



media action nepal

नेपाली मिडियामा भ्रामक समाचार

राष्ट्रियस्तरका अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन

नेपाली मिडियामा भ्रामक समाचार

राष्ट्रियस्तरका अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन

मिडिया एक्सन नेपाल, २०७७

प्रकाशक : मिडिया एक्सन नेपाल, काठमाडौं

लेखन/शोध :

लक्ष्मणदत्त पन्त

यमबहादुर दुरा

जेबी विश्वकर्मा

कृति भुजु

प्रियंका भा

सर्वाधिकार : © मिडिया एक्सन नेपाल, काठमाडौं, २०२१

प्रकाशन(इ-कपी) सहयोग : युएस डिपार्टमेन्ट अफ स्टेट ।

यस प्रकाशन(इ-कपी) मा गलत तथा भ्रामक सूचनाको रोकथामका उपाय र विश्वसनीय पत्रकारिताको अभ्यासबारे चर्चा गरिएको छ । वास्तविक स्रोतको सही पहिचान र उल्लेख गरेर यसका अंशहरू प्रयोग गर्न सकिनेछ । यसमा व्यक्त विचार तथा विश्लेषण मिडिया एक्सन नेपाल र लेखक/शोधकर्ताको हो, त्यसमा युएस डिपार्टमेन्ट अफ स्टेट सहमत नहुन सक्छ ।

प्राक्कथन

प्रस्तुत पुस्तक 'नेपाली मिडियामा भ्रामक समाचार : राष्ट्रियस्तरका अखवार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन' युएस डिपार्टमेन्ट अफ स्टेटको सहयोगमा मिडिया एक्सन नेपालद्वारा प्रकाशन गरिएको हो । यस प्रकाशनमा व्यावसायिक पत्रकारिता र मिडियाको आचारसंहिता, भ्रामक तथा गलत सूचनाको रोकथामका मापदण्डहरूको चर्चा गरी काठमाडौंबाट प्रकाशित/सञ्चालित दैनिक अखवार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन/विश्लेषण गरिएको छ ।

यसअघि मिडिया एक्सन नेपालद्वारा गत वर्ष (२०७६) प्रदेश एकका पाँचथर, इलाम, भ्रामा, वाग्मती प्रदेशको चितवन, गण्डकी प्रदेशको नवलपुर (नवलपरासी पूर्व) तथा प्रदेश पाँचको नवलपरासी जिल्लाबाट प्रकाशित/सञ्चालित दैनिक अखवार र समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन/विश्लेषण गरी प्रकाशित शोधपुस्तकका आधारमा उल्लेखित जिल्लाका ६४ जना पत्रकारलाई भ्रामक तथा गलत सूचनाको रोकथामका लागि दुई चरणको तालिम प्रदान गरिएको थियो । तालिममा सहभागी पत्रकारहरूले विश्वसनीय पत्रकारिताका लागि सो अध्ययनका विषयवस्तु र तालिम लाभदायक भएको बताएका छन् ।

नेपालको मूलधारका मिडियाबारे समेत प्रशस्त सार्वजनिक गुनासाहरू छन् । भ्रामक र गलत सूचना, अप्रमाणित आरोप, तथ्याङ्कको तोडमोड, वैचारिक पक्षपात, र प्रेस शक्तिको दुरुपयोग, व्यक्तिगत प्रतिशोध, अविश्वसनीय स्रोतको प्रयोग केही गम्भीर प्रकृतिका गुनासाहरू हुन् । संसारभरि कोभिड-१९ को महामारी सुरु भएपछि यो नयाँ स्वास्थ्य समस्याबारे विभिन्न अनुमानका आधारमा समाचार प्रकाशित भएका छन् । कोरोना भाइरस, यसको विकास, मानिसमा सङ्क्रमण हुने तरिका, सङ्क्रमितमा पार्ने असर आदि विषयमा संसारभरिका मिडियाले विभिन्न किसिमका समाचार प्रकाशित गरे । कतिपय त्यस्ता समाचारमा सत्यता थियो भने कतिपय पाठकलाई भ्रमित पार्ने किसिमका पनि थिए । नेपालमा कोरोना भाइरसको सङ्क्रमण बढ्न थालेसँगै २०७६ चैत्र ११ गतेदेखि लकडाउन घोषणा गरियो । स्वभाविक रूपमा कोरोना संसारकै लागि नयाँ भाइरस थियो, नयाँ सन्दर्भमा एकैचोटि प्रवेश गर्दा कतिपय मिडियाले भ्रामक र गलत समाचार प्रकाशित गरेका छन् ।

लकडाउन घोषणा गरिएको पहिलो तीन महिनामा नेपालको मूलधारका दैनिक अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलले के-कति र कस्तो प्रकृतिका भ्रामक सूचना र समाचार सम्प्रेषण गरे भन्ने सन्दर्भमा यो अध्ययन गरिएको हो ।

यस अध्ययनको उद्देश्य नेपाली मिडियालाई विश्वसनीय बनाउन तथा मिडिया सामग्रीमा सकारात्मक सार्वजनिक धारणा निर्माण गरी पत्रकारहरूलाई सत्य र तथ्यपरक सूचना उत्पादन र सम्प्रेषणका लागि प्रोत्साहित गर्नु हो । भ्रामक र गलत सूचनाको रोकथाम तथा विश्वसनीय पत्रकारिताको प्रवर्द्धनले नागरिक स्वतन्त्रताको संरक्षण गरी लोकतन्त्रलाई सुदृढ गर्न सहयोग पुऱ्याउने विश्वास गर्न सकिन्छ ।

पत्रकारिताका व्यावसायिक मापदण्डको पालना र मिडियाको आचारसंहिताको कार्यान्वयन गर्न सकेमात्रै मिडियाप्रति नागरिक विश्वास वृद्धि हुनसक्छ । यही सन्दर्भलाई मध्यनजर गरी यस पुस्तकको प्रकाशन गरिएको हो । शोध र पुस्तकका रूपमा प्रतिवेदन प्रकाशनका विभिन्न चरणमा सहयोग र योगदान गर्नुहुने सबैलाई धन्यवाद छ । यस विषयमा अध्ययन तथा पुस्तक प्रकाशनको अवसरसमेत प्रदान गरेकोमा नेपालस्थित अमेरिकी राजदुतावासप्रति आभारी छौं । भ्रामक र गलत सूचनाको रोकथाम तथा विश्वसनीय पत्रकारिताबारे जान्न चाहने पत्रकार, अध्येता, पत्रकारिताका शिक्षक र विद्यार्थीसमेतले यस पुस्तकबाट आफ्नो ज्ञानको क्षितिज बिस्तार गर्ने अपेक्षा गर्न सकिन्छ ।

लक्ष्मणदत्त पन्त

अध्यक्ष

मिडिया एक्सन नेपाल

विषयसूची

अध्याय एक : भ्रामक समाचारबारे अध्ययनको पृष्ठभूमि	१-७
अध्याय दुई : पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मापदण्ड	८-१३
अध्याय तीन : भ्रामक तथा गलत सूचना अध्ययनका मापदण्ड	१४-२८
अध्याय चार : तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विश्लेषण	२९-६३
अध्याय पाँच : निष्कर्ष र सुझाव	६४-७०
सन्दर्भ सामग्री	७१
परिशिष्ट	७२-७३

अध्याय एक :

भ्रामक समाचारबारे अध्ययनको पृष्ठभूमि

भ्रामक समाचारबारे अध्ययनको पृष्ठभूमि

१.१ पृष्ठभूमि

पछिल्लो समय भ्रामक र मिथ्या समाचारबारे विश्वभरि नै बहस र छलफल भइरहेको छ । मिडियाले प्रकाशित गरेका मिथ्या समाचारको राजनीतिज्ञदेखि सामान्यतया मिडियाबारे साक्षर व्यक्तिहरूले आलोचना गरिरहेका छन् । व्यक्ति वा समूहको निश्चित स्वार्थपूर्तिका लागि मिडियाले गलत समाचार सम्प्रेषण गरी ठूलो संख्यामा पाठकलाई भ्रमित पारिरहेको विषयमा संसारभरि चासो र चिन्ता बढिरहेको छ । अझ नयाँ विषयवस्तु वा सन्दर्भ आउँदा कतिपय मिडियाले अज्ञानमा गलत र भ्रामक सूचना सम्प्रेषण गरिरहेका हुन्छन् भने कतिपय अवस्थामा मिडियाले नियोजित स्वार्थबाट प्रेरित भएर त्यस्ता समाचार सम्प्रेषण गर्ने गर्दछन् ।

विश्व शक्ति-सम्बन्धमा असर पार्ने राजनीतिक परिवर्तन होस् वा संसारका मानव जीवनमा प्रभाव पार्ने कुनै पनि नयाँ विषय आउँदा गलत र भ्रामक समाचारले ठाउँ पाउने खतरा रहन्छ । संसारभरि कोभिड-१९ को महामारी सुरु भएपछि यो नयाँ स्वास्थ्य समस्याबारे विभिन्न अनुमानका आधारमा समाचार प्रकाशित भए । कोरोना भाइरस, यसको विकास, मानिसमा सङ्क्रमण हुने तरिका, सङ्क्रमितमा पार्ने असर आदि विषयमा संसारभरिका मिडियाले विभिन्न किसिमका समाचार प्रकाशित गरे । कतिपय त्यस्ता समाचारमा सत्यता थियो भने कतिपय पाठकलाई भ्रमित पार्ने किसिमका पनि थिए । नेपालमा कोरोना भाइरसको

सङ्क्रमण बढ्न थालेसँगै २०७६ चैत्र ११ गतेदेखि लकडाउन घोषणा गरियो । स्वभाविक रूपमा कोरोना संसारकै लागि नयाँ भाइरस थियो, नयाँ सन्दर्भमा एकैचोटि प्रवेश गर्दा कतिपय मिडियाले भ्रामक र गलत समाचार प्रकाशित गरेका छन् । नेपाली मिडियाले यदाकदा यस्ता समाचार प्रकाशित गरेका गरेका छन् । यद्यपि, पत्रकारिताको आचारसंहिताअनुसार मिडियाले गलत र भ्रामक समाचार प्रकाशित र सम्प्रेषित गर्न हुँदैन ।

मानव अधिकारको कोणबाट हेर्दा सञ्चार गर्न पाउने अधिकार मानिसको नैसर्गिक अधिकार हो । आफूमाथि कुनै अन्याय भएमा त्यसबारे अरूलाई सूचित तुल्याउन पनि सञ्चार नै चाहिन्छ । त्यसैले, सञ्चार महत्वपूर्ण र अत्यावश्यक नागरिक अधिकार हो । सञ्चार गर्ने अधिकारलाई अर्को शब्दमा विचार र अभिव्यक्तिको अधिकार पनि भन्न सकिन्छ । यही आधारमा मानवअधिकारसम्बन्धी विश्वव्यापी घोषणापत्र, १९४८ को धारा-१९ र नागरिक तथा राजनीतिक अधिकारसम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय अभिसन्धि, १९६६ को धारा १९ ले हरेक व्यक्तिको विचार र अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतालाई स्थान दिएका छन् । नेपालको संविधान, २०७२ को धारा-१९ ले पनि सञ्चारको हकलाई स्थापित गरेको छ ।

सञ्चारलाई मानव जातिका लागि जीवनधारा (Lifeline) का रूपमा पनि व्याख्या गरिन्छ । तर, यति हुँदाहुँदै पनि यसलाई बेलगाम उपयोग गरिने अधिकार मान्न सकिँदैन । सञ्चारमार्फत व्यक्त विचार र अभिव्यक्तिबाटै कतिपय अवस्थामा कसैप्रति दुष्प्रचार, घृणा, अपमानजस्ता समाजद्रोही वा अहितकार भावना व्यक्त हुनसक्छ । लोकतान्त्रिक समाजमा यस्ता कुरा स्वीकार्य हुँदैन । सम्मानित जीवनयापन गर्न पाउनु हरेक नागरिकको नैसर्गिक अधिकार हो । हरेक नागरिकलाई सञ्चार गर्ने अधिकार छ । तर, यो अधिकार उपभोग गर्दा सामाजिक मर्यादा र जिम्मेवारी पनि सँगसँगै आउँछन् । आफूले विचार र अभिव्यक्तिको हक उपभोग गर्दा कतै अरूको नैसर्गिक अधिकार हनन् पो भएको छ कि भन्ने ख्याल गर्नुपर्छ । अझ आमसञ्चार माध्यम तथा पत्रकारिता क्षेत्रले यस किसिमको जिम्मेवारीलाई भन्ने गम्भीर भएर पालना गर्नुपर्ने हुन्छ । एकैचोटि ठूलो जनसमुदायलाई सूचना सम्प्रेषण गर्ने जिम्मेवारी पाएका आमसञ्चार माध्यम तथा पत्रकारिताले संयमित र जिम्मेवार भएर सूचना सम्प्रेषण नगर्दा असीमित जनसमुदायमा गलत सन्देश प्रवाह भई नकारात्मक असर पर्न सक्छ, जसका कारण अनपेक्षित क्षति हुन सक्छ । सन्

१९९४ मा रूवाण्डामा भएको नरसंहारलाई यसको ज्वलन्त दृष्टान्तका रूपमा लिन सकिन्छ ।

अहिले संसारभरि नै 'फेक न्युज' को लहर बढेको छ । उच्च राजनीतिक नेतृत्व र सर्वसाधारणले यसबाट आफूहरू प्रभावित भएको बताइरहेका छन् (पन्त २०७५:८६) । तत्कालिन अमेरिकी राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रम्पले आफ्नो कार्यकालमा आफूविरुद्ध मिडियाले भ्रामक समाचार फैलाएको आरोप लगाइरहे । छिमेकी मुलुक भारतमा यो एउटा प्रकोपको रूपमै बढेको छ । भ्रामक समाचार राजनीतिमा मात्र होइन, समाजका अन्य क्षेत्रमा पनि उत्तिकै रहेको छ । यस्ता समाचारका कारण राजनीतिक र सामाजिक जीवनमा प्रत्यक्ष असर पुऱ्याइरहेको छ । यही भएर नै सञ्चारमाध्यमबाट गलत सूचना र समाचारबारे विश्वसमुदाय चिन्तित देखिन्छ ।

यही प्रसङ्गमा गलत र भ्रामक सूचना वा मिथ्या समाचार, यसले पार्ने प्रभाव र मिडियाबाट हुनसक्ने गलत सूचना र समाचार रोक्ने विधिबारे पनि अध्ययन, अनुसन्धान र बहस भइरहेको छ । मिडिया साक्षरता न्यून रहेको नेपालजस्तो मुलुकमा भ्रामक सूचनाबाट पाठक भन् बढी पीडित हुने सम्भावना रहेको छ । सञ्चारमाध्यमले सम्प्रेषण गर्ने भ्रामक समाचारबारे बेलैमा सचेत नहुने हो भने पत्रकारिताको विश्वसनीयतामा ह्रास आउने र मिडियाको निगरानी भूमिका कमजोर हुने विषयलाई नजरअन्दाज गर्न मिल्दैन । त्यसैले नेपालका राष्ट्रिय मिडियाले गलत सूचना र समाचार कतिको प्रकाशित गरिरहेका छन् र यस्ता समस्या समाधानका विधि के हुन सक्लान् भन्ने जानकारी लिने उद्देश्यले यो अध्ययन गरिएको हो ।

१.२ समस्या कथन

नेपालमा पत्रकार र मिडियाबारे सार्वजनिक वृत्तमा धेरै गुनासा र आलोचना हुँदै आएका छन् । भ्रामक र गलत सूचना, अप्रमाणित आरोप, तथ्याङ्कको तोडमोड, वैचारिक पक्षपात र प्रेस शक्तिको दुरुपयोग, व्यक्तिगत प्रतिशोध केही गम्भीर प्रकृतिका गुनासाहरू हुन् । यसैगरी गलत जानकारी दिइएको, भ्रममा पार्ने गरी गलत भ्रामक शीर्षकसहितका समाचार प्रकाशित गरिएको, मिडियामा प्रकाशित विषयवस्तुले कुनै व्यक्ति वा समूहको मानहानी गरिएको, व्यक्ति वा समूहबारे

दुष्प्रचार गरिएको र नेपाली समाजको विविधतालाई ठीक ढङ्गले सम्बोधन गर्न नसकेका विषय आलोचनात्मकरूपमा उठ्ने गरेको छ। गलत समाचार प्रकाशनलाई कम गर्दै विश्वसनीय पत्रकारिताको प्रवर्द्धनका लागि यसरी आलोचनात्मक रूपमा उठेका विषयवस्तुलाई मिडियाले गम्भीरतापूर्वक लिनुपर्छ। तर, मिडियाको विषयवस्तुको अनुगमन, समीक्षा र विश्लेषण गर्ने काम नेपालमा पर्याप्त मात्रामा भएको छैन।

सञ्चारमाध्यममा पत्रकार आचारसंहिता र विश्वसनीय पत्रकारिताका आधारभूत सिद्धान्तको पालनाको अवस्था अन्वेषणका लागि तिनले उत्पादन र सम्प्रेषण गर्ने पाठ्यसामग्री/अन्तरवस्तुको विश्लेषण गर्नु आवश्यक छ। यस्तो विश्लेषण पत्रकारिताका आधारभूत सिद्धान्त, पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मानकहरूको आधारमा अभिनिर्मित गलत तथा भ्रामक सूचना रोकथामका मापदण्डमा आधारित भई गरिँदा सञ्चारमाध्यमले सत्य-तथ्य सूचना सम्प्रेषण गरेका छन् वा छैनन् भन्ने लेखाजोखा गर्न सकिन्छ। त्यसैले, भ्रमपूर्ण र गलत सूचना र समाचार प्रकाशनबारे विश्वव्यापी बहस भइरहेको बेला नेपाली मिडियाको अवस्था अनुगमन र मूल्याङ्कन गर्न जरूरी भएका कारण यो अध्ययन आवश्यक भएको हो।

मिडियालाई विश्वसनीय बनाउन तथा मिडिया सामग्रीमा सकारात्मक सार्वजनिक धारणा निर्माण गरी पत्रकारलाई सत्य र तथ्यपरक सूचना उत्पादन र सम्प्रेषणका लागि प्रोत्साहित गर्नका लागि पनि यो अध्ययन गरिएको हो। अध्ययनबाट प्राप्त तथ्य र तथ्याङ्कले नेपालका राष्ट्रिय मिडियाले उत्पादन, प्रकाशन वा प्रसारण गरेका गलत सूचना र समाचारका विषयमा व्यापक बहस गराउन र गलत सूचना सम्प्रेषणमा मिडियालाई ऋक्भ्रक्याउन सघाउ पुगोस् भन्ने अभिप्रायले यो अध्ययन गरिएको हो।

यस पुस्तकमा विभिन्न पाँचओटा खण्ड समावेश गरिएको छ। अध्याय एकमा गलत समाचारबारे अध्ययनको पृष्ठभूमिबारे चर्चा गरिएको छ भने अध्यय दुईमा पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका, अध्यय तीनमा भ्रामक तथा गलत सूचना अध्ययनका मापदण्डबारे चर्चा गरिएको छ। अध्याय चारमा यो अध्ययनबाट प्राप्त तथ्य र तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विश्लेषण गरिएको छ भने अध्याय पाँचमा निष्कर्ष र सुझाव समावेश गरिएको छ।

१.३ उद्देश्य

१.३.१ अध्ययनको मुख्य उद्देश्य

नेपालका राष्ट्रियस्तरका सञ्चारमाध्यमका अन्तरवस्तु (समाचार) को अध्ययन तथा विश्लेषण गरी ती मिडियामा देखिएका कमी-कमजोरी औल्याउने तथा यथार्थमा आधारित तथ्यपरक सूचना उत्पादन र सम्प्रेषणका लागि प्रोत्साहित गर्नु नै यस अध्ययनको मुख्य उद्देश्य हो ।

१.३.२ विशिष्ट उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययनको देहायबमोजिमका विशिष्ट उद्देश्यहरू रहेका छन् :

- ◆ नेपालका राष्ट्रियस्तरका सञ्चारमाध्यमले प्रकाशित गरेका गलत सूचना र समाचारको निर्धारित मापदण्डका आधारमा अध्ययन गरी नेपाली मिडियाले सम्प्रेषण गर्ने समाचारको सत्यपन परीक्षण गर्ने ।
- ◆ काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने राष्ट्रियस्तरका दैनिक अखबार र समाचार पोर्टलहरूले कस्ता प्रकृतिका गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गर्ने गरेका छन् भन्नेबारे अध्ययन गरी यस्ता समाचारको प्रवृत्तिको विश्लेषण गर्ने ।
- ◆ नेपाली सञ्चारमाध्यमले पत्रकारिताका आधारभूत सिद्धान्त, पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मानकहरूलाई अवलम्बन गरेका छन् वा छैनन् भन्ने सवालमा अध्ययन गर्ने ।
- ◆ सञ्चार माध्यमहरूले गलत तथा भ्रामक सूचना कसरी रोकथाम गर्न र विश्वसनीय समाचार/सामग्री उत्पादन र प्रकाशन गर्न सक्छन् भन्ने विषयमा अध्ययनबाट प्राप्त तथ्यका आधारमा मिडिया र पत्रकारलाई सुझाव दिने ।

१.४ अध्ययनले समेटेका मुख्य प्रश्नहरू

यस अध्ययनबाट तल उल्लेखित मुख्य प्रश्नहरूको जवाफ खोज्ने प्रयत्न गरेको छ :

- ◆ नेपालका राष्ट्रियस्तरका सञ्चारमाध्यमले कति मात्रामा र कस्ता प्रकृतिका गलत र भ्रमपूर्ण समाचार उत्पादन र प्रकाशन गर्ने गरेका छन् ?
- ◆ राष्ट्रियस्तरका मिडियामा गलत र भ्रामक समाचार किन प्रकाशित भइरहेका छन् ? यसो हुनुका मुख्य कारणहरू के-के हुन् ? पत्रकारिताका आधारभूत सिद्धान्त, पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मानकहरूलाई व्यवहारमा कुन हदसम्म लागू गरिएको छ ?

- ♦ राष्ट्रियस्तरका मिडिया (दशओटा दैनिक अखबार र दशओटा समाचार पोर्टल) ले प्रकाशित गरेका समाचारको अध्ययनका आधारमा नेपाली पत्रकारिताको विश्वसनीय अवस्था के छ ?
- ♦ गलत तथा भ्रामक सूचना रोकथामका सूचकअनुरूप मिडियालाई विश्वसनीय बनाउन तथा मिडिया सामग्रीमा सकारात्मक सार्वजनिक धारणा निर्माण गरी सत्य र तथ्यपरक सूचना उत्पादन र सम्प्रेषण गर्न सञ्चारमाध्यमहरूलाई के-कस्तो सुभाब दिन सकिन्छ ?

१.५ अध्ययन विधि

यो अध्ययन राष्ट्रियस्तरका दैनिक अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूमा प्रकाशित समाचारको अध्ययन र विश्लेषणमा आधारित छ । यो अध्ययनका क्रममा गुणात्मक तथा मात्रात्मक दुवै शोध विधिको प्रयोग गरिएको छ । अध्ययनका लागि राष्ट्रियस्तरका दशओटा दैनिक अखबारहरू (कान्तिपुर, नयाँ पत्रिका, गोरखापत्र, अन्नपूर्ण पोष्ट, नागरिक, नेपाल समाचारपत्र, द काठमाण्डु पोष्ट, द हिमालयन टाइम्स, राइजिङ नेपाल र रिपब्लिका) र दशओटा अनलाइन समाचार पोर्टलहरू (अनलाइनखबर, बाह्रखरी, सेतोपाटी, रातोपाटी, थाहाखबर, देशसञ्चार, नेपालखबर, हिमालखबर, नेपाल लाइभ र खबरहब) लाई समेटिएको छ । अध्ययनमा यी अखबार तथा अनलाइनले नेपाल सरकारले कोरोना नियन्त्रणका लागि लकडाउन लागू गरेको मिति २०७६ चैत्र ११ गतेदेखि तीन महिनासम्म सम्प्रेषण गरेका समाचारको अध्ययन र विश्लेषण गरिएको छ । सो अवधिभित्र प्रकाशित दैनिक अखबारका २३ हजार २९१ ओटा र अनलाइनका २५ हजार ७६० ओटा गरी जम्मा ४९ हजार ५१ ओटा समाचारको अध्ययन गरिएको छ । यसरी प्रकाशित समाचारलाई गलत र भ्रामक सूचना र समाचार अध्ययनका लागि तयार पारिएका विभिन्न आठओटा सूचकका आधारमा अध्ययन गरिएको छ । यसैगरी प्रकाशित गलत सूचना र समाचारका सन्दर्भमा विभिन्न सन्दर्भ सामग्रीको पनि अध्ययन गरिएको छ । प्राप्त तथ्य र तथ्याङ्कको विश्लेषणका आधारमा निष्कर्ष र सुभाब समावेश गरिएको छ ।

अध्याय दुई :

पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मापदण्ड

पत्रकार आचारसंहिता तथा विश्वसनीय पत्रकारिताका मापदण्ड

२.१ व्यावसायिक निष्ठा तथा पत्रकार आचारसंहिता

मिडियाले नागरिकलाई सूचनामार्फत् सशक्त बनाई 'वाचडग' अर्थात् शक्ति र सत्तामाथि निरन्तर निगरानी राख्ने जिम्मेवारी बहन गर्दछ। त्यस्तो जिम्मेवारीको बहन सूचना वा समाचार सत्य भए नभएको छुट्याउने विधि अर्थात् सत्यापनका आधारमा गरिनु पर्दछ। मिडिया अध्येता रेग्मी र पन्तका अनुसार सत्यापनको अभाव वा अनुपस्थितिमा समाचारकै मृत्यु हुन्छ, त्यसैले सत्यापन समाचारको प्राण र पत्रकारिताको अत्यावश्यक नैतिक मानक हो (रेग्मी र पन्त सन् २०१९)। त्यसो त मिडियाको पहिलो दायित्व भनेको सत्य, तथ्य र निष्पक्ष समाचार सम्प्रेषण गर्नु हो, सत्यापनले पत्रकारितालाई मनोरञ्जन, कला, कथा र प्रचारबाजीसँग छुट्याउछ भन्ने कुराको हेक्का सूचना र समाचारको दुनियामा काम गर्नेले राख्ने पर्दछ (पूर्ववत)।

स्वस्थ, विश्वसनीय र तथ्यपरक पत्रकारिताको विकास र अभ्यासका लागि नैतिक मानक महत्वपूर्ण मानिन्छ। सन् १९१६ मा स्वीडिस प्रेस काउन्सिलको स्थापनासँगै पत्रकार आचारसंहिताबारे बहस सुरु भएको हो। त्यसैगरी, सन् १९२२ मा अमेरिकी समाचारपत्र सम्पादक समाज (आस्ने) ले छुबुँदे आचारसंहिता जारी गर्‍यो, जुन 'क्यानस अफ जर्नलिज्म' नामले परिचित छ। यसले पत्रकारिताको व्यावसायिक निष्ठा, मर्यादा, जिम्मेवारी, प्रेस स्वतन्त्रता, सूचनाको सत्यापनजस्ता पक्षमा मूलभूतरूपमा जोड दिएको छ।

सन् १९३० को दशकतिर अमेरिकी पत्रकारितामाथि बजारु शक्तिको इसारामा चलेको राजनीतिक र शक्तिसँग नाता कायम गरेको तथा सनसनीपूर्ण समाचारको साहरा लिएको र यसबाट नागरिकको सुसूचित हुन पाउने हक हनन् भएको आरोप लाग्यो । यद्यपि, यस्तो आरोप अमेरिकी पत्रकारिताले यसभन्दा अघि पनि सहिसकेको थियो । यही पृष्ठभूमिमा सन् १९४२ मा सिकागो विश्वविद्यालयका अध्यक्ष रोवर्ट हचिन्सको नेतृत्वमा एउटा आयोग गठन गरियो, जसको नाम थियो, कमिसन अन फ्रिडम अफ द प्रेस । त्यो आयोग अर्थात 'हचिन्स कमिसन' ले तत्कालीन अमेरिकी पत्रकारितालाई जिम्मेवार र मर्यादित बनाउन तमाम विषयमा सुझाव दिएको छ ।

उक्त आयोगले प्रेसको सामाजिक उत्तरदायित्वको सिद्धान्तलाई केन्द्रमा राखेर सन् १९४७ मा सार्वजनिक गरेको प्रतिवेदनमा स्वतन्त्र र उत्तरदायी प्रेसका निम्नलिखित पाँचओटा मान्यताहरू अघि सारेको रेगमी र पन्त (सन् २०१९) ले उल्लेख गरेका छन् :

१. सञ्चारमाध्यम र पत्रकारले सत्यमा आधारित अर्थपूर्ण सूचनाको व्यापक विवरण सन्दर्भअनुसार प्रस्तुत गर्ने ।
२. मिडियाले सार्वजनिक टिप्पणी र आलोचनाका लागि मञ्च प्रदान गर्ने ।
३. समाजका विभिन्न समूहको प्रतिनिधिमूलक तस्विर प्रस्तुत गर्ने ।
४. सांस्कृतिक सम्पदासम्बन्धी सामग्री सम्प्रेषण गरी सामाजिक लक्ष्य र मान्यता प्रस्तुत गर्ने ।
५. नागरिकको थाहा पाउने अधिकारको संरक्षण गर्ने ।

प्रस्तुत मान्यतालाई कपडछान गरेर एक वाक्यमा भन्नुपर्दा प्रेसको समाजप्रति उत्तरदायित्व छ, जसलाई प्रेसले जिम्मेवारी बहन गर्नुपर्छ भन्ने नै हो ।

पत्रकार आचारसंहिता र पत्रकारिताको नैतिक मानकहरू विकसित हुने क्रममै अन्तरराष्ट्रिय पत्रकार महासंघले सन् १९५४ मा नौओटा र संयुक्त राष्ट्र संघीय शैक्षिक, वैज्ञानिक तथा सांस्कृतिक संगठन (यूनेस्को) ले सन् १९८३ मा १०

ओटा प्रेसका सिद्धान्त तय गरेको थियो । सत्यता, जवाफदेहिता, निष्पक्षता, स्वच्छता, शिष्टता, वस्तुनिष्ठता, व्यावसायिक मर्यादा, सामाजिक उत्तरदायित्व, जनआकांक्षा, सूचना तथा गोपनीयताको हकको सम्मान, गलती सव्याउने तत्परताजस्ता विषयहरूलाई नै पत्रकारिताको विश्वव्यापी मूल्य-मान्यताका रूपमा लिईदै आएको छ ।

सन् १९५६ मा अमेरिकी प्राज्ञिक व्यक्तित्वहरू फ्रेड्रिक सिवर्ट, थियोडोर पिटरसन र विलबर सामले 'प्रेसका चार सिद्धान्त' नामक कृति प्रकाशनमा ल्याए । यसले अघि सारेको चार सिद्धान्तमध्ये एक थियो, सामाजिक उत्तरदायित्वको सिद्धान्त । यसले प्रेसको समाजप्रति निश्चित जिम्मेवारी हुन्छन्, नाफा कमाउने वा अर्थोपार्जन गर्ने नाममा त्यसलाई उल्लङ्घन गर्नु हुँदैन भन्नेमा विशेष जोड दिएको छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकार महासंघ (आइएफजे) ले सन् १९५४ पत्रकार आचारसंहिता जारी गर्‍यो । आइएफजेले जारी गरेको पत्रकार आचार संहिताले पनि पत्रकारले मर्यादित र जिम्मेवार ढङ्गबाट पत्रकारिता गर्नुपर्छ, भन्दै गलत, भ्रामक र समाजलाई हानी हुने प्रकृतिको समाचारलाई बर्जित गरेको छ । यसको दफा ५ ले छिटो समाचार दिने नाममा तथ्यको सत्यता परीक्षण नगरी समाचार दिन नहुने प्रावधान अघि सारेको छ ।

२.१.१ नेपालमा मिडिया स्वतन्त्रता तथा पत्रकार आचारसंहिता

प्रेस स्वतन्त्रतालाई अभिव्यक्ति स्वतन्त्रताको आधारशीला पनि मानिन्छ । जनतालाई सुसूचित गराउने, आवाजविहीनहरूको आवाज बन्ने, सत्ता र शक्तिमाथि निगरानी गर्ने र मानवअधिकार रक्षकका रूपमा अग्रणी भूमिका निर्वाह गर्ने भएकाले पत्रकारहरूको सुरक्षा समाज र राज्यको सरोकारको विषय मानिएको हो । कुनै पनि देशमा स्वस्थ पत्रकारिताको विकासका लागि स्वतन्त्र प्रेस अत्यावश्यक मानिन्छ ।

प्रेस स्वतन्त्रता पत्रकारिताको प्राण हो । गलत कार्यमाथि निरन्तर निगरानी, निस्पक्ष र स्वतन्त्ररूपमा सूचनाको सम्प्रेषणमार्फत जनमत तयार गर्ने र समाज तथा राष्ट्रलाई सही बाटोमा डोच्याउने जिम्मेवारी पनि पत्रकार हो, भन्ने मान्यता स्थापित छ । यही विशिष्ट जिम्मेवारीका कारण पत्रकारितालाई राज्यको चौथो अङ्गको प्रतिष्ठापूर्ण स्थान दिइएको हो । यस प्रतिष्ठालाई कायम राख्न पत्रकारले

सके वा सकेनन् भन्ने विषयमा समीक्षा हुनु आवश्यक हो । धेरैले यो भूमिका कायम राख्न नसकेको र फलस्वरूप पत्रकारको भूमिका वा शक्ति कमजोर, कम विश्वसनीय र कतिपय सन्दर्भमा शंकास्पद भएको विद्वत पाठक वा प्रापकले गुनासो गरेको सामाजिक सञ्जाल र सार्वजनिक बहसमा प्रशस्तै सुन्न, हेर्न र पढ्न पाइन्छ ।

नेपाली परिवेशमा पत्रकारिता पेशालाई निष्पक्ष, स्वतन्त्र, विश्वसनीय तथा नागरिकप्रति उत्तरदायी बनाउन संवैधानिकरूपमा यस पेशाको स्वतन्त्रताको प्रत्याभूति मात्र गरिएको छैन, समाज, देश र नागरिकप्रतिको कर्तव्यसमेत यकिन गरिएको छ । पत्रकार, आमसञ्चारमाध्यम तथा नागरिकको अभिव्यक्ति र सूचना सम्प्रेषणको अधिकारलाई महत्त्वपूर्ण सूचकका रूपमा परिभाषित गर्दै नेपालको संविधानको धारा-१९ मा सञ्चारको हकको प्रत्याभूति गरिएको छ ।

उक्त धारामा भनिएको छ :

‘विद्युतीय प्रकाशन, प्रसारण तथा छापा लगायतका जुनसुकै माध्यमबाट कुनै समाचार, सम्पादकीय, लेख, रचना वा अन्य कुनै पाठ्य, श्रव्य, श्रव्यदृष्य सामग्रीको प्रकाशन तथा प्रसारण गर्न वा सूचना प्रवाह गर्न वा छाप्न पूर्व प्रतिबन्ध लगाइने छैन ।’

यद्यपि, यो निरपेक्ष (Absolute) अधिकार भने होइन । पत्रकार र सञ्चार माध्यमको कर्तव्यलाई स्मरण गराउँदै सो धाराको प्रतिबन्धात्मक वाक्यमा भनिएको छ, ‘नेपालको सार्वभौमसत्ता, भौगोलिक अखण्डता, राष्ट्रियता वा संघीय इकाइबीचको सु-सम्बन्ध वा विभिन्न जात, जाति, धर्म वा सम्प्रदाय बीचको सु-सम्बन्धमा खलल पर्ने, राज्यद्रोह, गाली बेइज्जती वा अदालतको अवहेलना हुने वा अपराध गर्न दुरुत्साहन गर्ने वा सार्वजनिक शिष्टाचार, नैतिकताको प्रतिकूल कार्य गर्ने, श्रमप्रति अवहेलना गर्ने र जातीय छुवाछूत एवं लैंगिक भेदभावलाई दुरुत्साहन गर्ने कार्यमा मनासिब प्रतिबन्ध लगाउने गरी ऐन बनाउन रोक लगाएको मानिने छैन ।’

नेपालमा सर्वप्रथम वि.सं. २०१४ मा गठित प्रेस कमिसनले पत्रकार आचारसंहिता तयार पारेको थियो । त्यसैगरी वि.सं. २०२३ फागुन २४ देखि २७ गतेसम्म काठमाडौंमा आयोजना भएको नेपाल पत्रकार संघको भेलाले २२ बुँदे आचारसंहिता तयार पारेको थियो । अझ अगाडिको इतिहासतिर फर्कदा वि.सं. १९५८ मा

गोरखापत्रका लागि जारी गरिएको सनदलाई भने प्रेस कानूनका रूपमा लिनु उपयुक्त हुन्छ। पत्रकार आचार संहितासँग जोडिएका घटनाक्रमहरूलाई नियाल्ने हो भने प्रेस सल्लाहकार परिषदले वि.सं. २०२५, प्रेस काउन्सिल नेपालले वि.सं. वि.सं. २०३३, वि.स. २०४०, वि.सं. २०४७ तथा वि.सं. २०४९ तथा नेपाल पत्रकार संघले वि.सं. २०५० मा पत्रकार आचारसंहिता जारी गरेको थियो। प्रेस काउन्सिल नेपालले नेपाल पत्रकार महासंघको सहमतिमा वि.स. २०५५ मा जारी गरिएको पत्रकार आचारसंहितालाई वि.सं. २०६०, वि.सं. २०६४, वि.सं. २०७३ र वि.सं. २०७६ मा संशोधन गरिएको थियो।

प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले सत्य-तथ्य र सन्तुलित समाचार सामग्री सम्प्रेषण गर्नु पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमको कर्तव्य हो भनेको छ। त्यस आचार संहिताको दफा ७ को उपदफा (३) मा भनिएको छ, 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले कुनै पनि व्यक्ति, समुदाय वा संस्थाको ख्याति, सम्मान वा मर्यादा र सार्वजनिक हित, शिष्टाचार, नैतिकता र जनस्वास्थ्यमा आघात नपर्ने तथा आधिकारिकता पुष्टि हुने गरी विज्ञापन प्रकाशन वा प्रसारण गर्नुपर्दछ।'

पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले गर्न नहुने कामअन्तर्गत दफा ५ को उपदफा (३) मा पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले हिंसा, आतङ्क र अपराधलाई प्रश्रय हुने वा आत्महत्या गर्न उक्साउने, अश्लील, सार्वजनिक स्वास्थ्य, शिष्टाचार र नैतिकताको प्रतिकूल हुने वा त्रास उत्पन्न गर्ने किसिमका सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्न नहुने कुरा उल्लेख छ।

अध्याय तीन :

भ्रामक तथा गलत सूचना अध्ययनका मापदण्ड

भ्रामक तथा गलत सूचना अध्ययनका मापदण्ड

३.१ मिथ्या समाचार

विगत केही वर्षयता संसारभरि नै मिथ्या समाचार (Fake news) सार्वजनिक चर्चाको विषय बनेको छ। आफ्नो वेबसाइटको भिजिटर संख्या बढाउनका लागि योजनाबद्ध ढङ्गले तयार गरिने समाचार तथा प्रतिस्पर्धी संघसंस्थालाई कमजोर देखाउनका लागि योजनाबद्ध ढङ्गले गरिने प्रोपगण्डालाई मिथ्या (फेक) समाचार भनिएको छ (जेम्स, टेलिग्राफ, २०१८)। अरूलाई उडाउने र व्यङ्ग्य गर्ने आशयले गरिने पत्रकारिता, स्रोतको राम्रोसँग सत्यापन नगरिकन गरिने पत्रकारिता, नियतवश पूर्वाग्रही समाचार र भरपर्दो स्रोतलाई उल्लेख नगरी बनाइएको समाचार पनि मिथ्या (Fake news) समाचार हो (पूर्ववत)।

मिथ्या समाचार भनेको मूलतः भ्रुटो वा गलत वा भ्रमपूर्ण वा अनर्थकारी रूपमा घटना, अभिव्यक्ति, तथ्याङ्क र तर्क प्रयोग गरेर वा व्याख्या गरेर समाचारका रूपमा प्रस्तुत गरिएका आमसञ्चारका माध्यम वा इन्टरनेटका सामग्रीलाई बुझिन्छ। यस्ता सामग्रीको मूल उद्देश्य जनमत प्रभावित गर्नु हुन्छ।

३.१.१ मिथ्या समाचारको प्रकृति

- ◆ कुनै हानी गर्ने उद्देश्य नभएका तर पाठकलाई मूर्ख बनाउन सक्ने रमाइलोका लागि तयार पारिएका व्यङ्ग्यात्मक सामग्री ।
- ◆ शीर्षक वा तस्वीरसँग मूल लेख मेल नखाने भ्रमपूर्ण सम्बन्धका आधारमा बनाइएका सामग्री ।
- ◆ कुनै सूचनाको अनर्थ प्रयोग गरी कुनै विषय वा व्यक्तिबारे भ्रम सिर्जना गर्ने सामग्री ।
- ◆ कुनै सही सूचना वा घटना वा अभिव्यक्ति वा समाचारलाई गलत सन्दर्भमा प्रयोग गरिएको सामग्री ।
- ◆ कुनै आधिकारिक स्रोत वा व्यक्तिका नामका झुटो अभिव्यक्ति प्रयोग गरिएका सामग्री ।
- ◆ कुनै तथ्य वा तथ्याङ्क वा घटना वा तर्क वा तस्वीरलाई तोडमरोड गरिएका सामग्री ।
- ◆ हुँदै नभएका घटना वा तथ्य वा अभिव्यक्ति वा स्रोत प्रयोग गरिएका पूर्णरूपले गलत सामग्री ।

३.१.२ मिथ्या वा गलत समाचारको पहिचान

सञ्चारमाध्यमले प्रकाशन तथा सम्प्रेषण गरेको समाचार मिथ्या वा गलत भए-नभएको निम्नानुसारका सूचनामार्फत पहिचान गर्न सकिन्छ :

- ◆ प्रकाशित समाचार र प्रकाशन संस्थाको स्तरबारे बुझ्ने : समाचार, साजसज्जा, ठेगाना, आबद्ध सञ्चारकर्मी आदि ।
- ◆ सञ्चार संस्थाको विश्वसनीयता : समाचार प्रकाशित गर्ने संस्था परिचित, सम्मानित र विश्वासयोग्य हो कि होइन ?
- ◆ सञ्चारमाध्यमको वैधता : समाचार वा विचार प्रकाशित गर्ने सञ्चारमाध्यम वैधानिकरूपमा सञ्चालित हो कि होइन भन्ने कुराको परीक्षण गर्ने ।

- ◆ **सञ्चारमाध्यमको परिचय :** सञ्चारमाध्यमको बारेमा विस्तृत तथा आधिकारिक सम्पर्क विवरण समावेश छ, कि छैन भन्ने कुरा हेर्ने ।
- ◆ **लेखक वा पत्रकारको नाम :** समाचारमा लेखकको नाम छ, कि छैन ? नाम उल्लेख छ, भने कतिको विश्वसनीय छ ? पहिचान गर्ने ।

३.२ गलत सूचना र दुष्प्रचार

मिथ्या समाचार सँगसँगै गलत सूचना (Misinformation) तथा दुष्प्रचार (Disinformation) का विषय पनि चर्चामै छन् । यद्यपि, पत्रकारितामा यी विषय वा शब्दावली नयाँ भने होइनन् । विगतमा पनि कुनै भूटो कुरालाई समाचार बनाउने परिपाटी कुनै न कुनै रूपमा अस्तित्वमा थियो । गलत सूचना (Misinformation) र दुष्प्रचार (Disinformation) ले पनि कुनै नै कुनै रूपमा स्थान पाएकै थिए र यो क्रम अहिले पनि जारी छ ।

यहाँ गलत सूचना (Misinformation) तथा दुष्प्रचार (Disinformation) का बारेमा थोरै चर्चा गरौं ।

सूचना सम्प्रेषण गर्ने क्रममा आशय सही हुँदाहुँदै पनि कतिपय सूचना सम्प्रेषणकर्तामा ज्ञानको अभाव, बुझाइको सीमितता वा असावधानीले सूचना गलत सावित हुनपुग्छ । यसलाई गलत जानकारी (Misinformation) भनिन्छ । कसैले तयार पारेको अहितकर जानकारीलाई उपयोगी ठानेर अज्ञानवश सेयर गर्नु पनि (Misinformation) नै हो । तर, यसमा सम्प्रेषणकर्ताको अरूको अहित गर्ने कुनै आशय रहँदैन ।

तर, कतिपय सूचना वा जानकारी गलत आशय र नियतसहित अरूलाई अहित हुनेगरी जानाजान सम्प्रेषण गरिन्छ । यसलाई दुष्प्रचार (Disinformation) भनिन्छ । मूलतः यस्ता सूचना र समाचार निहित स्वार्थसिद्ध गर्न सम्प्रेषण गरिन्छ । यसरी सम्प्रेषण गरिएका जानकारी अर्धसत्य वा पूरापूर असत्य वा नितान्त भ्रामक पनि हुन सक्छन् ।

अनैतिक व्यवहार, भूटो समाचार, गलत सूचना तथा दुष्प्रचारले समाजको हित गर्दैनन् । यी सबै कुराले पत्रकारिताको मर्म र धर्मका साथै विश्वसनीयतालाई नष्ट गर्छन् । विश्वसनीयता गुमाएको पत्रकारिताको कुनै अस्तित्व रहँदैन । यस

दृष्टिले विश्वसनीय पत्रकारिताको अभिवृद्धि गर्न आवश्यक छ । यसका लागि अनैतिक व्यवहार, भुटो समाचार, गलत सूचना तथा दुष्प्रचारलाई परास्त गर्नुपर्ने हुन्छ ।

३.३ भ्रामक तथा गलत सूचना रोकथामका मापदण्ड

भ्रामक तथा गलत सूचना वा मिथ्या समाचार रोकथामका मापदण्डहरू मुलतः पत्रकार आचासंहिता र पत्रकारिताको व्यावसायिक सिद्धान्तबाट नै निर्देशित हुन्छन्, जसबारे यस शोध-पुस्तकको परिच्छेद दुईमा परिचर्चा गरिएको छ । प्रस्तुत अध्ययनमा समेटिएका अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अन्तर्वस्तु विश्लेषणका लागि केही मापदण्ड र यसका आधारहरू निम्नानुसार तय गरिएका छन् :

१. स्रोत (Source)

पत्रकार न सबै कुराका ज्ञाता हो, न त अन्तर्यामी नै । उसले सम्बन्धित विषयमा जानकारी पाउनका लागि कुनै न कुनै स्रोतमा निर्भर रहनुपर्छ । पत्रकारले आफूले तयार पार्ने समाचारमा स्रोतबाट प्राप्त सान्दर्भिक जानकारी राख्नुपर्छ अर्थात् उसले सम्बन्धित विषयमा कसैबाट जानकारी सङ्कलन गर्नुपर्छ । यसो गर्दा समाचार विश्वसनीय हुन्छ । स्रोत नखुलेको समाचार अविश्वसनीय हुन्छ । समाचारमा 'विश्लेषक वा टिप्पणकर्ता बताउँछन्' भन्नेजस्ता अविश्वसनीय स्रोत प्रयोग गर्नुहुँदैन । सकेसम्म समाचारको स्रोत खुलाउनुपर्छ । समाचारको स्रोत खुलाउनु भनेको प्रापकलाई सूचनाको मुहानमै पुऱ्याउनु हो । स्रोत नखुलेको वा बेनामे स्रोत यथासम्भव प्रयोग गर्नुहुँदैन । यसले समाचारको विश्वसनीयतामाथि प्रश्न उठाउँछ ।

नाम दिइएको स्रोतले समाचारको विश्वसनीयता बढाउने उल्लेख गर्दै विश्वप्रसिद्ध समाचार संस्था रोयटर्स (सन् २००८)ले सुझाएको छ : समाचारका स्रोतहरू नाम र स्थानबाट पहिचान गरिनु पर्दछ । यसले पाठकहरूलाई स्रोतहरूको विश्वसनीयता बताएर सूचना र समाचारको शुद्धता मापन गर्न सहयोग गर्दछ । नाम दिइएको स्रोतबाट पनि जानकारी सामान्य रूपमा परीक्षण गरिएको र सन्तुलित हुनुपर्दछ, विशेषगरी द्वन्द्व वा वार्तालापको अवस्थामा । समाचार

एजेन्सीहरू स्थानीय, राष्ट्रिय वा अन्तर्राष्ट्रिय सबै मिडियाका लागि महत्वपूर्ण सम्पत्ति हुन् । दि गार्जियनको सम्पादकीय संहिताका अनुसार अखबार वा मिडियाको कुनै पाठ्यसामग्रीमा महत्वपूर्ण मात्रामा एजेन्सीको अंश छ, भने सम्बन्धित एजेन्सीलाई स्पष्ट श्रेय दिइनु पर्दछ (इलियट, सन् २०१२) ।

सक्सेना (सन् २०१४) का अनुसार समाचार संस्था (एजेन्सी)को स्पष्ट र निर्दिष्ट उल्लेखले स्रोतलाई श्रेय दिनुको साथसाथै स्रोतसम्बन्धी क्रेडिट लाइनले सत्यताको बारेमा प्रश्न उठेको खण्डमा वा अखबार वा मिडियालाई अपठ्यारो वा लज्जित हुनु परेको अवस्थामासमेत सरंक्षण दिन्छ । समाचार एजेन्सीको नाम स्पष्ट उल्लेख गर्दा गलत समाचार सम्प्रेषण भएको खण्डमा पाठकले गलत समाचारको स्रोत एजेन्सी भएको अनुमान गर्न सक्छन् । यसरी अखबारको आफ्नो विश्वसनीयता पनि कायम रहन्छ । एजेन्सी कुन हो, कतिओटा एजेन्सी उद्धृत गरिए ? स्पष्ट उल्लेख हुनु भ्रामक समाचार न्यूनीकरण गर्ने एउटा महत्वपूर्ण उपाय पनि हो ।

मिडियामा प्रकाशित गलत सूचना र जनकारी प्रदान गर्ने समाचार विभिन्न किसिमले प्रकाशित हुने गर्दछ । कतिपय अवस्थामा सूचनाको स्रोतले नै गलत जानकारी दिएको हुनसक्छ । यस्तो अवस्थामा प्राप्त सूचनाको तथ्य पुष्टि गर्नुपर्ने हुन्छ । यसैगरी, मिडियाले कतिपय समाचार कुनै अन्य स्रोत वा एजेन्सीबाट पनि साभार गरेको हुनसक्छ । समाचारमा आधिकारिकता र विश्वसनीयता कायम गर्न अन्य स्रोतबाट लिएका समाचार/सामग्री प्रकाशित गर्दा अनिवार्य रूपमा स्रोत उल्लेख गर्नुपर्छ । गम्भीर प्रकृतिका समाचारमा स्रोत उल्लेख नगर्दा यसले समाचारको विश्वसनीयता माथिनै प्रश्न उठ्छ । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन २०७६) को दफा ८ (१) ले समाचारको विश्वसनीयताका लागि स्रोत उल्लेख गर्नुपर्दछ, भनेको छ । त्यसैले स्पष्ट स्रोत उल्लेख नगर्नु समाचार आधिकारिकता र विश्वसनीयताको दृष्टिबाट गलत बन्न जान्छ । त्यसैले यस्ता स्रोत उल्लेख नगरिएका समाचारलाई पनि गलत वा भ्रामक समाचारको सूचीमै राखेर अध्ययन गर्ने गरिएको छ ।

‘रोयटर ह्याण्डबुक अफ जर्नलिज्म’ का अनुसार पत्रकारले देहायका १० ओटा पक्षमा विशेष ध्यान दिनुपर्छ :

- ◆ यथार्थपनलाई सदैव पुण्य विषय मान्नुपर्छ,
- ◆ गल्लीलाई सदैव खुल्ला रूपमा सच्याउनुपर्छ,
- ◆ सन्तुलन र स्वतन्त्रतालाई पूर्वाग्रहमुक्त बनाउन सदैव प्रयत्नशील हुनुपर्छ,
- ◆ कुनै विषयमा स्वार्थ बाकिने भए त्यसको सदैव स्पष्टोक्ति दिनुपर्छ,
- ◆ विशेष किसिमको सूचनाको सदैव सम्मान गर्नुपर्छ,
- ◆ अधिकारीहरूबाट हुनसक्ने खतराबाट स्रोतलाई सदैव जोगाउनुपर्छ,
- ◆ समाचारमा स्रोतको निजी विचार नपरोस भन्नेबारे सदैव सचेत रहनुपर्छ,
- ◆ सूचनाको जालसाजी र चोरी कहिल्यै गर्नुहुँदैन,
- ◆ तस्बिर वा भिडियोलाई इन्लार्ज गर्ने वा फेरबदल गर्नुहुँदैन,
- ◆ समाचार पाउनका लागि पैसा तिर्ने र घुस स्वीकार्ने काम कहिल्यै गर्नुहुँदैन ।

क) अज्ञात स्रोतको प्रयोग (Use of anonymous source):

पाठक, दर्शक वा स्रोतलाई भ्रममा राख्ने उद्देश्यबाट प्रेरित भई समाचार/सामग्रीमा स्पष्ट स्रोतको प्रयोग नगर्नुलाई अज्ञातको स्रोतको प्रयोग भएको मानिन्छ। सूचना र पत्रकारिताको सिद्धान्तअनुसार स्रोतको सुरक्षा आवश्यक हुने विषयहुने जस्तै : अपराधमा पीडितको संरक्षण, मानव अधिकार, यौनजन्य घटना तथा बलत्कारसम्बन्धी घटनामा पीडितको सुरक्षा, भ्रष्टाचारजन्य घटनाबाहेक अन्यमा स्रोतको प्रयोग गरिएको हुनुपर्दछ।

ख) स्रोत उल्लेख नभएको (Source not mentioned) :

सूचना वा समाचारको स्रोत उल्लेख नगरिएका सामग्री। खास अवस्थामा बाहेक सामान्य अवस्थामा समाचारको स्रोत खोल्नुपर्छ। तर, नेपाली मिडियामा कतिपय उल्लेख गर्न मिल्ने स्रोतलाई पनि ‘एक अधिकारीले बताए’ वा ‘एक नेताले बताए’ जस्ता स्रोतको प्रयोग गरिएको हुन्छ। स्रोत उल्लेख गर्न मिल्ने विषयमा पनि स्रोत उल्लेख नगर्नु भ्रमपूर्ण सूचनालाई बढवा दिन हो।

यसका साथै कतिपय समाचार विभिन्न समाचार एजेन्सीबाट लिइएको हुनसक्छ । पत्रकारिताको सिद्धान्तको पालना गर्न तथा विश्वसनीय कायम गर्न साभार गरिएको समाचारको स्रोत उल्लेख गर्नुपर्छ । स्रोत उल्लेख नगरी प्रकाशित भएका यस्ता समाचार सही नै भए पनि स्रोतको अधिकारिताबारे प्रश्न उठ्न सक्छ । त्यस्ता समाचारमा स्रोत उल्लेख गर्न नहुने कुनै कारण पनि देखिँदैन । त्यसैले, यस्ता समाचार साभार गर्दा अनिवार्यरूपमा स्रोत उल्लेख गर्नुपर्छ । गलत सूचना र समाचारको अध्ययनका क्रममा यस्तो स्रोत प्रयोग गरिएका समाचारलाई पनि गलत सूचनाकै रूपमा हेर्ने गरिएका पाइन्छ ।

ग) बनावटी स्रोत (Fictitious sources) :

कुनै स्वार्थपूर्तिका लागि आफू अनुकूल अविश्वसनीय वा जालसाजीपूर्ण तरिकाले खडा गरिएको तयार पारिएको समाचारलाई बनावटी स्रोतको प्रयोगका रूपमा हेरिन्छ । पत्रकार वा सम्पादकीय समूहले आफ्नो वा निश्चित शक्तिको स्वार्थपूर्तिका लागि यस्तो स्रोतको प्रयोग गर्न सक्छन् । यस्तो काम पत्रकार आचार संहिताविपरीत हुन्छ ।

घ) गोप्य स्रोतको संरक्षण (Protection of confidential sources) :

पत्रकारले यथासम्भव स्रोत खोल्नुपर्छ । तर, विशेष अवस्थामा स्रोतको संरक्षण गर्नुपर्छ । अर्थात् उसको परिचय लुकाउनुपर्छ । यसबारे प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले 'पत्रकार र सञ्चारमाध्यमको कर्तव्य' अन्तरगत दफा ८ उपदफा (१) मा भनेको छ, 'समाचारको विश्वसनीयताका लागि स्रोत उल्लेख गर्नुपर्दछ । स्रोत उल्लेख गर्दा स्रोतलाई गम्भीर क्षति हुने देखिएमा स्रोतको नाम वा पहिचान गोप्य राखी संरक्षण गर्नुपर्दछ ।'

अमेरिकी पत्रकार जोन हनेनवर्गले, 'द प्रफेशनल जर्नलिष्ट' नामको पुस्तकमा यसबारे सान्दर्भिक राय दिएका छन् । उनले यस्तो बेलामा सूचना कहाँबाट आएको हो भन्नेबारे समाचारमा सानो सङ्केत दिनुपर्छ, जसबाट पाठकले स्रोतको सापेक्षित महत्वबारे मूल्याङ्कन गर्न सक्छन् (हनेनवर्ग सन् १९८०, पृ.१०४) । गृह मन्त्रालयसँग सम्बद्ध उच्च स्रोतका अनुसार भनिनु यस्तो समाचारको उदाहरण हो ।

२. गलत जानकारी (Misinformation)

अमेरिकी प्राज्ञिक प्रकाशन संस्था आइजीआई ग्लोबलका अनुसार भूटो र धोकापूर्ण सूचना नै गलत जानकारी (Misinformation) हो । यद्यपि, यसमा अरूलाई हानी गर्नु सूचना सम्प्रेषणकर्ताको आशय रहँदैन । पत्रकारको काम सही समयमा सही जानकारी दिनु हो । पत्रकारले दिने सूचना यथासम्भव यथार्थ र अद्यावधिक हुनुपर्छ । पत्रकारको असावधानी, बुझाइमा कमी वा अन्य कतिपय कारणले गलत सूचना सम्प्रेषण हुनसक्छ । कतिपय अवस्थामा आशय गलत नहुँदा नहुँदै पनि गलत सूचना प्रवाह हुनसक्छ । सञ्चार माध्यमबाट गलत सूचना प्रवाह हुँदा ठूलो जनसमुदाय भ्रममा पर्छन् । कतिपय अवस्थामा उनीहरू आर्थिक, भौतिक तथा मनोवैज्ञानिक क्षति व्यहोर्नुपर्ने अवस्था पनि आउन सक्छ । जानेर वा नजानेर गलत सूचना सम्प्रेषण गर्नु कुनै पनि अर्थमा राम्रो होइन । यस्तो अवस्था आउन नदिन पत्रकार अधि नै सचेत रहनुपर्छ । यसका लागि उसले उचित विधि र प्रक्रिया अपनाएर सूचनाको सत्यापनको परीक्षण गर्नुपर्छ ।

३. भ्रामक शीर्षक (Misleading Headlines)

मिडियाले पहुँच र प्रभाव विस्तारका लागि समाचारमा शीर्षक बिकाउ र आकर्षक शीर्षक राख्ने गर्छन् । पाठकको ध्यान खिच्ने वा भाइरल हुने उद्देश्यले मात्र यस्ता शीर्षक तयार पारिन्छन् । यस्ता शीर्षकको पेटबोलीसँग कुनै सम्बन्ध रहँदैन । पाठक स्रोत वा दर्शक बढाउन वा भाइरल बनाउन वा पाठकलाई भुक्त्याएर भुवर बढाउन नै यस्ता शीर्षक राखिन्छन् । समाचार, सम्पादकीय, लेख, विज्ञापन आदिमा शीर्षक प्रयोग हुनसक्छ । तर, यिनीहरू भ्रामक हुन्छन् । यसरी भ्रामक शीर्षकसहित समाचार प्रकाशित गर्नु एकातिर पत्रकारिताको व्यवसायिक मर्यादा विपरितको कार्य हो भने अर्कोतिर यस्ता समाचारले सम्बन्धित मिडियाको विश्वसनीयता समेत घटाउँछ ।

४. दुष्प्रचार (Disinformation)

युनेस्कोको परिभाषाअनुसार कुनै व्यक्ति, सामाजिक समूह वा संस्थालाई क्षति पुऱ्याउन जानाजान प्रवाह गरिएको गलत जानकारी नै दुष्प्रचार (Disinformation) हो । कसैको अहित गर्नु नै यसको मूल ध्येय हो । कहिलेकाहीं सूचनाको स्रोतले

नै गलत आशयका साथ पत्रकारलाई यस्ता भ्रामक सूचना दिएका हुन सक्छन् । यसबारे पत्रकार सदैव सचेत रहनुपर्छ । गलत सूचना तथा दुष्प्रचारविरुद्ध कार्यरत संस्था 'फष्ट ड्राफ्ट न्युज' का अनुसार दुष्प्रचारलाई निम्नानुसार वर्गीकरण गर्न सकिन्छ :

- ♦ **गलत सन्दर्भ** (False Context): सही विषयवस्तुको गलत सन्दर्भमा प्रयोग । जस्तै : एउटा सन्दर्भको तस्वीर, भिडियो आदिलाई अर्कै (गलत) सन्दर्भमा प्रयोग गर्नु ।
- ♦ **गलत संयोजन** (False Connection) : तस्वीर, दृश्य, शीर्षक, क्याप्सन आदिले समाचारको मूल विषयवस्तुसँग कुनै किसिमको सम्बन्ध नराख्नु ।
- ♦ **जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु** (Fabricated Content): अरूलाई हानी गर्न वा धोका दिन जानाजान तयार पारिएको पूरापूर गलत जानकारी ।
- ♦ **भ्रामक विषयवस्तु** (Misleading Content): कुनै व्यक्ति वा मामिलाबारे अरूलाई बहकाउमा पार्न तयार पारिएको भ्रामक विषयवस्तु ।
- ♦ **व्यङ्ग्य वा प्यारोडी** (Satire or Parody): कसैको हानी गर्ने आशय नभएको सामग्री । तर, यसले व्यक्तिलाई मूर्ख बनाउन सक्छ ।
- ♦ **बहुरूपी विषयवस्तु** (Imposter Content): सही स्रोतलाई अर्कै व्यक्तिको रूपमा प्रयोग गरिएको विषयवस्तु ।
- ♦ **हेरेफेर गरिएको विषयवस्तु** (Manipulated content): अरूलाई धोका दिन चलाखीपूर्वक हेरेफेर गरिएको जानकारी वा तस्वीर (ग्राफिक्स)

५. सामाजिक विविधता (Social diversity)

पत्रकार समाजमा रहने सबै समुदायबीच सद्भाव र सहयोगको पुल बन्नुपर्छ । उनीहरूबीच विभाजन ल्याउने होइन, सबैबीच सद्भाव विकास गर्न सघाउनु नै पत्रकारिताको धर्म हो । साम्प्रदायिक सद्भाव विथोलिने गरी समाचार सम्प्रेषण गर्नु पत्रकार स्वयम् र समाजका लागि हानीकारक हुन्छ । कतिपय सन्दर्भमा गलत सूचनाको प्रयोग गरेर वा दुष्प्रचार गर्ने मनसाय राखेर यस्ता समाचार/सामग्री प्रकाशित हुने गर्छन् भने कतिपय अवस्थामा अज्ञानवश यस्ता समाचार प्रकाशित हुन पुग्छन् ।

सन् १९९४ मा लगभग पाँचलाख नागरिकको नरसंहार हुने गरी रुवाण्डामा भएको साम्प्रदायिक द्वन्द्व भड्काउन मिडियाको भूमिका रहेको तथ्यलाई धेरैले स्वीकारेका छन् (थमसन, सन् २००७) । यसप्रकारको भयानक दृष्टान्तबाट पत्रकार सचेत हुनैपर्छ । उसको पत्रकारिताकर्मले समाजमा साम्प्रदायिक सद्भाव बिथोल्नु हुँदैन । बहुजातीय तथा बहुसांस्कृतिक समाजमा कुनै एक समुदायलाई क्षति पुऱ्याएर अर्को समुदायको पृष्ठपोषण गर्नु घातक हुन्छ । यही पृष्ठभूमिमा सत्तारुले 'स्वतन्त्र पत्रकारितामा सबैको सुरक्षा हुन्छ' शीर्षकमा साम्प्रदायिक सद्भाव कायम राख्न मिडियाले खेल्नुपर्ने भूमिकाबारे सान्दर्भिक लेख लेखेकी छिन् (सत्तारु, सन् २०१२, पृ.२५-३४) । मिडियाले सामाजिक विभेद र बहस्करणको अन्त्य गर्ने र सबैले सम्मानित र आत्मसम्मानपूर्वक बाँच्न पाउने सामाजिक-राजनीतिक व्यवस्था निर्माणमा मिडियाले भूमिका खेल्नुपर्छ (विश्वकर्मा २०७३) ।

पत्रकार आचार संहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले गर्न नहुने काम अन्तर्गतदफा ५ (१) मा विभिन्न जातजाति, धर्म, सम्प्रदाय, भाषा, संस्कृतिबीचको सु-सम्बन्ध र सामाजिक सद्भावमा खलल पार्ने, जातीय भेदभाव गर्ने प्रकृतिका समाचार प्रकाशन तथा प्रकाशन गर्न नहुने उल्लेख गरेको छ ।

यसैगरी, दफा ५ को उपदफा २ (१) मा भनिएको छ, 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले जातीय, लैङ्गिक, धार्मिक, क्षेत्रीय, भाषिक, राजनीतिक आस्था, वर्ण वा शारीरिक, मानसिक र स्वास्थ्य अवस्थाजस्ता कुनै पनि आधारमा कसैमाथि पनि भेदभाव हुने वा घृणा उत्पन्न गर्ने गरी समाचार सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्नुहुँदैन ।'

अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकार महासंघ (आइएफजे) ले सन् १९५४ जारी गरेको 'ग्लोबल चार्टर अफ इथिक्स फर जर्नलिष्ट्स' को दफा ९ मा पत्रकारले भौगोलिक क्षेत्र, सामाजिक वा जातीय उद्भव, जात, लिङ्ग, यौनिक उद्भव, भाषा, धर्म, अपाङ्गता, राजनीतिक तथा अन्य विचारका आधारमा भेदभाव नहुने कुरा सुनिश्चित हुने गरी सूचना गर्नुपर्ने प्रावधान राखेको छ ।

पूर्वोल्लिखित नैतिक प्रावधानका अतिरिक्त देहायअनुसारका विषयमा पनि पत्रकार विवेकशील बन्नुपर्छ :

- ♦ **घृणायुक्त अभिव्यक्ति (Hate speech)** : कसैमाथि जाति, लिङ्ग, समुदाय, आदिका आधारमा घृणा फैलाउने उद्देश्यसहित सम्प्रेषण गरिएका सामग्री ।
- ♦ **आस्थाप्रतिको निन्दा (Blasphemy)** : कसैको धार्मिक आस्थामाथिको निन्दा ।
- ♦ **धार्मिक असहिष्णुता (Religious intolerance)** : कसैको धर्मप्रति देखाइने असहिष्णु व्यवहार ।
- ♦ **लैङ्गिक विभेद (Gender based discrimination)** : लैङ्गिक आधारमा गरिने विभेद ।
- ♦ **जातीय विभेद (Caste based discrimination)** : जातको आधारमा गरिने विभेद ।
- ♦ **अपाङ्गतासम्बन्धी विभेदपूर्ण सामग्री (Disability unfriendly contents)** : अपाङ्गता भएका व्यक्तिप्रति अपमान र विभेद भल्कने सामग्री ।
- ♦ **साम्प्रदायिक सम्बन्धमा खलल पार्ने सामग्री (Content that jeopardize subsisting communal/ethnic/religions relations)** : जातीय, लैङ्गिक, भाषिक, सांस्कृतिक, क्षेत्रीयता आधारमा गरिने अपमानपूर्ण सामग्रीले देशको साम्प्रदायिक सदभावमा खलल पुऱ्याउँछ । यस्ता विषयमा नेपालको संविधान तथा प्रेस काउन्सिल नेपालद्वारा जारी पत्रकार आचार संहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) को विरुद्धमा हुन्छन् ।

६) अश्लीलता (Obscenity)

यौनजन्य सामग्री (भाषा, शब्दको प्रयोग, फोटो तथा दृष्य सामग्री) । यस्ता सामग्री मूलतः बढी मात्रामा महिलाविरुद्ध केन्द्रित भएको पाइन्छन्, जसले व्यक्तिका मानमर्यादालाई हानी पुऱ्याउँछन् । आफ्नो मिडियाको भ्युवर तथा रेटिड बढाउने उद्देश्यले मिडियाले यस्ता सामग्री प्रयोग गरेको पाइन्छ ।

असहज सामग्री (Uncomfortable content) पनि यसैअन्तर्गत पर्छन् । सार्वजनिक मयार्दाका दृष्टिले यस्ता सामग्री पढ्न वा हेर्न अहसज हुने किसिमका हुन्छन् । यसमा शब्द, तस्विर, भिडियो, ग्राफिक्स तथा कार्टून पर्छन् ।

अश्लीलताको परिभाषाभित्र प्रौढ व्यक्तिको अमर्यादित व्यावहारमात्र होइन, चाइल्ड पोर्नोग्राफीसम्मका गम्भीर विषय पर्छन् । त्यसैले यसलाई गम्भीर मामिला मानिन्छ ।

अश्लीलतालाई अमेरिकाजस्ता विकसित मुलुकमा समेत थुप्रै अदालती ममिला छन् । भारतको चलचित्र उद्योगविरुद्ध पनि अश्लीलतालाई लिएर मुद्दा परेका कैयौं दृष्टान्त छन् ।

पत्रकार आचार संहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले गर्न नहुने काम अन्तर्गत दफा ५ (३) ले पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले हिंसा, आतङ्क र अपराधलाई प्रश्रय हुने वा आत्महत्या गर्न उक्साउने, अश्लील, सार्वजनिक स्वास्थ्य, शिष्टाचार र नैतिकताको प्रतिकूल हुने वा त्रास उत्पन्न गर्ने किसिमका सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण नहुने उल्लेख गरेको छ ।

७) गाली बेइज्जती वा मानहानीपूर्ण सामग्री (Defamatory contents)

शब्द, तस्वीर, भाषा, दृष्य सामग्री आदिको प्रयोगबाट अमर्यादित, भुटो, व्यक्तिको प्रतिष्ठामाथि नै आँच पुऱ्याउने सामग्री यसअन्तर्गत पर्छन् । यसले व्यक्ति वा संस्था दुवैलाई क्षति गर्नसक्छ । यसको दृष्टान्तको रूपमा दिलशोभा प्रकरणलाई लिन सकिन्छ ।

पत्रकारले सधैं शिष्ट र मर्यादित भाषा प्रयोग गर्नुपर्छ । अरूलाई चोट पार्ने तथा गालीगलौज हुने भाषाबाट पत्रकार टाढै रहनुपर्छ । इन्डियन प्रेस काउन्सिलले जारी गरेको पत्रकार आचारसंहिता (सन् २०१०) को दफा ३ मा अरूलाई अपमान वा गाली गलौज हुने किसिमको लेखाइ प्रयोग गर्न नहुने प्रावधान राखेको छ ।

अन्तर्राष्ट्रिय पत्रकार महासंघ (आइएफजे) ले जारी गरेको 'ग्लोबल चार्टर अफ इथिक्स फर जर्नलिष्ट्स' को दफा १० मा तथ्य तोडमोड गर्ने तथा गाली बेइज्जती हुने किसिमको अभिव्यक्तिलाई दुर्व्यवहारको रूपमा चित्रण गरेको छ । जस्तै : महिला मैला, व्यवस्था बेवास्ता आदि ।

- ♦ **चरित्रहत्या** (Character assassination) : व्यक्तिको इज्जत, प्रतिष्ठा, विश्वसनीयता क्षति पुऱ्याउने अभिप्रायले उत्पादन गरिएका सामग्रीहरू यसअन्तर्गत पर्छन् । कसैको चरित्रसँग जोडेर तयार पारिएको अपमानजक, आधारहीन समाचार, लेख, कार्टुन, मेमेज (कसैको मजाक उडाउने सामग्री) ले व्यक्तिको चरित्र हत्या गर्नसक्छ ।

- ♦ **लिखित मानहानी (Libel)** : कसैलाई लेखेर गरिने दुर्व्यवहारलाई लिखित मानहानी भनिन्छ । मूलतः अखबारमा आएका कसैप्रतिको अपमानजनक अभिव्यक्ति यसअन्तर्गत पर्छन् ।
- ♦ **मौखिक मानहानी (Slander)** : कसैलाई बोलेर गरिने दुर्व्यवहारलाई मौखिक मानहानी भनिन्छ । सार्वजनिक स्थलमा कसैलाई लक्षित गरेर दिइएको अपमानजनक अभिव्यक्ति यसअन्तर्गत पर्छन् ।

यस किसिमको कार्य एक प्रकारको हिंसा हो । हरेक सभ्य समाजले हिंसा रुचाउँदैन । तर, पनि कुनै न कुनैरूपमा हिंसाले ठाउँ पाउने गरेको छ । पत्रकारिता हिंसाका लागि कारक तत्व बन्नु हुँदैन, जसप्रति पत्रकार सचेत बन्नैपर्छ । अर्कोतिर, अश्लीलताले पनि सामाजिक मर्यादा र शिष्टतामा आघात पार्छ । त्यसकारण अश्लीललाई समाजले सहजै स्वीकार्दैन । यद्यपि, अश्लीलताको परिभाषा समाज सापेक्ष र समय सापेक्ष छ । सबै समाजमा अश्लीलताबारे एउटै मापदण्ड र परिभाषा पाइँदैन, जुन बेग्लै विश्लेषणको पाटो हो । पत्रकारले पत्रकारिता कर्मबाट कसैलाई पनि हिंसा गर्नुहुँदैन । साथै, अश्लील व्यवहार पनि प्रदर्शन गर्नुहुँदैन ।

८. गोपनीयताविरुद्धको सामग्री (Content against Privacy)

व्यक्तिका लागि सूचना जति महत्वपूर्ण छ, गोपनीयताको हक पनि उतिकै महत्वपूर्ण छ । यही आधारमा मानवअधिकारसम्बन्धी विश्वव्यापी घोषणापत्र-१९४८ को धारा १२ मा व्यक्तिको गोपनीयताको हकलाई स्थान दिइएको छ । त्यस धाराले व्यक्तिको निजत्व, परिवार, घर तथा पत्राचारलाई गोपनीयताको अधिकारअन्तर्गत राखेको छ । कानुनविरुद्ध हुने गरी व्यक्तिको इज्जत र प्रतिष्ठामाथि आक्रमण गर्न नहुने विषयमा पनि त्यस धाराले प्रकाश पारेको छ ।

पत्रकार आचार संहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन, २०७६) ले पत्रकार र सञ्चारमाध्यमले गर्न नहुने काम अन्तर्गत दफा ५ (४) ले यही विषयलाई अलि भिन्न किसिमले उठाएको छ । त्यसमा भनिएको छ, 'पत्रकार तथा सञ्चारमाध्यमले विपत्ति वा शोकमा परेका, दुःख-पीडा भोगिरहेका व्यक्ति वा

उनका आफन्तजनमा थप पीडा पुग्ने गरी वा सार्वजनिक संवेदनशीलतामा प्रतिकूल असर पर्ने गरी कुनै पनि विवरण, चित्र, सङ्केत लगायतका सामग्री उत्पादन, प्रकाशन, प्रसारण र वितरण गर्नुहुँदैन ।’

व्यक्तिको सम्पत्ति, शरीर, कागजात र सञ्चार गोपनीयताको हक लागू हुन्छ । व्यक्तिको निजी व्यवहारले सार्वजनिक मर्यादामा खलल नपुऱ्याउँदा व्यक्तिको गोपनीयताको हक कायम रहन्छ ।

अध्याय चार :

तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विश्लेषण

तथ्याङ्क प्रस्तुतीकरण र विश्लेषण

४.१.नेपाली मिडियामा गलत सूचना र समाचार

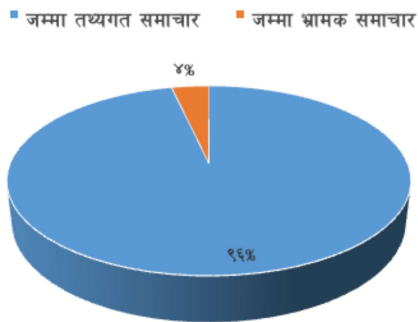
गलत सूचनाबारे गरिएका यो अध्ययनमा राष्ट्रियस्तरबाट प्रकाशित हुने र तुलनात्मकरूपमा प्रभावकारी मानिएका दैनिक अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टललाई लिइएको छ। यो अध्ययनमा काठमाडौंबाट प्रकाशित १० ओटा दैनिक अखबार (कान्तिपुर, गोरखापत्र, नयाँ पत्रिका, अन्नपूर्ण पोष्ट, नेपाल समाचारपत्र, नागरिक, द काठमाण्डु पोष्ट, द हिमालयन टाइम्स, राइजिङ नेपाल र रिपब्लिका) र १० ओटा अनलाइन समाचार पोर्टल (अनलाइनखबर, सेतोपाटी, रातोपाटी, नेपालखबर, नेपाल लाइभ, थाहा खबर, देशसञ्चार, बाह्रखरी, खबरहब र हिमाल खबर) मा कोरोना महामारीका कारण सरकारले २०७६ चैत्र ११ बन्दाबन्दी (लकडाउन) सुरु गरेदेखि २०७७ असार ७ गतेसम्म गरी तीन महिनाभित्र प्रकाशित भएका समाचार/सामग्री समावेश गरिएको हो। यस अध्ययनमा समाचारबाहेक विचार, फोटो र विज्ञापनजस्ता सामग्रीलाई समावेश गरिएको छैन भने प्रकाशित अन्य विभिन्न विषयवस्तुसँग सम्बन्धित समाचारको अध्ययन गरिएको छ।

गलत सूचनाबारे गरिएको यस अध्ययनमा दैनिक अखबार र अनलाइनमा प्रकाशित ४९ हजार ५१ समाचारको अध्ययन गरिएको थियो। अध्ययनका क्रममा तय गरिएका सूचकका आधारमा हेर्दा जम्मा समाचारमध्ये १ हजार ८ सय १७ ओटा समाचारमा गलत र भ्रामक सूचना समावेश गरिएको पाइयो, जुन अध्ययनमा समेटिएको समाचारको ३.७० प्रतिशत हुन आउँछ।

तालिका १ : जम्मा अध्ययन गरिएका समाचार संख्या र गलत सूचनाको संख्या

क्र.सं.	समाचारको संख्या	जम्मा
१.	जम्मा अध्ययन गरिएको समाचार संख्या	४९,०५१ ओटा
२.	जम्मा भ्रामक र गलत सूचनाको संख्या	१,८१७ ओटा

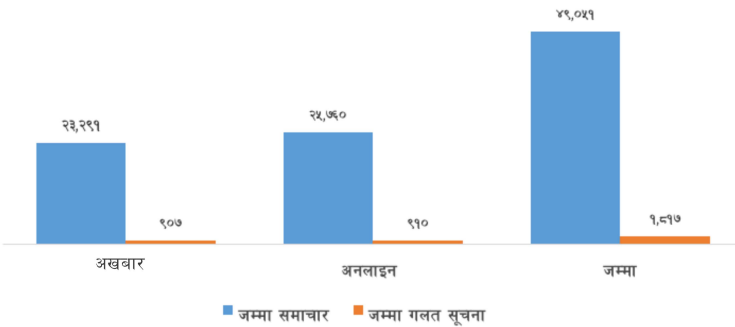
जम्मा तथ्यगत र भ्रामक सूचना



तालिका २ : राष्ट्रिय दैनिक अखबार र अनलाइनमा प्रकाशित भ्रामक सूचनाको अवस्था ।

क्र.सं.	सञ्चारमाध्यमको प्रकार	जम्मा अध्ययन गरिएका समाचार	भ्रामक सूचनाको संख्या (प्रतिशत)	जम्मा समाचारको प्रतिशत
१.	राष्ट्रिय दैनिक पत्रिका	२३,२९१ ओटा	९०७ (४९.९१ प्रतिशत)	३.९० प्रतिशत
२.	अनलाइन समाचार पोर्टल	२५,७६० ओटा	९१० (५०.०९ प्रतिशत)	३.५३ प्रतिशत
	जम्मा	४९,०५१ ओटा	१,८१७ (१०० प्रतिशत)	३.७० प्रतिशत

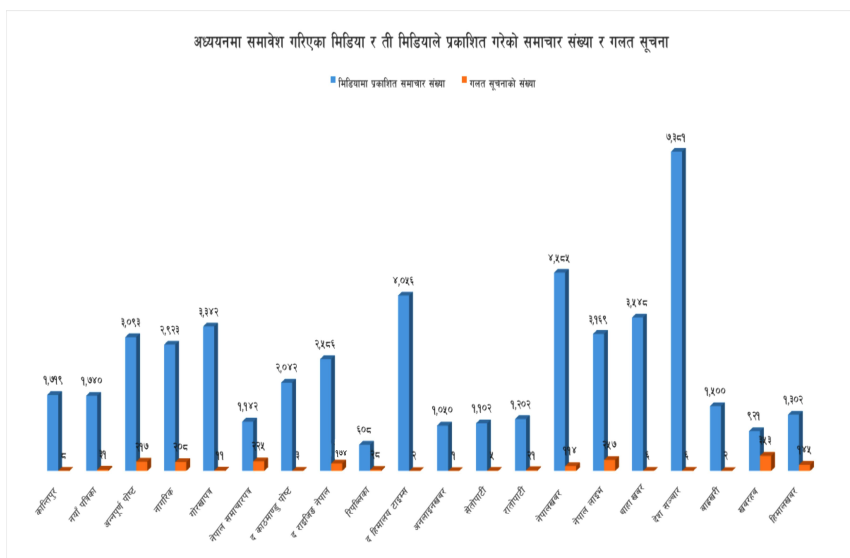
यस अध्ययनमा दशओटा दैनिक पत्रपत्रिकामा प्रकाशित २३ हजार २९१ ओटा अर्थात् ४७.४८ प्रतिशत र दशओटा अनलाइन समाचार पोर्टलका २५ हजार ७६० अर्थात् ५२.३२ प्रतिशत गरी जम्मा ४९ हजार ५१ ओटा समाचार सामग्री समावेश गरिएको थियो, जसमध्ये दैनिक अखबारले प्रकाशित गरेको समाचारमध्ये ९०७ ओटा अर्थात् ३.९० प्रतिशत गलत र भ्रामक सूचना प्रकाशित गरेका थिए भने अनलाइन समाचार पोर्टलले ९१० ओटा अर्थात् ३.५३ प्रतिशत त्यस्ता समाचार प्रकाशित गरेका थिए । यसैगरी, जम्मा प्रकाशित भ्रामक र गलत समाचारमध्ये ५०.०९ प्रतिशत अनलाइन समाचार पोर्टलले र ४९.९१ प्रतिशत दैनिक पत्रपत्रिकाले प्रकाशित गरेका थिए ।



तालिका ३ : अध्ययन गरिएका विभिन्न मिडियामा प्रकाशित भ्रामक र गलत सूचनाको अवस्था

क्र.सं.	अध्ययनमा समावेश मिडिया	जम्मा भ्रामक सूचना	प्रतिशत
१.	अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	१	०.०६
२.	द हिमालयन टाइम्स दैनिक	२	०.११
३.	बाह्रखरी समाचार पोर्टल	२	०.११
४.	द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	३	०.१७
५.	सेतोपाटी समाचार पोर्टल	५	०.२८
६.	थाहा खबर समाचार पोर्टल	६	०.३३
७.	देश सञ्चार समाचार पोर्टल	६	०.३३
८.	कान्तिपुर दैनिक	८	०.४४
९.	गोरखापत्र दैनिक	११	०.६१
१०.	रातोपाटी समाचार पोर्टल	२१	१.१६
११.	रिपब्लिका दैनिक	२८	१.५४
१२.	नयाँ पत्रिका दैनिक	३१	१.७१
१३.	नेपालखबर समाचार पोर्टल	११४	६.२७
१४.	हिमालखबर समाचार पोर्टल	१४५	७.९८
१५.	द राइजिङ नेपाल दैनिक	१७४	९.५८
१६.	नागरिक दैनिक	२०८	११.४५
१७.	अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	२१७	११.९४
१८.	नेपाल समाचारपत्र दैनिक	२२५	१२.३८
१९.	नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	२५७	१४.१४
२०.	खबरहब समाचार पोर्टल	३५३	१९.४३
जम्मा		१,८१७	१००

तालिका ३ मा देखाइएभैं अध्ययनबाट प्राप्त गलत सूचनाको अवस्थालाई हेर्दा केही दैनिक पत्रपत्रिका र अनलाइन समाचार पोर्टलले निकै कम यस्ता समाचार प्रकाशित गरेका छन् । जम्मा प्रकाशित १ हजार ८१७ यस्ता समाचारमध्ये अनलाइनखबरले सबैभन्दा कम एउटा (०.०६ प्रतिशत) मात्रै त्यस्तो समाचार प्रकाशित गरेको छ । यसैगरी द हिमालयन टाइम्स दैनिक र बाह्रखरीले २/२ ओटा (०.११ प्रतिशत) गलत समाचार प्रकाशित गरेका छन् । अध्ययन गरिएका कूल समाचारमध्ये नेपाल समाचारपत्र दैनिकले १४.१४ प्रतिशत र खबरहब अनलाइन समाचार पोर्टलले १९.४३ प्रतिशत यस्ता समाचार प्रकाशित गरेको छ । यसरी तुलनात्मक अध्ययन गर्दा सबैभन्दा बढी गलत समाचार खबरहबले प्रकाशित गरेको पाइन्छ भने सबैभन्दा कम अनलाइनखबरले प्रकाशित गरेको छ ।

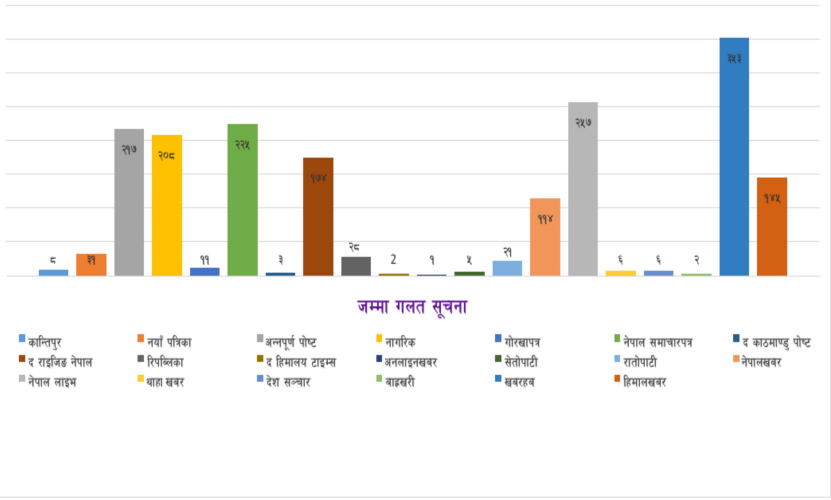


यस अध्ययनमा फरक-फरक मिडियाका समाचार संख्या पनि फरक छन् । यद्यपि, ती मिडियाले प्रकाशित गरेका गलत सूचनाको हेर्दा सबैभन्दा धेरै यस्ता समाचार खबरहबमा प्रकाशित भएको देखिन्छ । उक्त अनलाइन समाचार पोर्टलले जम्मा प्रकाशित गरेको समाचारको ३६.३३ प्रतिशत त्यस्ता सामग्री प्रकाशित गरेको पाइयो । खबरहबले विदेशी समाचार सम्प्रेषण गर्दा समाचार कुन एजेन्सी वा स्रोतबाट सूचना लिइएको हो भन्ने खुलाएको छैन । यस दृष्टिले खबरहबले प्रस्तुत गरेको सूचनाको आधिकारिकतामा प्रश्न उठेको छ ।

यसैगरी, नेपाल समाचारपत्र दैनिकले प्रकाशित गरेका समाचारमध्ये २५.६९ प्रतिशत भ्रामक र गलत सूचना प्रकाशित गरेको पाइयो । दैनिक अखबारमध्ये सबैभन्दा बढी यस्ता समाचार नेपाल समाचारपत्र दैनिकमा प्रकाशित भएको छ । यसैगरी हिमालखबर समाचार पोर्टलले प्रकाशित गरेका समाचारमध्ये ११.१४, नेपाल लाइभ समाचार पोर्टलले ८.१२, नागरिक दैनिकले ७.१२, अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिकले ७.०२, द राइजिङ नेपालले ६.७३, रिपब्लिकले ४.६१, नेपालखबरले २.४९, नयाँ पत्रिकाले १.७८, रातोपाटीले १.७५, कान्तिपुर दैनिक र सेतोपाटीले ०.४५, गोरखापत्र दैनिकले ०.३३, थाहा खबरले ०.१७, द काठमाण्डु पोष्टले ०.१५, बाह्रखरीले ०.१३, अनलाइनखबरले ०.१०, देशसञ्चारले ०.०८ र द हिमालयन टाइम्सले ०.०५ प्रतिशत त्यस्ता समाचार/सामग्री प्रकाशित गरेका छन् ।

तालिका ४ : दैनिक अखबार र अनलाइनमा प्रकाशित जम्मा समाचार र भ्रामक सूचनासम्बन्धी तथ्याङ्क

क्र.सं.	अध्ययनमा समावेश मिडिया	अध्ययन गरिएका समाचारको संख्या	जम्मा भ्रामक सूचना	प्रतिशत
१.	द हिमालयन टाइम्स दैनिक	४,०५६	२	०.०५
२.	देश सञ्चार समाचार पोर्टल	७,३८१	६	०.०८
३.	अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	१,०५०	१	०.१०
४.	बाह्रखरी समाचार पोर्टल	१,५००	२	०.१३
५.	द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	२,०४२	३	०.१५
६.	थाहा खबर समाचार पोर्टल	३,५४८	६	०.१७
७.	गोरखापत्र दैनिक	३,३४२	११	०.३३
८.	कान्तिपुर दैनिक	१,७५९	८	०.४५
९.	सेतोपाटी समाचार पोर्टल	१,१०२	५	०.४५
१०.	रातोपाटी समाचार पोर्टल	१,२०२	२१	१.७५
११.	नयाँ पत्रिका दैनिक	१,७४०	३१	१.७८
१२.	नेपालखबर समाचार पोर्टल	४,५८५	११४	२.४९
१३.	रिपब्लिका दैनिक	६०८	२८	४.६१
१४.	द राइजिड नेपाल दैनिक	२,५८६	१७४	६.७३
१५.	अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	३,०९३	२१७	७.०२
१६.	नागरिक दैनिक	२,९२३	२०८	७.१२
१७.	नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	३,१६९	२५७	८.११
१८.	हिमालखबर समाचार पोर्टल	१,३०२	१४५	११.१४
१९.	नेपाल समाचारपत्र दैनिक	१,१४२	२२५	२५.६९
२०.	खबरहब समाचार पोर्टल	९२१	३५३	३८.३३
	जम्मा	४९,०५१	१,८१७	३.७०



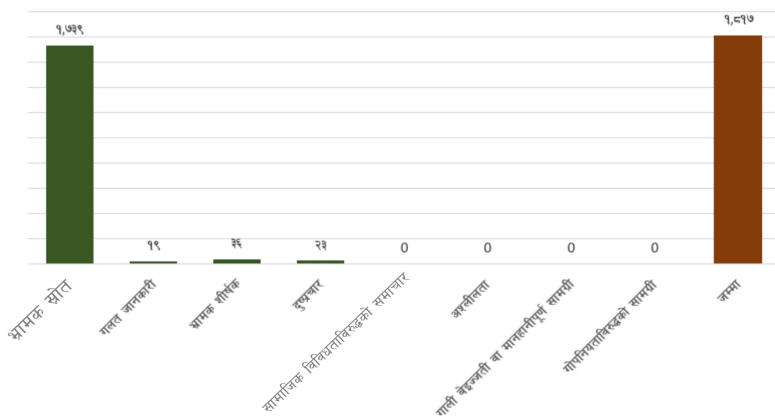
४.२ मिडियामा प्रकाशित गलत सूचनासहितको सामाचारको प्रकृति

नेपालका राष्ट्रियस्तरका दैनिक अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलमा प्रकाशित गलत सूचना र समाचारको अध्ययनका लागि विभिन्न आठओटा सूचक तयार पारिएको छ । तिनै सूचकका आधारमा यो अध्ययन गरिएको हो । विशेषगरी स्रोत, गलत जानकारी, भ्रामक शीर्षक, दुष्प्रचार, सामाजिक विविधता, अश्लीलता, गाली बेइज्जती वा मानहानीपूर्ण समाग्री र गोपनीयताविरुद्धको सामग्रीलाई गलत सूचना र समाचार अध्ययनका सूचक बनाइएको छ । अध्ययनलाई थप स्पष्ट बनाउन ती सूचकका पनि विभिन्न उप-सूचक समेत तयार पारी यो अध्ययन गरिएको हो ।

तालिका ५ : सूचकका आधारमा गलत सूचना र समाचारको अवस्था

क्र.सं.	गलत सूचना र समाचार अध्ययनका सूचक	जम्मा भ्रामक समाचार संख्या	प्रतिशत
१.	भ्रामक स्रोत	१,७३९	९५.७१
२.	भ्रामक शीर्षक	३६	१.९८
३.	दुष्प्रचार	२३	१.२७
४.	गलत जानकारी	१९	१.०५
५.	सामाजिक विविधताविरुद्धको सामग्री	०	०.००
६.	अश्लीलता	०	०.००
७.	गाली बेइज्जती वा मानहानीपूर्ण समाचार	०	०.००
८.	गोपनीयताविरुद्धको समाचार	०	०.००
	जम्मा	१,८१७	१००

विभिन्न सूचकसँग सम्बन्धित भ्रामक र गलत जानकारीसहित प्रकाशित सूचना



तालिका ५ मा उल्लेख गरिएभैं अध्ययनमा समेटिएका मिडियाले आठओटा सूचकमध्ये चार प्रकृतिका गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गरेका छन् । कतिपय नेपाली मिडियाले सही तरिकाले सूचनाको स्रोत उल्लेख नगर्दा तिनले प्रकाशित गर्ने सागस्री वा समाचार गलत सूचनाको श्रेणीमा पर्न गएका छन् । यस अध्ययनमा कूल १ हजार ८१७ गलत सूचना र समाचारमध्ये सबैभन्दा बढी १ हजार ७३९ (९५.७१ प्रतिशत) स्रोतसंगै सम्बन्धित छन् । यो सूचक अन्तर्गत गलत स्रोतको प्रयोग गरिएको, स्रोत नखुलाइएको, अन्य एजेन्सीबाट समाचार प्रकाशित गर्दा स्रोतको उल्लेख नगरिएको जस्ता प्रकृतिका समाचारलाई यस सूचकमा समावेश गरिएको छ ।

यसैगरी, भ्रामक शीर्षकसंग सम्बन्धित ३६ ओटा (१.९८ प्रतिशत), दुष्प्रचार गर्ने प्रकृतिका २३ ओटा (१.२७ प्रतिशत) र गलत जानकारीसंग सम्बन्धित १९ ओटा (१.०५ प्रतिशत) समाचार प्रकाशित गरेका छन् । यसबाहेक अध्ययन गरिएका मिडिया र अवधिमा सामाजिक विविधतासंग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गरेको पाइएन । यसरी नै अश्लीलता, गाली बेइज्जती र मानहानीसम्बन्धी समाचार र गोपनीयताको हकविरुद्धको समाचार/सामग्री यो अध्ययनका क्रममा प्रकाशित भएको पाइएन ।

४.२.१ स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार

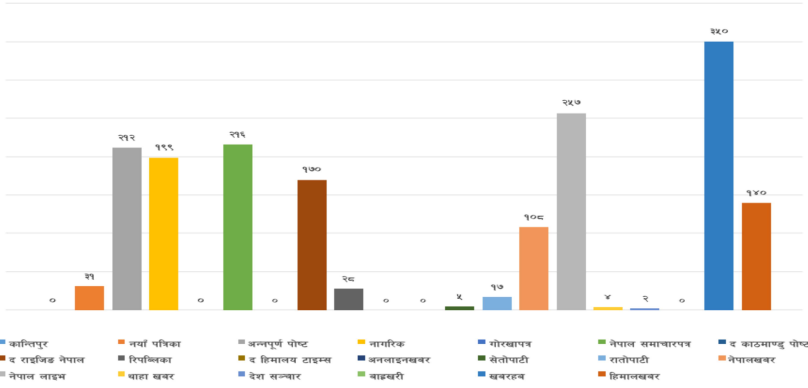
स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार मूलतः दुई किसिमबाट प्रकाशित हुने गरेका छन्। स्रोतको प्रयोगका हिसाबले कतिपय समाचारका स्रोत नै उल्लेख नगरी सूचना तथा समाचार सम्प्रेषण गरिएका छन् जुन समाचारको विश्वसनीयतामाथि नै प्रश्न उठ्छ। कतिपय समाचारमा भने स्रोतको प्रस्तुतीकरणका कारण समस्या छन्। विशेषगरी साभार गरिएका अन्तर्राष्ट्रिय समाचारको स्रोत उल्लेख नगरी प्रकाशित हुने गरेका छन्। यस्ता समाचार भने गलत पनि हुन सक्छन् वा गलत नभए पनि स्रोत उल्लेख नगरिँदा त्यस्ता समाचारको विश्वसनीयतामा प्रश्न उठ्ने गर्छ।

गलत सूचना र समाचारमध्ये सबैभन्दा धेरै समाचारको स्रोतसँग सम्बन्धित छन्। अध्ययनमा समावेश गरिएका चारओटा दैनिक (द हिमालयन टाइम्स, द काठमाण्डु पोष्ट, गोरखापत्र र कान्तिपुर) र दुईओटा अनलाइन समाचार पोर्टल (अनलाइनखबर र बाह्रखरी) ले स्रोतसँग सम्बन्धित एउटा पनि गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गरेका छैनन्। अन्य १४ ओटा मिडियामध्ये चारओटा (देश सञ्चार, थाहा खबर, सेतोपाटी र रातोपाटी) ले एक प्रतिशतभन्दा कम, दुईओटा (नयाँ पत्रिका र रिपब्लिका) ले दुई प्रतिशतभन्दा कम, तीनओटा (नेपालखबर, हिमालखबर र राइजिड नेपाल) ले दशप्रतिशतभन्दा कम स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गरेका छन्। यसैगरी, अन्य पाँचओटा (नागरिक, अन्नपूर्ण पोष्ट, नेपाल समाचारपत्र, नेपाल लाइभ र खबरहब) ले भने १० प्रतिशतभन्दा बढी स्रोतसँग सम्बन्धित यस्ता समाचार सामग्री प्रकाशित गरेका छन्। सबैभन्दा धेरै स्रोतसँग सम्बन्धित यस्ता सामग्री खबरहबले प्रकाशित गरेको छ। यो अनलाइन समाचार पोर्टलले २० प्रतिशत यस्ता समाचार प्रकाशित गरेको पाइयो। तालिका ७ मा यसबारे विस्तृत जानकारी दिइएको छ।

तालिका ७ : दैनिक अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलमा प्रकाशित
स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचारको अवस्था

मिडियाको नाम	स्रोतसम्बन्धी गलत सूचना र समाचार	प्रतिशत
द हिमालयन टाइम्स दैनिक	०	०.००
अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	०	०.००
बाह्रखरी समाचार पोर्टल	०	०.००
द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	०	०.००
गोरखापत्र दैनिक	०	०.००
कान्तिपुर दैनिक	०	०.००
देश सञ्चार समाचार पोर्टल	२	०.१२
थाहा खबर समाचार पोर्टल	४	०.२३
सेतोपाटी समाचार पोर्टल	५	०.२९
रातोपाटी समाचार पोर्टल	१७	०.९८
रिपब्लिका दैनिक	२८	१.६१
नयाँ पत्रिका दैनिक	३१	१.७८
नेपाल खबर समाचार पोर्टल	१०८	६.२१
हिमालखबर समाचार पोर्टल	१४०	८.०५
द राइजिड नेपाल दैनिक	१७०	९.७८
नागरिक दैनिक	१९९	११.४४
अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	२१२	१२.१९
नेपाल समाचारपत्र दैनिक	२१६	१२.४२
नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	२५७	१४.७८
खबरहब समाचार पोर्टल	३५०	२०.१३
जम्मा	१,७३९	१००

स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचनाको संख्या



मिडियामा प्रकाशित हुने भ्रामक र गलत सूचना र समाचार अध्ययनका बनाइएका सूचकमध्ये स्रोतसँग सम्बन्धित सामग्रीलाई यस अध्ययनका क्रममा तीनओटा सूचकका आधारमा अध्ययन गरिएको छ । समाचारको स्रोत उल्लेख नगरिकन कतिपय समाचार प्रकाशित हुने गरेका छन् । समाचार वा साभार गरिएको समाचारको स्रोत उल्लेख नगर्नु पनि गलत किसिमले सूचना वा समाचार सम्प्रेषित गर्नु हो । यसले पाठकलाई एक किसिमले भ्रमित तुल्याउँछ । त्यसैले समाचारको स्रोत उल्लेख नगरिनुलाई स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार अध्ययनको सूचकका रूपमा राखिएको हो । यो अध्ययनका क्रममा स्रोतसँग सम्बन्धित सबैभन्दा धेरै गलत समाचार यही सूचकमा पर्ने गरेका छन् । जम्मा प्रकाशित १ हजार ३३९ स्रोतसँग सम्बन्धित गलत समाचारमध्ये १ हजार ६६२ ओटा (९५.५७ प्रतिशत) सामग्रीमा स्रोत उल्लेख गरिएको छैन । यसमा पनि मूलतः अन्तर्राष्ट्रिय समाचार, खेलकुद र मनोरञ्जनसम्बन्धी समाचारमा उक्त समाचार कुन एजेन्सीबाट साभार गरिएको हो भन्ने कुरा उल्लेख गरिएको पाइँदैन । धेरैजसो समाचारमा स्रोतको रूपमा एजेन्सी मात्रै लेखिएको छ, तर कुन एजेन्सी हो भन्ने कुरा खुलाइएको छैन भने कतिपय समाचारमा त एजेन्सी समेत लेखिएको छैन ।

कोरोना भाइरस मार्न अमेरिकामा परावैजनी बत्ती जडान गरिदै

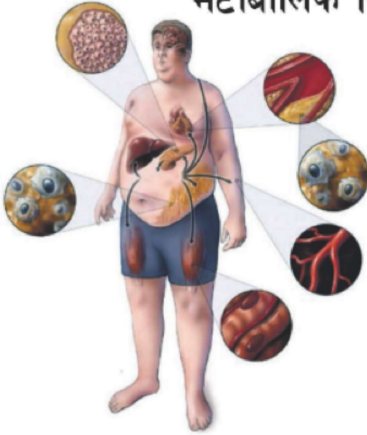


खबरहब

२४ बैशाख २०७७, बुधबार

पढ्न लाग्ने समय : < 1 मिनेट

मेटाबोलिक सिन्ड्रोमबाट बच्न स्वस्थ खानपान



● उच्च रक्तचाप, कोलेस्ट्रॉल, रक्तशर्कराको समस्या, पेटकोजको मात्रा कम हुने, हाइड्रपे इन्सुलिनोमिया र पेटमा बोसो आइसो मेटाबोलिक सिन्ड्रोम र घट्छा बोसो

जमेरगतल जोडिम कारणको समुह हो, मेटाबोलिक सिन्ड्रोम। यसले मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको जोडिम मडाएको छ।

नयाँ पत्रिका, जेठ २४, २०७७

- यसले शुक्रप्राणको जोडिम बढाउँछ, मनि टाउन-२ डाइएटिबको पनि सुदृढ करक मनिन्छ।
- लामो समय शारीरिक निष्क्रियता वा टाउ, जोपणसुक खानपानको अभावजस्ता कारणले मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको मयवाटा बढिन्छ। कोभिड-१९ को महामारीका कारण लकडाउनको अवधि लामैदेखि जाँदा स्वस्थ

उच्च रक्तचाप, कोलेस्ट्रॉल, रक्तशर्कराको समस्या,

पेटकोजको मात्रा कम हुने, हाइड्रपे इन्सुलिनोमिया र पेटमा बोसो आइसो मेटाबोलिक सिन्ड्रोम।

खानपान र शारीरिक व्यायाममा कमी आएको छ, यसले मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको जोडिम मडाएको छ।

- उच्च रक्तचाप, कोलेस्ट्रॉल, रक्तशर्कराको समस्या, पेटकोजको मात्रा कम हुने, हाइड्रपे इन्सुलिनोमिया र पेटमा बोसो आइसो मेटाबोलिक सिन्ड्रोम। यसले मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको जोडिम मडाएको छ।
- उच्च रक्तचाप, कोलेस्ट्रॉल, रक्तशर्कराको समस्या, पेटकोजको मात्रा कम हुने, हाइड्रपे इन्सुलिनोमिया र पेटमा बोसो आइसो मेटाबोलिक सिन्ड्रोम। यसले मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको जोडिम मडाएको छ।

- पेटकोजको मात्रा कम हुन्छ। पौडीनी पत्ताफूल, गेहूँपुडी, अलुआँसोआलुआँसो परावैजनीको जोडिमको कोलेस्ट्रॉल बढाउँछन्, रक्तचाप निम्नतरमा राख्छन्, अलि पुष्टी र कान्ठको रक्तचाप पनि टाढा राख्न मद्दत गर्छन्।

- अन्त्यासुटेर फ्याट अघि, स्वस्थ बोसोसुक खाने र खानेको बोसो जति निम्नै स्वस्थ राख्न मद्दत गर्छन्। र, मेटाबोलिक सिन्ड्रोमको जोडिम कम हुन्छ।

- शुक्रप्राण पेटकोजमा पार्ने जोडिम, एमिसे पेटिब, कर्वाँसुबन्ध र खानेक पेटकोजको जोडिम बढाउँछन् र रक्तचाप कम गर्न मद्दत गर्छन्। शुक्रप्राण पेटकोजको जोडिमको बोसोसुबन्ध, पेटकोजको र रक्तचापको जोडिमको कोलेस्ट्रॉल बढाउँछन्।

- स्वस्थ जीवनशैली र खानपानबाट मात्र रोगको जोडिम बढाउँछन्। रोगको जोडिमको बोसोसुबन्ध, पेटकोजको र रक्तचापको जोडिमको कोलेस्ट्रॉल बढाउँछन्।

खबरहब र नयाँ पत्रिकामा प्रकाशित यी दुई सामग्रीको सूचनाको स्रोत खुल्दैन। यी दुवैको सामग्रीमा प्रयोग भएका जानकारीको उदरगम विन्दु कहाँ हो भन्ने नखुल्दा जिज्ञासु र चिन्तनशील पाठकको सूचनाको मुहानसम्बन्धी जिज्ञासा शान्त हुँदैन।

यसैगरी, कतिपय समाचारमा बनावटी स्रोतको प्रयोग गरिएको पाइन्छ। यसलाई अर्को अर्थमा खास स्रोत उल्लेख नभएको समाचार भन्न सकिन्छ। बनावटी स्रोतको प्रयोग गर्नु पनि आफैमा गलत तरिकाले समाचार सम्प्रेषण गर्नु हो।

यो अध्ययनका क्रममा प्रकाशित स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचनामध्ये २.४२ प्रतिशत यस्ता समाचार प्रकाशित भएका छन् । यसैगरी अज्ञात स्रोतको प्रयोग गरी प्रकाशित गरिएका समाचारको संख्या २.०१ प्रतिशत रहेको छ भने गोप्य स्रोतको संरक्षणसँग सम्बन्धित सूचना र समाचार भने प्रकाशित भएको पाइएन ।

उदाहरणका लागि 'कोरोना भाइरसको 'राजनीतिकरण' अन्त्य गर्न विश्व स्वास्थ्य संगठन प्रमुखको आग्रह' शीर्षकमा २०७६ साल चैत २७ गते सेतोपाटीमा प्रकाशित समाचारमा समाचारको स्रोतको रूपमा 'एजेन्सी' मात्र भनिएको छ । यो समाचार कुन समाचार एजेन्सीबाट लिइएको हो भन्ने विषय उल्लेख गरिएको छैन । यसैगरी, खबरहबमा 'विश्वमा कोरोना महामारीको दोस्रो लहर सुरु, चीनलगायत देशमा फेरि सङ्क्रमित भेटिन थाल्यो' शीर्षकमा २०७७ साल जेठ ३१ गते पोष्ट भएको यस समाचारको स्रोत पनि 'एजेन्सी' नै हो ।

त्यसैगरी, 'अमेरिकामा एक करोड बढी मानिसमा परीक्षण, तीन लाख बिरामी निको भए' शीर्षकमा हिमालखबरडटकममा २०७७ साल जेठ १ गते प्रकाशित समाचारमा समाचारको स्रोत नै उल्लेख छैन । सोही अनलाइन पोर्टलले 'भारतमा अहिलेसम्मकै सबैभन्दा बढी एकै दिन १४ हजार ५१६ संक्रमित' शीर्षकमा २०७७ असार ६ गते प्रकाशित गरेको समाचारको स्रोतको रूपमा 'एजेन्सी' मात्र उल्लेख गरिएको छ ।

यसैगरी, रिपब्लिका दैनिकमा हलिउडका अभिनेता टम ह्याक्स र उनकी श्रीमतीलाई कोरोना लागेकोबारे सन् २०२० अप्रिल २४ मा एउटा समाचार छापिएको छ । यसमा पनि समाचारको स्रोतको रूपमा 'एजेन्सी' मात्र लेखिएको छ ।

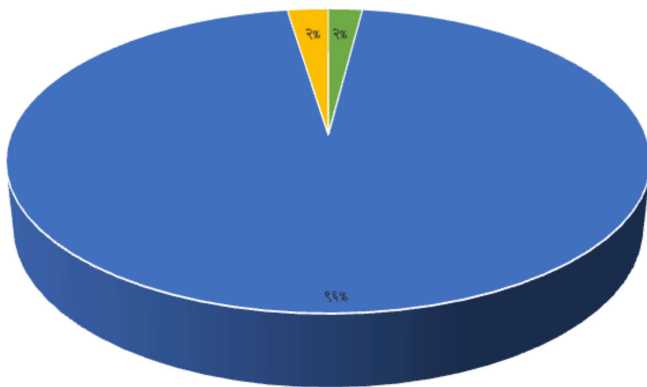
प्रस्तुत तीनवटै समाचारमा सूचनाको वास्तविक स्रोत खुल्दैन । अर्थात् यिनीहरूका स्रोत अज्ञात छन् । यी त दृष्टान्तमात्र हुन् । विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय राजनीति, खेलकुद र कला तथा मनोरञ्जनसँग सम्बन्धित समाचारमा अज्ञात स्रोतयुक्त समाचार प्रसस्तै भेटिन्छन् ।

तालिका ८ : विभिन्न प्रकारका स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार

क्र.सं.	स्रोतका प्रकार	संख्या	प्रतिशत
१.	स्रोत उल्लेख नभएको	१,६६२	९५.५७
२.	बनावटी स्रोत	४२	२.४२
३.	अज्ञात स्रोत	३५	२.०१
	जम्मा	१,७३९	१००

विभिन्न किसिमका स्रोतसँग सम्बन्धित गलत र भ्रमपूर्ण सूचनाको अवस्था

■ अज्ञात स्रोतको प्रयोग ■ स्रोत उल्लेख नभएको ■ बनावटी स्रोतको प्रयोग



राष्ट्रिय दैनिक अखबार र अनलाइन गरी २० ओटा मिडियामा प्रकाशित स्रोतसँग सम्बन्धित गलत समाचार र सूचनामध्ये १२ ओटा मिडियाले समाचारको स्रोत उल्लेख नगर्ने गरिएको पाइयो । तालिका ९ मा उल्लेख गरिएभैं तीनओटा मिडियाले अज्ञात स्रोतसँग सम्बन्धित र एउटाले बनावटी स्रोतसँग सम्बन्धित समाचार सम्प्रेषण गरेका छन् ।

तालिका ९ : विभिन्न मिडियाका स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार

मिडियाको नाम	विभिन्न मिडियाका स्रोतसँग सम्बन्धित गलत सूचना र समाचार				जम्मा
	अज्ञात स्रोत	स्रोत उल्लेख नभएको	बनावटी स्रोत	गोप्य स्रोतको संरक्षण	
कान्तिपुर दैनिक					
गोरखापत्र दैनिक					
द हिमालयन टाइम्स दैनिक					
द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक					
अनलाइनखबर समाचार पोर्टल					
बाह्रखरी समाचार पोर्टल					
देश सञ्चार समाचार पोर्टल		२			२
थाहा खबर समाचार पोर्टल		४			४
सेतोपाटी समाचार पोर्टल	५				५
रातोपाटी समाचार पोर्टल		१७			१७
रिपब्लिका दैनिक	२८				२८
नयाँ पत्रिका दैनिक		३१			३१
नेपालखबर समाचार पोर्टल		१०८			१०८
हिमालखबर समाचार पोर्टल		९८	४२		१४०
द राइजिङ नेपाल दैनिक		१७०			१७०
नागरिक दैनिक		१९९			१९९
अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक		२१२			२१२
नेपाल समाचारपत्र दैनिक	२	२१४			२१६
नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल		२५७			२५७
खबरहव समाचार पोर्टल		३५०			३५०
जम्मा	३५	१,६६२	४२		१,७३९

४.२.२ गलत जानकारीसँग सम्बन्धित समाचार

अरूलाई हानी गर्ने मनसाय नराखी भ्रुटो वा भ्रमपूर्ण समाचार सम्प्रेषण गर्नु गलत जानकारी दिनु हो । मिडियामा आबद्ध सञ्चारकर्मीको बुझाइ वा ज्ञानको कमी वा व्यवसायिकतामा कमी आदिका कारण पनि मिडियाले जानकारी दिने गर्दछन् । नेपाली मिडियामा यस प्रकारका समाचार केही मात्रामा प्रकाशित भएको पाइन्छ । यस अध्ययनमा समेटिएका २० ओटा दैनिक र अनलाइनमा जम्मा १९ ओटा त्यस्ता समाचार सामग्री प्रकाशित भएका थिए । तालिकामा १० मा उल्लेख गरेभैं ८ ओटा मिडियाले यस्ता समाचार प्रकाशित गरेका छैनन् भने १२ ओटाले थोरैमा एउटा र धेरैमा तीनओटासम्म गलत जानकारीसम्बन्धी समाचार प्रकाशित गरेका छन् ।

केही समाचार तथ्यहीन देखिएको छ । उदाहरणका लागि वि.सं. २०७७ साल वैशाख ७ गते खबरहबमा पोष्ट भएको एउटा समाचारको शीर्षक हेरौं : 'नेपालीको आत्मबलले जित्दै कोरोना भाइरस' । वैज्ञानिक आधार नभएको यो समाचार तथ्यपकरकभन्दा पनि भावपरक देखिन्छ । यस समाचारको आशय गलत नदेखिएता पनि वैज्ञानिक दृष्टिले आधारहीन देखिन्छ ।

शीर्षक लेख्दा सावधानी नअपनाउँदा कतिपय समाचार भ्रामक बन्न गएका छन् । 'बाह्रखरी' ले वि.सं. २०७७ साल जेठ ४ गते 'बजेट अधिवेशनमै एमसीसी पारित गर्न सरकारलाई देउवाको चुनौती' शीर्षकमा पोष्ट भएको समाचारको आशय दुराशयपूर्ण नभए पनि गलत अर्थ लाग्न गएको देखिन्छ । समाचारको शीर्षक पढ्दा प्रतिपक्षी दलका नेता शेरबहादुर देउवाले एमसीसी पारित गर्न नचाहेको तर सरकारले भने चाहेको सोभो अर्थ लाग्छ । तर, वास्तविकता त्यस्तो होइन । सरकार र देउवा (नेपाली काङ्ग्रेस) एमसीसी पारित गर्न आतुर देखिन्छन् । शीर्षकमात्र पढ्दा सरकारको तागत भए बजेट अधिवेशनमा एमसीसी पारित गरेर देखाउन देउवाले सरकारलाई चुनौती दिएको बुझिन्छ । प्रस्तुत समाचार शीर्षकलाई यसरी लेख्न सकिन्थ्यो : 'बजेट अधिवेशनमै एमसीसी पारित गर्न देउवाको जोड' ।

गोरखापत्र दैनिकमा वि.सं. २०७६ साल चैत २० गते 'विदेशमा नेपाली सुरक्षित' शीर्षकमा छापियो । विश्वभर कोरोना महामारीको प्रकोप फैलिँदै गएको समयमा विदेशमा रहेका नेपाली सुरक्षित छन् भनेर ठोक्नुवा गर्नु कठिन कुरा हो । समयक्रममा विदेशमा रहेका नेपालीले कोरोनाबाट मृत्युवरण गर्न थालेको समाचार आउन थाले । यस्तो जटिल परिस्थितिमा प्रस्तुत समाचारको विश्वसनीयता कायम राख्न शीर्षकलाई फरक तरिकाले लेख्न सकिन्थ्यो ।

यसैगरी नागरिक दैनिकले वि.सं. २०७७ असार ३ गते 'विदेशबाट आएका संक्रमितमा कडा लक्षण' शीर्षकको समाचार प्रकाशित गरेको छ । तर, यो समाचारमा विदेशबाट आएको कारण उनीहरूमा संक्रमणको लक्षण कडा भएको तथ्य पुष्टी हुने आधार समावेश गरिएको छैन । यस्तो समाचारले पनि पाठकलाई गलत जानकारी दिने गरेको पाइन्छ ।

तालिका १० : गलत जानकारीसम्बन्धी समाचार

मिडियाको नाम	समाचारको संख्या
नयाँ पत्रिका दैनिक	०
द राइजिङ नेपाल दैनिक	०
रिपब्लिका दैनिक	०
सेतोपाटी समाचार पोर्टल	०
नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	०
थाहा खबर समाचार पोर्टल	०
बाह्रखरी समाचार पोर्टल	०
हिमाल खबर समाचार पोर्टल	०
कान्तिपुर दैनिक	१
अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	१
नागरिक दैनिक	१
द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	१
अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	१
रातोपाटी समाचार पोर्टल	१
नेपाल समाचारपत्र दैनिक	२
द हिमालयन टाइम्स दैनिक	२
नेपाल खबर समाचार पोर्टल	२
देश सञ्चार समाचार पोर्टल	२
खबरहब समाचार पोर्टल	२
गोरखापत्र दैनिक	३
जम्मा	१९

४.२.३ भ्रामक शीर्षकसहित प्रकाशित समाचार

मिडियाले प्रकाशित गरेका विषयवस्तुप्रति पाठकको ध्यानाकर्षण गराउने वा समाचारलाई बिकाउ बनाउनका लागि भ्रमपूर्ण शीर्षक राख्ने गरिएको पाइन्छ। यो अध्ययनका क्रममा भ्रामक शीर्षक राखेर प्रकाशित गरिएका ३६ ओटा समाचार प्रकाशित भएका छन्। अध्ययनमा समेटिएका २० मध्ये १२ ओटा मिडियाले यस्ता शीर्षक राखेका छन् भने ६ ओटा मिडियाले यस्ता शीर्षकका समाचार प्रकाशित गरेका छैनन्।

तालिका ११ : भ्रामक शीर्षकसहित प्रकाशित समाचार

मिडिया	जम्मा भ्रामक शीर्षकसहितको समाचार
नयाँ पत्रिका दैनिक	०
द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	०
रिपब्लिका दैनिक	०
द हिमालयन टाइम्स दैनिक	०
अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	०
सेतोपाटी समाचार पोर्टल	०
नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	०
खबरहब समाचार पोर्टल	०
कान्तिपुर दैनिक	१
रातोपाटी समाचार पोर्टल	१
अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	२
थाहा खबर समाचार पोर्टल	२
देश सञ्चार समाचार पोर्टल	२
बाह्रखरी समाचार पोर्टल	२
नेपाल समाचारपत्र दैनिक	३
द राइजिङ नेपाल दैनिक	३
नेपाल खबर समाचार पोर्टल	३
नागरिक दैनिक	४
हिमाल खबर समाचार पोर्टल	५
गोरखापत्र दैनिक	८
जम्मा	३६

सुदूरपश्चिममा छैनन् चिकित्सक

कोभिड-१९ को दायीरमा भन्दा सार्धसम्म भेटिएको सुदूरपश्चिम प्रदेशमा १ सय १४ चिकित्सकको दरबन्दी रहेकामा अहिले १५ जना मात्रै कार्यरत छन्।

१५ जना चिकित्सकको बारेमा

समाचार सुदूरपश्चिम प्रदेशको दक्षिणपूर्वमा रहेको सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ। सुदूरपश्चिम प्रदेशमा अहिले चिकित्सकको दरबन्दी १५, तर कार्यरत मात्र १५ जना मात्रै रहेको छ।

५ बजेपछि 'नो लकडाउन'! (तस्बिरमा हेर्नुहोस्)

७ मंसिर २०७७

19.6k Shares



वि.सं. २०७६ चैत्र २५ गते कान्तिपुर दैनिकले पहिलो पृष्ठमा 'सुदूरपश्चिममा छैनन् चिकित्सक' शीर्षकको समाचार प्रकाशित गरेको थियो। समाचारको विषयवस्तु कोरोना संक्रमणको जोखिममा रहेका सुदूरपश्चिम प्रदेशमा १ सय १४ जनाको दरबन्दी रहेको भए पनि जम्मा १५ जना मात्रै कार्यरत रहेको कुरा उल्लेख गरिएको छ। तर, समाचारको शीर्षकले सुदूरपश्चिम प्रदेशमा एकजना पनि चिकित्सक नरहेको जानकारी दिएको छ। समाचारको शीर्षक आकर्षक बनाउन खोज्दा शीर्षकले गलत सूचना प्रवाह गरेको छ।

यसैगरी रातोपाटी अनलाइनले वि.सं. २०७७ वैशाख ३ गते '५ बजेपछि 'नो लकडाउन' शीर्षकको समाचार प्रकाशित गरेको छ। प्रकाशित समाचार र फोटोमा ५ बजेपछि बजारमा मानिसहरूको भीड देखिएकोले लकडाउन हटेभै भएको सूचना सम्प्रेषण गर्न खोजेको छ। तर, सामान्य पाठकले ५ बजेपछि लकडाउन नहुने सूचना पाउने खतरा पनि त्यतिकै मात्रामा छ। यस समाचारमा पनि शीर्षक आकर्षक बनाउन खोज्दा सामान्य पाठकले समाचारको सन्देश नै गलत तरिकाले बुझ्न सक्ने अवस्था देखिन्छ।

दुई सांसद र पूर्व महानिरीक्षक विरुद्धको अपहरण जाहेरी सरकारी वकिल कार्यालयमा दर्ता भएन

हिमालखबर | मंगलबार, १६ वैशाख, २०७७

405

Shares

f

t

e

<

>

+



405
Shares

जनता समाजवादी पार्टीका नेताहरूले सांसद तथा पूर्वमन्त्री महेश बस्नेत, किसन श्रेष्ठ र पूर्व प्रहरी महानिरीक्षक सर्वेन्द्र खनाल विरुद्ध दिएको अपहरणको जाहेरी काठमाडौँ सरकारी वकिलको कार्यालयले दर्ता हुने नहुने बारे भोली मात्रै जवाफ दिने बताएको छ ।

त्यसैगरी हिमालखबरमा वि.सं. २०७७ वैशाख १६ गते 'प्रकाशित दुई सांसद र पूर्व महानिरीक्षक विरुद्धको अपहरण जाहेरी सरकारी वकिल कार्यालयमा दर्ता भएन' शीर्षकको सत्यता सोही समाचारको आमुखले खारेज गरेको छ । सो समाचारको आमुखमा भनिएको छ : 'जनता समाजवादी पार्टीका नेताहरूले सांसद तथा पूर्वमन्त्री महेश बस्नेत, किसन श्रेष्ठ र पूर्व प्रहरी महानिरीक्षक सर्वेन्द्र खनालविरुद्ध दिएको अपहरणको जाहेरी काठमाडौँ सरकारी वकिलको कार्यालयले दर्ता हुने/नहुनेबारे भोलि मात्रै जवाफ दिने' । अपहरणको जाहेरी सरकारी वकिलको कार्यालयले दर्ता हुने/नहुनेबारे भोलि मात्रै (समाचारको डेटलाइनलाई आधार मान्दा वैशाख १७ गते) जवाफ दिने आमुख लेखिसकेपछि जाहेरी सरकारी वकिल कार्यालयमा दर्ता भएन भन्ने शीर्षक लेखिनु जानाजान भ्रम फैलाउनु हो ।

यस्तै अन्नपूर्ण पोष्टले २०७७ साल जेठ १८ मा 'सङ्क्रमितको उपचारमा बीपीको चरम लापरबाही' शीर्षकका समाचार प्रकाशित गरेको थियो । समाचारको शीर्षकमा बीपी अस्पतालको कुरा खुलाइएको छैन । बीपी भनेको अस्पताल नै हो भन्ने बुझाइ नभएका पाठकलाई यसले भ्रमित पार्नसक्छ । यसरी प्रकाशित समाचार शीर्षकले पाठकलाई भ्रमित पार्ने गर्दछ ।

४.२.४ दुष्प्रचारयुक्त समाचार

कुनै व्यक्ति, सामाजिक समूह वा संस्थालाई क्षति पुऱ्याउने नियोजित उद्देश्यसहित सूचना र समाचार प्रवाह गर्नु दुष्प्रचार हो । यसरी दुष्प्रचार गर्नु पत्रकारिताको आधारभूत सिद्धान्तविरुद्ध छ । तथापि, कहिलेकाहीं कसैलाई क्षति पुऱ्याउने उद्देश्यले पत्रकार वा मिडियाले जानीजानी यस्ता सूचना र समाचार प्रवाह गर्छन् भने कहिलेकाहीं सूचनाको स्रोतले नै आफ्नो उद्देश्य प्राप्तिका लागि दुष्प्रचारयुक्त सूचना र समाचार मिडियालाई दिन सक्छ । यस्तो अवस्थामा सूचनाको पुनःपुष्टि नगरी समाचार प्रकाशित गरिँदा यस्ता सूचना र समाचार पाठकसम्म पुग्नसक्छ । यस्ता दुष्प्रचारयुक्त समाचारले आमपाठकलाई दिग्भ्रमित पार्ने वा कुनै व्यक्ति वा समूहलाई ठूलो क्षति समेत पुग्न सक्छ ।

यो अध्ययन अवधिमा २० ओटा मिडियाले जम्मा २३ ओटा यस्ता दुष्प्रचारजन्य समाचार सामग्री प्रकाशित गरेका छन् । ११ ओटा मिडियाले एउटा पनि दुष्प्रचार गर्ने किसिमका सूचना र समाचार प्रकाशित गरेका छैनन् भने ९ ओटा मिडियाले कम्तिमा एक र धेरैमा ६ ओटासम्म यस्ता समाचार प्रकाशित गरेका छन् ।

तालिका १२ : विभिन्न मिडियामा प्रकाशित दुष्प्रचारयुक्त समाचारको अवस्था

मिडिया	जम्मा दुष्प्रचारयुक्त समाचार
नयाँ पत्रिका दैनिक	०
रिपब्लिका दैनिक	०
द हिमालयन टाइम्स दैनिक	०
अनलाइनखबर समाचार पोर्टल	०
सेतोपाटी समाचार पोर्टल	०
नेपाल लाइभ समाचार पोर्टल	०
थाहा खबर समाचार पोर्टल	०
देश सञ्चार समाचार पोर्टल	०
बाह्रखरी समाचार पोर्टल	०
हिमालखबर समाचार पोर्टल	०
गोरखापत्र दैनिक	०
खबरहब समाचार पोर्टल	१
द राइजिड नेपाल दैनिक	१
नेपालखबर समाचार पोर्टल	१
द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	२
रातोपाटी समाचार पोर्टल	२
अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	२
नागरिक दैनिक	४
नेपाल समाचारपत्र दैनिक	४
कान्तिपुर दैनिक	६
जम्मा	२३

मिडियाले विभिन्न किसिमले दुष्प्रचारजन्य सूचना र समाचार प्रकाशन गर्न सक्छन् । यस अध्ययनमा सूचना र समाचार अध्ययनका लागि विभिन्न सात किसिमका सूचकमा आधारित भएर हेरिएको थियो । कुनै सही विषयलाई गलत सन्दर्भमा प्रयोग गरिनु, दृष्य र क्याप्सनको गलत संयोजन हुनु, अरूलाई प्रत्यक्ष हानी गर्ने गरी गलत र जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु प्रकाशन गर्नु, कुनै व्यक्ति वा सवालबारे अरूलाई भ्रम पार्ने गरी तयार पारिएका भ्रामक विषयवस्तु, कसैलाई मूर्ख बनाउन गरिने व्यङ्ग्य वा प्यारोडीयुक्त विषयवस्तु, स्रोतलाई अर्कै व्यक्तिका रूपमा प्रस्तुत गर्ने र अरूलाई हानी गर्ने उद्देश्यले विषयवस्तु नै हेरफेर गरी प्रकाशित गरिएका गरिएका समाचारलाई दुष्प्रचारको सूचकका रूपमा राखिएको छ ।

तालिका १३ मा उल्लेख गरिएजस्तै यस अध्ययनमा समावेश मिडियाले जम्मा २३ ओटा दुष्प्रचारसम्बन्धी समाचार प्रकाशित गरेकोमा जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु र भ्रामक विषयवस्तुको प्रयोग गरी दुष्प्रचार गर्ने प्रकृतिका ६/६ ओटा समाचार प्रकाशित भएका छन् भने गलत सन्दर्भको प्रयोग गरिएका ४ ओटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । यसैगरी विषयवस्तुको गलत संयोजन र दुष्प्रचार गर्ने गरी विषयवस्तु हेरफेर गरिएका २/२ ओटा समाचार प्रकाशित भएका छन् । अध्ययन अवधिमा बहुरूपी विषयवस्तु भएका र सार्वजनिक पदमा भएका बाहेक कसैलाई हानी पुऱ्याउने उद्देश्यले व्यङ्ग्य वा प्यारोडी गरिएका विषयवस्तु प्रकाशित गरेको पाइएन ।

तालिका १३ : विभिन्न किसिमका दुष्प्रचारयुक्त सूचना
र समाचारको अवस्था

क्र.सं.	दुष्प्रचारका किसिम	जम्मा दुष्प्रचारयुक्त समाचार
१.	गलत सन्दर्भ	४
२.	गलत संयोजन	२
३.	जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु	६
४.	भ्रामक विषयवस्तु	६
५.	व्यङ्ग्य वा प्यारोडी	०
६.	बहुरूपी विषयवस्तु	०
७.	हेरफेर गरिएको विषयवस्तु	२
	जम्मा	२३

द काठमाडौं पोष्टमा प्रकाशित दुईओटा समाचारको शीर्षक हेरौं ।

THE KATHMANDU POST

With Oli already in a quagmire over Indian border encroachment, MCC compact rears its head again

A letter by two senior ruling party leaders has asked for wider discussions over the US-led aid programme which has long been controversial for its alleged geopolitical elements.



MILLENNIUM
CHALLENGE CORPORATION
UNITED STATES OF AMERICA

१. 'उद्द ओली अर्लेडी इन अ क्वागमाइर ओभर इन्डियन बोर्डर इन्क्रोचमेन्ट, एमसीसी कम्प्याक्ट रियर्स इट्स हेड अगेन' (मे १८, २०२०)

२. 'गभर्मेन्ट डिसिजन टु ब्रिड इन द आर्मी टु प्रोक्युर मेडिकल इक्विपमेन्ट ड्रज् फ्ल्याक फ्रम अल क्वाटर्स' (अप्रिल ३, २०२०) ।

यी शीर्षकलाई धेरै कडा नबनाइकन सीधा र सरल भाषामा लेख्न सकिन्थ्यो । शीर्षकमा लेखिएका प्रसङ्गलाई पुष्टि गर्न तथ्यहरू प्रस्तुत गरिएका छन् । तर, समाचारमा प्रयुक्त कडा शब्दहरूले सम्बन्धित समाचार लेखक सरकारप्रति बढी नै आलोचनात्मक भएको देखिन्छ । समाचारमा घोटिल्ला निष्पक्षताको छनक पाउन गाह्रो पर्छ ।

अब, अनलाइनखबरको एउटा समाचार हेरौं:



१६ जेठ, काठमाडौं । अमेरिकी सहयोग कार्यक्रम मिलेनियम कर्पोरेसन च्यालेन्ज (एमसीसी) को कार्यक्रमलाई बजेटमा राखेपछि सत्तारु नेपाल कम्युनिस्ट पार्टी (नेकपा)मा विवाद सुरु भएको छ ।

नेकपा अध्यक्ष पुष्पकमल दाहाल प्रचण्डले अर्का अध्यक्ष एवं प्रधानमन्त्री केपी शर्मा ओलीलाई भेटेर पार्टीमा निर्णय नभई एमसीसीला बजेटमा घसाएकोमा आपत्ति जनाएका छन ।

‘बजेटमा एमसीसी परेपछि, नेकपामा विवाद फिर्ता लिन दबाव’ शीर्षकमा वि.सं. २०७७ जेठ १६ गते पोष्ट भएको यस समाचारमा सरकारको बजेट भाषणमा एमसीसीलाई पारिएपछि, पुष्पकमल दाहालले प्रधानमन्त्री केपी ओलीलाई भेटेर आपत्ति जनाएको प्रसङ्ग छ । तर, त्यसमा पुष्पकमल दाहालको सीधा भनाइ कतै पनि भेटिन्न । यसले समाचारको विश्वसनीयतामाथि स्वाभाविक रूपमा प्रश्नचिन्ह लागेको भेटिन्छ ।

तालिका १४ : दुष्प्रचारयुक्त प्रकाशित सूचना र समाचार

मापदण्ड	दैनिक अखबार	जम्मा	अनलाइन समाचार पोर्टल	जम्मा	अखबार र अनलाइन गरी जम्मा सामग्री
दुष्प्रचार	क) गलत सन्दर्भ	३	१	४	२३
	ख) गलत संयोजन	१	१		
	ग) जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु	५	१		
	घ) भ्रामक विषयवस्तु	९	०		
	ङ) व्यङ्ग्य वा प्यारोडी	०	०		
	च) बहुरूपी विषयवस्तु	०	०		
छ) हेरेफेर गरिएको विषयवस्तु	१	१	१		

तालिका १४ मा उल्लेख गरिएभन्ने दुष्प्रचारसम्बन्धी सूचना र समाचार दैनिक अखबारमा अनलाइन समाचार पोर्टलभन्दा बढी प्रकाशित गरेको देखिन्छ। जम्मा प्रकाशित दुष्प्रचारसम्बन्धी समाचारमध्ये १९ ओटा अखबारका छन् भने ४ ओटा मात्रै अनलाइनमा प्रकाशित भएका छन्।

उदाहरणका लागि कान्तिपुर दैनिकले वि.सं. २०७७ जेठ १३ गते 'भारतमा सामान्य बन्दै जनजीवन' शीर्षकको समाचार प्रकाशित गरेको थियो। तर, भारतमा कोरोनाको संक्रमणको अवस्था भने बढ्दै गइरहेको थियो। यदि भारतमा जनजीवन सामान्य हुँदै गएको भए कस्तो अवस्थालाई सामान्य मान्ने र यसका आधारहरू के के हुन्छन् भन्ने कुरा समाचारमा आउनुपर्थ्यो। यो समाचारमार्फत् सम्प्रेषण गरिएको सूचना भ्रामक विषयवस्तुसहितको भ्रामक सूचना हो।

यसैगरी, अन्नपूर्ण पोष्टले वि.सं. २०७७ जेठ २४ मा 'आरडीटीले लियो ज्यान' शीर्षकको समाचार प्रकाशित भएको थियो। समाचारको पेटबोलीमा आरडीटीको भरपर्दा बिरामीको ज्यान गएको कुरा उल्लेख छ। तर, शीर्षक र विषयवस्तुको समायोजन ठीक ढङ्गले हुन सकेको छैन।

यसरी विषयवस्तु र शीर्षकको गलत समायोजन हुँदा समाचार वा सूचनाका कारण दुष्प्रचार हुनपुग्छ। अध्ययनका क्रममा नेपालका राष्ट्रिय मिडियाले यस्ता सूचना र समाचार न्यून मात्रामा सम्प्रेषण गर्दै आएको देखिन्छ। यद्यपि, यस्ता समाचारले पार्नसक्ने गम्भीर असरबारे भने ध्यान पुऱ्याउन जरूरी छ।

४.२.५ सामाजिक विविधताविरुद्धको समाचार

यस अध्ययनमा समावेश गरिएका मिडियाले अध्ययन अवधिभित्र सामाजिक विविधतासँग सम्बन्धित गलत र भ्रमपूर्ण सूचना भने प्रकाशित गरेको पाइएन । नेपालमा कोरोना सङ्क्रमण सुरु भएपछि सामाजिक सञ्जालहरूमा नेपालमा निश्चित धार्मिक समुदायले कोरोना भित्रिएको भन्ने जस्ता दुष्प्रचार गरिएको भए पनि नेपाली मिडियामा प्रकाशित समाचारमा यस्ता साम्प्रदायिक चरित्रका समाचार प्रकाशित भएका छैनन् । समाजका विविध जातजाति, भाषा, संस्कृति आदिवारे विभेदकारी, गलत र दुष्प्रचार गरिएका सूचना र समाचार यो अवधिमा प्रकाशित भएको पाइएन । यो अवधिमा नेपालका राष्ट्रिय मिडिया सामाजिक विविधतालाई सम्मान गरेको देखियो, जुन सकारात्मक छ । यद्यपि, यी मिडियामा प्रकाशित हुने विषयवस्तु कहिलेकाहीं निश्चित जाति, समुदाय, भाषिक वा सांस्कृतिक समुदायमाथि पूर्वाग्रही छैनन् भन्ने अवस्था भने पक्कै पनि छैन ।

४.२.६ अश्लीलता

मिडियाले पहुँच विस्तार गर्ने विभिन्न रणनीति बनाइरहेका हुन्छन् । डिजिटल मिडियाको प्रभाव बढ्दै जाँदा मिडियाले पहुँच विस्तारका लागि समाचारमा भ्रमपूर्ण शीर्षक, असान्दर्भिक फोटो वा भिडियो विषयवस्तुको रूपमा समावेश गर्ने क्रम निकै बढेको छ । मिडियामा गलत ढङ्गबाट यौनजन्य सामाग्रीको प्रयोग गरिएको धेरै उदाहरणहरू छन् । विशेषगरी महिलाको फोटो र भिडियोको प्रयोग गर्दा असान्दर्भिक फोटोको प्रयोग गरिने वा समाचारसँग असम्बन्धित व्यक्तिको अश्लीलता भल्कने फोटो वा भिडियोको प्रयोग गरिएको पाइन्छ । सूचनाका हिसाबले असान्दर्भिक र प्रसङ्ग बेगरका त्यस्ता गलत सामग्रीले पाठक वा स्रोतालाई भ्रमित पार्न सक्छ । यस अवधि र मिडियामा गरिएको अध्ययनका क्रममा त्यस्ता समाचार/सामग्री भने प्रकाशित भएको पाइएन ।

४.२.७ गाली बेइज्जती वा मानहानीपूर्ण सामग्री

मिडियालाई कतिपय व्यक्ति वा समूहले अरूको मानहानी गर्ने, गालीबेइज्जती गर्नेजस्ता प्रयोजनका लागि पनि प्रयोग गर्ने गरेको पाइन्छ। मिडियाले जानेर वा नजानेर त्यस्ता विषयवस्तु सम्प्रेषण गरिरहेका हुन्छन्। अध्ययन गरिएका मिडिया र अवधिमा गलत नियतसहित कुनै व्यक्ति वा समूहको चरित्रहत्या गर्ने, मानहानी गर्ने किसिमका सूचना र समाचार भने प्रकाशित भएको पाइएन।

४.२.८ गोपनीयताविरुद्धको सामग्री

मिडियाले कहिलेकाहीं व्यक्तिको गोप्य सूचनालाई समाचारका रूपमा सम्प्रेषण गरी सनसनी फैलाउने गरेको पाइन्छ। सामान्य नागरिकदेखि सार्वजनिक पद धारण गरेका व्यक्तिका सार्वजनिक हितसँग सम्बन्ध नराख्ने नितान्त निजी वा व्यक्तिगत कुराहरू पनि हुन सक्छन्। व्यक्तिगत गोपनीयताका सूचनाको संवेदनशीलतालाई बेवास्ता गरी बनाइएका गलत सूचना र समाचार यस अध्ययनका क्रममा फेला परेनन्।

तालिका १५ : अध्ययनका सूचकका आधारमा नेपाली मिडियामा प्रकाशित भ्रामक समाचार प्रकाशनको अवस्था

मापदण्ड		दैनिक अखबार	जम्मा	अनलाइन समाचार पोर्टल	जम्मा	अखबार र अनलाइन गरी जम्मा सामग्री
१. भ्रामक स्रोत	क) अज्ञात स्रोतको प्रयोग	३०	८५६	५	८८३	१७३९
	ख) स्रोत उल्लेख नभएको	८२६		८३६		
	ग) वनावटी स्रोत	०		४२		
२. गलत जानकारी		११	११	८	८	१९
३. भ्रामक शीर्षक		२१	२१	१५	१५	३६
४. दुष्प्रचार	क) गलत सन्दर्भ	३	१९	१	४	२३
	ख) गलत संयोजन	१		१		
	ग) जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु	५		१		
	घ) भ्रामक विषयवस्तु	९		०		
	ङ) व्यङ्ग्य वा प्यारोडी	०		०		
	च) बहुरूपी विषयवस्तु	०		०		
	छ) हेरफेर गरिएको विषयवस्तु	१		१		
५. सामाजिक विविधताविरुद्धको सामग्री	क) घृणायुक्त अभिव्यक्ति	०	०	०	०	०
	ख) आस्थाप्रतिको निन्दा	०		०		
	ग) धार्मिक असहिष्णुता	०		०		
	घ) लैङ्गिक विभेद	०		०		
	ङ) जातीय विभेद	०		०		
	च) अपाङ्गतासम्बन्धी विभेदपूर्ण सामग्री	०		०		
	छ) साम्प्रदायिक सम्बन्धमा खलल	०		०		
ज) अपमानजनक/ आपत्तिजनक सामग्री	०	०				
६. अश्लीलता	क) असहज सामग्री	०	०	०	०	०
७. गाली बेइज्जती वा मानहानीपूर्ण सामग्री	क) चरित्रहत्या	०	०	०	०	०
	ख) लिखित मानहानी	०		०		०
	ग) मौखिक मानहानी	०		०		०
८. गोपनीयताविरुद्धको सामग्री		०	०	०	०	०
जम्मा			९०७		९१०	१,८१७

अध्याय पाँच :

निष्कर्ष र सुभाब

निष्कर्ष र सुझाव

दशओटा राष्ट्रिय दैनिक अखबार र दशओटा अनलाइन समाचार पोर्टलमा प्रकाशित भएका गलत सूचना र समाचारबारे गरिएको यस अध्ययनबाट नेपाली मिडियाले गलत सूचना र समाचार सम्प्रेष गर्ने गरेको पाइयो । वि.सं. २०७६ चैत्र ११ गते कोरोना नियन्त्रणका लागि सरकारले लकडाउन घोषणा गरेदेखि तीन महिना अवधिमा प्रकाशित ४९ हजार ५१ समाचारमध्ये १ हजार ८१७ ओटा (३.७० प्रतिशत) गलत सूचना र समाचार प्रकाशित गरेको पाइयो । यसले नेपाली मिडियामा करीब ४ प्रतिशत हाराहारी समाचारले कुनै न कुनै किसिमको भ्रम वा विश्वास गर्न नसकिने समाचार सामग्री प्रकाशित गर्ने गरेको देखाउँछ ।

यसरी प्रकाशित समाचारमध्ये सबैभन्दा धेरै १ हजार ७३९ ओटा अर्थात ९५.७१ प्रतिशत समाचार गलत सूचना वा सामग्री स्रोतसँग सम्बन्धित छन् । यसरी प्रकाशित समाचारमध्ये १ हजार ६६२ ओटा समाचारको स्रोत उल्लेख गरिएको छैन । विशेषगरी अन्तर्राष्ट्रिय समाचार प्रकाशित गर्दा स्रोतको उल्लेख गरिएको छैन । कतिपय समाचारमा स्रोतको रूपमा 'एजेन्सी' लेखिएको छ, भने कतिपय समाचार कहाँबाट साभार गरिएको हो भन्ने खुल्दैन । यसरी प्रकाशित सूचना र समाचार तथ्य वा यथार्थपरक नै हुन सक्छन्, तर स्रोत उल्लेख नगरिएका समाचारले भ्रम सिर्जना गर्छ । समाचारको सत्यता र विश्वशनीयतामाथि नै प्रश्न उठ्छ । त्यसैले समाचार साभार गरिएको स्रोत उल्लेख गरिनु महत्वपूर्ण हुन्छ ।

यस अध्ययनबाट नेपालका मिडिया मूलतः अन्तर्राष्ट्रिय राजनीति, खेलकुद र कलाजस्ता विषयमा समाचार प्रकाशित गर्दा स्रोतको ठीक ढङ्गले प्रयोग नगरेको देखिन्छ । यसैगरी बनावटी स्रोतको प्रयोग गर्ने र अज्ञात स्रोतको प्रयोग गर्ने अभ्यास नेपालका राष्ट्रिय मिडियामा छ । समग्रमा नेपाली मिडियाले विश्वसनीय समाचार प्रकाशित गर्नका लागि स्रोतको प्रयोग गर्ने वा समाचार साभार गर्दा स्रोत स्पष्टरूपमा उल्लेख गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

नेपाली मिडियाले थोरै मात्रामा गलत जानकारी दिने किसिमका समाचार प्रकाशित गरेको देखिन्छ । गलत सूचना वा समाचार दिने नियत नहुँदा नहुँदै पनि विषयगत ज्ञान, व्यवसायिकताको कमी आदि कारणले गर्दा पनि यस्ता समाचार प्रकाशित हुने गरेका छन् । यद्यपि, यस्ता गलत जानकारीले पाठकलाई भ्रमित पार्ने वा यस्ता गलत सन्देशका कारण गम्भीर असरसमेत पर्न सक्ने भएका कारण मिडियाले गलत जानकारी प्रकाशित वा प्रवाह हुनबाट रोक्नै पर्छ ।

सञ्चारमाध्यमले आफ्नो पहुँच र प्रवाह विस्तार गर्नका लागि आकर्षक शीर्षक राख्ने गरेका प्रशस्तै उदाहरण छन् । समाचारको मुख्य विषयवस्तुसँग तालमेल नखाने तर बिकाउ वा आकर्षक शीर्षक राखेर पाठक वा स्रोतालाई दिग्भ्रमित गर्ने गरी समाचारको भ्रामक शीर्षक राख्नाले पनि गलत समाचारको प्रवाह भइरहेको हुन्छ । समाचारमा यस्ता शीर्षक भाइरल हुने वा धेरै संख्यामा पुग्ने मनसायका कारण हुने गर्दछ । पत्रपत्रिका वा अनलाइन दुवै माध्यमका समाचार अनलाइनमा उपलब्ध हुने भएका कारण यस्ता समाचार सामाजिक सञ्जालबाट तुलनात्मकरूपमा बढी नै शेयर हुने र तुरुन्तै धेरै पाठकसम्म पुग्ने गर्दछ । यस अध्ययनका क्रममा गलत सूचनासहित प्रकाशित जम्मा समाचारमध्ये भण्डै २ प्रतिशत यस्ता समाचार प्रकाशित भएका छन् । यस्ता समाचारले पाठकलाई भ्रमित पार्ने र गलत सूचनाले नकारात्मक परिणाम ल्याउन सक्ने भएका कारण मिडियाले यस्ता भ्रामक शीर्षक राखेर समाचार प्रकाशित गर्नु हुँदैन ।

समाचारका माध्यमबाट दुष्प्रचार गरिनु मिडियाको आचारसंहिता विपरीत कार्य हो । मिडियामार्फत दुष्प्रचार मूलतः कुनै व्यक्ति, संस्था, समूह वा समुदायलाई जानाजान अहित गर्ने मनसायसहित समाचार सामग्री प्रकाशित हुने गर्दछन् । नियतवश प्रकाशित हुने यस्ता समाचारमा निहीन स्वार्थ लुकेको हुन्छ । राष्ट्रिय स्तरका नेपाली मिडियाको प्रवृत्तिको विश्लेषण गर्दा यस्ता प्रकृतिका समाचार

जम्मा प्रकाशित गलत समाचारको करिब एक प्रतिशत हाराहारी मात्रै छ। नेपाली मिडियाले यदाकदा जानाजान गलत सन्दर्भलाई समाचारमा जोड्ने, गलत ढङ्गले सूचनाको संयोजन गरी समाचार प्रकाशित गर्ने, कुनै विषय वा वस्तुबारे अरूलाई बहकाउमा पार्न भ्रामक विषयवस्तु समावेश गर्ने, नियोजित रूपमा अरूलाई हानी गर्ने विषयवस्तु पस्किनेजस्ता सामग्रीमार्फत दुष्प्रचार गर्ने गरेको पाइन्छ। यो अध्ययनका क्रममा पनि थोरै संख्यामा यस्ता समाचार सामग्री प्रकाशित भएका छन्, यसको अर्थ यस्ता समाचार प्रकाशित गर्दैनन् भन्ने होइन। त्यसैले मिडियाले समाचारका माध्यमबाट हुनसक्ने यस्ता दुष्प्रचार रोक्नुपर्छ र सधैं यस्ता विषयमा सचेत रहनुपर्छ।

यस अध्ययनका क्रममा राष्ट्रिय मिडियाले सामाजिक विविधताविरुद्ध गलत वा भ्रमपूर्ण सूचना र समाचार प्रकाशित गरेको पाइएन। लिङ्ग, जाति, धर्म, संस्कृति, शारीरिक अवस्था आदिका आधारमा कुनै समाचार/सामग्री प्रकाशन गर्दा ती समुदायबारे भ्रम पैदा गर्ने किसिमका समाचार प्रकाशित नहुनु सुखद पक्ष हो। यसैगरी भ्रम र मिथ्या सूचना प्रवाह गर्ने उद्देश्यले अश्लील सामग्रीको पनि प्रकाशन यस अध्ययन अवधिमा पाइएन। यसका साथै, कसैको गाली बेइजती वा मानहानी गर्ने र व्यक्तिगत गोपनीयताविरुद्धको हकको हनन हुने गरी गलत सूचना र समाचारको सम्प्रेषण अध्ययनमा समावेश राष्ट्रिय मिडियाले गरेको पाइएन। यद्यपि, नेपाली मिडियाले बेलाबखत निश्चित सामाजिक, धार्मिक, भाषिक, सांस्कृतिक समूहविरुद्ध गलत र भ्रामक सूचना प्रकाशित गर्ने गरेको पाइन्छ। गलत समाचार प्रकाशित गरेर व्यक्ति वा समूहको बेइज्जती गर्ने र मानहानी गर्ने गरेका घटना नेपालमा छन्। यसका साथै व्यक्तिको गोपनीयताको हकविरुद्ध पनि गलत समाचार प्रकाशित भएका हुन्छन्। यस्ता समाचार प्रकाशन हुनबाट मिडिया सदैव सचेत र जिम्मेवार हुनैपर्छ।

समग्रमा राष्ट्रिय स्तरका दशओटा दैनिक अखबार र दशओटा अनलाइनको कोरोना सङ्क्रमणका कारण लकडाउन सुरु भएपछिको तीन महिनाको अवधिमा गरिएको यो अध्ययनले नेपालका राष्ट्रिय स्तरका मिडियाले गलत र भ्रमपूर्ण सूचना सम्प्रेषणमा सचेतता देखाएको देखियो। जम्मा अध्ययन गरिएका समाचारमध्ये ३.७० प्रतिशत मात्रै गलत सूचना र सामग्री प्रकाशित गरेको देखियो। यसरी प्रकाशित समाचारमध्येमा ९.५ प्रतिशत स्रोतसँग सम्बन्धित समस्या थिए। मूलतः

अन्तर्राष्ट्रिय समाचार, खेलकुद र कला वा मनोरञ्जनसम्बन्धी समाचारको स्रोत उल्लेख गरिएको पाइँदैन । समाचारमा प्रस्तुत गरिएका विषयवस्तु सही वा गलत जे भए पनि यसले समाचारको विश्वसनीयता घटाउँछ । यसैगरी गलत सूचना, भ्रामक शीर्षकसहितका समाचारका साथै दुष्प्रचार गर्ने किसिमका समाचार यदाकदा प्रकाशित हुने गरेका छन् । यस्ता समाचारले पाठक वा स्रोतालाई भ्रमित पार्ने खतरा हुन्छ । यसर्थ, राष्ट्रिय मिडियाले सार्वजनिक भ्रम सिर्जना गर्नसक्ने यस्ता विषयवस्तुको उत्पादन र प्रकाशनमा गम्भीररूपमा ध्यान दिन जरूरी छ ।

यस अध्ययनका आधारमा नेपालका राष्ट्रिय मिडियालाई निम्नानुसार सुझाव पेश गरिएको छ :

- ◆ राष्ट्रिय दैनिक र अनलाइन समाचार पोर्टलले अहिलेको सन्दर्भमा गलत र भ्रामक समाचार, यसको प्रभाव र रोकथामका सैद्धान्तिक र व्यवहारिक पक्षबारे सञ्चारगृहभित्र प्रशिक्षण वा अन्तर्क्रिया गर्ने अभ्यासको थालनी गर्नुपर्छ ।
- ◆ पत्रकार आचारसंहिताको पालना ठीक ढङ्गले हुन सकेमा गलत वा मिथ्या समाचार प्रकाशित हुनबाट रोक्न महत्वपूर्ण भूमिका खेल्छ । त्यसैले पत्रकार आचारसंहिताको पालनालाई जोड दिइनुपर्छ ।
- ◆ यस अध्ययनका क्रममा सबैभन्दा धेरै स्रोतको उल्लेख नगरी समाचार साभार गरिएको पाइयो । समाचारमा यसरी स्रोतको उल्लेख नगर्नुले भ्रमपूर्ण वा गलत सूचनाको सम्प्रेषण हुनसक्ने आधार दिन्छ । त्यसैले साभार गरिएका वा अन्य एजेन्सीबाट लिइएका समाचारको स्रोत उल्लेख गरिनुपर्छ । त्यसैले यस्ता समाचारको अनिवार्य स्रोत उल्लेख गर्ने परिपाटीको विकास गर्न जरूरी छ ।
- ◆ मिडियाले कतिपय सन्दर्भमा अज्ञात स्रोतको प्रयोग गर्ने र बनावटी स्रोतको प्रयोग समेत गर्ने गरेको पाइयो । यसरी समाचारको विषयवस्तु वा स्रोतको संरक्षणलाई ध्यान दिँदै सकभर अज्ञात स्रोतको प्रयोग गर्ने क्रमलाई रोक्नुपर्छ भने बनावटी स्रोतको प्रयोग गर्नाले भ्रमपूर्ण सूचना र समाचार सम्प्रेषित हुने खतरा रहन्छ । यस्ता समाचारले पार्नसक्ने असरबारे संवाददाताका साथै सम्पादकसमेत सचेत रहनुपर्छ ।

- ◆ कतिपय समाचारले गलत जानकारी दिएको पाइयो । संवाददातामा भएको विषयगत ज्ञान, दक्षता, सीप र क्षमताको सीमिता वा व्यावसायिकताको कमीका कारण पनि गलत समाचार प्रकाशित हुने गरेका छन् । यस्ता कुरामा सम्पादकीय नेतृत्व पनि बेलाबखत चुक्ने गरेका छन् । त्यसैले पत्रकारको विषयगत, सीप र क्षमता र व्यवसायिकता अभिवृद्धि गर्ने गरी सञ्चारगृहले तालिम सञ्चालन गर्नुपर्दछ ।
- ◆ मिडियाले छिटो समाचार दिने वा आकर्षक शीर्षक राख्ने क्रममा भ्रामक शीर्षक राख्ने गरेको पाइन्छ । तर पाठकलाई भ्रममा पार्ने वा गलत सूचना सम्प्रेषण हुनेगरी भ्रामक शीर्षकसहितको समाचार प्रकाशनलाई रोक्नुपर्छ । सामाजिक सञ्जालका माध्यमबाट आकर्षक शीर्षकका समाचार छोटो समयमै भाइरल हुने र यस्ता समाचारले ठूलो संख्यामा पाठकलाई भ्रमित पार्ने भएकाले समाचारको शीर्षक राख्ने बेला ध्यान दिनुपर्छ ।
- ◆ कुनै व्यक्ति, समूह, समुदाय आदिलाई असर पार्ने गलत नियतसहित मिडियामार्फत् दुष्प्रचार हुने समाचार प्रकाशित हुने गर्छन् । समाचारको स्रोत, सञ्चारकर्मी वा सम्पादकीय समूहकै पत्रकारले यस्तो दुष्प्रचारलाई प्रवर्द्धन गर्न सक्छन् । समाचारको स्रोतले आफ्नो स्वार्थपूर्तिका लागि गलत र भ्रमपूर्ण सूचना दिन सक्छ । कहिलेकाहीं पत्रकारकै स्वार्थ वा सम्पादकीय समूहकै स्वार्थका कारण पनि यस्ता दुष्प्रचारयुक्त समाचार प्रकाशित हुन सक्छन् । गलत सन्दर्भ र संयोजन, जालसाजीपूर्ण विषयवस्तु पस्किनु, कसैलाई बहकाउमा पार्न भ्रामक विषयवस्तु समेट्नु, चलाखीपूर्ण तरिकाले सूचनालाई हेरफेर गर्नु आदि पत्रकारिताको व्यवसायिक मर्यादा र आचारसंहिता विपरीत कार्य हो । यस्ता दुष्प्रचारयुक्त समाचार प्रकाशित हुनु मिडियाको विश्वसनीयता गुम्नु पनि हो । त्यसैले, यस्ता दुष्प्रचारयुक्त समाचार प्रकाशनलाई सबै मिडियाले रोक्नुपर्छ ।
- ◆ गलत वा भ्रमपूर्ण सूचना वा समाचारको प्रकाशनले समाजका जातजाति, भाषिक, सांस्कृतिक समुदायमाथि गम्भीर आघात पुऱ्याउन सक्छ । सामाजिक विविधतालाई सम्मान र प्रवर्द्धन गर्नु मिडियाको भूमिका हो । गलत सूचना र समाचारले सामाजिक मर्यादामा असर पार्न सक्ने कुरामा मिडिया सधैं सचेत रहनुपर्छ ।

- ◆ गलत सूचना र समाचारले व्यक्तिको बेइज्जती वा मानहानी हुने, गोपनीयताको हकको विरुद्ध हुने अवस्था आउन सक्छ । यस्ता सवालमा सञ्चारगृह सदैव चनाखो हुनुपर्छ ।
- ◆ मिडियाले प्रकाशित गरेका विषयवस्तुको नियमित समीक्षा र मूल्याङ्कन गरी गलत र भ्रमपूर्ण सूचना प्रकाशित भएको पाइएमा त्यस्ता समस्या समाधान गर्ने योजना बनाउनुपर्छ ।
- ◆ राष्ट्रिय मिडियाबाट प्रकाशित हुने समाचार ठूलो संख्यामा पाठकसम्म पुग्ने र अनलाइनमा उपलब्ध हुने भएका कारण ती समाचार/सामग्री सामाजिक सञ्जालमार्फत तीव्र रूपमा फैलिने र ती समाचारले पाठकलाई भ्रमित पार्ने वा गम्भीर असर पार्न सक्ने भएकाले कुनै पनि बाहानामा गलत र भ्रमपूर्ण सूचना र समाचार प्रकाशित हुनसक्ने विषयमा सम्पादकीय समूह सदैव सचेत रहनुपर्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

विश्वकर्मा, जेबी । वि.सं. २०७३ । सामाजिक विविधता र मिडिया । मिडिया जर्नल । ९ (५), पृ. १७-३० । काठमाडौं, व्यवसायिक पत्रकारिता अध्ययन केन्द्र ।

पन्त, लक्ष्मणदत्त, दुरा, यमबहादुर र विश्वकर्मा, जेबी । वि.सं. २०७६ । मिडियामा भ्रामक तथा गलत सूचना : अखबार र अनलाइन समाचार पोर्टलहरूको अध्ययन । काठमाडौं : मिडिया एक्सन नेपाल ।

पन्त, लक्ष्मणदत्त । वि.सं. २०७५ । कृषि र आर्थिक विकास : सञ्चारकर्मी र पत्रकारका लागि हाते पुस्तक । काठमाडौं : हेफर इन्टरनेशनल नेपाल तथा मिडिया एक्सन नेपाल ।

प्रेस काउन्सिल नेपाल । वि.सं. २०७६ । पत्रकार आचारसंहिता, २०७३ (पहिलो संशोधन-२०७६) । काठमाडौं : प्रेस काउन्सिल नेपाल ।

रेग्मी, रामकृष्ण र पन्त, लक्ष्मणदत्त । वि.सं. २०७५ । मिडिया र संसद् सम्बन्धका आधार : संसदीय पत्रकारितासम्बन्धी हाते पुस्तक । काठमाडौं : मिडिया एक्सन नेपाल ।

Elliott, C. (2012). The readers' editor on... giving proper credit to news agency journalists. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/14/open-door-news-agency-credit>

Ireton, C. & Posetti, J. (2018). Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training. UNESCO: Paris.

Reuters, (2008). Reuters Handbook of Journalism. Retrieved from https://handbook.reuters.com/index.php?title=The_Essentials_of_Reuters_sourcing

Saxena, S. (2014). How to use the credit line and why. Retrived from <https://www.easymedia.in/use-credit-line/>

Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. Retrieved from <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/?>

परिशिष्ट : १

अध्ययनमा समेटिएका दैनिक अखबारको विवरण

क्र.सं.	सञ्चारमाध्यमको नाम	प्रकार	प्रदेश/जिल्ला
१.	द काठमाण्डु पोष्ट दैनिक	अंग्रेजी दैनिक	बागमती/काठमाडौं
२.	रिपब्लिका दैनिक	अंग्रेजी दैनिक	बागमती/काठमाडौं
३.	द हिमालयन टाइम्स दैनिक	अंग्रेजी दैनिक	बागमती/काठमाडौं
४.	द राइजिड नेपाल दैनिक	अंग्रेजी दैनिक	बागमती/काठमाडौं
५.	नयाँ पत्रिका दैनिक	दैनिक, नेपाली	बागमती/काठमाडौं
६.	गोरखापत्र दैनिक	नेपाली दैनिक	बागमती/काठमाडौं
७.	कान्तिपुर दैनिक	नेपाली दैनिक	बागमती/काठमाडौं
८.	अन्नपूर्ण पोष्ट दैनिक	नेपाली दैनिक	बागमती/काठमाडौं
९.	नेपाल समाचारपत्र दैनिक	नेपाली दैनिक	बागमती/काठमाडौं
१०.	नागरिक दैनिक	नेपाली दैनिक	बागमती/काठमाडौं

परिशिष्ट : २
अध्ययनमा समावेश अनलाइन समाचार पोर्टलको विवरण

क्र.सं.	सञ्चारमाध्यमको नाम	प्रदेश/जिल्ला	डोमेन नाम
१.	थाहा खबर	बागमती/काठमाडौं	thahakhabar.com
२.	देश सञ्चार	बागमती/काठमाडौं	deshsanchar.com
३.	बाह्रखरी	बागमती/काठमाडौं	baahrakhari.com
४.	रातोपाटी	बागमती/ललितपुर	ratopati.com
५.	नेपालखबर	बागमती/काठमाडौं	nepalkhabar.com
६.	हिमालखबर	बागमती/ललितपुर	himalkhabar.com
७.	अनलाइनखबर	बागमती/काठमाडौं	onlinekhabar.com
८.	सेतोपाटी	बागमती/ललितपुर	setopati.com
९.	नेपाल लाइभ	बागमती/काठमाडौं	nepallive.com
१०.	खबरहब	बागमती/काठमाडौं	khabarhub.com

मिडिया एक्सन नेपाल

मिडिया एक्सन नेपाल अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, मिडिया विकास, सूचना तथा सञ्चार क्षेत्रमा कार्यरत संस्था हो। आमसञ्चार तथा पत्रकारिता, मानवअधिकार, मिडियाको प्राज्ञिक विश्लेषण तथा शोध, सूचनाको हक र सञ्चार पैरवीजस्ता विषयमा दक्षता र अनुभव प्राप्त विज्ञहरू रहेको यस संस्थाले देशव्यापी रूपमा स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसका लागि कार्य गर्दै आइरहेको छ। समावेशी, स्वतन्त्र तथा जिम्मेवार मिडिया र व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास, सूचनामा नागरिकको सहज पहुँचमार्फत मानवअधिकार संरक्षण र लोकतन्त्रको सुदृढीकरण यस संस्थाको मुख्य कार्यक्षेत्र हो। अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासम्बन्धी अन्तर्राष्ट्रिय संयन्त्रहरू, पत्रकारको सुरक्षा तथा दण्डहीनताको सवालमा संयुक्त राष्ट्रसंघीय कार्ययोजना, सञ्चारमाध्यमको अन्तर्वस्तु र सम्पादकीय नेतृत्वमा लैंगिक समावेशीकरणका मापदण्डहरूको प्रभावकारी कार्यान्वयनमा मिडिया एक्सन नेपालले पैरवी गर्दै आइरहेको छ।

वि.सं. २०७२ सालमा स्थापित यस संस्थाले विकास, मिडिया स्वतन्त्रता र समानताका क्षेत्रमा कार्यरत राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय निकायसँगको सहकार्य/साभेदारीमा शोध, अध्ययन, बहस, पैरवी, प्रकाशन, नीति-निर्माण, प्रलेखीकरण, क्षमता वृद्धिमार्फत स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसका लागि योगदान पुऱ्याउँदै आइरहेको छ। स्थापनाको पाँच वर्षमै २१ जिल्लामा प्रतिनिधि, सबै प्रदेशमा संयोजक र बाँकी जिल्लाहरूमा सम्पर्क स्थापना गरेको यस संस्थाका कार्यक्रम र गतिविधिबाट हालसम्म भण्डै एकहजार पत्रकारहरू प्रत्यक्षरूपमा लाभान्वित भइसकेका छन्।



मिडिया एक्सन नेपाल

बुद्धनगर-१०, काठमाण्डौ, नेपाल

००९७७-१-४७९३४८०

info@mediaactionnepal.org
mediaactionnepal@gmail.com

http://mediaactionnepal.org/

MediaActionNepal @MediaActionNpl

