



## नागरिक केन्द्रित रेडियो नीतिको आवश्यकता

### परिचय

लोकतन्त्रको सबैभन्दा सुन्दर र सबल पक्ष नागरिकले स्वतन्त्रतापूर्वक विचार व्यक्त गर्न पाउनु हो । लोकतान्त्रिक मुलुकमा नागरिकको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतालाई संविधानले सुनिश्चित गरेको हुन्छ । नागरिकले यस्तो हक स्वतन्त्र मिडियामार्फत सजिलै उपभोग गर्न पाउँछन् । लोकतान्त्रिक व्यवस्थामा मिडिया बढी स्वतन्त्र हुन्छ । लोकतन्त्र र मिडियाले एकअर्कोलाई बलियो बनाउँछ । नेपालमा वि.सं. २००७ मा प्रजातन्त्रको स्थापना भएपछि स्वतन्त्र मिडियाको केही विकास भयो । वि.सं. २०१७ मा प्रजातन्त्र खोसिँदा मिडिया प्रतिबन्धित भयो । वि.सं. २०४६ मा प्रजातन्त्रको पुनःबहाली हुँदा कुण्ठित मिडिया फस्टायो । सूचना प्रवाहको सशक्त माध्यम रेडियोसमेत निजी क्षेत्रबाट खुल्न थाले ।

वि.सं. २००७ मा रेडियो नेपालको स्थापनापछि करिब आधा शताब्दी रेडियो प्रसारणमा राज्यकै एकाधिकार रह्यो । वि.सं. २०४७ को संविधानप्रदत्त नागरिकको सूचनाको हक, प्रेस तथा अभिव्यक्तिको स्वतन्त्रताको निर्बाध उपभोगका लागि निजी क्षेत्रलाई रेडियो चलाउन दिइयो । वि.सं. २०४९ मा नयाँ सञ्चार नीति बनेपछि पहिलोपल्ट प्रसारणमा निजी क्षेत्रको प्रवेशलाई नीतिगत रूपमा स्वीकारिएको हो । नीति तर्जुमा भएपश्चात राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ तथा राष्ट्रिय प्रसारण नियमावली २०५२ जारी गरियो । ती ऐन र नियमावलीले गरेको व्यवस्थाअनुरूप नेपालमा निजी क्षेत्रबाट रेडियो खोल्ने क्रमको सुस्झात भयो । सञ्चार मन्त्रालयको वेबसाइटमा दिइएको जानकारी अनुसार २०६९ असोज अन्तसम्ममा प्रसारण इजाजत पाउने एफएम रेडियोको संख्या ४७२ पुगेको छ । सोही वेबसाइटअनुसार तीमध्ये ३२७ ओटा एफएम रेडियो नियमित प्रसारणमा छन् ।<sup>१</sup>

स्थापना कालदेखि नै सरकारद्वारा नियन्त्रित रेडियो नेपालले सधैं राज्यको एकतर्फी सूचना प्रवाह गर्‍यो ।<sup>२</sup> दोहोरो सूचना (संवाद) प्रणालीको अभावमा त्यसमा सर्वसाधारण नेपाली नागरिकले अपनत्व महसुस गर्न सकेनन् । यसले राज्यको नीतिलाई सर्वसाधारण नागरिकसम्म प्रवाह गर्न केही हदसम्म भूमिका त खेल्नो तर सर्वसाधारणले आफ्नो सरोकार तथा आवाज नीतिनिर्माण तहसम्म पुऱ्याउने

<sup>१</sup> सञ्चार मन्त्रालयको वेबसाइट [www.moic.gov.np](http://www.moic.gov.np) मा उल्लेख भएअनुसार क्रमसंख्या ४७६ सम्म रहेको भए पनि क्र.सं. १६४ को विवरण खाली रहेको तथा तीनओटा रेडियोहरूको विवरण दोहोरिएकाले वास्तविक इजाजत वितरण संख्या ४७२ हुन्छ ।

<sup>२</sup> रेडियो नेपालको सुस्झात हुनुभन्दा अगाडि रेडियो प्रसारणका केही अनौपचारिक अम्यास भएका थिए तर औपचारिक र नियमित ढंगले नेपालमा रेडियो प्रसारण हुन थालेको वि.सं. २००७ मा रेडियो नेपालको स्थापना भएपछि हो । हेर्नुहोस्, वन्त, प्रत्युष, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कृष्ण अधिकारी र कोमल भट्ट, सं. । २०६१ । *रेडियो नेपालको सामाजिक इतिहास* । काठमाडौं : मार्टिन चौताटी ।



## मार्टिन चौतारी

प्रभावकारी माध्यम भने भेटेनन् । त्यसैले एफएम रेडियो स्थापनाका पछाडि सर्वसाधारण नागरिकलाई रेडियोको मालिक बनाउने अभिप्राय थियो । यसमार्फत तिनको आवाज पहिले स्थानीय सरकार र अन्ततोगत्वा सिंहदरबारसम्म पुऱ्याउन र राज्यको नीतिनिर्माणमा उनीहरूको सहभागिता बढाउन सहयोग पुऱ्ने परिकल्पना गरिएको थियो ।<sup>३</sup> नेपालमा साक्षरता दर कुल जनसंख्याको करिब आधा जति मात्र छ । आर्थिक दुरवस्था र भौतिक पूर्वाधारको अभाव छ । यस्तो पृष्ठभूमिमा आम नेपालीका लागि रेडियो अझै पनि सञ्चारको सबभन्दा सशक्त माध्यम हो । त्यसैले स्वतन्त्र स्थानीय रेडियोमार्फत संविधानले प्रत्याभूत गरेको नागरिकको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता र सूचनाको हकको निर्बाध उपभोगलाई सहज बनाउँदै स्थानीय तहमा लोकतन्त्रको अनुभूति दिलाउने उद्देश्य पनि स्वतन्त्र रेडियोलाई खुला गरिनु पछाडिको प्रमुख उद्देश्य थियो ।<sup>४</sup>

एफएम रेडियोको स्थापनापछि सूचनामा नागरिकको पहुँच निकै बढ्यो । पढेलेखेका र सञ्चार प्रविधिको सुविधा उपभोग गर्न सक्ने नागरिकले आफ्ना विचार रेडियोमार्फत अभिव्यक्त गर्ने अवसर पनि पाए ।<sup>५</sup> तर, एफएम रेडियोहरू राज्यको मूल प्रवाहबाट बाहिर परेका नागरिकका आवाजको वाहक हुन सकेनन् । दूरदराजमा बस्ने आवाजविहीन गरीब र सीमान्तीकृत नागरिकका सरोकार, स्थानीय मुद्दा र त्यहाँका बहुसंख्यक नागरिकले बोल्ने भाषाले एफएम रेडियोमा समेत उचित स्थान पाउन सकेको छैन । स्थानीय सरोकारका विषयवस्तु तथा स्थानीय भाषाका कार्यक्रम एक त ज्यादै कम हुने र भए पनि केही अपवादबाहेक तिनले दिने समय र स्थानका हिसाबले रेडियोको न्यून प्राथमिकतामा पर्ने गरेका छन् ।

एफएम रेडियोको सञ्चालन प्रक्रिया र विषयवस्तुमा प्रभुत्वशाली वर्गकै पकड रहँदा तिनले गरीब तथा निमुखा वर्गको हितमा अपेक्षित भूमिका खेल्न सकेका छैनन् ।<sup>६</sup> रेडियो सञ्चालनको इजाजत खुला

गरिँदा समाजका धनाढ्य र टाढाबाटो वर्ग तथा व्यक्ति नै अधिअधि इजाजत लिन पुगेका छन् । पहिलो त शक्तिसँगको पहुँचका आधारमा गरीब तथा पिछडिएका समुदायको तुलनामा इजाजत पाउन तिनलाई धेरै सजिलो छ भने दोस्रो, उदारतापूर्वक इजाजत दिइएको अवस्थामा पनि स्थापना लागत र सञ्चालन खर्च जुटाउने समस्याले गर्दा सम्भ्रान्त र धनीमानी वर्गकै पहुँच छ । तिनले मिडियालाई उपयोग गरेर आफ्नो शक्ति अझै विस्तार गर्न सकिन्छ भन्ने बुझेका छन् । तिनको प्राथमिक विषय गरीब तथा निमुखा वर्गको सरोकार होइन ।

आर्थिक कारणले मात्र होइन मिडियामाथि आफ्नो पहुँच रहँदा आफू र आफूजस्तै समुदायको सशक्तीकरणमा यसको उपयोग गर्न सकिन्छ भन्ने चेतना पनि गरीब र सीमान्तीकृत समुदायमा छैन । त्यसैले यसतर्फ ती वर्ग वा समुदायको उति धेरै चासो पनि छैन । संविधानमा नै प्रत्याभूत गरिएको लोकतान्त्रिक हक-अधिकारको सबै नागरिकले समान उपभोग गरुन् भनेर देखिएको व्यवधान हटाउने र सहयोगी भूमिका निर्वाह गर्ने दायित्व राज्यको हो । रेडियोको इजाजत लिन सबैलाई खुला गरिदिएको छु भनेर राज्य आफ्नो जिम्मेवारी पूरा भएको ठानिरहेको छ । समाजको तल्लो तहसम्म लोकतन्त्रको जग मजबुत पार्न रेडियोको उपयोगिता कसरी बढाउने भन्नेमा उसको खासै चासो छैन । यो कुरा यससम्बन्धी आवश्यक नीतिनिर्माण गर्न तथा भएका नीतिको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्न उसले देखाएको उदासीनताबाट पनि प्रस्ट हुन्छ । देशमा राजनीतिक संक्रमणकाल लम्बिरहँदा रेडियोसम्बन्धी नीतिको पुनरावलोकन कार्य सरकारको प्राथमिकतामा पर्न सकेको छैन । त्यसैले पनि प्रसारण क्षेत्रमा देखिएका समस्याको समाधान भन् अनिश्चित बन्दै गइरहेको छ ।

यो नीतिपत्र एफएम रेडियोको क्षेत्रमा देखिएका यस्तै केही प्रमुख नीतिगत समस्या केलाउने र सुधारका लागि उपयुक्त सम्भावना पहिल्याउने विषयमा केन्द्रित छ । नीतिपत्रमा समेटिएको पहिलो सवाल एफएम रेडियोहरूको वर्गीकरण हो । विद्यमान प्रसारण कानूनले रेडियोको उद्देश्य, स्वामित्वमा भएको विविधता र सामर्थ्यको बेवास्ता गर्दै व्यापारिक र सामुदायिक दुबै किसिमका रेडियोलाई एउटै वर्गमा राखेर उही व्यवहार गर्दैआएको छ । यसले रेडियो सञ्चालन प्रक्रिया तथा तिनले दिने सेवामा आउन सक्ने विविधतालाई निरस्तसाहित गरेको छ । वर्गीकरणमार्फत रेडियोहरूको दायित्व निर्धारण गरी सामुदायिक रेडियोहरूलाई स्थानीय क्षेत्रका गरीब र सीमान्तीकृत नागरिकप्रति बढीभन्दा बढी उत्तरदायी बनाउने गरी नीतिगत व्यवस्था गर्नुपर्ने आवश्यकता यस नीतिपत्रमा अँल्याइएको छ ।

यो नीतिपत्रले उठाएको दोस्रो सवाल चाहिँ फ्रिक्वेन्सी र इजाजत वितरण प्रक्रियालाई व्यवस्थित र पारदर्शी बनाउँदै प्रसारण

<sup>३</sup> सामुदायिक रेडियोको स्थापनामा विश्वका विभिन्न मुलुकहरूमा पहिल्यैदेखि सहयोगी भूमिका खेलेको युनेस्कोले यसका लागि पहिल्यैदेखि सरकारलाई सुभाब दिने तथा गैरसरकारी क्षेत्रलाई आवश्यक सहयोग गर्दैआएको थियो । त्यस्तै, नेपाली सञ्चार क्षेत्रमा लामो समय योगदान दिएका केही व्यक्ति तथा नागरिक समाजको निरन्तरको अभियान र दबाबको परिणामस्वरूप नै राज्यले निजी क्षेत्रलाई रेडियो खोल्न दिने नीति ल्याएको थियो । यसरी अन्तर्राष्ट्रिय तथा राष्ट्रिय स्तरबाट स्वतन्त्र रेडियोको स्थापनाका लागि पहल गर्नुका पछाडि प्रभावकारी सञ्चारको उपभोगमार्फत नागरिकको सशक्तीकरण गर्ने परिकल्पना थियो । यससम्बन्धी विस्तृत विवरणका लागि हेर्नुहोस्, मैनाली, रघु । २०५९ । सामुदायिक रेडियो सघर्षशील यात्रा । *स्थानीय रेडियो : सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्युष वन्त र रघु मैनाली, सं, पृ २५-३३ । काठमाडौँ : नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट र मार्टिन चौतारी ।

<sup>४</sup> राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ को प्रस्तावनामा उल्लिखित अभिव्यक्तिले यही उद्देश्यलाई प्रस्ट पारेको छ ।

<sup>५</sup> हेर्नुहोस्, वन्त, प्रत्युष । २०६५ । स्वतन्त्र रेडियो र श्रोता : बहसका केही सवाल । *मिडिया अध्ययन* ३ : ५९-८१ ।

<sup>६</sup> हेर्नुहोस्, UNDP. 2009. *Communication for Empowerment in Nepal: An Assessment of Communication and Media Needs among Indigenous peoples*. Bangkok: United Nations Development Program (UNDP).

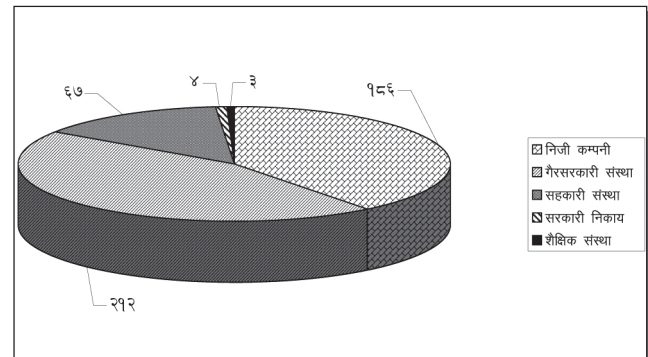


क्षेत्रलाई अनुगमन गर्ने एउटा स्वतन्त्र र स्वायत्त निकायको स्थापनाबारे हो । इजाजत र फ्रिक्वेन्सी वितरणदेखि अनुगमन र आवश्यक नीति तर्जुमा गर्नेलगायत प्रसारणसम्बन्धी सम्पूर्ण प्रक्रिया सञ्चार मन्त्रालयले नै हेर्दैआएको छ । यस क्षेत्रको व्यवस्थापनका लागि स्वतन्त्र निकायको अभाव हुँदा एफएम रेडियोको समग्र प्रक्रियामा सत्ताधारी र त्यस नजिकका व्यक्ति हाबी हुने गरेका छन् । फलस्वरूप सर्वसाधारण नागरिकभन्दा पनि सत्ता वा शक्तिकेन्द्रसँग नजिक हुनेहरू नै सजिलोसँग रेडियो सञ्चालनको इजाजत पाउने स्थितिमा छन् । सबैलाई खुला भनिए पनि गरीब तथा पछाडि परेका समुदायका लागि रेडियो स्थापना र सञ्चालन गर्न प्रोत्साहन गर्ने नीति राज्यको छैन । अहिले जे-जस्तो तरिकाले एकथरी वर्गले रेडियो सञ्चालनमा पकड जमाएका छन् एकपटक प्राप्त गरेको रेडियो फ्रिक्वेन्सी अनन्तकालसम्म ओगट्न पाउने कानुनी प्रावधानका कारण भविष्यमा नयाँ समूहको प्रवेश हुने सम्भावनालाई समेत यसले बाधा पुऱ्याएको छ । यी विविध समस्याको समाधानका लागि स्वतन्त्र नियामक निकायको गठन तथा उक्त निकायद्वारा निष्पक्ष र पारदर्शी ढंगले यस क्षेत्रको व्यवस्थापन र रेखदेख गर्ने तथा आवश्यक नीतिनिर्माणका लागि चासो देखाउनुपर्ने आग्रह नीतिपत्रको छ ।

## रेडियोको वर्गीकरण र समुदायप्रतिको दायित्वमा जोड

नेपालमा सञ्चालित एफएम रेडियोहरू विभिन्न प्रकृतिका संस्थाको लगानीमा खुलेका छन् । निजी कम्पनी, गैरसरकारी संस्था (एनजीओ), सहकारी संस्था, शैक्षिक संस्था, सरकारी निकाय (निर्वाचित स्थानीय निकाय, रेडियो नेपाल र महानगरीय ट्राफिक प्रहरी महाशाखा) को स्वामित्व एफएम रेडियोमा छ (हेर्नुहोस् चित्र १) । रेडियो सञ्चालनमा यसरी विभिन्न उद्देश्य र प्रकृतिका व्यक्ति तथा संघ-संस्थाहरू संलग्न भएकाले तिनको उद्देश्य र प्राथमिकता पनि भिन्नाभिन्नै छ । एकथरी अन्य सेवामूलक उद्योगमा जस्तै आफ्नो उत्पादन (कार्यक्रम) लाई बजारमा बेचेर नाफा आर्जन गर्ने उद्देश्यसाथ रेडियोमा लगानी गर्नेहरू छन् । ती अन्य उद्योगमा जस्तै रेडियोमा पनि निश्चित रकम लगानी गरेपछि नाफा आर्जन हुन्छ र त्यसलाई एउटा व्यवसायको रूपमा अघि बढाउन सकिन्छ भन्ने सोच राखेर आएका हुन् । अर्काथरी नाफा आर्जन गर्न नभई लक्षित वर्ग वा समुदायमा सूचना आदानप्रदानका साथै विकासका विभिन्न मुद्दाहरूबारे जनचेतना जगाउने भनेर आएका छन् । यो अवस्थामा रेडियोलाई तिनको उद्देश्य तथा प्रकृतिअनुसार वर्गीकरण गरिनुपर्छ भन्ने आवाज उठिरहेको छ । वि.सं. २०४९ को सञ्चार नीति वा सोही सालमा बनेको प्रसारण

एनले रेडियोको वर्गीकरण नगरी सबै किसिमका रेडियोलाई एकै किसिमले हेरेको छ ।<sup>७</sup> कानुनमा व्यवस्था नभए पनि सञ्चालक संस्थाको प्रकृतिका आधारमा रेडियोहरूले व्यापारिक वा सामुदायिक भनेर आफूलाई चिनाएका छन् । निजी कम्पनी नाफामूलक उद्देश्यले स्थापना हुने कारणले तीद्वारा सञ्चालित रेडियो व्यापारिक भनेर चिनिन्छन् । गैरसरकारी संस्था, सहकारी संस्था तथा सरकारी निकाय, शैक्षिक संस्था आदि गैरनाफामुखी उद्देश्यले सञ्चालित रेडियो सामान्यतया सामुदायिक रेडियो भनेर चिनिन्छन् ।



चित्र १ : स्वामित्वको प्रकृतिका आधारमा प्रसारण इजाजत पाएका रेडियोको संख्या<sup>८</sup>

स्वामित्वका आधारमा रेडियोले स्वयं आफूबीच वर्गीकरण गरेको भए पनि त्यसमा धेरै अस्पष्टता र विवाद छ । पाल्पाको मदनपोखरा गाविसको नाउँमा इजाजत रहेको भए पनि रेडियो मदनपोखरा स्वतन्त्र सञ्चालक समिति गठन गरी त्यसअन्तर्गत सञ्चालन भएकाले त्यो सामुदायिक भनेर चिनिन्छ । रेडियो मदनपोखरा सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ नेपाल (अकोराब) को सदस्य पनि छ । यता काठमाडौँ महानगरपालिकाको नाउँमा रहेको मेट्रो एफएमलाई चाहिँ सामुदायिक मानिँदैन । सरकारको एउटा अंग काठमाडौँ महानगरपालिकाकै प्रत्यक्ष नियन्त्रण र निर्देशनमा चलेको हुनाले यसलाई सामुदायिक रेडियो नभनिएको हो । यो अकोराबको सदस्य पनि छैन । उस्तै निकायको स्वामित्वमा रहेको भए पनि एउटालाई अलि बढी स्वायत्तता दिइँदा त्यो सामुदायिक भनेर चिनिएको छ भने अर्कोमा कम स्वायत्तता हुँदा त्यसलाई सामुदायिक भनिएको छैन । सरकारी निकायको स्वामित्वमा भएका बाँकी दुई रेडियोहरूमध्ये

<sup>७</sup> हेर्नुहोस्, हुमागाईं, देवराज र प्रत्यूष वन्त । २०६५ । कानुनले नथिने नेपालका सामुदायिक रेडियो । *सहिता* २ : ३४-४० ।

<sup>८</sup> स्रोत : सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयको वेबसाइट [www.moic.gov.np](http://www.moic.gov.np) (२०६८ असोज २७ मा हेरिएको) ।



## मार्टिन चौतारी

एउटा रेडियो नेपालको स्वामित्वमा छ, जसमार्फत रेडियो नेपालले आफ्नो केन्द्रीय प्रसारणलाई रिले गर्दैआएको छ । पहिले रेडियो नेपालले उक्त फ्रिक्वेन्सी निजी क्षेत्रलाई भाडामा दिएको थियो । सरकारी निकायको स्वामित्वमा रहेको चौथो रेडियो महानगरीय ट्राफिक प्रहरी महाशाखाद्वारा सञ्चालित मेट्रो ट्राफिक एफएम हो । सरकारी वा निजी क्याम्पसको लगानीमा पनि रेडियोहरू खुलेका छन् । तिनलाई पनि सामुदायिक रेडियो भन्ने-नभन्ने विषयमा विवाद छ । सहकारी संस्था, जो पूर्ण रूपले गैरनाफामुखी होइनन् र शेयर सदस्यहरूले नाफाको केही अंश बाँड्न पाउँछन्, तीद्वारा सञ्चालित रेडियो सामुदायिक हुन् वा होइनन् भन्ने बहस पनि जारी छ ।

समग्रमा भन्ने हो भने नेपालमा रेडियो सगरमाथाले गैरसरकारी क्षेत्रबाट पहिलो रेडियोको इजाजत पाएपछि अहिलेसम्म गैरनाफामुखी उद्देश्यका २०० भन्दा बढी रेडियो सञ्चालनमा आइसकेका छन् । सामुदायिक रेडियोको क्षेत्रमा नेपालले ठूलो फड्को मान्यो भनेर देश विदेशमा व्यापक प्रचारप्रसार भइरहँदा प्रसारणसम्बन्धी कानून तथा व्यवहारमा व्यापारिक वा सामुदायिक रेडियोसम्बन्धी कुनै स्पष्टता नहुने अचम्मलाग्दो अवस्था हामीकहाँ छ ।

### वर्गीकरणबारे बहस र यसको सान्दर्भिकता

एफएम रेडियोहरूको प्रकृति र तिनले प्रदान गर्ने सेवाका आधारमा कानुनी रूपमा तिनको वर्गीकरण गरिनुपर्छ भन्ने माग एक दशकदेखि नै लगातार उठ्दै आएको हो । एफएम रेडियो र अन्य प्रसारण माध्यमको नीतिगत सुधारका सम्बन्धमा सुभाव दिन सरकारी वा गैरसरकारी स्तरबाट गठन भएका विभिन्न कार्यदल तथा आयोगले आफ्नो सुभावमा वर्गीकरण हुनुपर्ने कुरामाथि निकै जोड दिएका छन् । विगतमा सरकारी स्तरबाट मात्र छोटो भन्दा बढी त्यस्ता कार्यदल तथा आयोग गठन गरी सुभाव पेस भए ।<sup>१०</sup> सामुदायिक रेडियोका लागि काम गरिरहेका संघ-संस्थाहरू खास गरी सामुदायिक

रेडियो सहयोग केन्द्र<sup>१०</sup> (सारेसके) तथा सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ नेपाल (अकोराब) सामुदायिक रेडियो र अन्य गैरव्यापारिक रेडियोलाई परिभाषित गर्दै यस्ता रेडियोका लागि प्रस्ट कानुनी व्यवस्था गर्नुपर्छ भन्ने पक्षमा वकालत गरिरहेका छन् ।<sup>११</sup> वि.सं. २०५९ मा जारी गरिएको दीर्घकालीन सञ्चार नीतिमा सेवाका आधारमा प्रसारण संस्थाहरूको वर्गीकरण गरिनुपर्ने विषय उल्लेख गरियो ।<sup>१२</sup> तर, कानून बन्न नसकेका कारण प्रसारणमात्र होइन, सञ्चारसम्बन्धी यस नीतिमा आँल्याइएका अन्य व्यवस्था पनि कार्यान्वयन हुन सकेनन् । युनेस्को जस्ता सञ्चार क्षेत्रमा काम गरिरहेका दातृ निकायले गरेका अध्ययनमा पनि वर्गीकरणलाई निकै प्राथमिकतामा राखिएको छ । युनेस्कोले गरेको एक अध्ययन प्रतिवेदनमा उल्लिखित सुभावमा रेडियोलाई सार्वजनिक, निजी र सामुदायिक अवधारणाअन्तर्गत वर्गीकरण गर्नुपर्ने उल्लेख छ ।<sup>१३</sup> सन् २००८ मा नेपालमा प्रेस तथा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको अनुगमन गर्न आएको एक अन्तर्राष्ट्रिय मिसनद्वारा प्रकाशित प्रतिवेदनमा समेत विभिन्न प्रकृतिका रेडियोहरूलाई नेपालको प्रसारण कानूनले एउटै वर्गमा राखेको कुरालाई कानूनको कमजोरीका रूपमा चित्रण गरिएको छ ।<sup>१४</sup> साथै, व्यक्तिगत कुराकानीका क्रममा यस क्षेत्रका विभिन्न सरोकारवाला तथा रेडियो सञ्चालकहरूले पनि वर्गीकरणको आवश्यकतामाथि जोड दिएका थिए ।<sup>१५</sup>

<sup>१०</sup> सारेसके नेपालमा स्वतन्त्र रेडियोको लागि वि.सं. २०४७ मा सविधान बनेदेखि नै वकालत र संघर्ष गर्दैआएको संस्था नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेवापस) अन्तर्गतको एउटा इकाई हो । नेवापस दक्षिण एसियाकै पहिलो स्वतन्त्र सामुदायिक रेडियोको उपमा पाएको रेडियो सगरमाथाको माउ संस्था हो ।

<sup>११</sup> सारेसकेले प्रस्तावित विधेयकका रूपमा 'सामुदायिक र गैरव्यापारिक प्रसारण विधेयक-२०५९' को मस्यौदा सार्वजनिक गरेको थियो । उक्त प्रस्तावित विधेयकमा सामुदायिक र गैरव्यापारिक प्रसारण संस्थाको छुट्टाछुट्टै परिभाषा र वर्गीकरण गरिएको छ । यससम्बन्धी विस्तृतका लागि हेर्नुहोस्, मैनाली, रघु, सं. २०५९ । *सामुदायिक प्रसारण, प्रस्तावित कानून तथा सर्वोच्च अदालतको फैसला* । काठमाडौं : सामुदायिक रेडियो सहयोग केन्द्र, नेपाल वातावरण पत्रकार समूह, पृ. १४-१७ । यस्तै, अकोराबले पनि प्रसारण ऐनमा राखिनुपर्ने सामुदायिक रेडियोसम्बन्धी मुख्य प्रावधानका लागि सुभाव दिन एउटा अध्ययन गरी प्रतिवेदन सार्वजनिक गरेको छ । यससम्बन्धी विस्तृत जानकारीका लागि हेर्नुहोस्, बस्नेत, माधवकुमार । २०६५ । *नेपालमा सामुदायिक रेडियो : कानुनी व्यवस्था र आवश्यकता* । काठमाडौं : सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ नेपाल ।

<sup>१२</sup> हेर्नुहोस्, श्री ५ को सरकार । २०५९ । *सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रको दीर्घकालीन नीति २०५९* । पृ. २४ । काठमाडौं : सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।

<sup>१३</sup> हेर्नुहोस्, Pringle, Ian and Bikram Subba. 2007. *Ten Years On: The State of Community Radio in Nepal*, pp. 13-14. Kathmandu: UNESCO.

<sup>१४</sup> हेर्नुहोस्, International Press Freedom and Freedom of Expression Mission to Nepal. 2008. *An Overview of Nepal's Media and Recommendations for Development Priorities: Building for the Future*, p. 18. Place not Mentioned: International Media Support.

<sup>१५</sup> अकोराबका अध्यक्ष मीनबहादुर शाही, सारेसकेका संयोजक रघु मैनाली, व्यापारिक रेडियोहरूको छाता संगठन ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपाल (व्यान) का अध्यक्ष विष्णुहरि ढकाल तथा उज्यालो एफएम र उज्यालो ९० नेटवर्कका अध्यक्ष गोपाल गुरागाईसँग मार्टिन चौतारीले छुट्टाछुट्टै मितिमा गरेको अन्तर्वार्ता ।

<sup>१०</sup> गठित सबै कार्यदलको सुभाव प्रतिवेदन व्यवस्थित अभिलेखको अभावले गर्दा प्राप्त हुन सकेको छैन । उपलब्ध केही प्रतिवेदनहरूका लागि हेर्नुहोस्, कोइराला, भारतदत्त, संयोजक । २०५९ । विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित र विकसित गरी सञ्चालन गर्नेबारेका सुभावहरू । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, अधिकारी, महेशप्रसाद, संयोजक । २०६० । प्रसारण प्रणालीको विकास, सञ्चालन र सुधारका सम्बन्धमा गठित समितिको सुभाव । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, अधिकारी, महेशप्रसाद, संयोजक । २०६१ । फ्रिक्वेन्सी मोड्युलेशन प्रसारण प्रणाली (एफएम रेडियो) को स्थापना एवं व्यवस्थापन सम्बन्धमा व्यवस्थित एवं पारदर्शी नीति तर्जुमा गर्न गठित सुभाव समितिको प्रतिवेदन । अप्रकाशित, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, अधिकारी, राधेश्याम, संयोजक । २०६३ । *उच्चस्तरीय मिडिया सुभाव आयोग प्रतिवेदन, २०६३* । काठमाडौं : उच्चस्तरीय मिडिया आयोगको सचिवालय, सूचना विभाग, र, शुक्ल, तपानाथ, संयोजक । २०६३ । विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित तथा नियमन र राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरणसम्बन्धी विधेयक तर्जुमा गर्न गठित कार्यदलको सुभाव । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।





यसरी विभिन्न पक्षले रेडियोको वर्गीकरण हुनुपर्छ भन्ने कुरामा जोड दिनुका पछाडि रेडियोको प्रकृतिअनुसार तिनलाई कानुनी रूपमा परिभाषित गरी राज्यले दिने सेवा-सुविधा तथा तिनको दायित्व प्रस्ट किटान हुनुपर्छ भन्ने हो । निजी लगानीमा स्थापना भएर नाफाको उद्देश्यसहित व्यवसायका रूपमा चलाइएका र समुदायमा आधारित गैरनाफामुखी संस्थाले सेवाको उद्देश्यसहित स्थापना गरेका रेडियोलाई एकै ठाउँमा राखेर राज्यले व्यवहार गर्नु आफैँमा अव्यावहारिक छ । तर, यससँगै अहिले व्यापारिक र सामुदायिक भनिएका रेडियो सञ्चालनको तौरतरिका र तिनले दिइरहेको सेवामा के-कति भिन्नता छ भन्ने प्रश्न पनि उत्तिकै महत्त्वपूर्ण छ । सामुदायिक भनिएकै रेडियोमा पनि तिनको सञ्चालन र व्यवस्थापनमा समुदायका नाउँमा सीमित प्रभुत्वशाली वर्ग नै हाबी हुने र रेडियोमा स्थानीय क्षेत्रका गरीब र सीमान्तीकृत समुदायको सहभागिता निकै कम रहने गरेको अवस्थालाई विभिन्न अध्ययनहरूले देखाएका छन् ।<sup>१६</sup> त्यस्तै, सामुदायिक वा व्यापारिक जे भने पनि दुवै किसिमका रेडियोमा स्थानीय समुदायलाई प्रत्यक्ष प्रभाव पार्ने र स्थानीय रूपमै उत्पादन गरिएका त्यस क्षेत्रका भाषा र मुद्दाले भन्दा केन्द्रमा उत्पादन भई नेटवर्किङमार्फत वितरित कार्यक्रमहरूले अत्यधिक प्राथमिकता पाइरहेको पनि विभिन्न अध्ययनहरूले उजागर गरिसकेका छन् ।<sup>१७</sup> कतिपय ठाउँमा सामुदायिक भनिने रेडियोले भन्दा व्यापारिक भनिएका रेडियोले स्थानीय समुदायका लागि राम्रो सेवा दिइरहेका पनि छन् ।<sup>१८</sup> यसरी रेडियोका सञ्चालकहरू फरक-फरक पृष्ठभूमिका हुँदाहुँदै पनि तिनको सञ्चालनको तौरतरिका तथा तिनले आम श्रोतालाई प्रदान गर्ने सेवामा कुनै भिन्नता पाइँदैन भने वर्गीकरण गरेर सामुदायिक वा अन्य नाउँमा तिनलाई राज्यले विशेष सुविधा र सहूलियत दिनुको कुनै औचित्य पनि देखिँदैन । यही तर्कमा

आधारित भएर नै दुवै किसिमका रेडियोलाई राज्यले दिने लोककल्याणकारी विज्ञापन, नवीकरण शुल्क तथा रोयल्टीमा छुट, सरकारी विज्ञापनको बाँडफाँड जस्ता सेवासुविधामा अहिलेसम्म समानता देखिएको हो । यद्यपि नेपालमा स्वतन्त्र रेडियोको विकास र प्रवर्द्धनमा उल्लेख्य भूमिका खेल्ने दातृ संस्थाले भने अपवादबाहेक नाफामुखी कम्पनीले खोलेका रेडियोलाई नभई सामुदायिक भनिएका गैरनाफामुखी संस्थाले खोलेका रेडियोलाई प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपले आर्थिक र भौतिक सहयोग गरेका छन् । त्यस्ता रेडियोहरूले सुरुआती दिनदेखि उल्लेख्य मात्रामा दातृ निकायको साथ र सहयोग प्राप्त गरेका पनि छन् ।<sup>१९</sup>

जसरी सामुदायिक र व्यापारिक भनिएका रेडियोहरूको अभ्यासलाई हेर्दा तिनमा तात्त्विक भिन्नता देख्न सकिँदैन त्यसकै आधारमा रेडियोको वर्गीकरणको सान्दर्भिकता छैन भन्नु पनि व्यावहारिक हुँदैन । अहिले प्रसारकमा अनुभवको कमी, आर्थिक स्रोतको सीमित विकल्प मात्र उपलब्ध भएका कारण विज्ञापन बजारमा हुने प्रतिस्पर्धा, राज्यको कमजोर नीति आदि कारण सबै किसिमका रेडियोहरूले दिएका सेवामा अपेक्षा गरेअनुरूप फरक नहोला । तर, रेडियोमा स्वामित्वको विविधतालाई स्वीकार गरी राज्यले त्यसअनुसार वर्गीकरण गर्ने र तिनको अधिकार तथा दायित्वको सीमारेखा सहित प्रस्ट नीति बनाउने हो भने भविष्यमा यो क्षेत्रमा सुधार हुन सक्छ । सामुदायिक रेडियोको प्रस्ट परिभाषा र मापदण्ड उल्लेख गरी तिनमा गरीब र सीमान्तीकृत समुदायको आवाज र पहुँचलाई प्रोत्साहन दिन नीतिगत व्यवस्था गर्न सकिन्छ । रेडियोले प्रदान गर्ने सेवा तथा त्यसको सञ्चालनको प्रकृतिका आधारमा रेडियोको वर्गीकरण हरेक देशका प्रसारणसम्बन्धी कानूनमा हुने गर्छ । उदाहरणका लागि भारत तथा बंगलादेशमा सामुदायिक तथा व्यापारिक रेडियोको प्रस्ट वर्गीकरणसहित गएको केही वर्षमा मात्रै कानून बनेका छन् । ती देशमा गैरनाफामुखी उद्देश्यका शैक्षिक र अन्य संगठित संस्थाहरूले सञ्चालन गरेका रेडियोलाई सामुदायिकअन्तर्गत राखिएको छ । यस्तै, फ्रान्स, अस्ट्रेलिया, क्यानाडाजस्ता विकसित देशहरूमा निकै पहिलेदेखि रेडियोको वर्गीकरण गरी तिनको अधिकार तथा दायित्व किटान गरिएको छ । यद्यपि ती देशहरूमा रेडियोको वर्गीकरणको स्वरूप फरक-फरक छ ।<sup>२०</sup> जुनसुकै नाम दिए पनि र जति

<sup>१६</sup> हेर्नुहोस्, Pringle, Ian and Bikram Subba. 2007. *Ten Years On: The State of Community Radio in Nepal*. Kathmandu: UNESCO; Subba, Bikram and Yadab Chapagain. 2009. *The Status of Community Radio in Nepal: A Study Report from Institutional Perspective*. Kathmandu: Association of Community Radio Broadcasters Nepal (ACORAB); CSRC/NEFEJ. 2012. *Community MHz II: Assessing Community Radio Performance in Nepal*. Kathmandu: Community Radio Support Centre (CRSC)/Nepal Forum of Environmental Journalists (NEFEJ).

<sup>१७</sup> हेर्नुहोस्, हुमागाई, देवराज, कोमल भट्ट र हर्षमान महर्जन । २०६५ । *रेडियो नेटवर्क : अभ्यास, अन्तर्वस्तु र स्थानीय प्रभाव* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी; Bhattarai, Binod and Ghanendra Ojha. 2010. *What's on Air?* Kathmandu: CRSC/NEFEJ; र तिमिलिसना, एकिन्द्र । २०६९ । कैलालीका रेडियोमा स्थानीय सामग्री । *मिडिया अध्ययन* ७ : १९१-२१६ ।

<sup>१८</sup> हेर्नुहोस्, एमएस नेपाल । सन् २००५ । *नेपालमा एफएम रेडियो : स्थिति र प्रवृत्ति अध्ययन प्रतिवेदन* । काठमाडौं : एमएस नेपाल, डेनिस अन्तर्राष्ट्रिय सहयोग संघ ।

<sup>१९</sup> हेर्नुहोस्, हुमागाई, देवराज । २०६२क । नेपालमा एफएम रेडियोको विस्तार । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं. पृ. ३-५९ । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी; र, धिमिरे, लीलानाथ । २०६७ । रेडियोमा ५ अर्ब लगानी । *कात्तिकपुर*, ३ साउन, पृ. १७ ।

<sup>२०</sup> उदाहरणका लागि फ्रान्समा रेडियोले ओगट्ने क्षेत्र र तिनले दिने सेवाका आधारमा 'ए' देखि 'ई' सम्म गरी पाँच किसिमको वर्गमा रेडियो प्रसारणलाई राखिएको छ । 'ए' अन्तर्गत पर्ने



## मार्टिन चौताटी

किसिमका वर्गीकरण गरिए पनि नाफामुखी उद्देश्यका संस्थाले सञ्चालन गर्ने रेडियो तथा गैरनाफामुखी उद्देश्यले खुलेका संस्थाले स्थापना गरेका रेडियोलाई फरक-फरक वर्गमा राख्ने प्रचलन विश्वभरि नै छ । साथै, स्थानीय क्षेत्रका सबै जनताका सरोकार तथा तिनको सहभागिताका सम्बन्धमा सामुदायिक वा गैरनाफामुखी रेडियोलाई बढी जिम्मेवार बनाउने गरी ती देशमा कानुनी व्यवस्था गरिएको पाइन्छ ।

नेपालमा भइरहेको अभ्यास र अन्यत्रका उदाहरण हेर्दा के भन्न सकिन्छ भने रेडियोमा विविधतालाई प्रोत्साहन गर्न पनि कानुनी रूपमा वर्गीकरण गरी तिनका लागि छुट्टाछुट्टै सेवा र सर्तको व्यवस्था आवश्यक छ । सेवा र सर्त भन्नाले रेडियोको प्रकृतिअनुसार त्यसको सञ्चालन र व्यवस्थापनको तरिका, समुदायका विभिन्न वर्ग र समुदायको सहभागिता तथा कार्यक्रमको स्वरूपमा केही मापदण्ड निर्धारण गर्न सकिन्छ । यसले रेडियोमा समुदायका नाउँमा ठालुहरूकै पहुँच हुने र कार्यक्रम प्रसारणमा स्थानीयपनलाई बेवास्ता गर्ने अवस्थामा सुधार ल्याउँछ । रेडियोको वर्गीकरण कति किसिममा हुनुपर्दछ भन्ने सम्बन्धमा विगतमा पनि धेरै बहस भइसकेका छन् । एफएम रेडियोलाई व्यापारिक र सामुदायिक वा गैरव्यापारिकजस्ता मुख्य दुई किसिममा वर्गीकरण गर्न सकिने सुभाव विगतका धेरै कार्यदल वा अध्ययनले औँल्याइसकेका छन् ।<sup>२१</sup> आवश्यक परे यसबारे थप बहस गरी वर्गीकरणको प्रकारलाई टुंगो लगाउन सकिन्छ ।

## इजाजतपत्र तथा फ्रिक्वेन्सी वितरण र व्यवस्थापन

नेपालमा इजाजत वितरण तथा फ्रिक्वेन्सी व्यवस्थापनको प्रक्रिया निश्चित योजना, विधि र प्रक्रियाद्वारा निर्देशित छैन भन्ने कुरा अहिलेसम्मको विकासक्रमलाई हेरेर भन्न सकिन्छ । सञ्चार नीति बनेलगत्तै त्यसलाई व्यावहारिक रूपमा लागू गर्ने उद्देश्यसाथ राष्ट्रिय प्रसारण ऐन २०४९ तत्कालै जारी गरियो । तर राजनीतिक अस्थिरता तथा लामो समयदेखि कर्मचारीतन्त्रमा जरा गाडेर बसेको निरंकुश

रेडियोहरू गैरव्यापारिक हिसाबले खुलेका स्थानीय, सामुदायिक, सांस्कृतिक र शैक्षिक सेवा प्रसारण गर्ने रेडियोहरू हुन् । अन्य वर्गमा पर्ने रेडियोहरू व्यापारिक प्रकृतिका हुन् । तिनलाई प्रसारण क्षेत्र र तिनले प्रसारण गर्ने कार्यक्रमको प्रकृतिका आधारमा विभिन्न वर्गमा राखिएको छ । विस्तृत विवरणका लागि हेर्नुहोस्, Price-Davies, Eryl and Jo Tacchi. 2001. *Community Radio in a Global Context: A Comparative Analysis in Six Countries*. Place not mentioned: Community Media Association.

<sup>२१</sup> समय रेडियो प्रसारणका हिसाबले सरकारद्वारा सञ्चालित रेडियो नेपाल जस्तो देशव्यापी प्रसारण रहेको रेडियोलाई 'सार्वजनिक प्रसारण सेवा' भन्ने प्रकारअन्तर्गत सबै सुभाव प्रतिवेदनले उल्लेख गरेको भए पनि यस नीतिपत्रमा स्थानीय एफएम रेडियोको सन्दर्भ मात्र भएकाले सार्वजनिक प्रसारण सेवाका बारेमा यहाँ चर्चा गरिएको छैन ।

र अनुदार मानसिकताका कारण नियमावली ल्याउन निकै ढिलाइ गरियो । वि.सं. २०५२ मा नियमावली आइसकेपछि पनि निजी क्षेत्रलाई रेडियो सञ्चालनका लागि इजाजत दिने काममा पुनः निकै समय आलटाल गरियो । नागरिक समाजलगायत विभिन्न पक्षको चौतर्फी दबावपछि ऐन बनेको पाँच वर्षमा बल्ल रेडियो सगरमाथाले प्रसारणको इजाजत प्राप्त गर्‍यो ।<sup>२२</sup>

वि.सं. २०५४ देखि २०५९ सम्म आइपुग्दा देशभर जम्मा २५ ओटा मात्र रेडियोका लागि इजाजत प्रदान गरिएको थियो । कमल थापाले वि.सं. २०६० मा एकैपटक ३१ ओटा रेडियोलाई इजाजत प्रदान गरेर उनी निकै 'उदार सञ्चारमन्त्री' कहलिए ।<sup>२३</sup> नत्र वि.सं. २०६२-०६३ को जनआन्दोलन अधिसम्म एफएम रेडियोले इजाजत पाउन निकै गाह्रो थियो । त्यसैले यस अवधिमा एफएम रेडियोको विस्तार पनि सुस्त गतिमा भयो ।<sup>२४</sup> तत्कालीन राजा ज्ञानेन्द्रले २०६१ माघ १९ मा शासनसत्ता हातमा लिएपछि वि.सं. २०६३ मा लोकतन्त्र बहाली नहुन्जेल एफएम रेडियोहरू राज्यको प्रमुख तारो बन्न पुगे । त्यति बेला पत्रपत्रिका र टेलिभिजनमा पनि सेन्सरसिप लगाइएको थियो । तर, पहुँच र प्रभाव व्यापक भएकाले रेडियो राज्यको प्रमुख निसानामा परे । मनोरञ्जनमूलक कार्यक्रमबाहेक अन्य कार्यक्रमलाई प्रतिबन्ध लगाइयो । त्यस्तो स्थितिमा नयाँ रेडियोका लागि इजाजत दिने त परको कुरा खुलिसकेका रेडियोलाई

<sup>२२</sup> वि.सं. २०४९ मा राष्ट्रिय सञ्चार नीति बनेलगत्तै आवश्यक कानून निर्माणका लागि दबाव दिने उद्देश्यले नेपाल वातावरण पत्रकार समूह (नेवापस) ले रेडियो सगरमाथा सञ्चालनको इजाजतका लागि निवेदन दिएका थियो । यसमा पत्रकारिता क्षेत्रको विकासमा लागि परेका अन्य तीनओटा संस्थाहरू हिमाल एसोसिएसन, नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युट र वर्ल्ड भ्यू नेपालले पनि साथ दिएका थिए । यद्यपि रेडियो सञ्चालनमा आएको दुई वर्षजति पछि ती तीनओटा संस्थाहरू रेडियो सगरमाथाको सञ्चालन बोर्डबाट अलग भए र नेवापस एकैले यो रेडियो सञ्चालन गर्दै आयो । प्रसारणसम्बन्धी कानून निर्माण तथा रेडियो सगरमाथा स्थापनाको पृष्ठभूमिसम्बन्धी विस्तृत विवरणका लागि हेर्नुहोस्, मैनाली, रघु । २०५९ । सामुदायिक रेडियो सघर्षशील यात्रा । *स्थानीय रेडियो : सम्भावना र उपयोगिता* । प्रत्यूष वन्त र रघु मैनाली, सं. पृ. २५-३३ । काठमाडौं : नेपाल प्रेस इन्स्टिट्युट र मार्टिन चौताटी, हुमागाई, देवराज । २०६२ । नेपालमा एफएम रेडियोको विस्तार । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं. पृ. ३-५९ । काठमाडौं : मार्टिन चौताटी, र, हुमागाई, देवराज । २०६२ख । कानून, नीति तथा सरकारी रवैया । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं. पृ. ८७-१३७ । काठमाडौं : मार्टिन चौताटी ।

<sup>२३</sup> हेर्नुहोस्, हुमागाई, देवराज । २०६२ । नेपालमा एफएम रेडियोको विस्तार । *रेडियो पत्रकारिता : एफएममा समाचार र संवाद* । प्रत्यूष वन्त, शेखर पराजुली, देवराज हुमागाई, कोमल भट्ट र कृष्ण अधिकारी, सं. पृ. ३-५९ । काठमाडौं : मार्टिन चौताटी, र, हुमागाई, देवराज । २०६५ । नीतिगत र कानुनी अन्योलबीच नेपालका सामुदायिक रेडियो । *स्वतन्त्र रेडियोको एक दशक : विकास, बहस र सामाजिक सरोकार* । देवराज हुमागाई, प्रत्यूष वन्त र कोमल भट्ट, सं. पृ. ३२-६६ । काठमाडौं : मार्टिन चौताटी ।

<sup>२४</sup> हेर्नुहोस्, Onta, Pratyoush. 2009. Independent Radio and Public Engagement. *Studies in Nepali History and Society* 14(2): 335.



समेत अनेक बहानामा बन्द गराउने प्रयाससमेत भए ।<sup>२५</sup> वि.सं. २०६२-०६३ को जनआन्दोलनका बेला एफएम रेडियोले आन्दोलनसम्बन्धी सूचना प्रवाहमा ठूलो भूमिका खेल्थे । त्यसपछि लगत्तै आएको लोकतान्त्रिक सरकारले हौसिएर धेरै संख्यामा इजाजतपत्र बाँड्यो । तत्कालीन सञ्चारमन्त्री दिलेन्द्रपसाद बडुले एफएम खोल्नका लागि निवेदन लिएर आउने व्यक्तिलाई अलमल नगरी चाँडोभन्दा चाँडो इजाजत प्रदान गर्न मातहतका कर्मचारीलाई निर्देशन नै दिए ।<sup>२६</sup> यसरी अनुदार भएर कञ्जुस्याइँ गरेको बेला होस् वा उदार भएर वितरण गरिएको बेला होस्, सधैँलाई हुने गरी निश्चित विधि र प्रक्रिया निर्धारण गर्ने भन्दा पनि एक जना सञ्चार मन्त्रीको तजबिजी निर्णयका भरमा इजाजत प्रक्रिया चलेको छ ।

इजाजत वितरणसम्बन्धी अर्को समस्या भौगोलिक आधारमा रेडियोहरूको असमान वितरण हो । रेडियोहरू निश्चित सहरी क्षेत्रमा धेरै नै थुप्रिने गरेका छन् भने भौगोलिक रूपले विकट र आर्थिक रूपले पिछडिएको ग्रामीण इलाकामा रेडियो खुल्न सकेका छैनन् । खास गरी सहरी क्षेत्रमा आर्थिक कारोबार बढी हुने भएकाले विज्ञापनको आय बढी हुन्छ । त्यसैले त्यहाँ एफएम रेडियो तुलनात्मक हिसाबले बढी हुनु अस्वाभाविक होइन तर विज्ञापन बजारमै आश्रित ती रेडियोको संख्या त्यहाँको बजारले धान्न सक्नेभन्दा धेरै बढी छ, जसका कारण आर्थिक दुरवस्था भोगिरहेका रेडियोबीच अनेक किसिमका अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा चलन थालेका छन् भने त्यसको असर जनशक्ति र कार्यक्रमको गुणस्तरमा परिरहेको छ ।<sup>२७</sup> तालिका १ मा हेर्ने हो भने देशका ७५ जिल्लामध्ये काठमाडौँ उपत्यका (३ जिल्ला) र अन्य १० जिल्लामा वितरण गरिएको इजाजत संख्या मात्र २०० छ, जुन वितरित कुल इजाजत संख्याको ४२ प्रतिशत हो । नेपालका ७५ जिल्लामध्ये यी १३ जिल्ला भनेको संख्यात्मक हिसाबले १७ प्रतिशत मात्र हो । यसरी १७ प्रतिशत जिल्लाले ४२ प्रतिशत रेडियोको इजाजत ओगटेका छन् ।

तालिका १ : सबैभन्दा धेरै इजाजत दिइएका काठमाडौँ उपत्यका र अन्य १० जिल्लाहरू

क्र.सं.	जिल्ला	इजाजत संख्या
१.	काठमाडौँ उपत्यका	३८
२.	मोरङ	२२
३.	कैलाली	२१
४.	कास्की	२०
५.	बाँके	१६
६.	सुनसरी	१५
७.	पर्सा	१४
८.	चितवन	१४
९.	दाङ	१४
१०.	भद्रा	१३
११.	सुनसरी	१३
जम्मा		२००

स्रोत : सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयको वेबसाइट [www.moic.gov.np](http://www.moic.gov.np) (२०६९ असोज २७ मा हेरिएको) ।

फ्रिक्वेन्सी तथा इजाजत वितरण प्रक्रियाको अर्को महत्त्वपूर्ण सवाल भनेको निश्चित फ्रिक्वेन्सीमा कुनै व्यक्ति वा संस्थाको स्वामित्व कति समयका लागि हुने भन्ने हो । सम्बन्धित जिल्लामै खुलेका रेडियो त भइहाल्यो अन्य छिमेकी जिल्लाका रेडियो तरंगसमेत आइपुग्ने हुँदा धेरै रेडियो खुलेका क्षेत्रमा फ्रिक्वेन्सीको चाप अत्यधिक छ । यसले एकातिर रेडियोका फ्रिक्वेन्सी जुध्ने समस्या निम्त्याएको छ भने अर्कोतिर निश्चित क्षेत्रमा थोरै रेडियो सञ्चालन हुँदा पनि त्यहाँ नयाँ रेडियोका लागि फ्रिक्वेन्सीको अभाव हुने गरेको छ । त्यसैले काठमाडौँ उपत्यकालगायत देशको तराई तथा त्यससँग जोडिएका कतिपय मध्यपहाडी जिल्लाहरूमा रेडियोको इजाजत दिन राज्यसँग फ्रिक्वेन्सी नै उपलब्ध छैन ।<sup>२८</sup> जबकि यी क्षेत्रमा अहिले

<sup>२५</sup> हेर्नुहोस्, ढुङ्गेल, विनोद । २०६४ । शाही शासनमा स्वतन्त्र रेडियो : दमन र प्रतिरोधका कथा । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी ।

<sup>२६</sup> मार्टिन चौतारीले तपानाथ शुक्लसँग गरेको अन्तर्वार्ता, २०६८ कात्तिक ३ । यो अन्तर्वार्ताका बेला शुक्ल रेडियो नेपालका कार्यकारी निर्देशक भइसकेका थिए । मन्त्रालयमै हुँदा उनी विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित तथा नियमन र राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरणसम्बन्धी विधेयक तर्जुमा गर्ने विषयमा गठित कार्यदलका संयोजक बनाइएका थिए । उनी संलग्न कार्यदलको सुभाव प्रतिवेदनका लागि हेर्नुहोस्, शुक्ल, तपानाथ, संयोजक । २०६३ । विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित तथा नियमन र राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरणसम्बन्धी विधेयक तर्जुमा गर्ने गठित कार्यदलको सुभाव । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।

<sup>२७</sup> हेर्नुहोस्, हुमागाईँ, देवराज, कोमल भट्ट र हर्षमान महर्जन । २०६५ । रेडियो नेटवर्क : अभ्यास, अन्तर्वस्तु र स्थानीय प्रभाव । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी, अधिकारी, कृष्ण । २०६९ । वीरगञ्जका रेडियोको आर्थिक पक्ष । मिडिया अध्ययन ७ : १७१-१९०; र, हुमागाईँ, देवराज । २०६९ । गन्तव्यहीन यात्रामा स्थानीय रेडियो । कान्तिपुर, २४ असोज, पृ. ७ ।

<sup>२८</sup> विश्वव्यापी चलनअनुसार एफएम रेडियो प्रसारणका लागि प्रयोग गर्न पाइने फ्रिक्वेन्सी भनेको साधारणतया ८७.५ देखि १०८ मेगाहर्जसम्म मात्र हो । फ्रिक्वेन्सी वितरण गर्दा एक अर्को रेडियोको तरंग आपसमा जुधेर रेडियो सुन्न असहज नहोओस् भनेर निश्चित क्षेत्रमा केही फरकमा फ्रिक्वेन्सी दिने गरिन्छ । तसर्थ प्राविधिक रूपले एक क्षेत्रमा निश्चित संख्याभन्दा बढी रेडियो अटाउँदैनन् । उदाहरणका लागि काठमाडौँ उपत्यकामा ८७.५ देखि १०८ मेगाहर्जको बीचमा सामान्यतया ०.३ वा ०.४ मेगाहर्जको फरकमा फ्रिक्वेन्सी उपलब्ध गराउँदा ३८ ओटा रेडियोले मात्र यहाँ इजाजत पाउन सके । ०.३ वा ०.४ कै फरकमा दिँदा पनि नजिकको फ्रिक्वेन्सी भएको रेडियोको तरंग एकापसमा जुध्ने वा एउटाले अर्को रेडियोको तरंगलाई असर पुऱ्याउने भइरहेको छ । अफ टाढा-टाढाका रेडियोको तरंग पनि पुग्ने तराईका धेरैजसो भूभागमा त १०-१५ ओटा रेडियो हुनेबित्तिकै फ्रिक्वेन्सी जुध्ने समस्या आएको थप इजाजत दिन बन्द गर्नुपर्ने अवस्था छ (सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयअन्तर्गत फ्रिक्वेन्सी महाशाखाका उपसचिव अनुप नेपालसँग मार्टिन चौतारीले गरेको अन्तर्वार्ता, २०६८ कात्तिक ३) । फ्रिक्वेन्सी वितरणको प्राविधिक र व्यावहारिक पक्षबारे विस्तृत जानकारीका लागि हेर्नुहोस्, उप्रेती, पवनप्रकाश । २०६५ । नेपालमा एफएम रेडियो प्रसारण : फ्रिक्वेन्सी अवस्था र व्यवस्था । स्वतन्त्र रेडियोको एक दशक : विकास, बहस र सामाजिक सरोकार । देवराज हुमागाईँ, प्रवृष वन्त र कोमल भट्ट, सं. पृ. ६७-९१ । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी ।



## मार्टिन चौताटी

पनि रेडियो खोल्नका लागि आवेदन दिने क्रम रोकिएको छैन । अहिलेको अवस्थालाई हेर्दा विज्ञापन बजारको सीमितताका कारणले आर्थिक रूपमा एउटा क्षेत्रमा धेरै रेडियो चलन सम्भव छैन । तर, विज्ञापन बजारबाट टिक्ने आर्थिक विकल्पलाई छोडेर कुनै रेडियो अन्य किसिमको स्रोत वा सहयोगबाट सञ्चालन गरी समुदायको हितमा काम गर्नु भनेर नयाँ समूह आउन सक्छ । वा, अहिले चलेको रेडियोकै ठाउँमा ऊभन्दा राम्रो गरेर देखाउँछु भनेर अर्को कुनै समूहले दाबी गर्न सक्छ । त्यस्तो बेला कतिपय स्थानमा फ्रिक्वेन्सीको अभावमा तिनले मौका नपाउने अवस्था छ । यो समस्यालाई व्यवस्थापन गर्न प्रतिस्पर्धात्मक आधारमा फ्रिक्वेन्सीको वितरण गर्न सकिन्छ । तर, विद्यमान कानूनले एउटा संस्थाले प्राप्त गरेको फ्रिक्वेन्सी कति अवधिका लागि उसले लिन पाउने हो भन्नेबारे केही पनि बोलेको छैन । यसो हुँदा निश्चित फ्रिक्वेन्सी कुनै व्यक्ति वा संस्थाले एकपटक पाएपछि अनन्त कालसम्म प्रयोग गर्न पाउने अधिकार उसलाई छ । उसले आफ्नो इजाजत पत्र हरेक वर्ष नवीकरण गर्नुपर्छ । निर्धारित समयभन्दा छ महिना पछिसम्म नवीकरण नगरेमा इजाजत रद्द हुन्छ भन्ने कानुनी व्यवस्था चाहिँ छ । तर, यसले निश्चित फ्रिक्वेन्सीमाथि उही व्यक्ति वा संस्थाले सधैंभरी एकलौटी अधिकार जमाउने सम्भावनालाई रोक्न सक्दैन । यसरी नीतिगत अस्पष्टताले गर्दा नवप्रवेशीका लागि बाटो बन्द भएको छ ।

यस सम्बन्धमा अन्तर्राष्ट्रिय प्रचलन हेर्ने हो भने ५ देखि १० वर्षसम्मका लागि एक व्यक्ति वा संस्थालाई इजाजत दिने र तत्पश्चात् अरुले पनि प्रतिस्पर्धात्मक हिसाबले उक्त फ्रिक्वेन्सी दाबी गर्ने प्रावधान राखिएको हुन्छ । उदाहरणका लागि पहिलो पटक इजाजत दिँदा अस्ट्रेलिया, नेदरल्यान्ड, आयरल्यान्ड र फ्रान्समा ५/५ वर्ष, क्यानाडामा ७ वर्ष, दक्षिण अफ्रिकामा ४, अमेरिकामा ८ तथा उरुग्वेमा १० वर्षका लागि इजाजत दिइने व्यवस्था छ । सम्बन्धित संस्थाको कार्यसम्पादनका आधारमा बढीमा दुई पटकसम्मलाई पुनः त्यति नै वर्ष वा अवधि केही घटाएर उसलाई मौका दिइने व्यवस्था ती देशमा छ ।<sup>२९</sup> नेपालमा पनि नयाँ समूहका लागि मौका

दिन र यस क्षेत्रलाई प्रतिस्पर्धी बनाउन यस्तो किसिमको व्यवस्था हुनुपर्ने सम्बन्धमा विगतमा केही बहस भएको छ ।<sup>३०</sup> सार्वजनिक सम्पत्तिमाथि सीमित व्यक्ति वा समूहले अनिश्चित कालसम्म पकड कायम राख्न पाउने नेपालको प्रसारण ऐनमा भएको व्यवस्था लोकतान्त्रिक परिपाटी विपरीत छ । साथै, यो व्यवस्थामा परिवर्तन नहुने हो भने रेडियोको स्वामित्वमाथि गरीब तथा सीमान्तीकृत नागरिकको पहुँच भविष्यमा पनि पुग्न नसक्ने अवस्था सिर्जना हुन्छ ।

### नियामक निकायको आवश्यकता

छापामाध्यमको अनुगमन र नियमनका लागि प्रेस काउन्सिल, दूरसञ्चार क्षेत्रका लागि दूरसञ्चार प्राधिकरण, स्वास्थ्य क्षेत्रका लागि नेपाल मेडिकल काउन्सिल जस्ता निकाय छन् । तर प्रसारणजस्तो संवेदनशील क्षेत्रको अनुगमन तथा व्यवस्थापनका लागि छुट्टै निकाय छैन । तोकिएको प्रक्रिया पूरा गरी आउने संस्थालाई तोकिएको दस्तुर लिई सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयले नै इजाजतपत्र र फ्रिक्वेन्सी वितरण गर्ने प्रावधान प्रसारण ऐनमा उल्लेख छ ।<sup>३१</sup> हरेक वर्ष त्यसको नवीकरण गराउने तथा रोयल्टी लिने काम पनि मन्त्रालयले नै गर्दैआएको छ । सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयअन्तर्गत रहेको श्रव्यदृश्य शाखा तथा फ्रिक्वेन्सी व्यवस्थापन महाशाखाले नै यी काम गर्छन् । फ्रिक्वेन्सीबाहेक सिंगो प्रसारण क्षेत्रलाई व्यवस्थित गराउन यसका धेरै पक्षहरूको नियमित रेखदेख गर्ने तथा प्रसारणसम्बन्धी नीति र योजना तर्जुमा गर्न स्वतन्त्र र स्वायत्त किसिमको संयन्त्रको खाँचो विगतमा गठित प्रसारणसम्बन्धी विभिन्न कार्यदलले पनि आँल्याएका छन् । एकातिर मन्त्रालयअन्तर्गतको सानो संरचनाले समग्र प्रसारण क्षेत्रको अनुगमन र व्यवस्थापन गर्न सकिरहेको छैन भने मन्त्रालय राजनीतिक रूपले स्वतन्त्र तथा स्वायत्त संस्था नभएकाले उसले गर्ने कामको निष्पक्षतामा सधैं प्रश्न उठ्ने गर्छ । स्वतन्त्र निकायको गठनले प्रसारणसम्बन्धी सम्पूर्ण

<sup>२९</sup> थप जानकारीका लागि हेर्नुहोस्, Pavarala, Vinod and Kanchan K. Malik. 2007. Legislating for Community Radio: A Comparative Analysis of Policy Frameworks in Other Countries. In *Other Voice: The Struggles for Community Radio in India*, pp. 43-80. New Delhi: Sage Publications; Price-Davies, Eryl and Jo Tacchi. 2001. *Community Radio in a Global Context: A Comparative Analysis in Six Countries*. Place not mentioned: Community Media Association; र बस्नेत, माधबकुमार । २०६५ । *नेपालमा सामुदायिक रेडियो : कानुनी व्यवस्था र आवश्यकता* । पृ. ४५-४६ । काठमाडौं : सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ नेपाल ।

<sup>३०</sup> हेर्नुहोस्, Bhattarai, Binod. 2000. Radio Sound of Openness. In *Media Nepal* 2000. P.Kharal, ed., pp. 93-122. Kathmandu: Nepal Press Institute; अधिकारी, महेशप्रसाद, संयोजक । २०६९ । फ्रिक्वेन्सी मोडुलेशन प्रसारण प्रणाली (एफएम रेडियो) को स्थापना एवं व्यवस्थापन सम्बन्धमा व्यवस्थित एवं पारदर्शी नीति तर्जुमा गर्न गठित सुभाब समितिको प्रतिवेदन । अप्रकाशित, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय, र शुक्ल, तपानाथ, संयोजक । २०६३ । विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित तथा नियमन र राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरणसम्बन्धी विधेयक तर्जुमा गर्न गठित कार्यदलको सुभाब । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।

<sup>३१</sup> यसमा इजाजतपत्र लिन चाहनेले मन्त्रालयमा आर्थिक पक्ष, प्राविधिक पक्ष तथा कार्यक्रम पक्ष उल्लेख गरिएको सम्भाव्यता अध्ययन प्रतिवेदनसहित निवेदन दिनुपर्ने भन्ने प्रावधान छ । तर, त्यसको पर्याप्त मूल्यांकन नै नगरी इजाजत दिने गरिन्छ ।





रेखदेखको काम नियमित हिसाबले अघि बढाउन र यस क्षेत्रलाई राजनीतिक दबाव र प्रभावबाट मुक्त राख्न सहयोग पुग्छ ।

विश्वका धेरै मुलुकहरूमा प्रसारणसम्बन्धी स्वतन्त्र नियामक निकायको गठन गरिएको छ । कुनै मुलुकमा त्यस्ता निकायले दूरसञ्चारलगायत समग्र प्रसारण क्षेत्रलाई पनि समेटेको हुन्छ भने कुनै मुलुकमा रेडियोलाई मात्रै हेर्ने छुट्टै निकाय हुन्छ । उदाहरणका लागि अस्ट्रेलियामा अस्ट्रेलियन ब्रोडकास्टिङ अथोरिटी (एबीए), क्यानाडामा क्यानेडियन रेडियो-टेलिभिजन एन्ड टेलिकम्युनिकेसन्स कमिसन (सीआरटीसी), अमेरिकामा फेडरल कम्युनिकेसन्स कमिसन (एफसीसी), आयरल्यान्डमा ब्रोडकास्टिङ कमिसन अफ आयरल्यान्ड (बीसीआई) तथा दक्षिण अफ्रिकामा इन्डिपेन्डेन्ट कम्युनिकेसन्स अथोरिटी अफ साउथ अफ्रिका (आइसीएएसए) छ । छिमेकी देश भारतमा सन् २००६ मै समग्र प्रसारण क्षेत्र हेर्ने गरी 'ब्रोडकास्टिङ रेगुलेटरी अथोरिटी अफ इन्डिया' सम्बन्धी ऐनको मस्यौदा तयार पारी छुट्टै नियामक निकायको स्थापना गर्न खोजिएको भए पनि अहिलेसम्म स्थापना हुन सकेको छैन । भारतमा 'टेलिकम रेगुलेटरी अथोरिटी अफ इन्डिया' ले नै प्रसारणसम्बन्धी संस्थाहरूको पनि प्राविधिक पक्षबारे नियमन गरिरहेको छ भने प्रसारणका विभिन्न क्षेत्रलाई हेर्ने छुट्टै निर्देशिका बनाएर त्यहाँ विषयवस्तुको अनुगमन गर्ने गरिएको छ । दक्षिण अफ्रिका, अमेरिका तथा क्यानाडामा त्यस्तो निकायले दूरसञ्चारका साथै इन्टरनेट पनि हेर्नुपर्ने व्यवस्था छ । खास गरी यस्ता निकायको मुख्य काम भनेको रेडियोको सन्दर्भमा भन्नुपर्दा प्रसारण इजाजत दिने र त्यसको नवीकरण गर्ने, इजाजत शुल्क तोक्ने, प्रसारणसम्बन्धी नीति नियम तर्जुमा गर्ने, आचारसंहिता बनाउने र त्यसको अनुगमन गर्ने, प्रसारणसम्बन्धी विवाद वा मुद्दाहरूको छिनोफानो गर्ने, फ्रिक्वेन्सीसम्बन्धी योजना बनाउने र बाँडफाँड गर्ने हो ।<sup>३२</sup>

नेपालमा पनि नियामक निकायको स्थापना गरी यसका लागि छुट्टै कानून बनाएर त्यस्तो संयन्त्र स्थापना गर्न भनी मन्त्रालयभित्रबाट विगतमा तीनपटक ऐनका मस्यौदा बने ।<sup>३३</sup> वि.सं. २०५९ मा

<sup>३२</sup> हेर्नुहोस्, Price-Davies, Eryl and Jo Tacchi. 2001. *Community Radio in a Global Context: A Comparative Analysis in Six Countries*. Place not mentioned: Community Media Association; Paravala, Vinod and Kanchan K. Malik. 2007. *Other Voice: The Struggle for Community Radio in India*. New Delhi: Sage Publications.

<sup>३३</sup> हेर्नुहोस्, श्री ५ को सरकार । २०५९ । राष्ट्रिय प्रसारण परिषद् ऐन २०५९ । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय; श्री ५ को सरकार । २०५९ । राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरण अध्यादेश (मस्यौदा) । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय; र, शुक्ल, तपानाथ, संयोजक । २०६३ । विद्युतीय सञ्चारमाध्यमलाई व्यवस्थित तथा नियमन र राष्ट्रिय प्रसारण प्राधिकरणसम्बन्धी विधेयक तर्जुमा गर्न गठित कार्यदलको सुझाव । अप्रकाशित प्रतिवेदन, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय ।

ल्याइएका पहिलेका दुई मस्यौदाहरू नियामक निकायलाई स्वायत्तता दिन नखोजिएको र मन्त्रालयकै नियन्त्रणभित्र राख्न खोजिएको कारणले आलोचित बन्थे । त्यस्तै, वि.सं. २०६३ मा तर्जुमा गरिएको मस्यौदाले त्यस्तो निकायलाई पहिलेको भन्दा केही स्वायत्तता दिने हिसाबले ल्याइए पनि विभिन्न सरोकारवाला पक्षले सो मस्यौदा बनाउँदा आफूहरूलाई सहभागिता नगराइएको भनेर विरोध गरे ।<sup>३४</sup> यस्ता विरोधका अलावा वि.सं. २०६३ पछि बारम्बारको सरकार परिवर्तन र राजनीतिक अस्थिरताका कारण पनि यो विषय प्राथमिकतामा पर्न सकेन र ऐन बनेन ।

प्रसारणसम्बन्धी रेखदेखको काम मन्त्रालयकै अधीनमा रहेकोले गर्नुपर्ने कामहरूमा ढिलासुस्ती तथा राजनीतिक हस्तक्षेपका कारण धेरै किसिमका जटिलताबाट गुज्रिनु परेको छ । यस्तो अवस्थामा प्रसारणसम्बन्धी अनुभवी, स्वतन्त्र विज्ञ तथा यस क्षेत्रका सरोकारवाला सम्मिलित निकायको गठन गर्न सकिन्छ । यस्तो निकाय संसदप्रति उत्तरदायी हुने गरी कानुनी व्यवस्था गर्न सकिन्छ । यसको सञ्चालनका लागि सरकारले बजेटको व्यवस्था गरे पनि उसले आफ्ना कर्मचारीमार्फत हस्तक्षेप गर्ने अवस्था हुँदैन । छुट्टै निकायको गठनले यस क्षेत्रमा देखिएका जटिलतालाई व्यवस्थापन गर्न सहयोग पुग्छ । प्रेस स्वतन्त्रताको यस युगमा नियामक निकाय भनेर सञ्चार संस्थाहरूलाई नियन्त्रण गर्ने ढंगबाट भने त्यस्तो निकायको परिकल्पना गरिनुहुन्न । सञ्चारलाई अरुले नियमन गर्नेभन्दा पनि स्वनियमन हुनुपर्छ भन्ने मान्यता विकसित हुँदै आएको बेलामा नियन्त्रण नभई प्रसारण क्षेत्रको विकासलाई सहज बनाउने यस्तो निकायको उद्देश्य हुनुपर्छ ।

## निष्कर्ष र सुझाव

सामान्य अर्थमा भन्ने हो भने लोकतन्त्रमा मिडियाको मुख्य भूमिका नागरिकको सूचनाको हक तथा विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताजस्ता लोकतान्त्रिक अधिकारलाई प्रवर्द्धन गर्नमा नै केन्द्रित हुनुपर्छ । अभिहाम्रो जस्तो अल्पविकसित देशमा अन्य माध्यमको तुलनामा रेडियोको भूमिका निकै महत्त्वपूर्ण छ । लोकतन्त्रमा नागरिक नै केन्द्रबिन्दुमा हुने तथा सबैको समान अधिकार हुने हुँदा यस्तो माध्यमको सञ्चालनको उद्देश्य पनि नागरिक केन्द्रित हुनुपर्छ । साथै, त्यसमा सबैको समान र सहज पहुँच पुग्नुपर्छ । तर, रेडियो प्रसारणसम्बन्धी

<sup>३४</sup> सो ऐनको मस्यौदा तर्जुमा कार्यदलका अध्यक्ष तपानाथ शुक्ल र सोही कार्यदलका एक सदस्य अनुप नेपालसँग २०६८ कात्तिक ३ मा तथा ब्रोडकास्टिङ एसोसिएसन अफ नेपाल (ब्यान) का अध्यक्ष विष्णुहरि ढकालसँग २०६८ असोज १० मा मार्टिन चौतारीले गरेको अन्तर्वार्ता ।



## मार्टिन चौताटी

नीतिनिर्माण गर्दा सर्वसाधारण नागरिकको प्रत्यक्ष चासो र तिनको सरोकारका विषयमा रेडियोको भूमिकालाई कसरी जोड्ने भन्नेतर्फ पर्याप्त ध्यान दिइएन । यसमा रेडियो तथा तिनका सञ्चालकका पनि आफ्ना कमी-कमजोरी छन् तर राज्यले नीतिगत व्यवस्थामार्फत यसतर्फ आवश्यक वातावरण तयार गर्न तथा तिनलाई दबाव दिन सकेन । राज्यको नीतिगत कमजोरीका कारणले स्वतन्त्र भनिने स्थानीय एफएम रेडियोहरू समेत हुनेखाने सीमित वर्गकै नियन्त्रणमा रहे । सर्वसाधारण तथा राज्यको मूलधारबाट पछाडि परेका नागरिकले ती रेडियोमा आफ्नो स्वामित्व महसुस गर्न सकेका छैनन् । यसका लागि रेडियोलाई हेर्ने राज्यको दृष्टिकोण तथा इजाजतदेखि अनुगमनसम्मका विद्यमान प्रक्रियामा नीतिगत सुधार आवश्यक छ । नीतिगत कमीकमजोरीलाई सच्याउँदै प्रस्ट नीतिगत व्यवस्थामार्फत यस्ता समस्याको सम्बोधन गर्न सकिन्छ । त्यसका लागि यो अध्ययनका आधारमा निम्न सुझाव प्रस्ताव गरिएको छ :

- एफएम रेडियोलाई तिनको स्वामित्व तथा तिनले प्रदान गर्ने सेवाका आधारमा मुख्य गरी दुई किसिम – व्यापारिक तथा सामुदायिक (वा गैरव्यापारिक) – मा वर्गीकरण गरिनुपर्छ । व्यापारिक रेडियोहरूलाई शुल्क निर्धारण गर्ने प्रयोजनका लागि प्राविधिक क्षमता तथा प्रसारण क्षेत्रका आधारमा थप वर्गीकरण गरिनुपर्छ ।
- व्यापारिक रेडियोहरूका लागि स्तरीय सेवा प्रदान गर्दै स्वस्थ र प्रतिस्पर्धात्मक रूपमा व्यवसाय गर्ने वातावरण बनाइनुपर्छ । सार्वजनिक सम्पत्ति (फ्रिक्वेन्सी) को प्रयोग गरी व्यवसाय गरेबापत राज्यले तीबाट कर तथा रोयल्टी लिनुपर्छ । त्यसलाई यही क्षेत्रको भौतिक पूर्वाधारको विकासमा नै खर्च गरिनुपर्छ ।
- सामुदायिक वा गैरव्यापारिक रेडियोहरू गैरनाफामुखी र लक्षित समुदायप्रति पूर्ण समर्पित हुनुपर्छ । यिनमा आर्थिक तथा सामाजिक-सांस्कृतिक रूपले पछाडि परेका समुदायको सहज पहुँच पुऱ्याउन सानो क्षमता (बढीमा १०० वाट) र थोरै लागतमा सञ्चालन गर्ने गरी व्यवस्था मिलाउनुपर्छ । यसका लागि राज्यले उपलब्ध गराउने सेवा र शुल्क जस्तै : इजाजत र नवीकरण शुल्क, रोयल्टी, उपकरणको भन्सार दर, विद्युत शुल्क, टेलिफोन, इन्धनलगायतमा छुट दिनु आवश्यक छ । साथै, यिनलाई व्यापारिक तथा राजनीतिक स्वार्थबाट मुक्त

राख्न सुशासन कायम राख्न सञ्चालन र व्यवस्थापनका लागि निश्चित सर्त र मापदण्ड निर्धारण गरिनुपर्छ ।

- इजाजत तथा फ्रिक्वेन्सीको वितरण, अनुगमनलगायत रेडियोसम्बन्धी सम्पूर्ण प्रक्रियालाई व्यवस्थित तथा पारदर्शी बनाउन र राजनीतिक हस्तक्षेपबाट मुक्त राख्न सर्वप्रथम स्वतन्त्र तथा स्वायत्त निकायको व्यवस्था गरी त्यसैअन्तर्गत यी काम गरिनुपर्छ । साथै, उक्त निकायले आवश्यकताअनुसार शुल्क तथा सर्तहरू तोक्ने, आवश्यक नीति-नियम तर्जुमाका लागि सरकारलाई सुझाव दिने वा सिफारिस गर्ने, प्रसारणसम्बन्धी विभिन्न किसिमका उजुरी सुन्ने, छानबिन गर्ने र निर्णय दिने काम पनि गर्न सक्छ ।
- देश अहिलेजस्तो केन्द्रमुखी नभई संघीय संरचनामा जाने अवस्थामा यस्तो निकायको पनि अमेरिकामा जस्तो क्षेत्रीय वा संघीय इकाइहरू बनाउन सकिन्छ । त्यस्तो अवस्थामा कतिपय अधिकार केन्द्रीय निकायमा राखेर कतिपय चाहिँ प्रान्त वा क्षेत्रीय एकाइमा बाँडनुपर्ने हुन जान्छ ।
- यस्तो संस्थाको गठन प्रक्रिया निष्पक्ष र पारदर्शी हुनुपर्दछ, जुन सबै सरोकारवाला निकाय र संस्थाका प्रतिनिधि सम्मिलित स्वतन्त्र समितिको सिफारिसमा हुनुपर्दछ । त्यस्तो निकायमा प्रसारण क्षेत्रमै लामो समय सेवा गरेको स्वतन्त्र विज्ञलाई उक्त निकायको प्रमुख तथा विभिन्न सरोकारवाला संस्था वा संगठनका प्रतिनिधिहरू सदस्य रहने व्यवस्था गरिनुपर्छ ।
- रेडियो फ्रिक्वेन्सी सार्वजनिक सम्पत्ति भएकाले एउटै व्यक्ति तथा संस्थाले एकपटक प्राप्त गरेको फ्रिक्वेन्सी अनन्तकालसम्म प्रयोग गर्न पाउने विद्यमान व्यवस्था खारेज हुनुपर्छ । एउटा व्यक्ति वा समूहले निश्चित अवधि फ्रिक्वेन्सी प्रयोग गरेपछि सो फ्रिक्वेन्सी राज्यलाई फिर्ता गरिनुपर्छ जसलाई राज्यले प्रतिस्पर्धाका आधारमा अरुलाई उपलब्ध गराउन सक्छ । रेडियो प्रसारणमा विविधताका लागि नयाँ व्यक्ति वा समूहको प्रवेशलाई यसले सहयोग गर्छ ।
- उपलब्ध फ्रिक्वेन्सी मन्त्रालयको तजबिजी निर्णयका आधारमा नभई वितरणका लागि वर्षको एक वा दुई पटक सरकार वा सम्बन्धित निकायले सार्वजनिक रूपमा आवेदन आह्वान गरी प्रतिस्पर्धात्मक छनौटका आधारमा उपलब्ध गराउनुपर्छ । छनौटको आधार आवेदकले प्रस्ताव गर्ने सेवा (कार्यक्रम), लगानी र सञ्चालनको आर्थिक आधार, सञ्चालकको पृष्ठभूमि र योग्यता वा प्रतिबद्धता आदि हुनुपर्छ ।





## मार्टिन चौतारी

### मार्टिन चौतारी

मार्टिन चौतारी अनौपचारिक छलफल समूहका रूपमा सन् १९९१ मा स्थापना भएको हो । त्यतिबेला विकासे कार्यकर्ता र प्राज्ञिक व्यक्तिहरू पाक्षिक रूपमा भेटी समसामयिक विषयमा आ-आफ्ना धारणा र अनुभव साटासाट गर्थे । यस छलफल समूहका संस्थापकमध्येका एक—मार्टिन हफ्टनको देहावसानपछि सन् १९९५ मा उक्त अनौपचारिक समूहलाई मार्टिन चौतारी नाम दिइयो । सामाजिक विकास तथा अनुसन्धान केन्द्रको व्यवस्थापनमा छ वर्ष रहेपछि सन् २००२ मा मार्टिन चौतारी छुट्टै गैरसरकारी संस्थाको रूपमा काठमाडौंमा दर्ता भयो ।

चौतारीको सुरु देखिकै उद्देश्य सार्वजनिक संवाद र सार्वजनिक बहसको गुणस्तर उकास्नु हो । नेपालमा बहस र अन्तर्क्रियाको अभ्यास निकै कम हुने बेलामा स्थापित मार्टिन चौतारी अहिले पनि अनौपचारिक तर गहन सार्वजनिक छलफल गर्ने थलोका रूपमा देशभर परिचित छ । यहाँ सातामा तीन दिन विविध विषयहरूमा छलफल हुन्छ । यसबाहेक यसले मिडिया, सुशासन र प्रजातन्त्र, शिक्षा र जीविकोपार्जनका विषयमा लैंगिक तथा सामाजिक समावेशीकरणको दृष्टिकोणसहित अनुसन्धान गर्दै आएको छ । युवा अनुसन्धातालाई अनुसन्धानको व्यावहारिक प्रशिक्षण दिने काम (मेन्टरिङ) पनि चौतारीको अभिन्न पाटो हो ।

अहिलेसम्म चौतारीले वार्षिक जर्नल *मिडिया अध्ययन* लगायत ७२ ओटा पुस्तक प्रकाशन गरिसकेको छ । मण्डला बुक प्वाइन्टले प्रकाशन गर्ने जर्नल *स्टडीज इन नेपाली हिस्ट्री एण्ड सोसाइटी*को सम्पादकीय गृह पनि चौतारी हो । सन् २००६ देखि मार्टिन चौतारीले अनुसन्धान पुस्तकालय र मिडिया डकुमेन्टेसन सेन्टर सार्वजनिक उपयोगका लागि खुला गरेको छ । पुस्तकालयमा १७ हजारभन्दा बढी पुस्तक छन् जसमध्ये एक चौथाई मिडियासम्बन्धी छन् ।

मार्टिन चौतारीका पाँच काम—छलफल, अनुसन्धान, अनुसन्धान प्रशिक्षण, प्रकाशन र पुस्तकालय—आपसमा अन्तरसम्बन्धित छन् । समष्टिमा यिनले सुसूचित संवाद र विश्लेषणमूलक अनुसन्धानमार्फत राज्य र नागरिक बीचको सामाजिक सम्बन्धलाई सबल पार्ने र समावेशी सार्वजनिक वृत्त विस्तार गर्ने चौतारीको मुख्य उद्देश्यलाई सघाइरहेका छन् ।

बाट : मार्टिन चौतारी

२७ जीतजङ्ग मार्ग, थापाथली

पो.ब.नं. १३४७०

काठमाडौं, नेपाल

टेलिफोन : + ९७७-१-४१०२०२७/४२३८०५०

फ्याक्स : + ९७७-१-४२४००५९

इमेल : chautari@mos.com.np

वेब : www.martinchautari.org.np

लाई :

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_