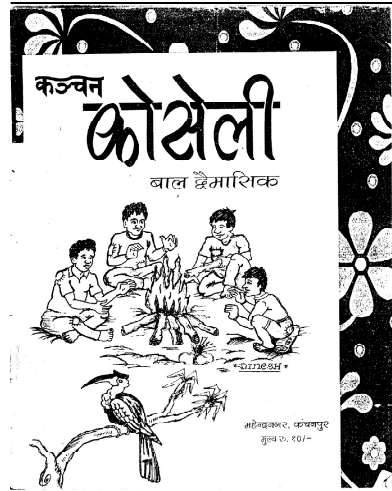


वर्तमान अवस्था

पत्रकारिताको प्रकृति र स्वरूप

सुदूरपश्चिमको पत्रकारितामा नयाँनयाँ प्रयोग हुनु एक प्रकारले फाइदाको विषय भएको छ । वरिष्ठ पत्रकार भाउपन्थी, चित्राङ्ग थापा जस्ता व्यक्तित्वहरूको सहयोगमा मुकेश बुढाएरले बाल पत्रिका *कञ्चन कोशेली*को प्रकाशन गर्नु यस क्षेत्रको लागि नयाँ प्रयोग हो । महिला सशक्तिकरणको बहुआयामिक प्रभावले गर्दा महिलाहरूले जीवनका अनेक क्षेत्रमा सक्रियतापूर्वक लाग्ने क्षमताको र उत्साहको प्रदर्शन गर्नु यस समयको अर्को उपलब्धि हो । यसको सशक्त उदाहरण ऋचा लुईटेलले धनगढीवाट आफ्नै सम्पादन र प्रकाशनमा *नव प्रयास* साहित्यिक पत्रिकाको प्रकाशन गर्नुलाई लिन सकिन्छ । नेपालमा पहिलो नारी सम्पादन लघु पत्रिका भनी यसले दावी पनि गर्ने गर्छ ।



पत्रकारितामा हुने गरेको प्रयोगसँगै प्रकाशनको सङ्ख्या, पाठक, प्रकाशक, सम्पादक, वितरक र छापने प्रेसहरूको सङ्ख्यामा पनि वृद्धि भएको छ । यसरी हेर्दा धेरै कुरा क्रमशः र उत्साहजनक रूपले विकास भएको तथ्यलाई सन्तोषजनक मान्नु पर्छ । सबै पक्ष मिल्दै र विकास हुँदै जाँदा स्वतस्फूर्त पाठकको सङ्ख्यामा व्यापक वृद्धि हुनु पर्थ्यो । नाफा आर्जन गर्ने उद्योगको रूपमा प्रकाशनलाई लिइनु पर्थ्यो । पत्रकारिता आकर्षक करियर हुनु पर्थ्यो । पत्रिकाहरू निरन्तर र दीर्घजीवी पनि हुनु पर्थ्यो । तर यथार्थमा भने यस्ता स्थितिहरूको अभाव रट्यो । पत्रकारिताको स्वस्थ विकासको वातावरण प्रतिकूल बन्दै गयो । पत्रपत्रिकाहरूमा समसामयिक विषयका यथार्थ समाचार, टिप्पणी, लेखहरू र स्थानीय समस्याहरूभन्दा पनि राजनीतिक वादविवाद, आपसी गालीगलौज र हलुका किसिमका गफगाफ जस्ता विषयवस्तुहरू बढी छापिन थाले । त्यसैले पत्रकारलाई अन्यत्र क्षेत्रमा काम

नपाएकाहरूको जमात भन्ने गरिन्छ। यस्ता आरोपको सटिक जवाफ दिन पत्रकारिता अँगालेका समूहले एक बाजि सोच्नु पर्ने स्थिति छ। यस्ता अछेरो परिस्थितिबीच पत्रकारिता जगत आफूलाई सक्षम बनाउन जुक्तिरहेको छ।

पत्रकारिताको जनशक्ति, सङ्गठन, स्तर, व्यवस्थापन, प्रविधि एवं मनोबल बलियो नभएको महसुस गर्न सकिन्छ। फलस्वरूप कैलाली कञ्चनपुरका पत्रिकाहरूले स्थानीय जनजीवनका विविध घटना, समस्या र पक्षहरूबारे मानिसहरूलाई सुसूचित गर्ने एउटा बलियो माध्यमको रूपमा आफूलाई समाजमा उभ्याउन सकेनन्। त्यसैदिन आइपुग्ने भारतबाट प्रकाशित हिन्दी र अङ्ग्रेजी पत्रिकासँग र अर्को दिन पुग्ने काठमाडौँबाट प्रकाशित पत्रिकासँगको प्रतिस्पर्धाले पनि स्थानीय पत्रिकालाई कठिनाई भएको हो। तर २०५४/०५५ सालदेखि अफसेट प्रेसको आगमनपछि दुईचार पत्रिकाहरूबाट प्रारम्भ भएको पत्रिकाहरूको सङ्ख्या एकाएक ७५-८० सम्म पुगेको छ।

सुदूरपश्चिममा सञ्चार साधन र यातायात सुविधाको कमी, सरकारी पक्षका अनुदार नीति, साक्षर मानिसको अभाव, पत्रकारिता क्षेत्रप्रति कम आकर्षण, दक्ष जनशक्तिको अभावलगायतका समस्या विद्यमान छन्। यसरी नै पत्रकारितामा नयाँ सोच र प्रविधिको प्रवेश ढिलो हुनु, पत्रकारिता र प्रेसको सञ्चालनमा लगानीकर्ताहरूको उदासीनता, पत्रकारितासँग संलग्न सङ्गठनहरूको विस्तार र एकताको कमी तथा वितीय संस्थाहरूले पत्रकारिताको क्षेत्रमा लगानी लगाउन उत्सुकता नदेखाउनु जस्ता अवरोधले गर्दा पनि पत्रकारिताको विकासले स्वतः गति पाएन।

आचारसंहितासँग जोडिएका विषयहरू

ज्यादै सरल ढङ्गले विभाजन गर्नुपर्दा पत्रकारितालाई सम्पादकीय र प्रकाशकीय समूहमा बाँड्न सकिन्छ। सम्पादकीयतर्फ लेखन र विषयवस्तु छनौट, त्यसको प्रस्तुति महत्वपूर्ण हुन्छ। लगानी र व्यवस्थापन प्रकाशकीय पक्षको आधारशीला हो। यसरी सम्पादक समूहले शिष्ट, स्तरीय र मर्यादित भाषामा विचार गर्नु पर्छ। नत्र पत्रकारिता उद्वण्ड र सङ्कटग्रस्त हुन्छ। व्यक्तिहरूले सबल, सीपालु, स्पष्ट, शिष्ट र सरल भाषासँग खेलेको पाइन्छ। विशेष गरी पत्रिकाको आस्थाको रूपमा बुझिने सम्पादकीयको लागि उक्त सबै कुराहरू प्राथमिक योग्यताको रूपमा आवश्यक हुन्छन्। तर सुदूरपश्चिमका अधिकांश सम्पादकहरू भाषाको कमजोरीका शिकार भएका छन्। भाषाको स्तर, शब्द चयन, शिष्टता र सरलतालाई यतातिरका पत्रपत्रिकाहरूले कम ख्याल गरेको प्रत्येक अङ्कमा पाउन सकिन्छ। अनुभवी

स्तम्भकारहरूले लेखेका लेख र टिप्पणीहरूमा पनि भाषा, शब्द र व्याकरणको त्रुटिहरू मनगो पाइने गुनासो पाठकहरूको छ । साहित्यिक पत्रिकाहरूमा पनि यो समस्या छ । यसरी भाषाको सही र शुद्ध प्रयोग गर्न नसक्ने प्रवृत्तिबाट धेरै पत्रिका ग्रसित छन् । अभि विशेष गरेर राजनीति भुकाव भएका पत्रिकाहरूमा अशिष्ट, अतिरञ्जित, अपमानपूर्ण र अमार्यादित भाषा प्रयोग हुने भएकोले पनि पत्रिकाको विश्वसनीयता र आचारसंहितासम्बन्धी मान्यताहरूलाई क्षति पुऱ्याएको छ ।

कतिपय यस्ता अवसरहरूमा एकले अर्को पत्रिकालाई पीत पत्रकारिता गरेको भनी अशिष्ट भाषामा आरोप लगाएको पाइन्छ । कतिपय सामाजिक मान्यताहरूलाई चोट पुग्ने, कसैको मानहानी र सार्वजनिक बेइज्जती हुने तथा धार्मिक आस्थाहरूलाई आघात पार्ने किसिमका समाचार छापेका घटनाहरू धेरै छन् । यस सन्दर्भमा महेन्द्रनगरको *वार्ता* पत्रिकाले २०४९ सालतिर दार्चुलाको तत्कालीन प्रमुख जिल्ला अधिकारी देवीप्रसाद ओभाविर्द्ध राजनीतिक पूर्वाग्रह राखी निरन्तर अनेक अड्कहरूमा छापे गरेका कपोलकल्पित अपमानपूर्ण र अशिष्ट भाषायुक्त समाचारहरूलाई उदाहरण मान्न सकिन्छ । *गुडमर्निंग* पत्रिकाले स्थानीय सुडा गाउँमा रामलीला कमिटीको भ्रष्टाचार भनी छापेको समाचारले उत्पन्न गरेको विवाद पनि उल्लेखनीय छ । *जनसञ्चार*का सम्पादक प्रकाशक प्रकाश ठकुरीले स्थानीय व्यापारी प्रमोद जर्जोडियालाई तस्कर भनी छापेको समाचारको कारणले उत्पन्न भएको आरोप-प्रत्यारोप पत्रपत्रिकाहरूमार्फत् पनि सार्वजनिक भएको थियो । पत्रकारितामा अमार्यादित मान्न सकिने यस घटनाले अनेक नयाँनयाँ विवादहरूको जन्म लिने क्रममा अहिले यो मुद्दा क्षेत्रीय अदालतसम्म पुगेको छ । युवा सम्पादक डी.आर. पन्तले कञ्चनपुरका तत्कालीन प्रमुख जिल्ला अधिकारीको विषयमा छापेको खबर पनि विवादको विषय बनेको थियो ।

शारदा विद्यापीठका प्राचार्य र *गुडमर्निंग* पत्रिकाबीच उत्पन्न भएको कटुतापूर्ण विवादले पनि धेरै दिनसम्म चर्चा पायो । सीप विकास केन्द्र कञ्चनपुरको भ्रष्टाचार-सम्बन्धी समाचार छापेवापत पनि *गुडमर्निंग* र यो संस्थाबीच धेरै दिनसम्म वादप्रतिवाद चलेको थियो । स्थानीय *राष्ट्रदूत* पत्रिकाले हिन्दूहरूका आराध्य देव भगवान श्रीकृष्णलाई पुरुष वेश्या भनी सम्बोधन गरी समाचार प्रकाशित गरेको थियो । यसले गर्दा स्थानीय हिन्दू समाजमा पत्रकारहरूप्रति नकारात्मक भावना बढेको पनि पाइयो । तत्कालीन सांसद उर्वादत्त पन्तले न्यून पेपरहरूलाई ट्वाइलेट पेपर भनी खिल्ली उडाएपछाडि पत्रकारहरूप्रति यस्तै यस्तै नकारात्मक भावनाहरू बढेको पाइन्छ ।

व्यक्तिगत सम्मान् सार्वजनिक, सदाचार, धार्मिक आस्था, संस्थागत काम-कारवाहीका मर्यादाहरू, गोपनीयता र व्यक्तिगत जीवनका सीमाहरूलाई स्वतन्त्र पत्रकारिताको नाममा उल्लङ्घन गरिएका छन् । पत्रकारहरूले आचारसंहिता उल्लङ्घन गरेको कारणले नै कतिपय राम्रै उद्देश्य राखी सामाजिक विकृति र अनियमिततालाई सार्वजनिक गर्ने अनेक प्रयास पनि ओभेलमा परेका छन् । स-साना खोजी कार्य राम्रो पत्रकारितालाई पनि यस्ता अभ्यासले प्रभावित गरेका छन् । कैलालीबाट प्रकाशित हुने पत्रिकाहरूले कतिपय यस्तै विवादहरूमा परी मुद्दा पनि खेपेका छन् । सबभन्दा पछिल्लो घटनाहरूमा स्थानीय प्रमुख जिल्ला अधिकारीको कामकारवाहीसम्बन्धी आलोचना गर्ने समाचार प्रकाशित गरेबापत कान्तिपुरका संवाददाताले तारिख र बयान खेप्नु परेको थियो । स्थानीय निकायहरू जसरी नगरपालिका, नगर विकास समिति, जिल्ला विकास समिति आदिका पदाधिकारीहरू वा केही निश्चित काम गर्न गठित भएका आयोगहरूको काम कारवाहीसम्बन्धी छापिएका टिप्पणी र आरोपहरूले पनि पत्रकार र यी निकायहरूबीच वादविवाद चलेको उदाहरण पाइन्छ । जिल्ला विकास समितिले माछा ठेक्कामा गरेको अनियमिततासम्बन्धी प्रकाश ठकुरीले छापेको समाचारले तत्कालीन जिल्ला विकास समितिको सभापति ऋषिराज लुम्साली र पत्रकारहरूबीच धेरै समयसम्म विवाद कायम थियो । यस्तै गरी *अभियान* दैनिकले स्थानीय एक होटलमा वेश्यावृत्ति हुने गरेको समाचार छान्नुका साथै वेश्यावृत्तिमा संलग्न महिलाको नाङ्गो तस्वीर छापेर नारी समाजमा विवाद उत्पन्न गराएको थियो । स्थानीय समाजमा पत्रकारिताका यस्ता विवादस्पर्द अभ्यासहरूको घोर विरोध भएको थियो ।

पत्रकारिताको आचारसंहिता २०५० (नेपाल पत्रकार सङ्घले निर्धारण गरेअनुसार)मा समाचारलाई आर्थिक वा अन्य लाभ लिने माध्यम बनाउन खोज्नु अपराध भएकोले कुनै व्यक्ति वा संस्थामाथि नै दुर्भावना राखी व्यक्तिगत स्वार्थको कारण आघात पार्नु हुँदैन भनी उल्लेख छ । यसको वावजुद पनि अमर्यादित तथा स्वार्थगत प्रवृत्ति पत्रकारहरूबीच व्यापक फैलिएको छ । यही प्रवृत्तिले गर्दा पत्रपत्रिकाहरूले धनी व्यापारी, ठेकेदार, राजस्व उठाउने सरकारी निकायहरू तथा पैसावाल गैरसरकारी संस्थाका साथै वितीय कारोवार गर्ने संस्था र स्थानीय स्वायत्त निकायहरूका विषयमा खोज पत्रकारिताको नामले अनेक भए नभएका वा सामान्यलाई ठूलो बनाएर सनसनी खबर छान्ने घटना वृद्धि भएको छ । आर्थिक असुरक्षा र व्यक्तिको एकल निर्णयको सीमितता पनि यो स्थितिको जिम्मेवार पाटाहरू हुन सक्छन् । यही कारण पनि पत्रकारिता क्षेत्रको लगानी मजबुत हुनु र सामूहिक निर्णय हुनु जरुरी भएको छ ।

ग्राहक, पाठक, विज्ञापन र आर्थिक स्रोत

आर्थिक सुरक्षाले पत्रकारितालाई आत्मनिर्भर बनाउने कुरा निर्विवाद छ । आर्थिक पक्ष ग्राहक र पाठकसँग प्रत्यक्षरूपले सम्बन्धित हुन्छ । यसरी सुदूरपश्चिममा प्रकाशित पत्रिकाहरूको छापिने सङ्ख्या सयकडासम्म सीमित रहनु र प्रकाशित पत्रिकाहरूको अनुपातमा पाठकहरूको सङ्ख्या अझ कम हुनुले पत्रिका कति आत्मनिर्भर छ अनुमान गर्न सकिन्छ । अझ स्थायी वार्षिक ग्राहकहरूको ठूलो अभाव छ । दिनदिनै पत्रिका किनेर वा अन्य प्रकृयाबाट प्राप्त गरेर पढ्ने पाठकहरूमा पनि नियमितता र स्थायित्व छैन । कतिपय अवस्थामा कुनै एक पत्रिकालाई मात्रै सहयोग गर्ने मानसिकता पनि छ । यसले गर्दा कुनै एक पत्रिकाको गुणस्तरीयता, पाठ्यसामग्रीको स्तर आदि भन्दा पनि आफ्नो व्यक्तिगत वा राजनीतिक सौहार्दता वा संलग्नता रहेकोले पत्रिका किन्ने वा विज्ञापन दिने प्रवृत्ति पनि छ । यसले पत्रिकाको विषयवस्तु र गुणको कदर गर्ने पाठकहरूको संस्कारयुक्त समूह निर्माणमा बाधा पुऱ्याएको देखिन्छ । यस्तो स्थितिमा पत्रपत्रिकाहरूको प्रकाशनमा संलग्न रहनेहरूले आफ्नो श्रम, बुद्धि, प्रविधि, जनशक्ति र अर्थको अधिकतम उपयोग गरी प्रकाशित गर्ने गरेका पत्रिकाहरूको प्रकाशन सङ्ख्यामा खासै वृद्धि भएको छैन । स्थानीय पत्रिकाका पाठकहरूको अत्यधिक सङ्ख्या धनगढी र महेन्द्रनगरमा सीमित छ । यस्तै पहाडतिर प्रकाशित हुने पत्रिकाका पाठकहरू पनि अखबार प्रकाशित हुने ठाउँ वरिपरि नै सीमित रहने भएकोले पाठकहरूको सङ्ख्या एक प्रकारले स्थिर भइरहन्छ ।

पत्रिकाहरू छापिने सङ्ख्या पाँच सयदेखि एक हजारसम्म रहने गरेको छ । यसमा विगत दुई/तीन वर्षभित्र नयाँ प्रविधिहरू देखा परेर प्रयोग व्यापक हुन थाले पनि पत्रिकाहरूको वितरण व्यवस्थामा सुधार आएको छैन । व्यवस्थापनसँगै पत्रिकाको गुणात्मक पक्षले पनि यो स्थितिलाई असर गरेको हुनसक्छ । यस क्षेत्रमा प्रकाशित सबभन्दा पहिलो पत्रिका दार्चुलाको *हिमालय* त्रैमासिक २०२० को दशकमा एक हजार प्रति छापिन्थ्यो । त्यसबेलाको शैक्षिक स्थिति र नागरिक चेतना अहिलेको दाँजोमा धेरै न्यून थियो । तर त्यसपछिका दिनहरूदेखि शुरु भएको विकासका प्रकृयाहरूले समकालीन समाजमा ठूलै शैक्षिक जमात तयार गरेको छ । नागरिक चेतनाको स्तर पनि उठेको छ । यसैको अनुपातमा पाठकहरू बढ्नुपर्ने अपेक्षा गरि एको थियो तर खासै वृद्धि भएको पाइँदैन । पाठकको सङ्ख्यामा वृद्धिको तुलनामा पत्रिकाको सङ्ख्या धेरै हुनाले यसो भएको हुनुपर्छ । २५-२६ वर्षदेखि प्रकाशित भएका महेन्द्रनगरको *वार्ता* र धनगढीको *खप्तड सन्देश* ५०० भन्दा बढी नछापिनु

र हाल ६ महिना पहिलेदेखि प्रकाशित भइरहेको महेन्द्रनगरको *सहकर्मी* वा टिकापुरको *युगदान*को छापिने प्रति ५०० मात्र हुनुलाई उदाहरण स्वरूप लिन सकिन्छ ।

मोटामोटी रूपले यस क्षेत्रमा प्रकाशित हुने सबैजसो पत्रपत्रिकाहरूमध्ये साप्ताहिक पत्रिकाहरू सरदर ५०० प्रति र दैनिक पत्रिकाहरू १२०० को सङ्ख्यामा छापिन्छन् । साहित्यिक पत्रिकाहरूको सङ्ख्या २५० देखि ५०० भन्दा बढी देखिदैन । यस क्रममा महेन्द्रनगरको *अभियान* दैनिकले प्रकाशित गरेको १७०० प्रति धेरै ठूलो सङ्ख्या हो । साप्ताहिक पत्रिकाहरूमा *रहस्यदर्शी* महेन्द्रनगरले ८०० प्रति छापु पनि उत्साहजनक मान्नु पर्छ । त्यस्तै धनगढीको दैनिक पत्रिका *सेती समाचार* १२०० प्रति छापिन्छ । स्थानीय अधिकांश पाठकहरू पत्रपत्रिका पढ्ने दृष्टिकोणले राजधानीमुखी वा भारतमुखी छन् । रङ्गीन कलेवरमा छापिने १५-२० पानाका पत्रिकाहरूसँग एक प्रकारले प्रतिस्पर्धा गर्दै दुई/चार पानाका स्थानीय पत्रिकाले ५००/१००० पाठक पाउनु पनि ठूलै कुरा हो ।

राजनीतिबाट व्यवसायतर्फ उन्मुख पत्रकारिता

वर्तमानमा सुदूरपश्चिमको पत्रकारिताले समष्टिगत रूपमा नेपालको पत्रकारिताको सामुन्ने रहेका समस्या र चुनौतीहरूलाई सामना त गरिरहनु परेको नै छ । त्यसको साथसाथै यस क्षेत्रको पत्रकारिताका आफ्ना केही समस्याहरू पनि निश्चित रूपले राष्ट्रिय समस्याभन्दा केही फरक र अधिक रहेको देखिन्छन् । यसमध्ये सबभन्दा मुख्य समस्या पत्रकारितालाई व्यावसायिक क्षेत्रमा क्रमशः समायोजन गर्नुपर्ने चुनौतीको रूपमा विद्यमान छ । व्यावसायिकता भन्नाले पत्रकारितालाई एक व्यवसायको रूपमा स्थापित गर्ने मापदण्डहरूलाई सुनिश्चित गर्नुपर्ने कुरा मुख्य हो । यसलाई पत्रकारिता जगतले राम्रैसँग बुझ्नु पर्ने भएको छ ।

यस क्षेत्रको पत्रकारिताको इतिहासमा २०३३ सालदेखि व्यावसायिक तत्वहरूको समायोजन हुने प्रकृया प्रारम्भ भयो । तर यसले विकसित हुनका निमित्त पाउनुपर्ने प्रोत्साहनको दिशा पनि सुनिश्चित भएको छैन । २०४६ सालपछि पत्रकारिताले अत्यधिक उन्मुक्त हुने वातावरण पाए पनि यसमा व्यावसायिक लाभ र कुशलता प्राप्त गर्न चाहिने सीप, दक्षता र उन्नत साधनहरूको उपयोग गर्नेतर्फ स्थानीय पत्रिकाले कम ध्यान दिएका छन् । राजनीतिक दलहरूका प्रवक्ताको रूपमा पत्रिकाहरूले आफ्नो छवि बनाएर पत्रकारिताको लागि सबभन्दा आवश्यक मानिने विश्वसनीयता र निष्पक्षता जस्ता भावनात्मक वस्तुहरूलाई पनि सङ्कटग्रस्त बनाए । फलस्वरूप पत्रकारिताको मूल व्यावसायिक धर्मको पहिचान हुन पाएन ।

सुदूरपश्चिमको पत्रकारिता विकासको पहिलो चरणमा बौद्धिक शौखले यसलाई गतिशील बनाउनमा अत्यधिक योगदान दिएको थियो । यसको तुलनामा दोस्रो चरणमा व्यावसायिक प्रवृत्तिले पुन्याउनु पर्ने जति सहयोग पुग्याए । त्यस्तै तेस्रो चरण अर्थात् २०४६ सालपछि, बौद्धिक शौख र व्यावसायिकताको तुलनामा राजनीतिक प्रतिबद्धताले पत्रकारितामा हावी हुने मौका पायो । यसले प्रकाशनको व्यावसायिक पक्षलाई फस्टाउनबाट रोक्यो । फलस्वरूप पत्रकारिता जगतमा पत्रकारहरूले देखाउनु पर्ने व्यावसायिक निष्ठा, प्रतिबद्धता, कुशलता र क्षमताको वृद्धि हुने प्रयासहरूमा अनेक बाधाहरू उत्पन्न भए । पत्रपत्रिकाहरूको क्षमताको विकास गर्ने तथा दीर्घकालीन रूपले स्वावलम्बी, विश्वसनीय र लोकप्रिय बनाउने पक्षहरू प्राथमिकतामा परेनन् । यही कारण पछिल्ला केही वर्षहरूमा आएर नेपाल पत्रकार महासङ्घ, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट, प्रेस काउन्सिल नेपाल, क्षेत्रीय सञ्चार स्रोत केन्द्र र सूचना विभाग जस्ता संस्थाहरूले निरन्तर यस समस्याप्रति पत्रकारहरूको ध्यान आकर्षण गर्ने प्रयत्न गर्दै छन् । यसै उद्देश्य पूर्तिका लागि अधिराज्यभरिका विभिन्न ठाउँहरूमा सभा, सेमिनार, गोष्ठी, कार्यशाला, प्रशिक्षण र तालिमहरू तेजीका साथ आयोजना भइरहेछन् ।

पत्रकारितामा नव प्रवेशी नौजवान पत्रकारहरूलाई प्रशिक्षित गर्ने प्रारम्भिक सोचले पनि यतिबेला मूर्तरूप लिँदैछ । यसै क्रममा आचारसंहिता लागू गर्नु ठूलो चुनौती बनेको छ । यद्यपि आचारसंहिताको उल्लङ्घन भएमा पत्रिकालाई कार्यवाही गरिने सम्बन्धमा प्रेस काउन्सिल र पत्रकार महासङ्घले एक निश्चित प्रक्रिया, कार्यविधि र मापदण्ड पनि निश्चित गरेका छन् । यसले राजनीतिक, आर्थिक, प्रतिशोधात्मक वा स्वार्थगत जुनसुकै कारणले भए पनि आचारसंहिताको उल्लङ्घन नहुनुपर्नेतर्फ पत्रिकाहरू सतर्क रहने प्रवृत्तिको क्रमशः विकास हुँदैछ ।

समष्टिमा मूल्याङ्कन गर्दा २०४६ सालपछि पत्रकारिताको सम्पूर्ण उपयोगको एकाधिकार राजनीतिक दलहरूको हातमा पर्न गयो । राजनीतिक दलहरूको हस्तक्षेपले पत्रिका माथि औंला उठ्ने गरेकोले अहिले आएर केही हदसम्म यो एकाधिकार मत्थर हुनुलाई सकारात्मक सङ्केत मान्न सकिन्छ । यसले गर्दा पत्रकारिताको विश्वसनीयता, पेशागत इमान्दारी, दक्षता, निष्पक्षता, स्वतन्त्रता, लोकप्रियता आदिका सम्भावना देखा परेका छन् । प्रजातन्त्रकालले सदा नै पत्रकारितालाई बौद्धिक, विश्वसनीय, सुरक्षित, मर्यादित, लाभप्रद, सम्मानजनक, रचनात्मक, संस्थागत र लोकप्रिय बनाउन निमित्त प्रयत्नहरू गरिरहने विश्वास पनि गरिन्छ । आफ्नो शैशवकालमा पुगेको र प्रौढ हुन नसकेको सुदूरपश्चिमाञ्चलको पत्रकारिताका

सामुन्ने यी लक्षहरू प्राप्तिका लागि चुनौती र समस्याहरू धेरै हुनु स्वाभाविक हो । मुख्य कुरा राजनीतिक र व्यावसायिक स्वार्थहरूले निर्माण गर्ने गरेका सीमारेखा-हरूभित्र रहेर पत्रकारिताले आफ्नो मूलस्वरूपलाई विस्तारित, विकसित र स्थापित गर्नु यतिबेलाको ठूलो समस्या मानिन्छ । कुनै व्यक्तिको आलोचना कुनै पत्रिकाले गरेमा त्यस व्यक्तिले पत्रिका नै प्रकाशित गरेर जवाफ दिने सोचबाट मुक्त हुनु जरूरी भएको छ । साथै पत्रिका निकाल्नेहरूबीचको साभेदारी वा सहमतिमा मत भिन्नता हुँदा अन्य उपायहरू अपनाउनुभन्दा पनि अर्को पत्रिका दर्ता गराएर 'तँ भन्दा म के कम' को घुर्की लगाउने प्रवृत्ति राम्रो होइन । पत्रकारितालाई राजनीतिक प्रोपोगण्डाको माध्यम बनाउनु सँगसँगै यस्ता विपरित स्थिति र प्रवृत्तिबाट यस क्षेत्रमा संलग्न व्यक्तिहरू मुक्त हुनु अनिवार्य छ ।

सूचनाको माध्यम र पत्रकारिता

पत्रकारितामा संलग्न रहने जनशक्तिबीच आपसी प्रतिस्पर्धा र व्यक्तित्वहरूको बीचमा हुने प्रतिष्ठाको लडाईं वा टक्करले गर्दा पूर्वाधार तथा योजना नभएका पत्रपत्रिकाहरू एकपछि अर्को दर्ता गर्ने प्रवृत्ति यहाँ रहेको छ । यसले गर्दा पत्रपत्रिकाहरूलाई स्थायी, सबल र नियमित बनाउन अनेक किसिमका प्रतिकूल अवस्था सिर्जना भएको छ । कतिपय स्थितिमा त पत्रिका दर्ता भएर पहिलो अड्कसम्म पनि प्रकाशन हुँदैन । अनि कति नमुना अड्क मात्र प्रकाशन हुन्छन् । केही अड्क निस्केर बन्द हुने पत्रिकाहरूमा प्रायः प्रकाशक/सम्पादक एकै व्यक्ति हुन्छन् । केही दिन बन्द हुने फेरि प्रकाशन हुने, यसपछि फेरि बन्द भई पुनः मौका हेरी प्रकाशन हुने गरेका पत्रिकाहरू पनि धेरै छन् । यी प्रवृत्तिलाई हेर्दा यस्ता प्रकारका पत्रिकाहरू प्रायः व्यवस्थापन पक्षबीच निरन्तर मत भिन्नता हुने कारणबाट पीडित भएका देखिन्छन् । तोकिएको दिन वा नियमित रूपमा पत्रिका प्रकाशित गर्न नसकेर पाठकहरूसँग बारम्बार क्षमा माग्ने पत्रिकाहरूको समस्या पनि यही हो ।

पत्रकारिताले स्वाभाविक र स्वस्थ रूपमा आफ्नो विकास गर्न सक्ने अवसर पाइरहेको छैन । यसले गर्दा निश्चित रूपले सुदूरपश्चिमको पत्रकारितामा सही सूचना प्रवाहको समस्या पनि रहिरहेको देखिन्छ । सूचना सङ्कलन गर्ने माध्यमहरू अथवा संवाददाता निष्पक्ष, नियमित, स्थायी, सक्षम र लगनशील भएका पाइँदैनन् । यसले पत्रपत्रिकामा हचुवाको भरमा हल्काफुल्का सामग्री प्रकाशन हुने प्रकृया स्वाभाविक भएको छ । सङ्क्षेपमा समस्याहरूको वर्गीकरण गर्दा पहिलोमा राजनीतिक परिस्थिति, आस्था र हस्तक्षेपले पत्रकारितालाई आफ्नो मूल स्वभावबाट

विचलित गराएको छ। दोस्रो, आर्थिक साधन स्रोतहरूको अभावले गर्दा पत्रकारिताको गुणस्तरमा वृद्धि हुन सकिरहेको छैन। तेस्रो, पत्रकारितामा संलग्न सम्पूर्ण पक्षहरू दक्ष, शिक्षित एवं पत्रकारिताप्रति आस्थावान भएनन्। यसले पत्रपत्रिकाको लागि चाहिने प्रविधिको हस्तान्तरण समयमा हुन नसक्ने समस्या पनि रहेको देखिन्छ। यसरी अर्को शब्दमा भन्दा आचारसंहिताको पालना नहुनु, आवश्यक पूँजीको उपलब्धता नहुनु र व्यवस्थापन पक्ष पत्रकारिताको लागि सक्षम नहुनुसँग सबै समस्याहरू सम्बन्धित छन्।

आचारसंहिताको उल्लङ्घन दलीय स्वार्थ पूर्वाग्रह र आर्थिक स्वार्थका कारण जन्मन्छ। यसरी आचारसंहिता उल्लङ्घन हुन रोक्ने हो भने राजनीतिक दलप्रति प्रतिबद्ध पत्रकारहरूले आफ्नो पत्रिकालाई सम्बन्धित पार्टीको मुखपत्र भनी घोषित गर्नु उचित हुन्छ। अर्कोतर्फ पत्रिकालाई हतियार बनाई विभिन्न अनैतिक कामद्वारा आर्थिक लाभ कमाउने पत्रकारहरूलाई पत्रकार सङ्गठनहरूले बहिष्कार तथा निरुत्साहित गर्ने वातावरण बनाउनु पर्छ। पत्रकार जगतमा बढी पारदर्शिता र इमानदारी हुन पनि अति आवश्यक छ। यसो भएमा पत्रकारिता सैद्धान्तिक विचलन हुनबाट बच्ने सम्भावना रहन्छ।

केही प्रमुख समस्याहरू

विभिन्न आर्थिक स्रोतहरू र पत्रकारितामा प्रयोग हुने आवश्यक आधुनिक उपकरणहरूको परिचालन तथा स्थापना पत्रकारिताको विकास गर्ने उद्देश्यले सरल, पर्याप्त, आवश्यक र सहूलियत पूर्ण ढङ्गबाट प्राप्त नहुनु यतिबेला प्रमुख समस्या बनेको छ। यो समस्या सुदूरपश्चिमको सबै जिल्लाहरूमा भए पनि खासगरी यस क्षेत्रका पहाडी जिल्लाहरूमा बढी छ। पत्रपत्रिका प्रकाशन गर्ने इच्छा राखेले सबै पूर्वाधारहरू स्वयम् नै तयार पार्नुपर्ने बाध्यता सुदूरपश्चिमको पत्रकारिताको मुख्य समस्या हो। प्रेस, कम्प्युटर र दक्ष जनशक्ति जस्ता पूर्वाधारहरूको स्थापनाका लागि चाहिने सरल ढङ्गबाट पूँजी प्राप्त नहुने समस्या पहाडी जिल्लाहरूमा बढी नै छ। विशेषगरी पत्रकारिता र छापाखाना नाफा कमाउने व्यावसायिक रूपमा स्थापित हुन सकेको छैन। यसले गर्दा जाँगरिला, दक्ष, क्षमतायुक्त र पाठकहरूको रुचि बुझ्नेका पत्रकारहरूले पत्रकारिताको विकास गर्ने र व्यावसायिक रूपले आफूलाई एक ठाउँमा स्थापित गर्न सङ्घर्ष गर्नु परिरहेको छ। सञ्चारका साधनहरू र यातायातका सुविधाहरू सूचना छिटो प्रवाह हुने किसिमले जोडिएका पाइँदै नन्। यसले सुदूरपश्चिमको पत्रकारिताको विकासमा गतिरोध ल्याएको छ।

पत्रकारितामा अर्को मुख्य समस्या दक्ष जनशक्ति अपर्याप्त हुनु हो। सुदूरपश्चिमको पत्रकारितालाई यो समस्याले पिरोलेको छ। पत्रकारितालाई लोकप्रिय र रचनात्मक बनाउनमा व्यवस्थापन पक्षमा संलग्न सम्पूर्ण जनशक्तिको टीम स्पीरिटको महत्वपूर्ण भूमिका निर्विवाद छ। यस अर्थमा व्यवस्थापन पक्षतर्फ संलग्न केही जनशक्तिमा आवश्यक पर्ने क्षमता, योग्यता, इच्छाशक्ति, लगन र समर्पणको अभाव छ। पत्रकारितामा प्रवेश गर्नुभन्दा पहिले पत्रकार हुनका लागि सामान्य तालिम, ज्ञान, पढाइ र रुचि आवश्यक हुन्छ। तर यस क्षेत्रको पत्रकारितामा कार्यरत पत्रकारहरूको वर्तमान वा पुरानो पिँढीमध्येका अधिकांश व्यक्तिले आफ्नो भविष्य निर्माण गर्ने रुचिपूर्ण पेशाको रूपमा पत्रकारितालाई स्वीकार गरेनन्। नयाँ पिँढीका पत्रकारहरूले त अन्यत्र काम नपाउँदासम्म समय काट्ने विश्रामस्थलको रूपमा पत्रकारितालाई प्रयोग मात्र गरे। यो प्रवृत्तिले गर्दा धेरैजसो पत्रिकाहरूमा आक्रोश, बदनियति, हीनताबोध, अज्ञानता, अक्षमता र विघटनयुक्त विचारहरू यदाकदा देखिने गर्दछन्। पाठकको इच्छा र रुचिहरू यही कारण ओभ्रलमा पर्ने गरेका छन्।

प्रसङ्गवश पत्रपत्रिकाहरूमा प्रकाशित हुने लेख, टिप्पणी वा समाचार विश्लेषणका सामग्रीहरूले पारिश्रमिक नपाउने कुराहरू समय समयमा उठ्ने गर्छन्। सामान्यतया कुनै पनि स्थानीय पत्रिकाले पारिश्रमिक दिने गरेका छैनन्। तर पनि दैनिकदेखि लिएर त्रैमासिकसम्मका पत्रिकाहरूमा सामग्री छाप्ने प्रक्रियामा कतै व्यवधान आएको देखिँदैन। यस्ता सामग्रीहरूमा स्थानीय र राष्ट्रिय स्तरमा नाम चलेका लेखकहरूका रचनादेखि लिएर सिकारु लेखकहरूका लेखहरू प्रकाशित हुन्छन्।

यी सामग्रीहरू प्राप्त हुने प्रेरकतत्व र स्रोतको पहिचान गर्दा नाम चलेका लेखकहरूमा स्थानीय समाचारमूलक वा साहित्यिक पत्रिकाहरूलाई लेख रचनाहरू दिएर सहयोग गर्ने मनसाय मात्रै हुन्छ। त्यस्तै सिकारुहरू आफ्ना रचना छापिने कुराबाट उत्साहित हुन्छन् र सामग्री पठाउँछन्। यसरी प्राप्त हुने लेख रचनाहरू चाहिएको बेला भएन भने ठूला पत्रिकाहरूबाट लेख साभार गरेर स्थानीय पत्रपत्रिकाहरूले आफ्ना पानाहरू भर्ने गर्छन्। यसरी साभार गर्दा कहिलेकाहीं स्रोत उल्लेख नगर्ने, लेखकको नाम नराख्ने जस्ता आवाज पनि बरोबर उठ्ने गरेको पाइन्छ।

पत्रिकाका पाठक र वार्षिक शुल्क

जहाँ पनि पत्रिकालाई टेवा दिने प्राथमिक तत्व पाठक नै हुन्छ। प्रतिदिन १०/१२ जति स्थानीय पत्रिका निस्कदा कसरी सुदूरपश्चिमका पाठकहरू आकर्षित हुन्थे

विचार गर्नु जरूरी छ । विशेष रूपमा पत्रिकाप्रति भावनात्मक संलग्नता वा सदासयता राख्ने पाठकहरूको सङ्ख्या नै सबभन्दा बढी रहेको देखिन्छ । त्यसपछि दोस्रो नम्बरमा स्थानीय समाचार वा सूचनाहरूको विषयमा जान्ने उत्सुक रहने पाठकहरू छन् । तेस्रो, पत्रिकाभित्र छापिने कविता, लेख, सिनेमा कहानी आदि विषयमा रुचि राख्ने पाठकहरू छन् । राष्ट्रिय स्तरमा प्रकाशित हुने १०-१२ पृष्ठाका रङ्गीन कलेवर र स्तरीय पाठ्यसामग्रीयुक्त अखबारहरूको दाँजोमा सानो आकारका दुई/चार स्थानीय पत्रिका प्रभावहीन देखिन्छन् । यस स्थितिमा भारतबाट कञ्चनपुर र कैलालीमात्र नभएर दार्चुला, बैतडीजस्ता पहाडी जिल्लाहरूमा यी रङ्गीन पत्रिकाहरू पुग्ने गर्छन् । यिनीहरूले स्थानीय पत्रिकाको प्रतिस्पर्धा भन्नु जटिल बनाएका छन् । यसरी सीमित पाठक समूहले स्थानीय पत्रिकालाई बचाएर राखेका छन् । यो सीमित पाठकको मनोविज्ञान र रुचिको अध्ययन गरेर ग्राहक र पाठक सङ्ख्यालाई विस्तार गर्नु अनिवार्य भएको छ । होइन भने समयसँगै यी सम्भावना पनि बिलाएर जाने अवस्था छ ।

पत्रिकाहरूको वार्षिक ग्राहक शुल्क र एक प्रतिको मूल्यको सम्बन्धमा पनि अनेक प्रकारका विविधताहरू देखिने गर्दछन् । सर्वप्रथम प्रकाशित भएको ८० पृष्ठाको *हिमालय* पत्रिकाको एक प्रतिको मूल्य रु. १।५० र वार्षिक शुल्क रु. ६ थियो । त्यसपछि प्रकाशित भएका पत्रिकामध्ये ६ पेजको *महाकाली सन्देश* र *महाकाली* तथा यत्तिकै पृष्ठ भएको *सेती सन्देश*को मूल्य प्रति अड्क ५० पैसा थियो । २०३६ सालतिर प्रकाशित ६ पृष्ठाको *परिचर्चा*, *सेती समाचार*, *खप्तड सन्देश* र *वार्ता*को प्रति अड्क मूल्य रु. १ थियो । यसले २०२२ सालपछिको १४-१५ वर्षमा पत्रिकाको मूल्य दोब्बरसम्म वृद्धि भएको देखिन्छ । साहित्यिक पत्रपत्रिकाहरूको हकमा २०२६ सालमा प्रकाशित भएको ६० पृष्ठाको *बुढी*को मूल्य प्रति अड्क रु. १।५० थियो भने २०३६ सालमा प्रकाशित ३० पृष्ठाको *रैवार*को मूल्य रु. २।४० र यत्ति नै पृष्ठ भएको *गोदावरी*को मूल्य रु. २ कायम रहेको देखिन्छ । यसरी २०४६ सालपछि करिव करिव ३०/४० पृष्ठाको साहित्यिक पत्रिकाहरूको मूल्य रु. ५ देखि रु. २० सम्म पुगेको देखियो । पत्रिकाहरूको यो मूल्यको ठूलो अन्तरलाई स्थापित गर्ने कुनै खास कारण पाउन सकिएन । २०४६ सालपछि दैनिक पत्रिकाको रूपमा सबैभन्दा स्थापित *अभियान्ते* रु. २ प्रति अड्क मूल्य कायम गरेपछि सबैले यसको अनुसरण गरे ।

यसरी पत्रिकाको मूल्य नबढाउनुमा यिनीहरूको सामुने चुनौती रहेको देखिन्छ । पत्रिकाको ग्राहक सङ्ख्या अनिश्चित हुनुमा यस्तो अनियमित प्रकाशन महत्वपूर्ण कारक बनेको छ । त्यसैले चिनजानका व्यक्ति, सरकारी कार्यालय र केही सङ्घसंस्थाहरू

मिलाएर पत्रिकाका ग्राहक १००-२०० भन्दा बढी छैनन् । दोस्रो वर्ष ग्राहक नवीकरण गर्नेहरूको सङ्ख्या अझ न्यून हुन्छ ।

सुदूरपश्चिममा सञ्चार साधन तथा यातायातको व्यवस्था अहिले पनि छैन । यही कारण पत्रिका एक ठाउँबाट अर्को ठाउँसम्म पुग्न समस्या छ । अझ सदरमुकामबाट जिल्लाका भित्री भागहरूमा वा अर्को जिल्लाका स्थानहरूमा पत्रिका पठाउन ठूलो समस्या छ । यद्यपि स्थायी ग्राहकहरूलाई हुलाकबाट पत्रिका पठाउने चलन थियो र अहिले पनि छ । तर हुलाकबाट पत्रिका पठाउनु भरपर्दो छैन, साथै ढिलो पनि हुन्छ । यति हुँदाहुँदै पनि जिल्लाभित्रका आफ्ना वितरकहरूलाई न्यूनतम १० र अधिकतम ५० प्रति अखबारको मूठो हुलाकबाट पठाउनुपर्ने एक मात्र विकल्प पत्रिकाको व्यवस्थापनसँग छ । यातायात पुगेको ठाउँमा मोटरद्वारा पत्रिका पठाउने गरिए पनि त्यति प्रभावकारी हुन सकेको छैन । स्थानीय पत्रिकाहरू हकरहरूले बेचेन प्रयत्न गरेदेखि यिनीहरूको विक्रीमा केही वृद्धि भएको छ । यसले पाठकहरूको सहयोगी प्रवृत्तिले पनि केही सघाएको छ । तर आकर्षक प्रस्तुति, स्थानीय विषयवस्तुमा वृद्धि र गहकिलो सामग्री प्रस्तुत गर्न सके पाठक बढ्ने निश्चित छ ।

विज्ञापन व्यवस्था

पत्रिकाको स्थायित्व र विज्ञापनको कुरा गर्दा प्रायजसो मोफसलका पत्रिकाहरूले न्यायपूर्ण ढङ्गबाट विज्ञापन पाउने गरेका छैनन् । यसले आर्थिक रूपले आत्मनिर्भर हुनबाट पत्रिकाहरूलाई रोकेको छ । सरकारी स्तरबाट प्रकाशन गरिने कुनै विज्ञापन, सूचना वा निर्देशनलाई सबै पत्रपत्रिकाहरूले समान रूपमा पाउनु पर्ने गुनासो गरिन्छ । स्थानीय तवरमा प्राप्त हुने विज्ञापनहरूमा पनि एकरूपता र समान वितरण व्यवस्था हुनुपर्ने माग पनि पत्रिकाहरूले गरिरहेका छन् ।

सामान्यतया पत्रपत्रिकाहरूमा बाह्रै महिना प्रकाशन भइरहने विज्ञापनहरूमध्ये व्यापारिक प्रकृतिका विज्ञापनहरू हुन् । तर यसको सङ्ख्या थोरै छ । त्यसैले उत्सव विशेषमा प्रकाशित हुने शुभकामना विज्ञापनहरूको व्यापकताले गर्दा व्यापारिक विज्ञापनहरूको तुलनामा जन्मोत्सव शुभकामना आदिको विज्ञापनहरूबाट अधिक धन आर्जन गर्न सकिने आशा पत्रपत्रिकाहरूले लिएको पाइन्छ । बडा दशैं, जन्मोत्सव, विभिन्न दिवस, नयाँ वर्ष, तिहार, गौरा पर्व आदि अवसरहरूलाई सबै पत्रपत्रिकाहरूले विज्ञापनद्वारा धन प्राप्त गर्ने प्रमुख स्रोतको रूपमा लिएको पाइन्छ ।

स्थानीय तवरमा कार्यरत स्थानीय स्वायत्त शासनका निकायहरू, सरकारी अड्डाखाना र विकास आयोजनाहरू, गैरसरकारी संस्थाहरू, व्यावसायिक सङ्घसंस्थाहरू,

राजनीतिक दलहरू, स्कूल कलेजहरू र गतिला ठेकेदारहरू तथा वित्तीय कारोवार गर्ने बैङ्क जस्ता आर्थिक संस्थाहरू एवं विशेष इच्छुक व्यक्तिहरूको तर्फबाट यस्ता अवसरहरूमा सबैजसो स्थानीय पत्रपत्रिकाहरूले शुभकामना विज्ञापनहरू छापने गर्छन् । तर यस्तो विज्ञापन प्राप्त गर्नमा व्यक्तिगत सम्बन्धले धेरथोर भूमिका खेलेकै हुन्छ । यी समयमा विज्ञापन छापे पनि अत्यधिक प्रतिस्पर्धा हुने भएकोले यी विज्ञापनहरू रु. १५० देखि रु. ५०० सम्मको हुन्छन् । यस किसिमले एउटा पत्रिकाले यस्ता नौ दशवटा अवसरहरूमा सरदर ५० जति विज्ञापन प्रकाशन गरेको खण्डमा घटीमा रु. ७,५०० र बढीमा रु. २५,००० सम्मको रकम मात्रै विज्ञापनबाट उठ्ने गर्छ । यी अवसर विशेषका शुभकामना विज्ञापनबाहेक स्थानीय तवरमा निर्माण गरिने कुनै योजना, टेण्डर आदि र स्थानीय निकाय, बैङ्क वा अन्य सङ्घ-संस्थाहरूका सूचनाहरू प्रकाशित गर्दा निश्चित रूपले रु. १,००० देखि रु. ५,००० सम्म पनि पत्रपत्रिकाहरूले विज्ञापनबापत पाउने गर्छन् । पत्रपत्रिकाहरूको मुख्य आयस्रोत भनेको विज्ञापन नै हो । योबाहेक प्रेस काउन्सिलको वर्गीकरणमा पर्नसके त्यहाँबाट पनि धेरथोर आर्थिक सहयोग उपलब्ध हुन्छ ।

पत्रपत्रिकाले निरन्तरता र दीर्घजीवन पाउनका लागि पाठकको सङ्ख्या बढ्नु पर्छ । यसका लागि पत्रिकाले पस्कने विषयवस्तु स्तरीय हुनु जरुरी छ । अहिलेसम्मको पत्रकारिताको अभ्यासमा यसो हुन सकिरहेको पाइँदैन । उत्कृष्ट रचना, लेख, समाचार आदि छापेर त्यसबापत उचित पारिश्रमिक त्यसका स्रष्टालाई दिनुपर्छ । यसो गर्दा प्रोत्साहन मिल्दछ ।

निष्कर्ष

माथि भनिएजस्तै सुदूरपश्चिमाञ्चलको पत्रकारिता क्षेत्रमा अनेक प्रकारका कमजोरी र समस्या छन् । यसको वावजूद पनि स्वयंसिद्ध र स्वावलम्बी पत्रकारिता विकासका प्रयासहरू भएका छन् । जुन परिस्थितिमा यी प्रयासहरू भए त्यसलाई सराहना गर्ने पर्छ । आफैँले अनेक दुःखका साथ परिश्रम गरी वर्षौँसम्म प्रयोग, अभ्यास, त्याग, स्वध्ययन एवं अविरोध प्रयत्न गरेर पत्रकारहरूले अमूल्य अनुभव प्राप्त गरेका छन् । यसरी आफ्ना अमूल्य अनुभवहरूको आधारमा मात्रै पत्रकारिताको विकास गर्न सक्षम भएका यतातिरका स्वावलम्बी पत्रकारहरूको पछिल्लो पिँढीले भने अहिले केन्द्रका विभिन्न सङ्घ-संस्थाको सहयोगमा केही प्रोत्साहन, निर्देशन र तालिम पनि पाइरहेका छन् ।

यस क्षेत्रमा पत्रकारिताको प्रारम्भताका पत्रिकाका लागि आवश्यक यातायात, सञ्चार, पूँजी, छापाखाना, कम्पोजिटर, सम्पादक, समाचार, लेख, ग्राहक, पाठक र विज्ञापनदाता इत्यादि जुटाउने काम सम्पादकका लागि धेरै कठिन र कष्टसाध्य थियो । त्यस तथ्यको कल्पना गर्दा अपेक्षाकृत रूपमा कठिनाइहरूको चाप अहिले छैन । सौभाग्यको कुरा भन्नु पर्छ २०४६ सालपछि कम अवधिमै यहाँको पत्रकारिताले संस्थागत रूपमा सङ्गठित हुनुदेखि लिएर उन्नत प्रविधि, सक्षम र दक्ष जनशक्ति तथा आर्थिक लगानी पाउन सक्ने अनेक सम्भावनाहरूको ढोका खोलेको छ । यसलाई स्थानीय सफलताको रूपमा स्वीकार्नु जरुरी हुन्छ ।

धेरै प्रकारका सुविधा प्राप्त भए पनि पहिलेको तुलनामा अहिले भाषिक, वैचारिक र नैतिक दारिद्र्यको प्रदर्शन भइरहेको छ । पत्रकारिताको सम्बन्ध राजनीतिक दलसँग निकटको रहनु स्वाभाविक होइन । जहाँ पत्रकारिताको स्वरूप राजनीतिक रङ्गमा रङ्गिएको हुन्छ, त्यहाँ पत्रकारिताले अभिव्यक्त गर्ने स्वरहरू स्वतन्त्र, निष्पक्ष र प्रभावकारी नहुने स्थिति पनि आउन सक्ने कुरा अहिलेको अभ्यासले देखाउँछ । यहाँको पत्रकारिता साँघुरो, अविकसित र अनुभवहीन भएकोले पनि स्थितिमा व्यापक सुधार नदेखिएको हुनसक्छ ।

पत्रिकाहरू सङ्ख्यात्मक हिसाबले धेरै देखिए पनि स्तरीय समाचार र विषयवस्तु कमै देख्न पाइन्छ । निजी लगानीमा एकल प्रयासले पत्रिकाहरू चलिरहेका छन् । त्यसैले पनि प्रभावकारी व्यवस्थापनको अभाव नै छ । यद्यपि आवश्यक पूर्वाधार नरहेको वर्तमान अवस्थामा पत्रिकाहरू चल्नु मात्रलाई पनि सकारात्मक पक्ष मान्नु पर्छ । स्थानीय पत्रिकासँग सम्बन्धित सरकारी मापदण्डलाई खुकुलो बनाउन सकेमा पनि यहाँको पत्रकारिताले राहत पाउन सक्ने सम्भावनाहरू छन् ।

पत्रिकाहरूको संख्या बढ्नु, केही पत्रिकाहरू नियमित प्रकाशित हुनु, पाठकहरू बढ्नु जस्ता केही सकारात्मक पक्ष देखिए पनि स्थानीय पत्रकारितामा देखिएको अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा र अमर्यादित अभ्यासले पत्रकारिताप्रति स्थानीय समाजको दृष्टिकोण अपेक्षाकृत सकारात्मक छैन । योग्य र दक्ष व्यक्तिका लागि यस क्षेत्र आकर्षक बन्न सकिरहेको छैन । यिनै विभिन्न कारणहरूले गर्दा सुदूरपश्चिमको पत्रकारिताले प्रभावकारी गोरेटो समात्न नसकेको हो । तसर्थ पत्रकारितामा गुणात्मक सुधारका लागि पत्रकारिता सम्बन्धित सरकारी, गैर-सरकारी संस्था, निजी लगानीकर्ताहरूलगायत सम्पूर्ण सञ्चारकर्मीसमेतको सामूहिक प्रयास हुनु जरुरी छ ।

पत्रकारिता जगतलाई आत्मनिर्भर बनाउनुपर्ने चुनौतीलाई दृष्टिगत गरी आचारसंहिताको पालना, योग्य र दक्ष जनशक्तिको संलग्नता तथा आधुनिक प्रविधिमा पूँजी विनियोजन गरी स्तरीय रुचिकर र विश्वसनीय पत्रकारितालाई प्रोत्साहित गर्ने उपाय खोजिनु पर्छ। दक्ष जनशक्ति उत्पादनका लागि पत्रकारिताको औपचारिक पढाइ र लामो अवधिका तालिमको चाँजोपाँजो मिलाउने, पत्रकारितामा लागेर पनि जीविकोपार्जन गर्न सकिने गरी पारिश्रमिकको व्यवस्था गर्ने, लेखक स्तम्भकारलाई पारिश्रमिक दिने, जस्ता कार्यहरू आवश्यक देखिन्छन्। यसरी सुदूर पश्चिमको पत्रकारिताको आर्थिक, संस्थागत र प्रविधिगत सुदृढीकरण गरिनुपर्ने वर्तमान आवश्यकता हो। यसो हुन सकेमा सुदूरपश्चिमको पत्रकारिता सही मार्गतिर लम्कने थियो।