आमसञ्चारमा अलगावको प्रभाव

गोकर्णप्रसाद ज्ञवाली
उप-प्राध्यापक, पाटन बहुमुखी क्याम्पस, ललितपुर
इमेल : gokarna256@gmail.com
ORC ID: https://orcid.org/0000-0001-6877-051X
विनोदप्रसाद ढुङ्गेल
भाषा तथा आमसञ्चार विभाग, काठमाडौँ विश्वविद्यालय
इमेल : binod.kusoa@gmail.com
ORC ID: https://orcid.org/0009-0007-8066-4286
DOI: https://doi.org/ 10.3126/prajna.v126i1.86376

लेखसार

सञ्चारका विभिन्न माध्यमबाट व्यापक तथा विविध पाठक, दर्शक तथा श्रोतासमक्ष सूचनाको सम्प्रेषण गर्ने समष्टिगत प्रक्रिया नै आमसञ्चार हो । यो आमसञ्चारको काम अहिले इतिहासमै सर्वाधिक अनिश्चिततामा फसेको यस क्षेत्रका अभ्यास तथा अनुसन्धानकर्ताहरूले अनुभव गरिरहेका छन् । यसका पछाडि मूलतः सञ्चारप्रविधिमा आएको प्रतिमान परिवर्तन सर्वप्रमुख कारकको रूपमा देखा परेको छ । यसै पनि ऐतिहासिक रूपमा अलगावको अनुभूति गरिरहेका श्रमजीवी सञ्चारकर्मीहरूमा यो प्रतिमान परिवर्तनले थप मार पारेको स्पष्ट छ । आफ्नो व्यक्तित्व, समाज र कार्यबाट छुट्टिएको वा एकान्तिएको कारणले आफूलाई शक्तिहीन र मूल्यविहीन ठान्ने अवस्थामा पुऱ्याउने गरी सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक वा मनोवैज्ञानिक कारणले आफैँ वा अरूबाट अलग्गिने वा टाढिने प्रक्रिया नै अलगाव हो । यो प्रक्रियाले आमसञ्चारका श्रमजीवीलाई अहिले अलगावको भावनाबाट थप ग्रस्त पारेको छ । विश्व पुँजीवाद र यसको नाफाउन्मुख चरित्रले विश्वव्यापी सञ्चारमाध्यमलाई उत्पादनका साधनको रूपमा प्रयोग गर्दछ र त्यसमा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरूको शोषण गरी अतिरिक्त मूल्यको सिर्जना गर्दछ । विश्वका एक प्रतिशत धनाढ्यको मातहतमा विश्वभरका मानिसको भन्दा दोब्बर सम्पत्ति छ । विश्वको कुल सम्पत्तिको आधाभन्दा बढी हिस्सा आठ जनाको हातमा छ । यीमध्ये छ जना अमेरिकी हुन् जसमध्ये पनि चार जना आम सञ्चारमाध्यमका मालिक हुन् । विश्वका १० प्रतिशत मानिससँग विश्वको ७६ प्रतिशत सम्पत्ति छ र यसको आधा त आम सञ्चारमाध्यमका मालिकहरूकै छ । आमसञ्चार कम्पनीहरूले नाफा कमाइरहँदा यिनका कर्मचारीहरू गरिबी र बेरोजगारीको सिकार बनिरहेका छन् । आधुनिक प्रविधिको प्रयोग र नाफामुखी प्रवृत्तिका कारण प्रत्येक वर्ष यिनमा कार्यरत कामदारहरू अलगाव (एलिनेसन) को सिकार हुँदै छन् । यो प्रवृत्ति नेपालको हकमा पनि दृष्टिगोचर हुन्छ । द्वितीयक तथ्याङ्क प्रयुक्त यस लेखमा सञ्चारमाध्यम र तिनका श्रमजीवीहरूको वर्तमान अवस्था र अलगावको थप प्रभावलाई

श्रमजीवी पत्रकारसमेत रहेका दार्शनिक कार्ल मार्क्सको अलगावको सैद्धान्तिक कोणबाट विवेचना गरिएको छ ।.यसअनुसार.अलगावको प्रक्रियालाई सम्बोधन गर्ने यथोचित विकल्प समयमै नखोज्ने हो भने आमसञ्चारका क्षेत्रमा रहेको वर्तमान द्वन्द्वात्मक श्रमसम्बन्धमा मात्र परिवर्तन आउने नभई समग्र आमसञ्चार जगत् नै नयाँ प्रतिमान परिवर्तन (प्याराडाइम सिफ्ट) को साक्षी हुनुपर्ने चुनौती देखिएको छ ।

शब्दकुञ्जी : अलगाव, मिडिया, विश्वव्यापीकरण, श्रमजीवी, सञ्चारमाध्यम ।

विषयपरिचय

सञ्चार-श्रमजीवीहरू अहिले विश्वव्यापी रूपमा सामूहिक अवकाशको सामना गर्दै छन् । पत्रकारिता एउटा स्वतन्त्र पेसाको रूपमा रहन नसक्ने हो कि भन्ने चिन्ता मात्र हैन, आमसञ्चार क्षेत्रको भविष्य नै सङ्कटमा पर्नेसम्मका विमर्श जारी छन् । आमसञ्चारको काम अहिले 'इतिहासका कुनै पनि समयभन्दा बढी अनिश्चित' (ओ'डोनेल र जिओन, सन् २०१९, पृ. २२३) भएको विश्लेषणकै बिच पनि नयाँ पुस्ताका आमसञ्चार व्यवसायी र श्रमजीवीले सञ्चारजगत्का चुनौतीको सामना गर्न तयार हुनुपर्ने आवश्यकताबोध गरिरहेका छन् । नेपालको सन्दर्भमा पनि श्रमजीवी पत्रकारहरू असङ्गठित क्षेत्रका मजदुरहरूको भन्दा गुणात्मक पार्थक्य अनुभूत नहुने कार्यसुरक्षाको वातावरणमा 'विरोधाभासपूर्ण किसिमले पुँजी र श्रमको बिचमा परेका' (वाइने, सन् २००३, पृ. २३) 'बौद्धिक श्रमिक' (वाइने, सन् २००३, पृ. ७) देखिन्छन् । श्रमजीवी पत्रकारहरूको परिभाषा र पहिचानका मामिलामा विभिन्न तहका अदालतसमेत संलग्न भएको अमेरिकी दृष्टान्त छ (वेर्कर्स र अन्य, सन् २००८) ।

अस्ट्रेलियाली बजारका सन्दर्भमा त्यहाँका पत्रकारिताका विद्वान्हरू ओ'डोनेल र जिओन (सन् २०१९) ले 'मिडियाको गतिशील क्षेत्रमा रोजगारी खोज्न आवश्यक नयाँ सिपहरू' को चर्चा गरेका छन् । उनीहरूले मूलतः 'वर्तमान श्रमबजारको गतिशीलता र अनिश्चिततासँग बाँच्ने क्षमताको बुझाइ आवश्यक' रहेको निचोड पेस गरेका छन् (पृ. २३२) । यसबाट पत्रकारिता जगत्को वर्तमान सङ्कटग्रस्त भए पनि भविष्यप्रतिको आशा कायम रहेको मनोविज्ञान झल्किन्छ ।

कोभिड-१९ को वैश्विक महामारीयता आमसञ्चार क्षेत्र सङ्कटग्रस्त भएको आम बुझाइ स्थापित छ । श्रम-सम्बन्धमा पैदा भएका र हुने द्वन्द्वका मामिलामा राज्य कुनै न कुनै रूपमा स्वाभाविक रूपमा पुँजीको पक्षधर हुने भएकाले 'सत्यको अर्को पक्ष'माथिको बहसको मूल्य नगण्य हुन्छ । यो आमसञ्चारको वैश्विक बहसमा हावी धारा नै हो । अमेरिकी प्राध्यापक बरन र ड्याभिस (सन् २००२) को सैद्धान्तिक विश्लेषणअनुसार नयाँ आमसञ्चार प्रणालीहरू कसरी सृजना हुन्छन् र तिनले कस्तो उद्देश्यको सेवा गर्छन् भन्ने निर्धारण गर्नमा शक्तिशाली अभिजात वर्गको केन्द्रीय भूमिका बढ्दो छ ।

यस पृष्ठभूमिमा यस लेखमा पुँजीवादको विश्वव्यापी चरित्रका बिच विकसित बहुराष्ट्रिय कम्पनी, बहुदेशीय सङ्गठन र तिनीहरूको विश्वव्यापी नियन्त्रण प्रणालीसँगै ठुला सञ्चारगृहको उदय र तिनको नाफाको आधारको विश्लेषण गरिएको छ । यो लेखमा कार्ल मार्क्सको अलगावको दृष्टिकोणलाई आधार मानी ठुला सञ्चारमाध्यममाथिको स्वामित्व र यसबाट सिर्जित सञ्चारकर्मीहरूको अलगावको विवेचना गरिएको छ ।

समाज वा सिङ्गो सामाजिक प्रणालीलाई केले नियन्त्रण गर्छ भन्ने बारेमा विचारकहरूबिच मतैक्य पाइँदैन । परम्परागत धारणाले धर्म वा ईश्वरलाई सामाजिक प्रणालीको मुख्य सञ्चालक मान्दथ्यो । त्यसलाई चार्ल्स डार्विनको जीवविकासको सिद्धान्तले चुनौती दिएर समाजको निर्माण र विकासमा मानव जातिको प्रमुख भूमिकालाई स्विकारेपछि सुरु भएको बौद्धिक बहसले समाजको निर्धारक तत्त्वबारे अनेक अवधारणा अगाडि सार्‍यो । समाजशास्त्रका पिता अगस्त कोम्तेले मानवको बौद्धिक विकास र क्षमतालाई समाजको निर्धारक मानेका छन् (जेन, सन् २००६, पृ. ५४) भने उनीपछिका कतिपय दार्शनिकले धर्म, कतिपयले प्रविधि, कतिपयले शिक्षा एवं ज्ञानलाई समाज विकासको निर्धारक मानेका छन् ।

त्यस्ता विचारकहरूमध्ये जर्मन दार्शनिक कार्ल मार्क्सको धारणा सर्वाधिक शक्तिशाली मानिन्छ । मार्क्स उत्पादनको स्वरूपलाई समाजको निर्धारक तत्त्व मान्दछन् र यसै आधारमा सामाजिक प्रणाली, संरचना र अन्य सामाजिक कारक तत्त्वहरूको पनि निर्माण हुने ठान्दछन् । उनका अनुसार उत्पादनको स्वरूपले सामाजिक, राजनीतिक र बौद्धिक जीवनलाई प्रभावित पार्नुका साथै समाजको आधार संरचनाको समेत निर्माण गर्दछन् र यसैको आधारमा समाजको उपरी संरचना निर्माण हुन्छ (मार्क्स, सन् १८५९, पृ. २६३) ।

अध्ययनको विधि

सञ्चार क्षेत्रमा कार्यरत श्रमजीवीहरूले सामूहिक अवकाशको सामना गरिरहेको र पत्रकारिता पेसा नै अस्तित्वविहीन हुने हो कि भन्ने विश्वव्यापी चिन्ता र विमर्श जारी छन् । बहुराष्ट्रिय कम्पनी तथा सङ्गठन र तिनीहरूको विश्वव्यापी नियन्त्रण प्रणाली र ठुला सञ्चारगृहको नाफाको आधारको विश्लेषण पनि भइरहेका छन् । तर, ठुला सञ्चारमाध्यममाथिको स्वामित्वको सापेक्षतामा तिनमा कार्यरत सञ्चारकर्मीहरूको अलगावको मनोदशाको विवेचना अपेक्षित रूपमा गरिएको पाइँदैन ।

यस लेखमा मार्क्सको अलगावको दृष्टिकोणलाई आधार मानी उत्पादनका साधनका रूपमा रहेका सञ्चारमाध्यमको स्वामित्व र सञ्चारकर्मीहरूको अलगावको आगमनात्मक विधिबाट विश्लेषण गरिएको छ। त्यसो गर्दा समग्र मार्क्सवादप्रतिको लेखकद्वयको समर्थन वा आलोचना अभिव्यक्त नभई अलगावको दृष्टिकोणलाई अध्ययनको औजारको रूपमा मात्र प्रयोग गरिने छ। लेखको उद्देश्यमा प्रवेश गर्नुअघि यसै पनि सङ्कटापन्न सञ्चारजगत्मा मार्क्सवादी चिन्तनको प्रयोग गरी थप द्वन्द्व सिर्जना गर्न खोजिएको त हैन भन्ने सम्भावित आशङ्कालाई सम्बोधन गरिहाल्नु जरुरी छ ।

कार्ल मार्क्स एक अर्थ-राजनीतिक दार्शनिक मात्र नभएर लगभग आजीवन श्रमजीवी पत्रकार रहे । सन् १८४२ मा २४ वर्षको उमेरदेखि लेखनारम्भ गरेका उनले जीवनको अन्तिम वर्ष सन् १८७३ सम्म विभिन्न पत्रपत्रिकामा लेखिरहे । एक दशकसम्म त उनी तत्कालीन विश्वमा सर्वाधिक बिक्री हुने दुई लाखभन्दा बढी पाठक भएको (लेडबेटर, सन् २००७, पृ. xvii–xviii) अमेरिकी अखबार *न्युयोर्क डेली ट्रिब्युन*का लन्डन संवाददाता नै थिए । मार्क्सको पत्रकारिता कृतिको खण्डका सम्पादक जेम्स लेडबेटर त मार्क्सलाई 'सर्वप्रथम र प्रमुख रूपमा' नै पत्रकारको रूपमा हेर्नुपर्ने ठान्दछन् । पुस्तक विमोचनलगत्तै स्वतन्त्र पत्रकार स्टिभन सेर्मनले लिएको एक अन्तर्वार्तामा मार्क्सले बेलायतीभन्दा अमेरिकी अखबारलाई किन रुचाए भन्नेबारेमा लेडबेटरले दुई कारण बताएका छन् - प्रभाव र आय (सेर्मन, सन् २०१८) । पहिलो- विचार सार्वजनिक गर्न र धेरै पाठकमाझ बहसलाई

प्रभावी बनाउन र दोस्रो- रकमको अभाव । उनका अनुसार *न्युयोर्क डेली ट्रिब्युन*बाट प्राप्त आम्दानी मार्क्सको जीवनको सबैभन्दा स्थिर आय थियो । मार्क्सको जीवनको सन्दर्भमा अलगावको अवधारणा अनुभवजन्य ज्ञानको उत्पादन पनि हो भने श्रमजीवी पत्रकारका रूपमा जीवन गुजारेका मार्क्सको अलगावको सिद्धान्तलाई आमसञ्चार-विश्लेषणको औजारका रूपमा प्रयोग गर्न पाउनु आमसञ्चार जगत्को सानको कुरा पनि हो ।

यो त भयो अलगावको दृष्टिकोण र यसप्रति लेखकद्वयको राग वा द्वेषसम्बन्धी पूर्व-स्पष्टोक्ति । लेखको मुख्य उद्देश्य भने अलगावको दृष्टिकोणको प्रतिरक्षा वा प्रतिकार गर्नु नभएर आधुनिक विश्व पुँजीवादले निर्माण गरेको आमसञ्चार, यसको स्वामित्व र श्रमजीवीहरूको अलगावको अवस्थाको विश्लेषण गर्नु हो । त्यसै गरी यो लेखले उत्पादनका साधन अर्थात् सञ्चारमाध्यममाथिको स्वामित्व र श्रमजीवीको विश्वस्थितिको पनि सैद्धान्तिक विश्लेषण गर्ने छ । द्वितीयक तथ्याङ्क प्रयुक्त यस लेख सान्दर्भिक पुस्तक, लेख, प्रतिवेदनादि अध्ययनका आधारमा तयार गरिएको हो ।

सैद्धान्तिक आधार

मानवजातिले सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक वा मनोवैज्ञानिक कारणले आफैँ वा अरूबाट अलग्गिने वा टाढिने प्रक्रिया नै अलगाव हो, जसमा उसले आफ्नो व्यक्तित्व, समाज र कार्यबाट छुट्टिएको वा एकान्तिएको कारणले आफूलाई शक्तिहीन र मूल्यविहीन ठान्दछ । मार्क्सले अलगावको यो धारणा जर्ज विल्हेल्म फ्रेड्रिक हेगेलको दर्शनबाट आलोचनात्मक ढङ्गले ग्रहण गरेका थिए । हेगेलको दर्शनमा अलगावलाई सिर्जना र नवीन आविष्कारको एक प्रक्रियाको रूपमा उल्लेख गरिएको छ (देवनाथ, सन् २०२०) । उनका अनुसार, सिर्जना र नवीन आविष्कारबाट सुरुमा चेतनशीलता आफैँ अलग्गिन्छ, यसले आफ्नो वास्तविक प्रकृति बुझ्दैन तर जब वास्तविक प्रकृति बुझ्छ, चेतनशीलता निरपेक्ष ज्ञानमा विकसित हुन्छ । यो धारणालाई 'मानव अस्तित्वको एक अवस्था' को रूपमा व्याख्या गरेका मार्क्सले यसलाई 'मानवीय अति' समेत भनेका छन् (मार्क्स, सन् १९८२, पृ. १२-१९), जसमा व्यक्ति मनोवैज्ञानिक कारणले विघटन अर्थात् पागलपनको अवस्थासम्म पुग्न सक्छ । यो धारणालाई एउटा गल्ती वा असङ्गति माने पनि यो प्रत्येक व्यक्तिको जीवनकालमा कुनै न कुनै रूपमा हुने मान्यता राख्ने उनले यसलाई एक्लोपनको वास्तविकता वा एक्लिएको अवस्थाको रूपमा व्याख्या गरेका छन् ।

मनोवैज्ञानिक हिसाबले हरेक समूहका मानिसका हकमा सान्दर्भिक यो मान्यतालाई मार्क्सले मजदुरहरूको अवस्थाको विश्लेषणार्थ प्रयोग गरेका छन् । मार्क्सका अनुसार, पुँजीवादी प्रणालीले मानिसलाई वस्तुकरण गर्दछ जसमा उसको अन्य मानिससँग भावनात्मक सम्बन्ध रहँदैन, बरु प्रकृति, आफ्नो सृष्टि, समाज र आफैँद्वारा पनि परित्यक्त हुन्छ (मार्क्स र एङ्गेल्स, सन् २०१०, पृ. ८२-८३) । हङ्गेरियाली मार्क्सवादी चिन्तक जर्ज लुकासले पुँजीवादी समाजले सिर्जना गर्ने अलगावबारे विश्लेषण गर्नुपर्ने धारणा राखेका छन् (लुकाक्स, सन् १९७१, पृ. ८३) । मार्क्सका पाण्डुलिपिहरू प्रकाशित भएपछि अलगावको दृष्टिकोण निकै छलफलको विषय बन्यो र लुकासका कृतिहरूको महत्त्व पनि बढ्यो । फलतः यसलाई थप महत्त्वपूर्ण विचारको रूपमा ग्रहण गर्न थालियो ।

अलगावको दृष्टिकोणअनुसार पुँजीवादी समाजले मजदुरलाई सिङ्गो उत्पादन प्रक्रियाबाट विमुख गराएर अलगावको अवस्था निर्माण गर्दछ । कुन वस्तु, कति र कसरी उत्पादन गर्ने भनेर मजदुरलाई

सोधिँदैन; बरु पुँजीपतिको इच्छाअनुसार उत्पादनको प्रक्रिया अघि बढाइन्छ । परिणामतः मजदुरले न आफ्नो कामप्रति लगाव र सन्तुष्टि महसुस गर्छ, न त उत्पादित वस्तुप्रति अपनत्व नै अनुभूत गर्छ ।

सन् १९७० को दशकमा एरिक फ्रोम, हर्बर्ट मार्कुज, जुर्गेन हाबरमास आदिले समकालीन समाजमा मानवको एकाङ्कीपन वा अलगावको चित्रण गरेका छन् । यसका मुख्य व्याख्याता जर्मन-अमेरिकी चिन्तक एरिक सेलिग्मन फ्रोमका अनुसार पुँजीवादी व्यवस्थाले मानिसका रचनात्मक गतिविधिमा बाधा उत्पन्न गर्दछ, व्यक्तिलाई सामाजिक सम्बन्ध स्थापना गर्नबाट रोक्छ र समाजदेखि अलग बनाउँछ (फ्रोम, सन् १९४१, पृ. १०३) । यसका साथै अलगावले व्यक्तिलाई शारीरिक र मानसिक रूपले एक्लो बनाउँछ र समाजमा व्याप्त विचार, मूल्य र सामाजिक सम्बन्धबाट वञ्चित गराउँदै मानिसको हरेक पक्षलाई नष्ट पारिदिन्छ ।

जर्मन-अमेरिकी दार्शनिक हर्बट मार्कुजाले सञ्चारजगत्को अलगावको गहन विश्लेषण गरेका छन् । उनका अनुसार पुँजीवादले पीडित वर्गको असन्तुष्टिलाई आधार बनाएर सञ्चारमाध्यम चलाउन सफल भएको छ जसले मानिसको बहुआयामिक र बहुभाषिक व्यक्तित्व लोप गराई एउटा आयाम मात्र बाँकी राखेको छ (मार्कुजा, सन् १९६४, पृ. ११) । यसले उपभोक्तावादी एकल संस्कृति (पश्चिमा संस्कृति) मार्फत उसको सृजनात्मक क्षमता र स्वतन्त्रता नष्ट गराई 'एक आयामी' मानिस बनाइदिएको छ । जर्मन चिन्तक जुर्गेन हाबरमासले स्वतन्त्रताको समस्यालाई 'पुँजीवादको वैधानिकताको सङ्कट' (सन् १९८८, पृ. ६१-६७) भनेका छन् । अमेरिकी सामाजिक-मनोवैज्ञानिक तथा समाजशास्त्री सीमन (सन् १९७५) ले अलगावका पाँच विभेद उल्लेख गरेका छन् : शक्तिहीनता, निरर्थकता, मूल्यविहीनता, सामाजिक एक्लोपन र स्वअलगाव । मार्क्सले भने चार कारणले हुने अलगावको चर्चा गरेका छन् : श्रमद्वारा उत्पादित वस्तु, उत्पादन प्रक्रिया, सहकर्मी र मानवीय स्वभाव (सन् १९७६, पृ. ३४) । यीमध्ये तृतीय र चतुर्थ कारण यस अध्ययनको क्षेत्रबाहिर व्यक्तिगत र मनोवैज्ञानिक क्षेत्रमा पर्दछन् । तसर्थ यो अध्ययनमा केवल प्रथम र द्वितीय अलगाव प्रयुक्त छन् ।

विमर्श र नतिजा

कार्ल मार्क्सको अलगावको सैद्धान्तिक आधारमा निम्नलिखित सूचकमा आधारित भई आम्सञ्चारमा त्यसको प्रभावको विश्लेषण यहाँ गरिएको छ :

उत्पादनको साधनका रूपमा सञ्चारमाध्यम

समाजविकासमा उत्पादन प्रणालीको प्रमुख भूमिका उल्लेख गर्दै उत्पादन प्रणाली, उत्पादनका साधनमाथिको स्वामित्व र उत्पादन-सम्बन्धले समाजका सम्पूर्ण पक्षहरूको स्थिति निर्धारित गर्ने तथ्यलाई व्याख्या गर्ने सिद्धान्त नै मार्क्सवाद हो । समाज त्यहाँ विद्यमान उत्पादन सम्बन्धद्वारा पूर्णरूपेण प्रभावित हुने उल्लेख गर्दै उत्पादन सम्बन्धमा हुने परिवर्तनले सामाजिक संरचनामा पनि परिवर्तन आउने धारणा यस सिद्धान्तले राख्दछ । मार्क्सवादले समाजलाई आधार संरचना र उपरी संरचनाको आधारमा विश्लेषण गर्दछ (मार्क्स, सन् १९७६, पृ. १७५) । त्यसअनुसार आधार संरचनामा उपरी संरचना टिक्छ भने आधार संरचना त्यहाँ विद्यमान उत्पादन स्वरूपमा निर्भर गर्दछ, जसलाई अर्थतन्त्रले टिकाउँछ । उत्पादनस्वरूपले सिङ्गो आर्थिक प्रणालीलाई नियन्त्रण गर्दछ जसमा उपरी संरचनाका अवयवहरू निर्भर गर्दछन् । सूचना तथा सञ्चारजगत्लगायत मानवीय व्यवहार जस्ता उपरी संरचनाका अङ्गहरू त्यहाँ विद्यमान उत्पादन स्वरूपद्वारा निर्धारित हुन्छन् ।

मार्क्सवादी विश्लेषणअनुसार पुँजीवादी समाजमा पुँजीपति वा शासक वर्गको स्वामित्वमा उत्पादनका साधनका रूपमा हुने सञ्चारमाध्यम र उत्पादक शक्तिको रूपमा रहने सञ्चारकर्मीबिच द्वन्द्वपूर्ण सम्बन्ध हुन्छ। परम्परागत मार्क्सवादी विचारअनुसार ठुला सञ्चारगृहले शासक वा पुँजीपतिहरूको दृष्टिकोणलाई प्रसारित गर्दछन् र जनताको विचार वा वैकल्पिक विचारलाई अस्वीकार गर्छन्। त्यसअनुसार, जुन वर्गसँग उत्पादनका भौतिक साधनमाथिको स्वामित्व रहन्छ, त्यसैले मानसिक उत्पादन र तिनका साधनमाथि पनि नियन्त्रण गर्दछ (मार्क्स र एङ्गेल्स, सन् १९४७, पृ. ३५)। अन्ततः सञ्चारमाध्यमले श्रमजीवी वर्गका लागि 'झुटो चेतनशीलता' उत्पादन गरी एकतर्फी ढङ्गले पुँजीका मालिक वा शासक वर्गको हितमा काम गर्दछन् र 'पुँजीवादी शोषणलाई जायज तुल्याउन' (अडोर्नो र हर्खाइमर, सन् २००२, पृ. ११९) सघाउ पुऱ्याउँछन्।

सञ्चारमाध्यममा एकाधिकार र असर

पुँजीपतिको प्रमुख लक्ष्य भनेको नाफा कमाउनु हो। विद्यमान विश्वको सूचना तथा प्रेसमाथि केही बहुराष्ट्रिय निगमहरूको आधिपत्य रहनुको मुख्य कारण पनि मुनाफा नै हो जसमार्फत उनीहरूले कानुनको संरक्षणमा अनेकथरी आयलाई वैधानिकीकरण गर्छन्। मार्क्सका अनुसार सञ्चारमाध्यम र ठुला सञ्चारगृहहरू ठुला पुँजीपतिका हातमा हुन्छन् र उनीहरूकै उद्देश्य पूर्तिका लागि परिचालित हुन्छन् (फुच्स्, सन् २०१४)।

यस्तो तथ्यको पुष्टि धनको वितरणको ऐतिहासिक तथ्याङ्कबाट पनि हुन्छ। २०औँ शदाब्दीको सुरुमा विश्वका धनी १० प्रतिशत व्यक्तिको मातहतमा ९० प्रतिशत सम्पत्ति थियो जबकि सन् १९५० ताका जम्मा ६० प्रतिशत मात्र केन्द्रित थियो। सन् १९८० देखि यो बढेर ६५ प्रतिशत युरोप र ७० प्रतिशत अमेरिकामा हुन पुग्यो (पिकेटी, सन् २०१४, पृ. १८७; पिकेटी र जुकम्यान, सन् २०१५)। विश्वका एक प्रतिशत धनीको हातमा बाँकी मानिसको भन्दा दोब्बर सम्पत्ति केन्द्रित छ भने विश्वको आधा जनसङ्ख्याले दैनिक ५.५० डलरभन्दा कममा जीवनयापन गरिरहेको छ (अक्सफाम, सन् २०२२)। विश्वको सम्पत्तिको आधाभन्दा बढीका अधिपति आठ जना बिल गेट्स, अमान्सियो ओर्टेगा, वारेन बफेट, कार्लोस स्लिम, जेफ बेजोस, मार्क जुकरबर्ग, ल्यारी इलिसन र माइकल ब्लुमबर्गमध्ये छ जना अमेरिकी हुन् र तीमध्ये पनि चार जना गेट्स, बेजोस, जुकरबर्ग र इलिसन सञ्चारगृहका मालिक हुन् (कुर्टिन, सन् २०१७)।

त्यसै गरी दैनिक दश हजार मानिस स्वास्थ्य सुविधाको अभावमा मरिरहेका छन् भने बर्सेनि १० करोड मानिस अति गरिबीको खाडलमा जाकिइरहेका छन्। यस्ता समाचारलाई मुख्य अखबारले त्यति प्राथमिकता नदिएको र बढ्दो असमानता तथा घट्दो मध्यमवर्गको बारेमा मात्र न्युयोर्क टाइम्स, वासिङटन पोस्ट, वाल स्ट्रिट जर्नल, युएसए टुडे, सिकागो ट्रिब्युन र लस एन्जलस टाइम्सले उल्लेख गरेको तथ्य अनुसन्धानले नै देखाएको पाइन्छ (च्याम्प्लिन र नोडलर, सन् २००८)।

पत्रपत्रिकामाथि बहुराष्ट्रिय कम्पनीको प्रभुत्व

अहिले विश्व जनसङ्ख्याको ८३ प्रतिशत बसोवास भएका विकासोन्मुख मुलुकमा विकसित मुलुकको दाँजोमा अत्यन्त कम पत्रपत्रिका प्रकाशित हुन्छन् (अङ्क्ट्याड, सन् २०२२)। कुल पत्रपत्रिकाको ४० प्रतिशत मात्र विकासोन्मुख मुलुकका र त्यसको पनि छ भागको एक भाग मात्र अफ्रिका र एसियाका छन्। यी भू-भागमा ५० जनाको लागि दैनिक अखबारको एक प्रति भाग पुग्छ

भने विकसित मुलुकमा तीन जनाको लागि एक प्रति उपलब्ध छ । यस्तो असमानतालाई इन्टरनेटले बढाइदिएको विश्लेषण गरिन्छ । अमेरिकी प्रोफेसर म्याकचेस्नी (सन् २०१३) का अनुसार, इन्टरनेटले "विविधता, छनोट र प्रतिस्पर्धाका साथै एकाधिकारको इन्जिनको रूपमै" (पृ. १३०) काम गरिरहेको छ । इन्टरनेटमा आधारित सामाजिक सञ्जालहरूले थप अतिरिक्त मूल्यको सिर्जना गर्दै स्थिर पुँजी वृद्धि गरिरहेका छन् जुन फौचर (सन् २०१८) को विश्लेषणमा सञ्जालका सञ्चालकहरूले गरेको "सामाजिक शोषण" (पृ. ४१) हो ।

सन् २०१८ को तथ्याङ्क अनुसार, अमेरिकाबाट मात्र एक हजार २७९ पत्रपत्रिका प्रकाशित हुन्छन् र दैनिक ६० लाख प्रति किनबेच हुन्छन् (वाटसन, सन् २०२१) । मेल्टवाटरको सन् २०२३ अक्टोबरको एक प्रतिवेदनअनुसार *द वाल स्ट्रिट जर्नल* विश्वको सर्वाधिक ग्राहक भएको अखबार हो भने दोस्रोमा *न्युयोर्क टाइम्स* र त्यसपछि *युएसए टुडे* र *वासिङ्टन पोस्ट* आउँछन् (सन् २०२३) । आमसञ्चारको वर्तमान विश्वबजार १० प्रमुख कम्पनीको कब्जामा रहेको देखिन्छ (बिज भाइब, सन् २०२०; इन्साइडर मङ्की, सन् २०२३) जसमध्ये चार अमेरिकी छन् भने दुई/दुई वटा जापान र बेलायत तथा एक/एक वटा चीन र भारतका छन् । विश्वका अत्यधिक नाफा कमाउने १० वटा पत्रिका प्रकाशकमध्ये ७ वटा अमेरिकाबाट, दुइटा बेलायत र एउटा क्यानडाबाट सञ्चालित छन् । यसले तेस्रो विश्वमा रहेका समाचारपत्रहरूको दयनीय अवस्थालाई देखाउँछ ।

नवउदारवादको आरम्भतिर सन् १९८२ मा राष्ट्रसंघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक सङ्गठन (युनेस्को) ले नोबेल शान्ति पुरस्कार तथा लेनिन शान्ति पुरस्कार विजेता आइरिस राजनीतिज्ञ तथा कूटनीतिज्ञ सिन म्याक ब्राइडको अध्यक्षतामा गठन गरेको अन्तर्राष्ट्रिय आयोगले प्रमुख सञ्चारमाध्यमहरूको बारेमा उल्लेख गरेको प्रवृत्ति साढे चार दशकपछिको वर्तमान विश्वमा पनि सान्दर्भिक नै छ। आयोगले विश्वका लागि नयाँ सूचना र सञ्चार संरचना आवश्यक रहेको व्याख्या गरेको थियो (युनेस्को, सन् १९८०) ।

सन् २००० पछि सञ्चारजगत्मा निकै ठुलो परिवर्तन आएको छ, ठुला सञ्चार कम्पनीहरूले एउटै व्यवस्थापनमातहत इन्टरनेट, छापाखाना, पत्रपत्रिका, सामाजिक सञ्जाल, पुस्तक, प्राज्ञिक जर्नल जस्ता धेरै खाले सञ्चारसाधनको परिचालन गरिरहेका छन् । विश्वका सर्वाधिक ठुला दश सञ्चारगृह (सेठ, सन् २०२२; डेल्लाटो, सन् २०२३) मध्ये आठओटा अमेरिकी छन् भने एउटा क्यानडा र एउटा जापानका छन् । यिनीहरूले गर्ने नाफा र तिर्ने राजश्वको विपरित यिनमा कार्यरत श्रमजीवीहरूको सन्तुष्टिको तह भने अत्यन्तै कम देखिन्छ । पिउ रिसर्चको सन् २०२२ को एक अनुसन्धानले त्यहाँ कार्यरत श्रमजीवीहरूको सन्तुष्टिको तह २७ देखि ४३ प्रतिशत मात्र पाएको थियो (गट्फ्राइड र अन्य, सन् २०२२) । सन् २०२३ मा गरिएको अर्को एक अनुसन्धानले जापानका ५८ प्रतिशत, सीबीसी क्यानडाका ६० प्रतिशत कर्मचारी मात्र कामप्रति सन्तुष्ट रहेको उल्लेख गरेको छ (जोइ ट्यालेन्ट सोलुशन, सन् २०२३) ।

एप्पल, वाल्ट डिज्नी, कमकास्ट, नेटप्लिक्स र एटीएन्डटी जस्ता विश्वका पाँच ठुला आमसञ्चार कम्पनीको बजारमूल्य र कामदारहरूको अवस्था (फोर्ब्स्, सन् २०२३; स्टाटिस्टा, सन् २०२३) को सन् २०१९ देखि सन् २०२३ सम्मको तुलनात्मक तथ्याङ्कीय अध्ययनले यी बहुराष्ट्रिय कम्पनीको बजार मूल्य र श्रमजीवीहरूको सङ्ख्यामा सापेक्षित तालमेल देखिँदैन । उनीहरूको बजारमूल्य केही अपवादबाहेक बर्सेनि बढ्नु तर कामदारको सङ्ख्यामा भने कटौती भइरहनुले कर्मचारीको

असन्तुष्टिलाई जाहेर गर्दछ । मार्क्सको अलगाववादी सिद्धान्तले सैद्धान्तिक तवरले नै व्याख्या गर्ने यी तथ्यले बहुराष्ट्रिय सञ्चारगृहका श्रमजीवीहरूको तथा श्रमलाई वस्तुमा रूपान्तरण गरी नाफा आर्जन गरेको तथ्यलाई पुष्टि गर्दछन् ।

दक्षिण एसियाको सन्दर्भमा हेर्दा भारतको मिरुत विश्वविद्यालयका विद्वान् शर्मा (सन् १९९२) ले पनि आमसञ्चारलाई 'लगानीकर्ता, राजनीतिज्ञ र सरकारले रूपरेखा तय गरिदिने एउटा ग्र्यान्ड डिजाइनको साधन' (पृ. ८१) मानेका छन् । यसर्थ, जसले उत्पादनका साधनमाथि कब्जा गर्दछ, त्यसैले उत्पादित वस्तुमाथि पनि नियन्त्रण गर्दछ । आमसञ्चार माध्यममा आउने सामग्री वैचारिक र पूर्वाग्रही हुन्छन् भन्ने युरोपेली विद्वान् भ्यान डाइक (सन् १९८८) को विश्लेषणलाई पनि यसले पुनः पुष्टि गर्दछ । विश्व पुँजीवादले कब्जा गरेका सञ्चारगृहका श्रमजीवीहरूले जति धेरै सम्पत्ति उत्पादन गर्दछन्, त्यति नै यिनीहरू गरिब बन्दै जान्छन् भने सञ्चारगृहका मालिकहरूले थप शक्ति र सम्पत्ति आर्जन गर्दछन् (रे, सन् २०१२) । प्रविधिको बढ्दो प्रयोगले हुने कर्मचारी कटौतीलाई मार्क्सले 'प्राविधिक बेरोजगारी' भनेका छन् । प्रविधिको अत्यधिक प्रयोगले बेरोजगार मजदुरको ठुलो सङ्ख्या निर्माण हुने (हिली, सन् २०२०, पृ. ५५) उल्लेख गर्दै मार्क्सले यसलाई 'सञ्चित आर्मी'को सङ्ज्ञा दिएका छन् जुन एक किसिमको अलगाव हो । यसलाई क्षतिपूर्तिमार्फत समाधान गर्न उपाय सुझाएका उनले यसको व्यवस्थापन नगरिएमा सामाजिक क्रान्ति नजिकिन मद्दत पुग्ने बताएका छन् ।

नेपालमा सञ्चारमाध्यम

नेपाल अधिराज्यको संविधान, २०४७ ले प्रेस स्वतन्त्रता सुनिश्चित गरेपछि नेपालमा पनि पत्रपत्रिका 'आंशिक प्रजातान्त्रीकरण भएको शक्ति' (वन्त, सन् २००१, पृ. ३४३) का रूपमा उदाए । आर्थिक वर्ष २०७९/८० को अन्त्यसम्म आइपुग्दा नेपालमा करिब १३ हजार ३४३ सञ्चारमाध्यम सञ्चालनमा छन् । सूचना तथा प्रसारण विभागको अभिलेखानुसार आर्थिक वर्ष २०७९/८० सम्ममा दर्ता भएका पत्रपत्रिकाको सङ्ख्या ७ हजार ८५३ पुगेको छ भने सञ्चालनमा रहेका रेडियो तथा टेलिभजनको सङ्ख्या क्रमशः ११८६ र २४३ छ (प्रेस काउन्सिल नेपाल, २०८०, पृ. १४७-१५४) । सो आर्थिक वर्षको अन्त्यसम्ममा ४ हजार ६१ वटा अनलाइन प्रेस काउन्सिल नेपालमा सूचीकृत छन् । वागमती प्रदेशमा मात्रै ६६ प्रतिशत सञ्चारमाध्यम दर्ता भएको देखिन्छ (ढुङ्गेल, २०७७, पृ. १५) । स्वतन्त्रताको सुनिश्चयसँगै क्षेत्रगत रुचि र दक्षताका आधारमा पत्रकारहरूले लेख्न र खोज्न उत्सुक हुने क्रम जारी छ (ढुङ्गेल, २०८०, पृ. १३) । सञ्चार प्रतिष्ठान तथा तिनका सम्पादकीय नेतृत्वले पनि सोहीअनुरूप पत्रकारलाई परिचालन गर्ने प्रचलन अन्यत्र जस्तै नेपाली पत्रकारितामा पनि बढ्दो छ र साहित्यिकलगायत केही पत्रकारिता विधाको त लामै इतिहाससमेत बनिसकेको देखिन्छ (ढुङ्गेल, २०६९, पृ. ३४८-३६१) ।

नेपालका सञ्चार श्रमजीवीहरू कानुनतः पत्रकार, कर्मचारी र कामदार गरी तीन प्रकारका छन् । तिनको सङ्ख्याबारे यकिन तथ्याङ्क पाइँदैन (ढुङ्गेल, २०६८, पृ. ४१-४२) । सूचना तथा प्रसारण विभाग र बागमतीको सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालयले जारी गर्ने प्रेस प्रतिनिधि प्रमाणपत्र तथा नेपाल पत्रकार महासंघको सदस्यतालाई पत्रकारहरूको सङ्ख्याको एउटा आधार मान्न सकिए पनि त्यो श्रमजीवी पत्रकारहरूको मात्र सङ्ख्या होइन । पत्रकार, कर्मचारी तथा कामदारसमेतको अभिलेख राख्ने निकाय प्रेस रजिष्ट्रारको कार्यालय नै सरकारले स्थापना नगरेकाले त्यहाँबाट श्रमजीवीहरूको

एकीकृत तथ्याङ्क उपलब्ध हुने कुरै भएन । फलतः यस मामिलामा विभिन्न अड्कलबाजी हुने गरेका छन् । करिब १३ वर्षअघि करिब ८ हजारको सङ्ख्यामा पत्रकार र त्यसको तेब्बर कर्मचारी तथा कामदार रहेको (न्युपानिस, २०६७, पृ. ४) सरकारी अड्कल थियो । देशभरका पत्रकारलाई समेट्ने कुनै सर्वेक्षण वा गणना भएको छैन र भएका अध्ययन पनि स-साना नमूना छनोटमा आधारित (वन्त, २०६५, पृ. १२६) भएको अवस्था अद्यापि कायम छ ।

पुँजी तथा श्रमलगानीकर्ताको आधारभूत यकिन तथ्याङ्क अनुपलब्ध रहेको वर्तमान अवस्थामा आमसञ्चार क्षेत्रमा भएको पुँजीलगानीबारे पारदर्शी जानकारी पाइने कुरै भएन। अनि ती सञ्चारमाध्यमको नाफा वा घाटाको अवस्था, नाफा भए त्यसको बाँडफाँट र नोक्सान भए त्यसको परिपूर्तिको विवरण थाहा हुने कुरै भएन । आमरूपमा सञ्चारगृहका सञ्चालकको जीवनशैली हेरेर अड्कलका आधारमा आरोप लगाउने वा सहानुभूति दर्शाउनेबाहेक अर्को विधि अप्राप्य छ ।

सञ्चारमाध्यम र अलगाव

सञ्चारगृहको जति विकास हुँदै जान्छ, त्यति नै बढी अतिरिक्त मूल्यको सिर्जना हुन्छ र मुनाफाको दर तथा यिनीहरूले पार्ने प्रभाव पनि बढ्छ । सञ्चारगृहमाथिको लगानीले पुँजीपतिको शक्ति बढ्छ र त्यसै आधारमा आर्थिक र राजनीतिक शक्तिसमेत आर्जन हुन्छ । उत्पादनका साधन र शक्तिमाथिको यो वर्चस्वको दबाब सञ्चारक्षेत्रका श्रमजीवी, त्यसबाट उत्पादित समाचार वा अन्य भौतिक वस्तुका साथै त्यसका उपभोक्तामाथि पनि पर्दछ । सञ्चारगृहको शक्ति वृद्धिसँगै त्यहाँ कार्यरत श्रमजीवीहरूमा भने आफ्ना कारणले सञ्चारगृहको मालिक शक्तिशाली हुँदै गएको तर आफ्नो अवस्थामा भने खासै परिवर्तन नआएको भावना स्वाभाविक रूपमा बढ्दै जान्छ । फलतः उनीहरूमा शनैःशनैः आफ्नो कार्यप्रति वितृष्णा, हेलचेक्र्याइँ र अलगावको भावना बढ्दै जान्छ । यसलाई मार्क्स उत्पादित वस्तुको कारणले हुने अलगाव भन्दछन्, जसमा उनीहरूको कुनै मूल्य हुँदैन र श्रमलाई भौतिक वस्तुसरह मानिन्छ (अदिबिफार, सन् २०१६) । यसलाई 'सामाजिक जीवनको निर्जीवीकरण वा वस्तुकरण' पनि भनिन्छ ।

मार्क्सको विश्लेषणअनुसार, मजदुरले आफ्नो व्यक्तित्व, समाज र कार्यबाट छुट्टिँदा वा एकान्तिँदा आफू शक्तिहीन र मूल्यविहीन हुन पुगेको ठान्दछ (मार्क्स, सन् १९७६, पृ. १६३) । मनोवैज्ञानिक दृष्टिले समेत निकै महत्त्वपूर्ण मानिने यो दृष्टिकोणलाई मार्क्सले मजदुरको अवस्थाको विश्लेषण गर्न प्रयोग गरेका थिए । अलगावको मनोवैज्ञानिक अवस्थामा व्यक्तिले आफूलाई वस्तुगत र भावनात्मक हिसाबले एकान्तिएको, बेखुसी र असहभागी फगत एक भौतिक साधनको रूपमा कार्यरत ठान्दछ (कालेकिन-फिसम्यान, सन् २००६; रिजर, सन् २००८, पृ. ५२; ब्रोनफेनब्रेनर, सन् १९७४, पृ. ५३-६१) । मार्क्स पुँजीवादी उत्पादन व्यवस्थाले मजदुरलाई त्यो अवस्थामा पुर्‍याउँछ भन्दछन्, जसमा उसले उत्पादन गरेको वस्तुमा उसको कुनै अधिकार हुँदैन । यस विपरीत पुँजीपतिले उक्त वस्तुलाई बिक्री गरी नाफा कमाउने गर्दछ ।

दर्शनशास्त्रलगायत ज्ञानका विभिन्न क्षेत्रमा जोडिए पनि पत्रकारितासँग जोडेर कमै मात्र चर्चा गरिने (ह्विन, सन् २००७, पृ. xi) तर आजीवन एक श्रमजीवी पत्रकार (लेडबेटर, सन् २००७, पृ. xvii–xviii) कार्ल मार्क्सको अलगावको दृष्टिकोणअनुसार आफ्नो श्रमको उत्पादन र क्षमतादेखि नै अलग्गिएका र विचलित श्रमजीवीहरूको शोषण गरेर सञ्चारगृहको मालिक धनी हुँदै गइरहेका हुन्छन् भने उनीहरूलाई दैनिक जीवनयापनमा समेत समस्या भइरहेको हुन्छ । उत्पादन प्रक्रियाको

कारणले पनि त्यहाँ कार्यरत श्रमिकहरू असन्तुष्ट हुन्छन् । मार्क्सका अनुसार उत्पादन आफैँमा सक्रिय अलगाव हो जसलाई 'कार्यहरूको अलगाव' (हिली, सन् २०२०, पृ. ७-२६) मान्न सकिन्छ । उदाहरणार्थ : दिनभरि टेलिभिजनमा काम गर्ने श्रमजीवीले साँझमा घर गएर टिभी हेर्न पाउँदैन, दिनभरि समाचार संकलन गर्ने पत्रकार प्रसारण वा प्रकाशनमा आफ्नो नाम देख्दैन; फलतः उनीहरूमा विचलन पैदा हुन्छ ।

पुँजीवादी अर्थव्यवस्थामा हुने उच्च प्रतिस्पर्धाले मजदुरले सहकर्मी, समुदाय र स्वयम्सँगको सम्बन्ध पनि कमजोर भएको महसुस गर्दछ । नितान्त एक्लो, विचलित र सबैबाट अलग्गिएको महसुस गर्दै व्यक्तिले साहित्य, कला तथा संस्कृतिप्रतिको रुचि पनि त्याग्दछ । मार्क्सका अनुसार, पुँजीवादी उत्पादन प्रक्रियाले मजदुरलाई आफ्नो शरीर, बाह्य प्रकृति, मानसिक र समग्र जीवनबाटै अलग्याउँछ (सन् १९८२, पृ. १२-१९) । नेपालकै सन्दर्भमा पनि राज्यले लागु गरेको श्रमजीवी पत्रकार ऐन, २०५१ अनुसार व्यवहार गर्ने मामिलामा कुनै गुणात्मक सुधार देखिएको छैन । सन् २०१० र सन् २०२० को तुलनात्मक अध्ययनबाट पनि कानुन कार्यान्वयनमा उदासीनता कायमै देखिन्छ (ढुङ्गेल, सन् २०२३, पृ. ९३-९६) । यसबाट पैदा भइरहेको अलगावको भावलाई पत्रकारिताप्रति सार्वजनिक रूपमा प्रकट भइरहेको पत्रकारहरूको वितृष्णाभावले पुष्टि गरिरहेको छ ।

निष्कर्ष

विद्यमान विश्वको समाचार-प्रवाह प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षतः ठुला सञ्चारमाध्यमसँग सम्बन्धित छ र त्यो मूलतः ठुला पुँजीपतिहरूकै मातहतमा छ । सूचना तथा सञ्चारको नियन्त्रण अमेजनका संस्थापक जेफ बेजोस, माइक्रोसफ्टका संस्थापक बिल गेट्स, अलिबाबाका संस्थापक ज्याक मा, फ्रान्सका मुगल नामले चिनिले बर्नार्ड अरनल्ट, ठुला लगानीकर्ता तथा बर्कसायर ह्याथवेका मालिक वारेन बफेट, फ्रान्सेली व्यापारी फँस्वा एनरी पिनो, मेटाका मालिक मार्क जुकरबर्ग र भारतीय अर्बपति तथा एसियाका सबैभन्दा धनी मुकेश अम्बानी आदिले गरिरहेका छन् । नेपालमा पनि केही सञ्चारगृहहरूको प्रभुत्व कायम छ । भलै वैश्विक आमसञ्चार बिस्तारको चुनौतीपूर्ण दुस्प्रभाव राष्ट्रिय सञ्चारगृहहरूमा पनि परिसकेको देखिन्छ । यसले आमसञ्चार उद्योग सञ्चालनमा नवीन सोच र सिर्जनशीलताको माग गरेको छ ।

कार्ल मार्क्सले हेगेलको दर्शनबाट आलोचनात्मक ढङ्गले ग्रहण गरेको अलगावको यो धारणा र त्यसको थप सैद्धान्तिक परिपुष्टि तथा विश्लेषणसहित उनीपछिका दार्शनिकहरूको विमर्शका आधारमा हेर्दा अलगावको सिद्धान्त पनि थप विकसित हुँदै गएको छ । आमसञ्चार जगत्मा कार्यरत श्रमजीवीहरू पनि अरू क्षेत्रका श्रमजीवीजस्तै सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक वा मनोवैज्ञानिक कारणले आफैँ वा अरूबाट अलग्गिने वा टाढिने अलगावको प्रक्रियाबाट गुज्रिरहेका छन् र आफ्नो व्यक्तित्व, समाज र कार्यबाट छुट्टिएको वा एकान्तिएको महसुस गरी यतिखेर आफूलाई थप शक्तिहीन र मूल्यविहीन ठान्दै छन् । अर्थशास्त्रीय दृष्टिकोणबाट आमसञ्चार उद्योग पनि पनि स्वाभाविक रूपमा उत्पादनको साधन हो । यसबाट सञ्चारगृहका मालिकहरूले सम्पत्ति र शक्ति आर्जन गरिरहँदा तिनका श्रमजीवीले भने मुस्किलले जीवन मात्र धानिरहेका छन् । यो पार्थक्यले श्रमजीवीहरूमा थप विचलन, अलगाव तथा वितृष्णालाई मलजल गरिरहेको छ । कोरोनाको वैश्विक महामारीको बहानामा श्रमजीवीहरूलाई बर्खास्त गर्ने, बेतलबी विदा बस्न दबाब दिने, पारिश्रमिक नदिने, मानसिक तनाव दिने ठुला सञ्चारगृहविरुद्ध सञ्चारकर्मीहरूको आवाज सुनियो । यो

नेपाललगायत विश्वकै सञ्चार उद्योगको साझा प्रवृत्ति बन्यो । नेपालको आमसञ्चारका सन्दर्भमा पनि विश्व सञ्चारजगत्को श्रम-सम्बन्ध परिमाणात्मक रूपमा न्यूनाधिक पृथक रहे पनि सिद्धान्ततः र व्यवहारतः गुणात्मक रूपमा समानुभूतिमा अस्तित्ववान छ । बहाना फेरिए पनि यो प्रवृत्ति अद्यापि वैश्विक रूपमै यथावत् छ ।

विशुद्ध मानव संशाधन व्यवस्थापनको यो विषयलाई आमसञ्चार जगत्का उत्पादनका 'अद्वितीय विशेषता र व्यापार गतिशीलता' (पिकार्ड, सन् २००५) को सन्दर्भमा आत्मसात र समुचित सम्बोधन गर्नु अपरिहार्य छ । त्यसबाट नै पुँजी तथा श्रम लगानीकर्ता दुवै पक्षले यो व्यवसाय तथा पेसाको निरन्तरता वा विकल्पमध्ये एक रोज्ने श्रेयस्कर सम्भावना भेटिन्छ । त्यो प्रयास निष्फल भएमा अलगाव र विचलनमा रहनुको सट्टा पेसा परिवर्तन गर्न तयार हुनुपर्छ किनभने वर्तमान विकल्प पनि स्वइच्छित हो । अन्यथा, आमसञ्चारका क्षेत्रमा अलगावको भावनाले उत्पन्न गर्ने सङ्घर्ष चर्किने छ । त्यसनिम्ति अर्को कुनै कार्ल मार्क्स जन्मिनु आवश्यक छैन, मार्क्सले देखाएको वर्गसङ्घर्षको बाटो नै पर्याप्त र स्पष्ट छ । यसतर्फ अदेखा, अकर्मण्य वा असंवेदनशील बनिदिँदा वर्तमान द्वन्द्वात्मक श्रमसम्बन्धमा मात्र परिवर्तन आउने नभई समग्र आमसञ्चार जगत्ले नै नयाँ प्रतिमान परिवर्तन (प्याराडाइम सिफ्ट) को साक्षी हुनुपर्ने चुनौती सर्वसम्मुख छ । कारण- समय, प्रविधि र पेसा तथा व्यवसायको चरित्रमा आएको बदलावका कारण उत्पन्न अवसर र जोखिमको दबाब अपरिमित छ । विश्व आमसञ्चार बजारको यो यथार्थ नेपालको हकमा पनि उत्तिकै सान्दर्भिक दृष्टिगोचर हुन्छ ।

सन्दर्भ सामग्रीसूची

ढुङ्गेल, विनोद (२०६८). विद्युतीय माध्यममा श्रमजीवी पत्रकार कानुन कार्यान्वयनको अवस्था. *मिडिया अध्ययन,* (६), पृ. ४१-८७ ।

ढुङ्गेल, विनोद (२०६९). *नेपालमा प्रेस काउन्सिल : अनुसन्धानात्मक समकालीन इतिहास.* प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

ढुङ्गेल, विनोद (२०७७). *बागमती प्रदेशमा मिडिया.* सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय, बागमती प्रदेश ।

ढुङ्गेल, विनोद (२०८०). विधागत पत्रकारिता : विशेषज्ञ पत्रकारिताको अभ्यास. *विधागत पत्रकारिता हाते पुस्तक.* विनोद ढुङ्गेल (सम्पा.), पृ. १-३६. आन्तरिक मामिला तथा कानुन मन्त्रालय, सञ्चार रजिष्ट्रारको कार्यालय, वागमती प्रदेश ।

न्यूपानिस (२०६७). *अवधारणा-पत्र.* न्यूनतम पारिश्रमिक निर्धारण समिति ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल (२०८०). *४८ औं वार्षिक प्रतिवेदन आ.व. २०७९/८०.* प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

वन्त, प्रत्यूष (२०६५). नेपाली मिडियामा समावेशीकरण : बहसको निम्ति खाका. *समावेशीकरण : राजनीतिक दल, राज्य र मिडिया.* अनुभव अजीत (सम्पा.), पृ. ११९-१५३. मार्टिन चौतारी ।

Adibifar, K. (2016). Technology and Alienation in Modern-Day Societies. *International Journal of Social Science Studie,* 4(9), DoI:10.11114/ijsss.v4i9.1797

Adorno, T., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of Enlightenment*. Standard University Press.

Baran, S. J., & Davis, D.K. (2002). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. 2nd Ed. Thomson-Wadsworth.

Biz Vibe (2020). Top 10 Newspapers in the World in 2020, Best Newspapers in the World: Global Newspaper Industry Factsheet. Available at: https://blog.bizvibe.com/blog/top-newspapers-world; accessed 20 August 2023.

Bronfenbrenner, U. (1974). The Origin of Alienation. *Scientific American* (231) pp. 53-61.

Champlin, D.P., & Knoedler, J. T. (2008). American Prosperity and the "Race to the Bottom:" Why Won't the Media Ask the Right Questions? *Journal of Economic Issues* 42(1) pp. 133–151. DOI:10.1080/00213624.2008.11507118

Curtin, M. (2017). These 8 Men Control Half the Wealth on Earth. Available at: https://www.inc.com/melanie-curtin/meet-the-8-men-who-control-half-the-worlds-wealth.html; accessed 20 April 2022.

Debnath, S. (2020). Concept of Alienation in Hegel's Social Philosophy. *Journal of Indian Council of Philosophical Research,* (37), pp. 51–66. https://doi.org/10.1007/s40961-020-00189-4

Dellatto, M. (2023). World's Largest Media Companies in 2023: Comcast and Disney Stay on Top. Available at: *https://www.forbes.com/sites/marisadellatto/2023/06/08/the-worlds-largest-media-companies-in-2023-comcast-and-disney-stay-on-top/?sh=6b634a3354c6; accessed 21 December 2023.*

Dhungel, B. (2023). Execution of Working Journalist Act: An Analytical Observation. *Media Year Book 2022/23 - Nepali Media: Issue of Ethics and Sustainability in Digital Age* 3, (3), pp. 79-100. Liladhar Upadhyaya and Kamal Dev Bhattarai (eds.), Press Council Nepal.

Faucher, K.X. (2018). *Social Capital Online: Alienation and Accumulation*. University of Westminster Press.

Fromm, E. (1941). *Escape from Freedom*. New York: Holt Rinehart and Winston.

Fuchs, C. (2014). Karl Marx and the Study of Media and Culture Today. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research,* (6), pp. 39–76.

Gane, M. (2006). *Auguste Comte.* Routledge, New York.

Gottfried, J., Mitchell, A., Jurkowitz, M., & Liedke, J. (2022). Journalists Express High Job Satisfaction But are Concerned about the State of the News Industry. Available at: https://www.pewresearch.org/journalism/2022/06/14/journalists-express-high-job-satisfaction-but-are-concerned-about-the-state-of-the-news-industry/; accessed 9 September 2023.

Habermas, J. (1976) [1988]. *Legitimation Crisis*. Thomas McCarthy (trans.). First published in Great Britain by Heinemann Educational Books 1976. Polity Press

Healy, M. (2020). *Marx and Digital Machines: Alienation, Technology, Capitalism*. University of Westminster Press. DOI: https://doi.org/10.16997/book47

Insider Monkey (2023). 15 Most Valuable Newspaper Companies in the World. Available at: https://www.insidermonkey.com/blog/15-most-valuable-newspaper-companies-in-the-world-973039/; accessed 20 August 2023.

Kalekin-Fishman, D. (2006). Studying Alienation: Toward a Better Society? *Kybernetes* 35 (3/4) pp. 522-530. Available at: http://dx.doi.org/10.1108/03684920610653782; accessed 31 December 2023.

Ledbetter, J. (2007). Introduction. In *Dispatches for the New York Tribune: Selected Journalism of Karl Marx*. James Ledbetter (ed.), pp. xvii-xxvii. Penguin Books.

Lukács, G. (1971). *History and Class Consciousness*. Rodney Livingstone (trans.). Merlin Press.

Marcuse, H. (1964). *One-Dimensional Man*. Boston: Beacon Press.

Marx, K. (1859). A Contribution to the Critique of Political Economy. *MECW (Marx Engels Collected Works)* 29 pp. 257- 417.

Marx, K. (1976). *Capital* Vol. 1. Penguin.

Marx, K.(1982) [1964]. *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*, International Publishers. Reprinted in California Press.

Marx, K., & Engels, F. (1947). *The German Ideology*. Foreign Language Press.

Marx, K., & Engels, F. (2010). *Marx & Engels Collected Works* [MECW] Vol. 50. Digital Edition: Lawrence & Wishart.

McChesney, R.W. (2013). *Digital Disconnect: How Capitalism is Turning the Internet against Democracy*. New Press.

Meltwater. (2023). List of the 16 Largest US Newspapers. Available at: https://www.meltwater.com/en/blog/largest-us-newspapers; accessed 23 December 2023.

O'Donnell, P., & Zion, L. (2019). Precarity in Media Work. *Making Media: Production, Practices, and Professions.* Mark Deuze and Mirjam Prenger (eds.), pp. 223-234. Amsterdam University Press.

Onta, P. (2001). The Print Media in Nepal Since 1990: Impressive Growth and Institutional Challenges. *Studies in Nepali History and Society* 6(2) pp. 331-346.

OXFAM. (2022). *Inequality Kills: The Unparalleled Action Needed to Combat Unprecedented Inequality in the Wake of COVID-19*. Available at: https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/621341/bp-inequality-kills-170122-en.pdf; accessed 20 March 2023.

Picard, R. G. (2005). Unique Characteristics and Business Dynamics of Media Products. *Journal of Media Business Studies* 2(2) pp. 61-69.

Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Arthur Goldhammer (trans.). The Belknap Press of Harvard University Press.

Piketty, T., & Zucman, G. (2015). Wealth and Inheritance in the Long Run. *Handbook of Income Distribution* Vol. 2. Anthony B. Atkinson, François Bourguignon (eds.), pp. 1303-1368. Elseveir. https://doi.org/10.1016/B978-0-444-59429-7.00016-9.

Rey, P. J. (2012). Alienation, Exploitation, and Social Media. *American Behavioral Scientist* 56 (4) pp. 399–420. DOI: 10.1177/0002764211429367.

Ritzer, G. (2008). *Sociological Theory*. MA: McGraw-Hill Higher Education.

Seeman, M. (1975). Alienation Studies. *Annual Review of Sociology* 1(1) pp. 91–123.
Seth, S. (2022). The World's Top Media Companies. Available at: https://www.investopedia.com/stock-analysis/021815/worlds-top-ten-media-companies-dis-cmcsa-fox.aspx; accessed 21 Devember 2023.
Sharma, S. K. (1992). *Political Communication and Local News Media*. Shree Almora Book Depot.
Sherman, S. (2018). Marx the Journalist : An Interview with James Ledbetter. Jacobin. May 5. Available at: https://jacobin.com/2018/05/karl-marx-journalism-writings-newspaper; accessed 12 January 2024.
Statista. (2023). Media Worldwide. Available at: https://www.statista.com/outlook/amo/media/worldwide; accessed 10 January 2024.
UNCTAD. (2022). Now 8 billion and Counting: Where the World's Population has Grown Most and Why That Matters. Available at: https://unctad.org/data-visualization/now-8-billion-and-counting-where-worlds-population-has-grown-most-and-why; accessed 23 December 2023.
UNESCO. (1980). *Communication and Society Today and Tomorrow: Many Voices One World (Towards a New More Just and More Efficient World Information and Communication Order),* Report by the International Commission for the Study of Communication Problem. Kogan Page: Unipub: UNESCO.
van Dijk, T.A. (1988). *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
Watsan, A. (2021). Number of Daily Newspapers in the U.S. 1970-2018. Available at: https://www.statista.com/statistics/183408/number-of-us-daily-newspapers-since-1975/; accessed 23 December 2023.
Wayne, M. (2003). *Marxism and Media Studies: Key Concepts and Contemporary Trends*. Pluto Press. Reprint 2009, Aakar Books.
Werkers, E., Valcke, P., Paulussen, S., Geens, D., & Vandenbrande, K. (2008). Ethics and Rights for Online Journalists: Inseparable and Obligatory? Paper submitted for "The End of Journalism?", International Journalism Conference 2008, organized by Centre for International Media Analysis, 17-18 October 2008, Luton, UK. Available at: http://theendofjournalism.wdfiles.com/local--files/werkersetal/Werkers%20et%20al.pdf; accessed 20 August 2023.
Wheen, F. (2007). Foreword. *Dispatches for the New York Tribune: Selected Journalism of Karl Marx*. James Ledbetter (ed.), pp. ix-xiii. Penguin Books.
Zoe Talent Solutions. (2023). Employee Satisfaction Statistics Across the Globe. Available at: https://zoetalentsolutions.com/employee-satisfaction-statistics/; accessed 30 December 2023.