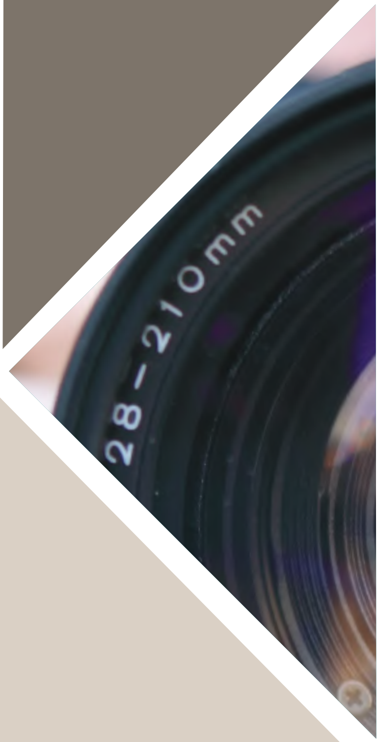


अनुसन्धान

Konrad Adenauer Stiftung

CIJ Nepal

IJM
INVESTIGATIVE JOURNALISM MANUAL

जनताको बोली कसरी बन्ने

खोज पत्रकारिता

हाते पुस्तिका

कास मिडिया कार्यक्रमका लागि सायद नाजाकाटद्वारा सम्पादित

खण्ड ४
४४ सुरक्षा
डेटा सुरक्षित राख्ने विधि

खण्ड ३
२६ योजना
योजना

खण्ड २
१४ खोज
स्टोरी आइडिया पत्ता लगाउनका लागि तयारी

खण्ड १
०४ परिभाषा
खोज पत्रकार को हो ?

विषयसूची

खण्ड ८

१०२ लेखन

लेखन

खण्ड ७

८२ प्रश्न

सही प्रश्न

खण्ड ६

७० भेटघाट

अन्तरज्ञान

खण्ड ५

५८ अनुसन्धान

अनुसन्धान, अनुसन्धान, अनुसन्धान

१

खण्ड एक

खोज पत्रकार को हो ?

यस खण्डमा खोज पत्रकारिताका अभ्यास, यसको लक्ष्य र उद्देश्यका बारेमा उल्लेख गरिएको छ । यसमा खोज पत्रकारिता र सामान्य पत्रकारिता बीचको भिन्नता बारे बताइएको छ । खोज पत्रकारिताका लागि चाहिने सीप, गुण र खोज पत्रकारिता गर्नका लागि उपयुक्त विषय र तरिका बारेमा पनि यस खण्डमा लेखिएको छ ।

परिभाषा

खोज पत्रकारिता यस्तो खालको पत्रकारिता हो जसमा रिपोर्टरले एउटा विषयमा गहन रूपले खोज गर्छ । यसरी तयार भएको स्टोरीले भ्रष्टाचार उदाङ्गो पार्छ, सरकार अथवा कर्पोरेट हाउसहरूको नीतिको समीक्षा गर्छ अथवा सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक र सांस्कृतिक चलनप्रति मानिसको ध्यानाकर्षण गराउँछ । एउटा विषयमा खोज गर्न खोज पत्रकार अथवा खोज पत्रकारको समूहलाई धेरै महीना अथवा वर्ष लाग्न सक्छ । सामान्य खालको रिपोर्टिङ गर्दा रिपोर्टर सरकार, गैरसरकारी संस्था अथवा अन्य संस्थाहरूले दिएका जानकारीमा भर पर्छन् भने खोज पत्रकारले आफ्नै सक्रियतामा सूचना खोज्छन् । खोज पत्रकारको लक्ष्य जानाजान लुकाएर राखिएका वा अन्जानमै लुक्न पुगेका जानकारी बाहिर ल्याउनु हो ।

खोज पत्रकारले सार्वजनिक सरोकारका विषयमा गहन खोज गर्नुपर्छ । सार्वजनिक सरोकार भन्नाले त्यस्ता विषयलाई जनाउँछ जसका बारेमा थाहा नपाउँदा आम मानिसलाई बेफाइदा पुग्छ अनि थाहा पाउँदा आम मानिसलाई फाइदा पुग्छ । कहिलेकाहीं, कुनै जानकारी बाहिर आउँदा एउटा समुदायलाई फाइदा र अर्को समुदायलाई बेफाइदा हुन सक्छ । उदाहरणका लागि, असंगठित किसानले उत्पादन गरेको तरकारीको वास्तविक बजार मूल्य थाहा पाएको खण्डमा किसानले बिचौलियासँग बढी मूल्य माग्न सक्छन् । तरकारी बिचौलिया यस्तो जानकारी किसानसम्म नपुगोस् भन्ने चाहन्छन् । 'राष्ट्रिय हित' र 'सार्वजनिक हित' का बीचमा कहिलेकाहीं भिन्नता हुन सक्छ । सरकारले 'राष्ट्रिय हित' का नाममा गैरकानूनी, खतरनाक अथवा अनैतिक कामलाई सही ठहऱ्याउन सक्छ अथवा त्यस्ता विषयमा रिपोर्टिङ गर्न पत्रकारलाई हतोत्साहित पार्न सक्छ ।

खोज पत्रकारिता हतारमा गरिने पत्रकारिता होइन । खोज पत्रकारिता गर्नका लागि योजना, अनुसन्धान र रिपोर्टिङका स्थापित प्रक्रिया अपनाउनुपर्छ, सत्यता र प्रमाणसम्बन्धी सर्वस्वीकृत मापदण्ड अपनाउनुपर्छ । खोजमूलक रिपोर्टिङका कामको नेतृत्व पत्रकार/पत्रकारको टोलीले गर्नुपर्छ, अर्काको पहलमा थालिएको रिपोर्टिङ खोज पत्रकारिता हुँदैन । कुनै विषयमा प्रारम्भिक सूचना पाइसकेपछि पत्रकारले त्यस विषयमा आफ्नो मान्यता बनाउँछ, थप अनुसन्धानका लागि योजना बनाउँछ, त्यस विषयमा कस्ता प्रश्न सोध्नु सान्दर्भिक हुन्छ भन्ने कुरा तय गर्छ र आफ्नो मान्यताका पक्ष र विपक्षका जानकारी खोज्न थाल्छ । खोज पत्रकारले आफैंले देखेका र खोजेका जानकारीको विश्लेषण गरेर प्रमाण जुटाउनुपर्छ । सामान्य खालका रिपोर्टिङ गर्ने पत्रकारले आफूले पाएका जानकारीलाई जसरी पुष्टि गर्छ खोज पत्रकार त्यतिमा सीमित हुनुहुँदैन । स्टोरीमा नयाँ जानकारी हुनुपर्छ अथवा पहिल्यै बाहिर आइसकेका जानकारीलाई पनि यस किसिमले प्रस्तुत गर्नुपर्छ जसबाट ती जानकारी कति सान्दर्भिक छन् भन्ने कुरा स्थापित होस् । कुनै एउटा स्रोतबाट अचम्म लाग्दा जानकारी पाउन सकिएला, अहिलेसम्म लुकाइएका जानकारी नयाँ दृष्टिकोण थाहा पाउन सकिएला तर उसबाट पाएका जानकारी अनुभव, कागजात र अन्य व्यक्तिबाट पुष्टि नभएसम्म र ती जानकारीले के अर्थ्याउँछन् भन्ने व्याख्या नगरेसम्म त्यो खोज पत्रकारिता हुँदैन ।

खोजमूलक रिपोर्टिङका लागि धेरै स्रोत, सामूहिक प्रयास र दिनैपिच्छे गरिने रिपोर्टिङका लागि भन्दा बढी समय चाहिन्छ । धेरै खोजमूलक स्टोरी पत्रकारहरूको टोलीले तयार गरेका हुन्छन् । तर समय, पैसा र स्टाफ अनि विशेष सीप कम भएका साना, स्थानीय र सामुदायिक सञ्चारमाध्यमका लागि खोज पत्रकारिता गर्न समस्या हुनसक्छ । खोज पत्रकारिता गर्नका लागि पत्रकारले अरूबाट अनुदान लिनुपर्ने हुनसक्छ । आफ्नो सञ्चारमाध्यमभन्दा बाहिरका दक्ष मानिसको सहायता लिनुपर्ने हुनसक्छ ।

समूहमा मिलेर गरिने खोज पत्रकारिताका पक्ष र विपक्षमा कंगोका पत्रकार सेज-फिडेल गायालाका विचार

"फरक फरक सीप भएका मानिसहरूको सानो समूहमा मिलेर काम गर्दा फलदायी हुन्छ । जस्तै, कोही फिल्डको अनुसन्धान गर्न, कोही अनुसन्धान र कागजातमा भेटिने जानकारी बटुल्न र कोही लेखनमा दक्ष होओस् । कुनै घटनाको समाचार झट्ट ब्रेक गर्नका लागि समूहमा काम गर्दा राम्रो हुनसक्छ तर हामीले काम गर्ने सबै सञ्चारमाध्यम स्वच्छ छन् भन्न सकिंदैन । उद्योगपति, व्यापारी अथवा नीतिनिर्माताले पत्रकारलाई धम्की अथवा पैसा दिएर आफ्नो पासोमा पार्न सक्छन् ।

धेरै अखबार विभिन्न स्वार्थका आधारमा चलेका हुन्छन् । त्यस्ता अखबार शुरू गर्न निश्चित स्वार्थ भएका व्यक्ति वा संस्थाले पैसा दिएको हुनसक्छ । यस्तो अवस्थामा सम्पादक मुख्य तारो बन्छन् । अथवा सम्पादकले नै खोज गर्न नदिन सक्छ । यस्तो वातावरण भएका सञ्चारमाध्यममा काम गर्ने युवा रिपोर्टरलाई खोजमूलक स्टोरी तयार गर्न कठिन हुन्छ ।"

कसलाई भन्ने खोज पत्रकार ? खोज पत्रकार भनेका गुप्तचर हुन् ?

गुप्तचरले उपयोग गर्ने सीपका सन्दर्भमा यस्तो प्रश्न सोधेको हो भने पत्रकारलाई गुप्तचर मान्नुपर्छ । सबै खोजमूलक स्टोरी प्रश्नबाट शुरू हुन्छन् । यसको जवाफ र समाजसँग यसको सान्दर्भिकता खोज्नका लागि पत्रकारले मान्यता बनाउन अनुसन्धान गर्छ । त्यसपछि उसले थप अनुसन्धान गर्छः यससँग सम्बन्धित कागजात अध्ययन गर्छ, मानिससँग कुराकानी गर्छ । कुराकानी गर्दा कहिलेकाहीं सोधपुछ गरेजस्तो पनि गर्नुपर्छ । यसरी पत्रकारले अत्यन्त धेरै जानकारी भेला गर्छ । यीमध्ये केही त एकदमै विस्तृत अथवा प्राविधिक खालका पनि हुनसक्छन् ।

केलाई प्रमाण मान्ने र आफूले पाएका जानकारीलाई प्रमाणका रूपमा पेश गर्न सकिन्छ कि सकिंदैन भन्ने विषयमा पत्रकारले सर्वस्वीकृत (अदालतले स्वीकार गर्ने) मान्यता अपनाउँछन् ।

मानहानि जस्ता कानूनले गर्दा पत्रकारले गर्ने अनुसन्धान र तथ्य रूजु गर्ने काम गुप्तचरले मुद्दा चलाउन पेश गर्ने खालका प्रमाण जुटाउन गर्ने काम भन्दा फरक हुनुहुँदैन ।

कहिलेकाहीं यस्तो प्रश्न सोध्नुपर्छः खोज पत्रकारले परिचय बदलेर अथवा माइक्रोफोन र क्यामरा लुकाएर, गुप्तचरले जसरी अनुसन्धान गर्न हुन्छ कि हुँदैन ? यसको जवाफ जटिल छ । खोज पत्रकार–केही सर्वश्रेष्ठ खोज पत्रकार मध्येका– ले कहिलेकाहीं यी विधि उपयोग गर्छन् । तर यहाँ के कुरामा ख्याल राख्नुपर्छ भने गुप्तचरले भेष बदलेर गर्ने काम र प्रहरीले अनुसन्धान गर्ने मामलामा नागरिकको अधिकारबारेमा सामान्यतया कानूनले निर्दिष्ट गरेको हुन्छ । पत्रकारले आचारसंहिता बमोजिम काम गर्छ । नागरिकको गोपनीयताको हक उल्लंघन गर्ने अधिकार पत्रकारले पाएको हुँदैन । त्यसैले, आचारसंहिता पालना गर्न र अरूले आफ्ना विरूद्ध मुद्दा हाल्ने अवस्था नआओस् भन्नका लागि पत्रकारले हरेक पटक यस्तो तरिका अपनाउनु भन्दा पहिले यसो गर्ने कि नगर्ने भन्ने विषयमा सतर्क भएर विचार गर्नुपर्छ । लुकाइएका क्यामरा र रेकर्डरबाट संकलन गरिएका जानकारी थप प्रमाण मात्र हुन् । यसरी जानकारी संकलन गरेपछि विश्लेषण गर्नुपर्दैन, जानकारी जाँच गर्नुपर्दैन, यस्ता सामग्रीको सान्दर्भिकता बताउनुपर्दैन र सार्थक स्टोरीको खाका तयार गर्नुपर्दैन भन्ने हुँदैन । आफूले स्टोरी गर्न लागेका विषयमा सार्वजनिक कागजातमा धेरै प्रमाण भेट्न सकिन्छ । यसका लागि कुन कागजातमा खोज्ने र कसरी भेला भन्ने कुरा चाहिं जान्नुपर्छ ।

खोज पत्रकार र गुप्तचरका काम धेरै दृष्टिले समान भए पनि उनीहरूका केही काम एकापसमा भिन्न हुन्छन् । कहिलेकाहीं पत्रकारले अनुसन्धान गर्दा दोषी प्रमाणित गर्नुपर्दैन, के भएको रहेछ भनेर जान्दा मात्रै हुन्छ । अपराध कसले गरेको हो भन्ने थाहा पाएपछि गुप्तचरको काम सकिन्छ । खोज पत्रकारले अरू थप जानकारी खोज्नुपर्छ । उसले सही तथ्य खोज्नुपर्छ र तिनलाई सही किसिमले प्रस्तुत गर्नुपर्छ । पत्रकारले आफूले तयार पारेको स्टोरीको महत्व बताइदिनुपर्छ । आफूले अनुसन्धान गरेका घटना, काम र प्रमाणका ढाँचाबारे बताइदिनुपर्छ । त्यसैले खोजमूलक स्टोरीमा कुनै अपराध फलानाले गरेको हो भनेर मात्रै पुग्दैन त्यसको सन्दर्भ र गाम्भीर्य समेत उल्लेख गर्नुपर्छ । आफ्नो काममा यति गहिराइमा पुग्दा मात्र खोज पत्रकार निष्पक्ष भएको ठानिन्छ ।

खोज पत्रकारितालाई 'रिसाहा पत्रकारिता' पनि भनिन्छ । खोजमूलक स्टोरी गर्दा पत्रकारले स्टोरीमा उल्लेख भएका सबै पक्षका बीच कृत्रिम सन्तुलन मिलाउन खोज्दैन । उसले आफूले लेख्न लागेको स्टोरीमा भएका तथ्य सही छन् भन्नेतिर ध्यान दिन्छ । खोज पत्रकारिता गर्दा 'यो कुरा सही नहुन सक्छ', 'हाम्रो व्याख्या गलत हुन पनि सक्छ' भन्न पाइँदैन । जति वेलासम्म यस्ता शंका लाग्छन् त्यति वेलासम्म स्टोरी गहिराइमा पुगेको, प्रकाशन गर्न लायक मानिंदैन । कुनै स्टोरीमा दुई पक्ष मात्रै हुँदैनन् । खोजमूलक स्टोरीमा सन्तुलन मिलाउनु भनेको यी विभिन्न पक्षका बारेमा व्याख्या गर्नु हो, के भयो भन्ने मात्र नबताएर किन भयो भन्ने पनि बताउनु हो । गुप्तचरले यसो गर्दैन । पत्रकारले चाहिं त्यसको पूर्ण सन्दर्भ प्रस्तुत गर्छ ।

अर्का किसिमले भन्दा, खोज पत्रकारले वैज्ञानिकले जसरी काम गर्छन् । स्टोरी गर्न थाल्दा आफूले सोचेका कुरा प्रमाणित गर्ने पर्याप्त प्रमाण नजुटेसम्म उनीहरू आफूले शुरूमा सोचेका कुरा गलत हुन पनि सक्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्छन् । आफूले सोचेको भन्दा विपरीत कुरा प्रमाणित गर्ने प्रमाण भेटिए भने तिनलाई पत्रकारले बेवास्ता गर्दैनन् । आफूले शुरूमा सोचेभन्दा फरक निष्कर्ष

निकाल्ने प्रमाण पाइएमा उनीहरू त्यसलाई स्वीकार्छन् । यसो गर्दा पत्रकारको काम वैज्ञानिकको कामसँग मिल्न आउँछ जहाँ अनुसन्धानकर्ताले एउटा मान्यता राख्छन् र त्यो सही हो कि होइन भनी जाँच गर्छन् ।

खोज पत्रकार भनेका व्यवस्थापक पनि हुन् । ठूला, लामो समय लाग्ने, गहन अनुसन्धान गर्दा खोज पत्रकारहरूले ठूलो टोली र विज्ञसँग मिलेर काम गर्नुपर्छ, योजना बनाएर सोही अनुसार काम गर्नुपर्छ । यसका लागि उनीहरूले समूहमा काम गर्ने सीप जान्नुपर्छ ।

खोज पत्रकारिता सम्बन्धी केही भ्रम

भ्रम १

खोज पत्रकारिता आकर्षक काम हो र खोज पत्रकार सेलिब्रेटी समेत बन्न सक्छ ।

यसै भएर होला 'अल द प्रेसिडेन्ट्स मेन' नामक फिल्मको प्रचार सामग्रीमा वाटरगेट काण्ड जनसमक्ष ल्याउने पत्रकार होइन तिनको भूमिका खेल्ने कलाकार रबर्ट रेडफोर्ड र गस्टिन हफम्यानको फोटो राखिएको छ । त्यसैले यो भ्रममा नपरौं । वास्तवमा खोज पत्रकारिता कठिन, निरस काम हो र यो काम कहिलेकाहीं खतरनाक पनि हुन्छ ।

भ्रम २

पत्रकार उनीहरूले गरेका स्टोरीभन्दा महत्वपूर्ण हुन्छन् ।

खोज पत्रकारिता भनेको जनसेवाको काम हो, आफ्नो अहंकार देखाउने ठाउँ होइन । खोज पत्रकार हुनु भनेको पेशागत आचारसंहिता उल्लंघन गर्ने अधिकार पाउनु होइन ।

भ्रम ३

खोज पत्रकारिता एकल प्रयास हो ।

खोज पत्रकारितामा आधारित फिल्ममा सबै काम कुरा हिरोले गरेजस्तो देखाइन्छ । तर व्यवहारमा त्यसो हुँदैन । समूहमा काम नगर्ने हो भने खोज पत्रकारिता दिगो हुँदैन ।

भ्रम ४

खोज पत्रकारिता मूलतः निजीक्षेत्रका सञ्चारमाध्यमले गर्ने गर्छन् ।

यो कुरा आंशिक रूपमा मात्र सत्य छ । सरकारी निकायमा हुने गरेका भ्रष्टाचार विरूद्ध सरकारी सञ्चारमाध्यमले अतुलनीय खालका खोजमूलक स्टोरी तयार गरेका उदाहरण पनि छन् ।

भ्रम ५

खोज पत्रकारिताले नराम्रा काममा मात्र ध्यान दिन्छ ।

समाज र समाजलाई सेवा पुऱ्याउने सञ्चारमाध्यम दुवैले समाजमा भइरहेका गलत काम बाहिर ल्याउनु र गलत काम हुने अवस्था सच्याउनुलाई प्राथमिकता दिन्छन् । तर सकारात्मक कुरा बाहिर ल्याउन पनि खोज पत्रकारिताको भूमिका हुन्छ । उदाहरणका लागि, कुनै समुदाय अथवा कोही मानिसका बारेमा असन्तुलित जानकारी बाहिर आएका छन् र उनीहरूलाई बदनाम गरिएको छ भने त्यसलाई सच्याउने उद्देश्यले पनि खोजमूलक स्टोरी तयार गर्न सकिन्छ । यस बाहेक, कसैलाई बदनाम बनाउने स्टोरीले मानिसलाई बेखुशी बनाउँछ । यस्ता स्टोरीको उद्देश्य कसैको निजी जीवनका बारेमा होहल्ला मच्चाउनु मात्र हुन्छ । त्यस्ता स्टोरी त्यतिवेला मात्र खोजमूलक स्टोरी हुन्छन् जतिवेला स्टोरीमा व्यक्तिका गलत व्यवहार मात्र होइन उसका यस्ता व्यवहारले सार्वजनिक हितमा कसरी हानि भइरहेको छ भनी देखाइएको हुन्छ ।

भ्रम ६

सबै राम्रा रिपोर्टिङ खोजमूलक रिपोर्टिङ हुन् ।

पत्रकारिताको परम्परागत परिभाषाले पत्रकारलाई 'पहरेदार' ठान्छ जसको काम गलत काम पत्ता लगाउनु, गलत काम गर्नेतिर औंला ठड्याउनु र फेरि त्यस्ता गलत काम गर्न नपाउने वातावरण बनाउनु हो । यो पत्रकारहरूको एउटा भूमिका हो । भ्रष्टाचारीले भ्रष्टाचार गर्न नपाउने वातावरण तयार गर्नु जरूरी छ । तर खोज पत्रकारले अपराधीमा मात्रै ध्यान दियो र अपराधीलाई अपराध गर्न दिने गलत प्रणालीका बारेमा बोलेन भने एउटा भ्रष्टले सजाय पाए पनि अर्को भ्रष्ट निस्कन्छ र उसले पहिलोले गरे जस्तै भ्रष्टाचार गर्छ (पहिलोबाट पाठ सिकेर अझ राम्रोसँग गर्न पनि सक्छ) । खोजमूलक स्टोरीले मानिसलाई भ्रष्टाचार गर्न छूट दिने खालका छिद्र पहिल्याउनु र ती छिद्र टाल्न सक्ने मानिसलाई यसबारे सचेत गराउनु पनि पर्छ । शक्तिमा रहेकाहरूले यसो गरेनन् भने उनीहरूले त्यसो किन गरेनन् भनी अर्को स्टोरी गर्नुपर्छ । त्यसैले, खोज पत्रकारले पत्रकारिताका अरू सबै सीप- अवलोकन गर्ने, अनुसन्धान गर्ने र जवाफ खोज्न प्रतिबद्ध भएर लाग्ने- त जानेको हुनुपर्छ । तर यति सीपले मात्रै ऊ खोज पत्रकार बन्न सक्दैन । ऊ अरू पत्रकारभन्दा फरक पनि देखिंदैन ।

खोज पत्रकारिता किन गर्ने ?

खोज पत्रकारिता गर्न धेरै समय लाग्न सक्छ, यो खर्चिलो र जोखिमपूर्ण हुनसक्छ । सामान्य खालका स्टोरी तयार गर्दा पनि सन्तोषजनक पत्रिका निकाल्न सकिने हुँदाहुँदै पनि खोजमूलक स्टोरी गर्नुपर्छ भन्ने कुरामा खोज पत्रकारले सम्पादकलाई मनाउनुपर्छ । खोज पत्रकारिता किन गर्नुपर्छ र खोज पत्रकारिता गर्नुहुँदैन भन्ने मुख्य तर्क के हुन् ?

विकासोन्मुख देशका पत्रिकाका मालिकले खोज पत्रकारितालाई 'पश्चिमा' चलन हो र आफ्ना जस्ता देशमा खोज पत्रकारिता उपयोगी हुँदैन भन्ने ठान्न सक्छन् । तर खोज पत्रकारिता गर्न सधैंभरि धेरै समय र पैसा चाहिन्छ नै भन्ने छैन । पत्रकार दृढ र प्रतिबद्ध भएको खण्डमा पैसा नभए पनि राम्रा खोजमूलक स्टोरी तयार हुन्छन् भन्ने कुराका धेरै उदाहरण छन् ।

खोज पत्रकारिता किन पनि गर्नुपर्छ भने यसले प्रजातन्त्रलाई मजबूत बनाउन सहयोग गर्छ । सरकारी अधिकारीले दिएका जानकारीमा सीमित भएर रिपोर्टिङ गर्नु भनेको शक्तिमा बसेका मानिसलाई अजेन्डा निर्धारण गर्ने अवसर दिनु हो । यस्तो अवस्थामा शक्तिमा बसेकाले जे भन्यो त्यो मात्र समाचार बन्छ ।

संयुक्त अधिराज्यको खोज पत्रकारिता केन्द्रका निर्देशक गाभिन म्याक्फाड्यान भन्छन्:

'गम्भीर खोजमूलक स्टोरी प्रकाशित भएपछि मानिसले यसबारेमा चर्चा गर्छन् । उनीहरूले यस्तो स्टोरी आएको छ भनेर अरूलाई भन्छन् । पत्रिकाको बिक्री बढ्छ, दर्शकको संख्या बढ्छ, खोजमूलक स्टोरी समावेश भएको कार्यक्रमले साँच्चैको विश्वसनीयता हासिल गर्छ । सबैभन्दा ठूलो कुरा बफादार समर्थक बढ्छन् । जब कुनै समाचारले मानिसलाई असर गर्छ तब उनीहरू यसका बारेमा कुरा गर्छन् । सबै देशमा यस्तै होला जस्तो लाग्छ । यसले पत्रकारिताको चलन पनि फेर्छ । सम्पादक र कार्यक्रम निर्माताले परिष्कृत पत्रकारिताको अभ्यास गर्छन् । अथवा उनीहरू अझ बढी जुझारू हुन्छन् । खोज पत्रकारितालाई दमन गर्न होइन प्रवर्द्धन गर्न सञ्चारसम्बन्धी कानून कसरी उपयोग गर्ने भन्ने कुरा उनीहरूले थाहा पाउँछन् । थप आक्रामक रिपोर्टिङ गरेर उनीहरूले दर्शक र पाठक बढाउँछन् ।'

सञ्चारमाध्यमले कडा प्रश्न सोधेन, सञ्चारमाध्यम दुई पक्षका दावी र प्रतिदावीमा मात्र सीमित भयो अनि आफैंले खोजेका जानकारी र विश्लेषण दिएन भने जनसहभागिता, सरकारको उत्तरदायित्व र पारदर्शिता जस्ता प्रजातान्त्रिक सिद्धान्त असफल हुन्छन् । प्रजातन्त्रको आयु बढाउनका लागि खोज पत्रकारिता नभई नहुने कुरा हो ।

अनुराग

खोज पत्रकार इभेल्यान ग्रोइनिंकका विचारमा अनुराग खोज पत्रकारमा हुने सबैभन्दा ठूलो गुण होः

'अधिकांश अवस्थामा खोज पत्रकारिता जस नपाइने काम हो, यसले कति धेरै समय र ऊर्जा खान्छ भने सम्पादकले यस्तो स्टोरी पर्खने धैर्य गुमाउन सक्छ । शक्तिशाली मानिसहरू खोज पत्रकारसँग रिसाउँछन् । राम्रो तलब र बढुवा चाहने, व्यवस्थापकीय पद र सोही अनुसारको तलबप्रति उत्कट चाहना भएको, आफ्नो देश अथवा आफ्ना ठाउँका भीआईपीले आफूलाई डिनर र पार्टीमा बोलाउन भनी आश गर्ने पत्रकारका लागि खोज पत्रकारिता काम नलाग्न सक्छ । चुनौतीको सामना गर्न मन पराउने, सत्य र न्यायप्रति अनुराग भएको, सार्थक स्टोरी तयार गरेर आफ्ना पाठक अथवा अडियन्सको सेवा गर्न चाहने, जतिसुकै समय र ऊर्जा खर्च गर्न अनि शक्तिशाली मानिसको आँखाको तारो बन्न पनि तयार रिपोर्टरले हो खोज पत्रकारिता गर्ने ।'

जिज्ञासा

खोज पत्रकारिता प्रश्नबाट शुरू हुन्छ । समाचारमा उल्लेख भएको घटनाका बारेमा प्रश्न गर्न सकिन्छ । आफूले दिनैपिच्छे देखे सुनेका घटनाका बारेमा पनि प्रश्न गर्न सकिन्छ ।

अगुवाइ

सञ्चारमाध्यमसँग स्रोतसाधन सीमित हुन्छ, समय पनि कम हुन्छ । त्यसैले म फलानो विषयमा खोजमूलक रिपोर्ट तयार गर्छु भनेर सम्पादकलाई भन्दा उसले 'ल, गर' नभन्न सक्छ । आफूले प्रस्ताव गरेको विषयका बारेमा रिपोर्टरलाई त्यति जानकारी छैन र रिपोर्टर त्यस विषयमा प्रष्ट छैन भने त सम्पादकले स्वीकृति दिने कुरै हुँदैन । खोज पत्रकारले आफैं अगुवाइ गर्नुपर्छ, प्रारम्भिक अनुसन्धान गरी स्टोरी तयार गर्ने ठोस योजना आफैं तयार गर्नुपर्छ । यति गर्दा पनि सम्पादकले स्टोरी गर भनेन भने स्टोरी गर्नका लागि चाहिने बाहिरी स्रोत (खोज पत्रकारिता लेखनवृत्ति हुनसक्ला) खोज्नुपर्ने हुनसक्छ ।

युक्तिसंगत सोचाइ, संगठन र आत्मानुशासन

खोजमूलक रिपोर्ट तयार गर्न धेरै समय लाग्छ । यसो गर्दा मुद्दाको झमेला पनि आइलाग्न सक्छ । त्यसैले आफूले पाएका जानकारी सही हुन् कि होइनन् भनी राम्रोसँग जाँच गर्नुपर्छ । समयको सदुपयोग गर्नका लागि खोज पत्रकार होशियार योजना निर्माता पनि बन्नुपर्छ । तथ्य जाँच र पुनःजाँच गर्ने काम दृढतापूर्वक गर्नुपर्छ र स्टोरी राम्रोसँग तयार भएको छ भन्ने कुरा यकिन गर्नुपर्छ ।

लचकता

खोजी गर्दै जाँदा आफूले पहिले सोच्दै नसोचेका जानकारी पाउन पनि सकिन्छ । शुरूमा एक थोक होला भनेर खोज्न थाल्यो, पछि त्यो होइन रहेछ भन्ने हुनसक्छ र पहिले सोच्दै नसोचेका, पहिलेको भन्दा चाखलाग्दा कुरा भेटिन पनि सक्छन् । यस्तो अवस्थामा खोज पत्रकारले आफूले खोज गरिरहेको विषयमा पुनर्विचार गरी शुरूमा सोचेको भन्दा नयाँ ढंगले काम गर्नुपर्ने हुनसक्छ ।

सामूहिक भावना र कुरा गर्ने सीप

खोज पत्रकारिताका विषयमा बनाइएका फिल्ममा खोज रिपोर्टर एक्लैले काम गरेको देखाइन्छ । कहिलेकाहीं निश्चित समयसम्म आफूले खोज गरिराखेका विषयमा अरूलाई बताउन नमिल्ने हुनसक्छ । तर राम्रो स्टोरी तयार गर्नका लागि सञ्चारमाध्यमका (बाहिरका समेत) धेरै मानिसले सामूहिक रूपमा काम गर्नुपर्छ । 'स्पटलाइट' को टोलीले तयार पारेको क्याथोलिक पुरोहितले गरेको बाल यौन शोषणसम्बन्धी स्टोरी यसको एउटा उदाहरण हो । खोजमूलक स्टोरी तयार गर्नका लागि विज्ञान, स्वास्थ्य, अर्थशास्त्र र समाजशास्त्र जस्ता विभिन्न क्षेत्रका विज्ञको सहायता लिनुपर्ने हुन्छ । खोज पत्रकार जतिसुकै जान्ने भए पनि सबै क्षेत्रको विज्ञ हुनसक्दैन । विभिन्न क्षेत्रका मानिससँगको राम्रो सम्पर्क र नेटवर्किङ पनि सामूहिक कामको एउटा पाटो हो । एकअर्कालाई आफ्ना कुरा बताउनु पनि सामूहिक कामको एउटा अंग हो । यसो गर्दा आफ्नो समूहका सबैले स्टोरी गर्नुको उद्देश्य र आफूले पालना गर्नुपर्ने मापदण्ड (सत्यतथ्य, इमान, गोपनीयता) बारे थाहा पाउँछन् ।

रिपोर्टिङ गर्ने राम्रो सीप

रिपोर्टिङ गर्ने राम्रो सीप सिक्न कलेजमा पत्रकारिता विषय पढेको हुनुपर्छ भन्ने छैन । स्रोत पहिचान गर्ने, अनुसन्धानका लागि योजना बनाउने, अन्तर्वार्ता लिने (आफूले पाएको जवाफ असत्य हुन पनि सक्छ), सही जानकारी राम्रोसँग प्रस्तुत गर्न सक्ने सीप लिनका लागि पर्याप्त तालिम र अनुभव भए पुग्छ । यस बाहेक, आफूले थाहा नपाएका विषयमा सल्लाह र सहयोग माग्न सक्ने क्षमता पनि हुनुपर्छ । आफूसँग त्यति धेरै अनुभव छैन भने अरूसँग मिलेर काम गरेका खण्डमा आफूले नचिताएको परिस्थिति आइलाग्दा समूहका अरूको सीप काम लाग्छ ।

चौतर्फी ज्ञान र अनुसन्धान गर्ने राम्रो सीप

आफूले कुन परिस्थितिमा खोज गर्दैछु भन्ने कुरा थाहा पाउँदा सान्दर्भिक तथ्य पत्ता लाग्छन् र कस्ता प्रश्न सोध्दा आफूले खोजेका जानकारी पाइन्छन् भन्ने थाहा हुन्छ । यसो भएमा स्टोरी गर्दै जाँदा बीचमै छाड्नुपर्ने अवस्था आउँदैन । खोज गर्दै जाँदा आफूले अहिलेसम्म थाहा नपाएको विषयमा जानकारी खोज्नुपर्ने भयो भने खोज पत्रकारले सबैभन्दा पहिले त्यस क्षेत्रको पृष्ठभूमि, चलन, शब्दावली, त्यस क्षेत्रका हर्ताकर्ता र त्यस क्षेत्रमा प्रचलित विषयबारेमा तुरून्तै थाहा पाउनुपर्छ । विज्ञहरूसँग जानकारी लिन सक्ने गरी कुराकानी गर्ने, वेब सर्च इन्जिन चलाउने अथवा उपयोगी पुस्तक कहाँ छन् भनी पत्ता लगाउने र सर्सर्ती हेर्ने सीप पनि खोज पत्रकारिताका लागि उपयोगी हुन्छन् । खोज पत्रकारले समय पाउने बित्तिकै जे पनि पढ्नुपर्छ । कुनै पनि विषयका बारेमा अलिअलि थाहा पाइराख्दा जुनसुकै स्टोरी लेख्न काम लाग्छ ।

निष्पक्षता र आचारसंहिताको कठोर पालना

खोजमूलक स्टोरी गर्दा आफ्नो सुरक्षा, जागिर र ज्यान समेत खतरामा पर्न पनि सक्छ । स्टोरीमा कसैमाथि जथाभावी आरोप लगाइएको छ भने आरोपितको पनि सुरक्षा, जागिर र ज्यान खतरामा पर्न सक्छ । त्यसैले, खोज पत्रकारले कठोर र विवेकशील ढंगले तयार गरिएको व्यक्तिगत आचारसंहिता पालना गरी आफ्ना स्रोत र स्टोरीमा उल्लेख भएका मानिसलाई सम्मानजनक व्यवहार गर्नुपर्छ र सकेसम्म उनीहरूलाई हानि हुन दिनुहुँदैन । यस बाहेक, खोजमूलक स्टोरी तयार गर्ने समाचार कक्षले पनि आचारसंहिता पालन गरेको हुनुपर्छ र आचारसंहिताका विषयमा अलमल भएमा त्यस्ता विषयमा छलफल गरी टुंगोमा पुग्ने वातावरण मिलाउनुपर्छ । कहिलेकाहीं, खोज पत्रकारप्रति आम मानिसको विश्वास नै पत्रकारको सबैभन्दा ठूलो सुरक्षा कवच हुनसक्छ । आचारसंहिता विपरीत काम गरेमा यस्तो विश्वास गुम्छ ।

विवेक

आफूले खोज गर्दै गरेको विषयमा हल्ला गरेका भरमा राम्रो खोजमूलक स्टोरी तयार हुँदैन । जथाभावी बोल्नु भनेको आफ्नो खोज र त्यसमा संलग्न मानिसलाई जोखिममा पार्नु हो । यसरी हल्ला गर्दा आफ्ना प्रतिद्वन्द्वीले विषय थाहा पाएर आफूभन्दा पहिले स्टोरी तयार गर्न सक्छ अथवा स्टोरीका लागि जोसँग कुराकानी गर्नुपर्नेछ उसलाई भड्काइदिन सक्छ । आफूले गरिराखेको स्टोरीका बारेमा बढी हल्ला गर्नु आफ्नो स्टोरी आफैंले मार्नु हो ।

देशभक्ति

खोज पत्रकारलाई प्रायशः 'देशद्रोही' भनी निन्दा गर्ने गरिन्छ । तर, खोज पत्रकारले सार्वजनिक चासोका विषयमा ध्यान दिन्छन् । त्यस्ता विषयमा स्टोरी तयार गरेर समुदायलाई राम्रो बनाउन सहयोग गर्छन् ।

यस खण्डमा खोज पत्रकारिताको परिभाषा दिइयो र यसको महत्वबारेमा बताइयो । खोज पत्रकारले कुनै स्टोरी गर्न सम्पादकको अनुमति लिन सधैंभरि सजिलो हुँदैन भन्ने बारेमा पनि यस खण्डमा छलफल गरियो । सम्पादकको अनुमति पाइन्छ कि पाइँदैन भन्ने कुरा स्टोरी गर्दा कस्ता कुरा फेला पर्लान् भन्नेमा भर पर्छ । यसपछिको खण्डमा स्टोरीको विषय कसरी पत्ता लगाउने र हल्लाको पछि नलाग्ने अवस्था कसरी बनाउने भन्ने बारेमा उल्लेख छ ।

२

खण्ड दुई

स्टोरी आइडिया पत्ता लगाउनका लागि तयारी

सबै स्टोरी आइडियाबाट शुरू हुन्छन् । यस खण्डमा यस्ता आइडिया कहाँ र कसरी पाउने भन्नेबारे लेखिएको छ । पत्रपत्रिका पढ्दा, स्रोतसँग कुरा गर्दा, प्रभावशाली मानिससँग भेट्दा अथवा आफू वरपर भइरहेका हरेक गतिविधि राम्ररी नियाल्दा स्टोरीका लागि आइडिया पाइन्छ । यस खण्डमा फेसबूक र ट्वीटर जस्ता सामाजिक सञ्जाल तथा ब्रेकिङ समाचार हेर्न यिनको भूमिका बारेमा पनि लेखिएको छ । खोज पत्रकारिता गर्नु भनेको आफूलाई सहजबाट असहज परिस्थितितिर धकेल्नु, अहिलेसम्म अज्ञात रहेको संसार चहार्नु र अड्कल गरेर जोखिम उठाउनु हो । सबैभन्दा महत्वपूर्ण कुरा हो– पढ्नु, पढ्नु र पढ्नु अनि आँखा र कान सधैं खुला राख्नु ।

स्टोरी आइडिया कहाँ पाउने ?

अधिकांश स्टोरी रिपोर्टरका आफ्ना रूचिका क्षेत्रका हुन्छन् । प्रकाशित भइसकेका स्टोरीमा उठाइएका प्रश्न अथवा भइरहेका घटनाबाट स्टोरी उब्जन्छन् । कतै पढेका कुनै सामग्री, व्यक्तिगत अनुभव अथवा कसैसँगको कुराकानी अथवा कसैले गरेका कुनै टिप्पणीले कुनै स्टोरी गर्न प्रेरित गर्छन् । यहाँ के कुरा सम्झनु जरूरी छ भने सधैंभरि, लगातार राम्रा स्टोरीका आइडिया निकाल्न सजिलो हुँदैन । पत्रकारका लागि यो सबै भन्दा कठिन काम पनि हुनसक्छ ।

पहिलो, सपनाः उदीयमान खोज पत्रकार शुरू-शुरूमा प्रायशः अँध्यारा गल्लीमा कसैले गोप्य डकुमेन्ट आफूलाई दिएको, त्यसका आधारमा पत्रिकाको पहिलो पेजमा आफ्नो बाइलाइनमा स्टोरी छापिएको, त्यस स्टोरीको खूब तारिफ भएको, आफू पत्रकारितामा स्थापित भएको र पुरस्कार पाएको सपना देख्छन् । कहिलेकाहीं यस्तै हुन पनि सक्छ । वाटरगेट काण्डसम्बन्धी स्टोरी अज्ञात व्यक्तिले दिएको सुराकका आधारमा तयार भयो जसका कारणले राष्ट्रपति रिचार्ड निक्सनले राजीनामा दिनुपर्‍यो । तर राजनीतिक भ्रष्टाचारका विषयमा अज्ञात व्यक्तिले फोन गर्ने वा अति गोप्य कागजात दिने घटना आक्कलझुक्कल मात्र हुन्छन् । यसो भएका खण्डमा पनि तिनको जाँच एकदमै राम्रोसँग गर्नुपर्छ । पत्रकारितामा वाटरगेट स्टोरीबारेमा बारम्बार चर्चा गरिनुको कारण यो चर्चित भएर मात्र होइन रिपोर्टरले यो स्टोरी गर्न उत्साहित र प्रतिबद्ध भएर जुन काम गरे त्यसले गर्दा पनि हो । यो सबैभन्दा उच्च तहमा गरिएको राजनीतिक भ्रष्टाचार सम्बन्धी गज्जबको स्टोरी पनि हो ।

दोस्रो, पत्रकार सधैंभरि ड्यूटीमा हुन्छन् । उनीहरूले आँखा सधैंभरि खुला राख्नुपर्छ र बाटो हिंड्दा आफूले जे जे देखेको हुन्छ ती सबै कुरा याद गर्नुपर्छ । मानिसहरू विभिन्न सेवा लिन लामो लाइन लागेको, अस्पतालमा बिरामीमाथि दुर्व्यवहार भएको आदि कुरा ख्याल गरिराख्नुपर्छ । झट्ट हेर्दा देखिएभन्दा बढी स्टोरी आइडिया पाइन सक्छन् जसका बारेमा थप खोज र अनुसन्धान गर्नुपर्ने हुन्छ । आफ्नो नोटबूकको एउटा खण्डमा आफूले देखेका अथवा आफ्नो दिमागमा आएका स्टोरी आइडिया टिप्नुपर्छ । तिनलाई मोबाइलमा रेकर्ड गर्नुपर्छ ।

तेस्रो, घटना भएको ठाउँ हेरिसक्दा, मानिससँग कुराकानी गरिसक्दा र सबै कुरा टिपिसक्दा पनि पत्रकारले 'पर्याप्त प्रमाण' नभेटेको गुनासो गर्छन् । तर उनीहरूले प्रमाण पहिल्यै भेटिसकेका हुन्छन् । आफूलाई आइपरेको कुनै कुराबाट थालेको स्टोरी अरूले भोगेको कुराबाट थालेको स्टोरीभन्दा कम महत्वपूर्ण हुँदैन । अझ राम्रो के हुन्छ भने के भएको हो भन्ने कुरा आफैंले भोग्दा झन् राम्रोसँग थाहा पाइन्छ । आफैंले भोगेको घटनाका बारेमा आफूले टिपेका नोटका आधारमा स्टोरीको झन् राम्रो योजना बनाउन सकिन्छ । सम्झनामा कहिल्यै पनि भर पर्नुहुँदैन । राम्रो क्यामरा भएको मोबाइल फोन पत्रकारको उपयोगी साथी हो । कुनै नराम्रो कुरा भएको देख्ने बित्तिकै त्यसको फोटो खिचिहाल्नुपर्छ ।

व्यक्तिगत रिसइबी

आफैंले भोगेका विषयमा स्टोरी बनाउँदा दुईवटा समस्या हुन्छन्ः पहिलो, आफू भावनामा बगेर सन्तुलित खोज गर्न बाधा पुग्छ । आफूलाई दुर्व्यवहार गर्ने सरकारी अधिकारीसँग यस्तो रिस उठ्छ कि त्यस विषयका विभिन्न पाटा उधिनेर तथ्य प्रस्तुत गर्नभन्दा उसलाई दोष र आरोप लगाउने काम गरिन्छ । यस्तो वेलामा पत्रकारले आफ्ना व्यवहार र सोचाइलाई नियन्त्रण गरेर आफ्ना स्टोरीमा आफ्नो पूर्वाग्रह आउन दिनुहुँदैन, स्टोरी तथ्यमा आधारित हुनुपर्छ ।

आइलाग्न सक्ने दोस्रो समस्या के हो भने आफूले भोगेको जस्तो व्यवहार धेरैले भोगेको नभएर अपवाद मात्रै हुनसक्छ । त्यसैले अरूले पनि यस्तै व्यवहार भोगेका छन् कि छैनन् भनेर जाँच्नुपर्छ । आफू पत्रकार भएकाले, महिला भएकाले अथवा पुरूष भएकाले अथवा शिक्षित मानिस भएकाले यस्तो समस्या वा व्यवहार भोग्नु परेको हो कि ? अरूले पनि यस्तै व्यवहार भोगेका होलान् ? हरेक दिन यस्तै गरिन्छ कि आज मात्रै यस्तो भएको हो ? आक्कलझुक्कल मात्र हुने घटनालाई सधैंभरि हुने जस्तो मानेर रिपोर्टिङ नगरियोस् भन्नका लागि यसो गर्नु परेको हो । व्यक्तिगत अनुभव मात्रै राखेर स्तम्भ लेख्न सकिन्छ, खोजमूलक रिपोर्टिङ तयार गर्न सकिंदैन । यसलाई रिपोर्ट बनाउनका लागि त्यसका कारण खोज्नुपर्छ, त्यसको सन्दर्भ बुझ्नुपर्छ थरीथरीका मानिससँग कुराकानी गर्नुपर्छ जसले गर्दा रिपोर्ट व्यक्तिगत गुनासो जस्तो नदेखियोस् ।

रिपोर्टरले चिनेजानेका र सहकर्मीका हकमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ । उनीहरूले समस्या भोगेका हुनसक्छन् तर त्यो अपवाद हुनसक्छ र उनीहरू एकपक्षीय भएका हुनसक्छन् । यसबाहेक, आफैं समस्या नभोगेका साथीहरूले पनि रिपोर्टरसँग यस्तो कुरा गर्न सक्छन्ः 'एकजना महिलासँग विमानस्थलका कर्मचारीले घूस मागेको थियो रे भनी मेरा एकजना नातेदारले मलाई बताएका थिए ।' यस्ता कुराबाट सतर्क रहनुपर्छ । ती महिलाको नाम र ठेगाना थाहा छैन अनि उनी रिपोर्टरसँग कुराकानी गर्न तयार छैनन् भने यसलाई हल्ला मात्र ठान्नुपर्छ । त्यसैले कसैको अनुभवका आधारमा स्टोरी बनाउन सकिन्छ कि भनेर हेर्न त सकिन्छ तर यसमा पूरै भर पर्न भने हुँदैन ।

यस बाहेक, खोज पत्रकारिता केन्द्रको यो सल्लाह ख्याल गर्नुहोस्ः

> 'तपाईंले चिनेका केही मानिसहरू यस्तो काम गर्छन् जसले आफूले कामका सिलसिलामा थाहा पाएका निश्चित कुरा अरूलाई बताउनुहुँदैन । उदाहरणका लागि, प्रहरी । त्यसैले, आफूले चिनेका मानिसले दिएका जानकारी कसरी उपयोग गर्ने भन्ने कुरा सोच्नुपर्छ । 'मैले चिनेको मानिस त हो नि अथवा मेरो छिमेकी त हो नि अथवा मेरो साथी त हो नि ! उसले भनेका कुरा प्रकाशित गर्न मिलिहाल्छ नि' भन्नुहुँदैन । यसो गर्दा उसलाई अप्ठ्यारो पर्न सक्छ । त्यसैले उनीहरूबाट आफूले पाएका जानकारी प्रकाशित गर्नका लागि उनीहरूसँग अनुमति लिनुपर्छ ।'

गफ र हल्ला

बजारमा बसेर गफ चुट्ने, सडकछेउमा पसल गर्ने, ट्याक्सी चालक र यात्री, गल्फ खेलाडीका सामान बोक्ने, राजनीतिक दल र प्रहरीका नजिकका मान्छे, जग्गा दलाल अनि बार र क्याफेका सञ्चालकले जति गफ दिन अरू कसैले जानेको हुँदैन । उनीहरूले गरेका गफ र हल्ला चाँडै फैलन्छन् । मिडियालाई प्रायशः 'अजेन्डा निर्धारण गरेको' अथवा आफ्ना रूचिका विषय पाठकलाई थोपरेको आरोप लगाइन्छ तर हल्लाले पनि आफ्ना अजेन्डा निर्धारण गर्छ । पत्रकारले आफूले बनाउने स्टोरीका आइडिया थाहा पाउनका लागि सधैं चनाखो हुनुपर्छ र मानिसले के चर्चा गरिरहेका छन् भनी ध्यान दिनुपर्छ । कोही महिला हराइन् भने उनलाई कतै लगेर बेचियो कि ? मानिसले घरमै पारेको नयाँ खालको रक्सीको दुरूपयोग गरिरहेका छन् कि ? ख्यातिप्राप्त व्यापारीले अचानक पैसा खर्च गर्न छाड्यो कि ? शीर्षस्थ नेताले ठूलो अपराधीसँग हिमचिम बढायो कि ? गफ गर्नेहरूले यी सबै विषयमा कुरा गर्छन् । यीमध्ये धेरै सही हुनसक्छन् । तर मानिसले यस्ता गफ किन विश्वास गर्छन् भनी पत्रकारले सोध्नुपर्छ । यी कुराले हाम्रो समय र देशका बारेमा के बताउँछन् ? मानिसले फेसबूकमा के बारेमा हल्ला गर्दैछन् ?

यस्ता कुरा सुनेपछि पत्रकारले सबैभन्दा पहिले यी कुरा कति सत्य हुन् भनी जाँच्नुपर्छ । ती बारेमा जसलाई थाहा हुनुपर्ने हो उसलाई सोध्नुपर्छ । महिला हराएको हल्ला सुनियो भने उनको ठाउँका प्रहरीलाई सोध्नुपर्छ । मानिसहरूले घरेलु रक्सी धेरै खान थालेको हल्ला सुनियो भने डाक्टरलाई सोध्नुपर्छ । कुनै व्यापारी टाटपल्टन लागेको छ भन्ने हल्ला सुनियो भने उसकहाँ काम गर्ने मानिसलाई उसको व्यापारबारे सोध्नुपर्छ । बजारमा के कुरा चल्तीमा छ भन्ने जान्न वित्तीय विश्लेषकसँग बुझ्नुपर्छ । ती मानिसले हालसालै आफ्नो सम्पत्ति बेचेका छन् कि ? आफूले हल्ला सुनेका विषयसँग सम्बन्धित प्रहरीलाई नियाल्नुपर्छ । हल्लामा केही दम छ भन्ने लागेपछि मात्र स्टोरी बारे योजना बनाउन थाल्नुपर्छ ।

सुराक मूल्यांकन गर्ने

गलत कामसम्बन्धी अधिकांश स्टोरी सुराकबाट शुरू हुन्छन् । उदाहरणका लागि, प्रहरी वृत्तमा काम गर्नेले कार चोरी गर्ने गिरोहमा प्रहरी अधिकारी पनि संलग्न भएको सुराक दिनसक्छ । एकजना व्यापारीकी पहिलेकी श्रीमतीले आफ्नो पूर्व लोग्नेले कर छलेका छन् भनी पत्रिकालाई बताउन सक्छिन् । सरकारले आह्वान गरेको बोलपत्र अनुसार बोलपत्र हाल्ने एउटा कम्पनी र बोलपत्र मूल्यांकन गर्ने अधिकारी बीचमा गलत सम्बन्ध छ भनी राजनीतिज्ञले आफ्ना सम्पादक मित्रलाई बताउन सक्छन् ।

तर यी विषयमा सुराक दिनेले जे भनेका छन् त्यो सत्य नहुन सक्छ । सुराक असत्य हुनसक्छ । कसैलाई फसाउन सुराक दिइएको हुनसक्छ । आफूले पाएको संकेत आंशिक रूपमा मात्र सत्य हुनसक्छ । त्यो कुरा बताएर कसैले आफ्नो स्वार्थसिद्ध गर्न लागेको हुनसक्छ । सत्य भए पनि, नभए पनि आफ्ना कुरा पत्रिकामा आओस् भनेर जानकारी दिइएको हुनसक्छ ।

त्यसैले सुराक पाइसकेपछि सबैभन्दा पहिले यसका बारेमा निम्न कुरा सोध्नुपर्छः

- मैले यस्तो जानकारी नपाएको भए म यस विषयमा लेख्थें कि लेख्दैनथें ?
- यो मेरो रूचिको विषय हो कि होइन ?
- यो आम चासोको विषय हो कि होइन ?

प्रहरी अधिकारी कार चोरी गर्ने गिरोहसँग मिलेका छन् भनी आफूले पाएको सुराक सत्य ठहरियो भने रिपोर्टरले यस विषयमा स्टोरी गर्न थाल्दा हुन्छ ।

भ्रष्टाचारको विषयः दुई पाटा भएको सिक्का

बोलपत्र मूल्यांकन गर्ने अधिकारी र बोलपत्र हाल्ने कम्पनीबीचको गलत सम्बन्ध अथवा कर छल्ने व्यापारीको स्टोरी गर्ने कि नगर्ने ? अर्को एकजना भ्रष्टाचारीले गरेको भ्रष्टाचार उदाङ्गो पार्दा सामाजिक न्याय र सार्वजनिक हितका क्षेत्रमा ठूलो प्रभाव नपर्न सक्छ । भ्रष्टाचार र कर छलीको रोग राज्य संरचनाका अंगअंगमा फैलिएको हुनसक्छ, भ्रष्ट आचरण समाजका केही वर्ग र समूहको नसा–नसामा फैलिएको हुनसक्छ । पत्रकारहरूले के तर्क गर्छन् भने एउटा भ्रष्टाचारीको भ्रष्टाचार उदाङ्गो पार्दा अरू सम्भावित भ्रष्टाचारी डराउँछन् र भ्रष्टाचार विरूद्धको लडाइँ अघि बढ्छ । यो भनाइ केही हदसम्म सत्य छ । आफूले भ्रष्टाचार गरेका खण्डमा कसैले त्यो कुरा बाहिर ल्याइदिन्छ भनेर भ्रष्टाचार गर्न सक्ने ठाउँमा पुगेका मानिस डराउन सक्छन् । अलिकति पैसा जोगिन पनि सक्छ । आफूले तिरेको कर कसरी खर्च भइरहेको भन्ने कुरा जान्न पाउनु आम मानिसको अधिकार हो । तर भ्रष्टाचारका बारेमा धेरैभन्दा धेरै स्टोरी आउँदा पनि राज्यका संरचनाका हरेक अंगमा व्याप्त भ्रष्ट आचरणमा उल्लेखनीय रूपमा प्रभाव पर्दैन किनभने यस्तो चलन जतातते फैलिएको हुन्छ । भ्रष्टाचार नियन्त्रण गर्ने अंग समेत भ्रष्टाचारमा डुबेको हुन्छ ।

तर पत्रकारले भ्रष्टाचारको एउटा उदाहरणलाई कर छल्न दिने, घूस खान दिने समग्र प्रणालीको कमजोरीसँग जोडेका खण्डमा त्यस स्टोरीको उल्लेखनीय प्रभाव पर्न सक्छ । कर छलेको हुनाले स्वास्थ्य संस्थामा डाक्टर र औषधि पठाउन खर्च पुगेन भनी खोज पत्रकारले भ्रष्टाचार र त्यसको असरका बीचमा सम्बन्ध स्थापित गर्न सकेमा 'अर्काले खाएको भनेर पत्रकार रोएको' मात्रै ठहरिंदैन, उसले सामाजिक समस्याका बारेमा बताएको ठहर्छ ।

स्टोरी आइडिया पाउने अन्य उपाय

थरीथरीका प्रकाशन स्टोरी आइडियाका सबैभन्दा ठूला स्रोत हुन् । यस्ता प्रकाशन पढ्नु आफ्नो पेशागत दक्षता र लेखन सीप सुधार्ने सबैभन्दा राम्रो उपाय हो । आफ्नो बिटका विषयमा प्रकाशित हरेक कुरा पढ्नु गम्भीर पत्रकारको पेशागत कर्तव्य हो, खोजमूलक पत्रकारिता गर्ने आधार हो । नपढ्ने पत्रकारले आफूले रिपोर्टिङ गर्ने विषयमा कसरी काम हुन्छ, त्यहाँ कस्ता प्रक्रिया अपनाइन्छन् भन्ने कुरा राम्रोसँग बुझ्दैन । यसो भएपछि गलत काम भएको रहेछ भने पनि त्यो कुरा थाहा पाउँदैन । आफूले यसै थाहा पाउने जानकारी पर्गेल्न धेरै समय खर्च गर्नुका सट्टा आफ्नो ज्ञानको दायरा फराकिलो पार्न निरन्तर नयाँ जानकारी खोजी रहनुपर्छ ।

इन्भेस्टिगेटिभ रिपोर्टर्स एन्ड एडिटर्स (आईआरई) का पूर्व कार्यकारी निर्देशक ब्रान्ट हस्टनले सो संस्थाले निकालेको *इन्भेस्टिगेटिभ रिपोर्टर्स ह्यान्डबूक* मा लेखेका छन्– स्थानीय पत्रिकामा छापिएका सामग्रीमा खोजमूलक स्टोरीका धेरै बीउ भेटिन्छन् । इच्छापत्र, स्वामित्व परिवर्तन, धितो लिलाम, बोलकबोल, बोलपत्र, जफत गरिएको सम्पत्ति, सम्पत्ति दावी सम्बन्धी सूचना जस्ता विज्ञापनमा स्टोरी आइडिया लुकेका हुनसक्छन् । ती पत्रिकामा नयाँ निर्माणका काम अथवा सरकारी आयोजना अथवा स्थानीय अदालतका मुद्दा आदि विषयमा रोचक रिपोर्ट छापिएका हुनसक्छन् । ट्राफिक नियम उल्लंघन गरेर गाडी हाँक्ने चलनका विषयमा पनि समाचार छापिएका हुनसक्छन् ।

छापिएका स्टोरीको फलोअप गर्ने मामलामा पत्रकार धेरै पछि परेका छन् । पाठक सर्वेक्षण र निश्चित समूहमा गरिएका छलफलबाट पाठक फलोअप स्टोरी पढ्न चाहन्छन् भन्ने देखिएको छ । स्टोरी छापिएपछि के भयो, यसो किन भयो अथवा दिनैपिच्छे छापिने, टुक्रे समाचारका पछाडि कस्ता ठूला स्टोरी छन् भन्ने कुरा पाठक पढ्न चाहन्छन् । कुनै घटना किन भयो भनी जवाफ नखोजिएका अथवा स्टोरीले समेटेको विषयका सानो पक्ष मात्रै समेटिएका अर्थात् बृहत् पक्षमा ध्यान नदिएका समाचारमा ध्यान दिनुहोस् । झट्ट हेर्दा एक थोक लाग्ने अथवा नियमित आइरहने स्टोरीलाई अन्य किसिमले लेख्न सकिन्छ कि भनी ध्यान दिनुहोस् ।

सरकारी तथा गैरसरकारी संस्थाका प्रतिवेदन निरस र पढ्न कठिन हुन्छन् । धेरै पत्रकारले यस्ता प्रतिवेदन ख्याल ख्याल जस्तो गरी पढ्छन्, तिनमा गज्जबका स्टोरीका आइडिया भेटिन्छन् भन्ने ठान्दैनन् । त्यस्ता प्रतिवेदनका विषयसूची ध्यान दिएर पढ्यो भने नयाँ र चुनौतीपूर्ण जानकारी भेटिन सक्छन् जसका आधारमा अर्को खोजमूलक स्टोरी थाल्न सकिन्छ ।

पैसा नभएकाले अथवा भौगोलिक कारणले गर्दा पत्रकारले विदेशी प्रकाशन अथवा वेबसाइट (पैसा तिर्नुपर्ने) पढ्न नपाएका हुनसक्छन् । खोज पत्रकारले कुनै न कुनै उपाय अपनाएर आफूलाई अद्यावधिक राख्नुपर्छ । विभिन्न राजदूतावास र गैरसरकारी तथा सामाजिक संस्थाका पुस्तकालयमा इन्टरनेट निःशुल्क दिइएको हुनसक्छ । अरू विकल्प छैनन् भने यस्ता ठाउँमा गएर पनि पत्रकारले आफूलाई अद्यावधिक राख्न सक्छन् ।

इन्टरनेटमा नियमित रूपमा समाचार साइट र फेसबूक तथा ट्वीटर जस्ता सामाजिक सञ्जाल हेर्नुहोस् जहाँ थरीथरीका मानिसका थरीथरीका विचार र तिनका विपक्षका विचार पाइन्छन् । ट्वीटरमा सामान्य जानकारी र समसामयिक विषयका ताजा समाचार पाइन्छन् । छिनछिनमा

नयाँ कुरा भइरहने र पुराना मान्यताका ठाउँमा नयाँ मान्यता स्थापित हुने स्वास्थ्य अथवा विज्ञानका क्षेत्रमा भएका नयाँ कुरा थाहा पाउन सामाजिक सञ्जाल अझ बढी उपयोगी हुन्छन् । यूरोप र अमेरिकामा एन्टिरेट्रोभाइरल औषधि परीक्षण सफल भएको धेरै वर्षपछि पनि विकासोन्मुख देशका धेरै पत्रकारले एड्सको प्रभावकारी उपचार भएन भनेर स्टोरी लेखिरहेका हुनसक्छन् । उनीहरूले एड्सको उपचारका क्षेत्रमा भएका प्रगतिका बारेमा थाहा नपाएर यसो गरेका हुनसक्छन् । नयाँ कुरा थाहा नपाउने पत्रकारले आधारभूत स्वास्थ्य सेवाका बारेमा जनचेतना जगाउन सक्दैनन् ।

नोट :

संकेत, हल्ला र तथ्य कसरी जाँच्ने ?

पत्रकारले आफूले गरिरहेको स्टोरीका सबै पक्षका जानकारी खोज्नुपर्छ । स्टोरीको विषयसँग सम्बन्धित पक्ष विपक्ष र उनीहरूका बीचको द्वन्द्व अनि आरोप लगाउने र लागिने मानिसका व्यवहार राम्रोसँग अध्ययन गर्नुपर्छ । तर सुराक, गफ, व्यक्तिगत अनुभव अथवा अन्य किसिमले पाइएका जानकारी सही हुन् कि होइनन् भनी कसरी जाँच्ने ?

वेबसाइटबाट खोजिएका जानकारीका सम्बन्धमा दुई किसिमका प्रश्न सोध्नुपर्छ । पहिलो, यो कसले लेखेको हो र यस विषयमा लेख्न उनीहरू कत्तिको योग्य छन् ? यो लेख्न उनीहरूलाई केले प्रेरित गऱ्यो ? वेब, ट्वीटर र फेसबूकमा जसले जे पनि पोस्ट गर्न सक्छ । इमानदार विज्ञदेखि लिएर भलो कुरा होस् भनी चाहना गर्ने मानिससम्म, व्यापारिक अथवा राजनीतिक स्वार्थ समूहले पैसा दिएर नियुक्त गरेका मानिसदेखि सर्वसाधारणसम्म । त्यसैले, वेबमा राखिएका जानकारी कति विश्वसनीय छन् भनी जाँच्नुपर्छ ।

दोस्रो, स्टोरीका संकेत दिने जानकारी वेबमा पोस्ट गर्ने व्यक्तिका बारेमा के कस्ता विवरण सार्वजनिक रूपमा उपलब्ध छन् ? खोज पत्रकारले उनीहरूको जीवनी, उनीहरूको पढाइ, उनीहरूले सम्हालिसकेका पद आदि बारेमा थाहा पाउन कोशिश गर्नुपर्छ । उनीहरूको फेसबूक र ट्वीटर अकाउन्ट हेर्नुपर्छ । कुनै नयाँ उद्यमको चर्चा भएको रहेछ भने त्यसका मुख्य सञ्चालक को हुन् भनी थाहा पाउनुपर्छ । उनीहरूका मित्र र वैरी को को हुन् अनि उनीहरूको कामसँग सम्बन्धित सरकारी कर्मचारी को को हुन् थाहा पाउनुपर्छ । नयाँ कृषि मन्त्री कृषिसँग सम्बन्धित कुनै उद्यमको बोर्डमा रहेछ भने यसो हुनु वैधानिक हो भनी प्रश्न सोध्नुपर्छ । वैधानिक नै रहेछ भने पनि यसो गर्नु दुई नाउमा खुट्टा हाल्नु (अर्थात् स्वार्थ बाझिनु) हो । यस्ता सम्बन्ध थाहा पाउँदा आफ्नो सम्भावित स्टोरीका बारेमा उपयोगी अन्तरज्ञान पाइन्छ ।

पेट्रोल, जग्गा अथवा छात्रवृत्ति जस्ता दुर्लभ स्रोत साधनको वितरणसम्बन्धी प्रतिवेदनमा यी स्रोतसाधन वितरण गर्दा भ्रष्टाचार भएको संकेत मिल्न सक्छ । यी स्रोतसाधन वितरणसम्बन्धी अन्तिम निर्णय कसले गर्छ र यी स्रोतसाधन वितरण गर्ने प्रणाली के कस्तो छ भन्ने कुरा थाहा पाउँदा भ्रष्टाचारका स्टोरी पाउन सकिन्छ किनभने दुर्लभ स्रोत साधनको वितरण गर्ने मानिसले यसबाट व्यक्तिगत लाभ उठाउन सक्छन् । वेबसाइटमा उपलब्ध जानकारी राम्रोसँग अध्ययन गरेका खण्डमा यी मानिसले कति जानकारी दिएका रहेछन् र कति जानकारी लुकाएका रहेछन् भन्ने थाहा पाइन्छ ।

शक्तिशाली सरकारी कर्मचारी अथवा राजनीतिज्ञले कसैमाथि गलत अथवा एकपक्षीय आरोप लगाउन मिल्ने कागजी 'प्रमाण' पाउन सक्छन् अथवा बनाउन सक्छन् । सरकारी लेटरहेड, कम्प्युटर अथवा फोटोकपियर जुटाउन सक्ने जोसुकै पनि नक्कली कागज तयार गर्न सक्छ । कागजात सक्कली नै भए पनि कुनै विषयसँग सम्बन्धित छानिएका केही कागज मात्र पत्रकारको हात पऱ्यो र सोचविचार गरिकन अरू महत्वपूर्ण कागज लुकाइएको रहेछ भने ती कागजले आफूले अध्ययन गरेको विषयको आंशिक र अर्धसत्य चित्र मात्र देखाउँछ, पूर्ण तस्वीर होइन ।

कहिलेकाहीं कागजात पत्रकारले बुझ्न नसक्ने गरी जटिल अथवा प्राविधिक हुन्छन् । ती कागजात बुझ्न विज्ञको सहायता लिनुपर्छ । यस्ता कागजातका सम्बन्धमा लेखापाल, वकिल अथवा डाक्टर

जस्ता स्वतन्त्र विज्ञसँग छलफल गर्नुपर्छ । सामान्य खालका जस्ता लाग्ने डकुमेन्ट पढ्दा पनि तिनको गलत व्याख्या गरिने डर हुन्छ । कहिलेकाहीं आरोप सही हुनसक्छ तर त्यस्तो गलत काम सारै सानो हुनसक्छ । भ्रष्टाचार गरेको आरोप जताततै फैलिएका वेलामा सुराक/संकेत दिने मान्छेले पत्रकारलाई उपयोग गरेर उसका प्रतिद्वन्द्वीलाई तह लगाउने, आफ्नो स्वार्थसिद्ध गर्नमा आइपरेका बाधा हटाउने अथवा उनीहरूको महत्वाकांक्षा पूरा गर्न खोजेका छन् कि भनी पत्रकार सतर्क हुनुपर्छ ।

खोज गर्ने अर्को तरिका हो– विभिन्न क्षेत्रका मानिससँग नियमित रूपमा कुराकानी गर्नु । कुनै निश्चित विषयमा छलफल गर्ने उद्देश्य विनै पनि विज्ञसँग नियमित रूपमा भेटघाट गरियो भने अरू रिपोर्टरले थाहा पाउनुभन्दा पहिल्यै आफूले रिपोर्टिङका लागि आइडिया पाउन सकिन्छ । आफूलाई चाहिएका वेलामा मात्रै सम्पर्क गऱ्यो भने विज्ञहरूलाई पत्रकारले आफूलाई उपयोग गरिरहेको जस्तो लाग्छ । यस्ता स्रोतले पत्रकारलाई आफैं जानकारी दिंदैनन् । राम्रो स्टोरी आइडिया पाउनका लागि पत्रकार रचनात्मक र जिज्ञासु बन्नुपर्छ ।

खोज पत्रकार तथा इन्सिएडका प्रोफेसर मार्क हन्टर र उनका डच साथी लुक सेनेगरको सल्लाहः

“'हामी स्टोरीको आइडिया थाहा पाउनका लागि जानकारी संकलन गर्छौं । हामी स्टोरी तय भइसकेपछि त्यससम्बन्धी जानकारी संकलन गर्ने मात्र गर्दैनौं । स्टोरी पढेपछि पाठकमा आवेग उत्पन्न हुनुपर्छ । स्टोरीमा उल्लेख भएका गलत काम गर्ने मानिससँग पाठक रिसाउन्, अरूका दुःखमा रोउन् र त्यस्तो अवस्था फेर्न प्रतिबद्ध भएर लागुन् भन्ने चाहना पत्रकारमा हुन्छ । यसो गराउन सकिएन भने प्रमाण भेला गर्न त्यत्रो समय खर्च गरेको, आफ्नो जीवन र सम्बन्ध जोखिममा पारेको के अर्थ हुन्छ र ? आफ्नो स्टोरीमा मानिसका जीवन राखिदिनुपर्छ, उनीहरूका भनाइ मात्र होइन ।'”

ठोस स्टोरी कसरी तयार गर्ने ?

'भ्रष्टाचार' भन्नाले धेरै थरीका गलत काम भन्ने बुझिन्छ । त्यसैले, पत्रकार आफूले के विषयमा खोज गर्न लागेको हो भन्ने कुरामा प्रष्ट हुनुपर्छ । झूटा कुरा र गलत जानकारी बारेमा हो कि, नियम उल्लंघन गरेको विषयमा हो कि ? नातावाद (आफ्ना साथी वा परिवारका सदस्यलाई जागिर, ठेक्का दिएको वा पक्षपात) गरेको हो कि ? घूस खाएको हो कि ? लापरबाही गरेको हो कि ? नियन्त्रण नगरेको हो कि अथवा नियतपूर्वक गलत काम गरेको विषयमा हो कि ? भनी प्रष्ट हुनुपर्छ ।

त्यस्तो मान्यतालाई राम्रो मान्यता मानिन्छ जसलाई ठोस तथ्य उपयोग भएको खोजका आधारमा सही वा गलत भनी प्रमाणित गर्न सकिन्छ (यसबारेमा अर्को खण्डमा थप छलफल गरिएको छ) । अस्पष्ट र धेरै ठूलो विषय समेटेको मान्यतालाई सही वा गलत भनी प्रमाणित गर्न सकिंदैन ।

त्यसैले, स्टोरी आइडिया स्पष्ट र ठोस हुनुपर्छ । व्यापारीले आफ्ना कामदारलाई पेन्सन वापत दिनुपर्ने करोडौं रूपैयाँ उनीहरूलाई नदिएर विलासी जीवन बिताउनु र सचिवले आफ्नो मन्त्रालयका लागि कफी बनाउने मेशीन आफ्ना नातेदारबाट खरीद गर्नुका बीचमा आकाश पातालको अन्तर हुन्छ । सम्पादकलाई म यो विषयमा स्टोरी गर्छु भनेर बताउँदा आफू कसरी खोज गर्छु भन्ने कुरा पनि बताउन सक्नुपर्छ । यस बारेमा शुरूकै चरणमा सोचविचार गर्नु राम्रो हुन्छ । यसो गर्दा कानूनी र आचारसंहिता सम्बन्धमा पछि उठ्न सक्ने दोधार/दोमन पहिल्यै समाधान गर्न सकिन्छ । आफ्नो स्टोरीका लागि जानकारी संकलन गर्न भेष बदल्नुपर्छ भने त्यसो गर्ने कि नगर्ने भनी पहिल्यै विचार गर्न सकिन्छ ।

हेडलाइन अत्यन्त महत्वपूर्ण हुन्छ

प्रारम्भिक अनुसन्धान गर्दा आफ्नो शुरूको मान्यता ठीक छ कि त्यसलाई फेर्नुपर्छ भन्ने थाहा हुन्छ । शुरूमा जे भएको होला भनी सोचेको थियो पछि त्यसको ठीक उल्टो भएको पनि हुनसक्छ । यसका आधारमा रिपोर्टरले आफ्नो स्टोरीको मर्म झल्काउने आकर्षक हेडलाइन बनाउनुपर्छ । यो काम सम्पादकले होइन, जानकारीका स्रोतले पनि होइन रिपोर्टर आफैंले गर्नुपर्छ । पछि यो हेडलाइन फेरिन सक्छ तर स्टोरीको ध्यान केमा केन्द्रित छ भन्ने कुरा आफैंलाई सम्झाउन पनि हेडलाइन तयार गर्नुपर्छ । यसो गर्दा सम्पादकलाई स्टोरी गर्नुपर्छ भनेर मनाउन सकिन्छ । यसो गर्दा स्टोरीलाई पछि कसरी प्रस्तुत गर्न सकिन्छ भनेर रचनात्मक तरिकाले सोच्न पाइन्छ । थप जानकारी खोज्दै जाँदा यसलाई परिमार्जन गर्नुपर्ने हुन्छ ।

'डाक्टर बच्चा मार्दैछन्' र 'बचाएका बालक सडकमा अलपत्र'

पत्रकारिताका प्रोफेसर मार्क हन्टरलाई अमेरिकन अस्पतालमा डाक्टरहरूले महीना नपुगी जन्मेका बच्चा 'मारेको' विषयमा 'स्टोरी तयार गर्न' भनियो । तर उनले खोज गर्दा यो पूर्णतः झूटा भएको पाए । पुरातनपन्थी धार्मिक कट्टरतावादी समूहबाट प्रेरणा पाएर तयार भएको अमेरिकाको नयाँ कानूनले समय नपुग्दै जन्मेका, दुःखदायी, शरीरमा उपकरण राख्नुपर्ने उपचार पद्धति जीवनभर अपनाउनुपर्ने खालका बच्चालाई पनि जीवित राख्नुपर्ने प्रावधान बनायो । कानून बन्नु भन्दा पहिले आफैं बाँच्न सक्ने अवस्थामा नभएका बालकलाई अब अपरेशन, ट्यूब, थोपा, जाँच र अन्य अपरेशन जस्ता उपचार सहायता दिनुपर्ने भयो । खासमा डाक्टरहरूले पहिलेभन्दा धेरै, समय नपुगेका बच्चा बचाउन थालेका थिए । दुर्भाग्यवश, यीमध्ये अधिकांश बालक हुर्कंदा दीर्घ रोगी र अति धेरै अपाङ्ग र घस्रिने हुन्थे । अर्कातिर, पुरातनपन्थीकै प्रेरणा पाएर बनाइएको अर्को कानूनले सामाजिक सुरक्षा भत्ता घटाइदियो । गरीबका अपाङ्ग बच्चालाई निःशुल्क सहयोग गर्ने प्रावधान हट्यो । यसरी 'बचाइएका' धेरै बालबालिका सडकमा अलपत्र हुन पुगे । हन्टरले आफूलाई भनिएभन्दा ठीक उल्टो हेडलाइन बनाए जुन उनलाई दिइएको हेडलाइन जति झट्का दिने खालको थिएन ।

अरूलाई बताउने

स्टोरी कहाँ पुग्यो भनेर सोध्न पछि समय बिताउनु भन्दा यो समयमा 'कम्तीमा यति काम' भइसक्नुपर्छ भनेर पहिल्यै तोक्नु उपयोगी हुन्छ । स्टोरीको आइडिया पाउने बित्तिकै खोज गर्ने काममा संलग्न हुनसक्ने आफ्ना समाचार कक्षका मानिसलाई यसबारेमा बताउनुपर्छ । काम गर्ने समूह बनाउन र यस काममा संलग्न सबैबीच सुमधुर सम्बन्ध कायम राख्न यस्तो गर्नु जरूरी छ । स्टोरी हुन्छ भन्ने लाग्ने बित्तिकै आफूले विश्वास गर्न सक्ने साथी र निर्णयकर्तालाई बताउँदा शक्तिशाली समूह निर्माणका लागि बलियो जग बस्छ । आफ्नो स्टोरीले पछि राम्रो ठाउँ पाउने वातावरण बन्छ ।

विवेक लगाउनुपर्छः

- तयार गर्न लागिएको स्टोरीका बारेमा अरूलाई बताउँदा सावधान हुनुहोस् । सबै रिपोर्टर उपस्थित भएको समाचार कक्षको बैठकमा हल्ला नगर्नुहोस् । कहिलेकाहीं यस्ता कुरा बताउँदा अरूले नसुनुन् भनेर ढोका थुन्नुपर्ने हुनसक्छ ।
- समूहका सदस्य छान्दा ध्यान पुऱ्याउनुहोस् । समूहका अरू सदस्य पनि सावधान हुनुपर्छ ।
- आफ्ना कामका बारेमा विस्तृत विवरण नदिनुहोस् । अहिलेसम्म यो प्रस्तावित स्टोरी मात्र हो । यसका बारेमा धेरै जानकारी जाँच्न बाँकी नै छ । आफूले अरूलाई बताएका जानकारी जाँच गर्न बाँकी नै छ, त्यसैले सावधान हुनुपर्छ भनेर बताउनुस् ।

संकेत, हल्ला र सुराक सही वा गलत के हुन् भन्ने थाहा पाइसक्ने बित्तिकै जानकारी खोज्न थाल्ने रहर हुन्छ । तर, अनुसन्धान थाल्नु पहिले कति वेला, के कस्ता काम, कसरी गर्ने भनेर योजना बताउनुपर्छ । सबैभन्दा पहिले के गर्ने र खोज गर्नुभन्दा पहिले र खोज गरेका वेलामा के कुरामा ध्यान दिनुपर्छ ? अब आउने खण्डमा यी विषयमा प्रकाश पारिएको छ ।

३

खण्ड तीन

योजना

यस खण्डमा खोजमूलक स्टोरी तयार गर्नका लागि योजना बनाउँदा चाल्नुपर्ने विभिन्न कदमबारे बताइएको छ । ती चरण यस प्रकार छन्: आफैंलाई प्रश्न सोध्ने, स्रोतलाई सोधपुछ गर्ने, सम्पादकलाई मनाउने, बजेट बनाउने । यस खण्डमा दिइएका सबै उदाहरणले खोजमूलक स्टोरी तयार गर्नका लागि योजना नभई हुँदैन भन्ने बताउँछन् । यस खण्डमा विश्वसनीय स्रोत कसरी चिन्ने र प्रमाणमा आधारित रिपोर्टिङ मार्फत स्टोरीका विस्तृत विवरणलाई चाखलाग्दो लेखनमा कसरी ढाल्ने भन्नेबारे पनि चर्चा गरिएको छ ।

खोज गर्न योजना कसरी बनाउने ?

स्टोरीको आइडिया भेट्ने बित्तिकै खोज्न दौडिहाल्न मिल्दैन । आइडिया त शुरूआत मात्रै हो । खोजमूलक स्टोरीको ठूलो सामाजिक दायित्व हुनाले र यसबाट कानूनी झन्झट पनि आइलाग्न सक्ने हुनाले रिपोर्टिङ सम्भव भएसम्म पूर्ण, सही र विस्तृत हुनुपर्छ । खोज पत्रकारिताका लागि सामूहिक प्रयास र धेरै स्रोत चाहिने हुनाले समूहका साथीहरूका बीचमा राम्रो सञ्चारसम्बन्ध हुनुपर्छ । खोजमूलक स्टोरी तयार गर्नका लागि स्रोतसाधन पनि जुट्नुपर्छ । यी सबै कारणले गर्दा हरेक चरणका लागि विचार पुर्‍याएर योजना बनाउनुपर्छ ।

स्टोरीको आइडिया कहाँबाट आयो भन्ने कुरा रिपोर्टरको कार्ययोजनालाई प्रभावित पार्ने एउटा तत्व हो । आइडिया आफ्नै अवलोकनबाट आएको हो अथवा कुनै एउटा घटनाबाट आएको हो भने यस्ता घटना बारम्बार भइरहन्छन् कि आक्कलझुक्कल मात्र हुन्छन् भनी पत्ता लगाउनुपर्छ । कसैले दिएको संकेतबाट आइडिया आएको हो भने त्यो कत्तिको आधिकारिक र विश्वसनीय छ भनी जाँच्नुपर्छ र आफूलाई त्यस्तो संकेत दिने मानिसले आफूलाई संकेत दिनुको उद्देश्य हो के भन्ने कुरा शुरूमै पत्ता लगाउनुपर्छ । आफूले पाएको संकेत सही छ र प्रारम्भिक अनुसन्धानमा कसैले नकार्न नसक्ने प्रमाण भेटिए भने पनि थप खोज गर्न दौडिइहाल्नु हुँदैन । आफ्नो स्टोरी आइडियालाई विषयमा केन्द्रित भएको त्यस्तो मान्यता/प्रश्नमा बदल्नुपर्छ जसलाई सही वा गलत प्रमाणित गर्न/जवाफ दिन सकिन्छ । तर शुरूमा बनाएका योजना पछि जस्ताको तस्तै लागू गर्नुपर्छ भन्ने छैन । खोज गर्दै जाँदा नयाँ जानकारी र नयाँ दिशा फेला परे भने आफ्नो योजना बदल्नुपर्छ ।

प्रायशः पत्रकारले पाएका स्टोरी आइडिया यस्ता हुन्छन् तिनमा अति धेरै पक्षमा अनुसन्धान गर्नुपर्ने हुन्छ (त्यसो गर्न असम्भव हुन पनि सक्छ) । खोज पत्रकार तथा अमेरिकी समाचारपत्र अटलान्टा जर्नल-कन्स्टिच्यूशन का पूर्व व्यवस्थापन सम्पादक थोमस ओलिभरले भनेका छन्ः 'खोजमूलक स्टोरीको प्रोजेक्टले सबै कुरा समेट्न खोजेको हुनसक्छ । कहिलेकाहीं त आफूले खोज गरिरहेको विषयका सबै पक्ष व्यापक रूपमा समेट्न खोजेको हुनसक्छ । यसो हुनु योजनाको दुर्बल पक्ष हो, सबल पक्ष होइन ।' यसलाई आफ्नै किसिमले परिमार्जन गर्नुपर्छ । आफूले गर्न लागेको स्टोरीको सारांश लेख्ने कोशिश गर्नुहोस् । यस्तो सारांश लेख्नु भनेको आफ्नो स्टोरीको अन्तिम रूप कस्तो हुन्छ भनी एक अनुच्छेदमा बताउनु हो । यसो गर्नु भनेको पत्रकारका दिमागले स्टोरी बारेमा सोच्नु हो । स्टोरी स्थानीय, क्षेत्रीय अथवा राष्ट्रिय कुन दृष्टिले हेरिएको छ भनेर पनि सोच्नुपर्छ । यस चरणमा निम्न प्रश्नमा ध्यान दिनुपर्छः

- के भइरहेको छ ? तपाईंका पाठकले यस कुरामा किन चासो राख्नुपर्छ ?
- यसमा को को संलग्न छन् ? उनीहरूले यो काम कसरी गरेका छन् ? यसका परिणाम के निस्केका छन् ?
- के गलत भयो ? कसरी गलत हुन पुग्यो ? गलत काम किन भयो ? यसका कस्ता परिणाम निस्केका छन् ?
- समाचार के हो ? स्टोरी के हो ? यस स्टोरीसँग सम्बन्धित मुख्य विषय के हुन् ?

- स्टोरी किन गर्नु परेको हो ? यो स्टोरी प्रकाशित भयो भने कसले लाभ पाउँछ अथवा कसले हानि बेहोर्नुपर्छ ? यस स्टोरीले सामाजिक मूल्य अथवा व्यवहारका बारेमा बहस चलाउन सघाउँछ ? यस स्टोरीले त्रुटिपूर्ण प्रणाली अथवा प्रक्रियामा प्रकाश पार्छ ?

यी प्रश्नको जवाफ दिंदा तपाईंलाई यो स्टोरी कसरी भन्ने र खोज कतातिर जान्छ भन्ने कुरा पत्ता लगाउन सहयोग मिल्छ ।

उदाहरणका लागि, खानेपानी वितरण प्रणालीलाई निजीकरण गरेपछि पखाला व्यापक रूपमा फैलियो भने निजी कम्पनीसँग पानी किन्न नसक्ने भएपछि मानिसले कस्तो पानी खाए भनेर स्टोरी गर्न सकिन्छ (यसो गर्दा मुख्य विषय पानी किन्न असमर्थता भन्ने हुन्छ) अथवा खानेपानी पोखरीको अवलोकन गरेर खानेपानी सफा राख्ने काम नभएको भनेर पनि स्टोरी लेख्न सकिन्छ (यसो गर्दा मुख्य विषय खानेपानी सफा पार्न गर्नुपर्ने काम नगरेको भन्ने हुनसक्छ) । यी कुरालाई राम्ररी ध्यान दिएर हेर्दा स्टोरीले उठाउन खोजेको मुख्य विषयमा ध्यान केन्द्रित गर्न सकिन्छ । यसो गर्दा सार्वजनिक चासोका विषयलाई प्राथमिकता दिइन्छ । यसो गर्दा गलत काम उदाङ्गो पार्ने नाममा गरिएको स्टोरी मात्र हुन्छ । स्टोरी निर्धारण गर्दा फरक मानिसले फरक अर्थ लगाउने खालका शब्दावली प्रयोग गर्नुहुँदैन । आफूलाई चाहिने सबै प्रमाण जुटाइसकेपछि आफ्नो स्टोरीको मुख्य विषयमा ध्यान दिएर स्टोरीलाई सही दिशामा अगाडि बढाउन सकिन्छ ।

आइडियाबाट मान्यतातिर

स्टोरीको आइडियाका बारेमा राम्ररी सोचविचार गरिसकेपछि आफ्ना प्रारम्भिक विचारलाई मान्यतामा बदल्नुपर्छ अथवा प्रश्न तयार गर्नुपर्छ जसको उत्तर स्टोरीले दिन्छ । मान्यता अथवा प्रश्न- छोटा होउन् वा लामा, एक वाक्यका होउन् वा दुई वाक्यका- ले तपाईंका लागि कस्ता प्रमाण काम लाग्छन् अथवा केलाई प्रमाण मान्न सकिन्छ भन्ने निर्णय गर्न सजिलो हुन्छ । यस बाहेकः

- स्टोरीको सिमाना र लक्ष्य निर्धारण हुन्छ जसले गर्दा खोजको कामलाई व्यवस्थित बनाउन सकिन्छ ।
- यसो गर्दा आफ्नो समूहका सबैलाई बताउन र सम्पादकलाई स्टोरी गरौं भनी मनाउन सजिलो हुन्छ ।
- समय र स्रोतसाधनको बजेट मिलाउन सकिन्छ ।
- कस्ता प्रमाण जुटाउनुपर्छ र कस्ता पर्दैन भनी निर्धारण गर्न सकिन्छ ।
- यसो गर्दा ताल-सुर मिलेको स्टोरी बन्ने आधार तयार हुन्छ ।

हरेक स्टोरी आइडियाबाट एउटा भन्दा धेरै मान्यता अथवा दिशा तय गर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि; गरीबी, निजीकरण र पानीजन्य रोगसम्बन्धी स्टोरीका दुईवटा मान्यता हुनसक्छन्ः

(क) निजीकरण गरेपछि खानेपानी गरीबले किन्न नसक्ने गरी महँगो भएकाले मानिसहरूले अस्वस्थकर खानेपानी खाए जसले गर्दा महामारी फैलियो ।

(ख) निजी खानेपानी कम्पनीले खानेपानी सफा नराखेकाले महामारी फैलियो ।

यी मान्यतालाई पत्रकारले समीक्षात्मक ढंगले मूल्यांकन गर्नुपर्छः के भएको होला भन्ने अनुमानमा आफ्ना मान्यता आधारित छन् र ती अनुमान कत्तिको सही छन् ? यी दुईवटै मान्यता अनुमानमा आधारित छन् । पहिलो मान्यता खानेपानी सिस्टमभन्दा बाहिरको पानीबाट रोग फैलिएको हो भन्ने अनुमानमा आधारित छ भने दोस्रो मान्यता खानेपानी प्रशोधनमा हेलचेक्र्याइँ गरिएको छ भन्ने अनुमानमा आधारित छ । यी दुईवटै अनुमान सही हुन् कि होइनन् भन्ने थाहा छैन । यस्तो अवस्थामा दुवै खालका सम्भावना हेर्नुपर्ने हुनसक्छ । यसका लागि महामारी केबाट फैलियो भन्ने प्रश्नको जवाफ थाहा पाउनुपर्छ ।

त्यसैले तेस्रो मान्यता यी दुईवटा मान्यता भन्दा कता हो कता उपयुक्त हुन्छ । त्यो होः

(ग) फलाना नगरपालिकामा हालसालै फैलिएको पानीजन्य महामारी या त निजीकरण गरिएको खानेपानीबाट फैलिएको हो या त खानेपानी प्रणालीभन्दा बाहिरको पानीबाट ।

यसरी परिमार्जन गरिएको मान्यताका आधारमा आफ्नो स्टोरीको खाका फेर्नुपर्ने हुनसक्छ र पहिलेको भन्दा स्पष्ट र सन्तुलित खालको खोज गर्नुपर्छः

(घ) *खानेपानी निजीकरण गरिएको फलाना नगरपालिकामा भर्खरै पानीजन्य पखालाको महामारी फैलिएको छ । यो स्टोरीले महामारी कसरी फैलियो भन्ने कुरा पत्ता लगाउने कोशिश गर्छ । मानिसले निजी क्षेत्रको पानी खान नसकेर प्रदूषित धारा अथवा कुवाको पानी खानाले महामारी फैलिएको हो कि ? अथवा निजी क्षेत्रको पानी कम्पनीले खर्च घटाउनका लागि पानीको गुणस्तर कायम गर्नेतिर ध्यान नदिएकाले फैलिएको हो ? हामी महामारीको कारण पत्ता लगाउनका लागि वैज्ञानिकहरूसँग कुरा गर्छौं । गरीब मानिसहरूले कहाँको पानी खान्छन् भनी हेर्छौं र स्वतन्त्र विज्ञसँग खानेपानी पोखरी गएर त्यहाँको सुरक्षा मापदण्ड हेर्छौं । यसरी रोग के कारणले फैलियो भन्ने कुरा थाहा पाइसकेपछि हामी फेरि यस्तो हुन नदिन के गर्नुपर्छ भन्ने कुरा पत्ता लगाउँछौं ।*

यसरी स्पष्ट रूपमा परिभाषित गरिएको मान्यता तयार भइसकेपछि अनुसन्धान योजना बनाउनुपर्छ । यसका लागि स्रोत पत्ता लगाउनुपर्छ, के कस्ता प्रमाणलाई प्रमाण मान्ने भन्ने आधार तय गर्नुपर्छ । कस्तो अनुसन्धान विधि अपनाउने भन्ने निधो गर्नुपर्छ । कुन मितिमा कुन काम सक्ने भन्ने निर्धारण गर्नुपर्छ र स्टोरी गर्नका लागि कति पैसा लाग्छ त्यसको अनुमान गर्नुपर्छ । तलका अनुच्छेदमा यी चरणमा कसरी योजना बनाउने भन्ने बारेमा उल्लेख गरिएको छ । यी हरेक चरण कसरी लागू गर्नुपर्छ भन्ने बारेमा विस्तृत विवरण अर्को खण्डमा दिइएको छ ।

स्रोत

स्टोरीको ठोस आइडिया पाइसकेपछि र स्टोरीको मान्यता तयार गरिसकेपछि कुन कुन स्रोतबाट के कस्ता जानकारी पाइन्छन् भनी पत्ता लगाउनुपर्छ । स्टोरीका लागि सबैभन्दा महत्वपूर्ण व्यक्ति को हुन् र उनीहरूका काम रेकर्ड भएका कागजात के के हुन् भनी पत्ता लगाउनुपर्छ । सार्वजनिक रूपमा उपलब्ध धेरै रेकर्डहरूले सरकार, अस्पतालका स्टाफ, संस्थान, माफिया र भ्रष्ट राजनीतिज्ञका बारेमा धेरै कुरा बताउँछन् । तपाईंले शुरूमा गरेको अनुमानलाई प्रमाणित गर्न अनि तपाईंको शुरूको मान्यतालाई सही वा गलत भन्न धेरै स्रोतले सहयोग गर्छन् । हरेक जानकारी पाउँदा त्यसलाई कम्तीमा दुईवटा स्रोतले पुष्टि गर्नुपर्छ । यसको अर्थ हो कुनै एउटा जानकारीलाई दुईवटा स्वतन्त्र स्रोतले पुष्टि गरेपछि मात्रै विश्वास गर्नुपर्छ । यी स्रोतले पृष्ठभूमि विज्ञका रूपमा सहयोग गर्छन् । आफ्नो एड्रेसबूकमा उनीहरूलाई सम्पर्क गर्ने सूत्र टिप्नुपर्छ । पत्रकारले दुई किसिमका स्रोत- प्राइमरी र सेकेन्डरी- मा भर पर्नुपर्छ ।

१ प्राइमरी स्रोत

प्राइमरी स्रोत भनेका ती स्रोत हुन् जसले तपाईंले गरिराखेको स्टोरीका विषयमा देखेर जानेका छन् वा भोगेर जानेका छन् । उदाहरणका लागि, जुन बिरामीले अस्पतालको औषधि पसलबाट बेच्नुपर्ने औषधि नर्समार्फत अनियमित तरिकाले किनेको छ उसले आफ्नो अनुभव बताइदिन सक्छ । ऊ प्राइमरी स्रोत हो । तर उसले नर्सले अरू यस्ता के के काम गर्छन् भनी बताउन सक्दैन । खानेपानीको पोखरीमा महीनामा एक पटक (हप्तामा एक पटक गर्नुपर्नेमा) खानेपानी परीक्षण गर्न आदेश पाएको कर्मचारी पनि प्राइमरी स्रोत हो । अन्तर्राष्ट्रिय हतियार कम्पनीले मन्त्रीका खातामा पैसा जम्मा गरिदिएको देखाउने मन्त्रीको बैंक स्टेटमेन्ट पनि प्राइमरी स्रोत हो । प्राइमरी स्रोत सबैभन्दा मूल्यवान् स्रोत हुन् किनभने उनीहरूले प्रत्यक्ष प्रमाण दिन्छन् तर उनीहरूले दिएका प्रमाण जाँच गर्नु र ती आधिकारिक हुन् भन्ने कुरामा आफू यकिन हुनु भने पर्छ । तर यस्ता स्रोत पाउन सबैभन्दा कठिन हुन पनि सक्छ । यस्ता कुराको अनुभव गरेका मानिसहरू रेकर्डमा आफ्ना कुरा नबताउन सक्छन् किनभने यसो गर्दा उनीहरू सताइने डर हुन्छ । बैंक स्टेटमेन्ट, अस्पतालका रेकर्ड गोप्य राखिएका हुन्छन् र व्यक्तिको गोपनीयताको हकले गर्दा यस्ता डकुमेन्ट औपचारिक रूपमा माग्न मिल्दैन ।

२ सेकेण्डरी स्रोत

सेकेण्डरी स्रोतमा संस्थाका प्रतिवेदन लगायत प्रकाशित सामग्री र सुनिजान्ने (देखिजान्ने होइन) का भनाइ पर्दछन् । सन्दर्भ स्थापित गर्न, पृष्ठभूमिको जानकारी लिन, विषयका बारेमा व्याख्या गर्न र थप जानकारी लिन यस्ता स्रोत उपयोगी हुन्छन् । तर सेकेण्डरी स्रोतबाट लिइएका प्रमाणको जाँच गरी सही भएमा मात्र उपयोग गर्नुपर्छ ।

यस बाहेक, स्रोतलाई अर्को प्रकारले पनि वर्गीकरण गर्न सकिन्छ । ती हुन्ः मानव, कागज, डिजिटल र क्राउड ।

(क) मानव स्रोत

मानव स्रोत पनि धेरै प्रकारका हुन्छन्ः प्रत्यक्ष रूपमा त्यस काममा संलग्न मानिस, प्रत्यक्षदर्शी, विज्ञ तथा त्यस विषयमा रूचि राख्ने, इच्छुक र अनिच्छुक मान्छे । आफूले कुराकानी गर्न लागेको व्यक्ति माथिका कुन वर्गमा पर्छ, कुन हैसियत र कुन योग्यताको र के स्वार्थ भएको व्यक्ति हो भन्ने कुरा थाहा पाउनुपर्छ । खानेपानी निजीकरणसम्बन्धी स्टोरी गर्न लागेको हो भने निजीकरण विरोधी गतिविधिमा लागेका संस्थाले धेरै जानकारी दिनसक्छन्, उनीहरूबाट विपक्षीको कडा विचार पनि पाइन सक्छ । तर त्यस्तो जानकारी निश्चित पक्षबाट आएको हुन्छ । संस्थाका मानिसहरू प्रायशः ठूलो जनसमूहका तर्फबाट बोल्ने गर्छन् । समूहको विचारको सार निकाल्दा उनीहरूले नियतपूर्वक नभए पनि केही महत्वपूर्ण पक्ष समावेश नगरेका वा परिवर्तन गरेका हुनसक्छन् । त्यसैले, थरीथरीका विचार बुझ्ने कोशिश गर्नुपर्छ । समुदायमा गएर कुराकानी गर्ने हो भने त्यहाँका सबै किसिमका मानिस–महिला, पुरूष, युवा, वृद्ध, धनी, गरीब र विभिन्न स्वार्थ भएका मानिस–को विचार आओस् भन्ने कुरामा ध्यान दिनुपर्छ । मानिसको भनाइले स्टोरीलाई आधिकारिक र जीवन्त बनाउँछ । त्यसैले, स्टोरी कागजी अथवा इलेक्ट्रोनिक स्रोतमा मात्र आधारित हुनुहुँदैन ।

(ख) कागजी स्रोत

यस्ता स्रोतमा किताब, समाचारपत्र, पत्रिका, सम्झौता तथा बैंक स्टेटमेन्ट जस्ता सरकारी तथा व्यावसायिक क्षेत्रका कागजात पर्दछन् । यसमा त्यस्ता सामग्री पनि पर्दछन् जो व्यापक रूपमा वितरण त गरिएका छन् तर कतै पनि प्रकाशित भएका छैनन् (उदाहरणका लागि, निजी क्षेत्रले तयार गरेका अध्ययन, प्राज्ञिक संस्थाका डिजर्टेशन) । आधिकारिक रूपले गोप्य मानिएका कागजात पनि यस अन्तर्गत पर्दछन् । रिपोर्टरले खोजेका प्रमाण प्रायःजसो अवस्थामा कागजातमा भेटिन्छन् । कागजातमा जानकारी खोज्ने कामलाई पत्रकारितामा 'कागजातको बाटो हिंड्नु' भन्ने गरिन्छ ।

कागजातमा रहेका जानकारी खोज्ने काममा खोज पत्रकारले धेरै समस्या बेहोर्नुपर्छ । के कस्ता कागजात पाइन्छन् भन्ने कुरा पत्रकारलाई थाहा नहुन सक्छ । अथवा सार्वजनिक रूपले पाइनुपर्ने कागजात अव्यवस्थित हुन सक्छन्, तिनबाट जानकारी खोज्न कठिन हुनसक्छ अथवा सूचनाको हक सम्बन्धी ऐन नभएकाले पत्रकारले सार्वजनिक निकायबाट कागजात माग्न पाउने व्यवस्था नहुन सक्छ । सरकारी निकायमा भएका जानकारी दिंदा ती जानकारी उनीहरू अथवा सरकारका विरूद्ध उपयोग हुनसक्छन् भन्ने डरले कर्मचारीहरूले जानकारी लिने काममा बाधा पुर्‍याउन सक्छन् । यो पत्रकारले भोग्नुपर्ने एउटा ठूलो समस्या हो । त्यसैले, प्रारम्भिक अनुसन्धानकै वेलामा खोज पत्रकारले आफूले अध्ययन गरिरहेका विषयमा के कस्ता कागजात हुनसक्छन्, ती कहाँ र कसरी राखिएका छन् अनि ती कागजात लिन के गर्नुपर्छ भन्ने कुरा थाहा पाउनुपर्छ । यसका लागि अनुमति लिनुपर्छ भने त्यो काम अनुसन्धानको शुरूमै गरिसक्नुपर्छ । यस्तो अनुमति लिन हप्तौं वा महीनौं लाग्न पनि सक्छ । वार्षिक प्रतिवेदन वा महालेखा परीक्षकका प्रतिवेदन जस्ता सजिलै पाइने कागजातलाई कम महत्वपूर्ण ठान्नुहुँदैन ।

ठूला अमेरिकी पत्रकार बिल गाइन्सले कागजातमा जानकारी खोज्ने आफ्नो सीपलाई आफू सफल हुनुको जस दिएका छन्ः

> उनले भनेका छन्, 'म कागजात पाइने ठाउँमा जान्थें, त्यसैले अरूले पत्ता लगाउन नसकेका स्टोरी पत्ता लगाउँथें ।' (गाइनले जे खोजेका हुन्थे ती सार्वजनिक रूपले उपलब्ध कागजातमै पाइन्थे, गोप्य कागजात खोज्ने लेठो गर्नै पर्दैनथ्यो) । सम्पत्तिसम्बन्धी विवरण खोज्दा उनले धेरै महत्वपूर्ण जानकारी पाए । कम्पनीले दर्ता गर्दा सरकारलाई बुझाएका जानकारीका आधारमा कम्पनीले भ्रष्टाचार गरेको प्रमाण जुटाए ।

(ग) डिजिटल स्रोतः

यसमा वेबसाइट अनि डिजिटल स्वरूपमा राखिएका जानकारी पर्दछन् । यस्तो स्रोतबाट जानकारी बटुल्न असाधारण क्षमता चाहिंदैन । हामीलाई अचम्म लाग्ने गरी धेरै सामग्री अनलाइनमा राखिएका छन् । तर ती जानकारी कसले राखेको हो, उनीहरू ती जानकारी राख्न योग्य छन् कि छैनन् र उनीहरूले यस्ता जानकारी के नियतले राखेका हुन् भन्ने कुरा थाहा पाउनुपर्छ । कुनै कर्मचारीले आफ्ना बारेमा के लेखेको छ, उसका साथी र परिवारका सदस्यले उसका बारेमा के लेखेका छन् भन्ने कुरा थाहा पाउनुपर्छ । वेब भनेको तुलनात्मक रूपमा कसैले नियन्त्रण नगरेको ठाउँ हो । यहाँ जसले जे जानकारी पनि राख्न सक्छ । बंग्याइएका जानकारी पनि राख्न सक्छ । यस बाहेक, वेबमा भएका जानकारी धेरै पुराना हुनसक्छन् । ती जानकारी काम नलाग्ने भइसकेका हुनसक्छन् । आफूले अध्ययन गरिरहेका विषयमा पुराना तर उपयोगी जानकारी भेटिए भने त्यस विषयका सबैभन्दा पछिल्ला जानकारी खोज्नुपर्छ । यस बारे थप जानकारीका लागि युरोपेली पत्रकारिता केन्द्रले प्रकाशित गरेको भेरिफिकेसन ह्यान्डबूक डाउनलोड गर्नुहोस् । यो सित्तैंमा डाउनलोड गर्न पाइन्छ । यसमा डिजिटल फर्म्याटमा रहेका जानकारी लिन चाहिने सीप, विधि र मार्गदर्शन दिइएका छन् ।

(घ) क्राउड सोर्सिङः

यसअन्तर्गत मानव र डिजिटल दुवै स्रोत पर्दछन् । यो यस्तो विधि हो जहाँ आफूले स्टोरी गरिरहेका विषयमा आफूलाई जानकारी दिन पाठकलाई आह्वान गरिन्छ ।

स्रोत	उपयोगिता	सबल पक्ष	सम्भावित जोखिम
मानव	• स्टोरीलाई आधिकारिक र जीवन्त बनाउँछ ।	• कुराकानी गर्न उच्च प्रविधि चाहिँदैन । • मानिसको अनुभवले स्टोरीलाई विश्वसनीय बनाउँछ ।	• मानिस एकपक्षीय, पूर्वाग्रही हुनसक्छन् र उनीहरूले ढाँट्न सक्छन् ।
कागजात	• ठोस प्रमाण दिन्छन् । • इतिहास र सन्दर्भ बताउँछन् ।	• सेकेन्डरी स्रोतमा आफैंले खोज्दा नभेटिने खालका पृष्ठभूमि जानकारी पाइन्छन् । • प्राइमरी स्रोत (उदाहरणका लागि, तल्लो निकायले माथिल्लो निकायमा पठाएका आवधिक प्रगति विवरण) सार्वजनिक रूपमा उपलब्ध हुनुपर्ने कागज हुन् र यी विश्वसनीय हुन्छन् ।	• गोपनीयताको हकले गर्दा कुनै कागजपत्र गोप्य राखिएका हुनसक्छन् । त्यसैले यस्ता कागजपत्र पाउन कठिन हुनसक्छ वा धेरै समय लाग्न सक्छ । • केही कागजातमा लेखिएका कुरा बुझ्न विशेषज्ञको सहायता लिनुपर्ने हुनसक्छ । • कागजातमा मात्रै भर परेर तयार गरिएको स्टोरी 'निरस' अथवा प्राज्ञिक लेख जस्तो हुनसक्छ किनभने स्टोरीलाई जीवन्त बनाउने मानिसका भनाइ हुँदैनन् ।
डिजिटल	• माथिका सबै जानकारी पाइन सक्छन् ।	• आवाज र भिडियो लगायतका सबै सामग्री आफ्ना कम्प्युटरबाटै भेला गर्न सकिन्छ । • राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय स्रोतले जानकारी छिटो छिटो राखेका हुन्छन् ।	• यो मात्रै स्रोतका भरमा तयार भएको स्टोरी निरस हुन्छ । • इन्टरनेटमा सुरक्षा जोखिम हुनसक्छ । • अथाह मात्रामा इन्टरनेटमा राखिएका गलत जानकारी जाँच गर्न कठिन हुन्छ ।

जानकारी लिनका लागि पत्रकारितामा अपनाइआएका परम्परागत तरिकाबाट जानकारी पाइएन भने सूचनाको हकको उपयोग गर्न सकिन्छ । तर यसको उपयोग गर्नुभन्दा पहिले त्यस्तो कानूनको अध्ययन राम्रोसँग गर्नुपर्छ ।

स्रोतको सञ्जाल तयार गर्ने

तपाईंले गरिरहेको अनुसन्धानले स्टोरीका लागि सबैभन्दा राम्रो स्रोत को हो भन्ने बारेमा जटिल र परस्पर विरोधी कुरा बताउन सक्छ । आफूलाई चाहिएका मानिस पत्ता नलागेसम्म ती मानिस को को होलान् भनेर सोचिरहनुहोस् । योजना बनाउँदा आफूलाई पृष्ठभूमि जानकारी र प्रमाण दिने दुवै थरीका मानिसको सूची बनाउनुपर्छ ।

कुन स्रोतले आफूले खोजेको कुन जानकारी दिन्छ भनी विचार गर्नुहोस् । परस्पर विरोधी जानकारी अथवा रहस्यमयी लाग्ने कुरा के के हुन् ती उल्लेख गर्नुहोस् । परस्पर विरोधी कुरा आउनु राम्रो हो किनभने यीमध्ये कुन सही हो भन्ने थाहा पाउँदा स्टोरी राम्रो हुन्छ । 'यस्तो किन ?' भनेर निरन्तर प्रश्न गर्नुहोस् । यसो गरेको खण्डमा स्टोरी एकदमै राम्रो हुनजान्छ । खोजमूलक स्टोरीका लागि जानकारी खोज्न समय र असाध्यै धेरै धैर्य चाहिन्छ । काम गर्दै जाँदा निराश हुन सकिन्छ । त्यसैले, आफूले गरिराखेका विषयमा एक टकसँग ध्यान दिनुपर्छ र पत्रकारिताको मूल मन्त्रबाट निर्देशित हुनुपर्छ । यो मूल मन्त्र होः पहरेदार भई समाजको सेवा गर्नु र आवाजविहीनहरूको आवाज बन्नु ।

तथ्यांक कहाँ कहाँ छन् भन्ने कुराको चित्र उतार्न र स्टोरीका लागि चाहिने जानकारी व्यवस्थित गर्नका लागि मार्क हन्टर र लुक्क सेन्जर्सले दिएका सल्लाह यस प्रकार छन्ः

- कुनै घटनासम्बन्धी सबै कुरालाई समयक्रममा राख्नुहोस् (मिति, ठाउँ, त्यहाँ भएका मानिस, उनीहरूले के के भने र के के काम गरे भन्ने जानकारी खुलाएर), यी जानकारीलाई एउटै खालको फर्म्याटमा राख्नुहोस् जसले गर्दा चाहिएका वेलामा तपाईंले तुरुन्तै तथ्य पत्ता लगाउनुहुन्छ ।
- आफ्ना सम्भावित स्रोतको सम्पर्क सूत्रको सूची बनाउनुहोस् (यस्तो जानकारी गोप्य राख्नुहोस्) ।
- आफ्ना परियोजनाका बारेमा थाहा पाउन सक्ने मानिस र आफूले सम्पर्क गर्न बाँकी मानिसको विवरण तयार गर्नुहोस्, उनीहरूको सम्पर्क सूत्र लेख्नुहोस् ।
- संलग्न विभिन्न मानिसका बीचको सम्पर्क देखाउने डायग्राम बनाउनुहोस् ।
- मुख्य कागजातको सूची बनाउनुहोस् । यीमध्ये कुन कागजात तपाईंसँग छन् र कुन कागजात खोज्न बाँकी छन् लेख्नुहोस् ।
- आफूले भेला गरेका कागजको अनुक्रमणिका बनाउनुहोस्, कम्प्युटरमा काम गर्नुभएको छ भने आफूले हेर्नुपर्ने सामग्रीको हाइपरटेक्स्ट लिंक राख्नुहोस् ।
- राम्रोसँग प्रमाणित भएका तथ्यलाई हाइलाइट गर्नुहोस् ।
- आफूसँग भएका अन्य जानकारी कुन कुन अवस्थामा छन् (सामान्य जानकारी, जाँच गर्न बाँकी, थप जानकारी लिन बाँकी आदि) भन्ने विवरण राख्नुहोस् ।
- नयाँ आइडिया आएका खण्डमा तिनलाई टिप्नका लागि नोटबूक सधैंभरि साथमै राख्नुहोस् ।

पर्याप्त प्रमाण केलाई मान्ने ?

आफूलाई चाहिने प्रमाण कुन कुन स्रोतबाट पाउन सकिन्छ भनी त्यसको सूची बनाइसकेपछि कुन कुन प्रमाण फेला परेका खण्डमा आफ्नो स्टोरीको मान्यता सही ठहरिन्छ अथवा कस्तो जवाफ फेला परेका खण्डमा आफ्नो स्टोरीको प्रश्नको उत्तर भेटेको ठहरिन्छ भन्ने कुरा निर्धारण गर्नुपर्छ। पानीको गुणस्तरको जाँच पहिले जस्तो कडाइका साथ गरिंदैन भन्ने तथ्य भेटियो भने स्टोरीको मान्यता प्रमाणित भएको ठान्ने ? अथवा कडाइका साथ जाँच नगर्दा के परिणाम निस्क्यो भन्ने कुरा पनि पत्ता लगाउनुपर्छ ? राम्रा खोज पत्रकारले आफ्नो मान्यतालाई सही प्रमाणित गर्ने खालका मात्र होइन त्यसलाई गलत प्रमाणित गर्ने खालका प्रमाण पनि खोज्छन्। उदाहरणका लागि, धनी सरकारी कर्मचारीले दश लाख रूपैयाँ घूस आउने काममा आफ्नो समय खर्च गर्ला र ? अथवा यति थोरै पैसा घूस खान उसले जोखिम उठाउला ? आफ्नो मान्यतालाई गलत प्रमाणित गर्ने खालका प्रमाण पनि खोजेका खण्डमा आफूले जे प्रमाणित गर्न खोज्यो त्यो कुरा प्रमाणित गर्न पर्याप्त प्रमाण नभए पनि प्रमाण पुग्यो भन्ने भ्रममा परिंदैन। आफूले विश्वसनीय र पूर्ण ठानेको प्रमाण विश्वसनीय र पूर्ण हो कि होइन ? आफू कस्ता खालका स्रोतमा भर परेको छु ? कतिवटा स्रोतमा भर परेको छु ? ती प्रमाणलाई गलत ठह-याउने कुनै प्रमाण छन् कि ? कुन प्रमाणलाई सबैभन्दा बढी ध्यान दिएर जाँच्नुपर्छ ? कुन प्रमाणलाई सूक्ष्म तरिकाले जाँच गर्नुपर्छ ? भनी हरेक चरणमा प्रश्न गर्नुपर्छ। अनुसन्धानका क्रममा तपाईं यस्तो गर्न सक्नुहुन्छ ?

केलाई 'प्रमाण' ठान्ने भन्ने बारेमा ध्यान दिनुपर्छ। अकाट्य प्रमाण आक्कलझुक्कल मात्र भेटिन्छन्। कहिलेकाहीं आफ्नो स्टोरीको मान्यता सही होला जस्तो छ भनी अड्कल गर्न सकिने मात्र प्रमाण भेट्न सकिन्छ। फौजदारी मुद्दा लगाउनेले 'शंका गर्न नमिल्ने खालका अकाट्य' प्रमाण जुटाउनुपर्छ भने देवानी मुद्दामा एक पक्षमाथि 'सम्भावित प्रमाण' जुटाए पुग्छ। आफ्नो स्टोरीमा अकाट्य प्रमाण अथवा शंकास्पद परिस्थिति' मध्ये के जुटाइएको छ भन्ने स्पष्ट पार्ने हो भने अकाट्य प्रमाण नभेटिए पनि स्टोरी तयार हुन्छ। तर यसो गर्दा स्टोरी कसरी लेख्ने भन्ने बारेमा एकदमै धेरै ध्यान पु-याउनुपर्छ।

अध्ययन विधि

आफूलाई चाहिने स्रोत अथवा कागजात सधैंभरि भन्ने बित्तिकै नपाइन सक्छन् । यस्तो भएमा तिनलाई प्राप्त गर्ने रचनात्मक तरिका पत्ता लगाउनुपर्छ । सामान्यतया, अध्ययन विधि प्राज्ञिक क्षेत्रका मानिसले उपयोग गर्ने हो पत्रकारले होइन भन्ने ठान्छौं । तर कुरा त्यसो होइन । अध्ययन विधि भनेको आफ्नो अनुसन्धान अघि बढाउन अपनाउनुपर्ने विधि हो । जानकारी खोज्नका लागि विभिन्न तरिका अपनाउन सकिन्छ । कागजातको अध्ययन, अन्तर्वार्ता, विषयसँग सम्बन्धित ठाउँको अवलोकन र अन्य तरिका सँगसँगै अपनाउनुपर्छ । कुन स्रोत उपयोग गर्ने, ती स्रोतबाट जानकारी पाउन कति समय लाग्छ, जानकारी जाँच गर्न कस्ता विधि अपनाउने र विभिन्न चरणका काम कसरी गर्ने भन्ने बारे निर्णय गर्नुपर्छ ।

तपाईंले जहिल्यै पनि आफ्नो मान्यतालाई प्रमाणित गर्ने खालका प्रमाण खोज्नुपर्छ । सन्दर्भ, पृष्ठभूमि, इतिहास र आफ्नो स्टोरीसँग सम्बन्धित घटना कस्तो वातावरणमा भएको हुनसक्थ्यो भन्ने विषयमा जानकारी लिएर पनि स्टोरी तयार गर्न सकिन्छ । यो अप्रत्यक्ष तरिका भयो । यसको सट्टामा आफ्ना स्रोतबाट सान्दर्भिक प्रमाण जुटाउनु सबैभन्दा कुशल तरिका हो ।

कुन कुन विधि अपनाउने भनी योजना बनाउँदा जानकारी खोज्ने क्रममा के कस्ता बाधा आउन सक्छन् भन्ने कुरामा पनि विचार पुऱ्याउनुपर्छ । उदाहरणका लागि, कुनै कागजपत्र नपाइन सक्छ अथवा स्टोरीका लागि एकदमै महत्वपूर्ण व्यक्तिले तपाईंसँग कुराकानी गर्न अस्वीकार गर्न सक्ला । यसको सट्टामा अर्को उपाय के छ ? अर्को उत्तिकै बलियो प्रमाण कसरी जुटाउने ?

आफूले अपनाउने अनुसन्धान विधि निर्धारण गरिसक्ने बित्तिकै कुन कुन काम कतिवेला गरिसक्ने भनी समयतालिका र बजेट बनाउनुपर्छ । समय तालिकामा खोजसँग सम्बन्धित कुन कामका लागि कति समय लाग्छ भन्ने अनुमान गरिन्छ । संग्रहालय/पुस्तकालयमा कति समय बिताउनुपर्ला ? अन्तर्वार्ता लिन कति समय लाग्ला ? वेबमा भएका जानकारी खोज्न र स्टोरी लेख्न कति समय लाग्ला ? आदि ।

कुन कामले कति समय खान्छ भन्ने अनुमान बाहेक अरू दुईवटा कुरामा ध्यान दिनु जरूरी हुन्छः स्टोरी तयार गर्ने अन्तिम मिति र प्रतिस्पर्धा । स्टोरी गर्न स्वीकृति पाइसकिएको छ भने स्टोरी तयार गरिसक्नुपर्ने म्यादका आधारमा त्यसभन्दा अघि गरिसक्नुपर्ने विभिन्न कामका लागि कति समय छुट्याउने भनेर हिसाब गर्नुपर्छ । त्यसका आधारमा अन्तर्वार्ता र अनुसन्धानका लागि समय निर्धारण गर्नुपर्छ । स्टोरीका लागि स्वीकृति पाइसकिएको छैन र यो विषयमा स्टोरी गर्छु भनी सम्पादकसँग कुरा गर्न बाँकी नै छ भने शुरूदेखि गर्नुपर्ने कुन कुन कामका लागि कति समय लाग्छ भनेर स्टोरी तयार भइसक्ने मिति निकाल्नुपर्छ । यस क्रममा केही समय तलमाथि हुनसक्छ तर समयतालिका अनुसार काम गऱ्यो भने समय अलिकति थप्न पनि सजिलो हुन्छ ।

सार्वजनिक चासोको तात्तातो विषयमा स्टोरी गर्न लाग्नुभएको छ भने आफ्नो प्रतिस्पर्धी मिडियाले पनि यस विषयमा स्टोरी गर्न खोजिरहेको हुनसक्छ भन्ने कुरामा ख्याल गर्नुहोस् । यस्तो लाग्यो भने आफ्नो कामको गति बढाएर ऊभन्दा पहिल्यै स्टोरी प्रकाशित गर्नुपर्छ । तर खोजमूलक स्टोरी तयार गर्न हतार गर्नुहुँदैन । यस्तो स्टोरी गर्दा लापरबाही पनि गर्नुहुँदैन । यसो गर्दा कानूनी झन्झट पनि आइलाग्न सक्छ । आफूले कुन समयमा कुन काम गरिसक्ने भन्ने तालिका बनाएको छ भने त्यसका आधारमा छाप्न लायक स्टोरी बनिनसके पनि आफ्नो स्टोरी कहिलेसम्ममा एउटा निश्चित आकारमा आउँछ भनी विचार गर्नुहोस् ।

बजेट

खोजमूलक स्टोरी तयार गर्नका लागि योजना बनाउँदा कति पैसा लाग्ला भन्ने अनुमान पनि गर्नुपर्छ । यसका लागि कति पैसा अथवा के कस्ता स्रोत चाहिएलान् ? खोजमूलक स्टोरी तयार गर्दा यी शीर्षकमा खर्च हुनसक्छन्ः यातायात र खान बस्न, (स्रोतलाई सत्कार पनि गर्नुपर्ने हुनसक्छ), विज्ञको शुल्क तिर्न, अनुवाद गराउन, अन्तर्वार्ताको रेकर्ड उतार्न, अभिलेखालयको जानकारी लिन शुल्क तिर्न, कुनै कागजातको प्रमाणित प्रति लिन, फोन तथा इन्टरनेटको बिल तिर्न र फोटो खिच्न लाग्ने खर्च । समूह बनाएर काम गर्ने विचार छ भने प्रोजेक्ट मेनेजरलाई दिन, कार्यशाला चलाउन र फिल्ड भ्रमण गर्न पनि बजेट चाहिन्छ ।

विकासोन्मुख देशका धेरैवटा साना मिडियासँग बजेट थोरै हुन्छ । अमेरिकाका ठूला पत्रिकाले खोजमूलक स्टोरी तयार गर्न गर्ने खर्चले विकासोन्मुख देशका मिडियाको एक वर्षको खर्च धानिन सक्छ । यस्तो अवस्थामा खोजमूलक स्टोरी गर्नका लागि स्रोत जुटाउन अलि रचनात्मक हुनुपर्छ । अन्तर्राष्ट्रिय दातृ संस्थाबाट यस्तो स्रोत जुटाउन सकिएला । कहिलेकाहीं उनीहरूको र तपाईंको रूचिको क्षेत्र मिल्न सक्छ । तर, आफ्ना रूचिका क्षेत्रमा काम गराउन खोज्ने दातासँग चाहिं होशियार हुनुपर्छ । आफूलाई सहयोग नगर्ने दाताका लागि धेरै समय खर्च नगर्नुहोस् । क्राउड फन्डिङ अर्थात् सर्वसाधारणबाट पैसा उठाउनु अर्को उपाय हुनसक्छ । संसारका धेरै ठाउँमा सामान्य पत्रकारिता अथवा खोज पत्रकारिता गर्ने प्रकाशन अथवा परियोजनाले आम मानिसबाट पैसा उठाउने चलन बढ्दैछ तर यो काम अलि कठिन छ ।

!

फेलोसिप र क्राउडफन्डिङ तथा फेलोसिप पाउन सफल प्रोजेक्टसम्बन्धी जानकारी यी संस्थाका वेबसाइटमा पाइन्छः

- @ Global Investigative Journalism Network (GIJN) - Grants and Fellowships
- @ GIJN - Crowdfunding
- @ Fund for Investigative Journalism (FIJ)

स्रोतलाई पैसा दिनु राम्रो होइन भन्नेमा अधिकांश पत्रकार सहमत छन् । पैसा दिन्छु भनेर लोभ्याउँदा स्रोतले झूटा कुरा भन्न सक्छ, बढाइँचढाइ गर्न सक्छ । पछि स्रोतले 'मलाई पत्रकारले पैसा दिएकाले त्यसो भनेको हुँ' भनेका खण्डमा स्रोतले दिएका प्रमाण कमजोर र अविश्वसनीय हुन्छन् । स्टोरीका लागि पैसा तिर्ने काम प्रकाशन गृहको आचारसंहिता र पत्रकारको खोज गर्ने सीपसँग उति मिल्दो हुँदैन । तर अपवादस्वरूप, अन्तर्वार्ता दिंदा स्रोतको काम गर्ने समय बिथोलिएकोमा अथवा उसको यात्रा अथवा अन्य खर्च वापत पत्रिकाले स्रोतलाई पैसा तिर्न सक्छ । तर यसो गर्दा पनि यो पैसा के वापत दिएको हो भन्नेमा दुवै पक्ष स्पष्ट हुनु जरूरी छ । स्रोतलाई के कुरा बताइदिनुपर्छ भने जानकारी दिएर उसले पत्रकार अथवा पत्रिकालाई होइन प्रभावित समुदाय वा समग्र समाजलाई गुण लगाएको हो ।

सूचना लिनका लागि कर्मचारीलाई घूस खुवाउँदा बदनाम होइन्छ । तर कतै कतै कर्मचारीले बिहान अफिस चाँडो खोल्दा अथवा यस्तै सानोतिनो काम गर्दा पनि केही (चिया अथवा चिसो) माग्ने चलन छ । यस्तो वातावरण भएका ठाउँमा चिल्लो नघसिकन काम गराउन गाह्रो हुनसक्छ । तैपनि, उनीहरूलाई थोरैतिनो खुवाउँदा पनि आफ्नो स्टोरी जोखिममा पर्न जान्छ । जति थोरै र चलनचल्तीको भए पनि तपाईंले यस्तो सहयोग गरेको कुरा स्रोतले आफ्ना हाकिम वा तपाईंको मिडियाका प्रतिस्पर्धीलाई बताएका खण्डमा तपाईंले घूस खुवाएको ठहर्छ । स्रोतले यस्ता कुरा माग्यो भने के गर्ने भनी रणनीति बनाउनुपर्छ । आफूले यस्तो सहयोग दिएको कुरा पछि सार्वजनिक भयो भने तपाईंले यो कामलाई उचित हो भनी पाठकसामु प्रमाणित गर्न सक्नुपर्छ । त्यसैले, स्रोतलाई तपाईंले गर्न लागेको कामको महत्व बताएर पैसा विनै काम गर्न मनाउन कोशिश गर्नुपर्छ ।

सम्पादकलाई मनाउनु (पिच गर्नु)

प्रकाशन गृह अथवा प्रसारण स्टेशनले कुनै विषयमा खोज गर्नका लागि अह्राएको हो भने तपाईंले खोज यसरी गर्छु भनेर पहिलो चरणको कुरा बताए पुग्छ । तर स्वतन्त्र पत्रकारले म यो विषयमा स्टोरी गर्न लागेको छु भनी सम्पादकलाई मनाउनुपर्ने भएका खण्डमा राम्रै मिहिनेत गर्नुपर्छ । पिच गर्नु भनेको आफूले स्टोरी गर्न लागेको विषय र त्यो स्टोरी छाप्नु किन जरूरी छ भनी सम्पादकलाई छोटो प्रस्तुति दिनु हो । यसो गर्दा निम्न कुरा समावेश हुनुपर्छः

- स्टोरीको परिमार्जित खाका
- यो स्टोरी त्यस पत्रिका अथवा त्यस पत्रिकाका पाठकका लागि किन महत्वपूर्ण छ
- स्टोरी गर्ने तरिका र कार्यविधि
- समय तालिका
- बजेट

केही मिडिया हाउसले तपाईंको स्टोरी कसरी प्रस्तुत गर्ने (फोटो, ग्राफिक्स आदिबारे) भन्ने विषयमा पनि तपाईंको सहयोग खोज्छन् । केहीले भने यो काम सम्पादक र डिजाइनरका जिम्मा छाडिदिन्छन् । जे भए पनि, प्रकाशनले तपाईंको स्टोरी मन नपराउन पनि सक्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्नुहोस् । त्यसैले, सम्पादकलाई नभनी नहुने कुरा मात्र बताउनुपर्छ, आफूले पाएका महत्वपूर्ण जानकारी बताउनुहुँदैन किनभने सम्पादकले यो स्टोरी मलाई उपयुक्त हुँदैन भनेका खण्डमा अर्को सम्पादकलाई बताएर उसलाई मनाउन सकिन्छ ।

योजना प्रक्रियामा समय कसरी व्यवस्थित गर्ने ?

आफ्नो स्टोरीको योजना बनाइसकेपछि खोजको पहिलो चरणको काम गर्ने वेला आउँछ । तर यस काममा अघि बढ्दा केही कुरामा ध्यान दिन अझै बाँकी नै रहन्छ ।

प्राथमिकता निर्धारण

खोजको शुरूमा तपाईंलाई जतिसक्दो बढी सामग्री पढौं जस्तो लाग्न सक्छ । तर यो सर्वोत्तम रणनीति नहुन सक्छ । पढ्ने काम ढिलो हुन्छ । अझ आफूलाई उपयोगी हुने सामग्री इन्टरनेटमा खोज्दा तपाईंले एकदमै धेरै सामग्री पाउनुहुन्छ । त्यसैले, पृष्ठभूमि जानकारी सर्सर्ती मात्र हेर्नुपर्छ । व्यापक विषयका सामग्री खोज्नुहुँदैन (इन्टरनेटमा सर्च गर्दा आफ्नो स्टोरीसँग सम्बन्धित कि वर्डलाई डबल कोटभित्र राख्दा आफूले चाहिने मात्र सामग्री देखिन सक्छन्) । आफूलाई काम लाग्ने जस्ता लागेका वेबपेजलाई बुकमार्क गर्नुहोस् । यसो गर्दा पछि यी वेबपेज पढ्न सकिन्छ ।

एउटा न एउटा कुरा गरेर उम्कन खोज्ने विज्ञका पछि लागेर धेरै समय खर्च नगर्नुहोस् । आफूले सूचीमा राखेका धेरैभन्दा धेरै स्रोतलाई फोनमा सम्पर्क गर्नुहोस् । थप जानकारी बटुल्दै जाँदा नयाँ कुरा सोध्नुपर्ने भएमा आफूले पहिले कुराकानी गरेका मानिसलाई फेरि भेट्नुहोस् । यस चरणमा गहिराइमा पुग्न भन्दा पनि बृहत् पक्षबारे जान्न कोशिश गर्नुपर्छ ।

समयतालिका बनाउनुहोस् । आफ्नो अनुसन्धानका लागि कुन काम कति महत्वपूर्ण छ र त्यसका लागि आफूले कतिसम्म समय खर्च गर्न उचित हुन्छ भन्ने कुरा निर्धारण गर्नुहोस् । भेट्न कठिन व्यक्ति, कागजपत्र अथवा तथ्यांक खोज्न धेरै समय खर्च नगर्नुहोस् । आफूलाई चाहिएका सामग्री पाउने अर्को तरिका पत्ता लगाउनुहोस् ।

विश्लेषण र पुनः परिभाषा गर्नुहोस्

तपाईंले पृष्ठभूमि जानकारी सर्सर्ती हेरिसक्नुभयो, केही एकदमै रोचक मानिससँग कुराकानी गरिसक्नुभयो । स्टोरीसँग सम्बन्धित फिल्डमा गएर त्यहाँको अवस्था हेरिसक्नुभयो । दुःखको कुरा, तपाईंको स्टोरीको मान्यता सही देखिएन । यस्ता वेलामा आफूले पाएका नयाँ जानकारीका आधारमा स्टोरीलाई नयाँ मोड दिन डराउनुहुँदैन । राम्रो खोज गर्नका लागि लचकता सबैभन्दा महत्वपूर्ण कुरा हो । स्थिति आफूले पहिले सोचेभन्दा फरक भएको जान्दाजान्दै पनि पुरानै मान्यतामा अडिग रहेर आफूले पाएका तथ्यलाई त्यही पुरानो मान्यतामा ठोकठाक पार्ने गर्नुहुँदैन ।

पृष्ठभूमि जानकारी लिइसकेपछि आफ्नो अनुसन्धानलाई गहिराइमा लैजानुपर्छ र आफ्नो स्टोरीसँग असम्बन्धित कुरा हटाउनुपर्छ । आफूले मिहिनेत गरेर भेला गरेका सामग्री हटाउनु पर्दा दुःख लाग्छ तर त्यसो नगरी हुँदैन । पुराना नोटलाई फाइलमा राख्नुहोस् किनभने पछि अर्को स्टोरी गर्दा ती काम लाग्न सक्छन् । अर्थपूर्ण सरकारी टिप्पणी भेला गर्नुहोस् र सबैभन्दा रोचक स्रोत र सन्दर्भ खोज्न लाग्नुहोस् । यति वेलामा आफूले ठोस, खास प्रमाण खोज्नुपर्छ । यस्ता कुराले गर्दा अनुसन्धान गरिरहेको विषयका बारेमा तपाईंको ज्ञान गहिराइमा पुग्छ । तपाईंले पछि कानूनी झमेला बेहोर्नु पर्दैन । जे कुरा प्रमाणित गर्न सकिंदैन त्यसलाई छाडिदिनुहोस् । आफ्नो नोटमा टिपेका कुन कुन कुरा परस्पर विरोधी छन् भनी हेर्नुहोस् । तिनलाई मिलाउन सकिन्छ ? तपाईंका 'एकपक्षीय' स्रोतले यी विषयमा के भन्छन् ? उनीहरूका सबै भनाइ रेकर्डमै लिन कोशिश गर्नुहोस् । आफूले भेला गरेको जानकारी जाँच्नुहोस्, फेरि जाँच्नुहोस् र अझ एकपल्ट जाँच्नुहोस् ।

स्टोरीको काम अघि बढाउँदै जाँदा सम्पादकलाई बताउँदै जानुहोस् । यसो गर्दा तपाईंको स्टोरीका लागि छुट्याएको ठाउँ र पेज तलमाथि गर्नुपर्ने रहेछ भने सम्पादकलाई सजिलो हुन्छ । जति सक्दो चाँडो यसो गर्नुपर्छ । मानहानि र मुद्दा आइपर्न सक्छ भन्ने लागेमा सम्पादकलाई बताउनुपर्छ । तपाईं र पत्रिका दुवैलाई सुरक्षित राख्नका लागि सम्पादकले अन्तिम स्टोरी वकिललाई पठाएर त्यसमा उसको सल्लाह लिन खोज्न सक्छ ।

टिम कसरी बनाउने ?

टिम बनाएर काम गर्ने हो भने थप कदमबारे योजना बनाउन जरूरी हुन्छ । पहिलो, परियोजना मेनेजर तोक्नु । परियोजना मेनेजरको काम धेरै महत्वपूर्ण छ किनभने टिमका सबै सदस्यले पर्याप्त र उचित योगदान गरून् भन्ने कुरा यकिन गर्ने काम उसको हो । टिमका सबै सदस्यले गरेका काम भेला पार्नु पनि उसको काम हो । दोस्रो कदम भनेको कार्यशाला चलाउनु हो जहाँ टिमका सबै सदस्यले स्टोरीको विषयका बारेमा चिन्तन गर्छन् र यो यो काम गर्नुपर्छ भनी सूची बनाउँछन् ।

यस प्रक्रियाका लागि कस्तो ढाँचा अपनाउने भन्ने कुरा पनि निर्धारण गर्नुपर्छः

- ? टिमका सदस्यबीचमा कहिले र कसरी समन्वय गर्ने ?
- ? प्रोजेक्ट मेनेजरले कहिले, कसरी र कति कति समयको अन्तरमा टिमका सदस्यसँग सम्पर्क गर्ने ?
- ? खोजका हरेक चरणमा सम्पादन, परिमार्जन, प्रतिक्रिया संकलन र सच्याउने काम कसरी गरिन्छन् ?
- ? टिमका सदस्यले गर्नुपर्ने काम गरेनन् भने के गर्ने ?
- ? स्टोरीमा सबैलाई सहमत कसरी गराउने ?
- ? खोज गर्दा लागेका कस्ता कस्ता खर्चको शोधभर्ना पाइन्छ ?
- ? यस स्टोरीका लागि जानकारी खोज्दा टिमका सदस्यले लुकेर अर्काका कुरा सुन्ने, भेष बदल्ने अथवा कागज लिनका लागि पैसा तिर्ने जस्ता काम गर्नुपर्छ ?

यस बाहेक, टिमका सदस्यहरूको भूमिका स्पष्ट रूपमा तोक्नुपर्छ जसले गर्दा उनीहरूको स्वार्थ नबाझियोस् । टिमका सदस्य बोर्डका पनि सदस्य छन् भने बोर्डमा टिमका खोजसम्बन्धी विषयमा छलफल हुने र निर्णय गर्ने बैठकमा उनीहरूले भाग लिनुहुँदैन । कुन निर्णय प्रोजेक्ट मेनेजरले गर्ने र कुन निर्णय संस्थाको नेतृत्वले गर्ने अनि यी दुईका बीचमा कस्तो सम्बन्ध हुने भन्ने बारेमा स्पष्ट हुनुपर्छ । प्रोजेक्टर मेनेजर र संस्थाको नेतृत्वका बीचमा अनि प्रोजेक्ट मेनेजर र टिमका सदस्यबीचमा सम्झौता हुनुपर्छ ।

यी सांगठनिक कदमबाहेक, स्टोरी जुन विषयमा गर्न लागिएको छ त्यस विषयमा टिमका सदस्यहरू जानकार हुनुपर्छ । खोज गर्न लागिएको विषयसँग सम्बन्धित सबै कुरा टिमका सबै सदस्यले बुझेका छन् ? खोज गरिरहेको टिमका सदस्य पनि समाजका सदस्य हुन् । यस हैसियतमा उनीहरूले यस विषयमा कस्तो चासो दिनुपर्छ ? खोज पत्रकारिताका कस्ता कस्ता राम्रा चलन छन् भन्ने कुरा कार्यशालामा स्मरण गर्नुपर्छ । यसो गर्दा राम्रो परिणाम निस्कन्छ । आचारसंहिताबारेमा पनि छलफल हुनुपर्छ ।

खोज गरिरहेका वेलामा, स्टोरीको विषयवस्तु सही छ कि छैन भन्ने कुरा अनि के के कुरा खोज्न सकिन्छ भन्ने विषयमा निर्णय गर्ने काम प्रोजेक्ट मेनेजरको हो । यति वेला स्टोरीको मान्यता परिमार्जन गर्न आवश्यक भए गर्नुपर्छ, (नयाँ) स्रोत परिमार्जन गर्नुपर्छ र आफूले गर्नुपर्ने कामको परिमार्जित र विस्तृत सूची सबै सदस्यलाई बाँड्नुपर्छ । स्टोरी कम्तीमा पनि यो स्तरको हुनुपर्छ भनी प्रोजेक्ट मेनेजरले लक्ष्य तोक्छ । स्टोरीले कम्तीमा पनि त्यस विषयमा आम मानिसको ज्ञान बढाउनुपर्छ । आफ्नो टिमले के कस्ता विज्ञको सहयोग लिन सक्छ र टिमका काममा कस्तो प्रगति हुँदैछ भन्ने बारेमा मेनेजरले टिमका सदस्यलाई यसरी बताउनुपर्छ जसले टिममा उत्साह बढाओस् । यस्तो जानकारी पाऊँ भनी टिमका सदस्यले पनि मेनेजरलाई सोध्न सक्छन् । यसबाहेक, प्रोजेक्ट मेनेजरले टिमका सदस्यले दिएका योगदानलाई कसरी उपयोग गर्ने भन्ने बारेमा पनि निर्णय गर्छ ।

टिम बनाएर काम गर्ने हो भने थप कदमबारे योजना बनाउन जरूरी हुन्छ । पहिलो परियोजना मेनेजर तोक्नु । परियोजना मेनेजरको काम धेरै महत्वपूर्ण छ किनभने टिमका सबै सदस्यले पर्याप्त र उचित योगदान गरून् भन्ने कुरा यकिन गर्ने काम उसको हो । टिमका सबै सदस्यले गरेका काम भेला पार्नु पनि उसको काम हो । दोस्रो कदम भनेको कार्यशाला चलाउनु हो जसमा टिमका सबै सदस्यले स्टोरीको विषयका बारेमा चिन्तन गर्छन् र यो यो काम गर्नुपर्छ भनी सूची बनाउँछन् ।

स्पटलाइट

एउटा क्षेत्रीय सञ्चारमाध्यमको टिमले के कस्तो प्रभाव पार्न सक्छ भन्ने कुराको उदाहरण 'स्पटलाइट टिम' हो ।

२००२ मा 'बोस्टन ग्लोब' नामक पत्रिकाका पत्रकारले बोस्टन क्याथोलिक आर्चडाइसिसले पुरोहितले गरेका बाल यौन दुराचारका घटनाको ढाकछोप गरेको थाहा पायो । उनीहरूले यस विषयमा रिपोर्ट छापेपछि मात्रै अमेरिकाका अरू सञ्चारमाध्यमले आफ्ना क्षेत्रमा भएका यस्तै घटनाबारेमा खोज गरे ।

यस खोजका बारेमा फिल्म बनाइयो र २०१५ मा 'स्पटलाइट' का नाममा रिलिज गरियो ।

अनि

पनामा पेपर

खोज पत्रकारिताका क्षेत्रमा अन्तर्राष्ट्रिय रूपमा गरिएको आपसी सहयोगको एकदमै राम्रो उदाहरण 'पनामा पेपर्स' हो ।

पनामाको एउटा कानूनी फर्मबाट लिक भएका तथ्यांकको अध्ययन गर्न ५० वटा देशका ४०० जना जति पत्रकारले एक वर्षसम्म टिममा मिलेर खोज गरे । यस खोजले के पत्ता लगायो भने राजनीतिज्ञ, खेलाडी, अपराधी र अन्य केही मानिसले पनामाको अफशोर अकाउन्टलाई गैरकानूनी कामका लागि उपयोग गरेका रहेछन् । उनीहरूले एक करोड १० लाख वटा कागजपत्रको विश्लेषण गरे । यति काम एकजना पत्रकारले गर्नु परेको भए उसले आफ्नो जीवनभरमा पनि गर्न सक्दैनथ्यो । यस उदाहरणले के देखाउँछ भने टिम कत्रो हुनुपर्छ भन्ने कुरा त्यसले कति जानकारी हेर्नुपर्छ र त्यसमा कस्ता पत्रकार संलग्न छन् भन्नेमा निर्भर गर्छ ।

संसारको सबैभन्दा ठूलो वित्तीय घोटालाका सम्बन्धमा उनीहरूले गरेको अध्ययनको रिपोर्ट सन् २०१६ मा संसारका विभिन्न देशका विभिन्न सञ्चारमाध्यममा विभिन्न भाषामा छापिए ।

४

खण्ड चार

डेटा सुरक्षित राख्ने विधि

खोज पत्रकारिता गर्दा अत्यन्त धेरै जानकारी संकलन र तयार भएको हुन्छ । तीमध्ये अधिकांश मोबाइल फोन अथवा कम्प्युटरमा राखिएको हुन्छ । डिजिटल डेटा चलाउँदा ती जानकारीलाई कसरी सुरक्षित राख्ने र सुरक्षा जोखिम कसरी कम गर्ने भन्ने विधि जान्नु जरूरी छ । खोज गर्दा ध्यान दिनुपर्ने सुरक्षा सम्बन्धी एउटा पक्ष हो : स्रोतसँग जानकारी आदानप्रदान गर्दा सधैंभरि सुरक्षित तरिका अपनाउनु । यस खण्डमा डिजिटल सुरक्षा जोखिमका बारेमा छलफल गर्नुका साथै डेटा सुरक्षित राख्न उपयोग गर्न सकिने विभिन्न सफ्टवेयर र विधिका बारेमा बताइएको छ । यसमा म्याक र विन्डोज जस्ता चल्तीका कम्प्युटर प्रणाली र एन्ड्रोइड अनि आईओएस जस्ता चल्तीका स्मार्ट फोनमा जोड दिइएको छ ।

डेटालाई कसरी सुरक्षित राख्ने ?

अनुसन्धान योजना बनाइसकेपछि र आफूलाई काम लाग्ने स्रोत पत्ता लगाइसकेपछि खोजका काम सकेसम्म चाँडै थालौं भन्ने लाग्छ । तर अनुसन्धान थाल्नुअघि अर्को एउटा कदमबारेमा ध्यान दिनुपर्छ । त्यो होः डेटाको सुरक्षा । विवादास्पद विषयमा खोजमूलक स्टोरी गर्दा तपाईंको स्टोरीबाट जसलाई हानि पुग्छ ऊ तपाईंसँग रिसाउन सक्छ । उसले तपाईंको अनुसन्धानलाई तोडमोड गर्न अथवा अनुसन्धानका गतिविधिको निगरानी गर्न सक्छ । यस्ता वेलामा निम्न प्रश्न आफैंलाई सोध्नुपर्छः तपाईंले गरेको अनुसन्धान प्रकाशित हुन नदिन कसले खोज्ला ? यसो गर्नका लागि उनीहरूसँग के कस्ता उपाय र साधन छन् ? के कस्ता उपाय र साधन उनीहरूसँग छैनन् ? तपाईंको सूचनाको प्रमुख स्रोत मानव हो कि डिजिटल ? आफ्ना कामको सुरक्षाका लागि तपाईं कुन तरिका उपयोग गर्नुहुन्छ ?

तपाईंको स्रोतले पनि तपाईंले जस्तै सुरक्षाका उपाय अवलम्बन गर्नुपर्छ । सुरक्षाका उपाय बारेमा उनीहरू पनि सचेत छन् भन्ने कुरा यकिन गर्नुहोस् । सबै उपाय अपनाउँदा पनि शतप्रतिशत सुरक्षा नहुन सक्छ । हामी आफ्ना विरोधीलाई आफ्ना कम्प्युटर अथवा जानकारीका भण्डारसम्म आइपुग्ने कामलाई कठिन, खर्चिलो र लामो बनाउन मात्र सक्छौं । पूर्ण रूपमा रोक्न सक्दैनौं ।

यहाँ तपाईंका उपकरणको सुरक्षाका लागि अपनाउनुपर्ने रणनीति बारेमा चर्चा गरिएको छ । तपाईंका लागि उपयोगी एप्स र सफ्टवेयरका बारेमा बताइएको छ । यहाँ सिफारिश गरिएका कुनै पनि सफ्टवेयर इन्स्टल गर्नुभन्दा पहिले तिनका सबैभन्दा पछिल्ला भर्सन खोज्नुहोस् किनभने इन्टरनेटमा सधैंभरि नयाँ कुरा भइरहेका हुन्छन् । धेरै लोभ नगर्नुहोस् । बजारमा सफ्टवेयरका निःशुल्क र सशुल्क भर्सन पाइन्छन् । आफ्ना लागि कुन प्रोग्राम उपयुक्त हुन्छ भन्ने कुरामा ख्याल गरेर निःशुल्क भर्सन इन्स्टल गर्ने कि सशुल्क भर्सन भनी निधो गर्नुपर्छ । ओपन सोर्सका सफ्टवेयरमा पछि आईटी विज्ञले सुरक्षासम्बन्धी थप कोड राख्न मिल्छ कि मिल्दैन भनेर हेर्नुहोस् । यस्ता सफ्टवेयरले सम्भावित सुरक्षा खतराबारेमा प्राइभेट सफ्टवेयरले भन्दा चाँडो जानकारी दिन्छन् । प्राइभेट सफ्टवेयरले कोड देखाउँदैन जसको अर्थ हो सुरक्षा खतराबारेमा यसका मालिकलाई मात्रै थाहा हुन्छ ।

पासवर्ड

आफ्नो फोन अथवा कम्प्युटर लक गर्न पासवर्ड राख्नुपर्छ । वाइफाइको राउटर अथवा इमेलमा लग अन गर्न पनि पासवर्ड चाहिने बनाउनुपर्छ । डेटा इन्क्रिप्ट गर्दा पनि पासवर्ड चाहिने व्यवस्था गर्नुपर्छ । त्यसैले, बलियो पासवर्ड आफ्नो डेटा सुरक्षित राख्ने मुख्य उपाय हो । पासवर्ड जति छिटो छिटो फेर्‍यो आफ्ना डेटा त्यति बढी सुरक्षित हुन्छन् । आफ्ना उपकरण खोल्ने र इमेल जस्ता अकाउन्टमा लग अन गर्ने पासवर्ड ढिलोमा पनि तीन/तीन महीनामा फेर्नुपर्छ । वाइफाइ राउटरको पासवर्ड वर्षमा दुई पटक फेर्नुपर्छ । अरू कामका लागि पासवर्ड कम्तीमा पनि वर्षमा एक पटक फेर्नुहोस् ।

पासवर्ड बलियो बनाउने केही उपायः

- हरेक अकाउन्टका लागि छुट्टाछुट्टै पासवर्ड राख्नुहोस् ।
- शब्दकोशमा पाइने शब्द कहिल्यै नराख्नुहोस् ।
- आफ्ना परिवारका सदस्य, साथी अथवा कुकुर बिरालाका नाम वा जन्ममिति कहिल्यै नराख्नुहोस् ।
- सकेसम्म लामो पासवर्ड राख्नुहोस् । १५ वटा जति अक्षर भएको पासवर्ड सबैभन्दा बलियो हुन्छ ।
- कुनै अक्षर लोवर केसमा र कुनै अक्षर क्यापिटल लेटरमा राख्नुहोस् । पासवर्डमा विशेष चिह्न र अंक पनि राख्नुहोस् ।

जटिल पासवर्ड सम्भिmन धेरैलाई गाह्रो हुन्छ । यसो नहोस् भन्नका लागि m5khkpth (अर्थात् मैले पाँच कक्षामा हुँदा कविता पढ्न थालेको हुँ) जस्ता पासवर्ड राख्नुहोस् ।

पासवर्ड कत्तिको बलियो छ भनी जाँच्न सहयोग गर्ने र घरको सामान्य कम्प्युटर अनि अत्यन्तै फास्ट सुपर कम्प्युटरलाई क्र्याक गर्न कति समय लाग्ला भन्ने बारेमा जानकारी धेरै वेबसाइटमा पाइन्छ । Kaspersky यस्तो एउटा वेबसाइट हो । यस्ता साइटमा आफ्नो वास्तविक पासवर्ड इन्टर गर्दा सुरक्षा जोखिम बढ्छ, त्यसैले आफ्नो वास्तविक पासवर्डसँग मिल्दोजुल्दो पासवर्ड इन्टर गरेर त्यसको क्षमता जाँच्नुपर्छ ।

हरेक अकाउन्टका लागि फरक फरक पासवर्ड सम्झन सकिंदैन भने “KeePass” or “Safe in Cloud” जस्ता एप्स उपयोग गर्नुपर्छ । यी एप्सले पासवर्ड र इन्क्रिप्ट गर्ने जानकारी सुरक्षित तरिकाले राखिदिन्छन् । (अत्यन्तै बलियो) मास्टर पासवर्ड इन्टर गरेपछि मात्रै यी जानकारी खुल्छन् । यी टुल्समा पासवर्ड जेनरेटर पनि हुन्छ । तपाईंको मोबाइल फोनका एप स्टोरमा पनि यस्ता खालका टुल्स पाइन्छन् ।

वान टाइम पासवर्ड (OTP) को उपयोग गर्नु पनि अत्यन्तै उपयोगी हुन्छ । यी पासवर्ड एक पटक मात्रै उपयोग गर्न सकिन्छ । यस्ता पासवर्डका साथमा सधैंभरि उपयोग गर्ने अरू पासवर्ड पनि उपयोग गर्नुपर्छ । यस्तो कामलाई टु-फ्याक्टर-अथेन्टिकेशन (2FA) भनिन्छ । यो बैंकिङ कारोबार गर्ने टिएएन जेनरेटर जस्तै हो । नेपालका केही बैंकमा इलेक्ट्रोनिक कारोबार गर्दा पनि ओटिपी नभई हुँदैन । ओटिपी जेनरेट गर्ने दुईवटा तरिका छन् । एक, “Google Authenticator” (Android/iOS), “Authenticator Plus” (Android) and “2STP Authenticator” (iOS) मार्फत टेक्स्ट म्यासेजमा पठाइने । दुई, विशेष चिह्नमार्फत पठाइने । फेसबूक, जिमेल अथवा ट्वीटर जस्ता सेवाले ओटिपीको सुविधा दिइसकेका छन् । केही वैकल्पिक इमेल सेवा प्रदायक (जस्तै मेलबक्स) ले टु-फ्याक्टर-अथेन्टिकेशनको सुविधा दिएका छन् ।

डेटा एट रेस्ट

सुरक्षाका अरू लोकप्रिय टुल्सका बारेमा थप जानकारी दिनुभन्दा पहिले उपकरणमा डेटा कसरी उपयोग गरिन्छ र कसरी स्टोर गरिन्छ भन्ने बारेमा जानकारी दिनु उपयोगी हुन्छ। विज्ञहरूले डेटा स्टोर हुने तरिकालाई तीन भाग 'डेटा एट रेस्ट', 'डेटा इन युज' र 'डेटा इन मोशन' मा बाँडेका छन्।

धेरै नचलाइने गरी आफ्नो उपकरणमा स्टोर गरिएका डेटालाई 'डेटा एट रेस्ट' भनिन्छ। डेटा हार्ड डाइभ, सर्भर, आर्काइभ अथवा डेटाबेसमा राखिन्छ। यसरी लामो समयका लागि स्टोरी गरिएका डेटालाई सुरक्षित राख्न यी जानकारी अथवा फोल्डर आफ्ना नेटवर्कका कस-कसले हेर्न सक्छन् भनी हेर्नु जरूरी हुन्छ।

यसका लागि चाल्नुपर्ने पहिलो कदम हो एडमिनिस्ट्रेटरको पासवर्ड फेर्नु। कसैले यस्तो पासवर्ड राख्दैनन् वा छोटो पासवर्ड राख्छन्। यसो गर्दा ह्याकरले तपाईंको उपकरण सजिलै ह्याक गर्न सक्छ। यसो गर्नु भनेको आफ्नो कम्प्युटरको एडमिनिस्ट्रेटरको अधिकार नियमित रूपमा उपयोग नगर्नु हो। विन्डोजले नर्मल युजरलाई सबै अधिकार स्वतः दिन्छ। आफ्नो कम्प्युटरमा नयाँ एडमिन अकाउन्ट बनाउनुहोस् र आवश्यक पर्दा मात्र चलाउनुहोस्। नर्मल अकाउन्टमा युजरले गर्न सक्ने काम सकेसम्म घटाउनुहोस्। यसो गर्दा अरू युजरले कुनै पनि एप्लिकेसन इन्स्टल गर्न पाउँदैनन् र तपाईंको कम्प्युटरमा मालवेयरको डर हुँदैन। अरूले आफ्नो अकाउन्टको अधिकार उपभोग गर्न नपाउन भन्नका लागि गेस्ट अकाउन्ट नराख्नु उपयुक्त हुन्छ।

इन्क्रिप्शन

यसपछि आफ्ना उपकरण र तिनमा भएका डेटा इन्क्रिप्ट गर्नुपर्छ। इन्क्रिप्ट गर्ने भनेको पासवर्ड भएका आधिकारिक व्यक्तिले मात्र बुझ्न र फाइल डिक्रिप्ट गर्न मिल्ने गरी म्यासेज अथवा जानकारी राख्नु हो। त्यसैले ह्याकरले तपाईंका उपकरण सजिलै ह्याक गर्न नसक्ने बनाउन बलियो पासवर्ड राख्नुपर्छ। यहाँ के कुरा ख्याल राख्नुपर्छ भने इन्क्रिप्ट गरेका उपकरण नगरेका उपकरणभन्दा अलि ढिला हुन्छन्।

हार्ड ड्राइभ इन्क्रिप्शन

यसलाई एउटा उदाहरणबाट बुझौं। मानौं जोसुकै मानिस तपाईंको घर कम्पाउन्डमा पस्न नपाउन् भनेर ठूलो गेट लगाइएको छ। भित्रबाट धेरैवटा चेनले ताला लगाइएको छ भने मात्र त्यो गेट सुरक्षित हुन्छ। तपाईंको हार्ड ड्राइभ पनि गेटजस्तै हो। यसलाई इन्क्रिप्ट गर्नु भनेको गेटमा चेनले बलियोसँग ताला लगाउनु हो जसले गर्दा क्ग्राकरलाई त्यसभित्र पस्न कठिन हुन्छ। यस्तो चेनलाई दह्रो बनाउन AES 256 को उपयोग गर्नुहोस्। यो इन्क्रिप्टशन गर्ने आजसम्मको सबैभन्दा सफल तरिका हो। हार्ड ड्राइभ इन्क्रिप्ट गर्ने अरू सफ्टवेयर यी हुन्: VeraCrypt (Windows) वा FileVault (Mac)।

डेटा इन्क्रिप्शन

हार्ड ड्राइभ इन्क्रिप्ट गर्दा त्यसमा भएका डेटामा स्वतः ताला लाग्छ । यसलाई अझ सुरक्षित बनाउनुपर्छ भन्ने लाग्छ भने मात्रै डेटा इन्क्रिप्ट गर्नुपर्छ । यसो गरेपछि गुप्तचरले तपाईंको कम्प्युटर हेर्न र त्यहाँ भएका डकुमेन्ट पढ्न पाउँदैन । डेटा इन्क्रिप्शनका लागि यी सफ्टवेयर सिफारिश गरिन्छः 'Bitlocker' र 'VeraCrypt' (Windows), 'FileVault' (Mac), अथवा 'Crypto Disk' । सबै फाइललाई इन्क्रिप्ट गरिएको आर्काइभमा राखेर पनि डेटा सुरक्षित राख्न सकिन्छ । यसका लागि '7-Zip' (Linux) उपयोग गर्नुपर्छ ।

फोन इन्क्रिप्ट गर्ने

आजभोलि मोबाइल फोनलाई कम्प्युटरका रूपमा पनि उपयोग गरिन्छ । त्यसैले फोन र यसमा भएका डकुमेन्टलाई पनि इन्क्रिप्ट गर्नु जरूरी छ । आइफोन हामीले किन्दैखेरि इन्क्रिप्ट गरिएको हुन्छ । यसको यो फङ्शनलाई इनेबल गरे पुग्छ । तर एन्ड्रोइड चलाउनेले आफ्नो फोन इन्क्रिप्ट गर्नुपर्छ । यो काम कसरी गर्ने भन्ने जानकारी नेटमा सर्च गर्दा भेटिन्छ ।

युएसबी इन्क्रिप्शन र ब्याकअप

पत्रकारहरूले युएसबी डिभाइसमा पनि आफ्ना जानकारी र डेटा राख्ने गर्छन् । त्यसैले कम्प्युटर र मोबाइल फोनलाई जस्तै यसलाई पनि सुरक्षित राख्नुपर्छ । युएसबी डिभाइसमा कम्प्युटर र फोन ब्याकअप गर्न पनि सकिन्छ । एउटा डिभाइसमा कुनै किसिमले खराबी आएका खण्डमा आफ्ना डेटा ननासिउन् भनेर त्यसलाई धेरैवटा डिभाइसमा कपी गर्नु राम्रो हुन्छ । कपी राख्न, ब्याकअप गर्न र विभिन्न ब्याकअप डिभाइस वा फाइल इन्क्रिप्ट गर्न भिन्नाभिन्नै डिभाइस उपयोग गर्नुपर्छ ।

डेटा इन युज

'डेटा इन युज' भन्नाले आफ्नो डिभाइसमा भएका निरन्तर रूपमा फेरिइरहने डेटा भन्ने बुझिन्छ । यिनीहरू प्रायशः र्‍यान्डम एक्सेस मेमोरी (र्‍याम) अथवा क्यासमा स्टोर हुन्छन् । यहाँ यस्ता जानकारी सुरक्षित राख्नका लागि उपयोग गर्न सकिने विभिन्न सेक्युरिटी प्रोग्राम र फङ्शनका बारेमा छलफल गरिएको छ ।

फायरवाल, एन्टिभाइरस र होस्ट इन्ट्रुसन रोकथाम

आफ्ना डिभाइसमा फायरवाल इनेबल गर्नु अत्यन्तै जरूरी हुन्छ । फायरवालले इन्टरनेटसँग जोड्ने जानकारीलाई नियन्त्रण गर्छन् । फायरवाल गेट पाले जस्ता हुन् । फायरवालले 'गेस्ट' लाई आफ्नो कम्प्युटरमा प्रवेश दिने वा नदिने अनि कुन कुरा तपाईंको नेटवर्कमा पठाउन दिने वा नदिने भन्ने निर्णय गर्छ । यसो नगर्दा आफ्नो डिभाइसमा मालवेयर प्रवेश गरेर त्यसले कम्प्युटरमा नोक्सान पुर्‍याउन सक्छन् । अधिकांश कम्प्युटरमा सिस्टममा रहेको फायरवाल इनेबल गर्न मिल्छ । यसबाहेक McAfee, BitDefender or Kaspersky जस्ता थप सुरक्षा सफ्टवेयर पनि उपयोग गर्नु राम्रो हुन्छ ।

आफ्नो कम्प्युटरमा फायरवाल कसरी इनेबल गर्ने भन्ने कुराको भिडियो नेटमा पाइन्छ । पछि थप्न मिल्ने 'NoRoot Firewall' अथवा 'NetGuard' (Android) र 'Norton' (iOS) जस्ता सफ्टवेयरको सहयोग लिएर मोबाइल फोनमा पनि फायरवाल इनेबल गर्न सकिन्छ ।

इन्टरनेट र तपाईंको डिभाइसबीच आदानप्रदान हुने डेटालाई ठीकठाक पारेपछि तपाईंका डिभाइसमा तपाईंले के के गर्नुहुन्छ भन्ने कुरा चियोचर्यो गर्ने वा तपाईंका जरूरी जानकारी लिने खालका मालवेयरबाट आफ्ना डिभाइसलाई बचाउनुपर्छ । एन्टिभाइरस सफ्टवेयरले यस्ता मालवेयरको निगरानी गर्छन्, तिनलाई रोक्छन् र मेटाइदिन्छन् । कम्प्युटरका लागि मात्र होइन मोबाइलका लागि पनि यी प्रोग्राम जरूरी हुन्छन् । कम्प्युटरका लागि यी सफ्टवेयर राख्न राम्रो हुन्छः 'ESET', 'Kaspersky' र 'BitDefender' (Windows / Linux) अथवा 'Microwold', 'BitDefender' / 'AVG' (Mac) । स्मार्ट फोनका लागि यी टुल्स उपयोग गर्न सकिन्छः Avast Mobile Security (Android) अथवा Norton and Lookout (Mac) ।

कम्प्युटर चलाउने अधिकांश मानिसले पहिले उल्लेख गरिएका दुईवटा एप्लिकेशन्सका बारेमा सुनेका हुन्छन् । उनीहरूले कम्तीमा पनि एउटा एन्टिभाइरस प्रोग्राम इन्स्टल गरेका हुन्छन् । तर यतिले पुग्दैन । डेटा इन युजलाई पूर्ण रूपमा सुरक्षित पार्न host intrusion prevention (HIP) पनि राख्नुपर्छ । यी थप सुरक्षा उपायले तपाईंको सिस्टम र नेटवर्क निगरानी गर्छन् जसले गर्दा अनधिकृत काम हुन पाउँदैनन् । कसैले यताउता गर्न खोज्यो भने डिभाइस चलाउने मानिसलाई सूचना आउँछ । 'McAfee' एचआइपी सुविधा भएको एउटा सफ्टवेयर हो ।

झट्ट हेर्दा एकपछि अर्को प्रोग्राम इन्स्टल गर्ने काम भयावह लाग्न सक्छ । तर यी सबै सफ्टवेयर प्रोग्राम एउटै प्याकेजमा पनि पाइन्छन् । यीमध्ये केही प्रोग्राम यस प्रकार छन्ः 'McAfee', 'BitDefender' अथवा 'Kaspersky' । हरेक वर्ष विभिन्न संस्था र पत्रिकाले यी विभिन्न प्याकेजको प्रभावकारिता जाँचेर कुन प्रोग्राम कति बढी प्रभावकारी छ भनेर बताउँछन् । किन्नुअघि हालसाल कुन प्याकेज सबैभन्दा बढी प्रभावकारी भनी अनुसन्धान गर्नुहोस् । यस कामका लागि उपयोगी एउटा वेबसाइट होः AV Test ।

गुमनाम ढंगले सर्फिङ गर्ने

वाइफाइ राउटरबाट हुने जोखिमलाई मानिसले कम आँक्ने गर्छन् । तपाईंको राउटर क्र्याक गरेर ह्याकर पूरै नेटवर्कमा प्रवेश गर्न सक्छ । त्यसैले, सर्भिस प्रोभाइडरले दिएको पासवर्डको सट्टामा सकेसम्म बलियो पासवर्ड राख्नुहोस् । त्यसपछि वाइफाइ इन्क्रिप्ट गर्नुहोस् । इन्क्रिप्शन गर्ने आजभोलिको सबैभन्दा सुरक्षित तरिका WPA2 हो । आफ्ना जानकारी इनकोड गर्दा यो फङ्शन उपयोग गर्न सक्छु भन्ने कुरा यकिन गर्नुहोस् । राउटर इन्क्रिप्ट गर्न जान्नु भएन भने तपाईंको इन्टरनेट सेवा प्रदायकले सहयोग गर्न सक्छ । इन्टरनेटसँग जोड्ने सबैभन्दा सुरक्षित तरिका ल्यान केबल हो । घरमा कम्प्युटर चलाउँदा यही तरिका मात्र अपनाउनु राम्रो हुन्छ ।

राउटरलाई सुरक्षित पारिसकेपछि इन्टरनेट अनुसन्धानको काम थाले हुन्छ । खोज गर्दा पृष्ठभूमि जानकारी अथवा स्रोत पहिचान गर्नका लागि इन्टरनेट उपयोग गर्न सकिएला । संवेदनशील

विषयबारे नेटमा सर्च गर्दा तपाईंका गतिविधि निगरानी गर्ने खालका गुप्तचर आइलाग्ने डर बढी हुन्छ । त्यसैले, तपाईंको अनुसन्धान, तपाईंका भावी स्रोत र तपाईंको सुरक्षाका लागि आफ्नो ब्राउजिङलाई इन्क्रिप्ट गर्नु जरूरी हुन्छ ।

सुरक्षित तवरले नेट सर्फ गर्ने (अनि सेन्सरका आँखा छल्ने) दुईवटा तरिका छन् । ती हुन्: भीपीएन (भर्चुयल प्राइभेट नेटवर्क र प्रोक्सी सर्भर । यसो गर्दा तपाईंले कहाँबाट सर्च गर्नुभएको हो थाहा पाइँदैन । भीपीएन सुरूङ जस्तो हो जसले तपाईं फरक नेटवर्कमा हुनुहुन्छ भन्ने भान पार्छ । वेबसाइटमा सर्च गर्दा भीपीएनका कामबारेमा बताउने भिडियो फेला पर्छ ।

भीपीएन उपयोग गर्ने एउटा सरल तरिका सफ्टवेयर इन्स्टल गर्नु हो । स्मार्टफोन, कम्प्युटर अथवा ब्राउजरमा इन्स्टल गर्न मिल्ने सफ्टवेयरमध्येबाट आफूलाई राम्रो लागेको सफ्टवेयर छान्न सकिन्छ । भीपीएनलाई एक्टिभेट गर्दा तपाईंले आफू कुन ठाउँमा भएको भान पार्ने हो सो ठाउँ छान्न सकिन्छ । तपाईंले उपयोग गर्दा हुने केही भीपीएन यी हुन्: 'ZenMate', 'CyberGhost' वा 'ExpressVPN' । तर अधिकांश भीपीएन प्रदायकले यो सेवा सित्तैंमा दिंदैनन् । तपाईंले पैसा भुक्तानी गर्दा दिएको विवरण सेभ भइबस्छन् । त्यसैले यस तरिकाले इन्टरनेट उपयोग गर्दा पनि तपाईंका बारेमा केही जानकारी अरूकहाँ पुग्छन् । यसको सट्टामा तपाईंले आफ्नै भीपीएन सेट गर्न सक्नुहुन्छ । तर यो काम अलि जटिल छ । नेटमा सर्च गर्दा भीपीएन प्रदायकबारेमा पनि थप जानकारी पाइन्छ ।

TOR (The Onion Router) एउटा लोकप्रिय प्रोक्सी नेटवर्क हो । टिओआर ब्राउजर उपयोग गर्दा तपाईंले सर्फ गर्ने आइपी अड्रेस अर्कै हुन्छ । टिओआर इन्क्रिप्ट गरिएको कम्प्युटर कनेक्सन हुनाले यसो भएको हुनसक्छ । यो नेटवर्क जसले पनि उपयोग गर्न पाउँछ । यी सर्भरमा तीन अथवा बढी पटक राउट गरेपछि एक्जिटमा पुगिन्छ । यो भनेको तपाईंले आधिकारिक रूपमा उपयोग गर्ने आइपी अड्रेस हो ।

तर यति गर्दा पनि तपाईं को हो भनी पत्ता लगाउन सक्दै नसकिने भन्ने हुँदैन । नोभेम्बर २०१४ मा, एफबीआई र अन्य यूरोपेली सेवाले अपराध गर्नका लागि टिओआर दुरूपयोग गर्ने १७ जना मान्छे पत्ता लगाएका थिए । तर यो काम अति सघन र खर्चिलो हुन्छ । त्यसैले हतियार व्यापारी अथवा बाल अश्लील सामग्री शेयर गर्नेबाहेक अरू नागरिक अथवा पत्रकारको चियोचर्चो गर्न गुप्तचर संस्थाले यो तरिका उपयोग गर्ने खतरा कम हुन्छ । प्रेस स्वतन्त्रता कम भएका र उपकरणले पूर्ण सज्जित गुप्तचर संस्था भएका देशमा भने विशेष सतर्क रहनुपर्छ ।

एन्ड्रोइड डिभाइसमा टीओआर ब्राउजर राख्न चाहने यो एप उपयोग गर्नुपर्छ: 'Orfox' and the add-on 'Orbot' । प्रोक्सी ब्राउजर उपयोग गर्न चाहनेले आईओएस युजर 'Onion Browser' मा जानुपर्छ ।

क्लाउड प्रयोग गर्दा

ड्रपबक्स, गुगल ड्राइभ अथवा वानड्राइभ जस्ता सार्वजनिक क्लाउड चलाउन सजिला र नि:शुल्क छन् । तर यीमार्फत संवेदनशील फाइल, फोटो र अरू डेटा शेयर गर्नुहुँदैन । क्लाउडमा राखेका डेटा कति वेला के हुन्छन् थाहा हुँदैन । क्लाउडमा भर पर्नु भनेको त्यहाँ राखिएको सामग्रीको सुरक्षा सम्बन्धमा त्यस्तो सेवा प्रदान गर्ने संस्थामा भर पर्नु हो ।

यसको सट्टामा 'BaluCloud' उपयोग गर्न सकिन्छ जसमा राखिएका डेटा स्वत: इन्क्रिप्ट हुन्छन् । यो सेवा सबैलाई उपलब्ध क्लाउड सुविधा 'OwnCloud' मा आधारित छ । यी डेटा जर्मनीमा राखिएका छन् । जर्मनीको डेटा सुरक्षासम्बन्धी कानून कडा हुनाले यसबाट युजरलाई फाइदा पुग्छ । यति हुँदाहुँदै पनि यसमा डेटा राख्नु भनेको आफ्नो डेटा सुरक्षाका लागि त्यसको होस्टमा भर पर्नु हो ।

डेटा स्टोर गर्ने यीभन्दा राम्रो उपाय हो– एनएएस (Network Attached Storage) मार्फत निजी क्लाउड बनाएर त्यसमा राख्नु । तर यो सेवा सित्तैंमा उपभोग गर्न पाइँदैन, महँगो पर्छ ।

सुरक्षा, पहुँच, खर्च र शेयर गर्ने कामको दृष्टिले क्लाउड र एनएएसमा के फरक छ भन्ने जानकारी नेटमा सजिलै पाइन्छ ।

स्टोरको सुरक्षा

अत्यन्तै गोप्य डकुमेन्टका डिजिटल प्रति सधैंभरि उपलब्ध नहुन सक्छन् । यसो भएमा आफूले पाएका कागज सबै स्क्यान गरेर हार्ड ड्राइभ वा युएसबी डिभाइसमा स्टोर गर्नेतर्फ विचार गर्नुपर्छ । यस्ता संवेदनशील फाइललाई इन्क्रिप्ट गर्न बिर्सनुहुँदैन । यसपछि यी डिभाइस कहाँ लुकाउने भनेर सोच्नुपर्छ जसले गर्दा तपाईंलाई कसैले पछ्यायो अथवा गुप्तचरले लिन खोज्यो भने पनि पाउँदैन । यस्ता डिभाइस लुकाउनु भनेको सेफमा वा ब्यांकका लकरमा राख्नु होइन । यस्ता फाइल कलम, इयररिंग, ब्रासलेट अथवा अन्य वस्तुमा लुकाउन मिल्ने खालका युएसबी ड्राइभमा स्टोर गर्न सकिन्छ । संवेदनशील जानकारी कहाँ लुकाउने भन्ने बारेमा अलि सिर्जनशील भएर सोच्नुपर्छ । यी डिभाइस कहाँ राखेको छु भन्ने कुरा भुल्नुहुँदैन ।

क्यामरा र माइक्रोफोनलाई निष्क्रिय बनाउने

सफ्टवेयरको प्रयोग गरेर कोही पनि व्यक्तिले तपाईंको डिभाइसको क्यामरा मार्फत तपाईंको निगरानी गर्न सक्छ, आन्तरिक माइक्रोफोनमार्फत तपाईंले बोलेको सुन्न सक्छ । आफ्ना डिभाइसको दुरूपयोग रोक्ने एउटा तरिका क्यामरामाथि स्टिकर टाँस्नु हो । यो सिल्ली कुरा जस्तो लाग्न सक्छ तर यसो गर्दा ह्याकरले तपाईंका गतिविधि देख्न पाउँदैन । क्यामरा चलाउनुपर्ने वेलामा स्टिकर निकाले भइहाल्छ । अर्को तरिका हो आफ्नो कम्प्युटरको क्यामरालाई निष्क्रिय बनाउनु । क्यामरा अथवा माइक्रोफोन प्रयोग गर्नु परेका वेलामा हरेक पटक क्यामरा अथवा माइक्रोफोनलाई सक्रिय बनाउनुपर्छ । स्मार्टफोनका हकमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ ।

डेटा मेट्ने तरिका

कसैले तपाईंको पिछा गरेजस्तो लाग्यो र कम्प्युटर तथा डिभाइसमा भएका डेटा मेट्नुपर्ने भयो भने यी कुरामा ध्यान दिनुहोलाः आफ्नो कम्प्युटरको डिलिट फङ्शन उपयोग गरेर डिलिट गर्दा डेटाको रिफरेन्स मात्र मेटिन्छ, डकुमेन्ट स्टोर भइरहेको हुनसक्छ जसलाई अर्को मानिसले सजिलै रिस्टोर गर्न सक्छ । फ्ल्यास ड्राइभ र डिजिटल क्यामरामा पनि यस्तै हुन्छ । डिभाइसमा भएका डेटालाई ओभरराइट गर्नुपर्छ । यसका लागि 'Eraser', 'Secure Eraser' (विन्डो) अथवा 'Super Eraser' (म्याक) जस्ता प्रोग्राम उपयोग गर्नु राम्रो हुन्छ । यी सफ्टवेयरले विभिन्न तरिकाले फाइल मेटेर त्यसमाथि अरू जानकारी स्टोर गर्छन् जसले गर्दा पहिलेका फाइल रिस्टोर गर्न मिल्दैन ।

यस बाहेक, नियमित रूपमा (वर्षमा दुई पटक) आफ्नो कम्प्युटरका कुनै पनि सफ्टवेयर हटाएर फेरि इन्स्टल गर्नु अत्यन्तै जरूरी हुन्छ । हार्ड ड्राइभ फर्म्याट गर्ने मात्र होइन ओभरराइट गर्नुपर्छ । यसो गर्दा कसैले पनि ती डेटा फेरि स्टोर गर्न सक्दैन । यसका लागि पनि माथि भनिएका टुल उपयोग गर्न मिल्छ ।

डेटा इन मोसन

खोज पत्रकारले अरूसँग गर्ने पत्राचारको सुरक्षा गर्नका लागि अत्यन्त महत्वपूर्ण जानकारी यस खण्डमा दिइएका छन् । यहाँ 'डेटा इन मोसन' लाई कसरी सुरक्षित राख्ने भनेर बताइएको छ । डेटा इन मोसन भनेको इमेल अथवा टेक्स्ट म्यासेज जस्ता एउटा नेटवर्कबाट अर्को नेटवर्कमा पठाइने डेटा हुन् । एकले अर्कोलाई पठाएका जानकारी पठाइएको व्यक्तिले पाउनुअघि नै तेस्रो पक्षले इन्क्रिप्ट गरी जानकारी बदल्ने काम रोक्ने कोशिश गर्न तल दिइएका टुल उपयोग गर्नुपर्छः

सुरक्षित तरिकाले इमेल गर्ने

जिमेल, याहु अथवा हटमेल जस्ता इमेल सेवा उपयोग गर्दा खोज पत्रकारलाई खतरा हुनसक्छ किनभने अधिकांश इमेल एप्लिकेसनमा सुरक्षा र गोपनीयतासम्बन्धी थोरै मात्र मापदण्ड अपनाइएको हुन्छ । लोकप्रिय भएकाले जिमेल जस्ता साइटप्रति ह्याकर आकर्षित हुन्छन् । त्यसैले, आफूले पठाएका मेल र त्यसमा भएका जानकारीको सुरक्षा गर्नु जरूरी छ । यो काम दुई चरणमा गर्न सकिन्छः

कुनै पनि इमेल सेवा उपयोग गर्नुअघि त्यसमा

१) सेक्योर सकेट लेयर (एसएसएल); अथवा

२) ट्रान्सपोर्ट लेयर सेक्युरिटी (टीएलएस) छ कि छैन चेक गर्नुहोस् ।

यी सेवा उपलब्ध नभएका मेल सर्भिस नचलाउनुहोस् । एसएसएस र टीएलएसले एउटा सर्भरबाट अर्को सर्भरमा पठाएको तपाईंको इमेल इन्क्रिप्ट गर्छन् । यी टुल्स उपयोग नभएका इमेल सेवामा एकले अर्कोलाई पठाएका मेल पठाउने र पाउने दुवै सर्भरमा टेक्स्टकै स्वरूपमा बस्छन्, इन्क्रिप्ट गरिएका हुँदैनन् । यसको अर्थ हो, सर्भर एडमिनिस्ट्रेटरले तपाईंका मेल पढ्न र बदलिदिन सक्छ ।

इमेलमा पठाएका जानकारी इन्क्रिप्ट गर्नका लागि सुरक्षित उपाय 'Pretty Good Privacy' (PGP) सँग छ । पीजीपीको उपयोग गरेर इमेल इन्क्रिप्ट गऱ्यो भने यो मेल अरूले हेर्न सक्दैनन् । तर दुःखको कुरा के छ भने यसलाई लागू गर्न सजिलो छैन । त्यसैले, यसलाई व्यापक मात्रामा उपयोग गरिएको छैन ।

पीजीपीले सार्वजनिक र निजी गरी दुईवटा की बनाउँछ । इमेल इन्क्रिप्ट गर्न सार्वजनिक की चाहिन्छ । यसलाई डि-इन्क्रिप्ट गर्न प्राइभेट की चाहिन्छ । पब्लिक की जसले पनि पाउन सक्छ तर प्राइभेट की यसका युजरसँग मात्र हुन्छ । कसैलाई पीजीपी गरिएको मेल पठाउनु पऱ्यो भने इमेल इन्क्रिप्ट गर्नका लागि उसको प्राइभेट की थाहा पाउनुपर्छ । मेल पाउने व्यक्ति अथवा पब्लिक की सर्भरबाट यस्तो की पाउन सकिन्छ । प्रापकले आफ्नो प्राइभेट की र यसको पासवर्ड उपयोग गरेर आफूलाई पठाएको मेल खोल्न सक्छ । पीजीपी उपयोग गर्नका लागि मेल क्लाइन्टले यस्तो सेवा सपोर्ट गर्नुपर्छ ।

यसो गर्नका लागि 'Thunderbird' अथवा 'Microsoft Outlook' इमेल क्लाइन्ट चलाउन सिफारिश गरिएको छ किनभने यिनमा पीजीपीका लागि एड्स-अन हुन्छन् । जिमेल जस्ता अरू मेल सेवामा पीजीपी उपयोग गर्न चाहनेले 'Mailvelope' चलाउन कोशिश गरे हुन्छ । तर, यी सामान्य इमेल प्रदायक मार्फत इमेल पठाउँदा पीजीपीले मेल पठाउने, पाउने अथवा इमेलको सब्जेक्ट जस्ता जानकारी लुकाउन सक्दैन ।

इन्क्रिप्टेड सेवा प्रदान गर्ने अर्को इमेल सेवा प्रदायक ProtonMail हो । यो मेलमा इमेल र युजरका डेटा सुरक्षित राख्न सेवा प्रदायकको सर्भरमा पुग्नुभन्दा पहिले नै मेल इन्क्रिप्शन गरिएको हुन्छ । यसको सर्भर स्वीट्जरल्यान्डमा छ जहाँ डेटा सुरक्षित हुन्छ । यसको इन्क्रिप्शन एसएसएल र पीजीपीमा आधारित हुन्छ । प्रोटोन्मेल इमेल क्लाइन्ट मात्र होइन वास्तविक सेवा प्रदायक हो ।

टेक्स्ट सुरक्षित राख्ने

आजभोलि इमेलभन्दा पनि ह्वाट्सएप, टेलिग्राम, फेसबूक म्यासेन्जर अथवा स्न्यापच्याट गर्दा म्यासेन्जरको बढी प्रयोग हुन थालेको छ । यी मार्फत सूचना अथवा डकुमेन्ट एकैछिनमा संसारभर पठाउन सकिन्छ । ह्वाट्सएप जस्ता सेवा प्रदायकले आफूले इन्क्रिप्शन सेवा दिएको भनी विज्ञापन गर्न सक्छन् तर ती पूर्ण सुरक्षित हुँदैन । सामान्यतया, म्यासेन्जरमार्फत गोप्य सूचना आदानप्रदान गर्नु खतरनाक हुन्छ । 'Signal', 'Telegram' वा 'Wire' जस्ता टेक्स्ट म्यासेज गर्ने एप्लिकेशनले इन्क्रिप्शन सेवा प्रदान गर्छन् । यी एप्लिकेशनले आईओएस र एन्ड्रोइड दुवै फोनमा काम गर्छन् ।

सार्वजनिक डिभाइसको उपयोग

सार्वजनिक डिभाइस भरसक उपयोग नगर्नुहोस् । आफ्नो डिभाइसबाट गरिने सञ्चारलाई सुरक्षित बनाउन सकिन्छ तर सार्वजनिक डिभाइस कसले उपयोग गरेको थियो अथवा यसमा केकस्ता मालवेयर इन्स्टल गरिएका छन् भन्ने कुरा आफूलाई थाहा हुँदैन । सार्वजनिक कम्प्युटर उपयोग गर्ने हो भने बुट गर्न मिल्ने युएसबी डिभाइस उपयोग गर्नुहोस् । यसो गर्दा तपाईंको डिभाइसले अस्थायी अपरेटिङ सिस्टमको काम गर्छ जसले गर्दा कम्प्युटरको फङ्शन उपयोग नगरिकन कम्प्युटर चलाउन सकिन्छ । यसरी चलाइएका जानकारी न्याम, कम्प्युटरको सर्ट मेमोरीमा सेभ हुन्छन् जुन एक सेशनसम्म मात्र उपलब्ध हुन्छन् । सार्वजनिक कम्प्युटर सट डाउन गरेपछि फेरि ओपन गर्दा तपाईंका कुनै पनि डेटा र गतिविधि भेटिँदैनन् ।

फरक अपरेटिङ सिस्टम उपयोग गर्ने हो भने पनि डिभाइस बुट गर्नु राम्रो हुन्छ । उदाहरणका लागि, बुट गरिएको युएसबी डिभाइसमा लिनक्स सिस्टम इन्स्टल गर्न सकिन्छ । विन्डोज कम्प्युटरमा आफ्नो स्टिकबाट बुट गर्दा तपाईंको काम खासमा लिनक्स सिस्टममा भइरहेको हुन्छ । कम्प्युटरमा डेटा सेभ भने हुँदैन । युएसबी डिभाइसलाई बुटेबल बनाउन सजिलो छैन । यसो गर्ने हो भने वेबमा यसको ट्युटोरियल हेर्नु राम्रो हुन्छ ।

निःशुल्क र सबैका लागि खुला वाइफाइ कनेक्सन उपयोग नगर्नु नै राम्रो हुन्छ किनभने त्यस कनेक्सनमा कस कसले लग इन गरेका छन् र उनीहरूले आफूलाई हानि पुऱ्याउन खोजेका छन् कि भन्ने कुरा तपाईंलाई थाहा हुँदैन । निःशुल्क वाइफाइ उपयोग गरिहाल्नु परेमा नेट चलाउँदा भीपीएन उपयोग गर्नुहोस् । यसो गर्दा अलिकति भए पनि गोपनीयता कायम रहन्छ ।

सुरक्षित बनाउने वैकल्पिक उपायः लिनक्स

लिनक्स कम्प्युटर र स्मार्टफोनको वैकल्पिक अपरेटिङ सिस्टम हो जसलाई प्राय:जसो वैज्ञानिकहरूले चलाउँछन् । विशेषज्ञहरू यसलाई सबैभन्दा सुरक्षित अपरेटिङ सिस्टम मान्छन् । यसमा आधुनिक डिस्ट्रिब्युशन सिस्टम सजिलै इन्स्टल गर्न सकिन्छ । चल्तीका डिस्ट्रिब्युशन सिस्टम यसप्रकार छन्ः 'Ubuntu', 'openSUSE', 'Debian', 'Mint' / 'Elementary OS' ।

लिनक्सको खास फाइदा यो नि:शुल्क र ओपन सोर्स अपरेटिङ सिस्टम हो । अनि यसलाई सजिलै कन्फिगर गर्न सकिन्छ । सुरक्षा खतरा आइलागेमा यसमा अरू सिस्टममा भन्दा चाँडै थाहा पाइन्छ । यो विन्डोज र एप्पल जति चल्तीमा नभएकाले यसलाई बिगार्ने भाइरस पनि थोरै छन् । लिनक्सले हरेक वर्ष सर्वोत्तम लिनक्स डिस्ट्रिब्युशनको सूची निकाल्छ ।

डिस्ट्रिब्युशनका लिंक यहाँ पाउन सकिन्छः

सुरक्षा सर्वोत्तम भएको र युएसबी डिभाइसमा उपयोग गर्न सकिनेः
@ tails.boum.org

सबैभन्दा राम्रो देखिनेः
@ elementary.io

लोकप्रिय र ल्यापटपका लागि राम्रोः
@ ubuntu.com

उपयोगकर्ताका लागि सजिलोः
@ opensuse.org

@ linuxmint.com

सर्भरका लागि उपयुक्तः
@ debian.org

URITY

फोन कल सुरक्षित पार्ने

गोप्य सूचनाका बारेमा स्रोतलाई भेटेर मात्र कुरा गर्नुपर्छ । फोनमा गरिएको कुराकानी तेस्रो पक्षले सजिलै इन्क्रिप्ट गर्न सक्छ । त्यसैले, गोप्य विषयमा फोनबाट कुराकानी गर्दै नगर्नुहोस् । स्काइप जस्ता लोकप्रिय सेवामा पनि इन्ड–टु–इन्ड इन्क्रिप्शनको ग्यारेन्टी हुँदैन । ह्वाट्सएप, वायर अथवा सिंगल इन्क्रिप्ट फोनमा दुईवटा डिभाइसका बीचमा हुने कुराकानी पनि सुरक्षित हुने शतप्रतिशत ग्यारेन्टी छैन ।

स्रोतलाई भेट्ने ठाउँ निश्चित गरेपछि तपाईंको फोन अफलाइन भएको यकिन गर्न या त बन्द गरेर या त त्यसको ब्याट्री झिकेर घरमै छाड्नुहोस् । यसको सट्टामा फाराडे केज फोन केस प्रयोग गर्न सकिन्छ जसले इलेक्ट्रोम्याग्नेटिक सिग्नल रोक्छ । इडवार्ड स्नोडेन विधिले फोनलाई रेफ्रिजेरेटरमा राख्छ जसले गर्दा स्रोत र तपाईं बीच हुने कुराकानी गोप्य रहन्छ ।

यस बाहेक, आफ्नो फोनमा एकदमै चाहिने एप्स मात्र राख्नुहोस् । एप इन्स्टल गर्दा त्यसले तपाईंको फोनमा भएका निश्चित फङ्शन, डेटा अथवा सूचनासम्म पहुँच खोज्छ । त्यसैले, सम्भव भएसम्म एपलाई यस्तो अनुमति नदिनु जरूरी हुन्छ । तर के कुरा ख्याल गर्नुपर्छ भने यस्तो अनुमति नदिइञ्जेल एप चल्दैन ।

> ख्याल गर्नुहोला:
>
> यो म्यानुअलको अंग्रेजी भर्सन अनलाइन पनि राखिएको छ । त्यसको ठेगाना हो **investigative-manual.org** । त्यसमा माथि भनिएका विधि बताउने भिडियोका लिंक र डेटाको सुरक्षासम्बन्धी थप जानकारी दिइएका छन् ।

सारांशमा, यस खण्डको उद्देश्य सूचनाको खोज र आदानप्रदान कार्यलाई सकेसम्म बढी सुरक्षित बनाउनु किन जरूरी छ तर यी कामलाई शतप्रतिशत सुरक्षित बनाउन भने सकिंदैन भनी बताउनु थियो । यहाँ आफ्नो स्रोतलाई कसरी सुरक्षित तरिकाले सम्पर्क गर्ने र सूचनादातासँग भेटघाट गर्नुअघि सुरक्षाका केकस्ता उपाय अपनाउने भनी बताइएको छ । अब तपाईं खोजका थप काम कसरी गर्ने भनी जान्न तयार भइसक्नुभएको छ । अबको खण्डमा खोजका सबै पक्ष कसरी पत्ता लगाउने, स्रोतलाई सही प्रश्न कसरी सोध्ने अनि आफूलाई चाहिएको जानकारी लिनका लागि अन्तर्वार्ताको कुन विधि उपयुक्त हुन्छ भन्ने बारेमा बताइएको छ ।

नोट :

५

खण्ड पाँच

अनुसन्धान, अनुसन्धान, अनुसन्धान

यस खण्डमा खोज पत्रकारका लागि चाहिने आधारभूत अनुसन्धान सीप बारेमा चर्चा गरिएको छ । पत्रकारले आफ्ना पेशाका लागि नजानी नहुने केही सीपबारे थाहा पाउनुपर्छ र ती सीप उपयोग गर्न दक्ष हुनुपर्छ । यी सीप हुन्ः डेटा कसरी खोतल्ने, कागजात पढेर तिनले दिएका संकेतका आधारमा अरू थप कागजात कसरी पढ्ने र कम्प्युटरका सहायता लिएर रिपोर्टिङ कसरी गर्ने । खोज पत्रकारले आधारभूत अंकगणित पनि जानेको हुनुपर्छ किनभने केही स्टोरीमा तथ्यांकको विश्लेषण गर्नुपर्ने हुनसक्छ ।

सूचना कसरी प्राप्त गर्ने ?

धेरै देशमा सरकार र निजी कम्पनीहरू आम मानिसको पहुँचबाट टाढा बस्न रूचाउँछन् । यसो गर्नका लागि उनीहरूलाई कतै सरकारी गोपनीयता सम्बन्धी ऐन, कतै आतंकवाद विरोधी ऐनले सहयोग गरेका छन् । कतै सरकारी अधिकारीहरू उनीहरूका कामबारेका जानकारी दिन चाहँदैनन् । सरकारले निश्चित व्यवसायका लागि दिने अनुदानसम्बन्धी जानकारी सार्वजनिक गर्न सन् २००० देखि २००७ सम्म दबाब दिएपछि मात्र यूरोपका धेरै देशका सरकारले यस्तो जानकारी सार्वजनिक गर्न स्वीकार गरे । यस्तो अनुदान कहाँ जाँदैछ भन्ने बारेमा आफ्ना देशका नागरिकलाई जानकारी दिन यूरोपका ६ वटा देशका प्रतिबद्ध पत्रकारले मिलेर काम गरे र मुद्दा लडेर यी जानकारी सार्वजनिक गराउन लगाए । यस्तो प्रयासले राम्रो फल निकाल्यो । ती जानकारी बाहिर आउँदा के थाहा भयो भने राज्यले दिने अनुदानमध्ये सबैभन्दा बढी पाउने व्यक्तिमा प्रभावशाली व्यवसायी र राजपरिवारका सदस्य रहेछन् । करदाताले तिरेको करोडौं पाउन्ड/यूरो यसअघि नै अत्यन्तै धेरै नाफा दिने व्यवसाय सञ्चालन गर्न अनुदानस्वरूप दिइएको रहेछ । साना र संघर्षरत व्यवसायीले भने अनुदान पाएका रहेनछन् ।

सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन प्रायः सबै देशमा लागू भएका छन् । तर तिनको प्रभावकारी उपयोग गर्न भने अझै संघर्ष गरिरहनु परेको छ । आफूलाई चाहिने जानकारी लिन पत्रकारले सधैंभरि कठिन मिहिनेत गर्नुपर्छ । सूचनाको हकसम्बन्धी कानून बन्नु भनेको सूचना राखेको कोठाको ढोकालाई खोल्न सकिने बनाउनु मात्र हो, यो ढोका कसरी ढकढक्याउने र खोल्ने भन्ने कुरा पत्रकारले थाहा पाएपछि मात्र सूचना पाइन्छ । यसका लागि सम्बन्धित कानूनका बारेमा थाहा पाउनुपर्छ ।

नेपालमा सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन बनेको छ तर पनि कहिलेकाहीं यो ऐनको उपयोग गरेर सूचना पाउन धेरै मिहिनेत गर्नुपर्छ । कुनै कागजात आफूसँग मात्रै छ भन्ने थाहा पाएका कर्मचारीले पैसा नदिइकन त्यस्तो कागजात नदिन सक्छन् । त्यस्तो जानकारी नलिइकन आफ्नो स्टोरी बन्दैन, अनि पैसा नतिरिकन जानकारी लिने कुनै पनि उपाय छैनन् भने यस्तो अवस्थामा के गर्ने ? यस्तो अवस्थामा जानकारी लिने एउटै उपाय होः सूचनाको हकको उपयोग गरेर जानकारी लिन लामो र कठिन उपाय अपनाउने ।

नेपालमा सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन बनेको छ । यो ऐनका सहायताले सूचना लिन यी उपाय अपनाउन सकिन्छः

- अर्ध-सार्वजनिक अथवा विशेषज्ञले तयार गर्ने सामग्री छाप्ने प्रकाशनमा आफूले स्टोरी गर्न लागेका विषयका सूचना प्रकाशित भएका छन् कि भनी खोज्ने । यस्ता प्रकाशन तपाईंलाई कसले दिनसक्छ पत्ता लगाउनुहोस् ।
- तपाईंले खोजेको जानकारी पहिल्यै सार्वजनिक भइसकेको छ कि खोज्नुहोस् । सीमित संख्यामा छापिएका सार्वजनिक कागजातमा कहिलेकाहीं गोप्य ठानिएका विषयका सारांश अथवा उद्धृतांश छापिएको हुनसक्छ ।
- अरू कुनै उपायबाट सूचना पाउन सकिएन भने सूचनाको हकको उपयोग गरेर सूचना माग्नुहोस् । अरू सबै उपायबाट जानकारी पाइएन भने यो उपाय अपनाउँदा तपाईंको कदम जायज ठहरिन्छ ।
- पहिल्यै योजना बनाउनुहोस्ः सूचनाको हक उपयोग गरेर सूचना लिने प्रक्रिया सुस्त छ । यो उपाय अपनाउँदा आजको भोलि सूचना पाइन्छ भन्ने छैन । आफूले खोजेको सूचना कोसँग छ भनी पत्ता लगाएर सही अधिकारीसँग सूचना माग्नुहोस् ।
- आफूले कुन कागजात मागेको हो स्पष्ट पार्नुहोस् । अत्यन्त धेरै कागजात माग्दा पाइँदैन ।
- आफूले सूचना मागेर दिएको निवेदन र अधिकारीले दिएका जवाफलाई राम्रोसँग राख्नुहोस् । पछि सूचना नदिएको भनी माथिल्लो निकाय अथवा सूचना आयोग अथवा अदालत गुहारेर सूचना माग्ने वेलामा यस्ता कागज चाहिन्छन् ।

आफ्नै डेटाबेस कसरी तयार गर्ने ?

खोज पत्रकारिता गर्नका लागि कुनै पनि काम कसरी हुनुपर्ने हो भन्ने थाहा पाउनुपर्छ । यो कुरा थाहा भएपछि त्यो काम हुनुपर्ने जसरी भएको रहेछ कि रहेनछ भनी थाहा हुन्छ । हुनुपर्ने जसरी भएको रहेनछ भने त्यो खोज पत्रकारका लागि स्टोरी हुन्छ । यही आधारमा स्टोरी बनाउने योजना तयार हुन्छ । थप जानकारी खोज्नका लागि यस्ता प्रश्न सोध्नुपर्छ : यो काम गर्ने प्रक्रिया के हो अथवा यो काम कसरी हुनुपर्ने हो ? यो काम कसले, कहिले र कसरी गर्नुपर्ने हो ? यो प्रक्रियासम्बन्धी कागजात र रेकर्ड कसरी राखिन्छ ? यसका मापदण्ड के कस्ता छन् ? ती मापदण्ड कसरी तय गरिएका हुन् ? यिनको पालना कसले गराउँछ ? यी प्रश्नका जति विस्तृत र व्यापक जानकारी लिन सक्यो त्यस काममा कहाँ र कहिले गल्ती भयो भनी उति बढी मात्रामा थाहा पाउन सकिन्छ ।

यस बाहेक, आफूले खोज गरेका सूचनाको समयक्रम लेखेर राख्नुपर्छ । यसो गर्नुको अर्थ आफ्नो स्टोरी पनि यही समयक्रममा राख्नुपर्छ भन्ने होइन । आफूले पाएका जानकारीलाई घटना भए अनुसारका समयक्रममा राख्नका लागि यसो गर्नु परेको हो । कुन काम पहिले भयो र कुन काम त्यसपछि अनि कुन कुन काम सँगसँगै भए भन्ने बारे स्पष्ट तस्वीर लिनका लागि यसले सहयोग गर्छ ।

गुणात्मक र संख्यात्मक ज्ञानका बीचको अन्तर पनि थाहा पाउनुपर्छ । संख्यात्मक भन्नाले संख्याले बताउने जानकारी हो जसलाई नक्शामा अंकित गर्न सकिन्छ । उदाहरणका लागि, कुनै निश्चित औषधि बनाउनका लागि त्यसको गुणस्तरको जाँच कति पटक गर्नुपर्छ ? पोखरी वा नदीमा प्रदूषणको मात्रा कति छ ? वितेका पाँच वर्षमा शहरमा अपराध बढेका छन् कि घटेका ? प्रायःजसो स्थानीय स्टोरीमा भएका यस्तै साना संख्याका आधारमा त्यस विषयमा ठोस प्रमाण जुटाएर त्यसलाई राष्ट्रिय महत्वको विषय बनाउन सकिन्छ । कुनै ठाउँको स्कूलमा विद्यार्थीको भर्ना दर घटेको स्टोरीलाई आफ्नो देशको समग्र अवस्थासँग तुलना गर्न सकिन्छ ।

यसको उल्टो, गुणात्मक सूचनाले मानिस, घटना, कारण, नियत, मनोभाव र तर्क जस्ता जानकारी भन्ने बुझाउँछ । धेरै ठाउँमा संख्यात्मक सूचना अथवा लिखित रेकर्ड पाउन कठिन हुन्छ किनभने त्यस्ता सूचना अथवा रेकर्ड राखिएकै हुँदैनन् । कागजात नपाइने यस्तो अवस्थामा खोजी गर्ने अरू दुईवटा तरिका छन्ः आफैंले अवलोकन गर्ने र सम्बन्धित मानिससँग पहिल्यै निर्धारित प्रश्नावलीका आधारमा जानकारी लिने । यसो गरेर आफ्नै डेटाबेस तयार गर्न सकिन्छ । यहाँ के कुरामा ध्यान दिनुपर्छ भने कुनै पनि विषयमा खोज गर्न शुरू गर्दा थप जानकारीका लागि फलानो मानिस अथवा फलानो समुदायलाई भेट्नुपर्छ भन्ने थाहा हुन्छ । तर डेटाबेस तयार गर्दा यसको ठीक उल्टो हुनसक्छ । जस्तै जमीनको कुनै कित्ता अथवा ठेगाना जस्ता जानकारीले तिनका मालिकतिर डोऱ्याउँछन् ।

यसरी भेला गरिएका जानकारी व्यवस्थित गर्नका लागि केही उपाय छन् जसका सहायताले अन्तर्वार्ता, जानकार स्रोत, जानकारी दिने व्यक्ति र उनीहरूको ज्ञानको क्षेत्र जस्ता जानकारीलाई व्यवस्थित गर्न सजिलो हुन्छ । प्रश्नावली र फ्याक्ट शिट यस्तै उपाय हुन् जसका सहायताले अहिलेसम्म स्थापित तथ्य र प्रमाणित हुन बाँकी आफ्ना मान्यताको रेकर्ड राख्न सकिन्छ । आफ्नो स्टोरीसँग सम्बन्धित स्टोरीको हाइपर लिंक, तथ्य, तथ्यांक, डेटाब्यांक, बैठकका निर्णय पुस्तिका अथवा अन्तर्वार्तालाई व्यवस्थित गर्न पनि सकिन्छ । धेरै पत्रकारहरूले आफ्ना सूचना व्यवस्थित गर्न इभरनोट नामक इन्टरनेट टुल चलाउने गरेका छन् तर गोप्य जानकारी यसमा राख्नुहुँदैन । कुन टुल चलाउने भन्ने कुराको निर्णय गर्नुअघि त्यो कति सुरक्षित हुन्छ भन्ने बारेमा ध्यान दिनुपर्छ ।

व्यवस्थित अन्तर्वार्ता

कुनै व्यक्तिका बारेमा जानकारी लिंदा सबैभन्दा पहिले उसको स्वामित्वमा रहेको सम्पत्ति सम्बन्धी जानकारी लिन सकिएला । त्यसपछि उसले यी सम्पत्ति कसरी हासिल गऱ्यो भनी उसको विगत खोतल्न सकिन्छ । जो जो मानिसले उसँग पहिले काम गरेका थिए उनीहरूसँग कुराकानी गर्नुपर्छ । ती मानिसले त्यस व्यक्तिका बारेमा के भन्छन् ? तिनबाट प्राप्त प्रमाणका आधारमा तपाईंले पहिले सोचेजस्तै स्टोरी तयार हुन्छ कि हुँदैन भन्ने कुराको संकेत पाउनुहुन्छ । तर 'नजिकका जानकार' सँग सतर्क हुनुपर्छ । उनीहरूले भनेका कुरा यसै पत्याइहाल्नुहुँदैन ।

व्यवस्थित अन्तर्वार्ता भन्नाले पत्रकारले अन्तर्वार्ता लिने शैलीमा कुरा गर्नु मात्रै होइन । यस्तो कुराकानी पनि गर्नुपर्छ तर मानिसका अनुभव र उनीहरूले देखेका कुराका आधारमा डेटाबेस र तथ्यांक तयार गर्न व्यवस्थित प्रक्रिया अपनाउनु पनि पर्छ । आफूले कुराकानी गर्न लागेका सबै मानिसलाई सोध्ने मानकीकृत प्रश्नको सूची भएको व्यवस्थित अन्तर्वार्ता गर्नुपर्छ (कुनै मानिससँगको कुराकानीमा नयाँ जानकारी आयो भने त्यस अनुरूप थप प्रश्न सोध्नुपर्ने हुनसक्छ) । स्रोतले मौखिक रूपले बताएका जानकारी सही हुन् कि होइनन् भनी जाँच्ने अथवा ती जानकारीसँग तुलना गर्न मिल्ने कुनै लिखित रेकर्ड नहुन सक्छ । त्यसैले यस्तो अन्तर्वार्ताबाट पाइएका जानकारीलाई गुणात्मक प्रकृतिका जानकारी बनाएर राख्नुपर्छ ।

यसो गर्दा सानोतिनो सर्भेक्षण गरे जस्तो हुन्छ । यो काम गर्न निम्न तरिका अपनाउनुपर्छ :

(१) तथ्य स्थापित गर्न सक्ने खालका बृहत् प्रश्नहरूको सूची बनाउनुहोस् । उदाहरणका लागि, यस्तो घटना सबैभन्दा पहिले कहिले भएको थियो भन्ने सम्झना छ ? यसरी सोधेका प्रश्नका आधारमा तपाईं यस्ता समस्या (उदाहरणका लागि, अपरिचितबाट आक्रमण वा बलात्कार, बाली मर्नु, सडकको अवस्था खस्कनु, मानिस बेपत्ता हुनु) को शुरूआत कहिले भएको रहेछ, यसका सम्भावित कारण (उदाहरणका लागि, अघिल्लो घटना भएका समयमा यसो पनि भएको भनी मानिसले भन्न सक्छन्), त्यसका परिणाम जस्ता अन्य जानकारी (त्यसैले, हामी बसाइँ सऱ्यौं) थाहा पाउन सकिन्छ ।

(२) सबै स्रोतलाई एकै खालका प्रश्न सोध्ने ।

(३) सटिक प्रश्न सोध्नुहोस्, ठोस विवरण खोज्नुहोस् र स्रोतले दिएका उत्तर सही तरिकाले रेकर्ड गर्नुहोस् । यस्तो अन्तर्वार्तामा निश्चित उत्तर पाउनका लागि हो वा होइन भनी जवाफ दिन मिल्ने खालका प्रश्न उपयोगी हुन्छन् । स्वतन्त्र अभिव्यक्ति र सूक्ष्म जवाफ आउने खालका प्रश्नका साथै हो वा होइन भनी उत्तर दिने प्रश्न पनि सोध्नुपर्छ । यी सबै खालका उत्तरका आधारमा आफ्नो डेटाबेस तयार गर्न सकिन्छ ।

कागजी गोहो

कागजी गोहो पछ्याउँदै जाँदा थप जानकारी पाउन सकिन्छ । कागजी गोहो भन्ने भनाइ एउटा रूपकबाट लिइएको हो । यो रूपक खेलसँग सम्बन्धित छ । यसमा लिडर एउटा ठाउँबाट अर्को ठाउँ दौड्दै जान्छन् । दौड्दा उनले ठाउँ ठाउँमा कागजका टुक्रा खसाउँदै जान्छन् । उनले खसाएका तिनै कागजका टुक्राका आधारमा उनलाई पछ्याउने समूहले सकेसम्म चाँडो उनलाई भेट्नुपर्छ । खोज पत्रकारितामा पनि कागजातले यसैगरी बाटो बताउँछन् । केही डकुमेन्टका आधारमा खोज पत्रकारले मान्यता तयार गर्छ र त्यो मान्यता सही छ कि छैन भनी पत्ता लगाउने रणनीति तयार गर्छ । यस क्रममा एउटा डकुमेन्ट पढ्दा त्यसले थप जानकारीका लागि फलानो डकुमेन्ट पढ भनेर संकेत गरेको हुन्छ । अन्त्यमा, आफूले डकुमेन्टका आधारमा पाएका जानकारीका बीचमा सम्बन्ध खोज्नुपर्छ ।

शुरूका डकुमेन्टमा आफ्नो स्टोरीसँग सम्बन्धित जस्तो लागेका सबै जानकारी टिप्नुपर्छ । उदाहरणका लागि, कुनै मानिसको सीभी भेटियो भने त्यसलाई राम्ररी हेर्नुपर्छ । त्यस सीभीमा उसले सबै वर्ष गरेका कामको विवरण नहुन सक्छ । कुन वेला उसले काम गरेको देखिंदैन भनी पत्ता लगाउनुहोस् । अंकगणित सम्बन्धी सीपको काम यहाँ आउँछ । उसले विभिन्न ठाउँमा काम गरेको वर्ष जोड्नुहोस् र उसले कति वर्षको अनुभव छ भनी दाबी गरेको छ त्योसँग तपाईंले जोडेर निकालेको वर्ष मिल्छ कि मिल्दैन हेर्नुहोस् । उसले कुनै कम्पनीको पद अचानक छाडेको थियो कि भनी हेर्नुहोस् । त्यस सीभीले उसले काम गरेको ठाउँका बारेमा थप जानकारी फलानो डकुमेन्टमा पाइन्छ भनी संकेत गरेको हुनसक्छ । उसले फौजदारी अपराध गरेको रहेछ भने सो कुरा उसले काम गरेका संस्थाका मानव संसाधन शाखामा उल्लेख हुनसक्छ । सरकारी निकाय रहेछ भने उसलाई भविष्यमा सरकारी नोकरीका लागि सामान्यतया अयोग्य/योग्य हुने गरी बर्खास्त गरिएको हुनसक्छ । यसका आधारमा प्रहरी कार्यालय, अदालत र जेलमा भएका उसँग सम्बन्धित रेकर्ड हेर्नुपर्ने हुनसक्छ । अर्को शब्दमा, एउटा डकुमेन्टले तपाईंलाई यस विषयसँग सम्बन्धित थप जानकारी/प्रमाणका लागि अर्को डकुमेन्ट हेर भनी संकेत गरेको हुनसक्छ ।

आफ्नो स्टोरीका लागि कुन डकुमेन्ट सान्दर्भिक हुन्छ र कुन असान्दर्भिक हुन्छ भनेर छुट्याइसकेपछि तपाईंले आफूले स्टोरी गर्न लागेको मानिसले जसरी सोच्नुपर्छ । उसले के कस्ता काम गरेको हुनसक्ला ? उसले फलानो काम गर्नुको सट्टा फलानो काम गरेको भए अथवा एउटाका ठाउँमा अर्कोलाई ठेक्का दिएको भए के फरक पर्थ्यो ? यसो गरेका खण्डमा नभएका/नपाइने कुरा खोज्ने काममा फस्नु पर्दैन । धेरै वर्ष विदेशमा बसेको कुनै व्यक्ति प्रधानमन्त्रीको परामर्शदाता नियुक्त भएको रहेछ र विदेश जानुअघि पनि उसले प्रधानमन्त्री कार्यालयमा काम गरेको रहेनछ भने त्यस व्यक्तिले विगतमा गरेका कामका बारेमा प्रधानमन्त्री कार्यालयमा जानकारी नभेटिन सक्छ । यस्तो वेलामा उसम्बन्धी जानकारी विदेशमा खोज्नु उपयुक्त हुन्छ ।

कागजी गोहो पछ्याउँदै हिंड्दा धेरैजसो बाटो सार्वजनिक भइसकेका कागज भएर हिंड्नुपर्ने हुनसक्छ । साथै निजी संकलनमा भएका गोप्य सामग्री खोज्न पनि स्रोतलाई फकाउने रचनात्मक तरिका उपयोग गर्नुपर्छ । धेरै पत्रकारले पुस्तकालय र सूचना अभिलेखालयमा जानकारी खोज्न सजिलो हुन्छ भन्ने ठान्छन् । हो त्यहाँ राखिएका सामग्री वर्णानुक्रममा राखिएका हुन सक्छन् । त्यसैले व्यक्तिको नाम हेर्दा थाहा भइहाल्छ । तर प्रायः यति सजिलो गरी डकुमेन्ट भेटिंदैन । कम्प्युटरमा राखिएका सामग्री खोज्न निश्चित शब्द टाइप गर्दा आफूलाई सान्दर्भिक र असान्दर्भिक दुवै थरीका

सामग्री भेटिन्छन् । तर हाम्रो जस्तो देशका धेरै कागजपत्र धूलैधूलोले पुरिएका दराजमा राखिएका हुन्छन् । त्यस्तो सामग्री राखेको कोठा खोलिमाग्नका लागि त्यसको चाबी भएका मान्छेसँग खुशामद गर्नुपर्ने हुनसक्छ । त्यसपछि बल्ल सामग्री कसरी राखिएका छन्, तिनको सूची बनाइएको छ कि छैन भनी हेर्न पाइन्छ । यसो गर्न धेरै समय र ऊर्जा खर्च हुन्छ ।

रेकर्ड राम्ररी राखिएको छ भने कुनै मानिसका बारेमा खोज्नु पर्दा सबैभन्दा पहिले उसको जन्म दर्ता प्रमाणपत्र वा चालक अनुमति प्रमाणपत्र खोज्नु राम्रो हुन्छ । मानिसका बारेमा जानकारी खोज्नका लागि अनलाइन डेटाबेस पनि उपयोगी हुन्छन् । अहिले धेरै पत्रपत्रिका र नेपाल राजपत्र अनलाइन राखिएका छन् । प्रेस काउन्सिलले धेरै पत्रिका स्क्यान गरेर कम्प्युटरमा राखेको छ । यिनबाट धेरै जानकारी पाउन सकिन्छ । प्रायः सबै कार्यालयका वेबसाइट छन् । व्यक्तिले पनि ब्लग बनाएका हुनसक्छन्, सामाजिक सञ्जालमा उनीहरूका अकाउन्ट हुनसक्छन् । तपाईंले जसको जानकारी खोज्नुपर्ने हो उसले वास्तविक नाम प्रयोग गरेको रहेछ भने उसको नाम समाचारमा खोज्दा पनि उसले कुन विश्वविद्यालय पढेको हो जस्ता थप जानकारी पाउन सकिन्छ । बैंक, कम्पनी, सरकारी कार्यालय, व्यक्ति जस्ता विषयमा धेरै समाचार आएका हुनसक्छन् । पत्रिकामा हकदावी गर्न आउने, अख्तियारनामा, नाम परिवर्तन गर्ने, विवाह, मृत्यु, धितो लिलाम बढाबढ टेन्डर, बरामद भएका/दाबी नगरिएका सामान जस्ता विषयमा विज्ञापन छापिएका हुनसक्छन् । यिनमा पाइने स-साना जानकारी जोड्दा आफूले अनुसन्धान गरिरहेको विषयको पूर्ण चित्र तयार हुनसक्छ ।

छोटकरीमा, यी काम गर्नुहोस् :

» वेब सर्च गर्नुहोस्, सूचना अभिलेखालय जानुहोस् र आफूले स्टोरी गर्न लागेका मान्छेका विषयसँग सम्बन्धित सबै कागजात नपाएसम्म स्रोतसँग कुराकानी गर्नुहोस् र त्यस्ता जानकारी दिन उसलाई मनाउनुहोस् ।

» भेला गरिसकेका डकुमेन्टको मूल्यांकन गरेर निम्न कुरा थाहा पाउनुहोस् : के कस्ता थप जानकारी लिन बाँकी छ ? यी डकुमेन्टमा के कस्ता परस्पर विरोधी कुरा आए ? यिनमा के कस्ता असंगति पाइए ?

» आफूलाई चाहिएका थप जानकारी कुन डकुमेन्टमा पाइएलान् ? परस्पर विरोधी जानकारी कुन सही हुन् कुन गलत भनी जान्न चाहिने जानकारी कुन डकुमेन्टमा पाइएला भनी खोज्न थाल्नुहोस् ।

कम्प्युटरको सहायताले गरिने रिपोर्टिङ

समाचारका लागि सूचना संकलन र विश्लेषण गर्न रिपोर्टरले कम्प्युटरको सहयोग लिने गर्छन् । विशेषगरी, इन्टरनेटले पत्रकारलाई अति धेरै जानकारी उपलब्ध गराएको छ, सूचनालाई व्यवस्थित गर्ने, सूचना लिने र विश्लेषण गर्ने पत्रकारको क्षमता पनि बढेको छ । सर्च प्रोग्रामले गर्दा वेबमा डेटा खोज्न सजिलो भएको छ । सबैभन्दा उत्तम सर्च प्रोग्राममा DuckDuckGo र meta-crawlers पर्दछन् जसले एकै समयमा चार वा पाँचवटा सर्च इन्जिनमा सर्च गर्छन् । वेबमा सर्च गर्ने काममा पोख्त हुनका लागि किवर्ड र फ्रेज छान्नुपर्छ जसले गर्दा आफूलाई नचाहिने जानकारी सर्च इन्जिनले देखाउँदैन । अधिकतम परिणाम आउने गरी सर्च गर्न पनि सकिन्छ । डुकडुकगोमा समय, ठाउँ र भाषा जस्ता जानकारीका आधारमा फिल्टर गर्न पनि सकिन्छ । हरेक चोटि सर्च गर्दा यतिवटा सामग्री देखाउनू भनी तोक्न पाउने सुविधा पनि यसमा छ ।

किवर्डले सर्च इन्जिनलाई निश्चित ठाउँमा ध्यान केन्द्रित गर्न लगाउँछ तर किवर्ड सही छान्दैमा राम्ररी सर्च गर्न सकिन्छ भन्ने छैन । वेबमा उपलब्ध रिसर्च क्लिनिकमा रिसर्च गर्ने उपाय बारेमा बताइएको छ । मानिलिऊँ, तपाईंलाई जोन स्मिथ नाम गरेको मानिसका बारेमा जानकारी चाहिएको छ । जोन र स्मिथ यी दुईवटा शब्द सर्च इन्जिनमा टाइप गर्दा ती दुईवटा नाम भएका सबै डकुमेन्ट देखिन्छन् । यस्ता हजारौं, लाखौं डकुमेन्ट हुन सक्छन् । त्यो महासागरमा फँस्नु नपरोस् भन्नका लागि तपाईंले खोज्नुभएको जोन स्मिथका अरू विशेषता पत्ता लगाएर ती विशेषता भएको जोन स्मिथ मात्रै देखा भन्न सक्नुहुन्छ । जस्तै, फलानो ठाउँ घर भएको अथवा फलानो पेशा भएको जोन स्मिथ लेखिएका डकुमेन्ट मात्रै देखा भनी सर्च इन्जिनलाई आदेश दिन सक्नुहुन्छ । स्क्रिन सट लिएर त्यसलाई सार्वजनिक गर्ने विचार गर्नुभएको छ भने इन्टरनेट सर्च गर्दा तपाईंले आफूले देखाउन नचाहेका ट्याब र अन्य जानकारी स्क्रिनसटमा पर्न दिनुहुँदैन ।

आफ्नो डेटाबेस तयार गर्दा पनि त्यसलाई व्यवस्थित र पछि सजिलै खोज्न सक्ने गरी राख्नुपर्छ । इन्टरनेटबाट लिइएका डकुमेन्ट सेभ गर्दा अथवा अन्तर्वार्ता शब्दमा उतार्दा अथवा नोट राख्दा ती जानकारी खोजेका वेलामा सजिलै भेटिने गरी राख्नुपर्छ । यसका लागि माथि उल्लेख गरिएका व्यवस्थापन टुल उपयोग गरिहेर्नुहोस् ।

अन्त्यमा, कम्प्युटरका सहायताले रिपोर्टिङ गर्दा तलका आचारसंहिता ख्याल गर्नुपर्छ :

- ! सम्भव भएसम्म, तपाईंले जहाँबाट डकुमेन्ट लिनुभएको हो तिनको सन्दर्भ वा लिंक राखिदिनुहोस्, आफूले पाएका र उपयोग गरेका डेटा यहाँबाट लिएको हुँ भनेर बताइदिनुहोस् ।
- ! आफूले पाएका डेटाको जाँच राम्ररी गर्नुहोस् ।
- ! तथ्यांक र अरू अंकबाट सही निष्कर्ष निकाल्नुहोस् । जोड, घटाउ, गुणा र भाग गर्ने काम पाठकमा नथोपर्नुहोस् । तपाईंले गरेको गणितलाई उनीहरूले विश्वास गरून् ।

रिसर्च गर्ने तरिका थाहा पाउन यहाँ जानुहोस् : researchclinic.net.

आफ्नो डेटाबेस कसरी खोतल्ने ?

डेटा खोतल्ने कामलाई प्रमाण फेला पार्ने प्रक्रियाको सबैभन्दा निष्पक्ष उपाय मानिन्छ । यीमध्ये कुन प्रमाणलाई सही मान्दा आफू सही होइन्छ भनी सोच्नुपर्छ : नर्सले अस्पतालका सामान चोर्छन् भनी गरिएको उजुरीलाई कि बितेका पाँच वर्षमा अस्पतालमा भएका चोरीका घटना सम्बन्धमा परेको उजुरीको सुनुवाइ र कर्मचारीको निष्काशन सम्बन्धी स्वास्थ्य मन्त्रालयका डेटाबेसलाई ? अरू सूचना जस्तै गरी तथ्यांक पनि तोडमोड गर्न सकिन्छ र भ्रम फैलाउन यिनलाई उपयोग गर्न सकिन्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्नुहोस् । डेटाबेस खोतल्दा वितेका दशकमा एकदमै ठूला स्टोरी बाहिर आएका छन् ।

अन्तर्राष्ट्रिय डेटाले अझ बढी सान्दर्भिक परिणाम दिन्छन् । उदाहरणका लागि, अन्तर्राष्ट्रिय दातृ संस्थाले कुनै निश्चित वर्षमा सहायता रकम कहाँ कहाँ खर्च गरियो भनी प्रतिवेदन प्रकाशित गरेका हुन्छन् । आफ्नो देशमा काम गरिरहेका दाताबाट यस्ता डेटा संकलन गरेर तिनको विश्लेषण गर्दा यस्तो हेडलाइन भएको स्टोरी तयार हुनसक्ला : 'दाताहरूले सहायताको अधिक अंश हाम्रो देशका निजामती कर्मचारीलाई तालिम दिनमा खर्च गरेका छन् ।'

वित्त, पैसासम्बन्धी स्टोरी गर्दा मात्रै डेटाबेस खोतल्नुपर्छ भन्ने छैन । सामाजिक सञ्जालको विश्लेषण गर्दा निश्चित ठाउँका आतंककारी सञ्जाल, राजनीतिक दलका समर्थक र प्रभावशाली र धनी मानिसका सम्बन्धबारेमा राम्रा स्टोरी तयार गर्न सकिन्छ । यी सञ्जालमा निश्चित पेशा, निश्चित ठाउँ अथवा कुनै राजनीतिक दलका प्रभावशाली मानिस जोडिएका हुनसक्छन् । उनीहरूले कति पैसा कमाउँछन्, उनीहरू कसका लागि काम गर्छन्, कोसँग उठबस गर्छन् जस्ता जानकारीका आधारमा सामाजिक सञ्जालको तस्वीर झल्कन्छ । यसले समाजमा उनीहरू कति प्रभावशाली छन् भन्ने देखाउँछ ।

पत्रकार र अन्य संस्थाले राखेका डेटाबेसमा रहेका, तपाईंलाई आवश्यक पर्ने डेटा तपाईं आफैंले भेला गर्नुपर्छ । पत्रकार र अरू संस्थाले धेरै सूचना राखेका हुन्छन् । कहिलेकाहीं ती सूचना विषय अनुसार अलग अलग राखिएका हुनसक्छन् । यस्तो डेटाबेसमा लेख, अनुसन्धान प्रतिवेदन, अध्ययन र विभिन्न मानिसका सम्पर्क सूत्र हुन्छन् । यी डेटाका आधारमा थप पृष्ठभूमि जानकारी लिन सकिन्छ । अमेरिका र यूरोपमा खोज पत्रकारले खोज पत्रकारिता केन्द्र स्थापना गरेका छन् जसले डेटाबेस राखेका छन् । ती डेटाबेस संसारभरका पत्रकारले उपयोग गर्न पाउँछन् ।

उदाहरणका लागि, अमेरिकाको निकार भन्ने संस्थाले ग्वान्तानामो खाडीमा राखिएका बन्दी सम्बन्धी डेटा भेला गरेको छ । त्यो डेटाबेस यहाँ उपलब्ध छ :

nicar.org/downloads

संख्या

खोज पत्रकारिता मूलतः गुणात्मक हुन्छ । यसले कुनै काममा किन र कसरी गल्ती भयो र यसका लागि को जिम्मेवार छ भन्ने प्रश्नका जवाफ खोज्छ । तर सबै स्टोरीमा केही संख्यात्मक जानकारी हुन्छन् । जस्तै, कति घाटा भयो ? आफ्नो देशमा गैरकानूनी ढंगले ढुंगा-बालुवा भिक्ने कामबारेका के कस्ता तथ्यांक छन् ? नेपालमा क्यान्सरका बिरामी कति छन् ?

यसको अर्थ हो पत्रकारले संख्यात्मक जानकारी बुझ्नुपर्छ । प्रतिशत निकालेर संख्यात्मक जानकारीको व्याख्या गर्ने जस्ता काम गर्न जान्नुपर्छ । संख्यासँग खेल्न मन पराएका कारणले मानिस पत्रकार हुँदैनन् तर संख्या बुझ्न कठिन छैन । खोजमूलक स्टोरी गर्नका लागि संख्या नबुझी सुखै छैन ।

संख्याको हिसाबकिताब जान्दिनँ भनी ठान्ने मानिसले पनि आफ्नो जीवनमा संख्याको राम्रो उपयोग गरेका हुन्छन् । जस्तै, उनीहरू आफ्नो घरको बजेट मिलाउँछन् । कुन वस्तु कुन समयमा सस्तोमा पाइन्छ भन्ने कुरा उनीहरूलाई थाहा हुन्छ । तलब बढाइमाग्न उनीहरू खप्पिस हुन्छन् । स्कूलमा गणित अप्ठ्यारो गरी सिकाइन्छ । आफूले सिकेका गणितका सीप व्यवहारमा कसरी उपयोग गर्ने भन्ने कुरा विद्यार्थीलाई थाहा हुँदैन ।

खुशीको कुरा के छ भने सञ्चारमाध्यममा गणितलाई व्यवहारमा उपयोग गरिन्छ । शुरूमा गणितका आधारभूत कुरा जान्नुपर्छ । उदाहरणका लागि, क्लिनिकका नर्सको आधिकारिक काम र कार्यकुशलताका बारेमा जान्नका लागि यस पेशामा लागेका मानिसले सामान्य दिनमा के कस्ता काम गर्छन् भनेर समय तालिका बनाउने काम विज्ञलाई लगाउन सकिन्छ ।

त्यसपछि अवलोकन र अन्तर्वार्ता गरेर निम्न जानकारी लिन सकिन्छ :

- उनीहरूको अधिकांश समय के गरेर बित्छ ? नर्सले चोर बाटो अपनाउँछन् ? अपनाउँछन् भने के कस्ता चोर बाटो अपनाउँछन् ? नर्सले भ्याउनै नसक्ने गरी काम गर्नु परेको छ ?
- नर्सले जे जे काम गर्नुपर्छ भनिएको छ, क्लिनिक आउने सबै मानिसका ती सबै काम गर्न उनीहरूले भ्याउँछन् ? एक जना बिरामीलाई नर्सले कति समय दिनुपर्छ ?

यस्तैगरी, वायु प्रदूषणको स्याम्पल विश्लेषण गर्नु पर्‍यो भने तपाईंले हावामा कस्ता कस्ता प्रदूषक तत्व छन् भनी थाहा पाउनुपर्छ । त्यसपछि यी तत्व खतरनाक छन् कि छैनन् र कति समय यस्ता प्रदूषकको सम्पर्कमा आउँदा स्वास्थ्यमा असर पर्छ भनी स्वास्थ्य क्षेत्रका विज्ञलाई सोध्नुपर्छ । यो मात्रालाई आफ्नो ठाउँको वायुको गुणस्तरसँग तुलना गर्नुहोस् । यो समस्या धेरै अघि शुरू भएको कुरा तपाईंलाई थाहा हुनसक्छ । यससम्बन्धी तथ्यांक लामो समयदेखि त्यति नफेरिएका हुनसक्छन् । अथवा निश्चित समयमा हरेक वर्ष वायु प्रदूषणको मात्रा बढ्ने गरेको हुनसक्छ । वायु प्रदूषणको मात्रा पहिले भन्दा घटेको हुनसक्छ । पत्रकारले यी संख्याका बारेमा व्याख्या गर्नुपर्छ र समस्या साँच्चै बढेको हो कि समस्या उस्तै छ तर मानिस यसप्रति सचेत भएका मात्र हुन् भनी बताउनुपर्छ । आँकडा मात्रैले केही बताउँदैनन् । त्यसको सन्दर्भ

बताइदिनुपर्छ । यो समस्यातिर मान्छेको ध्यान आजभोलि किन गएको हो ? जस्ता कुरा बताउँदा मात्रै स्टोरी हुन्छ ।

अधिकांश देशमा, मौसमसम्बन्धी आँकडा सबैभन्दा लामो समयदेखि संकलन गरिएका आँकडामा पर्छन् । उदाहरणका लागि, अफ्रिकामा औपनिवेशिक शासनले शुरू शुरूमा राख्न थालेका रेकर्डमध्ये मौसमसम्बन्धी तथ्यांक पनि पर्छ । बाढी र सुक्खा जस्ता जानकारी मानिसले मौखिक रूपमा पहिलेदेखि नै राख्ने गर्थे । एशियाका धेरै देशमा मौसमसम्बन्धी छुट्टै डेटाबेस छन् । दक्षिणपूर्वी यूरोपमा, उन्नाइसौं शताब्दीको अन्त्यतिरदेखिका मौसमसम्बन्धी जानकारी पाइन्छन् । यी तथ्यांक हेरेर जलवायु परिवर्तन, बाढी, सुक्खा जस्ता समस्या अहिले मात्र भोग्नु परेको हो कि विगतमा पनि त्यस्ता समस्या भोग्नु परेको थियो भनी पत्ता लगाउन सकिन्छ । मौसममा उतारचढाव भएको छ कि छैन भन्ने कुरा आँकडा हेरेर बताउन सकिन्छ ।

भन्नुको मतलब हो, आफ्नो स्टोरीका लागि काम लाग्ने तथ्यांक कहाँ पाइन्छन् भनी सधैंभरि ध्यान दिनुहोस् । कहिलेकाहीं मानिसले तपाईंलाई स्टोरीको आइडिया दिन सक्छन् तर स्टोरी पत्ता लगाउने काम तपाईंको हो । आफूले पढेका, सुनेका कुराबाट स्टोरीको आइडिया आउन सक्छ । प्रेस विज्ञप्ति सामान्यतया तथ्यांक दिनका लागि तयार गरिएका हुँदैनन् । तर तिनमा यस्ता महत्वपूर्ण जानकारी हुनसक्छन् जसका आधारमा ठूला स्टोरी बनाउन सकिन्छ । खोज पत्रकारले ठूला स्टोरी बन्न सक्ने खालका जानकारीलाई कहिल्यै पनि उपेक्षा गर्दैनन् । सर्भेक्षण कसरी गरियो, स्याम्पल कसरी भेला गरियो, सर्भेक्षणको कामलाई पैसा कसले दिएको हो र त्यसको परिणाम कसले प्रकाशित गर्‍यो ? सर्भेक्षणका निश्चित जानकारी लुकाउनु उनीहरूको स्वार्थमा छ कि ? जस्ता प्रश्नको जवाफ पाउँदा राम्रो स्टोरी बन्न सक्छ ।

स्याम्पल र तुलना गरिएको समूह

कुनै निश्चित संख्याले मात्रै केही पनि बताउँदैन । जस्तै, 'प्रश्न सोधिएका ५६ प्रतिशत उपभोक्ताले पानीको गुणस्तर नराम्रो भएको बताए ।' कुल उपभोक्ता ५० हजार रहेछन् तर १०० जना मात्रै उपभोक्तालाई प्रश्न सोधिएको रहेछ, अनि ५६ जनाले पानीको गुणस्तर नराम्रो छ भनेछन् भने त्यसलाई पत्याउनुहुँदैन । यति थोरै मानिसलाई सोध्दा सबैको विचार झल्कने उत्तर नआउन सक्छ ।

सर्भेक्षणले त्यस विषयको सही तस्वीर देखाओस् भन्नका लागि केही शर्त पूरा गरेको हुनुपर्छ । खानेपानीको उदाहरणमा पत्रकारले यी कुरा सोध्नुपर्छः देशभरको अवस्था झल्काउनका लागि सर्भे विभिन्न शहरमा गरिएको हो कि एउटै शहर अथवा गाउँमा मात्र गरिएको हो ? उत्तर टिप्नका लागि कुन तरिका अपनाइएको

थियो : टेलिफोन, अनलाइन अथवा भेटेर गरिएको अन्तर्वार्ता ? सर्भेमा सबै उमेर र लिंगका मानिसलाई प्रश्न सोधिएको थियो कि निश्चित उमेरका र निश्चित लिंगका मानिसलाई मात्रै ? यी केही उदाहरण मात्र हुन् । फरक फरक विषयमा गरिएको र फरक फरक परिणाम आएको सर्भे कत्तिको मान्य छ भनी थाहा पाउनका लागि पत्रकारले फरक फरक प्रश्न सोध्नुपर्छ ।

ग्राफको व्याख्या

अंक र ग्राफको व्याख्या गर्नका लागि तिनका लिजेन्ड पढ्नुहोस् । ग्राफ हेर्नका लागि त्यसको स्केल र शुरूआत विन्दु बुझ्नुपर्छ । स्केल बढाएर र निश्चित अवस्थाबाट ग्राफ शुरू गरेर सानो कुरालाई पनि ठूलो कुरा जस्तो गरी देखाएर भ्रम पारेको हुनसक्छ । ग्राफको व्याख्या गर्दा अंक अथवा प्रतिशतमा गडबड छ कि भनी हेर्नुहोस् । स्याम्पल र तुलना गरिएका समूहका बारेमा माथि उल्लेख भएजस्ता जानकारी पनि ख्याल गर्नुहोस् ।

कहिलेकाहीं, दुई खालका अंक एकै ढाँचामा रहेजस्तो देखिनसक्छ । तर तिनका आधारमा दुईवटाका बीचमा सम्बन्ध छ भनेर प्रमाणित गर्न नसकिने पनि हुनसक्छ । अथवा एउटाका कारणले अर्कोमा असर पऱ्यो भनी भन्न नमिल्ने हुनसक्छ । उमेर बढ्दै जाँदा बालबालिका ठूला हुँदै जान्छन्, उनीहरूको भाषाको ज्ञान पनि लगभग त्यही अनुसार बढ्छ । तर त्यसको मतलब शरीर बढ्दै जाँदा मानिसको भाषागत सीप बढ्छ भन्ने अर्थ लाग्दैन ! त्यसैले, दुई खालका अंकका बीचमा सम्बन्ध छ भनेर किन भनिएको हो भनी जान्न ग्राफ र चार्ट राम्ररी हेर्नुहोस् । यी दुईका बीच सम्बन्ध छ भनी कुनै अनुसन्धानले प्रमाणित गरेको छ ? यस्तैगरी, एउटा घटना भएपछि अर्को घटना भयो भन्दैमा पहिलो घटनाले गर्दा दोस्रो घटना भयो भन्न मिल्दैन (उदाहरणका लागि, प्लेन दुर्घटना भएपछि बस दुर्घटना भयो भन्दैमा प्लेन दुर्घटनाले बस दुर्घटना गरायो भन्न हुँदैन) । डेटा एक्लैले केही पनि बताउन सक्दैन । अनुसन्धान कुन सन्दर्भमा भएको हो भनी थाहा पाउनुपर्छ । पहिलो घटनाले दोस्रो घटना गरायो भनी भन्नका लागि निश्चित सटिक तरिका पत्ता लगाउनुपर्छ ।

यहाँसम्म आइपुग्दा तपाईंले केही सूचना संकलन गरिसक्नुभयो, थप सम्भावित स्रोतको नाम फेला पारिसक्नुभयो र आफ्नो डेटाबेस तयार गरिसक्नुभयो । आउने खण्डमा हामी राम्रा मानव स्रोत कसरी फेला पार्ने र यी स्रोतलाई के कुरा थाहा छ भन्ने अन्तरज्ञान कसरी पाउने भन्ने बारेमा छलफल गरिएको छ ।

छ

खण्ड छ

अन्तरज्ञान

मानव स्रोत खोज पत्रकारको सबैभन्दा महत्वपूर्ण सम्पत्तिमध्येमा पर्छ । राम्रा स्रोतसँग विश्वासयोग्य सम्बन्ध कायम राखेमा पत्रकारले ठूला स्कूप फेला पार्न सक्छ । यस खण्डमा यस्तो सम्बन्ध कसरी कायम राख्ने र स्रोतको विश्वास कसरी जित्ने जसले गर्दा उनीहरूले आफूसँग भएका जानकारी पत्रकारलाई दिन्छन् भन्ने बारेमा छलफल गरिएको छ । यसका लागि विषय विज्ञ र ठगका बीचको अन्तर छुट्याउनु पर्छ । अर्को उपाय हो– आफ्ना कुरा प्रकाशित होउन् भनी पत्रकारलाई प्रभावित पार्न खोज्ने, कुनै निश्चित विषयमा पक्ष वा विपक्षमा लागेका तथा रफ्फु गर्ने काममा लागेका व्यक्तिको पहिचान गर्नु ।

'राम्रा' स्रोत कसरी चिन्ने ?

खोज पत्रकारले स्रोत पहिचान गर्नु, उनीहरूसँग चिनजान गर्नु र सम्बन्ध कायम राख्नु अत्यन्तै जरूरी हुन्छ । सामान्यतया, कुनै घटनाका साक्षी, भुक्तभोगी अथवा स्टोरीको विषयसँग सोझै सम्बन्धित व्यक्ति सबैभन्दा महत्वपूर्ण र विश्वसनीय स्रोत हुन् । सोधेर अथवा आफू घटनास्थल पुगेका वेला सोधपुछ गरेर त्यो घटना देख्ने को को थिए भनी पत्ता लगाउन सकिन्छ । कसैले मैले घटना देखेको हुँ अथवा म त्यसमा संलग्न थिएँ अथवा म त्यस घटनाको भुक्तभोगी हुँ भन्यो भने पनि त्यत्तिकै पत्याउनुहुँदैन । उसले दावी गरेको कुरा सही हो कि होइन भनी जाँच्नुपर्छ । घटना देख्ने मान्छे भेटियो भने ऊ तपाईंका लागि सूचनाको राम्रो स्रोत हो ।

पत्रकारले लेखेका हरेक स्टोरीले उसको सूचनास्रोतको सञ्जाल बढाउनुपर्छ । रिपोर्टिङ बढ्दै जाँदा यो काम आफैं हुन्छ । तर कुनै निश्चित स्टोरी तयार गर्न काम गरिरहेका वेलामा चाहिं आफ्नो स्टोरीसँग सान्दर्भिक र विश्वसनीय स्रोतको सञ्जाल तयार गर्न आफैंले पहल गर्नुपर्छ । आफ्नै पेशाका साथीलाई कम नआँक्नुहोस्, उनीहरू उपयोगी हुन्छन् तर उनीहरू पनि त्यही विषयमा स्टोरी गर्दैछन् भने यस्तो स्टोरी गर्न लागेको छु भनेर नभन्नु उपयुक्त हुन्छ ।

आफ्नो विषयसँग सम्बन्धित मानिस को को हुनसक्छन् भनी खोज्नुहोस् । खेलकुद क्लब, धार्मिक संस्था अथवा सामाजिक संस्थामा भएका मानिस उपयोगी स्रोत हुनसक्छन् कि भनी विचार गर्न सकिन्छ । आफूले स्टोरी गरिरहेको विषयसँग कुनै न कुनै रूपमा सम्बन्धित भएकाले यस्ता मानिसले अरू मानिसप्रति पूर्वाग्रह राखेका हुनसक्छन् । उसँग कुरा गर्दा यो पनि जान्न खोज्नुहोस् । तपाईंले पत्ता लगाएका मानिससँग पहिले कोही मानिस सम्बन्धित थियो कि भनी खोजी गर्नुहोस् । भूतपूर्व साझेदार, पूर्व श्रीमान्/श्रीमती, पूर्व कर्मचारी/डाक्टर/शिक्षक अथवा भूतपूर्व प्रहरी अथवा सैनिक अधिकारी । तपाईंले पत्ता लगाएका मानिससँग विवाद अथवा मुद्दा भएका कोही मानिस छन् भने तिनीहरूले पनि जानकारी दिनसक्छन् । तर उनीहरूका पनि पूर्वाग्रह हुन्छन् भन्ने कुरा यहाँ पनि ख्याल गर्नुहोस् ।

स्रोतको मूल्यांकन गर्ने

मानिसले धेरै कारणले पत्रकारलाई स्टोरीको टिप्स दिन्छन् । उनीहरूमध्ये धेरैले खोज पत्रकारितालाई सघाउने अथवा गलत काम बाहिर ल्याउने उद्देश्यले त्यसो गरेका हुँदैनन् । तपाईंले खोजेर भेटेका मान्छेका हकमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ । उनीहरूले जे भन्छन् त्यसमा व्यक्तिगत दुश्मनी, परिस्थिति अथवा आस्थाले प्रभाव पारेको हुनसक्छ । उनीहरूले कुनै पक्षलाई बढाइँचढाइ गरेका हुनसक्छन् । कुनै पक्ष लुकाएका हुनसक्छन् । कोही तपाईंलाई सहयोग गर्न बढी नै इच्छुक हुनसक्छन् र उनीहरूले तपाईंले जस्तो जवाफ सुन्न चाहनुभएको छ त्यस्तै जवाफ दिनसक्छन् । स्रोतका बारेमा अनुसन्धान गर्दा उनीहरूका कति र कुन कुरा पत्याउने भन्ने थाहा पाइन्छ । तपाईंसँग कुराकानी गरेका वेलामा उनीहरूका व्यवहार हेर्दा पनि उनीहरू बारे केही कुरा जानिन्छ ।

कहिलेकाहीं मानिसले अन्जानमै गल्ती गर्छन्, स-साना विवरण भुल्छन् । यी सबै कारणले गर्दा आफूले पाएका जानकारी बारे तेस्रो व्यक्ति, स्वतन्त्र स्रोतसँग बुझेर ती सही हुन् कि होइनन् भनी यकिन गर्नुपर्छ । तपाईंको स्टोरीको विषयका बारेमा एकापसमा कुराकानी नगरेका दुईवटा स्रोतले दिएका सबै प्रमाणले एउटै दिशातिर संकेत गरेको हुनुपर्छ । एउटै विन्दुतिर संकेत गरेको हुनुपर्दैन किनभने यस्तो आक्कलझुक्कल मात्र हुन्छ ।

आफूले भेटेको अर्को स्रोतले आफूले पहिले थाहा पाएको भन्दा भिन्न जानकारी दियो भने के गर्ने ? यस्तो अवस्थामा तपाईंले दुवै पक्षका कुरा राखिदिन सक्नुहुन्छ अथवा यस्तो द्वन्द्वलाई आफ्नो स्टोरीमा राख्न सक्नुहुन्छः 'गृह मन्त्रालयले सशस्त्र व्यक्तिले सीमा पार गरेको बताए पनि रक्षा मन्त्रालयले भने सीमा पार गर्ने व्यक्तिहरू निरस्त्र रहेको बतायो ।' केही जानकारी आफूले गरिरहेको स्टोरीको मान्यता अनुरूप पाइएनन् भने तिनको उपेक्षा गर्नुहुँदैन । उपेक्षा गर्दा तपाईंको विश्वसनीयता र पेशागत दायित्व दाउमा पर्छ । केही राम्रा, धेरै स्रोतसँग राम्रो सम्बन्ध भएका पत्रकार कहिलेकाहीं एउटा मात्रै स्रोतमा भर पर्न सक्छन् । तर हामीले तिनको सिको गर्न खोज्नुहुँदैन ।

आफूले जोसँग कुरा गर्ने हो ऊ उसले दाबी गरेकै मान्छे हो ? कसैले कुनै विषयमा अनुसन्धान गरेको छु भन्यो भने उसले साँच्चिकै त्यो काम गरेको हो भनी खोज्नुपर्छ । स्रोतले आफूले फलानो ठाउँमा काम गरेको थिएँ भन्यो भने त्यसको प्रमाण उसले दिन सक्छ ? उसको ठेगाना, पारिवारिक पृष्ठभूमि, परिचयपत्र अथवा चालक अनुमतिपत्र दिन/देखाउन सक्छ । स्रोतले यी जानकारी नदिन बल गऱ्यो भने उसले यसो गर्नुका पछाडि कुनै जायज कारण छन् ? उसले दिएका जानकारी पत्याउने कि नपत्याउने भन्ने निर्णय गर्दा यो प्रश्नमा पनि ध्यान दिनुपर्छ । पहिले अपराध गरेका, व्यक्तिगत समस्या भोगेका, मानसिक समस्या भएका, आर्थिक समस्यामा परेका, हिंसा वा ठगी गर्ने काममा लागेका मानिसले भनेका कुरामा विशेष सतर्क हुनुपर्छ ।

स्रोतले पूर्ण जानकारी अथवा पूर्ण प्रमाण दियो ? उसले दिएका जानकारी अथवा प्रमाण अरू स्रोतबाट प्राप्त जानकारी वा प्रमाणसँग भिडाउँदा कुनै विषयको पूरा तस्वीर झल्कन्छ ? कुनै कुरा थाहा पाउन अझै बाँकी छ ? स्रोतले भोगेजस्तै व्यवहार उसको समुदायका सबैले भोगेका छन् ? उसले भनेका कुरा अद्यावधिक हुन् अथवा धेरै पुराना हुन् जसका सम्बन्धमा यस बीचमा धेरै परिवर्तन भइसकेको हुनसक्छ अथवा धेरै पुराना कुरा हुनाले उसले अहिले ठीकसँग सम्झन नसकेको हुन सक्छ ?

विज्ञ

पत्रकारले स्टोरी गर्ने प्रायः सबै विषयका विज्ञ भेटिन्छन् । इतिहासकार, अनुसन्धानकर्ता, वकिल, इन्जिनियर आदि । बहुराष्ट्रिय कम्पनी जस्ता नाफामूलक संस्थासम्बन्धी स्टोरी गर्दा सही विज्ञको छनोट गर्नुपर्छ । उदाहरणका लागि, आफूले जुन कम्पनीका बारेमा खोज गरिरहेको हो त्यस्तै कम्पनीका लागि काम गर्ने विज्ञ । तर आफूले कुरा गर्न लागेका विज्ञले त्यो विज्ञता कसरी हासिल गरे, आफूले अनुसन्धान गर्न लागेका विषयमा उनी पनि संलग्न थिए कि जस्ता कुरा पहिल्यै थाहा पाउनुपर्छ । अलिकति फरक तर सम्बन्धित विषयका विज्ञले नयाँ अन्तरज्ञान दिन सक्छन् । मानवअधिकार उल्लंघनका विषयमा स्टोरी गर्न लागेको भए वकिल, प्रहरी, डाक्टर अथवा सोधपुछकर्ता पनि उपयोगी स्रोत हुनसक्छन् ।

तर, सबै विज्ञको हैसियत एकै हुँदैन । सबै विज्ञ विश्वास गर्न योग्य पनि हुँदैनन् । विज्ञ छान्ने वेलामा आफूले पत्याएका पत्रकारको सल्लाह लिंदा राम्रै हुन्छ, तिनका बारेमा इन्टरनेटमा जानकारी खोज्दा हुन्छ । उनीहरूले कसका लागि अनुसन्धान गर्छन् भनी थाहा पाउनुपर्छ । व्यापारिक स्वार्थ भएका संस्थाको पैसामा अनुसन्धान गर्ने विज्ञ कुनै पक्षमा लागेका मान्छे जत्तिकै एकपक्षीय हुनसक्छन् । उनीहरूले गरेका काममा कस्तो आलोचना भएको छ भनी खोज्नुहोस् । कुनै पनि क्षेत्रका विवादास्पद विषयमा प्रशंसा र आलोचना दुवै हुन्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्नुहोस् ।

विश्वसनीय ठानिएका विज्ञ (अथवा तिनका प्रतिवेदन) पनि सही छन् कि छैनन् भनी जाँच्नुपर्छ । विज्ञहरूबीचमै मतभेद छ भने त्यसलाई आफ्नो सन्दर्भमा प्रस्तुत गर्ने तरिका थाहा पाउनुपर्छ जसले गर्दा पाठकले त्यसबाट अर्थ निकाल्न सक्छन् । धेरै विज्ञहरूका विचार कुनै पक्षमा प्रबल देखिन्छ भने विज्ञले भनेका कुरा मान्नु ठीकै हो । तर यसो गर्दा गल्ती हुन पनि सक्छ । विज्ञहरू नै दुई पक्षमा बराबरी बाँडिएका छन् भने यो कुराको व्याख्या गर्ने काम पाठकलाई छाडिदिनुपर्छ । मिडियाले लामो समयसम्म विश्वव्यापी तापक्रम वृद्धिसम्बन्धी विवादका पक्ष र विपक्षका कुरा प्रस्तुत गरे । धेरै पछि मात्र उनीहरूले के थाहा पाए भने विश्वव्यापी रूपमा तापक्रम बढ्दैछ भन्ने कुराको विरोध गर्ने 'विज्ञ' हरू त ऊर्जा कम्पनीका तलबी प्रवक्ता पो रहेछन् । वास्तवमा, वैज्ञानिक प्रमाणले त धेरै पहिले नै विश्वव्यापी तापक्रम बढ्दैछ र यो खतरनाक छ भनिसकेका थिए ।

सरकार राम्ररी चलेका अधिकांश देशमा सरकारी विभाग र विज्ञलाई सूचनाको सबैभन्दा बढी विश्वसनीय स्रोत मानिन्छ। वैज्ञानिक रिपोर्ट, बैठकका निर्णय पुस्तिका, अदालती कारबाही र दर्ता जस्ता स्रोत लामो समयदेखि निष्पक्ष भइआएका छन्। तर मुख्य र विवादास्पद विषयमा स्टोरी गर्न लागेका वेलामा यस्तो ठान्नु मूर्खता र खतरनाक हुनसक्छ। सरकारी विज्ञ पनि अरू विज्ञ जस्तै सही पनि हुनसक्छन्, गलत पनि हुनसक्छन्। कहिलेकाहीं जानकारी प्रस्तुत गर्दा कुनै एउटा पक्षमा जोड दिनु, अर्को पक्षको कुरा लुकाउनु भनी उनीहरूलाई सरकारले दबाब दिएको पनि हुनसक्छ। त्यसैले विज्ञले दिएका जानकारीमा कतिसम्म भर पर्ने भन्ने निर्णय गर्न यी जानकारी कुन सन्दर्भमा दिइएका हुन्, यी जानकारी दिनुको उसको उद्देश्य के हो भनी केलाउनुपर्छ। तर के कुरा ख्याल राख्नुपर्छ भने सरकारी विज्ञसँग अत्यन्तै धेरै ज्ञान हुन्छ। उनीहरू सधैंभरि गलत हुन्छन्, अथवा सही हुन्छन्, निष्पक्ष हुन्छन् भन्ने ठान्नुहुँदैन। अरू स्रोतबाट पाएका जानकारी जसरी जाँच्नुपर्छ विज्ञबाट पाएका जानकारी पनि त्यसरी नै जाँच्नुपर्छ। अर्को स्रोतबाट प्राप्त जानकारीसँग भिडाउनुपर्छ। कहिलेकाहीं सरकारी विज्ञसँग अनौपचारिक वा अफ द रेकर्ड कुराकानी गर्दा पनि धेरै जानकारी पाउन सकिन्छ। तर अनौपचारिक रूपमा जानकारी लिंदा उनीहरूलाई कोट गर्न भने पाइँदैन।

अन्तर्राष्ट्रिय संस्थालाई हामीले प्रायशः लिखित प्रतिवेदन र नीतिका स्रोत मात्र मानिआएका छौं। तर यस्ता संस्था स्वदेश र उनीहरूले काम गरिरहेका देश दुवै ठाउँमा सूचनाका उपयोगी स्रोत हुनसक्छन्। उनीहरूले तपाईंलाई सहयोग गर्नैपर्छ भन्ने छैन तर सही तरिकाले सम्पर्क गरेका खण्डमा, खासगरी तपाईंले जानकारी खोजिरहेको विषयमा उनीहरूले रूचि राखेका रहेछन् भने जानकारी दिन सक्छन्। तर दातृ संस्था (अरू संस्थामा पनि यस्तै हुन्छ) का आफ्नै नीति र सिद्धान्त हुन्छन्। ती विज्ञ तिनै नीतिबमोजिम मात्र चल्छन्। थप अनुसन्धान गर्दा उनीहरूका टिप्पणी र उनीहरूले दिएका जानकारीको सन्दर्भ बुझ्न सकिन्छ। यसका आधारमा सन्तुलन मिलाउनका लागि अर्को विज्ञसँग अन्तर्वार्ता लिनुपर्छ कि पर्दैन भनी निर्णय गर्न सकिन्छ।

कहिलेकाहीं आफूले निश्चित विषयमा खोज गरिरहेको र यससम्बन्धी केही जानकारी पहिल्यै पाइसकेको छु भनी स्रोतलाई थाहा दिएर थप जानकारी दिन उनीहरूलाई झकझक्याउन सकिन्छ। कहिलेकाहीं यस्तो कुरा आफ्ना सूत्रमार्फत बताउन सकिएला, कहिलेकाहीं आफूले स्टोरी गरिरहेको विषयमा प्रारम्भिक स्टोरी छापेर पनि बताउन सकिएला। यस्ता वेलामा तपाईंलाई थप जानकारी दिन कोही मानिस आफैं तयार हुनसक्छन् अथवा पहिले जसले जानकारी दिन आनाकानी गरेको थियो उसले पनि तपाईंको स्टोरी 'सच्याउन' जानकारी दिन सक्छ। यस्तो चालका राम्रा र नराम्रा पक्ष के हुन् विचार पुऱ्याउनुपर्छ। कहिलेकाहीं यसले उल्टो असर गर्न सक्छ। यसो गर्दा तपाईं फलानो विषयमा स्टोरी गर्दै हुनुहुन्छ भन्ने थाहा पाएर मानिसले सतर्क भई यस विषयसँग सम्बन्धित जानकारी लुकाउन सक्छन्। स्टोरी गर्न तपाईंलाई रोक्ने प्रयास पनि गर्न सक्छन्।

आफ्नो स्टोरीका लागि चाहिने जानकारी दिने विज्ञ भेटिएन भन्दैमा स्टोरी गर्न छाड्नुपर्छ भन्ने छैन। तपाईंको मान्यता गलत हुनसक्छ, अथवा तपाईंले गलत विज्ञलाई सोधेको हुनसक्छ अथवा तपाईंका प्रश्न गलत हुनसक्छन्। तपाईंले आफ्नो स्टोरीमा विविध विचार समेट्नुभएको छ भने तपाईं एकोहोरो भएर एउटा पक्षमा लाग्नुभएको छैन भन्ने देखिन्छ। यसो भएपछि फरक विचार भएका विज्ञहरू आफ्ना कुरा बताउन इच्छुक हुनसक्छन्।

पोल खोल्ने, गेट पाले र ढोका खोल्ने

कहिलेकाहीं कुनै सामग्री पढ्दा कुनै फलानो संस्थामा भएका नराम्रा कामको पोल खोल्ने (असन्तुष्ट कर्मचारी जसले आफ्नो संस्थामा भएका नराम्रा कुरा बताउँछ) मानिस यो रहेछ भनी पत्ता लाग्न सक्छ । विकसित देशका धेरै कम्पनी, संस्था र सरकारी कार्यालयमा अनौपचारिक इलेक्ट्रोनिक बैठक 'कक्ष' हुन्छन् जहाँ आलोचनात्मक विचार र जानकारी आदानप्रदान गर्न सकिन्छ । तर यस्ता साइटमा भएका जानकारी सोभै आफ्नो स्टोरीमा नराख्नुहोस् । पोल लगाउने मान्छेका कुरा जायज छन् र उसले आफ्नो दाबीका पक्षमा प्रमाण प्रस्तुत गर्न सक्छ भने मात्र राख्नुहोस् । उसलाई भेटेर उसले भनेका कुरालाई पुष्टि गर्ने प्रमाण माग्नुहोस् ।

सेक्रेटरी, रिसेप्सनिस्ट र गेटको सुरक्षा अधिकारी जस्ता मानिस पत्रकारका लागि धेरै उपयोगी हुन्छन् । उनीहरूले तपाईंलाई संस्थाको कार्यालयमा प्रवेश गर्न दिनसक्छन्, अथवा त्यस अफिसमा को को आउँछन् भनी बताउन सक्छन् । यसो भएपछि तपाईंले कार्यालय भित्र पस्न र त्यहाँ को को आउँछन् भन्ने कुरा थाहा पाउन भेष बदल्नुपर्दैन । माथिल्ला तहका मानिसलाई मात्र भेट्नु गल्ती गर्नु हो । यसो नगर्नुहोस् । सबैसँग पेशागत सम्बन्ध राख्नुहोस् । माथि भनिएका मानिसहरूले तपाईंलाई भित्र पस्न मात्र होइन जानकारी पाउनबाट पनि रोक्न सक्छन् । ब्यांक अथवा सरकारी कार्यालयका कर्मचारीले जागिर खाँदा करारपत्रमा हस्ताक्षर गरेका हुनसक्छन् जसमा कार्यालयका कुरा कसैलाई नबताउने शर्त राखिएको हुनसक्छ । त्यसैले आफूसँग भएका जानकारी दिन उनीहरू कानूनी रूपले बाध्य हुँदैनन् । सानातिना कामका लागि उनीहरूसँग सहयोग नमाग्नुहोस् । उनीहरूसँग होशियार भएर सम्बन्ध राख्नुहोस् जसले गर्दा उनीहरूको पहिचान सकेसम्म नखोलियोस् ।

'यो कुरा कसलाई थाहा होला ? अथवा यो जानकारी कोसँग छ ?' खोजका क्रममा यी प्रश्न असाध्यै उपयोगी हुन्छन् । आफूले खोजेको एउटा जानकारी धेरै जना अथवा धेरैवटा संस्थासँग हुनसक्छ । कुनै एउटा विभाग अथवा मन्त्रालयले त्यो जानकारी दिन अस्वीकार गऱ्यो भने अर्को संस्था अथवा गैरसरकारी संस्था अथवा विश्वविद्यालयका अनुसन्धानकर्ता अथवा संसद्को सम्बन्धित समितिका सदस्यसँग माग्न सकिन्छ । संस्थामा कसले के काम गर्छ, कसको हैसियत के हो, महत्वपूर्ण व्यक्ति को हो र निर्णय कसले गर्छ भन्ने कुरा थाहा पाइराख्नुपर्छ ।

संस्थाका प्रभावशाली मानिसले तपाईंका कुरा मन पराए अथवा तपाई राम्रो काम गर्दै हुनुहुन्छ भनी विश्वास गरे भने तपाईंले खोजेको जानकारी भएका मानिसलाई तपाईंसँग कुरा गर्न मनाउन सक्छन् । कहिलेकाहीं पाका व्यक्तिले सहयोग गर्न सक्छन्, कहिलेकाहीं कम उमेरका व्यक्तिले पनि सहयोग गर्न सक्छन् । अरूले आदर गर्ने मानिसले 'यो पत्रकार ठीक छ । उसँग कुरा गरे हुन्छ' भनिदिए भने अरू मानिस तपाईंसँग कुरा गर्न इच्छुक हुन्छन् । पृष्ठभूमि अनुसन्धान गर्दा यस्ता मानिस पत्ता लगाउनुपर्छ र जति वेला सकिन्छ त्यति वेला उनीहरूसँग सम्बन्ध राख्नुपर्छ ।

रफ्फु भर्ने मान्छे

आधिकारिक प्रवक्ता र कुनै पक्षको वकालत गर्ने मानिसलाई हामी 'रफ्फु गर्ने मान्छे' भन्छौं । उनीहरूलाई जागिर दिने मानिसको हितमा काम गर्न र उनीहरूका गलत काममा रफ्फु भर्नका लागि जागिर दिइएको हो । तर को मानिसले रफ्फु भर्ने काम पाएको छ भनी पत्ता लगाउन सधैंभरि सजिलो हुँदैन । हो, मन्त्रीको प्रेस सल्लाहकार यस्तै मान्छे हो । तर निश्चित विषयका निश्चित पक्ष अथवा निश्चित पार्टीको हितमा काम गर्न गोप्य तवरले पैसा दिएर खटाइएका पत्रकारलाई कसरी चिन्ने ? भूमिगत तवरले काम गरेर पत्रकारलाई खुसुक्क स्टोरीको प्याकेज दिने अधिकारी अथवा व्यापारिक स्रोतलाई के भन्ने ? अथवा कुनै 'विज्ञ' ले निश्चित वस्तुको प्रवर्द्धनका लागि कुनै व्यापारिक कम्पनीबाट पैसा पाउने गरेको छ कि ? राख्ने व्यक्तिको नाम नखुलाइकन वेबसाइटमा राखिएका जानकारीलाई कसरी लिने ? ठूला तथा साना स्वार्थ प्रवर्द्धन गर्नका लागि रफ्फु भर्ने यस्ता नयाँ खालका मानिसलाई काम लगाउने चलन बढिरहेको छ । उदाहरणका लागि, अमेरिकी सरकारले खाडी युद्धको सार्वजनिक छवि 'व्यवस्थापन' गर्न व्यापारिक संस्थाको उपयोग गरेको थियो र त्यस संस्थाका मुख्य कार्यकारी अधिकृतले गर्वका साथ आफूलाई 'सूचना योद्धा' भन्ने गर्थे ।

फलानाले रफ्फु गर्छ भनेर थाहा पाइसकेपछि उसँग सतर्क रहन सजिलो हुन्छ तर गलत समाचारबाट जोगिन चाहिं गाह्रो छ । मन्त्रीका प्रवक्तालाई समस्या लुकाउन र उपलब्धिबारे प्रचार गर्न जागिर दिइएको हो भन्ने तपाईंलाई थाहा हुन्छ । उनीहरूले ढाँटेका खण्डमा थोरै अनुसन्धान गर्ने वित्तिकै यो कुरा पत्ता लागिहाल्छ । त्यसैले साह्रै कच्चा मानिसले मात्र ढाँट्न खोज्छ । शुरूमा अलि राम्रो अनुसन्धान गर्‍यो र केही मानिससँग कुराकानी गर्‍यो भने उसले ढाँटेका कुरा थाहा भइहाल्छ । यहाँ के कुरा सम्झनुपर्छ भने प्रवक्ताले आफूलाई जिम्मा दिइएको काम गरेका हुन्, जसरी तपाईं आफ्नो काम गरिरहनुभएको छ ।

सरकार र धेरै ठूला कम्पनीले आधिकारिक प्रवक्ताबाहेक गुप्तचर संस्थाको पनि उपयोग गर्ने गर्छन् जसले लुकिछिपी आफ्ना मालिक र कहिलेकाहीं आफ्नो समेत स्वार्थ पूरा गराउन प्रयास गर्छन् । सद्दाम हुसेनसँग 'आम विनाशकारी हतियार' भएको भनी सञ्चारमाध्यममार्फत प्रचार गराउन अमेरिकी सरकारले गुप्तचर निकायको प्रयोग गरेको थियो जुन कुरा पछि गलत सावित भयो ।

आफूले चाहेजस्ता स्टोरी छाप्न लगाउनु गुप्तचर विभागको दैनिक काम हो जसले मिडियालाई प्रभावित पार्न आफ्नो एउटा विभागलाई नै खटाएको हुन्छ । खोजकर्ताले के के कुरा थाहा पाएको छ भन्ने जान्न गुप्तचरले पत्रकारको चियो गर्छन् र पत्रकारलाई आफ्नो काममा भर्ती गर्न कोशिश समेत गर्छन् (कहिलेकाहीं यसो गर्न उनीहरू सफल पनि हुन्छन्) । तर उनीहरूको मुख्य काम तथ्य बंग्याउनका लागि पत्रकारलाई र पत्रकारमार्फत आम मानिसलाई गलत कुरा बताउनु हो । यसो गर्दा उनीहरू प्रायशः आफैंले देखेको घटना झैं गरी वर्णन गर्छन् । महत्वपूर्ण टेप र डकुमेन्ट दिएर तपाईंलाई सहयोग गर्न कोही मानिस एकदमै उत्साही देखियो भने उसँग अत्यन्त सतर्क हुनुहोस् । उसले महान् उद्देश्यका लागि यसो गरेको जस्तो लागे पनि सतर्क हुनुपर्छ ।

अफ्रिकाली खोज पत्रकार सञ्जालका संस्थापक इभेल्यान ग्रोयनिंकले अफ्रिकी नेशनल कंग्रेसका प्रतिनिधि डुल्सीको सेप्टेम्बरको १९८८ मा पेरिसमा भएको हत्या सम्बन्धमा खोज गरेका थिए । यस घटनामा फ्रेन्च गुप्तचरले विदेशी हत्यारा 'पहिचान' भइसकेको भनी समाचारपत्रमा गलत रिपोर्ट घुसाएका थिए । ग्रोयनिंकलाई एकजना फ्रेन्च हतियार डिलरसँगको '३०० घण्टा लामो रेकर्डेड

कुराकानी' उपलब्ध गराउँछु भनिएको थियो । उसको उद्देश्य महान् जस्तो देखिन्थ्योः गलत काम बाहिर ल्याउनु । तर ग्रोयनिंकले यस कामका लागि पैसा, समय, चियोचर्चो गर्ने अवसर, प्लेन टिकट र सम्पर्क सूत्र त्यो मान्छेले कहाँबाट पायो भनी सोधेपछि त्यो स्रोत हरायो, लन्डन गएछ । ग्रोयनिंकलाई के शंका लागेको छ भने त्यो मानिस अहिले लन्डन बसेर संयुक्त अधिराज्य सरकार अथवा संयुक्त अधिराज्यको कुनै हतियार कम्पनीमा काम गर्छ ।

यस सम्बन्धी सामान्य नियम के हो भने स्रोतले तपाईंलाई खोज्ने होइन तपाईंले स्रोतलाई खोज्नुपर्छ । कसैले कुनै अँध्यारो ठाउँमा भेटेर तपाईंलाई जानकारी दिन्छु भन्यो भने त्यो मान्छे तिनै रफ्फु भर्ने मान्छेमध्ये हुनसक्छ । विवादास्पद विषयमा तपाईंले कुराकानी गर्न खोजेका प्रायः स्रोतले बोल्न आनाकानी गर्न सक्छन्, बोलिहालेमा पनि अफ द रेकर्ड भन्ने शर्त राख्न सक्छन् । अथवा आफ्नो नाम उल्लेख नगर्ने शर्तमा मात्र बोल्न सक्छन् । तपाईंले जसरी पनि त्यो मानिसको सक्कली रूप के हो भनी थाहा पाउनुपर्छ । आफ्नो स्रोतको पृष्ठभूमि बारेमा सबै कुरा थाहा छैन भने त्यो मानिस आफूले कुरा गर्न लागेका विषयमा बोल्न योग्य छ कि छैन भन्ने कुरा थाहा हुँदैन । आफ्नो परिचय नदिइकन फोनमा मात्र कुरा गर्ने स्रोत सबैभन्दा शंकास्पद हुन्छ, यद्यपि वाटरगेट काण्डका डिप थ्रोटले पनि यसै गरेका थिए ।

स्रोतको सुरक्षा

खोज पत्रकारिता गर्दा कहिलेकाहीं जोखिम हुनसक्छ खासगरी राजनीतिक विषयमा रिपोर्टिङ गर्नुलाई संवेदनशील ठानिने र पत्रकारलाई पक्राउ गर्ने अनि मार्ने चलन भएका देशमा । त्यसैले, सतर्क भएर (भूमिगत नभए पनि) काम गर्नुपर्छ । स्टोरी छापिंदा के कस्ता खतरा आइलाग्न सक्छन् भनी स्रोतलाई सतर्क गराउने दायित्व तपाईंको हो । यसका साथै स्रोतले जानकारी दिएर सहयोग गर्दा यसले समाजलाई फाइदा पुऱ्याउँछ, त्यसबाट सार्वजनिक हित हुन्छ भन्ने कुरा पनि बताउनुपर्छ । दुवै पक्षका सबै जानकारी स्रोतलाई दिइएको छ भने मात्र उसले आफ्नो नाम स्टोरीमा राख्नका लागि 'इन्फर्म्ड' स्वीकृति दिएको मानिन्छ । तपाईंसँग भेट्दा, स्टोरीले उठाउन खोजेका विषयमा फोनमा कुरा गर्दा अथवा इमेलमा जानकारी आदानप्रदान गर्दा आफूलाई के जोखिम आइलाग्छ भन्ने कुरा स्रोतले बुझेको हुनुपर्छ ।

अरूले कुरा सुन्न सक्ने, लुकाएको माइक्रोफोनमार्फत रेकर्ड गर्न सकिने, फोन रेकर्ड हुन सक्ने अथवा इमेल ह्याक हुनसक्ने अवस्थामा स्रोतसँग स्टोरीका विषयमा कुरा नगर्नुहोस् । सेलफोनलगायतका फोन ट्र्याक गर्न र तपाईं कहाँ हुनुहुन्छ भन्ने थाहा पाउन ट्र्याकिङ संकेत उपयोग गर्न धेरै सजिलो छ । कसैलाई गोप्य रूपमा भेट्नु छ भने फोन बन्द गर्नुहोस् र त्यसको ब्याट्री झिक्नुहोस् । स्रोतसँग सम्बन्धित नोट अथवा रेकर्ड सुरक्षित राख्ने व्यवस्था मिलाउनुहोस् । तपाईंले गरिरहेको खोजको विषय र कामसँग असम्बन्धित तेस्रो व्यक्तिकहाँ राख्दा अझ राम्रो हुन्छ ।

ठूला र शक्तिशाली मानिसले गरेका सूचना ढाकछोप, उनीहरूले बोलेका झूटा कुरा र उनीहरूले गरेका अपराधबाट जोगिने सबैभन्दा प्रभावकारी उपाय त्यस्ता मानिससँग कुराकानी गर्नु हो जो सार्वजनिक रूपमा पहिचान खुलेका छन्, स्पष्टवक्ता छन् र उनीहरूलाई तपाईंको स्टोरीको विषयका बारेमा धेरै

कुरा थाहा छ । यस्ता मानिस पत्ता लगाउन समय खर्च गर्नुपर्छ । तर हामीले आफूसँग कुराकानी गर्न, उसका कुरा रेकर्ड गर्ने गरी कुराकानी गर्न कसैलाई दबाब दिनुहुँदैन । उनीहरूले किन आनाकानी गरेका होलान् भनी तपाईंले थाहा पाउनुपर्छ । यस्तो कुरा सोध्न नडराउनुहोस् । यो कुरा तपाईंले भनेको भनी छापियो भने तपाईंलाई के कस्तो अप्ठ्यारो पर्छ ? भनी उसलाई सोध्न सकिन्छ । कहिलेकाहीं व्यक्तिगत डरले गर्दा स्रोतले कुरा नबताउन सक्छ । संवेदनशील विषयमा कर्मचारीले बोल्यो भने उसलाई हाकिमले सरूवा र कारबाही गर्न सक्छ । एचआईभी लागेका व्यक्तिले खुलेर बोल्यो भने उसलाई उसको समुदायका मानिसले आक्रमण गर्न सक्लान् । विषयमा कुराकानी गर्नुभन्दा पहिले नै स्रोतलाई तपाईंको नाम केही मानिसलाई थाहा हुनसक्छ भनी बताइदिनुहोस् । अथवा उसको पहिचान कसरी लुकाउँछु, उनीहरू बसेको ठाउँ, हैसियत, पृष्ठभूमि र लिंगका बारेमा कसरी उल्लेख गर्छु भनी उनीहरूलाई बताइदिनुपर्छ । यस्ता स्रोतले कुनै जानकारी अफ द रेकर्डमा मात्रै बताउँछु, कुनै जानकारी पृष्ठभूमि बुझ्नका लागि मात्रै दिन्छु अरूलाई बताउनका लागि होइन भनेका खण्डमा उनीहरूका शर्त मान्नुहोस् । यसो गर्नु किन आवश्यक छ भनी सम्पादक र स्टोरी बनाउने काममा संलग्न अरू मानिसलाई बुझाउनुपर्छ । सम्पादकले स्रोतको नाम आफूलाई चाहिं बताउनुपर्छ भन्न सक्छ । यसो गर्दा यो कुरा सम्पादकबाहेक अरूलाई थाहा दिनुहुँदैन पनि प्रष्ट पार्नुपर्छ । रिपोर्टर र स्रोतबीचको सम्बन्धका बारेमा लागू हुने सबैभन्दा महत्वपूर्ण नियम यही हो । तपाईंले कुनै स्रोतलाई तिम्रो पहिचान खुलाउँदिन भनेर वचन दिनुभएको छ भने त्यसको पालना गर्नुपर्छ । यसो गर्दा जेल जानुपर्छ भने त्यसका लागि पनि तपाई तयार रहनुपर्छ । आफूले पछि पालना गर्न नसकिने खालका आश्वासन स्रोतलाई दिनुहुँदैन । स्रोतलाई यातना पाउने अवस्थामा पुऱ्याउने गरी उसको नाम उल्लेख गर्नुभन्दा नाम बताउन नचाहने स्रोत भनी उल्लेख गर्नु राम्रो हुन्छ ।

कहिलेकाहीं तपाईंको स्टोरीमा उल्लेख भएका निश्चित जानकारीको स्रोत खुलाउनु भनी प्रहरीले रिपोर्टर र सम्पादकलाई पत्र काट्न सक्छ । यसो गर्दा तपाईंको सूचनाको स्रोतलाई क्षति पुग्छ । स्रोत बता भनी अदालतले आदेश दियो भने त्यो नबताउँदा अदालतको अवहेलना मुद्दा लाग्न सक्छ । खोजको काम थाल्नुभन्दा पहिले नै स्रोतको सुरक्षा गर्नका लागि यो यो काम गर्न सक्छु भनी तयार हुनुपर्छ ।

साम सोल, मेल र गार्डियन, जोहान्नेसबर्ग

'मलाई सूचना दिने एकजना स्रोतको हत्या गरियो । पत्रकारिता पेशामा मैले भोगेको यो सबैभन्दा नराम्रो अनुभव हो । उनीसँग उनले मलाई बताएभन्दा बढी जानकारी भएकाले उनको हत्या गरिएको थियो । उनी यति जानकारी यसलाई दिंदा के हुंदोरहेछ भनेर जाँच्न चाहन्थे । उनले उनको पहिचान खुलोस् भन्ने चाहेका थिएनन् । स्टोरीमा उनको नाम खुलाइएको पनि थिएन । तर जुन सूचना बाहिर आयो त्यसका आधारमा त्यस काममा संलग्न मानिसले यी सूचना कसले दिएको हो भनी सजिलै थाहा पाउँथे । त्यसैले उनको हत्या गरियो । त्यसैले स्रोतले पनि टुक्राटाक्री जानकारी दिंदा आफ्नो ज्यान जाँदैन भन्ने ठान्नुहुँदैन । यसो गर्नुभन्दा नामै दिएर जानकारी दिनु राम्रो हुन्छ जसले गर्दा कसैले तपाईंका विरूद्ध केही गऱ्यो भने तपाईंले जानकारी दिएकाले यस्तो गरिएको हो भनेर आम मानिसले थाहा पाउँछन् । स्रोतको सुरक्षा गर्ने कामको एउटा पाटो यो हो ।'

तर, स्रोतको सुरक्षा गर्नु परेका खण्डमा मात्रै स्टोरीमा स्रोतको पहिचान लुकाउन पाइन्छ । पहिचान नबताइएका स्रोतको निगरानी गर्न कठिन हुन्छ, यसो गर्दा गलत रिपोर्टिङले प्रोत्साहन पाउन सक्छ र स्टोरीप्रति पाठकको विश्वास कम हुन्छ । तर यसो गर्दा कतिपय अवस्थामा देखी वा भोगी जानेका, स्टोरीसँग सम्बन्धित संस्थाकै मानिसबाट जानकारी पाइन्छ अथवा थप प्रमाण भेटिन्छ । स्रोतको पहिचान कस्तो वेलामा लुकाउने र कस्तो वेलामा नलुकाउने भन्ने विषयमा आफ्नो प्रकाशन, स्रोत र स्टोरीको अवस्था हेरेर निर्णय गर्नुपर्छ । स्टोरीमा स्रोतको परिचय कसरी दिइन्छ भन्ने बारेमा स्रोतलाई सकेसम्म स्पष्टसँग बताउनुपर्छ । जस्तै, 'वन मन्त्रालयका एकजना वातावरण वैज्ञानिक' भन्नु एकजना वैज्ञानिक भन्नुभन्दा उपयुक्त हुन्छ । त्यस मन्त्रालयमा एकजना मात्रै वातावरण वैज्ञानिक रहेछन् भने चाहिं मन्त्रालयका वातावरण वैज्ञानिक भन्दा स्रोतको पहिचान लुक्दैन ।

आफ्नो सुरक्षा

पत्रकारको सुरक्षा सम्बन्धी कानूनी व्यवस्था फरक देशमा फरक खालका छन् । आफ्नो कानून र आफूलाई कस्ता जोखिम आइलाग्लान् र त्यसले कस्तो परिणाम ल्याउन सक्छन् भन्ने थाहा पाउनु पत्रकारको दायित्व हो ।

स्रोतलाई भेट्ने सबैभन्दा उत्तम ठाउँ कुन हो भनी निर्णय गर्दा बुद्धि पुऱ्याउनुपर्छ । सार्वजनिक ठाउँमा भेट्न राम्रो होला कि निजी घरमा ? हल्लाखल्ला भएको ठाउँ राम्रो होला कि कोही पनि नआउने, एकान्त ठाउँ ठीक होला ? भेटघाट गर्ने ठाउँमा क्यामराबाट निगरानी गरिएको छ कि ? भेटघाटमा हुने संवेदनशील कुराकानी अरूले सुन्ला भन्ने डर छ भने अलि हल्ला भएको ठाउँमा भेट्नुहोस् । यस्ता ठाउँमा अरूले तपाईंहरूका कुरा सुन्न (लुकाएर राखिएका रेकर्डरले रेकर्ड गर्न) कठिन हुन्छ ।

आफूलाई स्रोतले बताएका कुरा नोटमा टिप्नुहोस् अथवा कम्प्युटरमा राख्नुहोस् अथवा कुराकानीको साउन्ड वा भिडियो राख्नुहोस् । यस्तो जानकारी सकेसम्म जस्ताको तस्तै हुनुपर्छ, कुराकानी भएको मिति राम्रोसँग उल्लेख हुनुपर्छ । तिनलाई यस्तो किसिमले फाइलमा राख्नुपर्छ जसलाई पछि खोज्ने वितिकै पाइयोस् । स्रोतले जे जानकारी दिन सक्छु भनेको छ/दिएको छ ती जानकारी दिनसक्ने हैसियतमा ऊ छ कि छैन भन्ने कुरामा एकदमै स्पष्ट हुनुहोस् । उसले के कुरा वास्तवमै देखेको, जानेको हो र ऊ के भन्नका लागि तयार छ, उसले तपाईंलाई के नियतले जानकारी दिएको हो भन्ने कुरा खोज्नुपर्छ । स्रोतले बोलेका वास्तविक वाक्य टिप्नुहोस्, तिनलाई आफ्ना शब्दमा पुनर्लेखन गर्ने होइन । अथवा स्रोतले मान्छ भने टेपमा रेकर्ड गर्नुहोस् । स्रोत र तपाईंबीच भएका सबै कुराकानी रेकर्ड गर्नुहोस् । पैसा माग्यो भने त्यो पनि रेकर्ड गर्नुहोस् । पैसा दिनुभएको छ भने त्यसको भर्पाइ राख्नुहोस् ।

आफ्नो स्रोतसँग पारदर्शी र इमानदार सम्बन्ध कायम राख्नुहोस् । जस्तोसुकै कारण भए पनि उसलाई नढाँट्नुहोस्, धोका नदिनुहोस् । पूरा गर्न नसकिने आश्वासन नदिनुहोस् । हुनै नसक्ने खालका खतरा छन् भनेर डर पनि नदेखाउनुहोस् । स्रोतसँग धेरै घनिष्ट

नहुनुहोस् अथवा उसका समस्यामा धेरै चुर्लुम्म नडुब्नुहोस् । यसो गरेका खण्डमा तपाईंले स्रोत र घटनासँग पत्रकारका हैसियतमा जति दूरी राख्नुपर्ने हो त्यति राख्न सक्नुहुन्न ।

आफूलाई स्रोतले भनेका सबै कुरा सही हुन् कि होइनन् भनी यकिन गर्नुहोस् । उसले तपाईंलाई जति आलोचना गरे पनि आवेशमा नआउनुहोस्, त्यसलाई धैर्यपूर्वक लिनुहोस् । उसले दिएको व्यक्तिगत विवरण सही छ कि छैन भनी जाँच्नुहोस् । उसले स्टोरीको कुनै पक्ष बारेमा बताएन कि भनी शंका गर्नुहोस् । अप्ठ्यारा प्रश्न सोध्नुहोस् । उससँगको सम्बन्ध अनपेक्षित ढंगले टुट्न वा समस्यामा पर्न सक्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्नुहोस् । कहाँनेर कस्तो गल्ती भयो भनेर सोध्न कहिल्यै पनि नहिचकिचाउनुहोस् । कुनै पनि मानिसले पूर्ण कुरा जानेको हुन्छ भन्ने छैन । स्रोतका बारेमा पछि नयाँ कुरा थाहा पाउँदा अचम्ममा नपर्नुहोस् । स्रोतको सुरक्षा गर्नका लागि स्रोत र तपाईंबीच सहमति भएका बुँदाबाहेक स्टोरी के, कसरी लेख्ने, त्यसमा के के जानकारी राख्ने भन्ने कुरामा स्रोतको हस्तक्षेप अस्वीकार गर्नुहोस् ।

कानूनी कागज

आफू र आफ्ना साक्षीको सुरक्षा गर्ने एउटा तरिका स्रोतको सही र साक्षी भएको कानूनी दृष्टिले मान्य कागज बनाउनु हो । ठूला मान्छेसँग इगो पनि ठूलै हुन्छ । यही विशेषताले गर्दा तपाईंसँग उनीहरूले मपाइत्व प्रदर्शन गर्न, हाकिमको जस्तो हैकम देखाउन सक्छन् । यस्तो अवस्थासँग जुध्न तपाईंसँग जोखिम उठाएर भए पनि जानकारी लिने गुण छ ।

हरेक पेजमा छोटकरी र अन्त्यमा पूर्ण हस्ताक्षर भएको, वकिलको उपस्थितिमा तयार गरिएको यस्तो कागजलाई अधिकांश देशका अदालतले मान्यता दिन्छन् । यसको कानूनी मान्यता हुन्छ । यसको अर्थ हो आवश्यक परेमा तपाईंको स्रोत अदालतमा उपस्थित भएर प्रमाण दिन तयार छ । यस्तो कागज सुरक्षित राख्न कुनै वकिललाई दिनुपर्छ । तपाईंको स्टोरीका विरूद्ध कसैले मुद्दा हाल्यो भने र तपाईंसँग माथि भनिएजस्तो कागज छ भने यो कुरा प्रष्ट हुन्छः अदालतले सुरक्षा प्रदान गरेका खण्डमा तपाईंको स्रोत अदालतमा उपस्थित हुन तयार छ । पछि स्रोतले तपाईंसँग कुरा गरेकै थिइनँ भन्न पाउँदैन ।

धाक-धम्की

तपाईंको 'अभियुक्त' शक्तिशाली र खतरनाक छ भने उसँग व्यक्तिगत झगडा गर्नुहुँदैन । यसको सट्टामा ऊ अथवा उसको कार्यालयमा प्रश्न पठाउनुपर्छ । उनीहरूका ठाउँमा तपाईं जाँदै नजानु अथवा उनीहरूका मित्रहरूसँग नचिनिनु नै जाती हुन्छ । यस्तो खालको अन्तर्वार्ता स्रोतलाई भेटेर गरेको अन्तर्वार्ता जस्तो राम्रो हुँदैन तर यसो गर्दा स्टोरी लेख्न नपाई तपाईंको ज्यान जाने डर हुँदैन ।

खतरा आइलाग्ने स्टोरी थाल्नुभन्दा पहिले नै तपाईंको प्रकाशन अथवा संस्थाले तपाईंलाई यस्तो अवस्थामा के कस्तो सहयोग र सुरक्षा प्रदान गर्न सक्छ भनी पत्ता लगाउनुहोस् । स्वतन्त्र पत्रकारका हैसियतमा स्टोरी गर्न लाग्नुभएको हो भने आफूले के कस्तो सहयोग जुटाउन सक्छु भनी ख्याल गर्नुहोस् ।

शक्तिशाली व्यक्ति वा संस्थालाई गम्भीर विषयमा टिप्पणी गर्न अनुरोध गर्दा मुद्दा हाल्ने र ज्यान तलमाथि पारिदिने धम्की आउन सक्छ । मुद्दा हाल्ने धम्की दिएर सम्पादकलाई स्टोरी नगर्न दबाब दिन सक्छन् र यस्तो दबाबमा परेर सम्पादकले स्टोरी नगरौं भन्न सक्छन् । तर तपाईंले दह्रा प्रमाण जुटाउनुभएको छ भने सम्पादकलाई स्टोरी गर्न मनाउनुस् । मानहानिको मुद्दा हाल्ने धम्की दिने मानिसले यसै तर्साएको हो, सधैं मुद्दा हाल्दैन भनेर भन्नुहोस् । पहिलो कुरा, उसको छवि पहिल्यै नराम्रो भइसकेको छ त्यसैले अदालतमा उसको मुद्दा कमजोर हुन्छ । दोस्रो, उसले अदालतमा मुद्दा हाल्यो भने उसले लुकाउन खोजेका यस्ता प्रमाण बाहिर आउन सक्छन् जसलाई तपाईंले विना डर छाप्न पाउनुहुन्छ । तपाईंलाई कसैले तर्सायो, मुद्दा हाल्यो वा कुनै किसिमका धम्की दियो भने कमिटी टु प्रोटेक्ट जर्नालिस्ट, रिपोर्टर्स विदाउट बोर्डर्स जस्ता संस्थाको सहयोग लिन सक्नुहुन्छ । खतरामा परेका पत्रकारलाई सहयोग गर्ने संस्थाका बारेमा जानकारी ग्लोबल इन्भेस्टिगेटिभ जर्नालिजम् नेटवर्कमा पाइन्छ ।

स्रोतको मूल्यांकन र छनोट गरिसकेपछि अनि उससँग भेटघाट गर्दा कस्तो जोखिम हुन्छ भन्ने विषयमा विचार गरिसकेपछि अन्तर्वार्ता गर्नुपर्छ । अर्को खण्डमा अन्तर्वार्ताका प्रश्न कसरी तयार गर्ने, अन्तर्वार्ताका क्रममा कस्तो व्यवहार गर्ने भन्ने बारेमा बताइएको छ ।

खण्ड सात

सही प्रश्न

खोजमूलक वा अन्य जुनसुकै किसिमको रिपोर्टिङ गर्न अन्तर्वार्ता गर्नैपर्छ । तर खोज पत्रकारिताका क्रममा अन्तर्वार्ता गर्दा धेरै तयारी गर्नुपर्छ । आफूले अन्तर्वार्ता गर्न लागेको विषय र मानिसका बारेमा पहिल्यै अनुसन्धान गर्नुपर्छ जसले गर्दा अन्तर्वार्ताका क्रममा सही प्रश्न सोध्न सकिन्छ । खोज पत्रकारिता संवेदनशील हुनसक्छ, यसबाट विवाद आउन सक्छ र यसले ख्याति ध्वस्त पार्न पनि सक्छ । त्यसैले खोज पत्रकारिता गर्दा अन्तर्वार्ता गर्ने सीपमा दक्ष हुनुपर्छ जसले गर्दा कस्ता प्रश्न सोध्ने, कसरी सोध्ने र कुन प्रश्न अघि र कुन प्रश्न पछि गर्ने भन्ने कुरामा तयारी गर्न सजिलो हुन्छ । अन्तर्वार्ता गर्दा आचारसंहितामा पनि ध्यान दिनुपर्छ ।

अन्तर्वार्ता लिनुअघिको तयारी

सञ्चारका अरू काम जस्तै अन्तर्वार्ता पनि दुईपक्षीय प्रक्रिया हो । अन्तर्वार्ता कस्तो हुन्छ भन्ने कुरा अन्तर्वार्ता लिने र दिने दुवैमा भर पर्छ । राम्रो अन्तर्वार्ता कुराकानी जस्तो हुन्छ । आफूले खोजेका जवाफ पाउन अन्तर्वार्ताकारले रणनीति बनाई सोही बमोजिम काम गर्नुपर्छ ।

अन्तर्वार्ताभन्दा पहिले स्टोरीका विषय र त्यस विषयसँग अन्तर्वार्ता लिन लागेका मानिसको सम्बन्धबारे पूर्ण अनुसन्धान गर्नुपर्छ । अनुसन्धान गर्दा पृष्ठभूमि जानकारी दिने कागजपत्र हेर्नुपर्छ जसले गर्दा सही प्रश्न सोध्न र त्यस विषयमा विस्तारमा व्याख्या गराउन सकिन्छ । समस्या भएका ठाउँमा गएर थरीथरीका मानिससँग कुराकानी गर्नुहोस् । धेरै मानिससँग कुराकानी गरिएन भने त्यस कामसँग असम्बन्धित थोरै मानिस अथवा स्रोतमा भर पर्नुपर्छ । उदाहरणका लागि, खेतीमा काम गर्ने मजदूर, औद्योगिक मजदूर र अरूलाई हटाइँदैछ भने उनीहरूको कार्यस्थलमै गएर रोजगारदाताले कामदारलाई कस्तो व्यवहार गरेका छन् भन्ने कुरा थाहा पाउनुपर्छ । यी कुरा शहरमा रहेको गैरसरकारी संस्थाका कार्यालयमा पाइँदैनन् । त्यस ठाउँमा आफूले पाएका कुरा त्यस विषयका नीतिगत कागजपत्र, सरकारी प्रतिबद्धता र बजेटमा उल्लेख भएका कुरासँग मेल खान्छन् कि खाँदैनन् भनी हेर्नुपर्छ । यसअघि त्यस ठाउँमा अथवा अरू ठाउँमा यस्तै घटना भएका थिए भने पहिले र अहिलेका घटनाका बीचमा तुलना गर्नुपर्छ । यसरी तयारी गर्दा सान्दर्भिक प्रश्न गर्न र आफ्ना स्टोरीका लागि चाहिने जानकारी लिन सकिन्छ ।

कुराकानीका लागि मानिस भेट्ने

स्टोरीको उद्देश्य अथवा परिस्थितिका आधारमा आफूले कुराकानी गर्न चाहेका, आफूले स्टोरी गरिराखेका विषयमा बताउन सक्ने मानिसलाई जहाँ भेट्यो त्यहीं (यसो गर्नुलाई असभ्य काम मानिन्छ) अथवा फोनमा कुराकानी गर्न पनि सकिन्छ । कुनै स्रोतले कुराकानी गर्न लगातार बाधा उत्पन्न गरिराख्यो भने उसलाई पिछा गरेर भेट्नुपर्ने हुनसक्छ । उसको अफिस, उसको कोठा अथवा ऊ कुन सार्वजनिक कार्यक्रममा जान्छ त्यहीं उसलाई ढुकेर बस्न सकिन्छ । यसो गर्दा आफैंलाई हानि हुन पनि सक्छ । त्यसैले उसलाई जालमा पारेजस्तो गर्नु भने हुँदैन । नरम भएर उसलाई आफ्नो परिचय दिनुपर्छ र आफूले उसँग कुराकानी गर्न चाहेको बताउनुपर्छ । उसले तपाईंलाई शंका गऱ्यो भने उसले पत्याएका मानिसबाट भनसुन गराउनुपर्ने पनि हुन्छ । कुनै कम्पनी, संस्था, सरकारी वा अर्धसरकारी निकायका मानिससँग अन्तर्वार्ता लिनका लागि उनीहरूका प्रवक्तामार्फत औपचारिक बाटो लिनुपर्ने पनि हुनसक्छ । जे जस्तो अवस्थामा अन्तर्वार्ता लिनुपर्ने भए पनि आफू शिष्ट हुनुपर्छ ।

अन्तर्वार्ता लिन चाहेको व्यक्तिलाई भेट्नु वा फोन गर्नुभन्दा पहिले आफूले सोध्न चाहेका सबै मुख्य बुँदा छोटकरीमा बताउन अभ्यास गर्दा राम्रो हुन्छ । उसलाई आफू पत्रकार हुँ भनेर कति वेला बताउने भन्ने कुरा पनि यतिवेला सोच्नुपर्छ । कुन अवस्थामा आफूलाई

पत्रकार नभई अरू नै कुनै पेशाको मान्छे भनी आफ्नो भेष लुकाउने (आफूलाई सेल्स एजेन्ट वा अरू कोही भएको बताउने) ? यसो गर्दा आफूले धारण गरेको छद्म पेशामा आफू कसरी विश्वसनीय ढंगले प्रस्तुत हुने ?

सही (!) प्रश्न सोध्ने

अपर्झट भेटिएको मानिसलाई पछि कुराकानी गर्नका लागि कसरी मनाउने भन्ने बारेमा तयारी गर्नुहोस् । योजना बनाउनुहोस् र उसँग छलफल गर्ने विषयको सूची तयार गर्नुहोस् । उसलाई के कुरामा रूचि छ ? आफ्नो स्रोतलाई उसको कार्यालय वा कार्यक्षेत्रमा कुरा गर्न प्रोत्साहन दिनुहोस् । उच्च ओहोदाका सरकारी कर्मचारी र बारमा खटिएको मानिससँग कुरा गर्न तपाईं फरक तरिका अपनाउनुहुन्छ ? हुन्छ भने, कसरी ? सामान्य खालका जस्ता देखिने काम गर्ने मानिस कम बुद्धिमान हुन्छन् भन्ने नठान्नुहोस् । कुराकानी गर्न कति समय चाहिन्छ त्यसका बारेमा स्पष्ट र व्यावहारिक हुनुहोस् । मन्त्रीसँग कुरा गर्न १५ मिनेट भए पुग्ला तर आघात भोगेका मानिस कुराकानीमा खुल्न दिनभर पनि लाग्न सक्छ ।

स्रोतले प्रश्न पहिल्यै माग्यो भने प्रश्न पठाउनुपर्ने हुनसक्छ । सामान्यतया, यसो गर्नुलाई सही अभ्यास मानिंदैन । प्रश्नको सट्टामा आफूले कुरा गर्न चाहेको बृहत्तर विषयको विवरण भने दिन सकिन्छ कि भनी विचार गर्नुपर्छ । पहिल्यै प्रश्न पठाउँदा कृत्रिम अन्तर्वार्ता आउँछ । यस्ता वेलामा पनि थप जानकारी लिनका लागि थप प्रश्न सोध्ने आफ्नो अधिकार भने सुरक्षित राख्नुपर्छ । कहिलेकाहीं विज्ञलाई चाहिं पहिल्यै प्रश्न पठाउन सकिन्छ किनभने उत्तर दिनुअघि उसले विशेष सामग्री पढ्नु/हेर्नुपर्ने हुन सक्छ ।

स्रोतले तपाईंसँग भेट्न अस्वीकार गर्न सक्छ । ऊ वक्तव्य दिन चाहिं तयार हुन पनि सक्छ । यस्तो अवस्थामा के गर्ने भनेर आफ्नो सम्पादकसँग सल्लाह गर्नुपर्छ । खोज पत्रकारिता केन्द्रले यस्तो अवस्थामा बीबीसीको तरिका अपनाउन सल्लाह दिएको छ जुन यसप्रकार छः 'हामीले अन्तर्वार्ताका लागि समय माग्दा कोही पनि उपलब्ध भएनन् । पछि उनीहरूले यो वक्तव्य हामीलाई पठाए ।' यति लेखिसकेपछि वक्तव्यको पूर्ण पाठ दिने गरिन्छ ।

तपाईंसँग कुरा गर्न स्रोत इच्छुक भएपछि उपयुक्त ठाउँ छान्नुहोस् । उसको घर अथवा अफिसमा कुरा गरौं भन्यो भने स्रोतलाई मनोवैज्ञानिक ढाडस मिल्छ । मेरो ठाउँमा कुरा गर्दैछु भन्ने लाग्छ । उसलाई सहज लाग्छ । आफ्नो अफिसमा कुरा गर्न तपाईंलाई मनोवैज्ञानिक रूपले सहज हुन्छ तर तपाईंको अफिस आएर कुराकानी गर्न उनीहरू असुरक्षित ठान्न सक्छन् । अन्तर्वार्ताको प्रकृति कस्तो खालको छ त्यसबारे विचार गर्नुहोस् । अन्तर्वार्ता सार्वजनिक ठाउँमा गर्दा उपयुक्त होला कि विशेष ठाउँमा गर्दा राम्रो हुन्छ सोच्नुहोस् । अन्तर्वार्ताका लागि कस्तो मनोभाव तयार गर्ने र वरपरको हल्ला कतिसम्म भएको ठाउँ स्वीकार गर्ने आदि कुरा विचार गर्नुपर्छ ।

औपचारिक अन्तर्वार्ता गर्नु छ भने आफ्नो स्रोतलाई फोन, इमेल अथवा फ्याक्समार्फत विस्तारमा कुरा सम्झाउनुहोस् । यसो नगर्दा उसले मैले त बिर्सिएछु भन्न सक्ला । 'म तपाईंलाई पछि खबर गर्छु' भनेर निजी सचिवले भनेको खण्डमा उसले फोन गर्छ भनेर लामो समय नपर्खनुहोस् । उचित समयमा खबर आएन भने फेरि फोन गर्नुहोस् । लगातार लाग्नुहोस् तर धेरै झर्को नलगाउनुहोस् ।

कस्ता प्रश्न सोध्ने भनी पहिल्यै विचार गर्नुहोस्

अन्तर्वार्ता यस्तो किसिमले गर्न तयारी गर्नुपर्छ जसले गर्दा अन्तर्वार्ता मूल रूपमा असफल भए पनि केही न केही जानकारी पाइयोस् ।

१. वातावरण बनाउने (मानवीय सम्बन्ध स्थापित गर्ने)
२. सामान्य प्रश्न सोध्ने जसले गर्दा थाहा पाइसकेकै कुरा पुष्टि हुन्छन्
३. 'नरम' प्रश्न सोध्ने
४. 'कडा' प्रश्न सोध्ने

१
संरचना

२
शुरूको चरण

आफूले अन्तर्वार्ता गर्न लागेको मान्छेलाई सहज ढंगले तपाईंसँग कुराकानी गर्ने हुन कति समय लाग्ला भनी अनुमान गर्नुहोस् । शुरूमा छोटा र सरल प्रश्न सोध्नुहोस् । भेटघाट हुँदा निर्वाह गर्नुपर्ने औपचारिकता सक्ने बित्तिकै सकेसम्म चाँडो विषयवस्तुमा प्रवेश गर्नुपर्छ । अन्तर्वार्ता गर्दा शुरूमा सरल प्रश्न सोध्ने अनि चुनौतीपूर्ण प्रश्न पछि सोध्ने तरिका अपनाउनुपर्छ । तपाईंले सोध्ने प्रश्न बुझ्न सजिला र स्पष्ट हुनुपर्छ । आफूले सोध्नुपर्ने कुरा सोझै सोध्नुपर्छ । लामा, अल्मल्याउने खालका प्रश्नभन्दा छोटा, एउटामा आधारित अर्को प्रश्न सोध्नु राम्रो हुन्छ । यी प्रश्न कसरी सोध्ने भनी पहिल्यै अभ्यास गर्नुहोस् । दुईवटा भाग भएका प्रश्न नसोध्नुहोस् । जस्तो, मन्त्रीज्यू बोलपत्रमा अनियमितता भएको छ भन्ने तपाईंलाई थाहा छ ? बोलपत्र स्वीकृत गर्ने प्रक्रियालाई तपाईंले सुपरीवेक्षण गर्नुभएको छ ? फलानाको कामको ठेक्का फलानाले किन पायो ? यसरी धेरैवटा प्रश्न सोध्दा कुनै एउटाको मात्र जवाफ पाउनुहुन्छ । स्रोतलाई जुन प्रश्नको जवाफ दिन सजिलो/मन लाग्छ त्यही प्रश्नको मात्र जवाफ दिन्छ ।

दुईवटा नकारात्मक शब्द भएका प्रश्न नसोध्नुहोस् । यसो गर्दा अनावश्यक अलमल पैदा हुन्छ । उदाहरणका लागि, 'तपाईंले पैसा तिर्नुभएको छैन भन्ने कुरा सही होइन ?' यस्तो प्रश्न सोध्दा पैसाको कुरा सोधेको हो कि कुरा सही हो कि होइन भनी सोधेको हो भन्ने पर्छ । यसको साटो 'तपाईंले पैसा नतिरेको चर्चा सही हो ?' भनी सोध्दा स्पष्ट र सरल हुन्छ । 'तपाईंले पैसा तिर्नुभएको छैन ?' यस्तो प्रश्न सोध्दा अझ राम्रो हुन्छ ।

३
नकारात्मक

४

आधारभूत कुरा

आफूले थाहा पाएका कुरा पुष्टि गर्ने खालका प्रश्न यस श्रेणीमा पर्छन् । यी प्रश्नको जवाफ तपाईंलाई थाहा छ । यस्ता प्रश्न गर्दा आधारभूत कुरा थाहा पाइन्छ र आफूलाई स्रोतले बताएका कुरा सही रहेछन् भनी ढुक्क हुन सकिन्छ । यस्ता साधारण प्रश्न गर्ने कस्तो पत्रकार रहेछ भनेर स्रोत छक्क पर्‍यो भने यसलाई सामान्य रूपमा लिनुस् । यस्ता वेलामा उसलाई यसो भन्न सकिन्छ– 'मेरा पाठक यो कुरा तपाईंका शब्दमा पढ्न चाहन्छन्, मेरा शब्दमा होइन ।'

५

खुला कि बन्द प्रश्न

बन्द प्रश्न (हो, वा होइन भनी एक शब्दमा उत्तर दिन सकिने प्रश्न) र खुला प्रश्न (जसको जवाफ दिनका लागि स्रोतले व्याख्या गर्नुपर्छ) । खुला र बन्द दुवै खालका प्रश्न सोध्नुपर्छ । कुनै कुरा हो वा होइन भनी जान्नु परेका वेलामा मात्र बन्द प्रश्न सोध्नुपर्छ ।

उपकरण

अन्तर्वार्ता गर्न जानुअघि आफूले उपयोग गर्ने उपकरण जाँच्नुपर्छ । आफूले रेकर्ड गर्ने सामग्री र कलम काम गर्ने हालतमा छन् भन्ने कुरा यकिन गर्नुपर्छ । जगेडा कलम, रेकर्डर, ब्याट्री, एसडी कार्ड सधैं बोक्नुपर्छ । अन्तर्वार्ता गरिएको मान्छेले मैले यो विषयमा पत्रकारसँग कुराकानी गरेको हुँ भन्ने फारममा सही गर्नुपर्छ भने यस्तो फारम पनि साथै लैजानुहोस् । प्रसार गर्दा छोटो पार्नुपर्ने लामो अन्तर्वार्ता गर्दा यो फारम जरूरी हुन्छ । कुनै कम्पनी अथवा राजनीतिक दलका प्रवक्तालाई यस्तो फारम भराउनुपर्दैन किनभने पत्रकारलाई अन्तर्वार्ता दिनु उनीहरूको काम भित्रै पर्छ । अन्तर्वार्ता दिन उनीहरू सहमत भएपछि अन्तर्वार्ताबाट ल्याएको सामग्री पत्रकारले जुनसुकै तरिकाले पनि उपयोग गर्न सक्छन् । तर आफ्नो अन्तर्वार्ता तपाईंले प्रयोग गरेको तरिका उसलाई मन परेन भने उसले उजुरी गर्न भने पाउँछ ।

अन्तर्वार्ता गर्दा कस्तो व्यवहार गर्ने ?

पत्रकारहरू आफ्नो पेशाका बारेमा फैलिएका नराम्रा प्रचारबाट सताइन्छन् । उनीहरूलाई अर्काको कामको निन्दा गर्ने, सनसनी फैलाउने, मानिसको इज्जत नष्ट गर्ने, विपक्षीका लागि काम गर्ने, कठोर काम गर्ने मानिसलाई आफ्नो कर्तव्य पूरा गर्न नदिने र अरूको अनादर गर्ने प्राणी हुन् भन्ने आरोप लगाइन्छ । कहिलेकाहीं, यी आरोप सही हुन्छन् । यस्ता नकारात्मक सोचाइ हटाउने एउटै उपाय आफूले शालीन ढंगले व्यवहार गर्नु हो । अभद्र व्यवहार नगर्नुहोस् र अनावश्यक कुरा नमाग्नुहोस् । 'मैले राति होस् कि दिउँसो जुनसुकै वेला फोन गरेर केही कुरा मागें भने तिमीले दिनुपर्छ' भन्ने भान पार्ने खालको व्यवहार गऱ्यो भने बाँकी समाजले तपाईंसँग शत्रुवत् व्यवहार गर्नु स्वाभाविक हो ।

धेरै मानिस पत्रकार भनेका राम्रा र इमानदार मानिस हुन् भन्ने विश्वास गर्न चाहन्छन् । त्यसैले आफ्नो स्रोतलाई शुरूमा सामान्य प्रश्न सोध्नुपर्छ । उनीहरूलाई यस्तो प्रश्न सोध्न सकिन्छः 'यो काम कसरी गरिन्छ भन्ने जान्न मलाई मन छ' अथवा 'पाठकलाई यो कुरा बुझ्न सजिलो बनाइदिनुस् न ।' यसो गर्दा राम्रो परिणाम आउँछ । धेरैजसो समयमा, आफूसँग भएका जानकारी पत्रकारलाई दिंदा सार्वजनिक हित हुन्छ भन्ने कुरामा विश्वस्त भएमा स्रोतले पत्रकारलाई सहयोग गर्छन् ।

यसो गर्नु रणनीतिक कुरा मात्रै होइन । हामी भन्नका लागि आफूलाई 'चौथो अंग' भन्छौं तर सरकारी कर्मचारीका कामको अनुगमन गर्नका लागि कुनै पत्रकार आजसम्म निर्वाचित गरिएका छैनन् । पत्रकार नागरिक समाजका अंग हुन् । यस अर्थमा राज्यले नागरिकको सेवा गर्नुपर्छ भन्ने कुरा यकिन गर्ने जिम्मेवारी उनीहरूको पनि हो । यही आधारमा उनीहरू पत्रिका अथवा प्रसार माध्यममा पुगेका हुन्छन् । असहयोगी कम्पनी अथवा भ्रष्ट राजनीतिज्ञका काम उदाङ्गो पार्न उनीहरूले कानून विपरीत उपकरण लुकाएर रेकर्ड गर्दा पनि पत्रकारले भद्र तरिकाले, इमानदार र पारदर्शी (जति सकिन्छ त्यति पारदर्शी) ढंगले काम गर्नु जरूरी हुन्छ ।

आफूबाट पत्रकारिताको सीमा ननाघियोस् भन्ने कुरा यकिन गर्नका लागि आफूलाई यी कुरा सोध्नुहोस्:

- जसका बारेमा अनुसन्धान गरिरहेको छु उसका ठाउँमा भएको भए म के गर्थें ? जुन व्यवहार अरूले आफूलाई गर्दा नराम्रो लाग्छ त्यस्तो व्यवहार अरूलाई नगर्ने ।
- म कति उत्तरदायी छु ?
- म अरूलाई पनि यस्तै व्यवहार गर्छु ?
- मैले आफूलाई कसरी सन्तुलित राख्छु ?

नियम १

समयमा पुग्ने

समयमा पुग्नु भएन भने तपाईंले स्रोतलाई चिढ्याउनुहुन्छ, समय बर्बाद गर्नुहुन्छ, माफी माग्नका लागि समय खर्च गर्नुपर्छ र अन्तर्वार्ताको शुरूमै आफू असजिलो अवस्थामा पुग्नुहुन्छ । यसो हुँदा आफूले लिन खोजेको जानकारीमा ध्यान पुग्दैन ।

उपयुक्त खालका लुगा लगाउने

नियम २

आजभोलि लुगासम्बन्धी नियम पहिले जस्तो कडा छैन तर पनि पहिलो भेटमै आफ्ना स्रोतलाई आफू नराम्रो देखाउनु हुँदैन । जुन सन्दर्भमा अन्तर्वार्ता लिन लागिएको हो त्यससँग मिल्दो कपडा लगाउनुहोस् । उसलाई आदर गर्नुहोस् र उनको जीवन शैली अथवा विचारका बारेमा आफू तटस्थ छु भन्ने सन्देश दिनुहोस् ।

कहाँ बस्ने हो ठाउँ छान्नुहोस्

नियम ३

यसो गर्नलाई निहुँ चाहियो भने उपकरणको थाप्लोमा दोष थोपर्नुहोस् (उदाहरणका लागि, यहाँ बसें भने साउन्ड राम्रोसँग रेकर्ड हुन्छ जस्ता कुरा बताउने) । अन्तर्वार्ता लिन लागिएका मानिससँग आँखा जुधाएर हेर्न सकिने हुनुपर्छ । तर आमनेसामने भएर बस्दा झगडा गर्न बसेजस्तो देखिन्छ । उसको अगाडि तर सीधै अगाडि भन्दा अलिकति दायाँबायाँ बस्नुहोस् । तपाईं र स्रोतका बीचमा एकअर्कालाई छेक्ने वस्तु (किताबको चाङ, खुला राखिएको ल्यापटपको माथिल्लो भाग) नहोस् । नरम सोफा आराम गर्नका लागि त सजिलो हुन्छ तर लेख्नका लागि अप्ठ्यारो हुन्छ ।

उपयुक्त किसिमले उसको अनुहारमा हेर्ने

नियम ४

आफूले कुरा गरिरहेका मानिसको अनुहारको भाव हेर्न पाउँदा मात्रै उसँग राम्ररी कुराकानी गर्न सकिन्छ । नोट टिप्दै गरेका वेलामा यसो गर्न कठिन हुनसक्छ तर नोट टिप्दा पनि वेला-वेलामा उसको मुखमा हेर्नुपर्छ । प्रश्न सोध्दा त सधैंभरि । नोटबूकमा हेरेर प्रश्न गऱ्यो भने स्रोतले तपाईंलाई सिकारू, आत्मविश्वास नभएको अथवा स्रोतले भनेका कुरामा ध्यान नदिने मान्छे भनी ठान्न सक्छ । यो अभद्रताको लक्षण हो ।

हाउभाउमा ध्यान दिने

नियम ५

स्रोतको र आफ्नो शरीरको हाउभाउमा ध्यान दिनुपर्छ । उसको हाउभाउबाट उसले आत्मरक्षा गरेको जस्तो देखियो भने उसलाई कतिसम्म अप्ठ्यारा प्रश्न सोध्ने भन्ने संकेत मिल्छ । स्रोतले कति वेलामा चोट लागेको, अप्ठ्याराबाट मुक्ति पाएको जस्तो हाउभाउ गर्छ, कति वेला हाँस्छ, कतिवेला रिसाउँछ र कतिवेला दिक्क लागेजस्तो गर्छ भन्ने कुरामा ध्यान दिनुहोस् ।

नियम ६

अन द रेकर्ड वा अफ द रेकर्ड

'अन द रेकर्ड' शर्तमा कुराकानी गरिएको छ भने स्रोतले दिएका सबै जानकारी उसले भनेको भनेर उपयोग गर्न पाइन्छ । 'अफ द रेकर्ड' भनेर कुराकानी गरिएको छ भने स्रोतले दिएका कुनै पनि जानकारी उपयोग गर्न मिल्दैन । 'कुरा बुझ्न मात्र' भनेर गरिएको कुराकानीमा स्रोतले दिएका जानकारी उपयोग गर्न पाइँदैन । यसरी कुराकानी गर्नुको उद्देश्य पत्रकारलाई आफूले स्टोरी गरिराखेका विषयमा कुरा बुझ्न सजिलो बनाउनु हो । अन द रेकर्ड अनि अफ द रेकर्डका नियम कानूनी रूपले बाध्यकारी छैनन् तर ती नियम पालना गर्नु पत्रकार र स्रोतको धर्म हो ।

कुराकानी गर्नुअघि नै स्रोतसँग कुराकानी अन द रेकर्ड गर्ने हो कि अफ द रेकर्ड भनी निधो गर्नुपर्छ । यसका लागि कति जति समय लाग्छ त्यो पनि बताउनुपर्छ । अन्तर्वार्ता अनौपचारिक छ भने कुरा थाल्नुअघि कुराकानी रेकर्ड गर्न अथवा नोट गर्न अनुमति लिनुपर्छ । अन्तर्वार्ता औपचारिक छ भने आफू चाँडै तयार भइसक्नुपर्छ । नोट गर्दा अथवा रेकर्ड गर्दा केही स्रोत डराउन सक्छन् । रेकर्ड गर्ने साधन नलुकाउनुहोस् तर लेख्दा अथवा रेकर्ड गर्दा अनुचित हस्तक्षेप गरेजस्तो नदेखियोस् । रेकर्ड गर्दा अथवा नोट टिप्दा स्रोत हडबडाए भने 'यसो गर्दा तपाईंको जवाफमा यताउता नहोस् भनेर यसो गरेको' भनी बताइदिनुहोस् ।

नियम ७

नोट सधैंभरि टिप्नुपर्छ

नोट टिप्दा तपाईं आफ्नो विषयमा केन्द्रित हुनुहुन्छ । यसो गर्दा स्रोतका हाउभाउ, वरपरको वातावरण र भनाइका तरिकाबारे टिपोट गर्न सकिन्छ जुन कुरा रेकर्डरले नगर्न सक्छ । रेकर्डिङ केही गरी खराब भयो भने पनि यसले काम चलाउन सकिन्छ । टिपोट गर्दा सही ढंगले टिपोट गर्नुहोस् । आफूले गरेका टिपोटमध्ये कुन स्रोतले भनेका कुरा हुन् र कुन आफूले अवलोकन र विश्लेषण गरेका कुरा हुन् भन्ने पछि सजिलैसँग छुट्टिन सक्ने हुनुपर्छ ।

नियम ८

तटस्थ र खुला प्रश्न सोध्नुहोस्

मनोवैज्ञानिकहरूको सल्लाह मान्नुहोस् । यस्तो प्रश्न नसोध्नुहोस्: 'यो शक्तिको निर्लज्ज दुरूपयोग होइन र ?' यसका सट्टामा यस्तो प्रश्न सोध्नुहोस्: 'यसरी शक्तिको उपयोग गर्दा तपाईंलाई कस्तो लाग्यो ?' तपाईंलाई स्रोतले के नियतले त्यो काम गरेको हो भन्ने जान्नुपर्ने छ तर 'किन ?' भनेर सोध्दा आरोप लगाएजस्तो अथवा शंका गरेजस्तो देखिन्छ । यस्तो वेलामा घुमाएर प्रश्न गर्नुपर्छ । 'प्रेसमा आएका कुराबाट तपाईं किन रिसाउनुभयो ?' भनी सोध्नुको सट्टामा यसरी सोध्न सकिन्छ: 'प्रेसमा आएका कुराले मलाई रिस उठ्यो भनेर तपाईंले भन्नुभएको छ । यसबारे अलि बढी कुरा बताइदिनु न ।'

नियम ९

चूप लाग्नु नराम्रो होइन

आफ्ना प्रश्नको उत्तर दिंदा स्रोत बीच बीचमा केही बेर चूप लाग्यो भने तपाईं नबोल्नुहोस् । उसलाई जवाफ सोच्न समय चाहिन्छ भने दिनुहोस् । भावावेशबाट सामान्य अवस्थामा फर्कन केही समय लाग्छ भने पर्खनुस् । त्यसपछि, 'अब अर्को प्रश्न सोधौं ?' भन्नुहोस् ।

नियम १०

उसका कुरामा रूचि दिनुस्, रूचि दिएजस्तो देखाउनुस्

अन्तवार्ता गर्दा स्रोतले भनेका कुरा निरन्तर सुन्नुपर्छ, तिनलाई नोटमा टिपोट गर्नुपर्छ र त्यसका आधारमा थप प्रश्न सोध्नुपर्छ । यस्ता वेलामा आफूलाई यी प्रश्न सोध्नुहोस्ः मैले चाहेको जवाफ यही हो ? यो कुरा मैले बुझें ? यसलाई म कसरी उपयोग गर्छु ? दोहोऱ्याएर अन्तर्वार्ता लिन गाह्रो हुन्छ । स्रोतले आफूले चाहेजस्तो कुरा बताएन भने नआत्तिनुहोस्, अन्तर्वार्ता नटुंग्याउनुहोस् । अन्तर्वार्ता जारी राख्नुहोस् । उसले भनेका नयाँ दृष्टिकोणका आधारमा थप प्रश्न सोध्नुहोस् । आफूले पहिले सोचेको स्टोरीमा स्रोतलाई फिट गर्न नखोज्नुहोस् । यस्तै नयाँ कुरा थाहा पाउँदा अन्त्यमा स्टोरीमा राम्रो मोड आउँछ । आएन भने आफ्नो शुरूको मान्यतामा फर्कन सकिहालिन्छ । अन्तर्वार्ता आफूले चाहेजस्तो भएन र स्रोतले अभद्र व्यवहार गऱ्यो भने पनि स्रोतप्रति आक्रामक नहुनुस् ।

नियम ११

समयको कदर गर्नुहोस्

अन्तर्वार्ता लिंदा वेला वेलामा घडी हेर्नुहोस् । त्यसै अनुसार प्रश्नको गति निर्धारण गर्नुहोस् । निर्धारित समयमा कुराकानी नसकिएला जस्तो लाग्यो भने समय थप्न सकिएला भनी सोध्नुहोस् ।

अन्तर्वार्ताको अन्त्यमा स्रोतलाई स्टोरी कहिलेसम्ममा प्रकाशित होला भनेर बताइदिनुस् । तर छापिनुभन्दा पहिले तपाईंलाई देखाउँला भन्ने जस्ता असम्भव वाचा नगर्नुहोस् ।

नियम १२

स्टोरी जस्तो छ त्यस्तै लेख्नुहोस्

स्रोतले दिएका सामग्री प्रयोग गर्ने क्रममा राम्रा पत्रकार इमानदार हुन्छन् । अन्तर्वार्तामा स्रोतले भन्दै नभनेका कुरा भन्यो भनेर लेख्न पाइँदैन । अन्तर्वार्ता लिइसकेपछि प्रश्न अथवा जवाफको मर्म बदल्न पनि पाइँदैन । स्रोतले एउटा सन्दर्भमा भनेका कुरालाई अर्को सन्दर्भमा भन्यो भनेर राख्न पनि पाइँदैन । अन्तर्वार्ता जुन क्रममा लिइएको छ त्यसभन्दा फरक क्रममा राख्ने वेलामा गल्ती नहोस् भनेर विशेष ध्यान दिनुपर्छ । भद्दा किसिमको तुलना गरेर सत्यलाई सजिलैसँग बंग्याउन सकिन्छ । आफ्नो स्टोरी जस्ताको तस्तै बताउनुस् र स्टोरीको प्रतिक्रियास्वरूप कसैलाई केही भन्न लागेमा भन्न दिनुहोस् । अडियन्स बुद्धिमान हुन्छन्, सत्य के हो भन्ने कुरा उनीहरूले थाहा पाइहाल्छन् ।

खोजमूलक स्टोरीका लागि लिइने अन्तर्वार्ता र अरू स्टोरीका लागि लिइने अन्तर्वार्ताबीच के कस्तो अन्तर छ ?

योजना, तयारी र सही तथा लचकदार प्रश्नका मामलामा दुवै खालका अन्तर्वार्ताबीचमा केही पनि अन्तर हुँदैन । तर खोजमूलक स्टोरी गर्दा अलि फरक सीप अपनाउनुपर्छ र आफ्नो तरिका अलि फरक हुनुपर्छ । समयको मामलामा यी दुई खालका अन्तर्वार्तामा अन्तर छ । अन्तर्वार्ता कोसँग लिने भन्ने बारेमा मात्र होइन कसलाई कुन वेला (स्टोरी थाल्दै, अथवा केही जानकारी लिइसकेपछि अथवा सबैभन्दा अन्त्यमा) लिंदा उत्तम हुन्छ सो बारेमा पनि सोच्नुहोस् । खोजमूलक रिपोर्टको सन्दर्भ फरक हुनाले, यसका विषय ठूला र बढी संवेदनशील हुनाले स्रोतले तपाईंलाई असहयोग गर्न सक्छ, ऊ प्रतिरक्षात्मक हुनसक्छ, ऊ नबोल्न सक्छ अथवा उसले तपाईंलाई छल्न सक्छ । त्यसैले, खोजमूलक स्टोरीका लागि अन्तर्वार्ता लिंदा फरक रणनीति अपनाउनुपर्छ । प्रश्न सोध्ने फरक विधिले आफूलाई भिन्न लक्ष्यमा पुग्न सहयोग गर्छ ।

◣ अन्तर्वार्ता लिनका लागि उपयुक्त समय

स्टोरीमा सबैभन्दा मुख्य मानिसको सामना कति वेला गर्ने ? शुरूमै लियो भने उसलाई आफ्नो स्टोरी छापिनुअघि नै उम्कने (वा स्टोरी रोक्ने उपाय खोज्ने) अवसर मिल्न सक्छ । अन्त्यमा लिन खोज्यो भने पनि ऊ भागिसकेको हुनसक्छ अथवा उसले सतही जवाफ तयार गर्न सक्छ अथवा कानूनी रूपले तपाईंको प्रश्न छल्न सक्छ । त्यसैले, पर्याप्त प्रमाण (कागजपत्र) भइसकेपछि उसँग कति वेला अन्तर्वार्ता लिन उपयुक्त हुन्छ भनी विचार गर्नुपर्छ ।

◣ जोखिम

स्टोरी पूर्ण रूपमा तयार नहुँदै पनि सतर्क रहनुपर्छ । स्टोरी गर्दै जाँदा स्टोरीसँग सम्बन्धित शक्तिशाली व्यक्ति अथवा संस्थालाई कुराकानीका लागि तपाईंले अनुरोध गर्दा उनीहरू आफ्ना गतिविधिका बारेमा सतर्क हुनसक्छन् । उनीहरूले तपाईंलाई समस्या सिर्जना गर्ने मान्छे ठान्न सक्छन् । त्यसैले उनीहरूले जे गर्न पनि सक्छन् । कुराकानी गर्न अस्वीकार गर्नु उनीहरूका लागि सबैभन्दा सजिलो तरिका हो । तर जानकारी खोतल्न छाड्नुहुँदैन । उनीहरूले शारीरिक कारबाही गर्ने अथवा कानूनी कारबाही गर्ने धम्की दिनसक्छन् । तेस्रो व्यक्ति (प्राय:जसो सम्पादक वा प्रकाशक) मार्फत हल्का ढंगले धम्क्याउन सक्छन् । स्टोरी छापिनुभन्दा पहिल्यै मुद्दा हाल्ने धम्की पनि दिनसक्छन् । उनीहरूले 'मानहानि' को तरबार देखाउन सक्छन् ।

◣ विवेक

खोजमूलक स्टोरीले अहिलेसम्म थाहा नभएका कुरा खोतल्ने लक्ष्य लिएको हुन्छ । कसैले झूटा कुरा बोलेर वा चूप लागेर तथ्य लुकाएको हुनसक्छ । उदाहरणका लागि, मन्त्रीले संसद्मा झूटा कुरा बोलेको हुनसक्छ । अथवा समाजले गरीब युवतीको तस्करीका बारेमा केही पनि नबोलेको हुनसक्छ । यस्ता तथ्य बाहिर ल्याउँदा त्यसले हलचल मच्चाउन सक्छ । यसको अर्थ हो अन्तर्वार्ता मिलाउने काम एकदमै बढी संवेदनशील हुन्छ । अन्तर्वार्तामा के कस्ता कुरा सोधिन्छन् भनेर पहिल्यै जानकारी दियो भने स्रोतले कुराकानी गर्न अस्वीकार गर्न सक्छ । सार्वजनिक ठाउँमा अन्तर्वार्ता लिंदा स्रोतलाई खतरा हुनसक्छ ।

स्रोतलाई पासोमा पार्न खोज्दा राम्रोसँग विचार पुऱ्याउनुपर्छ । पासोमा पार्नु भन्नाले यी काम हुनसक्छन्: एउटा विषयमा कुराकानी गर्छु भनेर अर्को विषयमा कुराकानी गर्नु, अधिकृतका ढोकाबाहिर उसलाई ढुकेर, ऊ आउँदा जाँदा अन्तर्वार्ता लिन्छु भनेर बस्नु । कुनै टेलिभिजन कार्यक्रमले यसो गर्नु सही जस्तो लाग्न सक्ला तर तपाईंले यसो गर्नु एकदमै गलत ठानिन सक्छ । चतुर नेतालाई उसले आशै नगरेका प्रश्न तपाईंले सोध्नुभयो भने त्यसलाई छल्ने तरिका उसलाई थाहा हुन्छ, अथवा उसले तपाईंलाई हुल्याहा जस्तो देखाउन सक्ला । यस्तो अवस्थामा तपाईंको यस्तो प्रयास र तयारी त्यसै खेर जान्छ ।

अन्तर्वार्ताको रणनीति

अन्तर्वार्ताका लागि अपनाउन सकिने रणनीति तीन खालका छन् । अनौपचारिक अथवा पृष्ठभूमि बुझ्न गरिने वा तथ्य जान्नका लागि गरिने अन्तर्वार्तामा पूरै अन्तर्वार्ता भर एकै किसिमका प्रश्न सोधिन्छन् । ती उति धेरै अप्ठ्यारा हुँदैनन् । कुराकानी अघि बढ्दै जाँदा प्रश्न पनि कठोर बन्दै जाने हुँदैन । व्यक्ति चित्र तयार गर्नका लागि गरिने प्रश्न शुरूमै व्यक्तिमा केन्द्रित हुन्छन् । जस्तै, कुन स्कूल पढ्नुभयो ? कोसँग बिहे गर्नुभयो ? किन ? कविता लेख्न कसरी शुरू गर्नुभयो ? कहिलेकाहीं बन्द प्रश्न पनि सोधिन्छन् । त्यस्ता प्रश्न सोध्दा व्यक्तिको जीवनसँग सम्बन्धित महत्वपूर्ण जानकारी पाइन्छ । जसको व्यक्ति चित्र लेख्ने हो उसका विचार बारेमा पनि पाठक जान्न चाहन्छन् । त्यसैले कुराकानी बढ्दै जाँदा विषय बृहत्तर हुँदै जान्छ । जस्तै, आधुनिक उपन्यास कुन अवस्थामा छ जस्तो लाग्छ ? साहित्यिक पुरस्कारका बारेमा तपाईंको के विचार छ ? फलानो पुरस्कारका लागि यसपालि गरिएको मनोनयन तपाईंलाई कस्तो लाग्यो ? यस रणनीति अनुसार अन्तर्वार्ता सानो विषयबाट थालिन्छ र विस्तारै त्यसको क्षेत्र फैलँदै जान्छ ।

खोजमूलक स्टोरीका लागि अन्तर्वार्ता गर्दा यसको ठीक उल्टो रणनीति लिनुपर्छ । यति वेला बृहत् र सामान्य विषयबाट कुराकानी शुरू गर्नुपर्छ (उदाहरणका लागि, सरकारी ठेक्का दिंदा कस्ता प्रक्रिया अपनाइन्छन् ? यो प्रक्रिया सन्तोषजनक छ ? सरकारले अनुगमन कसरी गर्छ ?) थप कुराकानी गर्दै जाँदा खास विषयमा जोड दिने प्रश्न सोध्नुपर्छ । सबैभन्दा कडा प्रश्न सबैभन्दा अन्त्यमा सोध्नुपर्छ । खोज पत्रकारले सोध्ने यस्ता प्रश्न हो वा होइनमा जवाफ दिनुपर्ने खालका हुन्छन् । अथवा यस्तो जवाफ दे भनी निर्देशित गर्ने खालका हुन्छन् । जस्तै: 'फलानो ठेक्कामा तपाईंले बोलपत्र गर्दा अपनाउनुपर्ने प्रक्रिया उल्लंघन गर्नुभयो ? किन ?' यस्ता प्रश्न सोधेपछि स्रोत थप कुराकानी गर्न तयार नहुन सक्ने हुनाले यस्ता प्रश्न अन्त्यमा गर्नु परेको हो । खोजमूलक स्टोरीका लागि गरिने अन्तर्वार्ता बृहत्तर विषयबाट शुरू हुन्छ, अन्तर्वार्ता गर्दै जाँदा विषय साँघुरिन्छ र अन्त्यमा सबैभन्दा धेरै साँघुरिएको हुन्छ ।

अन्तर्वार्ताका क्रममा

◣ आफूले चाहेको जवाफ

तपाईंको लक्ष्य स्टोरी तयार गर्नु हो, स्रोतलाई 'जित्नु' होइन । त्यसैले, अन्तर्वार्ताका वेलामा आफू शान्त र तनावमुक्त हुनुपर्छ । यसका लागि चाहिने जति समय लिनुपर्छ । अन्तर्वार्ताको मुख्य उद्देश्य जानकारी र जवाफ पाउनु हो । तपाईंका प्रश्न ती जानकारी र जवाफ पाउने माध्यम मात्र हुन् । तपाईंले आवेशमा आएको हाउभाउ गर्नुभयो– आँखीभौं खुम्च्याउनुभयो, कुम हल्लाउनुभयो, मुस्कुराउनुभयो– भने स्रोतले यो कुरा याद गर्न सक्छ । पत्रकार पनि मानिस भएकाले यसलाई सामान्य प्रतिक्रियाका रूपमा लिन पनि सकिन्छ । टेलिभिजनमा अन्तर्वार्ता लिंदा लिनेको अनुहार जड भयो भने अन्तर्वार्ता निरस हुन्छ । तर यसो गर्दा सतर्क हुनुपर्छ र कतिसम्म गर्ने भन्ने विचार पुर्‍याउनुपर्छ । तपाईं उन्मुक्त किसिमले हाँस्नुभयो भने स्रोतले तपाईंका शब्दलाई 'उपहास' गरेको ठानेर जवाफ दिंदा ऊ झन् बढी सतर्क हुनसक्छ । जवाफ दिन उकास्दा नाटकीय झगडा हुनसक्ला अथवा उसले कुरा गर्न छाड्न सक्ला । तपाईं आक्रामक हुनुभयो भने तपाईं नै गलत ठहरिनुहुन्छ । त्यसैले, प्रतिक्रिया दिंदा सतर्क रहनुपर्छ । कसैले तर्क गर्न उकास्यो भने ऊ तपाईंका प्रश्नको उत्तर दिने दायित्वबाट उम्कन्छ ।

◣ विषयवस्तुमा जाने

पत्रकारका प्रश्नभन्दा स्रोतका उत्तर महत्वपूर्ण हुन्छन् । त्यसैले व्याख्या गर्न लाग्नुहुँदैन । अनुभवी राजनीतिज्ञ अथवा व्यवसायीले सयौं वा हजारौं पटक अन्तर्वार्ता दिइसकेको हुनसक्छ । उनीहरूको समय मूल्यवान हुन्छ । कुनै प्रश्न टार्न मन लाग्यो भने उनीहरूले त्यसो गर्छन् । आफूले गरेका नराम्रा काम पत्रकारले बाहिर ल्याइदिए भने आफ्नो इज्जत, पद, पैसा र राजनीतिक/व्यावसायिक जीवन बर्बाद हुन्छ भन्ने कुरा उनीहरूलाई थाहा छ । व्यक्ति र अवस्थाको राम्रो अध्ययन गर्नुपर्छ र आफूले सोध्नुपर्ने कुरा सोझै सोध्नुपर्छ । उनीहरूले दिएको जवाफ बुझिएन भने अर्को किसिमले प्रश्न गरेर बुझिने जवाफ लिने कोशिश गर्नुपर्छ । केही स्रोतलाई आफ्ना विचार व्यवस्थित गर्न समय लाग्छ । उनीहरूले फेरि जवाफ दिन मन पराउँछन् । उनीहरूको जवाफ ध्यान दिएर सुन्नुहोस् । तपाईंले आफ्ना प्रश्नको जवाफ पाउनुभयो ? पाउनु भएन भने फेरि कोशिश गर्नुहोस् । स्रोतले दिएका जवाफ यकिन गर्नका लागि 'तपाईंले यसो भन्नुभएको हो ?' भनी सार बताएर हो कि होइन भनी उसलाई सोध्न सकिन्छ ।

◣ पूरा जवाफ लिनुहोस्

स्रोतले ठोस उत्तर दिन चाहेन भने उसले 'हालसालै', 'केही', 'धेरै' अथवा 'निर्णायक काम' जस्ता शब्द र शब्दावली प्रयोग गर्न सक्छ । यस्तो भएमा ठोस जवाफ दिने खालको प्रश्न गर्नुपर्छ । जस्तै; कहिले, कति ? कति जति होला अनुमान गर्न सक्नुहुन्छ ? कति चाहिं सही हो ? बन्द प्रश्नका हकमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ । प्रश्नको जवाफ टुंग्याउन स्रोतले हो वा होइन भन्न सक्छ । कहिलेकाहीं थप जानकारी लिनका लागि फेरि प्रश्न

गर्नुपर्ने हुनसक्छ । जस्तै, 'सम्झौतामा तपाईंले हस्ताक्षर गर्नुभएको हो ?' 'हो' । 'त्यसो भए त्यसो गर्नुको नियत के थियो बताइदिनुस् न ।'

अर्को प्रश्न सोध्नुअघि त्यसअघिका प्रश्नको जवाफ राम्ररी विश्लेषण गर्नुहोस् । अनुभवी स्रोतले तपाईंले सुन्न चाहेजस्तै उत्तर पाएँ भन्ने भ्रम तपाईंमा पार्न सक्छ तर उसको जवाफ दोहोऱ्याएर पढ्दा उसले कुरा चपाएको रहेछ भन्ने थाहा हुन्छ । तपाईंले यस्तो सोध्नुभएको थियोः 'तपाईंले फलानो क्लिनिकमा औषधि पठाउनुभएको हो ?' स्रोतले भन्न सक्छः 'निश्चय नै, क्लिनिकका लागि सबै उपयुक्त विधि पालना गरेका छौं ।' यो सुन्दा हो कि जस्तो लाग्छ तर तपाईंले सोधेको प्रश्नको सोझो उत्तर यसमा आएको छैन । यस्तो अवस्थामा 'कुन कुन औषधि पठाउनुभयो ?' 'कुन मितिमा पठाएको हो ?', 'ती औषधि पठाएको भन्ने कुनै प्रमाण छ ?', 'ती औषधि क्लिनिकमा पुगेको कुनै प्रमाण छ ?' भनेर फेरि सोध्नुपर्छ । स्रोतले भनेका कुरा बुझिएन भने कुराकानी गरेकै वेला बुझिनँ भन्नुपर्छ । नबुझेको कुरा बुझे झैं गर्नुहुँदैन । 'हाम्रा पाठकले अथवा दर्शकले यो बुझ्दैनन् । अलि बुझिने गरी बताइदिनुहोस् न' भनेर भन्न सकिन्छ । अथवा तपाईंले यसो भन्नुभएको हो ? भनी आफूले बुझेका कुरा उसलाई बताइदिनुपर्छ ।

तयारी र सान्दर्भिक कागजात

अन्तर्वार्ता गर्न जाँदा आफूले प्रश्न सोध्ने विषयसँग सम्बन्धित प्रेस विज्ञप्ति, कागजात, अध्ययन अथवा फोटोका कपी सँगै लैजानुपर्छ । स्रोतले अर्कै कुरा भन्यो भने तपाईंले यी कुराको सन्दर्भ लिन पाउनुहुन्छ । अन्तर्वार्ता गर्दा टेप रेकर्डर र दिमागलाई सक्रिय राख्नुपर्छ । थप प्रश्न गर्न अनुमति लिनुहोस् ।

फुर्क्याउँदा नफुर्किनुहोस्

तपाईं स्रोतसँग अन्तर्वार्ता लिन जानुभएको हो, साथीसँग भेटघाटका लागि होइन । तपाईं जानकारी लिनका लागि जानुभएको हो कसैको आशीर्वाद थाप्न होइन । कसैले 'यो एकदमै महत्वपूर्ण प्रश्न हो' भन्यो भने उसले तपाईंको प्रशंसा गरेको नठान्नुहोस्, उसले त के जवाफ दिने भनेर सोच्नका लागि समय लिएको हो ।

अन्तर्वार्ता सकिसकेपछि स्रोतलाई उसका कुरा भन्न मौका दिनुहोस् । यसो गर्दा भित्री कुरा खुल्न सक्छ । त्यसैले आफ्ना कुरा सोधिसकेपछि उसलाई तपाईंलाई केही भनौं जस्तो लागेको छ कि ? भनेर सोध्नुहोस् । यसो गर्नु एक किसिमको शिष्टता पनि हो । अर्को, यसो गर्दा थप जानकारी आउन पनि सक्छ । त्यसैले, अन्तर्वार्ताको अन्त्यमा जहिले पनि यस्तो प्रश्न सोध्नुहोस्ः 'मैले केही सोध्न छुटाएँ कि ?' अथवा 'तपाईंलाई केही भन्न मन लागेको छ कि ?'

वाचा

'तपाईंले स्टोरी छाप्नुअघि मलाई देखाउँछु भन्नुभएको थियो नि !' आफूले तयार गरेको स्टोरी छाप्नुअघि देखाउँछु भनेर कहिल्यै वाचा नगर्नुहोस् । 'हिंड्न हतार भएको थियो, मैले हुन्छ देखाउँछु भन्दा के फरक पर्छ भन्ने ठानें' यस्तो कहिल्यै नगर्नुहोस् । यस्ता वेलामा हतार नगरिकन उसलाई छापिनुअघि स्टोरी देखाउन मिल्दैन भनिदिनुस् ।

अन्तिममा गर्नुपर्ने कामको उपेक्षा नगर्नुहोस्

प्रायशः अन्तर्वार्ताको अन्तिमतिर स्रोत बढी सहज हुन्छ । यति वेलामा अन्तर्वार्ताका क्रममा बताइएका कुनै शब्दावली, कसैको पद अथवा नाम एक पटक जाँच्नुहोस् । कुनै कुरा अल्मलिएँ भने म पछि सोध्छु है भन्नुहोस् । उसको फोन नम्बर पहिल्यै लिएको छैन भने फोन नम्बर अथवा इमेल अड्रेस लिनुस् । आफ्नो कार्ड दिनुहोस् । हिंड्ने वेलामा पनि औपचारिकता पुऱ्याउनुहोस् । समय दिएकोमा उसलाई धन्यवाद दिनुहोस् । तपाईंलाई अप्ठ्यारोमा पारेको भए पनि, तपाईंको अपमान गरेको भए पनि । स्रोतले तपाईंसँग कुराकानी गरेकोमा तपाईंले दिलैदेखि उसको प्रशंसा गरेजस्तो देखाउनुहोस् ।

कुनै विषयको पृष्ठभूमि बुझ्नका लागि स्रोतसँग कुराकानी गरिएको हो भने अथवा मित्रवत् कुराकानी भएको छ भने यस विषयमा थप कुरा अरू कसले बताउन सक्ला भनी सोध्नुहोस् । ती मानिससँग कुराकानी गर्दा अनुसन्धानका नयाँ ढोका खुल्न सक्छन् ।

अन्तर्वार्ता सकिने बित्तिकै नोटबूक पल्टाउनुस्

अन्तर्वार्ता सकेर आफ्नो अफिसमा पुग्ने बित्तिकै नोट एक पटक पढ्नुहोस् । यति वेला नोट पढ्दा आफूले कुनै कुरा टिप्न छुटाएछु अथवा गलत टिपेछु अथवा पछि पढ्दा अलमलिने गरी टिपेछु जस्तो लाग्यो भने त्यसलाई सच्याउने मौका यही हो । भोलिपल्टसम्म पर्खियो भने अघिल्लो दिन भनेका कुरा, प्रसङ्ग बिर्सन सक्छ ।

गल्ती ढाकछोप गर्नेसँग कस्तो व्यवहार गर्ने ?

गल्ती ढाकछोप गर्ने पेशा भएका मानिस (आधिकारिक प्रवक्ता र जनसम्पर्क अधिकृत) ले रिपोर्टर र सार्वजनिक व्यक्तिका बीचका अन्तरक्रियामा धेरै भूमिका खेल्छन् । कहिलेकाहीं, अन्तर्वार्ता गर्दा उनीहरू छेउमै बस्न सक्छन् । कहिलेकाहीं उनीहरूले यी यी कुरा चाहिं नसोध्लास् नि भन्न पनि सक्छन् ।

> बेलायती सरकारका प्रवक्ताले यू.के. को गार्डियन पत्रिकाका भूतपूर्व रिपोर्टर डेनिस बार्करलाई गल्ती ढाकछोप गर्ने मानिसका गुह्य कुरा यसरी बताएका थिए । (ती प्रवक्ताको नाम यहाँ नबताउनु अनौठो भएन !)

१

उनीहरूले जे निहुँ पार्छन् त्यो सही हुन सक्छ । तर जे भए पनि त्यो निहुँ मात्र हो । तिनलाई चुनौती दिनु तपाईंको अधिकार हो । 'यो कुरा मलाई तिमीले बताउन सक्दैनौ भने कसले बताउन सक्छ ?' भनी उसलाई प्रश्न गर्दा राम्रो हुन्छ । धेरैजसो, तपाईंले प्रश्न सोध्नुभएको व्यक्तिलाई ऊभन्दा माथिका मानिसले यो कुरा नबताउनु भनेर आदेश दिएको हुनसक्छ, अथवा उसलाई त्यो कुरा थाहै नहुन सक्छ । अर्को शब्दमा, कुनै कुरा लुकाउनु अथवा आफ्नो लाचारी देखाउनु उनीहरूको जागिर हो । यो उसको समस्या हो, तपाईंको होइन । केही आक्कलझुक्कल अपवादबाहेक अरू वेलामा सरकारले गल्ती गरेको भए पनि त्यसबारेमा आलोचना होस् भन्ने ऊ चाहँदैन । प्रवक्तालाई नराम्रा साथै राम्रा पक्षमा बोल्न दियो भने उसले अलि बढी कुरा बताउन सक्छ ।

२

रिपोर्टरहरू नागरिक समाजले महत्वपूर्ण ठानेका विषयमा चासो राख्छन् । सरकारले त्यस विषयमा चासो राखेको रहेनछ भने ती एकदमै जायज चासो हुन् । यतिवेला यस्तो प्रश्न सोध्न सकिन्छ, 'यसबारेमा तपाईं किन कुरा गर्नुहुन्न ?', 'यस विषयमा सरकार किन चिन्तित छैन ?' सरकारले जे विषयलाई प्राथमिकता दिएको छ रिपोर्टरले पनि त्यही विषयलाई प्राथमिकता दिनुपर्छ भन्ने छैन । सरकारले 'अरू ठूला' विषयमा चासो राखेको हुनसक्छ । निश्चित कुरा बताउनुस् भन्यो भने प्रवक्ताले असजिलो मान्छन् । उनीहरू यस्ता प्रश्न टार्न खोज्छन् ।

३

आक्रामक र भर्खर काम थालेका पत्रकारलाई सजिलै सन्तुष्ट बनाउन सकिन्छ । तर सुसूचित, अनुभवी र शान्त दिमागले काम गर्ने पत्रकारलाई सन्तुष्ट बनाउन त्यति सजिलो छैन । प्रवक्ताहरू पत्रकार आफूले दिएका सामान्य खालका जानकारीबाट सन्तुष्ट होउन् र उनीहरूले थप प्रश्न नसोधुन् भन्ने चाहन्छन् । यसका कुराबाट समाचार बन्दैन भन्ने लागेपछि पत्रकारको रूचि कम भएर जान्छ । अर्को शब्दमा भन्दा, सनसनीपूर्ण जानकारीको खोजीमा रहेका पत्रकारलाई यो विषय सनसनीपूर्ण छैन भनी ढाँट्नु ढाकछोप गर्ने अर्को तरिका हो । नयाँ जानकारी लिन ध्यान दिने र प्रतिवद्ध पत्रकारले बोर लाग्दा यस्ता तथ्यबाट पनि राम्रा स्टोरी निकाल्छन् ।

४ तपाईंले जाँच गर्न खोजेका कुरा झूटा हुन् भनी प्रवक्ताले भन्यो भने त्यो कुरा पत्याइनहाल्नुहोस् । 'मैले गल्ती भनेको रहेछु भने म माफी माग्छु तर...' भनिसकेपछि आफ्ना कुरा सही हुन् भनी जोड दिनका लागि अनुसन्धानमा आधारित तथ्य भएका थप प्रश्न सोध्नुहोस् । जवाफमा उनीहरूले प्रश्न सोधे भने तपाईं पनि प्रश्न सोध्नुहोस् । ढाकछोप गर्ने केही प्रवक्ताले प्रश्न सोधेर तपाईंको प्रश्न टार्न खोज्छन् । जस्तै, 'फलाना मन्त्री विवाहित भएर पनि अझै अर्कासँग प्रेम गरिहिँड्छ भन्ने कुरा सही हो र ?' 'यो विषयमा पत्रकारले किन यति धेरै रूचि राखेका हुन् ?' यस्ता वेलामा यसो भन्न सक्नुपर्छः 'पत्रकारको विचारबारे कसैले चासो राख्दैन । म यहाँ हाम्रा पाठकले जान्न चाहेका कुरा सोध्न आएको हुँ । मन्त्रीको वैवाहिक सम्बन्धका बारेमा हामीकहाँ अति धेरै पत्र आएका छन्, त्यसैले...'

प्रवक्ताको जवाफ चित्त बुझेन भने यस्तो प्रश्न सोध्नुहोस्ः 'मैले तपाईंको कुरा पूरै बुझिनँ । एक पटक दोहोऱ्याइदिनुस् न ।' अथवा 'तपाईंले मेरो प्रश्नको पूरा जवाफ दिनुभए जस्तो लागेन ।' यो तिमीले मेरा प्रश्नको जवाफै दिएनौ भन्ने शिष्ट तरिका हो । 'तपाईंले मेरो प्रश्नको जवाफ नदिन खोजेको हो ?' 'मेरा प्रश्नको जवाफ दिन किन मिलेन ?' 'जवाफ दिंदा तपाईंलाई के हुन्छ ?' 'यसको जवाफ कसले दिन्छ त ?' ५

६ कडा प्रश्न सोध्न विभिन्न तरिका अपनाउनुहोस् । कहिलेकाहीं कडा प्रश्न सोधे मात्रै पनि पुग्छ । तर प्रवक्ता कुशल रहेछ र उसले तपाईंका प्रश्न टार्न खोज्यो भने अलि फरक पाराले सोध्दा ऊ जवाफ दिन बाध्य हुनसक्छ । उसलाई गिज्याएजस्तो गरेर जवाफ पर्खंदा पनि राम्रै हुन्छ । जस्तै, तपाईंले फलानो रिपोर्ट पढ्नुभएको छैन जस्तो छ !' 'यो अलि अप्ठ्यारो विषय हो भन्ने मलाई थाहा छ तर म यहाँ यो प्रश्न मेरा पाठकका तर्फबाट उठाउँदैछु ।' 'संसद्मा विपक्षीहरूले यसो भनेका छन् । यसबारे तपाईं के भन्नुहुन्छ ?'

स्रोतले जवाफ दिन अस्वीकार गरेको कुरा स्टोरीमा लेखिदिनुहोस्

स्रोतले कुनै प्रश्नको जवाफ दिन मानेन र जवाफ दिन्नँ भन्यो भने यस्तो अवस्थामा के गर्ने भन्ने बारेमा तयारी गर्नुपर्छ । रेडियो र टेलिभिजन रेकर्डरमा उसले जवाफ दिन्नँ भनी सोझै अथवा घुमाएर भनेको कुरा रेकर्ड भएकै हुन्छ । यसलाई सम्पादन गरेर स्टोरीमा राख्न सकिन्छ । पत्रिकामा भने तपाईंले यसरी लेख्न सक्नुहुन्छः 'फलानाले यस प्रश्नको जवाफ दिन मानेन ।' यसका आधारमा पाठकले के भएको रहेछ भनी आफैं विचार गर्न सक्छन् ।

तपाईंले सोधेका जायज प्रश्नको जवाफ दिन स्रोतले ठाडै अस्वीकार गऱ्यो भने अन्तर्वार्ता टुंग्याउँदा कहिलेकाहीं राम्रै हुन्छ । यतिवेला तपाईंले यसो भनेर अन्तर्वार्ता टुंग्याउँदा हुन्छः 'मेरो स्टोरीको सबैभन्दा महत्वपूर्ण पक्षका बारेमा मैले सोधेका कुराको

जवाफ नदिनु होला भन्ने ठानेको थिइनँ । तपाईंले जवाफ नदिने भएपछि म मैले भेटेका प्रमाण, विज्ञ र साक्षीका भनाइका आधारमा स्टोरी लेख्छु । फलानाले यस विषयमा कुनै टिप्पणी गरेन भनी लेखिदिन्छु है त ।' यसो भन्दा स्रोत बुद्धिमान रहेछ भने उसले थोरै भए पनि जवाफ दिनसक्छ । जवाफ दिएन भने शिष्टतापूर्वक त्यहाँबाट हिंड्नुहोस् ।

फलानो विषयमा म बोल्दिनँ भनेर पहिल्यै तपाईंलाई भनिसकेको भए पनि त्यसबारे प्रश्न सोध्दा राम्रै हुन्छ । प्रसार माध्यमका लागि त यसो गर्नु अझ उपयोगी हुन्छ । स्रोत र अडियन्स दुवैलाई तपाईंले प्रश्न सोधेको कुरा थाहा हुन्छ । यस्तो प्रश्न सोधेन भने पत्रकारले यस विषयमा सोध्दै सोधेन भनेर आरोप आउन सक्छ । मलाई यस विषयमा सोधेको भए जवाफ दिनेथिएँ भनेर स्रोत पछि उम्कन पाउँदैन ।

विवादमा नपर्नुहोस्

धेरै देशका सरकार आतंककारी गतिविधिमा संलग्न भएका हुन्छन् । यस्तो अवस्थामा कसरी काम गर्ने ? 'मैले अहिलेसम्म जो जोसँग कुराकानी गरें उनीहरूमध्ये कसैले एक थरी कुरा भने कसैले अर्को थरी कुरा गरे । मलाई सम्पादकले यो कुरा तपाईंलाई नसोधी नआउनू भन्नुभएको छ ।' यसरी उसलाई जवाफ दिन घचघच्याउनुहोस् । तर कुन स्रोतले भनेको हो भन्ने कुरा नबताउनुहोस् । उदाहरणका लागि, 'मेरो एउटा स्रोतले यसो भन्यो तर ...' अथवा 'मैले यस्तो हल्ला सुनेको छु । यस विषयमा तपाईं के भन्नुहुन्छ ?' भनी उसलाई जवाफ दिन उक्साउन सकिन्छ ।

लुकीछिपी रेकर्ड गर्ने

अधिकांश मिडियाले लुकाइछिपाइ रेकर्ड गर्ने कामबारे कडा नियम बनाएका छन् । केही देशमा यसो गर्नु कानून उल्लंघन गर्नु हो । तैपनि, कहिलेकाहीं प्रमाण जुटाउनका लागि यसबाहेक अर्को उपाय हुँदैन । तर यो विधि अपनाउनुअघि अभ्यास गर्नुपर्छ । तपाईंले छातीमा लुकाएर क्यामरा राख्नुभएको छ र त्यसले आकाश अथवा बाटो मात्रै खिच्यो भने त्यो त्यति उपयोगी हुँदैन । आवाज सुन्न र बुझ्न सकिंदैन भने

त्यस्तो आवाज रेकर्ड गर्न खर्च गरिएको समय र पैसा त्यसै बर्बाद हुन्छ । रेकर्डर अथवा क्यामरा लुकाएर अन्तर्वार्ता रेकर्ड गर्ने काम त्यति सजिलो छैन । आफूले कुराकानी गरिरहेको मान्छेलाई बोल्न प्रोत्साहन गर्ने विधि जान्नुपर्छ । प्राविधिक ज्ञान पनि हुनुपर्छ ।

तपाईंले लुकाएर रेकर्ड गरेको शंका स्रोतले गऱ्यो भने 'छैन' भनेर आफूलाई बचाउनुपर्छ भन्ने तपाईंलाई लाग्न सक्छ । तर यसो गर्दा ती सामग्री उपयोग गर्न कठिन हुनसक्छ । कुराकानी रेकर्ड गरिएको कुरालाई तपाईंले अस्वीकार गर्नुभयो भने तपाईंले रेकर्ड नगर्ने शर्तमा कुराकानी गरिएको रहेछ भनेर प्रमाणित हुन्छ । बेलायती मिडियाका वकिल के भन्छन् भने विषय सार्वजनिक महत्वको होइन भने यस्ता सामग्री सकेसम्म उपयोग गर्नुहुँदैन । कति देशका वकिलले प्रयोग गर्न हुन्छ भन्न सक्छन् ।

आनाकानी गरेमा र डर भएमा के गर्ने ?

स्रोतले तपाईंका प्रश्नको जवाफ नदिनका लागि उसँग धेरै कारण हुन्छन् । माथि हामीले ढाकछोप गर्ने मानिससँग कस्तो व्यवहार गर्ने बारेमा छलफल गऱ्यौं तर मानिसले पत्रकारसँग कुरा गर्न डराउनुका पछाडि वास्तविक र जायज कारण हुन्छन् । तपाईंले कुराकानी गर्न खोजेको मान्छेले आघात भोगेको हुनसक्छ अथवा आफ्ना कुरा बताउँदा आफूलाई समाजले नराम्रो दृष्टिले हेर्ने डर उसलाई हुनसक्छ । यस्तो अवस्थामा अन्तर्वार्ता दिन सामान्य बल गर्दा ठीकै हुन्छ । यतिवेला कुराकानी गर्ने सबैभन्दा राम्रो उपाय हो– उसले चिनेजानेका मान्छेलाई भनेर तपाईंसँग कुराकानी गर्न उसलाई मनाउनु ।

स्रोतलाई केको डर लागेको छ भन्ने कुरा पत्ता लगाउनुहोस् र उसलाई सकेसम्म त्यसरी डराउनुपर्दैन भनेर आश्वासन दिनुहोस् । पूरा गर्न नसकिने आश्वासन दिनुहुँदैन । त्यसैले, के कस्ता आश्वासन दिने भनेर सम्पादकसँग पहिल्यै कुराकानी गर्नुपर्छ ।

उसले भनेका कुरा प्रकाशित गर्न स्वीकृति लिनुहोस्

स्वीकृति भन्नाले 'यो कुरा प्रकाशित गर्न मिल्छ नि' भनेर स्वीकृति लिनु मात्र होइन उसले भनेका कुरा प्रकाशित हुँदा के कस्ता परिणाम आउँछन्, उसलाई कस्ता जोखिम आइलाग्छन् र तिनबाट बच्न के गर्ने भन्ने कुरा थाहा पाएपछि दिएको स्वीकृति भन्ने बुझ्नुपर्छ । अर्थात्, यी सबै कुरा थाहा नपाइकन, अन्जानमा दिएको स्वीकृति, स्वीकृति होइन । मानिसलाई नतर्साउनुहोस् तर उसले भनेका कुरा छापिंदा के कस्ता परिणाम आउन सक्छन् भन्ने कुरा लुकाउनु पनि हुँदैन । धेरैभन्दा धेरै मानिसले आफ्ना कुरा बताए, उनीहरूले तपाईंलाई जानकारी दिए भने तपाईंको स्टोरी बलियो हुन्छ । यसरी कुराकानी गर्दा तपाईं र स्रोतबीचको सम्बन्ध सुमधुर हुन्छ । स्रोतको पहिचान लुकाउनुपर्ने अवस्थामा पनि स्रोत र पत्रकारबीच सत्य संवाद हुन्छ ।

सहानुभूति होइन समानुभूति

कुराकानीका क्रममा स्रोतले भनेका कुराको प्रतिक्रिया स्वरूप 'विचरा' जस्ता शब्द उच्चारण गर्दा स्रोतलाई आफू निसहाय र कमजोर भएजस्तो लाग्छ । स्रोतलाई आफ्ना कुरा बताउन उपयुक्त वातावरण बनाउनुहोस् । तटस्थ भएर सुन्नुहोस् । स्रोतलाई सोच्न र आवेश रोक्न समय दिनुहोस् । बीचबीचमा उसलाई बोल्न प्रोत्साहन दिनुहोस् । टाउको तलमाथि हल्लाउनुहोस् र 'ए, अँ, अनि' जस्ता शब्द बोल्नुहोस् । यस्ता वेलामा जसो गर्दा स्रोतलाई सजिलो हुन्छ त्यसै गर्नुहोस् ।

नटिप्नोस्

कहिलेकाहीं तपाईंले नोट टिपेको कुराले स्रोतलाई अप्ठ्यारोमा पार्न सक्छ । संवेदनशील विषयमा कुराकानी गर्दा टिपोट नगर्नुहोस्, सुन्नुहोस् मात्र । टिपोट पछि गर्न मिल्छ ।

आदर गर्नुहोस्

प्रश्न सोध्न हतार नगर्नुहोस् । स्रोतले दिएका जवाफलाई सनसनीपूर्ण नबनाउनुहोस् । आफूलाई स्रोतका ठाउँमा राखेर हेर्नुहोस् । असंवेदनशील प्रश्न नसोध्नुहोस् ।

सावधान हुनुहोस्

जति संवेदनशील भए पनि तपाईंले अप्ठ्यारा प्रश्न सोध्नुपर्छ । कसैले आफूलाई यातना दिइएको दावी गऱ्यो भन्दैमा यो सत्य हुन्छ भन्ने छैन । बढाइँचढाइ गर्ने मानिससँग सतर्क रहनुपर्छ । स्टोरीका लागि संकलन गरेका जानकारी सही हुन् भन्ने कुरा यकिन नभएसम्म स्टोरी अघि बढ्दैन भनी स्पष्ट पार्नुहोस् । कुनै पनि जानकारी सही हो कि होइन भनी थप अन्तर्वार्ता गर्न बिर्सनुहुँदैन ।

अस्वीकृतिः सतर्क हुनुहोस्

विभिन्न कारणले गर्दा मानिसले ढाँट्न सक्छन् अथवा अर्धसत्य बोल्न सक्छन् । यसो गर्नुमा सधैंभरि गलत मनसाय हुन्छ भन्ने छैन । अस्वीकार गर्नु एक किसिमको मनोवैज्ञानिक अवस्था हो जतिवेला मानिस आफ्ना बारेका केही कुरा लुकाउँछन् किनभने यिनको सामना गर्न कठिन हुन्छ । उदाहरणका लागि, बलात्कृत मानिस अथवा अरू बलात्कृत भएको घटना देखेका मानिसले यो कुरा तपाईंलाई नबताउन सक्छन् ।

आफूले तयार गर्न लागेको स्टोरी बनाउनका लागि सही प्रश्न सोध्नुपर्छ । खोजमूलक स्टोरीका लागि जानकारी संकलन महत्वपूर्ण पाटो हो । खोज पत्रकारितामा स्टोरी लेखन अझ महत्वपूर्ण हुन्छ । अर्को खण्डमा हामी आफूले संकलन गरेका जानकारीका आधारमा राम्रो स्टोरी कसरी लेख्ने भन्ने बारेमा छलफल गर्छौं ।

खण्ड आठ

लेखन

राम्रोसँग व्यवस्थित नगर्ने र राम्रो नलेख्ने हो भने अति नै राम्रोसँग खोज गरिएको स्टोरी पनि नराम्रो हुन्छ । खोजमूलक स्टोरी विश्वसनीय हुनुपर्छ । यसका लागि तथ्य-तथ्यांक अद्यावधिक गर्नुपर्छ र ती सामयिक हुनुपर्छ । आफ्नो स्टोरीको मर्मसँग मिल्दो सम्बन्धित तथा प्रतिष्ठित व्यक्तिका भनाइ राख्दा स्टोरीको महत्व बढ्छ । आफ्नो स्टोरीका जटिल पक्ष पाठकलाई बुझ्न सजिलो बनाउन ग्राफ, चार्ट, डायग्राम आदि उपयोग गर्दा राम्रो हुन्छ ।

धेरै मिहिनेत गरेर खोजी गरेको स्टोरी बाहिर आउँदा कस्तो प्रभाव पर्ला भनेर सोच्ने वेलामा मसँग पाठकलाई बताउने स्टोरी साँच्चै छ त भनेर आफैंलाई सोध्नुपर्छ । अतुलनीय र उत्कृष्ट बन्न सक्ने खोजमूलक स्टोरी राम्रो हुन्छ कि हुँदैन भन्ने कुरा स्टोरी कसरी तयार गरिएको छ र कसरी लेखिएको छ भन्नेमा भर पर्छ ।

स्टोरीको महत्वपूर्ण पक्षका बारेमा सोचविचार गरिएको र त्यसलाई सबैभन्दा शक्तिशाली बिम्बमार्फत व्यक्त गरिएको स्टोरीले पाठकलाई साँच्चै प्रभावित पार्छ । 'स्टोरीको शुरूआतमा विषयवस्तुलाई रोचक ढंगले प्रस्तुत गर्नुपर्छ अर्थात् लिडले पाठकको ध्यान तान्नुपर्छ । लिडमा नभई नहुने जानकारी मात्र दिनुपर्छ । थप जानकारी पछि दिनुपर्छ', वरिष्ठ अमेरिकी पत्रकार स्टेफेन फ्र्यान्कलिनले यस्तो सल्लाह दिएका छन् । यसका साथै आफूले पाएका जानकारीलाई इमानदारीपूर्वक लेख्नु पनि उत्तिकै जरूरी हुन्छ । आफ्नो स्टोरीसँग अमिल्दा बिम्ब राख्नुहुँदैन । घटनालाई सनसनीपूर्ण बनाउनु पनि हुँदैन । पाठकको विश्वास जित्नु ठूलो कुरा हो । पाठकलाई असत्य जस्तो लाग्ने कुरा वर्णन गर्दा पाठकले पत्याउँदैन ।

स्टोरीमा सबै जानकारी प्रस्तुत गरिसकेपछि स्टोरीको अन्त्यमा त्यसको सार खिच्नुपर्छ र त्यसलाई प्रमाणित गर्ने तथ्य दिनुपर्छ । गलत काम भएको छ भन्ने कुरालाई पुष्टि गर्न इन्कार गर्न नमिल्ने खालको प्रमाण पेश भएको स्टोरी नै राम्रो खोजमूलक स्टोरी हो । तर शब्द र प्रमाणको उपयोग गर्दा र प्रमाणलाई एकअर्कासँग जोड्दा हेलचेक्र्याइँ गरिएको छ भने विश्वसनीय जस्तो लाग्ने स्टोरी पनि अर्थहीन हुन्छ । अझ खराब कुरा के हुन्छ भने राम्रोसँग ध्यान दिइएको छैन स्टोरीले मानहानि गरेको ठहरिन सक्छ ।

सही हुनुपर्छ

- **परिभाषा र उदाहरणः** विशिष्ट र जटिल शब्दावलीको परिभाषा दिनुपर्छ । एउटा स्टोरीका भिन्न ठाउँमा एउटै शब्दावलीलाई भिन्न भिन्न किसिमले परिभाषित गर्नुहुँदैन । अमूर्त जस्ता लाग्ने कुरालाई उदाहरण दिएर स्पष्ट पार्नुपर्छ ।
- **अप्रामाणिक सामान्यीकरणः** 'अधिकांश', 'धेरै', 'केही', अथवा 'अलिकति' जस्ता शब्दका बीचको भिन्नता र अर्थ राम्रोसँग थाहा पाउनुपर्छ । तिनका बीचको अन्तर राम्रोसँग छुट्याउनुपर्छ । 'अधिकांश' र 'धेरै' को अन्तरमा विचार पुऱ्याउनुपर्छ । 'सबै' र 'एउटा पनि होइन' जस्ता शब्दबीचको भिन्नतामा अझ बढी चनाखो हुनुपर्छ । आफूले दिएको कारण 'अकाट्य कारण' हो कि 'धेरै कारणमध्ये एक' हो भनी ध्यान दिनुपर्छ । अनि 'सधैंभरि' लेख्नुपर्ने ठाउँमा 'अक्सर' पो लेखियो कि भनी विचार पुऱ्याउनुपर्छ । सामान्यीकरण गरिएका कुरालाई उदाहरण दिएर, ज्ञात स्रोतलाई उद्धृत गरेर स्पष्ट पार्नुपर्छ ।
- **पुष्टि गर्ने खालका तर्कः** आफ्नो भनाइलाई पुष्टि गर्न ठोस जानकारी दिनुपर्छ भन्ने कुरामा ध्यान पुऱ्याउनुपर्छ । विचारको आलोचना गर्नुपर्ने ठाउँमा व्यक्तिमाथि आक्रमण गर्नुहुँदैन । तथ्य

र तर्क वितर्क बारेमा छलफल गर्नुपर्छ । आफूले स्टोरीमा दिन खोजेको सन्देशलाई अत्यन्त स्पष्ट ढंगले बताइदिनु वा देखाइदिनुपर्छ । स्टोरीको अन्तिम वाक्यमा स्टोरीको सार हुनुपर्छ ।

- **प्रमाणस्वरूप आधिकारिक व्यक्तिका भनाइः** आफूले स्टोरीमा उल्लेख गरेका कामका राम्रा र नराम्रा पक्ष उल्लेख गर्नुहोस् र तिनीहरूलाई सन्तुलित ढंगले प्रस्तुत गर्नुहोस् । अधिकारप्राप्त संस्था/व्यक्तिले कुनै काम गर्नुका पछाडि रहेका कारणमा ध्यान दिनु जरूरी हुन्छ । कसैले कुनै कुरा किन भन्यो ? पृष्ठभूमि अनुसन्धान गर्न र भनाइ लिनका लागि एकजनासँग मात्र होइन थरीथरीका सान्दर्भिक मानिससँग कुरा गर्नुहोस् ।

- **पूर्वाग्रह, पुराना ढर्रा अथवा आवेगः** सकारात्मक अथवा नकारात्मक जस्ता भए पनि पुराना ढर्रा नअपनाउनोस् । भाषा निष्पक्ष हुनुपर्छ र आफ्ना सबै स्रोत र समाचारमा उल्लेख भएका व्यक्तिलाई उत्तिकै मात्रामा स्वस्थकर शंका गर्नुपर्छ । आफूले भनेका कुरा पुष्टि गर्ने प्रमाण दिनुपर्छ । ठोस प्रमाण होइन विश्वसनीय प्रमाण बन्न सक्ने परिस्थिति देखाएर पनि सही र विश्वसनीय खोजमूलक स्टोरी तयार गर्न सकिन्छ । ठोस प्रमाणै जुटाउन सके त राम्रो । तर त्यसो गर्न नसक्दा प्रमाण बन्न सक्ने परिस्थितिका आधारमा पनि उत्तिकै दह्रो स्टोरी तयार गर्न सकिन्छ । यस्ता पर्याप्त प्रमाण भेला गरिएको छ भने तिनलाई खँदिलो पारेर स्पष्टसँग लेख्नुपर्छ । यस्ता प्रमाण हुनसक्ने परिस्थितिबारे विस्तारमा बताउनुपर्छ । आवश्यक परे आफ्ना स्रोतसँग थप कुरा बुझ्नुपर्छ ।

  सन्दर्भ राम्रोसँग बताउनुपर्ने पनि हुनसक्छ । यसो गर्दा कुनै काम कस्तो अवस्थामा भएको थियो र त्यसको असर कस्तो अवस्थामा परेको थियो भन्ने कुरा पाठक/दर्शक/श्रोताले थाहा पाउँछन् । यसो गर्दा तपाईंले लेखेको स्टोरीमा जसमाथि जे काम गरेको भनी आरोप लगाइएको छ उनीहरूसँग त्यसो गर्ने क्षमता, नियत र अवसर थियो कि थिएन भन्ने कुरा पाठक/दर्शक/श्रोताले थाहा पाउँछन् ।

अनुच्छेद लेखन

हरेक अनुच्छेद एउटा सानो स्टोरी हो । एउटा अनुच्छेदमा तपाईंले गरेको अनुसन्धानको एउटा पक्ष राखेर त्यसका बारेमा पूर्ण रूपमा व्याख्या गर्नुपर्छ । आफूले तयार गर्न लागेको ठूलो स्टोरीलाई अडियन्सले बुझ्न सक्ने गरी स-साना खण्डमा बाँड्नुपर्छ । शुरूमा आफूले कुन पक्षका बारेमा बताउन लागेको हो त्यो लेख्नुपर्छ अथवा यसअघिको विषयसँग जोड्नुपर्छ । त्यसपछि निम्न कुरा हुनुपर्छः

(क) प्रमाण (विस्तारमा, भनाइ, तथ्य-तथ्यांक)
(ख) परिभाषा अथवा व्याख्या
(ग) सन्दर्भ, इतिहास, तुलना अथवा परस्पर विरोधी कुरा
(घ) कारण र परिणाम
(ङ) पक्ष विपक्षका तर्क
(च) विश्लेषण वा सल्लाह वा परिणाम

दैनिक पत्रिकामा काम गर्ने रिपोर्टरहरू स्टोरीलाई अनुच्छेद अनुच्छेदमा बाँडेर लेख्ने योजना बनाउन र त्यसरी लेख्न मान्दैनन् । यसो किन भएको हो भने उनीहरूका पत्रिकामा उनीहरूले लेखेको सामग्री जस्ताको तस्तै प्रकाशित हुँदैन । उपसम्पादकले थप कुरा राख्न कहिले अनुच्छेद टुक्र्याउँछन् कहिले ठाउँ जोगाउन दुईवटा अनुच्छेदलाई एउटा बनाउँछन् । उपसम्पादकले आफ्ना अनुच्छेद तलमाथि पार्छ भनेर लेख्ने वेलामा चिन्ता नगर्नुहोस् । अनुच्छेद भनेको कुनै पनि स्टोरीका लागि नभई नहुने ईंटा हो । त्यसैले कुन अनुच्छेदमा के लेख्ने भन्ने योजना बनाउनुपर्छ र सोही बमोजिम लेख्नुपर्छ । उपसम्पादकले के कसो गर्छ त्यो पछि देखाजाला ।

भनाइ राख्ने

अरूको भनाइबाट पूरै स्टोरी बताउनुहुँदैन । निश्चित बुँदा भन्न, थप जानकारी दिनका लागि मात्र भनाइ राख्नुपर्छ । जुन भनाइ राख्दा आफूले भनिसकेका कुरा दोहोरिन्छ त्यस्तो भनाइ पनि राख्नुहुँदैन । सामान्य र तथ्यगत जानकारी दिनका लागि आफूले कुरा गरेका मानिसको भनाइ राख्नुहुँदैन । आफूले स्रोतसँग कुराकानी गरेको देखाउनका लागि भनाइ उपयोग गर्नुपर्छ तर उससँग जे विषयमा कुरा गरेको हो त्यसबारे रिपोर्टरले गर्नुपर्ने विश्लेषणका ठाउँमा भनाइ राख्नुहुँदैन ।

मानिसले भनेकै शब्द/वाक्य राख्नु जरूरी छ विशेष गरी खोजमूलक स्टोरीमा । निश्चित अवस्थामा चाहिं उसले भनेकै शब्द/वाक्य राख्नुहुँदैन । ती अवस्था यस प्रकार छन्:

- कसैले भनेको कुरा बुझ्न कठिन छ भने
- स्रोतले कसैको उपहास गरेको छ भने
- उसको भनाइले बोलीको स्वाद थप्दैन भने ।
- स्रोतले अश्लील शब्द बोलेको र नग्न वर्णन गरेको छ भने ।
- 'कुरा के छ भने', 'तपाईंलाई थाहा छ ?' र 'मेरा विचारमा' जस्ता शब्दावली । यी अनावश्यक शब्दावली हुन् । यिनले स्टोरीलाई राम्रो बनाउँदैनन् ।

सबै भनाइ फलानाका हुन् भनी बताउनुपर्छ । आफैंले अवलोकन नगरेका केही पनि कुरा बताउँदा यो फलानाले बताएको हो भनी भन्नुपर्छ । यसरी कुनै पनि भनाइ फलानाले भनेको हो भनी बताउने मामलामा खोज पत्रकारले अरू पत्रकारले भन्दा पनि सतर्क हुनुपर्छ किनभने तपाईंले प्रस्तुत गरेका प्रमाण कति विश्वसनीय छन् भन्ने कुरा पाठकले ती कसले बताएका हुन् भन्ने कुराका आधारमा पनि निधो गर्छन् । स्टोरीमा जब नयाँ स्रोत उल्लेख गरिन्छ त्यति वेला झन् ख्याल गर्नुपर्छ । कुनै कुरा बताउने व्यक्तिको नाम खोल्न सकिंदैन भने त्यसको कारण बताउनुपर्छ । जस्तै, "मैले तपाईंलाई यो कुरा देखाएँ भने कम्पनीले मलाई जागिरबाट निकालिदिन्छ", स्रोतले भन्यो ।

कसैको भनाइ राख्ने वेलामा त्यस्ता भनाइ छान्दा र भनाइसँग आफ्ना भनाइ राख्दा सही तरिकाले छान्नु/राख्नुपर्छ भन्ने कुरा ख्याल गर्नुपर्छ:

- भनाइको अगाडि राखिएको वाक्यले यस अगाडि के छ भन्ने कुरा बताउनुपर्छ ।
- भनाइका अगाडि तपाईंले लेखेको कुराले एउटै सन्देश दिनुपर्छ ।
- भनाइले स्टोरीको महत्व बढाउनुपर्छ । केही पनि नबताउने भनाइ जस्ताको तस्तै राख्नुहुँदैन । दोहोऱ्याउनु पनि हुँदैन ।
- भनाइ राख्नुअघि वा राखिसकेपछि सकेसम्म "उनले बताए" नै भन्नुपर्छ । 'जोड दिए', 'दावी गरे', 'तर्क गरे' जस्ता शब्दावलीले स्टोरीलाई अनावश्यक ढंगले बंग्याउँछन् । 'अस्वीकार गरे' र 'खण्डन गरे' जस्ता शब्दावलीलाई पाठकले गलत अर्थ लगाउन सक्छन् । तिनको प्रयोग गर्नु एकदमै ठीक छ भन्ने लागेमा मात्रै यस्ता शब्दावली प्रयोग गर्नुपर्छ ।
- कसैको भनाइ जस्ताको तस्तै राख्न सकिंदैन र त्यसको सार खिच्नु पऱ्यो भने उसको भनाइ बंग्याउनुहुँदैन । बताउने मान्छेले जुन अर्थ र जुन शैलीमा भनेको छ त्यही अर्थ र शैलीमा राख्नुपर्छ । प्रवक्ताले 'हामीसँग बजेट छैन' भनेको छ भने त्यसलाई यसरी लेख्न हुँदैन: 'सो कम्पनी यस काममा खर्च गर्न तयार छैन भनी प्रवक्ताले बताए ।' प्रवक्ताले आफ्नो वित्तीय अवस्था मात्र बताएका थिए । सार खिचिएको भनिएको वाक्यले कम्पनीको सोचाइबारे बताउँछ ।

मस्यौदा र पुनर्विचार

लेख्नुअघि आफूले भेला गरेका सामग्रीलाई विभिन्न बुँदा अन्तर्गत छुट्याइसकेको हुनुपर्छ । आफूले उद्धृत गर्ने सामग्री र अनुसन्धान जानकारी भेला गरिसक्नुपर्छ । त्यसपछि पहिलो मस्यौदा तयार गर्नुपर्छ । धेरै पत्रकारले पहिलो मस्यौदा किन तयार गर्नुपर्छ भन्ने कुरा राम्रोसँग बुझेका हुँदैनन् । पहिलो मस्यौदा भनेको छाप्न ठिक्क भएको स्टोरी होइन । यो स्टोरीको खाका हो जसका आधारमा रिपोर्टरले आफ्नो स्टोरी कस्तो हुन्छ भन्ने कुरा हेर्छ र थप के काम गर्नुपर्छ भन्ने कुरा थाहा पाउँछ । यस चरणमा लिडमा लालित्य हुनुपर्छ, अन्त्य छरितो हुनुपर्छ र भाषा परिष्कृत हुनुपर्छ भन्ने छैन । यी काम पछि गर्दा हुन्छ । यो लेखनको चरण हो सम्पादनको चरण होइन । यति वेला त रिपोर्टरले आफ्ना सामग्री पेजमा जोडजाड पार्ने मात्र हो ।

स्टोरीको खाका र शैली

खोजमूलक, हार्ड न्यूज अथवा फिचर जस्तो स्टोरी भए पनि यी लेख्ने तीन खालका तरिका छन्:

(१) **समयक्रममा आधारित** – यस्तो तरिकामा स्टोरी समयक्रम मिलाएर लेखिन्छ,

(२) **वर्णन** – विभिन्न समयको अवस्थाको वर्णन गरेर, आफूले खोज गर्दा जति वेला जे पाइयो त्यसको वर्णन गरेर ।

(३) **प्रक्रिया** – यस्तो तरिकामा स्टोरी आफूले खोज गरिरहेको विषय र तर्कमा आधारित हुन्छ ।

लेखनको शुरूमा आफूले संकलन गरेका सामग्रीलाई विभिन्न खण्डमा वर्गीकरण गर्नुपर्छ: विषय, प्रभावित व्यक्ति, द्वन्द्व र आफूले पत्ता लगाएका कुरा । माथिका खण्डका शुरूमा लिड र अन्त्यमा निष्कर्ष थपिदिंदा सामान्य खालको, छोटो खोजमूलक स्टोरीका लागि चाहिने पूर्ण योजना तयार हुन्छ ।

खोजमूलक स्टोरीमा आफूले उठाएको विषय र तथ्यप्रति पाठकको ध्यान तान्नुपर्छ । यस्ता स्टोरीमा साहित्यिक सीप गौण हुन्छ । आफूले भेला गरेका सामग्रीलाई स्टोरीको ढाँचामा ढाल्ने विभिन्न तरिका छन् । खोजमूलक स्टोरी लेख्ने सीप सिकाउनेहरूले विभिन्न अवधारणा र तरिका सिकाउँछन् । खोजमूलक स्टोरी हार्डन्यूजभन्दा लामो र जटिल हुन्छ । त्यसैले, यसलाई निश्चित आकार र खाकामा ढाल्दा स्टोरीमा दिइएका जटिल जानकारी बुझ्न पाठकलाई सजिलो हुन्छ ।

खोजमूलक स्टोरीका धेरै चल्तीमा रहेका तीनवटा खाका यस प्रकार छन्:

(क) वाल स्ट्रिट जर्नलको तरिका जसमा निम्न प्रक्रिया अपनाइन्छ:

१. आफूले उठाउन लागेको केस र विषय उठाउन त्यससँग सम्बन्धित व्यक्ति वा अवस्थाको वर्णन ।

२. शुरूआतमा उठाइएको विषयलाई विस्तारपूर्वक वर्णन । यसो गर्दा शुरूमा केस राखिसकेपछि त्यसलाई विस्तारमा बताउनुभन्दा पहिले 'नट ग्राफ' राख्ने । यसले शुरूमा राखेको केस र त्यसपछि विस्तारमा बताइने विषयलाई जोड्ने पुलको गर्छ ।

३. आफूले शुरूमा उठाएको विषयतिर फर्कने जसले गर्दा अन्त्यमा मानवीय पक्ष देखाएर घतलाग्दोसँग स्टोरी अन्त्य गर्न सकिन्छ ।

(ख) अमेरिकी लेखक कोच क्यारोल रिचले तयार गरेको **'मुख्य पाँच'** को तरिका जसमा निम्न पाँच खण्ड हुन्छन्:

१. समाचार (के भयो अथवा के भइरहेको छ ?)

२. सन्दर्भ (पृष्ठभूमि)

३. विषयको दायरा (यो एउटा घटना मात्र हो कि, अथवा स्थानीय तहमा बारम्बार हुने कुरा हो कि राष्ट्रिय रूपमा असर पार्ने कुरा हो ?

४. यसको बहाव (अवस्था कता जाँदैछ ?)

५. असर (पाठकले यस विषयमा किन ध्यान दिनुपर्छ ?)

यस्तो शैलीमा लेख्दा स्टोरीमा भएका माथिका पाँचवटा खण्डलाई जोड्ने शब्द/शब्दावली/वाक्य लेख्न सक्ने क्षमता पत्रकारमा हुनुपर्छ । यस्तो क्षमता नभए यो एउटा स्टोरी नभएर एकपछि अर्को गरी आउने पाँचवटा छोटा स्टोरी जस्तो देखिन्छ । वेबका लागि लामो स्टोरी लेख्नका लागि यो शैली अत्युत्तम हो । यो शैली अपनाउँदा स्टोरी विस्तारमा वर्णन गर्नुपर्दा त्यसलाई निश्चित खण्डमा बाँड्न मिल्छ जसले गर्दा स्टोरी पढ्न पाठकलाई सजिलो हुन्छ ।

(ग) पिरामिड

हार्डन्यूज लेख्दा 'उल्टो पिरामिड' शैली अपनाइन्छ (यसो गर्दा, सबैभन्दा मुख्य कुरा सबैभन्दा पहिले अनि त्यसपछि क्रमशः कम महत्वपूर्ण कुरा लेखिन्छ) । खोजमूलक स्टोरी लेख्दा उल्टो पिरामिड शैली अपनाइन्छ ।

यस्तो स्टोरी लेख्दा शुरूमा स्टोरीको सार लेखिसकेपछि आफूले पत्ता लगाएका कुरा लेख्नुपर्ने हुन्छ । यसका लागि निम्न तरिका अपनाउनुपर्छः

१. शुरूमा स्टोरीको मुख्य विषयवस्तुको सारांश दिनुपर्छ ।

२. स्टोरीमा यसपछि के आउँछ भन्ने कुराको संकेत दिनुपर्छ ।

३. आफूले गरेको खोजका बारेमा एकपछि अर्को गरी बताउने । यसो गर्दा पाठकको मनमा अब के हुन्छ भनी कौतुहल जगाइराख्नुपर्छ । स्टोरीलाई विस्तारै सबैभन्दा आश्चर्यलाग्दा अथवा अनौठा कुरातर्फ लानुपर्छ । कुनै वैज्ञानिक उपलब्धिसम्बन्धी लेख अथवा रहस्यमयी उपन्यास लेखेजस्तै गरी ।

४. सबैभन्दा महत्वपूर्ण, नाटकीय जानकारी अन्त्यमा दिनुपर्छ ।

यी सबै तरिकामा कथानक लेख्नेका लागि तयार गरिएका टुलकिटबाट केही केही कुरा लिइएका छन् । हो, खोज पत्रकारले कथानक लेख्दैन तर खोजमूलक स्टोरी लेख्दा साहित्य लेखनका विधि पनि उपयोग गरिन्छ किनभने खोज पत्रकार पनि स्टोरी बताउने मान्छे हो । स्टोरी लेख्नुअघि पत्रकारले आफूलाई राम्रो तर अकाल्पनिक स्टोरी लेख्ने मान्छेका रूपमा लिनुपर्छ । व्याख्यान शैली भनिने समाचार लेखनको आधुनिक अवधारणाले यही कुरा मानेको छ ।

लेखक सुसन इटनका अनुसार

व्याख्यान शैलीमा लेख्ने लेखकले आफूले लेखेका सबै सामग्रीमा आफ्नो प्रभुत्व कायम राखेका हुन्छन् । उनीहरूले कुन जानकारी कुन ठाउँमा राख्नुपर्छ र पाठकको कौतुहल जगाइराख्न के गर्नुपर्छ भन्ने कुरामा ख्याल राखेका हुन्छन् । उनीहरूले प्राज्ञिक ढंगले तयार गरिएका सामग्री पढेका हुन्छन् । उनीहरूले आफ्ना स्टोरीलाई यसरी प्रस्तुत गरेका हुन्छन् जसबाट पाठकले त्यसमा अर्थ पाउँछन् । उनीहरूले आफूले भेला गरेका जानकारीलाई सिलसिलाबद्ध ढंगले राखेर स्टोरीलाई अर्थपूर्ण बनाएका हुन्छन् (...) यसो गर्दा उनीहरूले आफूलाई त्यो कुरा लेख्न आधिकारिक व्यक्ति हुँ भन्ने सन्देश दिन्छन्, उनीहरूले यो चाहिँ नीति ठीक छ भनेर भन्नै पर्दैन (...) यसो गर्नु भनेको सम्पादकीय लेखेर यसो गर भन्नुभन्दा फरक कुरा हो (...) लेखकले आफूलाई अन्योलमा रूमल्लिएका पाठकलाई बाटो देखाउने मान्छे ठानेको हुन्छ ।

माथिका दुवै भनाइ हेर्दा व्याख्यान शैली खोज पत्रकारका लागि आविष्कार गरेको हो कि जस्तो लाग्छ । तर यस्तो लागेका वेलामा एउटा कुरा ख्याल गर्नुपर्छ । अमेरिकन खोज पत्रकार ड्यानी शेच्टरले इराक युद्ध, आम संहारका हतियार विषयमा अमेरिकी मिडियाले गरेको कभरेज सम्बन्धमा बनाएको डकुमेन्ट्रीमा व्याख्यान शैलीको एउटा समस्या औंल्याएका छन् । उनले भनेका छन्: निश्चित विषयका कथा भन्नमा जोड दिने व्याख्यान शैली अपनाउने हुँदा अमेरिकी समाचार संस्थाले अत्यन्त विवादास्पद ठूला विषय र बहसतिर ध्यान दिएनन् । तर यसले व्याख्यान शैलीको महत्व घटाउँदैन । यसले के कुरा चाहिँ सम्झाउँछ भने लेखनका अन्य विधि जस्तै स्टोरी भन्ने विधि अपनाउँदा पनि उपयुक्त सन्दर्भमा सोचविचार गरेर र त्यसको सीप जानेर अपनाउनुपर्छ ।

व्याख्यान शैलीमा लेख्ने पत्रकारका लागि काम लाग्ने केही उपाय:

- **व्यक्ति चित्र र दृश्य वर्णन:**

  वाल स्ट्रिट जर्नलको तरिका अपनाउने हो भने जानकारी खोज्ने वेलामै हरेक कुराको सूक्ष्म जानकारी लिनका लागि आँखालाई तयार राख्नुपर्छ । आफूलाई जानकारी दिने मुख्य मान्छे अथवा आफूले वर्णन गर्नुपर्ने प्रमुख दृश्यलाई राम्रोसँग वर्णन गर्नुपर्छ जसले गर्दा पाठकलाई आफैंले देखे झैं अनुभव होस् र विश्वास लागोस् । यसको अर्थ पाठकलाई झन्झट लाग्ने गरी हरेक कुराका झिनामसिना विवरण लेख्नुपर्छ भन्ने होइन (यसो गर्न ठाउँ पुग्दैन) तर आफ्नो स्टोरी राम्रो पार्न केही प्रभावशाली कुराको राम्रो वर्णन भने गर्नुपर्छ ।

- **संकेत:**

  खोजमूलक स्टोरी लेख्दा शुरूमै आफ्ना अडियन्सलाई स्टोरी कता जान्छ, यसले के विषय समेट्छ भन्ने कुराको संकेत दिनुपर्छ । पिरामिड शैली अपनाउँदा त यसो नगरी सुखै छैन ।

स्टोरीमा उल्लेख गरिने मुख्य कुरा नआउञ्जेल त्यस विषयमा पाठकको रूचि जगाइराख्न जति कुरा विस्तारमा भन्नु आवश्यक छ त्यति कुरा विस्तारमा बताउनुपर्छ ।

- **गति, खाका, शब्दः**

  लेखनमा गतिको पनि महत्व छ भन्ने कुरा सम्झनु जरूरी छ । पत्रकारले गरेका व्याख्यान, उसले रोजेका खाका र शब्दले स्टोरी कति छिटो वा ढिलो अगाडि बढ्छ भन्ने कुरा निर्धारण गर्छ । वाक्य र शब्द छोटा भएमा स्टोरीको गति धेरै हुन्छ । लामा वाक्यले गति घटाउँछन् । एउटा अनुच्छेदमा धेरै प्राविधिक जानकारी राखिएको छ भने यसले पाठकलाई ढिलो हुन बाध्य पार्छ । यस्ता वेलामा वाक्य छोटा भए पनि गति धिमा हुन्छ । अनावश्यक र अति धेरै पृष्ठभूमि जानकारी र सन्दर्भ दिइएको छ भने पाठकलाई पट्यार लाग्छ । उसले स्टोरी पढिनसक्दै बीचमै छाडिदिन्छ । पत्रकारले सधैं यी प्रश्न आफैंलाई सोध्नुपर्छः यो शब्द हटाउँदा स्टोरी फरक पर्छ कि पर्दैन ? यो नचाहिने शब्द हो कि ? स्टोरीमा नचाहिने खालको भाषा चलाउनुहुँदैन ।

लेखिसकेर स्टोरी पढ्दा त्यसको गति र प्रवाह आफैंलाई थाहा हुन्छ । यसो गर्दा स्टोरी कहाँनेर विस्तारोसँग बगेको छ, कहाँ पट्यारलाग्दो छ, कहाँ पढ्न कठिन छ भन्ने कुरा पनि थाहा पाइन्छ । कान मानिसको सबैभन्दा राम्रो सम्पादक हो । आफैंले सुन्ने गरी पढ्यो भने कहाँनेर लेखनले स्वाभाविक गति गुमाएको छ अथवा कहाँनेर शब्दाडम्बर भयो, कहाँनेर जटिल भयो, कहाँनेर अशुद्ध भयो अनि कहाँनेर पढाइ लर्बरियो भन्ने कुरा कानले बताइदिन्छ ।

स्टोरी लेख्दा बोले झैं गरेर लेख्नुपर्छ । यसो गर्दा पाठकलाई पत्रकारको बोली सुने झैं लाग्छ । तर बोल्दा ध्वनिको उतारचढाव हुन्छ, बोल्नेको हाउभाउ हुन्छ, बोल्ने मान्छेले श्रोतासँग आँखा जुधाउँछ । लेखाइमा यी कुरा हुँदैनन् । त्यसैले बोलीचालीको भाषालाई परिमार्जन गर्नुपर्छ । व्याकरण शुद्ध छ र पूर्णविराम र अर्धविराम सही ठाउँमा उपयोग गरिएको छ भने लेखाइमा पनि ध्वनिमा जस्तै उतारचढाव भेटिन्छ, कुन ठाउँमा जोड दिनुपर्छ भनी पाठकलाई थाहा हुन्छ । पाठकले सूक्ष्म अर्थ थाहा पाउँछन् । बोल्ने मानिसका हातले, आँखाले र अनुहारले श्रोतालाई जे दिन्छन् व्याकरण र विरामले पाठकलाई त्यही कुरा दिन्छन् ।

दृश्यमार्फत के भन्न सकिन्छ भनी सोच्ने

व्याख्यान शैलीको स्टोरीमा दृश्यमार्फत के भन्न सकिन्छ भन्ने कुरा सोच्नुपर्छ । लेआउट र डिजाइन गर्ने काम पत्रकारको होइन तर पनि स्टोरीका लागि कस्ता फोटो र चित्र चाहिन्छन् भन्ने कुरा शुरूदेखि नै सोच्नुपर्छ । जसरी कामचलाउ हेडलाइन रिपोर्टरले राख्छन् (छापिने हेडलाइन उपसम्पादकले राख्ने चलन भएका ठाउँमा समेत) त्यसैगरी कस्ता फोटो र चित्र चाहिएलान् भनी रिपोर्टरले शुरूदेखि नै सोचेका खण्डमा आफ्नो स्टोरीमा ध्यान केन्द्रित गर्न र त्यसबाट अन्त नअलमलिन सहयोग पुग्छ । निश्चित आँकडालाई चार्टमा प्रस्तुत गर्ने विचार छ भने बोर लगाउने खालका त्यस्ता आँकडालाई व्याख्यानबाट हटाउन सकिन्छ ।

यसरी सोच्दा स्टोरीलाई अन्तिम रूप दिने काममा निम्न सहयोग पुग्छः

- आफ्नो स्टोरीका लागि कस्ता नक्शा, चार्ट, ग्राफ र फोटो अथवा चित्र चाहिन सक्छन् भन्ने कुरा पहिल्यै थाहा हुन्छ ।
- यसले लेआउट गर्ने र पेजमा स्टोरी राख्ने मानिसलाई सहयोग पुग्छ ।
- यसो गर्दा फोटोग्राफरलाई सजिलो हुन्छ किनभने स्टोरीका बारेमा रिपोर्टरलाई जति कुरा फोटोग्राफरलाई थाहा हुँदैन । स्टोरीलाई यस्तो खालको चित्र, फोटो आदि चाहिन्छ भन्ने लागेमा ती जुटाउन कसरी सकिन्छ भनी शुरूमै विचार गर्न सकिन्छ ।
- यसो गर्दा रिपोर्टरको दिमागमा एक किसिमको चित्र कोरिन्छ जसलाई शब्दमा उतार्न सकिन्छ । यसरी लेखिने शब्द चित्रबाट स्टोरी थाल्न पनि सकिन्छ ।
- यसो गर्दा पाठकलाई आफ्ना कुरा राम्रोसँग भन्न सकिन्छ । पाठकले स्टोरीमा भएका शब्द मात्रैबाट भन्दा पनि चित्र अथवा आकर्षक चार्टबाट पनि जानकारी पाउँछन् । भनाइ नै छ नि- एउटा दृश्य एक हजार शब्द जति नै मूल्यवान हुन्छ !

जोर्नी र निष्कर्ष

सबै स्टोरीको शुरूआत र अन्त्य राम्रोसँग भएको हुनुपर्छ । जुनसुकै खालको लेखाइमा पनि शुरूआत र अन्त्य सबैभन्दा महत्वपूर्ण भाग हुन् । राम्रो शुरूआतले पाठकलाई स्टोरीतर्फ तान्छ र पूरै स्टोरीमा के छ भन्ने कुराको झलक दिन्छ । अधिकांश अध्ययनबाट के देखिएको छ भने जुन स्टोरीको शुरूआत राम्रोसँग भएको छैन त्यो स्टोरी पाठकले पढ्दैनन्, विषय जतिसुकै राम्रो भए पनि । यस्तैगरी, अन्त्य यस्तो कुरा हो जुन स्टोरी पढ्ने पाठकले पछिसम्म सम्झिइरहन्छन् ।

शुरूआत गर्ने केही तरिका यस प्रकार छन्:

व्यक्ति चित्र वा दृश्य

स्टोरीको विषयको सार खिचिएको एउटा छोटो वाक्य (पूरै स्टोरी बताउने होइन)

परिणाम अथवा प्रभाव । यसपछि यस्तो परिणाम कसरी आयो भनी स्टोरीले बताउनुपर्छ ।

स्टोरी जसरी शुरू गरे पनि पाठकलाई स्टोरीका बारेमा बताउन धेरै ढिलो गर्नुहुँदैन । सामान्य नियम के छ भने स्टोरीको शुरूको भाग अथवा लिडमा स्टोरीको १० प्रतिशत भन्दा बढी अंश हुनुहुँदैन । स्टोरी जसरी शुरू गरे पनि हुन्छ तर शुरूमै एकपछि अर्को तथ्यांक दिनु भने हुँदैन । स्टोरीको अन्त्य अर्थात् निष्कर्षमा पनि यही कुरा लागू हुन्छ ।

स्टोरी अन्त्य गर्ने केही तरिका:

स्टोरी गाँठो पार्ने (स्टोरीमा उल्लेख भएका मानिसलाई के भयो अथवा अब के हुन्छ भन्ने कुरा बताउने)

स्टोरीको विषयको सार दिने जसले गर्दा त्यस विषयमा हामीले किन रूचि राख्नुपर्छ भन्ने कुरा पाठकले सम्झन्छन्

पाठकको दिमागमा झट्का दिने

सन्दर्भ बताइदिने । स्टोरीको सन्दर्भ बताएर पाठकलाई यस विषयमा आशा गर्ने ठाउँ कत्तिको छ, त्यसो गर्न के कस्ता बाधा छन् भनी बताइदिने ।

शुरूमा जो मानिसका बारेमा वर्णन गरिएको छ उसका बारेमा बताउने र उसलाई आफ्ना अन्तिम कुरा बताउन दिने ।

'यस विषयमा थप कुरा त भविष्यले नै बताउला' (अथवा अर्को किसिमले लेखिएका तर यस्तै भाव दिने) शब्दावलीबाट स्टोरीको अन्त्य कहिल्यै पनि नगर्नुहोस् । खोज पत्रकारले यसो भन्यो र यकिन कुरा गरेन भने पाठकले यो पत्रकार यो विषयमा लेख्न लायक रहेनछ भन्ने ठान्छ ।

स्टोरीका विभिन्न खण्ड जोड्न उपयोग गरिने जोर्नीको महत्व उत्तिकै छ । यो भनेको स्टोरी एउटा खण्डबाट अर्को खण्डमा र एउटा अनुच्छेदबाट अर्को अनुच्छेदमा कसरी जान्छ भन्ने हो ।

विभिन्न खण्ड र अनुच्छेद जोड्ने केही जोर्नी यस प्रकार छन्ः

वेला वेलामा विषय सम्झाउने ।

विभिन्न खण्डलाई जोड्न र तिनलाई जीवन्त बनाउन अलि लामा रूपक प्रयोग गर्ने उदाहरणका लागि, वातावरणलाई मानिसको शरीरका रूपमा प्रस्तुत गर्न सकिन्छ जहाँ सबै अंगले मिलेर काम गर्छन् ।

आफूले खोजी गरेको विषयसँग मिल्दा चित्र, वस्तु, उखान अथवा अन्य कुरा प्रयोग गर्ने । आफूले जटिल तर्क गरेका वेला पाठकलाई आफूसँगै डोऱ्याउनका लागि केही साधारण शब्दहरूले एकदमै धेरै सहयोग गर्छन् । 'र' लेखेर पाठकलाई अघिल्लो अनुच्छेदबाट पछिल्लो अनुच्छेदमा लैजान सकिन्छ । 'तर' लेख्दा पाठकलाई अब स्टोरीले अहिलेको भन्दा उल्टो कुरा भन्ने रहेछ भनी जानकारी मिल्छ । परिणाम देखाउनु छ भने 'त्यसैले' लेख्न सकिन्छ । एकपछि अर्को काम भएको छ भनी बताउनु परेको छ भने 'त्यसपछि' लेख्न मिल्छ ।

पहिलो मस्यौदा तयार गरिसक्दा स्टोरी अझै परिष्कृत भइसकेको नहुन सक्छ । लामो स्टोरी हुनाले केही काम गर्न अझै बाँकी हुनसक्छ । जस्तै रिपोर्टिङ थालेका वेला भेला गरेका जानकारी अहिले पनि सही छन् अथवा ती पुराना भइसके अथवा तीभन्दा पछि यस्ता जानकारी पाइए जसले ती जानकारीलाई गलत सावित गर्छन् । यस्तैगरी, नयाँ तथ्य, नयाँ वैज्ञानिक रिपोर्ट अथवा नयाँ परीक्षण रिपोर्ट आइसकेका हुनसक्छन् । यति वेला एकपटक यस्ता कुरा खोज्नुपर्छ । प्रकाशित सामग्रीबाट

उद्धृत जानकारीलाई घटाउनुपर्ने हुनसक्छ । यस्ता कुरालाई मूल स्टोरीबाट झिकेर बक्स अथवा साइडबारमा राख्नुपर्ने हुनसक्छ । स्टोरीलाई राम्रो पार्न धेरै पटक लेख्नुपर्छ । रिपोर्टरले लेखेका कुरा सम्पादन गर्नु भनेको नचाहिने काम होइन, अनावश्यक सोख होइन । स्टोरीलाई राम्रो पार्न नगरी नहुने काम हो । आफ्नो स्टोरी पुनर्लेखन, सम्पादन र समीक्षा गर्दा दिक्क लाग्यो भने यो काम गरिदिन आफ्ना टोलीका अरूलाई अनुरोध गर्न सकिन्छ । अरूसँग मिलेर काम गर्दा नयाँ विचार आउँछन् ।

प्रसारण माध्यमका लागि कसरी लेख्ने ?

नोटः प्रसारण माध्यमका लागि स्क्रिप्ट लेख्ने विषयको यो पूर्ण गाइड होइन । यहाँ प्रसारण माध्यमका लागि खोजमूलक स्टोरी तयार गर्दा कस्तो भाषा लेख्ने र राम्रो न्यारेसन कसरी लेख्ने भन्ने बारेमा संकेत मात्र गरिएको छ ।

प्रसारण माध्यमका स्टोरीमा भिडियो फुटेज वा मानिसका आवाज पनि हुन्छन् । एउटै चित्र अथवा भनाइले त्यसको सन्दर्भ अनुसार धेरै स्टोरी भन्न सक्छ । प्रसारण माध्यमका लागि कमेन्ट्री लेख्नुको उद्देश्य श्रोता/दर्शकलाई आफ्नो स्टोरी पूर्ण रूपमा बुझ्न सहयोग गर्नु हो ।

स्क्रिप्ट राम्रोसँग लेखिएको छ भने परम्परागत ढर्राको दृश्य वा निरस कोट (भनाइ) लाई पनि दर्शकले नयाँ तरिकाले बुझ्छन् । रेडियोमा रेकर्ड गरिएको कोटमा आधारित भएर राम्रोसँग स्क्रिप्ट लेख्यो भने स्टोरीको सन्दर्भ सबैभन्दा प्रभावकारी तरिकाले खुल्न जान्छ । तर टेलिभिजन स्टोरीले पार्ने प्रभावको ८५ प्रतिशत भूमिका दृश्यको हुन्छ । न्यारेसन जति सुकै राम्रो भए पनि त्यसले बोरलाग्दो दृश्य र भनाइले पुऱ्याएको क्षतिको पूर्ति गर्न सक्दैन किनभने दृश्यले दर्शकलाई तान्दैन र उनीहरू अन्त लाग्छन् । रेडियो र टेलिभिजन दुवैका लागि न्यारेसन लेख्दा दृश्य अथवा रेकर्ड गरिएको कोटसँग मिलाएर लेख्नुपर्छ । यस्तो कामलाई 'सुन्नका लागि लेख्ने', 'दृश्यमा लेख्ने' अथवा 'आवाजमा लेख्ने' भनिन्छ ।

यस्तो स्टोरी आफ्नो क्यामराले खिचेको फिल्डको दृश्यबाट शुरू गर्नुपर्छ । त्यसपछि आफूले ध्यान दिएर तयार गरेको कमेन्ट्रीमा जानुपर्छ जसले

(क) आफ्नो स्टोरीको सबैभन्दा महत्वपूर्ण पाटोबारे बताउँछ ।
(ख) दृश्य र भनाइले एउटा मात्र पक्ष देखाएका ठाउँमा अर्को पक्षमा प्रकाश पारेर स्टोरीलाई सन्तुलित बनाउँछ ।
(ग) आफ्ना अडियन्सले के कुरामा ध्यान दिनुपर्छ जस्तो लाग्छ त्यो विषय छानेर त्यसमा जोड दिन्छ ।
(घ) विभिन्न दृश्य अथवा भनाइलाई जोड्छ ।
(ङ) दृश्य अथवा भनाइको सन्दर्भ बताइदिन्छ ।
(च) दृश्य अथवा भनाइको थप अर्थ लगाइदिन्छ वा थप व्याख्या गरिदिन्छ (तर यसो गर्दा कुरा बंग्याउनुहुँदैन, एउटा सन्दर्भमा भनेका कुरालाई अर्को सन्दर्भमा जोड्नुहुँदैन !) ।

उद्घोष गर्ने व्यक्ति वा रिपोर्टरले आफ्ना प्राथमिकता बारेमा ध्यान दिनुपर्छ । यसको अर्थ ऊ समाचार र दर्शकका बीचमा घरीघरी आउनुपर्छ भन्ने होइन । यसो गर्नु भनेको दर्शकलाई बाधा तेर्स्याउनु हो । आफ्नो स्टोरीमा सान्दर्भिक कुरा कसैले भनेको छ भने त्यही राख्नुपर्छ । त्यसको सट्टामा स्टुडियोमा रेकर्ड गरिएको न्यारेसन राख्नुहुँदैन ।

प्रसारण र छापा माध्यमबीचका केही अन्तर यस प्रकार छन्ः

- पढ्दा पहिले पढिसकेका कुरा नबुझेका खण्डमा पाठकलाई दोहोऱ्याएर पढ्न मन लाग्यो भने उसले त्यसो गर्न सक्छ, तर श्रोता/दर्शकले दोहोऱ्याएर सुन्न/हेर्न सक्दैन ।
- पढ्दै जाँदा पाठकलाई कुनै गल्ती भेटे जस्तो लाग्यो भने उसले अघिल्लो पेज पल्टाएर हेर्न पाउँछ तर रेडियो र टेलिभिजन अडियन्सलाई पाठकलाई जस्तो सुविधा हुँदैन ।
- हेडलाइन, क्याप्सन र अनुच्छेदले पाठकलाई आफू कहाँ पुगेको छु भन्ने कुरा बताउँछन् । तर रेडियो र टेलिभिजनमा नयाँ दर्शकले प्रसार भइरहेको सामग्री बीचमा हेऱ्यो/सुन्यो भने उसलाई केही पनि थाहा हुँदैन ।
- पाठकले पढाइ बीचमै रोकेर अरू काम गर्न पनि पाउँछ । पछि आफ्नो काम सकेर फेरि पढ्न थाल्दा उसले केही पनि छुटाउँदैन । रेकर्ड नगरिएको अथवा वेबमा नराखिएको प्रसार सामग्री श्रोता र दर्शकले फेरि सुन्न वा हेर्न पाउँदैन । रेकर्ड गरिएको रहेछ भने पनि आफूले हेर्न/सुन्न बाँकी भागमा पुग्न समय लाग्छ ।
- प्रसारण माध्यममा दर्शकले छापा माध्यममा भन्दा थप प्रमाण पाउँछन् । यसले गर्दा स्टोरी थप विश्वसनीय हुन्छ (पाठकले यस्तो ठान्न सक्छन्ः यो कुरा सत्य हो किनभने मैले टेलिभिजनमा देखेको थिएँ) । यसै भएर टेलिभिजनमा बढी प्रभावकारी ढंगले सत्य बंग्याउन पनि सकिन्छ ।
- प्रसारित सामग्री प्रसार भएका वेला मात्र देख्न पाइन्छ । पोडकास्टमा बाहेक समाचारपत्र जस्तो देख्न सकिने सामग्री यसमा हुँदैन ।
- प्रसार भएको सामग्रीमा ध्यान केन्द्रित गर्न गाह्रो हुन्छ किनभने यो तुरून्तै गइहाल्छ । त्यसैले प्रसार भएको समाचारले दर्शकमा एक किसिमको छाप मात्र छाड्न सक्छ, प्रसार भएका जानकारी उसले नसम्झन सक्छ । त्यसैले प्रसार गर्ने सामग्री प्याकेज गर्ने कुरा महत्वपूर्ण हुन्छ ।
- प्रसार भएका सामग्री बुझ्न धेरै शिक्षित भइराख्नु पर्दैन तर छिटोछिटो बदलिने दृश्य बुझ्न सक्ने भने हुनुपर्छ ।
- छापिएको स्टोरी पढ्न धेरै समय लाग्छ तर यसबाट पाठकले सूक्ष्म जानकारी समेत पाउँछ ।

यी सबै कारणले गर्दा - यस माध्यमको प्रकृति र यसबाट प्राप्त सन्देश अडियन्सले ग्रहण गर्ने तरिकाले गर्दा- प्रसारण माध्यमका लागि लेख्दा प्रिन्ट माध्यमका लागि लेख्दा भन्दा फरक तरिका अपनाउनुपर्छ । तर जुनसुकै माध्यममा पनि समय अथवा ठाउँ थोरै हुन्छ, बताउनुपर्ने कुरा धेरै हुन्छ । त्यसैले, अडियन्सको ध्यान तुरून्तै तान्न सक्ने कुनै 'उत्कृष्ट तथ्य' अथवा विचार छान्नुपर्छ । स्टोरी त्यसैबाट शुरू गर्नुपर्छ ।

विषयवस्तुको पहिचान

२०७४ साल असोज-मंसीर तीन महीनाभित्र चितवन जिल्लाको भरतपुर अस्पतालमा सुत्केरी हुन गएका २८ वर्ष भन्दा कम उमेरका पाँच आमाहरूले ज्यान गुमाए । तीमध्ये दुई आमाका गर्भे शिशु समेत बाँचेनन् । यसबारेको आंशिक सूचना हामीले स्थानीय रेडियो कालिका एफएमले आफ्नो समाचार बुलेटिनको अन्त्यमा प्रसारण गरेको संक्षिप्त समाचारबाट थाहा पाएका थियौं । चार महीनाभित्र पाँच युवा महिलाले सुत्केरी हुन अस्पताल जाँदा मृत्युवरण गरेको समाचार एफएमले प्रसारण गरेजस्तो प्राथमिकताको पुछारमा पर्नुहुन्नथ्यो । अनि हामी यो समाचारको जरो खोतल्ने निचोडमा पुग्यौं ।

यस बाहेक खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके) ले गरेका अन्य खोज समाचारमा भिन्न-भिन्न तरीकाबाट समाचारको विषयवस्तु पहिचान गरेको अनुभव हामीसँग छ । एउटा उदाहरण हो 'हुम्लामा वृद्धभत्ता वितरणमा भएको ब्रह्मलुट ।' हुम्लाका सरकारी कर्मचारीले जनाउ दिएपछि हामीले यो कुरा थाहा पाएका थियौं ।

सर्बोच्च अदालतका प्रधानन्यायाधीश गोपाल पराजुलीलाई पदमुक्त गर्ने खोपकेको अर्को चर्चित समाचार 'भावी प्रधानन्यायाधीशको प्रतिलिपि नागरिकता' विवाद प्रकरणमा 'उनले गडबडी गरेका छन्' भन्ने सुइँको हामीले सर्वोच्च अदालतबाट पाएका थियौं ।

समाचारबारे पूर्वानुमान

युवा उमेरका सुत्केरी आमाहरूको मृत्यु अस्वाभाविक थियो । पाँच आमा र दुई गर्भे शिशुको ज्यान जानुमा अस्पतालको उपचार प्रणालीमा समस्या छ भन्ने हाम्रो मुख्य अनुमान थियो । बेलाबखत सुनिने जस्तो शल्यक्रिया नै गर्नु नपर्ने आमाहरूलाई शल्यक्रिया गरिएको पो थियो कि ? अथवा त्यहाँ कुनै संक्रमण भएको पनि हुनसक्छ । हामीले गरेका अरू अनुमानहरू यस्तै थिए । २०६९ भदौमा काठमाडौंको थापाथलीस्थित परोपकार प्रसुती गृह तथा स्त्री रोग अस्पतालमा अपरेशन गर्नुअघि बेहोश बनाउँदा प्रयोग गरिएको इन्जेक्सनबाट ब्याक्टेरियाको संक्रमण फैलिएर नौ जना सुत्केरी सिकिस्त बिरामी भएका थिए । तीमध्ये सात जनालाई अन्य अस्पतालमा सारेर मुश्किलले बचाइए पनि दुईको ज्यान गएको थियो । भरतपुर अस्पतालको समाचार उधिन्न हामीलाई यो पृष्ठभूमिले पनि घचघच्यायो ।

समाचार खोज्दै जाँदा पूर्वानुमान गरिएभन्दा भिन्न अवस्था पनि आउने रहेछ । 'हुम्लामा सामाजिक सुरक्षा भत्तामा ब्रह्मलुट' भन्ने समाचार खोज्न निस्कँदा हामीले सोचेभन्दा ठूलो अनियमितता भेट्यौं । एक सातासम्म हुम्लाका गाउँ घुम्दा १० वर्षअघि मरेका मानिसको नाममा समेत सामाजिक सुरक्षा भत्ता निकालेको भेटियो । यस्तो उदाहरण एक/दुई वटा मात्रै होइन, गाउँ-गाउँमा थिए ।

प्रधानन्यायाधीश गोपाल पराजुलीको जन्ममिति हेरफेरबारे प्रमाण संकलन गर्न नवलपरासी, चितवन र तनहुँ जिल्लाका विभिन्न स्कूलहरू चहार्दासम्म प्रतिलिपि मामिलामा लुकाइएको एक रोचक समाचार बाहिर ल्याउन सकिन्छ कि भन्ने थियो तर यति ठूलो परिणाम निकाल्ने समाचार होला भन्ने लागेको थिएन ।

क) पूर्वानुमानको परिमार्जन

धेरैजसो समाचार हाम्रा पूर्वानुमान अनुसार नै भेटिए । जस्तो कि सुत्केरी आमाहरूको मृत्यु अस्वाभाविक ठानेर रिपोर्टिङमा निस्किएका हामीहरूलाई पाइला पाइलामा यो अस्वाभाविक नै लागिरह्यो । तर, एउटा कुरामा चाहिं हाम्रो पूर्वानुमान मिलेन । भरतपुर अस्पतालमा 'कडा संक्रमण फैलिएको होला, अस्पतालले यो कुरा लुकाउँदा यति विघ्न मानवीय क्षति भएको हुनसक्छ' भन्ने हाम्रो प्रारम्भिक अनुमान पुष्टि हुने आधार रिपोर्टिङका क्रममा कहीं कतै भेटिएन ।

हुम्लाको सामाजिक सुरक्षा भत्ता विषयको खोज समाचारमा चाहिं झन् धेरै अनियमितता भएका गाउँहरू पत्ता लागेपछि पूर्वनिर्धारित योजना केही परिवर्तन गरिएको थियो । हामीले शुरूमा अनुमान गरेका गाउँहरू भन्दा झन् धेरै सुरक्षा भत्ता दुरूपयोग भएका नयाँ गाउँहरू भेटिए । हामी त्यता लाग्यौं ।

ख) खोज नै स्थगन

हाम्रो पूर्वानुमानसँग मेल खाँदाखाँदै र केही प्रारम्भिक प्रमाणहरू जुटिरहँदा पनि स्वतन्त्र रूपमा समाचार पुष्टि गर्न नसकेर हामीले समाचार खोज्ने कामै स्थगन गरेको उदाहरण पनि छ । ललितपुरको एउटा बौद्ध गुम्बाका गुरूले गुम्बामा बसेका महिलामध्ये केहीलाई यौन दुर्व्यवहार गरिरहेका छन् भन्ने थाहा भयो । समाचार स्रोतबाट ती गुरूले फेसबूक पेजमा राखिएका भनिएका केही अस्वभाविक तस्वीर पनि हामीले पायौं ।

पीडितहरू अति नै असजिलोमा थिए । असुरक्षित हुने ठानेर उनीहरू कोही पनि हामीसँग कुरा गर्न तयार भएनन् । त्यतिबेलासम्म प्रहरीमा उजुरी गर्न जाने आँट पनि उनीहरूमा थिएन । गुम्बाभित्रको यो कर्तुत हामी सजिलै बाहिर ल्याउन सक्थ्यौं तर पनि पीडितको सुरक्षालाई ध्यानमा राखेर हामीले केही समय पर्खने निर्णय गर्‍यौं ।

तर, अत्याचार सहनै नसकेर हो वा के भएर हो दुर्व्यवहार भोग्ने महिला करीब ६ महीनापछि एक्कासी प्रहरीमा उजुरी गर्न गए । ती कथित गुरू पक्राउ परे । समाचार बाहिर आयो । अहिले उनी विरूद्ध अदालतमा जबरजस्ती करणी मुद्दा चलिरहेको छ । समाचार 'ब्रेक' गर्ने एउटा अवसर हामीले गुमायौँ ।

कार्ययोजना

सर्वोच्च अदालतबाट सूचना पाएपनि गोपाल पराजुलीको पुरानो नागरिकता र पछि निकालेको भनिएको प्रतिलिपि नागरिकता पाउनु सजिलो थिएन । हामीले उनको पुरानो घर भएको ठाउँ तनहुँ, स्कूल पढेको र कक्षा १० को परीक्षा दिएको जिल्ला चितवन पुगेर एसएलसी पास गरेको वर्ष र त्यस बेलाको नागरिकता प्रमाणपत्र खोज्ने योजना बनायौं । योजना बमोजिम तनहुँबाट बसाइँ सरेको र उनी बार एसोसिएसनको पदाधिकारी भई काम गरेको जिल्ला नवलपरासी पुग्यौं ।

यस बाहेक उनले नागरिकताको प्रतिलिपि निकालेको जिल्ला प्रशासन कार्यालय काठमाडौं, पटक-पटक पुग्यौं । उनका नागरिकताका विवरणहरू हुने सम्भावित ठाउँहरू सर्वोच्च अदालत, न्यायपरिषद्, निर्वाचन आयोगमा गयौं । नेपाल ल क्याम्पसमा उनले आईएल पढ्दाताकाका विवरणहरू खोज्ने क्रममा ४१ वर्ष पुरानो २०३३ सालको भर्ना 'रजिष्टर' फेला पार्‍यौं । तर, अचम्म के भयो भने उनको नाम र अन्य विवरण छोपिने गरी त्यसमाथि नयाँ विवरण लेखिएको कागजको टुक्रा टाँसिएको भेटियो । 'पदावधि लम्ब्याउने बदनियतसहित कागजपत्र तयार पारेको हुनसक्ने' हाम्रो अनुमानलाई यसले थप बल पुर्‍यायो ।

पाँच सुत्केरीको शंकास्पद मृत्युका बारेमा रिपोर्टिङ गर्दा हामीले काठमाडौंमा स्वास्थ्य मन्त्रालय र काठमाडौं बाहिरका केही जिल्ला अस्पतालहरूमा बुझेर यस्तो अवस्था बेलाबखत आइरहन्छ अथवा यो एकदमै अपवाद हो भनेर जान्न खोज्यौं । हामीले अन्यत्र यस्तो भएको भेटेनौं ।

अब हामीलाई अस्पतालको अभिलेखमा उनीहरूको मृत्युको कारण के लेखिएको छ भनेर थाहा पाउनु थियो । अस्पतालकै भाषामा 'आन्तरिक समीक्षा प्रतिवेदन' भनिने ती कागजात स्वास्थ्य मन्त्रालय पठाइए कि भरतपुरमै छन् भनेर थाहा पाउन हामीले सकेजति मिहिनेत गर्‍यौं । झण्डै एक महीनासम्म पनि यससम्बन्धी सूचना पाइएन ।

खोज

क) कार्ययोजना परिवर्तन गर्नु पर्‍यो/परेन

सुत्केरी मृत्यु मामिला रिपोर्टिङ गर्न चितवन पुगेपछि पनि हाम्रो टीमले आफ्नो कार्ययोजना परिवर्तन गर्नु परेन । किनकि समाचार बारेको हाम्रो पूर्वानुमान परिवर्तन भएको थिएन ।

भरतपुर अस्पतालका मेडिकल सुपरिन्टेन्डेन्ट डा. रूद्र मरासिनीले शुरूमा कुरा गर्न चाहेका थिएनन् । नम्रतापूर्वक अनुरोध गरेपछि उनी कुरा गर्न तयार भए । विस्तारै संयमित प्रश्नहरू गर्दै

जाँदा पाँच सुत्केरी मृत्यु प्रकरणमा हामीले प्रश्न गर्न थालेपछि उनी तर्किन खोजे । यसबारेको सीधा प्रश्न सुनेर उनी आवेशमा पनि आए । हामीले संयम नगुमाई भद्र भाषामा उनलाई पदीय उत्तरदायित्व र जवाफदेहिताबारे स्मरण गराउँदै आफ्ना जिज्ञासाहरू राख्दै गयौं । उनले पटक-पटक हाम्रा प्रश्नको उत्तर 'दिन्नँ' र 'दिन बाध्य छैन' भन्दै चर्को स्वरमा घटनावारे हाम्रा प्रश्नहरूमा प्रतिवाद गरिरहे । हामीले चाहिं कत्ति पनि उत्तेजित नभई सुत्केरीहरूको मृत्युको कारणबारे अस्पतालको निष्कर्ष के छ जान्न चाहन्छौं भन्ने कुरा दोहोऱ्याइरह्यौं ।

ख) पूर्वानुमान झन् बलियो

पाँच सुत्केरी आमाहरूको रहस्यमय मृत्युको कारण खोतल्ने हाम्रो 'मिसन' थियो । भरतपुर अस्पताल पुगेपछि हामीलाई यो मृत्यु झन् अस्वाभाविक लाग्यो । अस्पताल प्रशासनको तर्फबाट मेडिकल सुपरिन्टेन्डेन्टले 'उनीहरूको मृत्युबारे म केही पनि बताउँदिन, जे सक्छौ गर' भनेर दिएको जवाफले हाम्रो आशङ्कालाई झन् बलियो बनायो ।

हुम्लामा सामाजिक सुरक्षा भत्ता मामिलाको समाचार खोज्न गाउँ पुग्दा त प्रारम्भमै हाम्रो पूर्वानुमान बलियो गरी पुष्टि भयो । राया गाविसको गुम्बाधारा गाउँमा गएर सामाजिक सुरक्षा भत्ता पाउनेको नाम सुनाउँदा स्थानीय मनवीरे कामी छक्क परे । किनकि वृद्धभत्ता पाउनेको सूचीमा १० वर्षअघि मरेकी उनकी आमाको पनि नाम थियो ।

ग) प्रमाण संकलनको अनुभव

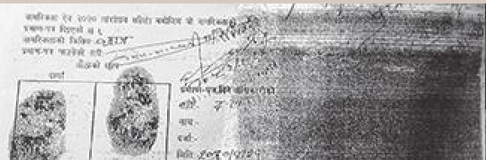
प्रमाण संकलनबारे हाम्रा भिन्न-भिन्न अनुभव र भोगाइ छन् ।

- केही डाक्टर र कर्मचारीको सहयोगमा हामीले पाँच जनाको मृत्युको कारण उल्लेख भएका सबै दस्तावेजहरू हात पारेका थियौं । विश्वस्त स्रोतहरूमार्फत अस्पतालले लुकाएर राखेका ती दस्तावेजसम्म हामीले हाम्रो पहुँच पुऱ्याएका थियौं ।
- यसपछि हामीलाई मृतकका घर-घरमा गएर अस्पताल जानुअघि ती महिलाहरूको अवस्था कस्तो थियो ? अस्पतालमा उपचार गर्ने क्रममा मृतकका आफन्तले के देखे र के के भोगे भनेर सोध्न सजिलो भयो । अस्पतालका मेडिकल सुपरिन्टेन्डेन्ट डा. रूद्र मरासिनीलाई 'आन्तरिक प्रतिवेदनमा अस्पतालको लापर्वाही भनेर लेखिएको छ त' भनेर हामीले प्रश्न गर्ने आधार यिनै कागजात थिए ।
- कागजी प्रमाण संकलनको दुईथरी अनुभव छ हामीसँग । भरतपुर अस्पताल प्रकरणमा हामीलाई कागजी प्रमाण जुटाउन कठिन भयो तर कागजात हात परेपछि त्यसबमोजिम रिपोर्टिङ गर्न सजिलो भयो । यसको ठीक उल्टो थियो हुम्लाको रिपोर्टिङ । हुम्लामा सामाजिक सुरक्षा भत्ता वितरण मामिलामा हामीले भत्ता पाउनेहरूको सूची सहजै प्राप्त गऱ्यौं तर त्यो सूची बमोजिम वृद्धभत्ता पाउनेहरू छन्/छैनन् भनेर परीक्षण गर्नु कठिन काम भएको थियो ।

घ) सम्पादक-संवाददाता अन्तरक्रिया

गोपाल पराजुली नागरिकता प्रकरणको समाचार प्रस्तुतिमा सकेसम्म होशियारी अपनाइएको थियो । भावी प्रधानन्यायाधीशको नाम जोडिएको अदालती मामिला हुनाले तथ्य प्रस्तुत गर्दा सकेसम्म विचार कहीं पनि नजाओस् भनेर ख्याल गरिएको थियो । यो समाचारलाई आधार बनाएर अदालतको इशारामा कुनै अधिवक्ता वा कर्मचारीले अवहेलना मुद्दा नहालुन् भन्नेमा हामी सचेत थियौं । यस मामिलामा सम्पादक र संवाददाताबीच पटक-पटक छलफल भएको थियो ।

सुत्केरी मृत्यु प्रकरणको रिपोर्टिङ गर्ने र समाचार लेख्ने क्रममा पटक-पटक संवाददाता र सम्पादकबीच छलफल भयो । ती सबै सुत्केरीहरूलाई अस्पताल भर्ना गरेदेखि मृत्यु हुनुअघिसम्म गरिएको परीक्षण, उपचार पद्धति र चलाइएका



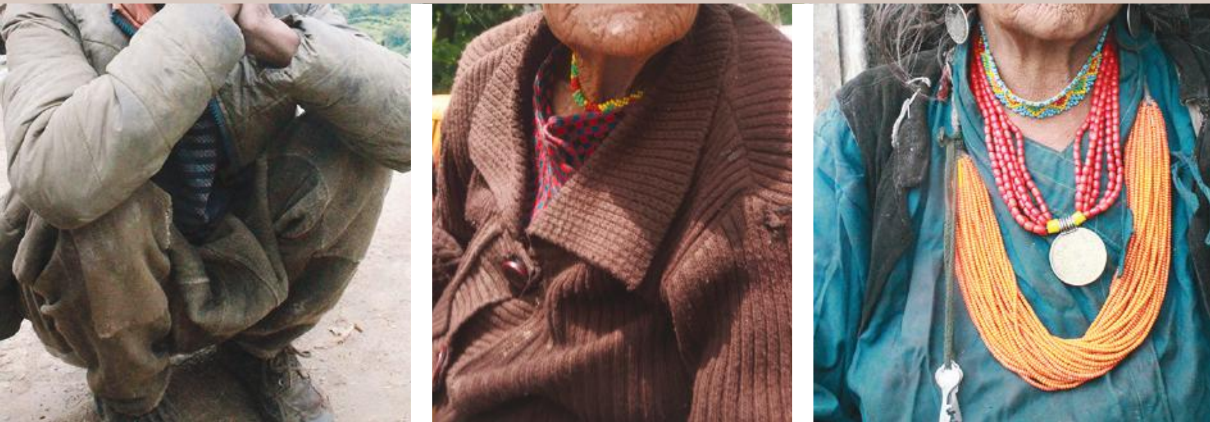
औषधिहरूको विवरण संकलन गरेपछि त्यो उपचार पद्धति र चलाइएको औषधि ठीक थियो थिएन भनेर सम्बन्धित विज्ञसँग विस्तृत छलफल र परामर्श गर्ने निचोड हामीले निकाल्यौं । किनकि यो मामिला राजनीति, प्रहरी वा अदालतमा भएको कुनै घटना जस्तो हामीले सजिलै जान्न सकिने खालको थिएन । विशेषज्ञसँग छलफल गरिसकेपछि हामीले मृतकका आफन्तहरूको भनाइबाट प्रभावित भएर होइन कि अस्पतालको आन्तरिक समीक्षा प्रतिवेदनमा उल्लेखित प्रमाणमा आधारित भएर समाचार लेख्यौं । उनीहरूलाई बचाउन सकिन्थ्यो भन्ने मामिलालाई समाचारको मुख्य विषय बनाइयो । त्यो बलियो 'न्यूज पेग' थियो ।

प्रस्तुति : के-केमा ध्यान दिइयो ?

हुम्लाको सामाजिक सुरक्षा भत्ता मामिलामा धेरैभन्दा धेरै उदाहरण प्रस्तुत गऱ्यौं । गाउँका मानिसले भनेका कुरा, तिनको हाउभाउ देखायौं । सामाजिक सुरक्षा भत्ता पाउनुपर्नेका कथा राख्यौं । भत्ता मासेर खानेका भनाइलाई पनि ठाउँ दियौं । हामीसँग प्रशस्तै श्रव्यदृश्य र तस्वीर थिए । त्यसैले यसको सार श्रव्यदृश्यमा पनि उतार्‍यौं । यसो गर्दा यो कथा पाठक, दर्शक र श्रोतामाझ प्रस्तुत गर्न झन् सजिलो भयो ।

भरतपुर अस्पताल प्रकरणको समाचार प्रस्तुतिमा हामीले समीक्षा प्रतिवेदनको खुलासालाई प्राथमिकता दियौं । परिवारको पीडा र उनीहरूले देखेका, भोगेका र महसूस गरेका कथालाई क्रमशः प्रस्तुत गऱ्यौं । अस्पताल प्रशासनका भनाइलाई पनि समाचारमा ठाउँ दियौं । रिपोर्टिङ गर्दा श्रव्यदृश्य पनि खिचेका कारण पाठक/दर्शक/श्रोतालाई समाचार बुझाउन सजिलो भयो ।

गोपाल पराजुली प्रकरणमा हामीसँग उनको तस्वीर, एसएलसीको प्रमाणपत्र, विद्यालयको अभिलेख, दुईथरी नागरिकता र न्यायपरिषद्को अभिलेख मात्रै थियो । त्यसैले 'मल्टिमिडिया स्टोरी' बनाउनतिर ध्यानै दिएनौं ।



प्रतिक्रिया/प्रभाव

सुत्केरी मृत्युको समाचार खोज पत्रकारिता केन्द्रको वेबपेजमा राख्ने बित्तिकै धेरैवटा अनलाइनले त्यसलाई पुनःप्रकाशन गरे । भोलिपल्ट चितवनका स्थानीय पत्रपत्रिकाले सो समाचार प्रकाशित गरे । सुशासन र जवाफदेही प्रणाली बलियो नभएका कारण तत्कालै कसैलाई कारबाही नै भइहाल्ला भन्ने त हामीलाई पनि थिएन । तर, भरतपुर अस्पताल र स्वास्थ्य मन्त्रालयले यस मामिलामा छानबिनसम्म गर्लान् भन्ने हाम्रो अपेक्षा पनि पूरा भएन । संघीय संसदमा एकजना सांसदले छानबिन गर्नुपर्छ भनेको समाचार छापिए बाहेक यस मामिलामा थप अनुसन्धान गरिएको वा कसैलाई जवाफदेही बनाएको हामीलाई थाहा छैन ।

तर, हुम्लामा सामाजिक सुरक्षा भत्तामा अनियमितता भएको समाचार छापिएको दुई महीनापछि अख्तियार दुरूपयोग अनुसन्धान आयोगले हुम्लामा टोली खटाएर यस विषयमा छानबिन थाल्यो । भत्ता दुरूपयोगको मामिलामा अनुसन्धान भइरहेको भन्ने खबरले जिल्लास्थित सरकारी कार्यालयहरूमा एक प्रकारको डर पैदा गरेको संवाददाताको बुझाइ छ ।

देखिने प्रभाव 'भावी प्रधानन्यायाधीशको प्रतिलिपि नागरिकता' समाचारबाट परेको छ । यो समाचार प्रकाशित भएको करीब एकवर्षपछि गोपाल पराजुली सर्वोच्च अदालतको प्रधानन्यायाधीश पदमा नियुक्त भए । नेपालको संविधानले प्रधानन्यायाधीश ६५ वर्ष उमेरसम्म पदमा बस्न पाउँछ । २०७४ साउन २१ गतेसम्म मात्र प्रधानन्यायाधीश पदमा बस्न पाउने पराजुलीले आफ्नो प्रतिलिपि नागरिकता प्रयोग गरेर २०७५ वैशाख १६ गतेसम्म पदमा बस्न खोजे ।

नागरिक अभियन्ता गोविन्द केसी र मुलुकका राष्ट्रिय दैनिकहरूले यो प्रकरणलाई प्राथमिकताका साथ उठाएपछि २०७४ चैत २ गते न्यायपरिषद् सचिवालयले पराजुली पदमुक्त भएको पत्राचार गर्‍यो । निजामती किताबखानाले पनि उनको अवकाश मिति २०७४ साउन २१ गते कायम गरिदिएको छ ।

यो खण्ड खोज पत्रकारिता केन्द्र (खोपके), नेपालले गरेका तीन खोज समाचार– भरतपुर अस्पताल, चितवनमा ज्यान गुमाएका पाँच सुत्केरी महिला, हुम्लामा वृद्ध भत्ता वितरणमा ब्रह्मलुट, तत्कालीन प्रधानन्यायाधीश गोपाल पराजुलीको प्रतिलिपि नागरिकता र प्रकाशित नै गर्न नसकिएको अर्को एक समाचारमा आधारित छ ।

नोट :

नोटः

- थप सल्लाह र लिंक
- एशिया, अफ्रिका र दक्षिण-पूर्वी यूरोपका खोज पत्रकारिता सम्बन्धी उदाहरण
- अभ्यास र
- थप पाठ्यसामग्रीका लागि

हाम्रो वेबसाइटमा जानुहोलाः

www.investigative-manual.org

हाम्रा बारे

खोज पत्रकारिता पुस्तक कोनार्ड एडेनायुअर स्टिफ्टुङ (केएस) को विश्वव्यापी पत्रकारिता कार्यक्रमको एउटा परियोजना हो । यो कार्यक्रम जोहानेसबर्ग (सब-सहारा अफ्रिका), सिंगापुर (एशिया) र सोफिया (दक्षिण पूर्वी यूरोप) बाट सञ्चालित छ ।

पत्रकारलाई खोज पत्रकारिताका मुख्य सीप दिने र फरक फरक अवस्था भएका देशमा पहरेदार पत्रकारितालाई सहयोग पुऱ्याउने उद्देश्यले यो किताब तयार गरिएको हो । पत्रकारले गर्ने कामले विद्यमान प्रजातान्त्रिक संस्थालाई बलियो बनाउँछन् अथवा यस्ता संस्था नभएका ठाउँमा संस्था स्थापना गर्न प्रेरित गर्छन् । यो पुस्तक सात वर्षअघि केएएस पत्रकारिता कार्यक्रम अफ्रिकाले तयार गरेको गाइडको अद्यावधिक संस्करण हो । त्यो गाइड वर्षेनि ३० हजार मानिसले हेरेका थिए । पहिलो संस्करणको यही अपार सफलताले गर्दा केएएस विश्वव्यापी पत्रकारिता कार्यक्रमले यसलाई परिमार्जित र विश्वव्यापी बनाउने विचार गरेको हो ।

अफ्रिका र एशियामा खोज पत्रकारले प्रायः अति धेरै चुनौती बेहोर्नुपर्छ । कतै कतै उनीहरूलाई निरूत्साहित पार्ने चुनौती खडा गरिएका छन् । यो किताब दमनकारी पत्रकारिता ऐन, तथाकथित आतंककारी विरोधी नियम, पारदर्शिता विरोधी संस्कार र सीमित स्रोतसाधन जस्ता चुनौती सामना गर्न पत्रकारलाई सहयोग गर्ने उद्देश्यले तयार गरिएको हो ।

यो किताब व्यावहारिक तालिमका लागि पनि उपयोगी छ । यसमा हरेक खण्डको अन्त्यमा दिइएका प्रश्नमार्फत पाठकले आफ्नो ज्ञानको स्तर जाँच्न सक्छन् । यसमा सान्दर्भिक केस स्टडी पनि दिइएका छन् जसलाई समय समयमा अद्यावधिक गरिन्छ ।

. . . .

कोनार्ड एडेनायुअर स्टिफ्टुङ (केएस) जर्मन राजनीतिक प्रतिष्ठान हो । प्रजातन्त्र, विधिको शासनको प्रवर्द्धन र मानवअधिकारको पालनाका पक्षमा यसले विश्वभर काम गर्छ । केएएसले तालिम र थप शिक्षामार्फत स्वतन्त्र सञ्चारमाध्यम, राजनीतिक दल, संसद् र सामाजिक संस्थाको विकासका लागि काम गर्ने गर्छ । कुनै पनि समाजको सफलता त्यसका प्रबुद्ध वर्गको स्थिरता, कौशल र खुलापनमा भर पर्छ ।

केएएसले उत्तरदायित्व वहन गर्ने सोचाइ भएका आफ्नो देशका र विश्वका प्रबुद्ध वर्गलाई सहयोग गर्छ ।

प्रथम प्रकाशन सन् २०१०

केएएस पत्रकारिता कार्यक्रम सब-सहारा अफ्रिका

६० ह्युम रोड, डन्केल्ड २१९६, जोहान्नेसबर्ग, दक्षिण अफ्रिका गणतन्त्र

© २०१६ कोनार्ड एडेनायुअर स्टिफ्टुङ (केएस), पत्रकारिता कार्यक्रम एशिया

३४ कुति पासोह रोड, सिंगापुर ०८९८४८, सिंगापुर
फोनः +६५६६०३ ६१८१

Email: media.singapore@kas.de

www.kas.de/medien-asien/en | facebook.com/media.programme.asia

सर्वाधिकार सुरक्षित । समीक्षा गर्नका लागि यसका प्रति चाहिने भए र यस प्रकाशन सम्बन्धी कुनै जिज्ञासा भए प्रकाशकलाई लेखी पठाउनुहोला । यस प्रकाशनमा दिइएका अरूका लिंकमा भएका तथ्य, विचार र सन्दर्भ सूचीका लागि यस पुस्तकका लेखक जिम्मेवार हुने छैनन् । लेखकहरूले गरेका व्याख्या कोनार्ड एडेनायुअर स्टिफ्टुङ (केएस) का विचार अथवा नीति हुन् भन्ने ठान्न मिल्दैन ।

www.investigative-manual.org

अनुवाद
मोहन मैनाली

नेपाली अनुभव र पाठ
शिव गाउँले

मूल संस्करणको लेआउट
© जुलियान स्वीताला

नेपाल संस्करणको लेआउट
विपेन्द्र घिमिरे