



राजेन्द्र दाहाल

राजेन्द्र दाहाल प्रेस काउन्सिल नेपालका अध्यक्ष हुनुहुन्छ। यसअघि उहाँ करिब आठ वर्षसम्म *हिमाल* खबरपत्रिकाको सम्पादक हुनुहुन्थ्यो। त्यसअघि उहाँले *देशान्तर* साप्ताहिकमा संवाददातादेखि प्रधानसम्पादकसम्म भई ११ वर्ष काम गर्नुभएको थियो। दाहालले वि.सं. २०३८ मा *जनपुकारर चेतना* साप्ताहिकमार्फत पत्रकारितामा प्रवेश गर्नुभएको हो। त्यसपछि, उहाँ क्रमशः *विश्व सन्देश* साप्ताहिक र *समाज* दैनिकमा आवद्ध हुनुभयो। ग्रामीण समाज, विकास र जलस्रोतको क्षेत्रमा गहन र खोजमूलक रिपोर्टिङ गरेबापत दाहाललाई नेपाल वातावरण पत्रकार समूहले 'उत्कृष्ट पत्रकारिता पुरस्कार-२०४४' र नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूटले 'खोज पत्रकारिता पुरस्कार-२०५३' बाट सम्मान गरेका छन्। उहाँ नेपाल वातावरण पत्रकार समूहको अध्यक्ष (२०५३), राष्ट्रिय सञ्चार नीति निर्माण कार्यदल-२०४९ को सदस्य, तथा उच्चस्तरीय मिडिया सुझाव आयोग (२०६३) को सदस्य रहिसक्नुभएको छ भने दक्षिण एसियाली प्रेस कमिसनको वर्तमान अध्यक्ष हुनुहुन्छ। विगत डेढ दशकदेखि विभिन्न संस्थाहरूमार्फत पत्रकारिता प्रशिक्षणमा पनि सक्रिय दाहालले पाँच पुस्तक सम्पादन गर्नु भएको छ, जसमध्ये *खोज र शान्तिका लागि पत्रकारिता* नेपाली मिडियाबारेका हुन्।

नेपाली पत्रकारिताको क्षेत्रमा प्रेस काउन्सिलले गर्ने काम के के हुन् ? विद्युतीय सञ्चारमाध्यम यसको कार्य क्षेत्रभित्र पर्छ कि पर्दैन ? काउन्सिलका अबका प्राथमिकता के के हुन् ?

प्रेस काउन्सिल नेपालले गर्नुपर्ने मुख्य काम नेपालको पत्रकारितालाई स्वतन्त्र, निष्पक्ष, वस्तुगत, मर्यादित र जनताप्रति जवाफदेही तुल्याउने भूमिका निर्वाह गर्नु हो । प्रेसको स्वतन्त्रतामाथि राज्य र गैरराज्यपक्ष कतैबाट पनि आँच पुऱ्याउने कार्य हुन नपाओस् भनी काउन्सिल हरदम सचेष्ट रहनुपर्दछ । प्रस्तावित कुनै, ऐन, कानून, नियम वा नीतिले निर्बाध सूचना पाउने र प्रवाह गर्ने प्रेसको नैसर्गिक हकलाई कुण्ठित पार्ने देखिएमा त्यसो नगर्न काउन्सिलले सरकारलाई समेत सुझाव र सल्लाह दिन सक्छ ।

पत्रकारितालाई वस्तुगत र मर्यादित तुल्याउन प्रेस काउन्सिलले पत्रकार आचारसंहितारूपी औजार प्रयोग गर्ने गर्छ । स्वतन्त्र सञ्चारमाध्यम र सञ्चारकर्मी अर्थात् पत्रकारहरूले जस्तोसुकै परिस्थितिमा पनि आचारसंहिताले निर्धारण गरेको सीमा ननाघ्न भन्ने काउन्सिलको अपेक्षा रहेको हुन्छ । सामान्यतः बहुसङ्ख्यक सञ्चारमाध्यम र सञ्चारकर्मीहरूले आचारसंहिताको पालना गरिरहेकै हुन्छन् । आचारसंहिता र पेशागत मर्यादा उल्लङ्घन गर्ने सञ्चारमाध्यम एवं पत्रकारहरूलाई सुधारका निम्ति सुरुमा काउन्सिलले सकेसम्म नरम र उत्प्रेरणात्मक उपायहरू अवलम्बन गर्छ । यसअन्तर्गत त्रुटिहरू औल्याइदिएर भविष्यमा त्यस्ता त्रुटि नदोहोऱ्याउन आग्रह गर्ने, आचारसंहिता पालना गर्दाका फाइदा र उल्लङ्घन गर्दाका वेफाइदाबारे अवगत गराउने, गम्भीर त्रुटि भई अर्को पक्षलाई मर्का परेको देखिएमा क्षमा याचनासहित त्रुटि सच्याउन आग्रह गर्ने जस्ता कार्यहरू गर्ने गरिन्छ । काउन्सिलका यस्ता सल्लाह र आग्रहलाई कतिपय सञ्चारमाध्यम एवं पत्रकारहरूले बेवास्ता पनि गर्न सक्छन् । तर काउन्सिल त्यतिमै हार मानेर बस्दैन । आफ्नो सुझाव र आग्रहलाई अटेर गर्ने सञ्चारमाध्यम एवं पत्रकारहरूलाई 'अवज्ञाकारी' को सूचीमा राखेर क्रमशः नैतिक दबावका थप प्रक्रियाहरू अगाडि बढाउँदै जान्छ । आचारसंहिता उल्लङ्घन गर्ने पत्रकारलाई काउन्सिलले दिनसक्ने सबैभन्दा कठोर सजाय भनेको तिनका विरुद्ध खेद वा निन्दा प्रस्ताव पारित गरी पत्रकार परिचयपत्र निलम्बन गर्न सरकारलाई सिफारिश गर्ने हो । तर, प्रजातन्त्रोत्तर (२०४६ सालपछि) कालमा यो तहको दण्डात्मक कार्यवाही काउन्सिलले कुनै पनि पत्रकारलाई गर्नुपरेको छैन । वारम्बार र गम्भीर रूपमा आचारसंहिता उल्लङ्घन गर्नेहरूले पनि कार्यवाहीको प्रारम्भिक चरणमै औल्याइएका त्रुटि-कमजोरी स्वीकार गरी आफूलाई सच्याउने, आत्मालोचना गर्ने र मर्का परेका पक्षसँग क्षमा याचना गरेको पाइन्छ ।

प्रश्नको दोस्रो पाटो, विद्युतीय सञ्चारमाध्यमसँग सम्बन्धित छ । अहिलेसम्म कानुनी तथा व्यावहारिक दुवै हिसाबले इलेक्ट्रोनिक र डिजिटल सञ्चारमाध्यमहरू प्रेस काउन्सिल नेपालको कार्य-दायराभित्र पर्दैनन् । यसका सबै क्रियाकलाप छापामा माध्यमसम्म मात्र सीमित रहँदै आएका छन् । तर भोलिका दिनमा यो व्यवस्था यथावत् नरहन सक्छ । सूचना प्रवाहकको क्षेत्रमा भइरहेको इलेक्ट्रोनिक र डिजिटल माध्यमहरूको व्यापकताले सिर्जना गरेको खाँचो र उच्चस्तरीय मिडिया सुभाव आयोगले केही महिनाअघि सरकारलाई दिएको सुभाव प्रतिवेदनका आधारमा समेत त्यस्ता मिडियाको प्रेस अर्थात् पत्रकारिता पक्षको अनुगमन गर्नका निम्ति तत्काल व्यवस्था गर्नुपर्ने देखिएको छ । मिडिया आयोगले इलेक्ट्रोनिक तथा डिजिटल माध्यमहरूको प्राविधिक, मनोरञ्जन आदि पक्षहरूको नियमनका निम्ति प्रसारण प्राधिकरण गठन गर्ने सुभाव दिएको छ भने प्रेस अर्थात् पत्रकारिताको दायरामा पर्ने सामग्री र त्यस्ता मिडियामा काम गर्ने पत्रकारहरूको आचारसंहिता अनुगमनको दायित्व प्रेस काउन्सिललाई सुम्पिनुपर्ने राय दिएको छ । नेपाल सरकारले आयोगको उक्त सुभावलाई कसरी लिन्छ र कतिसम्म कार्यान्वयन गर्छ भन्ने कुरा अहिलेसम्म स्पष्ट भइसकेको छैन । यदि आयोगको सुभावअनुरूप सरकारले इलेक्ट्रोनिक र डिजिटल मिडिया (रेडियो, टेलिभिजन र अनलाईनसमेत) को प्रेस (पत्रकारिता) पाटोको अनुगमन गर्ने जिम्मेवारी काउन्सिललाई सुम्पियो भने त्यो भविष्यको कुरा हुने भयो ।

प्रश्नको अन्तिम पाटो अर्थात् काउन्सिलको भावी प्राथमिकता के हुने भन्ने पक्ष सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण छ । सङ्क्षेपमा भन्नुपर्दा, प्रेस काउन्सिलका विश्वव्यापी मान्यता र प्राथमिकता नै प्रेस काउन्सिल नेपालका पनि प्राथमिकता र मान्यता हुनुपर्ने छ वा हुने छन् । अर्को शब्दमा भन्दा प्रेसको स्वतन्त्रता र मर्यादामाथि कतैबाट पनि (स्वयं प्रेस र पत्रकारहरूबाट समेत) आँच पर्न नदिनु काउन्सिलको सर्वोच्च सरोकारको विषय हुनेछ । यस निम्ति पत्रकार आचारसंहिताको परिपालना र त्यसको प्रभावकारी अनुगमन काउन्सिलको प्रमुख कार्य हुनेछ । काउन्सिलका क्रियाकलाप मूलतः पत्रकार आचारसंहिताको तर्जुमा, अद्यावधिकीकरण, व्याख्या, प्रचारप्रसार, कार्यान्वयन, अनुगमन, आचारसंहिता उल्लङ्घनसम्बन्धी उजुरीको सुनवाई र उल्लङ्घनकर्तालाई सुधारन र दण्डित गर्नमा केन्द्रित हुनुपर्नेछ । प्रेस काउन्सिलले सम्पूर्ण पत्रकार र सञ्चारमाध्यमसँगै आम नागरिकको समेत आस्था र मन जितेर आफ्नो दायित्व निर्वाह गर्नुपर्नेछ । आफ्नो सम्पूर्ण ध्यान र ऊर्जा आचारसंहिताको कार्यान्वयनमार्फत नेपाली प्रेसको स्वतन्त्रता र उच्च मर्यादा जगेर्ना गर्ने कार्यमा लगाउनुपर्ने भएकोले काउन्सिलले अहिलेसम्म गर्दै आएका

पत्रपत्रिकाको मूल्याङ्कन र वर्गीकरणजस्ता कामको जिम्मेवारी क्रमशः अन्य उपयुक्त निकायमा स्थानान्तरण गर्नु जरूरी देखिन्छ ।

वितरण सम्परीक्षण र वर्गीकरणमा के कस्ता समस्या देखिएका छन् ? यो प्रक्रियालाई अझ बढी वस्तुनिष्ठ, चुस्त र प्रभावकारी बनाउन के गरिनुपर्ला ? पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण गर्ने कार्य नेपाल वा नेपाली प्रेस जगत्का निम्ति सापेक्षतः नयाँ अवधारणा हो । २०४७ को संविधानले प्रेस स्वतन्त्रता सुनिश्चित गरेपछि, २०४९ सालमा गर्जुमा गरिएको राष्ट्रिय सञ्चार नीतिको कार्यान्वयनको क्रममा मात्रै पत्रपत्रिका प्रकाशनमा ठूलो लगानी र पत्रपत्रिकाको वितरण सङ्ख्या (सर्कुलेशन) र स्तर निर्धारण गर्ने प्रक्रिया सुरु भएको हो । मुलुकको आर्थिक-व्यावसायिक आधार साँघुरो भएकाले एक दशकअधिसम्म विज्ञापनको बजारमा निजी क्षेत्रको योगदान अत्यन्तै न्यून थियो । राज्य अथवा सरकार नै सबैभन्दा ठूलो विज्ञापनदाता थियो । त्यसैकारण, पत्रपत्रिकाको वितरण सङ्ख्या र स्तर निर्धारणका निम्ति कतैबाट पनि दबाव सिर्जना हुन सकेन । प्रेस कार्डिनलसलमार्फत स्वतन्त्र सम्परीक्षण समिति (एबीसी) निर्माण गरी मूल्याङ्कन र वर्गीकरणको कार्य आरम्भ भइसक्दा पनि अधिकांश छापामा माध्यमहरूले लामो अवधिसम्म यसतर्फ रुचि देखाएनन् । जब सरकारले आफूले दिँदै आएको लोक कल्याणकारी विज्ञापनको रकममा उल्लेख्य वृद्धि गरी सबै खालका सरकारी विज्ञापन पाउनका निम्ति वितरण सम्परीक्षण भएकै हुनुपर्ने सर्त निर्धारण गर्‍यो, तबमात्र ठूला-साना सबैजसो अखबारहरू 'एबीसी' को दायरामा समेटिन सके । यस्तो भएको चार/पाँच वर्षमात्र बितेको छ । अहिले वर्गीकरणका निम्ति तोकिएको बृहत्तर मापदण्डभित्र पर्ने देशभरका प्रायः सबैजसो प्रकाशनले वर्गीकरणका निम्ति आवेदन दिने गरेका छन् । २०६२ सालको सम्परीक्षणका निम्ति पाँच सयभन्दा बढी प्रकाशनहरूले आवेदन फर्म भरेका थिए । तर तीमध्ये डेढसय जति प्रकाशन तोकिएको मापदण्ड पूरा गर्न नसक्दा वर्गीकरणमा पर्न सकेनन् ।

पत्रपत्रिकाको सम्परीक्षण वर्गीकरणमा अहिले देखिएको सबैभन्दा ठूलो समस्या सम्बद्ध प्रकाशनले दाबी गर्ने विवरणको शुद्धता परीक्षण गर्ने संयन्त्रको अभाव हो । अहिले कुनै अखबार वा पत्रिका कति छापिन्छ र कुन कुन ठाउँमा कसरी वितरण हुन्छ भन्ने कुरा तीनओटा आधारमा तय गरिन्छ । पहिलो, सम्बद्ध प्रकाशनले आवेदन फर्ममा गरेको दाबी । दोस्रो, लेखापरीक्षकले प्रमाणित गरेको विवरण तथा पेश गरिएका खरिद एवम् खर्चका बिल-भौचर । तेस्रो, पत्रिका छापने प्रेसले दिने जानकारी । तेस्रो मापदण्ड निश्चित सङ्ख्या (७ हजार वा १० हजार)

भन्दा बढी प्रति छापिएको दाबी गर्ने प्रकाशनको हकमा मात्र लागू गरिँदै आएको छ । यो प्रावधान सबै प्रकाशनमा लागू गर्न सम्भव पनि छैन ।

सबै प्रकाशनले आफ्नो छपाइ र वितरण सङ्ख्या बढाइ-चढाइ गरेर पेश गर्छन् भन्ने एक खालको आम धारणा रहने गरेको छ । तर, यथार्थ सधैं यस्तो हुँदैन । कैयौं प्रकाशनले जति छापिने हो त्यति नै सङ्ख्या उल्लेख गर्ने गरेको कुरा शुद्धता जाँच्ने क्रममा पुष्टि भएको छ । केही प्रकाशनले त आम अनुमानभन्दा कम सङ्ख्या दाबी गरेको पनि पाइएको छ । तर, पनि बहुसङ्ख्यक प्रकाशनले बढाइ-चढाइ नै दाबी गर्ने गरेको भेटिन्छ । त्यस्तो दाबीलाई लेखापरीक्षकहरूले समेत प्रमाणित गरिदिएका हुन्छन् । वैध लाइसेन्स प्राप्त लेखापरीक्षकले प्रमाणित गरेको विवरणलाई वितरण सम्परीक्षण समिति (एवीसी) ले कसरी असत्य ठहर्‍याउने ? तर लेखापरीक्षकको विश्वासमा पर्दा काउन्सिलको अभिलेखमा बाहेक बजार वा अन्य पुस्तकालय आदिमा कतै पनि नभेटिने पत्रपत्रिकाहरू पनि विभिन्न श्रेणीमा वर्गीकृत हुने स्थिति दोहोरिँदै गएको छ । अहिलेको मापदण्डअनुरूप पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण गर्दा उत्पन्न हुने प्रमुख समस्या नै यही भएको छ ।

यसैकारण पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण र वर्गीकरणको विद्यमान प्रक्रिया र शैलीमा आमूल परिवर्तन जरुरी देखिएको छ । पत्रपत्रिकालाई वर्गीकरणमा आउनको निमित्त लोक कल्याणकारी वा अन्य सरकारी विज्ञापनको लोभ देखाइरहनुपर्ने एक/डेढ दशकअघिको अवस्था अब बाँकी छैन । विज्ञापनको बजारमा निजी क्षेत्रले सरकारलाई उछिर्नसकेको छ । कुनै पत्रिकाको वितरण सङ्ख्या कत्रो र विश्वसनीयता कस्तो छ भन्ने कुरालाई निजी क्षेत्रले वस्तुगत ढङ्गबाटै बुझ्न चाहन्छ । अहिलेको सम्परीक्षण पद्धतिले पत्रपत्रिकाको वितरण क्षेत्र, पाठक सङ्ख्या र विश्वसनीयता एवं प्रभावको स्तरलाई भरपर्दो ढङ्गबाट ठम्याउन र प्रस्तुत गर्न नसकेकै कारण निजी क्षेत्रका कतिपय ठूला विज्ञापनदाताहरूले छुट्टै बजार सर्वेक्षणसमेत गराउने गरेका छन् । निजी क्षेत्र सक्षम नभइसकेको अवस्थामा सरकारले लगानी गरी प्रेस काउन्सिलमार्फत पत्रपत्रिकाको सम्परीक्षण सुरु गराइदिनु एक/डेढ दशक अघिको स्थितिमा आवश्यक र समयसापेक्ष थियो, तर आज निजी क्षेत्र नै त्यस निमित्त सक्षम भइसकेको अवस्थामा पुरानै पद्धतिलाई निरन्तरता दिनुको औचित्य देखिँदैन । हो, निजी क्षेत्रलाई यस कार्यमा लाग्न प्रोत्साहन गर्न र आर्थिक-प्राविधिक सहयोग जुटाइदिन सुरुमा सरकारले ध्यान दिनुपर्छ । मान्यता प्राप्त संस्थाबाट वर्गीकृत नभएका पत्रपत्रिकाले कुनै पनि विज्ञापनका लागि साधिकार दाबी गर्न नपाउने र वर्गीकरण शुल्क सम्बद्ध प्रकाशनले नै तिर्ने व्यवस्था गर्न अब अलमलिनुपर्ने स्थिति छैन । आखिर, लोकतान्त्रिक विश्वमा जहाँ पनि यस्तै हुने गरेको छ ।

पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण र वर्गीकरण प्रक्रियालाई चुस्त, वस्तुनिष्ठ र प्रभावकारी बनाउन माथि भनिएभैं सर्वप्रथम यो दायित्व प्रेस काउन्सिल र सरकारबाट भिक्नुपर्छ । तर त्यतिले मात्रै पुग्दैन । स्वतन्त्र सम्परीक्षण समिति (एबीसी) ले बजार सर्वेक्षणलाई मूल आधार मानी पत्रपत्रिकाको वितरण सङ्ख्या र विश्वसनीयताको स्तर निर्धारण गर्न पाउनुपर्छ । वैकल्पिक व्यवस्था नहुँदासम्मका लागि विद्यमान संरचनाभित्रै पनि बजार सर्वेक्षणको परिणामलाई पत्रपत्रिकाको पहुँच या वितरण स्थिति यकिन गर्ने आधार बनाइनु उचित हुन्छ ।

**वर्गीकरणका आधारमा पत्रपत्रिकाले लोक कल्याणकारी विज्ञापनबापत केही आर्थिक सहयोग पाउँछन् । यसको प्रक्रिया र उपादेयता के हो ?**

पत्रपत्रिकाको वर्गीकरण र लोक कल्याणकारी विज्ञापनका बीचमा अविच्छिन्न सम्बन्ध छैन । प्रेस काउन्सिलमार्फत स्वतन्त्र रूपमा पत्रपत्रिकाको सम्परीक्षण र वर्गीकरण हुन्छ । उता सरकारले त्यही वर्गीकरणलाई आधार बनाई कुन श्रेणीमा पर्ने पत्रिकालाई कति रकम बराबरको विज्ञापन (आर्थिक सहयोग) दिने भन्ने नीति बनाउने गरेको छ । पत्रपत्रिकाको सम्परीक्षण गर्नमा सम्परीक्षण समिति (एबीसी) र प्रेस काउन्सिल स्वतन्त्र छन् । त्यसमा सरकारको संलग्नता रहदैन । त्यसै गरी वर्गीकृत भइसकेपछि कुनै पत्रिकाले सरकारी सहूलियत पाउँछ, वा पाउँदैन, कति पाउँछ, अथवा कसरी पाउँछ, भन्ने सवालमा काउन्सिल र एबीसीको कुनै भूमिका हुँदैन । सरकार (सूचना विभाग) ले दिएको विज्ञापन सामग्री नछाप्री वर्गीकरणको उच्च श्रेणीमा परेका पत्रिकाले पनि आर्थिक सहूलियत पाउन सक्दैनन् ।

लोक कल्याणकारी विज्ञापनका नाउँमा नेपाली प्रेसले सरकारी अनुदान पाउन थालेको २०१६ सालबाटै हो । त्यति बेला भर्खरै स्थापित प्रजातान्त्रिक सरकार र त्यसका नेताहरूलाई खट्केको स्वतन्त्र प्रेस अनि मुलुकको विपन्न आर्थिक अवस्थाका कारण त्यस्तो सहूलियतको थालनी भएको हुनसक्छ । २०१७ सालदेखि २०३७ को जनमत सङ्ग्रह कालसम्म पनि सरकारी ढुकुटीबाट प्रेसलाई पैसा बाँड्ने क्रम जारी राखियो— तर अत्यन्त पक्षपाती ढङ्गबाट तत्कालीन निरङ्कुश शासन व्यवस्थाका पृष्ठपोषकले मात्रै पाउने गरी । ‘सरकारी हण्डी’ भनेर यही कालखण्डमा यो बढनाम पनि भयो । २०३७ सालको जनमत सङ्ग्रहपश्चात् सहूलियत वितरणमा केही उदारता आयो । त्यसपछिका धेरै वर्षसम्म सरकारी अनुदान रकम नेशनल ट्रेडिङ लिमिटेडले लिने र उसले पत्रपत्रिकालाई ‘सहूलियत’ दरमा कागज उपलब्ध गराउने प्रथा चालू रह्यो । पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षणको क्रम सुरु भएपछि, सूचना विभागले दिएको विज्ञापन सामग्री छापेर पत्रपत्रिकाले सीधै नगद भुक्तानी प्राप्त गर्न थालेका हुन् ।

भनिएअनुसार, २०१६ सालताका सरकारले दिने अनुदानले एउटा पत्रिकाको मासिक आम्दानी वा खर्चमा उल्लेख्य भूमिका निर्वाह गर्दथ्यो । तर आज स्थिति त्यस्तो छैन । पाठकसम्म पुग्ने वा पाठकले किनेर पढ्ने कुनै पनि पत्रिका लोक कल्याणकारी विज्ञापनका नाममा प्राप्त हुने सरकारी अनुदानमा निर्भर रहन सक्दैनन् । यस्ता पत्रपत्रिका विक्री या व्यावसायिक विज्ञापनबाट हुने आम्दानीबाट चल्ने गर्दछन् । लोक कल्याणकारी विज्ञापनबाट हुने आम्दानीले तिनको नाफा घाटामा खासै स्थान ओगट्दैन । तर यसको अर्थ बजारमा स्थापित पत्रपत्रिकालाई यसले अलिकति पनि बल दिएको छैन भन्ने चाहिँ होइन ।

अहिले लोक कल्याणकारी भनिने गरेको सरकारी विज्ञापनको उपादेयता मोफसलको हुर्कदो पत्रकारिताका निमित्त भने २०१६ सालको जतिकै महत्त्वपूर्ण छ भनेर मान्न सकिन्छ । सानो अर्थतन्त्र, सानो कारोबार, सानो बजार र सीमित पाठक सङ्ख्या भएका स्थानबाट प्रकाशित पत्रपत्रिकाहरूको निमित्त मासिक ५-७ हजार रुपियाँको सहयोगले राम्रै भरथेग गर्न सक्छ । यो सन्दर्भमा, लोक कल्याणकारी विज्ञापनको औचित्य अबै बाँकी रहेको निष्कर्ष निकाल्न सकिन्छ । तर, मोफसल र नेपालीबाहेक नेपालका अन्य भाषाभाषीहरूमा प्रकाशित पत्रपत्रिकालाई राज्यका तर्फबाट सार्थक सहयोग पुऱ्याउनका निमित्त लोक कल्याणकारी विज्ञापनद्वारा सिर्जित विकृति र विसङ्गतिहरूलाई निर्मूल पार्न नसके पनि न्यूनीकरण चाहिँ गर्नुपर्छ । त्यो विकृति भनेको, पाठक-बजारको सट्टा सूचना विभाग र पत्रिका वर्गीकरण गर्ने निकाय (प्रेस काउन्सिल) लाई मात्र ध्यानमा राखी सीमित प्रति पत्रिका उत्पादन गर्ने प्रथा हो । यो विकृति देशव्यापी फैलिएको छ । यसको बढ्दो विस्तारसँग जुध्न काउन्सिल र एबीसीलाई धौ धौ परिरहेको छ । यसरी वर्गीकरण प्रयोजनका निमित्त मात्र पत्रिका निकाल्ने प्रकाशनहरू लोक कल्याणकारी विज्ञापनबाट 'मालामाल' बनेका छन् भने देश र जनताका निमित्त साँच्चिकै पत्रकारिता गर्नेहरू भने अहिले पनि सङ्घटकै स्थितिमा आफ्नो दायित्व निर्वाह गरिरहेका छन् ।

**पत्रपत्रिकाको सङ्ख्यात्मक वृद्धि सँगसँगै तिनले कसैको मानहानि तथा चरित्रहत्या गरेका अथवा अन्य हिसाबले आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेका घटना पनि बढ्दै छन् । तिनको नियन्त्रण वा न्यूनीकरणमा प्रेस काउन्सिलको कस्तो भूमिका हुनसक्छ ?**

पत्रपत्रिकाको सङ्ख्यात्मक वृद्धिसँगै मानहानि, चरित्रहत्या जस्ता आचारसंहिता उल्लङ्घनका घटनाहरूको सङ्ख्या बढेको छ भने त्यसलाई स्वाभाविक पनि मान्नुपर्ने हुन्छ । साँघुरा सडकमा धेरै सवारी साधन गुड्नुपर्दा दुर्घटना बढेभैं

सानो बजारमा धेरै मिडियाबीच प्रतिस्पर्धा भएका कारण पनि त्यस्ता घटना र प्रवृत्ति बढ्छन् । यस्तो प्रवृत्तिलाई दुई किसिमले न्यूनीकरण गर्न सकिन्छ । पहिलो, बजार विस्तार गरेर । यहाँ बजार भन्नाले पत्रपत्रिका खपत हुने खास भौगोलिक क्षेत्रमात्र नभई पत्रकारिताको विधा, शैली र प्रविधिलाई समेत बुझ्नुपर्छ । प्रायः सबैजसो मिडिया अथवा पत्रपत्रिकाहरू परम्परागत रूपमा स्थापित बजार (सहर आदि), शैली, विधा र प्रविधिमै भुम्भिएका छन् । उदाहरणको निम्ति, छाप्रा माध्यमले अहिलेसम्म मुख्यमुख्य सहरी क्षेत्र र आसपासमा बसोबास गर्ने करिब ३० प्रतिशत जनसङ्ख्यालाई मात्र आफ्नो लक्षित बजारका रूपमा ठम्याएका छन् । यो दायराभन्दा बाहिर रहेका भएपछि ७० प्रतिशतमध्ये एक चौथाई मात्रै जनसङ्ख्यालाई समेटेर पनि छुट्टै बजार सिर्जना गर्न सकिन्छ । सञ्चार प्रविधि र पूर्वाधारमा भएको विस्तारले यस्ता नयाँ नयाँ बजारहरूलाई सम्भाव्य तुल्याउँदै जान्छ । त्यस्तै, शैली र विधागत दृष्टिले नेपालका अखबार वा पत्रपत्रिकामा मौलिक भिन्नता फेला पार्न अहिले सजिलो छैन । शैली र विधा फरक भएको प्रकाशनले पुरानै ठाउँमा पनि नयाँ बजार (विषयवस्तु, पाठक र विज्ञापनकर्ता) सिर्जना गर्न सक्छ । बजार ठूलो पार्नु अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा न्यून गर्ने एउटा उपाय हो ।

तर, सडक फराकिलो पाँदैमा दुर्घटनाको क्रम बन्द हुन्छ भनेर ढुक्क हुन नमिलेजस्तै, बजार र शैलीगत एवं विधागत विविधता थपिँदैंमा प्रेस जगतका विसङ्गतिहरू निर्मूल हुने विश्वास गर्न सकिँदैन । मानिसमा हुने लोभ, आलस्य, हेलचेक्रचाईजस्ता अवगुणहरूले मौका पाउनासाथ शिर ठड्याइहाल्छन् । त्यस्तो हुन नदिन कसैले निरन्तर निगरानी गरिराख्नु र तोकिएको सीमा नाघेलाई दण्डित गर्नु जरुरी हुन्छ । पत्रकार आचारसंहिता उल्लङ्घन गरी कसैको मानमर्दन गर्ने प्रकाशन होस् या पत्रकार-उसलाई सुभावा दिने, सुधारने र आवश्यक परे नैतिक रूपमा दण्डित गर्ने निकाय भनेको प्रेस काउन्सिल हो । संसारका प्रायः सबैजसो प्रजातान्त्रिक समाजमा यस्तै व्यवस्था छ । नेपालमा पनि प्रजातान्त्रिक विश्वकै अवधारणालाई साकार पार्न खोजिएको छ । तथापि, हाम्रो स्वतन्त्र प्रेसको इतिहास धेरै लामो नभएका कारण यो अवधारणाले जरो गाड्न र सरोकारवाला पक्षहरूको मन-विश्वास जित्न बाँकी छ । '१९ माघ (२०६१)' जस्ता प्रजातन्त्र र प्रेस स्वतन्त्रताविरोधी घटनाले आचारसंहिताको कार्यान्वयन, प्रभावकारिता र विश्वसनीयतालाई पर घर्चेटिदिन्छ । पूर्ण प्रजातन्त्र र प्रेस स्वतन्त्रता भएको अवस्थामा मात्र आचारसंहिता सार्थक हुनसक्छ । राज्य, समाजमा डण्डा-बन्दूक हावी भएको बेलामा आचारसंहिताको वकालत गर्नुको कुनै औचित्य रहँदैन । यो सन्दर्भमा '१९ माघ' र त्यसपछिको करिब डेढ वर्षको निरङ्कुश शासनले



आचारसंहितामार्फत नेपाली प्रेसलाई मर्यादित र जनताप्रति उत्तरदायी तुल्याउने प्रयास खण्डित तुल्याई कैयौं वर्षअघिको स्थितिमा फर्काइदियो । १९ माघसँगै सुपुप्त भएको काउन्सिलको आचारसंहिता अनुगमन उपसमिति, लोकतन्त्र पुनर्स्थापना भएको छ/सात महिना वित्दासम्म पनि पुनः जागृत गर्न कठिन भइरहेको छ । निरङ्कुश कालमा भएको प्रेस माथिको दमनको फलको नमेर्टाँदासम्म पत्रकार वा सञ्चारमाध्यमलाई चिठी लेखेर आचारसंहिता सम्झाउन सजिलो छैन ।

तथापि, आचारसंहितामार्फत प्रेसलाई आत्मसंयमित, मर्यादित र व्यक्ति एवं समाजप्रति जिम्मेवार तुल्याउने दायित्व प्रेस काउन्सिलको नै हो । माथि एक प्रसङ्गमा भनिएभैं, भविष्यमा प्रेस काउन्सिलले आफ्नो सम्पूर्ण ऊर्जा यही कार्यमा लगाउनेछ ।

पत्रकार आचारसंहितामा विज्ञापनलाई समाचार बनाउन नमिल्ने सन्दर्भ उल्लेख छ । तर समाचारलाई विज्ञापन बनाउन पाइने कि नपाइने भन्नेबारे केही उल्लेख छैन ? अचेल कुनै व्यक्ति वा संस्थाले आफ्नाबारे छापिएको सामग्रीप्रति आपत्ति जनाउँदै विभिन्न पत्रिकामा विज्ञापनका रूपमा प्रेस विज्ञापित छापे गरेको पाइन्छ । यस्तो गर्न मिल्छ कि मिल्दैन ? अर्को कुरा, 'भोलि बन्द या चक्काजाम गरौं' भन्ने आग्रहको विज्ञापन प्रकाशन गर्न पाइन्छ कि पाइँदैन ?

सरसर्ती पढ्दा वा सुन्दा उस्तै लागे पनि विज्ञापनलाई समाचार बनाउनु र समाचारलाई विज्ञापन बनाउनुमा पर्याप्त भिन्नता हुन्छ । पत्रकार आचारसंहिताले विज्ञापनलाई समाचारका रूपमा प्रस्तुत गर्न बन्देज लगाउनु जायज र पत्रकारिताको विश्व प्रचलित मान्यताअनुरूप नै छ । तर 'समाचार' लाई कसैले विज्ञापनका रूपमा छाप वा प्रसारण गर्न पाइँदैन भनेर आचारसंहिता बनाउनु तर्कसङ्गत नहुन सक्छ । किनभने जुन कुरा घोषित रूपमै विज्ञापनका रूपमा प्रकाशित वा प्रसारित भएको हुन्छ, त्यो विज्ञापन नै ठहर्छ, त्यसलाई 'समाचार' हो भन्ने आधार नै हुँदैन, बढीमा त्यो 'सूचना' सम्ममात्र हुनसक्छ । यहाँ, 'सूचना' र 'समाचार' बीचको अन्तर ख्याल गर्नु महत्त्वपूर्ण हुन्छ । विज्ञापनका रूपमा प्रकाशित/प्रसारित सूचनामा 'समाचार' बन्न सक्ने विषयवस्तु अन्तर्निहित हुनसक्छ, तर त्यसो हुँदैन कुनै पनि सूचनालाई 'समाचार' को श्रेणीमा राख्न सकिँदैन ।

दोस्रो कुरा, सूचना प्रवाह गर्ने व्यक्ति वा संस्थाको नैसर्गिक अधिकारलाई पत्रकारको आचारसंहिताले छेकवार लगाउन मिल्दैन । त्यतिमात्र हैन सूचना प्रवाह गर्ने शैली छनोट गर्न पनि व्यक्ति/संस्थाहरू स्वतन्त्र हुन्छन् । कसैले आफ्नो

वस्तु वा सेवाको प्रचार गर्न तमसुक अर्थात् “लिखितम धनीका नाम...” को शैली अपनाउन सक्छ भने अर्कोले ‘ब्रिकिड न्यूज’ को खाकामार्फत आफ्नो सूचना/सन्देश प्रति पाठक श्रोता वा दर्शकको ध्यान आकृष्ट गर्न सक्छ। पूर्णतः समाचारको शैलीमा प्रस्तुत गरिएको भए पनि विज्ञापन वा सूचना ‘समाचार’ को श्रेणीमा पर्न सक्दैन, त्यो विज्ञापन नै ठहर्छ। ‘समाचार’ ले पत्रकारिताको विधि/मान्यतासँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्छ तर विज्ञापनका रूपमा सूचनाको प्रवाह पत्रकारिताभन्दा बाहिर पनि उत्तिकै हुनसक्छ।

कुनै व्यक्ति वा संस्थाले आफ्ना सम्बन्धमा छापिएको (समाचार) सामग्रीप्रति आपत्ति जनाउँदै विज्ञापनका रूपमा प्रेस विज्ञापित छपाउने गरेको तपाईंको प्रसङ्ग अत्यन्त सान्दर्भिक छ। यस्तो गर्न पाइन्छ कि पाइँदैन भन्ने प्रश्नको छोटो जवाफ “पाइँदैन” भन्ने नै हो। यस्तो प्रवृत्तिलाई पत्रकार आचारसंहिताले निषेध गर्न खोजेको छ, ‘समाचारको खण्डन विज्ञापनमार्फत गर्न पाइँदैन’ भनेर। तर यो प्रावधानले विज्ञापनकर्तालाई नभई सञ्चारमाध्यमलाई लक्षित गरेको छ। आफ्नै वा अर्को सञ्चारमाध्यम (खासगरी पत्रपत्रिका) मा प्रकाशित/प्रसारित समाचार सत्य असत्य जे भए पनि विज्ञापनका रूपमा खण्डन प्रकाशित गर्ने समस्या नेपाली पत्रकारितामा अझै विद्यमान छ। त्यसरी आफ्नै वा अर्को पत्रपत्रिकाको समाचारको खण्डन विज्ञापनका रूपमा प्रकाशित गर्ने प्रायः प्रत्येक पत्रपत्रिकाका सम्पादकलाई प्रेस काउन्सिल नेपालले बारम्बार सचेत गराउँदै आएको छ। कतिपय सम्पादकहरू, ‘विज्ञापनको कुरा हामीलाई थाहा हुँदैन’ भनेर पन्छिने गरेका छन् भने, ‘त्यस्तो गल्ती भविष्यमा नदोहोर्‍याउने’ वचन दिने सम्पादकहरूको सङ्ख्या ठूलो हुँदै गएको छ। प्रेस काउन्सिलले सचेत गराएपछि, केही प्रकाशनले त्यस प्रकारको विज्ञापन स्वीकार नगर्ने नीति बनाएर कार्यान्वयनसमेत गर्न थालेको जानकारी गराएका छन्। काउन्सिलको यो प्रयास हाल राजधानीमा प्रायः सीमित रहेको छ। मोफसलमा यस्तो समस्या बढी चर्को रूपमा देखिँदै गएको छ। मोफसलका पत्रिका अत्यन्त हिलोमात्र काउन्सिलमा प्राप्त हुने हुँदा त्यहाँको समस्यालाई सम्बोधन गर्न काउन्सिललाई व्यावहारिक कठिनाई परेको छ।

आफ्नै वा अर्को पत्रिकाको समाचारलाई विज्ञापनका रूपमा खण्डन छापने समस्याको मुख्य कारण सम्पादकहरूमा पत्रकारिताको आधारभूत मर्मको ज्ञान र त्यसप्रतिको प्रतिबद्धताको कमी पाइएको छ। पत्रकारितालाई ‘एउटा कमाउने मेलो’ मात्र ठान्ने कतिपय सम्पादकहरूले आचारसंहिता र काउन्सिलको आग्रहलाई महत्त्व दिने गर्दैनन्। ‘पेशागत धर्म निर्वाह गर्छु’ भन्नेहरूमा पनि आफूबाट भएको त्रुटि-असावधानी सच्याउने तत्परता अत्यन्त न्यून भेटिन्छ। गल्ती सच्याउँदा

आफू 'सानो होइने' अहङ्कारबाट कतिपय कहलिएका सम्पादकहरू पनि मुक्त भेटिँदैनन् । परिणामतः त्यस्ता सम्पादक-पत्रकारको जान-अनजान भूलबाट मारमा परेकाहरू पैसा तिरेरै भए पनि आफ्नो कुरा सार्वजनिक गर्न विवश हुन्छन् । पत्रकारिताका नाममा यस्तो विवशताको लाभ उठाउन चाहनेहरू यो पेशाबाट विस्थापित नहुँदासम्म, समाचारका रूपमा वा 'सच्याइएको' भनेर आउनुपर्ने जानकारीहरू विज्ञापनका रूपमा आउने क्रम रोकिनसक्ने छैन । यस निमित्त, सञ्चारमाध्यमका उपभोक्ता अर्थात् पत्रिकाका पाठक, रेडियोका श्रोता र टेलिभिजनका दर्शकको सचेतना नै जरूरी हुन्छ । अर्को भाषामा भन्दा, प्रेसका उपभोक्तामा पत्रकारिताको सीमा र दायित्वका बारेमा न्यूनतम ज्ञान हुनुपर्छ । जस्तो, कुनै पत्रिकाले असत्य समाचार छापेको छ भने पत्रिकाका पाठक वा त्यस्तो असत्य समाचारका कारण मर्कामा परेको पक्षले सम्बन्धित सम्पादकलाई सच्याउन आग्रह गर्नुपर्छ । यदि कुनै सम्पादकले आफ्नो गल्ती सच्याउन मान्दैन भने पीडित वा सरोकारवाला पक्षले प्रेस काउन्सिल वा अदालतको ढोका ढक्क्याउन जानुपर्छ ।

कुनै सम्पादकले गरेको त्रुटि सच्याउने प्रथम दायित्व उसैको हुन्छ । सम्बन्धित सम्पादकलाई गल्ती सच्याउने मौका नदिई प्रेस काउन्सिलले कारवाही अगाडि बढाउन सक्दैन । अझ स्पष्ट भाषामा भन्नुपर्दा, कुन पत्रिकामा समाचार वा लेख छापियो र त्यसबाट कसैप्रति अन्याय भएको छ भने अन्यायमा पर्ने पक्षले सर्वप्रथम सम्बन्धित सम्पादकलाई लिखित रूपमा असत्य कुरा वा गल्ती सच्याउन आग्रह गर्नुपर्दछ । सम्पादकले त्यस्तो आग्रहलाई स्वीकार गरी चित्तबुभ्दो ढङ्गबाट खण्डन वा स्पष्टीकरण प्रकाशित गर्न नमानेको अवस्थामा सम्पूर्ण विवरणसहित प्रेस काउन्सिलमा उजुरी दिनुपर्छ । यसपछिको प्रक्रिया काउन्सिलले नै अधि बढाउँछ ।

जहाँसम्म, "भोलि बन्दमा चक्का जाम गरौं" भन्ने आग्रहको विज्ञापन प्रकाशन गर्न पत्रकार आचारसंहिताले अनुमति दिन्छ कि दिँदैन भन्ने प्रश्न छ, यसको छोटकरी जवाफ दिन मिल्दैन । किनभने त्यस्तो विज्ञापन वा सूचना कुन सन्दर्भ र समयमा कस्तो, कसको र कतिको स्वार्थसँग गाँसिएर आएको छ भन्ने कुराले बढी महत्त्व राख्छ । सन्दर्भ र परिस्थितिले एउटा कालखण्डमा त्यस्तो विज्ञापन छापनु उचित देखिन सक्छ भने अर्को कालखण्डमा अनुचित । दृष्टान्त दिएर भन्नुपर्दा, राजाको निरङ्कुश शासनको अन्त्यका निमित्त यदि २०६२/६३ को जनआन्दोलनताका त्यस्तो विज्ञापन प्रकाशित भएको रहेछ भने प्रेस काउन्सिलले अहिले पनि त्यसलाई जायज ठहर्‍याउन सक्ला । तर, भोलि आठै दलको सहमतिमा

फेरि संविधानसभाको चुनावको तिथि तोकियो र त्यस अवस्थामा कुनै पत्रिकाले संविधानसभाको चुनाव कुनै हालतमा पनि हुन दिनुहुँदैन भनी चुनावलाई असर पार्ने गरी चक्का जाम वा हडतालको सूचना विज्ञापनका रूपमा प्रकाशित गर्‍यो भने त्यतिवेला निर्वाचन आचारसंहिता र पत्रकार आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेको आरोपमा दण्डसमेत हुनसक्छ । यो दृष्टान्तबाट बुझ्नुपर्ने कुरा के हो भने, पत्रकार आचारसंहिताको व्याख्या समय र सन्दर्भप्रति निरपेक्ष भएर गर्न मिल्दैन ।

**प्रेस काउन्सिलको बोर्डमा क्रियाशील पत्रकारहरूलाई लिइने गरिन्छ । यसो गर्दा उनीहरूले नै लेखेको समाचारले अथवा उनीहरू आबद्ध मिडियाले आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेको मुद्दा हेर्ने निकायमा उनीहरू नै बसेजस्तो भएन र ?**

सरसर्ती हेर्दा तपाईंको आशङ्का सही लाग्छ । तर व्यवहारमा ठाकाके त्यस्तो हुँदैन । पहिलो कुरा त काउन्सिलको अध्यक्ष पदमा सधैं क्रियाशील पत्रकारमात्रै नियुक्त हुँदैनन् । जस्तो प्रजातन्त्र पुनर्बहालीपछिको पहिलो काउन्सिलको नेतृत्व एकजना वरिष्ठ अधिवक्ताले गर्नुभएको थियो भने त्यसपछि काउन्सिलले गोपालदास श्रेष्ठजस्तो अनुभवी, योग्य, परिपक्व र 'श्रेष्ठ' पत्रकारलाई अध्यक्षका रूपमा पायो । दोस्रो कुरा, काउन्सिलमा सक्रिय पत्रकारबाहेक अन्य सदस्यहरू पनि रहने गरेका हुन्छन्, जस्तो, सांसद, साहित्यिक पत्रकार आदि । आचारसंहिता उल्लङ्घनसम्बन्धी उजुरीहरूको सुनवाई गर्ने उपसमितिको बैठकमा नेपाल बार एसोसिएसनका अध्यक्ष वा प्रतिनिधिलाई आमन्त्रित सदस्यको रूपमा निम्त्याइने गरेको छ । उजुरी वा विषयको प्रकृति हेरी आवश्यकताअनुरूप अन्य विशेषज्ञ वा संस्थागत प्रतिनिधिहरूलाई पनि आचारसंहिता अनुगमन उपसमितिमा सदस्यका रूपमा राख्न सकिने प्रवधान छ । उक्त उपसमितिको संयोजक कानुनी पृष्ठभूमि भएका काउन्सिलका वरिष्ठ सदस्य अथवा काउन्सिलका अध्यक्ष नै रहने परिपाटी पनि रहिआएको छ ।

पत्रकार आचारसंहिता परिपालना गराउने मुख्य दायित्व बोकेको काउन्सिलका सदस्यहरू स्वयंले आचारसंहिता उल्लङ्घन गर्ने छैनन् भन्ने काउन्सिल-ऐनका मस्यौदाकारहरूको मान्यता र विश्वासले गर्दा पनि त्यस किसिमको संरचना निर्माण भएको हुनसक्छ । तथापि व्यवहारमा चाहिँ, कुनै सदस्य सम्बद्ध रहेको सञ्चारमाध्यमविरुद्ध आचारसंहिता उल्लङ्घनको उजुरी परेमा त्यसको सुनुवाई र निर्णय गर्दा निजको अनुपस्थितिलाई अनिवार्य गराउन सकिन्छ । आजसम्म त्यस्तो अवस्था आइपरेको देखिँदैन ।

यदि तपाईंको प्रश्नको आशय प्रेस काउन्सिलमा पत्रकारभन्दा अन्य पेशा-विधाका व्यक्तिहरूको बाहुल्य हुनुपर्छ भन्ने हो भने त्यसमा सहमत हुन भन्नु कठिन हुन्छ। उन्नत लोकतान्त्रिक समाजमा राज्य वा कानूनद्वारा स्थापित काउन्सिलसमेत अमान्य हुँदै गएका छन्। त्यस्तो समाजमा सङ्घ, क्लब खोलेभैं पत्रकारहरू स्वयंले आचारसंहिताको तर्जुमा र स्वतन्त्र प्रेस काउन्सिलको स्थापना गर्न थालेका छन्। यसो गर्नुको एकमात्र लक्ष्य प्रेसलाई सर्वैतिरबाट स्वतन्त्र र उन्मुक्त राख्ने नै हो। प्रेस जगतका समस्या र विसङ्गितको समाधान स्वयं पत्रकारहरूले नै निर्मूल गर्नुपर्छ भन्ने मान्यता लोकतान्त्रिक समाजमा क्रमशः व्यापक हुँदै गएको छ।

**पुराना पत्रपत्रिकाको संरक्षण वा अभिलेखीकरण कसरी भइरहेको छ ? यो काम अहिले के कस्तो अवस्थामा छ ? सर्वसाधारणले त्यसको सहज उपयोग कसरी गर्न सक्छन् ?**

काउन्सिलको अभिलेखमा २०३१ सालदेखिका पत्रपत्रिका सङ्ग्रहित छन्। २०३१-२०६२ सम्मका 'ब्रोडसिट' दैनिक र साप्ताहिक पत्रपत्रिकाहरूको डिजिटल संस्करण तयार पार्ने काम प्रायः सकिएको छ। सिडीमा सुरक्षित यस्ता पत्रपत्रिका कम्प्युटरको माध्यमबाट सजिलै पढ्न अथवा अन्य प्रयोजनमा ल्याउन सकिन्छ।

काउन्सिलमा उपलब्ध सामग्रीहरू प्रयोग गर्न सर्वसाधारणलाई कुनै रोकटोक छैन। तर पनि खास गरी सिडीमा सुरक्षित पत्रपत्रिकाको उपयोगलाई सहज पार्न सकिएको छैन। मास्टर सिडीबाट उतारेर नयाँ सिडीमै आफूलाई चाहिएको विषयवस्तु शुल्क तिरेर लैजान जति सजिलो छ, कुनै चारओटा प्रकाशनका चार पृष्ठ अध्ययन गर्न चाहनेलाई त्यति नै कठिन र महँगो पर्छ। यसो हुनुको मुख्य कारण साधन-स्रोत र सामान्य शुल्क दिएर-लिएर सेवा प्राप्त गर्ने तथा उपलब्ध गराउने संस्कारको अभाव पनि हो। भोलिका दिनमा यसमा अवश्य पनि सुधार आउनेछ।

**मिडिया विकास कोषको विगतको उपलब्धि के हो र यसको निरन्तरता आवश्यक छ कि छैन ? छ भने किन र छैन भने किन ?**

मिडिया विकास कोष राजधानीबाहिरको पत्रकारितालाई टेवा पुऱ्याउन सुरु गरिएको अत्यन्त सकारात्मक र ठोस पहल हो। यसको उपलब्धि भनेको एक दशकअघिको तुलनामा मोफसलको पत्रकारितामा अहिले देखिने उत्साहप्रद भिन्नता हो। मोफसलको पत्रकारितामा आएको गुणात्मक सुधारको सम्पूर्ण श्रेय

सीधै मिडिया विकास कोषलाई दिन नमिल्ला, तर आवश्यक लगानी गरेर गुणस्तरीय उत्पादन दिने हो भने स्थानीय पत्रकारिता पनि आफ्नो खुट्टामा उभिन सक्छ, भन्ने दृष्टान्तमार्फत कोषले प्रेसमा लगानी गर्ने विश्वासको वातावरण बनाइदिएको छ। कोषले लगानी गरेका अधिकांश पत्रपत्रिका आज पाठकबीच लोकप्रिय मात्र भएका छैनन्, आर्थिक हिसाबले पनि अरूभन्दा सबल देखिएका छन्। कोषको ऋण कार्यक्रमको सफलताले गर्दा प्रेस उद्योगमा लगानी गर्न अन्य वित्तीय संस्थाहरूको मनोबल बढेको छ। अर्थात् देशभर लगानी र व्यवसाय विस्तारको अनुकूल एवं विश्वासको वातावरण बन्नु नै मिडिया विकास कोषमार्फत हासिल भएको सबैभन्दा महत्त्वपूर्ण उपलब्धि हो।

मिडिया विकास कोषको निरन्तरता भौलिका निमित्त उपयोगी र आवश्यक हुनसक्छ। देशमा सञ्चार, यातायात र सहरीकरणजस्ता पूर्वाधारहरूको विस्तारसँगै प्रेस र पत्रकारिताको निमित्त बजार निर्माण हुँदै जान्छ। भइरहेका सहर-बस्तीहरू फैलिँदै जाँदा तिनको खाँचो पूरा गर्न प्रेस-पत्रकारिताको विद्यमान आकार-प्रकार र संरचनामा पनि समयानुकूल विस्तार जरुरी हुन्छ। मुद्रण र सञ्चारका प्रविधिहरू दिन प्रतिदिन चुस्त र कफायती हुँदै गएका छन्। पुरानो प्रविधि त्यागेर नौलो प्रविधिमा जाने काम सामान्य व्यवसायीका निमित्त जहिले पनि जोखिमपूर्ण हुन्छ। त्यस्तो स्थितिमा मिडिया विकास कोषजस्ता संस्थाले सहजकर्ता वा अगुवाको भूमिका निर्वाह गर्न सक्छन्। मिडिया विकास कोषले हिजोका दिनमा भैँ सधैँ प्रिन्टिङ प्रेस र कम्प्युटर खरिदमै लगानी गर्नुपर्छ भन्ने छैन। पत्रकारिता अर्थात् सूचना सङ्कलन र प्रवाहका क्षेत्रमा जुन माध्यम प्रभावकारी हुँदै जान्छन्, कोषले त्यसमै लगानी गर्न सक्छ। उदाहरणका निमित्त दस वर्षपछिको नेपालमा एफएम रेडियो वा अनलाईन पत्रकारिता-सूचना प्रवाहको मूलधार बन्यो भने कोषले त्यतिबेला प्रिन्टिङ प्रेसमा हैन, रेडियो र अनलाईनमै सघाउन सक्छ। त्यति मात्र हैन, नेपालको पत्रकारिताको विकासका निमित्त पत्रकारिताका राम्रा किताब अथवा आचारसंहिताको सही पालना सहायक सिद्ध हुन्छन् भने कोषको प्राथमिकता पनि त्यही हुनसक्छ। तसर्थ, भइरहेको कोषलाई समयसापेक्ष खाँचो पूरा गर्ने स्रोतका रूपमा निरन्तरता दिनु नै उचित देखिन्छ।

**काउन्सिलको विद्यमान संयन्त्रभिन्न रहेर अहिले गरिरहेका सबै कामलाई प्रभावकारी रूपमा निरन्तरता दिन सकिएला ?**

कठिन छ। विद्यमान संरचना अर्थात् ऐन-नियम, सङ्गठनको स्वरूप, त्यसको गठन प्रक्रिया, साधनस्रोत र तोकिएको जिम्मेवारी परिणाममुखी- काम गर्नेभन्दा बढी देखावटी प्रकृतिको छ। पत्रपत्रिकाको वर्गीकरण होस् या आचारसंहिताको

अनुगमन— ती जिम्मेवारी वस्तुनिष्ठ र जनअपेक्षाअनुरूप निर्वाह गर्नका निम्ति चाहिने आर्थिक र मानवीय दुवै साधनको अभाव छ । राज्यले वर्षेनी दिने अनुदान काउन्सिललाई न्यूनतम तहमा सजीव राख्न मात्र पर्याप्त छ । काउन्सिलको छुट्टै आमदानीको स्रोतको व्यवस्था गरिएको छैन । आचारसंहिता अनुगमन होस् या पत्रपत्रिकाको सम्परीक्षण-वर्गीकरण, सम्बद्ध पक्षहरूले पाउने सेवा निःशुल्क छ ।

**स्रोतको अभाव भएको विद्यमान अवस्थामा प्रेस काउन्सिलका लागि स्रोतसामग्री जुटाउन के कस्ता पहलहरू भएका छन् ?**

विद्यमान कानुनी संरचनाअन्तर्गत रहँदासम्म साधन स्रोतको निम्ति राज्यको मुख ताक्नुको विकल्प छैन । चालू आर्थिक वर्षको निम्ति नपुग खर्च धान्न वर्तमान काउन्सिलले नेपाल सरकारसँग थप अनुदानको माग गरेको छ । विदेशी संस्थाहरू समक्ष पनि केही कार्यक्रमका प्रस्तावहरू राखिएका छन् । काउन्सिलका सेवा र स्रोतहरूको परिचालनद्वारा पनि आय आर्जन गर्ने प्रयत्न सुरु गरिएको छ । पत्रपत्रिकाको वर्गीकरण निःशुल्क रहे पनि वर्गीकरण परिणाममा चित्त नबुझी पुनरावलोकनका लागि दिने आवेदनलाई सःशुल्क गरिएको छ । यसबाट पुनरावलोकन कार्य सम्पन्न गर्न आवश्यक रकम उठेको छ । त्यस्तै काउन्सिलको अभिलेखमा रहेका पुराना पत्रपत्रिकाको सिडी बिक्रीबाट उल्लेख्य आय गर्न सकिने देखिएको छ ।

**उच्चस्तरीय मिडिया सुभावा आयोगले प्रेस काउन्सिललाई पत्रकार आचारसंहिता तर्जुमा गर्ने र त्यसको अनुगमन गर्ने तथा पत्रपत्रिकाको अभिलेखीकरण गर्ने निकायको रूपमा मात्र सीमित गरिनुपर्ने राय दिएको छ । तपाईंलाई यो सुभावा कस्तो लाग्छ ?**

अत्यन्त जायज । राज्यको चौथो अङ्ग भनिने सिङ्गो प्रेस जगतका विभिन्न पक्ष र आयामप्रति निरन्तर ध्यान केन्द्रित गरी त्यसलाई स्वतन्त्र, मर्यादित र समाजप्रति जिम्मेवार बन्न हरदम घच्चच्याइरहनुपर्ने काउन्सिललाई आचारसंहिता परिपालन गराउने प्रथम कर्तव्यबाट विमुख गरिनुहुँदैन । त्यसनिम्ति आयोगले दिएको सुभावा व्यावहारिक र समयको मागअनुरूप पनि छ ।

**काउन्सिलले आगामी दिनमा पत्रकारिता अनुसन्धानलाई कसरी अगाडि बढाउनेछ ?**

पत्रकारिताका विषय-वस्तुको अध्ययन, अनुसन्धान, विश्लेषण र तिनको सार्वजनिकीकरण गर्ने कार्यलाई काउन्सिलले आफ्नो एउटा प्रमुख दायित्व ठान्नुपर्छ ।

यो दिशामा केही नीतिगत निर्णयहरू पनि लिइसकिएको छ । यसको सुरुआत-सम्पादकहरूसमेतलाई मद्दत पुऱ्याउन (फिड-ब्याक दिन) सक्ने 'जर्नल' को प्रकाशनबाट गर्ने सोचाइ राखिएको छ ।

**काउन्सिलको गठन प्रक्रियामा सरकारी भूमिका मुख्य भएकाले राजनीतिक भुकाव भएका व्यक्ति नै धेरैजसो काउन्सिलमा परेको पाइन्छ । काउन्सिलको कार्य प्रणालीलाई यसले बाधा पुऱ्याउँछ जस्तो लाग्छ कि लाग्दैन ?**

कुनै पनि राजनीतिक विचारधारा न त खराब हुन्छ, न असल कार्यका निम्ति बाधक । मुख्य कुरा सम्बद्ध व्यक्तिको रुचि, प्राथमिकता, योग्यता, व्यापक स्वार्थका निम्ति त्याग र योगदान गर्ने तत्परता हो । प्रेस काउन्सिल आफैँमा एउटा मर्यादापालन गराउने नियामक संस्था हो । यसले मूलतः नैतिक बलका भरमा आफ्नो कर्तव्य निर्वाह गर्नुपर्ने हुन्छ । तसर्थ यस्तो संस्थामा नियुक्ति गर्दा स्वाभाविक रूपमै अनुभवी, योग्य र कानुन-नियम, नैतिकता एवं सामाजिक मर्यादाप्रति आस्था-विश्वास राख्ने व्यक्तिहरू रोजिनुपर्छ । पदीय मर्यादाप्रति इमानदार व्यक्ति जस्तोसुकै राजनीतिक आस्था बोकेको भए पनि काउन्सिलभित्र छिरेपछि काउन्सिलको सदस्य, पदाधिकारी वा कर्मचारी मात्र हुनसक्छ, अरू केही हुनसक्दैन ।

प्रेस काउन्सिल भनेको पत्रकारहरूको मात्रै सरोकार भएको संस्था हो भन्ने भान अहिलेसम्मका नियुक्तिले पारेका छन् । तर यथार्थ त्यो हैन । तसर्थ पदाधिकारी/सदस्यहरू नियुक्त गर्दा पत्रकारका अतिरिक्त अनुभवी न्याय एवं कानुनवेत्ता र समाजमा लब्धप्रतिष्ठित व्यक्तिहरूलाई समेत समेट्नु जरुरी देखिन्छ ।

**अहिले नेपाली प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्था कस्तो छ ? यसमाथि कस-कसबाट खतरा छ ? प्रेस स्वतन्त्रतालाई सुनिश्चित गर्न के गर्नु पर्ला ?**

यो प्रश्नको जवाफ दुई तहमा खोज्न सकिन्छ- सैद्धान्तिक र व्यावहारिक अथवा औपचारिक र अनौपचारिक ।

औपचारिक हिसाबले वर्तमान नेपालमा प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्था अत्यन्त मजबूत छ भन्न सकिन्छ । अर्थात् प्रेस पूर्णतः स्वतन्त्र छ, किनभने राज्य वा सरकार प्रेस स्वतन्त्रताको निम्ति प्रतिबद्ध छ, उसले डेढ वर्षको अन्तरालमा प्रेस स्वतन्त्रता हनन् हुने गरी कहीं कतै हस्तक्षेप गरेको छैन । संविधान-कानुनले प्रेस स्वतन्त्रतालाई अलिकति पनि बाधा पार्नसक्ने स्थिति छैन । देशको शासनसत्ता सम्हालेका प्रमुख राजनीतिक दलहरूले पनि आफूलाई पूर्ण प्रेस स्वतन्त्रताको पक्षपाती बताउँदै



आएका छन् । ती दलहरूको सक्रियता र समर्थनमा सरकार र संसदले पहिलो पटक सूचनाको हकसम्बन्धी ऐन बनाएर लागू गरेका छन् । श्रमजीवी पत्रकारको हकहित संरक्षण गर्ने ऐनलाई सम्भव भएसम्म पत्रकारको पक्षमा संशोधन गरिएको छ । एफएम रेडियोको विस्तारमा कुनै अवरोध छैन, मागेजतिले सरकारबाट लाइसेन्स पाइरहेका छन्, प्रसारणमा गइरहेका छन् । कतिपय एफएम रेडियो, पत्रपत्रिकाका र टिभीले सामाजिक सद्भाव र शान्ति सुरक्षा खलबल्याउन मद्दत पुऱ्याउने सामग्री प्रकाशित/प्रसारित गरेको भन्ने उजुरी पर्दा पनि त्यस्ता मिडियामा विगतमा जस्तो सीधै हस्तक्षेप गर्नबाट सरकारले आफूलाई रोकेका दृष्टान्त पनि छन् । मिडियाको त्यस्तो प्रवृत्ति विरुद्ध काउन्सिल र पत्रकारहरू आफैँ सक्रिय होऊन् भन्ने आग्रह सरकारका मन्त्री तथा पदाधिकारीहरूको पाइन्छ । प्रेसले आफ्नाविरुद्ध लेख्दा सामान्यतः वास्ता नगर्ने र साह्रै पर्दा सीधै अदालत जाने गरेका मन्त्री, सचिव आदि उच्च पदाधिकारीले काउन्सिलमा उजुरी हाल्ने क्रममा भएको वृद्धिले पनि माथिको कुरालाई आधार प्रदान गर्छ ।

प्रेस वा पत्रकारमाथि साना-ठूला आक्रमण हुँदा प्रधानमन्त्रीदेखि पार्टीका शीर्षस्थ नेता र वरिष्ठ मन्त्रीहरूले 'गम्भीर चिन्ता' देखाउने गरेका छन् । प्रेस-पत्रकारको आलोचना सार्वजनिक रूपमा अत्यन्त कम सुनिन थालेको छ । २०६३ सालमा सात दलको सरकार गठन भएको लगत्तै मन्त्रिपरिषद्ले 'उच्चस्तरीय मिडिया सुभावा आयोग' बनाएर आफू प्रेसको भलाइ र विकासका निम्ति प्रतिबद्ध रहेको जनाउ दिएको थियो । यस अवधिमा सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालयको जिम्मेवारी सम्हाल्ने नेपाली काङ्ग्रेस र नेकपा (माओवादी) का दुवै मन्त्रीहरूको प्रेस काउन्सिलसँगको प्राथमिक प्रश्न र चासो- पत्रपत्रिकालाई दिइँदै आएको लोककल्याणकारी विज्ञापनको रकम कसरी बढाउने र एफएम रेडियोहरूलाई पनि त्यस दायरामा कसरी पार्ने भन्ने थियो । यसमा काउन्सिलले उहाँहरूको मनसुवालाई धेरै साथ दिन सकेन, किनभने काउन्सिल त्यतिबेला पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण र वर्गीकरण पद्धतिमा रहेका कमीकमजोरी केलाएर त्यसलाई बढीभन्दा बढी पारदर्शी एवं दुरुस्त पार्नमा लागि परेको थियो । पत्रपत्रिकाको वितरण सम्परीक्षण र वर्गीकरण पद्धति नसुधारी लोककल्याणकारी विज्ञापनको दर बढाउँदा त्यसको विकृतिले सिङ्गो नेपाली प्रेस जगतलाई नै 'प्यारालाइज' गर्न सक्ने काउन्सिलको ठम्याइ थियो । विज्ञापनको दर बढाउन अति उत्साही एक मन्त्रीलाई "तपाईँले अहिलेकै पद्धति कायम राखेर लोककल्याणकारी विज्ञापनवापतको रकम बढाउनु भयो भने तपाईँको मन्त्रालयका उपसचिवसम्मका कर्मचारी पनि जागिर छोडेर सम्पादक/प्रकाशक बन्न जाने छन्; किनभने यहाँको जागिरभन्दा तिनले एउटा पत्रिका निकाल्नुमा बढी फाइदा देख्नेछन्" भनी सम्झाउनु परेको थियो ।

माथिको सम्पूर्ण विवरणको आशय नेपालको प्रेसलाई वर्तमान राज्य प्रणाली र सरकारबाट कानुनी, प्रशासनिक, राजनीतिक, आर्थिक आदि कुनै पनि स्वरूपमा प्रत्यक्ष: खतरा छैन भन्ने हो । तर, यो वास्तविकताको सतह पक्ष मात्र हो । त्यो सतहलाई अलिकति कोट्टाचाएर भित्र चियाउँदा नेपाली प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्था त्यति धेरै चम्किलो र आशालाग्दो देखिँदैन ।

प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्थालाई यथार्थ वा व्यावहारिक दृष्टिकोणबाट खोतल्नुअघि देशमा वैचारिक र राजनीतिक स्वतन्त्रताको स्थिति कस्तो छ भनेर घोरिनु सान्दर्भिक हुन्छ । सिद्धान्ततः आज नेपालमा राजनीतिक स्वतन्त्रता छैन भनेर पुष्टि गर्ने संवैधानिक वा कानुनी आधार नभेटिएला तर स्वयं प्रधानमन्त्रीको पार्टी र त्यस पार्टीका कार्यकर्ता डेढ वर्षदेखि खुला रूपमा भनिरहेका छन्, “हामीले जिल्ला गाउँमा गएर राजनीतिक गतिविधि गर्न पाएौं ।” जबकि लोकतान्त्रिक भनिएको व्यवस्थामा सत्तासीन दल र उसका समर्थक मात्र हैन उसका कट्टर विरोधीलाई समेत राजनीतिक क्रियाकलाप गर्ने उत्तिकै सुविधा र सुरक्षा उपलब्ध गराउनु राज्यको दायित्व हुन्छ । तर स्थिति कति विडम्बनापूर्ण छ भने सत्तामा रहेको एउटा दलको हुँकारबाट सत्तामै रहेका अरू दलका नेता-कार्यकर्ता थर्कमान हुँदै आएका देखिन्छ । अहिलेको सत्ताभन्दा बाहिर रहेका कतिपय दल र राजनीतिकर्मीहरू त डेढ वर्षदेखि कोठाबाट बाहिर पनि निस्कन सकेका छैनन् । तिनलाई आफ्नो घर वा होटलको कोठामा समेत राजनीतिक बैठक गर्ने छुट छैन, त्यहाँबाट पनि लघारिन सक्छन् । २०४६ सालको परिवर्तनपछि काठमाडौंको खुलामञ्च प्रायः सधैं व्यस्त हुन्थ्यो । राजाको शासनविरुद्ध भण्डै ४ वर्षसम्म चलेको आन्दोलनका क्रममा खुलामञ्चमा थुप्रै राजनीतिक विरोध सभाहरू भए । तर, २०६३ को जनआन्दोलनपश्चात् त्यहाँ प्रायः एउटै दलका सभा र च्यालीमात्र दोहोरिने गरेका छन् ।

संविधानसभाको निर्वाचनमा सहभागी हुन निर्वाचन आयोगमा दर्ता भएका सात वा आठ दलभन्दा बाहिरका पार्टीका कार्यकर्ताहरू आफ्नो पक्ष जनतासामू राख्न यदाकदा घरबाट बाहिर ननिस्किएका होइनन्, तर कसैले कालोमोसोबाट रङ्गिनु पर्थ्यो त कैयौंले कूटपिट, शारीरिक यातना सहनु पर्थ्यो । राज्यले तिनलाई सुरक्षा त दिन सकेन नै, तिनका पक्षमा कानुनलाई पनि क्रियाशील हुन दिएन । कानुनअनुरूप काम गर्न खोज्ने अपवाद कर्मचारी उल्टै दण्डित भएका छन् ।

अखबारका पाना पढ्दा वा रेडियो टेलिभिजन सुन्दा सबै नेपाली निर्धक्क बोलिरहेकै पाइन्छ । राजनीतिक भाषण, सभा गोष्ठी, छलफल आदि भएकै देखिन्छ । प्रशंसा मात्र हैन चर्को आलोचना र धम्की-घुर्कीका स्वर पनि उत्तिकै सुन्न पाइन्छन्,

तर नितान्त एकपक्षीय । आफूलाई राजावादी नेताका रूपमा चिनाउन जनता माझ निस्किएका रविन्द्रनाथ शर्मा दुई तीन ठाउँको हुटिङ्ग, लछ्छरपछ्छर र ज्यान जोखिमको धम्कीपछि सार्वजनिक दृश्यबाटै गायब हुन बाध्य देखिन्छन् । नेपाली काङ्ग्रेसका सभापति एवं प्रधानमन्त्रीकी छोरीसमेत सो पार्टीको तत्कालीन केन्द्रीय समितिका आधा सदस्य र पचहत्तरमध्ये तीस जिल्ला समितिका सभापतिले आन्तरिक बैठक गरेर काङ्ग्रेसले गणतन्त्रमा जाने नीति तत्काल अवलम्बन गर्नु नहुने निष्कर्ष निकाले । तिनले आफ्नो अडान पार्टीको महासमिति बैठकभन्दा पहिले नै पार्टी सभापतिलाई पनि सुनाए । यो सबै कुरा सञ्चारमाध्यममा पनि आयो । तर पार्टीको केन्द्रीय समिति र महासमितिको औपचारिक बैठकमा गणतन्त्रको विपक्ष र सबैधानिक राजतन्त्रको पक्षमा एक जनाले पनि खुलेर आफ्नो विचार राखेनन् । सर्वसम्मतिबाट गणतन्त्रको नीति पारित भयो । तर यसको अर्थ काङ्ग्रेसको केन्द्र तथा जिल्लाको नेतृत्व पङ्क्तिमा पुगेका सबैजना पार्टीको गणतान्त्रिक नीतिसँग सन्तुष्ट भएको भन्ने लाग्न सक्दैन । कोठामा वा एकान्तमा तिनको कुण्ठा र असन्तुष्टि पोखिन्छ । खुला वा औपचारिक मञ्चमा आफ्नो यथार्थ दृष्टिकोण राख्दा, मुलुकमा बगिरहेको एकपक्षीय वैचारिक प्रवाह (ह्वीम) को बेगले 'प्रतिगामी' को कितामा किनारा लगाइदिने, एकल्याएर अलोकप्रिय तुल्याउने र कथित अग्रगामीहरूको साभा शत्रु वा तारो बन्नुपर्ने खतरा तिनीहरूका सामु रहँदै आएको छ ।

वैचारिक र राजनीतिक स्वतन्त्रता, प्रेसको स्वतन्त्रताभन्दा पहिला आउने कुरा भएका कारण माथिको प्रसङ्ग कोट्ट्याउनु जरुरी भएको हो । जहाँ विचारको अभिव्यक्ति र राजनीतिक क्रियाकलाप कुण्ठित छ, त्यहाँको प्रेस साँचो अर्थमै स्वतन्त्र र निर्भीक ढङ्गबाट क्रियाशील रहनसक्छ भनेर अनुमान गर्न मिल्दैन ।

जुन पार्टीको नेता देशको प्रधानमन्त्री छ, जसका हातमा देशको सेना, प्रहरी र गुप्तचर सञ्चालन गर्ने राजकीय अधिकार र संयन्त्र छ, त्यही पार्टीका कार्यकर्ता आफ्नो कार्यस्थलमा जान र मनमा लागेको कुरा औपचारिक मञ्चमा राख्न डराउने स्थितिमा एउटा निहत्था पत्रकार वा मुनाफाबाट प्रेरित लगानीकर्ताको मानसिक अवस्था आँकलन गर्न कठिन हुँदैन । त्यसमाथि सत्ता सञ्चालनमा प्रत्यक्षतः संलग्न र आफ्नै सैन्य बल भएको एउटा राजनीतिक दलका नेता र कार्यकर्ताले स्वतन्त्र प्रेसका विरुद्ध खुलेआम क्रियाकलाप गर्न राज्यबाट छुट पाइरहेको र दण्डहीनता मौलाएको सबैका सामु स्पष्ट छ ।

यो यथार्थले प्रेस जगतलाई अन्याय र भयमुक्त भएर काम गर्न दिइरहेको छैन भनेर अनुमान गर्न कठिन हुँदैन । प्रेस-पत्रकारलाई मनोबल उच्च राखेर निर्भीकतापूर्वक आफ्नो दायित्व निर्वाह गर्न विधिको शासन र दह्रो सुरक्षा व्यवस्था जरुरी हुन्छ ।

तर दुर्भाग्यवश लोकतान्त्रिक पद्धतिको पुनर्वहालीपश्चात् मुलुकमा विधिको शासन र शान्ति-सुरक्षाको स्थिति भन्भन् नाजुक हुँदै गएको छ। प्रेस स्वतन्त्रताप्रति प्रतिवद्ध सरकार प्रेसलाई त्यो अधिकार सहज रूपमा उपयोग गर्न सम्भव हुने वातावरण निर्माण गर्न असफल भएको छ। परिणामतः पहिले राज्यको धम्की र हस्तक्षेपबाट सताइएको नेपाली प्रेस जगत् अधिनायकवादी, असामाजिक र आपराधिक तत्त्वको शिकार बन्दै जान थालेको छ। मधेस आन्दोलनको नाउँमा होस् या काठ तस्कर र माओवादीवीचको द्वन्द्व होस्— प्रहारको पहिलो लक्ष्य निहत्था पत्रकारहरू भइरहेका छन्। प्रेसमाथि आक्रमण, तोडफोड र आगजनी गर्ने तथा पत्रकारलाई धम्क्याउने, अपहरण गर्ने, कुटपिट र लुटपाट गर्ने र मार्नेसम्मका कृत्य गर्ने राजनीतिक, जातीय, साम्प्रदायिक र आपराधिक तत्त्वहरूलाई कानुनी दण्डको दायरामा ल्याउन राज्य निरन्तर चुक्यै गएको छ। त्यसको प्रत्यक्ष असर प्रेसको निर्भीकता र निष्पक्षतामाथि परिरहेको छ।

जब मुलुक-समाजमा अराजकता व्याप्त हुन्छ, राज्यले सुरक्षा सुनिश्चित गर्न सक्दैन र हरेक व्यक्ति तथा निकायहरू आफ्नो सुरक्षा आफैँ खोज्न बाध्य हुन्छन्, त्यस्तो अवस्थामा प्रेस र पत्रकारहरू पनि अपवादका रूपमा रहन सम्भव हुँदैन, आत्मरक्षाको चिन्ताले तिनलाई पनि उत्तिकै पिरोल्छ। त्यसको असर पत्रकारितामा पर्न थाल्छ। धम्की र असुरक्षा निम्त्याउन सक्ने सूचना-समाचारहरू दब्न थाल्छन्। अङ्ग्रेजी शब्द 'सेल्फ सेन्सरसीप' ले यस्तै अवस्थाको पत्रकारितालाई जनाउँछ। भय र त्रासका कारण गरिने पत्रकारको 'आत्म-नियन्त्रण' स्वतन्त्र प्रेसको निम्ति मन्द विष सावित हुनसक्छ। नेपाली प्रेसमा अहिले यस्तो विषको प्रवेश भइसकेको छ, जुन लोकतन्त्रका निम्ति अत्यन्त घातकसिद्ध हुने कुरामा द्विविधा छैन। लोकतन्त्र र स्वतन्त्र प्रेसका हिमायती सबैका निम्ति यो चिन्ताको विषय हो।<sup>१</sup>

<sup>१</sup> राजेन्द्र दाहालसँग गरिएको अन्तर्वार्ता यसअघि मार्टिन चौतारीको वार्षिक जर्नल *मिडिया अध्ययन १* मा पनि छापिएको थियो। त्यसैमा थप प्रश्नका साथै केही सन्दर्भलाई नयाँ परिस्थितिअनुसार परिमार्जन गरी यहाँ पुनः प्रकाशन गरिएको छ।