UNESCO

संयुक्त राष्ट्रसंघीय
शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा
सांस्कृतिक संगठन

काठमाडौं

मिडियामा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानता

(तालिम पुस्तिका)

Jagaran Media Center
जागरण मिडिया सेन्टर

Human Rights Journalists' Association
मानवअधिकार पत्रकार संघ

UNESCO

संयुक्त राष्ट्रसंघीय
शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा
सांस्कृतिक संगठन

काठमाडौं

मिडियामा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानता

(तालिम पुस्तिका)

Jagaran Media Center
जागरण मिडिया सेन्टर

Human Rights Journalists' Association
मानवअधिकार पत्रकार संघ

प्रकाशक : संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को), काठमाडौं कार्यालय/सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (IPDC)को सहयोगमा जागरण मिडिया सेन्टर र मानवअधिकार पत्रकार संघ, काठमाडौं ।

लेखक : मञ्जु थापा र शुभेच्छा विन्दु तुलाधर

सम्पादक/सुपरीवेक्षक : जेबी विश्वकर्मा, कार्यक्रम संयोजक–नागरिक सशक्तिकरण र सार्वजनिक निकायको जवाफदेहिताका लागि सूचनाको हक परियोजना

सर्वाधिकार : © जागरण मिडिया सेन्टर र मानवअधिकार पत्रकार संघ, सन् २०१४

यो हाते पुस्तिका खुला पहँच (ओपन–एक्सेस)मा उपलब्ध छ । आधिकारिक स्रोतको आधार (जस्तो: संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को) काठमाडौं कार्यालय/सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (IPDC)को सहयोगमा © जागरण मिडिया सेन्टर र मानवअधिकार पत्रकार संघमा यस प्रकाशनको उपयोग, पुनर्वितरण, अनुवाद र साभार गर्नका लागि अनुमति दिइन्छ । स्रोत उल्लेख गर्दा वा पुस्तिकामा प्रकाशित सामग्रीको प्रयोग गर्दा प्रकाशनको वास्तविक स्रोतको सही पहिचान र उल्लेख हुनु अनिवार्य छ ।

आइएसबीएन : 978-9937-2-8572-8

यस प्रकाशनमार्फत कुनै पनि राज्य, भू–भाग सहर वा क्षेत्र अथवा त्यसका अधिकारीहरु वा त्यस भू–भाग तथा क्षेत्रसँग सम्बन्धित कानुनी अवस्थासँग सम्बन्धित रही व्यक्त गरिएका विचारहरु युनेस्को वा जागरण मिडिया सेन्टर र मानवअधिकार पत्रकार संघका आधिकारिक विचार होइनन् । यस प्रकाशनमा व्यक्ति गरिएका विचारहरु लेखकका विचार हुन् ।

प्राक्कथन

नेपाल बहुजातीय, बहुभाषिक, बहुसांस्कृतिक र बहुधार्मिक देश हो । यहाँ महिला, आदिवासी जनजाति, दलित, मुस्लिम, मधेसी, यौनिक अल्पसंख्यक तथा सिमान्तकृत समुदायका १२५ जातजाति र १२३ मातृभाषिहरुको बसोबास रहेको छ । यसरी विविधताले भरिएको नेपाली समाजमा जातजाति, भाषा–संस्कृति, धर्म, क्षेत्र, लिङ्ग वा लैङ्गिक पहिचान आदिका आधारमा भेदभाव समेत कायम छ । समाजमा रहेकविर्गीय, क्षेत्रीय, लैङ्गिक, जातीयलगायत समाजिक भेदभावको अन्त्य नहुँदासम्म नेपाली समाजको लोकतान्त्रिकरण हुन सम्भव छैन भने समाजको विकास पनि हुन सक्दैन । त्यसैले सामाजिक विविधताको सम्मान गर्ने र सबैले बिना कुनै भेदभाव आत्मसम्मापूर्वक बाँच्न सक्ने वातावरण निर्माणका लागि मिडियाको भूमिका निकै प्रभावकारी हुन्छ ।

मिडियालाई सामाजिक रुपान्तरणको एउटा सशक्तमाध्यमका रुपमा लिइन्छ । त्यसैले समाजमा रहेका असमानता, विभेद र अन्यायपूर्ण सम्बन्धहरुको अन्त्य गरी न्यायपूर्ण, समावेशी र समतामुलक समाज निर्माणका लागि नेपाली मिडियाले सशक्त भूमिका निर्वाह गर्नुपर्दछ । यो मिडियाको एउटा महत्वपूर्ण सामाजिक उत्तरदायित्व पनि हो । सार्वजनिक डबलीका रुपमा लिइने मिडियामार्फत समाजका बहुआयमिक पक्षबारे बहस हुनुपर्छ, जसका लागि समाचार सङ्कलन, लेखन तथा सम्पादनमा क्रियाशील पत्रकारहरु सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताबारे संवेदनशील हुन जरुरी हुन्छ ।

नेपाली समाजमा आदिवासी जनजाति, दलित, महिला, मधेसी, मुस्लिम, यौनिक अल्पसंख्यकका साथै भौगोकिलकरुपमा विभिन्न क्षेत्रहरु राज्यबाट उत्पीडनमा पारिएका छन् । उनीहरुका सवालबारे मिडियामा खासै चर्चा हुन नसकेको वा भएका बहस पनि एकतर्फी भएको गुनासाहरु बेला–बेलामा आउने गरेका छन् । कतिपय सन्दर्भमा पत्रकारहरुबीच सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताबारे हुने बुझाइको सीमितता, अन्तक्रियाको कमी वा संवेदनशीलतामा कमी भएका कारण पनि समाजमा बहिस्करणमा पारिएका समुदायका मुद्दाले मिडियामा प्राथमिकता पाउन नसकेको अर्थात कहिले काही गलत वा एकतर्फी सूचना प्रवाह भएको गुनासो पनि त्यतिकै मात्रामा आउने गरेका छन् ।

राज्यको खबरदारी गर्ने मिडियाले उत्पादन गर्ने अन्तर्वस्तुमा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक विविधताको कोणबाट पत्रकारहरुबीच अन्तर्क्रिया गर्ने, ती विषयप्रतिको बुझाइलाई थप व्यापक बनाउने र मिडियाको अन्तर्वस्तु निर्माणका क्रममा यी मुद्दाको महत्वलाई स्थापित गराउँदै संवेदनशीलरुपमा यी मुद्दालाई मिडियामार्फत राष्ट्रिय बहसमा ल्याउन सघाउ पुऱ्याउने आशा सहित यो **मिडियामा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानता** तालिम पुस्तिका प्रकाशित गरिएको हो ।

नेपाली मिडियाको विविध पाटोबारे बहस सुरु हुने क्रमसँगै नेपाली समाजको विविधता, सामाजिक–सांस्कृतिक अन्तर्सम्बन्ध, जातीय, क्षेत्रीय, धार्मिक र लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट मिडियाका अन्तर्वस्तु र समावेशीकरणबारे छलफलले बिस्तारै व्यापकता पाउँदै गइरहेको छ । यसका साथै मिडियाका विषयवस्तु उत्पादनमा सक्रिय सञ्चाकर्मीहरुको दायित्व र भूमिकाबारे पनि बहस भइरहेका छन् । यस सन्दर्भमा विशेष गरी क्रियाशील पत्रकारहरुलाई लक्षित गरी मिडियामा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानता तालिम पुस्तिका प्रकाशित गरिएको छ ।

मिडियामा समाजिक विविधता र लैङ्गिकता समानतासम्बन्धी तालिम तयार पार्नु हुने लेखकद्वय मञ्जु थाप र शुभेच्छा विन्दु तुलाधरप्रति हामी हार्दिक आभार व्यक्त गर्दछौं । त्यसैगरी पुस्तिकाको रुपरेखा तयार पार्ने र सम्पादन गरि सहयोग गरिदिनु भएकोमा युनेस्को काठमाडौंका सूचनाको हक सम्बन्धी कार्यक्रमका संयोजक जेबी विश्वकर्मालाई विशेष धन्यवाद दिन चाहन्छौं । यसैगरी पुस्तिको विषयवस्तुमाथि सल्लाह तथा सुझाब दिनुहुने युनेस्को काठमाडौंका पत्रकार सुरक्षा कार्यक्रमका संयोजक लक्ष्मणदत्त पन्तप्रति हार्दिक आभार प्रकट गर्दछौ । हामीसँगको साझेदारीका लागि संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (युनेस्को) काठमाडौं र सञ्चारको विकासका लागि अन्तर्राष्ट्रिय कार्यक्रम (आइपीडीसी) प्रति आभार व्यक्त गर्दछौं । त्यसैगरी यो पुस्तिका तयार पर्नका लागि संयोजनको भूमिका खेल्नुहुने जागरण मिडिया सेन्टरका कार्यक्रम व्यवस्थापक राजेशचन्द्र मरासिनी र मानवअधिकार पत्रकार संघका कोषाध्यक्ष किशोर कुमार पौंडेलप्रति कृतज्ञता प्रकट गर्दछौ ।

रेमबहादुर विश्कर्मा
अध्यक्ष, जागरण मिडिया सेन्टर
बुद्धनगर काठमाडौं ।

छत्र शंकर
अध्यक्ष, मानवअधिकार पत्रकार संघ
अनामनगर काठमाडौं ।

विषयसूची

पृष्ठ

अध्याय १ : तालिम पुस्तिकाको परिचय १-१०

तालिम पुस्तिकाको आवश्यकता
परिकल्पना
उद्देश्य र विधि
तालिम पुस्तिकाको संरचना
कार्ययोजना र समय तालिका
तालिमको बिस्तृत तालिम सत्र
सहजकर्ताले गर्नुपर्ने तयारी

अध्याय २ : मिडिया, सामाजिक विविधता र बहुलवाद ११-२५

पृष्ठभूमि
सामाजिक विविधता
मिडियामा सामाजिक विविधताको महत्व
मिडियामा सामाजिक विविधताको प्रबर्द्धन
मिडियामा बहुलवाद
मिडियामा बहुलवादको महत्व
मिडियामा बहुलवादको प्रबर्द्धन

अध्याय ३ मिडिया र लैङ्गिकता २६-४६

पृष्ठभूमि
लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धनमा मिडियाको भूमिका
राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय कानुनी तथा नैतिक दायित्वहरु
लैङ्गिक संवेदनशील मिडियाको प्रबर्द्धन
मिडिया संस्थाहरुमा लैङ्गिक समानता
मिडियामा लैङ्गिकता, अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक संवेदनशीलता र समानता

सन्दर्भसामग्री ४७-४८
अभ्यासका लागि समाचार सामग्रीहरु ४९
अनुसूची १ : मिडियामा लैङ्गिक समानता र संवेदनशीलता मापन गर्ने केही महत्वपूर्ण सूचकहरु ५०
अनुसूची २ : पारिभाषिक शब्दहरु ६०
अनुसूची ३ : पूर्वाग्रही शब्द, शब्दावली र विकल्पहरु ६२
अनुसूची ४ : निषेध गर्नुपर्ने पूर्वाग्रही उखान टुक्काहरु ६३
अनुसूची ५ : थप अध्ययनका लागि सन्दर्भ सामग्री ६५

अध्याय एक

तालिम पुस्तिका परिचय

तालिम पुस्तिकाको आवश्यकता

वि.सं. २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तनपछि नेपाली मिडियाको तीव्र रुपमा विकास भएको छ । मिडियाका संख्यात्मक र गुणात्मक विकास सँगसँगै मिडियाका विषयवस्तु उत्पादन गर्ने जनशक्तिको पनि बृद्धि भएको छ। प्रजातन्त्रको पुनस्थापनापछि नेपाली समाजमा बहिस्करणमा पारिदै आएका वर्ग, क्षेत्र, लिङ्ग र समुदायले पनि आफ्नो अधिकारको मुद्दा प्रभावकारीरुपमा उठाउँदै आइरहेका छन् । ती मुद्दा नेपाली मिडियामा पनि बिस्तारै आउन थालेको देखिन्छ ।

मिडिया नागरिकको सूचनाको हकमा आधारित व्यवसाय हो, त्यसकारण मिडिया प्राथमिकरुपमा नागरिक र समाजप्रति उत्तरदायि हुनुपर्छ। यसका साथै मिडियालाई सार्वजनिक डबलीकोरुपमा लिइने भएका कारण पनि समाजका विविध पक्षबारे सार्वजनिक बहस र छलफल चलाउने नागरिकको साझा अभिव्यक्तिको माध्यमका रुपमा लिइन्छ (विश्वकर्मा २०६९) ।

नेपाली समाज जातीय, वर्गीय, क्षेत्रीय, लैङ्गिक, भाषिक, सांस्कृतिक विविधतामा आधारित छ। वि.सं. २०६८ सालको जनगणनाअनुसार १२५ जातजातिको नेपालमा बसोबास रहेको छ भने १२३ मातृभाषा बोलिन्छ । विभिन्न जातजातिको भिन्ना -भिन्नै भाषिक तथा सांस्कृतिक सम्पदाहरु रहेका छन्, जुन नेपाली समाजको सबैभन्दा ठूलो सम्पदा हो। तर, राज्यको विभेदकारी नीतिका कारण यस्ता विविधत सांस्कृतिक सम्पदा बिस्तारै लोप हुने अवस्थामा छन्। नेपालका बहुसंख्यक नागरिक लामो समयदेखि यिनै भाषिक, सांस्कृतिक, लैंङ्गिक सांस्कृतिक विभेदमा पारिँदै आएका छन् ।

नेपालमा करीब ३८ प्रतिशत जनसंख्या रहेका आदिवासी जनजाति भाषिक, सांस्कृतिक विभेदमा पारिएका छन् । त्यसैगरी करीब ३३ प्रतिशत जनसंख्या रहेको मधेसी समुदाय भाषिक, सांस्कृतिक, क्षेत्रीय उत्पीडनमा पारिएका छन् । करीब १३ प्रतिशत जनसंख्या रहेको दलित समुदाय राजनीतिकरुपमा बहिस्कृत, सामाजिक-सांस्कृतिक रुपमा छुवाछूत-भेदभाव जस्तो अमानवीय विभेदबाट उत्पीडनमा

पारिएका छन् भने उत्पादनका साधन-स्रोतबाट समेत बञ्चितिकरणमा पारिएका कारण अत्यन्तै कष्टकर जीवन निर्वाह गर्न बाध्य छन् । त्यसैगरी ५१ प्रतिशत जनसंख्या ओगटेका महिला पैत्रृक सम्पत्तिबाट बञ्चित पारिएका छन् भने लैङ्गिक तथा घरेलु हिंसाको शिकार भइरहेका छन् । त्यसैगरी भौगोलिकरुपमा कर्णाली र सुदूर-पश्चिमलगायतका क्षेत्रका नागरिकहरु बहिस्करणमा पारिएका छन् भने करीब ४.४ प्रतिशत जनसंख्या भएको मुस्लिम समुदाय र यौनिक अल्पसंख्यकहरु पनि समाजमा विभेदपूर्ण जीवन बाँच्न विवश छन् ।

नेपाली समाजका यस्ता विविधताले नेपाली मिडियामा केही हदसम्म स्थान पाउँदै आएका छन् । यस्ता समाचार/सामग्रीले बहिस्करणमा पारिएका वर्ग, लिङ्ग र समुदायका सवालबारे सार्वजनिक बहस गराउन र उनीहरुको अधिकार सुनिश्चितताका लागि राज्यलाई जवाफदेही बनाउन सहयोग गरिरहेको छ । यद्यपि, महिला, दलित, आदिवासी जनजाती, मधेशी, मुस्लिम आदि समुदायका मुद्दा मिडियामा पर्याप्त मात्रामा आउन नसकेको गुनासो पनि उत्तिकै मात्रा उठिरहेको छ । यतिमात्रै होइन, मिडियामा आएका विषयवस्तुले बहिस्करणमा पारिएका वर्ग, क्षेत्र, लिङ्ग र समुदायप्रति मिडियाका विषयवस्तु संवेदनशील हुन नसकेको विवेचना पनि हुने गरेको छ ।

मिडियाको अन्तर्वस्तु निर्माणमा संचारगृहमा विभिन्न समुदायको सहभागीताले निकै महत्वपूर्ण भूमिका खेल्ने गर्दछ। मिडियाका अन्तर्वस्तुमा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानता ल्याउनका लागि मिडियाको विषयवस्तु उत्पादन कक्षदेखि अन्तिम निर्णय गर्ने वा विषयवस्तु निर्धारण गर्ने निर्णायक तहमा सम्बन्धित पक्षको प्रतिनिधित्व हुनुपर्छ । तर, नेपाली मिडियाको संरचनामा सामाजिक विविधताको प्रतिनिधित्व नभएका कारण मिडियाका अन्तर्वस्तुमा पनि विविधता आउन सकेको छैन। नेपाली समाजमा विद्यमान विविधता र लैङ्गिक समानताको प्रवर्द्धनका लागि मिडियाको भूमिका निकै महत्वपूर्ण हुने भए पनि नेपाली मिडियाले यो संवेदनशीललाई आत्मसाथ गर्न सकेको देखिँदैन ।

मिडियाबाट संप्रेषण हुने विषयवस्तुको आमनागरिकमा प्रत्यक्ष प्रभाव पर्ने भएका कारण सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानतासम्बन्धी विषयवस्तु उत्पादन र सम्प्रेषणमा निकै संवेदनशील हुनुपर्ने हुन्छ । नेपाली मिडियाको अन्तर्वस्तुमा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताजस्ता मुद्दाको महत्व र आवश्यकताका साथै यस्ता मुद्दाको प्रवर्द्धनमा संचारकर्मीको भूमिका प्रभावकारी बनाउन आवश्यक

देखिन्छ। यसर्थ यी मुद्दामा संचारकर्मीहरुको ज्ञान अभिवृद्धि गर्ने, सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताका विविध आयामबारे प्रष्ट्याउने र सञ्चारकर्मीहरुलाई यस्ता विषयवस्तुमा सशक्त ढङ्गले लाग्न प्रेरित गर्ने उद्देश्यले यो तालिम पुस्तिका तयार गरिएको छ । यस पुस्तिकालाई पत्रकार तालिमका प्रशिक्षक तथा सहजकर्ताहरुले प्रयोग गर्नेछन् । साथै मिडिया संस्थाहरुमा लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धन गर्नका लागि सञ्चारगृहका व्यवस्थापक, सम्पादक, नीति निर्माता, सञ्चारसम्बन्धी संघसंगठन, नेपाल पत्रकार महासंघ, मिडियासम्बन्धी अध्ययन-अध्यापन हुने शैक्षिक निकाय तथा तालिम प्रदान गर्ने संस्थाहरुले पनि यस पुस्तिकाको प्रयोग गर्न सक्नेछन् । यसका साथै सञ्चारमाध्यमको अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धनका लागि पैरवी एवं अन्य गतिविधि सञ्चालन गर्ने गैरसरकारी संस्थाहरुले पनि बहस र अभिमुखीकरणका लागि पनि यो पुस्तिकाको प्रयोग गर्न सक्नेछन् ।

परिकल्पना

नेपालमा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताका कुरा राष्ट्रिय सरोकारको मुद्दाको रुपमा स्थापित भइरहेको छ । यद्यपि, नेपाली मिडियाका अन्तर्वस्तुमा ती मुद्दाहरुले आवश्यक मात्रामा प्राथमिकता पाउन सकेका छैनन् । यसो हुनुका पछाडि क्रियाशील अधिकांश संचारकर्मीहरुबीच सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताबारे पर्याप्त बहस र छलफल हुन सकेको छैन भने पत्रकारिताका अध्ययन-अध्यापन गरिने पाठ्यक्रममा पनि यी मुद्दालाई खासै समावेश गरेको पाईंदैन । सञ्चारकर्मीहरुमा रहेको सामाजिक-सांस्कृतिक मनोविज्ञानको प्रभाव मिडियाका अन्तर्वस्तुमा प्रत्यक्ष रुपमा परिरहेको हुन्छ । कतिपय सन्दर्भमा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताबारे संचारकर्मी नै पूर्वाग्रही भएका घटनाहरु पनि बाहिर आएका छन् । त्यसकारण नेपाली समाजमा बहिस्करणमा पारिएका महिला, दलित, जनजाति, मधेशी, मुस्लिम, यौनिक अल्पसंख्यक र भौगोलिकरुपमा पछाडि पारिएका समुदायको मुद्दाबारे संचारकर्मीहरुलाई जानकार बनाउने, उनीहरुका सवालबारे संवेदनशील बनाउने र मिडियालाई ती मुद्दाप्रति जिम्मेवार र उत्तरदायी बनाउने काम पर्याप्त मात्रामा हुन सकेको छैन । यसकारण मिडियाले उत्पादन गर्ने अन्तर्वस्तुले महिलालगायत विविध सामाजिक समूहप्रति न्याय गर्न सकिरहेको छैन । यही कमीलाई पूरा गर्न विशेष गरी मिडियाको अन्तर्वस्तु उत्पादनमा क्रियाशील पत्रकारहरुमा लैङ्गिक संवेदनशील र सामाजिक विविधताप्रतिको

संवेदनशीलता बढाउन, ती मुद्दामा समाचार संङ्कलन गर्नका लागि आवश्यक पर्ने ज्ञान, सीप र दृष्टिकोणको विकासका लागि यस्ता तालिमको आवश्यकता देखिन्छ । यो तालिम पुस्तिकामा समेटिएका विषयवस्तु र यसमा आधारित भएर सञ्चालन गरिने तालिमले केही हदसम्म यस्ता कमीलाई पुरा गर्ने आशा गरिएको छ ।

उद्देश्य र विधि

यो तालिम पुस्तिका विशेष गरी मिडियामा लैङ्गिक समानता, सामाजिक विविधता प्रबर्द्धनका लागि प्रदान गरिने तालिमका लागि केन्द्रित गरि तयार पारिएको हो । यस पुस्तिकाबाट तालिमका सहजकर्ताले मिडियामा सामाजिक विविधता, बहुलवाद र लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सैद्धान्तिक ज्ञान, पत्रकारहरुको भूमिका, उनीहरुले अपनाउनुपर्ने संवेदनशीलता र आवश्यक सुधारका विभिन्न पक्षहरुबारे आवश्यक ज्ञान र विधि प्राप्त गर्नेछन् । यो तालिम पुस्तिका सहभागितामूलक तालिमको अवधारणामा आधारित रहेर तयार पारिएको हो । तालिमका क्रममा प्रवचन, मष्तिष्क मन्थन, समूह कार्य, अनुभव आदान-प्रदान, तालिमको समीक्षा र मूल्याङ्कन आदि यस तालिमले अपनाउने विभिन्न विधि हुनेछन् ।

तालिम पुस्तिकाको संरचना

यस तालिम पुस्तिकामा तीनवटा अध्याय र पाँच अनुसूची समावेश छन् । पहिलो अध्यायमा तालिलिम पुस्तिकाको परिचय, आवश्यकता र तालिम सञ्चालनका क्रममा सहजकर्ताले गर्नुपर्ने तयारीजस्ता विषयहरु समेटिएका छन् । दोस्रो अध्यायमा मिडिया, सामाजिक विविधता र बहुलवादका विभिन्न पक्षहरुको चर्चा गरिएको छ । तेस्रो अध्यायमा मिडिया र लैङ्गिकताका विभिन्न विषयहरु समावेश गरिएको छ । त्यसपछि सन्दर्भसामग्री र अभ्यासका लागि केही नमुना समाचारहरु समावेश गरिएको छ । अन्त्यमा पाँचवटा अनुसूचीमा पत्रकारका लागि उपयोगी हुने विभिन्न सामग्रीहरु समेटिएका छन् ।

कार्ययोजना र समय तालिका

मिडियामा सामाजिक विविधता र लैङ्गिक समानताका लागि दुई दिने तालिमको

कार्ययोजना र समय तालिका

समय	विषय
	पहिलो दिन
८:००-०८:३०	खाजा
८:३०-९:००	नाम दर्ता
९:००-११:००	तालिमको औपचारिक प्रारम्भ–परिचय, उद्देश्य, वातावरण निर्माण
११:००-११:१५	चिया विश्राम
११:१५-१२:३०	सामाजिक विविधता र मिडिया (अवस्था, अन्तर्सम्बन्ध, महत्व र मिडियाका विषयवस्तु सामाजिक विविधतायुक्त बनाउने विधि)
१२:३०-०१:३०	खाना
१:३०-०२:३०	बहुलवाद र मिडिया (अवस्था, अन्तर्सम्बन्ध, महत्व र मिडियालाई बहुलवादी बनाउन अपनाउने विधि)
२:३०-०३:३०	लैङ्गिकता, लैङ्गिक समानता, लैङ्गिक संवेदनशीलता र मिडिया (अन्तर्सम्बन्ध र अवस्था)
३:३०-०३:४५	चिया विश्राम
	दोस्रो दिन
८:००-०८:३०	खाजा
८:३०-९:००	अघिल्लो दिनको पुनरावलोकन
९:००-११:००	मिडियामा लैङ्गिक समानता कसरी ? (जनशक्ति र काम गर्ने वातावरण)
११:००-११:१५	चिया विश्राम
११:१५-१२:३०	मिडियामा लैङ्गिक समानता कसरी ? (मिडियाको अन्तर्वस्तु)
१२:३०-०१:३०	खाना
१:३०-०२:३०	मिडियाका सबै अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक संवेदनशीलता
२:३०-०३:३०	मिडियाको अन्तर्वस्तुमा महिला अधिकार
३:३०-०३:४५	चिया विश्राम
३:४५-०५:००	तालिमको मूल्याङ्कन, प्रमाणपत्र वितरण र समापन

तालिमको बिस्तृत-सत्र योजना

पहिलो दिन

८:३०-९:००	**खाजा**
९:००-११:००	तालिमको औपचारिक प्रारम्भ – परिचय, उद्देश्य, आधारभूत नियम, ४ समूह विभाजन अपेक्षा संकलन, वातावरण निर्माण
	● सहजकर्ताले सहभागीहरुलाई आफनो परिचय दिने, आफूले प्रतिनिधित्व गरेको संस्था र कामका सम्बन्धमा जानकारी दिने र यो तालिम किन आवश्यक छ भन्ने जानकारी पनि दिने । ● सहभागीहरुको परिचयलाई रोचक किसिमले अघि बढाउने । सहभागीहरुलाई जोडा रोज्न लगाई आफ्नो जोडा साथीको नाम, ठेगाना, काम गर्ने मिडिया आदि बताउने । साथै साथीको विचारमा पत्रकारका रुपमा उहाँको सामाजिक दायित्व के हो ? एक वाक्यमा खोजी अलग मेटाकार्डमा लेख्न लगाउने । ● प्रत्येक सदस्यलाई मार्कर दिएर एउटा मेटाकार्डमा आ–आफ्नो अपेक्षा लेख्न लगाउने, सङ्कलन गर्ने । साथै तालिमले कुन–कुन अपेक्षा पुरा गर्न सक्छ र कुन सक्दैन किन भनेर पनि बताइदिने । ● तालिम अवधिका लागि आधारभूत नियम, समय व्यवस्थापन, जिम्मेवारी बाँडफाँड, समूह विभाजन (स्वतन्त्र, जिम्मेवार, समता र बहुलवादी समूह) जस्ता क्रियाकलाप सहभागितामूलक ढङ्गबाट सम्पन्न गरी मूल विषयवस्तुमा प्रवेश गर्ने वातावरण तयार गर्ने ।
११:००-११:१५	चिया विश्राम

११:१५-१२:३०	सामाजिक विविधता र मिडिया (अवस्था, अन्तर्सम्बन्ध, महत्व र कसरी सामाजिक विविधतायुक्त बनाउने)
	चार समूहमा बाँडिएका सबै समूहलाई अलग–अलग प्रश्न दिएर समूहमा छलफल प्रस्तुति गराउने **प्रश्नहरु** १. सामाजिक विविधता भन्नाले के बुझ्नुहुन्छ ? २. मिडिया र सामाजिक विविधताका बीचमा के सम्बन्ध छ ? ३. नेपाली मिडियामा सामाजिक विविधताको प्रतिबिम्ब कस्तो देखिन्छ ? ४. मिडियालाई सामाजिक विविधतायुक्त बनाउन के गर्न सकिन्छ ? उपरोक्त जवाफलाई समेटेर सहजकर्ताले संश्लेषण गर्दै थप गर्ने ।
१२:३०-०१:३०	खाना
१:३०-०२:३०	बहुलवाद र मिडिया (अवस्था, अन्तर्सम्बन्ध, महत्व र कसरी बहुलवादलाई अपनाउने)
	मिडियामा कसको वर्चश्व छ ? शीर्षकको अभ्यास गराउने । सहजकर्ताले प्राप्त जानकारीबाट नै माथिका बुँदाहरुको जवाफ खोज्ने, थप्नुपर्ने भए थप्ने ।
२:३०-०३:३०	लैङ्गिकता, लैङ्गिक समानता, लैङ्गिक संवेदनशीलता र मिडिया (अन्तर्सम्बन्ध, अवस्था र आवश्यकता)

	सहभागीहरुलाई चार प्रश्नहरु दिईओटा समूहमा छलफल गराउने र समूहको प्रस्तुती गराउने । १. लैङ्गिकता (जेण्डर) भनेको के हो ? लिङ्ग र लैङ्गिकता अर्थात सेक्स र जेण्डरमा के फरक छ ? २. लैङ्गिक समानता भनेको के हो ? लैङ्गिक संवेदनशीलता भनेको के हो ? ३. नेपाली मिडियामा लैङ्गिक समानताको अवस्था कस्तो छ ? लैङ्गिक संवेदनशीलताको अवस्था कस्तो छ ? कसरी ? ४. नेपाली मिडियालाई लैङ्गिक रुपमा संवेदनशील बनाउन र मिडियामा लैङ्गिक समानता ल्याउन जरुरी छ ? किन ?
३:३०-०३:४५	चिया विश्राम
३:४५-०४:४५	लैङ्गिकता, लैङ्गिक समानता, लैङ्गिक संवेदनशीलता र मिडिया (अन्तर्सम्बन्ध, अवस्था र आवश्यकता)
	समूह प्रस्तुती निरन्तरता
४:४५-०५:००	समापन
	दिनभरिको सिकाइ र अर्को दिनका लागि गृहकार्य ।

दोस्रो दिन

८:००-८:३०	खजा
८:३०-९:००	अघिल्लो दिनको पुनरावलोकन
	मूल्याङ्कन प्रतिवेदन, सचेतन, मनोरञ्जन, व्यवस्थापन समूहको प्रस्तुति
९:००-११:००	मिडियालाई कसरी लैङ्गिकरुपमा संवेदनशील बनाउन र मिडियामा लैङ्गिक समानता ल्याउन सकिन्छ ? मिडियामा लैङ्गिक समानता कसरी ? (निर्णायक तह, समग्र जनशक्ति र काम गर्ने वातावरण)

	सहभागीहरुसँग उनीहरुले काम गर्ने मिडियामा (संचालक समितिले र समग्र जनशक्ति) महिला पुरुष सहभागिता र उनीहरुको कार्यसम्पादन कस्तो छ ? महिलामैत्री काम गर्ने वातावरण छ कि छैन ? भन्ने विषयमा छलफल गर्ने । महिला र पुरुष सहभागी छन् भने उनीहरुको जवाफलाई अलग–अलगरुपमा ध्यान दिने । उनीहरुको जवाफका आधारमा छलफल अघि बढाउँदै ती संस्थाहरुमा लैङ्गिक समानता र संवेदनशीलता ल्याउन के गर्न सकिन्छ भनेर सूचकहरु बताउने ।
११:००-११:१५	चिया विश्राम
११:१५-१२:३०	मिडियामा लैङ्गिक समानता र लैङ्गिक संवेदनशीलता कसरी ? (मिडियाका सबै अन्तर्वस्तु)
	सहभागीलाई केही समाचारका केही नमुनाहरु दिएर लैङ्गिक संवेदनशील भएर पुनर्लेखन गर्न लगाउने । त्यसैका आधारमा छलफललाई अघि बढाउने । लैङ्गिक संवेदनशील भएर समाचार वा अन्य सामग्री लेखन तथा सम्पादन गर्दा ध्यान दिनुपर्ने विषयहरुका सम्बन्धमा बताउने । राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय कानुनी र नैतिक दस्तावेजहरुले लैङ्गिक समानता र लैङ्गिक संवेदनशील हुनका लागि मिडिया र पत्रकारहरुलाई निर्देशित गर्दछन् भन्ने विषयमा विमर्श गर्ने ।
१२:३०-०१:३०	खाना
१:३०-०२:३०	पहिलेको सत्रको निरन्तरता मिडियामा लैङ्गिक समानता र लैङ्गिक संवेदनशीलता कसरी ? (मिडियाका सबै अन्तर्वस्तु)
	अघिल्लो सत्रको निरन्तरता
२:३०-०३:३०	मिडियाको अन्तर्वस्तुमा महिला अधिकारका सवाल

	सहभागीहरुले काम गर्ने मिडियामा लैङ्गिकता र महिलासम्बन्धी समाचार वा विचारमूलक सामग्री वा कार्यक्रम कति छन ? ती कस्ता समाचार वा सामग्री वा कार्यक्रम छन् ? के ती पर्याप्त छन् ? के ती लैङ्गिक समानता र महिला अधिकारलाई सुनिश्चित गर्ने दिशातिर उन्मुख छन् ? सहभागीहरुसँग छलफल चलाउने र निष्कर्ष निकाल्ने ।
३:३०-०३:४५	चिया विश्राम
३:४५-०५:००	मूल्याङ्कन, प्रमाणपत्र वितरण र समापन

सहजकर्ताले गर्नुपर्ने तयारी

- सहजकर्ताले लैङ्गिकता, महिला र विविध सामाजिक समुदायका सम्बन्धमा लेखिएका राम्रा र आपत्तिजनक दुवै किसिमका समाचार तथा लेखहरुको प्रतिलिपि तयार पार्ने ।
- छलफललाई अघि बढाउन सोही दिन प्रकाशित केही पत्रपत्रिका समावेश गर्ने ।
- सहजकर्ता यस तालिम पुस्तिकामा दिइएका सबै विषयवस्तु, विधि र सामग्रीप्रति परिचित हुने ।
- तालिमका लागि आवश्यक सबै सामग्रीहरु (ब्यानर, प्रोजेक्टर, रङ्गीन मेटा कार्ड, मार्कर, मास्किङ टेप, पिन, ह्वाइट बोर्ड, न्यूज प्रिन्ट, डटपेन, नोट प्याड, प्राथमिक उपचारका सामग्री) आदिको व्यवस्था गर्ने ।

अध्याय दुई

मिडिया, सामाजिक विविधता र बहुलवाद

पृष्ठभूमि

नेपाली समाज बहुजातीय, बहुधार्मिक, बहुसांस्कृति र बहुभाषिक समाज हो । मिडियाले उत्पादन गर्ने सामग्री पनि स्वभाविकरुपमा सामाजिक विविधतामा आधारित हुनुपर्छ । कोटल (सन् २००२)लाई उद्धृत गर्दै प्रत्युष वन्त लेख्छन्, "हाम्रो समाजको संरचना र सञ्चालनमा मिडियाको भूमिका बढ्दै जाँदा मिडिया संस्था र तिनबाट उत्पादित सामग्रीको अन्तर्वस्तुले विभिन्न लिङ्ग, जात, धर्म र समुदायबीचको राजनीतिक र सांस्कृतिक सम्बन्धलाई खलबलाउने वा पुनःपरिभाषित गर्न सक्ने हुन्छ । तसर्थ समाजमा विद्यमान विभिन्न असमानताको पुनःउत्पादन वा निवारणमा मिडियाको महत्वपूर्ण भूमिका भएको मानिन्छ" (वन्त २०६४:३) । यसकारण पनि सामाजिक विविधता र सामाजिक-सांस्कृतिक क्षेत्रमा रहेको विभेद निवारण वा न्यायपूर्ण समाज निर्माणमा सघाउनु मिडियाको उत्तरदायित्व नै मानिन्छ ।

नेपालको विविधता भनेको प्रमुखरुपमा यहाको सामाजिक विविधता नै हो । महिला, दलित, आदिवासी जनजाति, मधेसी, मुस्लिम, यौनिक अल्पसंख्यक तथा पछाडि पारिएका भौगोलिक क्षेत्र, विभिन्न भाषिक तथा सांस्कृतिक सममुदाय आदि नेपाली समाजका विविधताहरु हुन् । यद्यपि, नेपाली समाजमा रहेको सामाजिक विविधतालाई राज्यले सहीरुपमा सम्बोधन गर्न सकेको छैन भने त्यसको प्रतिबिम्ब नेपाली मिडियामा पनि देखिने गरेको छ । राज्यको पुनर्संरचनाको बहससँगसँगै नेपालमा सामाजिक विविधता र बहुलताबारे बहस तीब्ररुपमा अगाडि बढिरहेको छ । मिडिया सार्वजनिक बहसको एउटा महत्वपूर्ण माध्यम भएकाले मिडियामा हुने, सामाजिक विविधता र बहुलताबारे यथेष्ट मात्रामा बहस हुनुपर्छ । यसका लागि मुख्यरुपमा मिडियामा क्रियाशील पत्रकारहरु नै सामाजिक विविधता र बहुलताबारे प्रष्ट हुन जरुरी छ ।

सामाजिक विविधता

विविधताको परिभाषाले विविध, फरक वा पृथक हुनुको अवस्था वा गुणलाई संङ्केत गर्दछ । सामाजिक विविधताले समाजको त्यो अवस्थालाई बुझाउँछ जसमा जातीय,

धार्मिक, भाषिक, सांस्कृतिक समूहहरु आ-आफ्ना विशिष्ट परम्परा, सम्पदा, मूल्य-मान्यता, भाषा र जीवनशैलीसहित एकै स्थान वा एउटै समाजमा रहेका हुन्छन् (भट्टराई सन् २००४)। जस्तो नेपाली समाजमा बाहुन, क्षेत्री, आदिवासी जनजाति, मधेसी, दलित, मुस्लिम, यौनिक अल्पसंख्यक आदिको बसोबास रहेको छ। सबैका आ-आफ्नै विशेषता, पहिचान र समान अस्तित्व रहेका छन्। यी सबै विविधले भरिएको साझा मुलुकको रुपमा नेपाल रहेको छ।

वि.सं. २०६८ सालको जनगणनाअनुसार नेपालमा १२५जातजातिहरू रहेका छन्। देशमा सबैभन्दा ठूलो जातीय समूह रहेको क्षेत्री जातिको संख्या १५.८ प्रतिशत छ भने बाहुन १२.७ प्रतिशत, मगर ७.१ प्रतिशत, थारू ६.६ प्रतिशत, तामाङ ५.८ प्रतिशत, नेवार ५.५ प्रतिशत, मुस्लिम ४.३ प्रतिशत र कुसुण्डा जातिको सबैभन्दा कम २७३ जना जनसंख्या रहेको छ (केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग २०६९)। त्यसैगरी करीब ३३ प्रतिशत जनसंख्या रहेको मधेसी, ३८ प्रतिशत आदिवासी जनजाति, १३ प्रतिशत दलित र ५१ प्रतिशत महिलाको जनसंख्या रहेको छ। त्यसैगरी १२३ मातृभाषी रहेको नेपालमा ४४.६ प्रतिशत नेपाली भाषालाई मातृभाषाका रुपमा बोल्ने जनसंख्या रहेको छ भने मैथिलीभाषी ११.७ प्रतिशत, भोजपुरीभाषी ६.० प्रतिशत, थारुभाषी ५.८ प्रतिशत, तामाङभाषी ५.१ प्रतिशत र नेपाल भाषा मातृभाषा भएका मानिसहरुको जनंख्या ३.२ प्रतिशत रहेका छन्। यसले नेपाली समाजको जातीय र भाषिक विविधतालाई झल्काउँछ।

त्यसैगरी नेपालमा विभिन्न धार्मिक समुदायको बसोबास रहेको छ। वि.सं. २०६८ को जनगणनाअनुसार ८१.३ प्रतिशत हिन्दू, ९ प्रतिशत बौद्ध, ४.४ प्रतिशत इस्लाम, ३.० प्रतिशत किरात, १.४ प्रतिशत क्रिश्चियन र ०.४ प्रतिशत प्रकृति धर्म मान्नेहरूको जनसङ्ख्या रहेको छ। यसरी विभिन्न जातजाति, भाषा-संस्कृति, परम्परा आदिको मिश्रित बसोबास रहेको नेपाल वास्तवमै विविधतायुक्त छ। यद्यपि, नेपालमा वर्ग, जातजाति, क्षेत्रीयता, भाषा, लिङ्ग, सांस्कृतिक, धर्म तथा भौगोलिक क्षेत्रका आधारमा भेदभाव हुँदै आइरहेको छ। त्यसैको परिणाम महिला, आदिवासी जनजाति, दलित, मधेसी, मुस्लिम, अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरु, यौनिक अल्पसंख्यक तथा भौगोलिकरुपमा भेदभावमा पारिएका समुदायले यस्ता विभेदको अन्त्य हुनुपर्ने माग उठाउँदै आइरहेका छन्। समाजमा विभेद कायम रहँदासम्म वास्तविक अर्थमा लोकतन्त्रको स्थापना हुन सक्दैन भने न्यायपूर्ण र समतामुलक समाज निर्माण हुन सक्दैन। त्यसकारण समाजका विविध पक्षबारे राष्ट्रिय बहस चलाउन र विभेदकारी सामाजिक-सांस्कृतिक

मूल्य मान्यताको अन्त्य गर्दै उन्नत समाज निर्माणका लागि मिडियाले सामाजिक विविधतालाई प्राथमिकता साथ उठाउनुपर्छ ।

नेपालको अन्तरिम संविधान-२०६३ को भाग १ को ३ मा पनि उल्लेख छ 'बहुजातीय, बहुभाषिक, बहुधार्मिक, बहुसांस्कृतिक विशेषतायुक्त, समान आकांक्षा र नेपालको राष्ट्रिय स्वतन्त्रता, अखण्डता, राष्ट्रिय हित तथा समृद्धिप्रति आस्थावान् रही एकताको सूत्रमा आवद्ध सबै नेपाली जनता समष्टिरुपमा राष्ट्र हो ।' नेपालको यो सामाजिक विविधता नै हाम्रो राष्ट्रियताको आधार पनि हो । यति धेरै विविधताले पूर्ण र सामाजिक विभेदलाई सहेरै भएपनि सदियौंदेखि एक-आपसमा सहिष्णुतापूर्वक बसोबास हुँदै आउनु हाम्रो मुलुकको अर्को विशेषता हो । तर, समाजका पहुँचवाला र सत्तापक्षबाट यो सामाजिक विविधतालाई समाज वा मुलुकको सम्पत्ति, शक्ति अर्थात सुन्दरता मान्नुको सट्टा यसकै आधारमा विभेद र बहिष्करणमा पार्ने प्रवृत्ति विकास भएको देखिन्छ, जसले गर्दा नागरिकको ठूलो हिस्साले उपेक्षित हुनु परेको छ । विविधताका आधारमा विभेद गरिरहने हो र यो सहिष्णुतामा खलल आउने हो भने विश्वका अरु मुलुकमा जस्तै नेपालमा पनि जातीय दंङ्गाहरू भड्किन सक्ने खतरा रहन्छ । बहिस्करणमा पारिएका जाति, वर्ग, लिङ्ग वा समुदायले उठाएका आधारभूत मागलाई राज्यले सम्बोधन नगर्ने हो भने द्वन्द्वले मुलुकको राष्ट्रियता र अखण्डतालाई समेत जोखिममा पार्न सक्दछ । तसर्थ, समयमा नै यस्तो विभेदको अन्त्य हुन जरुरी छ ।

मिडियामा सामाजिक विविधताको महत्व

मिडियाले विशेष गरी राज्यलाई नागरिकप्रति उत्तरदायी बनाउन र लोकतन्त्र मजबुत बनाउन महत्वपूर्ण भूमिका खेलिरहेको हुन्छ । समाजमा भएका विविध विषयलाई सार्वजनिक बहसमा ल्याउने र जनमत निर्माण गर्ने, सामाजिक समस्याहरुको उजागर गर्ने र समाधानका लागि राज्यलाई उत्तरदायी बनाउने दायित्व मिडियाको हो । जबसम्म वास्तवमै आवाजबिहीनहरुको आवाज बाहिर आउँदैन, उनीहरुको सरोकार र मुद्दाबारे बहस हुँदैन, तबसम्म मिडियाले पनि वास्तविक लोकतन्त्र स्थापनाका लागि पर्याप्त भूमिका खेल्न सक्दैन । मिडियाले उत्पादन गर्ने अन्तर्वस्तुमा विविधता आउन सकेन भने अन्ततः त्यसले वर्चश्वशाली वर्ग, समुदाय वा सांस्कृतिक समुदायकै एकाधिकारलाई बचाइराख्न मलजल गर्दछ । जसले सही अर्थमा लोकतन्त्रलाई बलियो बनाउन भन्दा पनि समाजमा रहेका बलियालाई थप बलियो

र कमजोरलाई थप कमजोर बनाउन नै योगदान गर्दछ । त्यसैले सामाजिक उत्तर दायित्वलाई निर्वाह गर्नका लागि मिडियाले राज्यभित्र विद्यमान यी सबै विविधतालाई आत्मसाथ गर्नैपर्छ । मिडियाले यसो गर्न सकेमा नागरिकलाई विविधत सांस्कृतिक सम्बन्धहरुलाई स्वीकार गर्ने वा सम्मान गर्ने काममा सघाउँछ भने यसले मुलुकमा विविधताबीच एकता कायम गर्न समेत ठूलो टेवा पुऱ्याउँछ ।

मिडिया समाजको ऐना हो । नेपाली समाजमा लिङ्ग, जाति, भाषा, धर्म, संस्कृति, विचार आदिको विविधता छ, जसको प्रतिबिम्ब मिडियामा देखिनुपर्छ । लोकतन्त्रको एउटा महत्वपूर्ण आधारका रुपमा मिडियालाई लिइन्छ । समाजमा बाहिर नआएका तर आम चासोका रुपमा रहेका विषयवस्तुलाई राष्ट्रिय सरोकारको मुद्दाको रुपमा स्थापिन गर्ने तथा बृहत सामाजिक बहस निर्माण गरी सामाजिक लोकतन्त्र मजबुत बनाउन ती मुद्दाहरु यस्ता मिडियामार्फत सावजनिक हुनुपर्छ । मिडिया सामाजिक रुपान्तरणको पनि सशक्त माध्यम भएका कारण समाजमा रहेका समस्याहरुको उजागर गरी समाधानका लागि राज्यलाई दबाब दिने तथा नागरिकहरुमा सचेतना अभिवृद्धि गर्ने काममा मिडियाले भूमिका निर्वाह गर्नैपर्छ ।

समाजमा बहिस्करणमा पारिएका समुदाय र नीति निर्माताबीच असमान शक्ति सम्बन्ध रहँदासम्म समाजको विकास हुन सक्दैन । समाजमा व्याप्त अन्तरविरोध, विभेद र अन्तद्वन्द्वको अन्त्यका लागि मिडियाले सहजकर्ताको भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ । द्वन्द्वरत पक्षको विचार, अवधारणा र सवालबारे नागरिकलाई सुसूचित गराउन र साामजिक द्वन्द्व न्यूनीकरणका लागि पनि मिडियाले प्रभावकारी भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ । यसले नागरिकलाई विविध विचार सुन्ने, बुझ्ने र छनौट गरी निर्णय गर्न पनि सघाउँछ । यसका साथै समाजमा व्याप्त विभेद, असानता आदिको अन्त्यका लागि राज्य तथा सरोकारवालालाई जवाफदेही बनाई समुन्नत समाज बनाउनका लागि पनि समाजका विविध पक्ष मिडियाका अन्तर्वस्तुका रुपमा बाहिर आउनुपर्छ ।

मिडियालाई राज्यको चौथो अङ्गका रुपमापनि लिइन्छ । राज्यका गतिविधिहरुको निगरानी गर्ने र राज्यलाई नागरिकप्रति जवाफदेही बनाउनका लागि पनि मिडियाका अन्तर्वस्तुमा विविधता झल्किनुपर्छ। अर्को महत्वपूर्ण कुरा मिडिया नागरिकको सूचनाको हकमा आधारित व्यवसाय हो । नेपालका सन्दर्भमा सूचनाबाट बञ्चितीकरणमा पारिदै आएका दलित, आदिवासी जनजातिलगायतको पहुँच मिडियासम्म हुनुपर्छ । प्रेस स्वतन्त्रतालाई मूलतः सूचनामाथि पहुँच पुग्न नसकेका र सामाजिक

रुपान्तरण चाहने समुदायसँग सरोकार राख्ने विषयसँग नजोड्दासम्म वा प्रेस स्वतन्त्रताको मुख्य अन्तर्वस्तुलाई जनताको स्वतन्त्रतासँग नगाँस्दासम्म सामाजिक रुपान्तरणमा मिडियाको भूमिका प्रभावकारी हुन सक्दैन (विश्वकर्मा २०६९)। त्यसकारण पनि नेपाली मिडियामा सामाजिक विविधताको सहीरुपमा प्रतिबिम्ब हुन जरुरी छ। यसका साथै मिडिया आफैं सामाजिक क्रियाकलापको प्रतिनिधित्व गर्ने संस्था समेत भएका कारण यसले उत्पादन गर्ने विषयवस्तु पनि नेपाली समाजको बहुलता र विविधतासँग सम्बन्धित हुनैपर्छ ।

अर्को कुरा, मिडियाको विश्वसनीयता पनि मिडियाले सम्प्रेषण गर्ने विषयवस्तुमाथि नागरिकको स्वामित्व वा चासोसँग सम्बन्धित हुने गरेको देखिन्छ। सन् २००१ मा अमेरिकामा गरिएको एक अनुसन्धानले त्यहाँका काला समुदायलाई टेलिभिजनहरुले नकारात्मक भूमिकामा मात्रै देखाएका कारण ५२ प्रतिशत पाठक/श्रोता निराश भएको देखाएको छ (**रोजर र न्याक्ग्राटो सन् २००३**)। नेपालमा पनि उत्पीडनमा पारिएका बहुसंख्यक समुदायको न्यायका पक्षमा समाचार सामग्री नआउँदा देखिएको गुनासो आक्रोशका रुपमा आउन थालिसकेको छ। त्यसकारण मिडियाको विश्वसनीयताको अभिवृद्धि गर्न र स्रोता, दर्शक वा पाठकको संख्या वृद्धिका लागि पनि नेपालका बहुसंख्यक बहिस्करणमा पारिएका वर्ग र समुदायको मुद्दालाई मिडियाले प्राथमिकता दिनैपर्छ ।

नेपाली समाजको यो विविधता र बहुलवादी चरित्रलाई मिडियाले स्थान दिने हो भने मिडिया आफैं पनि बहुलवादी हुनुपर्दछ अर्थात मिडिया आफैंभित्र पनि विविधताले पूर्ण हुनुपर्दछ। त्यसले मात्र यसले समाजको विविधतालाई मिडियामा स्थान दिन टेवा पुग्दछ अथवा मिडियाको सामग्रीलाई विविधतायुक्त गर्न सहयोग मिल्दछ। नेपाली समाज विविधतापूर्ण भए पनि नेपाली मिडिया र मिडिया सामग्री उत्पादन गर्ने समाचार कक्षमा केही निश्चित जाति वा समुदायको बाहुल्यता रहेको पाइन्छ। नेपाली पत्रकारितामा आवश्यक रहेको स्वामित्व, सन्देश र सञ्चारकर्मीमा हुनुपर्ने बहुलवादी संरचना नभएका कारण नेपाली पत्रकारितालाई अझै आम नेपालीले अपनत्व दर्शाउन नसकेको स्पष्ट छ (घले २०६४)। मिडिया सबै जनता वा सर्वसाधारणको हुनको लागि मिडिया बहुलवादी हुन जरुरी छ। संयुक्त राष्ट्रसंघको वडापत्रले सबै समुदाय र सबै वर्गको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतालाई मानव अधिकारकै एउटा महत्वपूर्ण अङ्ग मानेको छ। नेपालको अन्तरिम संविधानले पनि सबै नागरिकको अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति गरेको छ। अतः सञ्चारमाध्यममा देशका सबै जाति, भाषा, धर्म, संस्कृतिका विषयलाई स्थान दिनु संवैधानिक प्रावधानहरूको पालना गर्दै लोकतन्त्रको अभ्यास गर्नु पनि हो ।

यसरी मुलुक सामाजिकरुपमा विविधताले भरिपूर्ण भए पनि राज्यका अरु निकायहरूमा जस्तै मिडियामा पनि यसको पूर्ण प्रतिबिम्ब भने देख्न पाइँदैन । सामान्यतयाः नेपाली मिडियामा महिला, दलित, जनजाति, मधेशी, मुस्लिम वा सिमान्तकृत समुदायका सम्बन्धमा तीन किसिमबाट सामग्रीहरु प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। पहिलो, यी विभिन्न समुदायका व्यक्ति वा समूहका सम्बन्धमा नकारात्मक चित्रण गर्ने वा सन्देश सहितका सामग्रीहरु दिने । दोस्रो, ती समुदायका व्यक्ति वा समूहमाथि भएका विभेद र असमानतालाई उजागर गर्ने सामग्रीहरु दिने जुन पछिल्लो समयमा मिडियामा तुलनात्मकरुपमा बढ्दै गइरहेको देखिन्छ। तेस्रो, ती समुदायका व्यक्ति वा समूहहरुले गरेका सकारात्मक काम वा उपलब्धीहरुलाई लिएर पनि एकाध सञ्चार सामग्रीहरु प्रकाशित/प्रसारित हुने गरेका छन् ।

यसो भए पनि समग्रमा, मुलुकका विविध जाति, भाषा, धर्म, संस्कृतिका कुराहरू यथोचितरुपमा नेपाली मिडियामा आएको देखिँदैन । नेपाली मिडियामा खास गरी खस-नेपाली भाषा, खस हिन्दू संस्कृतिका कुराहरू मात्रै बढी छाएको र खस पुरुषहरुको वर्चश्व रहेको देखिन्छ। अधिकांश मिडियामा यही समुदायको पकड रहेको कारणले नै पनि यसो हुन पुगेको हो। यसले गर्दा खस हिन्दू जातिको भाषा, धर्म र संस्कृति नै नेपाली मिडियाको मूलधार हो भन्ने भ्रमसमेत स्थापित जस्तै भइसकेको छ। यही कारणले मूलधारे नेपाली मिडियाले खस हिन्दू संस्कार सँग मेल नखाने अरु जाति, भाषा र संस्कृतिका कुराहरूलाई नकारात्मक रुपले प्रस्तुत गर्ने वा प्राथमिकता नै नदिने गरेको पाइन्छ । जनजाति आन्दोलनलाई अन्तराष्ट्रिय गैरसरकारीको सहयोगले मात्रै चलेको छ, भन्ने समाचार यसैको उदाहरण हो। त्यसैगरी आदिवासी जनजाति, दलित आदिका समाचारहरू आउनका लागि उनीहरुमाथि कुनै घटना भएकै हुनुपर्ने वा कुटपिट, अपमान भएको अवस्थामा मात्रै उनीहरुसँग सम्बन्धित समाचार आउने प्रवृत्ति यसैको उदाहरण हो ।

सरसर्ती हेर्दा नेपाली मिडियामा सामाजिक विविधताका विषय समाचारपत्रका भित्री पृष्ठमा खुम्चिएर छापिने गरेको पाइन्छ। बहिस्कारमा पारिएका समुदायका विषयमा वैचारिक लेख निकै कम पाइन्छ। सम्पादकीयमा यिनीहरूको मुद्दा बिरलै अटाउने गरेको छ । खोजमुलक लेख निकै कम छन् । यी विषयहरु विषयको गम्भीरताको बोध गराउनेततर्फ भन्दा फुर्सदमा मनोरञ्जन गराउने ढंङ्गले उनीहरु सम्बन्धित सामग्री प्रस्तुत गरिएका छन् ।

तल दिइएका उदाहरणहरुले पनि यसै तथ्यलाई स्पष्ट गर्दछन्। जस्तो : रेडियोमा थारु कार्यक्रमबारे स्टेशनको कमजोर नीति, कार्यक्रममा संलग्न रेडियोकर्मीहरुको कमजोर दक्षता, दक्षता हासिल गरेकाहरुलाई पारिश्रमिकको कमीलगायतका कारणले

कार्यक्रम नियमित र स्तरीय हुन सकेका छैनन् (सर्वहारी, २०६५) । राज्यको विभेदकारी नीतिका कारण दलित समुदायलाई ज्ञान, सूचना र चेतना हासिल गर्ने कार्यमा पनि पछाडि पारिएको छ । राजनीतिकरुपमा मुलुक न्यायपूर्ण र समावेशी बनाइनु पर्ने मागलाई दलित आन्दोलनले तीब्ररुपमा उठाएपछि अहिले चाहेर वा नचाहेरै पनि रेडियोमा दलित सवालले स्थान पाउन थालेका छन् । तर, रेडियो स्टेशनहरुका लागि भने दलितसम्बन्धी सवाल अझै पनि आफ्नो सरोकारको मुद्दाको रुपमा स्थापित हुन सकेका छैनन् । रेडियो स्टेशनले दलितका सवालसम्बन्धी कार्यक्रमको उत्पादनलाई खासै महत्व दिएका छैनन् । दलित कर्मचारी भए मात्रै उसले कार्यक्रम उत्पादन गर्ने, नत्र कार्यक्रम नै उत्पादन नहुने स्थितिमा छन् (विश्वकर्मा २०६५) । राज्यका विभिन्न अङ्गजस्तै गरी नेपाली मिडियामा पनि दलित र दलित सवालको प्रतिनिधित्व अत्यन्तै झिनो हुने गरेको पाइन्छ । सामाजिक रुपान्तरणका लागि मिडियाले धेरै भूमिका खेल्नसक्छ भन्ने त निर्विवाद छ । तर, समाजको कलंङ्कको रुपमा रहेको जातीय भेदभाव र छुवाछूतको अन्त्यको लागि भने नेपाली मिडिया, विशेष गरी टेलिभिजन च्यानलहरुले अपेक्षित भूमिका खेलिरहेका छैनन् (विश्वकर्मा २०६५) ।

नेपाली मिडियाको अवस्था यस्तो भए पनि सिद्धान्ततः मिडियामा विविधिता दुई किसिमले प्रकट हुन्छ । १) प्रतिकात्मक विविधता र २) खुल्ला विविधता ।

प्रतिकात्मक विविधता (रिफ्लेक्टिभ डाइभर्सिटी) : यो विविधताअन्तर्गत आफू वरि वरिका सम्पूर्ण जनताका सबै कुराहरू समानुपातिकरुपले मिडियामा आएका हुन्छन् । यसले विविधताका सम्पूर्ण आयामलाई समेट्ने गर्छ ।

खुल्ला विविधता (ओपन डाइभर्सिटी) : कुनै विशिष्ट वा विविध प्रकारका कुरा र विचारहरू संख्यात्मकरुपले नै नियमितरुपमा मिडियामा आएका हुन्छन् । यसले सम्पूर्ण आयाम भन्दा पनि बहिष्करणमा परेका खास-खास विषयलाई समेटेको हुन्छ[१] ।

मिडियामा सामाजिक विविधताको कुरा गर्दा अर्को एउटा विषय पनि जोडिन आउँछ जसलाई 'अत्यधिक सञ्चार प्रवाह (मिडिया प्रोफ्युजन)' भनिन्छ । यो सिद्धान्तअनुसार बजारमा सञ्चारको उपभोगभन्दा पनि बढी सञ्चारको प्रवाह गर्नुपर्दछ । समाजमा मागभन्दा पनि बढी सञ्चार प्रवाह गरिदिनाले उपभोक्ताहरूले

---

१ यस विषयमा http://www.mediamonitor.nl/english/the-concept-of-pluralism-media-diversity/ बिस्तृत रुपमा चर्चा गरिएको छ । visited on 2014 July 10

त्यसैबाट आफूलाई चाहिने विविध खालका सामग्रीहरू लिन सक्नेछन् । सञ्चारको अतिप्रवाहले मानिसहरू आफूलाई चाहिने खालका विविध सामग्रीको छनौट गर्न स्वतन्त्र हुन्छन् । नेपाली मिडियामा महिलाको सन्दर्भबारे संगीता लामा लेख्छिन् ।

"नेपाली पत्रकारिताले आधाभन्दा बढी जनसंख्या ओगट्ने नेपाली महिलालाई प्रतिनिधित्व गरेकै छैन । उनीहरुलाई विचारक, निर्णयकर्ता, पाठक, स्रोता र क्रेता मानेकै छैन । यसअर्थमा नेपाली मिडिया वा पत्रकारिता पुरुषप्रधान छ । त्यो पुरुषको, पुरुषबाट र पुरुषका लागि नै सञ्चालित छ" (लामा २०६४:७१)

मिडियामा सामाजिक विविधताको प्रबर्द्धन

मिडियामा यो सामाजिक विविधताको प्रतिबिम्ब देखिनु राष्ट्रियता र सबै विविधताको पहिचानको सम्मानको लागि पनि अति आवश्यक छ । यसको लागि नेपालको मूलधार भनिने मिडियाले सबै भाषा, धर्म, संस्कृतिका समाचार, लेख आदिलाई पनि प्राथमिकतापूर्वक स्थान दिनुपर्दछ। मिडियाले के बुझ्नु पर्दछ भने मिडियाको अन्तर वस्तुमा आउने सामाजिक विविधता मिडियाको बजार विस्तारसंग पनि जोडिएको छ। अर्कोतिर, मिडियाका अन्तर्वस्तु उत्पादनमा दैनिक रुपमा संलग्न पत्रकारहरुले पनि सामाजका विविध पक्षलाई बाहिर ल्याउने र सामाजिक बहस निर्माण गर्ने तथा राज्यलाई बहिस्करणमा पारिएका समुदायको अधिकार सुनिश्चितताका लागि उत्तरदायी बनाउने भूमिका निर्वाह गर्नुपर्छ । उसले जति धेरै भाषा, जाति, धर्म आदिलाई स्थान दिन्छ उति नै बढी उसको बजार पनि विस्तार हुँदै जान्छ भने मिडियाप्रपतिको अपनत्व र विश्वास पनि बढ्छ ।

निम्न कारणहरुले गर्दा मिडियामा सामाजिक विविधता झल्किनु आवश्यक छ :

- लोकतन्त्र संस्थागत र मजबुत बनाउन
- समाजमा विद्यमान विभेदलाई अन्त्य गर्न
- कुनै पनि सवालमा आमरुपमा सार्वजनिक धारणा वा विचार निर्माण गर्न
- आदिवासी जनजाति, दलित आदि समुदायको स्वास्थ्य, शिक्षा आदि विषयमा सरोकारवाला समक्ष पुऱ्याई बहसमा ल्याउन
- यस्ता विषयमा राज्य र सरोकारवालाहरूलाई जवाफदेही बनाउन
- दलित, आदिवासी जनजाति, महिला, मधेसी, मुस्लिम, भौगोलिकरुपमा पछाडि पारिएका क्षेत्र, लैङ्गिक अल्पसंख्यक आदिले सामाजिक न्याय र रुपान्तरणका लागि उठाइरहेको आन्दोलनलाई टेवा पुऱ्याउन ।

मिडियामा विविध समुदायको प्रतिनिधित्वले मिडियाका अन्तर्वस्तु निर्धारणमा महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दछ । समाचारकक्षमा हुने विविध समुदायको प्रतिनिधित्वले विषयमा विविधता ल्याउनका साथै सामाजिक विविधताबारे सहकर्मीहरुलाई संवेदनशील बनाउन पनि निकै महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । त्यस्तै हरेक मिडियाको समाचार कक्ष एवं सामग्री निर्माण कक्षमा विविध जाति, धर्म र भाषाका समुदायको प्रतिनिधित्व गराइनुपर्छ । यसको लागि राज्यले पनि विशेष नीति नै बनाई कार्यान्वयन गर्नु पर्दछ ।

मिडियामा सामाजिक विविधताको प्रबर्द्धनका लागि गर्नुपर्ने कार्यहरू :

- समाजका विभिन्न समुदायका विशिष्ट सवालहरुलाई सार्वजनिक बहसका लागि खोजी समाचारका रुपमा बाहिर ल्याउने ।
- विभिन्न समुदायभित्र रहेका सकारात्मक परम्परा तथा चलनहरू, सांस्कृतिक पर्व, आर्थिक, सामाजिक पक्षहरू आदिबारे खोजमूलक समाचार सङ्कलन र सम्प्रेषण ।
- साहित्य, संस्कृति, अर्थ, राजनीति, शिक्षा, स्वास्थ्य आदि क्षेत्रमा ख्याती कमाएका ती समुदायका व्यक्तित्वहरूको संघर्ष गाथा वा जीवनी ।
- समाजका विभिन्न समुदायका सकारात्मक संस्कृतिको सम्मान गर्ने र सबै संस्कृतिक समान हुन् भन्ने कुरा सम्प्रेषण गर्ने ।
- जातीय वा समुदाय विशेषका आधारमा कसैलाई होच्याउने वा अवहेलना गर्ने किसिमका शब्द, शब्दावली, भाषा, उखान टुक्का, चित्र, कार्टुनहरु आदि प्रयोग नगर्ने ।
- आदिवासी जनजाति, दलित, महिला, मधेशी आदि पत्रकारहरुले पनि आफ्नो समुदायको हितमा समाचार र अन्य सामग्री लेख्दा वा प्रसारण गर्दा बढी भावुक हुने, उत्तेजित हुने वा विभेदकारी भनिएका पक्षलाई अनावश्यक आरोप लगाउने वा उक्साउनेजस्ता भाषाको प्रयोग गर्नुहुँदैन । यसले आपसी द्वन्द्व र आक्रोशलाई बढाने सम्भावनालाई ध्यान दिने ।
- रेडियो टेलिभिजन र पत्रपत्रिकामा दलित, जनजाति र अन्य सिमान्तकृतको प्रतिनिधित्व प्रतिशतलाई उनीहरूको जनसंख्याको प्रतिशतको हाराहारीमा पुऱ्याउने नीतिगत व्यवस्था गर्ने र त्यसको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्ने

- पत्रपत्रिका तथा विद्युतीय संचार माध्यमहरु (रेडियो र टेलिभिजन)मा दलित, जनजाति र अन्य सिमान्तकृतका विषयमा हुने रिपोर्टिङ, खोजमुलक लेख/कार्यक्रम र वैचारिक लेख/कार्यक्रमहरूका दुर्बल पक्षलाई हटाउँदै सवल पक्षलाई उकास्दै लैजाने ।
- समाजमा रहेका विभेदकारी सांस्कृतिक मनोविज्ञानको रुपान्तरण गर्दै सद् भावयुक्त उन्नत समाज निर्माणका लागि विषयवस्तु उत्पादन गर्ने ।

मिडियामा बहुलवाद

हरेक समाज र राज्यमा जातीय, भाषिक, धर्म, पेसा, उमेर, विचार, स्वार्थ आदिका हिसाबले विभिन्न किसिमका मानिसहरु हुन्छन् । स्वभाविकरुपमा उनीहरुको विचार, दृष्टिकोण र मत पनि फरक-फरक हुनसक्छ । यी विभिन्न स्वार्थ, मूल्य-मान्यता र सोचाइ आपसमा प्रतिस्पर्धा पनि गर्दछन् । समाजमा सबै कुरामा एकरुपता हुदैन र विभिन्न विषयमा उनीहरुको पूर्ण सहमति पनि हुँदैन । बहुलवाद भनेको यो विविध यथार्थलाई स्वीकार गर्नु र तिनीहरुको सिर्जनात्मक उपयोग गर्नु हो । राजनीतिक बहुलता भनेको विभिन्न समूहहरुको सोचाई, जीवन पद्धति र कार्य विभाजनको मान्यता हो (प्रजातन्त्रको हाते पुस्तिका २०६९) । मिडियामा बहुलवाद भन्नाले कुनै मिडियाको संरचना र अन्तर्वस्तुमा कुनै निश्चित विचार वा समूहको मात्रै दबदबा नहुनु वा समाजमा रहेका विविध विचार र पक्षको अस्तित्वलाई आत्मसात गर्नु हो ।

बहुलवादले त्यस्तो समाज वा राज्यलाई परिभाषित गर्दछ जसमा जातीय वा सांस्कृतिक समूहहरुले आफ्नो स्वतन्त्र परम्परा, अभ्यास, र अवधारणालाई कायम राखेका हुन्छन् । अर्को परिभाषामा, यसले विविध विचार, मूल्य, सिद्धान्तहरु आदिको स्वीकारोक्तिलाई पनि जनाउँछ । त्यसैगरी बहुलवादको अवधारणाले भाषिक, धार्मिक, जातीय, सांस्कृतिक परम्परा आदि आधारमा निर्धारित सामाजिक यथार्थता र संयन्त्रहरुमा सम्बन्धित समुदायको नियन्त्रणलाई बुझाउँछ (भट्टराई सन् २००४) ।

नेपाली जनसमूहको सामाजिक परिवेश बहुपक्षीय र व्यापक छ । यसको प्रमुख विशेषता जातीय, भाषिक, धार्मिक र सांस्कृतिक विविधता हो (गुरुङ सन् २००६) । एउटै समाजमा यदि जाति, भाषा, धर्म, सम्प्रदाय, लिङ्ग आदिमा आधारित बहुपहिचानयुक्त मानिसको बसोबास रहेको छ । संसारमा यस्तो

बहुलता भएका मुलुकहरू धेरै छन् । तीमध्ये नेपाल पनि एउटा हो । नेपाल भौगोलिकरुपले सानो मुलुक भए पनि यहाँ धेरै थरीका जाति, भाषा, धर्म र संस्कृति भएका मानिसहरूको बसोबास रहेको पाइन्छ । तर विविधतायुक्त समाज हुनु मात्रै बहुलवादी हुनु होइन । यदि राज्य र यसका विभिन्न निकायहरुले मुलुकमा भएका ती सबै बहुपहिचानहरूलाई राज्यस्तरबाट स्थान दिन्छ भने त्यहाँ बहुलवाद लागू भएको मान्न सकिन्छ । नेपाली समाज विविधतायुक्त समाज त हो तर समाजको यो विविधतालाई राज्यले मान्यता दिएको भने पाइदैन । त्यसैले बहुलवादलाई राज्यले स्वीकारेको मान्न सकिँदैन । देशमा अहिले महिला, आदिवासी जनजाति, मधेसी, दलित आदि समुदायले चलाउँदै आइरहेको पहिचानको आन्दोलन भनेको यही बहुलतादलाई राज्यस्तरमा मान्यता दिलाउनका लागि नै हो ।

मिडियामा बहुलवादको महत्व

मिडियालाई राज्यको चौथौं अङ्गको रुपमा समेत लिइन्छ । संवैधानिकरुपमा नै नेपाल सहभागीतामुलक र समावेशी राज्यका रुपमा स्थापित भइसहेको छ भने यसको प्रतिबिम्ब मिडियाका समाचार उत्पादन कक्ष, कार्यक्रम उत्पादन समूह, नीति-निर्माण कक्ष आदिमा पनि देखिनुपर्छ । मिडियामा समाजका विभिन्न जाति, धर्म, भाषा, संस्कृतिका मिडियाकर्मीको उपस्थिति हुनुपर्दछ । सञ्चारगृह मात्र होइन, सञ्चारसम्बन्धी कार्य गर्ने अन्य निकायहरू प्रेस काउन्सिल नेपाल, सूचना मन्त्रालय आदि मिडिया क्षेत्रसँग सम्बन्धित संगठनहरू नेपाल पत्रकार महासंघका साथै मिडियाको विकासका क्षेत्रमा क्रियाशील संघसंगठनमा पनि विभिन्न जाति, भाषा, लिङ्ग र समुदाय आदिको प्रतिनिधित्व हुनुपर्दछ ।

मिडियाले बहुलतालाई स्वीकार्नु भनेको समाजको विविधतालाई स्थान दिने मात्र होइन प्रजातान्त्रिक पद्धतिलाई पनि स्वीकार्नु हो । प्रजातन्त्रमा सबै विचार, जाति, भाषा र समुदायको समान अधिकार हुन्छ । मिडिया र लोकतन्त्र एक अर्काका परिपूरक हुन् । त्यसैले मिडियाले लोकतन्त्रलाई स्वीकार्ने हो भने बहुलतालाई पनि स्वीकार्नै पर्छ[२] ।

विविध जाति र संस्कृति मात्र होइन, विविध विचारलाई पनि बहुलवादले स्थान दिन्छ । लोकतन्त्रमा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताले विशेष स्थान पाएको हुन्छ ।

---

२ Article 11 of the Charter of Fundamental rights; http://ijnet.org/community/groups/10189/media-pluralism-divisive-or-democratic.

अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता सबैलाई हुनु पर्दछ । अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको रक्षाको लागि पनि बहुलवाद मिडियामा लागू हुनुपर्छ । कतिपय ठाउँमा मिडियामा बहुलवादबारे विवादमा पनि छ । खास गरी समाजमा रहेको बहुलतालाई मिडियाले प्राथमिकता दिने र बहिस्करणमा पारिएका समुदायका आकांक्षा र सवाललाई जोड दिने भएका कारण कतिपयले यसको विरोधमा पनि गरेको देखिन्छ । तर, मिडियाको काम समाजमा विद्यमान अन्याय, भेदभाव र विकृतिलाई उजागर गर्ने हो र वास्तविक अर्थमा आवाजबिहीनहरुको आवाज हुने भएकाले समाजका बहिस्करणमा पारिएका समुदायको सवाललाई उठाउनु मिडियाको दायित्व नै हो । यसले समाजमा भएका विविध विचारलाई बहसमा ल्याउने र सद्भावसहितको न्यायपूर्ण समाज बनाउन योगदान दिन्छ । बरु, समाजका वर्चश्वशाली समुदायको आवाजलाई मात्रै मिडियाले स्थान दियो भने यसले एउटा समूहलाई मिडियाका अन्तर्वस्तुप्रति नै अविश्वास सिर्जना हुने र मिडिया नै साम्प्रदायिक हुने सम्भावना बढ्ने खतरा रहन्छ ।

सामान्यतया मिडियामा दुई प्रकारका बहुलवाद हुन्छन्– आन्तरिक बहुलवाद र बाह्य बहुलवाद । आन्तरिक बहुलवादले सञ्चार गृहको आन्तरिक संरचना र यसले उत्पादन गर्ने सामग्रीहरुमा बहुलतालाई जनाउँछ । सामाजिका विविधताको प्रतिबिम्ब सञ्चार सामग्रीहरूमा देखिनै पर्दछ । यसको लागि सञ्चार गृहको संरचनालाई समावेशी बनाउनु पर्ने आवश्यक हुन्छ, जसले सञ्चार सामग्रीलाई पनि समावेशी बनाउन सहयोग पुऱ्याउँछ । साथै समाचार कक्षमा विभिन्न समुदायको प्रतिनिधित्व हुँदा समाचारकक्षमा समाजमा रहेका विविध सामुदायिक सवालबारे अन्तर्क्रिया बढ्ने र ती मुद्दाहरुप्रतिको संवेदनशीलतामा समेत वृद्धि गराउन सहयोगी हुन्छ अर्थात सहकर्मीहरुबीच पनि एक–आपसका मुद्दालाई बुझ्ने अवसरको सिर्जना हुन्छ ।

मिडिया उत्पादन भाषाको माध्यमबाट हुने कार्य हो । त्यसैले कुनै एउटा भाषाबाट प्रकाशित हुने सञ्चारगृहको समाचारकक्ष मात्रै बहुलवादी भएर हुँदैन । सामाजिक बहुलता प्रबर्द्धनका लागि राज्य मात्रै होइन, जिम्मेवार मिडियाले पनि विभिन्न भाषाहरूमा पत्रिका निकाल्ने, रेडियो, टेलिभिजन कार्यक्रमहरू सञ्चालन गराउन उत्तिकै भूमिका खेल्नु पर्दछ । सबै भाषामा सञ्चारमाध्यम सञ्चालन हुन थाल्यो भने त्यसले वास्तविकरुपमा बहुलवादी मिडियाको प्रबर्द्धनमा सहयोग पुऱ्याउँछ । बहुलवादी अभ्यासको एउटा राम्रो उदाहरण गोरखापत्र दैनिकलाई मान्न सकिन्छ ।

केही वर्षयता गोरखापत्र दैनिकले पृष्ठ १२ र १३ मा नयाँ नेपाल शीर्षकअन्तर्गत २८ ओटा भाषा (नेपाल, उरावँ, दरै, ल्होमी, माझी, धिमाल, कुमाल, राजवंशी, बराम, तमु, बज्जिका, सुनार, मारवाडी, अवधी, दनुवार, थारु, किसान, ताजपुरिया, भोजपुरी, शेर्पा, तामाङ, जिरेल, लिम्बु, चाम्लिङ, उर्दु, मगर, मैथिली, थामी)मा विशेषगरी तिनै जाति वा समुदायसँग सम्बन्धित समाचार, लेख, अन्य सामग्री प्रकाशित गर्दै आइरहेको छ । त्यसै गरी रेडियो नेपालले पनि अहिले २० वटा भाषामा समाचार प्रशारण गरिरहेका छन् । तीमध्ये केन्द्रीय प्रशारणबाट नेपाली, अंग्रेजी, संस्कृत, हिन्दी, नेपालभाषा र मैथिली भाषामा तथा बाँकी अन्य भाषाहरु विभिन्न क्षेत्रीय प्रशारणहरुबाट सञ्चालन भइरहेका छन् । यो प्रवृत्तिलाई निरन्तरता दिनुपर्दछ भने अन्य सरकारी र गैरसरकारी मिडियाले यसबाट सिक्न जरुरी छ ।

मिडियामा बहुलवादको प्रबर्द्धन

अहिलेसम्म नेपाली मिडिया पूर्णरुपमा बहुलवादी हुन सकेको छैन । यस उद्योगको स्वामित्व महिला जनजाति, दलित, र मधेशी आदिको हातमा अत्यन्तै न्यून मात्रामा रहेको छ भने समाचार कक्षको संरचना पनि उनीहरुका लागि मैत्रीपूर्ण छैन । समाचार कक्षमा उनीहरुको झिनो उपस्थितिका कारण समाजमा बहिस्करणमा पारिएका समुदायको अनुभव, विचार आदि मिडियाका अन्तर्वस्तुका रुपमा आउन सकेको छैन । पत्रकारको रुपमा समाचार कक्षमा नभएका अथवा नीति निर्माण तहमा नभएका महिला, जनजाति, दलित, मधेशी वा अन्य सिमान्तकृतले पत्रकारिताको अन्तर्वस्तु निर्माणमा प्रभाव पार्न सक्दैनन् । उनीहरुसँग सरोकार राख्ने सवाल र मुद्दाहरुले मिडियामा पर्याप्त स्थान, समय र उचित प्रस्तुति पाउन सक्दैनन् । यसैगरी सामाजिक न्याय र समानता सिद्धान्तका आधारमा पनि उनीहरुको अनुपस्थिति वा कम उपस्थिति स्वीकार्य हुन सक्दैन (वन्त २०६४) । बहुलवादी दृष्टिकोणबाट हेर्दा नेपाली मिडियाको यो अत्यन्त अन्यायपूर्ण अवस्था हो ।

लोकतान्त्रिक मुलुकका लागि मिडियामा बहुलता अत्यावश्यक पक्ष हो मिडिया एउटा प्राविधिक र व्यावहारिक विषय पनि भएकोले त्यहाँ काम गर्ने व्यक्ति सक्षम हुनु अत्यावश्यक छ । त्यसकारण मिडियाका अन्तर्वस्तुमा विविधता ल्याउनका लागि सम्बन्धित समुदायका पत्रकारहरुको दक्षता र क्षमता अभिवृद्धि गर्नुपर्छ । यसका लागि सम्बन्धित विविध जाति, भाषा, धर्मका व्यक्तिलाई मिडियामा आउन सक्ने र आइसकेपछि टिक्नसक्ने वातावरण निर्माण गरिनुपर्छ । अर्कोतिर, सामाजका विविध पक्षबारे क्रियाशील पत्रकारहरु पनि उत्तिकै संवेदनशील भएर पछाडि

पारिएका वर्ग तथा समुदायका मुद्दालाई उजागर गर्नुपर्छ। समतामुलक र न्यायपूर्ण समाज निर्माणका लागि प्रतिबद्ध पत्रकारहरुले पनि उनीहरुका मुद्दालाई प्राथमिकता दिने हो भने सामाजिक बहुलताको प्रबर्द्धनमा सहयोग पुग्दछ । यसका साथै विश्वविद्यालयदेखि पत्रकारिता प्रशिक्षण हुने केन्द्रहरुमा पनि सामाजिक बहुलता र विविधता र मिडियाको अन्तर्सम्बन्धबारे कक्षाहरु चलाउन सञ्चालन गरिनुपर्छ ।

मिडियामा बहुलवाद प्रबर्द्धनका लागि गर्नुपर्ने कार्यहरु :

सरकारी निकाय

- मुलुकको आमसञ्चार क्षेत्रमा सामाजिक विविधता प्रकट नहुनुको एउटा महत्वपूर्ण कारण राज्यले मिडियामा बहुलता र विविधतालाई सम्बोधन गर्नैपर्ने नीतिगत व्यवस्था नगर्नु हो। त्यसकारण राज्यले संचारसँग सम्बन्धित नीतिहरुमा आदिवासी, जनजाति, दलित, मधेसी आदि समुदायको सवालका साथै भौतिक प्रतिनिधित्व हुनुपर्ने व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- राज्यले बहिस्करणमा पारिएका समुदायका सञ्चारकर्मी उत्पादनका लागि विशेष कार्यक्रम सञ्चालन गर्नुपर्छ। यसका साथै सरकारे सञ्चालन गरिरहेका रेडियो, टेलिभिजन, पत्रपत्रिकालाई समावेशी बनाउनुपर्छ।
- मिडियाको अन्तुर्वस्तु र संरचनालाई समावेशी बनाउने सञ्चार माध्यमलाई राज्यले प्रोत्साहन गर्नुपर्छ । यसका साथै सामाजिक विविधतालाई प्रोत्साहन गर्दै महिला, आदिवासी जनजाति, दलित, मधेशी आदि सिमान्तकृत समुदायले सञ्चालन गरेका सञ्चार माध्यमहरूलाई राज्यले आर्थिक, प्राविधिक सुविधा उपलब्ध गराउनु पर्दछ।

मिडिया सञ्चालक

- मिडिया सञ्चालकहरूले मिडियाका अन्तर्वस्तुमा सामाजिक विविधताको प्रतिबिम्बित गराउने नीतिगत व्यवस्था गर्नुपर्छ।
- सामाजिक बहिस्करणमा पारिएका समुदायका सञ्चारकर्मीहरुलाई समाचार कक्षमा प्राथमिकतासाथ समावेश गर्ने र उनीहरुलाई सहजरुपमा काम गर्ने वातावरण निर्माण गर्नुपर्छ।
- कार्यरत महिला, जनजाति, दलित, मधेसी पत्रकारहरूलाई पनि उचित सुविधा र सहुलियतको व्यवस्था गरी अर्को विकल्प खोजी गर्न नपर्ने वातावरण बनाउनु पर्दछ । यी समुदायका पत्रकारलाई दक्ष बनाउन उनीहरूलाई बेला- बेलामा तालिमहरूमा सरिक गराउनु पर्दछ।

मिडिया सम्बन्धी संगठनहरू

- पत्रकारिता क्षेत्रको विकासका लागि सक्रिय हुने संगठनहरू नेपाल पत्रकार महासंघ, प्रेस युनियन, प्रेस चौतारी, क्रान्तिकारी पत्रकार संघ आदि संघसंस्थाले मिडियामा बहुलता वाद सुनिश्चित गर्न दबाब पनि दिनुपर्दछ। त्यस्तै आदिवासी जनजाति, मधेसी तथा दलितहरूका हकहितका लागि खोलिएका संघ संस्थाहरूले मिडियालाई पनि आफ्नो प्राथमिकतामा राखेर कार्यक्रमहरू गर्ने र सम्बन्धित निकायमा दबाब सिर्जना गर्ने काम गर्नु पर्दछ (वन्त २०६४) ।

सञ्चार गृहहरूले आफ्नो सञ्चारमाध्यममा एउटै जाति, धर्म र संस्कृतिका मात्र सामग्रीलाई स्थान नदिई विविध भाषा, जाति, धर्म, संस्कृतिलाई पनि स्थान दिने नीति लिनुपर्छ जसको लागि विविधि समुदायका पत्रकारहरूको आवश्यकता पर्दछ। ती पत्रकारहरूलाई उनीहरूको सवालका साथै अन्य विषयमा समावेश गराउन सकिन्छ। यसरी मिडियाका अन्तर्वस्तुमा बहुलता ल्याउन सकिन्छ भने अर्कोतिर क्रियाशील अन्य समुदाय पत्रकारहरुलाई पनि सामाजिक बहुलतामा आधारित पत्रकारिता गराउन सकिन्छ । कान्तिपुर दैनिकका पूर्व पत्रकार आङ छिरिङ शेर्पाले पर्वतारोहण विषयमा र हाल पत्रकार चन्द्रकिशोरले तराईका सम्बन्धमा गरेका रिपोर्टिङ र लेखन यसका राम्रा उदाहरण हुन् । विभिन्न जाति, भाषा, धर्म, लिङ्ग, समुदाय आदिका अधिकारका लागि संघर्षशील संस्थाहरूले मिडिया क्षेत्रतिर पनि ध्यान दिई त्यसको लागि पनि दबाब सिर्जना गर्ने कार्य गर्नु पर्दछ। यसका साथै मिडियामा समाजका विभिन्न सवालहरुलाई उत्तिकै प्राथमिकता साथ उठाउनु पत्रकारको पनि दायित्व हो । बहुसंख्यक नागरिकहरुको चासो, सरोकार र आकांक्षाका मुद्दाहरुलाई मिडियाले बाहिर ल्याउन सक्यो भने मात्रै पत्रकारले समाजका आवाजबिहीनहरुको आवाजलाई सम्बोधन गराउन सहयोग गर्न सक्छन् । यसले लोकतान्त्रिक र प्रगतिशील समाजको निर्माणमा सहयोग पुऱ्याउँछ।

अध्याय तीन

मिडिया र लैङ्गिकता

पृष्ठभूमि

लैङ्गिक समानता, महिला सशक्तीकरण र मिडियाको विकासका बीचमा अत्यन्त निकट सम्बन्ध छ । मिडियाको विकास र बिस्तार, सूचना तथा सञ्चारका नयाँ प्रविधिहरुको आविष्कार र 'न्यू मिडिया'को उदयले लैङ्गिकता सम्बन्धी सूचना तथा ज्ञानको आदान-प्रदानमा ठूलो योगदान गरेको छ । संसारभरि नै समाचारमूलक मिडियालाई सूचना, विचार र जनमतको एउटा मुख्य स्रोतका रुपमा लिइन्छ । असमानता र लैङ्गिकरुपमा भेदभावपूर्ण बनिबनाउ ढाँचा (Stereotype)हरु समाज तथा आम मानिसको मनमष्तिष्कमा विद्यमान रहिरहेको अवस्थामा मिडियाले ती मूल्य मान्यताहरुलाई निरन्तरता दिने वा अन्त्य गर्ने दुवै प्रक्रियामा महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्न सक्दछ । महिला तथा पुरुष पत्रकारहरुमा पनि यस्तै एकतर्फी र भेदभावपूर्ण मूल्य-मान्यता छन् भने उनीहरुले महिला र लैङ्गिकताका सम्बन्धमा सकारात्मक रिपोर्टिङ गर्ने वा सम्पादन गर्ने क्षमता राख्दैनन् । पत्रकार हुनुभन्दा धेरै पहिले महिलाका रुपमा वा पुरुषका रुपमा मिडियाका मालिक, निर्णय प्रक्रियामा संलग्न व्यक्तिहरु, पत्रकार तथा सम्पादकहरुको सामाजिकीकरण भएको छ जसले गर्दा मिडियाका अन्तर्वस्तु उत्पादन प्रक्रियामा महिलालाई कसरी अवसर दिने र महिलाका सम्बन्धमा कसरी रिपोर्टिङ गर्ने, चित्रण गर्ने वा उनीहरुलाई पहुँच दिने भन्ने विषयलाई समेत प्रभावित गर्दछ ।

सामान्यतया मिडियाले लैङ्गिकता भनेको महिला हो भन्ने कोणबाट सामग्रीहरु सम्प्रेषण गर्ने गरेको पाइन्छ । तर यो दृष्टिकोण आफैंमा पूर्ण छैन । यस दृष्टिकोणले लैङ्गिकताको कुरा उठ्ने बित्तिकै मिडियामा पनि महिलालाई एउटा बेग्लै सामाजिक प्राणीकारुपमा हेर्ने र प्रस्तुत गर्ने गरिन्छ । समाजमा महिलाको हीन र अधिनस्थ अवस्था हुँदा उनीहरुलाई प्रत्यक्ष प्रभाव पार्ने मुद्दालाई विशेषरुपमा सम्बोधन गर्नुपर्छ भन्ने ठीक हो । तर, यसको अर्थ यस्ता सवाललाई अन्य सामाजिक-राजनीतिक

सवालभन्दा बिल्कूलै अलग राख्नु वा अन्य सवालमा महिलाको दृष्टिकोणलाई स्थान नदिनु भन्ने होइन ।

मिडिया र लैङ्गिकताको सम्बन्ध प्रत्यक्षत तीन अर्थमा जोडिएको छ । पहिलो, मिडिया सामग्री उत्पादन गर्ने कार्यमा महिला र पुरुषको सहभागिता, दोस्रो, मिडियाले उत्पादन गर्ने अन्तर्वस्तुमा महिला र पुरुषको चित्रण तथा प्रस्तुति, र तेस्रो मिडियाका अन्तर्वस्तुले महिला र पुरुषमा पार्ने प्रभाव । यस तालिम पुस्तिकामा मिडिया र लैङ्गिकताका उपरोक्त पहिलो र दोस्रो किसिमका सम्बन्ध, तिनको अवस्था र त्यसमा सचेत हुनुपर्ने पक्षहरु सम्बन्धमा चर्चा गरिएको छ । यसरी हेर्दा नेपाली मिडियामा महिला सहभागिता कमजोर छ । यस कारणले गर्दा पनि मिडियाका अन्तर्वस्तु र सामग्रीहरु महिलामुखी हुन सकेका छैनन् । मिडियाका अन्तर्वस्तुमा महिला र पुरुषको चित्रण ज्यादाजसो परम्परागत लैङ्गिक भूमिकालाई बढावा दिने किसिमको छ । महिलाहरुको पेसागत सफलता र विज्ञतापूर्ण व्यक्तित्व चित्रणमा कमी छ । अनावश्यकरुपमा महिलालाई यौनवस्तु वा प्रतीकका रुपमा र मनोरञ्जनात्मक साधनका रुपमा प्रस्तुत गर्ने पनि गरिएको छ । हिंसा र शोषण गरिने पात्रका रुपमा महिला ज्यादा र पुरुष कम चित्रण हुने गरेका छन् (थापा २०५९ क) ।

मिडियाको यस्तो प्रस्तुतिका कारण महिलाप्रति नकारात्मक र भेदभावजन्य दृष्टिकोणले निरन्तरता पाइरहेको छ । यसले महिलाहरुको आफैंप्रतिको बुझाइ पनि अधुरो र हानीकारक भइरहेको छ भने समाज तथा मुलुकको विकासमा पनि हानी पुगिरहेको छ (थापा २०५९ क) ।

लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धनमा मिडियाको भूमिका

"लैङ्गिक समानताको अर्थ महिला र पुरुष उस्तै हुनुपर्छ भनेको होइन, बरु उनीहरुको कर्तव्य, उनीहरुले पाउने अधिकार र अवसरहरु उनीहरु महिला वा पुरुष के हुन् भन्ने कुरामा निर्भर हुनुहुँदैन भन्ने हो (गेटिङ दी व्यालेन्स राइट्स सन् २०१२:८) ।"

भनिन्छ, मिडिया समाजको ऐना हो । यदि यसलाई सत्य मान्ने हो भने मिडियाले लैङ्गिक समानतालाई आधारभूत मानवअधिकार हो भन्ने कुरा स्थापित गर्नुपर्ने हो । यसो भन्नुको तात्पर्य महिला र पुरुषका समान अस्तित्व र व्यवहार स्थापित गर्न

सघाउनु हो । जस्तो कि समान कामका लागि समान ज्याला, नीति निर्णायक तहमा समान पहुँच, रोजगारी, राज्यले दिने सुविधा, स्वास्थ्य सेवा आदिमा समान सहभागिता आदि सुनिश्चित गराउन मिडियाले भूमिका खेल्नु हो । मिडियाले लैङ्गिक समानताका यी सवाललाई उजागर गर्दै यसका पक्षमा जनमत तयार गर्न र पैरवी गर्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्न सक्छ ।

मिडियामा लैङ्गिक समानता हुनु भनेको चाहि मिडियाको संरचनाअन्तर्गत नीति निर्माण प्रक्रियादेखि र जनशक्तिमा महिला पुरुषको समान सहभागिता र जिम्मेवारी प्रदान गरिनु हो । यसका साथै समाचार तथा मिडिया अन्य अन्तर्वस्तु उत्पादनमा स्वच्छ लैङ्गिक चित्रण, तटस्थ र लैङ्गिक विभेद नहुने भाषाको प्रयोग आदि पनि लैङ्गिक समानतासँग अन्तरसम्बन्धित विषय हुन भने पत्रकार महिलालाई राजनीति, अपराध, विकास आदिजस्ता बीट नदिनु वा फेशन तथा महिला बीटमा मात्रै सीमित गरिनु पनि लैङ्गिक समानतासँग सम्बन्धित विषयहरु हुन् । तसर्थ मिडियाले आफ्ना संरचना र आफूले उत्पादन गर्ने सञ्चार सामग्रीमा लैङ्गिक समानता अपनाएर तथा लैङ्गिकरुपमा संवेदनशील भएर लैङ्गिक समानता तथा महिला सशक्तिकरणका सवालहरुलाई टेवा पुऱ्याउन सक्छ । यस्तो अवस्था सिर्जना गर्न र यस्ता सामग्री उत्पादन गरी वितरण गर्नमा मिडियाका व्यवस्थापकहरु, निर्णय प्रक्रियामा संलग्न व्यक्तिहरु, आम पत्रकारहरु र मिडियासँग सम्बन्धित अन्य निकाय वा संघसंगठन लैङ्गिकरुपमा संवेदनशील हुन जरुरी हुन्छ । महिलाको अभिव्यक्ति तथा सूचनासम्बन्धी स्वतन्त्रताको अधिकारलाई विभिन्न संरचनागत, आर्थिक, सामाजिक सांस्कृतिक, राजनीतिक अवरोध आदिले सीमित तुल्याएका हुन्छन् । यी अवरोधहरुलाई अन्त्य गरी लैङ्गिक समानताको लक्ष्य प्राप्त गर्नका लागि मिडियाको अत्यन्त अहम् भूमिका रहेको छ ।

राष्ट्रिय र अन्तर्राष्ट्रिय कानुनी तथा नैतिक दायित्वहरु

नेपालले अनुमोदन गरेका र कानुनसरह पालन गर्न प्रतिबद्धता जनाएका विभिन्न अन्तर्राष्ट्रिय सन्धी, महासन्धी, घोषणापत्रका साथै मुलुकको संविधान तथा कानुनले पनि मिडिया क्षेत्रमा पुरुषसरह महिलाले पनि बराबर काम गर्ने अवसर तथा वातावरण पाउनुपर्ने, मिडियामा लैङ्गिकरुपमा अपहेलित वा पूर्वाग्रही चित्रण दिन नहुने र महिला अधिकार तथा लैङ्गिक समानताको सवाललाई प्रवर्द्धन गर्नुपर्ने

कुरालाई जोड दिएका छन् । व्यवहारमा यसलाई सुनिश्चित गर्ने दायित्व सरकारी र गैरसरकारी क्षेत्रका मिडियासम्बन्धी संघसंस्थाहरु एवं पत्रकारहरुको नै हो ।

मिडिया र सञ्चारकर्मीहरुलाई लैङ्गिकरुपमा संवेदनशील हुन र लैङ्गिक समानताका लागि क्रियाशील रहन नैतिक र कानुनीरुपमा निर्देशित गर्ने केही प्रमुख राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय संयन्त्रहरु निम्नअनुसार छन् :

१. अन्तर्राष्ट्रिय मानव अधिकार घोषणापत्र (सन् २०४८ डिसेम्बर १० मा संयुक्त राष्ट्रसंघको महासभाबाट घोषित र पारित)

- रङ्ग, जाति, लिङ्ग, भाषा, धर्म, राजनीति र अन्य धारणा, राष्ट्रियता तथा सामाजिक उत्पत्ति, सम्पत्ति, जन्म र अन्य स्तरका आधारमा कुनै विभेद नहुने गरी सबैले यो घोषणापत्रमा उल्लेखित सम्पूर्ण अधिकार र स्वतन्त्रता उपभोग गर्न पाउँछन् (धारा २) ।
- सबैसँग आफ्नो विचार अभिव्यक्त गर्ने स्वतन्त्र अधिकार छ । यसअन्तर्गत बिना कुनै हस्तक्षेप, कुनै सीमा र रोकटोकबिना सञ्चारमाध्यममार्फत आफ्नो विचार र सूचना स्वतन्त्र ढङ्गले प्रवाह गर्न पाइन्छ (धारा १९) ।

२. नागरिक र राजनीतिक अधिकारमाथि अन्तर्राष्ट्रिय सम्झौतापत्र (सन् १९६९ डिसेम्बर १६ मा राष्ट्रसंघको महासभाबाट हस्ताक्षर, प्रमाणीकरण र प्रवेशका लागि खुला गरिएको)

- सबैसँग बिना कुनै हस्तक्षेप आफ्नो भनाई राख्ने अधिकार हुन्छ । सबैसँग स्वतन्त्र अभिव्यक्तिको अधिकार हुन्छ । आफ्नो छनोटअनुसारको सञ्चार माध्यम मार्फत सबै प्रकारका सूचना र विचार खोज्न, दिन र प्राप्त गर्न सकिन्छ (धारा १९)

३. महिलाविरुद्ध हुने सबै प्रकारका भेदभाव उन्मूलनसम्बन्धी महासन्धी (सीड कन्भेन्सन, सन् १९७९ डिसेम्बर १८ मा संयुक्त राष्ट्रसंघको महासभाबाट पारित)

- सीड कन्भेन्सनका सबै भाग र धाराले महिला तथा पुरुषको बीचमा पूर्ण समानता प्राप्तिका लागि र महिलाविरुद्ध हुने भेदभाव उन्मुलनका लागि विभिन्न व्यवस्थाहरु गरेको छ । यो सिङ्गो महासन्धी नै महिला सशक्तिकरण र लैङ्गिक समानताका लागि कोशेढुङ्गा सरह रहेको छ । मिडियासम्बन्धी संघसंस्था र पत्रकारहरुले यस महासन्धीका आधारमा पनि लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्न भूमिका निर्वाह गर्नु जरुरी छ ।

४. समानता, विकास र शान्तिका लागि बेइजिङ कार्ययोजना (सन् १९९५ मा बेइजिङमा सम्पन्न चौथो विश्व महिला सम्मेलनद्धारा पारित) बेइजिङ सम्मेलनले महिलाको प्रगतिका लागि १२ ओटा संवेदनशील सरोकारका क्षेत्रहरुमध्ये महिला र मिडियालाई पनि मानेको छ । समानता, विकास र शान्तिका लागि बेइजिङ कार्ययोजनाले दुई प्रमुख रणनीतिहरु सिफारिस गरेको छ ।

- सञ्चारमाध्यम तथा सञ्चारका नयाँ प्रविधिहरुमा र तिनमार्फत हुने अभिव्यक्तिमा तथा निर्णय प्रक्रियामा महिलाको सहभागिता र पहुँच अभिवृद्धि गर्ने,
- सञ्चारमाध्यममा महिलाको सन्तुलित र गैरपरम्परागत चित्रणलाई प्रोत्साहित गर्ने (थापा २०५९ ख ।)

५. पत्रकार आचार संहिता २०६० (संशोधित तथा परिमार्जित २०६४)

- सार्वजनिक हितमा प्रतिकूल असर पार्ने बाहेकको अवस्थामा वैयक्तिक एवं व्यावसायिक गोपनीयताको सम्मान गर्नुपर्दछ ।
- अशक्त, असहाय, अपाङ्ग, बालबालिका, महिला तथा पिछडिएका वर्ग, क्षेत्र, भाषा-भाषी र अल्पसंख्यक समुदायको उत्थान र विकासमा सूचना र विचार प्रवाहद्वारा विशेष सहयोग पुऱ्याउनु पत्रकार र सञ्चारमाध्यमको सामाजिक दायित्व हुनेछ ।
- सामाजिक न्याय र सद्भावमा प्रतिकूल असर पुऱ्याउने तथा व्यावसायिक मर्यादा विपरित हुने, बिकृत र उत्तेजक सामग्री प्रकाशन, प्रसारण तथा उत्पादन वितरण गर्नु हुँदैन ।
- जातीय, लैङ्गिक, धार्मिक, क्षेत्रीय, भाषिक र रङ्गजस्ता आधारमा भेदभाव हुने गरी समाचार र विचारको सम्प्रेषण गर्न हुँदैन ।
- पीडितलाई थप पीडा पुग्ने गरी भाषा, ध्वनी, तस्विर, चित्र र दृष्य समेतको प्रयोग गरी समाचार तथा विचार प्रकाशन प्रसारण वा उत्पादन वितरण गर्न हुँदैन ।
- यौनजन्य अपराध र सामाजिक अपहेलना एवं घृणाजन्य घटना वा सन्दर्भमा पीडित व्यक्तिहरुको सचेत स्वीकृतिबिना नाम, ठेगाना र पहिचान खुल्नेगरी समाचार, तस्विर र दृष्य प्रकाशन प्रसारण वा उत्पादन वितरण गर्नु हुँदैन ।

६. नेपालको अन्तरिम संविधान-२०६३

अन्तरिम संविधानको मौलिक हकअन्तर्गत समानताको हक, महिलाको हक, सामाजिक न्याय, जातीय भेदभावविरुद्धको हकजस्ता अधिकारहरु सुनिश्चित गरिएका छन् ।

७. श्रमजिवी पत्रकार सम्बन्धी ऐन-२०५१

८. सामुदायिक रेडियो लैङ्गिक समानता तथा सामाजिक समावेशीकरण नीति-२०६८

९. सामुदायिक रेडियो आचार संहिता-२०६४

यस्ता विभिन्न राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय प्रावधानहरुले मिडियासम्बन्धी संघसंगठन, संचारगृह र सञ्चारकर्मीहरुलाई लैङ्गिकरुपमा संवेदनशील हुनुपर्ने तथा लैङ्गिक समानताको लागि क्रियाशील रहनुपर्ने दायित्व सुम्पेका छन् ।

मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलको प्रवर्द्धन

मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशील प्रबर्द्धनका लागि बहुपक्षीय प्रयास र हस्तक्षेपको आवश्यकता हुन्छ । मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता बढाउनका लागि मिडिया सम्बन्धित विभिन्न संघसंस्थाहरुमा सदस्य, कर्मचारी वा निर्णय प्रक्रियामा महिला र पुरुष प्रतिनिधित्व, मिडिया संस्थाहरुभित्र महिला र पुरुषलाई समान तथा तिनका विशेष आवश्यकतालाई सम्बोधन गर्ने किसिमको काम गर्ने वातावरणको सुनिश्चितता, मिडियासम्बन्धी अध्ययन-अध्यापन गराइने संस्थाहरुमा महिला पुरुषको सहभागिता र मिडियाका अन्तर्वस्तुमा महिला पुरुषको समान सम्मानपूर्ण चित्रणजस्ता पक्षहरुको सम्बोधन हुनुपर्दछ । निजी रुपमा पत्रकारहरुले मिडियाका अन्तर्वस्तुद्धारा फैलने सन्देशहरुको दृष्टिकोण, पूर्वाग्रह र सामाजिकीकरण सम्बन्धमा सचेत हुन जरुरी छ । साथै उनीहरुसँग सत्यतथ्य, सवालहरु र तथ्याङ्कहरुलाई लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट समीक्षा र समाहित गर्ने सीप हुनुपर्दछ ।

जैविकरुपमा महिला वा पुरुषको उपस्थितिले मात्र मिडियाका अन्तर्वस्तुलाई लैङ्गिकरुपमा तटस्थ र सन्तुलित बनाउन सक्दैन । एक अध्ययनअनुसार, नेपालका एफएम रेडियोहरुमा ४० प्रतिशतको हाराहारीमा पत्रकार महिला र अन्य जनशक्ति भए तापनि त्यहाँबाट उत्पादन हुने कार्यक्रमहरुमा यसको प्रभाव देख्न सकिएन । महिलाहरुको सहभागिताको अनुपातमा त्यहाँबाट उत्पादन हुने महिला कार्यक्रमहरुको संख्या र गुणस्तर अत्यन्त कमजोर पाइयो (थापा २०६५) । यसले के प्रष्ट पार्छ भने सबै किसिमका मिडिया संघसंस्थाहरुमा महिला पुरुषको समान सहभागिताको प्रश्न सँगसँगै सचेत र अर्थपूर्ण सहभागिता सम्बन्धमा पनि विचार गर्नु अति आवश्यक रहेको छ ।

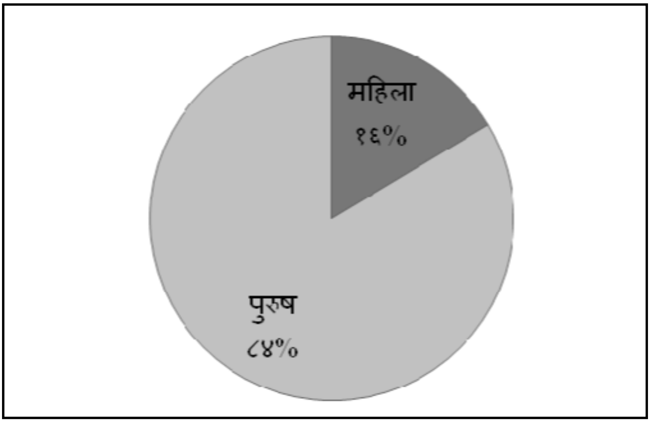
नेपालका सरकारी र निजी सञ्चारगृहहरु; पत्रकारको हकहितका लागि गठित नेपाल पत्रकार महासंघ, प्रेस युनियन, प्रेस चौतारी, क्रान्तिकारी पत्रकार संघ, क्रान्तिकारी पत्रकार महासंघ, नेपाल आदिवासी जनजाति पत्रकार महासंघ, मधेशी पत्रकार संघ जस्ता संस्थाहरु; साप्ताहिक-पाक्षिक सम्पादक सञ्जाल, सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ (अकोर्‍याब) नेपाल, ब्रोडकास्टिङ एशोसिएसन अफ नेपाल (बान) जस्ता संगठनहरु; प्रेस काउन्सील नेपाल, राष्ट्रिय सूचना आयोगजस्ता नियमनकारी निकायहरु; पत्रकारीता तालिम प्रदान गर्ने नेपाल प्रेस इन्ष्टिच्युट, मिडिया र आम सञ्चारसम्बन्धी अध्यापन हुने विश्वविद्यालय र क्याम्पसहरु; मिडियामा लैङ्गिक समानताका लागि आवाज उठाउने अस्मिता, क्रियाशील पत्रकार महिला, सञ्चारिका समूह मानवअधिकार पत्रकार संघ, जागरण मिडिया सेन्टरजस्ता संस्थाहरु आदिको लैङ्गिक समानता र संवेदनशीलतासम्बन्धी नीतिगत व्यवस्था, कार्यक्रम र व्यवहारिक पक्षबारे विश्लेषण हुनु जरुरी छ ।

मिडिया संस्थाहरुमा लैङ्गिक समानता

मिडियाको नीति-निर्माण प्रक्रिया र जनशक्तिमा महिला र पुरुषबीचको अनुपात अत्यन्त असमान र भेदभावपूर्ण छ । विश्वभरि नै सञ्चार गृहहरुको नीति-निर्माण तहमा महिलाहरु अत्यन्त कम संख्यामा छन् । समाचारकक्षमा महिलाको अवस्थासम्बन्धी विश्व प्रतिवेदन (Global Report on the Status of Women in News Media 2011) का अनुसार कार्यकारी बोर्ड र प्रमुख व्यवस्थापकीय पदहरुमा पुरुषको प्रतिनिधित्व करिब ७० प्रतिशतभन्दा माथि रहेको देखाउँछ (आइडब्लयुएमएफ सन् २०११) ।

त्यसैगरी नेपालको सन्दर्भमा नेपाल पत्रकार महासंघका कूल १० हजार ७७ सदस्यमध्ये महिला १ हजार ६ सय १३ (१६%) र पुरुष ८ हजार २ सयम १४ (८४%) छन्[१] ।

१ http://www.fnjnepal.org/media/?page_id=48 visited on 30 July, 2014



नेपालका केही मिडियासम्बन्धी संस्थाहरुको केन्द्रीय समिति वा सञ्चालक समितिमा महिला पुरुष सहभागिता निम्न अनुसार छ (२०७१ साउन १४ गतेको तथ्यांङ्क)

संस्था	केन्द्रीय समिति वा संचालक समिति	महिला संख्या (प्रतिशत)	पुरुष संख्या (प्रतिशत)
१. नेपाल पत्रकार महासंघ	४३	७ (१६%)	३६ (८४%)
२. प्रेस काउन्सील नेपाल	१२	० (०%)	१२ (१००%)
३. नेपाल टेलिभिजन	५	० (०%)	५ (१००%)
४. रेडियो नेपाल	४	० (०%)	४ (१००%)
५. गोरखापत्र दैनिक	५	० (०%)	५ (१००%)
६. राष्ट्रिय समाचार समिति	६	० (०%)	६ (१००%)

स्रोतः यहाँ उल्लेखित तथ्याङ्क सम्बन्धित मिडिया संस्थाको वेवसाइटबाट लिएको हो ।

उपरोक्त तालिकाले देखाए अनुसार नेपालका मिडियासम्बन्धी प्रमुख नियमनकारी निकाय र सरकारी मिडियाहरुमा बाहुल्यता पुरुष साम्राज्य रहेको र महिलाको

संख्या शुन्य रहेको दुःखलाग्दो अवस्था छ । पत्रकारहरुको छाता संगठन नेपाल पत्रकार महासंघको कूल सदस्यता र केन्द्रीय समिति दुवैमा केवल १६ प्रतिशत मात्र महिला छन् ।

मिडिया उत्पादन गर्ने संस्थाहरुमा निर्णय प्रक्रियामा र जनशक्तिमा कूल महिला, दलित वा जनजातिको सहभागिता कस्तो छ भन्ने बृहत अध्ययन हालसम्म हुन सकेको छैन । विभिन्न संस्थाद्धारा समय-समयमा भएका विभिन्न सीमित अध्ययनहरुले यो संख्या अत्यन्त सानो भएको देखाएका छन् (हेर्नुहोस् समावेशी मिडिया, २०६४) ।

यस्तो स्थितिमा सबै किसिमका मिडिया संस्थाहरुमा लैङ्गिक समानताको अवस्थालाई निम्न पक्षहरुको आधारमा विश्लेषण गर्न सकिन्छ :

- मिडिया सामग्री उत्पादन गर्ने कार्य अर्थात पत्रकारितामा महिला र पुरुषको असमान सहभागिता
- मिडिया संस्थाहरुको नीति निर्माण तहमा महिलाको न्यून सहभागिता
- पत्रकारहरुको हकहितको लागि बनेका संघ, संगठन युनियन, महासंघको साधारण सदस्यता र कार्यसमितिमा महिला कम सहभागिता
- पत्रकारहरु उत्पादन गर्न र तिनको क्षमता अभिवृद्धि गर्न मिडियासम्बन्धी अध्ययन-अध्यापन हुने शिक्षण तथा तालिम संस्थाहरुमा प्राध्यापक, स्रोत व्यक्ति र विद्यार्थीको रुपमा महिलाका कम सहभागिता
- मिडियासम्बन्धी अध्यापन तथा तालिम हुने संस्थाका पाठ्यक्रममा लैङ्गिकताको विषय
- मिडियाको अन्तर्वस्तुलाई लैङ्गिकरुपमा सन्तुलित र संवेदनशील बनाउन पैरवी गर्ने सामाजिक संघसंस्थाहरुमा महिला र पुरुष सहभागिताको अवस्था
- मिडिया हाउसहरुबाट उत्पादन भएका पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन, अनलाइन पत्रिका वा म्यागजिनहरुमा प्रस्तुत अन्तर्वस्तु (Content) मा लैङ्गिक संवेदनशीलता र समानताको पक्ष

मिडियासम्बधी यी संस्थाहरु र तिनका अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक संवेदनशीलता र समानताको अवस्था पहिल्याउनका लागि केही सूचकहरु यस तालिम पुस्तिकाको अनुसूची–१ मा समावेश गरिएको छ ।

मिडियामा लैङ्गिकता, अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक संवेदनशीलता र समानता

मिडियामा लैङ्गिक समानता र सामाजिक विविधताको प्रवर्द्धनका लागि मुख्यरुपमा मिडियाको अन्तर्वस्तुमा पनि विविधता हुनुपर्दछ । मिडियाले प्रकाशन प्रसारण गर्ने समाचार र अन्य सूचना तथा विचारमूलक सामग्रीहरुमा लैङ्गिक चित्रण र लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्ने सामग्रीहरुको कभरेज र प्रस्तुतिले नै मिडिया लैङ्गिक समानताको पक्षधर र बहुलवादी भए/नभएको पुष्टि हुन्छ ।

ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट सन् २०१० को प्रतिवेदनअनुसार विश्वभरि समाचारमा पढिने वा सुनिने व्यक्तिहरुमध्ये ७६ प्रतिशत मानिसहरु पुरुष छन् भने केबल २४ प्रतिशत मात्र महिला । तर, समाचारमा पीडितका रुपमा प्रस्तुत हुने ८ प्रतिशत मात्र पुरुष छन् भने १८ प्रतिशत महिला छन् । त्यस्तै १३ प्रतिशत समाचार महिलामा केन्द्रीत, ६ प्रतिशतले मात्र लैङ्गिक समानता र असमानताको सवाललाई उजागर गरेको र ४६ प्रतिशत समाचारले परम्परागत लैङ्गिक ढाँचालाई बढावा दिने काम गरेका छन् (*जीएमएमपी रिपोर्ट* सन् २०१०) । मिडियामा अन्तर्वस्तु सङ्कलन र प्रस्तुत गर्ने यस्तो प्रवृत्तिले लैङ्गिक समानतालाई सहयोग गर्नुको सट्टा महिला र पुरुषका परम्परागत बनिबनाउ भूमिका र चित्रणहरुलाई नै बल पुऱ्याउँछन् । तसर्थ, पत्रकारहरुले मिडियाका सामग्री छनोटदेखि लेखन, सम्पादन र वितरण गर्दा विशेषरुपमा सचेत हुनुपर्दछ ।

पत्रकारहरुले मिडियाका अन्तर्वस्तुमा तथ्य, तथ्याङ्क, भनाइ, सूचना, भाषा आदि उल्लेख गर्दा कुनै न कुनै सन्देश प्रवाहित गरिरहेका हुन्छन् । लैङ्गिकताका विषयमा रिपोर्टिङ गर्दा वा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरणका सन्दर्भमा लेख्दा पत्रकारहरुले केही खास शब्दावलीको प्रयोगमा स्पष्ट हुन जरुरी हुन्छ । यसबारे केही सन्दर्भहरु बक्स तथा अनुसूचिहरुमा समावेश गरिएको छ ।

पत्रकारिताको एउटा प्रमुख सिद्धान्त यथार्थपरक (Objective) हुनु हो । कुनै पनि घटना वा प्रवृत्तिको रिपोर्टिङ गर्दा जे छ, त्यही गर्नु र आफ्ना मूल्य–मान्यतालाई हावी हुन नदिनु पत्रकारको कर्तव्य हो । आफ्ना विचार र तर्कहरु लेख्नका लागि लेख वा सम्पादकीयजस्ता विधा छन् । तर, नचाहँदा–नचाहँदै पनि व्यक्ति पत्रकारभित्र लुकेका विचार र मूल्य–मान्यताको प्रभाव मिडियाको अन्तर्वस्तुमा पारेकै छन् । ती पूर्वाग्रह तथा प्रभावलाई अन्त्य गर्न र लैङ्गिक संवेदनशील सामग्री तयार गर्नका लागि मूलतः निम्न पक्षहरुमा ध्यान दिन जरुरी छ ।

- समाचारको छनौट (के समाचार बनाउने ? के समाचार नबनाउने ?)
- सूचनास्रोत वा विज्ञको छनौट गर्दा सकेसम्म महिला र पुरुषको बराबरी अनुपात मिलाउन ध्यान दिने
- एउटा समाचारमा एकभन्दा बढीको विचारलाई स्थान दिने
- शक्तिमा भएका महिला तथा पुरुषको मात्र विचारलाई भन्दा अन्यको विचार लाई पनि स्थान दिने
- पर्याप्त मात्रामा सार्वजनिक बहसमा नआएका वा नसुनिएका आवाजलाई स्थान दिने
- महिला र पुरुषका बनिबनाउ भूमिका वा ढाँचालाई बढावा दिने भाषाको प्रयोग नगर्ने
- महिलालाई चित्रण गर्दा सँधै पीडित वा 'विचरा'का रुपमा सम्प्रेषण गर्ने परिपाटी छ । उनीहरु पनि समाजमा शक्तिशाली छन् वा हुनसक्छन् भन्ने कुरालाई पनि प्राथमिकता दिनुपर्छ ।
- सबै किसिम र क्षेत्रका समाचार वा अन्य सामग्रीमा महिलाको दृष्टिकोणलाई पनि स्थान दिने
- भाषाको प्रयोग गर्दा लैङ्गिक विभेद हुने भाषाको प्रयोग नगर्ने अर्थात भाषाको प्रयोग गर्दा लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई ध्यान दिने ।
- कुनै पनि शब्द र पदावली वा वाक्यांश प्रयोग गर्नुअघि त्यसले लैङ्गिकरूपमा महिला वा पुरुष वा अन्य कुनै व्यक्ति, जातीय वा सामुदीयकरुपमा कसैलाई चोट पुऱ्याउँछ कि विचार गर्ने र यस्तो नहुने भए मात्र प्रयोग गर्ने । जस्तैः मानिस हराएको सूचना र महिला हराएको सूचना ....
- विशेषणहरुको प्रयोगमा सजगता अपनाउने ।
- उखान टुक्काको प्रयोगमा सजगता अपनाउने ।
- तस्वीर र कार्टुनको प्रयोगमा सजगता अपनाउने ।
- समाचार र अन्य सामग्रीहरुको प्रस्तुतीमा संवेदनशीलता अपनाउने ।
- तथ्याङ्कहरुको प्रयोग गर्दा लैङ्गिकरुपमा विभाजित तथ्याङ्क प्रस्तुत गर्ने ।
- महिला अधिकार र सशक्तिकरणका विषयलाई प्राथमिकताका साथ स्थान दिने र समाचार, विचारमूलक आलेख, सम्पादकीय, रेडियो टेलिभिजन कार्यक्रम वा अन्य सामग्रीका रुपमा बारम्बार उठाइरहने
- सफल महिला व्यक्तित्वहरुलाई सकारात्मक रोल मोडेलका रुपमा प्रस्तुत गरिरहने ।

लैङ्गिकताको दृष्टिकोणबाट मिडिया कभरेजमा ध्यान दिनुपर्ने पक्षहरु

पत्रकार र अन्य सञ्चारकर्मीहरुले लैङ्गिकताको दृष्टिकोणबाट मिडिया कभरेज गर्दा सर्वसाधारण जनता कसरी लैङ्गिकताको आधारमा, जातजाति, वर्ग, उमेर, धर्म, विशेष समुदाय आदिको आधारमा किनारामा छाडिएका छन् भनेर हेर्नु आवश्यक हुन्छ। मिडिया कभरेजमा कसले स्थान पाउँछ ? कुन दृष्टिकोणबाट पाउँछ ? विभिन्न लिङ्ग, जात, धर्म, वर्गका मानिसका सम्बन्धमा के–कस्ता धारणाहरु पस्किएको छ ? प्रस्तुत सामग्रीले लैङ्गिक समानता र अन्य सामाजिक विविधताका सवाललाई अगाडि बढाउन मद्दत पुर्‍याउछ वा पछाडि धकेल्छ ? भन्ने कुरामा ध्यान दिनुपर्छ।

मिडिया र लैङ्गिक समानताबीचको अन्तर्सम्बन्धमा प्रवेश गर्नुअघि पत्रकारको सामाजिक दायित्वका विषयमा प्रष्ट हुनु आवश्यक छ । महिला र अन्य सिमान्तकृत समुदायको हितमा भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने वा नपर्ने भन्ने कुरा पत्रकारको दायित्वसँग सम्बन्धित भएकाले आफ्नो दायित्वप्रति सँधै सजक हुनुपर्छ। तालिमका सहभागीबीच पहिलो अभ्यासका रुपमा तलको क्रियाकलाप गर्न सकिन्छ।

अभ्यास १
पत्रकारका रुपमा तपाईंको सामाजिक दायित्व

१. हरेक सहभागीलाई पत्रकारका रुपमा आफूले महसुश गरेका दुईओटा सामाजिक दायित्वको बुँदालाई लेख्न लगाउने ।
२. उनीहरुले लेखेका बुँदाहरुबारे छलफल गर्ने ।

त्यसपछि, सहजकर्ताले सहभागीलाई प्रष्ट्याउने:
क) मिडिया र सञ्चारकर्मीको सर्वसाधारण नागरिकप्रतिको सबैभन्दा ठूलो उत्तरदायित्व भनेको राज्य र समाजका सबै पक्षमा ‘वाचडग’को भूमिका निर्वाह गर्नु हो ।
ख) पत्रकार हुनु भनेको अन्य जागिर वा पेशा गर्नु सरह मात्र होइन, बरु नागरिकको हितमा आफूलाई लगाउनु हो ।

ग) 'वाचडग'को भूमिका निर्वाह गर्ने क्रममा विभिन्न तथ्य/तथ्याङ्क उजागर गर्दा पत्रकारले सम्पूर्णरुपमा सत्यतथ्य हो भन्ने विश्वस्त भएपछि मात्र प्रस्तुत गर्ने कुरामा चनाखो हुनुपर्दछ ।

यी तीनवटा बुँदाले पत्रकारको भूमिकालाई नै समर्थन गर्नेछन ।

(माथि भनिएको सर्वसाधारण नागरिक को हो ? समाजका कुन–कुन समुदाय सर्वसाधारण नागरिक भित्र पर्दछन् ? सहभागीले भनेको सर्वसाधारणको परिभाषालाई मिडियाले किन प्राथमिकता दिनुपर्छ, यसले सामाजिक रुपान्तरणमा कस्तो भूमिका निर्वाह गर्नसक्छ, ती मुद्दाप्रति पत्रकारको भूमिका वा दायित्व के हुनसक्छन् भन्ने विषयमा छलफल चलाउन सकिन्छ ।

पत्रकार आचार संहिता २०६० (संसोधित तथा परिमार्जित २०६४) मा उल्लेखित बुँदा

"अशक्त, असहाय, अपाङ्ग, बालबालिका, महिला तथा पिछडिएका वर्ग, क्षेत्र, भाषा-भाषी र अल्पसंख्यक समुदायको उत्थान र विकासमा सूचना र विचार प्रवाहद्वारा विशेष सहयोग पुऱ्याउनु पत्रकार र सञ्चारमाध्यमको सामाजिक दायित्व हुनेछ" भनी उल्लेख गरेको छ । आचार संहिताको यस बुँदामाथि पनि छलफल गर्न सकिन्छ ।

थप अध्ययनका लागि सन्दर्भ सामग्री

प्रेस स्वतन्त्रता

प्रेस स्वतन्त्रताको मुख्य सार भनेको सम्पादकीय स्वतन्त्रता हो । जसले आन्तरिक र बाह्य दुवै पक्षबाट मिडिया स्वतन्त्र हुनुपर्छ भन्ने अर्थ राख्दछ । विशेषगरी प्रेस स्वतन्त्रता हुनु भनेको निम्न पक्ष वा तत्वहरुबाट पत्रकारिता स्वतन्त्र रहनु हो :

क) राज्य वा सरकार
ख) राजनीतिक दल र तिनका स्वार्थ
ग) व्यापारिक र वाणिज्य समुदाय (व्यापारिक विज्ञापनकर्ता समेत)को स्वार्थ
घ) पत्रकारका आफन्त वा साथीहरु, र
ङ) पत्रकारहरुको आफ्नै पूर्वाग्रह, अन्धविश्वास वा मूल्य–मान्यताहरु

माथिका पाँच बुँदालाई प्रस्तुत गरेर मिडियामा लैङ्गिकताको चर्चा गर्दा मूलत पाँचौ बुँदामा छलफललाई केन्द्रीत गर्नु सान्दर्भिक हुन्छ ।

छलफलका मुख्य बुँदाहरु

१. मिडियामा पूर्ण सम्पादकीय स्वतन्त्रताका लागि धेरै किसिमका बाधा–अड्चनहरु रहेका छन् । कसै–कसैले पूर्ण सम्पादकीय स्वतन्त्रता सम्भव छैन भनेर पनि तर्क गर्दछन् ।

२. पत्रकारहरुको आफ्नै पूर्वाग्रह, अन्धविश्वास वा मूल्यमान्यताहरुले पनि प्रेस स्वतन्त्रतामा प्रभाव पारिरहेको हुन्छ । कुनै समुदाय वा लिङ्गप्रति पत्रकार वा सम्पादकको आफ्नो दृष्टिकोण के छ, त्यसको प्रभाव मिडियाको विषयवस्तु छनौट र प्रवाहमा पनि परिरहेको हुन्छ । पत्रकारहरुले महिला र पुरुषबारे समाजमा सिकेको वा बुझेको अवधारणा, सामाजिकीकरणका प्रक्रियामा निर्माण भएको मनोविज्ञान आदिको प्रत्यक्ष प्रभाव समाचार तथा अन्य सामग्री छनोट गर्दा, रिपोर्टिङ गर्दा, लेख्दा, प्रस्तुत गर्दा, सम्पादन गर्दा प्रभाव पारिरहेको हुन्छ । लैङ्गिकरुपमा विभेदकारी सामाजिक–सांस्कृतिक मनोविज्ञानको उपजका रुपमा नेपाली मिडियाका समाचार र अन्य अन्तर्वस्तुको प्रस्तुतिमा महिला र पुरुषलाई हेर्ने परम्परागत बनिबनाउ ढाँचा (स्टेरियोटिपीकल)को प्रभाव प्रष्ट रुपमा देखिने गरेको छ । पत्रकारहरुले महिलालाई सूचना वा विचारका स्रोतको रुपमा स्वीकार गर्न नसक्नु, उनीहरुको आवाजलाई स्थान हिच्चिकचाउनु यसैको प्रभाव हो । यद्यपि, सामाजिक न्याय, लैङ्गिक समानताप्रति संवेदनशील पत्रकार र सम्पादकले यस किसिमको सामाजिक–सांस्कृतिक पक्षको रुपान्तरण गर्नसक्छन् ।

३. लैङ्गिकतालाई प्रतिनिधित्व र प्रस्तुत गर्ने मामिलामा संसारभरिको मिडियाको प्रवृत्ति लगभग उस्तै छ, जसले महिला र पुरुषको सामाजिक यथार्थतालाई प्रस्तुत गर्नुभन्दा पनि त्यसलाई निर्देशित गर्ने र आकार दिने काम गरिरहेका छन् ।

४. लैङ्गिकता समेतका कुनै पनि विषयमा मिडिया कभरेज दिँदा पत्रकारहरुलाई सरकारको सेन्सरशिपले जत्तिको प्रभाव पार्छ, लगभग त्यतिकै अनुपातमा पत्रकारमा रहेको पूर्वाग्रह र स्थापित मूल्य–मान्यताले पारिरहेको हुन्छ ।

५. सामान्यतया के धारणा छ भने मिडियाबाट प्रवाहित हुने सन्देश र चित्रणहरुमा शक्तिशाली सामाजिक, सांस्कृतिक र राजनीतिक शक्ति निहीत हुन्छन् । यसअर्थमा मिडियाका उत्पादन र सामाजिक चेतनाका बीचमा निकट सम्बन्ध छ ।

६) आम सञ्चारमाध्यमबाट प्रवाह हुने सन्देश एकैपटक ठूलो समूहमा पुग्न सक्छ। समाजको धारणा, विचार, विश्वास, मान्यतालाई निर्देशित गर्नमा र व्यक्तिको दृष्टिकोण परिवर्तन गराउन समेत मिडियाले प्रभावकारी भूमिका खेल्न सक्छ। तसर्थ, परम्परागत विभेदकारी सामाजिक–सांस्कृतिक मनोविज्ञानको रुपान्तरणका लागि जिम्मेवार पत्रकारले समाजका विविधता र लैङ्गिक समानताका मुद्दालाई सोही अनुरुप संवेदनशीलताका साथ प्राथमिकता दिनुपर्छ।

अभ्यास २
लिङ्ग र लैङ्गिकता (सेक्स र जेण्डर)को परिभाषा

१. हरेक सहभागीको लिङ्ग र लैङ्गिकताबारे बुझाइ सङ्कलन गर्ने।
२. उनीहरुले बुझाइलाई सङ्कलन गरी सबैको बुझाइबारे छलफल गर्ने।
३. सबैलाई लिङ्ग र लैङ्गिकताको परिभाषाबारे छलफल र सन्दर्भ सामग्री वितरण गर्ने।

सन्दर्भ सामग्री वितरण गरिसकेपछि लिङ्ग र लैङ्गिकताका विविध आयामबारे छलफल गरी सहभागीलाई प्रष्ट्याउने।

लिङ्ग र लैङ्गिकता (सेक्स र जेण्डर)

लिङ्ग :

महिला र पुरुषबीचको जैविक भिन्नता। यो भिन्नता जन्मबाटै प्राप्त हुने भएकाले यसलाई प्राकृतिक भिन्नता भन्न सकिन्छ।

लैङ्गिकता :

लैङ्गिकता महिला र पुरुषको सामाजिक–सांस्कृतिक सम्बन्ध वा पहिचान हो, जुन समाजद्वारा बनाइएको र अप्राकृतिक हुन्छ।

प्राकृतिक हुनाले लिङ्ग निश्चित हुन्छ। यो जुनसुकै समय, समाज र सन्दर्भमा पनि उस्तै हुन्छ। जस्तोः नेपाली वा फिनिश वा युगाण्डाका महिला वा पुरुषको एकसय वर्ष अघिको वा अहिलेको वा सयवर्ष पछिको पनि शरीर, जैविक भूमिका उस्तै हुन्छ।

तर, समाज तथा संस्कृतिद्धारा बनाइएको हुनाले लैङ्गिकतालाई भने परिवर्तन गर्न सकिन्छ। यो अप्राकृतिक हो र यसलाई मानव समाजले स्थापित गरेको हो। यो समय, स्थान, सन्दर्भ र संस्कृतिअनुसार फरक–फरक हुन्छ। उदाहरणका लागि सामान्यतया महिलालाई घरमूली मानिँदैन वा उनीहरु लडाईंमा लड्न जाँदैनन्। तर, घरमा पुरुषको अनुपस्थितिमा उनीहरु घरमूली मानिन्छन् वा परिस्थितिअनुसार उनीहरु लडाईंमा सामेल हुन पनि जान्छन्।

लिङ्गका आधारमा भेदभाव गर्ने र महिला र पुरुषप्रति लक्षित धेरैजसो मूल्य–मान्यता, विचार र बुझाइहरु लैङ्गिकतासँग सम्बन्धित छन्। तसर्थ, तिनलाई पत्रकारहरुले बदल्न, फेर्न, चुनौती दिन र सकारात्मक बाटोतिर अगाडि बढाउन सक्छन्।

फरक जैविक विशेषता र सामाजिक–सांस्कृतिक मूल्य–मान्यताका कारण महिला र पुरुषका अलग–अलग आवश्यकता छन्। सामाजिक र राजनीतिक जीवनमा महिला र पुरुषको पूर्ण सहभागितालाई सुनिश्चित गर्न मानव अधिकार र विकाससँग सम्बन्धित विभिन्न सिद्धान्त तथा कार्यक्रमहरुले यी अलग आवश्यकतालाई अलगरुपमा सम्बोधन गर्ने प्रयास गरेका छन्।

लैङ्गिक दृष्टिकोणले महिला र पुरुषको अलग–अलग भूमिका तथा सम्पादन गर्ने गतिविधिलाई मात्र हेर्दैन, बरु महिला र पुरुषबीचको सम्बन्धलाई पनि केलाउँछ।

लैङ्गिक सम्बन्ध :

लैङ्गिक सम्बन्ध भन्नाले व्यक्तिगत र सामूहिकरुपमा महिला र पुरुषबीच विद्यमान सम्बन्ध हो। विशेषत पुरुष वा महिला अर्कोभन्दा बढी शक्तिशाली छ र अर्कोमाथि आफ्नो शक्तिको प्रयोग गर्छ भने त्यहाँ लैङ्गिकरुपले असमानता शक्ति सम्बन्ध रहन्छ।

अभ्यास ३

नेपाली समाजमा महिला र पुरुषलाई लक्षित गरि अभिव्यक्ति गरिने विभिन्न भनाइहरु रहेका छन् । तल दिइएका यस्ता भनाई लिङ्ग वा लैङ्गिकता (सेक्स वा जेण्डर) के सँग सम्बन्धित छन् भन्ने विषयमा सहभागीहरुलाई अभ्यास गराउने ।

भनाइ	सामाजिक लिङ्ग (जेण्डर)	प्राकृतिक लिङ्ग (सेक्स)
१. महिलाले भन्दा पुरुषले बढी कमाउँछन् ।		
२. पुरुषहरु मीठो खाना पकाउन जान्दैनन् ।		
३. पुरुषको भन्दा महिलाको स्तन ठूलो हुन्छ ।		
४. कुनै पुरुष आफ्नी श्रीमती प्रधानमन्त्री होस् भन्ने चाहँदैन ।		
५. पुरुष परिवारको मूली हो ।		
६. केटाकेटीको स्याहार गर्ने काम पुरुषको होइन ।		
७. पुरुष भएर रुनु हुँदैन ।		
८. महिलालाई रातो रङ्ग मनपर्छ भने पुरुषलाई नीलो ।		
९. श्रीमतीले श्रीमानको अगाडि यौनइच्छा देखाउनु हुँदैन ।		
१०. महिलाहरु रजस्वला हुन्छन्, पुरुष हुँदैनन् ।		
११. रजस्वला हुनु पाप हो, त्यसैले अलग बस्नुपर्छ ।		

भनाइ	सामाजिक लिङ्ग (जेण्डर)	प्राकृतिक लिङ्ग (सेक्स)
१२. राजनीतिक दलमा महिलाभन्दा बढी पुरुष नेता सफल छन् ।		
१३. पुरुषहरु गर्भधारण गर्न सक्दैनन् ।		
१४. पुरुष परिवारको पालनपोषण कर्ता हो ।		
१५. पुरुष असल डाक्टर हुन्छन् भने महिला असल नर्स ।		
१६. महिलाले बच्चाको स्याहारसुसार राम्ररी गर्छन् ।		
१७. श्रीमती खराब भएमा श्रीमानले कुट्छन् ।		
१८. गाउँको बैठकमा महिलाले जान्ने भएर बोल्नु हुँदैन ।		
१९. कोषाध्यक्ष पद महिलाका लागि मिल्दोजुल्दो छ ।		

माथिको अभ्यासका क्रममा सहभागीहरुका जवाफलाई हेरेर लिङ्ग र लैङ्गिकताबारे सहजकर्ताले प्रष्ट्याउनुपर्छ । त्यसैगरी लैङ्गिकता सम्बन्धी धेरैजसो मान्यताहरु भेदभाव पूर्ण छन् र तीमध्ये धेरैले महिला माथि भेदभाव र हिंसा गरेका छन् भन्ने विषयमा छलफल गराउनु प्रभावकारी हुन्छ ।

अभ्यास ४
मिडियामा कसको वर्चश्व छ ?

मिडियामा वर्चश्वसम्बन्धी सहभागीलाई सोध्ने प्रश्नहरु:

१. मिडियामा सूचनाका मुख्य स्रोतहरु को हुन्छन् ? (लिङ्ग, वर्ग, जातजातिका आधारमा कसलाई स्रोतका रुपमा लिइन्छ साथै सामाजिक हैसियत वा पदका आधारमा कस्ता व्यक्ति, भौगोलिक क्षेत्रका व्यक्तिहरुलाई लिइन्छ ?) ।

२. मिडियामा कसका सम्बन्धमा धेरै लेखिन्छ वा प्रस्तुत गरिन्छ ? (लिङ्ग, वर्ग, जातजाति, सामाजिक हैसियत वा पद, भौगोलिक क्षेत्र जस्तै: गाउँ वा शहर वा विशेष क्षेत्र आदि) ।

३. मिडियामा बढीजसो कसका सम्बन्धमा सकारात्मक सामग्री आउँछन् ? (लिङ्ग, वर्ग, जातजाति, सामाजिक हैसियत वा पद, भौगोलिक क्षेत्र जस्तै गाउँ वा शहर वा विशेष क्षेत्र आदि)

४. मिडियामा बढीजसो कसका सम्बन्धमा नकारात्मक सामग्री आउँछन् ? (लिङ्ग, वर्ग, जातजाति, सामाजिक हैसियत वा पद, भौगोलिक क्षेत्र जस्तै गाउँ वा शहर वा विशेष क्षेत्र आदि) ।

५. सूचनाका स्रोत वा विचार दिने व्यक्तिका रुपमा कसको आवाज मिडियामा कम मात्रामा सुनिन्छ ? (लिङ्ग, वर्ग, जातजाति, सामाजिक हैसियत वा पद, भौगोलिक क्षेत्र जस्तै गाउँ वा शहर वा विशेष क्षेत्र आदि) ।

यति प्रश्न देखाइसकेपछि सहभागीहरुलाई तीन वा चार समूह बनाएर छलफल गरी उपरोक्त प्रश्नहरुको जवाफ निम्न अनुसारको ढाँचामा राखेर प्रस्तुति गराउने ।

लिङ्ग	वर्ग	जातजाति	सामाजिक/पदीय मर्यादास्तर	भौगोलिक क्षेत्र
१.				
२.				
३.				
४.				
५.				

यसपछि सहभागीहरुको धारणा सङ्कलन गर्ने
क) के कारणहरुले गर्दा मिडियामा माथिको जस्तो समाजको चित्र देखियो ?
ख) कसरी मिडियाले यस चित्रलाई बदल्न सक्छ ?

मिडियाको अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक समानता

लैङ्गिक समानता

- कानुनी समानता, अवसरको समानता (अवसर प्राप्तिका लागि आवश्यक क्षमता अभिवृद्धि गर्न, काम गर्न, कामको समान पारिश्रमिक पाउन) र आवाजको समानता (अरुलाई प्रभावित गर्न र विकास प्रक्रियामा योगदान गर्न) ।
- मिडियाको अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक समानताका दुईओटा पक्षहरु छन् । पहिलो, लैङ्गिकता केन्द्रीत विशेष सञ्चार सामग्रीहरु र दोस्रो, सबै सञ्चार सामग्रीहरुमा लैङ्गिक दृष्टिकोण ।
- लैङ्गिकता केन्द्रीत विशेष सञ्चार सामग्री त्यस्ता सामग्री हुन् जसले महिला र पुरुषबीचको शक्ति सम्बन्ध, महिला र पुरुषबीचको समानता तथा असमानता, महिला र पुरुषको मानवअधिकार र साधनस्रोतमा महिला र पुरुषको पहुँच जस्ता आयामलाई सम्बोधन गर्दछन् । यस्ता सामग्रीहरुले लैङ्गिक हिंसा, एचआइभी एड्स, परम्परागत कानुन वा प्रथाहरु, परम्परागत मूल्य–मान्यता, राजनीति र अन्य सार्वजनिक क्षेत्रमा महिलाको प्रतिनिधित्व, घरायसी क्षेत्र र भूमिकामा पुरुषको सहभागिता जस्ता विषयलाई विश्लेषण गर्दछन् ।
- सबै सञ्चार सामग्रीहरुमा लैङ्गिक दृष्टिकोण भन्नाले मिडियाले उठाउने सबै विषयहरुले महिला र पुरुष, बालिका र बालक सबैलाई प्रभाव पार्ने हुँदा तिनमा सबैको सोच र मूल्य समेटिएको हुनुपर्दछ । कुनै पनि सवाल, घटना वा नीतिले महिला र पुरुषमा पार्ने प्रभाव, यस प्रभावका सम्बन्धमा महिला र पुरुषको अनुभव, लैङ्गिक रुपमा छुट्याइएका तथ्याङ्कको प्रयोगजस्ता पक्षहरु समाचार वा अन्य सञ्चार सामग्रीमा समेट्न सकियो भने यसबाट मिडियाका सबै सामग्रीमा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण हुँदै जान्छ ।
- लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारले महिला केन्द्रीत र लैङ्गिकता केन्द्रीत रिपोर्टिङ गर्ने वा सामग्री पस्कनेतिर मात्र होइन, लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण गर्नेतिर सचेत हुनुपर्दछ ।

पत्रकारले आफैंलाई गर्नुपर्ने केही प्रश्नहरु

पत्रकारहरुले लैङ्गिक समानताका लागि अत्यावश्यक पहिलो पहलकदमी अर्थात महिला शसक्तिकरणमा निर्णायक भूमिका निर्वाह गर्न सक्छन् । त्यसका निम्ति पत्रकारहरुले कुनै पनि सञ्चार सामग्री तयार गर्नुअघि आफैंलाई केही प्रश्नहरु सोध्न पर्दछ । जस्तैः

- मैले समाजमा महिला र पुरुषहरु जस्ता छन्, के त्यसै अनुरुप उनीहरुलाई मिडियामा देखाउँदैछु ?
- मैले मिडियामा उनीहरुबारे कसरी समाचार सम्प्रेषण गर्दैछु, त्यसले समाजमा कस्तो असर पार्छ ?
- मैले मिडियामा महिला अधिकारका सवालहरुलाई जसरी प्रस्तुत गरेको छु, त्यसले के ती सवालहरुलाई सम्बोधन गर्न मद्दत पुगेको छ ? अथवा फरक किसिमले प्रस्तुत गर्नुपर्छ ?
- समाजको वास्तविकता उतार्ने नाममा मैले तयार गरेका सामग्रीले कुनै लिङ्ग विशेषको प्रभुत्व वा प्रधानता देखाउँछन् कि ? वा सबै लिङ्गलाई मानवको रुपमा समान व्यवहार गरेका छन् ?
- यी सामग्रीले कुनै लिङ्ग विशेषका मानिसलाई वस्तुका रुपमा हेर्न, किनबेचको सामान ठान्न, आफ्नो स्वार्थका लागि प्रयोग गर्न उत्साहित त गर्दैनन् ?
- के यी सामग्रीमा सबै लिङ्ग, जाति, उमेर वा समूहका व्यक्तिहरुको विचार तथा भनाइको उचित प्रतिनिधित्व भएको छ ?
- के यी सामग्रीहरुले महिला, पुरुष र यौनिक अल्पसंख्यकहरुको परम्परागत चित्रण गरेका छन् ?
- के यी सामग्रीहरुले व्यक्ति वा समूहका रुपमा महिला, पुरुष र यौनिक अल्पसंख्यकप्रति समान सम्मानभाव व्यक्त गर्दछन् ?
- कतै महिलालाई यौनवस्तुका रुपमा प्रयोग गरिएको त छैन ?
- के यिनमा समकालिन महिला पुरुषले निभाइरहेका विविध भूमिका र योगदानहरुको पर्याप्त झलक पाइन्छ ?
- के यी सामग्रीले महिला र पुरुषबीच समानता, सहयोग र समन्वय अभिवृद्धि गर्न उपभोक्तालाई प्रोत्साहित गर्छन् ?
- साना नानीहरुको सन्दर्भमा यी सामग्रीहरुले बालक र बालिका दुवैलाई उत्तिकै महत्व र प्रतिनिधित्वको ठाउँ दिएका छन् ?
- यौनिक अल्पसंख्यक, दलित, जनजाति, अपाङ्ग र अन्य सिमान्तकृत समूहहरुको चित्रणमा मैले तयार गरेका सामग्रीहरुले भेदभाव गरेका र गलत सन्देश फैलाइरहेका त छैन् ?

सन्दर्भ सामग्री

गुरुङ, डा. हर्क । सन् २००६ । नेपाल अधिराज्यको बनोट । *विषय विविध* । काठमाडौँ: हिमाल किताब, पृ. २१४ ।

घले, खिम । २०६४ । बहुलवादी मिडियाका लागि अनिज । *समावेशी मिडिया* । सम्पादक: प्रत्युष वन्त र अन्य । प्र. संस्करण २०६४ पृ. २३४ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

थापा, मञ्जु । २०५९ क । सञ्चारमाध्यममा महिलाको चित्रण: निर्मित, यथार्थ र अपेक्षित । *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* । काठमाडौँ: नेपाल प्रेस इन्ष्टिच्युट)

थापा, मञ्जु । २०५९ ख । सञ्चारमा लैङ्गिक समानताको वैधानिक पाटो: नीति, ऐन, निर्देशिका र आचारसंहितामा महिला प्रश्न । *पत्रकारितामा महिला प्रश्न* । काठमाडौँ: नेपाल प्रेस इन्ष्टिच्युट)

थापा, मञ्जु । २०६५ । एफएम रेडियो महिला : अर्थपूर्ण सहभागिताको खोजी । *अस्मिता पत्रिका,* अंक ६६, कार्तिक मंसिर अंक । काठमाडौँ: अस्मिता महिला प्रकाशन गृह ।

नेपालको अन्तरिम संविधान २०६३ ।

प्रजातन्त्रको हाते पुस्तिका । २०६९ । काठमाडौँ, फ्रेड्रिक ईबर्ट स्टिफटुङ्ग ।

राष्ट्रिय जनगणना । वि.सं २०६८ । *नेपालको तथ्याङ्कीय झलक-२०७०* । काठमाडौँ: राष्ट्रिय योजना आयोगको सचिवालय, केन्द्रीय तथ्याङ्क विभाग, नेपाल सरकार ।

लामा, सङ्गीता । २०६४ । *नेपाली मिडिया* : पुरुषको, पुरुषबाट र पुरुषकै लागि । समावेशी मिडिया । प्रत्युषवन्त, हर्षमानमहर्जन, देवराजहुमागाईं र शेखर पराजुली सं., पृ. ७१-८८ । काठमाडौँ, मार्टिन चौतारी ।

वन्त, प्रत्युष र अन्य (सम्पा.) । २०६४ । मिडियालाई कसरी समावेशी बनाउने ? । *समावेशी मिडिया* । प्र. संस्करण २०६४ पृ. २५१-२५६ । काठमाडौँ: मार्टिन चौतारी ।

विश्वकर्मा, चक्रमान । २०६५ । नेपाली टेलिभिजनमा दलित : काँचुली र सहयात्राको अनुभव । *नेपाली टेलिभिजन : अभ्यास, अनुभूति र विश्लेषण* । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी ।

विश्वकर्मा, जेबी । २०६५ । रेडियो प्रसारणमा दलित । *स्वतन्त्र रेडियोको एक दशक : विकास, बहस र सामाजिक सरोकार* । काठमाडौँ : मार्टिन चौतारी ।

विश्वकर्मा, जेबी । २०६९ । *नेपाली मिडियामा दलित : सहभागिता र विषयवस्तु* ।

सं. देवराज हुमागाईं र विमल आचार्य । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
वन्त, प्रत्युष, हर्षमान महर्जन, देवराज हुमागाँइ र शेखर पराजुली (सम्पा.) । २०६४ । *समावेशी मिडिया* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
सर्वहारी, कृष्णराज । २०६५ । थारु भाषामा रेडियो कार्यक्रम : संख्यामै जोड । *स्वतन्त्र रेडियोको एक दशक : विकास, बहस र सामाजिक सरोकार* । काठमाडौं : मार्टिन चौतारी ।
Bhattarai, Hari Prasad. 2004 July. Cultural Diversity and Pulralism in Nepal: Emerging Issues and the Search for a New Paradigm. *Contributions to Nepalese Studies*, Vol. 31 No. 2 (July 2004). CNAS/TU.
(IWMF) International Women's Media Foundation. 2011. Washington, D.C., USA, Global Report on the Status of Women in the News Media.http://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2013/09/IWMF-Global-Report-Summary.pdf, visited on 20th July, 2014
Roger, D. Klein and Stacy Naccarato. 2003. *Broadcast News Portrayal of Minorities*: Accuracyin Reporting. American Behavioral Scientist 46(12): 1611-1616. Available at: http://abs.sagepub.com/content/46/12/1611; accessed on 25 September 2010
UNESCO & IFJ. 2009. *Getting the Balance Right- Gender Equality in Journalism.*
UNESCO. 2012. *Gender Senistive Indicators for Media.*
WACC. 2010. *Global Media Monitoring Report 2010.*

अभ्यासका लागि समाचार सामग्रीहरू

अनुसूची १

मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता र लैङ्गिक समानता मापन गर्ने केही महत्वपूर्ण सूचकहरु

स्रोत: Gender Sensitive Indicators for Media, 2012, UNESCO

क) नीति निर्माण तहमा लैङ्गिक समानता

मिडियासम्बन्धी संघसंस्थाका नीति–निर्माण निर्णायक तहमा लैङ्गिक समानताको अवस्था पहिचान गर्नका लागि निम्न सूचकहरु छन् :

- सञ्चार गृहहरुको स्वामित्व, व्यवस्थापन र कार्यकारी समितिहरुमा महिला सहभागिताको अनुपात
- प्रधान सम्पादक, स्टेशन म्यानेजर, सम्पादक, विभागीय प्रमुख, समाचार प्रमुख, डेस्क प्रमुख आदि मिडियाको नेतृत्वदायी पद सम्हाल्ने महिलाको अनुपात
- नीति निर्माण तहमा लैङ्गिक समानता सुनिश्चित गर्न भएका कार्यहरुको आवधिक समीक्षा र रिपोर्टिङ
- समान अवसरसम्बन्धी प्रभावकारी नीतिहरु र तिनको कार्यान्वयनका मापदण्ड, लक्षित समूह, समयावधि र अनुगमन संयन्त्र
- सञ्चार गृहभित्र सहयोगात्मक तरिका र कर्मचारीहरुको स्वीकृतिमा बनेका समान अवसरसम्बन्धी नीतिहरु
- समान अवसर र महिलाको कामलाई प्रोत्साहित गर्ने क्रममा रहेका सबै अवरोधहरुको अन्त्य गर्न बनाइएका नीति तथा संयन्त्रहरु
- समान अवसरका नीतिहरुलाई कार्यान्वयन गर्न छुट्याएको विशेष बजेट
- नीति–निर्माण तहमा महिलाको प्रतिनिधित्वका लागि विशेष आरक्षण व्यवस्थाको अस्तित्व
- मिडियाको संस्थागत संरचनाका सबै तहहरुमा महिला उपस्थिति वृद्धि गर्न सकारात्मक कदमहरु र त्यससम्बन्धी समितिहरुको व्यवस्था
- नीति–निर्माण तहमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी नीतिहरुको प्रचारप्रसार
- समान अवसर नीतिहरुसम्बन्धी चेतनाको समीक्षा गर्ने प्रयास
- समान अवसर नीतिहरुको कार्यान्वयन सम्बन्धमा सम्पादन परिणामहरुको रिपोर्टिङ

ख) कार्य र कार्यक्षेत्रमा लैङ्गिक समानता

मिडियासम्बन्धी संघसंस्थाहरुको कार्यक्षेत्रको वातावरण महिला र पुरुषको कार्यक्षमताको समान मान्यता र व्यवहार भए नभएको हेर्नका लागि निम्न सूचकहरु छन् :

सूचकहरु

- कार्यक्षेत्रमा लैङ्गिक समानताको अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्नका लागि लैङ्गिक डेस्क वा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण अधिकृतको व्यवस्था
- लैङ्गिक डेस्क वा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण अधिकृत महिला र पुरुष दुवैको सरोकारलाई सम्बोधन गर्न गठन भएका हुन् भन्ने सम्बन्धमा कर्मचारीहरुमा रहेको चेतना
- कार्यक्षेत्रमा लैङ्गिक समानताको अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्नका लागि भएका व्यवस्थाहरुको स्थिति
- सञ्चार संस्थाका विभिन्न विभागहरु (जस्तो समाचार कक्ष र उत्पादन कक्ष) र सबै तह (जस्तो निम्न, मध्यम र उच्च व्यवस्थापन) मा काम गर्ने महिला र पुरुषको अनुपात
- समाचार कक्षमा काम गर्ने महिलाहरुको प्रतिशत वृद्धिका लागि चालिएका कदमहरुको आवधिक समीक्षा र रिपोर्टिङ
- कार्यक्षेत्रको सामान्य वातावरण र ज्याला तथा बढुवाका अवसरसमेतका अधिकारहरुमा समान व्यवहारलाई सुनिश्चित गर्न बनेका सञ्चार नीतिहरुको अवस्था
- महिला तथा पुरुषको समान ज्याला र बढुवा सम्बन्धमा आवधिक समीक्षा र रिपोर्टिङ
- विद्यमान नीति अनुसार वार्षिकरुपमा बढुवा गरिएका र वृद्धि भएको ज्याला प्राप्त गरेका महिला र पुरुषको अनुपात
- रोजगारी र पेन्सन समेतका सुविधाहरुको समान अवस्था
- समान र पारदर्शी भर्नाको अभ्यास (जस्तो सबै अन्तर्वार्ता प्यानल लैङ्गिक समानतापूर्ण हुनु, लैङ्गिक अधिकृत भर्ना प्रक्रिया र संस्थाका कार्यक्रमहरुमा सामेल गराइनु)
- महिला र पुरुषबीच समान व्यवहार सुनिश्चित गर्न सामूहिक सहमतीको अवस्था

- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सबै नीतिलाई *सीड* महासन्धीका सम्बन्धित धाराहरु जस्तैः धारा २, ४, १०, ११ आदिसँग मिलान गरिएको
- महिलाको सहभागितासँगै *जेण्डर रेस्पोन्सीभ* बजेटको अनुगमन
- समान व्यवहारका साथै लैङ्गिकतासम्बन्धी जनशक्ति नीतिको विद्यमानता
- लैङ्गिकतासम्बन्धी जनशक्ति नीतिको प्रचारप्रसार
- मिडिया संस्थाहरुले महिला र पुरुष कर्मचारीहरुसँग गरिने समान व्यवहार सम्बन्धी श्रम कानुनहरुको उपलब्धताका विषयमा सहजीकरण गर्दछन् ।
- आंशिक करारमा काम गर्ने महिला पुरुष सहकर्मीहरुको अनुपात
- निश्चित समयको करारमा काम गर्ने महिला पुरुष सहकर्मीहरुको अनुपात
- विभिन्न विषय (जस्तो, खेलकुद, राजनीति वा सशस्त्र द्वन्द्व) मा रिपोर्टिङ गर्ने महिला पुरुषको अनुपात
- सबै समाचारका विषयहरुमा महिलाको संलग्नता बढाउन भएका कदमहरुको आवधिक समीक्षा र रिपोर्टिङ

ग) महिला र पुरुषका लागि सुरक्षित काम गर्ने वातावरण

सूचकहरु

- महिला र पुरुषका विशेष आवश्यकता (जस्तै सुरक्षित यातायात, राती अबेरसम्म काम गर्ने महिलालाई आवास सुविधा, अलग–अलग शौचालय, द्वन्द्वग्रस्त क्षेत्रमा काम गर्ने महिलाका लागि सुरक्षा उपकरण आदि)लाई ध्यानमा राखेर बनाइएका सुविधाहरुको विद्यमान अवस्था
- कार्यस्थलमा यौन दुर्व्यवहारका सन्दर्भमा तिनलाई रोक्न, जाहेरी गर्न, सहयोग गर्न र समाप्त पार्नका लागि बनाइएको प्रणालीको विद्यमानता र त्यसको कार्यान्वयन
- *सीड*को महिला र पुरुषका लागि सुरक्षित काम गर्ने वातावरण र कमी कमजोरीलाई सम्बोधन गर्न बनाइएका कदमहरु सम्बन्धी धाराहरुको सञ्चार नीतिमा स्वीकारोक्ति

घ) समान पारिश्रमिक

सूचकहरु

- समान मूल्यको कामका लागि महिला र पुरुष सञ्चारकर्मीहरुले प्राप्त गर्ने तुलनात्मक पारिश्रमिक
- अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठनको समान पारिश्रमिकसम्बन्धी अभिसन्धीको कार्यान्वयन
- सञ्चार संस्थाभित्र पारदर्शी तलबी मापदण्ड जसले महिला र पुरुषका लागि उस्तै मापदण्ड प्रयोग गर्ने पारिश्रमिक संरचनाको निर्धारण गर्दछ ।
- वार्षिक आधारमा पारदर्शी पारिश्रमिक लेखाजोखा
- पारिश्रमिकको आवधिक आन्तरिक मूल्याङ्कन
- पारिश्रमिकको आवधिक बाह्य मूल्याङ्कन
- महिला र पुरुषलाई समान पारिश्रमिक सुनिश्चित गर्ने कर्मचारी र साझा सहमतीहरु

ङ) काम र जीवनको सन्तुलन

सूचकहरु

- महिला र पुरुषका लागि लचिलो काम गर्ने व्यवस्थाको विद्यमानता र त्यसको कार्यान्वयन
- लचिलो काम गर्ने व्यवस्था प्रदान गर्ने सम्बन्धी साझा सम्झौताहरु
- लचिलो काम गर्ने व्यवस्थासम्बन्धी विशेष नीतिहरु
- पर्याप्त अवधिका लागि सबै सञ्चारकर्मीहरुको तलबी मातृ र पितृ विदामा पहुँच
- सबै सदस्यहरुका लागि स्तरीय शिशु स्याहार केन्द्र र सहयोगी सुविधाहरुको उपलब्धता तथा पहुँच
- मातृ, पितृ वा अभिभावक विदा र बालबालिकालाई सहयोगसम्बन्धी विशेष व्यवस्था र नीतिहरु
- शिशु स्याहार केन्द्रका प्रयोगकर्ताहरुको आवधिक सर्वेक्षण

च) मिडियासम्बन्धी संघ, संगठन, युनियन, महासंघमा लैङ्गिक समानता अर्थात ती निकायहरुमा महिलाको समान उपस्थिति र निर्णय प्रक्रियामा सहभागिता

सूचकहरु

- यी निकायहरुका सबै तहमा महिलाको उपस्थिति र निर्णय प्रक्रियामा सहभागिताको अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्ने प्रणालीको विद्यमान अवस्था र कार्यान्वयन
- यी निकायहरुमा महिलाको नेतृत्वसम्बन्धी तालिमको उपलब्धता, पहुँच र प्रोत्साहन
- यी निकायहरुमा निर्णय प्रक्रियामा महिलाको प्रतिनिधित्वका लागि आरक्षण व्यवस्थाको विद्यमानता
- यी निकायहरुमा महिला नेतृत्व बढाउनका लागि सकारात्मक कदमहरुको विद्यमान अवस्था
- सदस्यहरुमा महिला र पुरुषको अनुपात
- निर्वाचनमा मतदाताहरुमा महिला र पुरुषको अनुपात
- संस्थामा कार्यरत महिला पुरुषको अनुपात
- यी निकायहरुको सबै तहको निर्णय प्रक्रियामा महिला र पुरुषको अनुपात
- नेतृत्व र सबै गतिविधि वा कार्यक्रममा महिलाको सहभागिता सुनिश्चित गर्न र रिपोर्टिङ गर्न यी निकायहरुको वार्षिक मूल्याङ्कन

छ) कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्ने संरचनाहरु

सूचकहरु

- मिडियासम्बन्धी संघ, संगठन, युनियन, महासंघजस्ता निकायहरुले सञ्चार संस्थाका कार्यकारीहरु र स्थानीय निकाय तथा सरकारलाई लैङ्गिक समानता (निर्णय प्रक्रिया, पारिश्रमिक, विदा आदिमा) का लागि सुझाबहरु तयार गरी सिफारिस गर्दछन् ।
- यी निकायहरुले सञ्चार संस्थाहरुको नियमित लैङ्गिक लेखाजोखा गर्दछन् ।
- यी निकायहरुले कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानता सम्बन्धी चेतना जगाउने काम गर्न सक्दछन् ।
- यी निकायहरुले कार्यस्थलमा लैङ्गिक असमानता भएमा प्रतिरक्षा संयन्त्रसँग भेदभावविरुद्ध आवाज उठाउन आफ्ना सदस्यहरुलाई सल्लाह दिन र सहयोग गर्न सक्छन् ।

- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सुझावहरु लिने पारदर्शी संयन्त्रको विद्यमानता
- लैङ्गिक समानता सम्बन्धी मुद्दाहरु हेर्ने पारदर्शी संयन्त्रको विद्यमान अवस्था
- लैङ्गिक समानता सम्बन्धी सवालहरुमा परेका मुद्दाहरुको कूल संख्यामा पारदर्शीरुपमा समाधान भएका मुद्दाहरुको प्रतिशत
- महिलाविरुद्ध हिंसासम्बन्धी मुद्दाहरुको सन्दर्भमा संघ, संगठन, युनियन वा महासंघले जारी गरेका वक्तव्यहरुको अनुपात
- कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी दृष्टिकोणमा सदस्यहरुको आवधिक सर्वेक्षण
- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी चेतना बढाउनका लागि भएका कार्यक्रमहरु
- चेतना बढाउने कार्यक्रममा सहभागी महिला पुरुषको अनुपात

ज) कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्ने संरचनाहरु

सूचकहरु

- यी निकायहरुले सञ्चार संस्थाका कार्यकारीहरु र स्थानीय निकाय तथा सरकारलाई लैङ्गिक समानता (निर्णय प्रक्रिया, पारिश्रमिक, विदा आदिमा) का लागि सुझावहरु तयार गरी सिफारिस गर्दछन् ।
- यी निकायहरुले सञ्चार संस्थाहरुको नियमित लैङ्गिक लेखाजोखा गर्दछन् ।
- यी निकायहरुले कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी चेतना जगाउने काम गर्न सक्दछन् ।
- यी निकायहरुले कार्यस्थलमा लैङ्गिक असमानता भएमा प्रतिरक्षा संयन्त्रसँग भेदभावविरुद्ध आवाज उठाउन आफ्ना सदस्यहरुलाई सल्लाह दिन र सहयोग गर्न सक्छन् ।
- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सुझावहरु लिने पारदर्शी संयन्त्रको विद्यमान अवस्था
- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी मुद्दाहरु हेर्ने पारदर्शी संयन्त्रको विद्यमान अवस्था
- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सवालहरुमा परेका मुद्दाहरुको कूल संख्यामा पारदर्शीरुपमा समाधान भएका मुद्दाहरुको प्रतिशत
- महिलाविरुद्ध हिंसासम्बन्धी मुद्दाहरुको सन्दर्भमा संघ, संगठन, युनियन वा महासंघले जारी गरेका वक्तव्यहरुको अनुपात
- कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी दृष्टिकोणमा सदस्यहरुको आवधिक सर्वेक्षण

- लैङ्गिक समानतासम्बन्धी चेतना बढाउनका लागि भएका कार्यक्रमहरु
- चेतना बढाउने कार्यक्रममा सहभागी महिला पुरुषको अनुपात

झ) यी निकायहरुले मिडियामा विविधता बढाउने सन्दर्भमा नीतिहरु र लैङ्गिक चेतना प्रवर्द्धन गर्ने कदमहरुको माध्यमबाट मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक चेतनालाई समाहित गर्दछन्

सूचकहरु

- संघसंगठन, युनियन वा महासंघका निर्देशक सिद्धान्त र पेशागत मान्यताहरुमा लैङ्गिक संवेदनशीलताको समावेशीकरण
- सदस्यहरुबीच यी सिद्धान्त र मान्यताहरुको प्रवर्द्धन
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक संवेदनशीलता र विविधतालाई सम्मान गर्नुपर्ने आवश्यकतालाई प्रतिबिम्बित गर्ने नीति, आचारसंहिता, शैली पुस्तिका, निर्देशिका आदिको तर्जुमा र प्रवर्द्धन
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक चेतनालाई समाहित गर्न प्रोत्साहित गर्ने उद्देश्यले आफ्ना महिला तथा पुरुष सदस्य र अन्य सञ्चारकर्मीहरुका लागि पनि तालिम वा कार्यशालाको आयोजना वा सहजीकरण
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई सुनिश्चित र विविधतालाई सम्मान गर्ने उद्देश्यले मिडियाका अन्तर्वस्तुको आवधिक सञ्चार अनुगमनको आयोजना
- तालिमका अवसरहरुका लागि लैङ्गिक रुपमा छुट्याइएको सहभागिता सूची

ञ) सञ्चारसम्बन्धी संस्थाहरुले मिडियाका अन्तर्वस्तुमा लैङ्गिक समानताको पक्षमा नैतिक आचारसंहिता वा सम्पादकीय नीतिलाई प्रवर्द्धन गर्दछन्

सूचकहरु

- विशेषतः मिडिया अभ्यासका सन्दर्भमा लिखित लैङ्गिक नीतिको अवस्था
- लैङ्गिक प्रतिनिधित्व सम्बन्धी आचारसंहिताको अवस्था
- शैली पुस्तिका, निर्देशिका, विभिन्न विषयका महिला विज्ञहरुको विवरण भएको डाइरेक्टी, विभिन्न विषयमा लैङ्गिक दृष्टिकोण दिन सक्ने व्यक्ति वा संस्थाहरुको रोस्टरजस्ता लैङ्गिक संवेदनशील स्रोत सामग्रीको विद्यमानता जसले पत्रकार र अन्य प्राविधिक जनशक्तिलाई मिडियाका अन्तर्वस्तु उत्पादन गर्दा यौनवादलाई त्याग्न र लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई अपनाउन सहयोग गर्दछ ।

- सम्पादक समेतका पेशागत कर्मचारीहरु लैङ्गिक वा विविधतासम्बन्धी नीति, आचारसंहिता, शैलीपुस्तिका र निर्देशिकाबारे सचेत हुन्छन् र तिनलाई स्वीकार्दछन् ।
- कार्यकारी सदस्य र वरिष्ठ व्यवस्थापक जस्ता व्यवस्थापकीय कर्मचारीहरु लैङ्गिक वा विविधतासम्बन्धी नीति, आचारसंहिता, शैली पुस्तिका र निर्देशिकाका बारेमा सचेत हुन्छन् र तिनलाई स्वीकार्दछन् ।
- पेशागत कर्मचारीहरुलाई लैङ्गिक नीति, लैङ्गिक संवेदनशील आचार संहिता, शैली पुस्तिका, निर्देशिकाजस्ता सान्दर्भिक स्रोत सामग्रीहरुसँग परिचित गराउन र उनीहरुलाई मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक सचेतना समाहित गराउन सहयोग गर्नका लागि तालिम वा कार्यशालाको आयोजना वा सहजीकरण गर्दछ ।
- लैङ्गिक नीति, लैङ्गिक संवेदनशील आचारसंहिता, शैली पुस्तिका, निर्देशिका, तालिमा वा कार्यशालाको उपलब्धीलाई समीक्षा गर्न वा प्रभावकारीतालाई जाँच्न मिडियाका अन्तर्वस्तुको आवधिकरुपमा आन्तरिक सञ्चार अनुगमन भए/नभएको अवस्थाको समीक्षाले लैङ्गिक समानताको प्रवर्द्धन गर्छ ।
- सर्वसाधारणका लागि लैङ्गिक समानतासम्बन्धी सवालमा मिडियाका अन्तर्वस्तुको गुनासो वा आलोचना गर्न बनाइएका अम्बुड्सम्यान, प्रेस काउन्सिल जस्ता आन्तरिक संयन्त्रहरुको अवस्था र ती संयन्त्रप्रति सर्वसाधारण जानकार भएको सुनिश्चितता
- लैङ्गिक नीतिको प्रचारप्रसार र सर्वसाधारणको आलोचनाप्रति संस्थागत सम्बोधन का सम्बन्धमा सर्वसाधारणलाई नियमित जानकारी
- मिडियाका अन्तर्वस्तु सम्बन्धमा गुनासो वा आलोचना गर्नका लागि बाह्य संयन्त्रको रुपमा रहेका स्वतन्त्र संस्थाहरुको मान्यता र त्यस सम्बन्धमा सर्वसाधारणलाई जानकारी
- कार्यशालाका सहभागीहरुको लैङ्गिकरुपमा छुट्याइएको सूची
- मिडियाका अन्तर्वस्तुहरुमा लैङ्गिक तथ्याङ्कहरुको प्रयोगमा प्रोत्साहन

ट) मिडियासम्बन्धी संघ, संगठन, युनियन, महासंघले मिडियामा विविधता बढाउने सन्दर्भमा नीतिहरु र लैङ्गिक चेतना प्रवर्द्धन गर्ने कदमहरुको माध्यमबाट मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक चेतनालाई समाहित गर्दछन्

सूचकहरु

- संघसंगठन, युनियन वा महासंघका निर्देशक सिद्धान्त र पेशागत मान्यताहरुमा लैङ्गिक संवेदनशीलताको समावेशीकरण

- सदस्यहरुबीच यी सिद्धान्त र मान्यताहरुको प्रवर्द्धन
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक सम्वेदनशीलता र विविधतालाई सम्मान गर्नुपर्ने आवश्यकतालाई प्रतिबिम्बित गर्ने नीति, आचारसंहिता, शैली पुस्तिका, निर्देशिका आदिको तर्जुमा र प्रवर्द्धन
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक चेतनालाई समाहित गर्न प्रोत्साहित गर्ने उद्देश्यले आफ्ना महिला तथा पुरुष सदस्य र अन्य सञ्चारकर्मीहरुका लागि पनि तालिम वा कार्यशालाको आयोजना वा सहजीकरण
- मिडिया अभ्यासमा लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई सुनिश्चित र विविधतालाई सम्मान गर्ने उद्देश्यले मिडियाका अन्तर्वस्तुको आवधिक सञ्चार अनुगमनको आयोजना
- तालिमका अवसरहरुका लागि लैङ्गिक रुपमा छुट्याइएको सहभागिता सूची

ठ) मिडियासम्बन्धी अध्ययन र तालिममा लैङ्गिक समानताको विषय

प्राध्यापक, सहजकर्ता, तालिमकर्ता, आमसञ्चार र पत्रकारिताका विद्यार्थीमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी चेतनाका सूचकहरु

- पत्रकारिता र मिडिया तथा सञ्चारसम्बन्धी अन्य विषय पढाउने महिला र पुरुषको प्रतिशत
- विभागिय प्रमुख, कार्यक्रम निर्देशक, कार्यक्रमका *डीन* र अन्य नेतृत्वदायी पदहरुमा महिला र पुरुषको प्रतिशत
- लैङ्गिकता विशेष अन्तर्वस्तु समाहित गर्न र पाठ्यक्रम तथा लेक्चरहरुमा लैङ्गिकताको विषयलाई मूलप्रवाहीकरण गर्न तालिम दिइने विश्वविद्यालय वा इन्स्टिच्युटका प्राध्यापकहरु
- विशेषत लैङ्गिक समानताका सवालहरुसम्बन्धी अन्तर्वस्तुको विद्यमानता र विद्यालय तथा कलेजका पत्रकारिता र आमसञ्चारसम्बन्धी पाठ्यक्रममा लैङ्गिक मूल प्रवाहीकरणको विद्यमानता
- अध्ययन, अनुसन्धान, बहस र अभ्यासहरुमा लैङ्गिक समानताको सवाल
- सम्बन्धित तालिम इन्स्टिच्युटले अध्ययनका क्रममा र अध्ययन समाप्त भएपछिको अवस्थामा पत्रकारिताका महिला विद्यार्थीहरुको कार्य सम्पादनको अनुगमन गर्दछ ।
- पत्रकारिता अध्यापन हुने इन्स्टिच्युट र सञ्चार गृहहरुबीच महिला विद्यार्थीहरुलाई इन्टर्नशिप वा छात्रवृत्ति प्रदान गर्ने सन्दर्भमा भएका सहमतीहरुको प्रतिशत ।

ड) समाचार र समसामयिक विषयका मिडिया सामग्रीहरुमा लैङ्गिक चित्रण

सञ्चार कभरेजहरुमा समाजको बनोट, मानव अनुभव, क्रियाकलाप, विचार र सरोकारहरु झल्किने गरी महिला र पुरुषको उपस्थिति कस्तो छ भनेर विश्लेषण गर्ने

सूचकहरु

- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा देखिने, सुनिने र पढिने महिला र पुरुषको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा सूचना तथा विचारका स्रोतका रुपमा प्रत्यक्ष अन्तर्वार्ता गरिने वा उद्धृत गरिने महिला र पुरुषको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा प्रवक्ता, विज्ञ र सामान्य नागरिक वा जनमत दिने व्यक्तिका रुपमा महिला पुरुषको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तु तथा तस्वीरमा देखिने, सुनिने र पढिने महिला र पुरुषको वाह्य वा सामाजिक अभिमुखीकरणको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा देखिने, सुनिने र पढिने महिला र पुरुषको सामाजिक मर्यादास्तर (जस्तो धनी, गरीखाने वर्ग, राजनीतिक संभ्रान्त, गरीब, ग्रामीण) छुट्याइएको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा देखिने, सुनिने, पढिने र अन्तर्वार्ता लिइने वा उद्धृत गरिने महिला र पुरुषको विषयगत रुपमा (जस्तो, राजनीति र सरकार, अर्थ र वाणिज्य, युद्ध र द्वन्द्व, विज्ञान र प्रविधि, खेलकुद, अन्य) छुट्याइएको अनुपात
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा महिला केन्द्रीत वा विशेषत महिलासँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने (जस्तो, लैङ्गिक हिंसा, महिला अधिकार, महिलाका उपलब्धी आदि) सामग्रीहरुको प्रतिशत
- समाचार र समसामयिक विषयका अन्तर्वस्तुमा महिलालाई सूचना वा विचार को स्रोतका रुपमा लिइएको वा महिलाका सरोकारका विषयमा केन्द्रीत सामग्रीहरुले पाएको समय, स्थान र महत्व (प्राइम टाइम वा मुख्य समय र प्रथम पृष्ठ वा फिचर) को अनुपात

अनुसूची २

पारिभाषिक शब्दहरु (ग्लोसरी)

सामाजिक विविधता : एउटै समाजमा लिङ्ग, जाति, भाषा, धर्म, संस्कृति, विचार आदिको विविधता भएको अवस्था नै सामाजिक विविधता हो । नेपाली समाजमा रहेका महिला, दलित, आदिवासी जनजाति, मधेसी, मुस्लिम, पछाडि पारिएको क्षेत्र, भाषिकरुपमा अल्पसंख्यक, सिमान्तकृत, यौनिक अल्पसंख्यक समुदाय आदि सामाजिक विविधताका केही उदाहरण हुन् ।

बहुलवाद : सामाजिक विविधता र बहुपहिचानलाई राज्य तथा यसका विभिन्न निकायहरुले स्वीकार गर्नु, स्थान दिनु र सम्बोधन गर्नु नै बहुलवाद हो ।

सशक्तिकरण : समाजमा शक्ति कमजोर भएका वर्ग, समुदाय वा व्यक्तिलाई समानरुपमा शक्तिशाली (राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, बौद्धिक आदि हरेक पक्षमा) बनाउन गरिने प्रयास वा प्रक्रिया सशक्तिकरण हो । सिमान्तकृत र जोखिममा रहेकाहरुलाई आफनो हक अधिकारका लागि आवाज उठाउन सक्ने र त्यसको उपभोग गर्न सक्ने गरी सक्षम बनाउनु सशक्तिकरण हो । यसले कमजोर पक्षको क्षमता र दक्षतालाई बढाउछ । जस्तो : महिलालाई कुनै पदमा लगेर राखिदिँदैमा उनको सशक्तिकरण हुन सक्तैन । त्यसका लागि उनको राजनीतिक, बौद्धिक, आर्थिक आदि क्षमता वृद्धि गर्नुपर्दछ ।

लिङ्ग (सेक्स) : महिला, पुरुष वा तेस्रो लिङ्गबीचको जैविक भिन्नता । जन्मैदेखि प्राप्त हुने हुँदा यी भिन्नताहरु प्राकृतिक हुन् ।

लैङ्गिकता (जेण्डर) : महिला र पुरुषको सामाजिक सांस्कृतिक सम्बन्ध वा पहिचान जुन समाजद्धारा बनाइएको र अप्राकृतिक हुन्छ । समाज तथा संस्कृतिद्धारा निर्मित हुनाले लैङ्गिकतालाई परिवर्तन गर्न सकिन्छ । यो अप्राकृतिक हो र यसलाई मानव समाजले स्थापित गरेको हो । यो समय, स्थान, सन्दर्भ र संस्कृति अनुसार फरक–फरक हुन्छ । महिला पुरुषमा भेदभाव गर्ने र महिला र पुरुषप्रति लक्षित विद्यमान धेरैजसो मूल्य–मान्यता, विचार र बुझाइहरु लैङ्गिकतासँग सम्बन्धित छन् । तेस्रो लिङ्गीप्रति गरिने भेदभाव पनि लैङ्गिकतासँग सम्बन्धित छ ।

लैङ्गिक विभेद : महिला, पुरुष वा तेस्रो लिङ्गीबीचको जैविक भिन्नताका आधारमा महिला, पुरुष वा तेस्रो लिङ्गीलाई गरिने भेदभाव नै लैङ्गिक विभेद हो । छोरीभन्दा छोरालाई प्राथमिकता, तेस्रो लिङ्गीलाई गरिने अपहेलना आदि लैङ्गिक विभेदका उदाहरण हुन् ।

लैङ्गिक संवेदनशीलता : जैविक भिन्नताका आधारमा महिला, पुरुष वा तेस्रो लिङ्गीका विशेष अवस्था र आवश्यकताप्रति सचेत हुनु र त्यस अनुरुपको व्यवहार गर्नु नै लैङ्गिक संवेदनशीलता हो ।

लिङ्ग आधारित हिंसा : जैविक भिन्नताका आधारमा कुनै लिङ्ग विशेषका मानिसमाथि गरिने हिंसा लैङ्गिक हिंसा हो । जस्तैः महिलाविरुद्ध हिंसा गर्नु, तेस्रो लिङ्गको पहिचानलाई अस्वीकार गर्नु ।

लैङ्गिक समता : महिला र पुरुषबीच रहेको जैविक भिन्नता र त्यसले सृजना गरेका विशेष अवस्था तथा आवश्यकतालाई मनन गरी उनीहरुविचको भेदभावलाई हटाई दुवैको समान मर्यादास्तर कायम गर्नका लागि अर्थात लैङ्गिक समानता प्राप्त गर्नका लागि आवश्यक सकारात्मक दृष्टिकोण र व्यवहार नै लैङ्गिक समता हो । लैङ्गिक समानता लक्ष्य हो भने लैङ्गिक समता त्यसको माध्यम वा साधन हो । जस्तो : महिलाका लागि संविधानसभामा वा लोकसेवामा छुट्याइएको कोटा प्रणाली ।

लैङ्गिक समानता : कुनै पनि व्यक्तिलाई जैविक लिंङ्गको आधारमा भेदभाव नगरी समान व्यवहार गर्नु लैङ्गिक समानता हो । यसमा मुख्यरुपमा कानुनी समानता, अवसरको समानता (अवसर प्राप्तिका लागि आवश्यक क्षमता अभिवृद्धि गर्न, काम गर्न, कामको समान पारिश्रमिक पाउन) र आवाजको समानता (अरुलाई प्रभावित गर्न र विकास प्रक्रियामा योगदान गर्न) आदि पर्दछन् । जैविक लिंङ्गका आधारमा एकथरीले बढी अधिकार, अवसर तथा दायित्व पाउने र अर्कोथरीले अधिकार, अवसर तथा दायित्वबाट बञ्चित हुनुपर्ने स्थितिको अन्त्य गरी सामाजिक न्यायमा आधारित विभेदरहित अवस्था सिर्जना गर्नु नै लैङ्गिक समानता हो ।

अनुसूची ३

पूर्वाग्रही शब्द, शब्दावली र विकल्पहरु

लैङ्गिक पूर्वाग्रही र विभेदपूर्ण शब्द/शव्दावली	वैकल्पिक शब्द/शव्दावली
आइमाई	महिला
जोइटिंग्रे	श्रीमतीलाई अत्यधिक माया गर्ने
पोइल गएको	विवाह गरेको
वेश्या/रण्डी	यौनकर्मी महिला
केटाकेटी	बालबालिका
क्यामेराम्यान	क्यामेरापर्सन
इतिहास पुरुष	इतिहास निर्माता
राष्ट्रपति	राष्ट्राध्यक्ष, राष्ट्रप्रमुख
उद्योगपति	उद्योगी
सभापति	सभाप्रमुख
पुरुषार्थ	हिम्मत
मर्द	बलियो
राँडराँडी	विधुर/विधवा
पुत्रवती	सन्तान भएकी
धर्मपत्नी	श्रीमती
श्रीमान	श्री
मातृभूमि, पितृभूमि	जन्मभूमी
इजयत लुटेको	बलात्कार वा जबरजस्ती करणी गरेको
कुमारी आमा वा कुमार बाबु	एकल आमा वा एकल बाबु
नछुने भएको	रजस्वला वा महिनावारी
स्वास्नी मानिस, लोग्ने मानिस	महिला, पुरुष

अनुसूची ४

निषेध गर्नुपर्ने पूर्वाग्रही उखान टुक्काहरु

जातजाति र छोराछोरीमा भेदभाव गर्ने उखानहरु

ढिलै होस् छोरै होस्

छोरीको जन्म हारेको कर्म

कमिनीको कण्ठश्री

मरेपछि डुमै राजा

बाहुन/क्षेत्रीको कोखमा दाँत

नेवार इष्ट र बाबु दुष्ट कहिल्यै हुँदैन

कामी दमाइ माग्न जान्दैन, दाद लुतो आउँन जान्दैन

छोरा पाए खसी छोरी पाए फर्सी

हुपहारा छोरा रुपहार छोरी

तामाङ भोटे गाई खरानी

सासू बुहारीबीच परस्पर विरोधीसम्बन्ध देखाउने उखानहरु

कहिले सासूको पालो कहिले बुहारीको

नुन हालिस् बुहारी, को बित्यो सासू ?

नहुनेको छोरी ठूला घरमा परी

नुनको फाँको हाल्दा भुतुक्क मरी

ठूलो गाँस नहाल बुहारी कण्ठश्री चुँडिएला

पराइकी छोरी कहिले आफ्नो हुन्न

पोहोर मरिन् सासू अहिले आँशु

गनगने सासू फनफने बुहारी

बहुविवाह, अनमेल विवाह र दासप्रथाका पक्षधर उखानहरु

छोरी पोसी ज्वाइँलाई पोसी सौतालाई

जुत्ता लाउनु ठूलो स्वास्नी ल्याउनु सानो

तीन पैसाकी कमारीलाई छ पैसाको गुन्यू

गुन्द्रुकको झोल खानु कमारीको मोल खानु

झगडा नभए दुइटी स्वास्नी ल्याउनु

खुट्टा भए जुत्ता हजार

मर्दका दशौटी स्वास्नी

कमारी र पित्ले थाल बिटुलो हुँदैन

कमारी तुमारी हमारी

ऋण नभए जमानी बस्नु

विधवालाई हेला गर्ने उखानहरु

बाघ लाग्यो घिच्याउन, राँडी लागि चिच्याउन

राँडीलाई पोतेको रहर

नामर्दको भर नपर्नु, राँडीको भोज नखानु

राँडीलाई ढोगे मै जस्तो होस् भन्छे

गरिबलाई दिउँला नभन्नु, राँडीलाई लैजाउँला नभन्नु

महिलालाई अविश्वास गर्ने र कुरीति फैलाउने उखानहरु

रुद्रघण्टी नहुनेको विश्वास नगर्नु

आइमाईको पेटमा कुरा पच्दैन

बोक्सीको आँखा ठूलो, चोरको डाँको ठूलो

एक डंकिनी चल्दा सात धर्ती हल्लन्छ

आमा भन्दा छोरी बोक्सी

आफै बोक्सी आफै धामी

अनुसूची ५

थप अध्ययनका लागि

१. पत्रकारितामा महिला प्रश्न, २०५९, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट

२. सामुदायिक रेडियो लैङ्गिक समानता तथा सामाजिक समावेशीकरण नीति २०६८, सामुदायिक रेडियो प्रसारक संघ

३. समावेशी मिडिया, २०६४, मार्टिन चौतारी

४. नेपाली मिडियामा दलित तथा जनजाति, २०५८, एकता बुक्स

५. रुपान्तरणमा महिला, २०७१, अस्मिता महिला प्रकाशन गृह

६. बेइजिङ घोषणापत्र र कार्यनीति, सन् १९९५

७. Getting the Balance Right- Gender Equality in Journalism, 2009, UNESCO & IFJ

८. Gender Senistive Indicators for Media, 2012, UNESCO

९. Global Media Monitoring Report, 2010, WACC

जागरण मिडिया सेन्टर

दलित समुदायका सञ्चारकर्मीहरुको सक्रियतामा सन् २००० मा स्थापित जागरण मिडिया सेन्टर सञ्चारमाध्यममार्फत जातीय भेदभाव तथा छुवाछूतको अन्त्यका साथै समावेशी लोकतन्त्र र समाजिक न्यायको लागि क्रियाशील छ। पत्रकारिता तालिम, रेडियो कार्यक्रम, अध्ययन अनुसन्धान, प्रकाशन, वकालत आदि गतिविधि गर्दै आइरहेको यस संस्थाले बुटवलमा सामुदायिक रेडियो जागरण सञ्चालन गरिरहेको छ भने दलन टेलिफिल्म पनि निर्माण गरेको छ। राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय संघसंस्था तथा निकायहरुसँग काम गर्दै आइरहेको यस संस्थाले आफ्ना प्रतिनिधिमार्फत देशैभरि विभिन्न कार्यक्रमहरु गर्दै आइरहेको छ ।

मानवअधिकार पत्रकार संघ

मानवअधिकार पत्रकार संघ छापा तथा विद्युतीय सञ्चारमाध्यममा क्रियाशील पत्रकारहरुको सक्रियतामा सन् २००४ मा स्थापित संस्था हो । पत्रकारितामार्फत मानवअधिकार प्रवर्द्धनका लागि यस संस्थाले पत्रकारिता तालिम, अध्ययन अनुसन्धान, बहस र वकालत गर्दै आइरहेको छ । काठमाडौंलगायत पाँचै विकास क्षेत्रमा कार्यालय स्थापना गरी विभिन्न गतिविधि गर्दै आइरहेको यस संस्थाले सरकारी तथा गैरसरकारी संघसंस्था र अन्तर्राष्ट्रिय नियोगहरुसँगको साझेदारीमा काम गर्दै आइरहेको छ ।

Jagaran Media Center
जागरण मिडिया सेन्टर
बुधनगर, काठमाडौं, नेपाल
पो.ब.नं.- ११६११
फोन: ०१-४७८०५९/४७८१२६१
फ्याक्स: ०१-४७८२८५१
इमेल:- info@jagaranmedia.org.np

Human Rights Journalists' Association
मानवअधिकार पत्रकार संघ
(HURJA-Nepal)
अनामनगर, काठमाडौं, नेपाल
पो.ब.नं.- ८२३३, फोन- ४१०२७३
इमेल:- info@hurjanepal.org

ISBN 993728572-0
9789937285728