

समाचार  
कसले  
बनाउँछ ?



# नेपाल

ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट २०१५  
राष्ट्रिय प्रतिवेदन



# कृतज्ञता



जिएमएमपी २०१५ विशिष्ट मौलिकता, गैर-व्यावसायिकता र गैर-प्रतिलिपिका लागि क्रिएटिभ कमन्सअन्तर्गत अनुमति लिइएको हो ।

सामाजिक परिवर्तनका लागि सञ्चारलाई प्रोत्साहित गर्ने अन्तर्राष्ट्रिय गैर-सरकारी संस्था वर्ल्ड एसोसिएसन फर क्रिस्चियन कम्युनिकेसन (WACC) द्वारा दक्षिण अफ्रिकास्थित तथ्याङ्क विश्लेषक संस्था मिडिया मोनिटरिङ अफ्रिकाको सहकार्यमा जिएमएमपी २०१५ को संयोजन गरिएको हो ।

जिएमएमपी २०१५ का लागि तथ्याङ्कहरू जेन्डर र मिडिया सक्रियतावादीहरू, जनस्तरका सञ्चार समूहहरू, सञ्चारसम्बन्धी प्राज्ञ र विद्यार्थीहरू, मिडिया पेसाकर्मीहरू, पत्रकारका संघ-संस्थाहरू, वैकल्पिक मिडिया सञ्जालहरू र चर्च समूहहरूसमेतका सयौं संघ-संस्थाहरूको सामूहिक स्वयंसेवी प्रयासद्वारा संकलन गरिएको हो ।



गैर-व्यावसायिक : यस प्रकाशनलाई व्यावसायिक उद्देश्यका लागि प्रयोग गर्न पाइने छैन ।

हेरफेर गर्न नपाइने : यस प्रकाशनलाई हेरफेर गर्न, परिवर्तन गर्न र चलाउन पाइने छैन ।

यसको कुनै प्रयोग र वितरणका लागि, यो प्रकाशनको लाइसेन्ससम्बन्धी सर्तहरूलाई स्पष्ट उल्लेख गर्नुपर्नेछ ।

यस प्रकाशनको सही प्रयोग र अन्य अधिकारहरू माथि उल्लेखित पक्षहरूबाट प्रभावित हुने छैनन् ।



Asmita Women's  
Publishing House,  
Media & Resource  
Organization

## सहयोग



## विश्व सन्दर्भ (Global context)

- सन् २०१५ मार्च २५ का दिन संसारभरि समाचार कक्षमा कार्यरत व्यक्तिहरू सामान्य रूपमा काममा थिए, त्यसै दिन एक सयभन्दा बढी मुलुकका सयौँ स्वयंसेवी अनुगमनकर्ता पाँचौँ ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट (जिएमएमपी) को हिस्साका रूपमा उनीहरूले तयार गरेका समाचार अनुगमन गर्न तम्तयार थिए ।
- *ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट* समाचार-माध्यममा जेन्डरका विषयमा विश्वमा नै सबैभन्दा लामो समय सञ्चालित र व्यापक अध्ययन हो । यो सन् १९९५ मा सुरु भएको थियो जतिबेला संसारका ७१ मुलुकका स्वयंसेवी अनुगमनकर्ताहरूले आ-आफ्ना राष्ट्रिय रेडियो, टेलिभिजन र छापा समाचारहरूमा महिलाको उपस्थितिलाई अनुगमन गरेका थिए । त्यस अध्ययनले समाचार-विषय (news subject)- *व्यक्ति जसका बारेमा समाचार तयार गरिन्छ वा जससँग अन्तर्वार्ता गरिन्छ-* को केवल १७% मात्र महिला भएको तथ्य उजागर गर्‍यो । यसबाट संसारको कुनै पनि क्षेत्रमा लैङ्गिक समानता एउटा टाढाको सम्भावना थियो भन्ने पहिल्याइयो । महिलाद्वारा प्रस्तुत धेरैजसो समाचारहरू विरलै मात्र महिला सम्बन्धित विषयमा थिए ।<sup>१</sup>
- सन् २००० मा भएको दोस्रो ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट (जिएमएमपी) मा सत्तरी मुलुक सहभागी भए । यो र त्यसपछिका सबै जिएमएमपीहरू वर्ल्ड एसोसिएसन फर क्रिस्चियन कम्युनिकेसन (WACC) ले संयोजन गरेको हो । यस दोस्रो अनुसन्धानले पनि सापेक्षतामा स्थिर चित्र नै देखायो, जस्तो- त्यतिबेला पनि केवल १८% समाचार-विषय मात्रै महिलाहरू थिए जुन पाँच वर्षको अवधिमा तथ्याङ्कगत हिसाबले नगण्य परिवर्तन थियो ।<sup>२</sup>

---

<sup>१</sup> *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news.* National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

<sup>२</sup> Spears, George and Kasia Seydegart, Erin Research. With additional analysis by Margaret Gallagher. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project.* 2000

- सन् २०१० मा भएको चौथो जिएमएमपीले १०८ मुलुकका सहभागीहरूलाई आकर्षित गर्‍यो । त्यस अनुसन्धानमा समाचारमा महिलाको उपस्थितिमा केही स्पष्ट प्रगति देखियो ।<sup>३</sup> त्यतिबेला महिलाहरू २१% समाचार-विषय थिए । सन् २००५ को जिएमएमपीपछि पाँच वर्षमा भएको यो ३% वृद्धि तथ्याङ्कका हिसाबले उल्लेखनीय थियो, तापनि, त्यस अनुसन्धानमा प्राप्त यो उदेक लाग्दो नतिजाअनुसार समाचार-विषयका रूपमा महिलाको अदृश्यता निरन्तर रहेको पाइयो । साह्रै थोरै अर्थात् १३% भन्दा कम समाचार मात्र विशेषतः महिलामाथि केन्द्रित थिए । विविध एजेन्डाहरू, जस्तो- राजनीति, सरकार र अर्थतन्त्रअन्तर्गत समेटिएका समाचारहरू- मा महिलाहरू सायदै मात्र केन्द्रमा थिए । हरेक प्रमुख समाचार शीर्षकहरूमा समाचार बनाउनेहरू (न्युजमेकर) का रूपमा महिलालाई पुरुषले उछिनेका थिए । समाचारमा जनमत व्यक्त गर्ने मानिसहरूमा ४४% महिला थिए जुन सन् २००५ मा भन्दा १०% बढी हो । समाचार बनाउनेहरूको रूपमा, पेसागत वर्गीकरणमा महिलाको अल्प प्रतिनिधित्व छ । चौथो जिएमएमपीले पत्रकारको लिङ्गले कुनै समाचार महिलाले लेखेकी हुन् वा होइनन् भनेर फरक छुट्याउन सकिने तथ्य पहिल्यायो, पुरुष पत्रकारहरू (२२%) ले गरेको समाचार रिपोर्टिङभन्दा महिला पत्रकारहरू (२८%) ले गरेको रिपोर्टिङमा महिलाहरू बढी समाचार-विषय थिए । सन् २०१० मा जिएमएमपीको हिस्साका रूपमा, अनलाइन न्युजको नमुना अनुगमनमा, १६ देशका ७६ समाचार वेबसाइट र ८ वटा अन्तर्राष्ट्रिय समाचार वेबसाइटको पनि अनुगमन गरिएको थियो । यसको परिणामले देखाएअनुसार, केवल २३% समाचार-विषय मात्र महिला थिए, परम्परागत मिडियामा महिलाको अदृश्यता रहने गरेको यो पक्ष अनलाइनमा प्रस्तुत समाचारहरूमा पनि प्रतिविम्बित भएको सूचक थियो ।
- पहिलोदेखि पाँचौ जिएमएमपीसम्मले समाचारमा प्रस्तुत गरिएको विश्व मूलतः पुरुषहरूको छ भन्ने तथ्यलाई प्रस्ट्याउँदछन् । पहिलो जिएमएमपीदेखि यताका बीस वर्षमा समाचार मिडियामा रहेको सेक्सिज्म, जेन्डरको बनिबनाउ ढाँचा (स्टेरियोटाइप) र लैङ्गिक पूर्वाग्रहहरू समय, स्थान र विषयवस्तु सम्प्रेषण गर्ने माध्यमहरू सबैतिर नै स्थिर वा जड बनेर रहेको प्रमाणित हुँदैछ । तर यससँगै, लैङ्गिक रूपमा न्यायपूर्ण र स्वच्छ मिडिया-उन्मुख सफलताका अत्यन्त थोरै उदाहरण भएको तथ्यलाई पनि बिर्सन मिल्दैन ।

<sup>३</sup> Macharia, Sarah, Dermot O'Connor and Lilian Ndangam, World Association for Christian Communication. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*. 2010

## राष्ट्रिय सन्दर्भ (National context)

- नेपाल सरकारले अन्तरिम संविधान २०६३ तथा नेपालको संविधान २०७२, र महिलाविरुद्धका सबै प्रकारका भेदभाव उन्मूलन गर्ने सहासन्धि (सिड), बेइजिङ कार्ययोजना, संयुक्त राष्ट्र संघीय सुरक्षा परिषद् प्रस्ताव नं. १३२५ र १८२०, सहस्राब्दी विकास लक्ष्यलगायत मानव अधिकार प्रत्याभूति गर्ने अन्य सन्धि-सम्झौतामा हस्ताक्षरद्वारा लैङ्गिक समानता, महिला अधिकार र महिला सशक्तीकरण गर्ने प्रतिबद्धता व्यक्त गरिसकेको छ। विगत दुई दशकमा नेपाल सरकारले महिलालाई विभेद गर्ने संवैधानिक तथा कानुनी संरचना निर्मूल पार्नका लागि उल्लेख्य कानुनी सुधार गरेको छ। राष्ट्रिय विकासका विभिन्न प्रयासबाट महिला र बालिकाहरूले समान लाभ लिन सकून् भन्ने उद्देश्यले सरकारले विशेष नीति र उपायहरूको अवलम्बन गरेको छ। सरकारी बजेटलाई बढी लैङ्गिक सम्वेदनशील बनाउने रणनीतिका रूपमा ल्याइएका लैङ्गिक समानता तथा सामाजिक समावेशी नीति र लैङ्गिक उत्तरदायी बजेट विशेष उल्लेख्य छन्। महिला र अन्य सीमान्तीकृत समुदायप्रतिको जवाफदेहिताको सुनिश्चितताका लागि कानून, नीति तथा कार्यक्रमको प्रभावकारी कार्यान्वयन गराउने उद्देश्यका साथ संस्थाहरूको सञ्जाल खडा भएको छ। तर यी सबैका बाबजुद पनि नेपालमा विभेदकारी कानूनहरू अझै विद्यमान छन्। अधिकांश कानून तथा नीतिहरू अझै पनि औपचारिक समानताको मोडेलमा आधारित छन्। महिला र बालिकाविरुद्धको हिंसाको रोकथाममा अत्यन्त न्यून मात्र प्रगति हुनसकेको छ, भने हिंसाका विरुद्ध लड्नका लागि पर्याप्त मानव तथा आर्थिक स्रोत-साधनको पनि अभाव छ। महिलाको शिक्षा, स्वास्थ्य एवं आर्थिक स्रोत-साधनमा पहुँच र नियन्त्रणमा धेरै नै सकारात्मक परिवर्तनहरू भए तापनि यस क्षेत्रमा धेरै बाधा-व्यवधान अझै पनि विद्यमान छन्। विभिन्न कारणले महिलाहरूले आफ्नो आवाज, निकाय र नेतृत्वलाई प्रभावकारी बनाउन सकेका छैनन्। महिलाहरूको राजनीतिक सामर्थ्यबारे वा लैङ्गिक सामाजिकीकरणका पुरातन चलनमा परिवर्तन आदिका सन्दर्भमा जनमानसमा जागरण ल्याउने काममा सञ्चारको महत्व छ भन्ने कुरा पूर्ण रूपमा आत्मसात् हुन र त्यसको यथेष्ट उपयोग बाँकी नै छ।<sup>४</sup>
- लैङ्गिक समानता र महिला सशक्तीकरण आफैँमा महत्वपूर्ण लक्ष्य हुनुका साथै समग्र विकासका सबै पक्ष हासिल गर्नका लागि आवश्यक रणनीतिका रूपमा रहेका छन्। राष्ट्रिय-

---

<sup>४</sup> Sahavagi, DidiBahini, FEDO, supported by UN Women Nepal. *Progress of Women in Nepal (1995-2015)*. 2015.

अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा महिला सशक्तिकरण र लैङ्गिक समानता प्राप्तिका लागि मिडिया प्रमुख सरोकारको क्षेत्र हो । मिडियाले यी सवालहरूलाई दिएको महत्व र प्रस्तुतिले यी लक्ष्यहरूको प्राप्तिमा उल्लेख्य भूमिका निर्वाह गर्दछ । त्यसैले मिडियाले यस सन्दर्भमा निर्वाह गरेको भूमिका पहिल्याउनका लागि मिडिया मोनिटरिङ गर्नु जरुरी हुन्छ । नेपालमा मिडिया मोनिटरिङको सुरुवात सन् १९९५ को हाराहारीदेखि नै भएको हो । त्यसयता गरिएका विभिन्न मोनिटरिङहरूका निष्कर्ष र तिनका आधारमा मिडिया उत्पादक तथा अन्य सरोकारवालाहरूसँग गरिएको अन्तरक्रिया तथा बहसपैरवीले नेपाली मिडियाको वस्तुगत समिक्षा गर्न र तिनलाई सुधार गर्न उल्लेख्य योगदान गरेका छन् ।

- संसारभरि नै अधिकतम मानिसका लागि समाचार-माध्यम सूचना, विचार र धारणाहरू प्राप्त गर्ने प्रमुख र सबैभन्दा प्रभावकारी स्रोत रहेको छ । यो सार्वजनिक र निजीक्षेत्रको त्यस्तो प्रमुख तत्व हो जसमा जनता, मुलुक र समाज बाँच्छन् । कुनै पनि देश वा समाज, जसले आफ्ना बारेमा पूर्ण जानकारी राख्दैनन्, उनीहरूले नागरिकको चाहनालाई सम्बोधन गर्न पनि सक्दैनन् । समाचारमा को र के देखिन्छ तथा मानिस र घटनालाई कसरी चित्रित गरिन्छ भन्ने कुराले विशेष अर्थ राख्दछ । त्यस्तै, समाचारमा को छानिन्छन् र के समेटिँदैन भन्ने सवाल पनि उत्तिकै महत्वपूर्ण छन् । संसारभरि नै मिडियाद्वारा लैङ्गिक असमानताका सांस्कृतिक संरचनाहरू र महिलामाथिको भेदभावलाई बढावा दिइएको अवस्था छ ।
- ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट विश्वभरि नै मिडियालाई लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट केलाउने एक साभा प्रयास हो । काठमाडौँस्थित अस्मिता महिला प्रकाशन गृह, सञ्चार तथा स्रोत संस्था (अस्मिता) ले हालसम्म भएका पाँचटा ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङमध्ये सन् १९९५, सन् २००५, सन् २०१० र सन् २०१५ गरी चारपटकको मोनिटरिङमा सामेल भै तिनको संयोजन गर्दै आएको छ । अस्मिता संस्था आफैँले सन् १९९५ देखि राष्ट्रिय मिडियालाई आफ्नो तहबाट मोनिटरिङ गर्दै आइरहेको सन्दर्भमा त्यसकै विश्व अभियानमा सामेल हुन र आफ्नो मुलुकमा त्यसको संयोजन गर्न पाउनुलाई महत्वपूर्ण अवसर ठानेको छ ।
- अस्मिताले सन् २००५ र सन् २०१० को ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङको राष्ट्रिय प्रतिवेदनसमेत प्रकाशित गरेको थियो । सन् २०१० मा गरिएको अध्ययनले नेपाली मिडियाका समाचारमा अन्तर्वार्ता लिइएका वा चर्चा गरिएका समाचार-विषयमध्ये केवल १६% महिला र बाँकी ८४% पुरुष भएको अत्यन्त असमान चित्र उजागर गरेको थियो । अनुगमन गरिएका समाचारमध्ये २०% समाचार महिला र ८०% समाचार पुरुष प्रस्तोताहरूले सम्प्रेषण गरेका थिए । तर

पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनमा आएका सबै समाचारहरू, जसमा बाइलाइन लेखिएको छ वा संवाददाताको लिङ्ग छुटिन्छ, ती सबै पुरुष संवाददाताहरूद्वारा प्रस्तुत भएका छन्, अर्थात् त्यस्ता समाचारमा महिला संवाददाताको उपस्थिति शून्य छ ।

## कार्यकारी सारांश (Executive Summary)

- जिएमएमपी २०१५ को राष्ट्रिय प्रतिवेदनअनुसार नेपाली समाचार-माध्यम अझै पनि लैङ्गिक समानता र महिला सशक्तीकरणको पूर्ण हितैषी बन्न सकिरहेका छैनन् । यस अनुसन्धानबाट प्राप्त तथ्याङ्क र समाचार विश्लेषणहरूले समाचार-विषयका रूपमा, समाचार सम्प्रेषण गर्ने संवाददाता र प्रस्तोताका रूपमा, र समाचारको केन्द्रीय विषयवस्तुका रूपमा महिलाको कमजोर प्रतिनिधित्व एउटा प्रमुख बाधाका रूपमा देखिएको छ । साथै, समाजमा विद्यमान जेन्डरका परम्परागत बनिबनाउ ढाँचालाई तीव्र गतिमा बढावा नदिए पनि यथास्थितिलाई निरन्तरता दिनेतिर नै नेपालका समाचार-माध्यम उन्मुख भएको स्पष्ट हुन्छ । तर बेलाबेलामा सञ्चार-माध्यममा जेन्डर-सचेत र सम्बेदनशील सामग्रीहरूको प्रस्तुति हुने गरेको उत्साहलाग्दो तथ्य पनि देखिएको छ । समग्रमा न्यायपूर्ण र लैङ्गिक रूपमा सन्तुलित समाजको स्थापनाका लागि मिडियाको सकारात्मक भूमिकालाई प्रवर्द्धन गर्न विभिन्न सरोकारवालाहरूले विभिन्न प्रयासहरूलाई अझै तीव्र बनाउन जरुरी छ । त्यसमा नागरिक समाज र समाचार संस्थाहरूले गर्नुपर्ने विभिन्न क्रियाकलापहरूमध्ये जेन्डर सम्बेदनशील आचार-संहिता र निर्देशिकाहरूको निर्माण तथा कार्यान्वयन, जेन्डर सम्बेदनशीलतासम्बन्धी तालिम, उपभोक्ता समूहहरूको निर्माण र क्रियाशीलता आदि प्रमुख छन् ।

## नेपालमा समाचारमा एक दिन

- २५ मार्च २०१५ : पाँचौँ ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङको दिन सन् २०१५ मार्च २५ का दिन नेपाली मिडिया विभिन्न किसिमका समाचारहरूले भरिएका थिए । संविधान सभाका सभामुखले संविधान सभाको कारवाही अगाडि बढाउने तयारी, ताप्लेजुडमा आगलागी, फ्रेन्च आल्पसमा लुपथान्सा एयरबस दुर्घटना, राष्ट्रपति र प्रधानमन्त्रीबीच राजनीतिक अवस्था र राष्ट्रपतिको आगामी चीन भ्रमणसम्बन्धमा छलफल, अनसनमा बसेका डा. गोविन्द केसीको स्वास्थ्य

अवस्था, श्रमजीवी पत्रकारसम्बन्धी ऐन, नेपाली कांग्रेसको नेतृत्वमा प्रतिस्पर्धा, एनेकपा माओवादीको जिम्मेवारी बाँडफाँडमा अनिश्चितता, रोजगारी स्वीकृति व्यवस्थासम्बन्धी परीक्षा, निजीक्षेत्र र भिसाको सवाल, विश्व क्षयरोग दिवसजस्ता समाचारहरू त्यस दिनको पत्रपत्रिकामा र रेडियो नेपालको विहानको समाचारमा समेटिएका थिए । पत्रपत्रिकामा अघिल्लो दिनका समाचार छापिएका थिए भने अन्य रेडियो र टेलिभिजनमा रातीको समाचार मोनिटरिङ गरिएकोले अर्थमन्त्रीको गाडीमाथि ढुङ्गा प्रहार, एमालेमा कार्य विभाजन, बलात्कारीलाई सजायँजस्ता केही फरक समाचारहरू परेका थिए । त्यस दिनका अनलाइन समाचारमा बलात्कारीलाई कारवाही, विदेशी बैङ्कको पैसा चोर्ने पक्राउ, बलात्कार र यौन दुर्व्यवहारका मुद्दाहरू, जनजाति ककस बनाउने महासंघको निर्णय, एमालेमा कार्य विभाजनप्रति नेपाल पक्ष असन्तुष्ट, एफएमको नवीकरण हुलाक कार्यालयले गर्ने, दुर्घटनाग्रस्त जहाजको ब्याकबक्स भेटियोजस्ता समाचार सम्प्रेषण भएका थिए ।

## सन्दर्भ

- **राष्ट्रिय पृष्ठभूमि** : नेपालमा समाचार-माध्यमहरूको उल्लेखनीय विकास २०४६ सालको राजनीतिक परिवर्तनपछि भएको हो । यहाँ सङ्ख्यात्मक विकास एउटा विशेष मोडमा पुगिसकेकोले अब मिडियाको गुणात्मक विकासका लागि फड्को मार्ने बेला भैसकेको छ । सङ्ख्यात्मक रूपमा हेर्दा, २०७१ चैत्र मसान्तसम्म ७०१९ पत्रपत्रिका (दैनिक, अर्धसाप्ताहिक, साप्ताहिकदेखि वार्षिकसम्म सबै गरी), ३८० वटा रेडियो, ३१ वटा टेलिभिजन र १५६ वटा अनलाइनहरू प्रेस काउन्सिलमा दर्ता भएका छन् ।<sup>५</sup> धेरै पत्रिकाहरू नेपाली भाषामा प्रकाशन हुने भए पनि अङ्ग्रेजी, नेवारी, मैथिली, हिन्दी, भोजपुरी, संस्कृत, उर्दू, तिब्बती, थारु, लिम्बू, तामाङ, डोटेली, राई आदि विभिन्न भाषामा समेत पत्रिकाहरू प्रकाशन भइरहेका छन् । नागरिकको सूचनाको हकलाई सुनिश्चित गर्न र मनोरञ्जन उपलब्ध गराउन केही वर्षयता एफएम रेडियोहरूले निकै ठूलो भूमिका निर्वाह गरेका छन् । दर्ता भएका सबै एफएम र टेलिभिजन च्यानलहरू प्रसारणमा आएका नभए पनि धेरैवटा प्रसारण भई जनतालाई समाचार, सूचना र मनोरञ्जन प्रदान गरिरहेका छन् । तर गुणात्मक रूपमा हेर्दा, यी मिडियाहरू कति जनउत्तरदायी र सामाजिक रूपान्तरणको पक्षमा छन् भन्ने विश्लेषण निरन्तर हुन सकिरहेको छैन । यसरी

<sup>५</sup> मिडिया डाइरेक्टरी, २०७२, सूचना विभाग

पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन र अनलाइनहरूको दिनानुदिन बढ्दो सङ्ख्या र प्रभावकारितालाई ध्यानमा राख्दै मिडियालाई जनउत्तरदायी र लैङ्गिक रूपमा स्वच्छ तथा सन्तुलित बनाउन मिडिया मोनिटरिङबाट प्राप्त तथ्य-तथ्याङ्कहरूले महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्दछन् ।

- **अनुगमन गरिएका मिडिया** : पाँचौँ ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङका दिन नेपालमा ११ वटा पत्रिका, ६ वटा रेडियो, ४ वटा टेलिभिजन र ३ वटा इन्टरनेट साइट (अनलाइन पत्रिका) का समाचारहरूको अनुगमन गरिएको थियो । अनुगमनका लागि ती समाचार मिडियाहरूलाई छान्नुका आधारहरू निम्न अनुसार थिए :

### दैनिक पत्रपत्रिकाहरू

१. **कान्तिपुर** : नेपाली भाषा, निजी लगानीको पहिलो, बढी वितरण, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
२. **अन्नपूर्ण पोस्ट** : नेपाली भाषा, निजी लगानी, बढी बिक्री, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
३. **नागरिक** : नेपाली भाषा, निजी लगानी, बढी बिक्री, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
४. **नेपाल समाचारपत्र** : नेपाली भाषा, निजी लगानी, राम्रै बिक्री, र विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
५. **नयाँ पत्रिका** : नेपाली भाषा, निजी लगानी, बढी बिक्री, रोचक प्रस्तुतिका लागि लोकप्रिय, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
६. **राजधानी** : नेपाली भाषा, निजी लगानी, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
७. **गोरखापत्र** : नेपाली भाषा, सबैभन्दा पुरानो, सरकारी लगानीको विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।
८. **द राइजिङ नेपाल** : अङ्ग्रेजी भाषा, सबैभन्दा पुरानो, सरकारी लगानी, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका
९. **द काठमान्डु पोस्ट** : अङ्ग्रेजी भाषा, निजी लगानी र अन्तर्राष्ट्रिय समुदायमाभक्त लोकप्रिय राष्ट्रिय पत्रिका ।
१०. **द हिमालयन टाइम्स** : अङ्ग्रेजी भाषा, निजी लगानी र युवाहरूमाभक्त लोकप्रिय पत्रिका ।
११. **रिपब्लिका** : अङ्ग्रेजी भाषा, निजी लगानी, विश्वसनीय राष्ट्रिय पत्रिका ।

### रेडियो समाचार

१. **रेडियो नेपालको बिहान ७ बजेको समाचार** : नेपालको सबैभन्दा पुरानो, सरकारी लगानी र दुर्गम क्षेत्रहरूमा समेत सहज पहुँच भएको रेडियोको प्राइम टाइम समाचार ।

२. **सामुदायिक सूचना नेटवर्क (सिआइएन) को बेलुकी ७:३० बजेको समाचार** : सामुदायिक रेडियो प्रसारण संस्था अकोन्याबद्वारा सञ्चालित १०५ सामुदायिक रेडियोहरूको स्याटेलाइट नेटवर्क, अधिकतम रेडियोहरूका बीच सूचना र समाचारहरूको आदानप्रदान हुने साभामञ्च, धेरै नेटवर्क रेडियोहरूमा प्रसारण हुने समाचार ।
३. **नेपाल एफएमको साँझ ६ बजेको समाचार** : नेपाल एफएम नेटवर्कमा ७० भन्दा बढी स्वतन्त्र एफएम रेडियोहरू आबद्ध रहेको, यस एफएमका समाचारहरू तीमध्ये धेरै रेडियोमा प्रसारण हुने गरेको ।
४. **उज्यालो एफएमको बेलुकी ८ बजेको समाचार** : निजीक्षेत्रको लगानी, समाचार र अन्य सूचनाका लागि भरपर्दो, यसका समाचार अन्य नेटवर्क एफएमहरूमाफत देशभर नै प्रसारण हुने ।
५. **इमेज एफएमको साँझ ६:३० बजेको समाचार** : निजी लगानी, काठमाडौं उपत्यकामा लोकप्रिय
६. **गोरखा एफएमको बेलुकी ७ बजेको समाचार** : भूतपूर्व गोरखा सैनिकहरूको निजी लगानी, उनीहरूबीच लोकप्रिय

### टेलिभिजन समाचार

१. **नेपाल टेलिभिजनको राती १० बजेको अङ्ग्रेजी समाचार** : सरकारी लगानी, दुर्गम गाउँहरूमा समेत पहुँच, अङ्ग्रेजीभाषीका लागि विश्वसनीय समाचार ।
२. **कान्तिपुर टेलिभिजनको राती ८ बजेको नेपाली समाचार** : निजी लगानी, राम्रो पहुँच, देशभित्र र देशबाहिर पनि लोकप्रिय, विश्वसनीय प्राइम टाइम समाचार ।
३. **एबिसी टेलिभिजनको राती ८ बजेको नेपाली समाचार** : निजी लगानी, राम्रो पहुँच, विश्वसनीय प्राइम टाइम समाचार ।
४. **सगरमाथा टेलिभिजनको बेलुकी ७ बजेको नेपाली समाचार** : निजी लगानी, राम्रो पहुँच, विश्वसनीय प्राइम टाइम समाचार ।

### इन्टरनेट समाचार साइट

१. **अनलाइन खबर डट कम** : सबैभन्दा धेरै हेरिने भनिएको समाचार साइट ।
२. **सेतोपाटी डट कम** : बौद्धिक व्यक्तिहरूबीच बढी लोकप्रिय मानिने गरेको ।
३. **रातोपाटी डट कम** : धेरैजनाले हेर्ने गरेको भनिएको एक समाचार साइट ।

- **अनुगमनकर्ता** : पाँचौँ ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङमा नेपालमा ९ जना स्वयंसेवी अनुगमनकर्ताले योगदान गरेका थिए (हेर्नुहोस्, अनुसूची २) । समग्रमा, ८ जना अनुगमनकर्ताले पत्रपत्रिका, ४ जनाले रेडियो, २ जनाले टेलिभिजन र १ जनाले इन्टरनेट साइटका समाचारहरू अनुगमन गरेका थिए । एकैजना अनुगमनकर्ता एकभन्दा बढी मिडियाका समाचारहरू अनुगमनमा पनि संलग्न थिए । नेपालमा, समग्रमा, सबै अनुगमनकर्ताले जिएमएमपी २०१५ का लागि समाचारहरू अनुगमन गर्दा पत्रपत्रिकाका लागि झण्डै ३३ घण्टा, रेडियोका लागि झण्डै १८ घण्टा, टेलिभिजनका लागि झण्डै १२ घण्टा र इन्टरनेट समाचारका लागि झण्डै ९ घण्टा समय खर्च गरेका थिए ।

समग्रमा पत्रपत्रिकाका १४२ वटा, रेडियोका ८४ वटा, टेलिभिजनका ५० वटा र इन्टरनेट साइटका ३४ वटा गरी ३१० वटा समाचार उक्त दिन अनुगमन गरिएका थिए । यसरी अनुगमन गर्दा पत्रपत्रिका, रेडियो, टेलिभिजन समाचारमा १०९२ र इन्टरनेट समाचारमा १११ जना गरी कुल समाचारमा जम्माजम्मी १२०३ जना व्यक्तिहरू समाचार-विषय (news subject) का रूपमा रहेको पाइयो । पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनमा बाइलाइन खुल्ने गरी आएका कूल समाचारहरूमा २३% महिला र ७७% पुरुष संवाददाताले सम्प्रेषण गरेका थिए ।

## समाचारका विषयहरू (TOPICS IN THE NEWS)

**समाचारका विषयहरू** : ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङका दिन नेपाली मिडियामा मूलतः संविधान सभाका सभामुखले संविधान सभाको कारवाही अगाडि बढाउने तयारी, ताप्लेजुङमा आगलागी, फ्रेन्च आल्पसमा लुफ्थान्सा एयरबस दुर्घटना, राष्ट्रपति र प्रधानमन्त्रीबीच राजनीतिक अवस्था र राष्ट्रपतिको आगामी चीन भ्रमणका सम्बन्धमा छलफल, अनसनमा बसेका डा. केसीको स्वास्थ्य अवस्था, श्रमजीवी पत्रकारसम्बन्धी ऐन, नेपाली कांग्रेसको नेतृत्वमा प्रतिस्पर्धा, एनेकपा माओवादीको जिम्मेवारी बाँडफाँडमा अनिश्चितता, एमालेमा जिम्मेवारी बाँडफाँड, बलात्कारीलाई सजाय, रोजगारी स्वीकृति व्यवस्थासम्बन्धी परीक्षा, निजीक्षेत्र र भिसाको सवाल, विश्व क्षयरोग दिवस आदिजस्ता समाचारहरू प्रकाशित-प्रसारित भएका थिए । जिएमएमपी २०१५ ले समाचारहरूलाई राजनीति र सरकार; अर्थतन्त्र, सामाजिक र कानुनी; विज्ञान/स्वास्थ्य; अपराध/हिंसा; सेलिब्रेटी/कला/मिडिया/ खेलकुद; र अन्य गरी प्रमुख सात विषयहरूमा छुट्याएको थियो । तीमध्ये नेपाली मिडियामा समाचारको सबैभन्दा मुख्य विषय राजनीति र सरकारसम्बन्धी छ, जसले

पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनको ३८.४% समाचार ओगट्दछ भने समाचारको दोस्रो मुख्य विषय ( ३०.४ %) सामाजिक र कानुनीसम्बन्धी छ ।

- त्यसैगरी महिला संवाददाताले सबैभन्दा बढी ४४% सामाजिक तथा कानूनी विषयको र सबैभन्दा कम ६-६% अपराध/हिंसा र सेलिब्रेटी/कला/मिडियासम्बन्धी विषयका समाचार रिपोर्टिङ गरेको पाइन्छ भने पुरुष संवाददाताले पनि सबैभन्दा बढी ३८% सामाजिक र कानूनी विषयको र सबैभन्दा कम ७% अर्थतन्त्र विषयको समाचार रिपोर्टिङ गरेको पाइन्छ ।

## समाचार (THE NEWS)

- **नेपालमा समाचारमा समाचार-विषय (News Subject) का रूपमा महिला र पुरुषको समग्र उपस्थिति :** नेपाली मिडियामा समाचार-विषय— *जसका बारेमा समाचार छ वा जोसँग अन्तर्वार्ता गरिएको छ*— का रूपमा महिलाहरू पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनका समाचारमा कुल १३% मात्र छन् । यो प्रतिशत जिएमएमपी २०१० को भन्दा केही कम छ किनभने त्यतिबेला पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनका समाचारको अनुगमन गर्दा समाचार-विषय बनेका महिलाहरूको सङ्ख्या १६% थियो भने अहिले केवल १३% मात्र छ । यी माध्यमहरूमा समाचारको विषयका आधारमा हेर्दा महिलाहरू सबैभन्दा बढी २१% सामाजिक र कानूनसम्बन्धी समाचारमा तथा सबैभन्दा कम ८% राजनीति र सरकारसम्बन्धी समाचारमा मात्र समाचार-विषय बनेका छन् भने अर्थतन्त्रसम्बन्धी समाचारमा एकजना महिला पनि छैनन् । तर यसको ठीक विपरीत पुरुषहरू सबैभन्दा बढी **शत प्रतिशत** अर्थतन्त्रसम्बन्धी समाचारमा तथा सबैभन्दा कम ७९% सामाजिक र कानूनसम्बन्धी समाचारमा समाचार-विषय बनेका छन् ।
- **इन्टरनेटमा आएका समाचारहरूको विश्लेषण हेर्दा समाचार-विषय** – *जसका बारेमा समाचार छ वा जोसँग अन्तर्वार्ता गरिएको छ*— का रूपमा महिलाहरू इन्टरनेट समाचारमा कुल १६% मात्र छन् । इन्टरनेटमा समाचारको विषयको आधारमा हेर्दा महिलाहरू सबैभन्दा बढी ३६% अपराध र हिंसासम्बन्धी समाचारमा तथा सबैभन्दा कम **शून्य प्रतिशत** अर्थतन्त्र र सेलिब्रेटी/कला/मिडिया/खेलकुदसम्बन्धी समाचारमा विषय बनेका छन् । तर यसको ठीक विपरीत पुरुषहरू सबैभन्दा बढी अर्थतन्त्र विषयमा **शत प्रतिशत** र सबैभन्दा कम ६४% अपराध र हिंसासम्बन्धी समाचारमा विषय बनेका छन् ।
- **माध्यमका आधारमा समाचार-विषयको रूपमा महिला र पुरुष उपस्थिति :** पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजन तीनवटै माध्यममा समाचार-विषयका रूपमा महिलाभन्दा पुरुष उपस्थितिको अनुपात

धेरै ठूलो छ । महिला र पुरुषहरू क्रमशः पत्रपत्रिकामा १२% र ८८%, रेडियोमा १५% र ८५% र टेलिभिजनमा १२% र ८८% समाचार-विषय बनेका छन् । समाचार-विषयका रूपमा रेडियो र टेलिभिजन माध्यममा सन् २०१० भन्दा महिलाको उपस्थिति अहिले घटेको छ ।

- **समाचार-विषय वा स्रोत** : समाचारको स्रोतका रूपमा हेर्दा महिलाहरू सबैभन्दा बढी अन्तर्राष्ट्रिय समाचारमा १६% तथा सबैभन्दा कम क्षेत्रीय समाचारमा ३% समाचार-विषय वा स्रोत बनेका छन् ।
- **समाचार कसले बनाउँछ** : समाचार-विषयका रूपमा रहेकामध्ये सबैभन्दा धेरै ५२७ जना ( महिला ११%) सरकार, राजनीतिज्ञ, मन्त्री, प्रवक्ता आदि छन् भने दोस्रो धेरै सङ्ख्या अर्थात् १३७ जना (महिला ५%) सरकारी कर्मचारी र सार्वजनिक सेवकको रूपमा छन् । त्यसपछि ३९ जना अपराधी, शंकास्पद व्यक्तिमध्ये १३% र ३६ जना चिकित्सक, स्वास्थ्य-विज्ञमध्ये १७% महिला रहेका छन् ।
- **समाचार-विषयको रूपमा रहेका महिला र पुरुषको भूमिका** : समाचारमा रहेका महिला पुरुषहरूमध्ये सबैभन्दा धेरै ६७० जना विषय (Subject) —जसका बारेमा समाचार छ— को भूमिकामा छन् जसमध्ये १३% महिला छन् । त्यसपछि क्रमशः प्रवक्ताको रूपमा १०४ जना ( महिला ६%), विज्ञका रूपमा ८३ जना (महिला १८%), तथा व्यक्तिगत अनुभवकर्ताको भूमिकामा ६६ जना (महिला १२%), रहेका छन् ।
- समाचार-विषय वा समाचारमा रहेका व्यक्तिहरूमध्ये **पीडितका रूपमा चित्रित भएकाहरूमा** सबैभन्दा धेरै ८२% पुरुष र ७२% महिला दुर्घटना, प्राकृतिक विपत्ति, गरिबी आदिबाट पीडित छन् ।
- समाचार-विषय बनेकाहरूमध्ये एकजना पनि महिला वा पुरुषको **पारिवारिक हैसियत** समाचारमा स्पष्ट पारिएको छैन ।
- पत्रपत्रिकाका समाचारमा समाचार-विषय बनेका १२% महिला र ६% पुरुषको समाचारमा **तस्बिर छापिएको** छ भने समाचार-विषय बनेका १०% महिला र २२% पुरुषको **प्रत्यक्ष उद्धरण** समाचारमा दिइएको छ ।

## समाचार कसले सम्प्रेषण गर्छ (WHO DELIVERS THE NEWS?)

- **समग्र संवाददाता र प्रस्तोताहरू** : पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजन तीनवटै माध्यममा गरी समाचारका समग्र संवाददाता र प्रस्तोता, जसले समाचार सम्प्रेषण गर्छन्, त्यसमा महिलाको तुलनामा पुरुषले बढी सङ्ख्याका समाचार सम्प्रेषण गरेको पाइन्छ। पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनमा बाइलाइन खुल्ने गरी आएका कुल समाचारहरूमा २३% महिला र ७७% पुरुष संवाददाताले सम्प्रेषण गरेका छन्। त्यसमध्ये पत्रपत्रिकामा २१%, रेडियोमा ३३% र टेलिभिजनमा २२% समाचार महिला संवाददाताले सम्प्रेषण गरेका छन्। समग्रमा महिला संवाददाता र प्रस्तोताहरू दुवैले सम्प्रेषण गरेका समाचारलाई खण्डीकृत गरेर हेर्दा टेलिभिजन समाचारमा मात्रै पुरुष संवाददाता र प्रस्तोताभन्दा महिलाको उपस्थिति ठूलो छ।

पत्रपत्रिकाका समाचार		रेडियोका समाचार		टेलिभिजनका समाचार	
महिला	पुरुष	महिला	पुरुष	महिला	पुरुष
१२	४६	३६	५२	३२	१७
२१%	७९%	४१%	५९%	६५%	३५%

- **प्रस्तोता र संवाददाताहरूको उमेर** : टेलिभिजन समाचार सम्प्रेषण गर्ने महिला र पुरुष प्रस्तोता र संवाददाताहरूमा सबैभन्दा धेरै १९-३४ उमेर समूहका छन्।
- **समाचारले ओगटेको क्षेत्रअनुसार संवाददाता** : समाचार सम्प्रेषण गर्ने क्रममा बाइलाइन रिपोर्टिङ गर्ने संवाददाताहरूले सबैभन्दा धेरै राष्ट्रिय समाचार तयार गरेका छन् जसमा महिला संवाददाताले ७२% र पुरुष संवाददाताले ५९% राष्ट्रिय समाचार दिएका छन्।
- **समाचार-विषय-शीर्षक (Story Topics)** को दृष्टिकोणबाट हेर्दा पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनमा प्रस्तुत समग्र समाचारमध्ये महिला संवाददाताले सबैभन्दा बढी ४४% सामाजिक र कानुनी, दोस्रोमा २२% विज्ञान/स्वास्थ्य र सबैभन्दा कम ६-६% कम अपराध/हिंसा र सेलिब्रेटी/कला/मिडियासम्बन्धी विषयका समाचार रिपोर्टिङ गरेको पाइन्छ भने पुरुष संवाददाताले पनि सबैभन्दा बढी ३८% सामाजिक र कानुनी विषयको, दोस्रोमा ३१% राजनीति र सरकारसम्बन्धी र सबैभन्दा कम ७% अर्थतन्त्र विषयको समाचार रिपोर्टिङ गरेको पाइन्छ।

## जेन्डर र समाचार (GENDER AND THE NEWS)

- पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनका कुल २७६ समाचारमध्ये **महिलासँग सम्बन्धित केन्द्रीय विषय रहेका समाचार** करिब ४% मात्र छन् । तीमध्ये पुरुष संवाददाताले तयार गरेका ५% र महिला संवाददाताले तयार गरेका ६% समाचार महिला-केन्द्रित छन् ।
- **लैङ्गिक समानता र असमानताका सवाल उजागर गर्ने समाचारहरू** : अनुगमन गरिएका कुल २७६ समाचारमध्ये २८ वटा (१०.१%) समाचारले मात्र लैङ्गिक समानता वा असमानताका सवालहरूलाई उजागर गर्दछन् । यसरी उजागर गर्ने समाचारहरू घरेलु राजनीति, सरकार, मानव अधिकार, महिला अधिकार, यौनिक अल्पसङ्ख्यकको अधिकार, कानुनी व्यवस्था, न्यायजस्ता विषयहरूसँग सम्बद्ध छन् ।
- **जेन्डरको बनिबनाउ परम्परागत ढाँचा (स्टेरियोटाइप) लाई चुनौती दिने र बढावा दिने समाचारहरू** : अनुगमन गरिएका समाचारहरूमध्ये एउटा पनि समाचारले जेन्डरको बनिबनाउ परम्परागत ढाँचा (स्टेरियोटाइप) लाई चुनौती दिँदैनन् भन्ने तथ्य अनुगमनबाट देखिएको छ भने ७२ वटा समाचारले स्टेरियोटाइपलाई बढावा दिने काम गर्छन् । बाँकी समाचारले यस यथास्थितिवादी ढाँचालाई न त चुनौती दिन्छन् न बढावा नै दिन्छन् भन्ने तथ्य अनुगमनबाट देखिएको छ ।

## इन्टरनेट र ट्विटर अर्थात् डिजिटल समाचारमा जेन्डर प्रवृत्ति (GENDER TRENDS IN INTERNET AND TWITTER NEWS)

जिएमएमपी २०१५ मा नेपालमा तीनवटा इन्टरनेट साइटका समाचारहरूको पनि अनुगमन गरिएको थियो । अनलाइन खबर, सेतोपाटी र रातोपाटीका कुल ३४ वटा समाचारको अनुगमन गरिएकोमा त्यसमा निम्नानुसारका निष्कर्ष प्राप्त भएका छन् :

- इन्टरनेट समाचारमा सबैभन्दा बढी ५०% समाचार राजनीति र सरकारका सम्बन्धमा, दोस्रो बढीमा सामाजिक तथा कानुनी र अपराध तथा हिंसाका विषयमा २१-२१% सामग्रीहरू समेटिएका छन् ।

## डिजिटल संसारमा समाचार-विषय

- समाचार-विषयका रूपमा आएका १११ जनामध्ये महिला १६% र पुरुष ८४% छन् । विषयगत रूपमा हेर्दा सबैभन्दा बढी अपराध र हिंसासम्बन्धी समाचारमा ३६% समाचार-विषय महिलाहरू छन् । समाचार-विषयका रूपमा रहेका जम्मा ४ जनाको पारिवारिक हैसियत खुलाइएकोमा ३ जना महिला र १ जना पुरुष छन् ।
- महिला संवाददाताले लेखेका समाचारमा सबै समाचार-विषय पुरुष छन् भने पुरुष संवाददाताका समाचारमा ७% महिला समाचार-विषय छन् ।
- उमेर खुलाइएका ४ जना समाचार-विषयमध्ये २ जना महिला र २ जना पुरुष छन् ।
- प्रत्यक्ष रूपमा उद्धृत गरिएका ३० जना समाचार-विषयमध्ये १०% महिला र ९०% पुरुष छन् ।
- समाचारमा बाइलाइन देखिएका ५ जना संवाददातामध्ये १ महिला र ४ पुरुष छन् ।

## डिजिटल समाचारको विषयवस्तुमा जेन्डर

- कुल ३४ इन्टरनेट समाचारमध्ये ४ वटामा लैङ्गिक समानता र मानव अधिकार नीतिको सन्दर्भ उठाइएको छ ।
- कुनै पनि समाचारले जेन्डरको बनिबनाउ परम्परागत ढाँचा (स्टेरियोटाइप) लाई चुनौती दिंदैनन् ।
- कुल समाचारमध्ये २ वटा मात्र महिला-केन्द्रित छन् ।

## **जेन्डर र पत्रकारिताको अभ्यास (GENDER AND JOURNALISTIC PRACTICE)**

जिएमएमपी २०१५ को क्रममा समाचार अनुगमन गर्दा जेन्डर र पत्रकारिताको अभ्यासका सम्बन्धमा केही खास प्रवृत्तिहरू उजागर भएका छन् । त्यस अनुगमनमा माथि उल्लिखित सङ्ख्यात्मक तथ्याङ्कबाहेक केही समाचारहरूको गुणात्मक प्रवृत्तिहरूको पनि विश्लेषण गरिएको थियो । गुणात्मक विश्लेषण गर्ने क्रममा समाचारलाई लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट मोटामोटी चार प्रकारमा छुट्ट्याएर हेरिएकोमा यहाँ सो दिन प्रकाशित केही समाचारको चर्चा गरिएको छ जुन निम्नअनुसार छन् :

- **लैङ्गिक सचेतता देखाउन अवसर गुमाइएको (जेन्डर ब्लाइन्ड) समाचार :** द राइजिङ नेपालमा “7,000 हेल्पलेस गेट फ्री ट्रिटमेन्ट” अर्थात् ‘७,००० असहायले निशुल्क उपचार पाए’ शीर्षकको समाचार प्रकाशित छ। उक्त समाचारमा महाकाली अञ्चल अस्पतालले पछिल्लो बीस महिनाको अवधिमा सात हजारभन्दा बढीलाई निशुल्क उपचार र निशुल्क औषधि उपलब्ध गराएको जानकारी दिइएको छ। तापनि त्यसमध्ये कति सङ्ख्यामा जेष्ठ नागरिक, अपहेलित, गरिब, अपाङ्गता भएका, महिला आदिले यो उपचार सेवा प्राप्त गरे भन्ने खण्डीकृत तथ्याङ्क दिएको छैन। यसले गर्दा विभिन्न सीमान्तीकृत समुदायलाई निःशुल्क उपचार सेवा प्रदान गर्ने सरकारी नीति भए पनि यथार्थमै कुन समुदायका कतिजनाको यस्तो सेवामा पहुँच रहेछ भनेर जानकारी दिने सन्दर्भमा यो समाचार चुकेको छ। सरकारी गैरसरकारी सेवा प्रदायकहरूको सेवा वास्तवमै लक्ष्यित समूहमा पुग्यो वा पुगेन भन्ने थाहा पाउनका लागि पनि खण्डीकृत तथ्याङ्कको अत्यन्त ठूलो महत्व हुन्छ जुन कुरा यस समाचारले पूरा गर्नसक्थ्यो तर गर्नसकेको छैन।
- **लैङ्गिक रूपमा सचेत (जेन्डर अवेयर) समाचार :** कान्तिपुर दैनिकमा “मासिक तलब एक पैसा !” शीर्षकमा सुनसरीको रामधुनीबासी नगरपालिकाले कार्यालय सहयोगीका लागि खुलाएको आवेदनमा स्नातक तह अध्ययन गर्दै गरेकी शकुन्तला नेपाल र अर्की तीरादेवी कार्की दुईजनाले मासिक तलब एक पैसामा काम गर्न तयार भएको आवेदन दिएका र सोहीअनुसार दुवैजनाले नियुक्ति पाएको उल्लेख छ। विदेशमा काम गर्न गएका श्रीमान्को मृत्यु भइसकेको र दुई सन्तानको लालनपालन गर्नुपर्ने जिम्मेवारी पूरा गर्न हाले नपाए पनि पछि स्थायी हुने क्रममा तलब पाउने आशाले अहिले एक पैसामा काम गर्न शकुन्तलाले आवेदन दिएको तथ्यलाई उजागर गरेर उनी आमाका रूपमा आफ्नो दायित्व निर्वाह गर्न जवाफदेही रहेको दर्शाइएको छ। समाचार प्रस्तुतिमा एक पैसामा जागिर खाने समाचारलाई अनौठो समाचारका रूपमा मात्र प्रस्तुत नगरी त्यसका पछाडि पात्रहरूको बाध्यता र लैङ्गिक भूमिकालाई केलाउने प्रयासले यस समाचारलाई लैङ्गिक रूपमा सचेत बनाइदिएको छ।
- **लैङ्गिक सवालमा केन्द्रित (जेन्डर स्पेसिफिक) समाचार :** “रेप कन्भिक्ट गेट्स 15 इयर जेल टर्म” अर्थात् ‘बलात्कारका अभियुक्तलाई १५ वर्षको सजाय’ शीर्षकमा द काठमान्डु पोस्टमा प्रकाशित समाचारले स्याङ्जाका एक ५५ वर्षीय अभियुक्तले १४ वर्षीय अपाङ्गता भएकी र सुस्तःमनस्थिति भएकी नाबालिग किशोरीलाई बलात्कार गरेकोमा जिल्ला अदालतले १५ वर्षको जेल र एक लाख रुपैयाँ जरिवाना सजाय तोकेको समाचार प्रकाशित छ। १५ वर्ष जेल

सजायँमध्ये १० वर्ष बलात्कार गरेको अपराधमा र थप ५ वर्ष शारीरिक मानसिक अपाङ्गता भएकी किशोरीलाई अपराध गरेकोमा सजायँ दिइएकोसमेत खुलाएर उल्लेख गरिएको छ । उक्त समाचारसँगै बक्सभित्र संखुवासभा जिल्लामा आठ महिनामा १० वटा बलात्कारका अपराध भएको र त्यसमा ६ नाबालिग तथा ४ महिला पीडित हुनुपरेको तथ्यसमेत सार्वजनिक गरिएको छ । यो पूर्णतः लैङ्गिक सवालमा केन्द्रित (जेन्डर स्पेसिफिक) समाचार बन्न पुगेको छ ।

- **लैङ्गिक सवालमा केन्द्रित (जेन्डर स्पेसिफिक) समाचार :** “टास्क फोर्स रिक्मेन्ड्स लिगल स्टेटस फर सेम सेक्स म्यारिज” शीर्षकमा द हिमालयन टाइम्समा एउटा समाचार छापिएको छ जसले विश्वभरि नै बहसमा आइरहेको समलिङ्गीहरूको विवाहको मान्यतासम्बन्धमा नेपाली अवस्थालाई देखाउन खोजेको छ । समलिङ्गी विवाहलाई मान्यता दिन हुन्छ कि हुँदैन भनेर सुभाब दिन ६ वर्षअघि गठन भएको सरकारी टास्क फोर्सले अन्ततः एउटै लिङ्गका व्यक्तिहरूबीच भएको विवाहलाई वैध मान्यता दिन सिफारिस गरेको समाचारमा उल्लेख छ । टास्क फोर्सले क्याबिनेटमा उक्त सिफारिस बुझाए पनि सम्बन्धित निकाय महिला, बालबालिका तथा समाज कल्याण मन्त्रालयमा सिफारिस नपुगेको अवस्थामा नै यो समाचार सम्प्रेषण भएको छ । लैङ्गिक सवालमा केन्द्रित यस समाचारले नयाँ बहसको विषयमा पाठकलाई शीघ्र सूचना दिन खोजिएको महसुस हुन्छ । यस्ता समाचारले लैङ्गिक अल्पसङ्ख्यकहरूको सवाललाई पनि नेपाली मिडियाले महत्वका साथ गम्भीर रूपमा प्रस्तुत गर्न थालेको प्रस्ट पार्दछन् ।



## राम्रो अभ्यासको एक उदाहरण (A GOOD PRACTICE CASE)

नेपाली मिडियाका समाचारहरूमा लैङ्गिक समानताको दृष्टिकोणबाट धेरै कमीकमजोरी र त्रुटिहरू हुँदाहुँदै पनि केही राम्रा कभरेजहरू पनि आउन थालेका छन् जसलाई परिवर्तनको संकेतका रूपमा लिन सकिन्छ। पाँचौ ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङका दिन प्रकाशित त्यस्तै एउटा राम्रो समाचार कभरेजको उदाहरणलाई यहाँ विश्लेषण गरिएको छ।

### नागरिक

Wednesday 25 March 2015, बुधबार ११ चैत २०७५

## बलात्कारमा अव्यावहारिक कानून

# पीडितले लिन सक्दैनन् क्षतिपूर्ति

दुर्गा दुलाल

काठमाडौं, चैत १०

नेपाल टेलिकमका शाखा अधिकृत यादव घिमिरेबाट बलात्कृत एक महिलाले १० वर्षको लडाइँपछि बल्ल न्याय पाइन्। सर्वोच्च अदालतले गत पुस ३ गते अभियुक्तलाई पाँच वर्ष जेल पठाउँदै पीडकबाट १ लाख ५० हजार रूपैयाँ क्षतिपूर्ति भराउने फैसला सुनायो।

पीडित महिला उत्साही हुँदै फैसला कार्यान्वयन गराएर क्षतिपूर्ति लिन जिल्ला अदालत, पोखरा पुगिन्।

उनी त्यतिबेला निराश भइन् जतिबेला जिल्ला अदालतले क्षतिपूर्ति रकम लिन पीडकको जायजथा आफैँ पत्ता लगाउन र त्यसको विवरणसहित त्यसैबाट कटाएर क्षतिपूर्ति रकम पाउँ भनी निवेदन दिन अह्रायो।

सामान्य चिनजानका पीडकको स्थायी ठेगानाबाहेक उनलाई केही थाहा थिएन। उनैले जायजथा खोजेर क्षतिपूर्ति माग गर्न सम्भव नै थिएन।

सर्वोच्चको आदेशले बलात्कारको घाउमा खाटो मात्र बस्न लागेको थियो, अव्यावहारिक कानूनले त्यसलाई उकाइदियो। घाउ फेरि चहराउन थाल्यो।

बलात्कारिले सुरुमै जायजथाको विवरण दिएर अपराध गर्ने भए त यस्तो कानून र फैसला सही हुन्थ्यो होला, ती महिलाले नागरिकसँग दुखेसो गरिन्, 'दोषीलाई अदालतले सजाय दिएर पनि न्याय पाउन राज्य र कानून नै अवरोध बनिदिन्छ।'

तै सकिन्छ कि भनेर उनी पीडकको सम्पत्ति पत्ता लगाउन पोखरा, पाल्पा र नेपाल टेलिकमको केन्द्रीय कार्यालयसम्म धाडिन्। कतैबाट पत्ता नलागेपछि निराश हुँदै फर्किइन्।

अहिले उनी क्षतिपूर्ति रकम कसरी लिने भन्ने तनावमा छिन्। 'अदालतले न्याय दिनुपर्ने, उनले अनुभव साटिन्, 'आदेशले त सास्ती र तनाव मात्रै पो दियो।'

पूर्व महान्यायाधिवक्ता तथा वरिष्ठ अधिवक्ता युवराज संग्रौला कानुनी अडचन र आदेश गर्ने न्यायाधीशमा पीडितलाई क्षतिपूर्ति भराउनेपर्ने

सोच नहुँदा आदेश पालनामा समस्या रहेको बताउँछन्। यस्ता मुद्दा हेर्ने न्यायाधीशहरूले राज्य वा सम्बन्धित अदालतबाटै क्षतिपूर्तिभन्दा पहिले गरिदिने आदेश दिनुपर्ने उनको भनाइ छ।

'बलात्कार भएको ठहर गर्ने न्यायाधीशले क्षतिपूर्ति स्वयं खोज्नु भन्नु कागजी न्याय मात्र हो,' संग्रौला भन्छन्, 'न्यायाधीशमै पुरुष मानसिकता रहेको मैले आफ्नो अनुसन्धानमा पाएको छु।' बलात्कारसम्बन्धी मुद्दा फैसला अध्ययन गर्न थालेका संग्रौलाले हचुवामा न्यायसम्पादन हुने गरेको

पीडकको जायजथा खोजी मग्ने आदेश किन हुन्थ्यो र?' मल्लले भनिन्, 'सुरुमै पक्राउ गर्दा वा थुन्छेक गर्दा सम्पत्ति रोक्का राख्न वा कोष निर्माण गर्ने र त्यसबाट भराउने फैसला हुनुपर्छ।'

ऐनमै समस्या रहेकाले मानव बेचबिखन र बलात्कार मुद्दामा यस्तो समस्या रहेको प्रधानले बताइन्। त्यसलाई सुधार गर्न विधेयक संसद पठाइएको उनले जानकारी दिइन्।

न्यायाधीशका मानसिकता परिवर्तन भए यस्ता मुद्दामा पीडितले क्षतिपूर्ति पाउने बार

फैसला गर्ने क्रममा सर्वोच्चका न्यायाधीश गोविन्दकुमार उपाध्याय र देवेन्द्रगोपाल श्रेष्ठको संयुक्त इजलासले मुलुकी ऐनबमोजिम घिमिरेलाई सजाय तोक्नुका साथै क्षतिपूर्ति भराउने फैसला गरेको थियो।

स्याङ्जास्थित टेलिकममा कार्यरत घिमिरेले स्थानीय महिला पत्रकारलाई पोखराको होटलमा पुऱ्याएर जबर्जस्ती करणी गरेको अभियोगसहित २०६४ सालमा कास्की जिल्ला अदालतमा मुद्दा दाखर भएको थियो। पोखरा टेलिकममा जागिर लगाइदिने प्रलोभनामा घिमिरेले ती पत्रकारलाई २०६४ पुस १७ गते पोखरा पुऱ्याएको अभियोग थियो। त्यतिबेला घिमिरे स्याङ्जा टेलिकमका शाखा प्रमुख थिए। उक्त मुद्दामा जिल्ला अदालतले ६ वर्ष कैद र एक लाख ५० हजार रूपैयाँ जरिवाना फैसला गरेपछि घिमिरे पुनरावेदन गएका थिए।

पुनरावेदन, पोखराका तत्कालीन न्यायाधीशइय ओम सुवेदी र खेमराज शर्माको संयुक्त इजलासले घिमिरेलाई २०६६ असोज २९ गते सफाइ दिने फैसला सुनाएको थियो।

पुनरावेदनको फैसलामा तथ्यप्रमाणको सही विश्लेषण नभएको दाबीसहित महान्यायाधिवक्ताको कार्यालयले सर्वोच्चमा पुनरावेदन गरेको थियो। सर्वोच्चले सात वर्षपछि घिमिरेलाई सजाय दिने निर्णय सुनाएको हो।

बारामा एक दलित महिलालाई बलात्कार गरेको अभियोगमा जिल्ला अदालतले दिएको स्थानीय युवकबाट १ लाख क्षतिपूर्ति भराउने आदेश पनि कार्यान्वयन हुन सकेन। पीडित महिला बलात्कारीको सम्पत्ति खोज्न चारैतिर भौँतारिइन्। अन्तिममा हातलागी शूत्य, किर्निक पीडकको आफ्नै नाममा कुनै सम्पत्ति भेटिएन।

बलात्कार, मानव बेचबिखन र ज्यान मार्ने-बेच्ने अभियोगमा अदालतबाट क्षतिपूर्ति भराउने आदेश भए पनि पीडितले न्याय पाउँदैनन्। आदेश कागजमै सीमित हुन्छ। पीडितलाई क्षतिपूर्ति उपलब्ध गराउने फैसलामा अदालत आफैँले पीडकको सम्पत्ति खोजेर भराइदिने गरी फैसला भए कानूनले न्याय छोग्न सक्दैन,' वरिष्ठ अधिवक्ता संग्रौला भन्छन्।



बताए। मुलुकी ऐनमा रहेको जबर्जस्ती करणी नाम नै पीडा दिने खालको रहेको उनको भनाइ छ।

'बलात्कार भनेको इच्छाविपरीत काम हो, त्यसमा प्रतिरक्षा गरेको छ कि छैन, पीडितले संघर्ष गरेको छ कि छैन र शरीरमा चोटपटक छ कि छैन, लिंग प्रवेश भएको छ कि छैन भनी तोकेर फैसला गर्न मिल्दैन,' संग्रौलाले भने, 'यस्तै आधारमा फैसला हुने गरेका छन् जसले न्याय दिने सक्दैन।'

महिला अधिकारकर्मी तथा सभासद सपना प्रधान मल्ल पनि पुरुष मानसिकताले फैसला गर्दा क्षतिपूर्ति नपाउने अवस्था रहेको स्विकार्छिन्।

'पीडितका पक्षबाट हेरेर फैसला गर्ने हो भने

महार्साचिव सुनीलकुमार पोखरेलको तर्क छ। सहज माध्यमबाट क्षतिपूर्ति भराउने फैसला हुने हो भने हाल देखिएका समस्या समाधान हुने उनले बताए।

'१० वर्षसम्म एउटै अपराधमा मुद्दा खोपिरेका व्यक्तिले आफ्नो नाममा सम्पत्ति राख्ने निश्चित हुँदैन,' पोखरेलले टेलिकमका अधिकृतबाट बलात्कृत महिलाले क्षतिपूर्ति पाउने सम्भावना कम रहेको औल्याउँदै भने, 'दोस्रो व्यक्ति वा अन्यका नाममा लुकाइसक्छ। त्यसैले राज्यबाट वा सुरु अदालतबाटै सम्पत्ति रोक्का राख्ने नजीर निर्माण गर्न जरुरी छ।'

टेलिकम अधिकृतविरुद्ध मुद्दाको अन्तिम

## **शीर्षक : बलात्कारमा अव्यवहारिक कानून, पीडितले लिन सक्दैनन् क्षतिपूर्ति**

**संक्षिप्त जानकारी :** यो सामग्री जिएमएमपी २०१५ का दिन अर्थात् २०१५ मार्च २५ को नागरिक दैनिकमा पृष्ठ ३ मा प्रकाशित समाचार विश्लेषण हो । पुरुष पत्रकार दुर्गा दुलालको बाइलाइनमा प्रकाशित यो समाचार एक पत्रकार महिलामाथि भएको बलात्कारको अपराधमा उनले सर्वोच्च अदालतबाट क्षतिपूर्ति पाउने फैसला भए पनि व्यवहारमा कुनै क्षतिपूर्ति पाउन नसकेको घटनाबाट उठान गरिएको छ । समाचारको सारमा, नेपालको बलात्कारसम्बन्धी कानून र फैसला गर्ने न्यायाधीशको पुरुष मानसिकताले पीडितलाई क्षतिपूर्तिको सन्दर्भमा वास्तविक न्याय दिन नसकेको हुनाले त्यसमा परिवर्तन हुनुपर्ने निष्कर्ष दिइएको छ ।

**पृष्ठभूमि :** नेपाल टेलिकममा शाखा अधिकृत यादव घिमिरेले टेलिकममा जागिर लगाइदिने लालचमा एक पत्रकार महिलालाई स्याङ्जाबाट कास्की पोखरामा बोलाएर बलात्कार गरेको अपराधमा जिल्ला अदालतबाट पीडितको पक्षमा फैसला भएको भए पनि पुनरावेदन अदालतले फैसला उल्टाइदिएको र अपराध भएको १० वर्षपछि सर्वोच्च अदालतले अभियुक्तलाई दोषी ठहर्‍याई सजाय तोकिएको देखिन्छ । तर पीडकको जायजथा पीडितले आफैँ पत्ता लगाउन र त्यसको विवरणसहित त्यसैबाट कटाएर क्षतिपूर्ति रकमा पाउँ भनी निवेदन दिन अह्राएको थियो । सामान्य चिनजान भएको वा चिनजान नै नभएको पीडकको सम्पत्ति पीडित आफैँले पत्ता लगाउन र त्यसबाट क्षतिपूर्ति माग गर्न लगाउनु अव्यवहारिक भएकाले पीडितहरूले क्षतिपूर्ति पाउन नसकेको दुखदायी चित्रण यस समाचारमा छ । यी पत्रकार महिला मात्र नभै बाराको अर्को एक अभियोगमा पनि महिलाले यस्तै फैसलाका कारण क्षतिपूर्ति पाउन नसकेको तथ्यसमेत समाचारमा उजागर छ । यी घटनाहरूलाई केलाउँदै वरिष्ठ अधिवक्ताहरू युवराज सङ्गौला र सपना प्रधान मल्लले यसलाई सम्बन्धित ऐनमा रहेको समस्या र फैसला गर्ने न्यायाधीशहरूमा रहेको मानसिकताले यस्तो हुन गएको बताएका छन् । उनीहरूले अदालत आफैँले पीडकको सम्पत्ति खोजेर भराइदिने फैसला र व्यवस्था हुनुपर्ने तथा त्यसका लागि ऐनमा समेत संशोधन हुनुपर्ने तर्क गरेका छन् ।

**उद्देश्य :** यो समाचार सम्प्रेषणको उद्देश्य बलात्कारको अपराधबाट पीडित महिलाले वास्तविक क्षतिपूर्ति पाउनका लागि राज्यले नै पीडकको सम्पत्ति खोजेर भराइदिने व्यवस्था हुनुपर्ने तर्कलाई सबै सरोकारवालाहरूसमक्ष पुऱ्याउने देखिन्छ । यसबाट बलात्कारसम्बन्धी नेपालको वर्तमान कानूनले अपराधीलाई सजाय दिलाए पनि पीडितलाई वास्तविक न्याय प्रदान गर्न नसकेको तथ्य उजागर हुन्छ । नेपालको न्यायप्रणाली पीडितशास्त्र मुताबिक हुननसकेको यसले प्रस्ट पार्दछ ।

**निष्कर्ष :** यो समाचार नेपालमा महिलाहरूले औपचारिक कानुनी न्याय पाए पनि वास्तविक सारभूत न्याय पाउन नसकेकोतर्फ ध्यानाकर्षण गर्न सफल देखिन्छ । यस समाचारमा पीडकको नाम दिइनु तर दुईवटा घटनाका पीडित महिलाहरूको नाम उल्लेख नगरिनुले संवाददाता लैङ्गिक-सम्बेदनशील भएको प्रस्ट हुन्छ । पृष्ठको एक चौथाइभन्दा बढी स्थान दिइएको यस समाचारमा कानुनी क्षेत्रका वरिष्ठ र चर्चित व्यक्तित्वहरूको भनाइलाई उद्धृत गर्दै नेपालमा बलात्कारसम्बन्धी वर्तमान कानून र फैसला गर्ने न्यायाधीशहरू पीडितपक्षीय हुन नसकेकोले त्यसलाई बदल्नुपर्ने तर्कलाई बलियो बनाउने प्रयास भएको छ । यस्तै समाचार कभरेजहरूले नै सारभूत र प्रक्रियागत कानूनमा रहेका कमजोरीलाई केलाउँदै तिनलाई वास्तविक न्याय उन्मुख बनाउन गरिनुपर्ने पहलहरूमा सरोकारवालाहरूको ध्यान आकर्षण गर्न सक्दछन् भने आवाजविहीन पीडित र अधिकारवालाहरूको आवाजलाई वाणी दिन मद्दत गर्दछन् ।

## सारांश र निष्कर्ष (SUMMARY AND CONCLUSIONS)

सन् २०१० नोभेम्बर १० मा गरिएको नेपाली समाचार मिडियाको अनुगमनले नेपाली मिडिया अबैध पनि लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्ने र महिला सशक्तीकरणलाई बढावा दिने प्रयासमा सङ्ख्यात्मक रूपमा धेरै पछाडि छ भन्ने तथ्यको पुनर्पुष्टि गरेको छ, तापनि लैङ्गिक समानताको पक्षमा केही असाध्य राम्रा कभरेजहरू पनि आउन थालेको पाइएको छ । आजभन्दा पाँच वर्षअघि गरिएको ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङमा नेपाली मिडिया (पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजन) मा समाचार-विषयको रूपमा १६% मात्र महिला थिए भने अहिले त्यो अनुपात ३ प्रतिशत घटेर १३% मा झरेको छ । मुलुकको कूल जनसंख्याको आधाभन्दा बढी अर्थात ५१.५% महिला छन् तर उनीहरूले मिडियामा समाचार-विषयको रूपमा १३% मात्र स्थान पाउँछन् ।

त्यति थोरै समाचार-विषय बन्न सकेका महिलामा पनि सबैभन्दा बढी २१% सामाजिक र कानूनसम्बन्धी समाचारमा तथा सबैभन्दा कम ८% राजनीति र सरकारसम्बन्धी समाचारमा मात्र समाचार-विषय बनेका छन् भने अर्थतन्त्रसम्बन्धी समाचारमा एकजना महिला पनि छैनन् । इन्टरनेट समाचारमा महिलाहरू केवल १६% मात्र समाचार-विषय छन् । महिलाहरू सबैभन्दा बढी अन्तर्राष्ट्रिय समाचारमा केवल १६% मात्र समाचार-स्रोतका रूपमा छन् । समाचारमा महिलाहरू केवल ११% मात्र सरकार, राजनीतिज्ञ, मन्त्री, प्रवक्ता आदि छन् भने ५% मात्र सरकारी कर्मचारी वा सार्वजनिक सेवामा छन् । समाचार-विषयको भूमिकाको दृष्टिकोणबाट हेर्दा १०४ जना प्रवक्तामा ६%

महिला, ८३ जना विज्ञमा १८% महिला र ६६ जना व्यक्तिगत अनुभवकर्तामा १२% महिला भएको विभेदपूर्ण अवस्था छ ।

त्यसैगरी समाचार बनाउने कर्ताका रूपमा रहेका संवाददाता तथा प्रस्तोताहरूमा पनि पुरुषको तुलनामा महिलाको सङ्ख्या अत्यन्त कम छ । समग्र समाचारमा केवल २३% मात्र महिला संवाददाता तथा प्रस्तोताहरूले सम्प्रेषण गरेका छन् । टेलिभिजन मिडियामा मात्रै पुरुषको तुलनामा महिलाहरू बहुसङ्ख्यक अर्थात् ६५% समाचार सम्प्रेषण गर्ने संवाददाता र प्रस्तोता छन् । पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनका कुल २७६ समाचारमध्ये केवल ४% मा मात्र समाचार महिला केन्द्रीय विषयवस्तु रहेको अवस्थाले अझै पनि नेपाली सञ्चार-माध्यमका समाचारहरूमा महिलाको प्रतिनिधित्व र विषय महत्वपूर्ण ठानिएको छैन भन्ने तथ्यलाई स्पष्ट गर्दछ । नेपाली समाजमा विद्यमान जेन्डरको बनिबनाउ ढाँचालाई चुनौती दिने एउटै समाचार नभएको र तिनलाई बढावा दिने ७२ वटा समाचार भएको अवस्थाले यथास्थितिको निरन्तरतामा बल पुऱ्याउने देखिन्छ । नयाँ मिडियाका रूपमा लोकप्रिय हुँदै गरेका इन्टरनेटका समाचारहरूमा पनि समाचार-विषयका रूपमा महिलाको अल्प प्रतिनिधित्व हुनु र महिला संवाददाताहरूको कमजोर उपस्थितिले लैङ्गिक समानताको दृष्टिकोणबाट परम्परागत मिडियालाई नै पछ्याएको छ ।

यसरी सबै किसिमका मिडियाका समाचारमा विषयका रूपमा, समाचार सम्प्रेषकका रूपमा, विषयको केन्द्रीयताका रूपमा महिलाको भिनो, कमजोर र यथास्थितिवादी उपस्थितिले मिडियाको माध्यमबाट लैङ्गिक समानताको लक्ष्य प्राप्त गर्नमा अपेक्षित योगदान पुग्न सक्दैन । समाचारमा महिला पुरुषको यस्तो प्रस्तुति र प्रतिनिधित्वलाई बदल्नका लागि आउँदा दिनमा बहुपक्षीय हस्तक्षेप र सुनियोजित पहलहरू गर्नु जरुरी छ । अनि मात्र आम समाचारलाई लैङ्गिक सम्वेदनशील र लैङ्गिक समानताका सवालहरूलाई समाचारको केन्द्रमा ल्याउन सकिन्छ, जसले अन्ततः मिडियालाई लैङ्गिक समानताको पक्षधर प्रभावकारी संयन्त्रका रूपमा स्थापित गर्न सक्दछ ।

## सन् २०१५ पश्चात्को समयका कार्यहरू : पाँच वर्षीय योजना

(ACTIONS IN THE POST-2015 ERA: A five-year plan)

सामान्यतया: समाचारका विषयहरू, सूचना-स्रोत र समाचार-विषय, समाचारको प्रस्तुति, प्रयोग गरिने भाषा र तस्वीरजस्ता पक्षहरूको छनोटकर्ता मूलतः पत्रकारहरू (संवाददाता र सम्पादक) नै हुन् । यद्यपि कतिपय खास अवस्थाहरूमा समाचार संस्थाका लगानीकर्ताहरूको स्वार्थले पनि

समाचारको छनोट र प्रस्तुतिमा फरक पार्ने गर्दछ । तसर्थ, समाचार माध्यमहरूलाई लैङ्गिक रूपले संवेदनशील र सन्तुलित बनाउन त्यहाँ कार्यरत पत्रकारहरू र समाचार संस्थाहरूलाई लक्षित गरेर आगामी पाँच वर्षमा विशेष पहलकदमीहरू गर्न जरुरी छ । ती प्रस्तावित केही प्रयास र कार्ययोजनाहरू यस्ता हुनसक्छन् :

- मिडियामा जेन्डरको बनिबनाउ ढाँचा (स्टेरियोटाइप) सम्बन्धी प्रस्तुतिलाई रोकनका लागि र लैङ्गिक समानताका पक्षहरूलाई प्रवर्द्धन गर्नका लागि समाचार संस्थाहरूले जेन्डरसम्बन्धी आन्तरिक निर्देशिकाहरू तयार गरी त्यसको प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्नुपर्दछ ।
- सचेत सञ्चार उपभोक्ताहरूले सञ्चार-माध्यममा आएका सामग्रीहरूलाई गम्भीरतापूर्वक विश्लेषण गर्ने र सञ्चार संस्थाहरूलाई तर्कपूर्ण प्रतिक्रिया दिने पक्रियालाई तीव्र बनाउन र निरन्तरता दिन जरुरी छ ।
- महिला संघ-संस्थासमेतका नागरिक समाजले समाचार-माध्यममा आएका कमजोर रिपोर्टिङप्रति आलोचक र उदासीन मात्र नभै रचनात्मक सुझाव दिने हितैषीका रूपमा काम गर्नुपर्दछ । समाचार-माध्यमलाई आफ्ना विचारहरू राख्ने र अन्य सरोकारवालाहरूसँग वकालत गर्ने प्रभावकारी माध्यम बनाउन सञ्चार पैरवीलाई रणनीतिक रूपमा नै अगाडि लैजानु आवश्यक छ ।
- नेपाल पत्रकार महासंघजस्ता पत्रकारसम्बद्ध संघ-संस्थाहरूले लैङ्गिक रूपमा सम्वेदनशील आचार-संहिताको निर्माण र त्यसको प्रभावकारी कार्यान्वयनका लागि पहल गर्नुपर्दछ ।
- महिला र सञ्चारसम्बन्धी संस्थाहरूले आम समाचार-माध्यमलाई लैङ्गिक रूपमा सम्वेदनशील र उत्तरदायी बनाउन पत्रकारहरूका लागि सान्दर्भिक तालिम, पत्रकारका संघ-संस्था तथा सञ्चार संस्थासँग आवधिक अन्तरक्रिया, सञ्चार उपभोक्ताहरूसँग योजनाबद्ध सहकार्यजस्ता गतिविधिहरूलाई सुनियोजित रूपमा सञ्चालन गर्नुपर्दछ ।

## अनुसूची १ : अनुसन्धान पद्धति

हरेक सहभागी मुलुकलाई राष्ट्रिय मिडियाको घनत्वको आधारमा अनुगमन गर्नुपर्ने पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजनका समाचारहरू, अनलाइन समाचार साइटहरू र ट्विटर फिड्सहरूको सङ्ख्या तोकेर जिम्मा दिइएको थियो । साना र ठूला मुलुकहरूको परिणामलाई सन्तुलन गर्नुपर्ने आवश्यकतालाई सम्मान गर्दै विश्वभरिको अनुसन्धानको नतिजाले संसारका समाचार-माध्यमहरूको

वितरणलाई भरपर्दो रूपमा प्रतिबिम्बित गर्न सकोस् भन्ने कुरालाई सुनिश्चित गर्न यसो गरिएको थियो । हरेक मुलुकमा अनुगमन गरिएका सञ्चार-माध्यमहरूको सङ्ख्या र चयनले त्यस मुलुकमा मिडियाको घनत्व र लक्षित समूह, लगानीकर्ता र भाषा आदिमा रहेको विविधतालाई झल्काउँछन् । संसारभरि नै अनुसन्धान पद्धतिका सम्बन्धमा एकै किसिमको बुझाइ र कार्यान्वयन होस् भनेर प्रयास गरिएको थियो । समाचारहरूलाई कसरी 'कोड' गर्ने भनेर स्पष्ट मार्गनिर्देशन दिइएको थियो । केही क्षेत्रीय र राष्ट्रिय संयोजकहरूले प्रत्यक्ष वा भर्चुअल तालिमबाट अनुसन्धान पद्धति सिक्ने मौका पाए भने विश्वभरिका ठूलो सङ्ख्याका स्वयंसेवी अनुगमनकर्ताहरूले अनलाइन स्वपरिचालित तालिम सामग्रीबाट अनुगमनको सीप विकास गरे । कुनै-कुनै क्षेत्रमा राष्ट्रिय संयोजकहरूलाई क्षेत्रीय संयोजकद्वारा टेलिकन्फरेन्समार्फत तालिम दिइयो । केही मुलुकहरूमा राष्ट्रिय संयोजकहरूले स्वयंसेवी अनुगमनकर्ताहरूलाई पूर्वतालिम प्रदान गरे ।

हरेक मुलुकका अनुगमनकर्ताहरूले रेडियो र टेलिभिजनको त्यस दिनका सबैभन्दा महत्वपूर्ण (प्राइम टाइम) समाचारलाई अध्ययनका लागि कोड गरे । पत्रपत्रिकाको सन्दर्भमा, राष्ट्रिय, अन्तर्राष्ट्रिय र यदाकदा क्षेत्रीय समाचारहरूका लागि छुट्याइएका मुख्य समाचार पृष्ठहरूमा प्रकाशित १२ देखि १४ वटा समाचारहरू अनुगमनका निम्ति कोड गरियो । अनुगमनकर्ताहरूको समूहले स्थानीय उपभोक्ताहरूलाई समाचार-स्रोतका रूपमा अनलाइन र ट्विटर समाचार महत्वपूर्ण रहेका छन् भन्ने आफ्नो ठम्याइका आधारमा त्यस्ता समाचारहरूको पनि अनुगमन गर्ने निर्णय गरेका थिए ।

सङ्ख्यात्मक अनुसन्धानले समाचारका विषयहरू, समाचारमा महिला र पुरुष, उनीहरू देखापर्ने समाचारका किसिमहरू, र समाचारमा उनीहरूको भूमिकाजस्ता विषयमा तथ्याङ्कहरू संकलन गर्‍यो । दक्षिण अफ्रिकास्थित मिडिया मोनिटरिङ अफ्रिका (MMA) ले सङ्ख्यात्मक विश्लेषणको जिम्मेवारी पूरा गर्‍यो ।

छानिएका समाचारहरूको इन-डेपथ र सूक्ष्म विश्लेषणले समाचारमा जेन्डरको माध्यम, विषय र बान्की (मिन्स, थिम्स र प्याटर्न) लाई केलाउने काम भयो । यस गुणात्मक विश्लेषणले जेन्डर स्टेरियोटाइपको निर्माण र निरन्तरता वा त्यसलाई चुनौती दिने क्रममा स्टोरी एङ्गल, भाषा र दृश्य प्रतिनिधित्वले निर्वाह गरेको भूमिकालाई विस्तारपूर्वक अध्ययन गर्‍यो ।

अनुसन्धान पद्धतिको विश्वसनीयता, सत्यता र सीमाहरूसमेतको पूर्ण छलफल "Who Makes The News ? The Global Media Monitoring Project 2010" नामक विश्व रिपोर्टमा समेटिएको छ ।

## अनुसूची २ : अनुगमनकर्ताहरूको सूची

१. मञ्जु थापा	राष्ट्रिय संयोजक र अनुगमनकर्ता
२. शान्ता भण्डारी	अनुगमनकर्ता
३. सरीता श्रेष्ठ	अनुगमनकर्ता
४. रेणु अधिकारी	अनुगमनकर्ता
५. शुभेच्छा बिन्दु	अनुगमनकर्ता
६. यामु कँडेल	अनुगमनकर्ता
७. भाषा शर्मा	अनुगमनकर्ता
८. जयदेव गौतम	अनुगमनकर्ता
९. राजेन मानन्धर	अनुगमनकर्ता



# WACC



WACC

308 Main Street

Toronto

ON M4C 4X7

Canada

**Tel:** +1 416 691 1999

**Fax:** +1 416 691 1997

[gmmp@waccglobal.org](mailto:gmmp@waccglobal.org)

[www.waccglobal.org](http://www.waccglobal.org)

[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

अस्मिता महिला प्रकाशन गृह,

सञ्चार तथा स्रोत संस्था

फोन नं. ०१ ५१४७१०६

पोष्ट बक्स नं. ४७९५, काठमाडौं, नेपाल

इमेल : [asmita@healthent.org.np](mailto:asmita@healthent.org.np)

Asmita Women's Publishing House

Media and Resource Organization (ASMITA)

Koteshwor, Kathmandu, Nepal

P.O. Box No. 4795 Phone- 977-1-5147106

Email : [asmita@healthent.org.np](mailto:asmita@healthent.org.np)