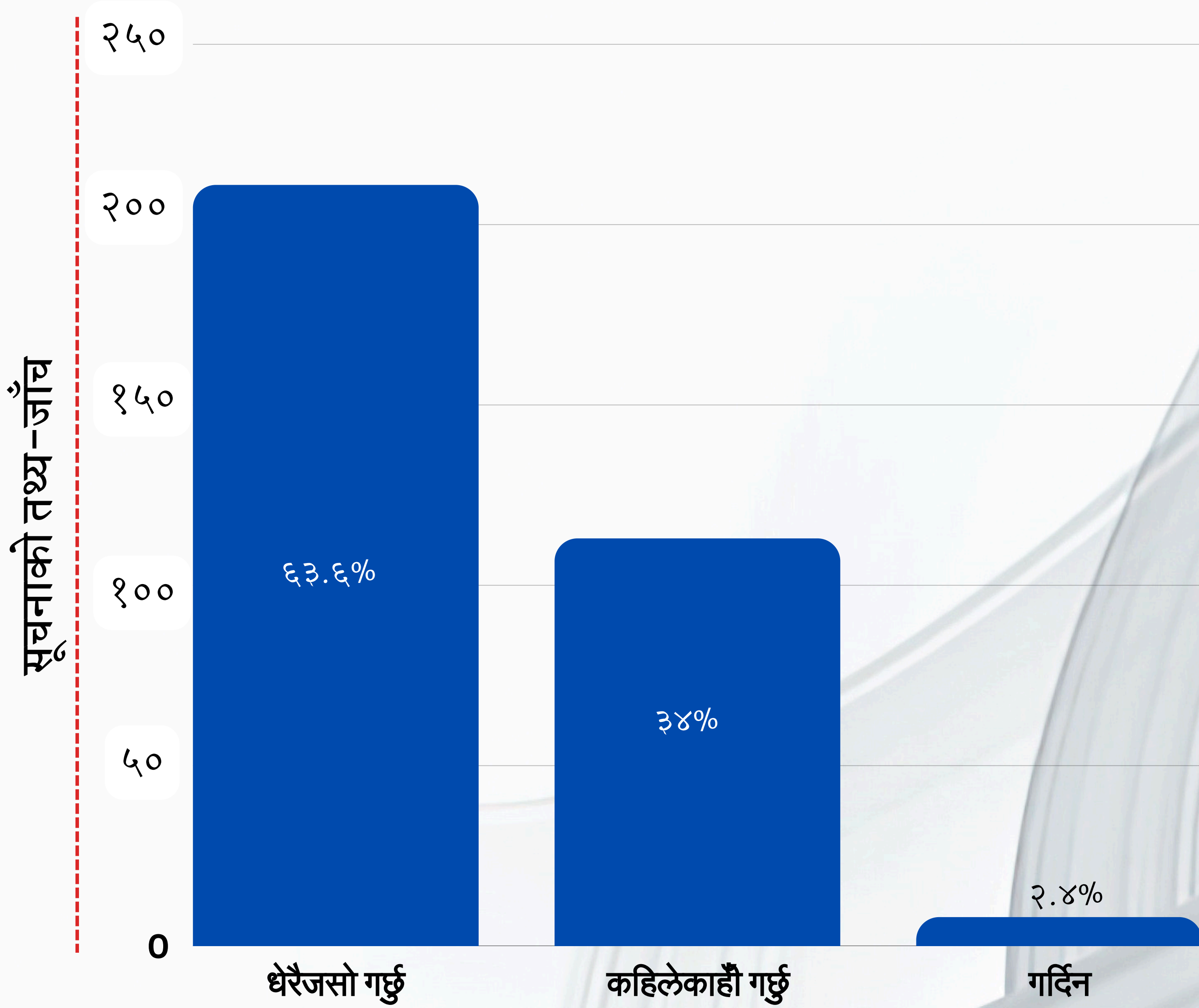




media action nepal

# युवा, मिडिया र सूचना अस्वच्छता



२०८३

**प्रकाशक**

मिडिया एक्सन नेपाल

**सम्पादन**

डा. लक्ष्मणदत्त पन्त

**शोध/लेखन**

प्रवेश सुवेदी

यमबहादुर दुरा

**शोध/लेखन सहयोगी**

बालकृष्ण साह

**तथ्याङ्क सङ्कलन**

नरेन्द्र ढकाल

ललित बुढा

हदिस खुद्दार

फुर्पा शेर्पा

प्रशान्त चौधरी

**लेआउट**

अजय महर्जन, मिडिया एक्सन नेपाल

सर्वाधिकार © मिडिया एक्सन नेपाल, २०८३

यस प्रकाशनमा नेपाली युवाहरूमा सूचना अखण्डता, मिडिया र डिजिटल साक्षरताका सवालसँग जोडिने विषयहरूबारे चर्चा गरिएको छ । वास्तविक स्रोतको सही पहिचान र उल्लेख गरेर यसका अंशहरू प्रयोग गर्न सकिनेछ ।

राष्ट्रिय तथ्याङ्क कार्यालय (सन् २०२१) का अनुसार नेपालमा १५ देखि २९ वर्ष उमेर समूहले कुल जनसंख्याको २८.१४ प्रतिशत हिस्सा ओगटेको छ । यो तप्का देश विकासका लागि असीमित सम्भावना बोकेको क्रियाशील जनशक्ति हो ।

देशको आर्थिक सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक एवम् प्राविधिक लगायत समग्र क्षेत्रको उन्नतिमा युवा वर्गको उल्लेखनीय भूमिका रहन्छ । जीवनको सबैभन्दा उर्वर र सक्रिय पल बिताइरहेका यी युवाको देश विकासमा उच्च योगदान रहन्छ ।

हामी अहिले यस्तो युगमा छौं, जहाँ शायदै कुनै पनि क्षेत्र, पेशा वा व्यवसाय होला, जसलाई सूचना प्रविधिले हस्तक्षेप, नियन्त्रण र प्रवर्द्धन गरेको नहोस् । अहिले मिडिया साक्षरता, डिजिटल साक्षरता, सूचना साक्षरताजस्ता सीप सिकाइका पक्षहरू हरेक व्यक्तिको दैनिकी सञ्चालनमा आधारभूत आवश्यकता बनिसकेका छन् । यस्ता पक्षसँग हरेक व्यक्ति (खासगरी युवा वर्ग) परिचित हुनु अपरिहार्य हुन पुगेको छ ।

मिडिया साक्षरता र डिजिटल साक्षरता नेपाली युवाहरूमाझ शान्ति निर्माण र द्वन्द्व रूपान्तरणका सन्दर्भमा अत्यन्त महत्त्वपूर्ण छ । सुसूचित र सचेत युवा वर्गले मिडियाबाट आएका खबर र सूचना सही रूपमा बुझ्न, विश्लेषण गर्न र वास्तविकता थाहा पाउन सक्नु पर्दछ । शान्ति निर्माणसम्बन्धी सन्देश र प्रक्रियालाई थप सशक्त बनाउने सन्दर्भमा युवाहरूले गलत सूचना र अफवाहबाट बच्न आवश्यक छ ।

मिडिया साक्षरता नहुँदा गलत जानकारीले विभाजन र द्वन्द्वको वातावरण उत्पन्न हुन सक्छ, जसले समाजमा अस्थिरता निम्त्याउँछ । डिजिटल साक्षरताको माध्यमबाट युवाहरूले सामाजिक सञ्जाल र अनलाइन प्ल्याटफर्महरूमा जिम्मेवार नागरिकका रूपमा समझदारीपूर्ण वातावरण प्रवर्द्धन गर्न सक्दछन् ।

यससँगै सूचना साक्षरता, सूचनाको गुणस्तर, डिजिटल मिडिया प्रयोग गर्दा अपनाउनुपर्ने आलोचनात्मक चेत, डिजिटल सीप र दक्षता, डिजिटल सहभागिता, डिजिटल मिडिया प्रयोग गर्दा अपनाउनुपर्ने सम्बन्धनशीलता र मर्यादित व्यवहार जस्ता विषयमा भोलिका कर्णधार मानिने युवावर्गको ज्ञान, सचेतना र अभ्यास कस्तो छ भन्ने थाहा पाउनु महत्त्वपूर्ण हुन्छ ।

त्यसो त, शान्तिपूर्ण र समावेशी समाजको निर्माणका लागि मिडिया साक्षरता अत्यावश्यक छ, जसले युवाहरूलाई आलोचनात्मक चेत, सहिष्णुता र जिम्मेवार नागरिकको रूपमा सक्रिय रहन प्रेरित गर्छ । यसै पृष्ठभूमिलाई ख्याल गरेर, नेपालको राष्ट्रिय सन्दर्भमा युवाहरूको सूचना अखण्डता, मिडिया र डिजिटल साक्षरताप्रतिको धारणा बुझ्ने कर्म प्रयास भएको महसूस गर्दै *मिडिया एक्सन नेपाल*ले यस अध्ययन कार्य अघि बढाएको हो ।

यस अध्ययनले डिजिटल साक्षरता, तथ्य-जाँच, सूचनाको सत्यता तथा स्रोत पहिचान, सूचनाको सचेत उपभोग लगायत बहुआयामिक विषयमा युवाहरूको ज्ञान र बुझाइबारे महत्त्वपूर्ण तस्वीर देखाएको छ । यसका अतिरिक्त अध्ययनले शान्तिपूर्ण, समावेशी र सुसूचित समाज निर्माणका सन्दर्भमा युवा वर्गलाई लक्षित गरी समयोचित कार्ययोजना बनाउन रचनात्मक योगदान पुऱ्याउने अपेक्षा छ ।

सर्वेक्षणमा ५० प्रतिशत हाराहारीको महिला सहभागिताले डिजिटल साक्षरतामा लैङ्गिक समानतालाई प्रवर्द्धन गर्न सहयोग पुगेको छ । सर्वेक्षणको निष्कर्षले नेपालका युवाहरूमा सञ्चार र डिजिटल साक्षरता अभिवृद्धि गर्न प्रमाणमा आधारित नीति तथा सचेतना कार्यक्रमहरू तय गर्नुपर्ने आवश्यकताबारे स्पष्ट मार्गनिर्देशन समेत गरेको छ । अध्ययनको नतिजाले युवा वर्गलाई आलोचनात्मक चेतसहित सूचनाको उपयोग गर्न र सञ्चार तथा डिजिटल प्ल्याटफर्महरूको जिम्मेवारीपूर्वक उपयोगमा योगदान दिने विश्वास लिएको छु ।

गलत सूचना र द्वन्द्वलाई निराकरण गर्दै शान्ति स्थापनामा योगदान दिने र सही सूचनाको उपभोग र सम्प्रेषण मार्फत नेपाली युवाहरूलाई जिम्मेवार र आलोचनात्मक सोच राख्न सक्षम बनाउनेतर्फ चालिने पहललाई यस अध्ययनले टेवा पुऱ्याउने विश्वास छ ।

प्रियंका झा

अध्यक्ष

मिडिया एक्सन नेपाल

## अध्ययनको सारांश

डिजिटल तथा मिडिया साक्षरतासँग सम्बन्धित पक्षहरू खासगरी आलोचनात्मक चेत, डिजिटल सीप र दक्षता, डिजिटल सहभागिता र डिजिटल मिडिया प्रयोग गर्दा अपनाउनुपर्ने सम्वेदनशीलता एवम् मर्यादित व्यवहारजस्ता विषयप्रतिको नेपाली युवा जनसंख्याको अभ्यास, मनोवृत्ति, मनोदशा र सचेतता मापन गर्ने उद्देश्यले 'युवा, मिडिया र सूचना अखण्डता' शीर्षकमा अध्ययन कार्य अघि बढाइएको हो ।

वि.स. २०८१ को मध्यतिर सम्पन्न गरिएको सर्वेक्षणमा मुलुकका सात वटै प्रदेश, फरक भौगोलिक, सांस्कृतिक, आर्थिक र शैक्षिक पृष्ठभूमिको प्रतिनिधित्व गर्ने गरी १८ देखि ३० वर्ष उमेर समूहका १ सय ५६ जना महिला र १ सय ७६ जना पुरुष गरी कुल ३ सय ३२ जनाको सहभागिता गराइएको थियो । सूचनाको स्रोत र उपयोग, सूचनाको अखण्डता, आलोचनात्मक चेत, डिजिटल सीप र दक्षता, डिजिटल सहभागिता र सूचनाको सम्वेदनशील एवम् मर्यादित प्रयोगलाई मुख्य सूचकहरू मानेर इन्टरनेट मार्फत वितरण गरिएको सर्वेक्षण फारममा प्रश्नावली तयार पारिएको थियो ।

सर्वेक्षणमा सङ्कलित तथ्याङ्कको विश्लेषणबाट निकै महत्त्वपूर्ण र अर्थपूर्ण नतिजा तथा निष्कर्षहरू निस्केका छन् । अध्ययनले नेपालमा सूचना र समाचारका लागि सबैभन्दा बढी प्रयोग हुने माध्यमका रूपमा सामाजिक सञ्जाल भएको देखाएको छ । सामाजिक सञ्जालपछि समाचारमूलक वेबसाइट पनि ७९ प्रतिशत युवाहरूले नियमित प्रयोग गर्दछन् । सँगसँगै, रोचक कुरा के छ भने सबैभन्दा लोकप्रिय भए पनि डिजिटल मिडिया विश्वसनीयताको हिसाबले धेरै पछाडि देखिन्छ । भरपर्दो सूचना स्रोतको रूपमा टेलिभिजन सबैभन्दा विश्वासयोग्य हुन्छ भन्ने नेपाली युवाहरूको मान्यता छ ।

नेपालमा युवाहरू सबैभन्दा बढी शिक्षामूलक, सीपमूलक र ज्ञानमूलक सामग्रीमा रूचि राख्छन् । तर, आफ्नो रूचिको सामग्री इन्टरनेटमा प्राप्त गर्न भने अधिकांशले कुनै न कुनै प्राविधिक जटिलता भोग्ने गरेका छन् । ८८ प्रतिशत युवाले इन्टरनेट सामग्रीको पहुँचका लागि कुनै न कुनै प्राविधिक जटिलता अनुभव गर्ने गरेका छन् । १२ प्रतिशत युवासँग मात्र त्यस्तो कुनै प्राविधिक जटिलता झेल्नु नपरेको अनुभव छ ।

आफूले प्राप्त गर्ने समाचार वा सूचनाहरू त्रुटिरहित र तथ्यपरक हुनुपर्ने, समाचारमा स्रोत र सन्दर्भ उल्लेख हुनुपर्ने तथा पारदर्शिता र जवाफदेहिता कायम हुनुपर्ने अधिकांश युवाको बुझाइ छ । ८० प्रतिशत युवा समाचारमा स्रोत र सन्दर्भ उल्लेख हुनुपर्ने र पारदर्शिता र जवाफदेहिता कायम रहनुपर्ने मान्यता राख्छन् ।

इन्टरनेटमा उपलब्ध भएका सूचना वा समाचारमाथि विश्वास नलागेमा त्यस्ता सूचनाको तथ्य जाँच गर्ने अभ्यास नेपाली युवाहरूमा उच्च देखिन्छ । आफूले प्राप्त गरेका सूचना सही हो वा गलत भन्ने ठहर (फ्याक्ट चेक) गर्न सूचनाका अरू स्रोतहरू खोजी र तुलना गर्ने' विधि उनीहरूले सबैभन्दा बढी प्रयोगमा ल्याउने गरेका छन् ।

सामाजिक सञ्जाल र अरू डिजिटल प्ल्याटफर्महरूले उपलब्ध गराएका मिथ्या सूचनाको उजूरी गर्ने (रिपोर्ट गर्ने, ब्लक गर्ने, अनफलो गर्ने जस्ता) सुविधा २२ प्रतिशत युवाले प्रयोग नगरेको बताएका छन् । डिजिटल अन्तरक्रियाका हिसाबले निष्क्रिय युवा जनसंख्या पनि उलेख्य भेटियो । ११ प्रतिशत नेपाली युवाले अरूले पोष्ट गरेको समाचार र सूचनालाई कहिल्यै पनि सामाजिक सञ्जाल र डिजिटल प्ल्याटफर्महरूमा शेयर नगर्ने तथा त्यस्ता सामग्रीमा आफ्नो प्रतिक्रिया नदिने गरेको पाइयो ।

इन्टरनेटमार्फत हुने सार्वजनिक सरोकारका बहस वा राजनीतिक छलफलले नीति निर्माणमा ठूलो फरक पार्ने बहुसंख्यकले ठान्दछन् । यस्तो मान्यता राख्ने पनि आफैँ छलफलमा भने १२ प्रतिशत युवाहरू मात्र नियमित सहभागी हुने गरेको भेटियो ।

इन्टरनेटमा उपलब्ध सामग्री प्रयोग गर्दा अरूको गोपनीयता, प्रतिलिपि अधिकार तथा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको सम्मान गर्नुपर्छ भन्ने कुरामा नेपाली युवाहरू स्पष्ट देखिए । युवा जनसंख्याको ठूलो हिस्साले आफूमाथि मानहानी, दुर्व्यवहार लगायतका अनलाइन हिंसाको अनुभव गर्ने गरेको पाइयो । लैङ्गिक पहिचान, जात, धर्म वा अपाङ्गता लगायतका आधारमा जोखिम समूहमा रहेका व्यक्तिहरू अरू भन्दा दुई गुणा बढी डिजिटल हिंसाको शिकार हुने गरेका तथ्याङ्कले बताउँछ ।

यस अध्ययनबाट निस्किएका नतिजाको विश्लेषणबाट सरोकारवालाले लाभ लिन सक्नु भन्ने उद्देश्यका साथ सुझावहरू समेत तयार गरिएको छ । सुझावहरू डिजिटल सञ्चार माध्यम, त्यसका प्रयोगकर्ता (खासगरी युवाहरू), सरकार र सार्वजनिक संघसस्था तथा नागरिक समाजलाई छुट्टाछुट्टै तयार गरिएको छ । यस्ता सुझाव लागू भएमा सहभागितामूलक लोकतन्त्र, पारदर्शिता र जवाफदेहिताको वातावरण प्रवर्द्धन भई समाजमा विद्यमान द्वन्द्वलाई रचनात्मक ढङ्गले व्यवस्थापन गर्न सहयोग पुग्ने देखिन्छ ।

# विषयसूची

- प्राक्कथन.. ३
- अध्ययनको सारांश.. ५
- १. पृष्ठभूमि.. ९
- २. राष्ट्रिय सर्वेक्षण-२०८१.. ११
- २.१ सर्वेक्षणका सूचकहरू.. ११
- २.२ जनसाङ्ख्यिकीय विवरण.. १३
- ३. सूचनाको स्रोत र उपभोग.. १४
- ३.१ सञ्चार माध्यमको प्रयोग.. १४
- ३.२ समाचार विषयवस्तुको प्राथमिकता.. १५
- ३.३ समाचार र सूचनाको छनौट.. १६
- ४. सूचना अखण्डता.. १७
- ४.१ तथ्यपूर्ण र त्रुटिरहित सूचना.. १७
- ४.२ स्रोत र सन्दर्भ.. १८
- ४.३ माध्यमको विश्वसनीयता.. १८
- ४.४ समाचार र सूचनामा कमजोरी.. १९
- ५. आलोचनात्मक चेत.. २०
- ५.१ समाचारको निहित स्वार्थ.. २०
- ५.२ सूचना स्रोतको जानकारी.. २१
- ५.३ समाचार संस्थाको प्रभाव.. २२
- ५.४ समाचारदाता र लेखकको नाम उल्लेख.. २२
- ५.५ समाचारको नियत पहिचान.. २३
- ५.६ दुष्प्रचार पहिचान.. २३
- ६. डिजिटल सीप र दक्षता.. २४
- ६.१ सूचनामा पहुँच पुऱ्याउन जटिलता.. २५
- ६.२ उपभोग गर्ने सूचनाको तथ्य-जाँच.. २६
- ६.३ तथ्य जाँचका विधिहरू.. २६
- ६.४ प्ल्याटफर्ममा उजुरी.. २६

- ७. डिजिटल सहभागिता.. २९
  - ७.१ सेयर र प्रतिक्रिया.. २९
  - ७.२ नीतिगत बहसमा सहभागिता.. ३०
  - ७.३ नीति निर्माणमा प्रभाव.. ३१
  - ७.४ नेतृत्व चयनमा प्रभाव.. ३१
- ८. सम्वेदनशील र मर्यादित प्रयोग.. ३२
  - ८.१ प्रसार गर्ने सूचनाको तथ्य-जाँच.. ३२
  - ८.२ आफ्नो गोपनीयता संरक्षणको सजगता.. ३३
  - ८.३ अरूको अधिकारको सम्मान.. ३४
  - ८.४ अनलाइन हिंसाको भोगाइ.. ३४
  - ८.५ दुष्प्रचार र विभेदको अनुभव.. ३६
  - ८.६ निकटताका आधारमा सूचना छनौट.. ३६
  - ८.७ हिंसा र दुर्व्यवहारको डर.. ३७
  - ८.८ अपराध र हिंसा विरूद्ध प्रयास.. ३८
- ९. निष्कर्ष र सुझावहरू.. ३९
  - ९.१ निष्कर्ष.. ३९
  - ९.२ सुझावहरू.. ४१

## १. पृष्ठभूमि

कुनै सूचनाको स्रोत वा सञ्चारका माध्यमप्रति सबै पाठक वा श्रोता/दर्शकको मान्यता र धारणा एकनास हुँदैन । सम्बन्धित माध्यमसँगको आफ्नो पूर्वअनुभव, त्यसलाई प्रयोग गर्न सक्ने दक्षता, आफू आबद्ध समुदायमा त्यस माध्यमप्रतिको विश्वास, उमेर समूह, शैक्षिक योग्यता, राजनीतिक वा सांस्कृतिक पृष्ठभूमि जस्ता बहुआयामिक पक्षको प्रभावले सञ्चार माध्यमप्रतिको मान्यता र धारणामा एकरूपता वा विविधता पाइने विभिन्न अध्ययनहरूले निचोड निकालेका छन् ।

इन्टरनेट पहुँच बढ्दै जाँदा परम्परागत सञ्चार माध्यममाथिको निर्भरता हटाउँदै बहुसंख्यक जनसंख्या नियमित सूचना तथा समाचारका लागि डिजिटल मिडियामा भर पर्न थालेका छन् । उमेर समूहका हिसाबले डिजिटल मिडियाको ठूलो आकर्षण युवा वर्गमा देखिन्छ । *प्यू रिसर्च सेन्टर* (सन् २०२१) ले गरेको अध्ययन अनुसार अमेरिकामा १८-२९ वर्षका ९३ प्रतिशत युवाहरू इन्टरनेटबाट नियमित समाचार प्राप्त गर्छन्, यो उमेर समूहका १७ प्रतिशत मात्र छापा माध्यमका पाठक छन् ।

त्यसो त प्रयोग बढ्दैमा सञ्चार माध्यमप्रतिको धारणामा उस्तैगरी रूपान्तरण भने हुँदैन । विभिन्न अध्ययन अनुसार डिजिटल मिडिया (खासगरी सोसल मिडिया) भन्दा छापा वा अन्य परम्परागत माध्यमहरू अहिले पनि विश्वसनीयताका हिसाबले सबल देखिन्छन् । *रोयटर्स इन्स्टिच्युट* (सन् २०२२) को विश्वव्यापी अध्ययन अनुसार ३७ प्रतिशत युवाले समाचारपत्र बढी विश्वसनीय ठान्छन् भने केवल २६ प्रतिशतले सोसल मिडियाका सामग्रीलाई विश्वास गर्छन् ।

नेपाली युवाहरूमा पनि सूचना तथा समाचार खपत सम्बन्धी आनीबानीमा ठूलो परिवर्तन देखिएको छ । सोसल मिडिया, समाचार पोर्टल र विभिन्न सञ्चार एपको उपस्थितिले पुरानो परिदृश्यमा परिवर्तन आएको छ । *यूनिसेफ नेपाल* (सन् २०२१) को अध्ययन अनुसार कोभिड-१९ महामारीले नेपालमा विशेषगरी युवाहरूमा डिजिटल मिडियालाई प्रयोग गर्ने क्रममा तीव्रता आयो । तत्कालीन समयमा लगाइएको लकडाउन र सामाजिक दूरी कायम गर्नुपर्ने नियमले पनि छापा तथा टेलिभिजन माध्यमको प्रयोगमा न्यूनीकरण र डिजिटल माध्यमको प्रयोगमा बढोत्तरी ल्याइदियो ।

डिजिटल मिडियाको प्रयोग बढ्दै जाँदा यसले जसरी नयाँ-नयाँ अवसरहरू सिर्जना गरेको छ, उसैगरी जटिलता र चुनौतीहरू पनि थप्दै गएको छ । प्रविधि प्रयोगमा समान पहुँच र आवश्यक दक्षता नहुँदा 'डिजिटल डिभाइड' बढ्दै गएको छ । गोपनीयता र तथ्याङ्क सुरक्षाको मामिला पेचिलो बन्दै गएको छ । व्यावसायिक पत्रकारिता संकटमा पर्दै गएको छ भने समाचार र सूचनाको अखण्डता कायम राख्न अनेकन समस्या देखिएका छन् । 'अल्गोरिदम बायस', 'डिजिटल मेनुपुलेसन' र 'अनलाइन प्रपोगान्डा' आदि डिजिटल प्रविधिको विकाससँगै भित्रिएका चुनौती हुन् । त्यस्तै, मिथ्या सूचना र दुष्प्रचार विश्वव्यापी समस्याकै रूपमा आएका छन् । साइबर बुलिड, अनलाइन जालसाजी, अनलाइन यौन हिंसा, प्रतिलिपि अधिकार हनन् लगायत डिजिटल युगका जटिल समस्याहरू हुन् ।

यस्ता समस्याले 'मिडिया साक्षरता' एवम् 'सूचना साक्षरता' को महत्त्व बढाएका छन्, जसले प्रयोगकर्तामा आलोचनात्मक चेत, तथ्य-जाँचसम्बन्धी चेत र सीप, डिजिटल प्ल्याटफर्मका उपलब्ध सामग्रीको स्तर निर्धारणसम्बन्धी ज्ञान र सीप, डिजिटल संहिता, डिजिटल सम्वेदनशीलताप्रति सचेतना र अभ्यस्तता माग गर्छन् । डिजिटल साक्षरता केवल डिभाइस वा प्ल्याटफर्मको प्रयोग गर्ने सीपसँग मात्र सीमित छैन । यसमा प्रविधि सञ्चालन गर्ने दक्षताका साथमा आफ्नो सांस्कृतिक पृष्ठभूमिमा अर्थ निर्माण गर्न र बुझ्न सक्ने क्षमता, आलोचनात्मक चेत र सचेतनासाथ डिजिटल मिडिया प्रयोग गर्न सक्ने खुबी पनि पर्दछन् (बुलफिन र म्याकग्र, सन् २०१५) ।

स्वच्छ र पारदर्शी सूचना प्रणाली कायम रहेमा मात्र समाजमा हुन सक्ने द्वन्द्व र हिंसाको न्यायोचित समाधान दिन सकिन्छ । सक्षम र सूसूचित नागरिकले मात्र मानव अधिकार, समावेशी प्रतिनिधित्व एवम् शान्तिपूर्ण समाजको पैरवी गर्न सक्दछन् । खासगरी स्तरीय र अखण्ड सूचनामा पहुँच राख्ने युवा वर्गबाट अभिव्यक्ति स्वन्त्रताको संरक्षण, स्वतन्त्र प्रेसको रक्षाका साथै समग्र लोकतान्त्रिक मूल्य-मान्यता संरक्षणको अपेक्षा गर्न सकिन्छ । मिडियामा हुने खुल्ला र स्वच्छ बहसले समाजमा विद्यमान द्वन्द्वहरूको अहिंसात्मक र सिर्जनात्मक तवरबाट समाधान गर्न सक्छ (पन्त, सन् २०२३) ।

माथि चर्चा गरिएका विषयवस्तुका पृष्ठभूमिमा डिजिटल समाचार आउटलेट, सामाजिक सञ्जाल र अरू इन्टरनेटमा आधारित प्ल्याटफर्महरूप्रतिको युवा वर्गको मान्यता र धारणा पहिचान गर्नु आवश्यक देखिन्छ । खासगरी मिडिया र तथ्याङ्क साक्षरतासँग जोडिएका अनेकन आयामप्रति युवाहरूको मनोवृत्ति, मनोदशा, सचेतता र अभ्यास के कस्तो छ भन्नेबारे नेपालको सन्दर्भमा यस्तो अध्ययनको अभाव रहेको महसूस गर्दै यो राष्ट्रिय सर्वेक्षण गरिएको हो ।

## २. राष्ट्रिय सर्वेक्षण - २०८१

मिडिया र सूचना साक्षरतासम्बन्धी प्राञ्जिक अध्ययनमा थुप्रै सैद्धान्तिक अवधारणा स्थापित छन् । अध्येताहरूले मिडिया र सूचना साक्षरतालाई आमसञ्चार वा अन्तरवैयक्तिक सञ्चारको अध्ययन सीमामा मात्र सीमित नराखी सिकाइ, शिक्षा र साक्षरता, समाजशास्त्र, मानवशास्त्र, चलचित्र र भाषिक अध्ययन लगायतका क्षेत्रमा स्थापित सिद्धान्तसँग समेत जोडेर अध्ययन गर्ने गरेको पाइन्छ । आजकल यस्ता अध्ययनबाट सूचना साक्षरता र सञ्चार माध्यमहरूप्रतिको आमधारणा अध्ययनका लागि स्पष्ट सूचक र परीक्षण विधि र साधनहरू पनि विकास भएका छन् ।

यस अध्ययनलाई व्यवस्थित र नतिजामुखी बनाउन संयुक्त राष्ट्रसंघीय निकायसहित प्रतिष्ठित अन्तर्राष्ट्रिय संस्थाहरूका सान्दर्भिक स्रोत सामग्रीको समीक्षा गरिएको छ । सामग्रीको समीक्षाबाट निस्केका निष्कर्षले बाँकी अध्ययन प्रक्रियालाई निर्देशित गरेका छन् । सर्वेक्षणलाई आवश्यक सूचकहरू तय गर्न संयुक्त राष्ट्र संघको युनाइटेड नेसनस ग्लोबल प्रिन्सिपल्स फर इन्फरमेसन इन्ट्रेगिटी (सन् २०२४)', युरोपेली सङ्घको डिजिटल कम्पिटेन्ट फ्रेमवर्क फर सिटिजन्स (डिजिकम २.०) र डिजिटल सिटिजनसिप एजुनेसन ह्यान्डबुक जस्ता दस्तावेजहरूको सहयोग लिइएको छ ।

अध्ययनको पृष्ठभूमि बुझ्नका लागि मिडिया एक्सन नेपालसमेतले प्रकाशित गरेको 'कन्फिक्टेड सेन्सेटिभ जर्नालिजम एन्ड कम्युनिकेसन इन नेपाल, अ बेसलाइन स्टडी (सन् २०२२)' को पनि सहायता लिइएको छ । यसैगरी, बुलफिन र म्याकग्र (सन् २०१५) ले चर्चा गरेका 'थ्रिडी मोडल अफ डिजिटल लिटरेसी' ले अध्ययनका सूचकहरू तय गर्न सैद्धान्तिक मार्गदर्शन गरेको छ ।

### २.१ सर्वेक्षणका सूचकहरू

सर्वेक्षणको पहिलो सूचक रहेको छ, **सूचनाको स्रोत र उपयोग** । यस सूचक अन्तर्गत नेपाली युवाहरूले के कस्ता सञ्चार माध्यम प्रयोग गरी सूचना र समाचार प्राप्त गर्छन्, तुलनात्मक रूपमा कुन माध्यमको लोकप्रियता बढी छ, युवाहरूका मुख्य रुचि र छनौटका विषयहरू के के हुन् र यस्ता सूचनामा पहुँच पाउन उनीहरूका लागि कतिको सहज वातावरण उपलब्ध छ भन्ने पक्षहरूलाई परीक्षण गरिन्छ ।

दोस्रो सूचक हो, **सूचनाको अखण्डता** । अङ्ग्रेजीमा यसलाई 'इन्फरमेसन इन्ट्रिगिटी' भनिन्छ । सूचना कतिको तथ्यपूर्ण र त्रुटिरहित छन्, विवरणहरूमा एकरूपता कायम भएको छ कि छैन, यस्ता सूचनाहरू पूर्ण छन् कि आंशिक मात्र, सूचना समय-सान्दर्भिक छन् कि कुनै फरक कालखण्डसँग सम्बन्धित छन्, सूचनाको विश्वसनीयता कति छ र ती सूचनाको अडियन्सको परिवेशसँग निकटता छ कि छैन भन्ने प्रश्नहरूको परीक्षण यस सूचक अन्तर्गत गरिन्छ ।

**आलोचनात्मक चेत**, यो तेस्रो सूचक हो । समाचार वा सूचना प्राप्त गरेपछि सही वा गलत छुट्टाउन सक्छु भन्ने आत्मबल, सूचना उत्पादन गर्नेको नियत के हो भनेर पहिचान गर्न सक्ने क्षमता, आफूले प्राप्त गरेको सूचना कुन सन्दर्भमा तयार पारिएको हो भनेर विश्लेषण गर्ने चेत, यस्तो सूचनाले नैतिक तथा सामाजिक मर्यादामा पार्ने प्रभाव मूल्याङ्कन र सूचनामाथिको वैकल्पिक धारणा निर्माण गर्न सकिने अवस्थाको परीक्षण गर्न यो सूचक प्रयोग गरिएको छ ।

चौथो सूचक रहेको छ, **डिजिटल सीप र दक्षता** । सबै प्रयोगकर्ताले उत्तिकै उपयोगी र सान्दर्भिक सूचनामा पहुँच राख्छन् भन्ने हुँदैन । कस्तो सूचनाको लागि कस्तो डिभाइस वा डिजिटल प्ल्याटफर्मको छनौट गर्ने र खोजेकै सूचना सामग्रीमा पहुँच पुऱ्याउने दक्षता छ कि छैन भन्नेबारे यस सूचकको प्रयोग गरी परीक्षण गरिएको छ । साथै, आफूले प्राप्त गर्ने सूचनाको स्रोत पहिचान गर्ने र तथ्य जाँच गर्न निश्चित माध्यम तथा विधिको प्रयोग गर्ने दक्षताको स्तर मापनका लागि पनि यस सूचकको प्रयोग गरी परीक्षण गरिएको छ ।

**डिजिटल सहभागिता** अर्को सूचक हो । परम्परागत माध्यममा जस्तो 'निष्क्रिय अडियन्स' नभई डिजिटल माध्यमले अन्तरक्रिया गर्ने र अडियन्स आफैँलाई सूचनाको उत्पादन र पुनरुत्पादन गर्ने अवसर समेत दिन्छ । माध्यमको प्रयोग गरी सूचनाका उत्पादन वा पुनरुत्पादन गर्ने (शेयर गर्ने), सामाजिक अन्तरक्रियामा सहभागी हुने र डिजिटल माध्यमबाटै सार्वजनिक सरोकारका विषयमा प्रतिनिधित्व गर्ने तथा निर्णय प्रक्रियामा सहभागी हुने लोकतान्त्रिक अभ्यासका पक्षहरूलाई यस सूचक मार्फत परीक्षण गरिएको छ ।

छैटौँ सूचक हो, **सम्वेदनशील र मर्यादित प्रयोग** । डिजिटल माध्यमको प्रयोग र सूचनाको आदानप्रदान गर्दा प्रचलित कानून र सामाजिक मर्यादाको ख्याल गर्छन् वा गर्दैनन् भन्ने विषयलाई यस सूचकमार्फत अध्ययन गरिएको छ । यही सूचक प्रयोग गरी अपाङ्गता भएका व्यक्ति, लैङ्गिक, जातीय, धार्मिक दृष्टिले अल्पसंख्यक समुदाय लगायत जोखिमयुक्त जनसमूहप्रति कतिको सम्वेदनशील हुन्छन् भन्ने पक्षलाई पनि हेरिएको छ ।

समग्रमा, लक्षित उमेर समूहमा पर्ने नेपाली युवाहरूले आफूले डिजिटल माध्यम प्रयोग गर्दा कस्ता आनीबानी विकास गरेका छन्, अरू प्रति कस्तो व्यवहार गर्छन्, अरू प्रयोगकर्ताले गर्ने व्यवहार र समग्रमा माध्यम तथा प्ल्याटफर्महरूमा उपलब्ध हुने सूचना र समाचारप्रति उनीहरूको धारणा बुझ्नका लागि सूचकलाई उपयोगमा ल्याइएको छ । यिनै सूचकहरू अन्तरगत रहेर यस सर्वेक्षणका लागि व्यक्तिगत र जनसाङ्ख्यिक विवरण सहितको सर्वेक्षण प्रश्नावली तयार गरिएको हो ।

## २.२ जनसाङ्ख्यिकीय विवरण

मुलुकको जनसाङ्ख्यिक विविधता र भौगोलिक वितरणलाई ख्याल गर्दै देशभरको प्रतिनिधित्व हुने गरी १८ देखि ३० वर्ष उमेर समूहका उत्तरदातालाई सर्वेक्षणमा सहभागी गराइएको छ । इन्टरनेटमा उत्तरहरू सङ्ग्रह गर्ने गरी तयार गरिएको डिजिटल फारममा ३ सय ३२ युवाले जवाफ भएका थिए । सर्वेक्षणमा १ सय ५६ जना महिला र १ सय ७६ पुरुष सहभागी भएका थिए । पेशागत हिसाबले ४७ प्रतिशत विद्यार्थी, ३४ प्रतिशत सञ्चारकर्मी, ४ प्रतिशत कन्टेन्ट क्रियटर, १ प्रतिशत सेलिब्रेटी र १५ प्रतिशत अन्य पेशामा आबद्ध थिए ।

भौगोलिक र बसोबास क्षेत्रको समेत विविधतालाई समेट्ने प्रयास गर्दा ६० प्रतिशत शहरी, १९ प्रतिशत अर्धशहरी र २२ प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्रमा बसोबास गर्ने उत्तरदाता सहभागी भए । ७ वटै प्रदेशको सहभागिता भएको सर्वेक्षणमा अधिकांश जिल्लाहरूको पनि प्रतिनिधित्व भएको छ । शैक्षिक योग्यताका हिसाबले १२ कक्षा भन्दा कम, १२ कक्षा उत्तीर्ण, स्नातक तह उत्तीर्ण र स्नातकोत्तर तह वा सो भन्दा बढी योग्यता भएका सहभागीले प्रश्नावलीमा जवाफ दिएका थिए ।

सर्वेक्षण फारम लक्षित समूहमा पुगून् भन्ने अभिप्रायले मिडिया एक्सन नेपालको वेबसाइट र सम्पर्क सञ्जाल प्रयोग गरिएको छ । संस्थाको डेटाबेसमा रहेका व्यक्तिका इमेल र सोसल मिडिया प्रयोग गरी सर्वेक्षण फारम वितरण गरिएका थिए ।

सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कहरूलाई पूर्वनिर्धारित सूचकको आधारमा विश्लेषण गर्दै निष्कर्ष निकालिएको छ ।

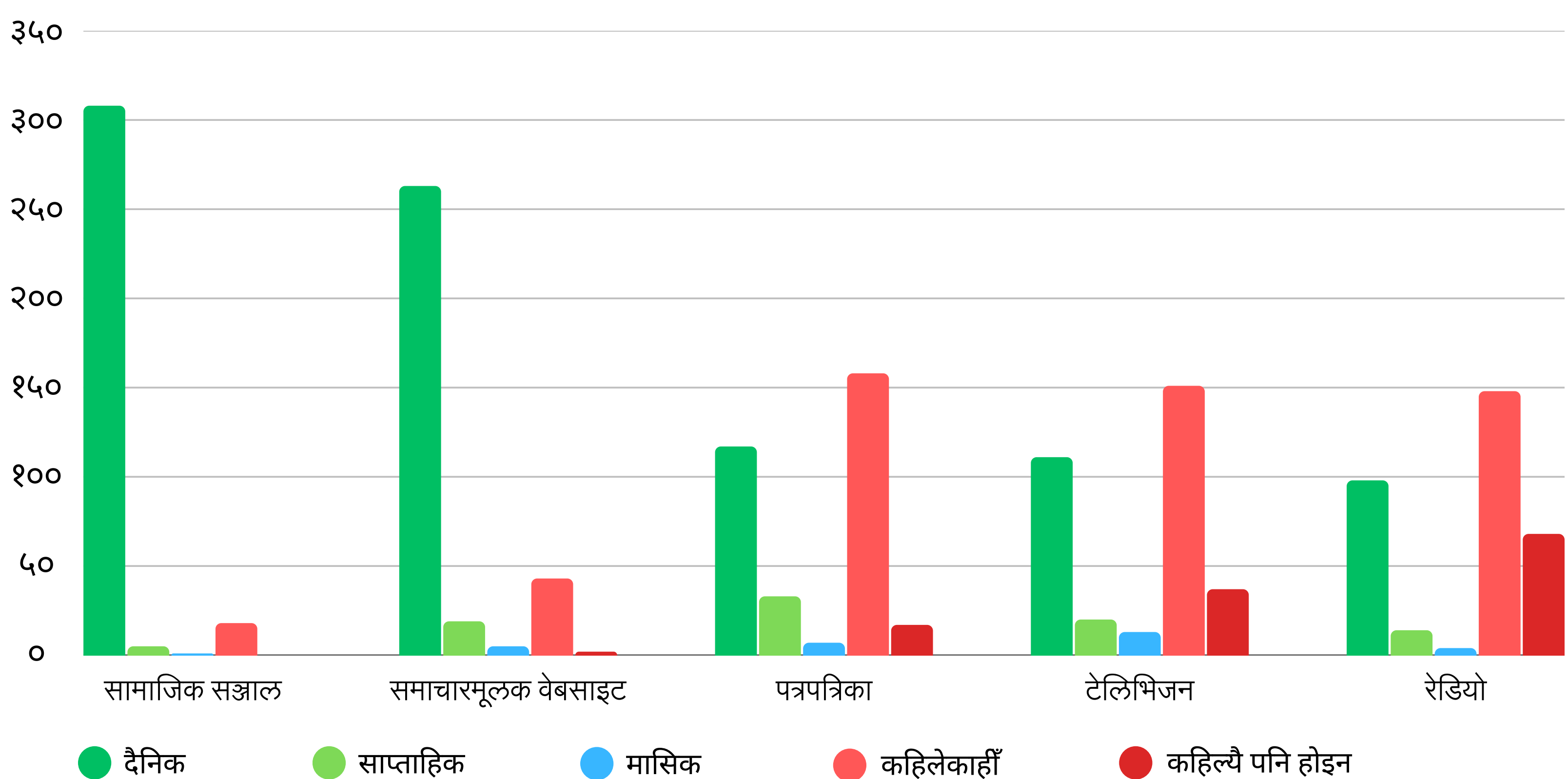
### ३. सूचनाको स्रोत र उपभोग

अमेरिकी संस्था *कमन सेन्स मिडिया*को अध्ययनबाट संयुक्त राज्य अमेरिकाका किशोर-किशोरीहरूले विद्यालयको कामबाहेक दैनिक औसतमा ७ घण्टा २२ मिनेट मिडियाले सम्प्रेषण गरेका सामग्री उपभोगमा बिताउने गरेको देखिएको छ (राइडआउट र रब, सन् २०१९) । इन्टरनेट आमगन हुनुभन्दा पहिले अखबार, रेडियो तथा टेलिभिजनबाट सूचना प्राप्त गर्नुको विकल्प थिएन । इन्टरनेटको उपलब्धता र प्रयोग बढ्दै गएपछि सूचना-स्रोतको विविधतामा पनि विस्तार भयो । सामाजिक सञ्जाल, अनलाइन समाचार पोर्टल र सोसल मिडिया मार्फत सूचना उपभोग गर्ने अभ्यास बढ्दै गएको पाइन्छ ।

पछिल्लो समय भिडियो सामग्रीप्रतिको आकर्षण बढ्दै गएको छ । एन्डरसन (२०२२) ले अमेरिकी किशोरकिशोरीमा गरेको अध्ययनका अनुसार कम उमेरका प्रयोगकर्ताहरूबीच युट्युब, टिकटकजस्ता भिडियो प्ल्याटफर्म बढी लोकप्रिय छन् । यसले परम्परागत पाठ्यसामग्रीमा आधारित अन्तरवस्तुका तुलनामा दृश्य र अन्तरक्रियात्मक सामग्रीमा आकर्षण बढ्दै गएको स्पष्ट देखिन्छ ।

यसै पृष्ठभूमिमा आफूलाई चाहिने समाचार र सूचना सम्बन्धी आवश्यकता पूरा गर्न नेपाली युवाले के कस्ता सञ्चार माध्यम प्रयोग गर्छन् र ती माध्यमलाई कतिको नियमित प्रयोगमा गर्छन् भन्ने मापन गर्न यस सूचकलाई उपयोगमा ल्याइएको छ । सञ्चार माध्यममा उपलब्ध हुने सामग्रीमध्ये उनीहरूका मुख्य रुचिका विषय के-के हुन् र आफ्नो रोजाइका समाचार वा सूचना प्राप्त गर्नका लागि उनीहरूले कस्ता रणनीति प्रयोग गर्छन् भन्ने थाहा पाउनका लागि पनि यस सूचक उपयोगमा ल्याइएको छ ।

#### ३.१ सञ्चार माध्यमको प्रयोग

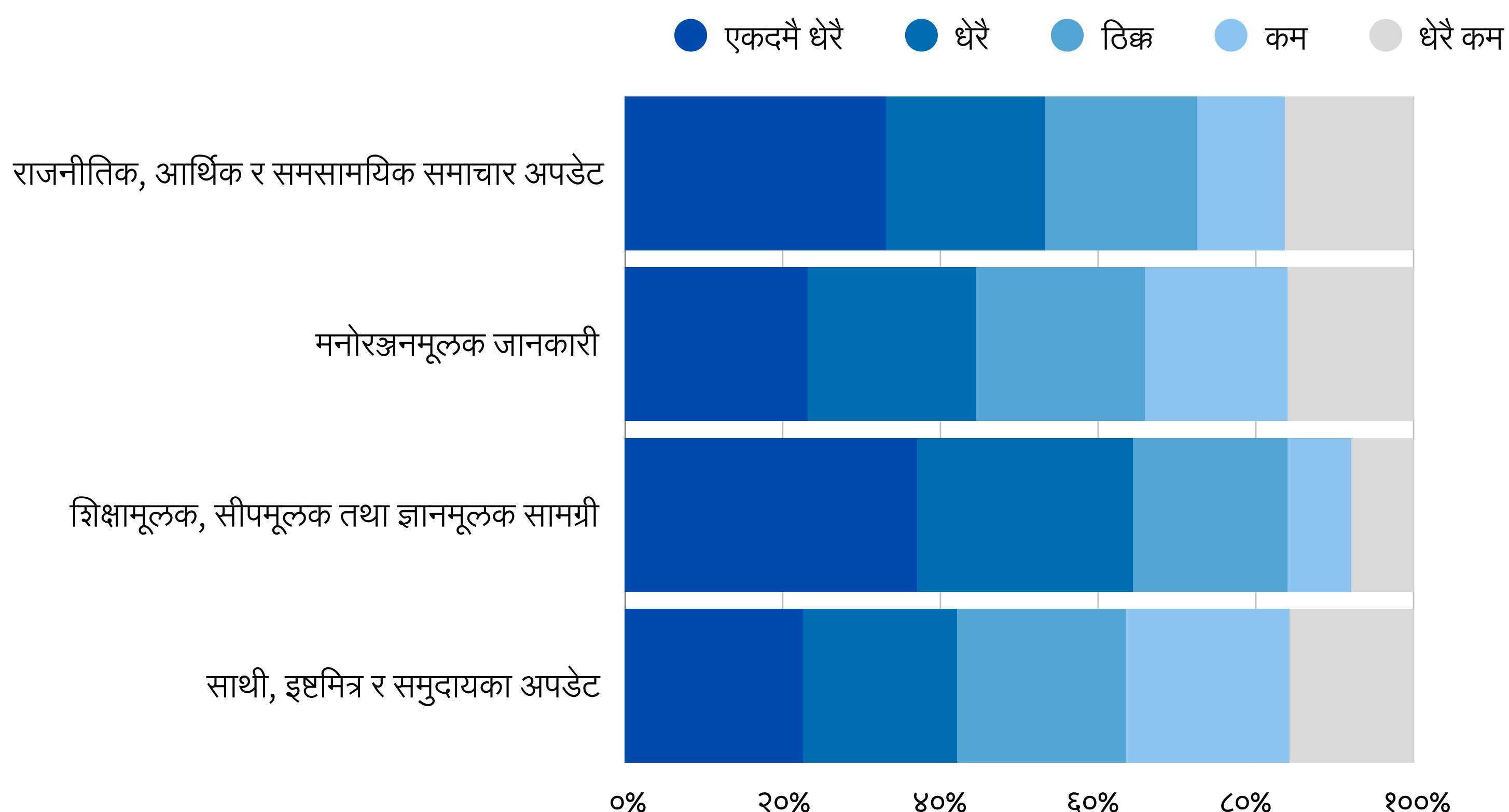


नियमित समाचार र सूचनाको प्रयोजनका लागि नेपाली युवाहरूले सबैभन्दा बढी सामाजिक सञ्जालको प्रयोग गर्ने गरेको देखिएको छ । ९३ प्रतिशत सहभागीले नियमित सूचना पाउने उदेश्यका साथ हरेक दिन सामाजिक सञ्जालको प्रयोग गर्ने गरेका छन् । सूचनाका लागि दैनिक समाचारमूलक वेबसाइट उपयोग गर्ने ७९ प्रतिशत छन् । यसको तुलनामा पत्रपत्रिका दैनिक पढ्नेहरू जम्मा ३५ प्रतिशत छन् । ३३ प्रतिशतले नियमित रूपमा टेलिभिजन हेर्ने गरेका छन् भने रेडियो ३० प्रतिशतले मात्र सुन्ने गरेका छन् ।

अरु देशका अध्ययनहरूले देखाए जस्तै नेपाली युवाहरू पनि डिजिटल माध्यमको तुलनामा परम्परागत सञ्चार माध्यमको उपयोगमा कम रुचि देखाउँछन् । सर्वेक्षणमा सहभागी कुल उत्तरदातामध्ये २० प्रतिशतले रेडियो, ११ प्रतिशतले टेलिभिजन र ५ प्रतिशतले पत्रपत्रिका कहिल्यै पनि प्रयोग नगर्ने जवाफ दिए । १ प्रतिशत सहभागीले मात्र समाचारमूलक वेबसाइट प्रयोग नगर्ने बताए । सामाजिक सञ्जाल प्रयोग नगर्नेको सङ्ख्या भने शून्य छ ।

### ३.२ समाचार विषयवस्तुको प्राथमिकता

डिजिटल प्ल्याटफर्ममा उपलब्ध हुने विविध प्रकृतिका विषयवस्तुमध्ये कस्ता सामग्री नेपाली युवाहरूको प्राथमिकतामा पर्दछन् भन्ने बुझ्न चारवटा वर्गमा विभाजन गरी हेर्ने प्रयास गरिएको छ । पहिलो वर्ग, राजनीतिक, आर्थिक र समसामयिक समाचार अपडेट । दोस्रो, मनोरञ्जनमूलक जानकारी । तेस्रो, शिक्षामूलक, सीपमूलक तथा ज्ञानमूलक सामग्री । चौथो, साथी, इष्टमित्र र समुदायका अपडेट । यी विषयगत वर्गलाई आफ्नो प्राथमिकता अनुसार रेटिङ गर्न सर्वेक्षणमा सहभागीलाई अनुरोध गरिएको थियो । १ देखि ५ सम्मको रेटिङमा बढी प्राथमिकताका सामग्रीलाई ५ र थोरै प्राथमिकताका सामग्रीलाई १ रेटिङको लागि अनुरोध गरिएको थियो ।



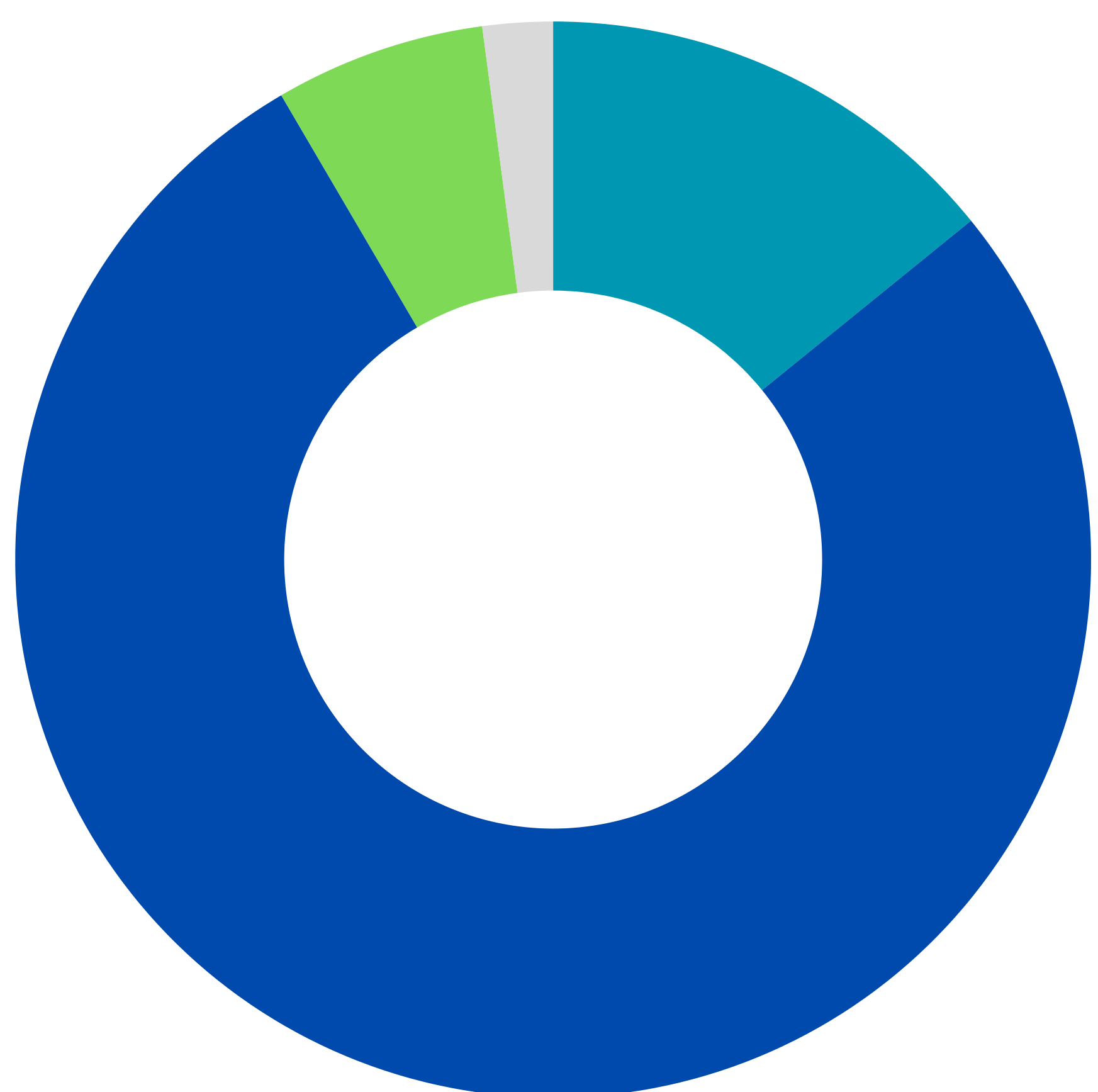
नतिजा अनुसार सबैभन्दा बढी ३.७८/५ स्कोरसहित शिक्षामूलक, सीपमूलक तथा ज्ञानमूलक सामग्रीमा आफ्नो रुचि रहेको मत सहभागीहरूले जाहेर गरेका छन् । दोस्रोमा राजनीतिक, आर्थिक र समसामयिक समाचार अद्यावधिक (अपडेट) ले ३.४३/५ स्कोर प्राप्त गरेको छ । त्यस्तै, मनोरञ्जनमूलक जानकारीले ३.१८/५ स्कोर प्राप्त गरेको छ भने साथी, इष्टमित्र र समुदायका अपडेटमा ३.१३/५ स्कोर प्राप्त भएको छ । यसप्रकारको नतिजाले नेपाली युवाहरू एकै प्रकृतिको समाचार वा जानकारीमा भन्दा विविधीकृत सामग्रीमा रुचि राख्छन् भन्ने देखिन्छ ।

### ३.३ समाचार र सूचनाको छनौट

अनलाइन सञ्चार माध्यममा आफ्नो प्राथमिकताको सामग्री छनौट गर्न प्रयोगकर्तालाई प्राविधिक, व्यावहारिक वा सीपजन्य अवरोधहरू हुन सक्छन् । यसबाट कतिपय अवस्थामा समाचार आउटलेटको प्रयोग वा सामग्री छनौटमा अडियन्सको नियन्त्रण नहुन सक्छ । सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये १४ प्रतिशतले मात्र आफूले चाहेकै सामग्री सजिलै प्राप्त गर्न सक्ने बताए । अधिकांश सहभागी (७७ प्रतिशत) ले आफ्नो आवश्यकता वा रुचिको सामग्री कहिले आफैँ खोज्ने त कहिले सामाजिक सञ्जाल वा तेस्रो पक्षीय प्ल्याटफर्ममा उपलब्ध लिङ्कहरूलाई फलो गर्ने बताए । ६ प्रतिशत सहभागीले डिजिटल प्ल्याटफर्म प्रयोग गर्दै जाँदा भेटिने सामग्रीलाई नै सधैँ फलो गर्ने बताए । बाँकी २ प्रतिशतले यस्तो कुनै पर्बाह नै नगरी डिजिटल माध्यमको प्रयोग गर्ने गरेको जानकारी दिए ।

डिजिटल मिडिया प्रयोगबारे आफ्नो अनुभव वा धारणा राख्न गरिएको आग्रहमा सर्वेक्षणमा सहभागी अधिकांशले डिजिटल मिडियाको व्यापकताले सार्वजनिक सरोकारका समाचार वा सूचना प्राप्त गर्न र सोसल मिडियाको प्रयोगबाट सामाजिक अन्तरक्रियामा विगतमा भन्दा धेरै सहज भएको बताए । तर, सहज पहुँच, सामग्रीमा विविधता र छिटो सूचनाको फैलावट हुने भए पनि डिजिटल सञ्चार माध्यमले परम्परागत सञ्चार माध्यमहरूका तुलनामा विश्वासनीयता कायम गर्न नसकेको सहभागीहरूको मत छ ।

- सबै समाचार आफैँ खोज्छु (१४%)
- कुनै आफैँ खोज्छु र कुनै भेटिने लिङ्कमा फलो गर्छु (७७%)
- प्रयोग गर्दै जाँदा जे भेटिन्छ त्यसलाई फलो गर्छु (६%)
- त्यस्तो केही मतलब गर्दिन (२%)



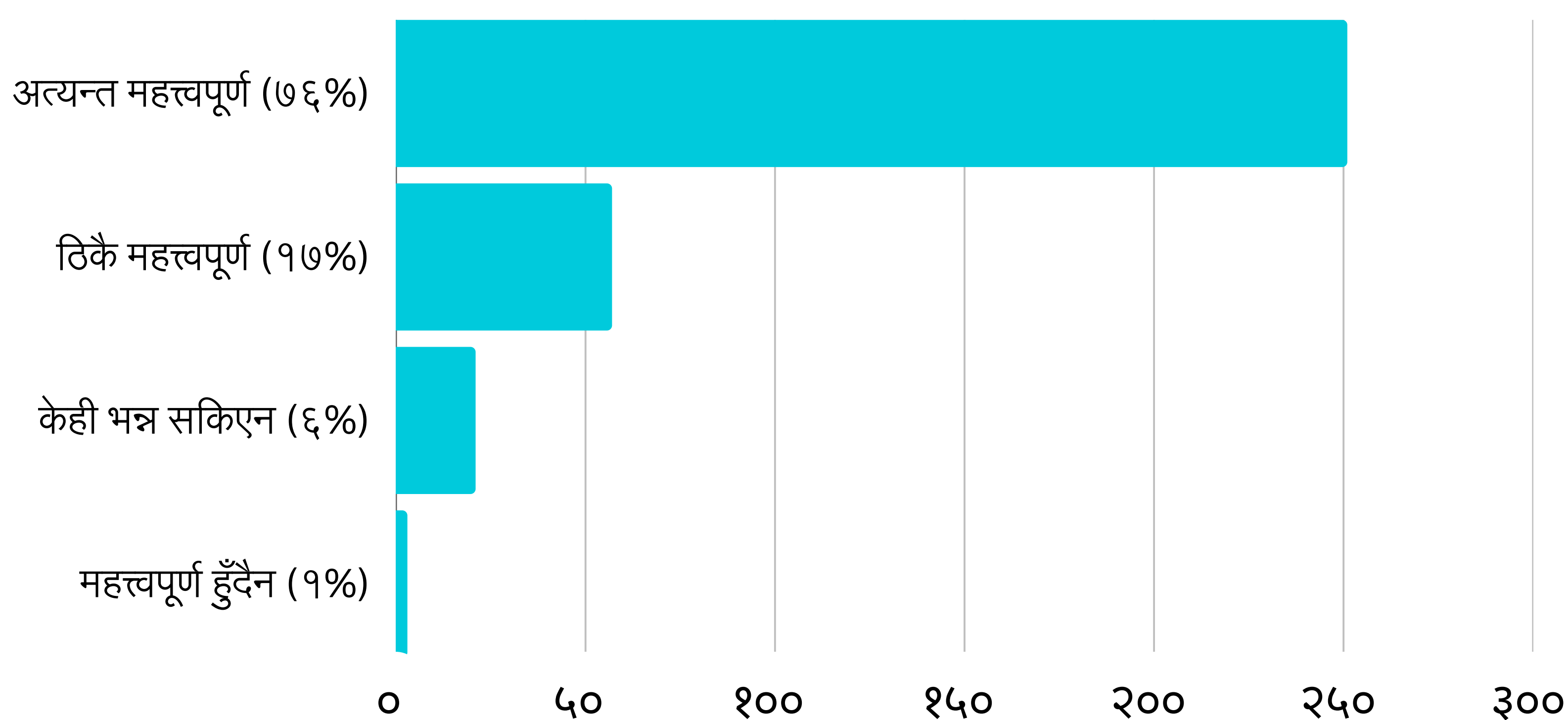
## ४. सूचना अखण्डता

अंग्रेजीमा 'इन्फरमेसन इन्ट्रिगिटी' भनिने 'सूचना अखण्डता' ले सूचना उत्पादन भएदेखि त्यसको उपयोगसम्मको चरणसम्म पुग्दा सूचनाको तोडमोड नभएको, विश्वास कायम रहेको, कसैको पनि अनाधिकृत पहुँच पुग्न वा हस्तक्षेप हुनबाट सुरक्षित गरिएको अवस्थालाई बुझाउँछ । यसले सम्प्रेषित सूचना मौलिक अवस्थामा रहेको सुनिश्चित गर्दछ र उपयोगकर्तालाई बिना संकोच सूचना उपयोग गर्ने वातावरण सिर्जना गर्दछ (मुखर्जी र रामचन्द्रन, सन् २०१८; झाड र लिउ, सन् २०२०) ।

अखण्डता कायम रहेको सूचना तथ्यपूर्ण र त्रुटिरहित, एकरूपतायुक्त, पूर्णता कायम भएको, समय सान्दर्भिक, विश्वसनीय र प्रापकसँग भावनात्मक निकटता भएको विषय हुनु पर्दछ । यस अध्ययनमा नेपाली युवाहरूले आफूले मिडिया वा डिजिटल प्ल्याटफर्महरूबाट सूचना उपभोग गर्दा सूचना अखण्डताको पक्षलाई कतिको ख्याल गर्दछन् वा कतिको महत्त्वपूर्ण ठान्दछन् भन्ने बुझ्ने प्रयास गरिएको छ ।

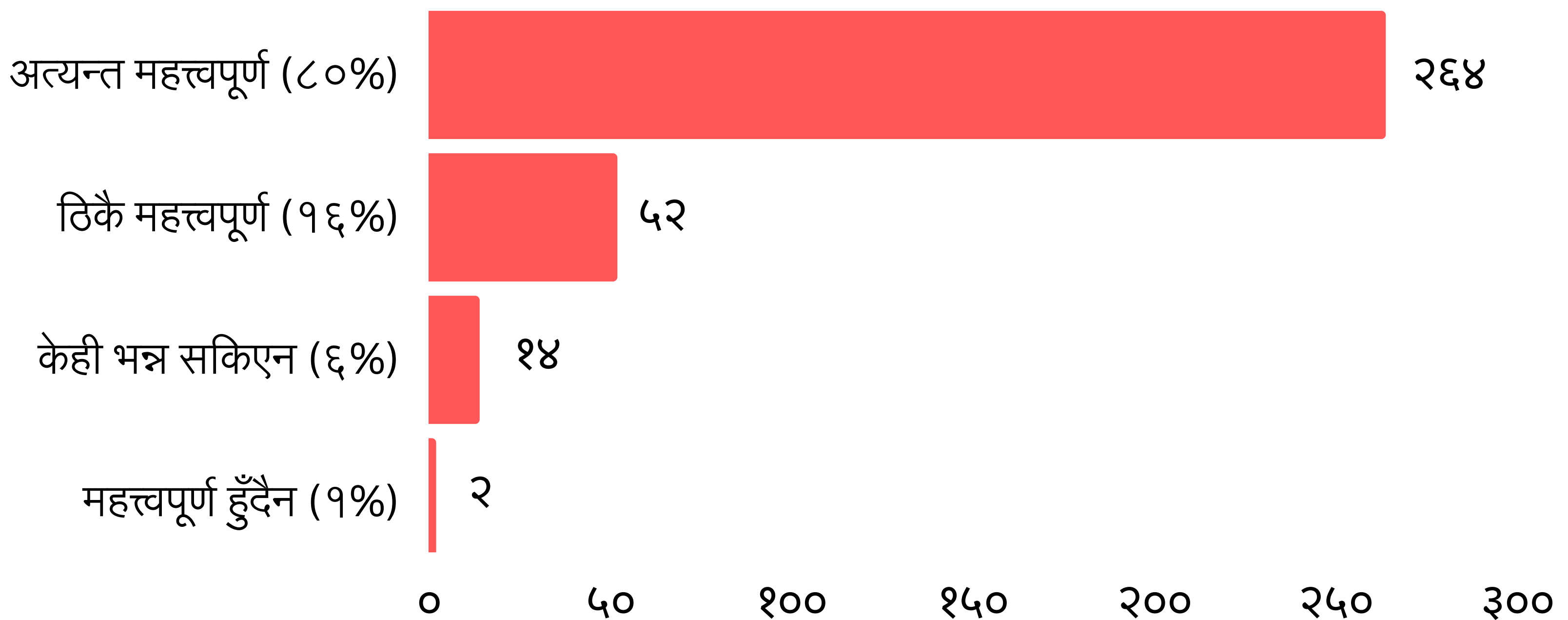
### ४.१ तथ्यपूर्ण र त्रुटिरहित सूचना

तपाईंले सञ्चार माध्यमबाट प्राप्त गर्ने सूचना तथ्यपूर्ण र त्रुटिरहित हुनु कतिको जरूरी वा महत्त्वपूर्ण ठान्नुहुन्छ भन्ने प्रश्नको जवाफमा ७६ प्रतिशत सहभागीले अत्यन्त महत्त्वपूर्ण हुने मत जाहेर गरेका छन् । १७ प्रतिशत सहभागीले ठिकै महत्त्वपूर्ण हुने ठान्छन् भने ६ प्रतिशतले यस्तो महत्त्वपूर्ण हुन्छ वा हुँदैन केही भन्न नसकिने बताए । १ प्रतिशत उत्तरदाताले यो महत्त्वपूर्ण हुँदैन भन्ने जवाफ दिए ।



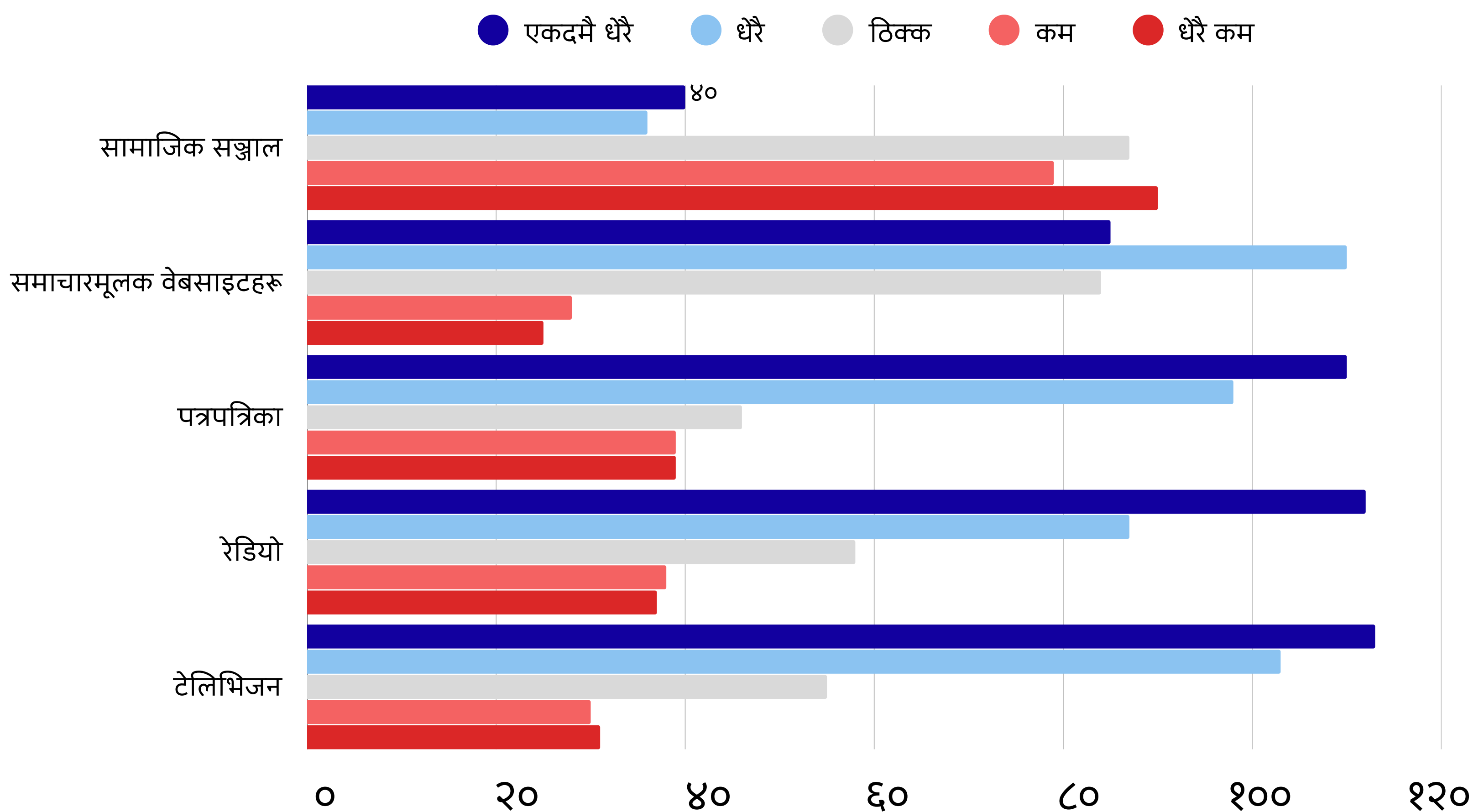
## ४.२ स्रोत र सन्दर्भ

मिडियामा आउने समाचार वा जानकारीको स्रोत उल्लेख हुनु, सूचनाको सन्दर्भ के हो भनेर उल्लेख हुनुका साथै पारदर्शिता र जवाफदेहिता कायम हुनु कति महत्त्वपूर्ण ठान्नुहुन्छ भन्ने प्रश्नको जवाफमा ८० प्रतिशत सहभागीले यसलाई अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण ठानेको जवाफ दिए । १६ प्रतिशत सहभागीले ठीकै महत्त्वपूर्ण हुने बताए भने १ प्रतिशतले चाहिँ महत्त्वपूर्ण हुँदैन भन्ने बताए । यसैगरी, १४ जना सहभागी अर्थात् ४ प्रतिशत सहभागीले केही भन्न नसकिने जवाफ दिएका छन्।



## ४.३ माध्यमको विश्वसनीयता

प्रयोगकर्ताको पहुँच र प्रयोगको आदत सञ्चारका विभिन्न माध्यममा फरक-फरक हुन सक्छ । तर, धेरै प्रयोग हुने माध्यमलाई नै प्रयोगकर्ताले विश्वसनीय वा भरपर्दो सूचनाको स्रोत मान्छन् भन्ने चाहिँ हुँदैन ।



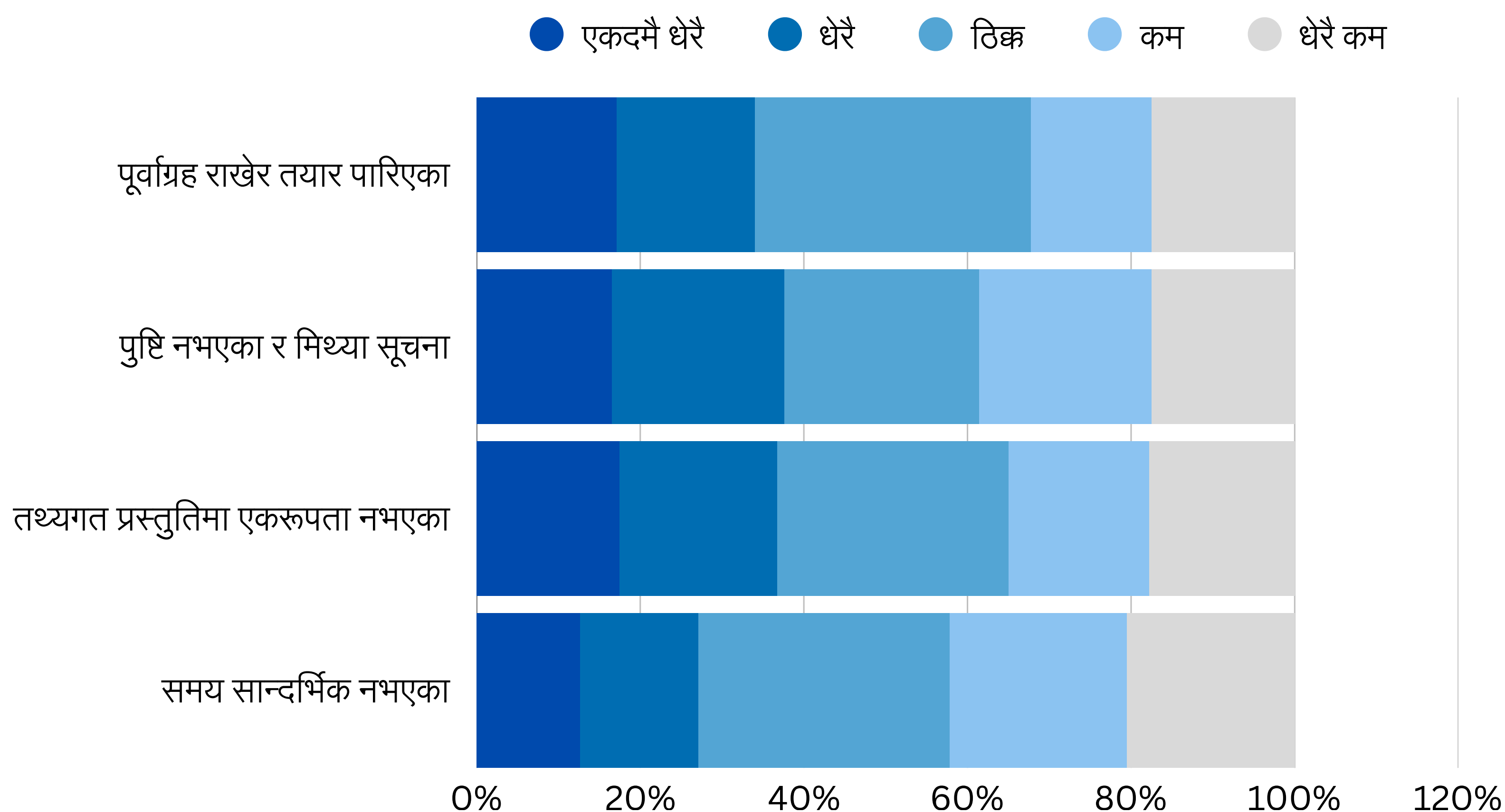
अध्ययनमा सहभागीमध्ये बहुसंख्यकले टेलिभिजनलाई सबैभन्दा विश्वसनीय माध्यम मानेका छन् । टेलिभिजनले ३.७१/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ ।

युवाहरूले सबैभन्दा बढी प्रयोग गर्ने सामाजिक सञ्जालको विश्वसनीयता भने सबैभन्दा कमजोर पाइएको छ । यसको रेटिङ २.५७/५ मात्र छ । विश्वसनीयताका हिसाबले रेडियोले दोस्रो स्थानमा आउँछ । रेडियोले ३.६१/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ । पत्रपत्रिका र समाचारमूलक वेबसाइटले भने समान रेटिङ अर्थात् ३.६०/५ प्राप्त गरेका छन् ।

#### ४.४ समाचार र सूचनामा कमजोरी

सञ्चार माध्यमको प्रयोगमा समाचार र सूचनामा भेटिने कस्ता कमजोरी युवाहरूले बढी महसूस गर्ने गरेका छन् भन्ने बुझ्ने प्रयास गरिएको छ । उत्तरदाताहरूले सञ्चार माध्यममा पूर्वाग्रह राखेर तयार पारिएका सामग्री र समाचारको प्रस्तुतिमा तथ्यगत एकरूपताको अभाव सबैभन्दा बढी कमजोरी रहेको बताएका छन् । दुवै प्रकारका कमजोरीको रेटिङ ३.०२/५ रहेको छ । यस प्रश्नमा बढी रेटिङले बढी समस्या भएको देखाउँछ ।

पुष्टि नभएका र मिथ्या समाचार दोस्रो ठूलो समस्याको रूपमा युवाहरूले औल्याएका छन् । यसको २.९८/५ रेटिङ रहेको छ । समय-सान्दर्भिक नभएका सामग्रीहरू तेस्रो ठूलो समस्याको रूपमा छन् । यस्ता सामग्रीलाई सर्वेक्षणमा सहभागी युवाहरूले २.७७/५ रेटिङ दिएका छन् ।



## ५. आलोचनात्मक चेत

दैनिक जीवनमा साथीभाइ बीचमा कुरा गर्दा होस् वा परिवार र समुदायका छलफलमा होस्, अरूले भनेका सबै कुरामा हामी आफ्नै विवेकको प्रयोग गरी विश्लेषण र मनन गर्ने गर्दछौं । सबै कुरा स्वीकार गर्न पनि सक्छौं, नगर्न पनि सक्छौं । आंशिक कुरा स्वीकार गरेर थप जानकारी अरू स्रोतबाट ग्रहण गर्न पनि सक्छौं । सञ्चार माध्यम, इन्टरनेट वा अरू कुनै स्रोतबाट सूचना ग्रहण गर्दा पनि यसरी नै हामीले आफ्नो विवेकलाई प्रयोग गर्दछौं । सामान्य अर्थमा बुझ्दा कतैबाट प्राप्त जानकारीलाई यथार्थ धरातलमा उभिएर कुशलतापूर्वक विश्लेषण, मूल्याङ्कन र संश्लेषण गर्ने प्रक्रिया नै आलोचनात्मक चेत हो ।

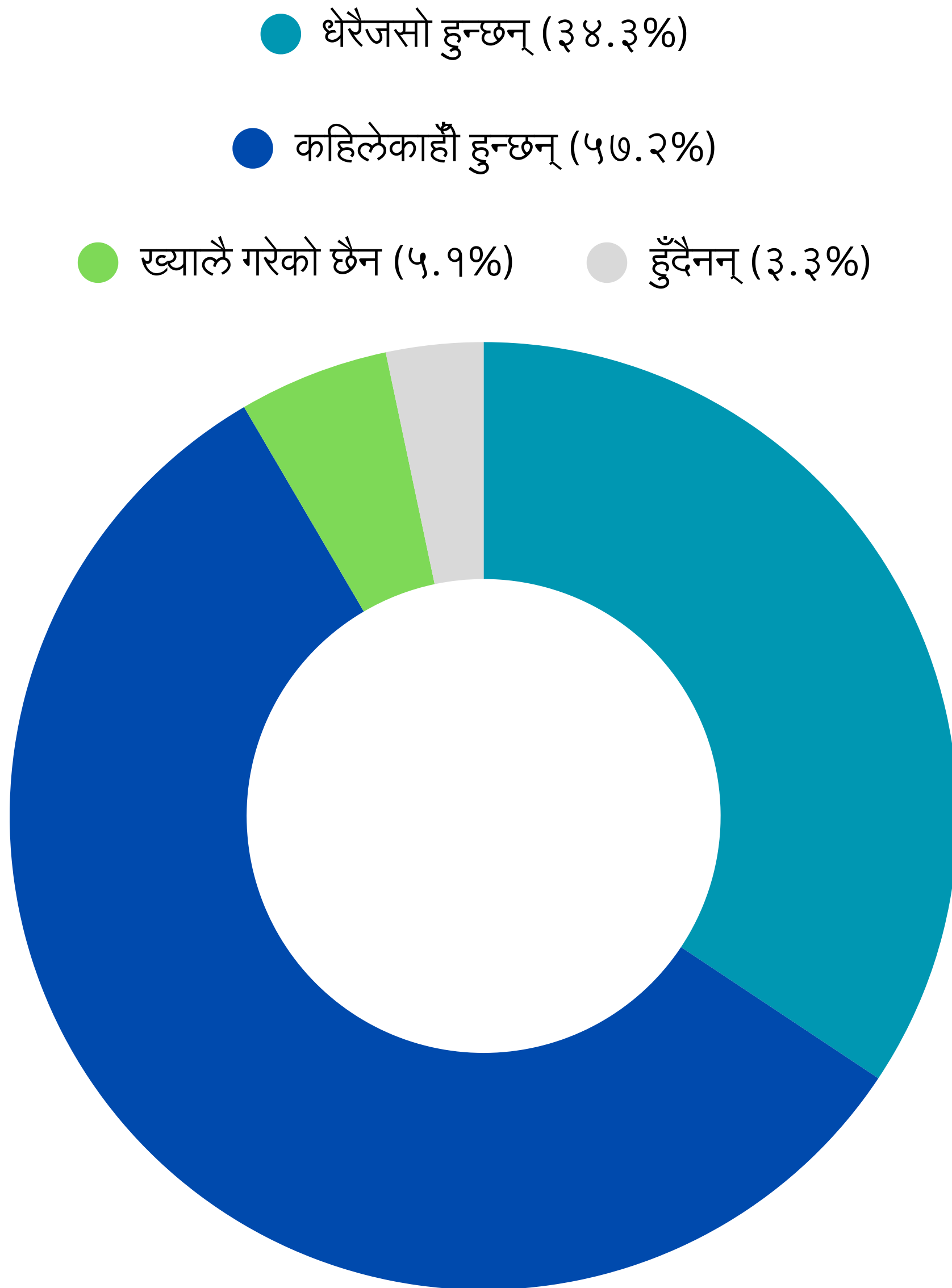
इन्टरनेटमा सूचना उत्पादन, भण्डारण र वितरणको विश्वव्यापी र व्यापक संरचना हुने भएकाले परम्परागत सञ्चार माध्यमहरूमा भन्दा डिजिटल मिडियामा भ्रामक र झूटा सूचनाहरूको उत्पादन र प्रसार अत्यन्त व्यापक हुन्छ । म्याग्नू र अन्य (सन् २०१७) का अनुसार डिजिटल माध्यमका प्रयोगकर्ताले यस्ता गलत सूचनाको सामना गर्न आफ्नो आलोचनात्मक चेत थप बिस्तार गर्नु जरूरी छ ।

आलोचनात्मक चेतले डिजिटल सामग्रीमा प्रस्तुत गरिएका तर्क, दाबी र प्रमाण पहिचान र विश्लेषण गर्न सघाउँछ (फासियोन, सन् २०२०) । यसले अनलाइन मिडियामा भेटिने घोषित वा अघोषित पक्षपात, गलत जानकारी र दुष्प्रचारलाई पहिचान गर्न सहजीकरण गर्छ (ब्रेकस्टोन र अन्य, सन् २०१८) ।

यस अध्ययनमा आलोचनात्मक चेत सूचक अन्तर्गत, नेपाली युवा वर्गले मिडिया वा डिजिटल प्ल्याटफर्महरूमा उपलब्ध सामग्रीहरूलाई कसरी आफ्नो आलोचनात्मक चेतको प्रयोग गरी सही वा गलत पहिचान गर्ने गर्छन् र गलत सूचनाबाट आफू प्रभावित हुने छैन भन्ने सुनिश्चित गर्न कुन स्तरको आत्मबल देखाउँछन् भन्ने परीक्षण गर्न प्रयास गरिएको छ । यहाँनेर, कुन सन्दर्भमा सूचना तयार पारिएको हो, सूचना तयार गर्नेको नियत के हो, सूचना स्रोतमाथि किन र कसरी विश्वास वा आशंका गर्ने भन्ने जस्ता पक्षलाई बुझ्न प्रयास गरिएको छ ।

### ५.१ समाचारको निहित स्वार्थ

सामाजिक सञ्जाल र अरू सञ्चार माध्यममा समेत उपलब्ध हुने समाचारको उद्देश्य केवल जानकारी गराउने मात्र नहुन सक्छ । यस्ता सामग्री पत्रकारिताको विशुद्ध व्यवसायिक अभ्यासमात्र नभई कुनै निहित स्वार्थबाट प्रेरित भएर भएको हुन सक्छन् । यस्तो अवस्थामा प्रयोगकर्ताले आफ्नो आलोचनात्मक चेत प्रयोग गरेर यस्ता सामग्री पहिचान गर्दै त्यसलाई ग्रहण गर्ने वा बेवास्ता गर्ने भन्ने निचोड निकाल्छन् ।

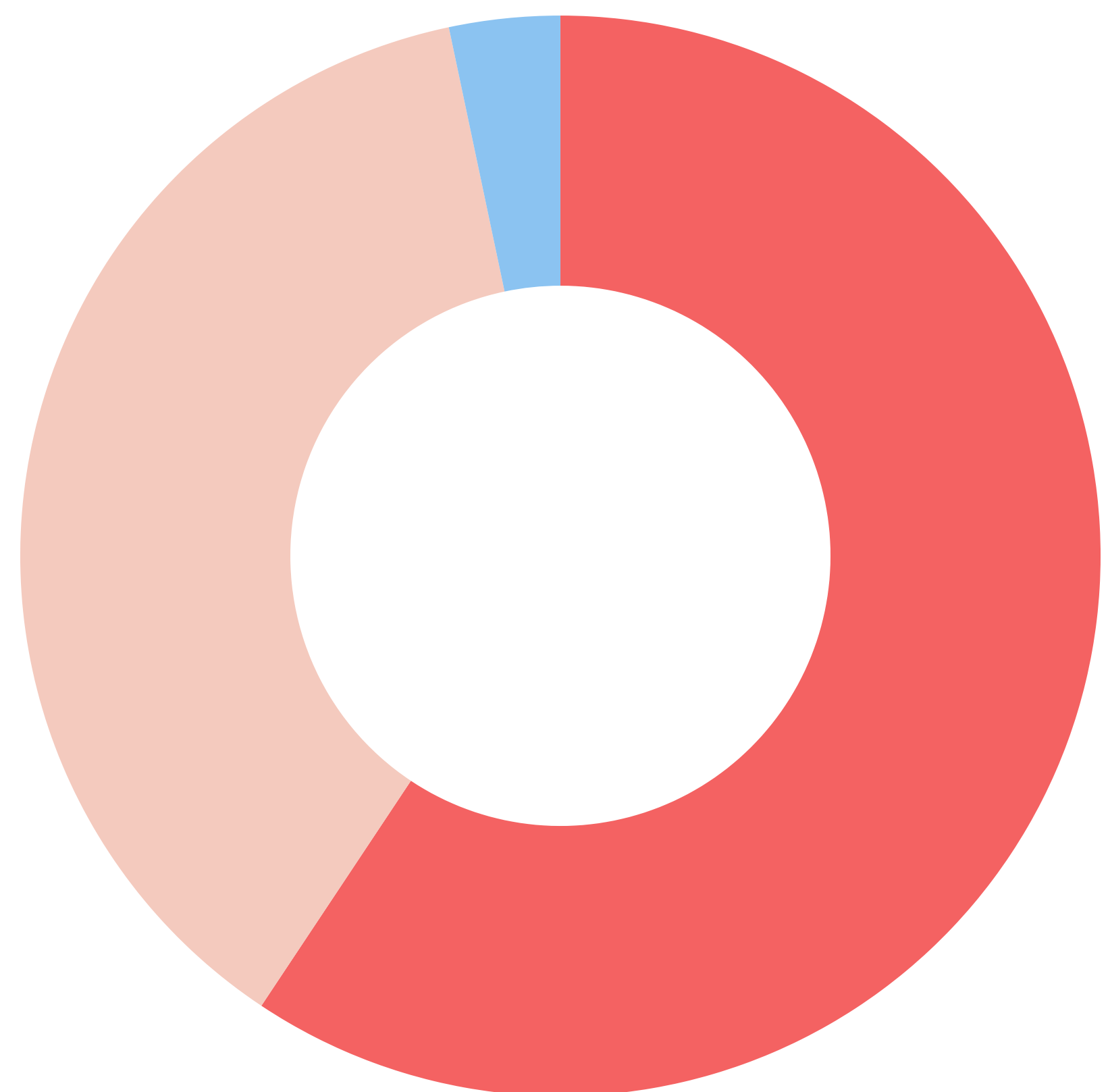


यस सर्वेक्षणमा सहभागी युवालाई सामाजिक सञ्जाल र अरु सञ्चार माध्यममा उपलब्ध समाचार कसैको निश्चित स्वार्थका लागि तयार गरिएका हुन्छन् कि हुँदैनन् भन्नेबारे आफ्नो अनुभव बताउन भनिएको थियो । सहभागीमध्ये ५७ प्रतिशतले कहिलेकाहीँ यस्तो अनुभव गर्ने गरेको बताए । ३४ प्रतिशत सहभागीका अनुभवमा यस्ता सामग्री धेरै नै देखापर्ने गरेका छन् । ५ प्रतिशत सहभागीले यस विषयमा आफूले ख्याल नगरेको बताए भने ३ प्रतिशत सहभागीले मिडियाले कुनै निहित स्वार्थ नराखी समाचार प्रसार गर्छन् भन्ने मत जाहेर गरेका छन् ।

## ५.२ सूचना स्रोतको जानकारी

समाचार र सूचनाको उपभोक्ताका रूपमा सञ्चार माध्यम प्रयोग गर्दा आफूले प्राप्त गरेको सामग्री कुन व्यक्ति वा संस्थाले उत्पादन गरेको हो भन्ने कुरामा नेपाली युवा कतिको जानकारी राख्दछन् भन्ने बुझ्ने प्रयास यस सर्वेक्षणले गरेको छ । सर्वेक्षणमा ५९ प्रतिशत सहभागीले आफूले सूचनाको स्रोतका बारेमा सधैं ख्याल गर्ने बताए । ३७ प्रतिशत सहभागीले कहिलेकाहीँ मात्र यस्तो ख्याल गर्ने बताए । ३ प्रतिशत सहभागीले स्रोतको कुनै ख्याल नगरी समाचार वा सूचनाको उपयोग गर्ने बताएका छन् ।

- सधैं ख्याल गर्छु (५९.३)
- कहिलेकाहीँ ख्याल गर्छु (३७.३)
- ख्याल गर्दिनँ (३.३)



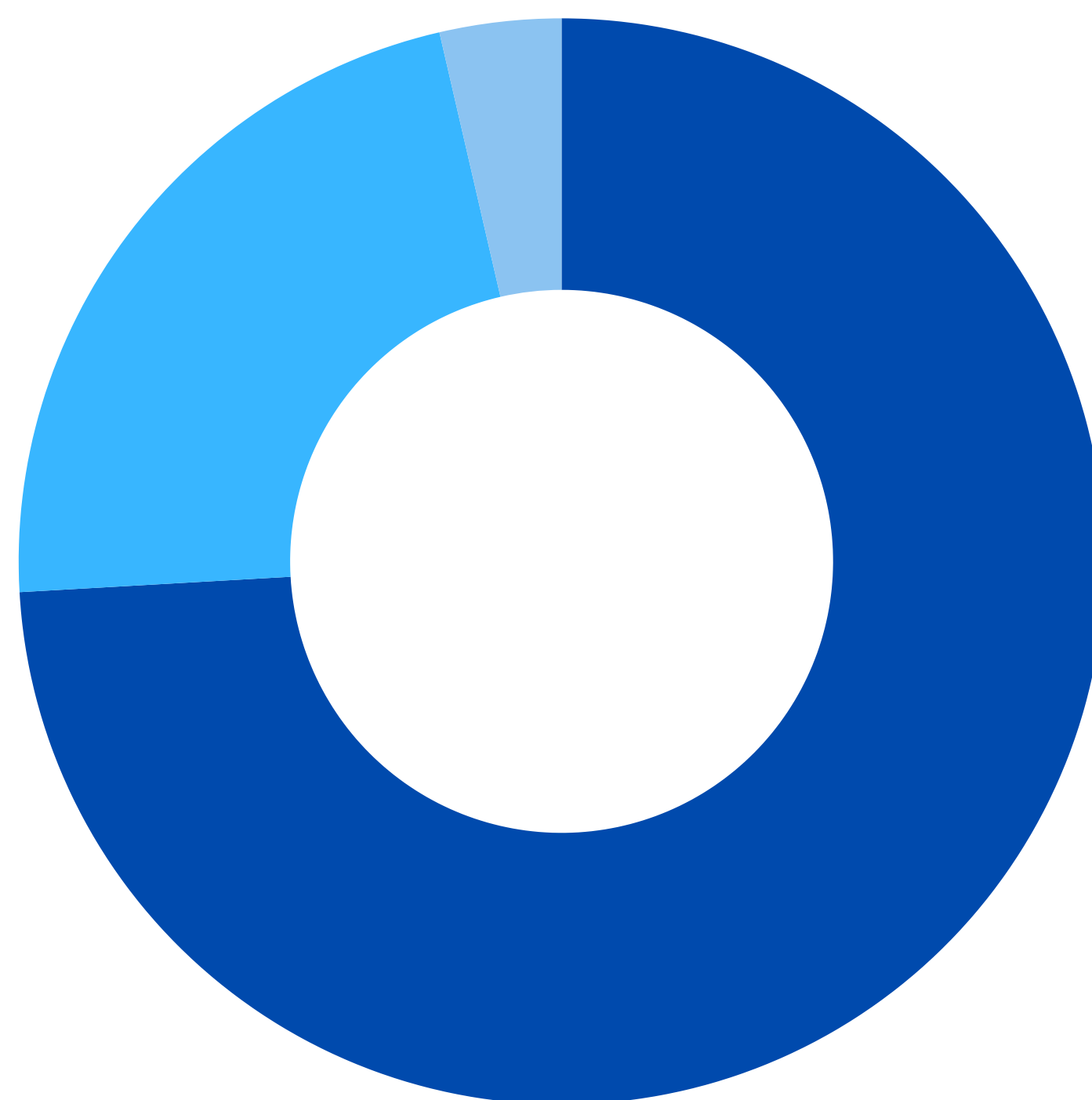
### ५.३ समाचार संस्थाको प्रभाव

समाचार र सूचना ग्रहण गर्दा कुन समाचार संस्थाले सामग्री तयार पारेको हो भन्ने कुराले सामग्रीमाथिको विश्वसनीयतामा फरक पार्दछ कि पार्दैन भन्नेबारे सहभागीको धारणा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ । ७४ प्रतिशत सहभागीले कुन समाचार संस्थाले समाचार तयार पारेको हो भन्ने कुराले सामग्रीको विश्वसनीयतामा धेरै नै फरक पार्ने जवाफ दिए । २३ प्रतिशत सहभागीले केही मात्रामा फरक पार्ने बताए । ४ प्रतिशत सहभागीले चाहिँ समाचार संस्थाको ब्रान्डले समाचारको विश्वसनीयतामा केही फरक नपार्ने बताएका छन् ।

● धेरै फरक पार्छ (७४.९%)

● अलिअलि पार्छ (२२.३)

● पार्दैन (३.६%)



### ५.४ समाचारदाता र लेखकको नाम उल्लेख

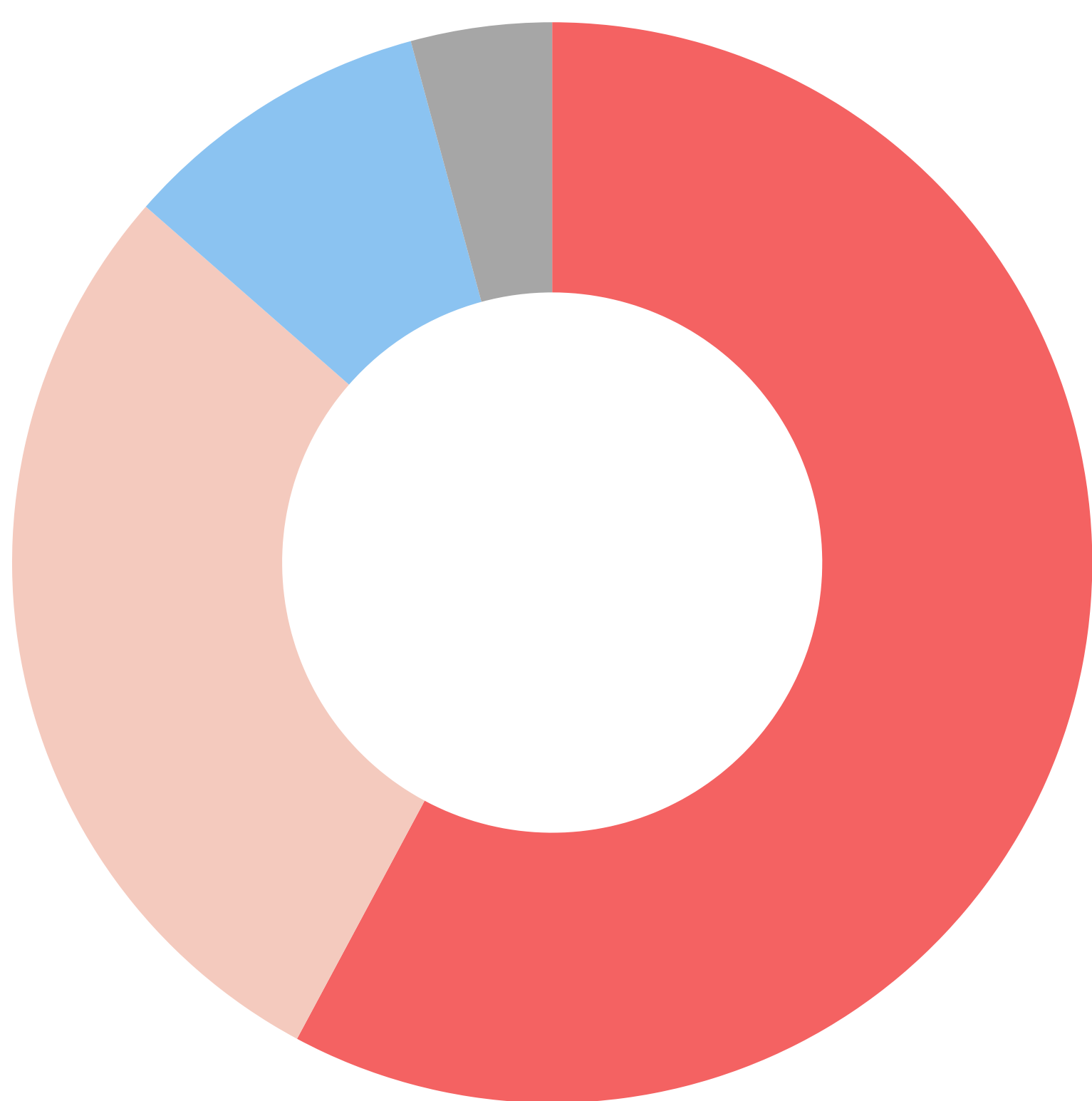
कतिपय समाचार र अन्य सम्पादकीय सामग्रीमा त्यसलाई तयार गर्ने समाचारदाता वा लेखकको चिनारी दिइएको हुन्छ । त्यस्ता सामग्रीमा लेखकको संगलनता वा विज्ञता के हो भनेर संक्षेपमा परिचय दिने चलन पनि छ । यसरी समाचार वा लेखमा नाम र छोटो परिचय उल्लेख हुनुलाई अडियन्सले कतिको महत्त्व दिएका हुन्छन् अर्थात् सूचनाको विश्वसनीयता कायम गर्न समाचारदाता वा लेखकको नाम उल्लेख हुनु कतिको आवश्यक छ भन्नेबारे युवाहरूले ठानेका हुन्छन् भन्ने सन्दर्भमा सर्वेक्षणमा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ । सर्वेक्षणमा सहभागी ५८ प्रतिशत युवाले लेखकको नाम र परिचयले विश्वसनीयता कायम गर्न धेरै फरक पार्ने बताए । २९ प्रतिशत सहभागीले केही मात्रामा फरक पार्ने बताए भने ४ प्रतिशतले कुनै फरक नपार्ने ठान्दछन् । ९ प्रतिशत सहभागीले चाहिँ यसको प्रभाव पर्ने वा नपर्ने केही भन्न नसके बताएका छन् ।

● धेरै फरक पार्छ (५७.८%)

● अलिअलि पार्छ (२८.६%)

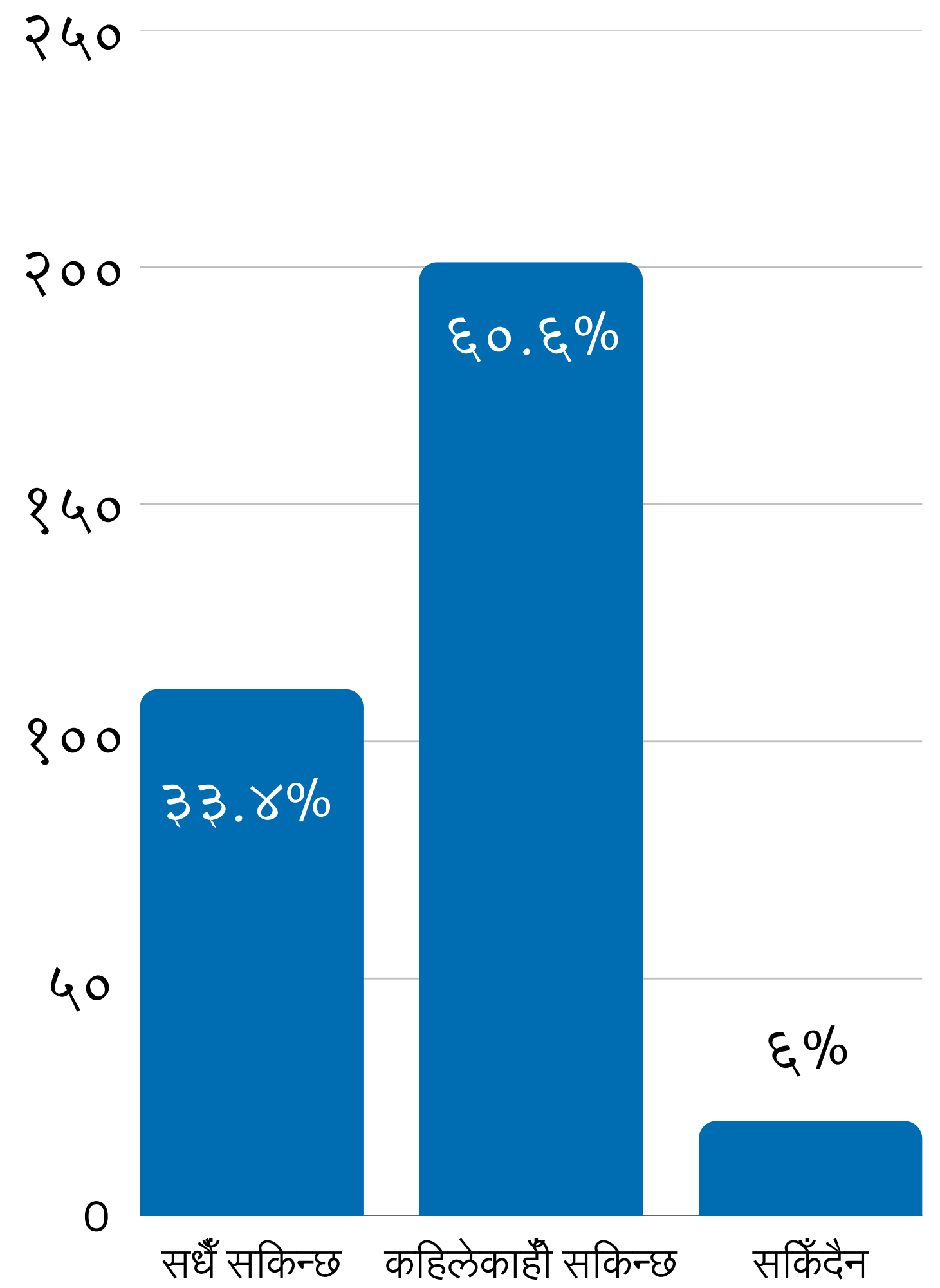
● केही भन्न सकिन्न (९.६%)

● पार्दैन (४.२%)

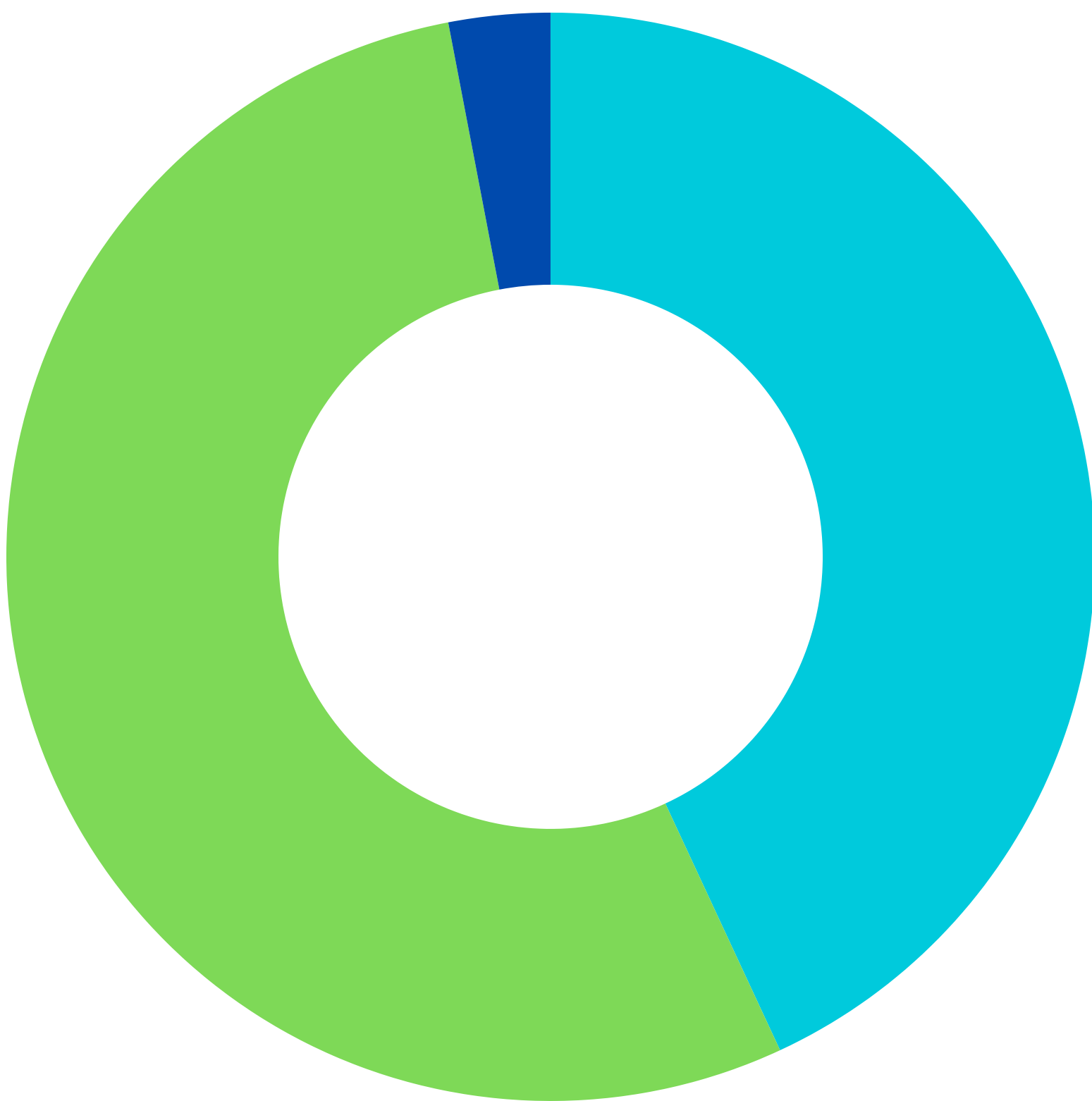


## ५.५ समाचारको नियत पहिचान

सञ्चार माध्यमले समाचार सामग्री तयार गर्दा प्राथमिकता तय गर्दछन् । उनीहरूले आफ्ना अडियन्सका लागि यो सूचना महत्त्वपूर्ण हुन सक्छ र यसले एक किसिमको प्रभाव पार्न सक्छ भनेर आकलन गर्दै समाचार उत्पादन, सम्पादन र वितरण गरेका हुन्छन् । उसो भए, के अडियन्सले पनि आफ्नो तर्फबाट समाचार/सूचना पढेर, सुनेर वा देखेर यस्तो सामग्री तयार गर्नु र वितरण गर्नुको नियत के हो भनेर ठम्याउन सक्छन् त ? सर्वेक्षणमा सहभागी ६१ प्रतिशतले कहिलेकाहीं मात्र यस्तो नियत पहिचान गर्न सकिने जवाफ दिए । ३३ प्रतिशत सहभागीले मात्र सधैं समाचारको नियत बुझ्न आफू सक्षम रहेको बताए । बाँकी ६ प्रतिशत सहभागीले समाचार उपभोग गर्दा नियत बुझ्न नसकिने बताएका छन् ।



- अत्यन्त आत्मविश्वास (४३%)
- ठीकै आत्मविश्वास (५४%)
- आत्मविश्वास छैन (३%)



## ५.६ दुष्प्रचार पहिचान

नेपालका दैनिक पत्रिका र अनलाइन समाचार माध्यममा प्रकाशित सबै समाचारमध्ये ३.७ प्रतिशत भ्रामक समाचार हुने गरेको र त्यस अन्तरगत १.२७ प्रतिशत दुष्प्रचारका सामग्री रहेको निष्कर्ष मिडिया एक्सन नेपालले सन् २०२१ मा गरिएको अध्ययनले देखाएको छ (पन्त, दुरा र अरू, २०२१) । यसरी दुष्प्रचार हुने सामग्रीहरू पहिचान गर्न नेपाली युवामा कस्तो आत्मविश्वास छ त? यस सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये ४३ प्रतिशतले आफूमा अत्यन्त आत्मविश्वास रहेका बताए । त्यस्तै ५४ प्रतिशतले ठीकै आत्मविश्वास रहेको जवाफ दिए भने ३ प्रतिशतले आफूमा त्यस्तो आत्मविश्वास नभएको बताएका छन् ।

## ६. डिजिटल सीप र दक्षता

डिजिटल सीप र दक्षताका अनेकन आयाम छन् । डिजिटल साक्षर हुनु, सूचना तथा तथ्याङ्क साक्षर हुनु, डिजिटल प्रविधि प्रयोग गरेर सञ्चार र समन्वय गर्नु, डिजिटल सामग्री उत्पादन गर्न सक्षम हुनु, खतरा पहिचान गरी त्यसबाट सुरक्षित रहने उपाय अपनाउनु तथा प्राविधिक समस्या समाधान सक्षम हुनुलाई डिजिटल सीप र दक्षता मानिन्छ (युरोपेली आयोग, सन् २०१८; ओइसीडी, सन् २०१९; विश्व आर्थिक मञ्च, सन् २०२०; युनेस्को, सन् २०१८) ।

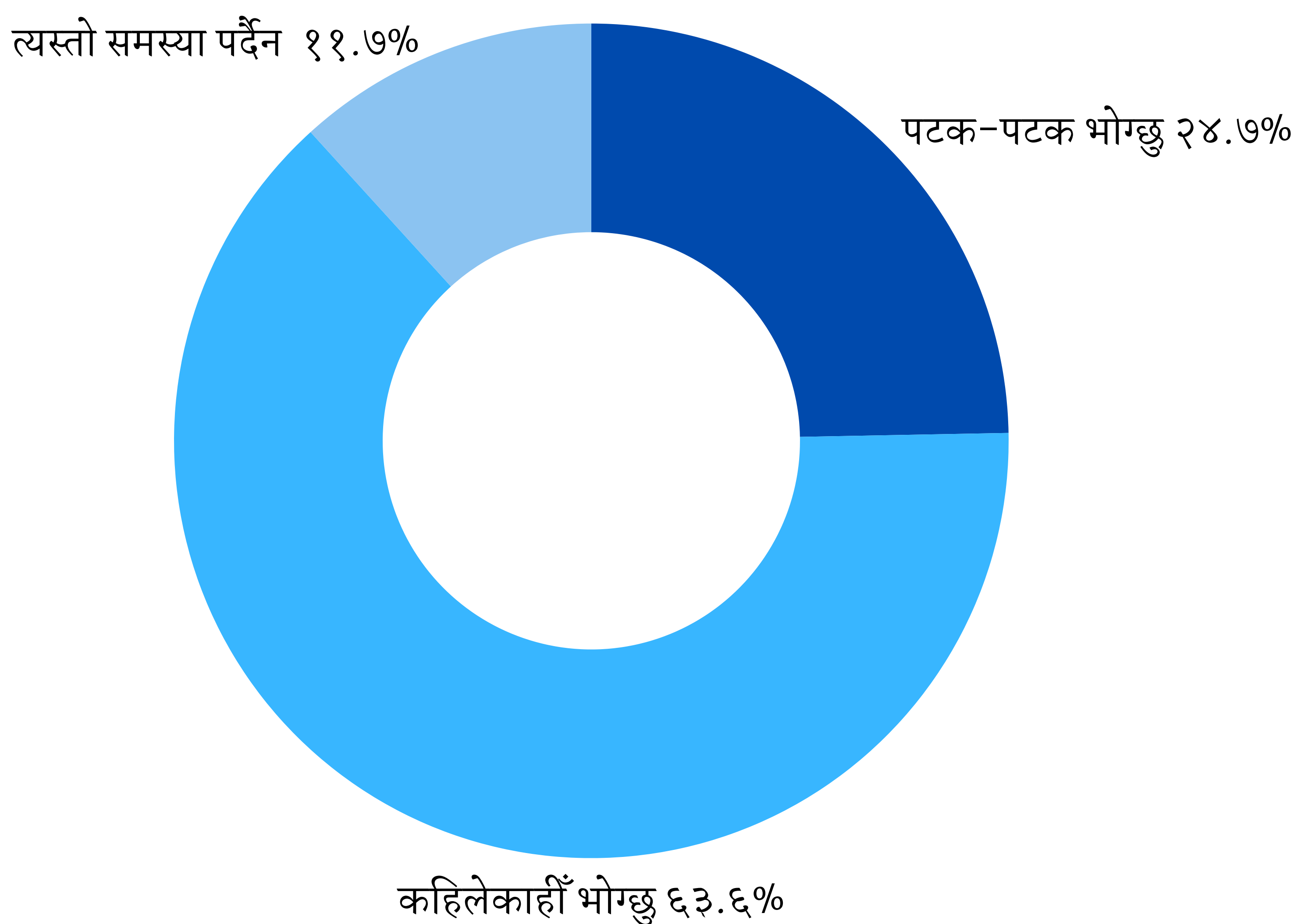
डिजिटल सीप र दक्षता अन्तर्गत इमेल चलाउने र इन्टरनेट ब्राउजिङ गर्नेजस्ता आधारभूत डिजिटल साक्षरतादेखि लिएर कोडिङ, तथ्याङ्क विश्लेषण र डिजिटल सामग्री सिर्जना गर्ने जस्ता उन्नत सीप पर्छन् (भुरिकरी र अरू, सन् २०२२) । यसैगरी, तथ्य-जाँच गर्ने क्षमता पनि डिजिटल सीप र दक्षताको अर्को महत्त्वपूर्ण आयाम हो । तथ्य-जाँच अन्तर्गत जानकारीलाई पहिचान गर्ने, सूचनाको स्तर र गुणवत्ता मूल्याङ्कन गर्ने र त्यसलाई प्रभावकारी रूपमा प्रयोग गर्ने क्षमता पर्दछन् । विश्व आर्थिक मञ्च (सन् २०२०) का अनुसार तथ्य-जाँचले प्रयोगकर्तालाई सही र विश्वसनीय सूचना ग्रहण गर्न सघाउनुका साथै अनलाइन सामग्रीको विश्वसनीयता विश्लेषण तथा मूल्याङ्कन गरी गलत र भ्रामक सूचनाको कुप्रभावबाट जोगाउँछ ।

युरोपेली आयोग (सन् २०१८) का अनुसार डिजिटल सीप र दक्षता रोजगारका लागि मात्र नभई समाजमा सहभागिताका लागि पनि महत्त्वपूर्ण छन्, जुन २१ औँ शताब्दीमा जीवनयापनका लागि आधारभूत आवश्यकता मानिन्छन् । ओइसीडी (सन् २०१९) ले डिजिटल प्रविधिको रचनात्मक तवरबाट प्रयोग गर्ने क्षमतालाई डिजिटल सीप र दक्षताका रूपमा परिभाषित गर्दै यसप्रकारका सीप र दक्षता व्यक्तिगत र व्यावसायिक उन्नतिका दृष्टिले महत्त्वपूर्ण रहेको ठहर गरेको छ ।

यस अध्ययनमा एउटा मुख्य सूचकको रूपमा डिजिटल सीप र दक्षतालाई समावेश गरी नेपाली युवा वर्गले आफ्नो आवश्यकता अनुसार डिजिटल डिभाइस वा प्ल्याटफर्मको छनौट गर्ने र तिनमा पहुँच पुऱ्याउन कस्तो क्षमता राख्छन् भनेर परीक्षण गर्ने प्रयास गरिएको छ । साथै, स्तरीय र अखण्ड सूचना प्राप्ति गर्न र गलत तथा भ्रामक सूचनाबाट जोगिन के कस्तो अभ्यास गर्ने गरेका छन् भन्ने पहिचान गर्ने पनि यो अध्ययनको उद्देश्य हो ।

## ६.१ सूचनामा पहुँच पुऱ्याउन जटिलता

डिजिटल मिडिया प्ल्याटफर्महरूमा सूचनाको ठूलो भण्डार हुन्छ । प्रयोगकर्ताले आफ्नो खोजीको सामग्री सजिलै प्राप्त गर्न सक्छन् भन्ने हुँदैन । यसका लागि विभिन्न बाधा वा जटिलता हुन सक्छन् । यस्ता अवरोधहरू छिचोल्न प्राविधिक सीप, निर्देशन बुझ्ने क्षमता लगायत विभिन्न प्राविधिक दक्षता आवश्यकता हुन सक्छ । आफूले खोजेको सूचना वा समाचारको स्रोत अर्थात खोजेकै समाचार वेबसाइट, खोजेकै सामाजिक सञ्जाल वा कुनै आधिकारिक वेबसाइटमा पुग्न नेपाली युवाहरूले प्राविधिक रूपले कत्तिको जटिलता भोग्ने गर्दछन् भनेर यो सर्वेक्षणमा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ ।



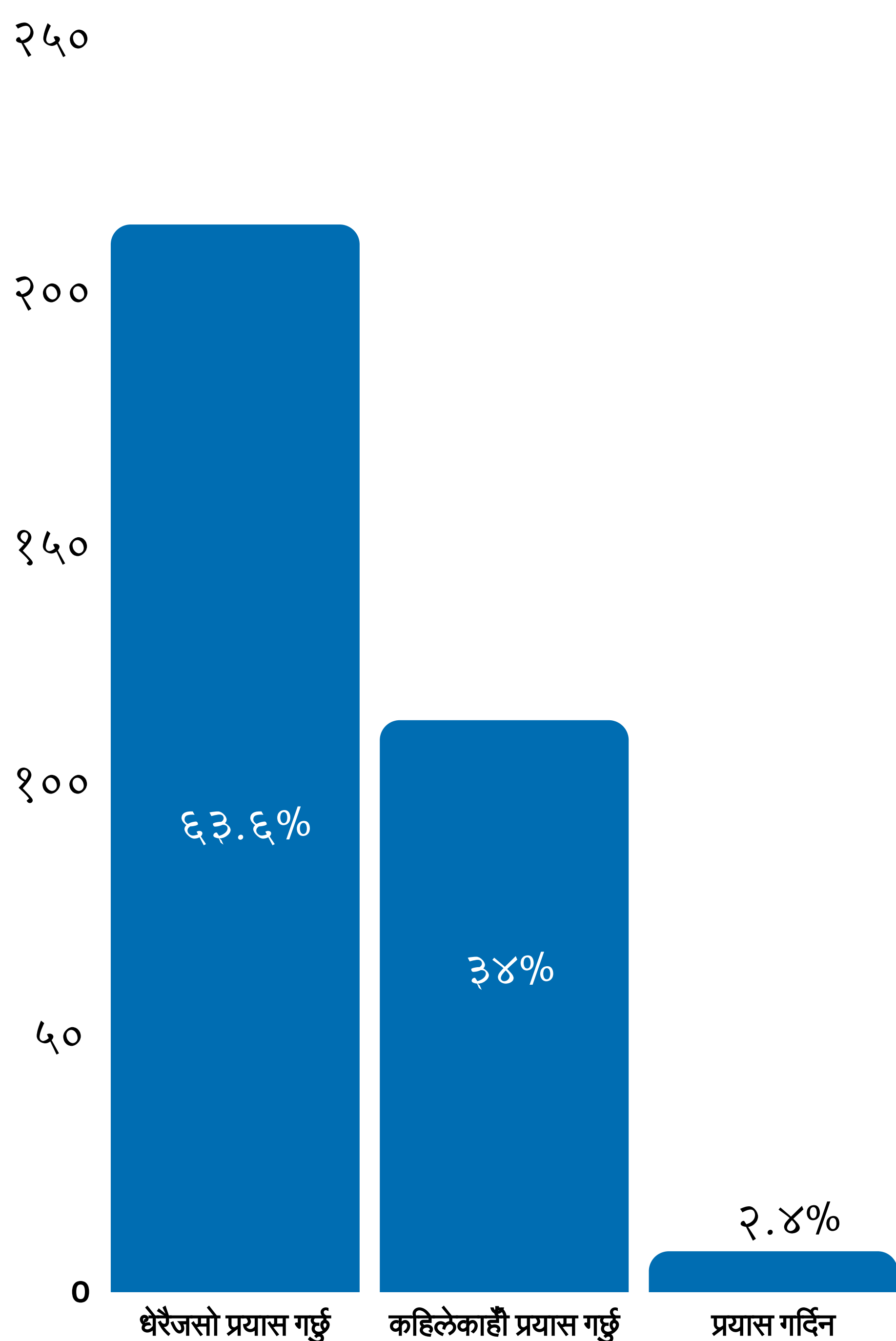
सर्वेक्षणमा सहभागी २५ प्रतिशत युवाले यस्तो प्राविधिक जटिलता नियमित रूपमा भोग्ने गरेको बताए भने ६४ प्रतिशत कहिलेकाहीं यस्तो समस्या भोग्ने गरेको बताए । १२ प्रतिशत सहभागीले मात्र आफूलाई सूचनाको स्रोतमा पुग्न कुनै प्राविधिक जटिलता नभएको जवाफ दिएका छन् ।

## ६.२ उपभोग गर्ने सूचनाको तथ्य-जाँच

सूचनाको तीव्र प्रसार हुने, ठूलो सङ्ख्यामा सूचनाको उत्पादन हुने र परम्परागत सञ्चार माध्यममा जस्तो सम्पादकीय नियन्त्रणको अभ्यास कम हुने लगायतका कारणले डिजिटल मिडियामा गलत र भ्रामक सूचनाको फैलावट चिन्ताजनक रहेको विभिन्न अध्ययनहरूले देखाएका छन् । यस्ता सूचनाको नकारात्मक प्रभावबाट जोगिन प्रयोगकर्ता आफैँ सचेत बनेर सूचनाको तथ्य जाँच (फ्याक्ट चेक) गर्न सक्दछन् ।

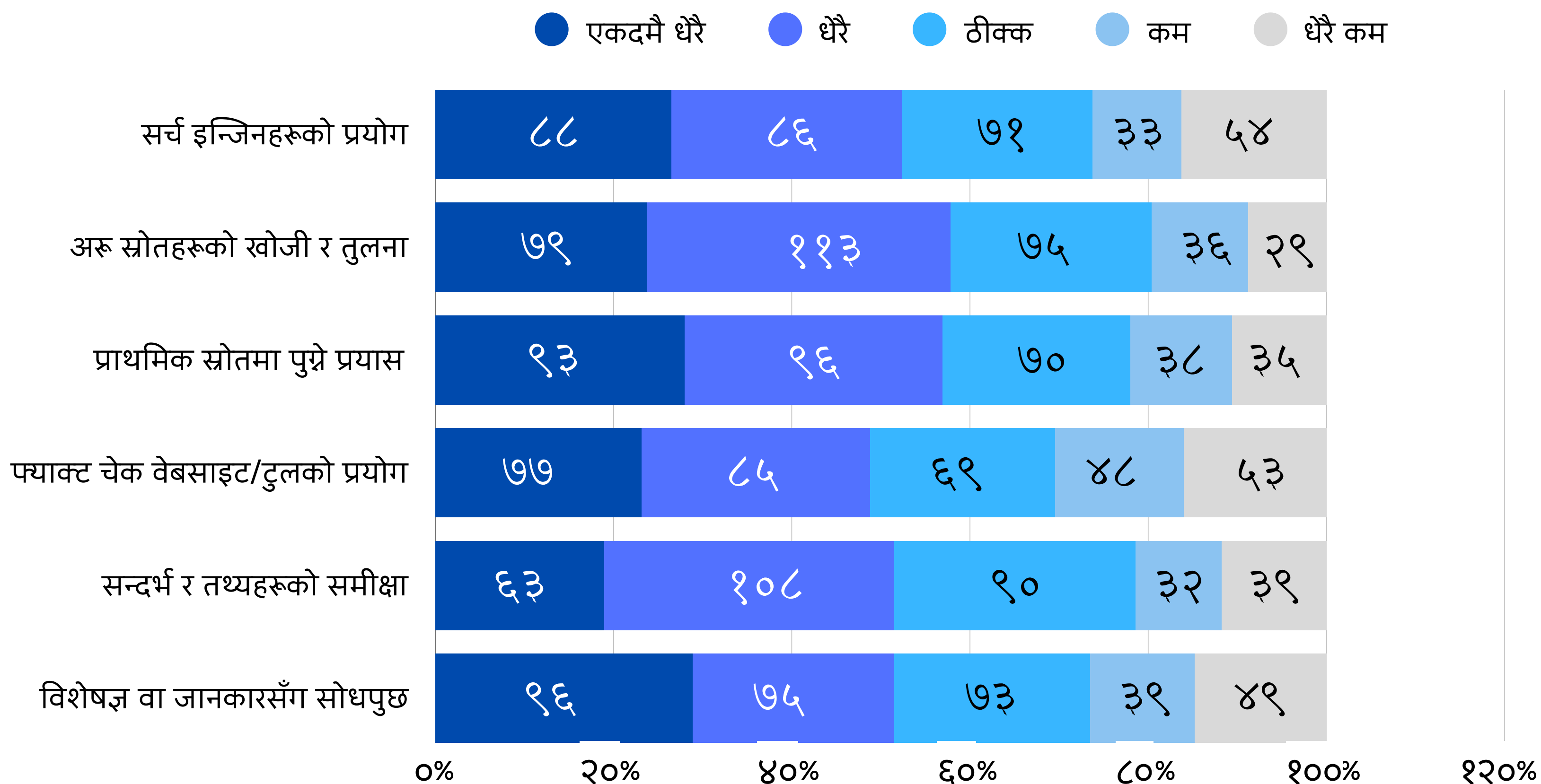
यस सर्वेक्षणमा नेपाली युवाहरूले इन्टरनेटमा भेटिएका समाचार र सूचनामाथि आफूलाई विश्वास लागेन भने त्यस्ता सूचनाको तथ्य जाँचको प्रयास कतिको गर्छन् भनेर सोधिएको थियो । यस सर्वेक्षणमा नेपाली युवाहरूले इन्टरनेटमा भेटिएका समाचार र सूचनामाथि आफूलाई विश्वास लागेन भने त्यस्ता सूचनाको तथ्य जाँचको प्रयास कतिको गर्छन् भनेर सोधिएको थियो ।

६४ प्रतिशत सहभागीले इन्टरनेटबाट आफूले प्राप्त गर्ने सूचनाको धेरैजसो तथ्य-जाँचको प्रयास गर्ने गरेको बताए । ३४ प्रतिशत सहभागीले कहिलेकाहीं मात्र यस्तो जाँच गर्ने गरेको जवाफ दिए । २ प्रतिशत सहभागीले भने आफूहरूले तथ्य-जाँचको प्रयास कहिल्यै पनि नगरेको बताएका छन् ।



## ६.३ तथ्य जाँचका विधिहरू

डिजिटल माध्यम वा अन्य परम्परागत माध्यमबाट समेत प्राप्त हुने सूचनामा तथ्य-जाँच गर्नको लागि इन्टरनेटमा उपलब्ध विभिन्न विधि वा माध्यम प्रयोग गर्न सकिन्छ । सबै सूचनाको तथ्य परिक्षणमा एउटै मात्र विधि उपयुक्त नहुने हुँदा इन्टरनेट प्रयोगकर्ताले फरक-फरक विधि र रणनीति प्रयोग गर्ने गर्दछन् । नेपाली युवा प्रयोगकर्तामाझ कस्ता तथ्य-जाँचका विधि र माध्यम लोकप्रिय छन् भनेर यो सर्वेक्षणले पहिचान गर्ने प्रयास गरेको छ ।



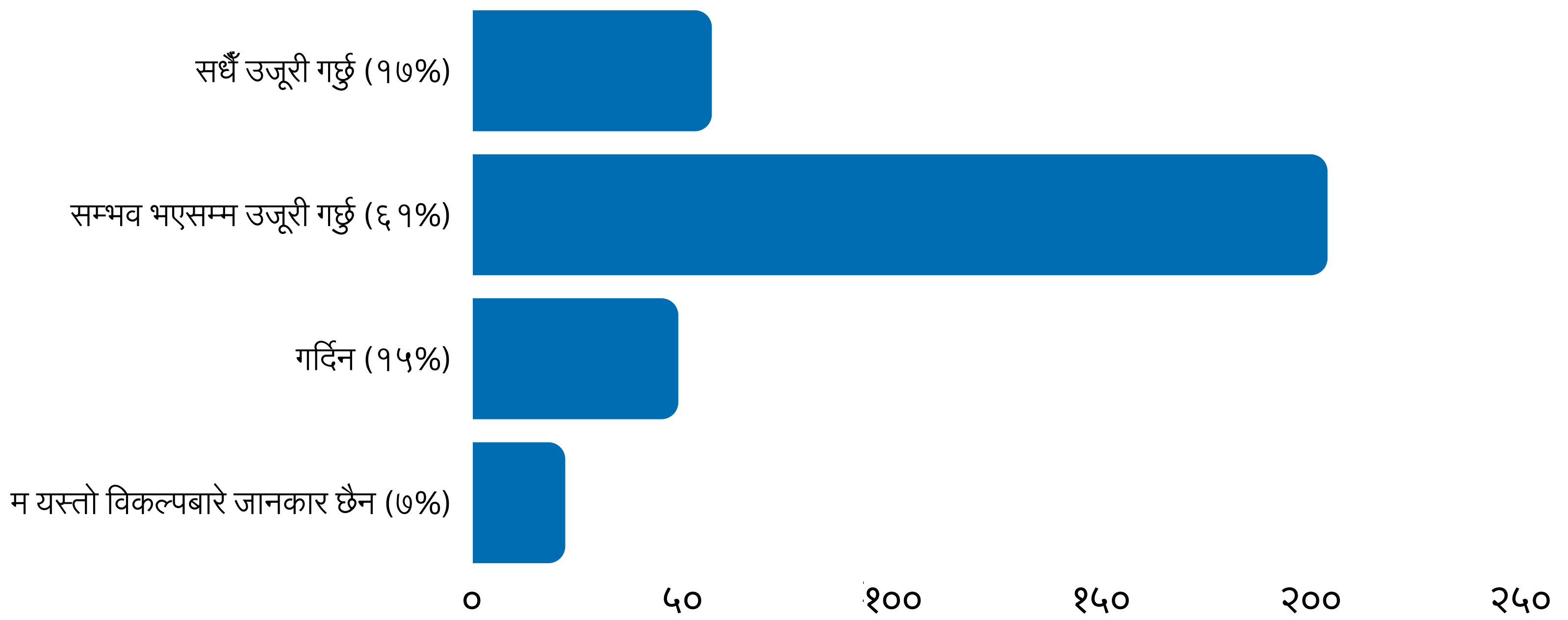
एउटा स्रोतबाट प्राप्त सूचनालाई अर्को पनि स्रोत खोजी गरेर तुलना गर्ने रणनीति सबैभन्दा बढी नेपाली युवामाझ सबैभन्दा बढी प्रचलनमा छ । यो विधिले ३.५३/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ । दोस्रो बढी प्रयोगमा आउने रणनीति भनेको सूचनाको प्राथमिक स्रोतमा पुग्ने प्रयास हो । सञ्चार माध्यमले उद्धारण गरेकै स्रोतमा पुग्ने यस्तो अभ्यासले ३.५२/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ ।

सम्बन्धित विषयको जानकार वा विशेषज्ञसँग सोधपूछ गर्ने विधिले ३.३९/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ । चौथोमा सूचनाको सन्दर्भ र उपलब्ध तथ्यहरूको समीक्षा गर्ने विधिले ३.३७/५ र पाँचौमा इन्टरनेट सर्च इन्जिनको प्रयोगले ३.३६/५ रेटिङ प्राप्त गरेका छन् । सबैभन्दा कम प्रयोगमा तथ्य-जाँच गर्ने वेबसाइट वा माध्यमको प्रयोग सबैभन्दा कम भएको पाइएको छ । यसले जम्मा ३.२६/५ रेटिङ प्राप्त गरेको छ ।

#### ६.४ प्ल्याटफर्ममा उजूरी

अधिकांश सामाजिक सञ्जाल र डिजिटल प्ल्याटफर्महरूले मिथ्या सूचना र दुष्प्रचार गर्ने सामग्री विरुद्ध उजूरी गर्ने (रिपोर्ट गर्ने, ब्लक गर्ने, अनफलो गर्ने जस्ता) विकल्प दिएका हुन्छन् । प्रयोगकर्ताले यस्तो उजूरी गर्दा प्ल्याटफर्म सञ्जालकलाई गलत सूचना पहिचान गरी आवश्यक कारबाही गर्न सहयोग पुऱ्याउँछ ।

कतिपय अवस्थामा यस्ता उजूरीपछि स्वचालित रूपमै नियन्त्रण र कारबाही गर्ने प्रविधि पनि प्रयोग गरिएको हुन्छ । डिजिटल प्ल्याटफर्मले उपलब्ध गराउने यस्ता उजूरी सम्बन्धी अवसर के नेपाली युवाहरूले प्रयोग गर्ने गरेका छन् त ?



सर्वेक्षणमा सहभागी १७ प्रतिशत युवाहरूले मात्र यस्तो सामग्री देखेपछि सधैं उजूरी गर्ने गरेको बताए । ६१ प्रतिशत सहभागीले सम्भव हुँदा अर्थात् कहिलेकाहीं मात्र उजूरी गर्ने गरेको बताए भने १५ प्रतिशतले उजूरी नै नगरेको उत्तर दिए । सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये ७ प्रतिशतले डिजिटल प्ल्याटफर्महरूमा उजूरीको सुविधा हुन्छ भन्नेबारेमा जानकारी नभएको बताएका छन् ।

## ७. डिजिटल सहभागिता

सामान्य अर्थमा, डिजिटल सहभागिता भन्नाले अनलाइन प्ल्याटफर्महरूमा सक्रिय सहभागिता जनाउँदै डिजिटल सामग्री उत्पादन गर्ने, अन्य प्रयोगकर्तासँग अन्तरक्रिया गर्ने, डिजिटल स्रोत-साधनमा पहुँच बढाउने जस्ता गतिविधिहरू पर्छन् । यसले सामाजिक, राजनीतिक र आर्थिक प्रक्रियामा सरिक हुन प्रयोगकर्तालाई सहजीकरण गर्छ ।

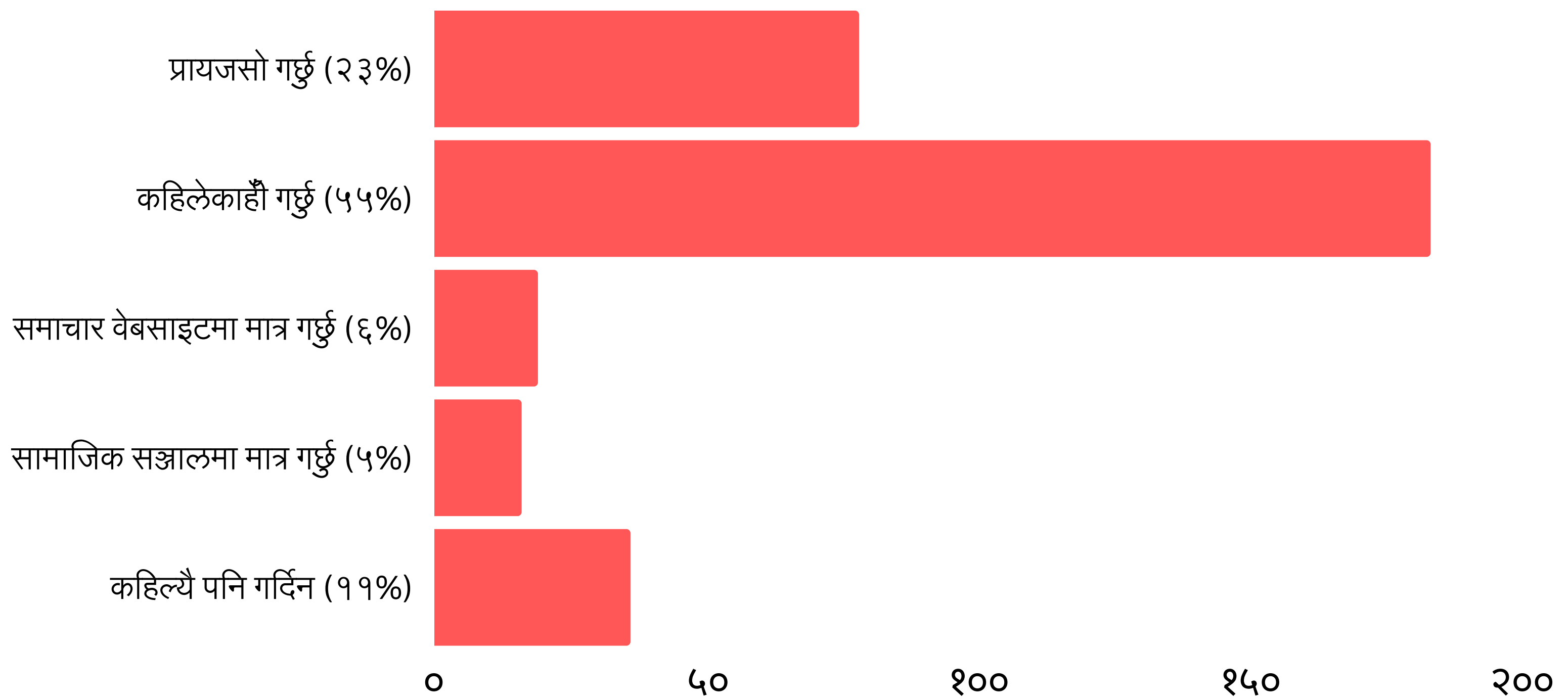
कोलम्यान र ब्लम्लर (सन् २००९) का अनुसार डिजिटल सहभागिता भन्नाले डिजिटल प्ल्याटफर्ममा सक्रिय सहभागिता जनाउँदै डिजिटल सामग्री उत्पादन गर्ने, त्यसलाई साझा गर्ने, नागरिक सहभागिता बढाउन र आफ्ना सरोकारका विषय उठाउन डिजिटल उपकरणको प्रयोग गर्नेसम्मका क्रियाकलापहरू पर्छन् ।

डिजिटल सहभागितालाई लोकतान्त्रिक प्रक्रिया सुदृढ तुल्याउने साधनका रूपमा हेरिन्छ । डलप्रेन (सन् २०१३) को बुझाइमा डिजिटल सहभागिताले सञ्चारलाई लोकतन्त्रीकरण गर्न सहयोग गर्छ । यसले राजनीतिक र सामाजिक मामिलामा नागरिक सहभागिता बढाउनका लागि नयाँ बाटो प्रदान गर्न गर्न सक्छ । यस दृष्टिले हेर्दा डिजिटल सहभागिताले सहभागितात्मक लोकतान्त्रिक अभ्यासलाई प्रोत्साहन गर्ने दिशामा बल पुऱ्याइरहेको देखिन्छ । रिचार्डसन र मिलोभिडोभ (सन् २०१९) का अनुसार एउटा सक्षम डिजिटल नागरिकले अरूको मानव अधिकार र विविधताको सम्मान गर्दै समावेशिता र सामाजिक सहभागितालाई व्यवस्थापन गर्न सक्षम हुन्छ ।

नेपाली युवा वर्गले डिजिटल प्ल्याटफर्महरूमार्फत सूचनाको उत्पादन र पुनरुत्पादनमा कसरी सहभागिता जनाउँछन् भन्ने बुझ्ने उद्देश्यले डिजिटल सहभागिताका सूचकलाई यस अध्ययनमा समावेश गरिएको छ । युवाहरूले इन्टरनेटमा हुने सामाजिक अन्तरक्रियालाई कसरी मूल्याङ्कन गर्छन् भन्ने पहिचान गर्नु यस अध्ययनको उद्देश्य हो । यसैगरी, उनीहरूले लोकतान्त्रिक अभ्यासका लागि महत्त्वपूर्ण मानिने सुसूचित निर्णय प्रक्रिया र उपयुक्त प्रतिनिधित्वका सन्दर्भमा यस्तो सहभागिताले कसरी फरक पार्दछ भन्ने ठान्दछन् भन्ने पत्ता लगाउनु पनि अध्ययनको उद्देश्य हो ।

### ७.१ शेयर र प्रतिक्रिया

अन्तरक्रियात्मकता डिजिटल मिडियाको एउटा मुख्य सबल पक्ष हो, जुन अवसर परम्परागत सञ्चारका माध्यममा कमै उपलब्ध हुन्छ । सूचनाका उत्पादकले मात्र होइन, प्रयोगकर्ताले पनि आफूसँग भएका सूचना र विचारलाई प्रसार गर्ने, जवाफ फर्काउने वा सामग्री शेयर गरी अरू प्रयोगकर्ताको पहुँचमा पुऱ्याउने सुविधा सामाजिक सञ्जाल र समाचार प्ल्याटफर्महरूले उपलब्ध गराउँछन् । तर सबै प्रयोगकर्ताले उत्तिकै सक्रियताका साथ यस्ता अन्तरक्रियामा सहभागिता जनाउँछन् भन्ने चाहिँ होइन ।

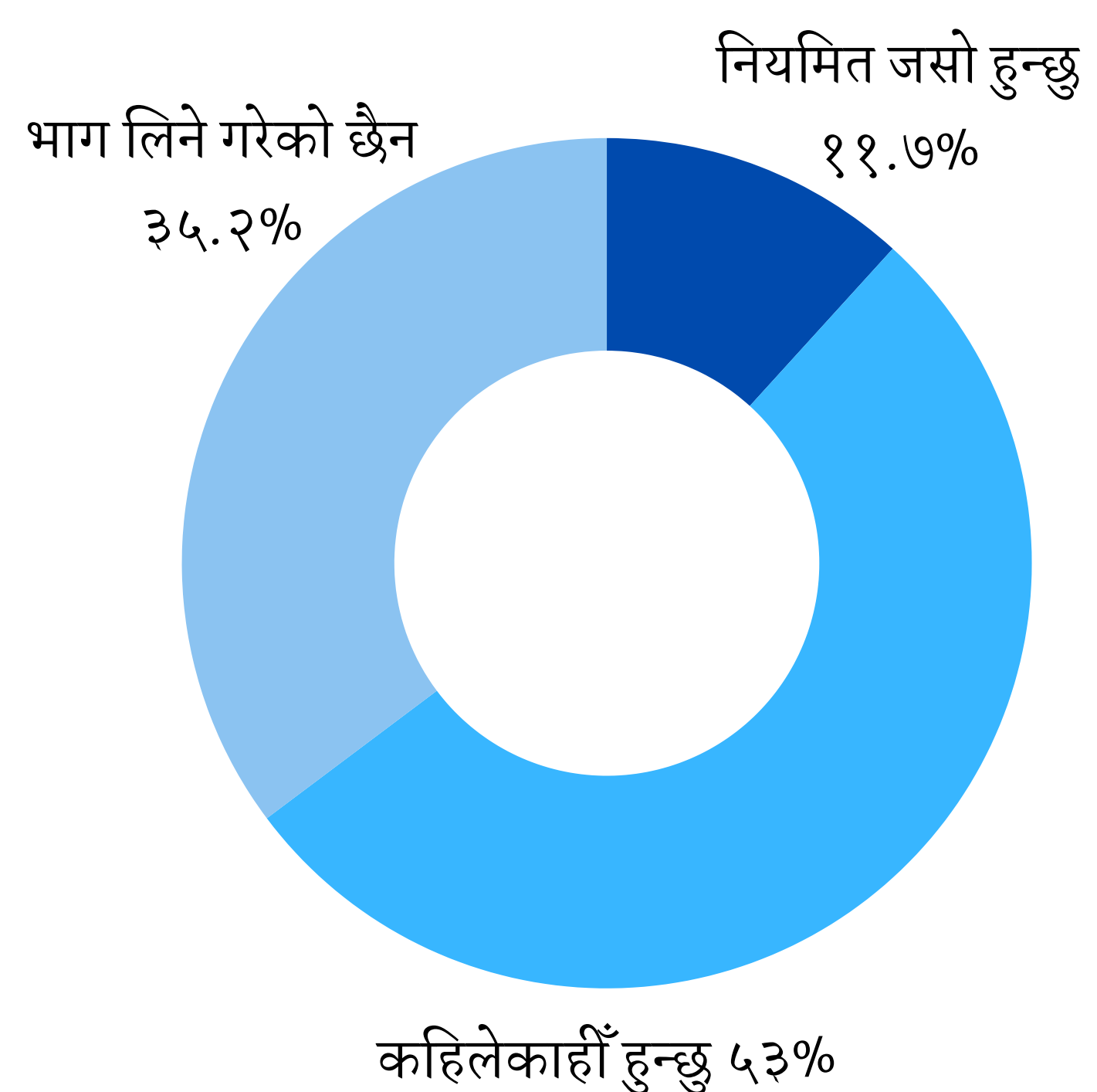


सर्वेक्षणमा सहभागी २३ प्रतिशतले नियमित रूपमा सामाजिक सञ्जाल वा समाचारमूलक वेबसाइटमा प्रतिक्रिया लेख्दै आफ्नो विचार जनाउने र अरूले तयार गरेका सामग्री शेयर गर्ने गरेको बताए । ११ प्रतिशतले चाहिँ आफूले कहिल्यै पनि अरूले उत्पादन गरेका सामग्री शेयर नगरेको र प्रतिक्रिया नदिएको बताए । बहुसंख्यक युवा (५५ प्रतिशत) ले कहिलेकाहीं प्रतिक्रिया दिने र सामग्री शेयर गर्ने गरेको बताए । कुल सहभागी मध्ये ५ प्रतिशतले सामाजिक सञ्जालमा मात्र र ६ प्रतिशतले समाचारमूलक वेबसाइटमा मात्र अन्तरक्रिया गर्ने गरेको पाइयो ।

## ७.२ नीतिगत बहसमा सहभागिता

सार्वजनिक सरोकारका विषयमा अन्तरक्रिया गरी सरकार तथा नीति निर्माण तहलाई सहयोग र खबरदारी गर्न नागरिकलाई इन्टरनेटले बहसको मञ्च प्रदान गर्दछ । राजनीतिक, सामाजिक वा अरू नीति निर्माणका तहमा 'लाइभ भर्चुवल' भेलामा सहभागी भएर वा कुनै सामग्रीमा सुझाव, टिप्पणी र जवाफ पठाएर पनि यस्तो सहभागिता जनाउन सकिन्छ ।

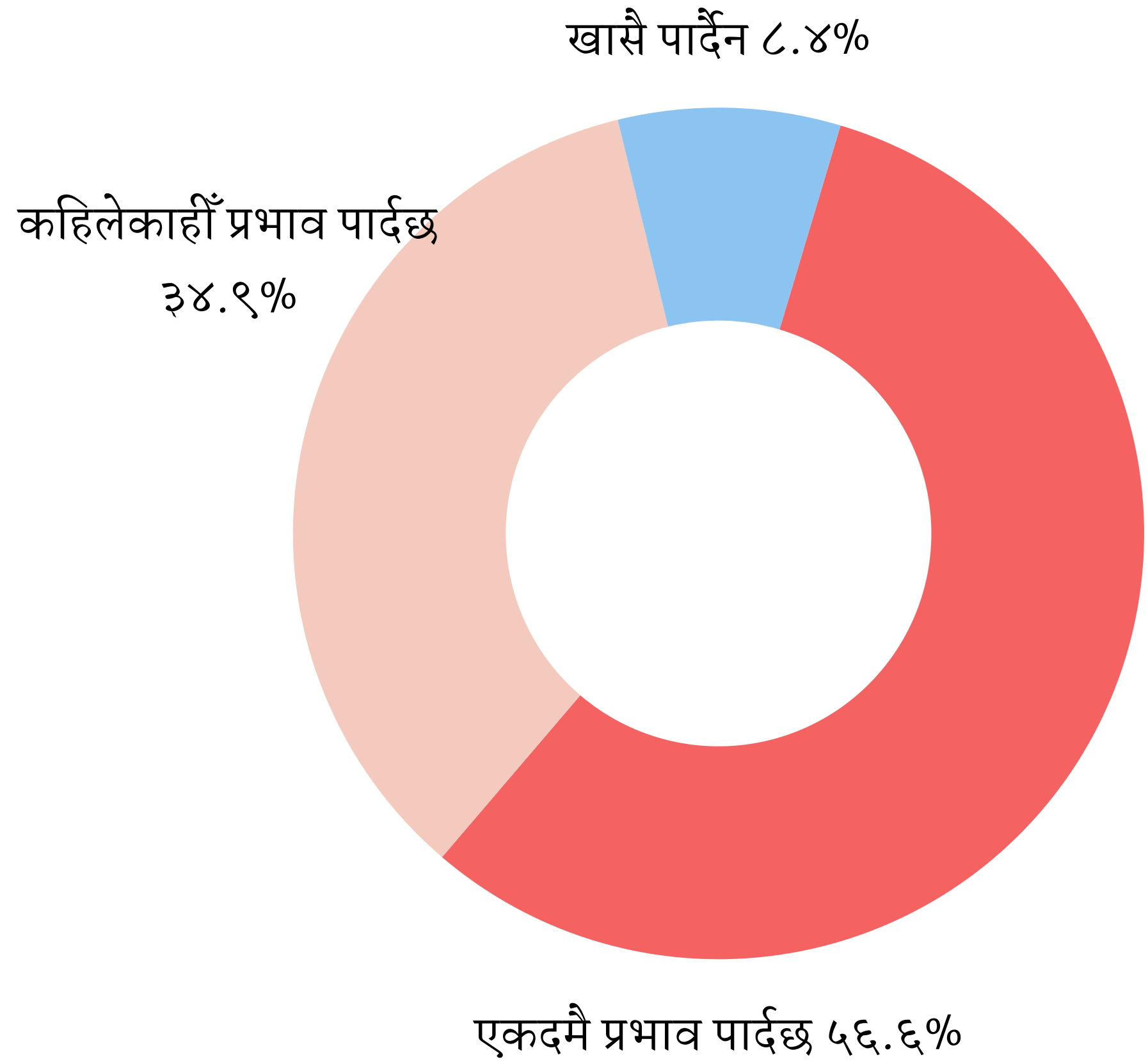
इन्टरनेटको प्रयोग गरी आफ्नो टोल, वडा र समुदाय होस् वा राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय नीतिगत बहसमा होस्, नेपाली युवाहरूले यस्ता बहसमा कत्तिको सहभागिता जनाउँछन् भन्ने सर्वेक्षणले बुझ्ने प्रयास गरेको छ । उत्तरदातामध्ये १२ प्रतिशतले आफू यस्ता बहसमा नियमित सहभागी हुने गरेको बताए । प्राप्त नतिजा अनुसार कहिलेकाहीं सहभागी हुने ५३ प्रतिशत छन् भने ३५ प्रतिशत कहिल्यै पनि सहभागी हुँदैनन् ।



### ७.३ नीति निर्माणमा प्रभाव

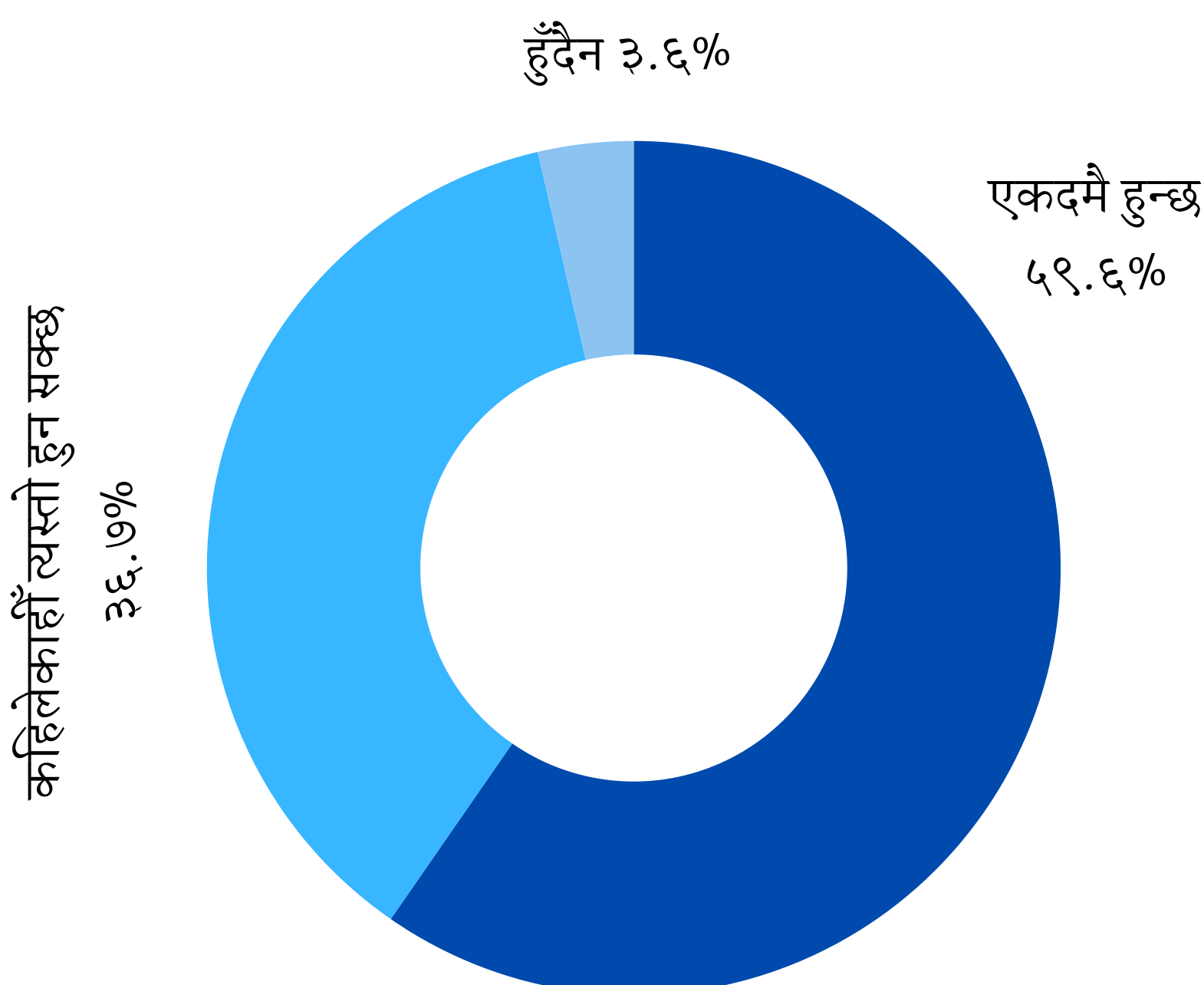
डिजिटल मिडिया र सामाजिक सञ्जालमा हुने छलफलमा आमनागरिकको सहभागिताले चुनावमा जीत/हार, कानून संशोधन लगायतका राजनीतिक परिदृश्य र नीति निर्माण तहमा प्रभाव पर्ने गरेको विभिन्न अध्ययनहरूले देखाएका छन् । नेपालको सन्दर्भमा युवाहरूले यस्ता डिजिटल बहसले देशको राजनीतिक परिदृश्य वा नीतिगत तहमा केही फरक पार्छ भन्ने ठान्छन् कि ठान्दैनन् भन्ने यो सर्वेक्षणमार्फत बुझ्ने प्रयास गरिएको छ ।

सर्वेक्षणमा सहभागी भएकामध्ये ५७ प्रतिशतले यस्ता डिजिटल बहसले राजनीतिक परिदृश्य र नीति निर्माण तहमा एकदमै फरक पार्ने ठान्दछन् । ३५ प्रतिशत सहभागीले कहिलेकाहीं मात्र फरक पार्ने ठान्दछन् । ८ प्रतिशत सहभागी भने यस्ता बहसले कुनै फरक नपार्ने मान्यता राख्दछन् ।



### ७.४ नेतृत्व चयनमा प्रभाव

आमनागरिकलाई बहसका लागि डिजिटल माध्यमले मञ्च उपलब्ध गराउँदा यस्तो अवसरको दुरुपयोग हुने खतरा पनि हुन्छ । खासगरी गलत वा भ्रामक सूचनाको फैलावट हुँदा बहसले नकारात्मक नतिजा दिन पनि सक्छ । सामाजिक सञ्जाल वा डिजिटल मिडियामा आएका गलत सूचनाले राजनीतिक नेतृत्व वा नीति निर्माण तहमा गलत व्यक्ति पुग्न सक्ने सम्भावना हुन्छ कि हुँदैन भनेर युवाहरू माझ प्रश्न गरिएको छ ।



सहभागीमध्ये ६० प्रतिशतले राजनीतिक नेतृत्व वा नीति निर्माण तहमा गलत व्यक्ति पुग्न सम्भावना एकदमै हुने धारणा राखेका छन् । ३७ प्रतिशत सहभागीका विचारमा सधैं त्यस्तो नभए पनि कहिलेकाहीं भने हुन सक्छ । ४ प्रतिशत सहभागीलाई भने गलत सूचनाले राजनीतिक नेतृत्व वा नीति निर्माण तहमा गलत व्यक्ति पुग्न सक्ने सम्भावना हुन्छ भन्ने लाग्दैन ।

## ८. सम्बेदनशील र मर्यादित प्रयोग

सामान्यतया डिजिटल मिडियामा सम्बेदनशीलता भन्नाले डिजिटल प्रविधि र अन्तरक्रियाको नैतिक, सांस्कृतिक र सामाजिक प्रभावबारे सचेतता र समझदारीलाई जनाउँछ । यस अन्तर्गत व्यक्तिगत गोपनीयता, तथ्याङ्क सुरक्षा तथा डिजिटल समता कायम गर्नुका साथै डिजिटल 'स्पेस' लाई समावेशी, सम्मानजनक र नैतिकतापूर्ण बनाउने गतिविधिहरू पर्छन् ।

डिजिटल प्ल्याटफर्मको मर्यादित प्रयोग भन्नाले 'साइबर स्पेस' मा जिम्मेवार, नैतिकतापूर्ण र सम्मानजनक व्यवहार प्रदर्शन गर्नुलाई जनाउँछ । यस अन्तर्गत कानूनी तथा नैतिक मानकहरूको पालना, बौद्धिक सम्पत्तिको सम्मान, व्यक्तिगत जानकारीको सुरक्षा र डिजिटल प्ल्याटफर्मको सकारात्मक र रचनात्मक उपयोग पनि पर्छन् ।

यस सम्बन्धमा संयुक्त राष्ट्रसङ्घले युनाइटेड नेसन्स ग्लोबल प्रिन्सिपल्स फर इन्फर्मेसन इन्टिग्रिटी शीर्षकमा तयार पारेको प्रतिवेदनमा मर्यादित किसिमले सूचनाको प्रयोग सम्बन्धमा केही महत्त्वपूर्ण पक्षको चर्चा गरिएको छ । चर्चा गरिएका मुख्य विषय हुन्— सामाजिक विश्वास र लचिलोपन, स्वस्थकर प्रोत्साहन, सार्वजनिक सबलीकरण, स्वतन्त्र र बहुलवादी मिडिया तथा पारदर्शिता र शोध (राष्ट्रसङ्घ, सन् २०२४) ।

जोन्सन र कार्लसन (सन् २०१९) का अनुसार डिजिटल प्ल्याटफर्महरूको सदुपयोग गर्न गोपनीयताको पालना संरक्षण, कृति चोरीबाट बच्ने, डिजिटल अन्तरक्रियामा अरुप्रति सम्मानजनक व्यवहार देखाउने तथा नैतिकतापूर्ण अभ्यासप्रति प्रतिबद्ध रहनुपर्छ । ब्राउन र अन्य (सन् २०२१) ले डिजिटल सामग्री उत्पादन र साझा गर्दा अरूमाथि पर्नसक्ने सम्भावित दुष्प्रभावप्रति सचेत रहेर अनलाइन समुदायमा सकारात्मक योगदान दिने कार्यमा योगदान दिनुपर्नेमा जोड दिएका छन् ।

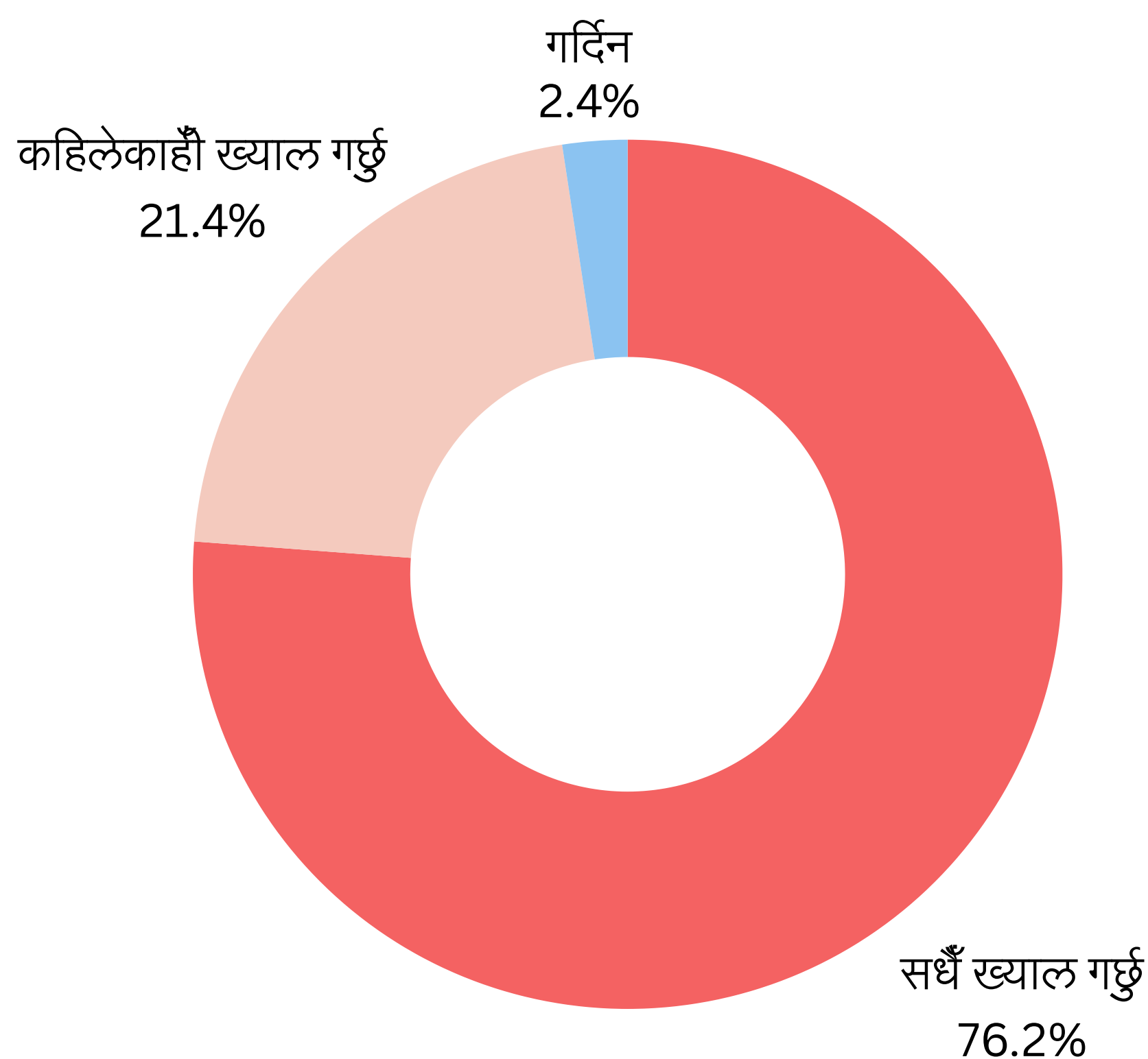
यस अध्ययनमा नेपाली युवाले डिजिटल मिडिया प्रयोग गर्दा कानून र सामाजिक मर्यादाको कतिको सम्मान र पालना गर्छन् भन्ने परीक्षण गर्ने प्रयास गरिएको छ । लैङ्गिक, जातीय, धार्मिक, अपाङ्गता वा अन्य अल्पसंख्यक अल्पसंख्यक समुदाय लगायत जोखिममा परेका वर्गको आत्मसम्मान र उनीहरूका अधिकार संरक्षणप्रति युवाहरू कति सम्बेदनशील छन् भन्ने पक्षलाई पनि यो सूचक अन्तर्गत अध्ययन गरिएको छ ।

### ८.१ प्रसार गर्ने सूचनाको तथ्य-जाँच

सामाजिक सञ्जाल र अरू डिजिटल प्ल्याटफर्महरूले हरेक इन्टरनेट प्रयोगकर्तालाई सूचनाको उत्पादक बन्ने अवसर प्रदान गर्दछन् । यस्तो अवसरको कतिपय प्रयोगकर्ताबाट दुरुपयोग पनि हुन सक्छ ।

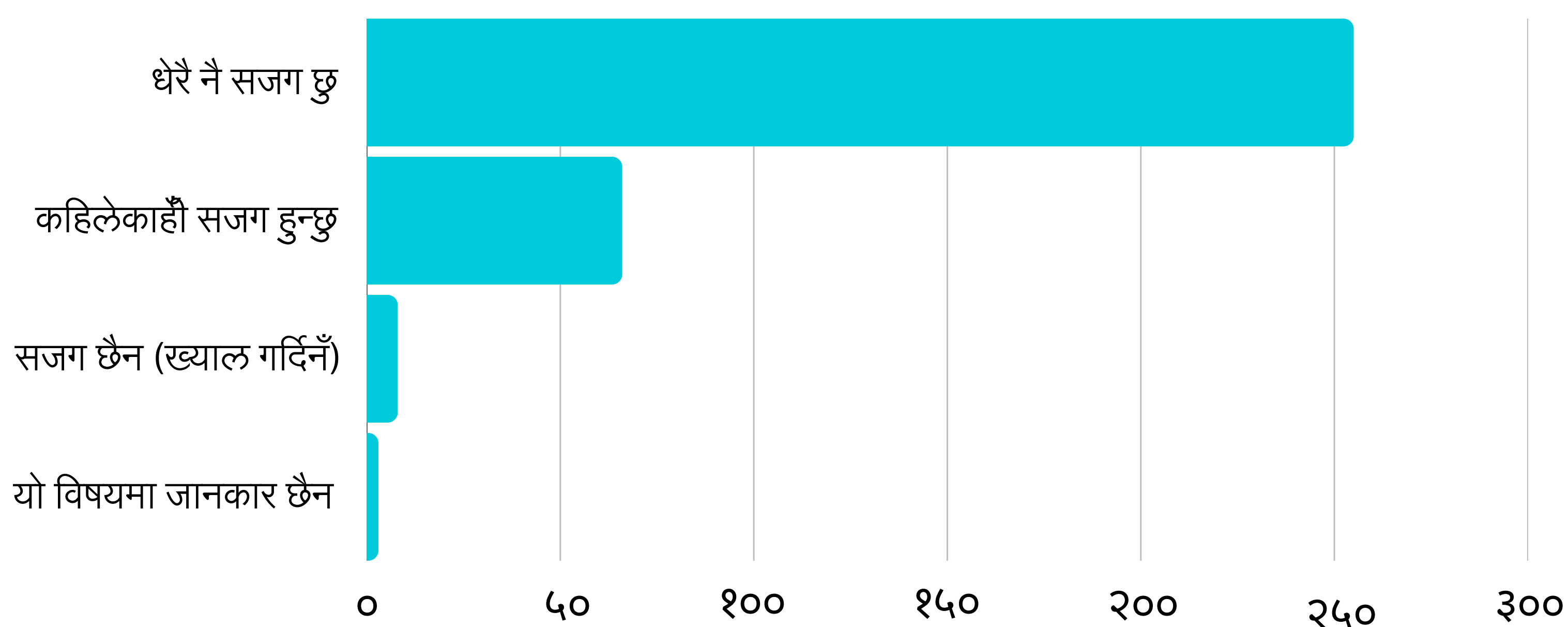
जसरी एउटा प्रयोगकर्तालाई अरूले उत्पादन गरेका गलत वा भ्रामक सूचनाले नकारात्मक असर पार्दछ, उसैगरी उ आफैँले इन्टरनेटमा प्रवाह गर्ने यस्ता सामग्रीले अरू प्रयोगकर्तालाई असर पार्दछ । त्यसैले, कसैले इन्टरनेटमा सूचना वा जानकारी प्रसार गर्नुभन्दा पहिला त्यस्तो सूचनाको तथ्य-जाँच गर्नु अत्यावश्यक मानिन्छ ।

सामाजिक सञ्जाल वा इन्टरनेटमा कुनै जानकारी पोष्ट गर्दा वा शेयर गर्दा त्यस्तो सामग्रीको सत्य/तथ्य जाँच गर्ने गरेका छन् वा छैनन् भनेर सर्वेक्षणमा सहभागीलाई सोधिएको थियो । ७६ प्रतिशत युवाहरूले पोष्ट वा शेयर गर्नु अघि सधैं तथ्य-जाँच गर्ने गरेको बताए भने २१ प्रतिशत सहभागीले कहिलेकाहीं मात्र यस्तो जाँच गर्ने गरेको बताए । २ प्रतिशत सहभागीले मात्र कहिल्यै पनि तथ्य जाँच नगरेको बताएका छन् ।



## ८.२ आफ्नो गोपनीयता संरक्षणको सजगता

इन्टरनेटको प्रयोग सुरक्षित भएन वा ख्याल गरिएन भने कतिपय अवस्थामा व्यक्तिगत र गोप्य सूचनाहरू चोरी हुने र सूचनाको दुरुपयोग गर्नेको हातमा पुग्न सक्छन् । त्यसैले गोपनीयताको संरक्षणलाई इन्टरनेट नियमनको मुख्य चासोको रूपमा संसारभर उठाउने गरिएको छ । के नेपाली युवाहरू पनि यो विषयमा सजग छन् त?

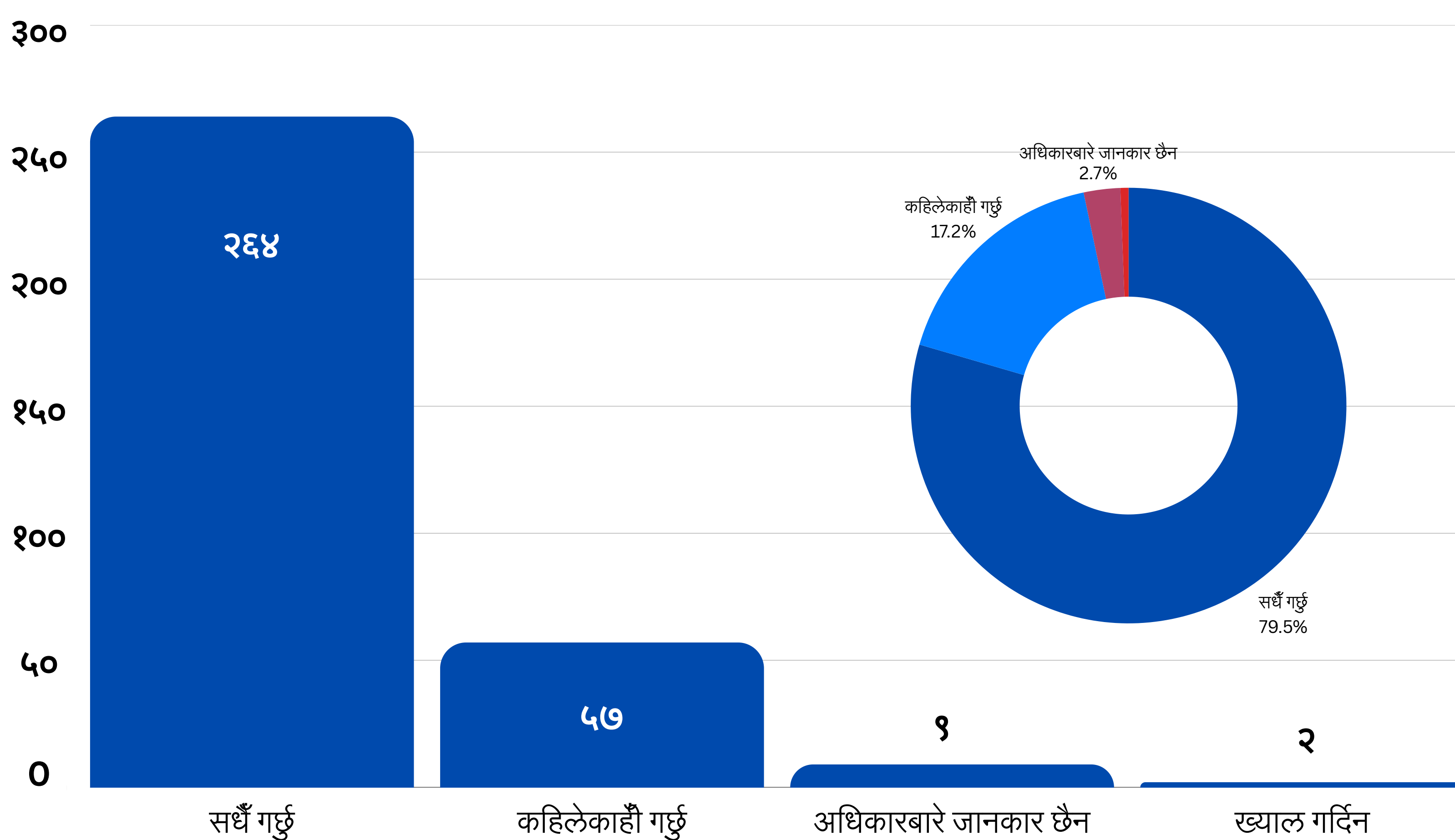


सर्वेक्षणमा सहभागी ७७ प्रतिशत युवाले आफू अत्यन्त सजग रहेको जवाफ दिए । २० प्रतिशत सहभागीले भने सधैं सजग हुन सम्भव नहुने र कहिलेकाहीं ख्याल गर्ने गरेको बताए । २ प्रतिशत युवाले यस विषयमा आफू सजग नभएको बताए भने १ प्रतिशतले आफूलाई यसबारे जानकारी नै नभएको उत्तर दिए ।

### ८.३ अरूको अधिकारको सम्मान

इन्टरनेटमा कुनै जानकारी पोष्ट गर्दा वा शेयर गर्दा त्यस्तो सामग्रीले अरूको गोपनीयताको अधिकार, प्रतिलिपि अधिकार र बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकार लगायत अरू अधिकारहरू पनि हनन् हुन सक्छन् । नेपालको आफ्नै कानून र कतिपय अन्तर्राष्ट्रिय कानूनहरूले यस्तो कार्यलाई अपराध मानेका छन् । नेपाली युवा इन्टरनेट प्रयोगकर्ताले यस्तो विषयलाई कतिको गम्भीर रूपमा लिएका होलान् भन्ने बुझ्न सर्वेक्षणले प्रयास गरेको छ ।

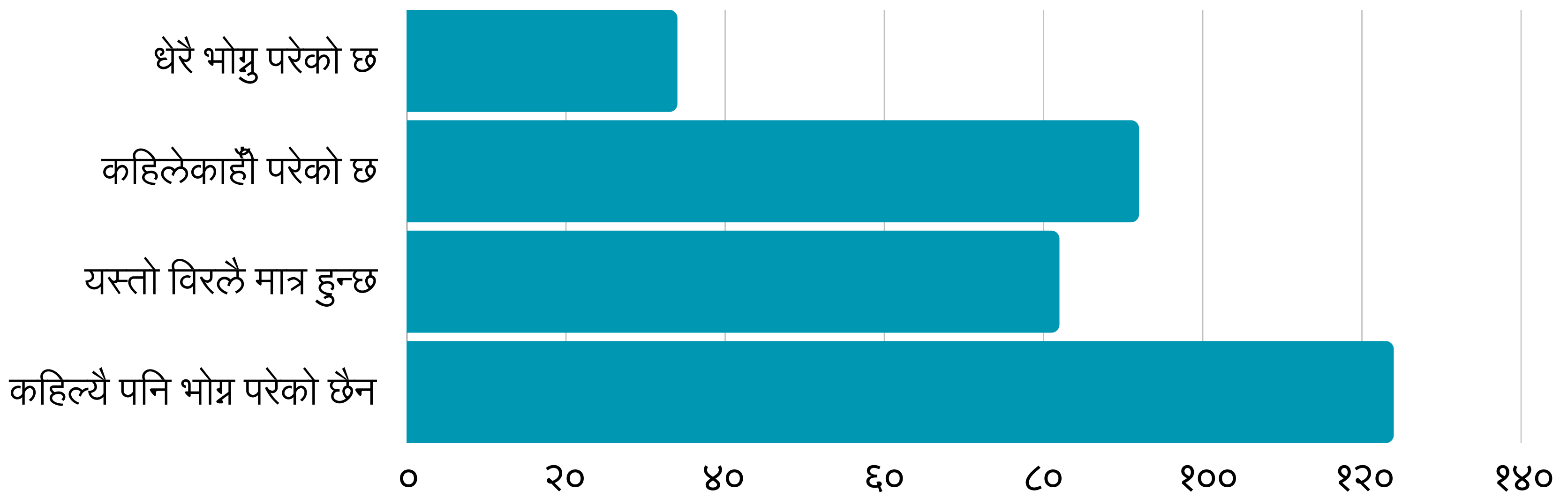
सर्वेक्षणमा सहभागी ३ प्रतिशतले आफूलाई यस्ता अधिकारबारे जानकारी नै नभएको बताएका छन् भने १ प्रतिशतले थाहा भएर पनि ख्याल गर्दिनँ भनेका छन् । ८० प्रतिशत, अर्थात् बहुसंख्यक सहभागीले अरूको अधिकार सम्मान गर्न अत्यन्तै ख्याल गर्ने गरेको बताएका छन् । १७ प्रतिशतले चाहिँ कहिलेकाहीं मात्र ख्याल गर्ने गरेको उत्तर दिए ।



### ८.४ अनलाइन हिंसाको भोगाइ

आफ्ना विचार र सूचना अभिव्यक्त गर्ने मञ्च प्रदान गरेर आमप्रयोगकर्तालाई इन्टरनेटले हिंसाको नियन्त्रणमा सहयोगी औजारको काम पनि गरेको छ । अर्को पाटोमा इन्टरनेटकै प्रयोग गरेर हुने हिंसाहरू पनि व्यापक बन्दै गएका छन् ।

उदाहरणका लागि, सन् २०२० मा द इकोनोमिस्ट इन्टेलिजेन्स युनिटले महिला विरुद्ध हुने हिंसाबारे गरेको अध्ययनमा ३८ प्रतिशत सहभागीले अनलाइनमा कुनै न कुनै प्रकारको हिंसा आफैँले भोगेको बताएका थिए । ८५ प्रतिशत सहभागीले यस्तो हिंसा हुने आफूले प्रत्यक्ष अनुभव गरेको बताएका थिए (द इकोनोमिस्ट इन्टेलिजेन्स युनिट, सन् २०२१)।



नेपाली युवाहरूले इन्टरनेटमा आफूमाथि मानहानी, दुर्व्यवहार वा यस्तै किसिमका अनलाइन हिंसा भोग्नु परेको छ कि छैन भनेर यो सर्वेक्षणमा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ । १० प्रतिशत सहभागीले धेरै नै यस प्रकारको हिंसा भोग्ने गरेको बताए भने २८ प्रतिशतले कहिलेकाहीं यस्तो अनुभव रहेको जनाए । २५ प्रतिशत जवाफदाताका अनुसार यस्ता घटना विरलै हुन्छन् भने ३७ प्रतिशत सहभागीले आफूले कहिल्यै पनि अनलाइन हिंसा भोग्नु नपरेको बताएका छन् ।

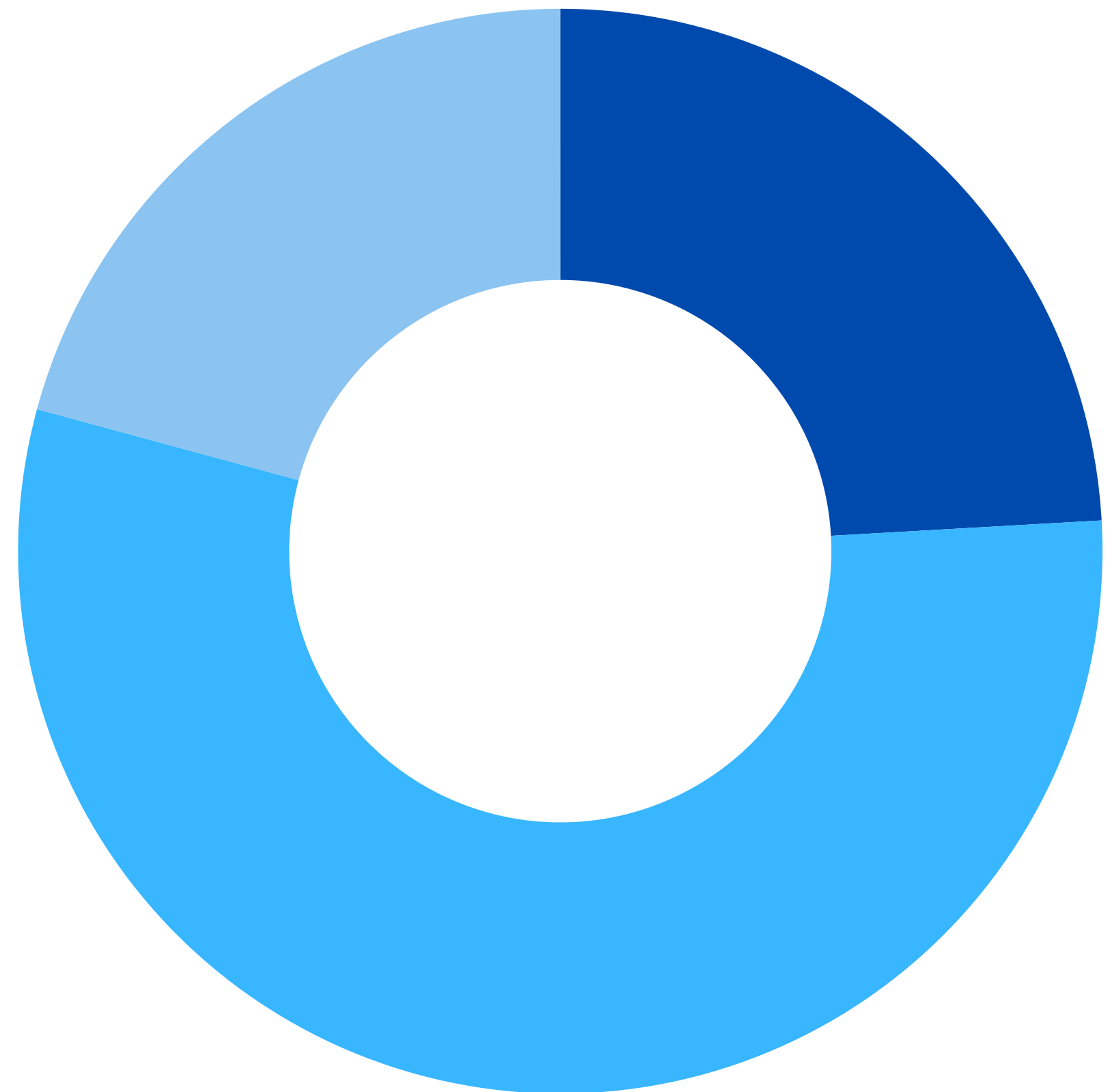
## ८.५ दुष्प्रचार र विभेदको अनुभव

हिंसाको शिकार जोसुकै बन्न सक्छ । तर, सबैखाले हिंसाको चेपुवामा समाजमा जोखिमयुक्त समूहका रूपमा रहेका व्यक्तिहरू बढी पर्ने गरेको पाइन्छ ।

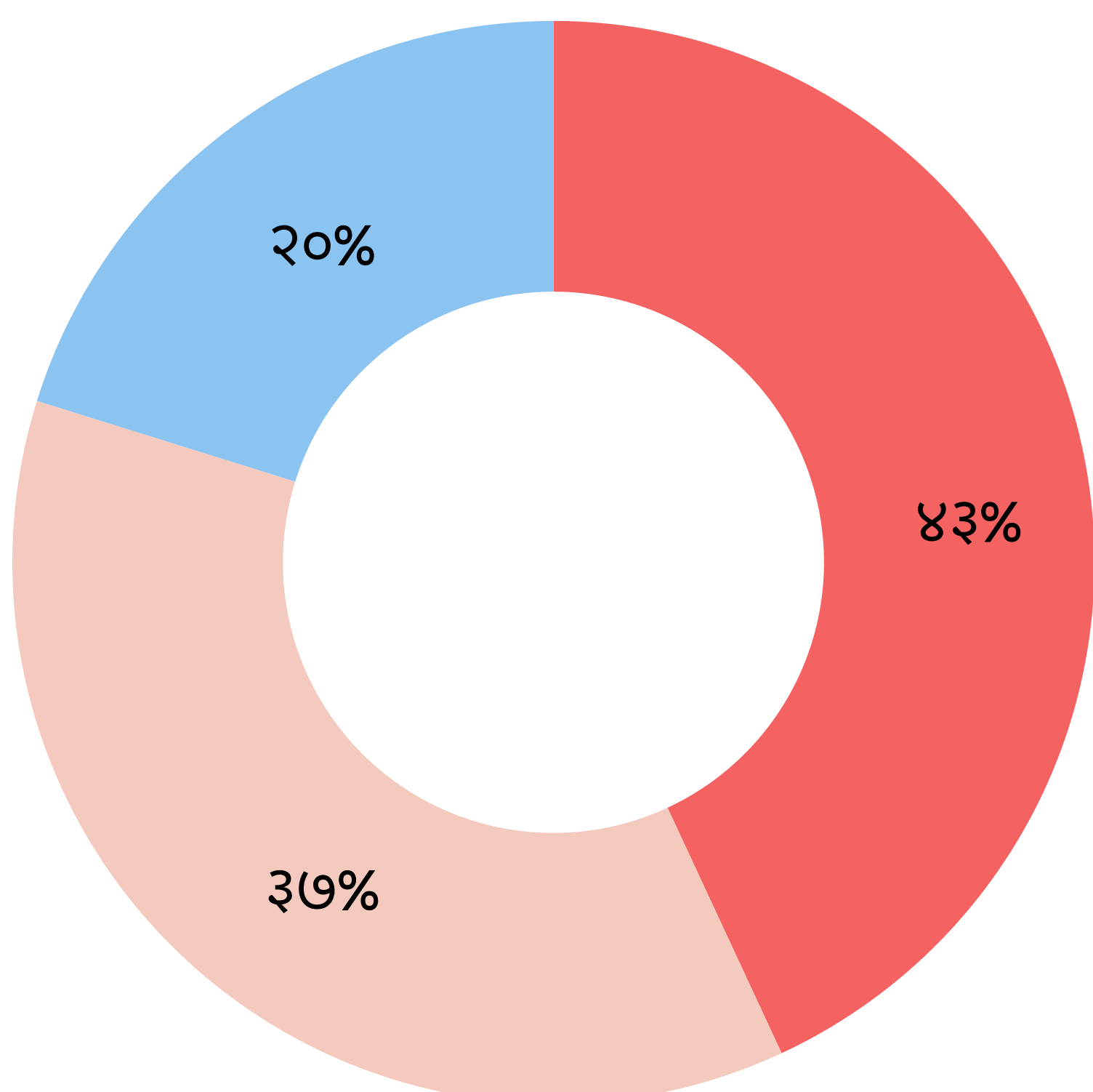
इन्टरनेटमा कसैमाथि लैङ्गिकता, जात, धर्म वा अपाङ्गताका आधारमा दुष्प्रचार र विभेद भएको घटना नेपाली युवाहरूले कतिको अनुभव गरेका छन् भनेर यो सर्वेक्षणमा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ ।

सर्वेक्षणमा भाग लिएका २४ प्रतिशत सहभागीले जोखिमयुक्त समूहमाथि इन्टरनेटमा दुष्प्रचार र विभेद नियमित जसो अनुभव गर्ने गरेको बताए । ५५ प्रतिशत सहभागीले चाहिँ कहिलेकाहीं मात्र यस्तो अनुभव गर्ने गरेको बताए । २१ प्रतिशत सहभागीलेले चाहिँ यस्तो अनुभव नगरेको बताएका छन् ।

- सधैं गर्छु (२४%)
- कहिलेकाहीं गर्छु (५५%)
- गर्दिनँ (२१%)



- धेरै नै फरक पर्दछ
- कहिलेकाहीं मात्रै पर्दछ
- त्यस्तो फरक पर्दैन



## ८.६ निकटताका आधारमा सूचना छनौट

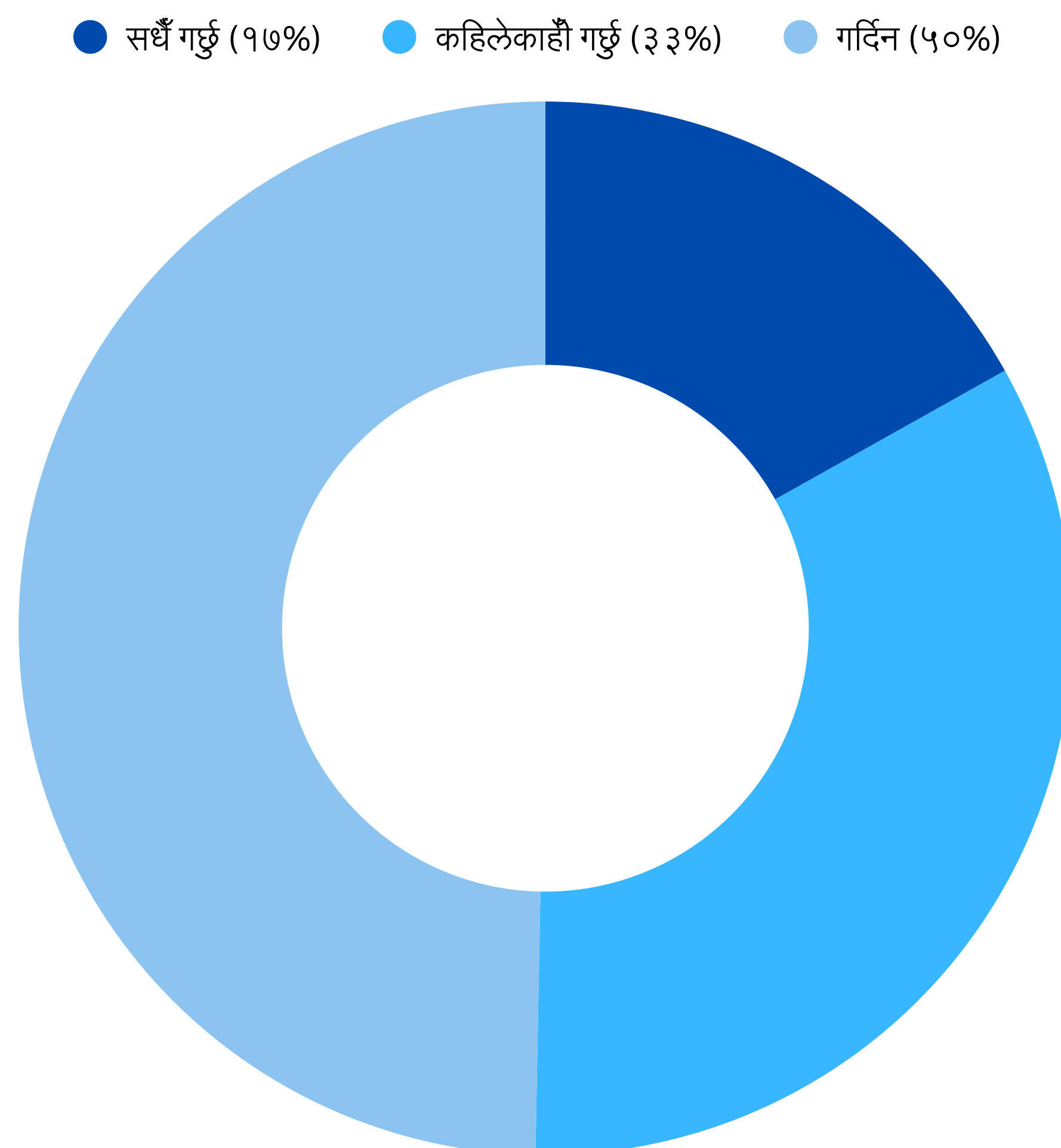
डिजिटल मिडियाको एउटा सशक्त पक्ष सामग्री छनौटको सुविधा हो । सूचना, समाचार वा विचारका लागि एउटै प्ल्याटफर्ममा निर्भर रहने पर्ने अवस्था छैन । डिजिटल प्ल्याटफर्ममा छनौटको विविधतापूर्ण अवसर छ । डिजिटल प्ल्याटफर्ममा सूचना वा समाचार छनौट गर्ने क्रममा प्रयोगकर्ताले आफू आबद्ध भएको राजनीतिक दल, आफूले अंगालेको धर्म वा सिद्धान्त, आफ्नो जात वा समुदाय, लैङ्गिकता र भौगोलिक निकटतालाई आधारमा मात्रै गरेको पनि पाइन्छ ।

नेपाली युवाहरूले पनि सामग्री छनौटमा यस्तो निकटतालाई कतिको महत्त्वपूर्ण ठान्ने गरेका छन् भन्ने बुझ्न यस सर्वेक्षणले प्रयास गरेको छ । सर्वेक्षणमा सहभागीमध्ये ४३ प्रतिशतले राजनीतिक दल, धर्म, जात वा समुदायजस्ता मनोवैज्ञानिक निकटताका आधारमा सूचना र समाचार छनौट गर्ने गरेको बताए । ३७ प्रतिशत सहभागीले कहिलेकाहीं मात्र त्यसप्रकारको निकटतालाई आधार बनाएको बताए । २० प्रतिशत सहभागीले भने त्यस्तो निकटताले सूचना वा समाचार छनौटमा फरक नपर्ने बताएका छन् ।

## ८.७ हिंसा र दुर्व्यवहारको डर

डिजिटल प्ल्याटफर्ममा उपलब्ध व्यक्तिगत विवरणले व्यक्तिको पहिचान गर्न, सम्पर्क विस्तार गर्न, व्यावसायिक सञ्जाल निर्माण गर्न, रोजगार र व्यवसायका अवसरहरू प्राप्त गर्न सहयोग पुग्दछ । तर, कतिपय अवस्थामा आफूमाथि हिंसा वा दुर्व्यवहार वा अन्य सुरक्षा जोखिम निम्तिन सक्ने भएकाले आफ्नो परिचय लुकाउने वा छद्म परिचयमा सामाजिक अन्तरक्रिया गर्ने अवस्था पनि हुन सक्छ ।

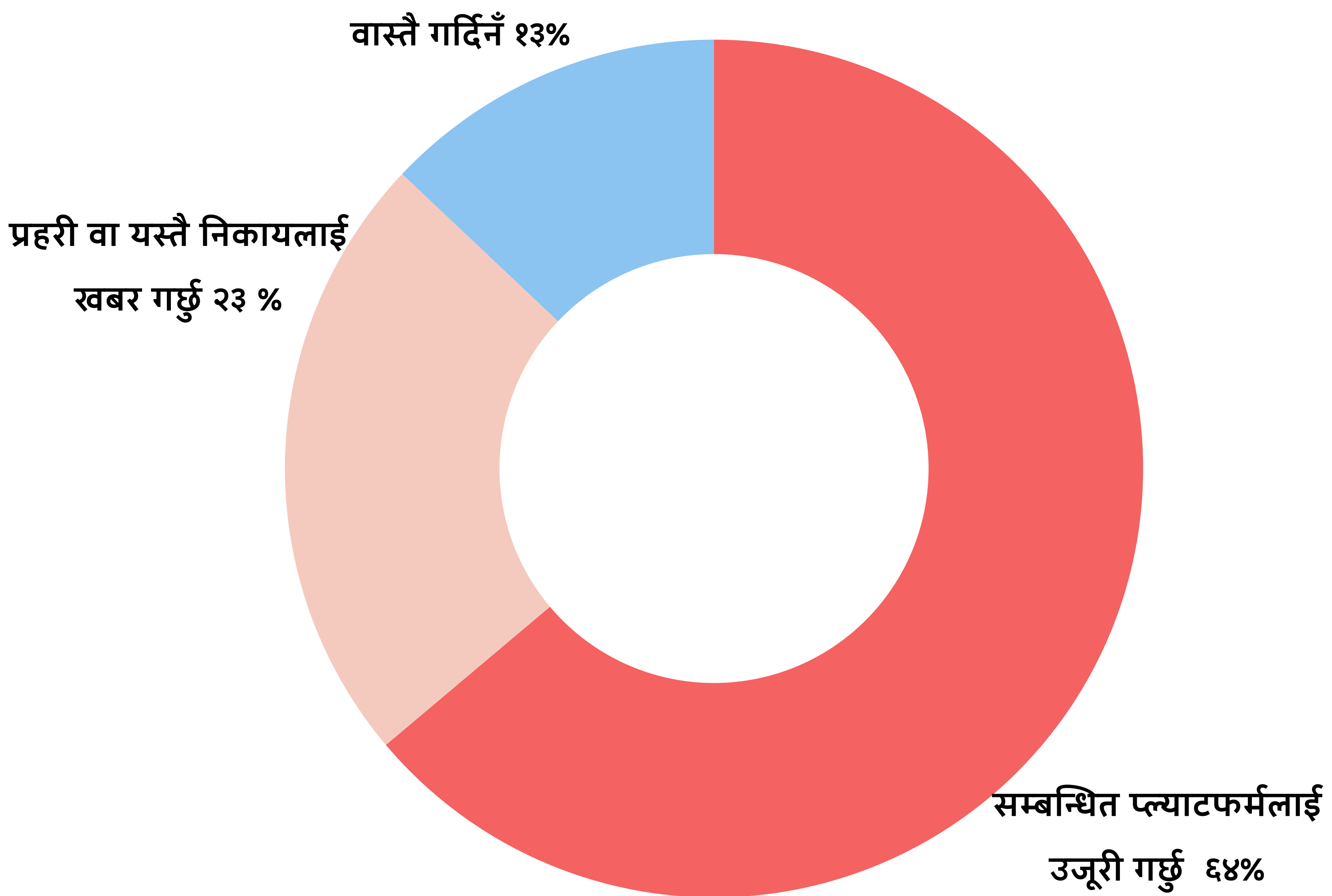
लैङ्गिक, जातीय, धार्मिक, अपाङ्गता आदिका दृष्टिले अल्पसंख्यक समुदायमाथि कुनै न कुनै किसिमको हिंसा हुन सक्ने डरले डिजिटल प्ल्याटफर्ममा आफ्नो वास्तविक नाम र अरू परिचय लुकाउनु परेको अनुभव नेपाली युवाहरूमा छ कि छैन भनेर बुझ्ने प्रयास गरिएको छ । १७ प्रतिशत सहभागीले यसप्रकारको सधैं अनुभव गर्ने गरेको बताए भने ३३ प्रतिशतले कहिलेकाहीं मात्र आफूलाई यस्तो अनुभव भएको विचार व्यक्त गरे । बाँकी ५० प्रतिशत सहभागीसँग परिचय लुकाउनु परेको अनुभव छैन ।



## ८.८ अपराध र हिंसा विरूद्ध प्रयास

व्यक्तिगत तवरबाट हुने कतिपय प्रयासले पनि इन्टरनेटमा हुने अपराध र हिंसाका घटनालाई कम गर्न सकिन्छ । इन्टरनेटमा आफूले अपराध वा हिंसालाई प्रोत्साहित गर्ने सामग्री भेट्यो भने नेपाली युवाहरूले के गर्ने गरेका छन् भनेर यो सर्वेक्षणमा बुझ्ने प्रयास गरिएको छ ।

सर्वेक्षणमा सहभागी भएकामध्ये ६४ प्रतिशत उत्तरदाताले इन्टरनेटमा भेटिने अपराध र हिंसासँग जोडिएका सामग्रीबारे सम्बन्धित प्ल्याटफर्मलाई नै उजुरी (रिपोर्ट गर्ने, ब्लक गर्ने, अनफलो गर्ने आदि ) गर्ने गरेको बताए । २३ प्रतिशत सहभागीले यस्तो अवस्थामा प्रहरी वा अरू कानून कार्यान्वयन गर्ने निकायलाई खबर गर्ने गरेको बताए । १३ प्रतिशत सहभागिताले भने यसबारे कुनै वास्ता नै नगर्ने गरेको जवाफ दिएका छन् ।



## ९. निष्कर्ष र सुझावहरू

नेपालका सबै प्रदेश, भौगोलिक विविधता, शैक्षिक स्तर र विभिन्न पेशागत संगलनताको प्रतिनिधित्व हुने गरी १८ वर्ष देखि ३० वर्ष सम्मका युवा माझ गरिएको यस सर्वेक्षणले नेपाली युवामा रहेको मिडिया तथा डिजिटल साक्षरताको अवस्था, यस्ता माध्यमहरू प्रयोगमा उनीहरूको आनीबानी, बुझाइ, मान्यता र सचेतताको अवस्था र आवश्यक सीप र दक्षताजस्ता बहुआयामिक पक्षहरूलाई पहिचान गर्न सफल भएको छ । सर्वेक्षणबाट प्राप्त तथ्याङ्कहरूको विश्लेषणबाट निकै महत्त्वपूर्ण तथ्यहरू उजागर भएका छन् ।

### ९.१ निष्कर्ष

- सामाजिक सञ्जाल नेपाली युवाहरूले सबैभन्दा बढी प्रयोग गर्ने सञ्चार माध्यम हुन् । हरेक दिन, ९३ प्रतिशत युवाले नियमित समाचार र सूचना प्राप्त गर्ने उद्देश्यले सामाजिक सञ्जालको प्रयोग गर्ने गरेका छन् । सामाजिक सञ्जालपछि समाचारमूलक वेबसाइट प्रयोग गर्नेहरू पनि उल्लेख्य छन् । ७९ प्रतिशत युवा समाचारमूलक वेबसाइटका दैनिक प्रयोगकर्ता हुन् ।
- डिजिटल माध्यमको तुलनामा परम्परागत माध्यमहरू पत्रपत्रिका, रेडियो र टेलिभिजन प्रयोग गर्ने युवाको सङ्ख्या निकै कम देखिन्छ । अध्ययनमा सहभागी भएका कुल युवामध्ये ३५ प्रतिशतले पत्रपत्रिका, ३३ प्रतिशतले टेलिभिजन र ३० प्रतिशतले रेडियोबाट समाचार तथा सूचना प्राप्त गर्ने गर्दछन् । सामाजिक सञ्जाल प्रयोग नै नगर्नेको सङ्ख्या शून्य छ । २० प्रतिशतले रेडियो, ११ प्रतिशतले टेलिभिजन र ५ प्रतिशतले पत्रपत्रिका कहिल्यै पनि प्रयोग नगर्ने बताएका छन् ।
- उपयोगका हिसाबले डिजिटल मिडियाको प्रयोग धेरै हुने भए पनि समाचार र सूचनामा विश्वसनीयताको हिसाबले टेलिभिजन अगाडि रहेको छ । पत्रपत्रिका र समाचारमूलक वेबसाइटमा विश्वसनीयतामा समानता रहेको देखिएको छ । विश्वसनीयताको हिसाबले रेडियो तेस्रो स्थानमा छ भने सामाजिक सञ्जाल सबैभन्दा कम विश्वसनीय मानिन्छ । समाचार संस्थाको ब्रान्ड र समाचारदाता वा लेखकको नाम उल्लेख हुनुले समाचारको विश्वसनीयतामा ठूलो प्रभाव पार्ने युवाहरूको मान्यता छ ।
- युवाहरूले डिजिटल माध्यममा सबैभन्दा बढी शिक्षामूलक, सीपमूलक र ज्ञानमूलक सामग्री प्रति रुचि राख्ने गरेको पाइएको छ । दोस्रो स्थानमा राजनीतिक, आर्थिक, र समसामयिक समाचार अपडेट पर्छन् । खोजेकै समाचार प्राप्त गर्न, कहिले प्रयोग गर्दै जाँदा भेटिने लिङ्क पछ्याउँदै त कहिले सोझै प्राथमिक माध्यम पहिचान गरी युवाहरू आफ्नो रुचिको विषयसम्म पुग्ने गर्छन् । सीधै मुख्य स्रोतमा पुग्ने १४ प्रतिशत मात्र छन् ।

- आफूले प्राप्त गर्न खोजेको सूचना र समाचारको स्रोत, खोजेकै वेबसाइट वा सामाजिक सञ्जालका पृष्ठमा पुग्न अधिकांश युवा (८८ प्रतिशत) ले कुनै न कुनै प्राविधिक जटिलता अनुभव गर्ने गरेका छन् । १२ प्रतिशत युवासँग मात्र त्यस्तो कुनै प्राविधिक जटिलता झेल्न नपरेको अनुभव छ ।
- युवाका अनुभवमा सामाजिक सञ्जाल र अरू सञ्चार माध्यममा उपलब्ध हुने समाचार निश्चित स्वार्थबाट प्रेरित भएर पनि सम्प्रेषित हुन्छन् । समाचार तयार पार्नुको नियत पहिचान गर्न हरेक पटक सम्भव नहुने र कहिलेकाहीं मात्र गर्न सकिने उनीहरूले ठान्दछन् । तर, आफूले प्राप्त गर्ने समाचार वा सूचनाहरू त्रुटिरहित र तथ्यपरक हुनु अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण छ भन्ने बहुसंख्यक (७६ प्रतिशत) युवाको मान्यता छ । ८० प्रतिशत युवा समाचारमा स्रोत र सन्दर्भ उल्लेख हुनुपर्ने, पारदर्शिता र जवाफदेहिता कायम रहनुपर्ने मान्यता राख्छन् ।
- इन्टरनेटमा उपलब्ध भएका सूचना वा समाचारमाथि विश्वास नलागेमा त्यस्ता सूचनाको तथ्य जाँच गर्ने अभ्यास नेपाली युवामा उच्च देखिन्छ । यस्ता सूचनालाई ६४ प्रतिशत युवाले तथ्य जाँचका लागि प्रयास गर्ने गरेको र ३४ प्रतिशतले कहिलेकाहीं कोशिश गर्ने गरेको बताए । २ प्रतिशत युवाले तथ्य जाँचका लागि प्रयास नगरेको पाइयो ।
- आफूले प्राप्त गरेको सूचना सही वा गलत के हो भन्ने ठहर गर्न युवाहरूले 'सूचनाका अरू स्रोत खोजी र तुलना गर्ने' विधि सबैभन्दा बढी प्रयोग गर्ने गरेका छन् । यसैगरी प्राप्त सूचनाको 'प्राथमिक स्रोतमै पुग्ने प्रयास गर्ने', 'जानकार वा विशेषज्ञहरूसँग परामर्श लिने' र 'सूचनाको सन्दर्भ र उपलब्ध तथ्यहरूको समीक्षा गर्ने' क्रमशः बढी अभ्यासमा आएका विधि हुन् । 'सर्च इन्जिनको प्रयोग' र 'फ्याक्ट चेक गर्ने टुल वा वेबसाइटको प्रयोग' पनि कहिलेकाहीं प्रयोगमा आउने विधि हुन् ।
- प्राय सामाजिक सञ्जाल र अरू डिजिटल प्ल्याटफर्महरूले मिथ्या सूचनाको उजूरी गर्ने (रिपोर्ट गर्ने, ब्लक गर्ने, अनफलो गर्ने जस्ता) सुविधा उपलब्ध गराएका हुन्छन् । यस्ता सुविधाबारे ७ प्रतिशत युवालाई जानकारी नै छैन । १५ प्रतिशत युवाले यस्ता विकल्प प्रयोग नै गर्दैनन् ।
- ११ प्रतिशत युवाहरूले अरूले पोष्ट गरेको समाचार र सूचनालाई कहिल्यै पनि सामाजिक सञ्जाल र डिजिटल प्ल्याटफर्महरूमा शेयर गर्दैनन् र आफ्नो प्रतिक्रिया पनि दिदैनन् । अर्कोतिर २३ प्रतिशतले भने नियमित रूपमा नै यस्ता प्ल्याटफर्ममा प्रतिक्रिया लेख्दै आफ्नो विचार व्यक्त गर्ने गर्छन् र आफूलाई महत्त्वपूर्ण लागेका सूचना अरूलाई शेयर गर्छन् ।
- सामाजिक सञ्जाल वा डिजिटल मिडियामा आएका गलत सूचनाले राजनीतिक नेतृत्व वा नीति निर्माण तहमा गलत व्यक्ति पुग्न सक्ने सम्भावना हुन्छ भन्ने बहुसंख्यक युवाहरू ठान्छन् ।

इन्टरनेट मार्फत हुने नीति निर्माण सम्बन्धी बहस वा राजनीतिक विचार-विमर्शले नीति निर्माणमा ठूलो फरक पार्ने पनि धेरैको मान्यता छ । तर, यस्ता छलफलमा १२ प्रतिशत युवाहरूमात्र नियमित सहभागी हुने गरेका छन् । ३५ प्रतिशतसँग यस्ता छलफलमा सहभागी भएको अनुभव नै छैन ।

- इन्टरनेट प्रयोग गर्दा आफ्नो गोप्य सूचना चोरी वा दुरुपयोग हुने खतराबारे युवाहरू अत्यन्त सजग देखिन्छन् । अध्ययनबाट प्राप्त नतिजा अनुसार मात्र २ प्रतिशत युवा यस विषयमा सजग छैनन् भने १ प्रतिशतलाई यसबारे जानकारी छैन ।
- इन्टरनेटमा उपलब्ध सामग्री प्रयोग गर्दा अरूको गोपनीयता, प्रतिलिपि अधिकार तथा बौद्धिक सम्पत्तिको अधिकारको सम्मान गर्नुपर्छ भन्नेमा युवाहरू स्पष्ट देखिए । सर्वेक्षणमा सहभागी भएकामध्ये केवल ३ प्रतिशतले आफूलाई यस्ता अधिकारबारे थाहा नभएको बताएका छन् भने १ प्रतिशतले थाहा भएर पनि ख्याल नगर्ने बताए ।
- युवा जनसंख्याको ठूलो हिस्साले आफूमाथि मानहानी, दुर्व्यवहार लगायतका अनलाइन हिंसाको अनुभव गर्ने गरेका छन् । नेपालमा १० प्रतिशत युवाले बारम्बार र २८ प्रतिशतले कहिलेकाहीं यस्तो हिंसा भोग्छन् । यसैगरी, लैङ्गिकता, जात, धर्म वा अपाङ्गताका आधारमा व्यक्तिमाथि हिंसा हुने गरेको पाइएको छ । जोखिमयुक्त समूहभित्र पर्ने यस्ता व्यक्तिहरूले अरूले भन्दा दुई गुणा बढी डिजिटल हिंसाको शिकार हुनुपरेको ७९ प्रतिशत युवाको अनुभव छ ।
- सञ्चार माध्यममा समाचार र सूचना छनौट गर्दा अडियन्स कुन राजनीतिक दल, धर्म, जात वा समुदायसँग निकट वा आबद्ध छ भन्ने कुराले धेरै नै फरक पार्ने देखिन्छ । आफ्नो आबद्धता वा निकटताका हिसाबले समाचार छनौटमा प्रभाव पार्ने ८० प्रतिशत युवाहरू विश्वास गर्दछन् भने २० प्रतिशत युवाले मात्र उतिबिधि फरक नपर्ने ठान्दछन् ।
- अपराध र हिंसालाई दुरुत्साहन गर्न सक्ने सामग्री इन्टरनेटमा भेटेमा उजुरी गर्नुपर्ने भन्ने ६४ प्रतिशत युवाहरूले सम्बन्धित प्ल्याटफर्ममा नै उजुरी गर्ने बताए भने २३ प्रतिशतले यस्तो अवस्थामा प्रहरी वा अन्य कानून कार्यान्वयन गर्ने निकायलाई खबर गर्ने गरेको बताएका छन् ।

## १.२ सुझावहरू

नेपाली युवाहरूको डिजिटल साक्षरता तथा मिडिया साक्षरतासँग सम्बन्धित विषयप्रतिको मनोवृत्ति, मनोदशा, सचेतता र अभ्यास मापन गर्ने उदेश्यले गरिएको यस अध्ययनबाट निस्किएका नतिजा र तिनको विश्लेषणबाट डिजिटल सञ्चार माध्यम, प्रयोगकर्ता (युवा वर्ग), सरकार र गैरसरकारी वा सामाजिक संघसस्थालाई विभिन्न सुझाव तयार गरिएको छ ।

यस्ता सुझावहरू लागू भएमा सहभागितामूलक लोकतन्त्र, पारदर्शिता र जवाफदेहिताको प्रवर्द्धन भई समाजमा विद्यमान द्वन्द्व रचनात्मक ढंगले निरूपण गर्न पनि सहयोग पुग्नेछ ।

**डिजिटल माध्यमहरू** प्रयोगमा लोकप्रिय बन्दै गए पनि यिनको विश्वासनीयताको ग्राफ तलै देखिएका छन् । सूचनामा स्रोत र सन्दर्भ उल्लेख गर्ने, निश्चित स्वार्थ प्रेरित सामग्रीलाई निरूत्साहसित गर्ने, पारदर्शिता र जवाफदेहिता ख्याल गर्ने हो भने अहिलेको अवस्थामा सुधार आउने देखिन्छ । युवाहरूको प्रमुख माध्यमका रूपमा नै प्रयोग भएकाले सूचना र सञ्चारको विश्वसनीयता बढाउन यस क्षेत्रमा साक्षरता कार्यक्रम बढाउनुपर्छ । यस्ता सचेतना कार्यक्रमको सञ्चालन प्ल्याटफर्महरू आफैँले, सरकार, गैरसरकारी संस्था र निजी क्षेत्रसँगको सहकार्यमा पनि गर्न सक्छन् । डिजिटल मिडियाका फाइदा र सीमितताबारे व्यापक सचेतना फैलाउन आवश्यक छ ।

सामाजिक सञ्जाल र डिजिटल मिडियाका प्रयोगकर्ताले आफूले चाहेकै सामग्री प्राप्त गर्न प्राविधिक र व्यवहारिक अवरोधहरू भोग्ने गरेको बताएका छन् । यस्तो अवस्थालाई कम गर्न प्ल्याटफर्महरूमा 'युजाबिलिटी' र 'एक्सेसाबिलिटी'सँग सम्बन्धित प्राविधिक सुधार जरूरी हुन्छ । माध्यमका निर्देशनहरू, प्रयोगका शर्त, गोपनीयता र अन्य नीतिहरू प्रयोगकर्ताकै भाषामा उपलब्ध भए भनि अवरोधहरूलाई कम गर्न सकिन्छ ।

समाचारमूलक वेबसाइटहरूको विश्वसनीयताको स्तर इन्टरनेटका अरू प्ल्याटफर्मको भन्दा बढी देखिए पनि सम्भव भएसम्म समाचारमा लेखक वा समाचारदाताको नाम उल्लेख र सूचना तयार पार्ने संस्थाको ब्राण्ड उल्लेख गर्नु महत्त्वपूर्ण हुने देखिन्छ । शैक्षिक विकास, सीप वृद्धि र ज्ञानमूलक सामग्री युवाहरूले सबैभन्दा बढी खोजी गर्ने विषय हुन् । समाचारमूलक वेबसाइट र अन्य डिजिटल प्ल्याटफर्मले पनि यस्ता सामग्रीलाई प्राथमिकता दिँदा प्रयोगकर्ताको सङ्ख्या र उनीहरूले व्यतीत गर्ने समय बढाउन सकिन्छ ।

**नेपाली युवा**ले आफूहरूले प्राप्त गर्ने सूचनाको तथ्य-जाँच गर्ने गरेको भए पनि सर्च इन्जिन र फ्याक्ट चेककै लागि विकास भएका प्ल्याटफर्महरूको भने प्रयोग कम गर्ने गरेका छन् । यस्ता प्ल्याटफर्मको प्रयोग बढाएर थोरै समय र कम मेहनतमै भ्रामक र मिथ्या सूचना पहिचान गरी सम्भावित हानी-नोक्सानीबाट बच्न सकिन्छ । युवाहरूले डिजिटल नागरिकका हैसियतमा सामाजिक उत्तरदायित्व ख्याल गर्दै इन्टरनेटमा भेटिने अपराधिक नियतका गलत सूचनाबारे तत्काल उजुरी गर्ने अभ्यास बढाउन जरूरी देखिन्छ ।

डिजिटल सहभागिताको अवसरलाई उपयोग गर्दै नीति निर्माण तह र राजनीतिक वृत्तमा हुने छलफलमा युवाहरूको सहभागिता बढाउन जरूरी छ । युवाहरूको सक्रिय डिजिटल सहभागिताले गलत नीति निर्माण हुनसक्ने खतरालाई नियन्त्रण गर्न सकिन्छ ।

**सरकार**ले प्रविधिले निम्त्याएको चुनौतीलाई सामना गर्ने अभिप्रायले नीति, कानून र अरू नियमनकारी संयन्त्र बनाएर अनलाइन हिंसा र दुष्प्रचारका घटनालाई नियन्त्रण गर्न सक्दछ ।

सरकारले आफ्ना शिक्षा र सञ्चारका संयन्त्रहरू प्रयोग गर्नुका साथै र डिजिटल प्ल्याटफर्महरूसँग सहकार्य गरेर प्रविधिबाट युवा पुस्ताले लिन सक्ने फाइदाहरूको ज्ञान दिँदै सीप वृद्धि हुने अभियानहरू सञ्चालन गर्नु पर्दछ । युवाहरूको डिजिटल सहभागितालाई वृद्धि गरेर अनलाइनमार्फत हुने सार्वजनिक सरोकारका बहस र अन्तरक्रियामा सहभागिताका लागि प्रोत्साहित गर्नु पर्दछ । यसले माध्यमको सही उपयोग मात्र नभई नागरिक सहभागिता, पारदर्शिता, जवाफदेहिताजस्ता लोकतान्त्रिक अभ्यासमा समेत वृद्धि हुन्छ ।

डिजिटल प्ल्याटफर्महरू र समग्रमा इन्टरनेटको दुरुपयोगबाट हुन सक्ने हिंसा र अपराध नियन्त्रणका लागि सरकारले कानून निर्माण गर्ने, आवश्यकता अनुसार परिमार्जन गर्ने र आम नागरिकलाई ती कानूनी दायित्व पालना गर्न, प्रेरित गर्ने र प्राप्त हुने लाभबारे सूचित गराउनु पर्दछ ।

नागरिक अधिकारको रक्षाका लागि काम गर्ने **सार्वजनिक संस्था र नागरिक समाज**ले अध्ययन तथा अनुसन्धान गरी जोखिममा रहेका समुदायका डिजिटल दुनियाँसँग सम्बन्धित समस्या पहिचान गर्न आवश्यक छ । यी संस्थाले जोखिममा रहेका समुदायको अधिकारबारे पैरवी गर्ने, डिजिटल साक्षरता र मिडिया साक्षरता बढाउन समयोचित कार्यक्रमहरू तयार गरी कार्यान्वयन गर्ने तथा एक ठाउँमा सफल देखिएका असल अभ्यासलाई अरु ठाउँमा विस्तार गर्ने जस्ता रचनात्मक काम गर्न सक्छन् ।

अनलाइन हिंसाबाट प्रभावित महिला र अन्य जोखिमयुक्त समूहहरूको सुरक्षा र न्याय प्राप्तिको यात्रामा सहयोग र समन्वय गर्ने, फ्याक्ट चेक, गोपनीयता, प्रतिलिपि अधिकार लगायत समग्र डिजिटल अधिकारका विषयमा कार्यक्रम सञ्चालन गर्ने कार्य नागरिक समाजले पनि गर्नु पर्दछ ।

## सन्दर्भ सामग्री

- Anderson, M. (2022). *Teens, social media and technology 2022*. Pew Research Center.
- Breakstone, J., McGrew, S., Smith, M., Ortega, T., & Wineburg, S. (2018). Why we need a new approach to teaching digital literacy. *Phi Delta Kappan*, 99(6), 27-32.
- Brown, L., Smith, R., & Miller, A. (2021). *Digital ethics in the 21st century*. Academic Pre
- Bulfin, S., & McGraw, K. (2015). Digital literacy in theory, policy and practice: Old concerns, new opportunities. In M. Henderson & G. Romeo (Eds.), *Teaching and digital technologies: Big issues and critical questions* (pp. 266-281). Cambridge University Press.
- Coleman, S., & Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. Routledge.
- Dahlgren, P. (2013). *The political web: Media, participation and democracy*. Palgrave Macmillan.
- European Commission [EU]. (2018). *Digital education action plan. European Commission*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2018%3A22%3AFIN>
- Facione, P. A. (2020). *Critical thinking: What it is and why it counts*. Insight Assessment, 1-30.
- Johnson, M., & Carlson, S. (2019). *Digital literacy and education*. Routledge.
- McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M., & Wineburg, S. (2017). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & Research in Social Education*, 45(2), 165-193.

- Mukherjee, A., & Ramachandran, K. (2018). *Data integrity and security: A comprehensive overview. Journal of Information Security.*
- National Statistic Office [NSO]. (2021). *National population and housing census.* National Statistic Office, Nepal.
- Organization of Economic Cooperation Development (OECD). (2019). Skills Outlook 2019: *Thriving in a digital world.* Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://doi.org/10.1787/df80bc12-en>
- Pant, L. D. (Ed.). (2023). *Conflict sensitive journalism and communication in Nepal: A baseline study.* ZFD/GIZ and Media Action Nepal.
- Pew Research Center. (2021). *News Consumption across media platforms.* Pew Research Center.
- Richardson, J., & Milovidov, E. (2019). *Digital citizenship education handbook.* Council of Europe.
- Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). *The common sense census: Media use by tweens and teens, 2019.* Common Sense Media.
- Reuters Institute. (2022). *Digital news report 2022.* Reuters Institute.
- The Economist Intelligence Unit. (2021). *Measuring the prevalence of online violence against women.* <https://onlineviolencewomen.eiu.com>
- United Nations [UN]. (2024). *Global principles for information integrity.* United Nations
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO]. (2018). *Digital literacy in education.* UNESCO. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000\\_265403](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000_265403)
- United Nations International Children's Emergency Fund Nepal [UNICEF Nepal]. (2021). *Learning amidst COVID-19: Nepal's shift to digital education.* UNICEF Nepal.

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens - with new examples of knowledge, skills and attitudes*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/490274>

World Economic Forum [WEF]. (2020). *The future of jobs report 2020*. World Economic Forum <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020>

Zhang, Y., & Liu, X. (2020). *Misinformation and information integrity in the digital age*. Information & Computer Security.

पन्त, लक्ष्मणदत्त; दुरा, यमबहादुर; विश्वकर्मा, जेबी; भुजु, कृति र झा, प्रियंका । (२०२१) । नेपाली मिडियामा भ्रामक समाचार । काठमाडौं: मिडिया एक्सन नेपाल ।

# मिडिया एक्सन नेपाल

अन्तर्राष्ट्रियस्तरमा प्रेस स्वतन्त्रता र मिडिया विकासको संरक्षणका लागि ५१ देशका सरकारहरु सम्मिलित अन्तर-सरकारी संयन्त्र 'मिडिया फ्रिडम कोलिसन (MFC) को कन्सलटेटिभ नेटवर्क (CN) को सदस्य, ग्लोबल फोरम फर मिडिया डिभलपमेन्ट (GFMD), फोरम अन इन्फर्मेसन एंड डेमोक्रेसी (FID) को सिभिल सोसाइटी कोलिसन र आकोस अलाइन्स (ACOS Alliance) को सदस्य मिडिया एक्सन नेपाल अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता, मिडिया विकास, सूचनाको अधिकार तथा सञ्चार क्षेत्रको समृद्धिको लागि कार्यरत संस्था हो । कन्सलटेटिभ नेटवर्कको निर्वाचित सह-अध्यक्ष रहिसकेका मिडिया एक्सन नेपालका संस्थापक अध्यक्ष डा. लक्ष्मणदत्त पन्त हाल GFMD को उपाध्यक्ष हुनुहुन्छ।

आमसञ्चार तथा पत्रकारिता, मानवअधिकार, मिडियाको प्राज्ञिक विश्लेषण तथा शोध, सूचनाको हक र सञ्चार पैरवीजस्ता विषयमा दक्षता र अनुभवप्राप्त विज्ञहरु रहेको *मिडिया एक्सन नेपाल*ले देशब्यापी रूपमा स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसका लागि क्रियाशीलता देखाउँदै आएको छ । समावेशी, स्वतन्त्र तथा जिम्मेवार मिडिया र व्यावसायिक पत्रकारिताको विकास, सूचनामा नागरिकको सहज पहुँचमार्फत मानव अधिकार संरक्षण र लोकतन्त्रको सुदृढिकरण मिडिया एक्सन नेपालको मुख्य कार्यक्षेत्र हो । अभिव्यक्ति स्वतन्त्रतासम्बन्धी अन्तरराष्ट्रिय संयन्त्रहरु, पत्रकारको सुरक्षा तथा दण्डहीनताको सवालमा संयुक्त राष्ट्रसंघीय कार्ययोजना, सञ्चारमाध्यमको अन्तर्वस्तु र सम्पादकीय नेतृत्वमा लैंगिक समावेशीकरणका मापदण्डहरुको प्रभावकारी कार्यान्वयनमा *मिडिया एक्सन नेपाल*ले पैरवी गर्दै आएको छ ।

२०७२ सालमा स्थापना भएयता *मिडिया एक्सन नेपाल*ले विकास, मिडिया स्वतन्त्रता र समानताका क्षेत्रमा कार्यरत राष्ट्रिय तथा अन्तरराष्ट्रिय निकायसँगको सहकार्य र साझेदारीमा शोध, वहस, पैरवी, प्रकाशन, नीति निर्माण, प्रलेखीकरण एवं क्षमता वृद्धिमार्फत स्वतन्त्र र जिम्मेवार प्रेसका लागि योगदान पुऱ्याउदै आएको छ । नेपालका सबै प्रदेशमा संयोजक र विभिन्न जिल्लाहरुमा सम्पर्क स्थापना गरेको यस संस्थाका कार्यक्रम र गतिविधिबाट हालसम्म झण्डै पाँच हजार पत्रकारहरु प्रत्यक्ष रूपमा लाभान्वित भएका छन् ।



## मिडिया एक्सन नेपाल

- 📍 थापागाउँ-१०, काठमाडौं, नेपाल
- ☎ +977-1-5244164
- 🌐 [info@mediaactionnepal.org](mailto:info@mediaactionnepal.org)
- ✉ <https://mediaactionnepal.org>
- 📘 [MediaActionNepal](#)
- 🏢 [company/media-action-nepal-man](#)
- ✂ [MediaActionNpl](#)