



media action nepal

लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता
(पत्रकार महिलाका बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा
महिला र फरक यौनिक समुदाय, सम्पादकीय र
विचारमा महिला सरोकार) विषयक अध्ययनमा आधारित

लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता (पत्रकार महिलाका
बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय,
सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकार) विषयक अध्ययनमा
आधारित

लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता (पत्रकार महिलाका बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय, सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकार) विषयक अध्ययनमा आधारित

प्रकाशक

मिडिया एक्सन नेपाल, काठमाडौं

सम्पादन

लक्ष्मणदत्त पन्त

लेखन / शोध

लक्ष्मणदत्त पन्त (परिच्छेद २)
डा. समिक्षा कोइराला (परिच्छेद १)
कल्पना आचार्य (परिच्छेद ३)
जेबी विश्वकर्मा र प्रियंका भा (परिच्छेद ४)
गणेश प्रसाद घिमिरे (परिच्छेद ५)

स्थलगत सहयोगी

नरेन्द्र ढकाल, प्रदेश १
हदिस खुद्दार, प्रदेश २
मधुसुदन दवाडी, वागमती प्रदेश
दुर्गा राना मगर, गण्डकी प्रदेश
सन्जु पौडेल, लुम्बिनी प्रदेश
ललितबहादुर बुढा, कर्णाली प्रदेश
उमाकान्त जोशी, सुदूरपश्चिम प्रदेश
फुर्पा शेर्पा, काठमाडौं उपत्यका

सर्वाधिकार

© मिडिया एक्सन नेपाल, काठमाडौं, २०७८

प्रकाशन सहयोग

क्यानडा फन्ड फर लोकल इनिशिएटिभ्स

Activity supported by the
Canada Fund for Local Initiatives
Activité réalisée avec l'appui du
Fonds canadien d'initiatives locales

Canada

आईएसबीएन: ९७८-९९३७-१-११८४-३

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता (पत्रकार महिलाका बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय, सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकार) विषयक अध्ययनमा आधारित यस प्रकाशनमा लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारिताको अभ्यासबारे चर्चा गरिएको छ। वास्तविक स्रोतको सही पहिचान र उल्लेख गरेर यसका अंशहरू प्रयोग गर्न सकिनेछ। यसमा व्यक्त विचार तथा विश्लेषण लेखक/शोधकर्ताको हो।

मूद्रण

क्रियटिभ आइडियाज नेपाल

प्रावकथन

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता (पत्रकार महिलाका बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय, सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकार) विषयक अध्ययनमा आधारित प्रस्तुत पुस्तक “लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक” क्यानडा फन्ड फर लोकल इन्सिएटिभ्सको सहयोगमा मिडिया एक्सन नेपालद्वारा प्रकाशन गरिएको हो। यस प्रकाशनमा मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशील सूचक, लैङ्गिक दुष्प्रचारको रोकथामका लागि आचारसंहिता, यौन र प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी हिंसा न्यूनीकरणमा मिडियाको भूमिकाको चर्चासहित काठमाडौं उपत्यका र प्रदेशका पत्रपत्रिका र अनलाइनले लैङ्गिक सवाललाई कतिको प्राथमिकता दिएर समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका छन् भन्ने हेरिएको छ।

लैङ्गिक संवेदनशीलता सूचकको कार्यान्वयनमार्फत सञ्चारमाध्यममा लैङ्गिक समानता र महिला सशक्तिकरणलाई सुनिश्चित गर्न, समाचारलाई लैङ्गिकमैत्री बनाउन, पत्रकार आचारसंहिताको पालनामार्फत लैङ्गिक दुष्प्रचारको रोकथाम गरी सञ्चारमाध्यमलाई समावेशी बनाउन तथा यौन र प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी विषयवस्तुबारे आममानिसहरूलाई जागरुक बनाउनेतर्फ मिडियाले खल्नुपर्ने भूमिकाबारे यस प्रकाशनका अन्तर्वस्तु र विश्लेषणले नेपाली सञ्चारमाध्यम र पत्रकारलाई सहयोग पुऱ्याउने विश्वास गर्न सकिन्छ।

यस प्रकाशनको परिच्छेद १ मा मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलताको चर्चासहित सञ्चार संस्थाहरूभित्र निर्णायक तहमा लैङ्गिक सन्तुलन, महिला र पुरुषहरूका लागि काम गर्ने सुरक्षित वातावरण, समान पारिश्रमिक, रणनीतिक उद्देश्य कार्य-जीवन सन्तुलन, पत्रकारका युनियन, क्लब र संघसंस्था, अन्य सञ्चारकर्मी तथा सञ्चारमाध्यमसम्बन्धी स्व-नियामक निकायमा लैङ्गिक समानता तथा सञ्चार संस्थाहरूद्वारा सञ्चार सामग्रीमा लैङ्गिक समानताको पक्षमा सम्पादकीय नीतिको प्रवर्धन गर्न अपनाउनु पर्ने सूचकहरू उल्लेख गरिएको छ। त्यसैगरी परिच्छेद २ मा लैङ्गिक दुष्प्रचारलाई लैङ्गिक दुर्व्यवहारको एक उपसमूहका रूपमा परिभाषित गर्दै महिला र यौनिक अल्पसंख्यकबिरुद्ध हुने भुटो वा भ्रामक सूचनाको सम्प्रेषणबाट जोगिन लैङ्गिकमैत्री पत्रकार आचारसंहिताको पालनामा जोड दिइएको छ। मानव जीवनमा यौन र प्रजनन स्वास्थ्य अत्यन्तै महत्वपूर्ण हुँदाहुँदै पनि यस विषयमा सार्वजनिक डबलीहरूमा पर्याप्त बहस र छलफल नभएको चर्चासहित यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी विषयलाई खुल्ला बहसको विषयवस्तु बनाउन र महिलामाथि हुने यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी हिंसा रोकथामका लागि मिडियाको भूमिकाबारे परिच्छेद ३ मा विश्लेषण गरिएको छ।

पत्रकार महिलाका बाइलाइन, समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय, सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकारका विषयलगायतका सूचकका आधारमा गरिएको नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलताको विश्लेषण यस पुस्तकको परिच्छेद ४ मा गरिएको छ। अध्ययनबाट नेपालका पत्रपत्रिका र अनलाइन मिडियाले लैङ्गिक सवाललाई खासै महत्वका मुद्दाका

रूपमा समावेश गर्न सकेको देखिएको छैन । अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियामा दुई महिनाको अवधिमा जम्मा २३ हजार ५१५ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित भएका छन् । तीमध्ये महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवालमा जम्मा ३८८ ओटा अर्थात १.६७ प्रतिशत सामग्री मात्रै प्रकाशित गरेका छन् । पत्रपत्रिका र अनलाइनको तुलनात्मक अध्ययन गर्दा जम्मा प्रकाशित पत्रकार महिलाका बाइलाइनमध्ये ४३ ओटा (६५ प्रतिशत) पत्रपत्रिकामा प्रकाशित भएको पाइयो भने २३ ओटा (३५ प्रतिशत) अनलाइनमा प्रकाशित भएको पाइयो । यो अध्ययनका क्रममा समावेश गरिएका २१ हजार ९१९ ओटा समाचारमध्ये धेरैजसोमा समाचारका स्रोतका रूपमा विभिन्न व्यक्तिलाई समावेश गरिएको छ । यसरी प्रकाशित समाचारमध्ये जम्मा ३४८ ओटा (१.६० प्रतिशत) समाचारमा मात्रै महिलालाई समाचारका स्रोतका रूपमा समावेश गरिएको छ ।

परिच्छेद ५ मा लैङ्गिक संवेदनशील मिडियाको प्रवर्धनका लागि रोडम्याप प्रस्तुत गरिएको छ । नेपाली मिडिया समावेशी हुन नसकेको, पत्रकार र मिडियालाई लैङ्गिक संवेदनशीलताका सूचकबारे पर्याप्त जानकारी नरहेको र लैङ्गिक पहिचान र समावेशीकरणलाई बढाउन सञ्चारगृहले स्पष्ट नीतिगत व्यवस्था गर्न नसकेको सन्दर्भमा प्रस्तुत रोडम्यापले मिडियामा लैङ्गिक समानता र न्याय प्रवर्धन गर्न तथा लैङ्गिक दुस्प्रचार रोकथाममा सहयोग पुऱ्याउने विश्वास गर्न सकिन्छ ।

यस प्रकाशन/अध्ययनको उद्देश्य मिडियालाई समावेशी बनाउन समाचार कक्ष र मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता तथा पत्रकार महिलाको सम्मानजनक र अर्थपूर्ण सहभागिता सुनिश्चित गर्न र लैङ्गिक दुस्प्रचार रोकन पत्रकारहरूलाई सत्य र तथ्यपरक सूचना उत्पादन र सम्प्रेषणका लागि प्रोत्साहित गर्नु हो । प्राप्त तथ्य र विश्लेषणका आधारमा नेपाली मिडियालाई लैङ्गिकरूपमा संवेदनशील बनाउन सुभावसमेत प्रदान गरिएको छ ।

सञ्चारगृहले लैङ्गिक संवेदनशील सूचकहरूको पालना र महिलामैत्री आचारसंहिताको कार्यान्वयन गर्नसके मात्रै मिडिया समावेशी भई लैङ्गिक दुस्प्रचार रोकन सकिन्छ । यही सन्दर्भलाई मध्यनजर गरी यस हाते पुस्तकको प्रकाशन गरिएको हो । नेपालका सातओटै प्रदेशका सञ्चारमाध्यममा कार्यरत १४० जना पत्रकारका लागि दुई चरणमा आयोजना हुने दुईओटा छुट्टाछुट्टै तालिमका सहभागि यस पुस्तकबाट लाभान्वित हुनेछन् ।

शोधमा आधारित यस हाते पुस्तक प्रकाशनको विभिन्न चरणमा सहयोग र योगदान गर्नुहुने सबैलाई धन्यवाद छ । यस विषयमा अध्ययन तथा हाते पुस्तक प्रकाशनको अवसर समेत प्रदान गरेकोमा क्यानडा फन्ड फर लोकल इनिशिएटिभ्सप्रति आभारी छौ । मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता, लैङ्गिक दुस्प्रचारको रोकथाम तथा महिलामैत्री पत्रकारिताबारे जान्न चाहने पत्रकार, अध्येता, पत्रकारिताका शिक्षक र विद्यार्थीसमेतले यस पुस्तकबाट आफ्नो ज्ञानको क्षितिज विस्तार गर्ने अपेक्षा गर्न सकिन्छ ।

मिडिया एक्सन नेपाल

विषयसूची

परिच्छेद	शिर्षक	पेज नं.
१	मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशील सूचकहरू	१
२	पत्रकारिताका नैतिक मानक तथा लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट पत्रकार आचारसंहिता	११
३	महिलामाथि हुने यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी हिंसा रोकथामका लागि मिडियाको भूमिका	२०
४	नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता : एक अध्ययन	२९
५	लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारिता प्रवर्धनका लागि रोडम्याप	४९
परिशिष्ट		५३
सन्दर्भ सामग्री		५७

परिच्छेद १:
मिडियामा लैङ्गिक
संवेदनशील सूचकहरु

मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशील सूचकहरू

१.१ विषय प्रवेश

मिडियाले लैङ्गिक भूमिका निर्माणमा महत्वपूर्ण योगदान गर्न सक्छ । पुरुष र महिलाबारेका हाम्रा धारणालाई आकार दिनेमा मिडिया सबैभन्दा शक्तिशाली तत्वमध्येको एक हो । सबै खाले मिडियाले लैङ्गिकतासम्बन्धी फरक-फरक विचार/धारणालाई सम्प्रेषण गर्छन् । त्यस्ता कैयौं धारणाहरूले अवास्तविक र रूढिवादी चित्रणलाई ताजा बनाइरहन्छन् । सञ्चारमाध्यमको भूमिका अवस्था जस्तो छ त्यसलाई ऐनाले जसरी उस्तै रूपमा देखाउनु मात्र होइन, समाधान र सुधार गर्नुपर्ने कुराप्रति सर्वसाधारणको ध्यानाकर्षण गराउनु पनि हो । मिडियाले तात्कालिक घटनाहरूको जानकारी दिने मात्र गर्दैन, सामाजिक मुल्य मान्यताको पुनरूत्पादन पनि गर्छ । त्यसकारण काम गर्ने वातावरणमा महिला, पुरुष एवम् यौनिक तथा लैङ्गिक अल्पसङ्ख्यकहरूको प्रतिनिधित्वमा लैङ्गिक समानता प्रवर्द्धनका लागि मिडिया एउटा महत्वपूर्ण माध्यम बन्न सक्छ। समाचार एउटा सांस्कृतिक उपज भएकाले त्यसले लिङ्ग, वर्ग र जातीयता तथा अन्य आधारमा को र के महत्वपूर्ण हो भन्नेबारे धारणाहरूलाई दर्शाउँछ । अर्को शब्दमा भन्ने हो भने- समाचारमा प्राय सुनिने र देखिने व्यक्ति वा विचारधारालाई शक्तिशाली बनाउँछ । त्यसो त हामी सञ्चारमाध्यम र सूचनाबाट चाँडै नै प्रभावित हुने समाजमा छौं । हामीले समाचारमा जे सुन्छौ र पढ्छौ त्यसले कुनै पनि लिङ्ग विशेषप्रति हाम्रो बुझाइमा प्रत्यक्ष प्रभाव पार्छ ।

विगत ६ दशकमा गरिएका लैङ्गिक र मिडियासम्बन्धी अध्ययन/अनुसन्धानले लिङ्ग र सञ्चारमाध्यमका सामग्री बीचको सम्बन्धलाई उजागर गरेका छन् । समाचार सामग्रीमा लैङ्गिक असमानतालाई कम गर्ने दिशामा केही प्रगति भए पनि समाचार स्रोतका रूपमा महिलाहरूको उपेक्षा र उनीहरूलाई पूर्वाग्रही वा रूढिवादी तरिकाले प्रस्तुत गर्नेजस्ता समस्या चिन्ताको विषय बनेका छन् ।

सञ्चारकर्मी र मिडियामा कार्यरत अन्य व्यक्तिले कसरी लैङ्गिक समानतामा योगदान गर्न सक्छन् भन्ने बुझ्नका निम्ति निम्न लिखित प्रश्नबारे छलफल गर्नु महत्त्वपूर्ण हुन्छ । पुरातनपन्थी वा पौराणिक लैङ्गिक मान्यतालाई प्राथमिकता दिने र लैङ्गिक संवेदनशीलताहीन समाचारले लैङ्गिक असमानता बढाउन र पितृसत्तात्मक समाजमा हुँदै गरेको महिला सशक्तिकरणलाई प्रभावित गर्न सक्छन् । तर समाचारका विषय वस्तु र समाचारको स्रोत निर्धारण गर्न समाचार कक्ष वा सञ्चार संस्थाको लैङ्गिकसमानताको अवस्थाले के असर पार्छ त ? विभिन्न शोधकर्ताहरूले(आर्मस्टड, २००४; गिल, २००७) महिला पत्रकारले समाचारको प्रस्तुतिमा संवेदनशीलताको साथै भिन्न अनुभव लिएर आउने बताएका छन् । महिलाहरूको जीवनको अनुभवले गर्दा उनीहरूको समाचारको कोण र समाचारको स्रोत तुलनात्मक हिसाबले लैङ्गिक संवेदनशील हुने गरेको विभिन्न अध्ययनले देखाएको छ । (च्याम्बर र अरू, २००४; जिएमएमपि, २०१५) । उदाहरणका लागि महिला पत्रकारहरूले आफ्ना

पुरुष सहकर्मीहरू भन्दा महिला समाचार विषयहरू धेरै पटक छनोट गरेको ग्लोबल मिडिया रिपोर्टिंग प्रोजेक्टको अध्ययनले देखाएको छ । महिला रिपोर्टहरूले रिपोर्ट गरेका ३३ प्रतिशत अनलाइनका समाचारमा महिला स्रोतहरू भएको र पुरुषहरूले रिपोर्ट गरेका अनलाइन समाचारहरूमा २३ प्रतिशत मात्रै महिला स्रोतहरू भएको उक्त प्रतिवेदनमा उल्लेख छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा उन्नाइसौँ शताब्दीमा पत्रपत्रिका, सन् १९०० को आरम्भमा रेडियो, सन् १९४० को दशकमा टेलिभिजन र सन् १९९० ताका नयाँ प्रविधिको विकास हुँदै मिडिया आजको अवस्थामा आइपुगेको हो । नेपाली मिडियाले पनि प्रविधिको साथै राजनीतिक र सामाजिक परिवर्तनहरू पार गरेको छ । तर महिला सहभागिता र लैङ्गिक संवेदनशील चित्रणमा सञ्चार संस्थाहरूमा एकदमै कम मात्र उपलब्धि भएको जस्तो देखिन्छ ।

सञ्चार संस्थाहरूलाई पनि लैङ्गिक संवेदनशील बनाउन सरकारी र गैरसरकारी संस्थाहरूले प्रयास जारी राखेका छन् । लैङ्गिकनीति समेत केहि समाचार संस्थाहरूमा लागू पनि भएका छन् । विगत २० वर्ष यता महिला पत्रकारको संख्या पनि बढ्दै गएको छ ।

नेपाल पत्रकार महासंघको तथ्यांकलाई नै आधार बनाउने हो भने पनि दुई दशक अघि नगन्य महिला पत्रकारको उपस्थिति २०२१ सम्ममा करिव २० प्रतिशतको हाराहारीमा पुगेको छ । सञ्चार संस्थाहरूमा केहि परिवर्तन भए पनि विभिन्न अध्ययनहरूले देखाए अनुसार महिला पत्रकारहरूलाई काम गर्ने वातावरणको अभाव छ । सञ्चारिका समूहको सन् २०१६ को सर्वेक्षणअनुसार करिव २० प्रतिशत महिला पत्रकारले तलवमा लैङ्गिक विभेद भोगेको बताएका थिए । महिला पत्रकारको केही मात्रामा सहभागिता बढेको भए पनि कार्यरत महिला पत्रकारलाई आवश्यक वातावरण र प्रोत्साहनको अभावमा छोटो समय मात्रै पत्रकारिता अगाली अन्य क्षेत्रमा प्रवेश गर्ने चलनलाई पनि अध्ययनहरूले चुनौतीको रूपमा औल्याएको छन् (कोइराला, २०१६; सञ्चारिका, २०१६)। पन्त (२०२०) का अनुसार समाचार कक्षमा लैङ्गिक समानता र सुरक्षा प्रवर्धन गर्ने स्पष्ट नीतिको अभावमा नेपाली सञ्चारमाध्यममा काम गर्ने पत्रकारमहिलाहरू यौन दुर्व्यवहार लगायतका विभिन्न किसिमका भेदभावको शिकार भएका छन् ।

तर पछिल्लो क्रममा बढ्दै गएको नयाँ पुस्ताको सहभागिताले भने केही वर्षमै उल्लेख्य महिला नेतृत्व तहमा पुग्ने सक्ने सम्भावनालाई नकार्न सकिन्न । पछिल्लो समयमा केहि राष्ट्रियस्तरका पत्रिका र अनलाइनमा पनि महिला पत्रकारहरू सम्पादकको जिम्मेवारीमा पनि देखिन थालेका छन् ।

केही संस्थाहरूले यस दिशामा सफल काम गरेका उदाहरणहरू छन् । पत्रकार महिलाद्वारा मात्र लेखिएका फिचर प्रकाशित गर्ने र पत्रकार महिलाको सुरक्षाको लागि विशेष तालिम र नीति तर्जुमा जस्ता प्रयासहरू सञ्चारिका समूह, वर्किङ वुमन जर्नालिस्ट, मिडिया एक्सन नेपाल, रेडियो र टेलिभिजनसम्बन्धी महिलाहरूको अन्तर्राष्ट्रिय संगठन (IAWRT) जस्ता संस्थाहरूले गरेका छन् । तर यस्ता कार्यक्रमले पनि सञ्चार संस्थाहरूको माथिल्लो पदमा महिलाको अनुपस्थिति र पत्रकार महिलाका लागि सुरक्षित वातावरणको आवश्यकतालाई सम्बोधन गर्न सकेको छैन ।

मिडियाका लागि युनेस्कोको लैङ्गिक संवेदनशीलता सूचक (Gender-Sensitive Media Indicator) लाई सञ्चारमाध्यम भित्र र सबैखाले मिडियाहरूमा लैङ्गिक समानता र महिला सशक्तिकरणलाई सुनिश्चित गर्न र समाचारलाई लैङ्गिकमैत्री बनाउनका निम्ति एउटा महत्वपूर्ण औजारका रूपमा लिन सकिन्छ। उक्त पुस्तिकालाई साभार गर्दै लैङ्गिक संवेदनशील मिडियाको लागि केही सूचकहरूयहाँ प्रस्तुत गरिएका छन् :

१.२ लैङ्गिक संवेदनशील मिडिया सूचकहरू

मिडियाका लागि युनेस्कोको लैङ्गिक संवेदनशील सूचक (Gender-Sensitive Media Indicator) लाई दुई भागमा वर्गिकरण गरेको छ। जस अन्तर्गत सञ्चार संस्थाभित्र लैङ्गिक समानता अभिवृद्धिका लागि गर्नुपर्ने कार्यहरू रसञ्चार सामग्रीमा लैङ्गिक चित्रणबारे चर्चा गरिएको छ। यस खण्डमा हामी समाचार सामग्रीभन्दा पनि समाचार संस्था र महिला सहभागिताका विषयमा केन्द्रित हुनेछौं। समाचार संस्थामा लैङ्गिक संवेदनशीलता सुनिश्चित गर्नका लागि संस्थागत आन्तरिक नीतिका साथै पत्रकार महिलाको क्षमता अभिवृद्धिलाई यस पुस्तकले औंलाएको छ।

क. सञ्चार संस्थाहरूभित्र निर्णायक तहमा लैङ्गिक सन्तुलन सूचकहरू

१. स्वामित्व, व्यवस्थापन र सञ्चालक समितिमा महिलाहरूको अनुपात।
२. सञ्चार संस्थाभित्र नेतृत्व तह (प्रधान सम्पादक, सम्पादकहरू, विभागीय प्रमुखहरू, डेस्क प्रमुखहरू) र त्यस्ता पदमा महिलाहरूको अनुपात।
३. निर्णायक तहमा लैङ्गिक सन्तुलन सुनिश्चित गर्ने कार्यबारे बारम्बार गरिने समीक्षा र रिपोर्टिङ।
४. समान अवसर र महिलाको कार्यक्षमता अभिवृद्धिका लागि सबैखाले अवरोध हटाउनका लागि अपनाइएका उपाय र नीतिहरू (उदाहरण: शिसु स्याहार, आवश्यक परेमा पार्ट टाइम वा आंशिक रोजगारीको व्यवस्था, व्यवस्थापन तहमा पुनका निम्ति साभार र पारदर्शी चयन लगायत)।
५. निर्णायक तहमा महिला प्रतिनिधित्वका लागि विशेष आरक्षण (कोटा) प्रणालीको व्यवस्था।
६. संगठनात्मक संरचनाको सबै तहमा मिडियामा महिला उपस्थिति बढाउन सकारात्मक कार्य र सकारात्मक कार्य समितिको व्यवस्था।
७. कार्यस्थलमा सबैको पहुँचयोग्य र पारदर्शी विधिमा गरिएको रोजगार घोषणाको अनुपात।
८. निर्णयमा लैङ्गिक सन्तुलन सम्बन्धी नीतिहरूको प्रचार प्रसार।

ख. कार्य र कार्यावस्थाको लैङ्गिक समानता सूचकहरू

१. कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानताको अनुगमन र मूल्याङ्कनका लागि लैङ्गिक डेस्क वा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण अधिकृतहरूको व्यवस्था ।
२. महिला र पुरुष दुवैको सरोकारलाई सम्बोधन गर्न लैङ्गिक डेस्क वा लैङ्गिक मूलप्रवाहीकरण अधिकृतहरूको व्यवस्था भएकोबारे कर्मचारीहरूमा सचेतना।
३. कार्यस्थलमा लैङ्गिक समानताको अनुगमन र मूल्याङ्कन प्रणालीको व्यवस्था।
४. सञ्चार संस्थाका विभिन्न विभागहरू (जस्तै: समाचार कक्ष र उत्पादन स्थल) र सबै तहहरू (कनिष्ठ, मध्यम र शीर्ष व्यवस्थापन) मा काम गर्ने महिला तथा पुरुषको अनुपात ।
५. समाचार कक्षमा महिलाको प्रतिशत बढाउने कार्यबारे बारम्बार (Cyclical) गरिने समीक्षा र रिपोर्टिङ ।
६. कामको सामान्य अवस्था/वातावरण र पारिश्रमिक तथा पदोन्नतिका अवसरसहित अधिकारका सन्दर्भमा समान व्यवहार सुनिश्चित गर्ने मिडिया नीतिको व्यवस्था ।
७. महिला र पुरुषको समान पारिश्रमिक र पदोन्नति दरबारे बारम्बार समीक्षा र रिपोर्टिङ ।
८. वार्षिक रूपमा बढुवा हुने तथा स्थापित नीति अनुसार गरिएको तलब वृद्धिको प्रस्तावमा महिला र पुरुषको अनुपात ।
९. पेन्सन योजनासहित रोजगारी र लाभहरूको समान अवस्था ।
१०. नियुक्तिमा समान र पारदर्शी अभ्यासहरू (जस्तै: सबै अन्तर्वार्ता टोलीहरू लैङ्गिक रूपमा सन्तुलित हुनुपर्छ, नियुक्ति प्रक्रियाको कुनै न कुनै चरणमा लैङ्गिक अधिकृतको संलग्नता हुनु)।
११. महिला र पुरुषबीच समान व्यवहार सुनिश्चित गर्ने सामूहिक सम्झौताको व्यवस्था ।
१२. लैङ्गिक समानता सम्बन्धी सबै नीतिदेखि महिलाविरुद्ध हुने सबै प्रकारका भेदभावको उन्मूलनसम्बन्धी संयुक्त राष्ट्रसंघीय महासन्धी (CEDAW) कासान्दर्भिक धाराहरू जस्तै: धारा २, ४, १०, ११, आदिको अवलम्बन ।

यस महासन्धीको धारा २ मा महिलामाथि हुने सबै हिंसाको निन्दा, ४ मा लैङ्गिक समानता प्राप्तिका लागि अस्थायी विशेष उपायको खोजी गर्ने, १० मा पुरातन लैङ्गिक भूमिका सम्बन्धि धारणा सबै तहमा हटाउने र महिला र पुरुषलाई सबै खाले रोजगारी र अवसरमा समान भूमिका दिन र धारा ११ मा महिला र पुरुष बीचको समानता सुनिश्चित गर्नको लागि रोजगारीको क्षेत्रमा महिला विरुद्धको भेदभाव हटाउन सबै उपयुक्त उपायहरू अवलम्बन गर्न लगायतका बुँदा उल्लेख छन् ।

१३. महिलाको सहभागितामालैङ्गिक-उत्तरदायी बजेटको अनुगमन ।
१४. समान व्यवहारसहित लैङ्गिक मानव संसाधन नीतिको व्यवस्था ।
१५. लैङ्गिक मानव संसाधन नीतिको प्रचारप्रसार ।
१६. सञ्चार संस्थाहरूले आफ्ना कर्मचारीलाई महिला र पुरुषलाई समान व्यवहार गर्ने श्रम कानूनको वितरण/उपलब्धतालाई कति सहज बनाउँछन् ?
१७. आंशिक रूपमा काम गर्ने सम्भौता भएका पुरुष र महिला कर्मचारीको अनुपात ।
१८. स्थायी वा निश्चित अवधिको नियुक्ति सम्भौता भएका पुरुष र महिलाको अनुपात ।
१९. विभिन्न विषयका समाचारहरू (जस्तै: खेलकुद, राजनीति र सशस्त्र द्वन्द्व) उत्पादन गर्ने वा रिपोर्टिङ गर्ने पुरुष र महिलाको अनुपात।
२०. कम भएका स्थानमा विभिन्न विषयका समाचार उत्पादन गर्ने वा रिपोर्टिङ गर्ने महिलाको प्रतिशत बढाउनका लागि विशेष कार्यहरू (जस्तै कोटा) ।
२१. महिलाको संलग्नता बढाउनका लागि गरिएका कार्यहरूको बारम्बार (Cyclical) गरिने समीक्षा र रिपोर्टिङ ।

ग. महिला र पुरुषहरूका लागि काम गर्ने सुरक्षित वातावरण सूचकहरू

१. महिला र पुरुषका विभिन्न आवश्यकतालाई ध्यान दिएर दिइने सुविधाको व्यवस्था। (महिलाका लागि अबेर राति ड्युटीपछि सुरक्षित यातायात, महिलाका लागि छुट्टै शौचालय, युद्ध क्षेत्रको रिपोर्टिङ गर्ने महिलाका लागि सुरक्षा उपकरणलगायत) ।
२. कार्यस्थलमा यौन दुर्व्यवहार र धम्क्याउने (Bullying) का सम्बन्धमा व्यापक रोकथाम, गुनासो, सहायता र रोकथाम प्रणालीको व्यवस्था एवम् कार्यान्वयन।
३. महिला र पुरुषका लागि सुरक्षित काम गर्ने वातावरण तथा अन्तरलाई सम्बोधन गर्नका लागि गरिएका कार्यहरू सम्बन्धी CEDAW का सान्दर्भिक धाराहरू संलग्न सञ्चार नीतिहरू (जस्तै: उत्पीडन र धम्कीबारे उजुरी) ।

घ. समान, पारिश्रमिक तलब सूचकहरू

१. समान मूल्यको कामका लागि महिला र पुरुष मिडियाकर्मीको समान पारिश्रमिक ।
२. अन्तर्राष्ट्रिय श्रम संगठन (ILO) को समान पारिश्रमिक महासन्धि (१००) को कार्यान्वयन । समान पारिश्रमिक महासन्धि (१००) रोजगारीमा लैङ्गिक भेदभावमा केन्द्रित छ र यसले समान कामको लागि समान पारिश्रमिकको सिद्धान्तको आधार तयार गर्दछ ।
३. महिला र पुरुषको तलब संरचना निर्धारण गर्नका लागि समान मापदण्ड प्रयोग गरी मिडिया कम्पनी भित्र बनाइएको पारदर्शी तलब स्केल ।
४. पारदर्शी वार्षिक वेतन लेखापरीक्षण ।
५. पारिश्रमिकको बारम्बार रूपमा गरिने आन्तरिक र बाह्य मूल्याङ्कन ।
६. महिला र पुरुषका लागि समान तलब सुनिश्चित गर्ने प्रावधानहरू सहितका सामूहिक सम्झौताहरू ।

ङ. रणनीतिक उद्देश्य कार्य-जीवन सन्तुलन सूचकहरू

१. महिला र पुरुषका लागि लचिलो कार्य व्यवस्था र त्यसको कार्यान्वयन ।
२. लचिलो कार्य व्यवस्था उपलब्ध गराउने सामूहिक सम्झौताहरू ।
३. लचिलो कार्य व्यवस्थाका विशेष नीतिहरू ।
४. लचिलो कार्य व्यवस्थाका व्यवस्थित अभिलेखहरू ।
५. सबै मिडियाकर्मीको पर्याप्त अवधि सहितको वैतनिक सुत्केरी तथा सुत्केरी स्याहार बिदामा पहुँच ।
६. सबै कर्मचारीलाई गुणस्तरीय बाल स्याहार तथा सहयोग सुविधाको उपलब्धता र पहुँच ।
७. सुत्केरी र सुत्केरी स्याहार तथा अभिभावकत्व सम्बन्धी बिदा एवम् बालबालिकाका लागि दिइने सुविधासम्बन्धी विशेष व्यवस्था र नीतिहरू ।

च. पत्रकारका युनियन, क्लब र संघसंस्था, अन्य सञ्चारकर्मी तथा सञ्चारमाध्यमसम्बन्धी स्व-नियामक निकायमा लैङ्गिक समानता सूचकहरू

१. ती संरचनाका सबै तहको निर्णय प्रक्रियामा महिलाको उपस्थिति र सहभागिताको अनुगमन तथा मूल्याङ्कन गर्ने प्रणालीको व्यवस्था तथा त्यसको कार्यान्वयन ।
२. ती संरचनामा महिलाको नेतृत्वसम्बन्धी तालिमको उपलब्धता, पहुँच र प्रवर्द्धन ।
३. सदस्यताका सम्बन्धमा मताधिकारको उपलब्धता, पहुँच र प्रवर्द्धन ।
४. त्यस्ता संरचनाका निर्णय प्रक्रियामा महिलाको प्रतिनिधित्वका लागि कोटा प्रणालीको व्यवस्था ।
५. ती संरचनामा महिला नेतृत्व बढाउन सकारात्मक कार्यहरूको व्यवस्था ।
६. सदस्यतामा महिला र पुरुषहरूको अनुपात ।
७. मतदानमा सहभागी हुने महिला र पुरुषको अनुपात ।
८. संस्थाहरूमा काम गर्ने पुरुष र महिलाको अनुपात ।
९. त्यस्ता संरचनामा सबै श्रेणीका निर्णायक तहमा महिला र पुरुषको अनुपात ।
१०. नेतृत्व र सबैखाले गतिविधि/कार्यक्रममा महिला सहभागिता सुनिश्चित गर्न र थाहा पाउनका लागि ती संरचनाको वार्षिक मूल्याङ्कन ।
११. युनियन/व्यावसायिक संस्थाका मार्गनिर्देशक सिद्धान्त तथा व्यावसायिक मूल्यमा लैङ्गिक संवेदनशीलताको समावेशीकरण ।
१२. सदस्यबीच त्यस्ता सिद्धान्त र मूल्यको प्रवर्द्धन ।
१३. सञ्चार अभ्यासमा लैङ्गिक संवेदनशीलता र विविधताको सम्मानको आवश्यकतालाई प्रतिबिम्बित गर्ने नीति, आचारसंहिता, शैली पुस्तक/म्यानुअल जस्ता स्रोतहरूको ग्रहण र प्रवर्द्धन ।

सञ्चार संस्थाहरूद्वारा सञ्चार सामग्रीमा लैङ्गिक समानताको पक्षमा नैतिक आचार/सम्पादकीय नीतिको प्रवर्द्धन सूचकहरू

१. मिडिया अभ्यासहरू (जस्तै स्रोत खोज्ने) को विशेष सन्दर्भसहित (लिखित) लैङ्गिक नीतिको व्यवस्था ।
२. लैङ्गिक प्रतिनिधित्वको सन्दर्भ समावेश भएको (लिखित) आचार/नियमावली को व्यवस्था ।
३. लैङ्गिक संवेदनशील रिपोर्टिङका लागि साधनस्रोतको उपलब्धता जस्तै शैली पुस्तक/म्यानुअल, विभिन्न विषयका महिला विशेषज्ञहरूको डाइरेक्टरी, व्यक्ति वा एजेन्सीहरूको सूची- जसले पत्रकार र सिर्जनात्मक तथा प्राविधिक कर्मचारीलाई लिङ्गवादबाट जोगिन र लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई व्यावसायिक अभ्यासको आवश्यक तत्वको रूपमा अपनाउन मद्दत गर्न विभिन्न विषयमा लैङ्गिक कोण वा दृष्टिकोण दिन सक्छन् ।
४. सम्पादकसहित कर्मचारीमा लैङ्गिक/विविधता नीति, लैङ्गिकता तथा विविधतासम्बन्धी संवेदनशील आचारसंहिता र शैली पुस्तक/म्यानुअलबारे सचेतना र ग्रहणशीलता ।

५. सञ्चालक समिति सदस्यहरू र वरिष्ठ प्रबन्धकहरूसहित व्यवस्थापनकर्मीहरूमा लैङ्गिक/विविधता नीति, लैङ्गिकता तथा विविधतासम्बन्धी संवेदनशील आचारसंहिता र शैली पुस्तक/म्यानुअलबारे सचेतना र ग्रहणशीलता ।
६. प्रभावकारिता मापन र लैङ्गिक नीति, लैङ्गिक-संवेदनशीलतासम्बन्धी आचारसंहिता, शैली पुस्तक/म्यानुअल र प्रशिक्षण कार्यक्रम/कार्यशाला जस्ता उपायको उपलब्धि मूल्याङ्कन गर्न सञ्चार सामग्रीको आवधिक/निरन्तर आन्तरिक अनुगमनको व्यवस्था ।
७. प्रेस काउन्सिल जस्तै सञ्चार सामग्रीहरूमा लैङ्गिक समानतासम्बन्धी विषयबारे उजुरी र आलोचनाका लागि सर्वसाधारणलाई मञ्च प्रदान गर्ने आन्तरिक संयन्त्रहरूको व्यवस्था र त्यसको सर्वसाधारणलाई जानकारी भएको सुनिश्चितता ।

**माथि उल्लेखित सूचकहरू लैङ्गिक संवेदनशील सञ्चार संस्था बनाउन अपरिहार्य छ ।
नेपालको सन्दर्भमा निम्न कुरामा ध्यान पुऱ्याउन आवश्यक छ :**

- लैङ्गिक नीति समाचार, सञ्चार सामग्रीका साथै कार्यरत पत्रकार र कर्मचारीको व्यावसायिक सुरक्षा र लैङ्गिक संवेदनशीलता कायम हुने गरि निर्माण गरि प्रभावकारी कार्यान्वयन गर्नुपर्ने । उक्त नीति तर्जुमा र कार्यान्वयनमा पत्रकार महिलालाई प्रत्यक्ष सहभागि गराउने ।
- कार्यस्थलमा हुने यौन दुर्व्यवहार र हिंसाका विषयमा शुन्य सहनशीलता लिई कानुनी कारवाहीमा सहयोग पुऱ्याउने ।
- अनलाइन वा अफलाइन दुवैमा हुनसक्ने यौन दुर्व्यवहार र हिंसाका घटना सजिलै रिपोर्ट गर्न मिल्ने आन्तरिक संयन्त्र बनाउने ।
- आफ्नो सञ्चार गृहमा कार्यरता सम्पूर्ण कर्मचारीका लागि सरकारी र गैरसरकारी संस्थासँग सहकार्य गरि नियमित लैङ्गिक सचेतना तालिम संचालन गर्ने ।
- लैङ्गिकता वा यौनिकताको को आधारमा आफ्ना सहकर्मीलाई प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्ष रूपमा होच्याउने वा अफूठयारो महसुस हुने गरि व्यवहार नगर्ने ।
- रात्रीकालीन समयमा काम गर्ने पत्रकार महिलाका लागि अनिवार्य यातायातको व्यवस्था गर्ने ।
- सुत्केरी विदाको अनिवार्य कार्यान्वयन गरि नयाँ आमाबुवालाई आवश्यकता अनुसार लचिलो कार्यालय समय बनाईदिने ।
- महिला पत्रकारलाई क्षमता विकास सम्बन्धी तालिम, विदेश भ्रमण, फेलोसिपलगायतमा विशेष प्राथमिकता दिने ।
- समान मूल्यको कामका लागि महिला र पुरुष मिडियाकर्मीको समान पारिश्रमिक र सुविधा गरि तलववृद्धि, पदोन्नतीका प्रकियालाई पारदर्शी बनाउने ।

- सबै तहमा महिलाको सहभागिता सुनिश्चित गर्न आवश्यक सयन्त्र तयार गरि महिला सञ्चारकर्मीलाई सकारात्मक विभेदको नीति अनुरूप बढुवा प्रक्रिया लचिलो बनाउने ।
- सञ्चारकर्मीका पेशागत संघ संगठनका सबै तहमा महिलाको समानुपातिक सहभागिता सुनिश्चित गर्ने ।

नेपालको सन्दर्भमा मिडियामा महिला सहभागिता बढ्दै गएपनि सञ्चारगृहहरूले सम्पादकीय नेतृत्वमा महिलाको सहभागिता सुनिश्चित गर्ने वातावरण बनाउन सकेका छैनन् । पुन (२०२१) का अनुसार नेपाली समाचार कक्षहरू सामान्यतया पुरुषहरूको नेतृत्वमा सञ्चालित छन् र अनलाइनबाहेकका राष्ट्रियस्तरका सञ्चारमाध्यममा त महिला सम्पादकको संख्या शून्य छ । नोर्डिक मुलुकहरूमा सन् १९९५ मै महिलाको सहभागिता करिब ५० प्रतिशत थियो तर नेपालमा सन् २०२० मा पनि कुल श्रमशक्तिको न्यूनतम एक तिहाइ पनि पुग्न सकेको छैन । सन् २०१३ मा स्विडेनमा महिला प्रधान सम्पादकको संख्या ४० पुगेको अवस्थामा नेपाल सन् २०१६ सम्ममा एक प्रतिशत भन्दा पनि कम भएको सञ्चारिका समूहको सर्वेक्षणले देखाउँछ ।

पत्रकारितामा महिलालाई प्रवेशमा गरिने भेदभाव हट्दै गएको छ । महिला सञ्चारकर्मीहरू पनि रात्रीकालीन सिफ्टमा काम गर्न थालेका छन् र विस्तारै पुराना मान्यताहरूलाई तोड्दै पुरुष समकक्षीहरूले गर्ने गरेका विट र अन्य जिम्मेवारी लिन थालेका छन् । तर, शिशु स्याहार, यातायात, सुत्केरी बिदा, छुट्टै शौचालयको व्यवस्था, बराबर तलब जस्ता आधारभूत सुविधाका कारण महिला सहभागितामा प्रभाव परेको छ । अनलाइन र अफलाइन दुर्व्यवहारले पनि महिला पत्रकारहरूको सहभागितामा जोखिम खडा भएको छ । पेसा प्रवेशका अवरोधहरू खुकुला भए पनि पहिलेदेखि नै कार्यरतहरूको अवस्था खासै राम्रो छैन । उनीहरूको प्रगति वा पदोन्नतिलाई हेर्दा सन्तोषजनक नतिजा वा उदाहरण फेला पर्दैनन् ।

महिलाको विषयमा समाचार सामग्री मात्रमा होइन, समाचार निर्माता र उत्पादकहरूको रूपमा उपस्थिति अभै पनि पुरुषहरूको तुलनामा सन्तोषजनक छैन । सामाजिक सञ्जाल जस्ता माध्यमले पुरानो संरचनाबाट टाढा रहेर नयाँ अवसरहरू प्रदान गर्न सक्छ भन्ने मान्यतामा पनि विज्ञहरू सहमत हुन सकेका छैनन् । सञ्चार माध्यमको परिवर्तन सँगै लैङ्गिक सम्बन्धलाई संवेदनशील रूपमा बुझ्ने नयाँ अवसरहरू भने सिर्जना भएका छन् । नयाँ प्रविधिको उचित प्रयोग गरि कसरी महिलाको सहभागिता सँगै लैङ्गिकताका अन्य मुद्दालाई सम्बोधन गर्न सकिन्छ, त्यसतर्फ वृहत छलफल र अनुसन्धानको आवश्यकता छ ।

परिच्छेद २:
पत्रकारिताका नैतिक
मानक तथा लैङ्गिक
दृष्टिकोणबाट पत्रकार
आचारसंहिता

पत्रकारिताका नैतिक मानक तथा लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट पत्रकार आचारसंहिता

२.१ विषय प्रवेश

मिडियाले नागरिकलाई सूचनामार्फत सशक्त बनाई वाचडग अर्थात शक्ति र सत्तामाथि निरन्तर निगरानी राख्ने जिम्मेवारीको बहन समाचार सत्य भए नभएको छुट्याउने विधि अर्थात सत्यापनका आधारमा गरिनु पर्नेमा विज्ञहरूले जोड दिएका छन् । सत्यापनको अभाव वा अनुपस्थितिमा समाचारकै मृत्यु हुन्छ भन्दै रेमी र पन्त (२०७५) लाई उधृत गर्दै मिडिया एक्सन नेपाल (२०७७) ले सत्यापन समाचारको प्राण र पत्रकारिताको अत्यावश्यक नैतिक मानक भएको उल्लेख गरेको छ । त्यसो त मिडियाको पहिलो दायित्व भनेको सत्य, तथ्य र निस्पक्ष समाचार सम्प्रेषण गर्नु हो, सत्यापनले पत्रकारितालाई मनोरञ्जन, कला, कथा र प्रचारबाजीसँग छुट्याउछ भन्ने कुराको हेक्का सूचना र समाचारको दुनियामा काम गर्नेले राख्नै पर्दछ (मिडिया एक्सन नेपाल, २०७७) ।

स्वस्थ, विश्वसनीय र तथ्यपरक पत्रकारिताको विकास र अभ्यासका लागि नैतिक मानक र आचारसंहिता महत्वपूर्ण मानिन्छ । सन् १९१६ मा स्वीडिस प्रेस काउन्सिलको स्थापनासँगै पत्रकार आचारसंहिताबारे बहस सुरु भएको हो । त्यसैगरी सन् १९२२ मा अमेरिकी समाचारपत्र सम्पादक समाज (आस्ने) ले छ बुँदे आचारसंहिता जारी गर्‍यो, जुन 'क्यानसस अफ जर्नलिज्म' नामले परिचित छ । यसले पत्रकारिताको व्यावसायिक निष्ठा, मर्यादा, जिम्मेवारी, प्रेस स्वतन्त्रता, सूचनाको सत्यापनजस्ता पक्षमा मूलभूत रूपमा जोड दिएको छ ।

सन् १९३० को दशकतिर अमेरिकी पत्रकारितामाथि बजारू शक्तिको इसारामा चलेको राजनीतिक शक्तिसँग नाता कायम गरेको तथा सनसनीपूर्ण समाचारको साहरा लिएको र यसबाट नागरिकको सुसूचित हुन पाउने हक हनन भएको आरोप लाग्यो । यद्यपि, यस्तो आरोप अमेरिकी पत्रकारिताले यसभन्दा अघि पनि सहिसकेको थियो । यही पृष्ठभूमिमा सन् १९४२ मा सिकागो विश्वविद्यालयका अध्यक्ष रोवर्ट हचिन्सको नेतृत्वमा एक आयोग गठन गरियो, जसको नाम थियो, कमिसन अन फ्रिडम अफ द प्रेस । त्यो आयोग अर्थात 'हचिन्स कमिसन'ले तत्कालीन अमेरिकी पत्रकारितालाई जिम्मेवार र मर्यादित बनाउन तमाम विषयमा सुझाव दिएको छ ।

उक्त आयोगले प्रेसको सामाजिक उत्तरदायित्वको सिद्धान्तलाई केन्द्रमा राखेर सन् १९४७ मा सार्वजनिक गरेको प्रतिवेदनमा स्वतन्त्र र उत्तरदायी प्रेसका निम्नलिखित पाँचओटा मान्यताहरू अघि सारेको छ :

१. सञ्चारमाध्यम र पत्रकारले सत्यमा आधारित अर्थपूर्ण सूचनाको ब्यापक विवरण सन्दर्भअनुसार प्रस्तुत गर्नुपर्दछ ।
२. मिडियाले सार्वजनिक टिप्पणी र आलोचनाका लागि मञ्च प्रदान गर्नुपर्दछ ।
३. समाजका विभिन्न समूहको प्रतिनिधिमुलक तस्विर प्रस्तुत गर्ने ।

४. सांस्कृतिक सम्पदाको सम्प्रेषण गरी सामाजिक लक्ष्य र मान्यता प्रस्तुत गर्ने ।

५. नागरिकको थाहा पाउने अधिकारको संरक्षण गर्ने (रेग्मी र पन्त, २०७५) ।

प्रस्तुत मालन्यतालाई कपडछान गरेर एक वाक्यमा भन्नुपर्दा प्रेसको समाजप्रति उत्तरदायित्व छ, जसलाई प्रेसले जिम्मेवारी वहन गर्नुपर्छ भन्ने नै हो ।

पत्रकार आचारसंहिता र पत्रकारिताको नैतिक मानकहरू विकसित हुने क्रममै अन्तरराष्ट्रिय पत्रकार महासंघले सन् १९५४ मा नौ ओटा र संयुक्त राष्ट्र संघीय शैक्षिक, बैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (यूनेस्को) ले सन् १९८३ मा १० ओटा प्रेसका सिद्धान्त तय गरेको थियो । सत्यता, जवाफदेहिता, निष्पक्षता, स्वच्छता, शिष्टता, वस्तुनिष्ठता, व्यावसायिक मर्यादा, सामाजिक उत्तरदायित्व, जनआकांक्षा, सूचना तथा गोपनीयताको हकको सम्मान, गल्ती सज्याउने तत्परता जस्ता विषयहरूलाई नै पत्रकारिताको विश्वव्यापी मूल्य-मान्यताका रूपमा लिइदै आएको छ ।

सन् १९५६ मा अमेरिकी प्राज्ञिक व्यक्तित्वहरू फ्रेड्रिक सिबर्ट, थियोडोर पिटरसन र विलबर ग्रामले 'प्रेसका चार सिद्धान्त' नामक कृति प्रकाशनमा ल्याए । यसले अघि सारेको चार सिद्धान्तमध्ये एक थियो, सामाजिक उत्तरदायित्वको सिद्धान्त । यसले प्रेसको समाजप्रति निश्चित जिम्मेवारी हुन्छन्, नाफा कमाउने वा अर्थोपार्जन गर्ने नाममा त्यसलाई उल्लङ्घन गर्नुहुँदैन भन्नेमा विशेष जोड दिएको छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकार महासंघ (आइएफजे) ले सन् १९५४ पत्रकार आचारसंहिता जारी गर्‍यो । आइएफजेले जारी गरेको पत्रकार आचार संहिताले पनि पत्रकारले मर्यादित र जिम्मेवार ढङ्गबाट पत्रकारिता गर्नुपर्छ भन्दै गलत, भ्रामक र समाजलाई हानी हुने प्रकृतिको समाचारलाई बर्जित गरेको छ । यसको दफा ५ ले छिटो समाचार दिने नाममा तथ्यको सत्यता परीक्षण नगरी समाचार दिन नपाइने प्रावधान अघि सारेको छ ।

प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले सत्य-तथ्य र सन्तुलित समाचार सामग्री सम्प्रेषण गर्नु पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमको कर्तव्य हो भनेको छ । त्यस आचारसंहिताको पत्रकार र सञ्चारमाध्यमको कर्तव्य अन्तर्गत दफा ४ को उपदफा ७ को ३ मा भनिएको छ, 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले कुनै पनि व्यक्ति, समुदाय वा संस्थाको ख्याति, सम्मान वा मर्यादा र सार्वजनिक हित, शिष्टाचार, नैतिकता र जनस्वास्थ्यमा आघात नपर्ने तथा आधिकारिकता पुष्टि हुने गरी विज्ञापन प्रकाशन वा प्रसारण गर्नुपर्दछ ।' पत्रकार तथा सञ्चार माध्यमले गर्न नहुने काम अन्तर्गत दफा ५ को उपदफा (३) मा पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले हिंसा, आतंक र अपराधलाई प्रश्रय हुने वा आत्महत्या गर्न उक्साउने, अश्लील, सार्वजनिक स्वास्थ्य, शिष्टाचार र नैतिकताको प्रतिकूल हुने वा त्रास उत्पन्न गर्ने किसिमका सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्न नहुने कुरा उल्लेख छ ।

२.२ सामाजिक विविधता र लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट पत्रकार आचारसंहिता

लैङ्गिक पहिचानको आधारमा गरिने भेदभावजन्य सूचनाका कारण नेपाली मिडियामा लैङ्गिक दुस्प्रचार बढेको छ । अखवार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूमा पुरुषलाई खराब चित्रण गर्न महिलाको भेषमा कार्टुन बनाउने, महिलाको शरीर, पोशाक, सम्बन्धमाथि टीप्पणी गर्ने, अनुमातिवेगर तस्वीर सम्प्रेषण गर्ने, यौन हिंसाका घटनामा पीडितकेन्द्रित सूचना मात्रै सम्प्रेषण गर्नेलगायतका घटनाले समाचार कक्ष लैङ्गिक संवेदनशील शून्य रहेको अनुमान गर्न सकिन्छ ।

प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) को दफा ४ को उपदफा ४ मा सामाजिक दायित्वअन्तर्गत पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले बालबालिका, महिला, ज्येष्ठ नागरिक, अशक्त, असहाय, अपाङ्गता भएका व्यक्ति तथा पछाडि पारिएका उत्पीडित वर्ग, समुदाय, क्षेत्र, भाषाभाषी र अल्पसंख्यक, लोपोन्मुख समुदायको उत्थान र विकासमा विशेष सहयोग पुऱ्याउनेगरी सूचना सम्प्रेषण गर्नुपर्ने उल्लेख छ । त्यस्तैगरी दफा ५ को उफदफा १ मा पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले जातीय, लैङ्गिक, धार्मिक, क्षेत्रीय, भाषिक, राजनीतिक आस्था, वर्ण वा शारीरिक, मानसिक र स्वास्थ्य अवस्थाजस्ता कुनै पनि आधारमा कसैमाथि पनि भेदभाव हुने वा घृणा उत्पन्न गर्ने गरी समाचार सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्नु नहुने उल्लेख छ । यस दफाकै उपदफा ४ को २ मा पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले यौन अपराध वा सामाजिक विभेद तथा घृणाका कारण उत्पन्न घटना वा मानवताविरोधी अपराधबाट प्रभावित व्यक्ति वा पीडित व्यक्तिलाई नकारात्मक असर पार्न सक्ने सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्न नहुने उल्लेख छ ।

महिला उत्तरदायी सञ्चार निर्देशिका, २०७६ ले पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले महिलासम्बन्धी समाचार सम्प्रेषण गर्दा निम्नानुसारका कर्तव्य पालना गर्नुपर्नेमा जोड दिएको छ :

- महिलाको मर्यादापूर्ण जीवनको सुनिश्चितता
- लिङ्गको आधारमा गरिने कुनै पनि प्रकारका विभेदको अन्त्य
- महिलाहरूको सर्वाङ्गीण विकास र हितलाई ध्यानमा राखी संविधान, ऐन, नियम, व्यावसायिक मर्यादासम्बन्धी नीति, आचारसंहिता, निर्देशन एवं अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डको समेत छ्याल राखेर समाचार सम्प्रेषण
- महिला सशक्तीकरण, सहभागिता र नेतृत्वलाई मुखरित गर्ने विषयलाई तथ्यपरक एवं वस्तुनिष्ठ आधारमा समेटेर समाचारको सम्प्रेषण
- महिलाको हकहितका विषयमा विभिन्न तहका विधायिकामा भएका छलफल, बहस, नीति, निर्णय तथा अदालतले गरेका निर्णयसँग सम्बन्धित सूचनाको सम्प्रेषण
- महिलाहरूको पेसागत हित र अवसरलाई प्रोत्साहन एवं संरक्षण
- महिलाको निजी एवं सावर्जनिक क्षेत्रमा पेसागत अवस्था र अवसरको स्थितिको तथ्यपरक एवं वस्तुनिष्ठ प्रस्तुती
- कार्यक्षेत्रमा हुने यौन दुर्व्यवहार, यौनहिंसा, महिलाविरुद्ध निजी तथा सावर्जनिक क्षेत्रमा हुने

कुनै पनि प्रकृतिको हिंसा तथा अपराधजस्ता सवालमा समाचार सम्प्रेषण गर्दा महिला/पुरुषको सामाजिक इज्जत, प्रतिष्ठाको ख्याल गर्ने

- लैङ्गिक असमानताका आधार र कारण खोजी यसको निराकरण गर्न मार्गप्रशस्त हुनेगरी समाचारको सम्प्रेषण
- लैङ्गिक समानताका सम्बन्धमा तय गरिएका घरेलु कानूनलगायत अन्तर्राष्ट्रिय सन्धिलगायतका प्रयासहरूलाई प्राथमिकता दिई समाचारको सम्प्रेषण (प्रेस काउन्सिल नेपाल, २०७६) ।

२.३ मिथ्या, भ्रामक, खराब र गलत सूचना

२.३.१ मिथ्या सूचना वा समाचार

आफ्नो सञ्चारमाध्यमको भिजिटर संख्या बढाउन तथा प्रतिस्पर्धी संघसंस्थालाई कमजोर देखाउनका लागि योजनाबद्ध ढंगले तयार गरिने समाचार र प्रोपगण्डालाई मिथ्या (Fake) समाचार भनिन्छ (मिडिया एक्सन नेपाल, २०२०) । अरूलाई उडाउने र व्यंग्य गर्ने ढंगले गरिने पत्रकारिता, स्रोतको राम्रोसँग सत्यापन नगरीकन गरिने पत्रकारिता, नियतवश पूर्वाग्रही समाचार र भरपर्दो स्रोतलाई उल्लेख नगरीकन बनाइएको समाचार पनि मिथ्या (फेक) समाचार हो (पूर्ववत) ।

कुनै हानी गर्ने उद्देश्य नभएका तर पाठकलाई मूर्ख बनाउन सक्ने रमाइलोका लागि तयार पारिएका व्यङ्ग्यात्मक सामग्री, शीर्षक वा तस्वीरसँग मूल लेख मेल नखाने भ्रमपूर्ण सम्बन्धका आधारमा बनाइएका सामग्री, कुनै सूचनाको अनर्थ प्रयोग गरी कुनै विषय वा व्यक्तिको भ्रम सिर्जना गर्ने सामग्री, कुनै सही सूचना वा घटना वा अभिव्यक्ति वा समाचारलाई गलत सन्दर्भमा प्रयोग गरिएको सामग्री, कुनै आधिकारिक स्रोत वा व्यक्तिका नामका झुठो अभिव्यक्ति प्रयोग गरिएका सामग्री, कुनै तथ्य वा तथ्याङ्क वा घटना वा तर्क वा तस्वीरलाई तोडमरोड गरिएका सामग्री र हुँदै नभएका घटना वा तथ्य वा अभिव्यक्ति वा स्रोत प्रयोग गरिएका पूर्णरूपले गलत सामग्रीलाई मिथ्या समाचारका रूपमा लिन सकिन्छ ।

२.३.२ गलत तथा खराब सूचना, दुष्प्रचार र सूचना-महामारी

सूचना सम्प्रेषण गर्ने क्रममा आशय ठीक हुँदाहुँदै पनि सम्प्रेषणकर्तामा ज्ञानको अभाव, बुझाइको सीमितता वा असावधानीले सूचना गलत सावित हुनपुग्छ । यसलाई गलत सूचना (misinformation) भनिन्छ । कसैले तयार पारेको अहितकर जानकारीलाई उपयोगी ठानेर अज्ञानवश सेयर गर्नु पनि गलत सूचना नै हो ।

सार्वजनिक चासोको सट्टा व्यक्तिगत वा निजी जानकारीलाई जानाजान सम्प्रेषण गर्ने, सूचनामार्फत बदला लिने, वास्तविक सामग्रीको सन्दर्भ, मिति वा समयलाई जानाजान परिवर्तन गर्ने कार्य खराब सूचना (malinformation) हो ।

गलत आशयका साथ जानाजान सम्प्रेषण गरिने सूचनालाई दुष्प्रचार (disinformation) भनिन्छ । यस्ता जानकारी आफ्नो निहित स्वार्थसिद्ध गर्न सम्प्रेषण गरिन्छ । यसरी सम्प्रेषण गरिएका जानकारी अर्धसत्य वा पूरापूर असत्य वा नितान्त भ्रामक पनि हुन सक्छन् ।

रोगको प्रकोपको समयमा डिजिटल र भौतिक वातावरणमा गलत वा भ्रामक जानकारीसहित अत्यधिक रूपमा सम्प्रेषण गरिने जानकारी सूचना-महामारी (infodemic) हो । विश्व स्वास्थ्य संगठन (२०२१) का अनुसार सूचना-महामारीले भ्रम र जोखिम लिनै व्यवहार निम्त्याउँछ जसले स्वास्थ्यलाई हानि पुऱ्याउँछ । आफु र आफ्नो वरपरका मानिसहरूको स्वास्थ्यको रक्षा गर्न के गर्नुपर्छ भन्ने बारे अनिश्चित भएको समयमा आममानिसहरूलाई इन्फोडेमिकले प्रकोपलाई तिव्र बनाउन वा लम्ब्याउन सक्छ । सामाजिक सञ्जालको बढ्दो प्रयोग, इन्टरनेट विस्तार र न्यून डिजिटल साक्षरताका कारण लैङ्गिक दुस्प्रचार अझ छिटो फैलिन सक्छ ।

२.४ के हो लैङ्गिक दुस्प्रचार ? कसरी गर्ने यसको रोकथाम ?

लैङ्गिक दुष्प्रचारलाई लैङ्गिक दुर्व्यवहारको एक उपसमूहका रूपमा परिभाषित गर्न सकिन्छ, जसमा मुख्यतया महिलाबिरूद्ध भुठो वा भ्रामक कथाहरूको उपयोग गरिन्छ । यस्तो दुस्प्रचारको उद्देश्य महिलाहरूलाई सार्वजनिक क्षेत्रमा सहभागी हुनबाट रोक्ने रहेको हुन्छ । अनलाइनमा देखिने लैङ्गिक दुष्प्रचारले मुलतः तीनओटा परिभाषित विशेषताहरूलाई जोडेको देखिन्छ : भुट/मिथ्या, खराब नियत र बन्देजका लागि समन्वय (आइएमएस, २०२१) ।

लैङ्गिक दुष्प्रचारलाई महिलाहरूको प्रतिष्ठा नष्ट गर्न र उनीहरूलाई सार्वजनिक जीवनबाट बाहिर धकेल्ने प्रयासमा गुमनाम अर्थात पहिचान लुकाइएको र सामाजिक सञ्जालको पहुँचसँग पुरानो, जडित यौनवादी दृष्टिकोणको मिश्रणका रूपमा पनि लिइन्छ ।

लैङ्गिक दुष्प्रचारको मूल सामाजिक पितृसत्तात्मक संरचना भएको निष्कर्ष निकाल्दै बोबर्ग (२०२१) ले यस्तो दुस्प्रचार अन्त्यका लागि कुनै पनि प्रतिक्रियालाई समग्र र विभिन्न क्षेत्रहरू जस्तै सुरक्षा र समाजका धेरैखण्डहरू, इन्टरनेट मध्यस्थकर्ताहरू, कानून र नीति निर्माताहरू, तथा रोजगारदाताहरूसँग समन्वय गरी हेरिनुपर्ने सुझाएकी छिन् ।

उनले लैङ्गिक दुष्प्रचारको द्रुत समाधान नभएपनि संयुक्त राष्ट्र संघ मानवअधिकार परिषदको ४७ औं सत्रमा विषयगत प्रतिवेदन प्रतिध्वनि गर्न अन्तर्राष्ट्रिय मिडिया सपोर्ट (आइएमएस)ले प्रस्तुत गरेका सुझावहरू मननयोग्य भएको बताएकी छिन् :

- सुरक्षा उपायहरू लैङ्गिक दुस्प्रचारको मुद्दासँग नजिकबाट जोडिएकाले इन्टरनेट मध्यस्थकर्ताहरूले महिलाहरूलाई धेरै अपमानजनक पोस्टहरू तुरुन्तै रिपोर्ट गर्न अनुमति दिनुपर्दछ । साथै, रोजगारदाताहरूले अनलाइन उत्पीडन र दुर्व्यवहारको सामना गर्नेहरूका लागि बलियो समर्थन नीतिहरू विकास गर्न आवश्यक छ । यसलाई पहिचान गर्न र रिपोर्ट गर्न स्पष्ट प्रोटोकलहरू समावेश गर्न आवश्यक छ । पत्रकारको सुरक्षाका लागि राष्ट्रिय संयन्त्रहरूले लैङ्गिक दुस्प्रचारलाई वास्तविक खतराको रूपमा लिनुपर्छ ।

- इन्टरनेट मध्यस्थहरूले प्रयोगकर्ताहरूलाई अपमानजनक सामग्री पोस्ट गर्नबाट निरूत्साहित गर्नुपर्छ । त्सेम्रो-पक्ष तथ्य-जाँचकर्ताहरू, क्राउडसोर्सिङ र भ्रमक सूचना पहिचान गर्न डेटासेटहरू सेटअप गर्नेहरूले तिनीहरूको तालिममा लैङ्गिक दुस्प्रचारको पहिचान गर्न र प्रतिक्रिया दिन लैङ्गिक परिप्रेक्ष्य समावेश गर्नुपर्छ ।
- अनलाइन लैङ्गिक दुस्प्रचारको अनुगमन गरिनु पर्छ, र यसको डेटा सङ्कलन गर्नुपर्छ, ताकि हामी यसको दायरा, व्यापकता र सामाजिक प्रभाव बुझ्न सकौं, र यी निष्कर्षहरूलाई वकालत कार्यमा प्रयोग गर्न सकौं ।
- उच्च गुणस्तरीय, लैङ्गिक-संवेदनशील सामग्री उत्पादन गर्न स्वतन्त्र मिडियालाई समर्थन गरिनुपर्छ जसले लैङ्गिक दुस्प्रचारको लागि समयसापेक्ष प्रतिरक्षाका रूपमा काम गर्न सक्छ ।
- लैङ्गिक परिप्रेक्ष्यलाई मिडिया र सूचना साक्षरता प्रयासहरूमा पूर्ण रूपमा एकीकृत गरिनुपर्छ ।

प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी गरिएको **महिला उत्तरदायी सञ्चार निर्देशिका, २०७६** ले महिलासँग सम्बन्धित समाचार सम्प्रेषण गर्दा उत्तरदायी र जवाफदेही हुनुपर्नेमा जोड दिदै समाचार सम्प्रेषणका माध्यमबाट कुनै महिलाको कानूनी अधिकार, व्यक्तिगत स्वतन्त्रता तथा गोपनीयतामा आघात पुऱ्याउनु नहुने, महिला, पुरुष वा अन्य लिङ्गका आधारमा हुने भेदभाव, असमानता, अपहेलना, दुर्व्यवहारसम्बन्धी विषयमा सदैव सजग, सचेत भई यस्ता भेदभावको विपक्षमा समाचार सम्प्रेषण गर्नुपर्ने उल्लेख गरेको छ । यस निर्देशिकाले सुझाएअनुसार पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले महिलासम्बन्धी समाचार सम्प्रेषण गर्दा निम्नानुसार पनि लैङ्गिक दुस्प्रचारको रोकथाम गर्न सकिन्छ :

- महिलाको सर्वाङ्गीण विकासलाई अवरोध गर्ने रूढिग्रस्त र परम्परागत भूमिकामा आधारित पूर्वाग्राही समाचारको सम्प्रेषण नगर्ने
- हिसाँबाट पीडित महिलाको आत्मसम्मानमा ठेस पुऱ्याउने; आश्रित, असहाय, हेय र कमजोर वर्गको रूपमा चित्रणगरि उनीहरूको मनोबललाई कमजोर तुल्याउने किसिमले समाचार सम्प्रेषण नगर्ने
- कानूनबमोजिम गोप्य राख्नुपर्ने वा व्यक्तिको निजी विषय र गोपनीयताका सवाललाई पेसागत विषयसँग जोडी समाचार सम्प्रेषण नगर्ने
- महिलासम्बन्धी समाचार सम्प्रेषण गर्दा महिला/पुरुष असमान लिङ्ग हुनु र महिला पुरुषसरह समाजका सम्पूर्ण क्षेत्रमा सहभागी हुन् सक्दैनन् भन्ने पूर्वाग्राही धारणाबाट प्रभावित नहुने
- महिलालाई केवल करूणाकोपात्र, कमजोर, असहाय, अबला वा आश्रित व्यक्तिको रूपमा चित्रणगरि समाचार सम्प्रेषण नगर्ने
- कुनै महिला र पुरुषबीच स्वतन्त्र सहमति र समभदारीमा भएका अन्तरङ्ग सम्बन्ध वा निजी व्यवहारलाई समाचार सम्प्रेषणको विषय नबनाउने
- कुनै घटनालाई अतिरञ्जित गरि, नभएका तथ्य र घटनालाई भएको जस्तो बनाई महिलाप्रति भ्रम सिजनी हुने वा गर्नेगरि समाचार सम्प्रेषण नगर्ने

- सार्वजनिक नैतिकतामा प्रश्न उठाइएको विषयलाई महिलाका विषयमा कपोलकल्पित र अतिरञ्जित ढङ्गले समाचार बनाइ सम्प्रेषण गर्ने
- समाचार सम्प्रेषणका माध्यमबाट कुनै पनि महिलाको कानूनी अधिकार, व्यक्तिगत स्वतन्त्रता तथा गोपनीयतामा आघात नपुऱ्याउने
- महिलासहित पुरुष, अन्य लिङ्गमाथि भेदभाव, असमानता, अपहेलना, दुर्व्यवहार आदि आधारमा सामाजिक विभेद हुनेगरि समाचार सम्प्रेषण गर्ने

पत्रकार समाजमा रहने सबै समुदायबीच सदभाव र सहयोगको पुल बन्नुपर्छ । उनीहरूबीच विभाजन ल्याउने होइन, सबैबीच सदभाव विकास गर्न सघाउनु नै पत्रकारिताको धर्म हो । साम्प्रदायिक सदभाव बिथोल्ने गरी समाचार सम्प्रेषण गर्नु पत्रकार स्वयम् र समाजका लागि हानीकारक हुन्छ । भ्रमक सूचना रोकथामका लागि मिडिया एक्सन नेपालले देहायअनुसारका विषयमा पत्रकार विवेकशील हुनुपर्ने सुझाव दिएको छ :

- **घृणायुक्त अभिव्यक्ति (Hate speech)** : कसैमाथि जाति, लिङ्ग, समुदाय, आदिका आधारमा घृणा फैलाउने उद्देश्यसहित सम्प्रेषण गरिएका सामग्री ।
- **आस्थाप्रतिको निन्दा (Blasphemy)** : कसैको धार्मिक आस्थामाथिको निन्दा ।
- **धार्मिक असहिष्णुता (Religious intolerance)** : कसैको धर्मप्रति देखाइने असहिष्णु व्यवहार ।
- **लैङ्गिक विभेद (Gender based discrimination)** : लैङ्गिक आधारमा गरिने विभेद ।
- **जातीय विभेद (Caste based discrimination)** : जातको आधारमा गरिने विभेद ।
- **अपाङ्गतासम्बन्धी विभेदपूर्ण सामग्री (Disability unfriendly contents)** : अपाङ्गता भएका व्यक्तिप्रति अपमान र विभेद भल्कने सामग्री ।
- **साम्प्रदायिक सम्बन्धमा खलल पार्ने सामग्री (Content that jeopardizes subsisting communal/ethnic/religions relations)** : जातीय, लैङ्गिक, भाषिक, सांस्कृतिक, क्षेत्रीय आधारमा गरिने अपमानपूर्ण सामग्रीले देशको साम्प्रदायिक सदभावमा खलल पुऱ्याउँछ ।
- **अश्लीलता (Obscenity)** : यौनजन्य सामग्री (भाषा, शब्दको प्रयोग, फोटो तथा दृष्य सामग्री) । यस्ता सामग्री मूलतः बढी मात्रामा महिलाविरुद्ध केन्द्रित भएको पाइन्छन्, जसले व्यक्तिका मानमर्यादालाई हानी पुऱ्याउँछन् । आफ्नो भ्युवर तथा रेटिड बढाउने उद्देश्यले मिडियाले यस्ता सामग्री प्रयोग गरेको पाइन्छ । असहज सामग्री (Uncomfortable content)पनि यसै अन्तर्गत पर्छन् ।सार्वजनिक मर्यादाका दृष्टिले यस्ता सामग्री पढ्न वा हेर्न अहसज हुने किसिमका हुन्छन् । यसमा शब्द, तस्बिर, भिडियो, ग्राफिक्स तथा कार्टुन पर्छन् ।
- **गालीब्रेड्ज्जती वा मानहानीपूर्ण सामग्री (Defamatory content)** : शब्द, तस्बिर, भाषा,

दृश्य सामग्री आदिको प्रयोगबाट अमर्यादित, भ्रुटो, व्यक्तिको प्रतिष्ठामाथि नै आँच पुऱ्याउने सामग्री यस अन्तर्गत पर्छन् । यसले व्यक्ति वा संस्था दुवैलाई क्षति गर्नसक्छ ।

- **गोपनीयताविरुद्धको सामग्री (Content against Privacy) :** व्यक्तिका लागि सूचना जति महत्वपूर्ण छ, गोपनीयताको हक पनि उतिकै महत्वपूर्ण छ । यही आधारमा मानवअधिकारसम्बन्धी विश्वव्यापी घोषणापत्र, १९४८ को धारा १२ मा व्यक्तिको गोपनीयताको हकलाई स्थान दिइएको छ । त्यस धाराले व्यक्तिको निजत्व, परिवार, घर तथा पत्राचारलाई गोपनीयताको अधिकार अन्तर्गत राखेको छ । कानूनको विरुद्ध हुने गरी व्यक्तिको इज्जत र प्रतिष्ठामाथि आक्रमण गर्न नहुने विषयमा पनि त्यस धाराले प्रकाश पारेको छ । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले गर्न नहुने काम अन्तर्गत दफा ५ (४) ले यही विषयलाई अलि भिन्न किसिमले उठाएको छ । त्यसमा भनिएको छ, 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले विपत्ति वा शोकमा परेका, दुःख-पीडा भोगिरहेका व्यक्ति वा उनका आफन्तजनमा थप पीडा पुऱ्ने गरी वा सार्वजनिक संवेदनशीलतामा प्रतिकूल असर पर्ने गरी कुनै पनि विवरण, चित्र, संकेत लगायतका सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्नुहुँदैन ।' व्यक्तिको सम्पत्ति, शरीर, कागजात र सञ्चार गोपनीयताको हक लागू हुन्छ । व्यक्तिको निजी व्यवहारले सार्वजनिक मर्यादामा खलल नपुऱ्याउँदा व्यक्तिको गोपनीयताको हक कायम रहन्छ (मिडिया एक्सन नेपाल, २०२०) ।

परिच्छेद ३ :

महिलामाथि हुने यौन तथा
प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी
हिंसा रोकथामका लागि
मिडियाको भूमिका

महिलामाथि हुने यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी हिंसा रोकथामका लागि मिडियाको भूमिका

३.१ विषय प्रवेश

स्वस्थ जीवनका लागि यौन र प्रजनन स्वास्थ्य अनिवार्य आवश्यकता हो । मानवअधिकारका दृष्टिकोणले पनि यी अधिकारलाई आधारभूत अधिकारका रूपमा लिइन्छ । मानव जीवतमा यौन र प्रजनन स्वास्थ्य अत्यन्तै महत्वपूर्ण हुँदा हुँदै पनि यस विषयमा सार्वजनिक डबलीहरूमा यी मुद्दामा पर्याप्त बहस र छलफल भएका छैनन् । त्यसैले नेपालको सन्दर्भमा अधिकांश मानिसहरू यौन र प्रजनन अधिकारबारे जानकारी छैनन् । यौन र प्रजनन स्वास्थ्यबारे खुलेर बहस र छलफल नहुने भएका कारण पनि यस विषयमा नेपाली समाजमा पर्याप्त अन्तरक्रिया र बहस हुँदैन । यौन र प्रजनन स्वास्थ्यलाई आधारभूत नैसर्गिक अधिकार हो तर यो विषयलाई खुल्ला बहस गर्न नहुने वा लाजको विषयवस्तु मानिएका कारण पनि यौन र प्रजनन अधिकारबारे चर्चा हुन सकेको छैन ।

त्यसो त कुनै विषयलाई सार्वजनिक बहसमा ल्याउन मिडियाको अत्यन्तै प्रभावकारी भूमिका हुन्छ । विषयवस्तुबारे मानिसहरूलाई जानकारी बनाउने, जागरूक बनाउने र अधिकार प्राप्तिका लागि दाबी गर्ने हैसियत सहित सशक्तिकरण गर्न मिडियाले भूमिका खेल्दैरहेको हुन्छ ।

नेपालका दैनिक पत्रपत्रिका यौन र प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार र दैनिक जीवनमा यसको महत्वबारे खासै जानकारी नराख्ने भन्दै मिडिया एक्सन नेपालले गरेको अध्ययन (२०२०) ले जनतालाई यौन र प्रजनन स्वास्थ्यबारे सूचित गर्ने र अधिकार प्रयोगका लागि सशक्तिकरण गर्ने तथा राज्यलाई यी अधिकारको सुनिश्चितताका लागि दबाव दिने काममा नेपाली मिडियाको भूमिका निकै कमजोर रहेको विश्लेषण गरेको छ ।

नेपालको संविधानले महिलाको सुरक्षित मातृत्व तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी हकलाई मौलिक हकको रूपमा संस्थागत गरेको छ । यससम्बन्धी धारा ३८ को पूर्ण कार्यान्वयनका लागि संसदले सुरक्षित मातृत्व तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार ऐन २०७५ तयार पारेको हो । यसैगरी सुरक्षित मातृत्व तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार नियमावली २०७७ पनि आइसकेको छ । यो नियमावली वि. स. २०७७ असोज २६ गते राजपत्रमा प्रकाशित भइसकेको छ । यो ऐन र नियमावली आएसँगै नेपालमा प्रत्येक महिलाको यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी अधिकार पूर्ण रूपमा सुनिश्चित भएको छ । यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकारले अन्तर्राष्ट्रिय मानव अधिकारको समेत मान्यता पाएपश्चात् यो विषय मानव अधिकारसँग सिधै जोडिएको विषय पनि बन्न पुगेको छ । त्यसैले हरेक नेपाली महिलाले कानूनी रूपमा यो सेवा बिना रोकावट पाउने अधिकार प्राप्त गरेका छन् ।

महिलाको प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी ऐन र नियमावली अनुसार प्रत्येक महिलालाई आफ्नो प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी सूचना, परामर्श, सेवा प्राप्त गर्ने अधिकार हुन्छ । यसैगरी प्रत्येक महिलालाई सुरक्षित मातृत्व र प्रजनन स्वास्थ्य सम्बन्धी हक हुनेछ । प्रत्येक महिलालाई गर्भान्तर वा सन्तानको संख्या निर्धारण गर्ने अधिकार हुनेछ । प्रत्येक व्यक्तिलाई गर्भनिरोधक साधनको बारेमा जानकारी पाउने र सो को प्रयोग गर्ने अधिकार हुनेछ ।

यसैगरी कुन उमेरमा विवाह गर्ने, बच्चा कति जन्माउने, कति समयपछि जन्माउने वा जन्मान्तर कति राख्ने कुन प्रकारको गर्भनिरोधक साधनको प्रयोग गर्ने, गर्भपतन गर्न चाहेमा गर्भपतन गर्न पाउने अधिकारको निर्णय गर्न पाउने अधिकार पनि यही ऐनले सुक्षित गरेको छ । उता ऐनले प्रजनन स्वास्थ्य सम्बन्धी सेवा दक्ष प्रसूतीकर्मीबाट पाउने तथा सुत्केरी पछिका पोषणयुक्त खानेकुरा, सुत्केरी बिदासम्मको हकको कुरा सुनिश्चित गरेको छ । यो ऐनले महिलाको सम्पूर्ण अधिकार सुनिश्चित गर्न खोजेको छ । तर यो कानुनी रूपमा नेपाली महिलाले पाएको अधिकार हो । उता व्यवहारिक रूपमा कुरा गर्ने हो भने नेपालमा अधिकांश महिलाले यो अधिकारको पूर्ण उपभोग गर्न भने पाएको अवस्था छैन । यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य र अधिकार त्यतिबेला मात्र सुनिश्चित भएको मानिन्छ, जुनबेला कुनै पनि व्यक्तिलाई आफ्नो यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी पूर्ण एवम सही जानकारी हुन्छ र आइपरेको समस्याको उचित निदान पाएर सम्मानपूर्वक जीवनयापन गर्न सक्दछन् ।

एक जना व्यक्तिलाई यौन प्रजनन स्वास्थ्य सेवा कहिलेदेखि चाहिन्छ भन्ने कुरामा धेरै जना अलमलमा परेको देखिन्छ । यो सेवा बच्चा भुण अवस्थामा भएदेखि नै आवश्यक पर्ने सेवा हो । एउटा स्वस्थ र परिपक्व बच्चा जन्माउने उमेर पुगेका व्यक्तिले जन्माएको बच्चा मात्र पछि गएर स्वस्थ जन्मन सक्छ । त्यसैगरी किशोरावस्थामा आउने परिवर्तनका कारण असुरक्षित यौन व्यवहार हुन पुगेमा त्यसले किशोरीको स्वास्थ्यमा प्रत्यक्ष असर गर्छ । त्यसैगरी गर्भपतन, गर्भनिरोधक जस्ता साधनको सही प्रयोग जस्ता कुरा किशोरावस्थादेखि नै थाहा दिन जरूरी हुन्छ । यसले किशोरकिशोरीलाई जिम्मेवार बनाउँछ र पछि आउन सक्ने जटिलताबाट जोगाउँछ । त्यसैले यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य भनेको महिला पुरुषबीच हुने शारीरिक सम्पर्क र त्यसबाट बच्चा जन्मिनेसँग मात्र सम्बन्धित विषय होइन । यसले त महिलाको विभिन्न पाटाहरू जस्तै परिवार योजना गर्ने, कति बच्चा जन्माउने, आफूलाई पाठेघर लगायतका अन्य यौनजन्य समस्याबाट कसरी जोगाउने, नवजात शिशुको हेर-विचार कसरी गर्ने, किशोर किशोरीहरूको स्वास्थ्य कसरी स्वस्थ राख्ने, कसरी स्वस्थ यौनजन्य क्रियाकलाप गर्ने जस्ता मातृ स्वास्थ्यका महत्वपूर्ण विषयहरू समेटेको हुन्छ ।

3.2 यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य सेवासम्बन्धी भ्रम

सामान्यतया यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य सेवालार्थ अधिकांशले युवा अवस्थामा मात्र चाहिने सेवा हो भनेर बुझ्ने गरेको पाइन्छ । तर यो बुझाइ पूर्णतया गलत भएको विज्ञहरू बताउँछन् । यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार भनेको व्यक्ति जन्मेदेखि मृत्युसम्म चाहिने अत्यावश्यक सेवा हो । तर यसलाई सही ढंगले प्रस्तुत गर्न नसक्दा यससम्बन्धी बुझाई साँघुरो भएको पाइन्छ । मिडवाइफ्री सोसाइटी अफ

नेपालकी अध्यक्ष एवम यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी विशेषज्ञ डा लक्ष्मी तामाङका अनुसार सामान्य रूपमा हेर्दा प्रजनन अधिकार भनेपछि महिलासँग सम्बन्धित विषय जस्तो देखिए पनि यसको सम्बन्ध समग्र देशको विकाससँग जोडिएको हुन्छ (व्यक्तिगत कुराकानी, मंसिर २४, २०७८) । उनी भन्छन्, यो अधिकार महिला पुरुष वा अन्य लिङ्गी किशोरकिशोरी तथा वृद्धवृद्धा सबैलाई चाहिने सेवा हो । तर अझै पनि यो सेवा अन्य लिङ्गी, अपांगता भएका र वृद्धावस्थामा चाहिँदैन भन्ने भ्रम समेत आम जनमानसमा पाइन्छ ।

यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी बुझाई अझै पनि प्रस्ट हुन नसकेको भन्दै रचेर्ला (२०२१)अधिकांश वृद्धवृद्धाहरूले आफूहरूलाई स्वास्थ्य संस्थामा प्रजननसम्बन्धी सवाल नै नगर्ने गरेको गुनासो गरेको बताउँछन् । त्यसैगरी अपांगता भएका र अन्य लिङ्गीलाई पनि यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य सेवा लिन निकै कठिनाई भइरहेको देखिन्छ । कतिपय अवस्थामा अपांगतामैत्री स्वास्थ्य संस्था नहुँदा र स्वास्थ्यकर्मीले नै यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यकावारेमा नबुझ्दा समस्या हुने गरेको देखिन्छ ।

३.३ मिडियामा यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका कुरा

नेपालमा स्वास्थ्य विधा नै मुख्य विधा बन्न थालेको धेरै समय भएको छैन । १० वर्ष अघिको मात्र कुरा गर्ने हो भने पनि स्वास्थ्यसम्बन्धी समाचार, आर्टिकल, अन्तरवार्ता पत्रिकाका अन्तिम पेजतिर वा भित्रि पेजतिर मात्र आउने गर्थे । तर अहिले भने यसको बुझाई केही बदलिएको पक्कै छ तर अझै पनि धेरै विषयवस्तु यसले समेट्न सकेको छैन । स्वास्थ्य भित्रको पनि यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यसम्बन्धी विषयवस्तु नेपाली मिडियामा अत्यन्त कम मात्र आएको पाइन्छ । जति विषयवस्तु मिडियामा आएका छन् तिनीहरू पनि धेरै जसो कार्यक्रम र गतिविधिउन्मुख देखिन्छन् ।

अहिले स्वास्थ्यका विषयवस्तु धेरै देखिनुमा दुई वर्ष अघिदेखि विश्वभरी नै सुरू भएको कोरोना महामारीको पनि कहीं न कहीं भूमिका रहेको पाइन्छ । कोरोना महामारी विश्वकै टाउको दुखाई बनेपछि भने अहिले सबै देशका मिडियामा आउने समाचार स्वास्थ्यसँग सम्बन्धित भएका छन् । सबैलाई त्रसित बनाएको कोरोना भाइरसले मिडियामा कन्टेन्ट पनि फरक बनाइदिएको छ । विगत दुई वर्षदेखि प्राय सबै मिडियाका मुख्य विषय कोरोना अर्थात् स्वास्थ्य भएको छ । यसअघि भने स्वास्थ्यका विषयले त्यति प्राथमिकता पाउने गरेका थिएनन् । त्यसमा पनि यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका कुरा त कमै मात्र मिडियामा आउने गर्छन् ।

परिवार कल्याण महाशाखाकी वरिष्ठ नर्सिङ प्रशासक कविता अर्यालका अनुसार यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका विषय मिडियामा कम आउनुको कारण यो विषय अझै पनि ओभरलेमा परेको र महिलाहरू खुलस्त आफना कुरा राख्न नचाहेर हो (व्यक्तिगत कुराकानी, मंसिर १६, २०७८) । यौन तथा प्रजननका कुरा सबैलाई भन्ने विषय हैन भन्ने बुझाई महिलामा अझै पनि छ त्यसैले पनि यी र यस्ता विषय मिडियामा पनि खासै आउँदैनन् । मिडियामा आएका विषय पनि धेरै कम सूचना बोकेका र कहिलेकाहीं गलत अर्थ दिने खालका आउने गरेको अर्यालको अनुभव छ । यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य महिलाको अधिकारको रूपमा स्थापित भइसकेको भए पनि धेरै महिलाले यो कुरा बुझेकै छैनन् ।

मिडिया एक्सन नेपालले गरेको एक अध्ययन अनुसार पत्रपत्रिकाले जम्माजम्मी ०.५८ प्रतिशत मात्रै यौन र प्रजनन स्वास्थ्यबारे समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका छन्। अध्ययनमा समेटिएका पत्रपत्रिकाले अध्ययन अवधिभरी ४ हजार ७ सय ९८ समाचार समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका थिए। तीमध्ये यौन र प्रजनन स्वास्थ्यबारे जम्मा २८ ओटा मात्रै समाचार/सामग्री थिए (मिडिया एक्सन नेपाल, २०७७)।

त्यसो त सन् १९९४ मा भएको जनसंख्या तथा विकास नामक अन्तर्राष्ट्रिय सम्मेलनपछि मात्र प्रजनन अधिकारका सवालहरू बहस र छलफलमा आउन थालेका हुन। उक्त सम्मेलनले प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार मुख्य मुद्दा बनाएको थियो। नेपालमा पनि त्यसपछि नै यी विषयवस्तु छलफल हुन थालेको पाइन्छ। नेपालमा प्रजननसम्बन्धी हकलाई मौलिक हकका रूपमा संविधानमै व्यवस्था गरिएको छ। संविधानको धारा र उपधारामा स्थापित गरिएको यो मौलिक हकको उपभोग कतिजना महिलाले कसरी, कहाँ कहाँ गएर सजिलैसँग उपभोग गर्न पाएका छन्? त्यसको लेखाजोखा भने हुन बाँकी छ।

३.४ प्रजनन स्वास्थ्यसँग जोडिएका महिलाविरुद्ध हुने हिंसा

नेपालमा महिलाविरुद्ध विभिन्न स्वरूपमा हिंसा हुने गरेको छ। त्यसमध्ये एउटा हिंसा प्रजनन स्वास्थ्यसँग पनि जोडिएको छ। जुन गाउँदेखि शहरसम्म व्याप्त छ तर धेरैको नजरमा परेको छैन। महिलाको आफ्नो अधिकार भनिने पनि महिलाले अझै पनि छोरी जन्माएको निहुँमा परिवारबाट यातना खेप्नु परिरहेको छ भने कतिपय अवस्थामा परिवारको चाहना र दबावमा लगातार ८/१० जनाबच्चा जन्माउन बाध्य भइरहेका छन्। यति मात्र हैन कतिपय परिवारमा छोराकै चाहनामा दोम्नी श्रीमती भित्राउने गरेको पनि थुप्रै उदाहरण हाम्रै समाजमा छन्। महिलाविरुद्ध हुने शारीरिक हिंसा तुरून्तै देखिने भए पनि यौन तथा प्रजनन, बच्चा जन्माउने लगायतका विषयकाबारेमा धेरै जसो मानसिक पीडा दिने गरेको पाइन्छ। यति मात्र हैन महिलाको प्रजनन अधिकारमा श्रीमान वा परिवारको हस्तक्षेप हुँदा कतिपय महिलाल भ्रुण पहिचान गर्ने र असुरक्षित रूपमा गर्भपतन गराउँदा कयौँ महिलाको ज्यान समेत जाने गरेको छ। एकातिर परिवारले दिने मानसिक तनाव अर्कातिर शारीरिक रूपमा हुने पीडाले महिलाले अझ बढी हिंसा भोगिरहेका छन्। छोरा वा छोरी हुनुमा महिलाको कुनै भूमिका नै नहुने भए पनि यसको दोष सबै महिलामाथि नै जाने गरेको छ।

गत वर्ष लकडाउनका बेला दोलखा घर भई कालिमाटी बस्दै आएका ३३ वर्षकी एक महिलाले घर नजिकको क्लिनिकमा गएर असुरक्षित रूपमा गर्भपतन गराउँदा ज्यान गुमाउन पुगिन्। उनको परिवारका अनुसार यसअघि नै २ छोरी र १ छोराको आमा रहेकी उनले चौथो सन्तान जन्माउन नचाहेका कारण गर्भपतन रोजिन र सही सूचना पाउन नसक्दा ३३ वर्षकै उमेरमा ज्यान गुमाउन पुगिन्। उनी जस्ता सरकारको रेकर्डमा नआएका कयौँ महिलाले यसरी नै ज्यान गुमाइरहन बाध्य छन्। महिला अहिलेसम्म पनि सन्तान जन्माउने यन्त्रको रूपमा मात्रै प्रयोग हुनु दुखद हो। कलिलो उमेरमा बच्चा जन्माउने, छोराको आशामा धेरै छोरी जन्माउने, पारिवारिक दबावका कारण महिला सन्तानको बारेमा खुलेर निर्णय गर्न नसक्ने अवस्थामा छन्। धेरै महिलाले सुत्केरीपश्चात् पाउनुपर्ने सेवाबाट वञ्चित

हुनुपर्ने अवस्था छ । यति वृहत क्षेत्र ओगटेको यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकारको सवाल हाम्रो समाजमा अभै पनि लाज र लुकाउनुपर्ने विषय बनिरहेको छ ।

नेपालमा सुरक्षित गर्भपतनले कानूनी मान्यता पाएको १९ वर्ष भइसकेको छ । सन् २००२ मा नेपालमा गर्भपतनले कानूनी मान्यता पाएको हो । तर अभै ५८ प्रतिशत महिलाले लुकीछिपी वा असुरक्षित रूपमा गैर कानूनी गर्भपतन गराइरहेको र ४८ प्रतिशत महिलालाई मात्र सुरक्षित गर्भपतनसम्बन्धी कानूनकाबारेमा जानकारी रहेको एक अध्ययनले देखाएको छ (कृपा, २०१७) ।

नेपालमा गर्भपतन सेवाले कानूनी रूपमा मान्यता पाएको भएतापनि जनचेतनाको कमी र यससम्बन्धी प्राविधिक र रणनीतिगत बाधाहरू बिद्यमानै रहँदा महिलाको सुरक्षित गर्भपतन सेवामा सहज र सर्वसुलभ पहुँच चुनौतिपूर्ण रहेको देखाउँछ (एनडीएच, २०१६) ।

नेपाली महिलाले कानून भएर पनि सुरक्षित गर्भपतन सेवाको प्रयोग गर्न यस्तो सेवाको वैद्यताका साथै सेवा उपलब्ध गराउने स्वास्थ्य संस्थाको बारेमा सीमित जानकारी हुनु, सुरक्षित गर्भपतन प्रदान गर्ने स्वास्थ्य संस्था शहरी क्षेत्रमा मात्र केन्द्रित हुनु, ग्रामिण क्षेत्रमा सेवा केन्द्र पर्याप्त मात्रामा नहुनु, स्वास्थ्य संस्थामा सुचिकृत स्वास्थ्यकर्मीको अभाव, आवश्यक स्वास्थ्य उपकरणको उपलब्धता नहुनु, अपाङ्ग महिलामैत्री भौतिक संरचना तथा व्यवहार नहुनु, सेवा शुल्क उच्च हुनु र असमान हुनु, गर्भपतनसँग जोडिएको लाञ्छना तथा हेयभावको दृष्टिकोण, गोपनीयताको अभाव, गर्भपतनको निर्णयमापुरुषको प्रभाव रहनुलगायतका थुप्रै समस्या र चुनौतिहरू सामना गरिरहेका छन् ।

सुरक्षित गर्भपतन पनि महिलाको प्रजनन अधिकारसँग जोडिएको एउटा हिस्सा हो । यो सेवा सबैले सहज रूपमा नपाउँदा महिलामाथि हुने हिंसा बढिरहेको छ । यो हिंसाबारे महिला त्यति खुलेर पनि बोल्न चाहँदैनन् । परिवारको प्रतिष्ठासँग जोडेर हेरिने हुँदा धेरै महिलाले प्रजनन स्वास्थ्य सम्बन्धी हिंसाको कुरै गर्न समेत खोज्दैनन् । यसलाई अभै पनि लाजको विषय मानिन्छ ।

नेपालमा सुरक्षित गर्भपतन सेवा प्रक्रिया २०६० ले १२ सातासम्मको गर्भलाई गर्भवतीको मञ्जुरीमा पतन गर्न कानूनले मान्यता दिएको छ । जबर्जस्ती करणी र हाडनाता भएको अवस्थामा २८ सातासम्मको गर्भ फाल्न पाइने व्यवस्था छ । लिङ्ग पहिचान गरेर, गर्भवतीको सहमतिबिना र १२ साताभन्दा बढीको गर्भपतन गराउन कानूनी रूपमा बन्देज छ । कुनै जटिल परिस्थिति भएको खण्डमा विशेषज्ञ र अनुमति प्राप्त चिकित्सकको रोहबरमा २८ सातासम्मको गर्भ फाल्न पाउने कानूनी व्यवस्था छ । कानूनी रूपमा गर्भपतनलाई मान्यता दिइएको भए पनि यथेष्ट जानकारीको अभावमा आजपर्यन्त महिलाको ज्यान जोखिममा पर्दै आएको छ ।

सुरक्षित गर्भपतनमा पहुँच पुग्न भनेको महिलाको प्रजनन अधिकारको सम्मान हुनु पनि हो । असुरक्षित गर्भपतनका कारण अहिले पनि हजारौं महिलाले ज्यान जोखिममा पाउँदै आएका छन्, मृत्युवरण गरिरहेका छन् । पितृसत्तात्मक सामाजिक संरचना तथा अपाङ्गमैत्री वातावरण र संरचनाको अभाव एवं अपाङ्गता भएका महिलाको प्रजनन अधिकार स्विकार्न नसक्ने सामाजिक सोचका कारण पनि अपाङ्गता भएका महिलाको प्रजनन अधिकार अभै पनि ओभ्रेलमा पर्दै आएको छ ।

प्रजनन अधिकार महिलासँग जोडिएको पाटो हो । यसमा महिलालाई यातना या दबाव दिएर पारिवारिक स्वार्थको लागि ज्यान खतरामा पार्न पाइँदैन भन्नेतर्फ महिला नै चनाखो हुन जरूरी छ । मिडियामा पनि यी विषयवस्तुको उठान हुन जरूरी छ । परिवारलाई सोधेर, परिवारका सदस्य खुसी पारेर होइन, महिलाले आत्मनिर्णयका साथ सन्तानको बारेमा सोचन पाउनुपर्छ किनकी यो नितान्त महिलाको शरीर र स्वास्थ्यसँग जोडिएको हुन्छ । महिलाले कति बच्चा जन्माउने, कति समयमा जन्माउने, गर्भनिरोधक साधन कुन प्रयोग गर्ने भन्ने विषय उसको प्रजनन अधिकारको विषयसँग जोडिएको विषय हो । यी विषयहरू मेरो अधिकार हो भन्ने कुरा महिला स्वयंलाई जानकारी हुन जरूरी छ । यदि यो मेरो अधिकार भन्ने थाहा भएन भने उसले न त अधिकार माग गर्न सकिन्छन् नत यसको उपभोग नै । त्यसैले यी विषयवस्तुहरू सञ्चारमाध्यममा पनि नियमित रूपमा आउन जरूरी छ । सरकार र सरोकार वाला निकायले पनि यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार महिलासँग छ मात्र भनेर हुँदैन । कागजमा लिखित रूपमा अधिकारका रूपमा आएको अधिकारको सुनिश्चित गर्न यो अधिकारको व्यापक प्रचार प्रसार हुन जरूरी छ । यो अधिकारकोवारेमा थाहा नभएर कोही महिलाले ज्यान गुमाउनु भनेको अधिकारको कुनै अर्थ नै नहुने जानकारहरू बताउँछन्। केही समययता यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका समाचार आए पनि ती प्रयाप्त नभएको देखिन्छ । त्यसैले मिडियासँग पनि यी विषयमा अन्तरक्रिया गर्न जरूरी देखिन्छ । एउटी महिलाले आफ्नो प्रजनन अधिकार उपभोग गर्न पाएको खण्डमा परिवार,समाज र देशकै विकासमा टेवा पुग्ने निश्चित छ ।

हाल सरकारी स्वास्थ्य संस्थामा बच्चा जन्माउन आउने सुत्केरीलाई निःशुल्क उपचार तथा पाँच सय देखि १५ सय रूपैयाँसम्म यातायात खर्च दिने व्यवस्था छ । यी कुरा कति महिलालाई थाहा छ त ?

सरकारले प्रजनन स्वास्थ्य प्रति महिलाको अधिकार सुनिश्चित गर्दै गुणस्तरीय प्रजनन स्वास्थ्य सेवाहरूलाई सम्पूर्ण महिलाको पहुँच हुने गरि विकास तथा विस्तार गरेर मुलुकमा विद्यमान उच्च मातृमृत्युदरलाई क्रमिक रूपमा घटाउँदै लैजाने उद्देश्य राखेको छ । असुरक्षित गर्भपतन मातृमृत्यु उच्च हुनुको एक प्रमुख कारण रहेको परिपेक्षमा मुलुकी ऐन एघारौँ संशोधनले गर्भपतन सम्बन्धी कानूनलाई उदार बनाएर प्रजनन स्वास्थ्यप्रति महिलाको अधिकारलाई सुनिश्चित गर्ने दिशातर्फ महत्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउनका अतिरिक्त सुरक्षित गर्भपतन सेवाको विकास तथा विस्तार गर्नका लागि मार्ग प्रशस्त गरेको छ । तर यो कुरा महिलासमक्ष पुग्न जरूरी छ ।

प्रजनन अधिकार भन्नाले प्रत्येक दम्पती तथा ब्यक्तिले कति जना सन्तान जन्माउने, जन्मान्तर कति राख्ने, बच्चा जन्माउने वा नजन्माउने आदिका बारेमा स्वतन्त्र र जिम्मेवारीपूर्वक निर्णय लिन पाउने अधिकार हो । साथै, यसका बारेमा सजिलै सूचना पाउनु पनि यसको अर्को पाटो हो ।

३.५ अब के गर्ने त ?

नेपालमा परिवार नियोजनका साधन प्रयोग गर्नका लागि अबै पनि धेरै पुरुषले भ्रन्ड मानेको पाइन्छ । जसका कारण महिलामा अनिच्छित गर्भ रहन गई मानसिक र शारीरिक तनाव सिर्जना गर्ने

गरेका धेरै उदाहरणहरू हाम्रै समाजमा पाइन्छन् । सन्तानको इच्छा पुगेका वा गर्भ राख्न नचाहेका किशोरी तथा महिलाका लागि परिवार नियोजनको साधन नै अति उत्तम उपाय मानिन्छ । सन्तानको इच्छा पुगेकाले स्थायी बन्ध्याकरण गर्न सक्छन् भने सन्तानको योजना केही पर सारेकाले वा सन्तान बनाउने नचाहेकाले परिवार नियोजनका साधनको प्रयोग गरेर गर्भ रहनबाट बच्न सक्छन् । तर केही समयका लागि मानिएको भ्रन्डटले कहिलेकाही गर्भ रहन गएपछि गरिने असुरक्षित गर्भपतनका कारण महिला तथा किशोरीको ज्यानै जाने गरेको छ । यी कुरालाई मध्यनजर गर्न नसक्दा नेपालमा वर्षेनी कयौं महिलाले ज्यान गुमाउन बाध्य भएका छन् । अर्को कुरा महिलाको तुलनामा पुरुष बन्ध्याकरण असाध्यै सजिलो र कम जोखिमपूर्ण हुन्छ । यति हुँदा पनि पुरुषहरू बन्ध्याकरण गर्न मान्दैनन् ।

परिवार व्यवस्थित गर्नका लागि हरेकले परिवार नियोजनका बारेमा जान्नु आवश्यक छ । यसका बारेमा नबुझ्दा एकातिर गर्भपतन गराउनु पर्ने बाध्यता आउन सक्छ भने अर्कातिर जोखिम लिएर भए पनि नचाहिएको बच्चा जन्माउनु पर्ने बाध्यता हुन सक्छ । श्रीमान श्रीमती वा महिला तथा पुरुषको इच्छा अनुसार कति समयको अन्तरमा बच्चा जन्माउने रू कति सन्तान जन्माउने वा नजन्माउने भनी गरिने योजना नै परिवार नियोजन हो । यसका लागि महिला तथा पुरुषले परिवार नियोजनका विभिन्न स्थायी तथा अस्थायी साधनहरू प्रयोग गर्न सक्छन् । नेपालमा सरकारले सबै तहका स्वास्थ्य संस्थामा परिवार नियोजनका सेवाहरू उपलब्ध गराउँदै आएको छ । इच्छाविपरीत रहेका गर्भले महिलाहरूलाई मानसिक र शारीरिक असर समेत गर्ने गरेको विभिन्न अध्ययनले देखाएका छन् ।

वातावरण, स्वास्थ्य तथा जनसंख्या गतिविधिहरूको अनुसन्धानमा केन्द्रित संस्था कृपा (CREHPA) का अनुसार विश्वभर वर्षेनी २ करोड ५० लाख महिलाले असुरक्षित गर्भपतन गराउने गरेको तथ्यांक छ । जसमा अधिकांश विकोसोन्मुख देशका रहेका छन् । हरेक वर्ष ४४ हजार महिलाको असुरक्षित गर्भपतनका कारण मृत्यु हुने गरेको तथ्य छ । विश्वमा कुल मातृमृत्युको ७ दशमलब ९ प्रतिशत मृत्यु असुरक्षित गर्भपतनका कारण भएको पाइन्छ ।

नेपाल जनसांख्यिक स्वास्थ्य सर्वेक्षण, २०१६ अनुसार नेपालमा परिवार नियोजनका क्षेत्रमा ठूलो लगानी भएको भए पनि जम्मा ४३ प्रतिशत महिलाले मात्र आधुनिक परिवार नियोजनका साधन प्रयोग गरेको पाइन्छ । परिवार नियोजनका साधनको माग २४ प्रतिशत रहेको छ ।

स्वास्थ्य सेवा विभागका महानिर्देशक डा आरपी बिच्छा गुणस्तरीय परिवार योजना सेवाको पहुँचले आमा र बच्चाको स्वास्थ्यमा मात्र नभई सामाजिक तथा विकास क्षेत्रमा समेत सकारात्मक प्रभाव पार्ने बताउँछन् (व्यक्तिगत कुराकानी, मंसिर १०, २०७८) । परिवार योजनामा एक रूपैयाँ लगानी गर्दा स्वास्थ्य र शिक्षाका क्षेत्रमा ३ रूपैयाँ भन्दा बढीको प्रतिफल आउने गरेको छ (पूर्ववत) ।

परिवार योजना कार्यक्रमको गुणस्तरीय र प्रभावकारी कार्यान्वयनले १० प्रतिशत बाल मृत्युदर र ३० प्रतिशतसम्म मातृ मृत्युदर घटेको विभिन्न तथ्यहरूले देखाइसकेका छन् । यसैले पनि एक महिला, जोडी वा परिवारलाई मात्र परिवार नियोजन आवश्यक हुने भन्दा पनि देशकै आर्थिक विकासका लागि पनि परिवार नियोजनको अति नै महत्वपूर्ण भूमिका हुन आउँछ ।

गर्भपतनको क्षेत्रमा काम गर्दै आएको संस्था कृपाका सह-निर्देशक डा महेश पुरीका अनुसार सरकारले

गर्भपतनलाई महिलाको प्रजनन अधिकारभित्र राखेर सम्बोधन गरेको भए पनि यसकोबारेमा अभै पनि ग्रामीण भेगसम्म जानकारी छैन (व्यक्तिगत कुराकानी, मंसिर ७, २०७८) । महिलामाथिको हिंसा कम गर्नका लागि पनि महिलाको प्रजनन स्वास्थ्य अधिकारलाई स्थापित गर्न जरूरी छ भने अर्कोतिर मिडियामा पनि यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका विषयमा समाचार विश्लेषण आउन जरूरी छ । मिडियामा निरन्तर आइरहने यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकारको सूचना प्रवाह, दोहोरो संवाद, सार्वजनिक रूपमा गरिने खुला बहस, सरोकारवालासँगको अन्तरक्रिया तथा निरन्तर निगरानीले सर्वसाधारणलाईसेवा लिन र बुझ्न सजिलो हुने कुरामा द्विविधा छैन ।

पत्रकारिताले सूचना प्रवाहको माध्यमबाट समाजमा सेवा गर्ने हो जुन सेवा जनतालाई सही सूचना दिने र सोहीबमोजिम निर्णय गर्नसक्ने काममा पनि उपयोगि हुन्छ । महिलाको यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्यका विषयमा मिडियाकर्मीले कलम चलाउनुपर्ने र उनीहरूलाई आफूले पाएको अधिकारको बारेमा जानकारी गराई समाजमा भइरहेको महिला हिंसा कम गराउने अभियानमा हातेमालो गर्ने बेला आएको छ । महिलाले यो मेरो अधिकार हो भन्ने थाहा पाएमा मात्र कति बच्चा जन्माउने, कहाँ जन्माउने, कति जन्मान्तर राख्ने, कुन परिवार नियोजनका साधन प्रयोग गर्ने भन्ने निर्णय लिन सक्छन् । त्यसैले सुरुमा उनीहरूलाई यो अधिकारकाबारेमा जानकारी गराएर उनीहरूलाई यौन र प्रजननसँग जोडिने हिंसाबाट जोगाउन मिडियाले ठूलो भूमिका खेल्न सक्छ ।

अर्को कुरा सरोकारवाला निकायले पनि कागजी रूपमा मात्रै ऐन नियम मात्र बनाएर पुग्दैन । यसको पूर्ण कार्यान्वयनका लागि विभिन्न सरोकारवालासँग विशेष गरी सेवाग्राहीसँग सही सूचना पुग्ने गरी छलफल र पैरवी कार्यक्रमहरू मिडियामार्फत चलाउन जरूरी देखिन्छ । अन्यथा कानूनले मात्र महिला विरुद्ध हुने प्रजनन स्वास्थ्यसँग जोडिएका हिंसा कम हुन सक्दैनन् । यसैगरी मिडिया भनेको सामाजिक रूपान्तरणका लागि वाहक पनि हुन् मिडियामा यस्ता संवेदनशील र सबैलाई चाहिने विषयवस्तु बारम्बार आउने हो भने धेरै नागरिक समक्ष यो विषयवस्तु पुग्न सक्छ । यसैगरी यो महिला मात्रको नभई विकासको एजेन्डा पनि भएकाले यसलाई सरकारले पनि प्राथमिकतामा पारेर आफ्ना संयत्रहरूलाई संचालन गर्दै यस्तो विषयवस्तुको छलफल र अन्तरक्रिया गाउँ गाउँसम्म पुराउने प्रयासमा लाग्न जरूरी हुन्छ । मिडियामा अन्य देशका सेलिब्रटीका सस्ता समाचार बनाउनुको सट्टा आफ्नै देशका महिलाको जीवन र मृत्यूसँग जोडिएका विषयवस्तुलाई प्राथमिकतामा राख्न सकियो भने त्यो समाचारले पक्कै केही न केही सकारात्मक परिवर्तन ल्याउन सहयोग पुराउन सक्छ । त्यसैले यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य जस्तो अति नै महत्वपूर्ण र देशकै सामाजिक र आर्थिक उन्नतिसँग जोडिने विषयवस्तुको व्यापक छलफल र पैरवी कार्यक्रमहरूको आवश्यकता पर्दछ । यति मात्र गर्न सकियो भने पनि महिलाले अहिले भोगिरहेको यौन तथा प्रजननसम्बन्धी पीडा र हिंसालाई केही हदसम्म कम गर्न सकिन्छ ।

परिच्छेद ४:
नेपाली मिडियामा लैङ्गिक
संवेदनशीलता :
एक अध्ययन

नेपाली मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता : एक अध्ययन

४.१ पृष्ठभूमि

नेपालको संविधान, २०७२ को मौलिक हकको धारा ३८ मा महिलाको हकसम्बन्धी व्यवस्था गरिएको छ । यो धाराले प्रत्येक महिलालाई बिना भेदभाव समान वंशीय हक हुने अधिकार सुनिश्चित गरेको छ भने सुरक्षित मातृत्व र प्रजनन स्वास्थ्य, शिक्षा, स्वास्थ्य, रोजगारी, समान ज्याला, सामाजिक सुरक्षा र सम्पत्तिमाथिको अधिकारको पनि सुनिश्चितता गरेको छ । यसैगरी धारा ३८ का साथसाथै धारा ४२ मा रहेको सामाजिक न्यायको हकले पनि राज्यका सबै निकायमा महिलाको समानुपातिक समावेशी प्रतिनिधित्व हुनुपर्ने व्यवस्था गरेको छ । वि.सं. २०६८ को जनगणनाअनुसार नेपालमा करिब ५१ प्रतिशत महिलाको जनसंख्या रहेको छ । यसैगरी करिब २५ लाख हाराहारी फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायको जनसंख्या रहेको यस क्षेत्रमा क्रियाशील विभिन्न संघसंस्थाले दाबी गर्दै आइरहेका छन् । नेपालमा मूलतः महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायमाथि यौनिक पहिचानकै आधारमा विभेद हुँदै आइरहेको छ । यस्ता किसिमका लैङ्गिक विभेदविरुद्ध निरन्तर संघर्ष हुँदै आइरहेको छ र केही हदसम्म सवैधानिक र कानुनी व्यवस्था पनि भएका छन् । यद्यपि, ती कानुनी व्यवस्था प्रभावकारीरूपमा लागू भने हुन सकेको छैन ।

यसरी लैङ्गिकरूपमा विभेदमा पारिएका समुदायका सवाल र सरोकारलाई व्यापकरूपमा सार्वजनिक बहसमा ल्याउने र राज्यलाई ती मुद्दा सम्बोधन गर्न जवाफदेही बनाउन मिडियाले निकै महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरिरहेको हुन्छ । यसका लागि सञ्चारकर्मीसँग लैङ्गिक विभेदबारे स्पष्ट बुझाइ हुन जरूरी छ भने मिडियामा उनीहरूको भौतिक प्रतिनिधित्व हुन पनि त्यतिकै आवश्यक छ । अभ् सञ्चारकर्मीलाई महिलाको मात्रै होइन, फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायको पहिचान र अधिकारका विविध आयामबारे जानकारी हुनै पर्छ । सञ्चारगृह र सञ्चारकर्मी यस्ता मुद्दामा संवेदनशील भएको खण्डमा उनीहरूका बहुआयामिक सवाललाई मिडियाले स्थान दिन सक्छ । यसले उनीहरूका अधिकारका सवालमा सार्वजनिक बहस गराउने र सरोकारवालालाई जवाफदेही बनाउन पनि भूमिका निर्वाह गर्न सक्छ ।

विशेषगरी लैङ्गिकरूपमा मिडिया कति संवेदनशील छ भन्ने कुरा ती मिडियाले लैङ्गिक सवालमा उत्पादन गर्ने सामग्री र त्यस्ता सामग्री उत्पादनमा महिला र पुरुष सञ्चारकर्मीको सहभागिता वा सञ्चारगृहमा उनीहरूको प्रतिनिधित्वले निर्धारण गर्दछ । विश्वभरिने महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायको मिडियाको नीति-निर्माण तहमा महिलाको प्रतिनिधित्व अत्यन्तै कमजोर छ । सन् २०११ मा आइडब्लयुएमएफले समाचारकक्षमा महिलाको अवस्थासम्बन्धी विश्वव्यापीरूपमा गरेको अध्ययनअनुसार मिडियाका कार्यकारी बोर्ड र प्रमुख व्यवस्थापकीय पदमा पुरुषको सहभागिता करिब ७० प्रतिशतभन्दा माथि रहेको देखाएको छ (आइडब्लयुएमएफ, २०११) । नेपालमा पनि क्रियाशील पत्रकारमध्ये करिब २५ प्रतिशत पत्रकार महिला रहेको देखिएको छ । यसले संसारभरि नै मिडिया सञ्चालनमा पुरुषको दबदबा रहँदै आएको देखिन्छ, नेपालको अवस्था पनि त्यस्तै छ ।

प्रतिनिधित्वका साथसाथै मिडियाले उत्पादन गर्ने विषयवस्तुका आधारमा पनि ती मिडिया लैङ्गिकरूपमा कति संवेदनशील छन् भनेर हेर्न सकिन्छ । ती मिडियाले महिलाका साथै फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका मुद्दालाई कसरी स्थान दिन्छन् वा कतिको प्राथमिकतामा राख्छन् भन्ने कुराले पनि मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलताको मापन गर्न सकिन्छ । ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट सन् २०१० को प्रतिवेदनअनुसार विश्वभरि समाचारमा पढिने वा सुनिने व्यक्तिहरूमध्ये ७६ प्रतिशत मानिस पुरुष थिए भने केवल २४ प्रतिशत मात्र महिला थिए । तर, समाचारमा पीडितका रूपमा प्रस्तुत भएकामध्ये ८ प्रतिशत मात्र पुरुष र १८ प्रतिशत महिला थिए (जीएमएमपी रिपोर्ट, २०१०) । नेपालको सन्दर्भमा सन् २०१७ मा फ्रिडम फोरमले गरेको एक अध्ययनमा राष्ट्रिय मिडियामा प्रकाशित हुने कूल समाचारमध्ये ९ प्रतिशत मात्रै महिलालाई स्रोतको रूपमा समावेश गरिएको थियो ।

नेपालमा राष्ट्रिय जनसंख्याको आधाभन्दा बढी महिला छन् तर पत्रकारको संख्याले यो प्रतिबिम्बित नगरेको भन्दै मिडिया एक्सन नेपालले सन् २०२१ मासार्वजनिक गरेको एक अध्ययन प्रतिवेदनले सञ्चारमाध्यममा निर्णय गर्ने तहमा महिला सहभागिता बढाउन ठूलो खाँचो रहेको निष्कर्ष निकालेको छ । सञ्चारमाध्यमले लैङ्गिक नीतिहरू तर्जुमा गर्न आवश्यक छ किनभने नीतिहरूले सञ्चारमाध्यममा प्रवेश, बढुवा र तलब स्केलेडिङ लिप्पै महिलालाई कस्तो किसिमको सेवा दिने भन्ने कुरालाई निर्देशित गर्छ (मिडिया एक्सन नेपाल, २०२१) ।

४.२. अध्ययनको उद्देश्य

यो अध्ययनको मुख्य उद्देश्य नेपाली मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलताको मापन गर्नु हो । नेपाली मिडियामा मूलतः महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवालमा कस्ता समाचार/सामग्री प्रकाशित हुन्छन् र ती लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट कतिको संवेदनशील छन् अध्ययनबाट प्राप्त तथ्यका आधारमा मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता बृद्धि गर्न आवश्यक सुझाव प्रदान गर्नु हो ।

यस अध्ययनको विशिष्टउद्देश्य निम्नानुसार रहेका छन् :

- नेपाली मिडियामा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे कति र कस्ता समाचार/सामग्री प्रकाशित भइरहेका छन् भन्ने विषयमा थाह पाउने ।
- नेपाली मिडियामा प्रकाशित समाचार/सामग्री लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट कतिको संवेदनशील छन् भन्ने जानकारी लिने ।
- अध्ययनबाट प्राप्त तथ्यका आधारमा नेपाली मिडियालाई लैङ्गिकरूपमा संवेदनशील बनाउन सुझाव प्रदान गर्ने ।

४.३ अध्ययन विधि र सीमा

प्रस्तुत अध्ययनमा गुणात्मक तथा मात्रात्मक दुवै विधिको प्रयोग गरिएको छ । अध्ययनमा समेटिएका २० ओटा पत्रपत्रिका र अनलाइनमा कति समाचार/सामग्री प्रकाशित भएका छन् र ती लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट कतिको संवेदनशील छन् भन्ने विश्लेषण गरिएको छ । मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलताबारे अध्ययनका लागि संयुक्त राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक र सांस्कृतिक संगठन

(युनेस्को)ले मिडियामा लैङ्गिक संवेदनशीलता अध्ययनका लागि सूचक तयार पारेको छ (युनेस्को, २०१२) । यो अध्ययनमा युनेस्कोले तयार पारेको सूचकका साथै नेपाली सन्दर्भमा आवश्यक थप सूचक पनि समावेश गरेर अध्ययन गरिएको हो ।

नेपाली मिडिया र लैङ्गिक संवेदनशीलताबारे गरिएको यो अध्ययनमा काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने तीनओटा दैनिक पत्रिका र तीनओटा अनलाइन, सातओटै प्रदेशबाट प्रकाशित हुने एउटा-एउटा पत्रिका र एउटा-एउटा अनलाइन समाचार पोर्टल गरी जम्मा २० ओटा सञ्चारमाध्यममा प्रकाशित समाचार सामग्री समावेश गरिएको छ ।^१ यसैगरी छोटो समयमा गरिएको यो अध्ययनमा ती मिडियामा प्रकाशित सबै समाचार/सामग्रीको अध्ययन गर्न सम्भव नभएका कारण काठमाडौंबाट प्रकाशित मिडियामा वि.सं. २०७८ भदौ १६ देखि कार्तिक १४ गतेसम्मको दुई महिनाको अवधिमा प्रकाशित सामग्रीको मात्रै अध्ययन गरिएको छ भने सातओटै प्रदेशबाट प्रकाशित मिडियामा वि.सं. २०७८ साउन १७ देखि असोज १४ गतेसम्म दुई महिना अवधिभरि प्रकाशित सामाचार/सामग्रीको अध्ययन गरिएको छ ।

४.४. अध्ययनमा समावेश मिडियामा प्रकाशित समाचार

वि.सं. २०७८ भदौ १६ देखि कार्तिक १४ सम्म दुई महिनाको अवधिमा काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने तीन दैनिक पत्रिका र तीन अनलाइन समाचार पोर्टलसहित सातै प्रदेशका सातओटा दैनिक र सातओटा अनलाइनले प्रकाशित गरेका २३ हजार ५१५ ओटा समाचार/सामग्रीमा केन्द्रित रहेर यो अध्ययन गरिएको हो । काठमाडौंका दैनिक पत्रिका र अनलाइनले दैनिक औषत ३९ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशन गर्दै आएको देखिन्छ । यसैगरी काठमाडौं बाहिरका पत्रपत्रिका र अनलाइनले दैनिक करिब ११ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशन गर्दै आएको देखिन्छ ।

यसैगरी पत्रपत्रिका र अनलाइनले दैनिक प्रकाशित गर्ने औषत समाचार/सामग्रीको संख्यामा पनि भिन्नता रहेको देखिन्छ । अध्ययनमा समावेश गरिएका काठमाडौंका दैनिक पत्रिकाले अध्ययन अवधिमा औषत १७ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका थिए भने काठमाडौं बाहिरका पत्रपत्रिकाले दैनिक औषत १२ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गर्ने गरेका छन् । यसैगरी काठमाडौंका अनलाइन समाचार पोर्टलले दैनिक करिब ३४ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गरिरहेका छन् भने काठमाडौं बाहिर अनलाइनले दैनिक औषत ११ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गर्छन् ।

१ यो अध्ययनमा काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने कान्तिपुर, नयाँ पत्रिका र गोरखापत्र दैनिक र अनलाइनखबर, सेतोपाटी र रातोपाटीका समाचार/सामग्रीको अध्ययन गरिएको छ । यसैगरी प्रदेश १ को ब्लाष्ट दैनिक र पूर्वेलीन्यूज अनलाइन, प्रदेश २ को जनकपुर टुडे र टुडेपाटी अनलाइन, वागमती प्रदेशको चितवन पोष्ट र नारायणी अनलाइन, गण्डकी प्रदेशको आदर्श समाज र परिचय अनलाइन, लुम्बिनीको बुटवल टुडे र सबलपोष्ट अनलाइन, कर्णालीको युगआन्वृत्तान दैनिक र नेपाली रैवार अनलाइन र सुदूरपश्चिम प्रदेशको पश्चिमटुडे र धनगढीखबर अनलाइन समावेश गरिएको छ । यो अध्ययनमा काठमाडौंबाट प्रकाशित यी मिडियामा वि.सं. २०७८ भदौ १६ देखि कार्तिक १४ गतेसम्म प्रकाशित सामग्रीको अध्ययन गरिएको छ भने काठमाडौं बाहिरबाट प्रकाशित हुने मिडियामा वि.सं. २०७८ साउन १७ देखि असोज १४ गतेसम्म प्रकाशित सामग्रीको अध्ययन गरिएको छ ।

तालिका १ : देशभरिका १० ओटा पत्रिका र १० ओटा अनलाइन समाचार पोर्टलले दुई महिनामा प्रकाशित गरेका गरेका सामग्री (समाचार, सम्पादकीय र विचारसहित)

स्थान	मिडिया	जम्मा प्रकाशित सामग्री
काठमाडौं उपत्यका/ वागमती प्रदेश	कान्तिपुर	२,२७०
	गोरखापत्र	४,०५१
	नयाँ पत्रिका	१,६३९
	अनलाइनखबर ^२	१,७५३
	सेतोपाटी अनलाइन	२,९५९
	रातोपाटी अनलाइन	१,३०९
प्रदेश १	ब्लाष्ट दैनिक	१,३८१
	पूर्वेलीन्यूज अनलाइन	१७८
प्रदेश २	जनकपुर टुडे	९०१
	टुडेपाटी अनलाइन	१७५
उपत्यकाबाहिर/ वागमती प्रदेश	चितवन पोष्ट	५८०
	नारायणी अनलाइन	३७१
गण्डकी प्रदेश	आदर्श समाज दैनिक	७७१
	परिचय अनलाइन	१,२९०
लुम्बिनी प्रदेश	बुटवल टुडे	७१२
	सबलपोष्ट	४४४
कर्णाली प्रदेश	युग आव्हवान	४३७
	नेपाली रैवार अनलाइन	५४३
सुदूरपश्चिम प्रदेश	पश्चिम टुडे	१३३
	धनगढीखबर अनलाइन	१,६१८
जम्मा	२० ओटा मिडिया	२३,५१५

नेपालका महिलाले पितृसत्तात्मक सत्ता र शक्तिका कारण उत्पन्न लैङ्गिक विभेद तथा समस्यासँग निरन्तर संघर्ष गरिरहेका छन् । मूलतः महिलामाथि हुने पारिवारिक वा सामुदायिक हिंसा, यौन हिंसा तथा दुर्व्यवहार, आर्थिक बञ्चितकरण, राजनीतिक बहिष्करण आदि हुने गरेका छन् । समाजमा रहेको विभेदकारी शक्ति-सम्बन्धकै कारण उनीहरूमाथि भइरहेका विभेद र उत्पीडनले गहिरो जरा गाडेको छ । त्यस्ता विभेद र हिंसाविरुद्ध नेपालका महिला तथा न्यायका पक्षधर शक्ति आन्दोलनमा

२ यो अध्ययनमा २०७८ भदौ १६ देखि कार्तिक १४ गतेसम्म प्रकाशित सामग्रीको अध्ययनमा आधारित भए पनि यो अध्ययनको समयमा अनलाइनखबर.कमको वेबसाइट मर्मतका क्रममा रहेको हुँदा असोज २२ गतेदेखि कार्तिक १५ गतेसम्म प्रकाशित समाचार/सामग्री मात्रै उपलब्ध भएको हुँदा अनलाइनखबरमा सो अवधिमा उपलब्ध समाचार/सामग्रीको तथ्याङ्क मात्रै यहाँ समावेश गरिएको छ ।

छ । तथापि, नेपालका महिलाले भोगिरहेका बहुआयमिक समस्या र सरोकारबारे पर्याप्त मात्रामा सार्वजनिक बहस र विमर्श हुन सकेको छैन ।

समाजका आधारभूत सवाललाई बाहिर ल्याउने र राज्य तथा सरोकारवालालाई ती सवालमा जवाफदेही बनाउने काम राज्यको हो । सैद्धान्तिकरूपमा पत्रकारितालाई आवाजविहीनको आवाजको रूपमा लिइन्छ । आफ्ना सवाल र आवाज बोल्न नसक्ने समूहको मुखपत्रका रूपमा मिडियाले काम गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता पनि रहिआएको छ । तर, आमरूपमा नेपालका महिला र त्यसमा पनि सिमान्तीकरणमा पारिएका महिलाका साथै फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिको सवाललाई अहिले पनि नेपाली मिडियाले पर्याप्त मात्रामा स्थान दिन सकेको देखिँदैन ।

४.४.१ पत्रपत्रिका र अनलाइनमा लैङ्गिक समाचार

यो अध्ययनमा समावेश गरिएका काठमाडौं र प्रदेशका पत्रपत्रिका र अनलाइनले लैङ्गिक सवाललाई कतिको प्राथमिकता दिएर समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका छन् भन्ने हेरिएको छ । यसमा पनि मूलतः महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका सवाललाई कति सामग्री प्रकाशित हुन्छन् र ती लैङ्गिक दृष्टिकोणले संवेदनशील छन् कि छैनन् भन्ने पनि हेरिएको छ । मिडियामा प्रकाशित समाचार/सामग्रीमा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकाका सवालले कतिको प्राथमिकता पाउँछन् भन्ने सवाललाई यो अध्ययनको एउटा सूचकको रूपमा समावेश गरिएको छ ।

अध्ययनबाट नेपालका पत्रपत्रिका र अनलाइन मिडियाले लैङ्गिक सवाललाई खासै महत्वका मुद्दाका रूपमा समावेश गर्न सकेको देखिएको छैन । अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियामा २०७८ भदौ १६ देखि कार्तिक १४ सम्म दुई महिनाको अवधिमा जम्मा २३ हजार ५१५ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित भएका छन् । तीमध्ये महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवालमा जम्मा ३८८ ओटा अर्थात् १.६७ प्रतिशत सामग्री मात्रै प्रकाशित गरेका छन् । यो अवधिमा महिलाका सवालमा केन्द्रित रहेर ३८६ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित भएका थिए भने फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे जम्मा एउटा समाचार र एउटा विचार गरी जम्मा दुईओटा मात्रै समाचार प्रकाशित भएका थिए । नेपाली मिडियाले महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका मुद्दालाई प्राथमिकता दिँदैनन् भन्ने बिगतदेखिको तथ्यलाई यो तथ्याङ्कले पुनःपुष्टी गरेको छ ।

तालिका २ : महिला र लैङ्गिक तथा यौनिक अल्पसंख्यकका सवालमा प्रकाशित समाचार/सामग्रीको अवस्था

स्थान	मिडिया	जम्मा प्रकाशित सामग्री (समाचार, सम्पादकीय र विचारसहित)	महिलाका सवालमा प्रकाशित सामग्री (समाचार, सम्पादकीय र विचारसहित)	फरक यौनिक पहिचान गणकाबारे प्रकाशित सामग्री (समाचार, सम्पादकीय र विचारसहित)
काठमाडौं उपत्यका/वाग्मती प्रदेश	कान्तिपुर	२,२७०	५१	१
	गोरखापत्र	४,०५१	५६	
	नयाँ पत्रिका	१,६३९	१६	१
	अनलाइनखबर	१७५३	१०५	
	सेतोपाटी अनलाइन	२,९५९	८३	
	रातोपाटी अनलाइन	१,३०९	४६	
प्रदेश १	ब्लाष्ट दैनिक	१,३८१	३	
	पूर्वेलीन्यूज अनलाइन	१७८	०	
प्रदेश २	जनकपुर टुडे	९०१	३	
	टुडेपाटी अनलाइन	१७५	१	
उपत्यकाबाहिर/ वाग्मती प्रदेश	चितवन पोष्ट	५८०	३	
	नारायणी अनलाइन	३७१	१	
गण्डकी प्रदेश	आदर्श समाज दैनिक	७७१	४	
	परिचय अनलाइन	१,२९०	४	
लुम्बिनी प्रदेश	बुटवल टुडे	७१२	२	
	सबलपोष्ट	४४४	१	
कर्णाली प्रदेश	युग आव्हवान	४३७	३	
	नेपाली रैवार अनलाइन	५४३	१	
सुदूरपश्चिम प्रदेश	पश्चिम टुडे	१३३	१	
	धनगढीखबर अनलाइन	१,६१८	२	
जम्मा	२० ओटा मिडिया	२३,५१५	३८६	२

यो अवधिमा गोरखापत्र दैनिकले ४ हजार ५१ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेको थियो । तर,

महिलाका सवालमा ५६ ओटा सामग्री प्रकाशित गरेको थियो, जुन गोरखापत्रले प्रकाशित गरेको सामग्रीको करिब एक प्रतिशत मात्रै हो । यसैगरी सेतोपाटी अनलाइनले २ हजार ९५९ ओटा सामग्री प्रकाशित गरेको थियो । सेतोपाटीमा पनि ८३ ओटा अर्थात् २.८० प्रतिशत मात्रै महिलाका मुद्दामा केन्द्रित थिए । अनलाइनखबरले असोज २२ देखि कार्तिक १५ सम्मको अवधिमा १ हजार ७५३ सामग्रीमध्ये अन्य मिडियाका तुलनामा सबैभन्दा बढी १०५ ओटा अर्थात् ६ प्रतिशत महिलाका सवाललाई स्थान दिएको थियो । यसैगरी कान्तिपुर दैनिकले प्रकाशित सामग्रीमध्ये ५१ ओटा अर्थात् करिब २.५ प्रतिशत महिलाका सवालमा समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेको थियो ।

यसैगरी काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने पत्रिका र अनलाइनले महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे निकै थोरै सामग्री प्रकाशित गरेको देखिन्छ । यही अध्ययनका क्रममा छओटा मिडियामा १३ हजार ८१ सामग्री प्रकाशित हुँदा महिलाबारे ३७५ ओटा (२.५५ प्रतिशत) र फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिबारे जम्मा दुईओटा (०.१५ प्रतिशत) सामग्री प्रकाशित गरेका थिए । फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे नयाँ पत्रिका दैनिकले असोज २४ गते चिरञ्जिवी घिमिरेको बाइलाइनमा 'सर्मा लिङ्गीको पीडा' शीर्षकको समाचार प्रकाशित गरेको छ भने असोज २६ गते कान्तिपुर दैनिकले अमृता अनमोलको बाइलाइनमा 'तेस्रो लिङ्गी पहिचानको सवाल' शीर्षकको लेख प्रकाशित गरेको छ । यो अध्ययनका क्रममा यी दुई बाहेक कुनै पनि पत्रपत्रिका र अनलाइनले फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका छैनन् ।

काठमाडौँ बाहिरका सातओटै प्रदेशबाट प्रकाशित सातओटा पत्रपत्रिकाले ४ हजार ९१५ मध्ये १९ ओटा र अनलाइनले ४ हजार ६१९ मध्ये १० ओटा मात्रै समाचार/सामग्री महिलाका विषयमा प्रकाशित गरेका छन् । समग्रमा हेर्दा काठमाडौँ बाहिरका पत्रपत्रिका र अनलाइनले जम्मा ९ हजार ५३४ ओटा समाचार/सामग्री प्रकाशित गर्दा महिलाका सवालमा २९ ओटा अर्थात् ०.३० प्रतिशत सामग्री मात्रै प्रकाशित गरेका छन् । ती पत्रपत्रिका र अनलाइनले फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे एउटा पनि सामग्री प्रकाशन गरेका छैनन् ।

तालिका ३ : पत्रपत्रिका र अनलाइनमा प्रकाशित महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवालमा प्रकाशित सामग्रीको अवस्था

पत्रपत्रिका	जम्मा प्रकाशित सामग्री (समाचार, सम्पादकीय र विचारसहित)	महिलाबारे समाचार	फरक यौनिक पहिचान भएकाबारे समाचार	अनलाइन समाचार पोर्टल	जम्मा प्रकाशित सामग्री	महिलाबारे समाचार	फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे समाचार
कान्तिपुर	२,२७०	५१	१	अनलाइनखबर	१,७५३	१०५	
गोरखापत्र	४,०५१	५६		सेतोपाटी अनलाइन	२,९५९	३	
नयाँ पत्रिका	१,६३९	१६	१	रातोपाटी अनलाइन	१,३०९	४६	
ब्लाष्ट दैनिक	१,३८१	३		पूर्वेलीन्यूज अनलाइन	१७८	०	
जनकपुर टुडे	९०१	३		टुडेपाटी अनलाइन	१७५	१	
चितवन पोष्ट	५८०	३		नारायणी अनलाइन	३७१	१	
आदर्श समाज दैनिक	७७१	४		परिचय अनलाइन	१,२९०	४	
बुटवल टुडे	७१२	२		सबलपोष्ट	४४४	१	
युग आन्व्हान	४३७	३		नेपाली रैवार अनलाइन	५४३	१	
पश्चिम टुडे	१३३	१		धनगढीखबर अनलाइन	१६१८	२	
जम्मा	१२,८७५	१४२	२	जम्मा	१०,६४०	२२४	

माथि उल्लेखित तथ्यले राजधानीबाट प्रकाशित हुने दैनिक पत्रिका र अनलाइनले पनि महिला र लैङ्गिक तथा यौनिक अल्पसंख्यकका मुद्दालाई प्राथमिकता दिएको देखिँदैन भने प्रदेशबाट प्रकाशित हुने पत्रपत्रिका र अनलाइनले त यी सवाललाई बेवास्ता नै गरेको देखिन्छ । यसैगरी पत्रपत्रिका र अनलाइनको तुलनात्मक अध्ययन गर्दा अध्ययनमा समावेश गरिएकामध्ये १२ हजार ८७५ सामग्री पत्रिकाले प्रकाशित गरेका थिए भने १० हजार ६४० सामग्री अनलाइनले प्रकाशित गरेका थिए । लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट हेर्दा महिलाका सवालमा पत्रपत्रिकाको तुलनामा अनलाइनले थोरै बढी सामग्री प्रकाशित गरेको देखिन्छ । महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायमध्ये प्रकाशित जम्मा ३८८ सामग्रीमध्ये २४४ (६२.९० प्रतिशत) अनलाइनले प्रकाशित गरेका छन् भने १४४ (३७.१० प्रतिशत) सामग्री पत्रपत्रिकाले प्रकाशित गरेका छन् । यो अध्ययनले महिलाका सवालमा समाचार/सामग्री प्रकाशनका सन्दर्भमा पत्रपत्रिकाभन्दा अनलाइन नै अगाडि रहेको देखिएको छ । पत्रपत्रिकाबाहेक अनलाइन समाचार पोर्टलले फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिका सवाललाई कुनै चासो नदेखाएको पाइयो ।

माथि उल्लेख गरिएका तथ्यका आधारमा नेपालका पत्रपत्रिका र अनलाइन महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका मुद्दा र सरोकारबारे आवश्यक मात्रामा संवेदनशील हुन नसकेको देखिन्छ । नेपालका महिलाले दैनिक जीवनमा पितृसत्तात्मक शक्ति-सम्बन्धका कारण हुने राजनीतिक बहिस्करण, लैङ्गिक विभेद, सामाजिक र पारिवारिक हिंसा आदि मुद्दामा नपेपालका मिडियाले पर्याप्त मात्रामा ध्यान पुऱ्याउन नसकेको स्पष्ट हुन्छ । काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने पत्रपत्रिका र अनलाइनले तुलनात्मकरूपमा लैङ्गिक मुद्दालाई यदाकदा स्थान दिने गरेका भए पनि काठमाडौँ बाहिरका वा प्रदेश राजधानीबाट प्रकाशित हुने सबैजसो पत्रपत्रिका र अनलाइन लैङ्गिक सवालमा संवेदनशील हुन सकेको देखिँदैन ।

४.४.२ पत्रकार महिलाका बाइलाइन

यो अध्ययनमा समावेश गरिएका सामग्रीमध्ये २१ हजार ९१९ ओटा समाचार प्रकाशित भएका थिए । ती समाचार तयार पार्ने पत्रकारको सबै समाचारमा बाइलाइन समावेश गरिएको हुँदैन । कतिपय समाचार सम्बन्धित सञ्चारगृहकै सञ्चारकर्मीले तयार पारेका हुन्छन् भने कतिपय विभिन्न एजेन्सीबाट पनि लिइएका हुन्छन् । समाचारको प्रकृति र सञ्चारगृहको नीतिअनुसार सबै समाचारमा बाइलाइन समावेश गरिएको हुँदैन । यो अध्ययनमा पत्रपत्रिका तथा अनलाइनमा प्रकाशित समाचारमा कति बाइलाइन आएको छ भन्ने कुरा समावेश गरिएको छैन । यद्यपि, सञ्चारकर्मी महिलाको बाइलान कति प्रकाशित भएका छन् भन्ने हेरिएको छ । पत्रकार महिलाका बाइलाइन महिलाका विषयमा लेखिएका समाचारमा मात्रै समावेश गरिएको हुन्छ भन्ने छैन, त्यसैले समग्र प्रकाशित कति समाचारमा पत्रकार महिलाका बाइलाइन छन् भनेर यहाँ हेरिएको हो । समाचारमा प्रकाशित पत्रकार महिलाको बाइलाइनलाई मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलताको सूचीका रूपमा राखेर हेरिएको हो ।

यो अध्ययन अवधिमा २० ओटा मिडियामा प्रकाशित २१ हजार ९१९ ओटा समाचारमध्ये जम्मा ७६ ओटा समाचारमा मात्रै पत्रकार महिलाको बाइलाइन प्रकाशित भएको छ । यो जम्मा प्रकाशित समाचारको करिब ०.३५ प्रतिशत मात्रै हो ।

तालिका ४ : प्रकाशित समाचारमा पत्रकार महिलाका बाइलाइन

स्थान	मिडिया	जम्मा प्रकाशित समाचार	पत्रकार महिलाका बाइलाइन
काठमाडौं उपत्यका/वाग्मती प्रदेश	कान्तिपुर	१,८८९	१८
	गोरखापत्र	३,५३०	७
	नयाँ पत्रिका	१,१८९	३
	अनलाइनखबर	१,७१३	९
	सेतोपाटी अनलाइन	२,८१८	१३
	रातोपाटी अनलाइन	१,२४६	०
प्रदेश १	ब्लाष्ट दैनिक	१,३८१	०
	पूर्वेलीन्यूज अनलाइन	१७८	०
प्रदेश २	जनकपुर टुडे	९०१	१०
	टुडेपाटी अनलाइन	१७५	०
उपत्यकाबाहिर/ वाग्मती प्रदेश	चितवन पोष्ट	५८०	०
	नारायणी अनलाइन	३७१	०
गण्डकी प्रदेश	आदर्श समाज दैनिक	७७१	०
	परिचय अनलाइन	१,२९०	०
लुम्बिनी प्रदेश	बुटवल टुडे	७१२	१५
	सबलपोष्ट	४४४	१
कर्णाली प्रदेश	युग आन्व्हान	४३७	०
	नेपाली रैवार अनलाइन	५४३	०
सुदूरपश्चिम प्रदेश	पश्चिम टुडे	१३३	०
	धनगढीखबर अनलाइन	१,६१८	०
जम्मा	२० ओटा मिडिया	२१,९१९	७६

यो अध्ययनको अवधिमा प्रकाशित पत्रकार महिलाको बाइलाइनमध्ये सबैभन्दा धेरै कान्तिपुर दैनिकको १८ ओटा समाचारमा पत्रकार महिलाको बाइलाइन प्रकाशित भएको छ । यसैगरी बुटवल टुडेले १५ ओटा, सेतोपाटी अनलाइनले १३ ओटा, जनकपुर टुडेले १० ओटा, अनाइनखबरले ९, गोरखापत्र दैनिकले ७, नयाँ पत्रिकाले ३ र सबलपोष्टले एउटा मात्रै पत्रकार महिलाका बाइलाइन प्रकाशित गरेका छन् । यसरी हेर्दा काठमाडौंका मिडियाले केही हदसम्म पत्रकार महिलाका बाइलाइन समावेश गरेको देखिए पनि काठमाडौं बाहिरका अधिकांश मिडियाले पत्रकार महिलाका बाइलाइन समावेश गरेको देखिएन ।

पत्रपत्रिका र अनलाइनको तुलनात्मक अध्ययन गर्दा जम्मा प्रकाशित पत्रकार महिलाका बाइलाइनमध्ये ५३ ओटा (६९.७४ प्रतिशत) पत्रपत्रिकामा प्रकाशित भएको पाइयो भने २३ ओटा (३०.३६ प्रतिशत) अनलाइनमा प्रकाशित भएको पाइयो । २० मध्ये १२ ओटा मिडियाले दुई महिनाको अवधिसम्म एउटा पनि पत्रकार महिलाको बाइलाइन समावेश नगर्नु भनेको नेपालको मिडिया संरचनागतरूपमै महिलासँत्री हुन सकेको छैन भन्ने हो । मिडियाको समाचार वा विषयवस्तु उत्पादनमा महिलाको सहभागीता नहुँदासम्म पत्रकार महिलाको बाइलाइन आउन सम्भव छैन । यो अध्ययनबाट प्राप्त तथ्यले नेपालका मिडिया समाचारकक्षामा महिला सहभागीताप्रति संवेदनशील हुन सकेको छैन भन्ने देखाउँछ ।

४.४.३ समाचारको स्रोतमा महिला र फरक यौनिक समुदाय

नेपालमा मिडियाले समाचारका स्रोतका रूपमा पुरुषलाई नै लिने गरेको देखिन्छ । सूचना प्रदान गर्ने मुख्य स्थानमा पुरुषकै दबदबा भएका कारण पनि यसो हुने गरेका छन् भने महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकालाई समाचार वा विचारको स्रोतको रूपमा स्वीकार नै नगर्ने प्रवृत्ति पनि कायमै छ । यसका साथै समाचार उत्पादनमा संलग्न अधिकांश सञ्चारकर्मी पुरुष हुने र पुरुषलाई सूचनाको स्रोतको रूपमा प्रयोग गर्ने प्रवृत्तिका कारण पनि महिलालाई समाचारका स्रोतको रूपमा अत्यन्तै कम मात्रामा प्रयोग गरिन्छ । मूलतः महिलाका सरोकारसम्बन्धी प्रकाशित भएका समाचारमा महिलालाई समाचारका स्रोतका रूपमा समावेश गर्ने गरिएको भए पनि आम राजनीतिक, सामाजिक र सार्वजनिक सरोकारका विषयमा महिलालाई समाचारका स्रोतको रूपमा अत्यन्तै न्यून मात्रामा समावेश गरिएको छ । लैङ्गिक संवेदनशीलताको कोणबाट हेर्दा समाचारमा महिलालाई समाचारका स्रोत, सरोकारवाला वा विज्ञको रूपमा कतिको प्रयोग गरिन्छ भन्ने आधारमा पनि मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलताको मापन गर्नुपर्छ । त्यसैले समाचारका स्रोतको रूपमा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकालाई मिडियामा लैङ्गिक समानताको सूचकको रूपमा समावेश गरिएको छ ।

यो अध्ययनका क्रममा समावेश गरिएका २१ हजार ९१९ ओटा समाचारमध्ये धेरैजसोमा समाचारका स्रोतका रूपमा विभिन्न व्यक्तिलाई समावेश गरिएको छ । समाचारका विषयसँग सम्बन्धित व्यक्ति,

सरोकारवाला, विशेषज्ञ वा विश्लेषकका रूपमा ती व्यक्तिका विचारलाई समाचारमा उल्लेख गरिएका छन् । यसरी प्रकाशित समाचारमध्ये जम्मा ३४८ ओटा (१.६० प्रतिशत) समाचारमा मात्रै महिलालाई समाचारका स्रोतका रूपमा समावेश गरिएको छ ।

तालिका ५ : समाचारका स्रोतका रूपमा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका

स्थान	मिडिया	जम्मा प्रकाशित समाचार	समाचारको स्रोतका रूपमा महिला	समाचारको स्रोतका रूपमा फरक यौनिक पहिचान भएका
काठमाडौं उपत्यका/ वाग्मती प्रदेश	कान्तिपुर	१,८८९	२०	
	गोरखापत्र	३,५३०	८	
	नयाँ पत्रिका	१,१८९	१३	
	अनलाइनखबर	१,७१३	६०	
	सेतोपाटी अनलाइन	२,८१८	४२	
रातोपाटी अनलाइन	१,२४६	१९		
प्रदेश १	ब्लाष्ट दैनिक	१,३८१	६	
	पूर्वेलीन्यूज अनलाइन	१७८	८	
प्रदेश २	जनकपुर टुडे	९०१	५	
	टुडेपाटी अनलाइन	१७५	१	
उपत्यकाबाहिर/ वाग्मती प्रदेश	चितवन पोष्ट	५८०	९	
	नारायणी अनलाइन	३७१	६	
गण्डकी प्रदेश	आदर्श समाज दैनिक	७७१	४५	
	परिचय अनलाइन	१,२९०	२१	
लुम्बिनी प्रदेश	बुटवल टुडे	७१२	३७	
	सबलपोष्ट	४४४	४	
कर्णाली प्रदेश	युग आन्टवान	४३७	१३	
	नेपाली रैवार अनलाइन	५४३	९	
सुदूरपश्चिम प्रदेश	पश्चिम टुडे	१३३	९	
	धनगढीखबर अनलाइन	१,६१८	१३	
जम्मा	२० ओटा मिडिया	२१,९१९	३४८	०

जसरी नेपाली मिडियाको संरचना र विषयवस्तु उत्पादनमा पुरुषकै बोलवाला छ त्यसरी नै समाचारमा स्रोतका रूपमा प्रयोग गरिएका स्रोतव्यक्तिहरू पनि पुरुष नै बढी छन् । जम्मा प्रकाशित समाचारमध्ये

१.६० प्रतिशत समाचारमा मात्रै महिलालाई स्रोतको रूपमा प्रयोग गरिएको छ भने एउटा पनि फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका एकजनालाई पनि समाचारका स्रोतका रूपमा प्रयोग गरिएको छैन । यो तथ्याङ्कले नेपालका मिडिया पुरूषवादी शक्ति-संरचनालाई नै बलियो बनाउनु लागि परेका छन् भन्ने पुष्टी गर्छ ।

महिलालाई समाचार स्रोतका रूपमा प्रयोग गरेर प्रकाशित समाचारमध्ये काठमाडौंबाट प्रकाशित ६ ओटा मिडियाले १६२ ओटा (४२.२० प्रतिशत) छन् भने १८६ ओटा (५७.८० प्रतिशत) समाचार प्रदेशबाट प्रकाशित समाचारमा छन् । अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियामध्ये सबैभन्दा धेरै अनलाइन खबरले ६० ओटा समाचारमा महिलालाई स्रोतका रूपमा समावेश गरेको छ । यसैगरी पोखराबाट प्रकाशित हुने आदर्श समाजले ६० ओटा समाचारमा महिलालाई समाचारको स्रोतको रूपमा समावेश गरेको छ । काठमाडौं र प्रदेशबाट सबैभन्दा महिलालाई स्रोतका रूपमा समावेश गर्ने सवालमा यी दुई मिडिया सबैभन्दा अगाडि छन् ।

अध्ययनको अवधिमा प्रकाशित महिलालाई समाचारको स्रोतको रूपमा समावेश गरी प्रकाशित भएका ३४८ मध्ये १६५ ओटा (४७.४१ प्रतिशत) पत्रपत्रिकामा प्रकाशित भएका छन् भने १८३ ओटा (५२.५९ प्रतिशत) समाचार अनलाइनमा प्रकाशित भएका छन् । यसले पत्रपत्रिकाको तुलनामा अनलाइनले केही हदसम्म बढी महिलालाई समाचारको स्रोतको रूपमा समावेश गरेको देखिएको छ ।

यो अध्ययनमा प्राप्त तथ्य र तथ्याङ्कले नेपाली मिडियाले थोरै मात्रामा महिलालाई समाचारका स्रोतको रूपमा समावेश गरेका छन् । अर्कोतिर फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायलाई त एउटा समाचारमा पनि स्रोतको रूपमा समावेश गरिएको छैन । महिलाका सवालमा पनि केही अनलाइनले महिलालाई समाचार स्रोतका रूपमा ल्याउने केही प्रयत्न गरेको भए पनि आमरूपमा धेरैजसो मिडिया महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायलाई समाचारका स्रोतका रूपमा समावेश गर्न चाहँदैनन् भन्ने देखिएको छ । मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलताका कोणबाट विश्लेषण गर्दा समाचारमा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायलाई समाचार स्रोतका रूपमा प्रयोग गर्ने सवालमा संवेदनशील नभएको स्पष्ट देखिन्छ ।

४.४.४ नेपाली मिडियामा लैङ्गिक दृष्टिले भाषाको प्रयोग

यो अध्ययनका क्रममा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकाबारे लेखिएका समाचारमा कस्तो भाषाको प्रयोग हुन्छ भन्ने पनि हेरिएको थियो । अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडिया र ती मिडियाले अध्ययन अवधिमा प्रकाशित समाचार/सामग्रीको अध्ययन गर्दा भाषा र शब्दको प्रयोगका सन्दर्भ नेपाली मिडिया संवेदनशील रहेको पाइयो । विशेषगरी समाचारमा महिला तथा पुरूषका विचारलाई

समावेश गर्दा लैङ्गिक विभेद भल्किने शब्दावलीको प्रयोग खासै भएको देखिँदैन । महिला र पुरुषलाई उस्तै किसिमका आदरार्थी शब्दको प्रयोग भएको पाइएको छ । केही समाचारमा प्रयोग गरिएका शब्दावली लैङ्गिक दृष्टिले विभेदकारी छन् । जस्तै : असोज २१ गते कान्तिपुर दैनिकमा 'कोभिडको अर्को अँध्यारो पाटो : जीविका चलाउन यौन धन्दा' शीर्षकमा समाचार प्रकाशित भएको छ । यो समाचारमा कोरोनाका कारण आर्थिक संकटका कारण बाध्यतावश यौन व्यवसायमा धकेलिएका महिलाका जीवन संघर्ष समेटिएको छ । तर, समाचारको शीर्षकमा प्रयोग गरिएको 'यौन धन्दा' शब्दको प्रयोग भने लैङ्गिक दृष्टिले उपयुक्त होइन । समाचारभित्र यस्तो शब्दको प्रयोग भएको छैन, तर शीर्षकमा समावेश गरिएको यो शब्द उपयुक्त होइन । समाचारको शीर्षक राख्दा वा महिला र लैङ्गिक तथा यौनिक अल्यसंख्यकबारे समाचार लेख्दा उनीहरूप्रतिको संवेदनशीलतालाई भने सँधै ध्यान दिन आवश्यक छ ।

४.४.५ सम्पादकीय र विचारमा महिला सरोकार

मिडियाले कुनै पनि विषय वा सवालबारे सम्पादकीयमार्फत सम्बन्धित मिडियाले आफ्नो संस्थागत विचार अभिव्यक्त गर्ने गर्दछ । मिडियाको आधिकारिक अभिव्यक्ति दिने स्थान सम्पादकी नै भएका कारण मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलता मापनका लागि ती मिडियाले प्रकाशित गर्ने सम्पादकीलाई पनि आधार मानेर हेर्न आवश्यक छ । अनलाइनले सन्दर्भ हेरेर बेलाबखत सम्पादकीय प्रकाशित गर्ने गरेका छन् । तर, दैनिक पत्रपत्रिकाले भने प्रत्येक दिन विभिन्न सवालमा सम्पादकीय प्रकाशित गरिरहेका हुन्छन् । समसामयिक सवालमा ती पत्रपत्रिकाले आफ्नो दृष्टिकोण पेश गरिरहेको हुन्छ ।

यो अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियाले महिलाका सवालमा भने जम्मा पाँच ओटा मात्रै सम्पादकीय प्रकाशित गरेका छन् । कान्तिपुर दैनिकले असोज २५ गते न्यायका लागि रूबि खानसहितको टोलीले नेपालगञ्जबाट काठमाडौंसम्म पैदल यात्रा गरेर काठमाडौं आएको सन्दर्भमा 'न्यायको लामो लडाईं' शीर्षकको सम्पादकीय प्रकाशित गरेको छ । नेपालगञ्जकी घरेलु हिंसा पीडित नन्कुनी धोवीको हत्या र विधवा महिला निर्मला कुर्मीको हत्याका दोषीलाई कारबाही र पीडितलाई न्याय दिनुपर्ने पक्षमा यो सम्पादकीय प्रकाशित भएको थियो । यसैगरी सोही घटनामा रूबी खानलगायतको आन्दोलन र सरकारबीच वार्ता भएर घटनाको छानबिन गर्ने सहमती भएपछि कान्तिपुर दैनिकले नै 'फेरि न्याय खोज्न काठमाडौं आउनु नपरोस्' शीर्षकमा सम्पादकीय प्रकाशित गरेको छ । यसैगरी प्रदेश २ बाट प्रकाशित जनकपुर टुडे दैनिकले समावेशिता सवाल समावेश गर्दा महिला सहभागीताको सवाललाई पनि जोडेको छ भने लुम्बिनी प्रदेशबाट प्रकाशित बुटवल टुडे दैनिकले पनि बढ्दो महिला हिंसाबारे सम्पादकीय प्रकाशित गरेको छ । यसका साथै कर्णाली प्रदेशबाट प्रकाशित युग आव्हान दैनिकले छोरी बचाउ भन्ने विषयमा सम्पादकीय प्रकाशित गरेको छ । यसबाहेकका अन्य पत्रपत्रिकाले

महिलाका सवालमा एउटा पनि सम्पादकीय प्रकाशित गरेका छैनन् । यसैगरी नेपाली मिडियाले फरक यौनिक पहिचान भएकाबारे एउटा पनि सम्पादकीय प्रकाशित गरेका छैनन् । महिलाका साथै लैङ्गिक तथा यौनिक अल्पसंख्यकमाथि दैनिक जसो हिंसा, विभेद र अन्याय भइरहेको छ । ती सवालमा केही समाचार पनि प्रकाशित छन् तर उनीहरूका सवाल सम्पादकीय विषयवस्तु बन्न नसक्नु भनेको नेपालका मिडिया लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट संवेदनशील हुन नसक्नु नै हो ।

यसैगरी कुनै पनि सवालमा सार्वजनिक बहस तथा विमर्श गराउनका लागि मिडियामा विचार वा दृष्टिकोण समावेश गरिन्छ । पत्रपत्रिकामा मूलतः विचार पृष्ठ नै छुट्ट्याउने गरिएको छ भने अनलाइनले पनि विचारका साथै ब्लगका रूपमा सावजनिक बसहका लागि आवश्यक सामग्री प्रकाशित गरिरहेका हुन्छन् । समसामयिक सामाजिक-राजनीतिक विषय यस्ता विचारका मूल सवाल हुने गरेका छन् । समसामयिक राजनीतिकको केन्द्रिय मुद्दा नेपाली समाजमा रहेका विभेद, बहिष्करण र भेदभाव नै हुन् । नेपालको सार्वजनिक बहसका लागि महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकाको सवाल पनि एउटा महत्वपूर्ण विषय हो ।

अध्ययनको यो अवधिमा काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने तीनओटा दैनिक र तीनओटा अनलाइनमा महिलाका सवालमा १०२ ओटा लेख प्रकाशित भएको थियो भने एउटा लेख फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायबारे प्रकाशित भएको थियो । यसरी प्रकाशित लेखमध्ये अधिकांश महिलाले नै लेखेका थिए भने महिलाका सवालमा केही लेख पुरुषले पनि लेखेका थिए । तथापि, महिलाका सवालमा प्रकाशित धेरैजसो लेखका लेखक महिला नै थिए । यसैगरी महिलाले महिलाका सवालमा मात्रै होइन, समसामयिक राजनीति र अन्य विषयमा लेखेका केही लेख पनि प्रकाशित भएका छन् । तर, महिलाले राष्ट्रिय राजनीति, समाज, अर्थतन्त्र, स्वास्थ्य, शिक्षा तथा अन्य विषयमा लेखेका लेखको संख्या भने अत्यन्तै न्यून मात्रामा रहेका छन् । काठमाडौंबाट प्रकाशित मिडियामध्ये सबैभन्दा धेरै गोरखापत्रले ५२१ ओटा लेख प्रकाशित गरेको थियो, जसमध्ये ९ ओटा (१.७३ प्रतिशत) लेख मात्रै महिला मुद्दामा केन्द्रित थिए । प्रकाशित लेखका ३८१ लेखकमध्ये ७ जना (१.३५ प्रतिशत) महिला लेखक थिए । यसैगरी नयाँ पत्रिकाले प्रकाशित गरेका ४५० लेखमध्ये १० ओटा (२.२३ प्रतिशत) मात्रै महिलाका सवालमा केन्द्रित थियो । ४५० लेखमध्ये ६ जना (१.३३ प्रतिशत) मात्रै महिलाले लेखेका थिए । कान्तिपुर दैनिकमा ३८१ ओटा लेख प्रकाशित भएकोमा २ ओटा सम्पादकीय बाहेक २० ओटा (०.५२ प्रतिशत) लेख महिलाका सवालमा लेखिएका थिए भने १६ ओटा (४.२० प्रतिशत) लेख महिलाले लेखेका थिए ।

काठमाडौंका मिडियामध्ये महिलाका सवालमा सबैभन्दा धेरै ५२ ओटा लेख सेतोपाटीले प्रकाशित गरेको थियो । सेतोपाटीमा प्रकाशित विचार र ब्लगसहित १४१ लेखमध्ये ५२ (३७ प्रतिशत) लेख महिलाका सवालमा थिए । यसैगरी सेतोपाटीमा प्रकाशित विचार र ब्लगमध्ये ७१ जना (५०.३५ प्रतिशत) लेखक महिला छन् । तुलनात्मकरूपमा सेतोपाटीले महिलाका सवाल र महिला लेखकलाई राम्रो स्थान दिएको देखिन्छ ।

यो अध्ययनले नेपाली मिडियामा प्रकाशित विचार वा ब्लगमध्ये करिब ६.५ प्रतिशत महिलाका सवालमा प्रकाशित हुने गरेको देखाएको छ । महिलाका बहुआयमिक मुद्दाको तुलनामा मिडियामा प्रकाशित विचार वा ब्लगको मात्रा अत्यन्तै कम हो । यसैगरी ती मिडियामा लेख्ने लेखकको अनुपात हेर्दा करिब ७ प्रतिशत मात्रै महिला लेखकका विचार प्रकाशित हुने गरेका छन् । यो अध्ययनको अवधिमा अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियामा फरक यौनिक पहिचान भएकाबारे जम्मा एउटा मात्रै लेख प्रकाशित भएको थियो भने एकजना पनि फरक यौनिक पहिचान भएकाले लेखेको लेख प्रकाशित भएको देखिएन । यी तथ्यलाई आधार मानेर हेर्दा महिला र फरक यौनिक पहिचान भएकाका सवालमा सम्पादकीय, विचार, ब्लगजस्ता सार्वजनिक बहस गराउने सामग्री प्रकाशित गर्ने सवालमा नेपाली मिडिया अझै संवेदनशील हुन नसकेको देखिन्छ ।

४.४.६ मिडिया संरचनामा लैङ्गिक संवेदनशीलता

मिडियामा महिलाका मुद्दाले प्राथमिकता पाउने वा नपाउने कुरा मूलतः नीति-निर्माण तहमा उनीहरूको प्रतिनिधित्वले निर्धारण गर्दछ । यसका साथै उक्त सञ्चारगृह र संलग्न सञ्चारकर्मी लैङ्गिक दृष्टिले कति संवेदनशील छन् भन्ने सवालले निर्धारण गर्दछ । विश्वभरि नै सञ्चार गृहहरूको नीति-निर्माण तहमा महिलाहरू अत्यन्त कम संख्यामा छन् । ग्लोबल रिपोर्ट अन दि स्ट्र्याटस अफ विमेन इन न्यूज मिडिया, २०११ अनुसार मिडिया संस्थाहरूका सन्दर्भमा कुरा गर्दा सात महादेशका कार्यकारी बोर्ड र प्रमुख व्यवस्थापकीय पदहरूमा क्रमशः ७४.१ प्रतिशत र ७२.७ प्रतिशत पुरुषहरूको वर्चस्व रहेको छ (आइडब्लयुएमएफ, २०११) । ग्लोबल मिडिया मोनिटरिङ प्रोजेक्ट २०१० को रिपोर्ट अनुसार विश्वभरी समाचारमा पढिने वा सुनिने समाचारका विषयवस्तु (जसका बारेमा चर्चा गरिन्छ वा जोसँग अन्तर्वार्ता गरिन्छ) मध्ये ७६ प्रतिशत मानिसहरू पुरुष छन् भने केवल २४ प्रतिशत मात्र महिला । तर समाचारमा पिडितका रूपमा प्रस्तुत हुने ८ प्रतिशत मात्र पुरुष छन् भने १८ प्रतिशत महिला छन् । त्यस्तै ४६ प्रतिशत समाचारले परम्परागत लैङ्गिक ढाँचालाई बढावा दिने काम गरेका छन् (जिएमएमपि रिपोर्ट, २०१०) ।

नेपालका सञ्चारगृहको नेतृत्व मूलतः पुरुषमय छ । ती मिडियाको सम्पादकीय नेतृत्वमा महिलाको संलग्नता अत्यन्तै कमजोर छ । वि.सं. २०७२ मा सञ्चारिका समूहले गरेको एक अध्ययनले नेपाली मिडियामा ८.१ प्रतिशत पत्रकार महिला सम्पादकको भूमिकामा रहेका देखाएको थियो । यसैगरी ०.३ प्रतिशत कार्यकारी सम्पादक, ०.१ प्रतिशत उपसम्पादक र ३.६ प्रतिशत प्रमुख सम्वाददाताको भूमिकामा रहेर काम गरेको देखाएको थियो (सञ्चारिका समूह, वि.सं. २०७२) । यो अध्ययनमा समावेश गरिएका पत्रपत्रिका र अनलाइनमा सम्पादकको भूमिकामा महिलाको प्रतिनिधित्व नै देखिँदैन । यी मिडियामा विशेषगरी प्रधान सम्पादक, सम्पादक, समाचार प्रमुख आदि भूमिकामा महिलाबिहीन अवस्थामा छन् । मिडियाको नीति-निर्माण गर्ने तहमा महिला प्रतिनिधित्वको अभावका कारण पनि नेपाली मिडिया लैङ्गिकरूपमा संवेदनशील हुन सकेका छैनन् ।

४.५ निष्कर्ष र सुझाव

यो अध्ययनमा काठमाडौं र प्रदेशबाट प्रकाशित १० ओटा पत्रपत्रिका र १० ओटा अनलाइन समाचार पोर्टलमा दुई महिनाको अवधिमा प्रकाशित समाचार/सामग्री र नीति-निर्माण तहमा लैङ्गिक प्रतिनिधित्वलाई मूल सूचक मानेर ती मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलता मापन गरिएको थियो । यसरी अध्ययन गर्दा ती मिडियाले महिलाका समसामयिक सवालमा केही मात्रामा सामाचार सामग्री प्रकाशित गरेका छन् । तर, यसरी प्रकाशित समाचार/सामग्री, विचार, बल्लग र सम्पादकीयको संख्या अत्यन्तै कम मात्रामा छ । यसका साथै फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवाललाई त समाचार वा विचारका विषयवस्तु नै मानिएको देखिएन । पितृसत्तात्मक शक्ति-सम्बन्धका कारण पछाडि पारिएका र बहुआयमिक समस्यासँग संघर्ष गरिरहेका महिला र यौनिक पहिचान भएकै कारण बहिस्करण, उत्पीडन र उपेक्षामा पारिएका फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका सवाललाई संवेदनशीलताका साथ प्राथमिकतामा राख्न जरूरी छ । यसका लागि सञ्चारगृहले सम्पादकीय नीति र समाचार/सामग्री उत्पादनकै क्रममा संवेदनशीलता अपनाउन जरूरी छ ।

यसैगरी लैङ्गिक दृष्टिकोणबाट हेर्दा नेपालका प्रायजसो मिडियाले एकै किसिमको आवाज समावेश गरिरहेका छन् । यो अध्ययनबाट के देखिएको छ भने नेपाली मिडियामा विज्ञ, विशेषज्ञ वा स्रोतको रूपमा पुरुषको एकाधिकार कायम छ । महिलालाई समाचारको स्रोतको रूपमा समावेश गर्ने वा विज्ञका रूपमा विचार लिने परम्परा अझै बस्न नसकेको यो अध्ययनले देखाएको छ । न्याय, लोकतन्त्र र समानताका पक्षधर मानिने मिडियाले समावेशी आवाज समावेश गर्नुपर्छ । राजनीतिक नेतृत्व वा सूचना दिने ठाउँमा पुरुषकै बोलवाला भए पनि ती क्षेत्रमा महिलाको संख्या पनि उल्लेख्यरूपमा बढ्दै गइरहेको छ । यसैगरी सामाजिक-राजनीतिक क्षेत्रमा फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायको सक्रियता पनि बढ्दो क्रममा छ । त्यसैले महिला, महिलाभित्रीका पनि सीमान्तीकृत समुदायका महिला

र फरक यौनिक पहिचान भएका भएका भएका व्यक्तिका आवाजलाई पनि स्रोतका रूपमा समावेश गरिनुपर्छ । जति धेरै स्रोतमा विविधता ल्याउन सकिन्छ, त्यति नै धेरै मिडियाको विश्वसनीयता पनि बढ्ने भएका कारण समाचारका स्रोतको प्रयोग गदा लैङ्गिक दृष्टिले संवेदनशील हुनुपर्छ । यसका लागि सम्पादकीय समूहका साथसाथै पत्रकारलाई पनि लैङ्गिक संवेदनशीलताबारे सचेत र जागरूक बनाउन सञ्चारगृहले आवश्यक तालिम र क्षमता विकासका कार्यक्रम गर्न आवश्यक छ ।

मिडियाले कुनै पनि विषयमाथि आफ्नो धारणा सम्पादकीयमार्फत सार्वजनिक गर्ने गर्दछ । यो अध्ययनले नेपालका अधिकांश मिडिया महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका भएका भएका व्यक्तिका सवालमा आफ्नो स्पष्ट दृष्टिकोणसहित सम्पादकीय लेखन नचाहेको देखाएको छ । नेपालमा दैनिकरूपमा महिलामाथि हिंसा, हत्या, बलात्कार र अत्याचारका घटना भइरहेका छन् भने फरक यौनिक पहिचान भएका भएका भएका व्यक्तिले प्रत्येक दिन अपमान र दुर्व्यवहार सहनु परेको छ । तर, ती मुद्दामा मिडियाले अत्यन्तै थोरै मात्रामा सम्पादकीय लेखने गरेका छन् । यसैगरी सामाजिक-राजनीतिक रूपान्तरणका लागि आवश्यक विचारको निर्माण गर्ने, बहुआयामिक कोणबाट छलफल, बहस र विमर्श गराउनका लागि मिडियामा लैङ्गिक सवालमा विचार तथा दृष्टिकोण प्रकाशित हुनुपर्छ । यो अध्ययनको अवधिमा महिलामाथि हिंसाका थुप्रै घटना बाहिर आए तर केही मिडियाबाहेक धेरैले यी मुद्दामा पर्याप्त मात्रामा बहस गराउने गरी लेख प्रकाशित गरेको पाइएन । त्यसैले लैङ्गिक विभेद र असमानतालाई केन्द्रमा राखेर ती विषयसँग सम्बन्धित बहुआयामिक सवालबारे निरन्तररूपमा लेख, रचना वा दृष्टिकोण प्रकाशित गर्न जरूरी छ । यसका लागि मिडियाले लैङ्गिक संवेदनशीलतासहित विचार तथा लेख प्रकाशनलाई प्राथमिकता दिने नीति लिनुपर्छ ।

भाषाको प्रयोग पनि शक्ति-सम्बन्धसँग गाँसिएको हुन्छ । त्यसैले महिला, सिमान्तीकृत समुदाय वा फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका लागि प्रयोग हुने भाषाले पनि विभेद गरिरहेको हुन सक्छ । यद्यपि, यो अध्ययनका क्रममा महिला वा फरक यौनिक पहिचान भएका भएका भएका व्यक्तिलाई होच्याउने वा विभेद गर्ने शब्दको प्रयोग गरिएको भेटिएन । महिलामाथि विभेद, उत्पीडन वा हिंसा भएपछि धेरैजसो समाचार वा लेख प्रकाशित हुने नेपाली मिडियाको आम प्रवृत्ति नै हो । यो अध्ययनका क्रममा पनि महिलामाथि हिंसा वा विभेद भएपछि ती सवालमा केही मात्रामा समाचार प्रकाशित हुने गरेका छन् । तर, उनीहरूले गरेका संघर्ष र प्रतिरोधका समाचार भने त्यतिधेरै प्रकाशित भएका छैनन् । यद्यपि, महिलाद्वेषी वा फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिसित विभेद गर्ने किसिमको भाषा शैलीको प्रयोग भने यो अवधिमा भएको पाइएको छैन । यसैगरी यदाकदा कुनै व्यक्तिलाई आफन्तको परिचयसँग जोडिएका समाचार प्रकाशित भएका छन् ।

मिडियाको लैङ्गिक संवेदनशीलता मापन गर्ने अर्को महत्वपूर्ण पक्ष भनेको ती मिडियाका नीति-निर्माण गर्ने तहदेखि समाचार संकलन गर्ने तहसम्म महिलाको प्रतिनिधित्व कस्तो छ भन्ने कुरा हो । यो अध्ययनमा मिडियाको संरचनाका साथै समाचारमा बाइलइनसहित पत्रकार महिलाको उपस्थितिलाई पनि लैङ्गिक संवेदनशीलताको कोणबाटै व्याख्या गरिएको छ । यो अध्ययनमा समावेश गरिएका समाचारसहित प्रकाशित बाइलाइनको अवस्था विश्लेषण गर्ने हो भने नेपाली मिडियामा महिलाको प्रतिनिधित्व अत्यन्तै कमजोर छ भन्ने स्पष्ट हुन्छ । धेरैजसो महिलासँग सम्बन्धित समाचारमा पत्रकार महिलाको बाइलाइन प्रकाशित भएका छन् भने अन्य राजनीतिक वा समसामयिक सवालमा प्रकाशित केही समाचारमा पत्रकार महिलाका बाइलाइन छन् । तर, यसरी पत्रकार महिलाका बाइलाइनसहित प्रकाशित भएका समाचारको संख्या भने अत्यन्तै न्यून छ । यसैगरी ती मिडियाको मुख्य नीति-निर्माण गर्ने थलोमा महिलाको प्रतिनिधित्व नगन्य मात्रामा रहेको छ । यसले नेपाली मिडियाको संरचनागत स्वरूप असमावेशी छ र लैङ्गिकरूपमा संवेदनशील हुन सकेको छैन भन्ने देखाउँछ । त्यसैले नेपाली समाजको विविधता, लैङ्गिक पहिचान र समावेशीकरणलाई बढाउन सञ्चारगृहले स्पष्ट नीतिगत व्यवस्था गर्ने पर्छ । मिडियाको संरचनागत स्वरूप र विषयवस्तु लैङ्गिक दृष्टिले संवेदनशील भए मात्रै मिडियाले लैङ्गिक समानता, न्याय र समानताको प्रवर्धन गर्न सक्छन् ।

परिच्छेद ५:
लैङ्गिक संवेदनशील
पत्रकारिता प्रवर्धनका
लागि रोडम्याप

लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारिता प्रवर्धनका लागि रोडम्याप

हाल नेपाली मिडियाले महिलाका मुद्दामा समाचार, विचार, सम्पादकीय आदि अत्यन्तै कम मात्रामा प्रकाशित गर्ने गरेका छन् । यसले मिडिया महिला मुद्दामा संवेदनशील हुन नसकेको देखाउँछ । फरक यौनिक पहिचान भएका मुद्दामा नेपाली मिडिया खासै संवेदनशील हुन सकेको देखिँदैन । सञ्चारगृह फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिका पहिचान, सवाल र संघर्षबारे जानकारी छैनन् । त्यसैले उनीहरूका सवालबारे मिडियालाई संवेदनशील बनाउन जरुरी छ ।

मिडियाले कुनै पनि विषयमाथि आफ्नो धारणा सम्पादकीयमार्फत सार्वजनिक गर्ने गर्दछ । नेपालका अधिकांश मिडिया महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका भएका व्यक्तिका सवालमा आफ्नो स्पष्ट दृष्टिकोणसहित सम्पादकीय लेखन नचाहेको देखिन्छ ।

मिडियाका लैङ्गिक संवेदनशील सूचकहरूलाई सञ्चारमाध्यममा संस्थागत गर्दै लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारिताको प्रवर्धन गर्न, त्यससम्बन्धी नीति बनाई कार्यान्वयन गर्न र सञ्चार संस्थाभित्र लैङ्गिक समानता अभिवृद्धिका लागि सञ्चार सामग्रीमा लैङ्गिक चित्रण गर्नेतर्फ ठोस कदम चाल्न यस परिच्छेदमार्फत सुझाव दिइएको छ ।

- नेपाली मिडिया संरचनागत रूपमा असमावेशी छन् । नीति निर्माण गर्ने मुख्य तहदेखि समाचार कक्षामा महिलाको प्रतिनिधित्व निकै कम मात्रामा छ । अझ फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिको त सहभागिता नै छैन । नेपाली मिडियाको संरचनामा सामाजिक विविधताका साथै महिला र फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिको प्रतिनिधित्व गराइनुपर्छ ।
- लैङ्गिक समानता तथा लैङ्गिक न्याय स्थापित गर्न नेपाली सञ्चार गृहहरूले लैङ्गिकमैत्री वातावरणको सिर्जना गर्नेतर्फ ध्यान दिनुपर्दछ ।
- लैङ्गिक न्यायसँग सम्बन्धित राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय कानून, लैङ्गिक संवेदनशील मिडिया सूचक, महिलामैत्री पत्रकार आचारसंहिता, यौन तथा प्रजजन् स्वास्थ्यका बारेमा सचेत हुदै पत्रकार, सम्पादकीय समूह र समाचार कक्षलाई यी विषयबारे तालिम, छलफल, अध्ययन र बहसमा सहभागि गराइनुपर्दछ ।
- पत्रकार र मिडियामा कार्यरत कर्मचारीको व्यावसायिक सुरक्षा र लैङ्गिक संवेदनशीलता कायम हुने गरि लैङ्गिक नीति निर्माण गरि प्रभावकारी कार्यान्वयन भए नभएको नियमित मूल्याङ्कन गरिनुपर्दछ ।
- महिला र लैङ्गिक अल्पसंख्यक समुदायको प्रतिनिधित्वमूलक सहभागिता सुनिश्चित गरि सञ्चार संस्थाको नेतृत्व तह र पेशागत संघ, संस्थामा समेत कम्तिमा एक तिहाई महिलाको प्रतिनिधित्व सुनिश्चित गर्न पहल हुनुपर्दछ ।

- सञ्चार संस्थाको तलव, नियुक्ती र बढुवामा लैङ्गिक विभेद हटाउने यस्ता प्रक्रियालाई पारदर्शी बनाउनेतर्फ ठोस कदम चालिनुपर्दछ ।
- लैङ्गिक संवेदनशील कार्यालयका लागि आवश्यक पूर्वाधार बनाउने, गर्भवती, स्तनपान, महिनावारी जस्ता अवस्थामा महिलालाई आवश्यक विदा र लचिलो कार्यतालिका बनाउनेतर्फ कदम चालिनुपर्दछ ।
- अनलाइन वा अफलाइन दुवैमा हुनसक्ने यौन दुर्व्यवहार र हिंसाका घटना सजिलै रिपोर्ट गर्न मिल्ने आन्तरिक संयन्त्र बनाउने र आवश्यक कानुनी कारवाहीमा सहयोग पुऱ्याउनेतर्फ ठोस नीति बनाई कार्यान्वयन गरिनुपर्दछ ।
- पत्रकार महिलाको क्षमता विकासको लागि तालिम, गोष्ठी, फेलोसिप आदिमा महिलालाई प्राथमिकता दिइनुपर्दछ ।
- सैद्धान्तिकरूपमा मिडियाले महिला र सिमान्तीकृत समुदायका सवाललाई प्राथमिकताका साथ उठाउनुपर्छ । नेपालका महिलाले बहुआयमिक समस्यासँग संघर्ष गरिरहनु परेको छ । ती विषयमा बृहत सार्वजनिक बहस गराउने र राज्यलाई महिला अधिकारका सवालमा जिम्मेवार बनाउन महिलाका मुद्दालाई मिडियाले प्राथमिकता दिन जरुरी छ ।
- नेपाली मिडियाले महिलालाई समाचारको स्रोत वा विषय विज्ञको रूपमा खासै पहिचान गर्न सकेको देखिँदैन । मूलतः नेपाली मिडियामा विषय विज्ञका रूपमा पुरुषलाई खोज्ने र पुरुषकै भनाइ वा विचार समावेश गर्ने गरेको पाइन्छ । महिलालाई विज्ञको रूपमा स्वीकार नै नगर्ने विभेदकारी मनोविज्ञान मिडियामा छ । मिडियामा लैङ्गिक समानताको वृद्धि गर्न मिडियामा महिलाको आवाजलाई पनि समेट्नुपर्छ । यसका लागि मिडिया थप संवेदनशील हुन जरुरी छ ।
- भाषाको प्रयोग पनि शक्ति-सम्बन्धसँग गाँसिएको हुन्छ । त्यसैले महिला, सिमान्तीकृत समुदाय वा फरक यौनिक पहिचान भएका समुदायका लागि प्रयोग हुने भाषाले पनि विभेद गरिरहेको हुन सक्छ । यद्यपि, यो अध्ययनका क्रममा महिला वा फरक यौनिक पहिचान भएका व्यक्तिलाई होच्याउने वा विभेद गर्ने शब्दको प्रयोग गरिएको भेटिएन, जुन सकारात्मक कुरा हो । यद्यपि, बेलाबखत महिला र फरक यौनिक समुदायलाई होच्याउने वा विभेद गर्ने शब्दावलीको पनि प्रयोग भइरहेका हुन्छन् । यस्ता विषयमा मिडिया थप संवेदनशील हुन जरुरी छ ।
- नेपाली समाजको विविधता, लैङ्गिक पहिचान र समावेशीकरणलाई बढाउन सञ्चारगृहले स्पष्ट नीतिगत व्यवस्था गर्नेपर्छ । मिडियाको संरचनागत स्वरूप र विषयवस्तु लैङ्गिक दृष्टिले संवेदनशील भए मात्रै मिडियाले लैङ्गिक न्याय र समानताको प्रवर्धन गर्न सक्छन् ।

परिशिष्ट

परिशिष्ट १ : प्रस्तुत प्रकाशन 'लैङ्गिक संवेदनशील पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक'को परिच्छेद ४ मा अध्ययन गरिएका देशभरिका १० ओटा दैनिक अखबार र १० ओटा अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको विवरण

स्थान	दैनिक अखबार	अनलाइन समाचार पोर्टल
काठमाडौं	कान्तिपुर	अनलाइनखबर
उपत्यका/वागमती प्रदेश	गोरखापत्र	सेतोपाटी अनलाइन
	नयाँ पत्रिका	रातोपाटी अनलाइन
प्रदेश १	ब्लाष्ट दैनिक	पूर्वेलीन्यूज अनलाइन
प्रदेश २	जनकपुर टुडे	टुडेपाटी अनलाइन
उपत्यका बाहिर/वागमती प्रदेश	चितवन पोष्ट	नारायणी अनलाइन
गण्डकी प्रदेश	आदर्श समाज दैनिक	परिचय अनलाइन
लुम्बिनी प्रदेश	बुटवल टुडे	सबलपोष्ट
कर्णाली प्रदेश	युग आन्व्हान	नेपाली रैवार अनलाइन
सुदूरपश्चिम प्रदेश	पश्चिम टुडे	धनगढीखबर अनलाइन

परिशिष्ट २ : लेखक परिचय

लक्ष्मणदत्त पन्त

विगत दुई दशकभन्दा बढी समयदेखि सञ्चार क्षेत्रमा कार्यरत पन्त अन्तर्राष्ट्रिय रूपमा प्रशिद्ध मिडिया अनुसन्धानकर्ता, प्रशिक्षक, अधिकारकर्मी र सञ्चार रणनीतिकार हुन् । डिभलपमेन्ट एडका लागि दक्षिण एसिया पत्रकार पन्तका राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय जर्नलमा मिडियासम्बन्धी थुप्रै लेख र अध्यायहरू प्रकाशित छन् । नेपाल, भारत, श्रीलंका, बंगलादेश, चीन, फिनल्याण्ड, जर्जिया र मलेसियाका प्रतिष्ठित विश्वविद्यालयहरूमा पत्रकारिताको अध्यापनमा संलग्न पन्तसँग युनेस्कोलगायतका संयुक्त राष्ट्रसंघीय संस्थाहरूमा सञ्चार विशेषज्ञको रूपमा एक दशक काम गरेको अनुभव छ । इन्फ्रास्ट्रक्चर विश्वविद्यालय, मलेसियामा पत्रकार आचारसंहिता विषयमा विद्यावारिधी अध्ययनरत पन्त मिडिया एक्सन नेपालको अध्यक्ष हुनुहुन्छ ।

डा सतिष्ठा कोइराला

डा कोइराला लैङ्गिक तथा मिडिया विज्ञ हुनुहुन्छ । नर्वेको ओस्लो विश्वविद्यालयबाट पत्रकारितामा विद्यावारिधी गर्नुभएकी कोइराला हाल नेपाल खुल्ला विश्वविद्यालय र ओस्लो मेट विश्वविद्यालयसँग आवद्ध हुनुहुन्छ । पूर्व महिला तथा बालबालिका मन्त्रीका पूर्व सल्लाहकार कोइराला हाल सोही मन्त्रालयमा विज्ञ सदस्य हुनुहुन्छ । उहाँले लैङ्गिकता र पत्रकारिता, पत्रकारको सुरक्षा, न्यूमिडियालगायतका विषयहरूमा अनुसन्धानमूलक लेखहरू प्रकाशित गर्नुभएको छ ।

कल्पना आचार्य

आमसञ्चार र पत्रकारिता विषयमा स्नातकोत्तर आचार्य विगत २० वर्षदेखि पत्रकारिता क्षेत्रमा सक्रिय हुनुहुन्छ । यज्ञ एशिया टेलिभिजनबाट कार्यक्रम निर्माताको रूपमा पत्रकारितामा प्रवेश गर्नुभएकी आचार्यसँग राष्ट्रियस्तरका आधा दर्जन सञ्चारसंस्थाको कार्यानुभव छ । जनस्वास्थ्य, लैङ्गिक र महिलाको यौन तथा प्रजनन स्वास्थ्य र अधिकारका बारेमा जानकार उहाँले दर्जनौ अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाबाट यी विषयहरूमा लेखनवृत्ति प्राप्त गर्नुभएको छ । महिला नेतृत्वमा सञ्चालित स्वास्थ्य क्षेत्रको एकमात्र मल्टिमिडिया न्यूज पोर्टल हेल्थ टिभी अनलाइनकी प्रधान-सम्पादक आचार्य स्वास्थ्य पत्रकार मञ्चको पूर्व अध्यक्ष, सुर्तीजन्य पदार्थ तथा नसर्ने रोग रोकथामका लागि एशिया प्रसान्त क्षेत्रको मिडिया गठबन्धन (APCAT Media Alliance) को सस्थापक सदस्य हुनुहुन्छ ।

जेबी विश्वकर्मा

पत्रकारिता विषयमा स्नातकोत्तर जेबी विश्वकर्मा लेखक तथा अध्येता हुनुहुन्छ । उहाँले नेपाली सामाजिक विविधता र मिडियाबारे निरन्तर अध्ययन, अनुसन्धान र लेखन गर्दै आइरहुनु भएको छ । नेपालको सामाजिक-राजनीतिक विषयमा निरन्तर लेख्दै आउनुभएका विश्वकर्माको 'नेपाली मिडियामा दलित : सहभागिता र विषयवस्तु' नामक पुस्तक प्रकाशित भएको छ भने विभिन्न पुस्तक, जर्नल र पत्रपत्रिकामा लेख प्रकाशित छन् ।

प्रियंका भा

द्वन्द्व र शान्ति अध्ययनमा स्नातकोत्तर र मिडिया अध्ययनमा स्नातक भासँग लैङ्गिक विषय, स्थानीय शासन, अल्पसंख्यकको अधिकारका क्षेत्रमा विज्ञको रूपमा काम गरेको अनुभव छ । उहाँले मिडिया र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासँग सम्बन्धित अनुसन्धान परियोजनाहरूमा काम गर्नुका साथै वाक स्वतन्त्रता र मिडियासम्बन्धी परियोजनाहरूको कार्यक्रम सहजिकरण गर्नुभएको छ । सामाजिक समावेशीकरण र लैङ्गिक समानताका क्षेत्रकी विशेषज्ञ भा मिडिया एक्सन नेपालकी उपाध्यक्ष हुनुहुन्छ ।

गणेश प्रसाद घिमिरे

मानवअधिकार तथा सामाजिक न्याय र सञ्चार क्षेत्रमा विगत २० वर्षदेखि क्रियाशील रहँदै आउनुभएका अधिवक्ता घिमिरेले मानवअधिकार र लैङ्गिक न्यायमा एलएल.एम. गर्नुभएको छ । उहाँसँग इमेज च्यानल टेलिभिजनमा संवाददाताका रूपमा काम गरेको अनुभव साथै डकुमेन्ट्री निमाणकर्ता समेत हुनुहुन्छ । कादम्बरी मेमोरियल कलेजमा मानवअधिकार र कानून विषयको अध्यापनमा संलग्न घिमिरे एम्नेस्टी इन्टरनेसनल नेपाल शाखा समूह ३ काठमाडौंका पूर्व संयोजक समेत हुनुहुन्छ । हाल उहाँ मिडिया एक्सन नेपालको कार्यसमिति सदस्य हुनुहुन्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

सन्दर्भ सामग्री

अंग्रेजीमा

- Armstrong, C. L. (2004). The influence of reporter gender on source selection in newspaper stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 139-154.
- Boberg, E. L. (2021). Digital misogyny: Why gendered disinformation undermines democracy. Retrieved from <https://www.mediasupport.org/blogpost/digital-misogyny-why-gendered-disinformation-undermines-democracy/>
- Chambers, D., Steiner, L., & Fleming, C. (2004). *Women and Journalism*. London: Routledge.
- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Cambridge: Polity.
- Global Media Monitoring Project (2010). Who Makes the News? World Association for Christian Communication.
- Global Media Monitoring Project (2015). *Who makes the news? The Global Media Project 2015*. Retrieved from <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>.
- International Media Support (2021). Gendered disinformation and what can be done to counter it. Retrieved from <https://www.mediasupport.org/news/gendered-disinformation-and-what-can-be-done-to-counter-it/>
- International Women's Media Foundation (2011). Global Report on the Status of Women in the News Media. Washington, D.C., USA. Retrieved from <http://www.iwmf.org/wp-content/uploads/2013/09/IWMFGlobal-Report-Summary.pdf>
- Koirala, S. (2016). Experiences of female journalists in post-conflict Nepal. In Orgeret, K. S., & Tayebwa, W. *Journalism in Conflict and Post-Conflict Conditions: Worldwide Perspectives*. Gothenburg: Nordicom.
- Media Action Nepal (2021). Safety of Journalists, Media Sustainability and the Issue of Gender Inclusiveness in Nepal. Kathmandu: Author.
- Pant, L. D. (2020). Gender Mainstreaming in the Media: The Issue of Professional and Workplace Safety of Women Journalists in Nepal. In S. Jamil, B. Coban, B. Ataman & G. Adjei (eds.) *Handbook of Research on Discrimination, Gender Disparity, and Safety Risks in Journalism*. Pennsylvania: IGI Global. (pp. 194-210)

- Pun, L. (2021). Examining women's presence in media. In L.D. Pant, L. Upadhyaya & K. D. Bhattarai (eds.). *Nepali Media: Issue of Ethics and Sustainability*. Kathmandu: Press Council Nepal. (pp. 78-87)
- Racherla, S. J. (2021 December 8). Reporting on Ageism and SRHR. [Paper presentation]. Under-reported issues in Sexual and Reproductive Health and Rights in Asia. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=rzphRFef7jE>
- Ross, K. (2010). *Gendered Media: Women, Men, and Identity Politics*. Lanham, Maryland: Rowman & Littlefield.
- Sancharika Samuha (2016). *Women Journalists in Nepal: Research on Professional Status of Women Journalists*. Retrieved from <https://www.sancharika.org/public/publication/details/2>
- The Constitution of Nepal (2015). Retrieved from https://www.mohp.gov.np/downloads/Constitution%20of%20Nepal%202072_full_english.pdf
- UNESCO (2012). Gender Sensitive Indicators for Media: Framework of indicators to gauge gender sensitivity in media operations and content. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217831_eng
- World Health Organization (2021). Infodemic. Retrieved from https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

नेपालीमा

- नेपालमा हुने अनिच्छित गर्भ र गर्भपतनको स्थिति । सन् २०१७ । https://www.guttmacher.org/sites/default/files/factsheet/abortion-and-unintended-pregnancy-nepal_nepali.pdf
- नेपाल ल कमिसन । वि.स. २०७५ । सुरक्षित मातृत्व तथा प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार ऐन । <https://www.lawcommission.gov.np/np/wp-content/uploads/2018/10/सुरक्षित-मातृत्व-तथा-प्रजनन-स्वास्थ्य-अधिकार-ऐन-२०७५.उमा>
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । वि. स. २०७६ । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन २०७६) । काठमाडौं : लेखक ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल । वि. स. २०७६ । महिला उत्तरदायी सञ्चार निर्देशिका, २०७६ । <https://www.presscouncilnepal.gov.np/np/2020/11/26/3764/>
- मिडिया एक्सन नेपाल । वि.स. २०७७ । नेपाली मिडियामा भ्रामक समाचार । <https://mediaactionnepal.org/report/नेपाली-मिडियामा-भ्रामक-समाचार-२/>
- मिडिया एक्सन नेपाल । सन् २०२० । यौन र प्रजनन स्वास्थ्य अधिकार : नेपाली मिडियाको विषयवस्तु अनुगमन विश्लेषण । काठमाडौं : लेखक ।
- रेग्मी, रामकृष्ण र पन्त, लक्ष्मणदत्त । वि.स. २०७५ । मिडिया र संसद् सम्बन्धका आधार : संसदीय पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक । काठमाडौं : मिडिया एक्सन नेपाल ।
- सञ्चारिका समूह । वि.सं. २०७२ । नेपालमा पत्रकार महिला : नेपालका पत्रकार महिलाको पेशागत अवस्थाबारे अध्ययन । ललितपुर : सञ्चारिका समूह ।
- स्वास्थ्य तथा जनसंख्या मन्त्रालय । सन् २०१६ । नेपाल जनसांख्यिक र स्वास्थ्य सर्वेक्षण https://www.dropbox.com/s/27q3i7c5221o47j/2016%20Nepal%20DHS%20Key%20Findings_Nepali.pdf?dl=0

मिडिया एक्सन नेपाल

अन्तर्राष्ट्रिय मिडिया विकास तथा अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको क्षेत्रमा कार्यरत संस्थाहरूको सञ्जाल 'मिडिया फ्रिडम कोलिसन-कल्सलटेटिभ नेटवर्क' (MFC-CN) को सदस्य मिडिया एक्सन नेपाल (म्यान) अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, मिडिया विकास, सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रमा कार्यरत संस्था हो। आमसञ्चार तथा पत्रकारिता, मानवअधिकार, मिडियाको प्राज्ञिक विश्लेषण तथा शोध, सूचनाको हक र सञ्चार पैरवी जस्ता विषयमा दक्षता र अनुभव प्राप्त विज्ञहरू रहेको म्यानले देशब्यापी रूपमा स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसका लागि कार्य गर्दै आएको छ। समावेशी, स्वतन्त्र तथा जिम्मेवार मिडिया र व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास, सूचनामा नागरिकको सहज पहुँचमाफत मानवअधिकार संरक्षण र लोकतन्त्रको सुदृढिकरण म्यानको मुख्य कार्यक्षेत्र हो। अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय संयन्त्रहरू, पत्रकारको सुरक्षा तथा दण्डहीनताको सवालमा संयुक्त राष्ट्रसंघीय कार्ययोजना, सञ्चार माध्यमको अन्तर्वस्तु र सम्पादकीय नेतृत्वमा लैङ्गिक समावेशीकरणका मापदण्डहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयनमा म्यानले पैरवी गर्दै आएको छ।

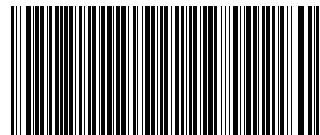
वि. सं. २०७२ सालमा स्थापना भएयता म्यानले मिडिया विकास, प्रेस स्वतन्त्रता र समानताका क्षेत्रमा कार्यरत राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय निकायसँगको सहकार्य/साभेदारीमा शोध, वहस, पैरवी, प्रकाशन, नीति निर्माण, प्रलेखिकरण, क्षमता अभिवृद्धिमाफत स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसकालागि योगदान पुऱ्याउदै आएको छ। स्थापनाको छ वर्षमै देशभरी सम्पर्क स्थापनाका साथै सबै प्रदेशमा कार्यालय/संयोजक रहेको यस संस्थाका कार्यक्रम र गतिबिधिबाट हालसम्म भण्डै १० हजार पत्रकारहरू लाभान्वित भएका छन्।



media action nepal

मिडिया एक्सन नेपाल

- 📍 थापागाउँ-१०, काठमाण्डौं, नेपाल
- ☎ +९७७-१-५२४४९६४
- ✉ info@mediaactionnepal.org
- 🌐 www.mediaactionnepal.org
- 📱 MediaActionNepal
- 📌 MediaActionNpl



978-9937-1-1184-3