



नेपालमा आमसञ्चार माध्यम र सामाजिक प्रभाव

डा. श्रीराम पौडेल

srpaudel@gmail.com

लेखसार

कुनै पनि समाजमा सञ्चार माध्यमको भूमिका अहम् हुन्छ। जनतालाई जानकारी दिने, शक्तिको दुरुपयोग रोक्न मद्दत गर्ने, सार्वजनिक अभिव्यक्तिका लागि माध्यम, ठाउँ र समय प्रदान गर्ने अनि सार्वजनिक हितमा नभएको कसैको शक्तिलाई नियन्त्रण गर्न सञ्चार माध्यमले मद्दत गर्छन्। सञ्चार माध्यमले सार्वजनिक निकायका गतिविधिको निगरानी गरिरहेका हुन्छन्। समाजलाई दिशानिर्देश गर्न सञ्चार माध्यम स्वतन्त्र हुनु अति जरुरी छ। यस आलेखमा मिडिया प्रभावको अवधारणालाई आत्मसात् गर्दै वर्णनात्मक ढाँचा र गुणात्मक अनुसन्धान विधि अपनाइएको छ। २००७ मा प्रजातन्त्र स्थापना भइसकेपछि राजनीतिक र सामाजिक परिवर्तनको पक्षमा मिडिया क्षेत्र अग्रसर हुन सकेन। पञ्चायतकालीन पत्रकारिता राजसंस्था, राजा र राजाले स्थापना गरेको व्यवस्थाको गुणगान गाउनमै सीमित रह्यो। २०४६ पछि गणतान्त्रिक अवधिमा मिडियामार्फत बहुवैकल्पिक विचार प्रवाहले सामाजिक अन्तरक्रिया सघन बन्दै गएको आलेखको निष्कर्ष छ।

शब्दकुञ्जी

सामाजिक प्रभाव, राजनीतिक प्रभाव, सामाजिक जागरण, गणतान्त्रिक।

विषय प्रवेश

नेपालमा छपाखाना भित्रिएको १७३ वर्ष भएको छ। वि.सं. १९०८ मा युरोप भ्रमणबाट फर्किँदा तत्कालीन

प्रधानमन्त्री जङ्गबहादुर राणाले हाते प्रेस ल्याएका थिए, जुन गिद्दे प्रेसका नाममा चर्चित छ। सुधारवादी राणा प्रधानमन्त्री देव शमशेरले नेपालको पहिलो अखवार गोरखापत्रको प्रकाशन सुरु गराउनुअघि भन्डै आधा दर्जन छपाखाना स्थापना भएका थिए। गोरखापत्र प्रकाशनको तीन महिनामै दाजु देव शमशेरलाई सत्ताच्युत गरेर प्रधानमन्त्री बनेका चन्द्र शमशेरको २८ वर्षे शासनकालमा नेपालमा अर्को कुनै पत्रिका जन्मिन पाएन। त्यसपछि जुद्ध शमशेरको शासनकालमा काठमाडौँबाट शारदा मासिक (वि.सं. १९९१) र उद्योग पाक्षिक (१९९२) प्रकाशित भएका थिए। यो अवधिमा विश्वमा रेडियो प्रसारणको स्वर्ण युग चल्दै थियो, नेपालमा भने सर्वसाधारणलाई रेडियो सुन्ने अनुमति नै थिएन। वि.सं. २००३ मा पद्म शमशेरले रेडियो सुन्ने अनुमति दिएका थिए। २००७ को क्रान्तिपछि मात्रै नेपालमा पत्रकारिता अभ्यास भएको हो। यसअघिको गोरखापत्रको पत्रकारिता अभ्यास सरकारी गजेटको रूपमा सीमित थियो (रेग्मी, २०५१, पृ.४३; रिसाल, २०७९, पृ. २२)। २०१७ मा पञ्चायती व्यवस्था लागु हुनुअघिसम्म नेपालमा मिडियाको सङ्ख्यात्मक वृद्धि भएको पाइन्छ। त्यस बेलासम्म ३१ दैनिक, ६३ साप्ताहिक र २४ पाक्षिक प्रकाशनमा आएका थिए। दलविहीन पञ्चायती ३० वर्षे अवधिमा कठोर कानुनी बन्दोबस्तसँगै बन्देज लगाउने अनेक प्रयत्न गरिए (ओभा र रिसाल, २०६५ पृ.७१; नेपाल, २०५७, पृ.४)। २०४६ सालको परिवर्तनपछि मिडिया क्षेत्रले अनुकूल वातावरण पायो र स्वतन्त्र पत्रकारिता अभ्यास गर्ने बाटो खुल्यो। यो आलेखमा नेपाली मिडियाको

चरणगत विकास र सामाजिक प्रभावका विषयमा चर्चा गरिएको छ।

अध्ययन विधि

यो लेखमा नेपालमा आमसञ्चार माध्यमको चरणबद्ध विकासको सिलसिला समावेश गर्दै समाजमा मिडियाको प्रभावका विषयमा विश्लेषण गर्ने प्रयास गरिएको छ। मूलतः नेपाली पत्रकारिताको राजनीतिक प्रभाव उच्च रहँदै आएकोले राजनीतिक प्रणालीभित्र नै सामाजिक, सांस्कृतिक र आर्थिक पक्ष समाहित भएको हुन्छ। द्वितीय स्रोतहरूमा आधारित सूचना र विचार समावेश गरिएको यो आलेखले मिडिया प्रणालीलाई प्रत्यक्ष निर्देशित गर्ने राजनीतिक प्रणालीका घटनाक्रमहरूलाई पनि समावेश गरेको छ। मूलतः वर्णनात्मक प्रकृतिको यो लेखमा गुणात्मक विधिको प्रयोग गरिएको छ। यो लेख तयार गर्न विभिन्न पुस्तक लेखरचना अध्ययन रिपोर्ट र सरकारी दस्तावेजहरूलाई आधार मानिएको छ। यस आलेखमा मिडिया क्षेत्रको विकासका विभिन्न आयामहरूको चर्चा गरिएको छ।

सैद्धान्तिक अवधारणा

मिडियाको विकासक्रम र प्रविधिको आविष्कारसँगै प्रभाव पक्षमा पनि विभिन्न अवधारणाहरू निर्माण भएका छन्। छापा माध्यमलाई चुनौती दिने गरी रेडियो माध्यम प्रयोगमा आएपछि मिडियाको प्रभावबारे सन् १९२० र सन् १९३० को दशकमा अध्ययन हुन थाल्यो। यो समयमा बन्दुकबाट निस्केको गोलीको प्रभाव निशानामा परेजस्तै मिडिया सन्देशको प्रभाव पनि समाजमा उसैगरी पर्छ भन्ने 'म्याजिक बुलेट' वा चिकित्सकले बिरामीलाई निको पार्न औषधि राखेर सुइ लगाउँदा जसरी प्रभाव पर्छ। यसैगरी मिडिया सामग्रीको पनि समाजमा प्रभाव पर्छ भन्ने 'हाइपोडर्मिक निडल सिद्धान्त' को मान्यता हो। मिडिया अध्ययनको प्रारम्भिक कालमा छापा, रेडियो, र सिनेमा माध्यम थिए जसको प्रभाव दैनिक जीवनमा उच्च थियो। यो माध्यमले सशक्त रूपमा कसैको विचार, अवधारणा र

व्यवहार निर्देशित गर्न सफल थिए। मिडियाको प्रभावका विषयमा ह्यारोल्ड लासवेल (१९२७) लाई अक्सर उद्धृत गरिन्छ। मनोवैज्ञानिक सिग्मन्ड फ्रायडको मनोविज्ञान, व्यावहारिकता र राजनीति विज्ञानका तर्कहरू प्रयोग गर्दै मिडिया अध्येता लासवेलको भनाइअनुसार समाज तथा व्यक्तिहरूलाई प्रभावकारी रूपमा प्रचारको माध्यमबाट अल्पसङ्ख्यकद्वारा नियन्त्रण गर्न सकिन्छ (Borah, 2015)। पञ्चायतकालीन मिडिया यही अवधारणाबाट निर्देशित रहेको मान्न सकिन्छ। तर सन् १९३० को दशकमा मिडियाको प्रभावका बारेमा अन्य अवधारणा पनि विकसित हुने क्रममा थिए। यस चरणमा Katz & Lazarsfeld (1955) ले 'व्यक्तिगत प्रभाव' को सिद्धान्तको वकालत गरे। अर्का अध्येता Joseph Klapper ले सन् १९६० मा तर्क गरे कि सामूहिक सञ्चारको प्रभावले पूर्वस्थितिलाई मात्र बलियो बनाउँछ र तिनीहरूलाई प्रत्यक्ष रूपमा प्रभाव पार्दैन। उनको सुदृढीकरण सिद्धान्तअनुसार मिडियाले श्रोतालाई प्रत्यक्ष प्रभाव पार्दैन बरु परिवार, विद्यालय, समुदाय र धार्मिक संस्थाको ज्यादा प्रभाव परेको हुन्छ। मिडियाले पार्ने यो चरणमा मिडिया अध्येताहरूले मिडियाको उक्साहट र श्रोताको प्रतिक्रियाबिच प्रत्यक्ष वा सोभो प्रभाव नपर्ने उल्लेख गरे। यो अवधि मिडियाको सीमित प्रभावको चरणका रूपमा व्याख्या गरिन्छ। तेस्रो चरणमा टेलिभिजनको उदयसँगै दोस्रो विश्वयुद्धपछि मिडिया प्रभावका सिद्धान्तहरू देखा परे। यसअन्तर्गत श्रोताको प्रतिक्रिया घटबढ भइरहने सञ्चयी परिवर्तन र आफूले सोचे जस्तै ठुलो समूहले पनि सोच्दछ भन्ने निश्चित नभएसम्म श्रोता प्रतिक्रियाविहीन रहन्छ भन्ने Noelle-Neumann (1973) को मौनताको चक्रजस्ता अवधारणा जन्मिए। सन् १९९० को सुरुमा एक सम्भावित चौथो चरण देखा परेको छ (McQuail, 2010)। नयाँ चरणले मिडिया प्रभावहरूको न्यूनतम मोडेलहरूमा फर्किने सङ्केत गर्दछ र निर्माणवादी मोडेलहरूमा विशेष जोड दिन्छ (McQuail, 2010)। यसलाई सामाजिक निर्माणवादी दृष्टिकोणको रूपमा उल्लेख गरिएको छ। यो दृष्टिकोणअनुसार मिडियाले निर्माण गर्ने दृष्टिकोणलाई जनताले लिने अथवा नलिने आफैले तय गर्छन् अर्थात्

मिडियाको प्रभाव सङ्कुचित हुनुमा धेरै पक्षको प्रभाव परेको हुन्छ । जनमत सङ्ग्रहपछिको अभ्यास सञ्चयी परिवर्तनबाट निर्देशित रहेको मात्र सकिन्छ । मिडियाको सामाजिक प्रभावको सन्दर्भमा नेपालमा मिडिया स्थापना भएको राणाकाल, नियन्त्रित रूपमा मिडिया विस्तार भएको पञ्चायतकाल, प्रजातान्त्रिककालको उदारवादी विस्तार र गणतान्त्रिक कालको स्वच्छन्द विस्तार भए पनि मिडियाको सामाजिक प्रभाव फरक फरक पाइन्छ ।

छलफल

मिडियाको औपचारिक इतिहास सुरु हुनुअघि नेपाली समाजमा सञ्चारका साधनहरू धार्मिक क्रियाकलाप, सांस्कृतिक परम्परा र मौखिक कथनमा निर्भर थिए । त्यस बेला लेखनको व्यापकता कम भएकोले, मौखिक रूपमा विचार र सूचना सञ्चार गरिन्थ्यो । विशेष गरी मठमन्दिर, र धार्मिक स्थल सूचना र सन्देश आदानप्रदानका केन्द्रबिन्दु मानिन्थे । धार्मिक गुरु र पुरोहितहरूले मौखिक रूपमा धार्मिक पाठ र सन्देशहरू प्रसार गर्ने अभ्यास भएकाले समूह सञ्चारमा समाजमा रहेको थियो । शासन प्रशासनका सूचनाहरू पनि सरकारी संरचनाअन्तर्गत तोकिएका अधिकारीबाट मौखिक रूपमा जनतासम्म पुग्ने गर्दथ्यो । विशेषगरेर राजदरबार र स्थानीयस्तरमा रहेका शासकहरूले आफ्नो आदेश र सूचना जनतासम्म पुऱ्याउन सभा तथा सार्वजनिक समारोहहरूको आयोजना गर्थे ।

अखवारको सुरुवात : अँध्यारो युगको मधुरो दियो गोरखापत्र

वि.सं. १९५८ वैशाख २४ गते 'गोर्खापत्र' (वि.सं. १९८३ जेठ ४ गतेभन्दा पहिला गोर्खापत्र लेखिन्थ्यो र त्यसपछि मात्र गोरखापत्र लेखिन थाल्यो ।) प्रकाशनमा आयो । नेपाली पत्रपत्रिकामा यो पहिलो समाचार पत्र हो । 'वि.सं. १९५५ श्रावणमा प्रकाशित सुधासागर मासिक साहित्यिक पत्रिका भएको हुनाले गोरखापत्रलाई जेठो अखवारका रूपमा मानिएको हो' (रेग्मी, २०५१, पृ.४३) । त्यतिखेरको जनमानसमा शिक्षाको ज्योति जगाउन यसको

योगदान रह्यो । नागरिक चेतना जगाउने काममा पनि गोरखापत्रको योगदान स्मरणीय छ । 'तत्कालीन समाजमा जनतामा न त ज्ञानको चेतना थियो, न त आफ्नै मौलिक अधिकार र कर्तव्यप्रति नै सजगता । एकतन्त्रीय राणा हुकुमी शासनका बेला केही जागरुक युवकहरूको सल्लाह र देवशमशेरको उदार नीतिका कारण गोरखापत्र प्रकाशित हुन सकेको हो' (रेग्मी, २०५१, पृ.४२-४७) । गोरखापत्रको प्रकाशन जनचेतनाको अभिवृद्धिका लागि देवशमशेरले उठाएको साहसिक कदममा गणना गरिनुपर्छ (अधिकारी, २०८१, पृ. क) । प्रधानमन्त्री बनेको दुई महिनामै गोरखापत्र प्रकाशन गराएका देवशमशेरले जनताको सुखदुःखको हाल बुझ्न ठाउँठाउँमा सुभाष पेटिका राख्न लगाएका थिए भने काठमाडौँको मखनटोलमा एउटा नारी विद्यालय स्थापना गरेका थिए । उनका सुधारवादी कामबाट नागरिक चेतना वृद्धि भएर भारदारी राणा शासनलाई चुनौती थपिने निक्कै गर्दै चन्द्रशमशेरले (कट्टरपन्थी भाइभारदारको नेतृत्व गर्दै) यिनलाई गोरखापत्र प्रकाशनको तीन महिना नपुग्दै १९५८ साउनमा पदच्युद गरी शासनको बागडोर सहाले ।

देवशमशेरले गोरखापत्रको प्रकाशनका लागि 'सनद सवाल' जारी गरेका थिए जसमा के छाप हुने र के छाप नहुने उल्लेख गरिएको छ (देवकोटा, २०५९, पृ.५५) । सनद सवालमा भिन्नभिन्न शीर्षकमा छाप हुने, छाप नहुने, शुल्क लिएर छान्ने, छान्ने कामको जिम्मेवारी तोकिएको, पत्रिका प्रकाशन हुँदा सबैलाई हुने फाइदा, निःशुल्क कपी वितरण तथा दरबन्दी व्यवस्थाबारे वर्णन गरिएको छ । यीमध्ये छाप नहुने प्रसङ्ग विचारणीय छन् । हाम्रो (श्री ३) तारिफको, श्री ५/३ सरकारका दरबारभित्रका स्वास्नी मानिसको विषय, सरकारका आमदानी खर्च विषय, फौज विषय, हातहतियार, राजकाज विषय, भोट (तिब्बत) र नेपालको सिमानाका विकट बाटो र व्यापारको वयान, सुनखानीका धाउ पाएको कुरा, अन्य पञ्चराज्य विषयलाई तारिफ हुने कुरा नछाप स्पष्टसँग लेखिएको थियो । गोरखापत्र श्री ५, श्री ३ र ब्रिटिस रेजिडेन्ट (राजदूत) लाई मात्र निःशुल्क उपलब्ध गराउने कुरा पनि सनदमा उल्लेख

गरिएको छ (देवकोटा, २०५९, पृ.५५-५६)। अरूले भने अखवार किनेर पढ्नुपर्थ्यो। गोरखापत्र प्रकाशनकै पहिलो अङ्कमा यसको वार्षिक ग्राहक मूल्य ४ रुपियाँ तोकिएको थियो। सनद सवालमा राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक र सांस्कृतिक पक्षमा सीमा तोकिएको भए पनि अखवारका सामग्रीहरूमा परिवर्तन हुन पाएन र यो पत्रिकाले सरकारी अभिव्यक्तिको प्रतिनिधित्व गर्दै आएको छ (ओभा र रिवाल, २०६५, पृ. ७१-७९)। अहिलेसम्म गोरखापत्र नेपालको जेठो जीवित पत्रिका हो। प्रकाशन सुरु गर्ने व्यक्तिलाई नै सत्याच्युत गर्न सक्ने चन्द्रशमशेरले गोरखापत्रको प्रकाशन भने बन्द गराएनन्। तर प्रकाशन हुने सामग्री नियन्त्रण गर्न विश्वास पात्र खटाइए। राणाकालीन समयमा गोरखापत्रले प्राणपखेरु गुमाउन परेन, अँध्यारो युगमा पनि मधुरो दियोका रूपमा यो बलिरह्यो।

चन्द्र शमशेरको शासनकालभरी नेपाली अखवारले नेपालमा पाइलो सार्ने सकेन (दीक्षित, २०७०, पृ.१९-२९)। गोरखापत्र प्रकाशनको ३३ वर्षपछि मात्र जुद्धशमशेरको शासनकालमा काठमाडौँबाट वि.सं. १९९१ फागुनमा 'शारदा' मासिक र वि.सं. १९९२ मा 'उद्योग' पाक्षिक प्रकाशित भए। यी दुई पत्रिकाले वार्षिक रूपमा रु. ९/९ सयका दरले सरकारबाट सहायता पाएका थिए (दीक्षित, २०७०, पृ.१९-२९)। नेपालबाट प्रकाशन सम्भव नभए पनि नेपालीभाषी रहेका भारतका दार्जिलिङ, बनारस, कालिम्पोङ, कलकत्ता, सिलाङबाट प्रकाशित नेपाली भाषाका मासिक पत्रिकाहरू गोर्खे खबर कागत, उपन्यास तरङ्गिणी, सुन्दरी, माधवी, आदर्श, नेवुला, उदय, र चन्द्र साप्ताहिक पत्रिकाहरू गोर्खाली, गोर्खा संसार, तरुण गोर्खा, गोर्खा सेवक आदि प्रकाशनले भाषा र साहित्यको उन्नयनमा योगदान पुऱ्याए। त्यस समयमा राजनीतिक सामाजिक विषयवस्तुको चर्चा वर्जितजस्तै थियो।

वि.सं. १९९० को दशकमा नेपालमा केही राजनीतिक गतिविधिहरू भए। वि.सं. १९९७ मा राणा शासन विरुद्ध आवाज उठाउने चार युवा सहिद भए। प्रकाशन इतिहासमा वि.सं. २००४ मा काठमाडौँबाट 'साहित्य स्रोत' मासिक, 'घरेलु इलम पत्रिका' मासिक, 'काठमाडौँ म्युनिसिपल

पत्रिका' मासिक पत्रिका प्रकाशित भए। यसैगरी बनारसबाट २००४ सालमा 'युगवाणी', कलकत्ताबाट २००५ मा 'नेपाल पुकार' प्रकाशित भएका थिए। यी पत्रिकाले नेपालको जनक्रान्तिलाई प्रत्यक्ष सघाउ पुऱ्याएका थिए। २००७ फागुन ४ मा हृदयचन्द्रसिंह प्रधानको सम्पादनमा 'जागरण' साप्ताहिक प्रकाशनमा आयो। राणा शासनको अन्त्य र प्रजातन्त्रको अभ्युदयको सङ्घारमा जन्मेको यो पत्रिका निष्पक्ष र स्वतन्त्र आलोचना गरी जनचेतना अभिवृद्धि गर्नु गराउनमा सफल भएको थियो (रेग्मी, २०५१, पृ.४२-४७)। वि.सं. २००७ साल अघिको पत्रपत्रिका प्रकाशनलाई विश्लेषण गर्दा प्रायः सबैजसो पत्रिकाहरू साहित्यिक र विविध विषययुक्त थिए। स्वदेशमा होस् अथवा प्रवासमा हाम्रो नेपालीको शैक्षिकस्तर, सामाजिक र राजनीतिक चेतना लगभग उस्तै भएकाले दुवै माटोमा (२००७ अघि) जन्मेका प्रायशः धेरैजसो पत्रपत्रिकाहरूको शैशवावस्थाको आर्थिक स्थिति, पुस्तक र औषधिहरूको विज्ञापन तथा उपन्यासहरूको धारावाहिक प्रकाशन मै आधारित देखिन्छ (प्रकाशनको दिग्दर्शन, २०६०, पृ. ३५४)। त्यसैले यस अवधिसम्म मिडियाको सामाजिक प्रभाव निकै सीमित थियो।

२००७ देखि २०१७ सम्मको पत्रकारिता

राणा शासनको अन्त्य गर्दै प्रजातन्त्रको स्थापना गरेको २००७ को क्रान्तिपछि नेपालमा पत्रकारिता अभ्यास फराकिलो बनेको हो र निजी क्षेत्रबाट ढुक्कसँग पत्रपत्रिका निस्कन थालेका हुन्। यो अवधिमा छापा माध्यम र रेडियोको विकासले सामाजिक रूपमा ठुलो प्रभाव पार्न थाल्यो। २००७ चैत्र २० गतेदेखि रेडियो नेपालको प्रसारण भयो। पत्रपत्रिका र रेडियोले जनतालाई राजनीतिक र सामाजिक घटनाहरूको जानकारी दिने मात्र होइन, उनीहरूलाई सामाजिक मुद्दाहरूमा सचेत गराउन ठुलो भूमिका खेले। प्रजातन्त्र घोषणा भएको भोलिपल्टै २००७ फागुन ८ गते सिद्धिचरण श्रेष्ठको सम्पादनमा नेपालको पहिलो दैनिक अखवार 'आवाज', २०११ भदौ २४ देखि 'समाज' दैनिक, २०१३ कार्तिक २८ गतेदेखि 'हालखबर' दैनिक प्रकाशित

जिल्लामा रहेर धेरै समय पत्रकारिता गरेका नारायणप्रसाद शर्माको अनुभवमा पञ्चायतकालमा पहिला त पत्रिका प्रकाशनका लागि अनुमति लिन नै समस्या । आज के लेख्दा भोलि अञ्चलाधीश, पुलिस र सिडिओले यो यो सोध्न सक्छन् भनेर त्यसको जबाफ पहिल्यै तयार गरेर समाचार लेख्नुपर्थ्यो (शर्मा, २०७९, पृ. ३५-६०) । शर्माको अनुभवमा मानिसको स्वतन्त्रता के हो भन्ने त्यति मतलबको विषय थिएन त्यति बेला । नियम कानुन पनि त्यस्तै थिए । 'पत्रिका खोल्न जिल्लाको स्वीकृति लिएर चलाएको पाँच महिनापछि सञ्चार मन्त्रालयले पत्रिका बन्द गरिदियो । फेरि सात महिना लगाएर केन्द्रको पनि स्वीकृति लिएर चलाएका हौं' (शर्मा, २०७९, पृ. ३५-६०) । २०१७ देखि २०३६ को अवधिमा सञ्चार क्षेत्रमा पूर्वाधारको गठनमा उल्लेख्य प्रगति भएको मात्र सकिन्छ । राष्ट्रिय समाचार समितिको स्थापना (२०१८), गोरखापत्रको दैनिक प्रकाशन (२०१७), प्रेस काउन्सिलको स्थापना (२०२७), नयाँ सञ्चार योजना २०२८, रेडियो नेपालको विस्तार र कार्यक्रममा विविधता (२०२५ पछि), गोरखापत्रबाट विकास पत्रकारिताको थालनी (२०३० को दशक) र पत्रकारिताको पढाइ सुरु (२०३३ बाट) यसै अवधिमा भएका कार्यहरू हुन् ।

२०३६ मा विद्यार्थी आन्दोलनसँगै बहुदलीय संसदीय व्यवस्था वा सुधारिएको पञ्चायती व्यवस्थामध्ये कुनै एक चयन गर्न जनमत सङ्ग्रहको शाही घोषणा गरियो । यो समयमा पञ्चायती कठोरता केही खुकुलो भएको थियो र जनमत सङ्ग्रहका मूलभूत प्रश्नको पक्ष वा विपक्षमा आफूलाई लागेको कुरा निर्धक्क र स्वतन्त्र रूपमा व्यक्त गराउन लेख, टीकाटिप्पणी, आलोचना, समालोचना, लेख वा प्रचार गर्नसमेत पाउने स्वतन्त्रता दिइयो । यसपछि नेपाली प्रेस जगत्मा गुणात्मक सुधारका लक्षणहरू देखा परे । 'शिक्षित र बौद्धिक व्यक्तिहरूको सानो समुदायमा रहेको प्रेस जगत्को प्रभाव विस्तारै जनमानसमा पुग्यो । विविध विषयहरूमा सम्पादक प्रकाशकको एकोहोरो आलाप प्रस्तुत गर्दै आएको नेपाली पत्रकारितामा सामूहिक संवादको शैली देखिन थाल्यो । पत्रपत्रिका विविधतापूर्ण

हुन थाले र पाठकहरूको पत्रपत्रिकामाथि भरोसा र विश्वास पनि बढ्न थाल्यो' (नेपाल, २०५७, पृ. ९) । जनमत सङ्ग्रहको समयमा अलिकता उदार बनेको थियो पञ्चायत । त्यस बेला सक्रिय रहेका राजनीतिक दलहरू नेपाल कङ्ग्रेस र कम्युनिस्ट पार्टीका अगाडि प्रतिबन्धित लेखेर दलका समाचार पनि सरकारी मिडियाले दिन थालेका थिए । सामाजिक पक्षमा हेर्ने हो भने विकास पत्रकारिताको अभ्यास वि.सं. २०३० को दशकदेखि हो । विकासका गतिविधिहरू मिडियाको प्राथमिकतामा परेका थिए । वि.सं. २०२५ देखि रेडियो नेपालले व्यवसायिक प्रसारण आरम्भ गरेपछि र 'विकासका लागि सञ्चार' नारासहित ल्याइएको सञ्चार योजना-२०२८ पछि सरकारी सञ्चारमाध्यमहरूले स्थानीय र सामाजिक विषयवस्तुलाई उजागर गरेका थिए । विविध विषयवस्तु सामेल भए पनि मूलतः त्यस बेलाको रिपोर्टिङ ओहोदाधारीको भाषणमा आधारित हुने गर्थ्यो ।

जनमत सङ्ग्रह अधिसम्म पत्रकारहरूलाई राष्ट्रिय पञ्चायतको रिपोर्टिङ गर्न दिइदैनथ्यो । 'त्यस बेला राष्ट्रिय पञ्चायतबाट उनीहरूले आफैँ समाचार बनाएर दिन्थे । पत्रकारलाई पञ्चायत अधिवेशनमा प्रवेश मात्रै दिइन्थ्यो, समाचार बनाउन होइन । अफिसरले दिएका समाचार मात्रै छाप पाइन्थ्यो' (रिसाल, २०७९, पृ. २५-२६) । जनमत सङ्ग्रहमा पञ्चायती व्यवस्थालाई जिताइएपछि जनमत सङ्ग्रहको खुकुलोपनमा पुनः अडकुश लगाउने काम भयो । त्यही समयदेखि बहुदललाई सघाउने लक्ष्यसहित 'मिसन पत्रकारिता' प्रारम्भ भएको पाइन्छ । यस्तो पत्रकारिता गर्ने करिब ५० ओटा पत्रपत्रिका माथि २०४०/२०४१ को अवधिमा कारवाही गरियो जसलाई पछि अदालतले फुकुवा गरेको थियो । पञ्चायतको ३० वर्षे कार्यकालमा सरकारी सञ्चारमाध्यमबाहेक अरू फस्टाउन पाएनन् (सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्र, २०५३, पृ. २२) । तर पनि पत्रपत्रिकाको दर्ता सङ्ख्या उल्लेख्य रहेको पाइन्छ । प्रेस काउन्सिल नेपालको प्रतिवेदन (२०४५-४६) अनुसार नेपालभर ४८१ पत्रपत्रिका दर्ता भएका थिए । वाक् स्वतन्त्रता, प्रकाशन स्वतन्त्रता र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको

अभावमा पञ्चायतकालीन पत्रकारिता पर्चाकारितामा सीमित थियो। निजी क्षेत्रका पत्रिका राजनैतिक विचारधारा-अनुरूप चलेका थिए। यही अवधिमा अखवार मुद्रणमा अत्याधुनिक प्रविधिको प्रारम्भ भयो। लेटरप्रेसको साटो अफसेट प्रेसबाट अखवारहरू निस्कन थाले। यही अवधिमा विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरू पनि नवयुगमा प्रवेश गरेका भन्न सकिन्छ। रेडियो नेपाल विकास समिति गठन २०४१ (स्वायत्त संस्थाको रूपमा विकास गर्ने अभिप्राय), नेपाल टेलिभिजनको नियमित प्रसारण २०४२, राष्ट्रिय सञ्चार नीति २०४५ ले पनि सञ्चार विकासमा नयाँ फड्को मार्यो। यस अवधिमा त्रिभुवन विश्वविद्यालयमा पत्रकारिताको अध्यापनका साथै २०४१ मा नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युटको गठनपछि पत्रकारितासम्बन्धी तालिम, शिक्षा र प्राविधिक जनशक्ति निर्माणतर्फ पनि कामहरू भए। यी कामहरूले कुनै न कुनै रूपमा मिडियाको सामाजिक प्रभावका लागि सहयोग पुऱ्याएको अन्दाज गर्न सकिन्छ।

२०४६ देखि २०६५ सम्मको पत्रकारिता

वि.सं. २०४६ सालमा प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापना भएपछि २०४७ को संविधानले पत्रपत्रिकाको दर्ता खारेज गर्ने, जफत गर्ने र छापाखानामा रोक लगाउने जस्ता कुरा निषेध गरेर जनताको सुसूचित हुने अधिकारलाई प्रत्याभूति प्रदान गर्‍यो। यसप्रकार कुनै बेला रेडियो वा टाइपराइटर राख्न निषेध भएको नेपालमा आज सञ्चार माध्यम र सूचना नागरिकको आधारभूत अधिकारको विषय हुन पुगेको छ (सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्र, २०५३, पृ. २३)। २०४६ पछि नेपालको पत्रकारिता आशालाग्दो उद्योग र प्रतिस्पर्धी व्यवसायका रूपमा अगाडि बढ्यो। सरकारी सहयोग विना अखवार चलन सक्ने प्रतिस्पर्धी वातावरणले पत्रकारिताको संस्थागत विकास भयो।

२०४९ फागुन ७ गतेदेखि कान्तिपुर र काठमाडौँ पोष्ट दैनिकको प्रकाशनपछि नेपालको पत्रकारिता व्यवसाय नयाँ आयाममा प्रवेश गर्‍यो। २०५० को दशकमा हिमालय टाइम्स, आजको (नेपाल) समाचारपत्र, श्री सगरमाथा, एभरेस्ट हेराल्ड, स्पेसटाइम्स दैनिक, स्पेस टुडे, लोकपत्र, राजधानी

दैनिक प्रकाशनमा आए। २०६० को दशकमा अन्नपूर्ण पोस्ट, दि हिमालयन टाइम्स, नागरिक, रिपब्लिका दैनिकजस्ता ठुला दैनिक पत्रिकाको प्रकाशनले पत्रकारिताको संस्थागत विकासमा योगदान गरे। प्रजातान्त्रिक अवधिमा रेडियो र टेलिभिजन प्रसारणमा निजी क्षेत्रको सहभागिता सम्भव भयो। २०५४ सालमा रेडियो सगरमाथाको प्रसारण र २०५८ देखि च्यानल नेपाल टेलिभिजनको प्रसारणसँगै प्रसारण क्षेत्रमा निजी क्षेत्रको सहभागिता उत्साहप्रद ढङ्गले बढेको छ। यसै अवधिमा सहरी पाठकलाई सेवा दिने गरी काठमाडौँमा विभिन्न सन्ध्याकालीन अखवारहरू प्रकाशनमा आए। एफएम रेडियो र अनलाइन मिडियाको प्रचलन आएपछि मूलतः वि.सं. २०७० को दशकमा यस्ता अखवारको प्रभाव न्यून हुँदै गएको छ। मिडिया क्षेत्रमा एकल वा सामूहिक रूपमा ठुलो लगानीमा दैनिक पत्रिका र प्रसारण संस्थाहरू आए पनि संस्थाकरण हुनुको साटो पारिवारिक स्वामित्वमा सीमित हुन पुगेका देखिन्छन् (आचार्य, २०७०, पृ. ४२-५२)। नीतिगत रूपमा छापासँग सम्बन्धित उदारवादी कानूनको निर्माण, प्रसारण कानून, श्रमजीवी पत्रकारको कानून, सञ्चार नीतिको तर्जुमा, सूचनाको हकसम्बन्धी कानून यही अवधिमा तर्जुमा गरिए। विषयवस्तुका आधारमा राजनीतिक गतिविधिले अखवारी विषयवस्तुमा प्राथमिकता पाए पनि बिट रिपोर्टिङको विकास भयो, जिल्ला जिल्लामा संवाददाता खटाएर रिपोर्टिङ गर्ने अभ्यास विस्तार भयो, प्रतिनिधित्वको हिसाबमा मिडिया समावेशी देखिए, आधुनिक प्रविधिलाई अपनाउँदै रङ्गीन अखवारहरू प्रतिष्पर्धी रूपमा देखिए। यस अर्थमा नेपाली समाजको लोकतान्त्रीकरणमा नेपाली मिडियाको भूमिका उल्लेख्य बढेको देखियो। सामाजिक र सांस्कृतिक विषयवस्तु पनि मिडियाको प्राथमिकतामा पर्दै आएका छन्।

२०६१ माघ १९ देखि ज्ञानेन्द्रको प्रत्यक्ष शासनकालमा नागरिक स्वतन्त्रताहरूलाई सङ्कुचन पाउँदै मिडियामा सेन्सरसिप लगाइएको भए पनि २०६२/०६३ मा तत्कालीन संसदवादी दलहरू र दशबसेँ जनयुद्ध गरेको नेकपा माओवादीको संयुक्त आन्दोलनले शाही शासनको अन्त्य

गर्दै पुनः लोकतान्त्रिक व्यवस्थाको स्थापना गन्यो । वि.सं. २०६३ मङ्सिर ५ गते नेपाल सरकार र तत्कालीन विद्रोही नेकपा. (माओवादी) बिच शान्ति सम्झौता भएपछि नेपाली समाजले राजनीतिक, आर्थिक र सामाजिक रूपमा उल्लेख्य फड्को मारेको छ । २०६४ मा संविधानसभाको निर्वाचन सम्पन्न भयो र २०६५ जेठ १५ मा बसेको संविधानसभाको पहिलो बैठकले नेपाललाई सङ्घीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रात्मक मुलुक घोषणा गन्यो ।

गणतन्त्रपछिको नेपाली मिडिया

यो अवधिमा नेपालमा सबै प्रकारका माध्यमहरूको

सङ्ख्यात्मक उपस्थिति फराकिलो हुँदै गएको छ । मुलुक सङ्घीय प्रणालीमा प्रवेश गरेसँगै २०७२ को संविधानले तीनै तहका सरकारहरूको अधिकारक्षेत्र बाँडफाँट गरेको छ । स्थानीय सरकारहरूले समेत एफएम रेडियो प्रसारणको अनुमति दिन थालेका छन् । सडक पूर्वाधार, टेलिफोन सेवा र विद्युत् सेवाको विस्तार हुँदै जाँदा यो अवधिमा सबै प्रकारका माध्यमको पहुँच मुलुकभर (केही हिमाली क्षेत्रबाहेक) पुगेको छ । अहिले न्यू मिडियाको प्रयोग र पहुँच बढ्दै जाँदा परम्परागत प्रभाव सङ्कुचित हुँदै गएको छ । मिडिया क्षेत्रसँग प्रत्यक्ष जोडिने पूर्वाधारमा देखिएको परिवर्तन निम्न तालिकामा प्रस्तुत गरिएको छ ।

तालिका १, गणतान्त्रिक अवधिमा देखिएको परिवर्तन

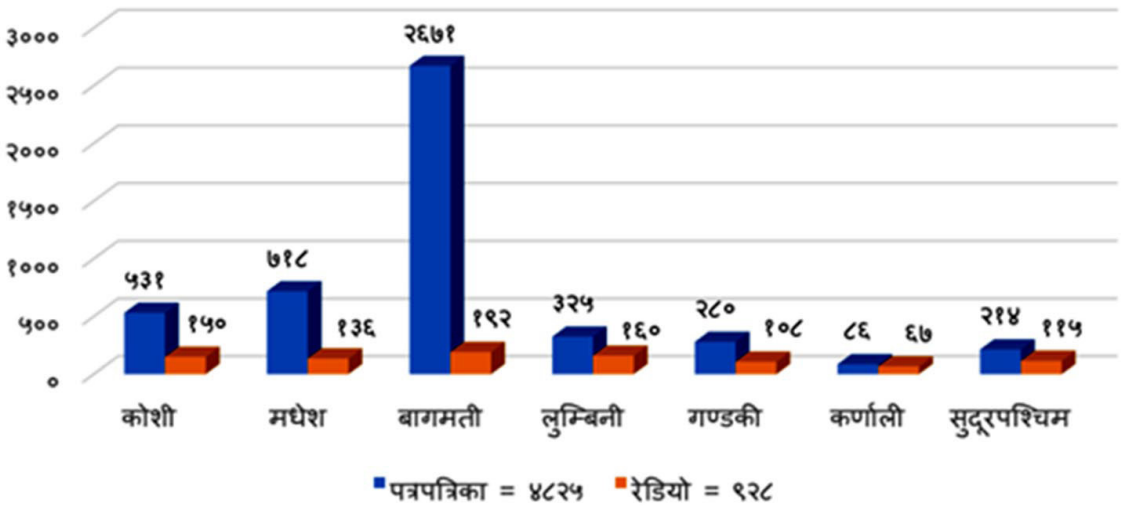
क्र.सं.	क्षेत्र	आ.व. २०६३/६४	आ.व. २०७९/८०	कैफियत
१	विद्युत् उत्पादन क्षमता	७ सय मेगावाट	२६७८ मेगावाट	
२	कालोपत्रे सडक	५,४०२ किमी	१६,६१४ किमी	
३	ग्राभेल सडक	४,५२९ किमी	८,१७१ किमी	
४	मोवाइल फोन प्रयोगकर्ता (कुल जनसङ्ख्याको अनुपात)	५.९५ प्रतिशत	१२२.२५ प्रतिशत	एउटैले धेरै सिम प्रयोग गरेकाले
५	इन्टरनेट सेवा	०.२४ प्रतिशत	१३३ प्रतिशत	३G, 4G सेवासमेतका आधारमा
६	पत्रपत्रिका	५,२७२	७,९७९	दर्ता सङ्ख्या
७	एफएम रेडियो	२१८	९२८	नियमित प्रसारण
८	टेलिभिजन	११ (नेटिभिका २ च्यानलसमेत)	९८	नियमित प्रसारण
९	अनलाइन न्यूज पोर्टल	-	३,९९०	०७३ चैत्र ९ देखि दर्ता सुरु

स्रोत: गणतन्त्रका १५ वर्ष (पृ. ६५-७०), सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय, २०८०, र अन्य ।

गणतान्त्रिक अवधिमा प्रादेशिक र स्थानीय क्षेत्र केन्द्रित मिडियाको अभ्यास क्रमशः फराकिलो हुँदै आएको बर्सेनी बढ्दै गएको सञ्चार माध्यमको सङ्ख्याले देखाउँछ । प्रादेशिक र जिल्ला केन्द्रित सञ्चार माध्यमको घनत्व बढ्दै गएको देखिन्छ । अखवार, अनलाइन न्यूज पोर्टल र एफएम रेडियोको प्रसारण जिल्ला केन्द्रित भइरहेकाले प्रदेश र स्थानीय तहको रिपोर्टिङ भन् मूहत्त्वपूर्ण बनेको छ (पौडेल, २०८०, पृ. १५५-१७६) । सूचना प्रविधिको

विकाससँगै विभिन्न डिजिटल मञ्चहरूबाट वैकल्पिक पत्रकारिताको अभ्यास हुन थालेको छ । विषयवस्तु र प्राथमिकता पनि बदलिएका छन् । नेपालको सन्दर्भमा प्रदेश र स्थानीय तहमा मिडियाको सघन उपस्थितिले अब केन्द्रमुखी भइरहनुपर्ने अवस्था नरहेको देखाउँछ । अब मोफसलमै रहेर पनि राष्ट्रिय रूपमै तरङ्ग पैदा गर्ने गरी पत्रकारले काम गर्न सक्दछन् ।

प्रदेशगत पत्रपत्रिका र रेडियो सङ्ख्या



(स्रोत: गणतन्त्रका १५ वर्ष (पृ. ६५-७०), सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय, २०८०)

नेपाली मिडियाको सङ्ख्या तुलो देखिए पनि राजनीतिक र सामाजिक विषयवस्तुमा गुणस्तरीय सामग्रीको अभाव छ। कोरोना महामारी (२०७७-२०७९) ले निम्त्याएको आर्थिक सङ्कटपछि मिडियाको आम्दानी र प्रकाशन तुलो मात्रामा सङ्कुचन भएको छ। पत्रकारिता क्षेत्रबाट जनशक्ति पलायनको दर उच्च छ। तर यो अवधिमा अनलाइन माध्यमको प्रयोग र पहुँच फराकिलो भएको छ। छापा र प्रसारण माध्यमहरू डिजिटल संस्करणमा रूपान्तरित भइरहेका छन्। गुणस्तरीय सामग्रीका लागि लगानी पहिलो सर्त नै हो। कमजोर आर्थिक धरातलमा मिडिया निर्भरता अधिक हुन्छ। नेपालका अधिकांश एफएम रेडियोले काठमाडौँका केही सञ्चारगृहका समाचार र कार्यक्रम हुक गरेर बजाउनु यसको राम्रो उदाहरण हो। अनलाइन माध्यमको सङ्ख्या बढेअनुसार मिडिया सामग्रीमा गुणस्तर र विविधता फराकिलो हुनुको साटो साँघुरो बनेको छ। 'अहिलेको पत्रकारितामा सूचना छ; तर समाचार छैन। पहिला निष्ठाको पत्रकारिता थियो। अहिले पैसाको पत्रकारिता भयो। अब व्यावसायिक पत्रकारिता भएपछि व्यापारिक पत्रकारिता हुँदो रहेछ। पैसाप्रधान पत्रकारिता भयो। अहिले जेजत्रो अक्षरमा लेखे पनि

सरकारले सुन्दैन। अहिलेको पत्रकारिता त धेरै यान्त्रिक पत्रकारिता हुँदै गएको छ। सूचना त छ तर समाचारको गुदी छैन' (रिसाल, २०७९, पृ. १-३५)। 'अनलाइन पत्रकारिताको अभ्यास भइरहँदा छाडातन्त्र बढेको देखिन्छ। त्यस्तो प्रवृत्तिले अनलाइनको मात्रै विश्वसनीयता हराउने हैन कि समग्र पत्रकारिताकै विश्वास घट्छ' (शर्मा, २०७९, पृ. ३५-६०)। गणतान्त्रिक अवधिमा मिडिया पनि समावेशी बन्दै आएका छन्। तर समावेशीताले गुणस्तर सेवा सुनिश्चित गर्छ नै भन्न सकिन्न। 'पत्रकारिता त शिल्पी पेसा हो। जसले जान्दछ त्यसले गर्ने हो यो पेसा। समावेशी त राजनीतिमा बढी चल्ने विषय हो' (राई, २०७९, पृ. ९३-११८)। तथापि नेपाली मिडियाले समाजमा रहेका कुरीति, भेदभाव, कुशासन र नीतिका बारेमा उल्लेख्य स्थान दिएका पाइन्छ।

नेपालको मिडिया क्षेत्रले सधैं आर्थिक समस्या भेल्दै आएको छ। 'हुन त पत्रकारिताको इतिहास सुरु भएदेखि आजसम्म नेपाली पत्रकारिताले हुर्कन नसकेको मुख्य कारण आर्थिक स्थिति नै हो' (प्रकाशनको दिग्दर्शन, २०६० पृ. ३५४)। पत्रकारितापट्टि सर्वसाधारणको अभिरुचि अलिकति पनि नहुकेको कुरा पनि सोही रिपोर्टमा उल्लेख गरिएको छ। आर्थिक पक्षसँग सम्बन्धित समस्याहरूमा

साधन श्रोत र दक्ष जनशक्तिको अभाव, पेसागत असुरक्षा, सीमित विज्ञापन बजार र विज्ञापनदाताको हस्तक्षेप हुनु; व्यवथापकीय पक्षसँग जोडिने कमजोर व्यवस्थापन, मिडिया उद्योग नबुझेका लगानीकर्ता र मालिक हुनु, प्रसार र वितरण प्रणालीमा नवीनता नअपनाउनु; नैतिक पक्षसँग जोडिने विषयहरूमा राजनीतिक पक्षधरताको पत्रकारिता, जनविश्वास, इमानदारिता र मर्यादामाथिको प्रश्न; स्वतन्त्रताको पक्षसँग जोडिने अनियन्त्रित खुलापन, सम्पादकीय स्वतन्त्रताको मर्म खस्कदै जानुजस्ता समस्या छन्। नेपाली पत्रकारिताको अर्को समस्या भनेको राजनीतिकरण पनि हो। पछिल्लो समय कुन पत्रकार कुन दलनिकटको हो भनेर आम नागरिकले हेर्ने गरेको पाइन्छ। 'पत्रकारितासँग सम्बन्धित दलैपिच्छेका भ्रातृसंस्था खुलेका छन्। तिनले पत्रकारितालाई सबल बनाए कि बनाएन् भन्ने एउटा प्रश्न त होला, तर पत्रकारिताका मूल संस्थाले पत्रकारिता सबल बनाएका छैनन् भने भ्रातृ संस्थाले के सबल बनाउँछन् र?' (रिसाल, २०७९, पृ. १-३५)। राजनीतिक विषयवस्तु हावी हुँदा सामाजिक विषयवस्तु प्राथमिकतामा परेको छैन। आमसञ्चार माध्यमको सङ्ख्या र पहुँच विस्तार भएको देखिए पनि तराई क्षेत्रका गाउँवस्तीहरूमा मिडियाको प्रभाव देखिँदैन (आचार्य, २०७०, पृ. ४२-५२)। सामाजिक विकृतिका कतिपय सांस्कृतिक अभ्यासहरूमा मिडियाले हस्तक्षेपकारी भूमिका निर्वाह गर्न सक्थ्यो। पठन संस्कृति नहुनु नेपाली समाजको अर्को विशेषता हो।

सामाजिक सञ्जालको प्रभाव

पछिल्लो समय खासगरी सन् २०१० पछि सामाजिक सञ्जालको बढ्दो लोकप्रियतासँगै मूलधारे टानिएका माध्यमहरूको प्रभाव खुम्चिएको छ। सामाजिक सञ्जालमा उपभोक्ताले नै उत्पादन गरेका सामग्री (users generated content) ले राजनीतिक र सामाजिक रूपमा समाजलाई कतिपय अवस्थामा निर्देशित गर्दै आएको छ। निर्वाचन अभियान, सामाजिक अभियानमा सामाजिक सञ्जालको सदुपयोगभन्दा दुरूपयोगको मात्रा बढ्दै गएको छ, मिथ्या सूचना प्रवाह, घृणाजन्य अभिव्यक्ति र साइबर अपराधमा उल्लेख्य वृद्धि भएको पाइन्छ। मिथ्या

सूचनाको प्रवाहलाई नियन्त्रण गर्न सरकारहरू असफल हुन पुगेका छन् र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता विरोधी कदम उठाउन पुगेका छन्। नेपालमा २०८० कार्तिक २७ देखि सामाजिक सञ्जाल टिकटकमाथि लगाइएको प्रतिबन्ध २०८१ भदौ ६ गतेदेखि हटाइएको छ। सामाजिक सञ्जाललाई नियमन गर्न नियन्त्रणमुखी कानून निर्माण गर्न सरकारहरू अग्रसर छन्।

निष्कर्ष

समाज र परिवेशअनुसार नेपालमा आमसञ्चारको प्रभाव अलगअलग रहेको पाइन्छ। राणाकालीन समयमा गोरखापत्रको उपस्थिति सत्यकथा हो। तर पत्रकारिताको व्यापक प्रभावको कुरा गर्दा यो सत्यकथाको प्रतीकात्मक-बाहेक अर्को महत्त्व छैन (नेपाल, २०५७, पृ. ४)। २००७ को क्रान्तिकालीन समयमा क्रान्तिको सन्देश फैलाउन अखवारको भूमिका रह्यो। तर प्रजातन्त्र स्थापना भएपछि राजनीतिक र सामाजिक परिवर्तनको पक्षमा मिडिया क्षेत्र अग्रसर हुन सकेन। नागरिक चेतनाको कमी, साक्षरता दर न्युन हुनु, तहगत सामाजिक संरचनाको उल्लेख्य प्रभाव हुनु र पठन संस्कृति कमजोर रहनुजस्ता कारण बाधक रहे। पञ्चायतकालीन पत्रकारिता राजसंस्था, राजा र राजाले स्थापना गरेको व्यवस्थाको गुणगान गाउनमै सीमित रह्यो। आलोचनात्मक धारलाई पूर्णतः निस्तेज पारिएको थियो। सरकारी स्वामित्वका माध्यममा विकास पत्रकारिताको अभ्यासबाट गैरराजनीतिक सामाजिक विषयवस्तुले प्राथमिकता पाए तापनि सामाजिक प्रभावको सवालमा प्रभावकारी देखिएनन्। काठमाडौँमा केन्द्रित पत्रकारिताको प्रभाव जनमत सङ्ग्रहपछि मोफसलमा विस्तार भयो, राजनीतिक चेतना विस्तार गर्न तत्कालीन अभ्यास सफल रह्यो। २०४६ को परिवर्तनपछि उदारवादसँगै साना र ठुला लगानीका सञ्चार संस्थाको सङ्ख्या बढ्यो। बहुवैकल्पिक विचार प्रवाहले सामाजिक अन्तरक्रिया सघन बन्यो। नवीन राजनीतिक अवधारणालाई समाजले स्विकार गर्‍यो। सदियौँ एकात्मक राज्य प्रणाली अभ्यास गरेको नेपालमा २०६० को दशकमा सङ्घीयता, धर्मनिरपेक्षता, संविधान

सभा, समावेशी गणतन्त्रजस्ता अवधारणा स्वीकार्य भए । पत्रिकाहरूलाई लोकप्रिय बनाएको छ । यसले जनतालाई गणतन्त्रकालमा इन्टरनेटको प्रयोग र पहुँच विस्तारले सिधा विचारविमर्शमा सहभागी गराउँदै राजनीतिक र सामाजिक सञ्जाल, डिजिटल मिडिया र अनलाइन सामाजिक सक्रियतालाई तीव्र बनाएको छ ।

सन्दर्भ सामग्रीहरू

- अधिकारी, ध्रुव (२०८१ वैशाख २४). 'समसामयिक इतिहासको पहिलो मसौदा'. *गोरखापत्र दैनिक*. १२४ वर्ष प्रवेश विशेष । आचार्य, प्रकाश (२०७०). 'व्यवसायिक पत्रकारिता'. *मिडिया रिडर*. (सं. दीपक अर्याल, भुवन केसी र तिलक पाठक). काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ (विशेष संस्करण) ।
- आभा, घनानाथ र रिसाल, भैरव (२०६५). *त्यति बेलाको पत्रकारिता : सिद्धान्त नीति कानून र व्यवहारपक्षको अध्ययन*. काठमाडौं : पैरवी बुक हाउस ।
- खरेल, पी. (२०७०). 'सञ्चार परिदृश्य'. *मिडिया रिडर*. (सं. दीपक अर्याल, भुवन केसी र तिलक पाठक). काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ (विशेष संस्करण) ।
- दाहाल, ऋषिकेश (२०७०). 'अख्तारी पत्रकारिता (२००७-२०४६)'. *मिडिया रिडर* (सं. दीपक अर्याल, भुवन केसी र तिलक पाठक). काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ (विशेष संस्करण) ।
- दीक्षित, कमल (२०७०). 'प्रेस र अख्तार (१९०८-२००७)'. *मिडिया रिडर*. (सं. दीपक अर्याल, भुवन केसी र तिलक पाठक). काठमाडौं : नेपाल पत्रकार महासङ्घ (विशेष संस्करण) ।
- देवकोटा, गृष्मबहादुर (२०५९). *नेपालको छापाखाना र पत्रपत्रिकाको इतिहास*. काठमाडौं : साभा प्रकाशन ।
- नेपाल, किशोर (२०५७). *जनमत सङ्ग्रहदेखि जनआन्दोलनसम्म नेपाली पत्रकारिताको विकास र प्रभाव*. काठमाडौं : व्यवसायिक पत्रकारिता प्रतिष्ठान ।
- प्रेस काउन्सिल नेपाल (२०७९). *४७ औं वार्षिक प्रतिवेदन*. काठमाडौं: प्रेस काउन्सिल नेपाल । <https://www.presscouncilnepal.gov.np/np/2022/09/29/6778/>
- प्रकाशनको दिग्दर्शन (२०६०). *प्रेस कमिसन रिपोर्ट, २०१५*. (सं. हरिहर विरही). काठमाडौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।
- पौडेल, श्रीराम (२०८०). 'प्रदेश र स्थानीय तहको रिपोर्टिङ, भुईँ तहका सरोकारमा समाचार. विधागत पत्रकारिता हाते पुस्तक'. (सं. विनोद ढुङ्गेल). बागमती प्रदेश : सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय ।
- राई, लालध्वज देउसा (२०७९). 'पत्रकारिताका गुरु'. *उहिलेको पत्रकारिता: अनुभवको सङ्गालो*. (सं. सुरेश आचार्य, विनोद ढुङ्गेल, र भरतराज पोखरेल). बागमती प्रदेश : सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय ।
- रिसाल, भैरव (२०७९). 'निरन्तरताको इतिहास. *उहिलेको पत्रकारिता: अनुभवको सङ्गालो*. (सं. सुरेश आचार्य, विनोद ढुङ्गेल, र भरतराज पोखरेल). बागमती प्रदेश : सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय ।
- रेग्मी, शिव (२०५१). 'नेपालमा पत्रकारिताको विकास'. *पत्रकारिता हाते किताब*. (सं. ध्रुवहरि अधिकारी). काठमाडौं : नेपाल प्रेस इन्स्टिच्युट ।
- रेग्मी, शिव र खरेल, पी. (२०५८). *नेपालमा आमसञ्चारको विकास*. काठमाडौं : नेपाल आमसञ्चार प्रशिक्षक सङ्घ ।
- शर्मा, नारायण (२०७९). 'मोफसलका धरोहर'. *उहिलेको पत्रकारिता: अनुभवको सङ्गालो*. (सं. सुरेश आचार्य, विनोद ढुङ्गेल, र भरतराज पोखरेल). बागमती प्रदेश : सञ्चार रजिस्ट्रारको कार्यालय ।
- सञ्चार तथा सूचना प्रविधि मन्त्रालय (२०८०). *गणतन्त्रका १५ वर्ष*. काठमाडौं: मुद्रण विभाग । <https://mocit.gov.np/detail/post/6160>
- सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्र (२०५३). *जनसञ्चार र प्रजातान्त्रीकरण नेपालको सन्दर्भमा एक अध्ययन*. काठमाडौं : सर्वाङ्गीण विकास अध्ययन केन्द्र ।
- Borah, P. (2015). Media effects theory. *The international encyclopedia of political communication* (1st ed.) [Ed. Gianpietro Mazzoleni]. John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/9781118541555.wbiepc156
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, IL: Free Press.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the world war*. London, UK: Paul.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London, UK: Sage.
- Noelle-Neumann, E. (1973). 'Return to the concept of powerful mass media'. *Studies of Broadcasting*, 9, 66-112.