पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीका लागि

लैङ्‌गिक समानता

अभिमुखीकरण पुस्तिका

Media Advocacy Group
MAG
2064
Nepal

पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीका लागि लैङ्गिक समानता

अभिमुखीकरण पुस्तिका

लेखक

बबिता बस्नेत

विष्णु पोख्रेल

प्रकाशक

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) २०२०

सहयोग

फ्रेडरिक इबर्ट स्टिफटुङ (एफइएस) नेपाल

सर्वाधिकार

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) २०२१

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

Nepal Office

फ्रेडरिक एवर्ट स्टिफटुङ (एफइएस) नेपाल
सानेपा, ललितपुर, नेपाल
पोस्ट बक्स नं ११८४०
फोन ५९०२६०८
ईमेल fes@fesnepal.org
वेब https://nepal.fes.de

Media Advocacy Group MAG 2064 Nepal

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग)
माइतीघर, थापाथली हाइट
काठमाडौं ।
फोन नं. ४२२९४४०
इमेल maggroup08@gmail.com
वेबसाइट www.mag.org.np

प्राक्कथन

मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप (म्याग) महिला, मिडिया र सूचनाको क्षेत्रमा कार्यरत संस्था हो । म्यागले सूचनामा सर्वसाधारण नागरिक तथा महिलाको पहुँच, अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, प्रविधिले निम्त्याएका चुनौती तथा अवसर, महिला, शान्ति र सुरक्षा, सुरक्षित वैदेशिक रोजगारी, लैङ्गिक हिंसाको न्यूनीकरण, महिला सशक्तीकरणलगायतका क्षेत्रमा काम गर्दै आएको छ । महिलासम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय संयन्त्र तथा मुलुकमा विद्यमान कानुनहरूको कार्यान्वयनका सन्दर्भमा म्यागले वकालत गर्दै आएको छ । यसै सन्दर्भमा आफ्नो स्थापनाकालदेखि नै मिडिया एड्भोकेसी ग्रुपले सन् २००८ देखि फ्रेडरिक इबर्ट स्टिफटुङ (एफइएस) नेपालसँगको सहकार्यमा मुलुकभरका महिला पत्रकारसँग विभिन्न विषयमा अन्तर्क्रिया, छलफल र अभिमुखीकरण गर्दै आएको छ ।

महिला पत्रकारलाई लक्षित गरेर नागरिक शिक्षा, राजनीति तथा अन्य मूलप्रवाहका विषयमा रिपोर्टिङ, पत्रकारको सुरक्षालगायतका विषयमा शृङ्खलाबद्ध छलफल गर्ने क्रममा सन् २०२० मा कोभिडका समयमा मिडियाले उठान गर्नुपर्ने विषय एवम् महामारीमा महिला पत्रकारको सुरक्षाका विषयमा देशव्यापी रूपमा छलफल गरिएको थियो । मुलुकका सातै प्रदेशका महिला पत्रकारसँगको छलफलपछि कोभिड- १९ बाट महिला पत्रकारलाई परेको असरका सम्बन्धमा म्यागले एफइएससँगको सहकार्यमा सन् २०२० मा 'महिला पत्रकारमा कोभिड– १९ को असर' अध्ययन गरेको थियो । सन् २०२० को डिसेम्बरमा प्रकाशित उक्त अध्ययनका क्रममा गरिएको समूहगत छलफलमा धेरैजसो महिला पत्रकारले लैङ्गिकताको मुद्दाका विषयमा लैङ्गिक बिट हेर्नेहरूलाई मात्र जानकारी दिने गरिएकाले अन्य बिट हेर्ने पत्रकार तथा समाचार कक्षको निर्णायक तहमा रहनेहरू एवम् सम्पादकहरूलाई समेत लक्षित गरेर कार्यक्रम गरिनुपर्ने बताएका थिए । त्यसअघिका विभिन्न छलफलमा पनि महिला तथा पुरुष पत्रकारलाई लैङ्गिकताको अवधारणागत स्पष्टता आवश्यक भएको निष्कर्ष निकाल्ने गरिएको थियो । महिला हुँदैमा महिला पत्रकारमा लैङ्गिकताको अवधारणा स्वतः आउनेझैँ ठानी लैङ्गिक बिट दिने गरिएको महिला पत्रकारहरूले बताउने गरेका थिए ।

यसैबीच सन् २०२० मा गरिएको 'महिला पत्रकारमा कोभिड– १९ को असर' विषयक अनुसन्धानमा सहभागी २३ प्रतिशत महिला पत्रकारले मिडियामा लैङ्गिक असमानता वा भेदभाव महसुस गरेको बताए भने २७ प्रतिशतले कहिलेकाहीँ अनुभव गरेको बताएका थिए। ५८ प्रतिशत सहभागीलाई लकडाउनले गर्दा पुरुष र महिला पत्रकारबीच लैङ्गिक असमानता वा विभेद बढेको लागेको थियो । विभेदमध्ये समाचार कक्षमा बिटको बाँडफाँड पनि एक थियो । सहभागीमध्ये २३ प्रतिशतले महामारी र लकडाउनको बेला समाचार सङ्कलन गर्न पुरुष सहकर्मीलाई पठाउने गरेको बताएका थिए । यस्तै, सात प्रतिशतले कोभिड-१९ महामारीबारे समाचार सम्प्रेषण गर्न चाहे पनि समाचार बिटको बाँडफाँड गर्ने आधिकारिक व्यक्तिले वास्ता नगरेको बताएका थिए । यसैगरी समूहगत छलफलका क्रममा आफूहरूले लेखेको महिलासम्बन्धी सामग्रीले मिडियामा थोरै स्थान पाउने गरेको अनुभव धेरैको थियो ।

यसबीचमा हामीले मिडियामा राजनीति गर्ने महिलाहरूले के-कस्तो स्थान पाइरहेका छन् भनेर हेर्‍यौं। प्रत्येक दिनका मुख्य समाचारदेखि विचार पेजसम्ममा महिलाका आवाजहरूले स्थान पाएको खासै भेटिएन । लैङ्गिकता कुनै एउटा विषयसँग मात्र सम्बद्ध छैन । हरेक मुद्दामा लैङ्गिक दृष्टिकोण स्थापित हुनुपर्छ भन्ने हाम्रो मान्यता रहेको छ । त्यसैले सबै पत्रकारलाई लक्षित गरी लैङ्गिक समानताको अवधारणागत स्पष्टता आवश्यक रहेको ठानी यो अभिमुखीकरण पुस्तिका प्रकाशित गरिएको छ ।

महिला र सञ्चारको सन्दर्भमा दुईवटा कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ, सञ्चारमा महिलाको सहभागिता र सञ्चारमाध्यममा महिलाका विषय । यी दुवैको अवस्थालाई पुस्तिकामा समेट्ने कोसिस गरिएको छ। लैङ्गिकता र सञ्चारको क्षेत्रमा तालिम तथा प्रशिक्षणका लागि मात्र नभई अन्य मिडिया हाउस, समाचार कक्ष तथा अन्य विभिन्न क्षेत्रका लागि पनि पुस्तिका उपयोगी हुने अपेक्षा गरेका छौँ। म्यागसँगको निरन्तर साझेदारीका लागि एफइएसप्रति आभार प्रकट गर्न चाहन्छु । पुस्तिका तयारीका क्रममा सल्लाह-सुझावका लागि एफइएसकी लैङ्गिकविज्ञ पवित्रा राउत, यो पुस्तिका तयार गर्ने वरिष्ठ पत्रकार बबिता बस्नेत र अधिवक्ता विष्णु पोखेललाई धन्यवाद दिन चाहन्छु ।

अनिता बिन्दु
अध्यक्ष, मिडिया एड्भोकेसी ग्रुप

विषय-सूची

पहिलो सत्र :
लिङ्ग, लैङ्गिकता, लैङ्गिक भूमिका र आवश्यकता, पितृसत्ता ७

दोस्रो सत्र :
लैङ्गिक विभेद, सकारात्मक विभेद, समता, समानता र नारीवाद १७

तेस्रो सत्र :
महिला सशक्तीकरणमा मिडियाको भूमिका २५

चौथो सत्र :
लैङ्गिक उत्तरदायी रिपोर्टिङ ३१

पाँचौँ सत्र :
मिडियामा जेन्डर स्टेरियोटाइप्स ३९

छैटौँ सत्र :
लैङ्गिकताको सवालमा सञ्चारमाध्यमको जिम्मेवारी ४३

सातौँ सत्र :
लैङ्गिकताका मुद्दा उठान गर्दा ध्यान दिनुपर्ने कुराहरू तथा चेकलिस्ट ४७

१

पहिलो सत्र

लिङ्ग र लैङ्गिकता

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- लिङ्ग र लैङ्गिकताबीचको भिन्नताबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- सामाजिक लिङ्गभेदको भूमिका र आवश्यकताबारे स्पष्ट हुनेछन् ।
- पितृसत्ता, यसको पृष्ठभूमि र असरबारे स्पष्ट हुनेछन् ।
- पहुँच र नियन्त्रणबारे जानकारी राख्नेछन् ।

लिङ्ग र लैङ्गिकता :

लैङ्गिक समानताको सन्दर्भमा लिङ्ग र लैङ्गिकता अर्थात् 'सेक्स' र 'जेन्डर' अवधारणात्मक स्पष्टता आवश्यक हुन्छ । लिङ्ग शारीरिक भिन्नता हो भने लैङ्गिकता लिङ्गका आधारमा समाजले गर्ने विभेद हो । मूलतः महिला र पुरुषबीचको सामाजिक भिन्नता लैङ्गिकता हो । महिला र पुरुषको पहिचान लिङ्गको आधारमा भएको हुन्छ भने लैङ्गिकता समाजले गर्ने विभेद र जीवनका भोगाइबाट स्थापित हुन्छ । सामाजिकीकरणमा गरिने असमानता महिला, पुरुष र अन्य लिङ्गी सबैमा लागू हुन्छ । हाम्रो समाजमा लैङ्गिकताका मान्यताहरू फरक छन् । छोराले यो गर्नुपर्छ, छोरीले यो गर्नुहुँदैन या छोराले यस्तो गर्नुहुँदैन, छोरीले यस्तो गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता सानै उमेरदेखि उनीहरूको जीवनमा अभ्यासमा ल्याइन्छ ।

लिङ्ग शारीरिक हो, यो अपरिवर्तनीय हुन्छ । यो जन्मँदै आएको हुन्छ, जसलाई हामीले चाहँदैमा परिवर्तन गर्न सक्दैनौँ । यद्यपि हिजोआज कृत्रिम रूपमा लिङ्ग परिवर्तन गर्ने चिकित्सकीय प्रविधिको विकास पनि भएको छ । लैङ्गिकता समाजले बनाएको हो, यो जन्मँदै आएको होइन र परिवर्तशील छ ।

सामाजिक लिङ्गभेदको भूमिका (Gender Role)

महिला र पुरुषले समाजमा खेल्दै आएका भूमिका फरक छन् । विगतको तुलनामा लैङ्गिक भूमिकामा केही फरक आए पनि समान अवस्थाको सिर्जना भने भइसकेको छैन । लैङ्गिक भूमिका वर्ग, जात, आर्थिक र शैक्षिक अवस्था, सामाजिक तथा राजनीतिक परिवेशअनुसार फरक-फरक हुन सक्छन् । कतिपय अवस्थामा यी सबै अवस्था, वर्ग, तह र तप्कामा समान प्रकारका भूमिका पनि देखिएका छन् ।

महिला र पुरुषबीचको लैङ्गिक भूमिकालाई विश्लेषण गर्दा महिलाले समाजमा मूलतः तीन महत्वपूर्ण भूमिका खेल्दै आएका छन् ।

प्रजनन तथा हेरविचारसम्बन्धी भूमिका (Reproductive Role)

बच्चा जन्माउने, खानपान, रेखदेख, स्याहारसुसार प्रायः सबै नै महिलाले गर्दै आएका छन् । पुरुषले बच्चा जन्माउन नसके पनि स्याहारसुसार गर्न सक्छन्, तर सबै काम महिलाले मात्रै गर्न सक्नेजस्तो गरी भूमिका निर्वाह गर्नुपर्ने अवस्था छ ।

उत्पादनशील भूमिका (Productive Role)

महिलाहरूले कृषि-खेती गर्नेदेखि अन्नपात भित्र्याउने, दाउरा-घाँसलगायतका कामहरू गर्छन् । वर्ग, क्षेत्र, जातीय पहिचानअनुसार आयआर्जनका काम गर्छन् । महिलाहरू व्यापारमा संलग्न छन्, नोकरी गर्छन्, विभिन्न पेसा-व्यवसायमा छन् । सडकमा ट्याम्पु-ट्याक्सी चलाउनेदेखि आकाशमा हवाईजहाज उडाउने काममा समेत संलग्न छन् । यसको अर्थ महिलाहरू आफैँ कमाइ गर्छन्, उत्पादनशील भूमिकामा संलग्न छन् ।

सामुदायिक व्यवस्थापकीय भूमिका (Community Management Role)

हाम्रा सामाजिक रीतिरिवाज र चाडबाडहरू महिलाहरूले धानेका छन् । धार्मिक गतिविधिमा महिलाको ठूलो सहभागिता छ । चाडबाडमा महिलाहरूमा थप काम हुन्छ । विगतमा भोजभतेरमा महिलाले नै पकाउने गर्थे । अहिले सहरका केही वर्गले पार्टी प्यालेसहरूमा भोजभतेर गरे पनि विभिन्न क्षेत्र, वर्ग, समुदायका महिला भोजभतेरमा सहभागी भई काम गर्छन् । यी यस्ता काम हुन् जहाँ काममा खटिनुचाहिँ पर्छ, तर काम गरेबापतको आयचाहिँ हुँदैन । आयआर्जन नहुने ऐच्छिक कार्यमा महिलाको बढी सहभागिता छ ।

महिला र पुरुषको लैङ्गिक भूमिकालाई विश्लेषण गर्दा पुरुषहरूले मूलतः दुईवटा भूमिका निर्वाह गर्दै आएका छन् ।

उत्पादनशील भूमिका (Productive Role) पुरुषहरूको आयआर्जनका काममा बढी सहभागिता छ । कृषकदेखि शिक्षक हुँदै ड्राइभर, पाइलट प्रायः सबै क्षेत्र, पेसा-व्यवसायमा पुरुषहरूको भूमिका रहेको छ । हिजोआज खाना बनाउने काममा पुरुषहरूको पनि सहभागिता छ । तर, उनीहरू घरमा नभई पार्टी

प्यालेस, होटेल, सुरक्षाकर्मीका ब्यारेकलगायतमा कुक (भान्से) को भूमिकामा छन् । जहाँ आफूले गरेको कामको मूल्याङ्कन हुन्छ र तलब पनि आउँछ ।

सामुदायिक राजनीतिक भूमिका (Community Political Role)

सामुदायिक राजनीतिक भूमिकामा पुरुषहरूको सहभागिता छ । सामुदायिक राजनीति स्थानीय राजनीति नभई विश्वव्यापी कुरा हो । सामुदायिक राजनीति दृष्टिकोण र शक्तिसँग सम्बन्धित हुन्छ । दृष्टिकोण र विचार निर्माण गर्ने काममा पुरुषहरूको भूमिका रहँदै आएको छ । विचारदेखि नीति निर्माणसम्ममा पुरुषको भूमिका छ । घरायसी भूमिका निर्वाह गर्नु नपर्ने स्थिति समाजमा सिर्जना गरेका कारण पुरुषहरूसँग उक्त भूमिकाका लागि जानकारी राख्ने, चिन्तन, मनन, अध्ययन गर्ने समय हुन्छ । पुरुषहरूमा पनि वर्ग, जातजाति, क्षेत्र, शैक्षिक अवस्थालगायतले भूमिकामा फरक पारिरहेको हुन्छ ।

हामीकहाँ अन्य लिङ्गीको सङ्ख्या बढ्दै गए पनि उनीहरूले निर्वाह गर्ने भूमिकाका कुरा त्यति चर्चा गर्ने गरिएको छैन । अन्य लिङ्गीहरूबीच पनि लैङ्गिक असमानताहरू छन् र लैङ्गिक भूमिकाहरू फरक रहँदै आएका छन् ।

सामाजिक लिङ्गभेदको आवश्यकता (Gender Need)

सामाजिक लिङ्गभेदलाई न्यूनीकरण गर्न मूलतः दुईवटा कुरा महत्वपूर्ण हुन्छन् ।

व्यावहारिक आवश्यकता (Practicle Gender Need) र रणनीतिक आवश्यकता (Strategic Gender Need) ।

व्यावहारिक आवश्यकता

व्यवहारिक जीवनमा आइपरेका कठिनाइहरूलाई हटाएर महिलाको जीवनस्तर उकास्ने, उनीहरूको कार्यमा प्रभावकारिता ल्याउने, कार्यदक्षता बढाउनेलगायतका कुरा व्यावहारिक आवश्यकताभित्र पर्दछन् । उदाहरणको रूपमा महिलाहरू लामो समय लगाएर घरदेखि टाढा रहेको पँधेरोबाट पानी ल्याउने गर्थे । अब घरछेउमै पानीको धारा निर्माण भयो या घरमै पानीको

धारा भयो । टाढा-टाढा पुगेर दाउरा ल्याई चुलोमा आगो बालिन्थ्यो, खाना पकाइन्थ्यो । अब धुवाँरहित चुलो आयो या ग्यासको चुलो चलाउन थालियो । महिलाको जीवन सहज भयो । जीवन सहज, सरल र सुलभ बनाउने काम व्यावहारिक आवश्यकताभित्र पर्दछ । यसले महिलाहरूको स्थिति सुधार गर्न मद्दत पुऱ्याउने भए तापनि महिला र पुरुषको श्रम विभेदमा कुनै परिवर्तन ल्याउन सकेको देखिँदैन ।

रणनीतिक आवश्यकता

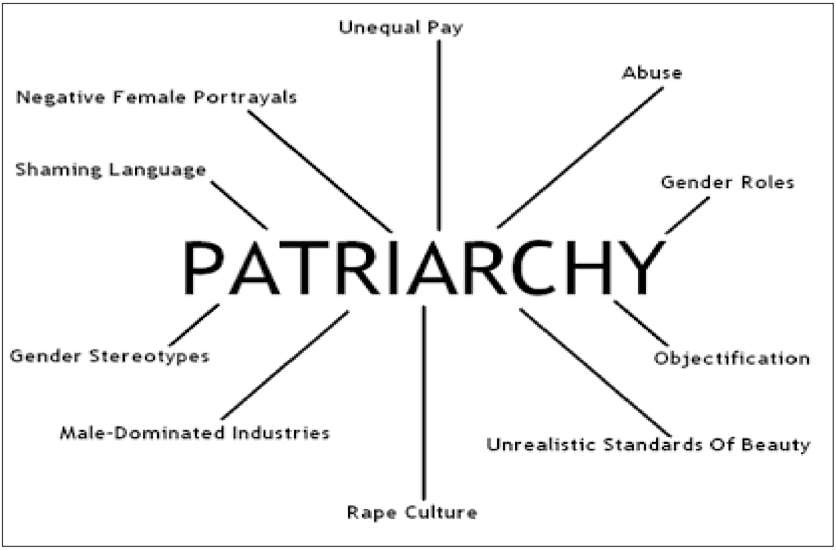
महिलाहरूलाई समान बनाउन सामाजिक लिङ्गभेदमा रणनीतिको आवश्यकता पर्दछ। यसले हाल महिला र पुरुषले गर्दै आएको कामको विभाजनमा परिवर्तन ल्याउन चुनौती दिन्छ। उदाहरणका लागि विगतमा राजनीति, कर्मचारीतन्त्र, सुरक्षा, मिडियालगायतका क्षेत्रहरूमा पुरुष मात्रै थिए । बिस्तारै महिलाको प्रवेश भयो । अहिले रणनीति नै बनाएर विभिन्न क्षेत्रमा महिलाको प्रवेशलाई महत्व दिइएको छ। राजनीतिमा महिलाको ३३ प्रतिशत सहभागिता तथा अन्य सरकारी निकायमा महिलाको २० प्रतिशत सहभागिता नीतिगत व्यवस्थाकै कारण सम्भव भएको हो । राज्यले नीतिगत व्यवस्था नगरेको भए महिला सहभागिताको अवस्था अहिलेको जस्तो हुने थिएन । त्यसैले लैङ्गिक भूमिका परिवर्तनका लागि रणनीतिक आवश्यकता महत्वपूर्ण हुन्छ ।

लैङ्गिकता शक्ति-सम्बन्ध (Gender Relation) लैङ्गिकताको सम्बन्ध शक्तिसँग सम्बन्धित हुन्छ । शक्तिमा रहेका महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोण, गरिने व्यवहार र शक्तिहीन महिलालाई हेर्ने दृष्टिकोण र व्यवहार फरक हुने गर्छ ।

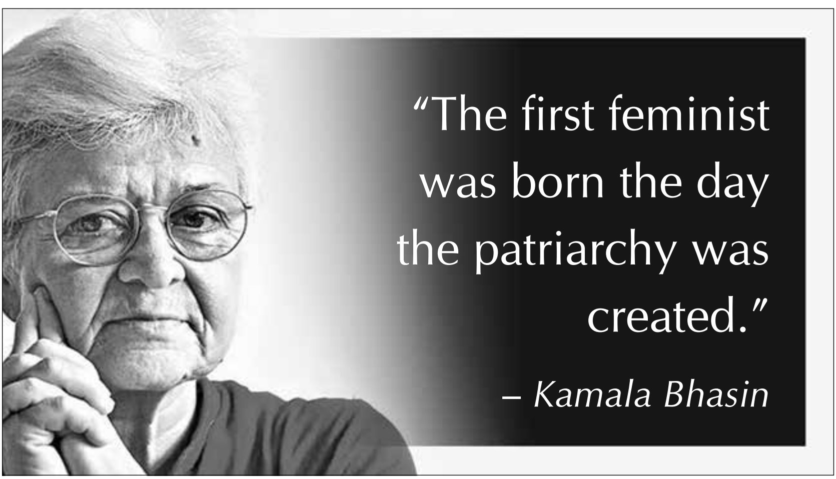
पितृसत्ता

पितृसत्ता के हो ?

पितृसत्ताको सीधा अर्थ पिताको राज भन्ने हुन्छ। पिताको अर्थ बाबु र बाबुको स्थान पुरुष, अर्थात् पुरुषको सत्ता पितृसत्ता । महिला आन्दोलनलाई सैद्धान्तिक बहसमा ल्याउने अधिकारवादी नेतृ कमला भसिनलगायत केहीले पितृसत्ताबारे पुस्तक नै लेखेका छन्। पितृसत्ताको इतिहास समाजको विकासक्रमसँगै जोडिएर अघि बढेको छ। ढुङ्गेयुगमा महिला र पुरुषबीच शारीरिक बनावटबाहेक अन्य

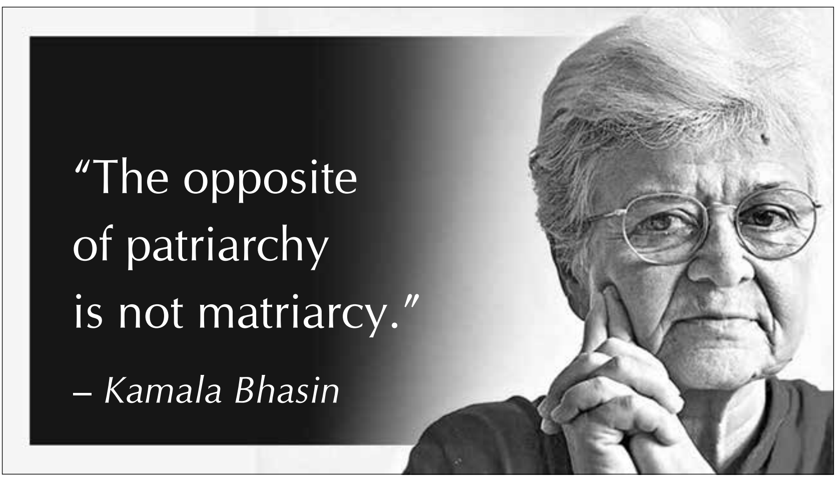


भूमिकामा फरक थिएन । दुवैथरी काममा जान्थे, जनावर मारेर ल्याउँथे, पोलेर खान्थे । समाजको विकासक्रममा निजी सम्पत्तिको आर्जनसँगै महिला र पुरुषबीचका भूमिकामा फरकहरू देखापरे । उद्योग-व्यवसायको स्थापनापछि पुरुष काममा जाने र महिला घरमा बसेर सन्तानको हेरचाह गर्ने, खाना



पकाउने काममा संलग्न हुन थाले । स्वाभाविक रूपमा जसले कमाउँछ उसको आवाज र हात माथि हुँदै गयो । महिला सेवकको रूपमा रहे, पुरुष सेवा प्राप्त गर्ने वर्गका रूपमा ।

समयसँगै विभिन्न क्षेत्रको विकासक्रम तीव्र रूपले अघि बढ्यो । महिलाले मानव हुनुको अर्थ खोज्न थाले । काम गरेर खानुपर्छ, आफ्नो खुट्टामा उभिनुपर्छ भन्ने भयो । तर, विभिन्न क्षेत्रमा अवरोधहरू खडा भए । काममा जाँदा ज्याला समान पाएनन् । जब महिलामा आत्मनिर्भरता र आत्मसम्मानबारे चेतना आयो त्यतिबेलासम्म संसार पुरुषमय भइसकेको थियो । आफ्नो सहजताका हिसाबले धर्मग्रन्थहरू लेखिए । धर्म नै कानुन मानिने अवस्थामा आफूवरिपरिको परिधि पार गर्न महिलालाई निकै गाह्रो भयो । शिक्षालगायतका महत्वपूर्ण क्षेत्रमा पुरुषहरूको नेतृत्व र संलग्नता थियो । जसले गर्दा महिलालाई चेतनाका हिसाबले पनि पछाडि पारियो । जो जति सचेत भएर आए तिनलाई आफूवरिपरिको घेरा तोड्न गाह्रो थियो । घरबाहिर रहेका फ्याक्ट्रीलगायतका स्थानमा काम गर्न थालेपछि महिलालाई सार्वजनिक स्थान (पब्लिक स्पेस)को महत्वबारे थाहा भयो । त्यसपछि विभिन्न आवाज उठ्न थाले । पुरुषले गरेको थिचोमिचोलाई लिएर आन्दोलन सुरु भए । तत्कालीन पुरुषले गर्ने अन्याय, अत्याचारको नामकरण गरियो- पितृसत्ता ।



प्रत्येक परिवारमा पितृसत्ताको पाठ पढाउन थालियो । अभ्यास पनि त्यसरी नै अघि बढ्न थाले । परिवार र धर्मबाट सुरु भएको पितृसत्ता समयसँगै कानुन, राजनीति, शिक्षा, सुरक्षा जताततै फैलियो । जसबाट अहिलेसम्म पनि धेरै मुलुकका समाज र परिवार टाढा रहन सकेका छैनन् । पुरुष शब्दसँग जोडिएको भए पनि पितृसत्ता पुरुषमा मात्रै हुन्छ भन्ने छैन । पितृसत्ताको पृष्ठभूमि शक्ति र शोषणसँग जोडिएको हुनाले यसको प्रतिबिम्ब कतिपय महिलामा पनि देखिन्छ । कतिपय सासू र बुहारीका कथा यही पितृसत्तासँग जोडिएका छन् । कमला भसिनका अनुसार पितृसत्ता अवधारणा मात्र होइन, विचारधारा पनि हो ।

पहुँच र नियन्त्रण

लैङ्गिकताको सवालमा पहुँच र नियन्त्रण अर्को महत्वपूर्ण विषय हो ।

पहुँच : स्रोत र अवसरहरूलाई उपयोग गर्ने क्षमतालाई पहुँच भनिन्छ । महिलाको सवालमा कतिपय क्षेत्रमा पहुँच हुँदैन या कम हुन्छ । कतिपय अवस्थामा पहुँच भए पनि नियन्त्रण हुँदैन । आफ्नो नियन्त्रणमा नभएको पहुँच मात्रले आफूसँग केही भएको र नभएको अर्थ राख्दैन ।

उदाहरणका लागि अछामकी यी महिलाको जीवनमा भएको वास्तविक घटनालाई लिन सकिन्छ ।

०६२ सालमा अछाम जिल्लामा भएको घटना हो । एक महिलाले रोजगारका लागि भारतमा भएका पतिलाई फोन गरेर घरमा आफूले पालेको सानो खसी बेच्नका लागि अनुमति लिन चाहिन् । गाउँमा रहेको पिसिओबाट फोन गर्दा श्रीमान् भेटिएनन् । भारतमा फोन गर्दा अन्तर्राष्ट्रिय कलको पैसा उठ्थ्यो । अहिलेजस्तो मोबाइल, इन्टरनेटको सुविधा थिएन । लगातार फोन गर्ने र श्रीमान्लाई नभेटिने क्रम केही समयसम्म रह्यो । जब उनले श्रीमान्लाई फोनमा भेटिन् त्यतिबेलासम्म उनको १७ सय रुपैयाँ सकिइसकेको थियो । फोनमा उनले भनिन्, 'पैसाको साह्रै खाँचो भएकाले खर्चका

लागि खसी बेचुँ कि भनेर फोन गरेकी थिएँ, के गरूँ ?' श्रीमान्‌ले सोधे, 'कति पैसा आउँछ ?' उनले भनिन्, 'आउन त २४ सय आउँथ्यो, तर अब १७ सय तपाईंलाई फोन गरेकै पैसा तिर्नु छ ।' (२०६४ सालमा सम्बन्धित महिलालाई धनगढीमा भेटेको बेला पत्रकार बबिता बस्नेतले गरेको कुराकानीमा आधारित)

नियन्त्रण : स्रोत र अवसरबाट लाभ लिनका लागि निर्णायक भूमिका हुनु नियन्त्रण हो । कतिपय महिलाको विभिन्न सरसामान, सम्पत्तिलगायतमा पहुँच भए पनि नियन्त्रण हुँदैन । अछामकी महिलाको घटनालाई उदाहरणको रूपमा लिन सकिन्छ । बाख्रा उनैले पालेकी थिइन् । बेच्न लागेको खसी उनैले हुर्काएकी थिइन् । खसीमा उनको पहुँच थियो, तर नियन्त्रण थिएन ।

यसैगरी कतिपय कृषकले दूधको व्यापारका लागि गाईभैँसी पाल्छन् । प्रायः महिलाले तिनको स्याहारसुसार गर्छन्, घाँसपानी खुवाउने गर्छन् । तर, दूध बेच्न घरका पुरुष सदस्यहरूले बजारमा पुऱ्याउँछन् । दूध बेचेको पैसामा गाईभैँसीको स्याहारमा संलग्न महिलाको नियन्त्रण हुँदैन ।

७

लैङ्गिक विभेद, सकारात्मक विभेद, समता, समानता र नारीवाद

दोस्रो सत्र

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- लैङ्गिक विभेदबारे छलफल गर्नेछन् र जानकारी राख्नेछन् ।
- सकारात्मक विभेदको अवधारणा र आवश्यकताबारे स्पष्ट हुनेछन् ।
- समता र समानताबारे स्पष्ट हुनेछन् ।
- नारीवाद र पुरुषत्वबारे स्पष्ट हुनेछन् ।

लैङ्गिक विभेद

कुनै पनि मानिसलाई लिङ्गका आधारमा गरिने विभेद लैङ्गिक विभेद हो । यो महिला, पुरुष, अन्य लिङ्गी सबैमा लागू हुन्छ। महिला, पुरुष या अन्य लिङ्गी भएकै कारणले कसैले विभेद गर्छ भने त्यसलाई लैङ्गिक विभेद भनिन्छ । महिला जन्मनुअघि गर्भावस्थादेखि नै विभेदको सिकार बन्दै आएका छन् । छोरी जन्मनुअघि नै भ्रुणहत्या गर्नेदेखि जन्मिएपछि हुर्काइका क्रममा गरिने विभेद महिला तथा बालिकामाथि हुने विभेद हो । हाम्रो देशमा घरपरिवार, विभिन्न क्षेत्र, पेसा-व्यवसायमा लैङ्गिक विभेद कायम छ। काममा असमान ज्यालालगायतका कुराहरू अहिले पनि अभ्यासमा छन् ।

सकारात्मक विभेद

सकारात्मक विभेद यस्तो विभेदपूर्ण नीति हो जसलाई अपनाउँदा परिणाम सकारात्मक हुन्छ। आरक्षणको अवधारणा विभिन्न कारणले तल रहेको वर्गलाई माथि उठाउनु हो, उनीहरूको हैसियतमा सकारात्मक परिवर्तन ल्याउनु हो । कोटा, आरक्षण, सकारात्मक विभेद, विशेष अधिकार जे नाम दिए पनि यसको उद्देश्य एउटै छ– पछाडि परेको वर्गलाई अगाडि ल्याउनु। सदियौँअघि अमेरिकामा आदिवासीहरूका लागि जग्गाजमिनमा आरक्षण थियो । विभिन्न मुलुकमा आवश्यकताअनुसार आरक्षणको व्यवस्था गरिएको हुन्छ । कसैले आर्थिक रूपमा लागू गरेका छन्, कसैले लैङ्गिक त कतै जातीय आरक्षण छ। नेपालमा पहिलोपटक २०४७ सालको संविधानमा राजनीतिमा महिलालाई पाँच प्रतिशत आरक्षणको व्यवस्था गरिएको थियो । विडम्बना के भयो भने संविधानमा उल्लेख यो व्यवस्था कसका लागि हो भन्ने खासै चर्चा हुन पाएन। परिणामतः शैलजा आचार्य, सहाना प्रधान, मंगलादेवी सिंहजस्ता राजनीतिमा सक्रिय दिग्गज नेतृहरूलाई पनि यही पाँच प्रतिशतभित्र राखेर टिकट वितरण गरियो। त्यतिबेलाको यो व्यवस्था परिणाममा नभएर टिकट वितरणमा सीमित थियो ।

०६४ पछिको सकारात्मक विभेदको व्यवस्था लैङ्गिक र जातीय दुवै हो । निर्वाचन ऐन, २०७४ मा 'राजनीतिक दलले समानुपातिक उम्मेदवारको बन्द सूची तयार गर्दा दलित, आदिवासी, खसआर्य, मधेसी, थारू र मुस्लिमसमेतको

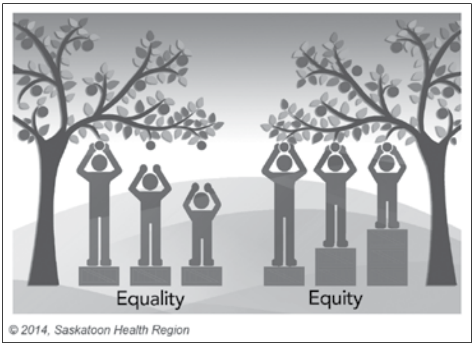
प्रतिनिधित्व हुने गरी समावेशी सिद्धान्तबमोजिम तयार गर्नुपर्नेछ' भनिएको छ। २०६४ को ऐनमा पनि यही व्यवस्था गरिएको थियो। यसको आधार ०६३ साल जेठ १६ गते प्रतिनिधिसभामा तत्कालीन सांसद विद्यादेवी भण्डारीले दर्ता गर्नुभएको जरुरी सार्वजनिक महत्वको प्रस्ताव हो जसलाई सांसद कमला पन्त र एनपी साउदले समर्थन गर्नुभएको थियो। प्रतिनिधिसभामा बहुमतले पारित भएको उक्त प्रस्ताव नै अहिलेको ३३ प्रतिशत महिला सहभागिताको जग हो। राजनीतिसँगै निजामती सेवा, सुरक्षा क्षेत्र या भनौँ सरकारी संयन्त्रमा यस्तो व्यवस्था गरिएको छ। पूर्ति गर्नुपर्ने पदहरूमध्ये ४५ प्रतिशत पद विभिन्न समुदाय, वर्ग र क्षेत्रका व्यक्तिका लागि आरक्षित गरिएको छ। त्यसरी आरक्षण गरिएको ४५ प्रतिशतलाई १०० प्रतिशत मानेर त्यसमध्ये २० प्रतिशत पद महिलाका लागि आरक्षित गर्ने प्रावधान राखिएको छ।

पछाडि पारिएको वर्ग, समुदायलाई अगाडि बढाउन आरक्षण अपनाउनैपर्ने एउटा उपाय हो। तर, यसका पनि सीमा र दायराहरू हुन्छन्, यो कहिलेसम्म अपनाउने हो ? समय-सीमा नतोकी लागू गर्‍यो भने यो नै सामान्य अवस्था

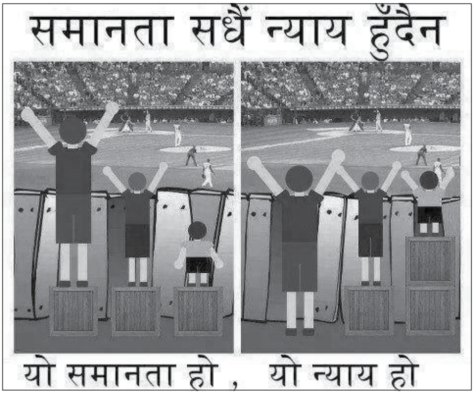
बन्न जान्छ । आरक्षण असमानहरूबीच समानता कायम गर्नका लागि लागू गरिने असमान नीति हो ।

नेपालको संविधान, २०७२ को भाग २७ मा विभिन्न आयोगहरूको व्यवस्था गरिएको छ । यी आयोगहरूमा राष्ट्रिय महिला आयोग, राष्ट्रिय दलित आयोग, राष्ट्रिय समावेशी आयोग, आदिवासी-जनजाति आयोग, मधेसी आयोग, थारू आयोग, मुस्लिम आयोग रहेका छन् । संविधानको धारा २६५ मा आयोगको पुनरावलोकनअन्तर्गत भनिएको छ– यस भागबमोजिम गठन भएका आयोगहरूको सङ्घीय संसद्‌ले यो संविधान प्रारम्भ भएको मितिले दश वर्षपछि पुनरावलोकन गर्नेछ ।

समानता : लैङ्गिकताको सवालमा महिला, पुरुष र अन्य लिङ्गीबीच समान अधिकार, समान हैसियत र समान उत्तरदायित्व हुनु समानता हो । समानतासम्म पुग्नका लागि समताको अवधारणालाई लागू गर्नुपर्ने हुन्छ । समानतासम्म पुग्नका लागि असमान नीति तथा कानुनहरू निर्माण गरी कार्यान्वयन गर्नुपर्दछ ।



समता : असमानतालाई सम्बोधन गर्नका लागि अपनाइने नीति तथा व्यवहार समता हो । न्यायोचित समानता नै समता हो । सबै समानता न्यायपूर्ण हुँदैनन् । उदाहरणका लागि टिप्नै नसक्ने फलका अगाडि मान्छेको उपस्थिति परिणाममुखी हुँदैन । फल टिप्नका लागि उचाइमा पुऱ्याउने साधनको आवश्यकता



पर्दछ । अरिस्टोटलको भनाइमा 'असमानहरूबीच समानता गर्नु भनेको झनै ठूलो असमानता हो ।'

नारीवाद

नारीवादको पृष्ठभूमि

जङ्गली युग, ढुङ्गेयुग हुँदै आदिम साम्यवादी युगसम्म मानिस समूहमा बस्थे । समूहमा बस्दा महिला-पुरुषबीच विभेद थिएन । सन्तान जन्माउने हुँदा महिला शक्तिशाली ठानिन्थे । कुन बच्चा कसको हो भनेर महिलाले नै छुट्याइदिन्थे भन्ने छ । समूहमा बस्दै जाँदा एक-अर्कामा झगडा र लडाइँ भयो, जित्नेहरू मालिक बने, हार्नेहरू दास । त्यसबेलादेखि नै दास-मालिक युगको सुरुवात र अभ्यास भयो भनिन्छ । दासका नाममा मानव-मानवबीच शोषणको शृङ्खला त्यतिबेलादेखि नै सुरु भएको हो । त्यसपछि सामन्तवादी युगको सुरुवात भयो । यो युगदेखि नै महिलालाई दोस्रो दर्जामा राखियो । पुँजीवादी युगमा आएर उद्योगहरू सञ्चालनमा आए । पुरुषहरू काममा जान थाले, महिलालाई घरमा सीमित गरियो । धेरै पछि महिला मजदुरका रूपमा उद्योगहरूमा काम गर्न थाले ।

समयक्रममा पितृसत्तालाई समर्थन गर्ने खालका धर्मग्रन्थहरू लेखिए । लेख्ने पुरुष नै थिए जसले पुरुष नै सर्वेसर्वा हुने परिकल्पना गरे । जिससक्राइस्ट, मोहम्मद, देवादीदेव महादेव शिव सबै पुरुष (खै कसरी हो हिन्दूधर्ममा चाहिँ शक्तिशाली महिला भगवान्को परिकल्पना गरिएको छ) । धर्मले बाँधेर समाज अघि बढ्दै जाँदा शिक्षा, कानुन सबै पुरुषको अधीनमा गए, त्यहीअनुरूपका नियम-कानुनहरू बने । सुरक्षाका लागि प्रहरी, आर्मीको अवधारणाहरू बने । जे-जति अवधारणा आए ती पुरुषलाई नै लक्षित गरेर आए । सबै पुरुषकै लागि बनाइए र पुरुष नै त्यसमा सहभागी बने ।

पुरुषका लागि बहुविवाह छुट भयो । महिला घुम्टोमा राखिए । पुरुषले सार्वजनिक जीवन सुरु गरे । महिलालाई घरमा सीमित गरियो । महिलाको यौनिकतामाथि सधैँ प्रश्न उठाइयो र नियन्त्रणका प्रयास सुरुदेखि नै भए । श्रीमान्को परिभाषा साथी होइन, नियन्त्रण गर्ने व्यक्तिका रूपमा गरियो र

मालिकको दर्जा दिइयो । अझै पनि हाम्रा गाउँघरमा कतिपय आमाहरूले आफ्ना पतिलाई मालिक नै भन्ने गर्छन् । यसरी जताततै पितृसत्ता अर्थात् पुरुषको सत्ता फैलँदै गएपछि नारीवादको जन्म भएको हो । सन् १८८४ मा न्युजिल्यान्डका महिलाले आन्दोलनको सुरुवात गरे । सामान्य अधिकारहरू प्राप्त गर्नका लागि उनीहरूले धेरै ठूलो सङ्घर्ष गर्नुपऱ्यो । अन्य मुलुकमा पनि यो क्रम बढ्यो । सन् १९११ को ८ मार्चदेखि अन्तर्राष्ट्रिय नारी दिवस मनाउन थालियो । महिला र पुरुषबीच रोजगारीमा भेदभाव भएकाले यही मुद्दालाई नारी दिवसमा उठाइयो । न्युयोर्कमा पहिलोपल्ट महिला भेला भई समान ज्यालाको मागबाट नारी दिवसको सुरुवात भएको हो । नेपालमा नारी दिवस वि.सं. २००३ सालदेखि मनाउन सुरु गरिएको हो । नेपालमा महिला अधिकारसँग जोडेर नारी दिवसको थालनी गरिएको थियो ।

के हो नारीवाद ?

दक्षिण एसियाकी चर्चित नारीवादी नेतृ कमला भसिनका अनुसार नारीवाद एउटा अवधारणा हो, यस्तो अवधारणा जसले समानताको कुरा गर्छ। नारीवादको त्यस्तो कुनै परिभाषा छैन, जुनसुकै ठाउँमा लागू हुन सक्छ । अवस्थाअनुसार यसलाई लागू गर्नुपर्ने हुन्छ। पितृसत्ताको विरुद्ध रहने जोकोही नारीवादी हो । नारीवादी हुनलाई कुनै समूहको सदस्य बन्नुपर्दैन, कुनै राजनीतिक दलमा लाग्नुपर्दैन । भेदभावविरुद्धको आन्दोलन नै नारीवाद हो। महिला मात्रै नभएर महिला र अन्य लिङ्गीहरू पनि नारीवादी हुन सक्छन्, जो समानताका पक्षधर छन् ।

नारीवादका प्रकार

नारीवादको अवधारणा बनेपछि विभिन्न किसिमका नारीवादीहरू भए, जसले नारीवादलाई आ-आफ्नै प्रकारले परिभाषित गरे । चारथरी सिद्धान्तमा केन्द्रित भएर नारीवादको सिद्धान्त र व्यवहार अघि बढ्यो । उदारवादी नारीवादी (लिबरल फेमिनिस्ट)हरूले महिला र पुरुषको समान अवसरलाई महत्व दिए । अतिवादी (ऱ्याडिकल) फेमिनिस्टहरूले महिला र पुरुष एक-अर्काका शत्रु हुन् भने र सोहीअनुसारका व्यवहार गरे । मार्क्ससिस्ट फेमिनिस्टहरूले कार्लमार्क्सको सिद्धान्तलाई व्याख्या गर्दै वर्गको कुरा अघि बढाए । सोसलिस्ट

फेमिनिस्टहरूले समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र, राजनीतिशास्त्र, मानवशास्त्र र मनोविज्ञानसँग सम्बन्धित कुरालाई लिए । विश्वमा अहिले पनि करिबकरिब यिनै चार सिद्धान्तमा रहेर नारीवाद अघि बढिरहेको छ । लिबरल फेमिनिस्टहरू पुरुषहरूको घर-व्यवहारमा उत्तरदायित्व र महिलाको घरबाहिरको काममा समान सहभागिताको निम्ति वकालत गर्छन् । महिलाको आत्मनिर्णयको अधिकार, आत्मविश्वास र आत्मनिर्भरतालाई जोड दिन्छन् । महिला र पुरुषको शारीरिक भिन्नतालाई नभएर सामाजिक भिन्नतालाई महत्व दिन्छन् । यता र्‍याडिकल अर्थात् अतिवादी फेमिनिस्टहरू महिला र पुरुषबीचको द्वन्द्व सेक्सको हो जुन पुरुषको शक्तिमा आधारित छ भन्छन् । उनीहरू पुरुषको अत्याचारको विरोध गर्छन् र महिला र पुरुष एक-अर्काका शत्रु हुन् भन्छन् । पेरिसमा भएको ब्रा बर्निङ आन्दोलन अतिवादी नारीवादीहरूले नै गरेका थिए ।

३

तेस्रो सत्र

महिला सशक्तीकरणमा मिडियाको भूमिका

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- विभिन्न क्षेत्रमा महिलाको सहभागिताबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- सञ्चारमाध्यममा महिलाको प्रस्तुतिबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- लैङ्गिक सशक्तीकरणमा मिडियाको भूमिकाबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- लैङ्गिक सशक्तीकरणमा मिडियाले निर्वाह गर्नुपर्ने भूमिकाबारे स्पष्ट हुनेछन् ।

नेपालमा महिलाको सङ्ख्या करिब ५२ प्रतिशत छ । नेपालको जनसाङ्ख्यिक स्वास्थ्य सर्वेक्षण २०१६ का अनुसार अशिक्षित महिलाको सङ्ख्या ३३ प्रतिशत छ भने अशिक्षित पुरुषको सङ्ख्या १० प्रतिशत रहेको छ । कृषिमा निर्भर घरपरिवार ७६ प्रतिशत छन् । कृषिमा संलग्न श्रमशक्तिमध्ये ८४ प्रतिशत महिला छन् । कृषिमा पारिश्रमिकविहीन महिला ७१ प्रतिशत छन् भने ५२ प्रतिशत पुरुष छन् । नेपालमा साना तथा ठूला उद्यमी महिलाको सङ्ख्या ३७.७० प्रतिशत छ ।

स्थानीय तहको महिला उपाध्यक्ष तथा उपप्रमुखमा ९० प्रतिशत महिला सहभागिता रहेको छ भने १८ वटा स्थानीय तहमा महिला मेयर तथा अध्यक्षहरू रहेका छन् । सङ्घीय संसद्मा ३३ प्रतिशत महिलाको सहभागिता रहेको छ भने प्रदेश सभामा ३४ प्रतिशत महिलाको सहभागिता रहेको छ । स्थानीय तहमा ४१ प्रतिशत महिला सहभागिता रहेको छ । यसैगरी निजामती सेवामा २३.७२ प्रतिशत (सन् २०१९ को तथ्याङ्क) महिलाको सहभागिता छ । स्वास्थ्य पेसाकर्मी महिलाको सङ्ख्या ४६.९३ (सन् २०१९ को तथ्याङ्क) प्रतिशत रहेको छ । यसैगरी शिक्षा, अर्थ, न्याय, सुरक्षा, मिडियालगायतका विभिन्न क्षेत्रमा महिलाको सहभागिता रहेको छ ।

मिडियाले सर्वसाधारणदेखि नीति निर्माणकर्तासम्म पुलको भूमिका निर्वाह गर्ने हुँदा महिला सशक्तीकरणमा मिडियाको भूमिका निकै महत्वपूर्ण हुन्छ । मिडिया सार्वजनिक फोरम हो । राज्यद्वारा सञ्चालित मिडिया मात्र नभई निजीस्तरबाट सञ्चालित मिडिया पनि सार्वजनिक माध्यम हुन् । महिला सशक्तीकरणमा सकारात्मक भूमिका निर्वाह गर्नु मिडियाको सामाजिक उत्तरदायित्व पनि हो । मिडियाको काम सुसूचित गर्नु मात्र नभई शिक्षित गर्नु पनि भएकाले मुलुकमा महिलाको अवस्थाबारे मिडिया सचेत र संवेदनशील हुन आवश्यक छ ।

मिडियाले महिलाको अवस्थाको चित्रण गर्ने मात्र नभई महिला सशक्तीकरणका लागि राज्यले अपनाउनुपर्ने नीति र विद्यमान नीति-कानुनहरूको कार्यान्वयनसम्ममा विषय उठान गर्न सक्छ । महिलालाई आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक तथा मनोवैज्ञानिक रूपले सशक्त बनाउन मिडियाले महिलाका आवाजलाई स्थान दिने, नसुनिएका र भित्रभित्रै दबेर रहेका वास्तविकताको

उजागर गर्ने, सफलताका कथाहरूलाई जनसमक्ष पुऱ्याउने, न्याय दिलाउनका लागि मुद्दाहरू अगाडि ल्याइदिनेलगायतका काम गर्न सक्छ ।

समाजमा महिलामाथि हुने गरेका विभेद, राज्यले गरेका विभेदलाई लिएर बहसहरू चलाउन सक्छ। विभिन्न पक्षबाट सामग्रीहरू पस्कन सक्छ। कतिपय मुद्दामा नेपालको मिडियाले यसप्रकारका सामग्रीहरू प्रकाशित, प्रसारित गरेको पनि छ। उदाहरणका लागि आमाको नामबाट नागरिकता दिने कुरामा कानुनमा भएको ढिलासुस्तीलाई मिडियाले 'वाचडग'का रूपमा आवाज उठाइरहेको छ। मिडियाले विचार निर्माण गर्न, राजनीतिक तहमा वातावरण बनाउन भूमिका निर्वाह गर्न सक्ने हुनाले कार्यान्वयन हुन नसकेका अन्य कानुनहरूबारे पनि आवाज उठाउन जरुरी छ। उदाहरणका लागि छोरीलाई अंश दिने कानुन हाम्रो देशमा छ, तर उक्त कानुन अहिलेसम्म कतिले कार्यान्वयन गरे ? गरेका छैनन् भने किन गरेनन् ? कानुनको कार्यान्वयन नहुनु भनेको कस्तो अवस्था हो ? भन्नेबारेमा मिडियाले सामग्रीहरू दिन सक्छ । महिला सशक्तीकरणका लागि सम्पत्तिमा अधिकार आधारभूत जग हो ।

महिला सशक्तीकरणका लागि लैङ्गिक समानताको अवधारणा कार्यान्वयन हुनु आवश्यक हुन्छ । यसका लागि महिलाको बदलिँदो भूमिकाबारे मिडियाले जनमानसलाई जानकारी र शिक्षा दिन सक्छ । महिलाको बदलिँदो लैङ्गिक भूमिकामा उनीहरूको अवस्था र हैसियत माथि उठाउन परिवारले खेल्नुपर्ने भूमिका, सामाजिक दृष्टिकोण र राज्यको लगानीलगायतका विषयलाई मिडियाले उठान गर्न सक्छ ।

महिला सशक्तीकरणका लागि मिडियाको भूमिका मूलतः जानकारी दिने, शिक्षित गराउने, प्रश्न गर्ने, आवाजहरू बाहिर ल्याइदिने, सफलताका कथालाई सार्वजनिक गर्ने, असफलताका कथाका कारण खोज्ने र सर्वसाधारणदेखि नीति-निर्माणकर्ताबीच पुलको काम गर्नेलगायत हुन सक्छ ।

सञ्चारमाध्यममा महिलाको प्रस्तुति कसरी भइरहेको छ ?

महिला र सञ्चारको कुरा गर्दा सञ्चारमाध्यममा महिलाको छवि र महिलाका मुद्दाको प्रस्तुति अर्को महत्वपूर्ण पक्ष हो । विगतको तुलनामा सञ्चारमाध्यममा महिलाका मुद्दाले राम्रो स्थान प्राप्त गर्दै आएका छन् । महिलामाथि हुने विभिन्न प्रकारका हिंसादेखि सशक्तीकरणका कुराहरूसम्म विभिन्न सञ्चारमाध्यमहरूमा महत्वका साथ प्रकाशित⁄प्रसारित भइरहेका छन् । द्वन्द्वका क्रममा महिलाका मुद्दालाई मिडियाले दिएको स्थान सराहनीय छ । त्यतिबेला युद्धका कारण पुरुषहरूले गाउँ छोडेर महिला मात्रै रहँदा उनीहरूमाथि भएको कामको दोहोरो बोझ, पुरुषहरू नहुँदा महिलाले नै घर छाउने, हलो जोत्ने, लास बोक्ने र मलामी जानेजस्ता कामहरू गरेका दृष्टान्तहरूदेखि लिएर हतियारका साथ परेड खेल्दै गरेका महिलाका कुरासम्म मिडियाले बाहिर ल्यायो । साथै द्वन्द्वका बेला बेपत्ता पारिएकाहरू र परिवारका सदस्य गुमाएकाहरूका कुरालाई पनि मिडियाले राम्रो स्थान दिएको पाइन्छ । शान्तिप्रक्रियाको सुरुवातपछि जे-जति कुराहरू भए, सहमति र निर्णयहरू भए त्यसमा महिलाको सहभागिता अत्यन्त कम भएका कारण मिडियामा उनीहरूका आवाजले कम स्थान प्राप्त गऱ्यो ।

वि.सं. ०६३ सालमा भएको बृहत् शान्ति-सम्झौतादेखि बेलाबेलामा गठन हुने उच्चस्तरीय संयन्त्र, उच्चस्तरीय समितिलगायतमा महिलाको सहभागिता नरहँदा त्यसको असर स्वतः मिडिया कभरेजमा पर्ने गरेको छ । कुन स्थानमा रहेको मानिसले के बोल्यो भन्ने कुराले मिडियालाई महत्व राख्छ, त्यसैले जबसम्म महिलाले त्यसप्रकारको स्थान प्राप्त गर्दैनन् तबसम्म शायद यो क्रम चलिनै रहन्छ । पद या स्थानले कति महत्व राख्छ भन्ने कुराको उदाहरणका लागि तात्कालिन रक्षामन्त्री विद्यादेबी भण्डारीलाई मिडियाले दिएको कभरेजलाई लिन सकिन्छ । उहाँले बोलेका कुराहरू मिडियाले उच्च महत्वका साथ प्रकाशित⁄प्रसारित गरेका थिए । किनभने उहाँ रक्षामन्त्रीजस्तो उच्च र अत्यन्त संवेदनशील स्थानमा हुनुहुन्थ्यो । मुलुकमा शान्ति प्रक्रिया चली रहेको, माओवादी लडाकुलाई नेपाली सेनामा मिलाउने बहस चलीरहेका कारण पनि उहाँका अभिब्यक्तिले उच्च महत्व पाएको थियो । यस कुराले मिडियाले महिलाको आवाज दिनका लागि महिला नीतिगत तहमा हुन आवश्यक भएको बुझाउँछ । यसैगरी बलात्कार, चेलीबेटी बेचबिखनलगायतका संवेदनशील

मुद्दाहरूमा मिडियाले पीडितको नाम, ठेगाना, फोटोलगायतका कुराहरू प्रकाशित गर्ने गरेको छैन । पीडित स्वयम्ले चाहेमा मात्रै यस्ता कुराहरू दिने गरिएको छ ।

यति हुँदाहुँदै पनि मिडियासँग सम्बन्धित केही नयाँ मुद्दाहरू छन् जसमा केही कदम चाल्नैपर्ने अवस्था छ । छापा माध्यमको अनुगमन गर्ने निकायका रूपमा नेपाल प्रेस काउन्सिल छ, तर विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूको अनुगमन गर्ने निकाय छैन । परिणामतः विद्युतीय माध्यमबाट कुनै मुद्दालाई अतिरञ्जित गरिए उजुरी गर्ने निकाय छैन । छापा माध्यममा आफ्नो या आफू संलग्न

संस्थाबारे गलत कुरा प्रकाशित भएको लागेमा भने प्रेस काउन्सिलमा उजुरी गर्न सकिन्छ । यता नयाँ सञ्चारमाध्यमहरू इन्टरनेट, ब्लग, वेबसाइटहरूको विकास द्रुततर गतिमा भइरहेको छ, तर तिनको अनुगमनका निम्ति कुनै संयन्त्र छैन । महिलाका आपत्तिजनक तस्बिरहरू तिनमा आइरहेका छन्, यौनजन्य भिडियोहरू प्रसारण भइरहेका छन् । यसरी साइबर अपराधमा वृद्धि भइरहेको भए तापनि न्यायिक प्रक्रियाका निम्ति के गर्ने, कहाँ जाने भन्नेबारेमा कुनै जानकारी छैन । त्यसैले विद्युतीय मिडिया अनुगमन तथा उजुरीका निम्ति निकाय, साइबर कानुन र त्यसको प्रभावकारी कार्यान्वयन मिडियामा अहिले खड्किएको आवश्यकता हो ।

४

चौथो सत्र

लैङ्गिकताका सवालमा सञ्चारमाध्यमको जिम्मेवारी

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- लैङ्गिक समानताको क्षेत्रमा सञ्चारमाध्यमको जिम्मेवारीबारे छलफल गर्नेछन् ।
- सञ्चार संस्थाहरूले निर्वाह गर्नुपर्ने 'इन हाउस' भूमिकाबारे छलफल गर्नेछन् ।
- कार्यस्थलको वातावरण सुधारका लागि पहल गर्नेछन् ।
- सञ्चारमाध्यममा रहेर आफूले निर्वाह गर्नुपर्ने व्यक्तिगत भूमिकाको खोजी गरी कार्यान्वयनमा ल्याउनेछन् ।

जेन्डर र मिडियाको कुरा गर्दा दुईवटा कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ, मिडियामा महिलाको सहभागिता र मिडियामा महिलाका मुद्दा। मुलुकका विभिन्न क्षेत्रमाथि प्रश्न गर्ने भएकाले सञ्चार संस्थाले पूरा गर्नुपर्ने 'इन हाउस' जिम्मेवारी पनि त्यत्तिकै महत्वपूर्ण हुन्छ । सञ्चार संस्थाका जिम्मेवारीका विषयमा हामीकहाँ त्यति छलफल र चर्चा हुने गरेको छैन। साथै लैङ्गिक मुद्दाका सवालमा पनि मिडियाका जिम्मेवारीहरू हुन्छन् ।

सामाजिक जिम्मेवारी

सञ्चारमाध्यमले वाचडगको भूमिका निर्वाह गर्ने भएकाले अन्य विषयहरूमा जस्तै लैङ्गिकताका सवालमा पनि देशको संविधान, अन्तर्राष्ट्रिय प्रतिबद्धताहरू, देशका विद्यमान कानुनी व्यवस्थाहरू तथा अन्य नीतिगत व्यवस्थाहरू कस्तो रूपमा कार्यान्वयन भइरहेका छन् भन्नेबारेमा जानकारी प्रवाह गर्नु मिडियाको जिम्मेवारी हो । लैङ्गिकताका सवालमा जिम्मेवार निकायहरूले आफ्नो जिम्मेवारी सही तरिकाले पूरा गरे-नगरेको तथा यसबाट लाभान्वित हुनुपर्ने वर्ग जानकार छ वा छैन र उनीहरूमा ती व्यवस्थाहरूको प्रभाव कसरी परिरहेको छ भन्ने जानकारी लिएर समीक्षात्मक टिप्पणी गर्ने सामाजिक जिम्मेवारी छ ।

यसरी प्राप्त सामाजिक जिम्मेवारीले सञ्चार संस्थाहरूलाई नैतिक दायित्व सिर्जना भइरहेको हुन्छ। यसको मतलब के पनि हो भने हामीले अरूका बारेमा समीक्षा गरिरहँदा समाजले हाम्रो पनि निगरानी गरिरहेको हुन्छ । त्यसैले सञ्चार संस्थाहरू पनि लैङ्गिकमैत्री हुन आवश्यक छ । सम्बन्धित सञ्चार संस्थासँग प्रत्यक्ष जोडिएर काम गरिरहेकाहरू मात्र नभई सञ्चारमाध्यमले पस्किने सामग्रीहरूले पनि मिडियाको दायित्व सिर्जना गरिरहेको हुन्छ । कतै हामीले प्रस्तुत गरेका सामग्रीहरूले कोहीप्रति विभेद वा हिंसा त गरिरहेको छैन भन्नेप्रति पनि सञ्चारगृहहरू सचेत हुन आवश्यक हुन्छ ।

लैङ्गिक नीति

कुनै पनि संस्था वा निकाय लैङ्गिकमैत्री छ भन्नका लागि नीतिको आवश्यकता पर्छ । नीति त छैन, तर संस्था लैङ्गिकमैत्री छ भन्न मिल्दैन । त्यसैले संस्थाले लैङ्गिक नीति बनाउनुपर्दछ । नीतिका आधारमा मात्र सम्बन्धित

संस्था लैङ्गिकमैत्री छ भन्ने सुनिश्चित गर्न सकिन्छ । नीति बनाउँदा यसका मान्यताहरूलाई पूर्ण रूपमा समेटिएको हुनुपर्छ ।

नियुक्ति तथा सहभागिता

आफ्नो मिडिया हाउसमा महिलाको सहभागिताको अवस्था कस्तो छ ? महिलालाई समाचार कक्षमा काम गर्ने वातावरण कस्तो छ ? महिलासँगै अन्य लिङ्गीहरूको सहभागिता बढाउन सकिन्छ कि भनेर मिडिया हाउसको व्यवस्थापकीय तथा सम्पादकीय जिम्मेवारीमा भएका व्यक्तित्वहरूले खासै सोचेको पाइँदैन । पदीय दायित्वमा भएको व्यक्तिले भन्दा पनि सहभागिताको सवालमा 'इन हाउस' नीति नै बनाएर लागू गर्नु आवश्यक छ । निश्चित नीति भयो भने व्यक्ति जो आए पनि फरक पर्दैन, नीतिले काम गर्छ ।

व्यवस्थापनमा सहभागिता

लैङ्गिक सहभागितको सवालमा सङ्ख्या वा प्रतिशतको कुरा अगाडि आउँछ । मिडिया हाउसमा महिलाको सहभागिता कति प्रतिशत छ ? कुन-कुन तहमा छ ? रिपोर्टिङदेखि विभिन्न तहमा सहभागिताको अवस्था हेर्नुपर्दछ । कुनै पनि संस्थामा उच्च पद तथा व्यवस्थापनमा महिला सहभागिता कस्तो छ भन्ने कुराले निकै महत्व राख्दछ । व्यवस्थापन वा उच्च पदहरूमा पनि लैङ्गिक अनुपातअनुसारको सहभागिता सुनिश्चित भएको अवस्थामा लैङ्गिकमैत्री वातावरण सिर्जना गर्नमा सहज हुन्छ भन्ने अर्थमा बुझ्नुपर्छ । यो विषय संस्थाको लैङ्गिक नीतिले नै सुनिश्चित गरेको हुनुपर्छ । नीतिमा सुनिश्चितता भयो भने पत्रकार, सञ्चारकर्मी तथा कर्मचारीहरूको प्रवेशमै सङ्ख्या तोक्न सहज हुन्छ ।

सुशासन तथा उजुरी संरचना

कार्यक्षेत्रमा हुन सक्ने सम्भावित लैङ्गिक हिंसाका घटनाहरूमा उजुरी गर्ने संयन्त्र लैङ्गिक नीतिले सुनिश्चित गरेको हुनुपर्छ । लैङ्गिक सवाल आउँदा कार्यक्षेत्रमा हुने हिंसाको विषय मुख्य रूपमा आउँछ । यदि संस्थामा त्यस्ता

घटना भइहालेमा उजुरी गर्ने वातावरणको सुनिश्चितता हुनु आवश्यक छ। यसका लागि लैङ्गिक नीतिले सुनुवाइ संयन्त्रको सुनिश्चित गरेको हुनुपर्छ।

सुनुवाइको सुनिश्चितता

यदि सम्बन्धित संस्थासँग जोडिएर लैङ्गिक संवेदनशीलताका घटनाहरूको उजुरी आएमा घटनाको गाम्भीर्यताका आधारमा कदम लिनुपर्ने हुन्छ। सुनुवाइ संयन्त्रको नेतृत्व लैङ्गिक संवेदनशीलतालाई गहिराइमा बुझेका व्यक्तिले लिनुपर्दछ।

लैङ्गिक नक्साङ्कन तथा परीक्षण

संस्थाभित्र लैङ्गिक नीति तथा संरचनाहरूको अवस्था के-कस्तो छ भनेर स्वतन्त्र विज्ञबाट लेखाजोखा गर्ने विधि लैङ्गिक नक्साङ्कन हो। नीतिहरू निर्माण भएर मात्र हुँदैन, स्वतन्त्र रूपमा यसको समय-समयमा परीक्षण गरिनुपर्दछ। त्यस्तै गरी समय-समयमा संस्थाको लैङ्गिक स्थितिको परीक्षण पनि स्वतन्त्र विज्ञहरूबाट गराउनुपर्दछ। यसरी विज्ञहरूबाट आएका सुझावहरूका आधारमा समयअनुकूल सुधारहरू गरिनुपर्ने हुन्छ।

कार्यस्थलको वातावरण

लैङ्गिकमैत्री कार्यालय संस्थाको महत्वपूर्ण पाटो हो। कार्यालयमा निर्धक्क भएर आत्मसम्मानका साथ काम गर्ने वातावरण हुनु आवश्यक छ। नियमित प्रयोग हुने शौचालय तथा बसाइको व्यवस्थापनजस्ता कुराहरू तथा कार्यालयमा हुने आपसी बोली-व्यवहारले समेत आत्मसम्मानमा चोट पुग्ने हुन्छ। लैङ्गिक रूपले संवेदनशील शब्द वा भाषा प्रयोग नगर्ने, अप्रत्यक्ष रूपमा गरिने साङ्केतिक हिंसात्मक क्रियाकलापहरूले कार्यालयको वातावरणलाई असहज बनाइरहेको हुन्छ। त्यसैले छुट्टै शौचालय, शिशु स्याहार केन्द्रलगायतका भौतिक संरचनाका साथै सहकर्मी तथा सिनियरहरूको भाषा, व्यवहारलगायतका कुरामा पनि ध्यान दिइनुपर्दछ।

महिला पत्रकारले काममा निरन्तरता दिनका लागि समाचार कक्षको वातावरणले महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गर्छ। कामको बाँडफाँड गर्दा कसरी गरिन्छ ?

महिनावारी, गर्भावस्थाजस्ता महिलाका विशेष अवस्थामा आफूलाई भएका अप्ठ्यारो या साह्रोगाह्रो भन्न सक्ने अवस्था छ कि छैन ? सहकर्मीहरूले कस्तो व्यवहार गर्छन् ? सबैलाई समानताको आँखाले हेर्ने वातावरण छ कि छैन ? छैन भने कसरी बनाउने ? जस्ता कुराले महत्व राख्दछ ।

लैङ्गिक आवश्यकता तथा सेवा–सुविधा

सेवा-सुविधाका हिसाबले हेर्दा महिला र पुरुषका प्राकृतिक भिन्नता तथा लैङ्गिक भूमिकालाई पनि ख्याल गर्नुपर्दछ । समानताभन्दा पनि समताको सिद्धान्तको आधारमा सुविधाहरू सुनिश्चित गरिनुपर्दछ । महिलाका लागि बच्चाको हेरचाह सुविधा, स्तनपान कक्ष आवश्यक पर्न सक्छ भने पुरुषहरूका लागि आवश्यक पर्दैन । यसप्रकारका सुविधाहरू आवश्यकताका आधारमा सुनिश्चित गरिएको हुनुपर्दछ । कतिपय महिलाले आफू गर्भवती भएकै कारण अथवा बच्चा भएको अवस्थामा बच्चा हेरचाह गर्ने सुविधा नभएकै कारणले रोजगारी गुमाउनुपर्ने अवस्था भोगेकोसमेत पाइन्छ । सम्बन्धित संस्थाको लैङ्गिक नीतिले यसप्रकारका सुविधाहरू सुनिश्चित नगरेको कारणले यस्ता समस्याहरू आएका हुन्छन् ।

महिलालाई दिइने जिम्मेवारी

महिला पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीहरूलाई राजनीति, द्वन्द्व, शान्ति-प्रक्रिया, परराष्ट्र, सुरक्षाजस्ता मूल प्रवाहका विषयमा भन्दा प्रायः महिला, बालबालिका, स्वास्थ्यलगायतका विषयको जिम्मेवारी दिने गरिएको छ । तर, जसले राजनीति, अर्थ, परराष्ट्र, सुरक्षाजस्ता विषयलाई 'बिट' बनाइरहेका छन् तिनले पनि त्यत्तिकै राम्रो गरिरहेका छन् । यस अर्थमा महिलाले मूल प्रवाहका विषयमा रिपोर्टिङ गर्न सक्दैनन् वा हिच्किचाउँछन् भन्ने अर्थ लाउने ठाउँ देखिँदैन ।

सञ्चारिकाको सर्वेक्षणले धेरैजसो महिला पत्रकार (४६.५ प्रतिशत) सबैखाले वा मिश्रित बिटमा काम गर्छन् । यस्तो अवस्था उपत्यकाबाहिरका सञ्चारमाध्यममा बढी पाइएको छ । यस्तै, टिभी र रेडियोमा कार्यरत पत्रकारमा ठूला पत्रिकामा काम गर्ने पत्रकारका तुलनामा बिट छुट्याएर काम गर्ने चलन कम भएकाले पनि यस्तो भएको अध्ययनबाट देखिएको छ । यसमा समाचार वाचनदेखि

रिपोर्टिङ गर्नेसम्म परेका छन् । कुल पत्रकार महिलामध्ये १८.३ प्रतिशत सामाजिक बिटमा कार्यरत छन् । तीन प्रतिशत पत्रकार महिलाले मात्र राजनीति र समसामयिक विषयलाई बिट बनाएका छन् । अर्थ र वाणिज्य बिटमा काम गर्ने पत्रकार महिला त्योभन्दा कम (२.५ प्रतिशत) छन् । अन्तर्राष्ट्रिय तथा परराष्ट्र मामिलामा काम गर्ने पत्रकार महिला ०.८ प्रतिशत मात्रै छन् । यस्तै, १५.१ प्रतिशतले अन्य बिटमा काम गर्ने बताए ।

कार्यस्थलमा यौन हिंसा

मिडियालाई नजिकबाट हेरिरहेका विश्वभरिका मानिस त्यतिबेला छक्क परे जब सन् २०१७ मा विश्वव्यापी रूपमा गरिएको 'मी–टु' अभियानमा धेरै महिला पत्रकारले कार्यस्थलमा यौन हिंसा भोगेको बताए । 'मी–टु' कार्यस्थलमा यौन हिंसाको अवस्था बुझ्नका लागि गरिएको विश्वव्यापी अभियान थियो । नेपालको सन्दर्भमा पनि कार्यस्थलमा यौन हिंसाको कुरा बेलाबेलामा उठ्ने गर्छ, तर उजुरी भने अहिलेसम्म परेको छैन । नेपाल पत्रकार महासङ्घले यसप्रकारका हिंसामा घटना दर्ता गर्ने व्यवस्था गरेको छ । कुनै पनि बेला महिला पत्रकारले आफूमाथि भएका घटनालाई टेलिफोनमार्फत दर्ता गर्न सक्ने व्यवस्था छ । तर, परिभाषित र मापन गर्न अप्ठ्यारो पर्ने खालका घटनाहरू धेरै हुने हुँदा महिला पत्रकारले सीधा उजुरी गर्न सक्ने अवस्था छैन ।

यौन हिंसाका घटना अदृश्य हुने हुँदा बाहिर ल्याउन सहज छैन । सन् २००५ मा गरिएको सञ्चारिकाको देशव्यापी अध्ययनमा दुई प्रतिशत महिलाले आफूहरूले कार्यस्थलमा यौन हिंसा भोगेको बताएका थिए । सन् २०१६ मा आउँदा यो सङ्ख्या कति थियो भनेर सर्वेक्षणले भन्न सकेको छैन । सङ्ख्यात्मक सर्वेक्षणका क्रममा तथ्याङ्कमा सङ्ख्या नआए पनि गुणात्मक सर्भेमा भने महिला पत्रकारले मापन गर्नै नसक्ने तरिकाका यौन हिंसा हुने गरेको बताएका थिए । पुरुष सहकर्मीले शारीरिक हाउभाउ, महिलाका विषयमा यौन तथा चरित्रका कुरा गर्नेलगायतका कुरालाई महिला पत्रकारले यौन हिंसाको रूपमा लिएका छन् ।

क्षमता अभिवृद्धि

धेरैजसो मिडिया हाउसमा पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीको क्षमता अभिवृद्धिलाई प्राथमिकतामा राखिँदैन । विभिन्न विषयमा रिपोर्टिङ र गुणात्मक सामग्री लेखनका लागि तालिमको आवश्यकता हुन्छ । नवप्रवेशीहरूलाई आधारभूत पत्रकारिता र अन्यलाई तहअनुरूपका तालिम समय-समयमा दिनु आवश्यक छ ।

पत्रकारको सुरक्षा

पत्रकार सुरक्षाको कुरा गर्दा मूलतः दुईवटा कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ, भौतिक सुरक्षा र पेसागत सुरक्षा । सुरक्षाको सन्दर्भमा मनोवैज्ञानिक त्रास पनि महत्वपूर्ण छ । महिला पत्रकार भौतिक र पेसागत दुवै रूपमा पूर्ण सुरक्षित छैनन् । समय-परिस्थितिअनुसारको सुरक्षा आफैँ गर्नुपर्ने अवस्था छ । महिला-पुरुष दुवैलाई पत्रकार सुरक्षा तालिमको अभाव छ । पत्रकारको सुरक्षा जनताको सूचना प्राप्त गर्ने हकसँग जोडिएको कुरा हो भन्ने मान्यता स्थापित नहुँदा यस्तो अवस्था आएको हो । श्रमजीवी पत्रकार ऐन हामीसँग छ, तर पत्रकारले उपयुक्त तलब-सुविधा पाउन सकेका छैनन् । जीवन बिमा र दुर्घटना बिमा पनि गर्ने गरिएको छैन । पत्रकार सुरक्षाका सबै सवाल महिला पत्रकारका सवाल हुन् ।

महिला भएकै कारण थप असुरक्षित हुनुपर्ने अवस्थाहरूमा काम या घर पुग्ने समयसीमा, मूल्यमान्यता, राति हिँड्नुपर्दाका असुरक्षालगायत रहेका छन् ।

महामारी, द्वन्द्व या प्राकृतिक विपत्का बेला पत्रकारहरू कसरी सुरक्षित रहने भनी हामीकहाँ पत्रकार सुरक्षाका तालिमहरूको व्यवस्था छैन । राज्य, निजी क्षेत्र या मिडिया हाउस कसैले पनि पत्रकारको सुरक्षालाई प्राथमिकतामा राखेका छैनन् । ०७२ को भूकम्पका बेला पनि पत्रकारले असुरक्षाकै बीच रिपोर्टिङ गरेका थिए । त्यतिबेला महिला पत्रकार तथा सञ्चारकर्मीको अवस्था थप जोखिममा थियो । धेरैजसो रेडियो, एफएमहरूको स्टुडियो तीन-चार तलामाथि हुने र ती स्टुडियोमा समाचार वाचन गर्ने प्रायः महिला सञ्चारकर्मी हुने भएका कारण उनीहरू थप जोखिममा परेका थिए ।

कोभिड-१९ को महामारीमा महिला पत्रकारले सामान्य मास्क र स्यानिटाइजरको भरमा काम गरे । कोभिड बिरामी उपचाररत रहेका अस्पतालमै गएर रिपोर्टिङ गर्ने कतिपय पत्रकारले पिपिईलगायतका सामग्रीबिना नै रिपोर्टिङ गरेका थिए ।

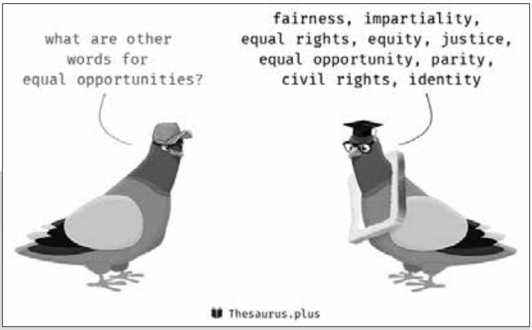
सकारात्मक विभेदको नीति

राज्यका विभिन्न संरचनामा सकारात्मक विभेदको नीति लागू भए-नभएको लेख्ने या विषय उजागर गर्ने सञ्चारमाध्यम स्वयम्मा सकारात्मक विभेदको नीति लागू गरिएको छ कि छैन ? स्वमूल्याङ्कन गर्नु आवश्यक देखिन्छ ।

५

लैङ्गिक उत्तरदायी र लैङ्गिक संवेदनशील रिपोर्टिङ

पाँचौं सत्र



उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- सञ्चारमाध्यममा आइरहेका रिपोर्टिङको लेखाजोखा गर्नेछन् ।
- लैङ्गिक उत्तरदायी र संवेदनशील रिपोर्टिङका लागि पहल गर्नेछन् ।
- लैङ्गिक संवेदनशील रिपोर्टिङका विषयमा समाचार कक्षमा छलफल गर्नेछन् ।
- महिलाका मात्रै नभएर अन्य विभिन्न क्षेत्रको रिपोर्टिङ गर्दा लैङ्गिक उत्तरदायी भूमिका निर्वाह गर्नेछन् ।

उत्तरदायीको अर्थ हुन्छ, जिम्मेवारीपन या जिम्मेवार । लैङ्गिक उत्तरदायीको अर्थ हुन्छ, लैङ्गिक समानतामा आधारित उत्तरदायित्व वा जिम्मेवारीपन । लैङ्गिकमैत्री, लैङ्गिक संवेदनशील र लैङ्गिक उत्तरदायी यी तीन शब्दहरू उस्तैजस्तो लागे पनि अर्थ फरक छ। मैत्रीको अर्थ हुन्छ मित्रतापूर्ण, यस अर्थमा लैङ्गिकमैत्रीको अर्थ लैङ्गिकताको सवालमा मित्रतापूर्ण या मित्रवत् भन्ने हुन्छ । लैङ्गिक संवेदनशीलताको अर्थ लैङ्गिक रूपले गम्भीर र संवेदनशील भन्ने हुन्छ भने लैङ्गिक उत्तरदायीको अर्थ लैङ्गिक रूपले जिम्मेवार ।

मिडिया लैङ्गिक संवेदनशील र उत्तरदायी दुवै हुन आवश्यक छ ।

मिडियामा लैङ्गिक समानताका सम्बन्धमा मूलतः निम्न कुरामा ध्यान दिनु आवश्यक छ ।

गम्भीर विषयका रूपमा उठान

लैङ्गिक समानता घरपरिवार, समाज र राष्ट्रको सवालमा निकै महत्वपूर्ण कुरा हो । यसलाई महिलाको मुद्दाका रूपमा प्रायः 'सफ्ट बिट'का रूपमा हेरिन्छ । समाचार कक्षमा महिलाका विषय रिपोर्टिङ गर्नेलाई खासै महत्व दिएको पाइँदैन । तर, प्रायः सबै मुद्दा तथा विषयहरू महिलाका विषय हुन् । राजनीति, आर्थिक, सामाजिक, वातावरणीय, द्वन्द्व, परराष्ट्र, सुरक्षालगायतका सबै विषय महिलाका पनि विषय हुन् । महिला मात्र नभई अन्य लिङ्गीका पनि त्यत्तिकै मुद्दा हुन् । त्यसैले लैङ्गिक समानता तथा लैङ्गिक हिंसाका विषयलाई गम्भीरतापूर्वक लिन आवश्यक हुन्छ ।

सशक्तीकरणदेखि न्यायसम्म

लैङ्गिक समानता सशक्तीकरणको विषयदेखि न्यायसम्मको मुद्दा हो । सशक्तीकरणका लागि मद्दत पुग्ने सामग्री दिनका लागि मिडियाले प्रयास गर्नुपर्छ । सशक्तीकरणका विभिन्न चरण र सशक्तीकरणका लागि चालिनुपर्ने कदमबारे मिडियाको आवाज महत्वपूर्ण हुन्छ । साथै न्याय दिलाउन र न्यायमा पहुँचका लागि मिडियाले भूमिका निर्वाह गर्नुपर्छ ।

संवेदनशीलता

लैङ्गिकताको विषय उठान गर्दा संवेदनशीलता आवश्यक हुन्छ । तपाईं कसको बारेमा सामग्री दिइरहनुभएको छ ? आफूले पस्केको सामग्रीले के असर या प्रभाव पार्छ ? कस्तो समुदायबारे लेखिरहेको छु ? उनीहरूको व्यक्तिगत गोपनीयताको सम्मान भएको छ कि छैन ? आफ्नो सामग्रीले कसैको सम्मान या आत्मसम्मानमा चोट पुग्ने हो कि ? पीडित भए थप पीडा पुग्ने हो कि ? ख्याल गर्नु आवश्यक हुन्छ ।

अधिकारको सुरक्षा

कतिपय रिपोर्टिङमा अधिकारको सुरक्षा गरेको पाइँदैन । विशेषगरी लैङ्गिक हिंसाको रिपोर्टिङ गर्दा पीडितको अधिकारको रक्षा गर्नुपर्ने हुन्छ । पीडितले म बोल्न चाहन्छु, तर मेरो नाम दिन चाहन्न भन्यो भने नाम, ठेगाना गोप्य राखी उनीहरूको अधिकार सुरक्षित गर्नुपर्छ । हिजोआज पीडितका कुराहरू खुलमखुला दिने गरिएको छ, मूलप्रवाहीकरणका मिडियामा भन्दा युटुब र सामाजिक सञ्जालमा यस्ता कुराहरू आइरहेका छन् । आफूले बोलेको कुराले भविष्यमा के असर पर्छ भन्ने थाहै नपाई मिडियामा बोलेको देखिन्छ । विभिन्न हिंसामा परेका महिलाको आवाज मिडियामा ल्याउनुअघि त्यसले भोलि केसम्म असर या प्रभाव पर्न सक्छ भन्ने कुराको जानकारी दिनु मिडियाकर्मीको दायित्व हो ।

पीडाको चित्रण

विशेषगरी हिंसामा परेका महिलाको पीडाको चित्रण गर्दा सञ्चारकर्मी सतर्क हुनुपर्छ । घटना चित्रण गर्दा पीडित र पीडकको सम्बन्धबारे जानकारीलाई अर्को महत्वपूर्ण साधनका रूपमा लिइन्छ । हिंसा हुनुपर्ने कारण र यसलाई नियन्त्रण गर्न महिलाले अपनाएका सुरक्षाका उपायबारे पनि सञ्चारकर्मी जानकार हुनुपर्छ । उनीहरूका आफन्तले समाचारलाई प्रभावित पार्न गर्ने प्रयासबारे समेत सञ्चारकर्मी सचेत हुनुपर्छ । कतिपय अवस्थामा हिंसापीडित महिलाकै भनाइलाई पनि पटक-पटक परीक्षण गर्नुपर्ने हुन सक्छ । आफ्नो प्रस्तुतिलाई सनसनीपूर्ण र बिक्रीयोग्य बनाउनका लागि प्रयोग गरिने शब्दहरू यहाँ उपयुक्त हुँदैनन्

पीडिकलाई पछ्याउने

महिला समानताको बाधकका रूपमा रहेको लैङ्गिक हिंसाको समाचार प्रकाशन वा प्रसारण गर्दा अधिकांश सामग्रीमा पीडित महिला नै त्यसको मुख्य स्रोत बन्ने गरेका छन्, जुन स्वाभाविक पनि हो । तर, धेरैजसो समाचारमा उनीहरूका पीडाको बयान गर्दा पीडित पक्षलाई थप पीडा दिने सम्भावना बढ्छ भने पीडक पक्ष पूरै छायामा पर्न सक्छ । सञ्चारमाध्यमले पीडितलाई भन्दा पीडकलाई बढी एक्सपोज गराउन सक्नुपर्छ । किनभने पीडितका लागि न्याय भनेको पीडकलाई उचित सजाय पनि हो ।

मिडियाले थप ध्यान दिनुपर्ने कुरा

- **लैङ्गिक उत्तरदायी शिक्षा** : हाम्रो शिक्षा प्रणाली लैङ्गिक उत्तरदायी छ कि छैन ?
- **लैङ्गिक उत्तरदायी नीति, कानुन** : हाम्रा नीति, कानुनहरू कस्ता छन् ? लैङ्गिक उत्तरदायी कानुनहरू छन् भने तिनको कार्यान्वयन भएको छ कि छैन ?
- **लैङ्गिक उत्तरदायी व्यवहार** : विभिन्न क्षेत्र, तह र तप्कामा हाम्रा व्यवहार लैङ्गिक उत्तरदायी छन् कि छैनन् ? जुन क्षेत्रसँग सम्बद्ध रिपोर्टिङ हो त्यहाँ व्यवहार कस्तो देखिन्छ ?
- **लैङ्गिकमैत्री वातावरण** : विभिन्न क्षेत्रका कार्यस्थलमा लैङ्गिकमैत्री वातावरण छ कि छैन ? सार्वजनिक यातायातलगायतको अवस्था कस्तो छ ?
- **लैङ्गिक संवेदनशील भाषाको प्रयोग** : समाज, कार्यस्थल, सार्वजनिक स्थलमा प्रयोग गर्ने भाषा लैङ्गिक संवेदनशील छ कि छैन ?

महिलाका मात्र नभई मुलुकका सबै क्षेत्रमा लैङ्गिकतालाई मूल प्रवाहीकरण गर्नु लैङ्गिक उत्तरदायी सामग्री हो ।

६

मिडियामा जेन्डर स्टेरियोटाइप्स

छैटौं सत्र

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- मिडियामा जेन्डर स्टेरियोटाइप्सबारे छलफल गर्नेछन् ।
- मिडियामा प्रकाशित/प्रसारित भइरहेका जेन्डर स्टेरियोटाइप्सबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- मिडियामा आउने जेन्डर स्टेरियोटाइप्सले समाजमा पार्ने असरबारे जानकारी राख्नेछन् ।
- मिडियामा जेन्डर स्टेरियोटाइप्स हटाई परिवर्तित भूमिकाको खोजी गर्नेछन् ।

'जेन्डर स्टेरियोटाइप्स' लैङ्गिक समानताको वकालत गर्नेहरूले मिडियाको सन्दर्भमा निकै प्रयोग गर्ने शब्द हो । स्टेरियोटाइप्स पूर्वधारणा हो जसले परम्परागत हानिकारक मूल्य-मान्यतालाई निरन्तरता दिन्छ । असमानतालाई कायम गर्नका लागि प्रयोग हुँदै आएका शब्दहरूको प्रयोग गरिन्छ । उदाहरणका लागि 'महिला भएर पनि' यो शब्द नेपाली मिडियामा निकै प्रयोग हुने शब्द हो । कुनै महिलाले सफलता प्राप्त गर्दा उक्त सफलतालाई व्याख्या गर्ने क्रममा लेख्ने/भन्ने गरिन्छ– 'महिला भएर पनि' । यसको अर्थ 'महिलाले गर्न सक्दैनन्, तिमीले त गऱ्यौ' भन्ने हुन्छ ।

महिलाका शत्रु महिला नै हुन्छन्, पुरुषहरू बहादुर हुन्छन्, महिलाहरू केयरिङ हुन्छन्, पुरुषहरू तार्किक हुन्छन्, पुरुष भएर रुनुहुँदैन, महिला कमजोर हुन्छन्, पुरुष शक्तिशाली हुन्छन्, पुरुष भएर कमाउनैपर्छ, महिला घरको काममा निपुण हुन्छन्, महिला परनिर्भर हुन्छन्, पुरुष घरमूली र नेतृत्वदायी भूमिकामा हुन्छन्, महिला शान्त हुन्छन्, पुरुष आक्रामक हुन्छन्, महिला डरपोक हुन्छन्, पुरुष आत्मनिर्भर हुन्छन्, महिलाले सहनशील हुनुपर्छ या महिलाहरू सहनशील हुन्छन्, पुरुष भएर पनि खाना बनाउने ? जस्ता मूल्य-मान्यतालाई निरन्तरता दिनु जेन्डर स्टेरियोटाइप्स हो । महिला मृदुभाषी हुन्छन्, पुरुष महत्वाकाङ्क्षी हुन्छन्, महिला हँसिली, मायालु, भावावेशयुक्त र पुरुष सक्रिय, तथ्यपरक हुन्छन्, बच्चाको स्याहारसुसार गर्ने जिम्मेवारी महिलाको हो, खाना पकाउने, लुगा धुनेजस्ता कामहरू महिलाले नै राम्ररी गर्छन् या महिलाले नै गरेको सुहाउँछ लगायतका परम्परागत मूल्य-मान्यतालाई बढावा दिने खालका कभरेज स्टेरियोटाइप्स हुन् । महिला र पुरुषको परम्परागत छवि र हेर्ने दृष्टिकोणलाई अहिले पनि मिडियाले समाचार, फिचर, लेख, विज्ञापन आदि मार्फत दिने गरेको पाइन्छ ।

अपाङ्गता भएका व्यक्तिहरू र यौनिक तथा लैङ्गिक अल्पसङ्ख्यक (एलजिबिटिआई) समुदायबारे पनि मिडियामा स्टेरियोटाइप्स झल्किन्छ । जसले उक्त समुदायमा नकारात्मक असर परिरहेको हुन्छ । मिडियामा आउने गरेको जेन्डर स्टेरियोटाइप्सले समाजका विभिन्न क्षेत्र, वर्ग, समुदायमा असर गरिरहेको हुन्छ । विद्यालयको पाठ्यक्रममा अहिले पनि आमा घरमा बस्नुहुन्छ,

बुबा कार्यालय जानुहुन्छ, आमाले भात पकाउनुहुन्छ, बुबा अखबार पढ्नुहुन्छ जस्ता स्टेरियोटाइप्सहरू छन् । यस्ता मूल्य-मान्यतालाई मिडियामा प्रवर्द्धन गर्दा गलत मान्यताहरूले निरन्तरता पाउँछन् । सबै पुरुष बहादुर छैनन् न त सबै पैसा कमाउने, धन-सम्पत्ति आर्जन गर्ने अवस्थामै छन् । मिडियामा पुरुषले यस्तै गर्नुपर्छ भन्ने दृश्यहरू आउँदा त्यस्तो गर्न नसक्नेहरूमाथि मनोवैज्ञानिक दबाब पर्न जान्छ । पुरुषमा पनि भावना हुन्छ, तर पुरुषले रुन हुँदैन भन्दा उनीहरूको भावना भित्रभित्रै दबिएर गहिरो रूप लिन पुग्छ । मिडियामा जेन्डर स्टेरियोटाइप्सले महिलालाई मात्र होइन, पुरुष र अन्य लिङ्गीलाई पनि असर गरेको छ ।

सोसियल मिडिया, युटुब र टिकटकमा पनि जेन्डर स्टेरियोटाइप्स व्यापक छ । खाना पकाउने, लुगा धुनेलगायतका घरायसी काम महिलाको मात्रै हो जस्तो गरेर अभिव्यक्ति दिने, होच्याएर अनादरपूर्ण शब्दहरूको प्रयोग गर्ने, श्रीमतीले जतिबेला पनि पैसा मागेको देखाएर महिला आफैँले कमाइ गर्न सक्दैनन् भन्ने मान्यतालाई प्रश्रय दिने काम टिकटकलगायतका सामाजिक सञ्जालले गरिरहेका छन् ।

परिवर्तित भूमिकाको खोजी

मिडियाले जेन्डर स्टेरियोटाइप्सबाट अघि बढेर महिलाको भूमिकाको खोजी गर्नु आवश्यक छ । विभिन्न तह, तप्का, क्षेत्र र व्यवसायमा महिलाको सहभागिता बढ्दो छ । गृहिणीहरूको समाचार कभर गर्दा पनि उनीहरूले घरपरिवारमा पुऱ्याएको योगदान र राष्ट्रिय आयमा त्यसको गणनाको मागलाई मनन गर्नु आवश्यक छ । महिला, पुरुष, लैङ्गिक तथा यौनिक अल्पसङ्ख्यकको बदलिँदो भूमिकालाई जनसमक्ष

ल्याउनुपर्छ । लैङ्गिक तथा यौनिक अल्पसङ्ख्यकहरू कुनै बेला कसैको घरमा बच्चा जन्मिँदा नाचगान गर्न जान्थे होला, तर उनीहरूको भूमिका अहिले विभिन्न क्षेत्रमा रहेको छ । यदि रहेको छैन भने समानताको आधारमा हुनुपर्छ भन्ने सन्देश दिन सकिन्छ । कतिपय पुरुषलाई गृह व्यवस्थापकको भूमिका निर्वाह गर्न मन लाग्छ होला । यदि त्यस्तो भूमिकामा कोही हुनुहुन्छ भने हँसिमजाक या खिसिट्युरीको आँखाले नभई उनको आफ्नो रोजाइ हो भनेर हेर्नुपर्ने हुन्छ । तर, अहिले पनि हाम्रो समाज र परिवारमा पुरुषले कुचो लगाउने, भाँडा माझ्ने या लुगा धुने काम गरे भने 'महिलाजस्तो' भन्ने चलन छ र मिडियामा पनि यही 'रिफ्लेक्सन' देख्न सकिन्छ ।

७

सातौं सत्र

लैङ्गिकता मुद्दा उठानका लागि चेकलिस्ट

उद्देश्य : यो सत्रमा सहभागीहरूले

- समाचार कक्षमा चेकलिस्टको चर्चा र छलफल हुने गरेको-नगरेबारे छलफल गर्नेछन् ।
- लैङ्गिक मुद्दा उठान गर्दा चेकलिस्टको प्रयोग भए-नभएकोबारे छलफल गर्नेछन् ।
- लैङ्गिक कोणबाट पाठ्य या दृश्य सामग्री चेक गर्न सक्षम हुनेछन् ।
- लैङ्गिक कोणबाट सामग्री चेक गर्नका लागि समाचार कक्षमा सहकर्मीहरूसँग संवाद गर्नेछन् ।

लैङ्गिक कोणबाट विषयवस्तु जाँच गर्नुहोस्

- मैले उठाएको मुद्दाले महिला र किशोरीहरूलाई कसरी असर या प्रभाव पार्छ ? सोच्नुस् ।
- आफूले उठान गरेको मुद्दामा लैङ्गिकता उजागर गर्नुहोस् ।
- हामीले विगतमा लैङ्गिक तटस्थ ठानेका धेरै मुद्दा लैङ्गिकताका मुद्दा हुन सक्छन् भन्ने कुरामा ध्यान दिनुहोस् ।
- राजनीति, अर्थ, द्वन्द्व, परराष्ट्र, सुरक्षालगायत सबै मुद्दाहरू महिलाका मुद्दा हुन् ।

निम्न कुराहरूबाट जाँच गर्नुहोस्

- शब्द प्रयोग, भाषा, सङ्ख्या अथवा नम्बरको प्रयोग, फोटोहरू र विवरण

१. शब्द प्रयोग जाँच गर्नुहोस्

- पुरुष र महिलाका लागि जेन्डर स्टेरियोटाइप्स प्रयोग हटाउने ।
- कुनै पनि वाक्यांश वा शब्दहरूलाई एक लिङ्गको प्रधानता हुने गरी प्रयोग गर्नबाट बच्ने ।
- लैङ्गिक रूपमा कुनै एकको सम्मानमा आँच आउने शब्दहरूको प्रयोग नगर्नुस् ।
- आफूले प्रयोग गरेको भाषा लैङ्गिक उत्तरदायी छ ?

२. सामग्री जाँच गर्नुहोस्

- के आफ्नो सामग्रीमा महिलाका आवाज अथवा भनाइहरू समेटिएका छन् ?
- यो विषयमा महिला कुनै आधिकारिक पदमा वा विज्ञ छन् ?
- के उनीहरू सशक्त छन् वा पीडितको रूपमा मात्र प्रस्तुत गरिएका छन् ?
- तपाईंको भाषा आफैँ न्यायाधीशजस्तो (व्ामनभ्रूभलतबा) रूपमा प्रस्तुत त भएको छैन ?

३. प्रयोग भएका फोटोहरूको जाँच गर्नुहोस्

- महिलाहरू पनि महत्वका साथ देखिने गरी छन् ?
- के फोटोले समावेशिता र विविधता समेटेको छ ?
- के तस्बिरले महिलालाई सशक्त रूपमा देखाएको छ ? जेन्डर स्टेरियोटाइप्स भूमिकालाई सुदृढ पार्ने गरी समेटेको त छैन ?
- तस्बिरहरू विविधतालाई सम्मान गर्ने खालका छन् ?

४. नम्बर वा अङ्कहरूको जाँच गर्नुहोस्

- महिलाहरूको प्रतिशत कस्तो छ ?
- कस्तो प्रतिनिधित्व चित्रण गर्छ ?
- भिडियो, फोटो वा स्केचमा प्रतिनिधित्व कस्तो छ, कसको छ ?
- गैरपरम्परावादी वा सशक्त भूमिकाको रूपमा हेर्दा कस्तो छ ?
- वक्ताको रूपमा कस-कसलाई समेटिएको छ ?
- आधिकारिक व्यक्ति वा विज्ञको रूपमा कति महिला समेटिएका छन् ?

५. अन्तिममा सामग्री तयार भएपछि एक नजर लगाउनुस्

- समावेशी छ ?
- विविधतायुक्त छ ?
- तटस्थ छ ?

तथ्य-तथ्याङ्क : आफूले दिन खोजेको सन्देशसँग प्रासङ्गिक छ ? स्रोत सही हो ?

कानुनी अवस्था : सम्बन्धित घटनासम्बन्धी कानुनी प्रावधानहरू के-कस्ता छन् ?

केस स्टडी : वास्तविकतामा आधारित व्यक्तिगत कथाहरू समेटिएका छन् ?

(स्रोत : डिपिआई जेन्डर चेकलिस्ट फर कन्टेन्ट क्रिएटर्स र हाउ टु टक अबाउट एबोर्सन गाइडलाइन)

लेखक परिचय

बबिता बस्नेत

बबिता बस्नेत वि.सं. २०४७ सालदेखि निरन्तर पत्रकारितामा संलग्न छिन् । घटना र विचार साप्ताहिककी सम्पादक उनी महिला पत्रकारहरूको संस्था सञ्चारिका समूहको पूर्वअध्यक्ष र मिडिया एड्भोकेसी ग्रुपकी निर्देशक हुन् । मिडियासम्बन्धी नीति तथा कानुनको मस्यौदामा महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेकी उनको लैङ्गिक समानता, मिडिया, सूचनाको हक, अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतालगायतका विषयमा लामो अनुभव रहेको छ । उनको लेखन तथा सम्पादनमा महिला र मिडियासँग सम्बन्धित विभिन्न विषयका केस स्टडी, पुस्तक, सहजीकरण तथा अनुसन्धान पुस्तिका प्रकाशित छन् । 'सम्बन्धहीन सम्बन्धहरू' कथासङ्ग्रह उनको साहित्यिक कृति हो ।

विष्णु पोखे्रल

विभिन्न राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सङ्घ-संस्थामा काम गरेको अनुभव भएका विष्णु पोखे्रल पेसाले अधिवक्ता हुन् । सङ्घीयता र स्थानीय शासन र विपत् जोखिम व्यवस्थापनमा प्रशिक्षकका रूपमा कार्यरत उनी मानव अधिकार र मिडियाको क्षेत्रमा दखल राख्छन् । ग्रामीण विकासको अध्ययन गरेका उनले 'लैङ्गिक सम्पर्क व्यक्ति (Gender Focal Person) र शान्ति सम्पर्क व्यक्ति (Pesce Focal Person) हरूका लागि संयुक्त राष्ट्रसङ्घ सुरक्षा परिषद्द्वारा पारित प्रस्ताव नं. १३२५ र १८२०', 'हानिकारक सामाजिक मूल्य-मान्यता परिवर्तनमा सञ्चारमाध्यमको भूमिका'लगायतका प्रशिक्षण सहजीकरण पुस्तिका प्रकाशित छन् ।