा उपयोग गरेर खोज पत्रकारिता केन्द्रले दिएको अवसरको सदुपयोग मात्र गरिदिने हो भने हाम्रा समाचारहरूमा अवश्य पनि सुधार आउँछ । म विश्वस्त छु, यस कुरामा । म सबैलाई, सक्रिय पत्रकारहरूलाई आग्रह गर्दछु, तपाईंहरू अगाडि बढ्नुहोस् । मौका छ, केही गरेर देखाउनुहोस् ।

सूचनाको नदीलाई सफा र सुल्टो पारौं

हरिहर विरही
वरिष्ठ पत्रकार

सूचनामाथि अड्कुश लगाउने अभियान राज्यबाट नै चलिरहेको सन्दर्भमा खोज पत्रकारितातिर ध्यानाकर्षण गर्ने प्रयत्न प्रशंसनीय र समसामयिक काम भएको छ। आज नागरिकलाई बढीभन्दा बढी सूचनाको आवश्यकता छ। तर राज्यको जिम्मेवार निकायमा सूचना दिनेभन्दा लुकाउने प्रवृत्ति व्याप्त छ भने प्रभावकारी राजनीतिक दल तथा गैर-सरकारी संगठनहरू प्रायः भ्रमको खेती गरिरहेका छन्। त्यसैले प्रभावकारी खोजी पत्रकारिताको महत्त्व र खाँचो कम्बु बढेको छ। खोज पत्रकारिताले सूचना प्रवाहमा महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्दछ। हामी कहाँ पत्रकारिता कसरी चलिरहेको छ र यसको छवि कस्तो भएको छ भनेर मैले भनिराख्नुपर्दैन। किनभने यहाँ उपस्थितमध्ये अधिकांश कि पत्रकार हुनुहुन्छ कि पत्रकारिताका सचेत उपभोक्ता। यस कुरामा दुईमत छैन कि पत्रकारिता स्वयंमा एउटा सामाजिक सेवा गर्ने प्रतिबद्धता हो। पत्रकारिताद्वारा राष्ट्र तथा समाजको सेवा हुन सकेन भने त्यो साँचो र वास्तविक पत्रकारिता हुन सक्दैन।

प्रेसको संरक्षण र समृद्धिका लागि संवैधानिक प्रत्याभूति अपरिहार्य हुन्छ। लोकतन्त्रको पुनःस्थापनापछि प्रेस स्वतन्त्रताको संवैधानिक प्रत्याभूति प्राप्त भएको छ। कतिपय कारणले अहिले पत्रकारितामा पनि सहभागिता बढेको छ। सञ्चार क्षेत्रमा विकास आएको छ। युवापुस्ताहरू जुन जोश र जाँगरका साथ व्यावसायिक पत्रकारितालाई अगाडि बढाउन आएका छन्, त्यसले धेरै आशा जगाएको पनि छ। यस क्षेत्रमा लगानी पनि बढिरहेको छ। लगानीको लागि विदेशीहरू पनि आकर्षित भएका छन्। तर दुःखका साथ भन्नुपर्छ, यसका उपलब्धिहरूचाहिँ उत्साहपूर्ण छैनन्। नागरिकहरूका अपेक्षा पूरा हुनसकेका छैनन्। समाजमा धेरै गुनासाहरू छन्, सञ्चार क्षेत्र र सञ्चारकर्मीप्रति।

पहिले पञ्चायतको पालामा, त्यो अन्धकार युगमा पनि धेरै लुकेका कुराहरू सार्वजनिक हुन्थे। शब्दमा, औपचारिक भाषामा प्रस्तुत गर्न सम्भव नभएका कुरा प्रतीक र रूपक शैलीमा, द्वि-अर्थी भाषामा, सांकेतिक रूपमा पनि धेरै गम्भीर रहस्योद्घाटन हुने गर्दथे। हामीले प्रयोग गरेको 'सुलसुले' धेरैले अझै सम्झेको हुनुपर्दछ। त्यो तत्कालीन बाध्यात्मक परिस्थितिको उपज थियो। तर अहिले त्यस्तो विवशता छैन। आज धेरै स्वतन्त्रता छ, साधन र सुविधा पनि छ। यस स्थितिमा धेरै समाचार, धेरै सूचनाहरू आउनुपर्दथ्यो। तर पाठक, श्रोता, दर्शक वा उपभोक्ताले पत्रकारहरूबाट आशा गरेका धेरै कुराहरू आउन सकिरहेका छैनन्।

आजकल प्रायः के देखिन्छ भने सञ्चारमाध्यमले कतिपय ज्यादै महत्त्वपूर्ण र गम्भीर कुराहरू उठाएका हुन्छन्। संवाददाताले जोखिम उठाएर सूचना ल्याएको हुन्छ, तर त्यसले ठोस परिणाम दिनुभन्दा पहिले नै ती विषयहरू अचानक रहस्यमय ढंगले हराउँछन्। खोजी गरेर जरोसम्म पुग्नुपर्ने मामला बीचमै तुहिने गरेको हुन्छ। किन यस्तो हुन्छ? यसको पछाडि के कारण छ? आजकलको मिडियामा देखिएको यो प्रवृत्ति ज्यादै खतरनाक र घातक छ। त्यसैले खोजी पत्रकारिता गर्न खोज्नेहरूले आफ्नै व्यवसाय र सन्दर्भमा पनि खोजी गर्नुपर्ने स्थिति छ। सञ्चारकर्मी र सञ्चारमाध्यमहरूले पनि सूचनाको सौदावाजी त गरिरहेका छैनन् भन्ने शङ्का उत्पन्न हुन थालेको छ। कतिपय प्रसङ्गमा उपभोक्ताहरूले प्रश्न पनि उठाउन थालेका छन्।

अहिले 'समाचार' भनेर औपचारिक विषयहरू धेरै आउने गरेका छन्। उहाँले यसो भन्नुभयो... त्यसो भन्नुभयो... भन्ने कुरा मात्र समाचार बनेर आउने गरेका छन्। अनि औपचारिक रूपमा दिइएका सूचनालाई नै अर्को शब्दमा प्रस्तुत गरेर पत्रकारिताको पनि औपचारिकता पूरा गर्ने काम भइरहेको छ। पाठक, उपभोक्तालाई अल्मल्याउने काम भइरहेको छ। नेताहरू भ्रमको खेती गर्ने, पत्रकारले त्यसमा मलजल गरिदिने जस्तो पनि भइरहेको छ। यसकारणले यहाँ खोज पत्रकारिता केन्द्र जस्तो संस्थाको सक्रियता र भूमिका महत्त्वपूर्ण हुन आएको छ। यस्तो संस्थाले साहसिक र हस्तक्षेपकारी भूमिका निभाउनुपर्ने खाँचो छ।

यहाँ एउटा स्वतन्त्र बुलेटिन मार्फत खोजपूर्ण समाचारहरू बाहिर ल्याउनुपर्ने पनि आवश्यकता देखिएको छ। यसो गरियो भने धेरै रिपोर्टहरूलाई अनुगमन गर्न सकिन्थ्यो। खोजका कामहरू अरु प्रभावकारी रूपमा अगाडि बढ्न सक्थे। त्यस्ता सामग्रीहरू अन्य सूचना माध्यमहरूले पनि प्रयोग गर्न सक्थे।

अहिलेको सञ्चार क्षेत्र पनि भयभीत र आतङ्कित छ। सञ्चार क्षेत्र बलियो भएको भए आज देश, समाज र नागरिकले यस्तो अवस्था पक्कै भोग्नुपर्ने थिएन। सभ्य र लोकतान्त्रिक समाजको स्थापना हुँदै जानुपर्नेमा चारैतिर वादल लाग्दै गएको छ। हाम्रा सञ्चारमाध्यमहरू सफल भएका भए, हाम्रा नेता, सत्तामा बस्नेहरू र राज्य संयन्त्रका संवाहकहरू पनि सभ्य र लोकतान्त्रिक भइसक्ने थिए। त्यसो हुन उनीहरू बाध्य हुन्थे। यसकारण आज सञ्चारकर्मीहरूले पनि आफ्नो भूमिकाबारे समीक्षा र आत्मालोचना गर्नुपर्दछ।

अहिलेको सन्दर्भमा हेर्ने हो भने प्रायः सञ्चारमाध्यमहरू राजनीतिको धुरी वरिपरि मात्र घुमिरहेका देखिन्छन्। त्यो पनि व्यक्तिको छायाँमा घुमिरहेका देखिन्छन्। राजनीतिक सन्दर्भमा उठाउनुपर्ने कतिपय महत्त्वपूर्ण मुद्दाहरूप्रति उनीहरूको ध्यान जान सकिरहेको छैन।

एक दशक अगाडि हामी असुरक्षा र भयको व्यापक भुमरीमा थियौं। कहालीलाग्दो स्थितिमा थियौं। यसबीच धेरै समय गुज्रियो, धेरै सहमति, प्रतिबद्धता र कबुलहरू भए। विश्वास र भरोसा दिलाइयो। तर भय र असुरक्षा आज पनि कायम छ। यसलाई एउटा टुंगोमा पुऱ्याउने,

तार्किक निष्कर्षमा पुऱ्याउने अभियानमा यो राष्ट्र लागि रहेको छ । यहाँका मानिसहरू अन्यायमा परेका छन्, तर सत्य निरूपण हुन सकिरहेको छैन । बेपत्ता पारिएकाहरूका बारेमा ठोस अनुसन्धान हुनसकेको छैन । यतातिर सञ्चारकर्मीहरूको ध्यान गम्भीर रूपमा जानुपर्ने थियो । यससम्बन्धी कानून निर्माण हुन सकिरहेको छैन । ती कानूनहरू किन निर्माण हुन सकेनन् भन्ने जानकारी वा सूचना प्रवाह पनि भइरहेको छैन । यतातिर सञ्चारमाध्यमले पर्याप्त ध्यान दिन सकिरहेका छैनन् ।

तर अहिले त सूचनाको उल्टो नदी वहन थालेको छ । सत्य निरूपण आयोग गठन गर्नुको औचित्य छैन, बेपत्ता पारिएकाहरूको खोजी गर्नुको औचित्य छैन, त्यससँग सम्बन्धित कानून बनाउनु पनि हुँदैन, लागू गर्नु पनि हुँदैन भन्ने सूचनाहरू पनि प्रसारमा आइरहेका छन् । कानून बनाउनुपर्ने भए सबैलाई उन्मुक्ति दिने खालको बनाउनुपर्छ रे ! यो कस्तो रूप हो, हाम्रो सञ्चारमाध्यमको र हाम्रो पत्रकारिताको ?

हामीले देखेका छौं, थुप्रै लोकतान्त्रिक देशहरूमा, धेरै वर्षअघि गरेको सानो भ्रष्टाचार, बेइमानी वा अनैतिक कार्यको जानकारी मिडियाबाट आयो भने पनि नेताहरूलाई त्यसको नैतिक जिम्मेवारी लिन बाध्य पारिएको हुन्छ । कानूनले दण्ड नदिए पनि पत्रकारहरूको सहयोगमा समाजको दबाव सिर्जना गरेर भ्रष्टाचारीहरूलाई नैतिकताको आधारमा दण्डित गरिन्छ । तर यहाँ चाहिँ त्यसलाई ढाकछोप गर्ने वा भ्रष्टको संरक्षण गर्ने खालको पत्रकारिता हुन थालेको छ । यो कस्तो रूप हो हाम्रो सञ्चारमाध्यमको र हाम्रो पत्रकारिताको ?

बितेका दिनमा देशमा दुईथरि सैनिकहरूबीच लडाइँ भयो । त्यसबेला धेरै अन्याय र अत्याचार हुन गए । यसकारण देशभित्रबाट र अन्तर्राष्ट्रिय क्षेत्रबाट पनि मानवअधिकार उल्लङ्घन भएका घटनाहरूको छानबिन गर्नुपर्छ भनेर व्यापक रूपमा आवाज उठाइयो । त्यसपछि नेपाली सेनाले आफ्नै किसिमले छानबिन गरेर, नीति र आदेश विपरीत काम गर्ने, ज्यादती गर्ने र मानवअधिकारको हनन गर्ने आफू मातहतका कैयौँलाई आन्तरिक रूपमा सजाय दिएको, कारबाही गरेको पाइयो, पुष्टि भयो । तर अर्कोतर्फका लडाकूहरूले गरेको मानवअधिकार हनन, अमानुषिक व्यवहार र जघन्य प्रकृतिका अपराधिक घटनाका विषयमा चाहिँ कुनै

छानबिन हुनुपर्दैन ? उनीहरूलाई छानबिन नै नगरिकन राज्यबाट सम्मान, सुविधा र प्रोत्साहन प्रदान गरिदै आएको छ । त्यसमाथि अब राष्ट्रपतिले सही गरेर उनीहरूलाई बहादुरी र प्रशंसाको प्रमाणपत्र दिनुपर्छ भनी माग हुन थालेको छ । लडाकूहरूको गरिमामय भूमिकाको लागि, गौरवपूर्ण भूमिकाको लागि प्रमाणपत्र दिइनुपर्दछ, छानबिन समेत गरिनुहुँदैन भन्ने खालका कुराहरू औपचारिक रूपमै आउँदा पनि सञ्चार क्षेत्रको कान ठाडो हुनसकेको छैन । किन यस्तो भइरहेको छ, यसका पछाडि के छ भन्नेतिर सञ्चार क्षेत्रले ध्यान दिन सकिरहेको छैन । खासमा सञ्चार क्षेत्रले, पत्रकारिताले यस्ता विषयमा समाजलाई जागृत गराउनुपर्ने हो, सचेत गराउनुपर्ने हो, जनमत सिर्जना गर्नुपर्ने हो, तर त्यही हुनसकेको छैन । यसरी मिडियाले आजको संवेदनशील अवस्थामा सामान्य कुरालाई बढी महत्त्व दिइरहेको छ र महत्त्वका साथ उठ्नुपर्ने मुद्दातिर चाहिँ ध्यान नदिएको महसूस भइरहेको छ ।

सत्य निरूपणका विषय र बेपत्ता पारिएकाहरूका विषयमा अरू अंगले, औपचारिक अंगले बेवास्ता गरे पनि सञ्चारकर्मीहरूले कुरा अगाडि बढाउनुपर्ने थियो । यस्ता महत्त्वपूर्ण विषयमा खोज पत्रकारिता केन्द्रले केही कदम चाल्यो भने साँच्चै महत्त्वपूर्ण काम हुन सक्दछ भन्ने मलाई लागेको छ ।

अहिले हामी टुलुटुलु हेरेर बसिरहेका छौं । भएका घटनालाई, ज्यादती र त्रासहरूलाई बिर्सेर बसेका छौं । तर नागरिकले त बिर्सका छैनन् । अनि उनीहरूले सहयोग पाउन पनि सकेका छैनन् । यी सबै घटना र मुद्दाहरूलाई राजनीतिक तहका मुद्दा हुन् भनेर हामीले पन्छाइदिएका छौं । नेताहरूले चाहिँ आफैँले गरेका वाचाबन्धनहरू पालना गरिरहेका छैनन् । राष्ट्रलाई फन्-फन् क्षति पुऱ्याउने कामहरू भइरहेका छन्, तर हामी हेरिरहेका छौं ।

हाम्रो भूमिका यस्तै रहिरहने हो भने, तमसुक लेख्दा साक्षी किनाराका सदर भने जस्तै हामी पनि एउटा घटनाक्रमको साक्षी मात्र भएर बस्यौं भने भावी पुस्ताले हाम्रो मूल्याङ्कन पनि त्यसरी नै गर्नेछ ।

हामीसामु चुनौतीहरू थुप्रै छन् । तिनको समाधान चाहेर मात्र हुँदैन, खोजेरै ल्याउनुपर्दछ । खोज पत्रकारिताले समस्या देखाउने मात्र होइन,

समाधान पनि दिनुपर्छ। राष्ट्र र जनताभन्दा कुनै पनि दल र नेता ठूलो हुँदैन र राष्ट्र र जनताको लागि काम गर्न कसैले पनि डराउनुपर्दैन भन्ने सन्देश प्रभावकारी ढंगले फिजाउनुपर्दछ। मिडियाले केही पनि काम गरेनन् भन्ने मेरो आशय होइन। मिडियाले, पत्रकारहरूले अतीतमा निर्वाह गरेको साहसिक, त्यागपूर्ण र संघर्षशील भूमिका स्वर्णाक्षरले लेखिन लायक छ। पत्रकारहरू निष्क्रिय भएका भए देशमा यो परिवर्तन पक्कै आउने थिएन।

अहिले पनि पत्रकारहरू राजनीतिक परिवर्तनलाई स्थायित्व दिने, शान्ति प्रक्रियालाई सार्थक बनाउने र सामाजिक-राजनीतिक विकृति, विसङ्गति उन्मूलन गर्ने क्रममा लागि रहेका छन्। सञ्चारकर्मीहरू खासगरी सञ्चारमाध्यम र यो व्यवसायलाई अरु प्रभावकारी, मर्यादित र जिम्मेवार बनाउन यो क्षेत्रमा लागेका युवापुस्ताको प्रयत्न, जोश र उत्साह प्रशंसनीय नै छ। यो जमातले स्वतन्त्र र निर्भीक भएर काम गर्न पायो भने पक्कै पनि योभन्दा सुखद र ठोस परिणाम आउन सक्छ भन्ने मेरो विश्वास छ। तर त्यस्तो वातावरण बन्न सकिरहेको छैन। त्यस्तो वातावरण नबनेसम्म पत्रकारिताले अपक्षित योगदान दिन सक्दैन। समाज, नागरिक र व्यवसायप्रतिको दायित्व र कर्तव्य इमानदारीपूर्वक निर्वाह गर्न सक्दैन। यसका लागि सामूहिक प्रयत्नको खाँचो छ। इमानदार र संघर्षशील पत्रकारलाई सुरक्षा, संरक्षण र सहयोगको खाँचो छ। उनीहरूको उचित कदर र सम्मान हुनसकेको छैन। यस परिप्रेक्ष्यमा खोज पत्रकारिता केन्द्रले महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्दछ र गर्नुपर्दछ।

धेरै विषय उठाउन सक्छ खोज पत्रकारिताले

गणेश शाह

भूपू मन्त्री, वातावरण तथा विज्ञान

आजको युवा पुस्ताका पत्रकारप्रति, खोज पत्रकारप्रति म अपार श्रद्धा राख्दछु। उनीहरूबाट मैले धेरै अपेक्षा राखेको छु। यो विज्ञानको युग हो। विज्ञान जति विकसित हुन्छ, त्यसको प्रभाव समाजमा उति प्रष्ट देखिन थाल्छ। मलाई लाग्छ, पत्रकारिता पनि त्यस्तै हो। यो जति विकसित हुन्छ, त्यसका प्रभावहरू पनि समाजमा उति नै देखिन थाल्छन्। त्यसैले म पत्रकारिताको उज्ज्वल भविष्य आजका युवा पुस्ताका पत्रकारका हातमा देख्दछु। अनि युवा पुस्तालाई पत्रकारितातिर लाग्न प्रोत्साहित गर्दछु।

तर विज्ञान जति गाह्रो र चुनौतीपूर्ण छ, पत्रकारिता पनि त्यति नै चुनौतीले भरिएको पेशा हो। पत्रकारिता सजिलो पेशा होइन। अरु खोज पत्रकारिता गर्न रुनै सजिलो छैन। पत्रकार र पत्रकारिताका चुनौतीहरू धेरै थपिएका छन् र थपिदै गएका छन्। समाज र विज्ञानको विकाससँगै पत्रकारहरूलाई पनि बहुविधाको ज्ञानको आवश्यकता परिसक्यो।

पुरानो तरिकाले आजको पत्रकारिता गर्नुभयो भने अब काम चल्दैन । प्रविधिको धेरै विकास भइसक्यो । सम्पादकहरूले ठीक भने पनि पाठकले पत्रकारहरूलाई सोझै चुनौती दिन सकछन् । एउटा प्राविधिक शब्द वा त्यसको व्याख्या ठीक लागेन भने पाठकहरूले जतिसुकै नाम कमाएका वा वरिष्ठ पत्रकार होऊन, तिनलाई 'फन्टुस' पत्रकारको श्रेणीमा राख्छन् । यो आजको चुनौती हो । त्यसैले चुनौती थपिदैंछ । सम्पादकीय, लेख वा रिपोर्ट नै किन नहोस्, अब सजिलै तयार पार्न सकिदैन । त्यस बाहेक, पत्रकारिता गर्दा खतरा पनि छ । आज खतराको स्तर ऊन् बढेको छ ।

तपाईंहरू पत्रकारको सुरक्षा नभएको कुरा गर्नुहुन्छ, असुरक्षा ज्यादै बढेको कुरा गर्नुहुन्छ । तपाईंहरूले निष्क्रिय पत्रकारिता गर्दा पनि यस्तो अवस्था उत्पन्न भएको छ । अफ सक्रिय भएर खोज पत्रकारिता गर्ने हो भने त त्यसको असर ऊन् बढेर जान्छ र खतरा पनि थपिन्छ । त्यसैले मैले खोज पत्रकारितालाई खतरासँग खेल्ने पेशा भनेको हो । तर खतरा कहाँ छैन ? खतरावाट हामी कोही पनि त्यस बेलासम्म मुक्त हुन सक्तैनौं, जबसम्म हामी त्यसलाई पन्छाउनका लागि संघर्ष गर्दैनौं । विज्ञान पनि अनेकन् खतरासँग जुधेरै विकसित भएको हो । पत्रकारिताको विकास गर्न पनि पत्रकारले चुनौती लिनैपर्ने हुन्छ । तर पत्रकारिता सधैं खतरापूर्ण हुँदैन । म तपाईंहरूलाई खोज पत्रकारिता गरेर समाजको सेवा पनि गर्न सकिने केही महत्त्वपूर्ण तर खतरारहित विषयहरू दिन्छु ।

विज्ञान र प्रविधिको विकास र अनुसन्धानको कामले नेपाल जस्तो अ विकसित मुलुकलाई सबैभन्दा ठूलो प्रभाव पार्दछ । यहाँको प्राकृतिक स्रोत र साधनको सदुपयोग गर्न त्यसले ठूलो सहयोग पुऱ्याउँदछ । अफ प्रविधि नभएको भए, विज्ञानको विकास नभएको भए, चुरेको विनाश ऊनै गाह्रो हुन्थ्यो होला । कुटो, कोदालो र बयलगाडाको काम एकैचोटि गर्न ट्याक्टर आएको छ । काम गर्न सजिलो भएको छ ।

त्यसैले अब नेपालको प्राकृतिक स्रोतको संरक्षण गरेर फाइदा लिन पनि सजिलो भएको छ । तर विडम्बना के छ भने, प्राकृतिक स्रोत भनेका के हुन् र तिनीहरूमाथि के कस्ता विपत्ति आइरहेका छन् भन्नेबारे पत्रकारहरूलाई नै थाहा छैन । अनि तिनका बारेमा कसरी खोज पत्रकारिता हुन्छ ? राष्ट्रपतिले चुरेको वन विनाश रोक्न विशेष कार्यक्रम

बनाएका छन्, तर त्यसले पनि कुनै महत्त्व पाउन सकिरहेको छैन। कुरा बुझेर पत्रकारिता भइरहेको छैन।

हाम्रो वातावरणीय स्रोतको व्यापक क्षय भइराखेको छ। तर वातावरण पत्रकारहरू वनभन्दा बाहिर आउन सकेका छैनन्। नेपाल मात्र होइन, आजको विश्व समाज नै खानेपानीको समस्याले ग्रस्त छ, पानी प्रदूषणको समस्याले ग्रस्त छ। यसको दोष जति सरकारी कर्मचारीलाई लगाउने गरिएको छ। यसरी पत्रकारिता गरेर आम मानिसलाई आफ्ना मुख्य विषयबाट हामीले पर धकेली रहेका छौं। अनि समस्याहरू सधैं बढिरहेका छन्। पत्रकारिताको सोचमा परिवर्तन आउन मात्र सक्थो भने पनि यहाँ खोज पत्रकारिता, वास्तविक पत्रकारिता शुरू भइहाल्छ।

हामीकहाँ केही खानी पनि छन्। तर ती सबै आज चर्चामा छैनन्। हाम्रो त्यो प्राकृतिक सम्पदा कसले दोहन गरिरहेको छ र त्यसको असर कसले भोगिरहेको छ भन्ने कुरा कहिल्यै समाचार बन्दैनन्। अलिकति यतातिर पनि ध्यान दिन थाल्ने हो भने नयाँ किसिमको खोज पत्रकारिता शुरू भइहाल्छ।

यहाँ विद्युत् ऊर्जाको सम्बन्धमा धेरै समाचार आउने गर्दछन्। तर तिनमा पैसा र शक्तिको चलखेलका कुराहरूले मात्र प्राथमिकता पाउँछन्। जलस्रोतले भने महत्त्व पाउँदैन। जलस्रोतविना ऊर्जाको के महत्त्व छ र भन्ने विषयतिर पत्रकारको ध्यानै जाँदैन। विषयगत ज्ञान नभएकाले यस्तो समस्या आएको हुन सक्छ। खोज पत्रकारिता गर्ने हो भने यस्ता सामान्य विषयमा विषयगत जानकारी राख्नै पर्ने हुन्छ। खोज पत्रकारले यो बन्थो, त्यो बन्थो, यति लाग्यो, यति भ्रष्टाचार भयो भन्ने जानकारी दिएर मात्र पुग्दैन, त्यसलाई त अरूले पनि देखेका हुन्छन्, थाहा पाएका हुन्छन्। के विग्रियो, कति विग्रियो, कसले बिगाऱ्यो, कसरी बिगाऱ्यो भन्ने कुरा नबताएसम्म जनता सचेत हुन पाउँदैनन्। अनि जनताले जोगाउन पनि पाउँदैनन्। विद्युत् ऊर्जाको क्षेत्रमा अहिले यही भइरहेको छ। अहिले मोबाइल चार्ज गर्न पनि मान्छेहरूले राती उठ्नुपर्ने अवस्था छ। हामीकहाँ पानी छ, तर ऊर्जा छैन। सिंचाइ छैन, खानेपानी छैन। स्रोत व्यवस्थापनको मुद्दा कहाँ छ त हाम्रो पत्रकारितामा? खोज पत्रकारिता यसमा नै गर्नुपर्छ।

हामी इन्टरनेट, कम्प्युटर र प्रविधिको जमानाको पत्रकारिताको कुरा गरिरहेका छौं । सबै खालका आधारभूत जानकारीहरू हातहातमा आइपुगेका छन् । तर पनि हामीले जानेका छैनौं भनिरहेका हुन्छौं । यो प्रवृत्ति नै ज्यादै चुनौतीपूर्ण छ । खोज पत्रकारिता गर्ने हो भने यस्ता प्रवृत्तिलाई मिल्काइहाल्नु पर्दछ । इन्टरनेट र कम्प्युटर सूचनाप्रविधिका साधन मात्र होइनन्, ज्ञानका भण्डार पनि हुन् । अहिले विश्वव्यापी रूपमा जलवायु परिवर्तनका मुद्दा उठेका छन्, यो ठूलो मुद्दा हो । यसले राजनीति, कूटनीतिक र आर्थिक विश्वलाई ठूलो प्रभाव पारिरहेको छ । तर हामीकहाँ यसको सञ्चार शून्य छ ।

अन्त्यमा, म आग्रह गर्दछु, अब सतही पत्रकारिताले काम चल्दैन । खोज पत्रकारिता नै गर्नुपर्दछ । गहन विषयलाई सरल तरिकाले समाजसमक्ष पुऱ्याउने जिम्मेवारी तपाईं पत्रकारहरूकै काँधमा छ । यो जिम्मेवारी वहन गर्न थाल्नुभयो भने यहाँ खोज पत्रकारिता आफैँ शुरू हुन्छ ।

छायामा परेकालाई खोज्न थालौं

तारानाथ दाहाल

पूर्व सभापति, नेपाल पत्रकार महासंघ

सर्वप्रथम त खोज पत्रकारितालाई अगाडि बढाउन लागिएकोमा ज्यादै खुशी लागेको छ। पछिल्लो पटक दुई/चार वटा ठूला समाचारहरूका सन्दर्भमा भएका लामा छोटो छलफलहरूमा मेरो सहभागिता रहन गयो। समाचारमा अप्रिय रूपको खोजी गर्ने र त्यसलाई बाहिर ल्याउँदाखेरिका परिणामहरू बारे छलफल भए। तर त्यसपछि नेपालको मिडियाले कुन ढंगले आफूलाई अपडेट गर्‍यो भन्ने कुरालाई विश्लेषण गर्दा अहिले म चार वटा निष्कर्षमा पुगेको छु। ती निष्कर्षहरू तीता छन्।

पहिलो त नेपाली पत्रकारितामा खोज गर्ने प्रवृत्ति छँदैछैन। हाम्रा समाचारमा खोजको मात्रा शून्यप्रायः छ। यहाँ खोज पत्रकारिताको लगभग मृत्यु भइसकेको छ। दोस्रो, नेपाली पत्रकारिता भ्रष्ट हुँदैछ। यहाँ भ्रष्टाचार भित्रिएको छ। यो क्षेत्र एकदमै भ्रष्टाचारको जालोमा फसेको छ। पत्रकारहरू भ्रष्टाचारको विरुद्ध होइन, भ्रष्टाचारीको सहयोगी समेत बन्न पुगेका छन्। नेपाली पत्रकारिता यिनै भ्रष्टहरूको जालोभित्र गुम्सिएको

छ । तेस्रो, नेपाली पत्रकारितामा सम्पादकीय स्वतन्त्रता ज्यादै न्यून छ । मलाई लाग्छ, सम्पादकीय स्वतन्त्रता दश/पन्ध्र प्रतिशत मात्र बाँकी होला । सञ्चारमाध्यम, जसले पूर्ण स्वतन्त्रताको अभ्यास गर्नुपर्ने हो, त्यसको सम्पादकीय स्वतन्त्रताचाहिँ कसले खाइदिएछ त ? यसको संविधानले दिएको हक कसले खाइदिएछ त ? जवाफ पाइन्छ, साहूरूले खाइदिए । व्यापारीले खाइदिए । अहिले हामीकहाँ समाचारकक्ष भन्दा मार्केटिङ डिभिजन धेरै बलियो छ । त्यसैले तिनीहरूले सबै समाचार खाइदिए ।

अर्को चाहिँ, नेपाली पत्रकारहरूसँग समाचारसम्म पुग्ने र त्यसलाई प्रस्तुति दिने क्षमता चाहिँ छँदै छैन भने पनि हुन्छ । सबै पत्रकारहरूमा 'मै हुँ' भन्ने प्रवृत्ति छ । दुई वर्ष पत्रिकामा नाम सहितको समाचार निस्किएपछि त्यो जान्ने र सिपालु वर्गमा परिहाल्छ । अरु टेलिभिजनमा त ६ महीना अनुहार देखाउन पाएपछि अथवा रेडियोमा एक वर्ष बोलेपछि यो मुलुकमा मभन्दा जान्ने सुन्ने, मभन्दा गतिलो पत्रकार अर्को छैन, पत्रकारिताको आइकोन नै मै हुँ भन्ने खराब प्रवृत्तिले सबै पत्रकारलाई गाँजेको छ । मैले अर्कै सिक्नुपर्छ, पढ्नुपर्छ, खोज्नुपर्छ, मिहिनेत गर्नुपर्छ, जान्नुपर्छ भन्ने प्रवृत्ति यहाँ कसैमा पनि छैन, पत्रकारहरूमा त छँदै छैन । यो कुन स्कूलिङ हो मैले बुझ्न सकेको छैन । हामी पुराना पत्रकार हौं, हामी त अर्कै स्कूलिङबाट आएका थियौं । हामीमा त्यो प्रवृत्ति आएन । त्यो सामाजिक स्कूलिङ थियो । आज पत्रकारिताको व्यावसायिक स्कूलिङ शुरू भएको छ । व्यावसायिक दुनियाँको स्कूलिङमा यस्तै हुँदै आएको छ । यस्ता स्कूलिङप्रति आशावादी हुन सकिने स्थिति छैन ।

आजको सन्दर्भमा हामीले गर्नुपर्ने त खोजी पत्रकारिता नै हो । पत्रकारिता भनेको प्रशंसा वा प्रचार होइन । प्रचार गरिदिने त विभिन्न माध्यम हुन्छन् । प्रचार गर्ने, प्रशस्ति गाउने अथवा गालीगलौज गर्ने काम त पत्रकारिताको हुँदै होइन । तर हाम्रो पत्रकारिता हेर्दा भने यिनै चीज बढी पाइन्छन् । प्रशंसाको बाढी आएको छ । नेताको, आफन्तको, स्वार्थ गाँसिएका समूहको । अनि गालीगलौजको पनि बाढी आएको छ । यस्तै सामग्रीले पेज भरिएका छन्, कार्यक्रमको समय सकिएको छ ।

पत्रकारिताले लुकेका कुराहरूमा प्रकाश पार्नुपर्ने हो । नदेखिएका कुराहरूलाई देखाइदिनुपर्ने हो । तर आज जे-जति समाचार आउने गरेका

छन्, ती सबै देखिएकै, सुनिएकै कुराहरू दोहोरिएर र तेहरिएर आउने गरेका छन् । सबै माध्यमहरूमा उही समाचार आउँछन् । तर पुरानै सूचनाहरू राखिएका हुन्छन् । यस प्रक्रियाले समाजलाई स्थिर राख्न खोजेको छ । अब ढिला भइसकेको छ । केही सुधार त गर्ने पर्छ ।

सुधारका सन्दर्भमा तीन/चार वटा काममा ध्यान दिनुपर्छ होला । पहिलो काम, पत्रकार आफैले बलियो र विश्वासिलो सूचना स्रोतको विकास गर्नुपर्छ । सञ्चारमाध्यमले पनि पत्रकारहरूलाई सूचना स्रोत बनाउने दक्षता विकास गर्ने अवसर उपलब्ध गरिदिनुपर्छ । उनीहरूलाई सूचना स्रोतसँग सम्बन्ध विकास गर्न सक्ने क्षमताको बनाइदिनुपर्छ । त्यस किसिमको सीप, कौशल आदिको विकास गरिदिनुपर्छ ।

दोस्रो काम, हामीकहाँ पत्रकारिता विकासका स्रोतहरू जति शहरमा केन्द्रित छन् । यस्ता स्रोतकेन्द्रहरूले मोफसलमा सहयोग गर्नुपर्छ । पत्रकारले गाउँ घुम्ने बानी बसाल्नुपर्छ । गाउँमा के-के ओफेलमा परेका छन्, के के लाइटमा आएका छन्, ती सबैलाई ध्यानमा राखेर शहरमा दबाव बढाउनुपर्छ । शहरका मञ्चमा जे देखिएका छन्, अनि जे-जे चर्चामा आएका छन्, तिनको पछि लागेर पुग्दैन । शहर बजार र होटलमा भएका कुराहरू मात्र समाचार बन्दैहुँदैन । ओफेलमा परेका र छायाँमा परेकालाई खोज्न जानुपर्छ । अहिले जे जति मुद्दा ओफेलमा परेका छन्, ती सबै राष्ट्रिय मुद्दा हुन् । तिनलाई राष्ट्रिय मुद्दा बनाउन शुरू गर्न गाउँ जान थाल्नुपर्छ । ओफेलतिर प्रकाश पार्नुपर्छ । ओफेलमा हराएका मुद्दाहरू पनि ठूलै समाचार बन्न सक्छन् भन्ने कुरामा ध्यान दिनुपर्छ । अनि समाचारको फलोअप चाहियो ।

अर्को समस्या हाम्रा सम्पादकहरूमा छ । उनीहरू मुद्दा नै बुझ्दैनन् । किनभने उनीहरू केही खोजी नै गर्दैनन् । विषय बुझ्न नसक्ने सम्पादकहरू यहाँ धेरै छन् । यहाँ विधि र विषयमा जानकारी राख्ने सम्पादकको कमी छ । उनीहरूले आफ्ना रिपोर्टरलाई विषय र मुद्दा दिन सकेका छैनन् । युवा पत्रकार, जाँगर भएका पत्रकारलाई पनि परिचालित गर्नसकेका छैनन् । अनि कसरी हुन्छ, पत्रकारिता ?

समाज र सामाजिक विषयको विश्लेषण गर्न सक्ने सम्पादक हुने हो भने उसले धेरै चाखलाग्दा र नयाँ मुद्दाहरू पत्ता लगाउन

सक्छ । नेताहरूको आदेश लिने, साहूको आदेश लिने सम्पादकले कसरी पत्रकारितालाई अगाडि बढाउन सक्छ र? समाजमा के ओकेलमा परेको होला, तिनको असर कहाँ गएर परेको होला भन्ने विषयमा चिन्तन गर्ने सम्पादक चाहिन्छ । यसका लागि मिहिनेत गर्ने सम्पादक चाहिन्छ । त्यसैले मिहिनेत गर्नुपर्ने । सम्पादकले नचाहेसम्म र उसले मिहिनेत नगरेसम्म पत्रकारिता हुनसक्दैन, खोजी पत्रकारिता त ऊनै हुनसक्दैन । अब रिपोर्टरहरूलाई मात्र दोष दिएर पुग्दैन । सम्पादक तयार नभई खोजी समाचार वा राम्रो समाचार आउन सक्दैन । सम्पादक तयार भएपछि समाचार आउँछ । पत्रकारिताको नेतृत्व सम्पादकले लिनुपर्ने । रिपोर्टरहरूलाई नयाँ विषय दिन सक्नुपर्ने । सल्लाह दिन सक्नुपर्ने । केही गरेर देखाउने अवसर दिनुपर्ने ।

अहिले उन्नत प्रविधि छ । सेवासुविधा पनि राम्रो छ । तर सम्पादकीय योजनाको अस्तित्व नै छैन । यसरी कसरी हुन्छ? पत्रकारले आफ्नो सुविधा र अधिकारको पनि प्रयोग गरेका छैनन् । सूचनाको हक स्थापित भएको छ । सहयोगी निकाय उपस्थित छन् । पत्रकारले सूचना मागिदिने पुग्छ, दिनेहरू आतुर छन् । नदिनेहरू कारवाहीमा पर्छन् । अनि सूचनाको ढोका फराकिलो हुँदै जान्छ । यतातिर काम गरौं भन्छु, लौ न आओ म सहयोग गर्छु भन्छु, कसैले वास्तै गर्दैन । मिहिनेत गर्ने धैर्य र जाँगर छँदै छैन । अनि राम्रा र भरपर्दा समाचार कसरी आउँछन् ?

खोज पत्रकारिता गर्नु भन्ने साथीहरूलाई म आग्रह गर्छु, तपाईंहरू मेरो अफिसमा आउनुस्, तपाईंलाई म अनेक विषयका गोप्य फाइलहरूको थुप्रो लगाइदिन्छु । मैले आफैले खोजेका कतिपय सूचनाहरू दिन्छु । तिनलाई पढेर समाचार बनाउन सक्नुहुन्छ । धेरैले यस्ता सूचनाहरू प्रयोग गर्न नसक्लान् तर केहीले त अवश्य पनि सक्नुहुन्छ । हेर्नेस्, भ्याट छलीको मामिला कसरी मिडियामा आयो, अनि कसरी त्रुटि गएर गयो । त्यसले न्याय पाएन । प्रष्ट देखियो, यहाँका सञ्चारमाध्यममा बाहिरकै शक्ति हावी छन् । सम्पादक निरीह छन् । त्यति ठूलो राष्ट्रिय मुद्दाले न्याय नपाएपछि मैले थप प्रयास गर्ने । धेरै इन्भेष्टिगेटिभ टुल्सहरू प्रयोग गरेर महत्त्वपूर्ण फाइलहरू ल्याएँ । आज ती फाइलहरूबाट समाचार आउन सकेका छैनन् । कोही चासो

देखाउँदैन । पत्रकारलाई मालिकको डर छ । त्यसकारण न्यूजका फाइलहरू थन्किएर बसेका छन् ।

खोज पत्रकारिता केन्द्रले नयाँ रणनीति लिएर आएकोमा मलाई ज्यादै खुशी लागेको छ । बहुसञ्चारमा जाने रणनीति लिनु आज जरूरी छ । पत्रकारहरूलाई अनुसन्धान सीपको खाँचो छ, तिनको क्षमता बढाउनुपर्दछ । हिम्मत भएको र इमानदार पत्रकार बनाउन रुनै खाँचो छ । राम्रा र क्षमतावान् पत्रकारका लागि फोरम विकसित गर्न अछ ठूलो खाँचो छ । राम्रा पत्रकार कहाँ जाने ? तिनका सामग्रीले कहाँ स्थान पाउने ? यो अहिलेको सबैभन्दा ठूलो खतरा हो । यही हो 'साहूजी खतरा !' यसका प्रभावले यहाँ समाचार मारिएका छन्, पत्रकारिता मारिएको छ । योभन्दा ठूलो खतरा अर्को के हुन सक्छ ? यस्ता खतराबाट बच्ने उपाय निकाल्नतिर पनि ध्यान दिन जरूरी छ ।

आज हामीसँग समस्याको थुप्रो लागेको छ । पत्रकारहरूमा सीप र क्षमता छैन, लगानीकर्ताहरू पत्रकारिता मैत्री छैनन्, नैतिकतामा ह्रास आएको छ । खतराहरू बढेका छन् । समाचारमाथि होस् वा पत्रकारमाथि आक्रमण भइरहेका छन् । धम्की चलिरहेको छ । अछ सबभन्दा ठूलो खतरा चाहिँ पत्रकारहरूको 'मै हूँ' भन्ने प्रवृत्ति नै हो । पत्रकारको अहिलेको 'मिसन'मा 'क' थपिदिनुभएको छ रघु मैनालीजीले । आज मिसन 'कमिसन' मा परिणत भएको छ । नेपाली पत्रकारिताको मुख्य समस्या यही नै हो ।

अहिले विषयगत पत्रकारिता अर्थात् बिट पत्रकारिता चलेको छ । पत्रकारिताका विषयहरू ठेक्कामा चलन थालेका छन् । तर जुहार पत्रकारिता चाहिँ मरेछ । बिट पत्रकारहरू कन्सल्ट्यान्ट बन्न थालेछन् । कन्सल्ट्यान्ट बनेपछि, बिटको ठेक्का पाएपछि, त्यो पत्रकार होइन, 'बिट सरदार' बन्न थालेको छ । बिटको ठेक्का पाएपछि पत्रकारको चरित्र मर्दोरहेछ र बिट चरित्रको जन्म हुँदोरहेछ । यो अर्को समस्या भएको छ । यतातिर कसरी हेर्ने हो ? त्यसलाई पनि ध्यान दिनुपर्छ जस्तो लाग्छ ।

पत्रकारिताको समाजप्रति ठूलो दायित्व हुन्छ भन्ने कुरा हामीले सिकेका थियौं । मिडियाले समाजलाई केही चीज दिनुपर्छ, त्यसले समाजमा सकारात्मक प्रभाव उत्पन्न गर्न सक्नुपर्छ । हाम्रो पत्रकारिताले समाजमा

कुनै तरङ्ग ल्याइरहेको छैन । समाजले सहयोग पाउन सक्दैन भने करोडौंको लगानीका मिडिया आउनुको केही अर्थ छैन ।

फेलोशिप दिएर तयार पारिएका समाचारहरू म हेर्छु । ती केही लामा हुन्छन् । अधिकतम फीचरहरू उत्पादन भएका छन् । तर फीचर लेख्न जान्नु र खोज पत्रकारिता गर्नु फरक कुरा हो । हामीले चाहिँ लामा-लामा फीचरलाई खोज पत्रकारिता भनिरहेका छौं । आठ-दश जनाको बनाइ उद्धृत गरेर साहित्यिक शैलीमा प्रस्तुत गरेपछि त्यो खोज समाचार भयो भन्ने ठूलो भ्रम फैलिदै गएको छ ।

दुई हजार शब्दको समाचार लेख्यो, दश-बीस जनालाई सोध्यो, अनि साहित्यिक गफ दियो- यसरी मात्र समाचार प्रभावकारी हुन सक्दैन । छोट्टा समाचारहरू लेखेर पनि खोज पत्रकारिता गर्न सकिन्छ । मुख्यतः समाचारमा ठोस अन्तरवस्तु हुनुपर्छ, तपाईंले त्यस्तो बृहत् सामाजिक महत्त्वको चीज खोजेर ल्याउन सक्नुपर्छ, जो बाहिर आएको छैन, एक्सपोज भएको छैन । अनि खोज पत्रकारिता हुन्छ । त्यसले समाजलाई ठूलो योगदान दिन सक्छ । त्यसले जनतालाई साँच्चै उपयोगी जानकारी दिन सक्छ । जनतालाई सत्य जानकारी दिनु नै खोज पत्रकारिता हो । यस किसिमको पत्रकारिताको सुरुआत यहाँ हुनसकेको छैन । त्यसैले खोज पत्रकारिता केन्द्रले तालीम दिँदा फीचर तयार गर्ने खालको तालीम दिनुहुँदैन । त्यसले केही दिन सक्दैन, पेज भने पत्रकारको उत्पादन मात्र गर्दछ । अब निडर, जुझारु र इमानदार पत्रकारहरूको उत्पादन गर्नुपर्दछ । अनि मात्र वास्तविक रूपमा खोज पत्रकारिता शुरू गर्न सकिन्छ । यति मात्र गर्न सकियो भने माथि भनिएका धेरै समस्याहरू आफैँ हराएर जानेछन् ।

समाचारको फलोअप गर्ने अभ्यास गरौं

सुरेश आचार्य

पूर्व सभापति, नेपाल पत्रकार महासंघ

खोज पत्रकारिताका लागि नयाँ आएका साथीहरू योग्य हुनुहुन्छ। उहाँहरू फ्रेस हुनुहुन्छ। नयाँ साथीहरूको आगमनलाई मैले चाहिँ सकारात्मक कदमको रूपमा बुझिरहेको छु। उहाँहरूले पत्रकार बन्नभन्दा अगाडि नै खोज शुरू गर्नुपर्ने अवस्था आएको छ। उहाँहरूले सञ्चारमाध्यमकै फलोअप गर्नुपर्ने अवस्था आएको छ। त्यसो गरिसकेपछि मात्र उहाँहरूले पत्रकारिता शुरू गर्नुहुन्छ। किन भन्नुहुन्छ भने, नेपाली पत्रकारिताको आजको हालतलाई व्यङ्ग्य गर्ने खालका उखानहरू नै बन्न थालेका छन्। नेपाली पत्रकारितामा तलब पनि जागिर पनि दुई वटै मिल्दैन। अर्थात् पत्रकार बन्न पाइन्छ, जागिर खान पाइन्छ, तर तलब खान अर्कै मेसो मिलाउनुपर्दछ।

आजका नयाँ पत्रकारले खोज पत्रकारिता र फलोअप पत्रकारिता यहीँबाट शुरू गर्नुपर्छ। जागिर पो मिडियामा खाएको त, तलब त अन्तैबाट लिनुछ, त्यसैले त्यो कहाँबाट आउँछ, फलोअप त गरिरहनै

पर्छ । यस कारण आजका पत्रकारहरूको खोज पत्रकारिता, उनीहरूले तयार गर्ने कुनै स्टोरी, त्यसले तलब फार्ने हो कि होइन भन्ने निष्कर्षबाट मात्र शुरू हुन्छ । तलब आउने खालको रहेछ भने राम्रैसँग इन्भेष्टिगेशन हुन्छ । यो भयो पत्रकारहरूको खोज समाचारको कुरो ।

अब प्रश्न उठ्छ, सञ्चालकहरूको प्रतिक्रिया कहाँबाट शुरू हुन्छ भन्ने । पत्रकारले तयार गर्न लागेको खोज समाचारले विज्ञापन आउँछ कि आउँदैन, सञ्चालकले त्यही हेर्छ । विज्ञापन आउने रहेछ भने खोज समाचारले मार्ग पाउँछ, तर विज्ञापन नआउने रहेछ भने त्यो खोज समाचारमा सञ्चालकको दृष्टि मिसिएर आउँछ वा रोकिन्छ । अब हामीले यहाँको पत्रकारितामा यसरी उल्टो चलिरहेको प्रक्रियालाई सुल्झ्याउनुपर्ने भएको छ । हामी त्यसो गर्न सक्छौं कि सक्दैनौं? यसतर्फ खोज पत्रकारिता केन्द्रले विचार गर्नुपर्‍यो । जुन प्रक्रिया आज अभ्यासमा छ, त्यसलाई अब उल्ट्याउनु पर्छ । त्यो घडीको सुई घुमाउने आँट छ कि छैन, त्यहीबाट खोज पत्रकारिताको अभियान शुरू गरौं भन्ने मेरो सुझाव छ ।

मैले यो किन भनिराखेको छु भने एउटा ट्रेनिङ इन्स्टिच्युटले केही वर्ष अगाडि मलाई एउटा काम दिएको थियो । तिनका हर्ताकर्ताहरूले मलाई भनेका थिए, 'ट्रेनिङ गरेको त वर्षौं भयो, अब चाहिँ ट्रेनिङको प्याटर्न नै चेन्ज गर्नुपर्ने हो कि? मिडिया हाउसमा कार्यरत पत्रकारहरूले पटकै चासो दिएनन्, उनीहरू तालीम लिन आउँदै आएनन् । मिडिया भन्दा बाहिरका मानिसहरूले चासो देखाइरहेका छन्, आइराखेका छन् । तर यी मानिसहरू तालीमपछि मिडिया हाउसमा छिर्न सक्दैनन् । ती सबै बाहिर पर्न थाले । मिडिया हाउसका सञ्चालकहरूले तालीमलाई कुनै महत्त्व नै दिएनन्, आवश्यकता नै ठानेनन् । उनीहरू आफैले इनहाउस ट्रेनिङ पनि चलाउँदैनन् । के कारणले यस्तो अवस्था आएको हो, त्यसको एसेस्मेन्ट गर्नुपर्‍यो ।

त्यो जिम्मेवारी पूरा गर्ने सन्दर्भमा मैले समाचार प्रमुखहरू र मालिकहरूलाई भेटेर कुराकानी गरें । नेपालका ठूला भनिएका मिडियाहरू प्रिन्ट, रेडियो, टेलिभिजन आदिका मुख्य कडी समाचार प्रमुखहरू र सञ्चालकहरूसँग लामो कुराकानी गरें । एउटा मिडियाका समाचार प्रमुखले प्रष्टैसँग भने, 'खै तपाईंहरू के-के तालीम चलाउनुहुन्छ, के के

भन्नुहुन्छ, तर हामीलाई त्यस्तो केही आवश्यकता परेको छैन । हाम्रा पत्रकारहरूलाई कुनै तालीम चाहिँदैन ।’

अनि मैले कस्तो तालीम चाहिँ चाहिएको छ त भनेर अर्को प्रश्न गरें । फेरि प्रष्ट जवाफ आयो, ‘हाम्रा पत्रकारहरूलाई के तालीम चाहिँन्छ र ! उहाँहरूले नजानेको के छ र ! सबै जान्छन्, तालीमको केही आवश्यकता छैन ।’ यसो भनेर मलाई निराश फर्काउने ती पत्रकार आज त्यही पदमा त्यही जिम्मेवारीमा हुनुहुन्छ कि हुनुहुन्न मलाई थाहा छैन । तर त्यो मिडिया चाहिँ आज पनि जीवित छ, सक्रिय छ । कसले कति डलरको समाचार स्पान्सर गर्न चाहेको हुन्छ, ऊ त्यहाँ गए हुन्छ । त्यस्ता समाचार बनिरहेका छन् र मिडिया पनि चलिरहेको छ ।

यता, हामीले लगातार सीप सिकाउने कुरा गरिरहेका छौं । त्यो सीप कसका लागि ? जति ‘स्किल ओरिएन्टेड’ तालीम छन्, ती सबै दक्ष रिपोर्टर तयार गर्न केन्द्रित छन् । खोज पत्रकारिताका तालीम मात्र हैन, आधारभूत पत्रकारिताका तालीम सञ्चालन गर्न जाँदा पनि प्रशिक्षार्थीहरू कराउन थाल्छन् - तपाईंले यस्ता कुरा हामीलाई मात्र सिकाएर पुग्दैन, हाम्रा सम्पादकहरूलाई पनि तालीममा राखेर सिकाइदिनुपर्छ । तपाईं यहाँ एउटा कुरा सिकाउनुहुन्छ, हामी फर्केर गएर त्यही कुरा लागू गर्न खोज्छौं, तर सम्पादकले स्वीकृति नै दिँदैनन् । उल्टो पारेर लेखिदियो भने बल्ल त्यो छापिन्छ । हाम्रा लागि सम्पादकले जे विचार गरेका हुन्छन्, उनले जे प्रकाशन गर्न चाहेका हुन्छन्, हाम्रा लागि त्यही नै समाचार हो । सम्पादक मात्र होइन, डेस्कमा बस्ने समाचार प्रमुख वा समाचार सम्पादकले पनि यस्तै व्यवहार गर्छन् । उहाँहरूलाई तालीम दिनुपर्छ । यी काम नगरी, तपाईंहरूले सिकाए जसरी हामीले पत्रकारिता गर्न सक्दैनौं, समाचार लेख्न सक्दैनौं ।

अहिलेको पत्रकारिताको मुख्य समस्या यहाँ छ । तर हामी खोज पत्रकारिताका कुरा गरिरहेका छौं । कुनै पत्रकारले मिहिनेत गरेर इमानदारीपूर्वक कुनै सत्य समाचार तयार गर्छ भने तपाईंले जुन मिडियामा पठाउनुहोला, त्यसको सम्पादकले कति बुफेर, कुन रूपमा हेर्ला ? अनुमान लगाउन गाह्रो छैन । तपाईंले सम्पादन गरेको र तय गरेको समाचारले मान्यता पाउनैपर्छ भन्ने छैन । तपाईं उनीहरूको

सम्पादकीय समूहको सदस्य पनि होइन। त्यसैले तपाईं वा खोज पत्रकारले पठाए अनुसारका सामग्रीले स्थान पाउँदैनन्। यो अर्को समस्या हो।

अर्को समस्या छ, फेलोशिप दिएर तयार पारिएको खोज समाचारमा। केही दशक अगाडि नेपालमा विकास पत्रकारिताको हावा चल्यो। हुरी नै चल्यो भन्दा पनि हुन्छ। त्यस संघसँगै नयाँ प्रविधि पनि भित्रियो। त्यो थियो फेलोशिप पत्रकारिता अर्थात् 'इन्भेलप पत्रकारिता'। चारैतिर विकास विकास भएका समाचार आउँथे। त्यसको बदलामा पत्रकारहरूले नसोचेको रकम पाउँथे, त्यो पनि इज्जतसाथ खामबन्दी गरेर। यसरी फेलोशिप दिएर उत्पादन गराइएका समाचारहरू फिल्ड रिपोर्टिङबाट फर्किएपछि पत्रकारलाई खाम मिल्यो भने छापिन्थे, खाम मिलेन भने छापिँदैनथे। हामीकहाँ मात्र होइन, दुनियाँभरमा चलेको यो फेलोशिप प्रविधिले पत्रकारहरूको प्रवृत्ति नै बिगारिदियो। पत्रकारिता नै बिगारिदियो। यही खतराले आज हाम्रो पत्रकारितालाई ड्याकिरहेको छ।

अब अर्को खतरा हेरौं। यहाँ खोज पत्रकारिताका कुरा गर्दा कसका विरुद्ध वा कसका पक्षमा के लेख्ने भन्ने मन्थन चलन थाल्छ। अनि त्यसमा इन्भेष्टमेन्ट (समाचारका लागि लगानी)का कुरा चलन थाल्छन्। अहिले 'इन्भेष्ट गरिएको' समाचारलाई 'इन्भेष्टिगेटिभ समाचार' भन्ने गरिएको छ। इन्भेष्ट गर्नेले इन्भेष्ट गरिदियो भने इन्भेष्टिगेटिभ समाचार आएको ठानिन्छ। अर्थात् इन्भेष्ट गर्ने नआएसम्म इन्भेष्टिगेटिभ समाचार आउने अवस्था छैन। किन भन्नुहुन्छ भने, हाम्रा मिडिया हाउसको हविगत हामी सबैले देखेका छौं। उहाँहरूलाई मिडिया चलाउने सोख छ, मिडिया चलाउनुपर्छ भन्ने रोग छ। तर मिडियामा राम्रा र सत्य समाचार आउनुपर्छ, त्यसका लागि लगानी पनि गर्नुपर्छ भन्ने थाहा छैन। प्रिन्ट मिडियामा त समाचारका लागि इन्भेष्ट गर्नुपर्छ भन्ने कुरा नै थाहा छैन। रेडियो र टीभीमा यो प्रवृत्ति शुरू नै भएको छैन। केही टेलिभिजन र रेडियोले इन्भेष्टिगेटिभ समाचार दिन खोजेको हो कि भन्ने छनक दिएका छन्। तर जब हामी तिनले दिएका सामग्री गहिरिएर हेर्न थाल्छौं, त्यहाँ हामी केही घातक बाध्यताले काम गरेको पाउँछौं। यो बाध्यता पत्रकारहरूको हो कि मालिकहरूको स्वार्थका कारण उत्पन्न भएको हो हामी बुझ्न सक्तैनौं। खोज पत्रकारिता गरेको जस्तो देखाउने

केही टीभीका नाम चलेका कार्यक्रमहरूमा तलब खोज्ने र विज्ञापन खोज्ने खालका खोज समाचार मात्र आइरहेका छन् । तिनलाई हामी नाङ्गा आँखाले नै प्रष्ट छुट्याउन सक्छौं । यो खोज समाचार यसकारण आएछ भनेर प्रष्टै बुझ्न सक्छौं ।

त्यसैले अब रणनीति नै परिवर्तन गर्नु जरूरी छ । प्रिन्ट मिडियामा समाचार दिनका लागि धेरै लगानी भइसक्यो । अब रेडियो र टेलिभिजनलाई यतातिर तान्नुपऱ्यो । यताबाट इन्भेष्टिगेटिभ हुन सक्छ भने नयाँ प्रयास थालौं । उनीहरूलाई नै तालीम र खोज पत्रकारिता गर्ने अवसर देऔं । अन्यथा उनीहरूले जहाँबाट तलबको जोहो गरेका हुन्छन्, उतैबाट खोज पत्रकारिताको अभियान शुरू हुन्छ । एकातिर जागिर खाने अनि अर्कोतिरबाट तलब खाने स्थितिको अन्त्य नभएसम्म खोज पत्रकारिताको सुरुआत हुन सक्तैन । खोज पत्रकारिता केन्द्रको दृष्टि र योगदान यतातिर जाओस् ।

खोज पत्रकारिता गर्न सक्ने जनशक्ति बढ्दैछन्

कपिल काफ्ले

सम्पादक, नेपाल समाचारपत्र

खोज पत्रकारिताको अवधारणा के हो ? केलाई खोज पत्रकारिता भन्ने ? मुख्य परिभाषाहरू नै प्रष्ट नपारिकन हामीले खोज पत्रकारिता गर्न सक्दैनौं । वास्तविक खोज पत्रकारितामा आधारित भएर समाचार खोजी गरिने अभ्यास हामीकहाँ धेरै कम देखिएको छ । त्यसै कारण नीतिगत परिवर्तन गर्ने वा समाजमा व्यापक प्रभाव पार्ने किसिमका समाचारहरू आउन सकेका छैनन् । पोलिसीमा लुकाउन खोजिएको विषय होस् वा पत्रकारले आफैँ खोजी गरेर पत्ता लगाएको विषय होस्, त्यस्तो परिचय दिने खालको समाचार आउन सकेका छैनन् । समाजमा व्यापक प्रभाव पार्ने खालका विषयमा खासै समाचार लेखिएको छैनन् । यस्ता सन्दर्भलाई ध्यानमा राखेर समाचार खोज्न र लेख्न थालियो भने खोज पत्रकारिताको अभ्यास शुरू भइहाल्छ । समाचारको टाउको वा पुच्छरमा खोज समाचार भन्ने ट्याग कुण्ड्याइदिएर मात्र खोज पत्रकारिता हुँदैन ।

खोज पत्रकारिताका चुनौती धेरै छन् । पत्रकारले मात्र चाहेर यो अभियान अगाडि बढाउन सकिदैन । प्रष्ट कुरा के हो भने यहाँका मिडिया धेरै कुरामा कमजोर छन् । आर्थिक पक्ष त फनै कमजोर छ । ठूला मानिएका अखबारहरू, म्यागेजिनहरू, मिडिया हाउसहरू पनि बाँच्नका लागि संघर्ष गरिरहेका छन् । यसै कारण यहाँ सम्झौता-पत्रकारिता भइरहेको छ । खोज पत्रकारिता हैन, सम्झौताको पत्रकारिता । समाचारको सम्झौता, विज्ञापनको सम्झौता । सबैतिर सम्झौतै सम्झौता ।

सामाजिक सेवाका लागि पत्रकारिता भइरहेको छैन, लाभका लागि पत्रकारिता भइरहेको छ । लाभ कहाँबाट आउँछ, विज्ञापन कहाँबाट आउँछ, कहाँबाट सहयोग प्राप्त हुन्छ, कहाँबाट शक्तिकेन्द्रहरू आफ्नो पक्षमा आउँछन्, यसका लागि पत्रकारिता भइरहेको छ । यसैले पत्रकारले चाहेर पनि यहाँ खोज पत्रकारिता हुनसकेको छैन । समय र सञ्चार गृहले साथ नदिएसम्म पत्रकारले मात्र खोज पत्रकारिताका चुनौतीहरू थेग्न सक्तैनन् ।

एक त धेरै पत्रकारले न्यूनतम तलब पनि नपाएको अवस्था छ । त्यसमाथि, खोज पत्रकारिता गर्दा उसलाई आइपर्ने खतराका लागि इन्स्योरेन्सको समस्या कसले हेरिदिने ? म विश्वस्त छु, यहाँ खोज पत्रकारिता गर्न सक्ने योग्य पत्रकारहरू धेरै छन् । उनीहरूको दक्षतामा कुनै कमी-कमजोरी छैन होला । भए पनि तिनलाई सुधार गर्न सकिन्छ । तर सञ्चार गृहहरू तयार छैनन् । यस्तो अवस्थामा खोज पत्रकारिता केन्द्रले जे-जति प्रयास गरेको छ, त्यो सराहनीय छ, यसलाई हामी सबैले सघाउनुपर्दछ ।

सबै काम अरूले नै गरिदिउन् भनेर बस्यौं भने फेरि पनि पत्रकारितामा सुधार आउन सक्तैन । खोज पत्रकारिता हुन सक्तैन । खोज पत्रकारिता गर्ने वातावरण बनाउनु हामी सबैको जिम्मेवारी हो । हामी सबैले यति कुरा महसूस गरेर सक्रिय हुन थाल्यौं भने आज गरिएका जस्ता गुनासाहरू अर्को वर्ष गर्नुपर्ने छैन । खोज पत्रकारिता गरेकोमा हामी सबैले एकअर्कालाई प्रशंसा गर्न थाल्ने छौं । अनि उत्साह र हौसला पनि बढेर जानेछ । हाम्रा उदाहरणीय कामबाट नयाँ साथीहरूले पनि सिक्नेछन् । अरूले कहिले हौसला देला वा स्रोत देला भनेर पर्खेर बस्यौं भने हामी फेरि पनि पछि पर्नेछौं ।

जनताको चासो भएका विषयमा खोज गरौं

तीर्थ कोइराला
प्रमुख, कान्तिपुर टेलिभिजन

हामी पत्रकारिताको कुरा गर्दा जहिले पनि यो खोज पत्रकारिता भएन, त्यो खोज पत्रकारिता भएन भन्छौं। पञ्चायतकालमा पनि खोज पत्रकारिताका कुरा हुन्थे, गर्न नसकिएकोमा पछुतो मान्थ्यौं। बहुदल आएपछि पत्रपत्रिका पनि ठूला हुन्छन्, खोज पत्रकारिता पनि जोडले चल्छ भन्ने सपना देख्थ्यौं। बहुदल पनि आयो, पत्रिका पनि ठूला भए, पत्रकारहरू पनि धेरै भए, तर खोज पत्रकारिता शुरू हुन सकेन। अनि खोज पत्रकारिता गर्न बहुदलले नपुग्ने रहेछ, अझ ठूलो बहुदल आएपछि गजबको खोज पत्रकारिता गर्न सकिन्छ भनेर लागियो। 'ठूलो बहुदल' पनि आयो, फेरि पत्रिकाहरू थपिए, रेडियो-टेलिभिजन थपिए, पत्रकारहरू थपिए, तर पत्रकारिताको शैली र स्वरूपचाहिं फेरिएन। अहिले पनि हामी खोज पत्रकारिता हुन सकेन भनेर छलफल गरिरहेका छौं।

अहिले पत्रकारिताका लागि धेरै पूँजी लगानी भएको छ, प्रविधि पनि नयाँ-नयाँ आएको छ। सुविधा पनि बढेको छ। जाँगरिला मान्छेहरूको प्रवेश

पनि भएको छ । तर शब्दज्ञान, तथ्यज्ञान र जिम्मेवारीबोधका हिसाबले, पत्रकारिताको स्तर वृद्धि हुन सकेन । यसपालि दशैको समयमा सरकारी निकायबाट खाद्य पदार्थको अनुगमन भयो । पत्रकारहरू सबै अनुगमन गर्न लागे । आज त्यो अनुगमन कहाँ गयो कसैलाई थाहा छैन । खाद्यपदार्थमा मिसावट भइरहेको छ कि छैन, आज कसैले खोजेका छैनन् । कर्मचारीले अनुगमन गरुञ्जेल पत्रकारले अनुगमन गरे, कर्मचारीले अनुगमन छाडेपछि पत्रकारिताको अनुगमन पनि हरायो । अहिले कुनै पसलको गुँदपाक खानुहुन्छ कि हुँदैन भनेर जानकारी दिने कोही छैन । धेरै मानिसलाई यसबारे चासो बढिरहेको बेला पत्रकारको चासो चाहिँ हराएको छ ।

बाबुराम भट्टराईले मन्त्रीहरूलाई ४० लाखभन्दा कम मूल्यको गाडी मात्र चढनु है भन्नुभएछ । त्यसका समाचार पनि प्रशस्त आए । तर उहाँले कसैका लागि बजार खोजिदिनुभएको थियो कि साँच्चै किफायती हुन त्यसो भन्नुभएको थियो, त्यो हामीले खोजेनौं । यस्ता धेरै विषयहरू छन्, जसलाई हामीले खोज्नुपर्थ्यो, सकिरहेका छैनौं ।

अहिले त हामीले प्रष्ट पारेका छौं, हामी मिसन जर्नालिजम होइन, पार्टी पत्रकारिता पनि होइन, व्यावसायिक पत्रकारिता गरिरहेका छौं । अब यो पेशागत जर्नालिजम गर्न कर्पोरेट सेक्टर आएका छन् । अनि त्यो कर्पोरेट पत्रकारिता हुन गएको छ । यसभित्र पस्ने र फस्ने पत्रकारहरूका कहानी पनि फरक-फरक छन् । यहाँको पत्रकारिताभित्र कर्पोरेट सेक्टरको ठूलो प्रभाव पनि पर्न सकेको छैन । तर पनि हामीले खोज पत्रकारिता गर्न सकिरहेका छैनौं, हामी अल्मलिइरहेका छौं । अब त पत्रकारलाई के कुराले अल्मल्याइरहेको छ भन्ने कुरा खोज्दा पनि खोजी पत्रकारिता हुनसक्ने स्थिति छ ।

अहिले स्वतन्त्र पत्रकारिता र साहूतन्त्र पत्रकारिता छुट्टिन सकेका छैनन् । यो एउटै हो भन्न थालिएको छ । यसले पनि हामीलाई अल्मल्याइरहेको छ । आम जनताले चाहेका कुरा के हुन् भन्ने चासो त साहूहरूलाई हुने कुरै भएन, पत्रकारले पनि चासो राखेका छैनन् । हामी अहिले पनि हामीले चाहेको कुरा अर्काको मुखबाट भनाउन खोजिरहेका हुन्छौं । हाम्रो खोज अर्कैतिर हुन्छ । जनताको चासो अर्कैतिर हुन्छ । जनताको चासो भएका विषयमा खोज पत्रकारिता गर्नुपर्छ ।

हामी पाठकहरूका गुनासा सुन्छौं; विज्ञान प्रविधिको कुरा आएन, वातावरणको कुरा आएन भनेका हुन्छन्। तर यसतर्फ पत्रकारको ध्यान गएको देखिदैन। हामीलाई हाम्रा पाठकको त मतलब नै छैन। हामी जे पस्केर दिन्छौं, उनीहरूले त्यही खानुपर्छ भन्ने सोचमा हामी छौं। आजको वास्तविक समस्या यही हो।

त्यसैले जागरूकताको खाँचो छ। पत्रकारको सोच परिवर्तनका लागि नै अभियानको खाँचो छ। यसको सुरुआत खोज पत्रकारिता केन्द्र जस्तो संस्थाबाट गरियो भने केही परिवर्तन अवश्य नै आउँछ।

खोज पत्रकारिताको रणनीति तयार गर्न जरूरी छ

रघु मैनाली

प्रमुख, सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र

हाम्रो पत्रकारिता विशेष समस्याहरूबाट गुज्रिरहेको छ। एकातिर खोज पत्रकारिता हुन सकेन भनेर चिन्ता गरिएको छ भने अर्कोतिर आत्मनियन्त्रित समाचार दिनुपर्ने अवस्था छ। सेल्फ सेन्सरसिपका कारणले हाम्रो समाचार कक्ष मरिरहेको यथार्थ छ। अहिले पत्रकारितालाई नै कसरी जीवित राख्न सकिन्छ भन्ने चिन्ता बढेको छ। आत्म नियन्त्रित समाचार दिनुपर्ने अवस्था उत्पन्न भएपछि पत्रकारितालाई आवश्यक पर्ने अनुसन्धान गर्न गाह्रो पर्दछ, अरु खोज पत्रकारिता गर्नका लागि त थप र विशेष अनुसन्धान गर्नुपर्ने हुन्छ। अहिले यही प्रक्रिया समाप्त हुँदैछ।

खोज पत्रकारिता गर्न गहन अनुसन्धानको प्रक्रियामा जानु जरूरी हुन्छ। खोज पत्रकारिता केन्द्रले खोज पत्रकारिताको प्रक्रियालाई अधि बढाउने हो भने अहिले मरिराखेको समाचारकक्षलाई ब्युँताउन केही प्रयत्न गर्नु जरूरी हुन्छ। हामी सक्रिय पत्रकारिता गरिरहेका रहेछौं कि निष्क्रिय पत्रकारिता, पहिले यसतर्फ विचार गरौं। यस सन्दर्भमा केही ठाउँमा

गएर छलफल चलाउँदा, समाचारमा आत्मनियन्त्रणका बारेमा छलफल गर्दा, के कुरा थाहा पाइयो भने हामी पत्रकारहरू निष्क्रिय रहेनछौं । कतिसम्म सक्रिय रहेछौं भने आपना पत्रिकामा मात्र होइन, अरू पत्रिकामा पनि 'अबदेखि यस्तो यस्तो नलेख्नु' भनेर हामी आफैँ भन्दै हिँड्दारहेछौं । हाम्रो सक्रियता यहाँसम्म रहेछ । हामी यो उत्कर्षमा पुगिसकेका रहेछौं । समाचार रोक्न हामी आफैँ सक्रिय छौं, अनि कसरी समाचार खोज्ने र छाप्ने प्रक्रियामा सुधार आउन सक्छ? पत्रकारहरू यसरी सक्रिय भइरहेको अवस्थामा पत्रकारितालाई नै पुनर्जीवन दिने बेला आएको छ । त्यसपछि मात्र खोज पत्रकारितालाई अगाडि बढाउन सकिएला ।

हामीले दैनिक समाचार लेख्दा पनि खोज गर्न आवश्यक ठान्दैनौं, किनभने अहिले हामी सोझै पन्छिन सक्छौं, अहिले पत्रकारको सुरक्षा नै छैन भनिदिन सक्छौं । खोज पत्रकारिता किन हुन सकेन भनियो भने पनि अहिले सुरक्षा छैन भन्दा रहेछौं ।

तर घटनाक्रमले चाहिँ उल्टो यथार्थ देखाएको छ । सत्य र साँचो समाचार लेखेका कारण कुनै पत्रकारले खतरा भोग्नु परेको रहेनछ । हामी पत्रकारहरू कारबाहीमा परिसकेपछि चाहिँ लेखन तयार हुँदारहेछौं । त्यसअघि त समाचार लेखिएकै हुँदोरहेनछ । विराटनगरका पशुपति बस्नेतकै काण्ड हेरौं । पत्रकारले कुटाइ खाइसकेपछि बस्नेतले तस्करी गरेको भिजुअल सीडी नै प्रकाशमा आयो । त्यसअघि त्यो सञ्चारकर्मीसँग थियो तर सञ्चारमाध्यमलाई दिइएको थिएन, त्यसैले त्यो प्रकाशमा पनि आएन । मलाई अझै पनि जिज्ञासा छ, पशुपति बस्नेत एकै रातमा त्यति ठूलो तस्कर, त्यति ठूलो भ्रष्टाचारी, त्यति ठूलो कालोबजारिया, त्यति ठूलो गुण्डा बन्न सकेका हुन् कि वर्षौं अघिदेखि नै त्यहाँ यिनको अस्तित्व थियो ? यो कुरा मैले अझैसम्म पनि बुझ्न सकेको छैन । तर मैले बस्नेतलाई रातारात भयानक तस्कर र गुण्डा बनेको देखें । हाम्रो पत्रकारिताको रूप कस्तो छ भन्ने कुरा यही उदाहरणले प्रष्ट पार्दछ । के हाम्रा पत्रकारहरू चुनौतीको सामना गर्न नसक्ने स्तरका छन् र? उनीहरू ठूला तस्कर र गुण्डाहरूसँग पनि डराउँदैनन् भन्ने कुरा त यही प्रकरणबाट पनि सजिलै थाहा पाउन सकिन्छ । तर जब पत्रकारिता र खोज पत्रकारिताको कुरा आउँछ,

पत्रकारहरूले सजिलै जवाफ दिन्छन्, हामी असुरक्षित छौं र समाचारमा आत्मनियन्त्रण गर्न बाध्य छौं ।

अहिले 'मिसन' पत्रकारिता छैन । पञ्चायतका विरुद्ध सञ्चार युद्ध चलाउनेहरू आफूले 'मिसन' पत्रकारिता गरेको भन्दथे । उनीहरू आलोचित थिए । तर आज मिसन पत्रकारिता छैन । आजको पत्रकारिता चाहिं के हो त ? यसलाई चिन्नका लागि मिसनको अगाडि 'क' थपिए पुग्नेरहेछ । अहिले जे छ, कमिसन पत्रकारिता छ । कमिसन पत्रकारितालाई खोज पत्रकारितामा परिणत गर्नुपर्ने अवस्था छ; बडो गाह्रो अवस्था छ ।

खोज पत्रकारिता केन्द्र ले यस सन्दर्भमा दुईवटा काम गर्नुपर्छ जस्तो लाग्छ । पहिलो त पत्रकारको क्षमता विकास गरिदिनुपर्छ । सीपको अभावले विषयवस्तुहरू प्रस्तुत हुन नसकेका भए वा खोज हुन नसकेका भए त्यो बाधा फुकाइदिनुपर्छ । आजको पत्रकारिताको ठूलो समस्या यही नै देखिएको छ । कतिपय पत्रकारहरू आफ्नै प्रस्तुतिका कारण आक्रमणमा परेका छन् । योचाहिं सीपको कमीले गर्दा उत्पन्न भएको समस्या वा खतरा हो । समाचारमा कस्तो भाषा प्रयोग गर्ने, कस्तो शैलीमा प्रस्तुत गर्ने, तथ्यहरूलाई कसरी सजाउने, समाचारमा आफ्ना विचार र विश्लेषण पनि हालिदिने कि ती सबैलाई बाहिरै राख्ने भन्ने जस्ता सीप नहुनाले पनि धेरै पत्रकारहरूले अनाहकमा कुटाइ खाएका छन् । यसले धेरै ठूलो समस्या ल्याएको छ । अर्थात् हाम्रो पत्रकारितामा क्षमता विकासको पाटो ज्यादै कमजोर रहेको देखिएको छ । यसतर्फ खोज पत्रकारिता केन्द्र ले ध्यान दिनुपर्छ ।

दोस्रो, खोज पत्रकारिताको सन्दर्भमा निश्चित रणनीतिहरू तयार गर्नु जरूरी देखिएको छ । किनभने यो चुनौतीपूर्ण पेशा हो । चुनौती हो भन्ने कुरा सबैले स्वीकार्दै आएका छन् । कुनै पेशामा आइसकेपछि चुनौती छ भनेर निष्क्रिय बस्न त मिल्दैन मिल्दैन । सैनिकहरूलाई हेर्नास, उनीहरूलाई थाहा छ, आफ्नो पेशा मर्ने र मार्ने पेशा हो । उनीहरू पेशामा प्रवेश गरिसकेपछि आफूलाई चुनौतीसँग भिड्न तयार पार्छन्, अनि तयार भएर मैदानमा आएका हुन्छन् । उनीहरूले ठोस रणनीति बनाएका हुन्छन्, जित्नका लागि कार्यशैली र व्यवहार परिवर्तन, परिष्कृत गरेका हुन्छन् । हामी पत्रकारहरूले के रणनीति बनायौं ? आफ्ना कार्यशैली र व्यवहारमा

के परिवर्तन, के परिष्कार ल्यायौं ? केही नगरी हामी कसरी सुरक्षित हुन सक्छौं ? के-के उपाय अपनाउँदा सुरक्षा स्थिति बढला अनि आफूहरूलाई संगठित ढंगले कसरी अगाडि बढाउँदा बढी सुरक्षित भइएला भन्ने बारेमा अहिलेसम्म हाम्रो कुनै रणनीति नै छैन । त्यसैले प्रष्ट एउटा रणनीति पनि बनाउनु जरूरी छ । हाम्रो नेटवर्किङ कस्तो हुनुपर्छ ? हाम्रो सहकार्य कस्तो हुनुपर्छ ? ज्ञान र सीप आदान-प्रदान गर्ने फोरमहरू कस्ता हुनुपर्छ ? यस्ता विषयमा सोचाइ अगाडि बढाउनुपर्छ ।

खोज पत्रकारिता केन्द्र ले यी दुइटा कुराहरूमा विशेष ध्यान दिनुपर्ला । समस्या धेरै छन्, तर मूलतः यी दुइटा कुराहरू भए भने रेडियो पत्रकारितामा पनि खोज पत्रकारिताको सिलसिला शुरू हुन सक्छ । खोज पत्रकारिताको प्रभावकारिता बढ्न सक्छ, भन्ने विश्वास मलाई लागेको छ ।

अन्त्यमा, म प्रष्ट भन्छु, अझै ढिला भइसकेको छैन । किनभने हामीले शुरू गरेकै छैनौं । तर समय आएको छ । खोज पत्रकारितालाई अघि बढाउनुपर्ने आवश्यकता परिसकेको छ ।

पीडित पक्षको पहिलो अदालत बनाँ

बालकृष्ण चापागाईं
पूर्व अध्यक्ष, रासस

नेपालको पत्रकारिताको सबैभन्दा ठूलो समस्या आत्मनियन्त्रण (सेल्फ सेन्सरसिप)मा रहनुपर्ने अवस्था नै हो । यहाँ कुनै पनि पत्रकारले आफूले चाहेका र खोजेका कुरा स्वतन्त्रतापूर्वक लेख्न पाएका छैनन्, सकेका छैनन् । सरकारको तर्फबाट पनि भय छ, लगानीकर्ता रिसाउने पनि डर छ । सम्पादक समूह र समाचार कक्ष पनि खतरापूर्ण छ । यति मात्र होइन, अरू धेरै गैर-पत्रकारिताका समस्याहरू पनि थपिएका छन् । पहिले त यतातिर ध्यान पुग्नु जरूरी छ भन्ने म ठान्दछु ।

अहिले पत्रकारिताको सन्दर्भमा नयाँ शब्दहरू जोडिन आएका छन् । खोजी पत्रकारिता गर्ने कि गोजी पत्रकारिता गर्ने ? यो समस्याले पत्रकार हरूलाई पिरोलेको छ । लगानीकर्तालाई विज्ञापन आउने कि नआउने भन्ने समस्याले पिरोलेको छ । यी समस्याहरू एक-आपसमा सम्बन्धित छन्, अन्योन्याश्रित छन् । लगानीकर्ताले आफ्नो लगानी उठाउनका निमित्त जस्तोसुकै विज्ञापन पनि, जुन तरिकाले पनि लिने गरेका छन् ।

आचारसंहिता विपरीतका विज्ञापनहरू पनि लिने गरेका छन् । हाम्रा ठूलूला अखबारहरूमा हामीले यस्ता कामहरू धेरै देख्ने गरेका छौं । यसै कारण समाचारहरू समस्यामा परेका छन् ।

अर्कोतिर खोजी पत्रकारिता चाहिँ गोजीसँग जोडिन पुगेको छ । गोजी भरियो भने समाचारको खोजी पनि राम्रैसँग हुने गरेको छ । गोजी भरिएन भने समाचारमा खोजी भन्ने तत्व हराउँछ । यो चाहिँ गम्भीर समस्या हो । पत्रकारहरूले न्यूनतम पारिश्रमिक नपाएका हुनाले यस्तो समस्या आएको हुन सक्छ । त्यसैले आजको पत्रकारितामा धेरै किसिमका विकृति भित्रिन गएका छन् । यो पनि अनुसन्धान तथा खोजकै विषय भएको म ठान्दछु ।

पत्रकारिता पीडित पक्षको पहिलो अदालत हो । यो मेरो परिभाषा हो । पत्रकारहरूले उपेक्षित, पीडित र अन्यायमा परेकाहरूको बारेमा खोज, अनुसन्धान गरेर समाचार बनाउने गर्छन् । तर आज यही कुरा हुन सकेको छैन । पत्रकारहरू बलियाको पछि लाग्न थालेका छन् । यो उल्टो हुन थालेको छ ।

अहिले सञ्चारमाध्यमहरू बढेका छन् । पत्रकारहरूको संख्या बढेको छ । पत्रकारिता घटेको छ । त्यसको मर्म मर्म थालेको छ । पत्रकारिता नै विघटनको दिशातर्फ गइरहेको छ । यसतर्फ हामी सबैले विशेष ध्यान दिनु जरूरी छ ।

खोज पत्रकारिता केन्द्र ले पत्रकारितालाई मर्म दिनुभएन । अब पुराना पत्रकारहरू पाखा लागिसकेका छन् । नयाँ पुस्ता आएको छ । तिनीहरूको शक्ति र भावनालाई गहिरोसँग बुझेर तिनीहरूलाई परिचालन गर्नुपर्ने बेला आएको छ । यसतर्फ खोज पत्रकारिता केन्द्र ले ठोस काम गरौं भन्ने चाहन्छु ।

खोज पत्रकारिता नगरे फन् ठूलो समस्या आउन सक्छ

निर्मला शर्मा

अध्यक्ष, सञ्चारिका समूह

स खोज पत्रकारिता केन्द्रको बोर्ड सदस्य हुँ । आफै पनि खोज पत्रकारितामा चासो राख्दछु । कहिलकाहीँ गहिरो खोज गरेर लेख्छु पनि । तर हामीले गर्नुपर्ने जति काम गर्न सकेका छैनौं ।

हिजो सर्वोच्च अदालतले श्रमजीवी पत्रकार ऐन अथवा न्यूनतम पारिश्रमिकको कुरा लागू गर भनेर सञ्चारमाध्यमहरूलाई ठोस आदेश दियो । हिजो पनि मैले अनलाइनमा हेरें, बिहान पनि हेरें, कुनै पनि सञ्चारमाध्यममा यस्तो महत्त्वपूर्ण आदेशका बारे समाचार आएन । त्यो समाचार किन आएन ? यही कुरा मैले बुझ्न सकेकी छैन ।

यस्तो अवस्थामा हामी खोज पत्रकारिताका कुरा गरिराखेका छौं । यहाँ सामान्य पत्रकारिताको अभ्यास पनि हुन सकेको छैन । यहाँ उपस्थित हामी सबै ठूला पत्रिकाका पत्रकार छौं । यहाँ न्यूनतम पारिश्रमिकको समस्या नहोला । तर नेपालमा धेरै तहका सञ्चारमाध्यमहरू छन् । काठमाडौं बाहिर पनि पत्रकारिता छ, सञ्चारमाध्यम छन् । त्यहाँ पनि

दैनिक, साप्ताहिक, मासिक आदि पत्रिका चलिरहेका छन्। मोफसलबाट यहाँका ठूला पत्रिकालाई समाचार पठाउने पत्रकारहरू पनि छन्। तर पत्रिकाले दिने पारिश्रमिकबाट उनीहरूको दैनिक खर्च नै चलेको छैन। यस्तो अवस्थामा सञ्चारमाध्यममा उनीहरूको हित हुने कुरा पनि पर्न सकेन। त्यस समाचारले प्राथमिकता पाएन। त्यो समाचार मालिकले रोकेका हुन् कि पत्रकार आफैँले आत्म-नियन्त्रण गरेर, डराएर नछापेका हुन्? यही कुरा मैले बुझ्न सकेकी छैन।

हिजो सर्वोच्च अदालतले त्यो फैसला सुनाउँदा वरिपरि पत्रकारहरू नै भरिएका थिए। त्यो फैसला हामी पत्रकारले सुनेका थियौं। त्यहाँ फैसला सुनिरहेका आधा जति पत्रकारहरू यस्तो फैसला कसरी लागू होला र भनेर त्यही टिप्पणी गर्न थालेका थिए।

अहिले काम गरिरहेका धेरै पत्रकारहरूले न्यूनतम पारिश्रमिक पनि पाएका छैनन्। यो पनि एउटा ठूलो समस्या हो। सर्वोच्चमा मुद्दा परेर फैसला भइसक्दा पनि यसबारेमा समाचारसम्म आउन सक्तैन भने यसको कार्यान्वयन कसरी होला र कार्यान्वयन नभए पत्रकारहरूले त्यसबारे कसरी आवाज उठाउलान्, स्वतः अनुमान गर्न सकिन्छ। समाचारै नआउनु उदासीनता हो कि भयको परिणाम हो? समाचारै नआउने भएपछि न्यूनतम पारिश्रमिकसँग जोडिएका, लुकेका र लुकाइएका विधि पाटाहरूको विश्लेषण र खोजी फन् कसरी हुन सक्ला? पत्रकारहरूले यस्तो अवस्थामा, संकटमा परिरहेका बेलामा, खोज पत्रकारिता गर्न साँच्चै गाह्रो छ। तर खोज पत्रकारिता नगरे पत्रकारहरू फन् ठूलो समस्यामा पर्नुपर्ने हुन्छ। त्यसैले हामी सबैले गम्भीर भएर सोच्नुपर्ने बेला आएको छ।

रचनागर्भका बारेमा कुरा गर्न थालौं

प्रत्यूष वन्त
मिडिया अध्येता

खोज पत्रकारिता केन्द्रको शुरुआतदेखि नै म एउटा छेउमा बसेर साक्षी बसेको थिएँ। पहिले त यसले गहकिला सामग्री, विस्तृत सूचना समेटिएको सामग्री उत्पादनमा नै जोड दिएको थियो। त्यसबेला अपूरा, अधुरा सूचना भएका समाचारहरू आउँथे। समाचारको ओज बढाउनका लागि, पूर्ण समाचार उत्पादनका लागि, खोज पत्रकारिता केन्द्रले त्यसबेला केही काम गरेको हो। त्यसबेला म पुरानो द्वैमासिक *हिमाल* को सम्पादकीय टोलीको सदस्यको हिसाबले काम गर्थेँ। खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके) को सदस्य नभए पनि त्यसको नयाँ अभियानको सहयोगी बनेको थिएँ।

खोज पत्रकारिता केन्द्रले संस्थागत रूपमा, आफ्नै जीवनमा दुई चरणबाट गुज्रनुपरेको छ। सन् २००५ भन्दा अगाडिको खोपके सक्रिय थियो, त्यसपछिको चार वर्षसम्म शिथिल हुनगयो। त्यो खोपके हिमाल एसोसिएसनको एउटा अंग थियो, अभियान थियो। सन् २००६/२०१० पछि स्वतन्त्र खोपके अस्तित्वमा आयो।

सन् २००५ भन्दा अगाडि खोपके को योगदान के थियो भनेर पत्रकारिताको क्षेत्रमा हेर्नुभयो भने नेपालमा खोज पत्रकारितालाई बलियोसँग स्थापना गर्न यसले राम्रो योगदान गरेको देख्नुहुनेछ । काठमाडौं टुडे मा निस्किएका ८/१० वटा स्टोरीहरू र पुरानो हिमाल मा निस्किएका स्टोरीहरूलाई सम्झदाखेरि लड फर्म्याट जर्नालिजम, विस्तृत समाचार उत्पादन गर्ने सिलसिला यहीबाट शुरू भएको जस्तो लाग्छ । त्यसभन्दा अगाडि, त्यति लामा-लामा समाचारहरू आउँथे कि आउँदैनथे, मलाई थाहा छैन । यो नयाँ शैलीलाई पाठकहरूले पनि रुचाएका थिए । यद्यपि, अघि भर्खर ताराजीले लामा-लामा समाचार लेख्दैमा त्यो खोज पत्रकारिता हुँदैन भन्नुभयो; त्यो ठीक पनि हो ।

खोज समाचारका विशेषताहरू धेरै छन् । तर त्यसको आत्मा चाहिँ एउटै छ । त्यसमा खोजी गरिएका सूचनाहरू हुनु आवश्यक छ । कतिपय विषयमा निश्चित किसिमको खोज गर्नका लागि लड फर्म्याट जर्नालिजमको आवश्यकता परेको देखिन्छ । यसको आवश्यकता अन्य देशमा पनि महसूस गरिएको छ र प्रयोगमा आएको पनि छ । कतिपय विषयमा हामीकहाँ पनि यसको आवश्यकता पर्ला ।

सन् २००५ भन्दा अगाडिको खोपकेले समाचार तयार पार्दा अनुसन्धानमूलक सूचना, विशिष्ट अन्तर्वार्ता र सरल प्रस्तुतिलाई संयोजन (प्याकेजिङ) गर्दथ्यो । यो नयाँ शैली थियो, नयाँ अभ्यास थियो । समाचारका यी तीन महत्त्वपूर्ण अंगमा खोपकेले जति काम गरेको थियो, नेपालको 'नम्बर एक' भनिएका मिडिया हाउसबाट त्यति काम भएको छैन । तिनले किन यसरी काम गर्न सकेनन् भनेर सोच्नुपर्ने हुन्छ ।

खोपकेले दोस्रो कालमा 'मेन्टरिङ' मा आधारित अभियान चलाउन थाल्यो । अंग्रेजीमा मेन्टरिङ भन्ने शब्दलाई सजिलै बुझ्न र बुझाउन सकिन्छ । तर नेपालीमा त्यसको अर्थ के हुन्छ, अर्कै स्पष्ट छैन । यो 'सिक्ने र सिकाउने एउटा व्यवस्था' वा प्रक्रियासँग सम्बन्धित छ । तर बोलीचालीको भाषामा, अनौपचारिक हिसाबमा चाहिँ पत्रकारको गोठालो लाग्ने काम भनेर बुझ्ने गरिएको छ । अर्थात् खोपके ले गोठालाहरू लगाएर पत्रकारहरूबाट खोज समाचार उत्पादन गर्ने अभियान शुरू गर्‍यो ।

मोहन मैनालीजीले २००५ भन्दा अगाडि र २००८ यताको दुवै चरणमा काम गर्नुभयो । ती दुवै चरणमा मेन्टरिङ गर्दा के सिक्न सकियो र के सिकाउन सकियो भन्ने विषयमा अलिकति छलफल चलाउन पाएको भए राम्रो हुनेथियो । यस्ता विषयगत वा विधागत छलफल गर्न सकियो भने, खोपकेले समाचार उत्पादनको पद्धतिमा भ्यालु एड गर्न सके नसकेको कुरा गर्न सकियो भने धेरैले फाइदा पाउन सक्छन् । खोपकेले यस प्रक्रियामा के-के भ्यालु एड गरेको छ, त्यसका विधिहरू के-के थिए भनेर छलफल चलाउने हो भने अरू मिडियाले खोज समाचार तयार पार्दा प्राप्त गरेका अनुभवहरूलाई पनि समेटेर विश्लेषण गर्दा एकआपसमा के सिक्न सकिन्छ भनेर भन्न सकिन्छ होला । अहिलेलाई मेन्टरिङको विषयमा यति कुरा मात्र भनूँ ।

मोहन मैनालीले ठाउँठाउँमा भन्नुभएको छ र लेख्नु पनि भएको छ कि यो फलानो ठाउँमा यसरी स्रोतलाई उद्धृत गर्नुपर्छ, त्यसरी गरेर हुँदैन भनेर सिकाउनुहुन्छ रे । त्यसवेला उहाँसँग सिक्न आएका पत्रकारहरू तपाईंले नै त्यसो गरिदिए कसो होला भन्छन् रे ! यही हो हाम्रा पत्रकार हरूको प्रवृत्ति । एटिच्युडमै खराबी छ ।

नेपाली जर्नालिजममा १० वर्ष यता प्रवेश गरेका पत्रकारहरूमा यस्तो प्रवृत्ति देखिएको छ । गुणात्मक हिसाबमा भन्ने हो भने यसभन्दा अघिल्ला पुस्ताका पत्रकारहरू सिक्न पाउँदा खुशी हुन्थे । अहिले भने भिन्न स्वभावका मान्छेहरू पत्रकारितामा आएका छन् । पुरानो अन्तरवस्तु वा प्रवृत्ति अहिलेका पत्रकारमा आउन नसकेको हो कि हुँदै नभएको हो, ठम्याउन सकिएको छैन । पत्रकारिता पेशामा अहिले जो-जो नयाँ व्यक्ति आइरहेका छन्, समावेश भइरहेका छन्, उनीहरू कुन व्याकग्राउण्डबाट आएका हुन्, तिनको एजुकेसनल, सोशल तथा अरू पृष्ठभूमि के हो, मिडियाले कस्ता मानिसहरूलाई तानिरहेको छ वा लिइरहेको छ भन्ने बारेमा पनि हामीले चिन्तन गर्नुपर्ने हो कि ?

मेन्टरिङ गर्ने भन्न त सजिलो छ तर यसका एलिमेन्टहरूलाई पुनः खोल्न थाल्नुभयो भने एक वर्ष हेरेपछि मात्र राम्रा मानिसहरूको छनोट गर्न सकिन्छ । जस्तो, उदाहरण दिन्छु- अहिले खोपकेले पाँचजना प्रशिक्षार्थी लिएको रहेछ । तिनले प्रशिक्षार्थी बनेर काम गर्नु भनेको के

हो ? प्रत्येकले सम्पादकसँग नजिकैको डेस्कमा बसेर काम गर्नु हो कि, अथवा चियापसलतिर गएर अरूका कुरा सुन्नु पनि हो ? औपचारिक वा अनौपचारिक कार्यक्रमहरूमा भाग लिएर नेपाली समाजको विश्लेषण अरूले कसरी गरिरहेका छन् भन्ने प्रस्तुति पनि सुन्नुपर्छ कि पर्दैन ? नेपाली समाजमा यस तहको मेन्टरिङको प्रक्रिया हामीले शुरू गरेका छौं कि छैनौं ? हामीले सीप विकास गर्ने भनेर धेरै गफ गरिसक्यौं । १५/२० वर्षदेखि यही गफ गरिरहेका छौं । तर स्किल ट्रान्सफर गर्ने भनेको के हो भन्ने विषयमा, अनि त्यसको अन्तरवस्तुमा, जो अत्यन्त आवश्यक छ, त्यसबारे कहिल्यै छलफल गरेनौं । पहिले प्रकाशमा आएका समाचारका टेक्स्टहरू कसरी निस्किए, त्यसबारेमा कहिल्यै छलफल गरेनौं । साहित्यमा रचनागर्भको कुरा गरे जस्तै गरी समाचारको रचनागर्भका बारेमा हामीले कुरै गरेका छैनौं । यस्ता विषयमा श्रृङ्खलाबद्ध योजना बनाएर विशेष छलफलहरू चलाउन सके, ज-जसलाई जे-जेको बारेमा चासो हुन्छ, उनीहरूले त्यसबारे खुला भएर व्यक्त गर्न सक्छन् । यस्ता छलफलले पनि मेन्टरिङको भूमिका खेल्न सक्छ । यतातर्फ पनि विचार पुऱ्याउनु राम्रो होला ।

खोजको शैली परिवर्तन गरौं

हरिबहादुर थापा

पत्रकार, कान्तिपुर दैनिक

हामी पत्रकारहरू भेला भएका बेला अरूका दोष र खोट मात्र देखाउने भन्दा पनि आत्मसमीक्षा र आत्मालोचना गर्नुपर्ने हुन्छ। हामी सबै नै सिक्ने क्रममा छौं। हामीले जानेका कुराले अब पुगेन। विश्वमा दुई/तीन सय वर्षको पत्रकारिताको इतिहास छ, भोगाइ र अनुभव छ। हामीसँग स्वतन्त्र पत्रकारिताको अनुभव जम्माजम्मी दुई दशकको मात्र छ। कसैले हामी पुराना पुस्ताका भन्ने दाबी गरे पनि तिनको अनुभव र अभ्यास पनि धेरै छैन। नयाँ पुस्तामा त जहिले पनि र जहाँ पनि कमीकमजोरी देखिन्छ नै। वास्तवमा हामी आफैँ पनि सिक्दैछौं र सिकाउने जिम्मेवारी पनि लिन थालेका छौं। हामीबाट पनि त्रुटि भएका थिए, अहिलेका पुस्ताले पनि त्रुटि गरेका छन्। तर राम्रो पक्ष के भने हामी सबैमा सुधार गर्नुपर्छ भन्ने चेतना आएको छ, हामी जागृत भएका छौं। यो ज्यादै सकारात्मक कुरा हो।

यो पेशा नै काम गर्दै सिक्दै जाने पेशा हो। समयले पनि सिकाउँदै

जान्छ, दबाव दिदै जान्छ । यहाँ साप्ताहिक र साना पत्रिका मात्र हुँदा हामी अर्कै किसिमले पत्रकारिता गर्दथ्यौं, समाचार लेख्दथ्यौं । ठूला दैनिक पत्रिकाहरू आएपछि हामी आफैं फरक भएका छौं, फरक पत्रकारिता गर्छौं, फरक समाचार लेख्छौं । अब यहाँसम्म आइपुग्दा, समयमा पनि ठूलो परिवर्तन आयो । हामीले अर्कै पनि आफ्ना समाचार शैलीहरू फरक पाउँ, समयानुकूल पाउँ जानुपर्ने बाध्यता आएको छ । खोज पत्रकारिता विना अब पत्रकारिताको भविष्य छैन ।

अब खोज पत्रकारितालाई नै अगाडि बढाउनुपर्दछ । गहन विश्लेषण गरिएका समाचारहरूको उत्पादन गर्नुपर्ने भएको छ । पहिले हामीसँग समाचार थिएनन्, विचारहरूको बाहुल्य थियो । अहिले समाचार त आएको छ तर ज्यादै कमजोर समाचार आएको छ । त्यसैले अब खोज समाचारको आवश्यकता पर्न गएको छ । विस्तारै यतातिर नजाने हो भने ठूला दैनिक पत्रिकाहरूलाई टिक्न गाह्रो पर्छ । सबैभन्दा पहिले यिनीहरूले नै आफ्नो आजसम्मको बाटो र शैली परिवर्तन गर्नुपर्छ । यिनले त्यस बाटोलाई समात्न थालिसकेका छन् । तर यी पनि सिक्ने क्रममा छन् । पत्रिका बचाउने हो भने खोज पत्रकारिताको बाटोमा जानैपर्छ । खोज पत्रकारिताका चुनौतीहरूको सामना गर्ने पर्छ ।

खोज पत्रकारितालाई प्रवर्द्धन गर्न भनेर स्थापना भएको खोज पत्रकारिता केन्द्रको अवस्था पनि यसभन्दा खासै फरक छैन । यसले पनि ठोस योगदान दिन सकेको छैन । दाताहरूले जता चासो राख्छन् उतै संस्थाहरू जन्मने गरेका छन् । दाताहरूको चासो सकिएपछि संस्थाहरू हराउने गरेका छन् । अब हामीलाई खोज पत्रकारिताको निरन्तर प्रवर्द्धन गर्ने संस्थाहरूको आवश्यकता परिसक्यो । तर यस्ता संस्थाहरूमा पत्रकारहरूको चासो र लगानी पनि हुनुपर्ने । हामी रकम संकलन गरेर सहकार्यमा जाने बेला पनि आइसकेको हो कि ? यसो गर्न सकियो भने दाता नहुँदा पनि संस्थाले काम गरिरहन सक्थ्यो कि ?

यहाँ दाताले लगानी गरेको संस्थाले उत्पादन गरेको वा गराएको समाचार सामग्री प्रयोग गर्न कतिपय सञ्चारमाध्यमहरू हिचकिचाइरहेका छन् । यो लगानी के उद्देश्यले आएको हो ? के गरेर आएको हो ? सञ्चारमाध्यमहरूले यस्ता धेरै शङ्का उठाएका छन् । दातामा आधारित

संस्थाहरूलाई मिडिया हाउसले सकारात्मक रूपले लिनसकेका छैनन् । यही हो आजको सबैभन्दा ठूलो समस्या । उत्पादक र उपभोक्ताका बीचमा मानौं कुनै सम्बन्ध नै विकसित भएको छैन जस्तो देखिन्छ । त्यसैले कुनै संस्थाले राम्रा-राम्रा खोजमूलक समाचारहरू उत्पादन गरेर दिँदा पनि पत्रिकाले प्रयोग गरिराखेका हुँदैनन् ।

यस्तो अवस्थालाई अब समाप्त पार्नुपर्दछ । यसका लागि संयुक्त प्रयास गर्ने वातावरणको सिर्जना गरिनुपर्छ । खोज पत्रकारहरूले धेरै मिहिनेत गरेर, लामो समय लगाएर राम्रा-राम्रा समाचारहरू उत्पादन गर्न सक्छन् । तर दैनिक पत्रिकामा काम गर्नेहरूलाई यस्तो समय प्राप्त हुँदैन । उनीहरूले दिनभरिमा एउटा रिपोर्टिङ गर्नु पर्छ । त्यसैले खोज समाचार दिन अप्ठ्यारो पर्छ । थोरै र सीमित जनशक्तिबाट धेरै स्रोत र समय लाग्ने खोज समाचार धेरै दिन सकिँदैन । तर पत्रिकाका पेजहरू बढिरहेका छन्, तिनलाई खाली पठाउन हुँदैन, भरैरै पठाउनुपर्ने हुन्छ ।

बाहिर बसेर पत्रकारहरूको उत्पादनबारे छलफल गर्न सजिलो हुन्छ । समाचार पढ्न सजिलो हुन्छ । अनि यसमा यो यो खोज पुगेनछ, त्यो त्यो सूचना खोजिदिएको भए राम्रो हुन्थ्यो भनेर भन्न सजिलो छ । तर पत्रकारहरूले धेरै धपेडीमा काम गर्नुपर्छ । समयमा सूचना दिने मानिस उपलब्ध हुँदैन । खाजा खान पनि नभ्याउने अवस्थामा काम गर्नुपर्छ ।

अब खोज समाचार उत्पादन गर्नका लागि खोज पत्रकारिता केन्द्र ले जिम्मेवारी वहन गर्नुपर्छ । यसले ठोस योगदान दिन सक्छ । संसारभरि पत्रकारहरू आफैले खोज पत्रकारिता केन्द्र सञ्चालन गरेका छन् । हामीकहाँ पनि त्यस्तो हुन सक्छ । पत्रकारहरूलाई यो संस्था आफ्नो हो भन्ने लाग्यो भने उनीहरूले काम गर्छन् । अहिले पत्रकारिताको अभ्यास गरिरहेका मानिसहरूले पछि त्यहाँ काम गर्न सक्छन् । ठाउँ बनाउन सक्छन् । खोज पत्रकारिता केन्द्र त्यस्तो संस्था बन्न सकोस् । पत्रकारको भविष्य बन्न सकोस् ।

खोज पत्रकारिता गर्न सकिन्छ, गर्ने पछ

गोपाल खनाल
पत्रकार, कान्तिपुर दैनिक

अहिले हामीले सिक्ने बेला छ। काम गर्ने बेला छ। आरोप प्रत्यारोप गर्ने बेला छैन। अघिल्ला पुस्ताले चित्त दुखाएका बेला नयाँ पुस्ताले धेरै काम गरेर देखाउनुपर्छ। अपेक्षा गरिएजति काम गर्न नसके पनि पत्रकारहरू संघर्ष गरिरहेका छन्। धेरथोर काम गरिरहेका छन्। यति मात्र गर्दा पनि पत्रकारिताले कतिपय मुद्दा वा मामिलामा सरकारको नाजायज कदम फिर्ता गराएका छन्। कतिपय बेला प्रतिपक्षका नाजायज कदमहरू फिर्ता गराएका छन्।

धेरै पत्रकार, धेरै अखबार र धेरै सञ्चारमाध्यम भएकै हुनाले यस्ता कामहरू सम्भव भएका हुन्। तर गर्नुपर्ने कतिपय कामहरू अझै भएका छैनन्। यतातिर गुनासो गर्ने हो भने त कहिल्यै पनि सकिदैन। मैले यो किन भनेको भने हामीले हाम्रो पत्रकारिता र पत्रकारहरूको समीक्षा गर्ने शैलीमा पनि परिवर्तन ल्याउनु छ।

हाम्रा सिनियरहरूले नयाँ पुस्तालाई उत्साह दिने गरी बोलिदिनुपऱ्यो । पीडा मात्र बोलेर अगाडि बढ्न सकिदैन । पीडा व्यक्त गरेर मात्र कहीं पुगिदैन । हामी खोज पत्रकारिता गर्ने सन्दर्भमा केही सीप सिक्न खोजिरहेका छौं, केही उत्साह पाउन चाहन्छौं । हामी कसरी अघि बढ्न सक्छौं भन्ने कुरा सुन्न चाहन्छौं ।

खोज पत्रकारिता केन्द्रमा मैले पनि दुईवटा स्टोरी गरेको छु । अब पनि गर्न सकिन्छ । तर अग्रजहरूले पनि उत्साह भरिदिने काम गर्नुपर्छ । खोज पत्रकारिता गर्न सकिन्छ, गर्ने पर्छ ।

खोज पत्रकारिता, निर्भीक पत्रकारिताको पहिचान

यमबहादुर दुरा

सूचना तथा संचार अधिकृत
राष्ट्रिय मानवअधिकार आयोग

मैले पत्रकारिता गर्दा, पत्रकारिता पढाउँदा, पत्रकारिताबारे साथीभाइहरूसँग छलफल गर्दा एउटा निष्कर्ष बनाएको छु। त्यो के हो भने हाम्रो मिडिया समस्याको 'आइरन ट्रायङ्गल' मा फस्न पुगेको छ। मिडियामा खास प्रभाव पार्ने तीन शक्ति देखा परेका छन्। राजनीति पहिलो शक्ति भएको छ, बजार दोस्रो शक्ति र मिडियाका लगानीकर्ताहरू तेस्रो शक्ति बनेका छन्। यी तीन शक्तिका विरुद्ध हुने कुनै पनि समाचार मिडियामा आउँदैनन्। यी शक्तिहरूबाट हाम्रो मिडियालाई कसरी स्वतन्त्र बनाउने, हाम्रा मिडियालाई निर्भीक रूपमा समाचार दिने गरी कसरी हुर्काउने, 'आइरन ट्रायङ्गल' को चक्रव्यूहबाट पत्रकारहरूलाई कसरी मुक्त गर्ने भन्ने विषयमा हाम्रो छलफल केन्द्रित गर्नुपर्ने बेला आएको छ। त्यस किसिमको छलफलको निष्कर्षले मात्र केही निकास दिन सक्छ जस्तो लाग्छ, मलाई। खोज पत्रकारिता, निर्भीक पत्रकारिताको पहिचान हो। यसैको अभ्यास गरिनुपर्दछ।

नयाँ पत्रकारले खोज पत्रकारिता गर्न सक्छन्

इन्द्रध्वज क्षेत्री

पत्रकारिता शिक्षक

खोज पत्रकारिताका लागि लगानी प्रशस्त भएका छन् । कामहरू पनि भइरहेको सुनिएको छ । तर पनि उपलब्धिहरू एकदमै कम देखिएका छन् । यसको मतलब के हो ? के खोज पत्रकारिताको क्षेत्र सानो हुँदै गइरहेको हो ? कि खोज समाचारहरूलाई मिडियाले नै स्थान नदिएका हुन् ? यहाँ मिडिया हाउसहरू बढेको अनुपातमा खोज पत्रकारिता पनि बढ्नुपर्ने हो । यसो किन भएन ? कि पत्रकारहरू नै खोज पत्रकारिता गर्दैनन् ? मिडियाहरू किन साँघुरा हुँदै गइराखेका छन् ? यतातिर खोज पत्रकारिता केन्द्रले विशेष ध्यान दिएर हेर्नुपर्ला ।

अहिले हामीसँग २४ घण्टे न्यूज च्यानलहरू छन् । तर साँफु आठ बजेको प्राइम टाइममा पनि खोज समाचार देख्न पाइँदैन । जेलाई खोज समाचार भनेर देखाउने गरिएको हुन्छ, त्यसमा खोज सामग्री समेटिएको हुँदैन । खोज पत्रकारिता केन्द्रले कम्तीमा सञ्चारमाध्यमहरूलाई के कतिसम्म गर्न सकिन्छ भनेर महसूस गराउन सक्नुपर्‍यो ।

कम्तीमा एउटा बेञ्चमार्क स्थापित गर्न सकिन्छ । ल अब यति गरौं भनेर र यति गरेको चाहिँ ठीक हो भनेर एउटा आधार बनाउन सकिन्छ । अहिलेसम्म हामीले खोज पत्रकारितालाई अखबार अर्थात् छापामा माध्यमको सामग्री भनेर बुझिराखेका छौं । अब टेलिभिजन र रेडियोहरू शक्तिशाली भएर आएका छन्, तिनलाई समेटेर अगाडि जान सकिन्छ । तिनलाई बाटो देखाउनु पर्ला जस्तो लाग्छ ।

अहिले फेरि धेरै अखबारहरू ट्याब्लोइड साइजमा आउन थालेका छन् । तिनमा लामा र खोजपूर्ण समाचारलाई स्थान दिन गाह्रो पर्ला । ठूला आकारका ब्रोडसिट पत्रिकाहरू पनि कम छैनन् । तर त्यहाँ पनि ट्याब्लोइड साइजकै सामग्री आउन थालेका छन् । तिनका प्रस्तुतीकरण पनि ट्याब्लोइड शैलीमा गइराखेका छन् । खोज पत्रकारिताले आफ्नो स्थान कहाँ खोज्ने त ?

ट्याब्लोइड शैलीमा रहँदासम्म खोज पत्रकारिताले स्थान पाउँदैन । त्यहाँ ठाउँ साँच्चै कम रहन्छ । यतातिर हाम्रो चिन्तन शुरू हुनु जरूरी छ । यो साँच्चै नै चिन्ताको विषय हो । मैले लामो समयदेखि यस बारेमा चर्चा उठाउँदै आइरहेको छु ।

मैले मिडिया विषय पढाउँदै आएको छु । तर, मास्टर्स गर्ने मेरा विद्यार्थी पत्रकार भएर जाँदैनन् । कोही पहिलेदेखि नै पत्रकारिता गर्दोरहेछ भने ऊ फर्केर पत्रकारिता गर्न जाला । नत्र मास्टर्स गर्ने धेरैजसो विद्यार्थी एनजीओ वा आईएनजीओमा काम पाउनका लागि दौडिइरहेका हुन्छन् । यो दुःखलाग्दो अवस्था हो । यसबाट कसरी मुक्त हुन सकिन्छ, गम्भीर भएर सोच्नुपर्छ ।

हामीले वाटरगेट काण्डबारे बुझ्नेकै छौं । वाटरगेट काण्डको रिपोर्टिङ गर्न नयाँ मान्छेलाई नै किन पठाएको होला त ? किनभने उसले पूर्वाग्रह राखेर काम नगरोस्, डर नमानोस् । यही आधारमा नयाँ मानिसलाई त्यहाँ रिपोर्टिङ गर्न पठाइएको थियो । त्यसकारण यहाँ पनि नयाँ जनशक्तिसँगै आउने प्रतिभाको सम्भावनालाई हेरौं । पुरानालाई मात्र मौका दिनुभन्दा नयाँलाई अवसर दिँदा पो राम्रो हुन्छ, कि ? यतातिर पनि खोज पत्रकारिताले ध्यान दिन शुरू गरौं ।

उदाहरणीय खोज नभएका होइनन्

नितु पण्डित
कान्तिपुर टेलिभिजन

आजको छलफल सुनेपछि मलाई यस्तो लाग्यो, सबै समस्या हामीभित्रै रहेछन्। हामीले समाचार खोज्न सकेनौं। गहन सूचना ल्याउन सकेनौं। सबै समस्या यहीं अड्केको छ। यसका साथमा रिपोर्टरहरूको बाध्यताका बारेमा पनि चर्चा उठेको छ। जागिर खाने र तलब खोज्ने जस्ता बाध्यता नहुनेहरूले पनि काम गर्न सकेका छैनन् भन्ने चिन्ता पनि गरिएको छ। पत्रकार, पत्रकारिता, सम्पादकीय स्वतन्त्रता र प्रकाशन स्वतन्त्रतादेखि धेरै कुरामा समस्या आएको छ, अष्टयारो परेको छ। पत्रकारको न्यूनतम पारिश्रमिकको कुरा पनि आएको छ। त्यसले पनि जागिर र पत्रकारिताको कामलाई अनिश्चित बनाएको छ। यो प्रष्टै छ, पत्रकार आफैले काम गरिरहेको संस्थाको नीति विपरीत हुने गरी केही कुरा लेख्न सक्दैन। पत्रकारले आफ्नो क्षमताले भ्याएसम्मको समाचार लेखेर डेस्कलाई बुझाइदिन्छ। त्यो समाचार धेरै तहको सम्पादकबाट गुज्रन्छ। समाचारहरू छोट्टा हुँदै जान्छन्।

यो पनि पक्का हो, कतिपय अवस्थामा रिपोर्टर आफैं पनि चुकेका हुन्छन् नै । चाहेको जति सूचना खोज्न सकेका हुँदैनन् । त्यस्ता समाचारको जस-अपजस रिपोर्टरहरूले लिएका पनि छन्, लिनु पनि पर्छ । मिडियामा जति समाचार आइरहेका छन्, तिनमा राम्रा पनि होलान् । दैनिक रिपोर्टिङको क्रममा जुन समाचार आइराखेका छन्, तिनमा खोज समाचार पनि आएका होलान् । फलानो पत्रकारले यो चाहिँ राम्रो खोज समाचार लेख्यो भनेर उदाहरण दिन सकिने समाचार पनि होलान् । हाम्रो मिडियाले आजसम्म एउटा पनि खोज समाचार प्रकाशित गरेको छैन होला त ? कसैले त काम गरेका होलान् नि ! त्यस्ता उदाहरणहरूबारे चर्चा भइदिएको भए हामीले धेरै कुरा सिक्न पाउने थियौं । खोज पत्रकारिता केन्द्र ले पत्रकारहरूको हौसला बढाउने कामतिर पनि ध्यान देओस् ।

खोज पत्रकारिताले मात्र भ्रम हटाउन सक्छ

रेम विक

अध्यक्ष, जागरण मिडिया सेन्टर

आजको प्रस्तुति सुन्दा मेरो मनमा प्रश्न उठेको छ, खोज पत्रकारिता केन्द्रका विषयगत प्राथमिकताहरू केकस्ता छन्? खोपकेले कस्ता-कस्ता विषयलाई बढी प्राथमिकता दिन्छ? अब यसले सबै विषयलाई समेटेर खोज पत्रकारिता गराउने हो कि?

पुराना र नयाँ दुवै पुस्ताका पत्रकारको गुनासो एउटै छ, खोज पत्रकारिता हुन सकेन। हामीले थाहा पाएपछि, १५ वर्ष यताको समयमा कतिपय पत्रकार मिडियाका मालिक भएर आएका छन्, सम्पादक भएका छन्। उनीहरूले दिएको उपलब्धि के त? उनीहरूका पनि आफ्नै समस्या होलान्। यसैगरी भर्खरै यो पेशामा लागेका नयाँ-नयाँ पत्रकारका पनि आफ्नै समस्या छन्। अब यी दुवैथरी सँगै बसेर केही कुराहरू प्रष्ट पार्ने बेला आइसकेको छ।

यहाँ आफूले गरेको जति सबै चीज ठीक, अर्काले गरेको चाहिँ बेठीक देख्ने प्रवृत्ति पनि छ। मेलै बुझेको चाहिँ समाज परिवर्तन गर्नका

लागि सामान्य जानकारीले मात्र पुग्ने रहेनछ। समाचारमा तत्काल प्रभाव पार्ने सूचनाहरूदेखि पछिल्लो पुस्तासम्म काम लाग्ने गरी विस्तृत जानकारी आउनु पर्दोरहेछ। आम मानिसलाई सुसूचित गराउन खोज पत्रकारिताकै आवश्यकता पर्दछ।

अहिले मिडियामा आउने गरेका द्वैध चरित्रका सामग्रीले अनेकौं भ्रम र द्विविधा उत्पन्न गरेका छन्। दलित समुदायको समाचारमा यस्ता प्रयोगहरू प्रशस्त हुने गरेका छन्। यस विषयमा खास-खास समाचारले बढी महत्त्व पाउँछन् तर आउनेपने विशेष मुद्दा चाहिं कतैबाट पनि आउँदैन। तर, नआए पनि हुने विषय वा समाचारलाई भने मिडियाले बढी प्राथमिकता दिएर ल्याइराखेको हुन्छ।

भर्खरकै उदाहरण दिऊं। कालीकोटको घटनामा एक जना दलित मारिए। पहिले जातीय छुवाछूतका कारण भएको कुटपीटबाट मारिएको भन्ने समाचार आयो। अर्को दिन रक्सी खाएर मातेको कारण कुटपीटमा परेर मारिएको भन्ने खबर आउन थाल्यो। पाठक जति सबैलाई अलमलमा पारिदिने गरी समाचार आयो। सबै मिडियाले त्यसैलाई प्राथमिकता दिएर समाचार बनाए। अब कुनलाई विश्वास गर्ने? त्यसैले खोज पत्रकारिता चाहियो भनेको हुँ।

यसैबीच कान्तिपुर ले अगाडिको पेजमै दलितभित्रको आन्तरिक छुवाछूतलाई मुख्य विषय बनाएर समाचार छाप्यो। दलितभित्र पनि आन्तरिक छुवाछूत छ भन्ने देखाउन खोजियो।

एकातिर मानिस मारिएको मामिला छ। अर्कातिर छुवाछूतको कुरा छ, अनि फेरि आन्तरिक छुवाछूतको विषय आयो। चाहे जुनसुकै कारणले होस्, हत्या भएको कुराको त खोजी हुनुपर्दथ्यो नि ! त्यता मिडिया लागेन, गएन। यहाँ खोज पत्रकारिता हुन सकेन। बरु त्यति गम्भीर घटनालाई दबाउन, फासफूस पार्न खोजिएको जस्तो लाग्यो। मिडियाले यस्तो प्रवृत्ति वा व्यवहार देखाउने हो भने नयाँ पुस्ताले के सिक्लान् त? त्यसैले खोज पत्रकारिता केन्द्रले बढीभन्दा बढी खोज पत्रकारिता गराउन नै जोड दिनुपर्छ। खोज पत्रकारिता हुन सक्थ्यो भने कम्तीमा भ्रमको अवस्थामा रुमल्लिनु त पर्दैन।

