

## सन्ध्याकालीन पत्रिका: के पस्किरहेछन्, कसरी चलिरहेछन् ?

कोमल भट्ट

### सन्ध्याकालीन पत्रिकाको सङ्क्षिप्त इतिहास

छापा पत्रकारिताका विभिन्न स्वरूप-दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, आदिको तुलनामा सन्ध्याकालीन पत्रिकाको इतिहास नेपालमा लामो छैन, प्रकाशन अवधिका हिसाबले । त्यसो त २०१९ सालमा नै गोरखापत्रले सन्ध्याकालीन दैनिक प्रकाशन शुरु गरेर जग बसालिसकेको हो (अधिकारी सन् २०००:२०-२१) । सो वर्ष कार्तिक २ गतेदेखि गोरखापत्र दिनमा दुईपटक प्रकाशन हुन थाल्यो जसमध्ये पछिल्लो संस्करण 'सन्ध्या संस्करण'का नामले साँभमा प्रकाशित गरिन्थ्यो । यस हिसाबले देशको पहिलो सन्ध्याकालीन दैनिक हुने सौभाग्य गोरखापत्रले पाएको थियो । गोरखापत्रको सो संस्करण जम्मा जम्मी ३ वर्ष चल्यो र २०२२ साल असोज २३ गते देखि बन्द भयो (पराजुली सन् १९९६:२६) । गोरखापत्रको 'सन्ध्या संस्करण' विलुप्त भएको २३ वर्षपछि विश्वभूमि नामको नेवारी सन्ध्याकालीन दैनिक देखापऱ्यो । २०४५ पुस २ देखि बजारमा प्रवेश गरेको यो पत्रिका पनि करिब ३ वर्ष पाठकहरुमाभरि रहेर बिलायो । नेवारी भाषामा प्रकाशित हुने भएकाले सो भाषा जान्ने, बुझ्ने बाहेकका लागि यो पत्रिका हुनु नहुनु बराबर थियो ।

गोरखापत्रले बसालेको जगमा २७ वर्ष पश्चात २०४९ मङ्सिर २९ गतेदेखि महानगर दैनिक उभिएपछि, नेपाली भाषाको सन्ध्याकालीन पत्रिकाको प्रकाशनमा नयाँ आयाम थालनी भएको हो । कामना प्रकाशनका पुष्करलाल श्रेष्ठ जापान भ्रमणमा जाँदा त्यहाँ प्रकाशित हुने साँभका पत्रिकाहरुबाट प्रभावित भएर नेपाल फर्केपछि आफै सम्पादक प्रकाशक बनेर सन्ध्याकालीन दैनिकका रूपमा महानगरको प्रकाशन आरम्भ गर्नु भयो । त्यसको केही समयपछि अरु सन्ध्याकालीन पत्रिका पनि धमाधम निस्कन थाले । २०५८ सालको अन्तसम्ममा काठमाडौँ उपत्यकामा निस्कने यस्ता दैनिक पत्रिकाहरुको सङ्ख्या आठ पुगिसकेको छ । उपत्यकाबाट प्रकाशित हुने अन्य सन्ध्याकालीन दैनिकमा सन्ध्या टाइम्स (२०५१), सन्ध्याकालीन (२०५२), कमाण्डर (२०५५), सिटी टाइम्स (२०५५), अपराह्न (२०५५), मजदुर (२०५५) र क्राइम रिपोर्टर (२०५६) रहेका छन् ।

उपत्यका बाहिरका अन्य शहर विराटनगर, वीरगञ्ज, धरान, पोखरा, आदिमा पनि सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरु प्रकाशन भइरहेका छन् । विराटनगरबाट सन्ध्याकालीन विराटनगर (शुरु: २०५८) र विराटनगर टुडे (शुरु: २०५८ माघ), धरानबाट श्री सयपत्री सन्ध्याकालीन (शुरु: २०५८, यसअघि सात वर्षसम्म साप्ताहिकका रूपमा चलेको), पोखराबाट स्वदेशी आवाज दैनिक सन्ध्याकालीन, वीरगञ्जबाट प्रकाशित हुने ब्रह्मास्त्र

सन्ध्याकालीन दैनिक (२०५७), आदि रहेका छन्।<sup>१</sup> फागुन २०५८ मा आएर सन्ध्याकालीन विराटनगरको प्रकाशन बन्द पनि भइसकेको छ।

प्रजातन्त्रको पुनर्स्थापनापछि मौलाएको क्षेत्रमा पत्रकारितालाई राख्दा सायदै दुईमत होला। २०४७ को संविधानले प्रकाशन स्वतन्त्रतालाई प्रत्याभूत गरेपछि पत्रिकाको दर्ता एवं प्रकाशनमा सङ्ख्यात्मक रूपले उल्लेख्य वृद्धि भएको देखिन्छ। सूचना विभागको २०५८ वैशाख मसान्तसम्मको तथ्याङ्क अनुसार अधिराज्यभर २,८७१ पत्रपत्रिका दर्ता भएका छन्। पत्रपत्रिकाको यो बाढीमा सन्ध्याकालीन दैनिकहरु पनि सामेल छन्। प्रायशः बिहानको चियाको चुस्कीसँगै समाचार पढ्ने बानी परेका पाठकलाई अर्को अवसर उपलब्ध गराएका छन्, दिउँसो वा साँझ तात्तातो समाचार पढ्ने व्यवस्था मिलाएर। साँझ पत्रिका प्रकाशन गरेर नवीन प्रयोग गरेका यी सन्ध्याकालीन दैनिकहरुले नेपाली पत्रकारिताको इतिहासमा एउटा नयाँ अध्याय थपेका छन्।

यद्यपि सन्ध्याकालीन दैनिकहरुको पत्रिका प्रकाशित हुने समय र नाममा भने तालमेल छैन। स्पष्ट शब्दमा भन्नुपर्दा यी पत्रिका नामले सन्ध्याकालीन तर व्यवहारमा दिवाकालीन छन्। यी पत्रिकाहरु दिउँसो बाह्र/एकबजे तिर प्रकाशित भएर विक्रेताका हातमा पुगिसकेका हुन्छन् जुन साँझ अवेरसम्म बेच्दै गरेको भेटिन्छ। सन्ध्याकालीन दैनिकका सम्पादक/प्रकाशक भने आफ्ना प्रकाशनहरु डेढ/दुई बजे अगाडि ननिस्कने दाबी गर्छन्।

सन्ध्याकालीन भनिए पनि प्रायः बिहान ११ बजेसम्मका घटनाका समाचार मात्र यी पत्रिकामा परेका हुन्छन्। तसर्थ यिनले न दिउँसो अवेरसम्मका समाचार दिन सकेका छन् न त बिहानका 'ब्रोडशिट'का तुलनामा नयाँ र प्रस्तुतिका हिसाबले उत्कृष्ट समाचार। उपत्यकाका एफएम रेडियोले प्रसारण गर्ने तत्कालका सूचना, समाचारले पनि यी पत्रिकाका ताजा समाचारलाई आभेलमा पारेका छन्। सन्ध्याकालीन दैनिकहरु दिउँसो ढिलो गरेर प्रकाशन नहुनुमा व्यवहारिक समस्या—सीमित बजार, पत्रिका विक्रेताहरुको समस्या, आदि—रहेको यिनका सम्पादक/प्रकाशक बताउँछन्। छिटो पत्रिका निकालेर छिटै बजारमा पुऱ्याए विक्री बढी हुने अन्यथा अर्कोले 'बजार' लिने भएकाले टिक्नका लागि चाँडो निकाल्नु परेको उनीहरु बताउँछन्। यी पत्रिकाका प्रमुखहरु भेला भएर ढिलो गरेर मात्र पत्रिका निकाल्ने सहमति बने पनि व्यवहारमा आएन।

उपत्यका भित्रका सबै सन्ध्याकालीन दैनिक चार पृष्ठका छन्। 'ट्याब्लोइड साइज'का यी पत्रिकाको मूल्य प्रायः तीन रुपैया रहेको छ। तालिका १ ले उपत्यकामा प्रकाशित भैरहेका साँझका दैनिकहरुको विवरण दिन्छ।

१ यी मात्रै काठमाडौं उपत्यका बाहिरबाट प्रकाशित हुने सन्ध्याकालीन दैनिक होइनन्। मेरो जानकारीमा नरहेका अन्य यहाँ छुटेका पनि हुन सक्छन्।



सर्वाधिक विक्री हुने स्तरीय अपराह्नकालीन दैनिक

# अपराह्न

वर्ष ४, अंक ११२, सोमवार, ११ जेठ २०२० (28<sup>th</sup> May, 2001) मूल्य रु. ३

## आजको हडतालमा व्यापक तोडफोड,

काठमाडौं, ११ जेठ (अस) । तीन दिन अघम हडतालको दोस्रो दिन आज पनि आन्दोलनकारी र पढारीबीच पनि आक्रामक परी हवा फुक्काउने र तोडफोड गर्ने काम परेका छन् । आने-पिहान बीरगञ्जमा जग्गेरमा आन्दोलनकारीहरूले बसो भैसो डोकाइ झुर् । आन्दोलनकारीहरूले सिम्पुलीमा परीमा केन्द्रहरूमा हस्तक्षेप गरेका जस्त भएको छ । उपत्यका आन्दोलन पुरिवाहन कतिपय संयोजक कुमपोखल सेप्टक



सिटी टाइम्स

दिने छ, उपत्यका बाहेकका भागहरूमा मात्र हुनेछ ।

# सन्ध्याकालीन

वर्ष ३, अंक २६३, २००६ साल ६० गते असारमा, नेपाल मूल्य प्रति १००, काठमाडौं, CITY TIMES Evening Daily, 13 May 2001, पृष्ठ १, ३

## कायरतापूर्वक क्रान्तिकारीका नेता समातिएपछि माओवादीसँग सरकारको वार्ता भाँडिने

बोर्डिङ स्कूलमा हडताल गर्न आज खुल्ला सभा, जुलुस प्रदर्शन  
काठमाडौं (सिटी टाइम्स) । अनेकभन्दा (सन्ध्याकालीन) बाघ पूर्व भोलि आरम्भ भएपछि बोर्डिङमा एक ठुलो सभाको आयोजना हुनेछ। अनेकभन्दा (सन्ध्याकालीन) बाघ पूर्व भोलि आरम्भ भएपछि बोर्डिङमा एक ठुलो सभाको आयोजना हुनेछ।



# कमाण्डर

साभिकको

## कांग्रेस र एमाले समेतका वामपन्थीहरूबीच मारामार हुने



साविक पाठशुलको दैनिक

कामना, साधना र नेपाल समाचारपत्रको सह-प्रकाशन MAHANAGAR DAILY

# महानगर

बालुवाटार : राजीनामा नदिए हुन्छ, भैसेपाटी : दिनैपछि  
प्रधानमन्त्री कोइराला द्वैध मनस्थितिमा ● बैठकमाथि बैठक

अध्ययनमा परेका सन्ध्याकालीनहरूका नमूना

### अध्ययनको आवश्यकता र अध्ययन विधि

मध्याह्न नहुँदै निस्कने तर सन्ध्याकालीन भनिने पत्रिकाहरूमा दिउँसो हुने घटनाले कमै ठाउँ पाउँछन् । न त यी पत्रिकाको सामग्री विहानका 'ब्रोडशिट'को तुलनामा उन्नत छन् । समाचारका हिसाबले एफएमले दिने समाचार यी पत्रिकाका भन्दा ताजा हुन्छन्; 'कन्टेन्ट'को यहाँ तुलना नगरौं । यति हुँदाहुँदै पनि सन्ध्याकालमा निस्कने पत्रिकाको सङ्ख्या बढ्दै गइरहेको छ । यी पत्रिकासँग सम्बन्धितहरूले दिएको तथ्यांक मान्ने हो भने दिनमा करिब ५२ हजार यस्ता पत्रिका छापिन्छन् (हेर्नुहोस तालिका १) । छापिन्छन्, छापिइरहेका छन् भने पढिन्छन् पनि । काठमाडौं उपत्यकाको लागि थोरै होइन ५२ हजार भनेको ।

उपरोक्त तथ्यले के देखाउँछ भने सन्ध्याकालका पत्रिकाले बजारका हिसाबले उल्लेख्य हिस्सा ओगटेका छन् । पत्रपत्रिका पढ्ने र सकेसम्म नयाँनयाँ समाचार सामग्री खोज्ने पाठकहरूको सङ्ख्या वृद्धि हुँदै गइरहेको छ । पत्रपत्रिका नभए विहानको चिया खल्लो लाग्ने, के के नपुगे जस्तो लाग्ने र फुर्सद पाउनासाथ समाचार सुन्ने वा पढ्ने पाठकीय प्रवृत्तिमा विकास हुँदै गइरहेको छ । यो सुखद पक्ष हो । तर पत्रिकाको सङ्ख्या बढ्नुमात्र ठूलो कुरा होइन, पत्रिकामा के छापिन्छन् त्यो पनि उत्तिकै महत्वपूर्ण कुरा हो । भनिसकियो, सरसर्ती हेर्दा सन्ध्याकालीनले सोचे अनुसार तरोताजा समाचार दिन सकेका छैनन् । त्यसो भए के पस्किइरहेका छन् त यी पत्रिकाले पाठकहरूलाई ? मिडियामा रुची हुनेलाई चासो हुने सवाल हो यो । यो जिज्ञासा संगसंगै अरु केही सवालहरू पनि मुखरित हुन्छन्: यी पत्रिकाहरूले कस्तो समाचार सामग्री दिने गरेका छन् ?; सम्पादकीय कस्ता छन् ?; लेख, विचार कतिको र कस्ता छापिन्छन् ?; नियमित स्तम्भहरू छन्/छैनन् ?; तस्वीरहरूको प्रयोग कस्तो छ ?; विहानको समाचार दिउँसो, बेलुकीसम्म बासी हुने अवस्था आइसकेको छ/छैन ?; कुन वर्गलाई लक्षित गरेका छन् ?; समग्र पत्रकारितामा यी पत्रिकाको भूमिका के ?; यिनीहरूको संस्थागत संरचना कस्तो छ?; पाठकहरूले यी पत्रिकाहरूलाई कसरी हेर्छन्? आदि । यी प्रश्नहरूको जवाफ उपलब्ध छैनन् । त्यसैको जवाफ खोज्नेक्रममा यो अध्ययन गरिएको हो ।

उल्लिखित जिज्ञासाहरूको जवाफ खोज्न ती पत्रिकाहरूमा छापिएका सामग्रीको अध्ययन/विश्लेषण गर्नु जरुरी हुन्छ । तसर्थ अध्ययनकालागि सन्ध्याकालीन पत्रिकामध्येबाट चारवटा महानगर, अपराह्न, सिटी टाइम्स र कमाण्डर दैनिक चयन गरियो । विषयवस्तु विश्लेषणमा यी पत्रिका छनौट गर्नु पछाडिको कारण सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरू मध्ये महानगर, कमाण्डर र सिटी टाइम्स बढी विक्री हुने र अपराह्न कम विक्री हुने पत्रिका हो । कुनै निश्चित समयवधिक अंकहरू लिएर अध्ययन गर्दा उपयुक्त हुनाले यी चारवटा दैनिकका २०५८ वैशाख १ देखि असार ३० सम्मका अङ्कहरू छनौट गरियो । तीन महिनाको अवधिभर छापिएका चार दैनिकका सामग्रीहरूले समग्रमा सबै सन्ध्याकालीनहरूको प्रतिनिधित्व गर्छन् भन्ने विश्वास गरिएको छ ।

विषयवस्तु विश्लेषणका लागि यी चार दैनिकलाई मात्र समेटिए पनि सन्ध्याकालीन दैनिकका विभिन्न पक्षहरुबारे जान्न बुझ्न बाँकी अन्यका पनि सम्पादक/व्यवस्थापकहरुसँग सम्पर्क र कुराकानी गरिएको थियो। उपत्यका बाहिरका सन्ध्याकालीन पत्रिकालाई यस अध्ययनमा समावेश गरिएको छैन। यस लेखमा उल्लिखित तथ्यांकहरु प्रकाशन संस्थाका पदाधिकारीहरुबाट उपलब्ध गराइएका हुन् र विषयवस्तु विश्लेषणमा सङ्ख्यात्मक भन्दा गुणात्मक पक्षतर्फ ध्यान केन्द्रित गरिएको छ। यो प्रारम्भिक अध्ययनले भविष्यमा गरिने यसखालका अन्य अध्ययनहरुलाई सजिलो र फराकिलो बनाउने अपेक्षा गरिएको छ।

शुरुमा साँझका पत्रिकामा छापिने विषयवस्तुहरुको विश्लेषण गरिएको छ भने लगत्तै तस्वीरको प्रयोग र ले आउटको चर्चा गरिन्छ। सन्ध्याकालीन दैनिकहरुको संस्थागत संरचनाका बारेमा त्यसपछिको परिच्छेदमा चर्चा गरिएको छ। पाठकहरुको यी पत्रिकाहरुप्रतिको धारणा र निष्कर्ष त्यसपछि दिइएको छ।

### विषयवस्तु विश्लेषण

सन्ध्याकालीन दैनिकहरुमा छापिने सामग्रीलाई विभिन्न उपशीर्षकमा बाँडेर अध्ययन गरिएको छ। साँझका यी पत्रिकामा छापिने समाचारका विषयवस्तु, शीर्षक चयन, प्रयोग हुने भाषा, सम्पादकीय, खोजमूलक लेख, विचार सामग्री, यौन/मनोरञ्जन, अन्य स्तंभ, आदिका बारेमा यस परिच्छेदमा चर्चापरिचर्चा गरिने छ।

**समाचारका विषय:** विषयगत रूपमा हेर्दा प्राय सबै सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरुमा मुख्य समाचार राजनीतिसँग सम्बन्धित हुने गर्दछन्। जस्तै: 'मन्त्रीमण्डलमा तीव्र विवाद', 'सरकारको सञ्चालनमा खटपट', 'प्रतिपक्षीहरु आक्रामक बन्ने', 'प्रतिपक्ष काँग्रेस र अन्य दलहरुबीच मारामार', 'सरकारी निर्णयको विरोध', आदि। यसबाहेक अन्य राजनीतिक विषयहरू कसले कसलाई हटाउने, को कोले राजीनामा गरे, को मन्त्री हुँदैछन् आदि समाचारहरू पनि यस्ता पत्रिकामा प्रमुखताका साथ छापिएका हुन्छन्। त्यस्तै, यी पत्रिकाहरुमा मुख्य समाचारकारूपमा विगत छ वर्षदेखि देशमा चलिरहेको माओवादी जनयुद्धसम्बन्धी सामग्री पनि यथेष्ट छापिएका छन्। कहाँ प्रहरीबाट कति माओवादी मारिए, माओवादीद्वारा कति प्रहरीको हत्या भयो, कहाँ भीडन्त भयो, कति चौकी ध्वस्त भए, माओवादीद्वारा गरिएका हत्या हिंसा, लुटपाट, आगलागी जस्ता सामग्रीले प्राथमिकता पाएको छ।

यस अध्ययनकालागि चयन गरिएको समयावधिभित्र राजदरबार काण्ड पनि घटेकाले सो काण्डका बारेमा सन्ध्याकालीन दैनिकमा छापिएका समाचार सामग्रीको यहाँ संक्षेपमा चर्चा गर्नु उपयुक्त ठानिएको छ। २०५८ जेठ १९ गते राति भएको सो घटनामा राजा वीरेन्द्र, रानी ऐश्वर्य लगायत १० जना राजपरिवार सदस्यको एक चिहान भएको थियो।

सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरूले राजपरिवार हत्याकाण्डको समाचारलाई छोटै रूपमा भए पनि आम पाठक समक्ष पुऱ्याएका थिए । समाचारको खडेरीमा 'के भएको, कसरी भएको, कसले गरेको ?' जान्न उत्सुक पाठकलाई यी पत्रिकाले थोरै भएपनि तृष्णा मेटाउने काम गरेका थिए ।<sup>२</sup> घटनाको भोलिपल्ट जेठ २० गते *महानगर* र *सिटी टाइम्स* मात्र प्रकाशित भए भने *अपराह्न* र *कमाण्डर* शनिवार भएकाले प्रकाशित गरिएनन् । *महानगर*ले आफ्नो सह-प्रकाशन *नेपाल समाचारपत्र*मा प्रकाशित भइसकेको समाचारभन्दा अगाडि गएर राजारानीको मृत्यु भएको र नयाँ राजाको घोषणा भएको समाचार छापेको छ ।

सो घटनापछि सन्ध्याकालीनहरूले खासगरी राजाको व्यक्तित्व लगायत जीवनी र अन्य विविध पक्षका सामग्री छापेका छन् । विदेशी सञ्चार माध्यममा आएका सामग्रीका बारेमा जानकारी दिनुका साथै उपत्यकाको जनजीवनका बारेमा फोटो सहित यथेष्ट समाचार छापिएको छ । *सिटी टाइम्स*ले जेठ २० र २२ गते 'आकस्मिक अंक' निकालेर नयाँ प्रयोग गरेको थियो । यी पत्रिकाले राजपरिवारका सदस्यहरूको तस्वीरको पनि निकै प्रयोग गरेका थिए । यी पत्रिकाहरूमा जेठ २४ गतेसम्म राजपरिवारको हत्याका बारेमा विदेशी छाप/सञ्चार माध्यमहरूले छापेका/भनेका समाचारलाई यथेष्ट उपयोग गरिएको छ । इन्टरनेटका समाचारलाई स्रोत मानिएका समाचारहरूको आधिक्य देख्न पाइन्छ । *महानगर* तथा *कमाण्डर*ले हत्याकाण्डले उब्जाएको असहज परिस्थितिप्रति संयम अपनाउन आग्रह गर्दै सम्पादकीय लेखेका छन् भने *सिटी टाइम्स*ले २५ गते मात्र 'राजपरिवार हत्याकाण्डपछि गम्भीर षडयन्त्र' शीर्षकमा सम्पादकीय लेखेको छ । त्यस्तै, *कान्तिपुर*का सम्पादक युवराज घिमिरे लगायत व्यवस्थापकद्वयको गिरफ्तारी प्रति सम्पादकीयमार्फत आफ्नो विरोध जनाएका छन् । राजपरिवार हत्याकाण्डका प्रत्यक्षदर्शी भनिएका डा.राजीव शाहीको पत्रकार सम्मेलन पश्चात सन्ध्याकालीन पत्रिकाका समाचार शीर्षक उत्तेजक देखिन्छन् । 'गोली कसले चलायो?', 'पछाडीबाट गोली चलाउने को थियो?', 'हत्यारा को हो?' जस्ता शीर्षक राखेर समाचार छापिएका छन् ।

ती दैनिकहरूमा श्री ५ ज्ञानेन्द्र राजा भैसकेपछि घोषित 'नागरिक छानबिन समिति'का बारे पनि विभिन्न अडकल काट्दै धेरै समाचार प्रकाशित गरिएका छन् । कफरू लागेको, केश मुण्डन गरिएको, सडकमा निस्केको जुलुस, जुलुसमा ध्वनीत आवाजहरू आदिका बारेमा स्थलगत रिपोर्टिङ छ । छानबिन समितिको रिपोर्ट सार्वजनिक भएपछि समाचारहरू प्रश्नात्मक शैलीमा प्रकाशन भएका छन् । छानबिन समितिको रिपोर्टलाई *महानगर* बाहेकका पत्रिकाहरूले दैनिक रूपमा आर्कषक शीर्षक हाली लामो समयसम्म प्रकाशित गरेका थिए । हत्याकाण्डका कारण देशका अन्य शहरहरूमा भएका गतिविधिहरूका बारेमा

२ दरवार काण्डपछिका १५-२० दिन यी पत्रिकाहरूको विक्री आकाशिएको थियो । सो अवधिमा *कमाण्डर*को सकुलेसन ६० हजार प्रति, *अपराह्न* १० हजार प्रति, *महानगर* १५ हजार तथा *सिटी टाइम्स*को विक्री ३५ हजार पुगेको सम्बन्धित प्रकाशन गृहले बताए ।

पनि यी पत्रिकाहरुमा समाचार छापिएका छन्। समग्रमा हेर्दा महानगर र अपराह्नले सो अवस्थाको सन्तुलित रिपोर्टिङ गरेका छन्।

समाचार यस्तै वा यही प्रकृतिको हुनुपर्छ भन्ने छैन तर छापिएका समाचारले कुनै न कुनै रूपमा नौलोपना र प्रभाव पार्न सक्नु पर्छ। तर सन्ध्याकालीन अखबारमा गहन समाचार पाउन सकिँदैन। दिनहुँ जसो उस्तै प्रकृतिका समाचार आउँछन् यी पत्रिकामा। बहस चलाउन सक्ने, ओजनदार समाचार तथा विचारको सन्ध्याकालीन पत्रिकामा खडेरी छ। हल्का मनोरञ्जनका विषयहरुले यिनमा स्थान पाएका छन्। जस्तै: 'सुस्मिता निर्मातासँग मस्त' (कमाण्डर ११ जेठ), 'प्रेममा धोका खाएकी पूजा र बुढो डाइरेक्टरको रोमान्स' (कमाण्डर २६ असार), 'मनिषा कोइराला नाङ्गिन' (सिटी टाइम्स ८ असार), 'लोपेजको नयाँ हेयर स्टाइल' (सिटी टाइम्स ४ असार), 'अर्कै केटीसँग सुत्न प्रेमिकाको अनुमति' (सिटी टाइम्स ११ असार), 'एकै रातमा सफलताको उचाईमा पुगेकी केटमस' (महानगर ६ वैशाख), 'अनुपमाको कम्प्युटर चोरी' (अपराह्न ९ वैशाख) आदि।

त्यसबाहेक विशेष चासो दिएर प्रतिपक्षीहरुद्वारा गरिएका सरकार विरोधी प्रदर्शन, विरोध, जुलुश, आमसभा, तोडफोड, बन्द, चक्काजाम, प्रहरी दमन, सांसदहरुको गिरफ्तारी जस्ता समाचार छापिएका छन्। सबैजसो सन्ध्याकालीनमा अपराधसम्बन्धी समाचारहरु जस्तै: भृगुण्डिएर मरेका, विष खाएर मरेका, शरीरमा आगो लगाइ मरेका, ज्यान मारेका, हत्या, बलात्कार, चोरीडकैती, सवारी दुर्घटनाबाट मरेका आदि विषयहरुमा दिनहुँ समाचार छापिएका देखिन्छन्।

अन्य सामाजिक र मानवीय रुचिका विषयवस्तु जस्तै महिला, दलित, जनजाति, मधेसी, पर्यटन, उद्योग, व्यापार, अर्थवाणिज्य, खेलकुद आदि विषय सन्ध्याकालीन पत्रिकाको प्राथमिकतामा परेको देखिँदैन। अध्ययन अवधि (२०५८ वैशाख १ देखि असार ३०)का यी सन्ध्याकालीनका अङ्कहरुमा सामाजिक, आर्थिक विषयहरुले अत्यन्त कम महत्व पाएका छन्। मनोरञ्जनसम्बन्धी समाचारहरु चाहिँ यी पत्रिकाहरुमा यथेष्ट छापिएका छन्।

सबैजसो सन्ध्याकालीन दैनिकका प्रकाशकहरु पाठकलाई सकेसम्म चाँडो र सत्यतथ्य समाचार दिने तथा सामग्री स्तरीय बनाउने प्रतिवद्धता व्यक्त गर्छन्। साथै राजनीति प्रधान समाचारलाई बढी प्राथमिकता दिइँदै आए पनि भविष्यमा सामाजिक विषयहरु पनि समेट्ने योजना रहेको बताउँछन्। उनीहरुको योजनाले कतिको मूर्तरूप लेला त्यो त आगामी दिनहरुले मात्र बताउने छन्।

**समाचार शीर्षक:** सन्ध्याकालका यी पत्रिकामा पाठकले भट्ट हेर्दा वा कराउँदै बेच्दै हिँड्ने 'हकर' मार्फत सुन्दा शीर्षकले तत्काल ध्यान आकर्षित गर्छन्। यस हिसाबले यी पत्रिकाका शीर्षक आकर्षक देखिन्छन्। तत्काल पाठकलाई उत्सुक बनाए पनि यी समाचारले लामो समयसम्म कौतुहलता कायम राख्न सक्तैनन्।



‘पशुपतिलाई हेपेपछि सेना रिसायो’ (कमाण्डर ३० वैशाख) शीर्षकको समाचार पढ्दा पशुपति क्षेत्र विकास कोष सञ्चालक समितिका सदस्य नरोत्तम वैद्यले सञ्चालक समितिको बैठकमा गैरहिन्दू, मुस्लिम, क्रिस्चियनलाई पनि पशुपतिनाथको मन्दिरमा प्रवेश दिनुपर्ने धारणा राखेका रहेछन् । र, सो धारणाप्रति पशुपति सेना नेपालले आफ्नो असहमति जनाउँदै विज्ञप्ति निकालेको थाहा हुन्छ । शीर्षकमा पशुपतिनाथ नभई पशुपति मात्र लेखिए पछि एक खाले उल्झन् हुन्छ नै, ‘सेना रिसायो’ भन्दा भन्ने ठूलो गलतफहमी हुन्छ शाही नेपाली सेना हो कि भनेर ।

‘हरिभक्तले ओकलन थाले’ शीर्षकमा कमाण्डरमा नै अर्को समाचार प्रकाशित भएको छ (कमाण्डर १७ जेठ) । लाउडा विमान भाडा प्रकरणका मुख्य अभियुक्त मध्येका एक हरिभक्त श्रेष्ठले विमान भाडा सम्झौता गर्दा आफ्नो मात्र अन्तिम निर्णय नभएको बरु मन्त्रीपरिषद् र सम्बन्धित मन्त्रीको आदेश अनुरूप आफूले कार्य गरेको कुरा पुनरावेदन अदालत पाटन समक्ष बयान दिएको समाचारलाई सो पत्रिकाले छापेको देखिन्छ । यी दुवै शीर्षक र समाचारको विषयवस्तुबीच तालमेल देखिँदैन । यस्ता अभ्यासले शीर्षक र समाचारबीचको सम्बन्ध के हो भन्ने कुरामा पाठकलाई अलमलमा पार्छ ।

कमाण्डर कै केही अन्य समाचारका शीर्षक हेरौं: ‘भुलनाथ हराएपछि परिवारमा खैलाबैला’ (१७ वैशाख), ‘बालिका मार्ने भगवान पक्राउ’ (३१ जेठ), ‘कृष्णप्रसाद भट्टराईको एमाले प्रवेश’ (६ असार), ‘तातोपानी भन्सारमा फिफ्टीफिफ्टी’ (९ असार), ‘थापा र राणाको भिडन्त’ (१३ असार), ‘सत्तापक्ष र विपक्षबीच हिलो छ्यापाछ्याप’ (२१ असार) ।

यस्ता शीर्षक राखेर समाचार दिने कमाण्डर मात्रै होइन । अपराहनमा ‘अब देशभरी नै सेना आतङ्क’ (२ वैशाख) शीर्षकमा समाचार प्रकाशित भएको छ । सरकारले माओवादी प्रभावित १६ जिल्लामा आन्तरिक सुरक्षा तथा विकास कार्यक्रम लागू गर्ने र सेना पनि त्यसमा सम्मिलित हुने उक्त समाचारको विषयवस्तु हो । समाचार पढ्दा कतैपनि सेनाले आतङ्क मच्चाएको पाइन्न । यो शीर्षकले सेनाले आतङ्क मच्चाउँछ कि शान्ति सुरक्षा गर्छ भन्ने प्रश्न खडा गरेको छ । साथै, शीर्षकमा देशभरि भनिए पनि १६ वटा जिल्लामा मात्र लागू हुने सो कार्यक्रमलाई देशभर भन्न नमिल्ने हो । ‘पशुपति सेना नेपालले फिल्म हल ध्वस्त पार्ने’ (अपराहन ९ वैशाख), ‘राष्ट्र बैंकमा प्रहरीको लाठी चार्ज हुने’ (अपराहन १७ वैशाख), ‘गन्हाएका डिएसपीहरू राम्रो ठाउँमा’ (अपराहन २३ वैशाख) आदि सो पत्रिकामा छापिएका केही त्यस्ता शीर्षक हुन् ।

सिटी टाइम्सको शीर्षक चयन गर्ने तरिका पनि पृथक छैन । सिटी टाइम्समा ‘अमेरिकी राजदुतलाई छ वामको भ्नापड’ शीर्षकमा एउटा समाचार छापिएको छ (२ वैशाख) । समाचार एमाले लगायतका छ वाम पार्टीहरूले गरिरहेको सडक आन्दोलन प्रति अमेरिकी राजदुतले आलोचना गरेपछि सोको विरुद्धमा ६ वामको वक्तव्यमा आधारित छ । तर अमेरिकी राजदुतले के भनेर आलोचना गरेका थिए सो कुरा समाचारमा भने भेटिन्न । सिटी टाइम्सका अन्य शीर्षकहरूमा ‘सचिवले मन्त्री खायो’ (१९ वैशाख), ‘केशरजङ्ग

रायमाभीको कुर्सी जलाइने' (१ जेठ), 'राजाको घोषणा एमालेको घाँटीमा अड्क्यो' (२४ जेठ), 'आज राजाको गिदी कसले खाला' (२९ जेठ), 'बहुदल खाने नियमावली विरुद्ध वैठक' (५ असार), 'पञ्चायती भूत जागेपछि खुल्लामञ्चको सभा अडिटोरियम हलमा' (६ असार), 'सार्वजनिक सुरक्षा नियमावली (सासुनि) लागू गरेपछि पञ्चायत व्यूँभियो' (८ असार) आदि रहेका छन् ।

अध्ययनमा समाविष्ट अर्को सन्ध्याकालीन *महानगर* शीर्षकमा अरुभन्दा बढी संयमित देखिए पनि आककल भुक्कल यस्ता शीर्षकहरू प्रयोग नभएका होइनन् । 'शंख बजाएर चौकीमा आक्रमण, चन्दा उठाउन फोनबाट धम्की, एनजीओ नचलाउन चेतावनी' शीर्षकको समाचारमा कहाँ, कुनठाउँमा शंख बजाएर चौकीमा आक्रमण भयो त उल्लेख छ तर कसलाई धम्की दिइएको हो, व्यक्तिको वा संस्थाको नाम उल्लेख छैन (महानगर २ वैशाख) । कसलाई एनजीओ नचलाउन चेतावनी दिइएको हो सो उल्लेख छैन । 'व्यानर हेडलाइन' भित्रको विषयवस्तुले शीर्षकसँग मेल खाँदैन ।

सन्ध्याकालीनका केही अरु समाचार शीर्षक: 'अधिराज कुमारी प्रेक्षाका ज्वाइँले पिटाइ खाए' (अपराह्न ५ वैशाख), 'सुनकाण्डका भ्रष्टलाई सचिव बनाएपछि मन्त्रीको राजीनामा' (कमाण्डर १९ वैशाख), 'राष्ट्रघाती हत्यारा गुटको पुत्ला जलाइने' (सिटी टाइम्स १९ असार), 'कायरतापूर्वक क्रान्तिकारीका नेता समातिपछि माओवादीसँगको सरकारको वार्ता भाँडिने' (सिटी टाइम्स ३० वैशाख), 'पारश शाहको कुप्रचार विदेशमा पनि' (सिटी टाइम्स ३० जेठ) ।

सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरू किन यस्ता शीर्षक प्रयोग गर्छन् त ? *कमाण्डर*का सम्पादक/प्रकाशक युगनाथ शर्मा पौडेलको भनाइ छ: "समाचार शीर्षकहरू अलि आकर्षक बनाउनु हाम्रो वाध्यता हो । 'ब्रोडशिट'का जस्ता शीर्षक हाम्रा विक्रेताले बुझ्दैनन् । कम पढेलेखेका विक्रेताले नबुझ्ने शीर्षकमा समाचार छापने हो भने उनीहरू पाठकमा आकर्षण पैदा गर्न सक्तैनन् र व्यापार घट्छ । हाम्रा समाचार शीर्षकमा प्रयोग हुने भाषा भड्किलो अथवा उत्तेजित भन्नु भन्दा झर्रो भन्न मिल्छ ।" *अपराह्न*का सम्पादक/प्रकाशक टिकाराम राई भन्नुहुन्छ: "सकभर त यस्ता शीर्षकहरू प्रयोग नगर्ने हाम्रो मानसिकता हो तर त्यसो हुँदाहुँदै पनि कहिलेकाहीं राख्नुपर्ने वाध्यता हुन्छ । एक त हाम्रो पत्रिकाका पाठकहरू सडकमा हिँड्ने मानिसहरू हुन् जो यस्ता शीर्षकबाट चाडै प्रभावित हुन्छन् । अर्को नराम्रोलाई नराम्रो नभनेर के भन्ने ? हाम्रो पत्रिकाको लक्षित वर्ग पजेरो चढ्ने कथित ठूला वर्ग होइनन्, त्यसैले हाम्रा शीर्षकहरू कहिलेकाही त्यसरी पनि प्रयोग भएका हुन् ।"

*सिटी टाइम्स*का प्रकाशक तथा सम्पादक सुजीव वज्राचार्यको भनाइ पनि खासै पृथक छैन । उहाँ भन्नुहुन्छ: "सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरूको प्रकृति नै उत्तेजना ल्याउने हो । पाठकको मुड अनुसारका शीर्षकहरू हामीले प्रयोग गरेका हौं किन भने बिहान पाठकको मुड जति शान्त हुन्छ, सन्ध्याकाल तिर त्यस्तो रहँदैन । त्यसैले शीर्षकले पाठकमा

उत्तेजना ल्याओस् न ।” यद्यपि, हाल प्रयोग भएका शीर्षकहरू सन्तोषजनक नभएको उहाँ स्वीकार्नु हुन्छ । उहाँ अगाडि थप्नुहुन्छ: “पत्रिकाको विक्रीमा शीर्षकले पनि भूमिका खेल्छ, त्यसैले यस्ता शीर्षक राख्नु वाध्यता हो ।” महानगरका सम्पादक बन्नी तिवारीको विचार भने अलि भिन्न छ: “शीर्षकले समाचारको कथालाई प्रष्ट्याउनु पर्छ । हामी कहिल्यै समाचार नप्रष्ट्याउने शीर्षकलाई स्थान दिदैनौ । यदि त्यस्ता प्रयोग भएका भए ती हाम्रा गल्ती हुन् ।” तिवारी अन्य सन्ध्याकालीन पत्रिकाले प्रयोग गरेका शीर्षकलाई गलत मान्नुहुन्छ ।

शीर्षक समाचारको मुख हो । त्यसैले समाचारका पुरै विषयवस्तु पढ्न नभ्याउने वा नपढ्ने पाठकले पनि मोटामोटी भएपनि विषयवस्तु शीर्षक हेरेरै थाहापाउन सकिने हुनुपर्ने हो । पत्रकारितामा शीर्षकका बारेमा एउटा मान्यता वा भनाइ नै छ ‘एउटा शीर्षक समाचारको कथा भन्न सक्ने मात्र होइन की सिङ्गो कथालाई त्यसकै माध्यमबाट बेचन सक्ने हुनुपर्छ’ । शीर्षक र सामग्रीको समन्वय नहुँदा तिनले क्षणिक रूपमा सफलता पाएको देखिएपनि दीर्घकालसम्म टिक्दैनन् ।

**समाचारमा प्रयोग हुने भाषा:** पत्रिकामा प्रयोग हुने भाषा सकेसम्म सरल, सौम्य होओस भन्ने तर्फ ध्यान दिनु पर्छ । सन्ध्याकालीन दैनिकमा प्रयुक्त भएका भाषा सहज लाग्दैनन् । तुलनात्मक रूपमा महानगरको भाषा राम्रो छ । सिटी टाइम्समा छापिएको ‘माले एमालेको पारा फेरिएन’ शीर्षकको समाचार हेरौं:

माले र एमाले एकै ड्यांगका दुई वटा मूला मात्र रहेछन् र यिनीहरु एक अर्काको उल्टो भएको देखाउन मै आफ्नो राजनीतिक श्रेष्ठता रहेको ठान्ने रहेछन् भन्ने कुरा अहिलेको घटनाक्रमले पनि पुष्टि गरेको छ । हिजो मालेले गिरिजाको राजीनामा माग्दा एमालेका नेताहरु गिरिजा सँगसँगै बसेर सद्भावना ज्ञालीमा देखिएका थिए र गिरिजा हटाउन खोज्दा दरबार नै पछाडिको ढोकाबाट छिर्ने त्रास देखाउँथे । हिजो मालेको सडक आन्दोलन एमालेको निम्ति अवैधानिक थियो । अहिले स्थिति ठीक उल्टो छ, एमाले गिरिजाको राजीनामा माग्दैछ र मालेका नेताहरु सडक संघर्ष गरेर वैधानिक सरकारलाई हटाउन नहुने तर्क राख्दैछन् । हिजो माले ‘क्रान्तिकारी’ र एमाले ‘संसदवादी’ थियो, अहिले एमाले ‘क्रान्तिकारी’ र माले ‘संसदवादी’ बनेको छ । त्यसैले खोटे नेताहरु कुनै वस्तुको प्रतिविम्ब एनामा हेर्दा उल्टोको सुल्टो हुने र सुल्टोको उल्टो हुने मात्र रहेछन् । काँग्रेसले ठक्कर खाउनसम्म खाउँदा पनि यिनीहरुको चेत फिरेको छैन र पारा फेरिएको रहेनछ भन्ने व्यापक टिप्पणी शुरु भएको छ (सिटी टाइम्स ६ वैशाख) ।

माथिको यो समाचार प्रथम पृष्ठमा वक्साभित्र हाली प्रकाशित भएको थियो । भाषाको हिसाबले हेर्दा एकै ड्याङका दुइवटा मूला, खोटे नेताहरु, चेत फिरेको छैन, र पारा फेरिएको रहेनछ, जस्ता विशेषणात्मक शब्दहरुले समाचार त्यसको महत्वलाई भन्दा

व्यक्तिप्रति पूर्वाग्रह र विरोध गरी लेखिएको रहेछ भन्ने जनाउँछ। समाचारमा यस्तो भाषा राख्नुभन्दा विचार अन्तर्गत यसलाई राखिएको भए अलि सुहाउँथ्यो। पाठकले यो समाचार बाट कुनै सूचना वा जानकारी पाउँदैन। यसर्थ बलजफ्ती बनाइएको यो समाचारमा खाली माले, एमाले, गिरिजा र कांग्रेसप्रति विरोध मात्र गरेको छ।

त्यस्तै, कमाण्डरमा छापिएको 'सचिवको बहुवामा धाँधली' शीर्षकको समाचारलाई हेरौं:

सरकारले सचिव तथा विशिष्ट श्रेणीको क्षेत्रीय प्रशासक नियुक्तिमा गरेको धाँधली प्रति जहाँतही असन्तुष्टि व्यक्त गरिन थालिएको छ। प्रतिनिधि सभा सार्वजनिक लेखा समितिले अख्तियार दूरपयोग अनुसन्धान आयोगबाट दोषी ठहरिएका व्यक्तिहरूलाई विशिष्ट श्रेणीमा बहुवा नगर्न महिनौं अगाडि चेतावनी दिएको भए पनि लेखा समितिको उक्त चेतावनीलाई सरकारले धोती लगाईदिएको छ। सरकारले भ्रष्टाचार नियन्त्रण गर्ने जतिसुकै गुड्डी हाँके पनि विशिष्ट श्रेणीमा बहुवा गरिएका केही मानिसहरूको अनुहार हेर्दा वर्तमान सरकारले भ्रष्टाचारीहरूलाई पुरस्कृत गर्न थालेको स्पष्ट हुन्छ। वरिष्ठताको आधारमा भन्दा पनि चाकरी चाप्लुसी र रकम थैलीको आधारमा विशिष्ट श्रेणीमा नियुक्ति हुनसक्ने खतरा पहिले नै विभिन्न समाचारसूत्रहरूले औल्याएका थिए, सो अहिले आएर सत्य सावित भएको छ। सरकारले विशिष्ट श्रेणीका सचिव तथा क्षेत्रपालहरूको नियुक्तिमा गरेको धाँधली प्रति असन्तुष्टि व्यक्त गर्दै केही मन्त्रीहरूले राजीनामा दिने मानसिकता बनाइसकेको बुझिएको छ। यसैगरी आफूभन्दा कनिष्ठ सहसचिवहरूलाई विशिष्ट श्रेणीमा बहुवा गरेकोमा केही सहसचिवहरू अदालतको शरणमा जाने तयारी गरिरहेको पनि बुझिएको छ। वर्तमान सरकारले अहिले सचिव तथा क्षेत्रपालमा बहुवा गरेका केही मानिसहरूको अनुहार हेर्दा यस्तो लाग्छ, यो सरकारले त्यस्ता व्यक्तिहरूको साथमा कसरी प्रशासन चलाउन सक्छ ? वर्तमान सरकार भ्रष्ट व्यक्तिहरूको घेरामा परेको आरोप पनि सत्य सावित भएको छ, एक समाचार सूत्रले दावीका साथ बतायो (कमाण्डर १० वैशाख)।

यो समाचारमा पनि नियुक्तिमा धाँधली भएको, जहाँतही असन्तुष्टी, लेखासमितिको चेतावनीलाई सरकारले धोती लगाइदिएको, जतिसुकै गुड्डी हाँकेपनि, भ्रष्टाचारीलाई पुरस्कृत गर्न थालेको भन्ने भाषा प्रयोग भएको छ, तर यी कुराहरूलाई पुष्टि गर्ने एउटै आधार 'अनुहार हेर्दा' भन्ने शब्द प्रयोग गरेर छाडिएको छ। कसैको अनुहार हेरेर भ्रष्टाचारी वा सद्दे के हो थाहा पाउन सकिँदैन। तसर्थ आफ्नो असहमती वा विरोध पोख्न अनावश्यक शब्द राखेर भाषालाई बड्याइएको छ जुन समाचारका रूपमा पाठकसामु पुगेको छ। यस बाहेक सन्ध्याकालीन दैनिकहरूले मृत्युको समाचार लेख्दा 'ठहरै' शब्द अत्याधिक प्रयोग गर्ने गर्छन्। अभियोगसम्म लागेको व्यक्तिलाई भ्रष्टाचारी, बलात्कारी, ज्यानमारा आदि विशेषण प्रयोग गरेर समाचार लेख्ने गरेका छन्। समाचारको भाषामा भएका यस्ता प्रयोगले व्यक्तिको आत्मसम्मानमा ठेस मात्र पुऱ्याउँदैन कि यिनीहरूको चरित्र र व्यावसायमा थप समस्या पनि जन्माउँछ।

**समाचारका स्रोत:** सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरूमा प्रकाशित समाचारहरूको समाचारको सत्यता र स्रोतको विश्वसनीयता कमजोर देखिन्छ। अधिकांश पत्रिकाले समाचार सम्प्रेषण गर्दा स्रोतको उल्लेख सतही रूपमा गरेको देखिन्छ। समाचारमा 'सुनिएको छ,' 'बताइएको छ,' 'बुझिएको छ,' 'प्राप्त जानकारी अनुसार' जस्ता शब्दहरूको प्रयोग बढी मात्रामा देखिने गरिन्छ। त्यस्तै 'सूत्र' को हवाला दिँदै लेखिएका समाचारहरू पनि प्रशस्त देख्न सकिन्छ।

कमाण्डरको माथि उद्धृत समाचारमा कुनै पनि समाचार स्रोत उल्लेख भएको छैन। खाली 'बुझिएको छ,' 'समाचार स्रोतले दावीका साथ बतायो' उपयोग भएको छ। 'बाँकेका प्रहरी चौकीहरू पनि हटाइए' (सिटी टाइम्स २ वैशाख) शीर्षकको समाचारमा कहाँ र कसबाट प्राप्त जानकारी नखुलाई 'समाचार प्राप्त भएको छ' भन्ने वाक्यांशको आधारमा मात्र समाचार लेखिएको छ। न त्यहाँ सो पत्रिकाका समाचारदाता रहेका देखिन्छन् न त अन्य कुनै स्रोतको नै प्रयोग भएको छ।

यी पत्रिकामा आधाररहित अनुमानका भरमा समाचार तयार पारिएको उदाहरण पाइन्छ। कमाण्डरले 'आज नुवाकोट १ को सांसद फेरिने' शीर्षकमा समाचार छापेको छ (१० वैशाख)। यो समाचार नुवाकोट जिल्ला निर्वाचन क्षेत्र नं. १ को परिणाम पुनरावेदन अदालत पाटनले उल्टाएपछि सर्वोच्च अदालतमा परेको रिटको फैसलासँग सम्बन्धित छ। फैसला नहुँदै एमाले समर्थकहरूले राजेन्द्र लोहनी नै पुनः सांसद हुने दावी गरेको कमाण्डरलाई बताएका छन् भनी स्रोत प्रयोग छ। अदालती फैसलालाई कुनै कार्यकर्ताले गरेको दावीका आधारमा समाचार बनाइएको छ। 'शंख बजाएर चौकीमा आक्रमण' (महानगर २ वैशाख) समाचारमा पनि प्रहरीले जनाएको छ भनिएको छ तर केन्द्रीय समाचार कक्षबाट प्राप्त जानकारी हो वा अरु कसैले भनेको हो खुलाइएको छैन। यसैगरी, 'क्षेत्रीय प्रशासकहरू माओवादीको तारो' (अपराहन २ वैशाख) शीर्षकको समाचारमा क्षेत्रीय प्रशासकहरू माओवादीको हिट लिस्टमा परेका तथा अब उनीहरूको मुख्य निशाना नै क्षेत्रीय प्रशासक हुने उल्लेख छ। तर कस्तो स्रोत वा अन्य कुनै आधारको भरमा यो समाचार लेखिएको हो स्पष्ट हुँदैन।

अध्ययन अवधि भित्रका पत्रिकाहरूमा स्रोत नखुलेका समाचारहरू बग्नेली देखिन्छन्। समाचारमा स्रोतको उल्लेखले समाचारको सत्यतालाई प्रस्ट्याउँछ र पाठकहरूमा विश्वसनीयता जगाउँछ, पाठक प्रति पत्रिकाको जवाफदेहिता पनि भल्काउँछ। महानगर बाहेक अन्य सन्ध्याकालीन पत्रिकाका समाचारमा प्रयुक्त स्रोतहरू हेर्दा विश्वनीय देखिँदैनन्।

समाचारका स्रोतबारे कमाण्डरका सम्पादक युगनाथ शर्मा पौडेल स्रोत उल्लेख गर्नुपर्दा सूत्र लगायतका अन्य शब्दहरूको प्रयोग गर्नु बाध्यता हो भन्नुहुन्छ। उहाँ थप्नुहुन्छ: "समाचारमा सूत्रको पुष्टि गर्ने व्यक्ति/संस्थासँग सम्पर्क गर्न खोज्दा ती व्यक्ति, संस्था, निकाय, प्रवक्ता आदिले पत्रिकाको डेडलाइनलाई भेट्न सक्तैनन् अधिकांश

अवस्थामा त्यस्ता व्यक्ति १०, ११ बजे कार्यलयमा पुगेकै हुँदैनन् । त्यसैले पुष्टि गर्न खोजे प्रकाशनमा ढिलाई हुन्छ । उपत्यका बाहिरका समाचारहरु हामीलाई ठूला ब्रोडशिटका सम्वाददाताहरूले दिएका हुन्छन् तर तिनको नाम भने हामी राख्दैनौ । समाचारको सत्यता प्रति हामी विश्वस्त छौ तर प्रकाशन भएर पाठकसामु पुग्दा तिनमा स्पष्ट स्रोत उल्लेख नभएकाले असत्य जस्तो लाग्नु स्वाभाविक हो ।”

महानगरका सम्पादक बन्नी तिवारी भने समाचार लेख्दा स्रोतलाई उल्लेख गरे मात्र त्यसको सार्थकता हुने नत्र समाचारको विश्वसनीयतामा शंका उब्जन्छ भन्दै महानगरले स्रोत उल्लेखमा बहुते सचेत भएको धारणा राख्नु हुन्छ । महानगरका सम्वाददाताहरू समाचारको पुष्टि गर्ने निकायमा पुग्ने गरेका छन्, उहाँ भन्नुहुन्छ । महानगरमा उपत्यका बाहिरका समाचार सम्बन्धित जिल्लाका नेपाल समाचारपत्रका सम्वाददाताहरूले पठाउने गरेका छन् । “कहिलेकाहीं समाचारको पुष्टि भइसक्दा पनि पुष्टि गर्ने व्यक्ति, संस्था वा निकायले नाम उल्लेख नगर्ने शर्तमा समाचार दिन्छन् । त्यस्तो अवस्थामा सूत्र जस्ता शब्द प्रयोग हुनु स्वभाविक हो” उहाँ भन्नुहुन्छ ।

अध्ययन अवधि भित्रका पत्रिकामा छापिएका समाचार हेर्दा दिनहुँ कुनै न कुनै समाचारमा स्रोतको अभाव देख्न सकिन्छ । जसले गर्दा ती समाचारहरू आफैले सम्पादकीय टेवलमा बसेर तयार पारेजस्ता लाग्दछन् । समाचार स्रोतका बारेमा अपराह्नका सम्पादक एवं प्रकाशक टिकाराम राईको भनाइ छ: “समाचारको पुष्टि गर्ने निकायले समाचार थाहा पाउनु अगाडि नै हामीले हाम्रा नजिकका सूत्रबाट समाचार थाहा पाइसकेका हुन्छौ । कहिलेकाहीं पुष्टि गर्ने संस्थाको भनाई राख्नुपर्दा पत्रिकाको डेडलाइन गइसक्छ । केही उनीहरूको व्यस्तता र केही हाम्रो समयले गर्दा यस्तो भएको हो । समाचारको सत्यतथ्य हामीले राम्ररी विचार गरेर मात्र दिन्छौ तर तिनमा आधिकारिक भनाई नहुँदा शंका उब्जिन सक्छ ।” सम्पादक राईको विचारसँग सहमत हुने ठाउँ देखिँदैन किनभने पुष्टि गर्ने निकायले थाहापाउनु अगावै पनि नजिकका सूत्र भनेर समाचार प्रकाशन गरिनुले थप शंका उब्जिन सक्छ ।

त्यस्तै सिटी टाइम्सका सुजीव बज्राचार्य पनि समाचारमा स्रोतको यथेष्ट उल्लेख हुन नसक्नुमा पुष्टि गर्ने निकाय र पत्रिकाको डेडलाइनको तालमेल नमिलेको भन्नुहुन्छ । उहाँ समाचारमा प्रयोग भएका स्रोत प्रति विश्वस्त भएको धारणा अघि सार्नुहुन्छ ।

**खोजमुलक लेख/समाचार/फिचर:** खोजमुलक लेख/समाचार/फिचरमा सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरु कमजोर छन् । यसप्रकारका समाचार पत्रिका आफैले तयार गरेको पाइँदैन । तर कहिलेकाहीं यी पत्रिकाहरुले खोजमुलक फिचरहरू साभार गरी प्रकाशित गर्ने गरेका भेटिन्छन् । अध्ययन अवधिमा सञ्चारिका समूह नेपालले तयार गरेको महिला लेखमालाका सामग्री प्रायशः भेटिएका थिए । तर कहिलेकाहीं स्रोत नखुलाईएको हुनाले आफ्नै प्रयासबाट यी पत्रिकाहरुले तयार पारेका हुन् भन्ने भ्रम पनि

हुन्छ । छिटपुट रुपमा *महानगर*ले खोजमुलक लेख समाचारहरु आफ्नै प्रयासबाट तयार पारेका देखिन्छन् तर अन्य सन्ध्याकालीन दैनिकहरुमा भने यस्ता प्रयास भएको देखिन्न ।

खोजमुलक सामग्रीहरु उल्लेख्य मात्रामा प्रकाशन नहुनुमा प्रकाशन संस्थाको आर्थिक पक्ष सबल नहुनु हो भन्ने *सिटी टाइम्स*का प्रकाशक सुजीव वज्राचार्यको धारणा छ । त्यस्तै, प्रकाशन संस्था आर्थिक रुपले दुर्बल र रिपोर्टरहरु पर्याप्त सङ्ख्यामा नभएकाले खोजमुलक सामग्रीहरुलाई उचित स्थान दिन नसकेको *कमाण्डर*का सम्पादक युगनाथ शर्मा पौडेल बताउनु हुन्छ । सन्ध्याकालीन पत्रिकामा खोजमुलक समाचार र फिचर पत्रिकाकै रिपोर्टर मार्फत नहुनुमा आर्थिक कारणलाई दोष लगाएपनि त्यो नै सबै कारण हो भन्न सकिन्न । किनभने रिपोर्टरमा उत्साह र चाहना भए खोजमुलक समाचारहरु आउने सम्भावना अत्यधिक हुन्छ । सन्ध्याकालीन पत्रिकामा खोजमुलक लेख, समाचारको अभाव खट्किन्छ ।

**सम्पादकीय:** समाचारमा अरुको विचार हुन्छ तर सम्पादकीयमा पत्रिकाको विचार रहने गर्दछ । कुनै पनि समसामयिक, सामाजिक आर्थिक जनजीवनका कुराहरुप्रति पत्रिकाको सहमति/विमति आलोचना/प्रशंसालाई व्यक्त गर्न सकिने ठाउँ सम्पादकीय हो । साँझका सबै पत्रिकाले सम्पादकीय छान्ने गरेका छन् । सम्पादकीय लेखनमा *महानगर*, *अपराह्न* र *कमाण्डर*ले विषय चयनमा विविधता अपनाएका छन् तर *सिटी टाइम्स*मा विविधता पाउन सकिँदैन । यी पत्रिकाहरुमा कहिलेकाहीं सम्पादकीय दोहोरिने पनि गरेको छ । 'नक्कली प्रमाणपत्रको अनुसन्धान' शीर्षक अन्तर्गत *महानगर*को वैशाख ३ र ४ को सम्पादकीय उही छ । त्यस्तै *अपराह्न*को वैशाख ६ र ७ को 'ऐतिहासिक वस्तुको विनास' सम्पादकीय पनि पृथक छैन । *कमाण्डर*को 'सरकारी गाडीको दुरुपयोग' शीर्षकको सम्पादकीय ९ वैशाखमा छापिसके पनि १३ वैशाखमा फेरी छापिएको छ । यस सम्बन्धमा प्राविधिक गल्ती भएको भन्ने भनाई बाहेक उल्लिखित पत्रिकाका सम्पादकहरुले थप उल्लेख गर्न चाहैनन् ।

सामान्यतः सम्पादकीयको विषयवस्तु कुनैपनि समसामयिक विषय हुनसक्छ । तर सन्ध्याकालीन दैनिकमध्ये *सिटी टाइम्स*मा राजनीतिक विषयले प्रधानता पाएको छ । *महानगर* र *अपराह्न*मा भने विषयमा विभिन्नता पाइन्छ । *महानगर* र *अपराह्न* जति नभएपनि *कमाण्डर*ले पनि सम्पादकीयमा विविधता अंगालेको छ । *कमाण्डर* र *सिटी टाइम्स*का सम्पादकीयहरुले राजनीतिक व्यक्ति तथा संस्थाप्रति आफ्नो भुकाव/पूर्वाग्रह राखेका देखिन्छन् । उदाहरणको लागि *कमाण्डर*ले 'ढिलो आएको पीएल सिंहको वक्तव्य' (२६ वैशाख), 'पौडेलले बोलेको गणेशमानको भाषा' (१७ जेठ), 'गणेशमानका छोराको राम्रो निर्णय' (३ असार) आदि शीर्षकमा छापिएका सम्पादकीयबाट उसको भुकाव प्रष्टिन्छ ।

सन्ध्याकालीन दैनिकका सम्पादकीयका विषयलाई समग्र रूपमा हेर्दा तिनमा तत्कालीन विषयहरू माओवादीद्वारा खलबल्याइएको शान्ति सुरक्षा, लाउडा विमान भाडा प्रकरण, सरकार प्रतिपक्षको विवाद, नेपाल बन्द, विद्यार्थी आन्दोलन, विद्यालय हडताल आदि विषयहरूमा आ-आफ्नै ढंगले सम्पादकीय लेखिएका छन् । अध्ययन अवधिमा माओवादी आक्रमण, हत्या, हिंसा, तीव्र रूपमा भएको थियो र सोको प्रतिविम्ब देख्न सकिन्छ यी पत्रिकाको सम्पादकीयमा पनि ।

*सिटी टाइम्स*ले तुलनात्मक रूपमा माओवादी कदमको समर्थनमा सम्पादकीय लेखेको पाइन्छ । उदाहरणकालागि १९ असारको 'माओवादीको स्वागतयोग्य निर्णय' शीर्षकको सम्पादकीय हेरौं:

भूमिगत रहेको पार्टी नेकपा (माओवादी) का अध्यक्ष प्रचण्डले खुल्ला रूपमा गिरिजा गुटमाथि धावा बोलेको छ भने अन्य सबै राजनीतिक पार्टीका नेता, कार्यकर्ताहरू माथि कारवाही नगर्ने केन्द्रीय नीतिको घोषणा गरेर सबै पार्टीलाई मन राख्ने र सबै पार्टीको मन जित्ने रणनीति अपनाएको छ । प्रचण्डले अस्ति एक वक्तव्य जारी गरी यसरी गिरिजा गुट बाहेक अरु पार्टीलाई आक्रमण नगर्ने नीति अख्तियार गर्ने घोषणा गरेपछि माओवादी पार्टी अलि उदार भएको प्रष्ट देखिएको छ । माओवादी पार्टीले सबै राजनीतिक पार्टीहरूलाई समान रूपमा राखे पछि अब प्रश्न उठ्छ - वर्गीय राजनीति रूपमा माओवादी पार्टी अब कसरी लाग्ने हो । राप्रपा, एमाले लगायत सबै राजनीतिक पार्टीका कार्यकर्ताहरूलाई हेर्ने दृष्टिकोण के हुनेछ ? यसबारे प्रचण्डले आफ्नो वक्तव्यमा केही कुरा भने उल्लेख गरेको छैन, तर चाँडै भन्दा चाँडै विभिन्न राजनीतिक पार्टीहरूलाई हेर्ने दृष्टिकोण माओवादीले ल्याउने छ भन्ने विश्वास सबैले लिए हुन्छ ।

यो सम्पादकीय पद्धता पत्रिकाको माओवादी प्रति ज्यादा समर्थन रहेको देखिन्छ । किनभने प्रचण्डले गिरिजा गुटबाहेक अन्यलाई आक्रमण नगर्ने नीति घोषणा गरेको कुरालाई हो मा हो मिलाएको छ । कसैमाथि पनि आक्रमण (भौतिक) हुनु हुँदैन भन्ने सन्देश दिन खोजेको भए यसको औचित्य रहन्थ्यो । साथै माओवादीले राजनीतिक पार्टीलाई हेर्ने दृष्टिकोण ल्याउने छ भने विश्वास दिलाउन खोजिएको छ । तर पत्रिकाको काम विश्वास दिलाउने होइन । प्रचण्डको कार्यनीतिमाथि समालोचनात्मक ढंगले विश्लेषण गरेर सम्पादकीय आउनु पर्नेमा माओवादीकै शैलीमा लेखिएको छ ।

सम्पादकीयलाई शिष्ट भाषामार्फत आलोचना/प्रशंसा, सहमती/असहमती जनाउन सकिने माध्यम हुँदाहुँदै *महानगर* बाहेकका सन्ध्याकालीन दैनिकको भाषा अलि रुखो लाग्छ । खासगरी *कमाण्डर* र *सिटी टाइम्स*ले सम्पादकीय लेखनमा सरकारी विरोध गर्दा वा पार्टीगत विरोध गर्दा भाषामा ध्यान पुऱ्याएका छैनन् । जस्तै 'काङ्ग्रेस केन्द्रीय समिति खोई ? (कमाण्डर ९ वैशाख), 'चोर्नेलाई एकपाप हराउनेलाई सय पाप' (कमाण्डर २५ वैशाख) लगायतका सम्पादकीयमा भाषा सौम्य छैन । त्यस्तै 'काङ्ग्रेस महत्वहीन हठवादी नेताहरूको पार्टी' (सिटी टाइम्स २५ वैशाख), 'लाजै पचाएर विजयी हुने' (सिटी टाइम्स



११ असार), पञ्चायती भुतलाई व्युताउँने नियमावली (विशेष सम्पादकीय, सिटी टाइम्स २८ असार), 'नेतागिरी कि कानुन्ची?' (सिटी टाइम्स २६ जेठ) जस्ता शीर्षकका सिटी टाइम्सका सम्पादकीयका भाषा पनि पाच्य लाग्दैनन् ।

**लेख/विचार:** महानगर बाहेक अन्य ३ वटै दैनिकले लेख/विचार प्रकाशित गर्ने गरेका छन् । यस्ता लेखहरू कमाण्डर र अपराह्नले दोस्रो पृष्ठमा र सिटी टाइम्सले तेस्रो पृष्ठमा छापेको पाइन्छ । तर नियमितरूपमा भने प्रकाशित हुने गरेको देखिन्छ । यी तीन मध्ये कमाण्डरले सबैभन्दा बढी विचार लेख प्रकाशित गरेको छ । विचार लेखनमा राजनीतिले प्रमुख स्थान पाएको छ । नियमित स्तम्भकार कुनै पनि पत्रिकामा पाइँदैन । कमाण्डरले गैरराजनीतिक विषयहरू: 'युवायुवती भन्छन् सेक्स मायाको एउटा हिस्सा हो' (७ वैशाख), 'एचआइभी पोजेटिभ भएमा के गर्ने' (२३ वैशाख), 'एड्स र एचआईभी पोजेटिभमा के फरक छ' (१९ वैशाख)लाई पनि स्थान दिएको छ । यसबाहेक कमाण्डरका अड्कहरूमा सी.के. प्रसाईका विचारहरू प्रशस्तै प्रकाशित भएका देखिन्छन् । तर उनको देहावसान भइसकेको अवस्थामा कसरी र कुन सन्दर्भमा विचार छापिएका हुन पृष्ठभूमि दिइएको हुँदैन । त्यस्तै पूर्व प्रधानमन्त्री कृष्णप्रसाद भट्टराई र रामचन्द्र पौडेलका विचारहरू पनि प्रकाशित भएका छन् । तर तिनको पनि पृष्ठभूमि दिइएको पाइँदैन ।<sup>२</sup> सिटी टाइम्सका १८ जेठ देखि ३१ असारसम्मका अंकहरू 'जनयुद्धको पानाबाट' शीर्षकमा माओवादीको प्रचण्डपथबारे राजनैतिक विचार दिशावोध मासिकबाट साभार गरी छापिएको छ । यस पत्रिकामा पनि राजनीतिक लेखहरूको प्रचुरता पाइन्छ ।

लेख/विचार प्रकाशन गर्दा साभार गरिएका र कहिलेकाहीं ठूला नेताले गोष्ठी, सेमिनार, आमसभा आदि ठाउँमा बोलेका कुराहरूको रेकर्डिङलाई उतारेर सन्ध्याकालीनहरूले प्रकाशन गरेको पाइन्छ । समष्टिमा सन्ध्याकालीन दैनिकमा छापिएका लेख/विचारका विषय र प्रकृति मूलतः राजनीति मै केन्द्रित रहेका छन् । सामाजिक, आर्थिक, शैक्षिक क्षेत्रका समस्या, चुनौती, समाधान आदि विषयमा लेखिएका लेख देखिँदैनन् ।

**यौन/मनोरञ्जन:** अध्ययनकालागि चयन गरिएका सन्ध्याकालीन दैनिकमध्ये कमाण्डर र सिटी टाइम्समा यौन सामग्री प्रकाशित गरिएका छन् । कमाण्डरको नियमित स्तम्भ 'जवानीका तरङ्ग, यौवनका भूलहरू' मा 'कृवामा पौडी खेल्दा', 'जवानीको तालमा हामफाल्दा' 'गहिराइमा पुग्दा', 'वैशले छोएपछि' आदि खालका शीर्षक राखी यौन सामग्री छापिन्छन् । त्यस्तै प्रकारका सामग्री सिटी टाइम्सको नियमित स्तम्भ 'वात्सायनको यौन चर्चा'मा पनि भेटिन्छन् । यौन शिक्षा आवश्यक ठानिन्छ तर भड्किला र अश्लील लाग्ने सामग्रीहरूको नियमित प्रकाशन कति उचित हो ?

२ पृष्ठभूमि भनेर कुनै सभा गोष्ठीमा बोलेको विचार अथवा कुनै स्थानमा पहिले प्रकाशित भैसकेको हो भने सोको बारेमा जानकारी भन्न खोजिएको हो ।

त्यसैगरी मनोरञ्जन शीर्षकमा सबै पत्रिकामा प्रमुखता साथ भित्री तथा अन्तिम पृष्ठमा विभिन्न सामग्री प्रकाशित भएका पाइन्छन् । मनोरञ्जनका नाममा सबै पत्रिकाले प्रायशः विदेशी कलाकारहरू (गायक/गायिका, नायक/नायिका, महिला, पुरुष खेलाडी) तथा अन्य व्यक्तिहरूका व्यक्तिगत जीवनका विषयहरूबारे समाचार, फिचर आदि प्रकाशित गरेका भेटिन्छन् । *कमाण्डर*ले अन्तिम पृष्ठमा दिनहुँ भारतीय फिल्मी कलाकारहरूको र हलिउडका बारेमा पनि कसैका चक्कर, 'इलुइलु', 'रोमान्स', आदि बारे सामग्री छापेको भेटिन्छ, भने भित्री पेजमा सौन्दर्य कसरी बढाउने, राजकुमारहरूको रोमान्स, आदि जस्ता सामग्री दिने गरेको छ । *महानगर*ले अन्तिम पृष्ठमा खेलाडीका बारेमा सचित्र फिचर, फिल्म, नायक/नायिका, गायक/गायिका आदिका बारेमा जानकारी दिएर विविधता दिन खोजेको छ । तर धेरैजसो यी सामग्री विदेशीका बारेमा हुने गर्छन् । *अपराह्न*ले अन्तिम पृष्ठमा मनोरञ्जन स्तम्भ राखेर नेपाली चलचित्रबारे सामग्री छापेको भेटिन्छ । सन्ध्याकालीन दैनिकमा प्रेमपत्र, सन्देश, धारावाहिक स्तम्भ अलौकिक अनुभूति, आशुचर्चलाग्दा कुराहरू आदि समेटिएका छन् ।

**विविध:** समाचार सामग्री बाहेक सबै पत्रिकामा महान व्यक्तिका उद्गार, रोचक जानकारी, मौसम/बेमौसम (नेताहरूका छोटा बोली) व्यक्ति-व्यक्तित्व, पाठकका मनका कुरा, लगायत धारावाहिक रूपमा कथा, उपन्यास अंश, पाठक प्रतिक्रिया, विभिन्न व्यक्तिसँग गरिएका कुराकानी, पनि प्रकाशन भएका देखिन्छन् । राशीफलले सबै पत्रिकामा स्थान पाएको छ । *महानगर*मा आफ्नो भाग्य आफै छुट्याउनुहोस भन्दै उपत्यकाका ब्रोडसिटमा प्रकाशित राशिफलको संकलन दिइन्छ भने *अपराह्न* र *सिटी टाइम्स*ले भोलिको भाग्य दिएका हुन्छन् । त्यस्तै, टेलिभिजनका कार्यक्रम, चुट्कीला, महत्वपूर्ण टेलिफोन नम्बरहरू पनि यी पत्रिकामा प्रकाशित भएको देखिन्छ ।

### फोटोको प्रयोग

हजार शब्दले व्यक्त गर्न सक्ने समाचार वा भाव एउटा तस्वीरले गर्छ भन्ने गरिन्छ । सामान्यतः सबैभन्दा पहिले आँखा फोटो मै पुग्छ । एकातिर फोटोले पत्रिकाको आकर्षण बढाउँछ भने अर्कोतिर समाचारको सत्यतालाई पनि पुष्टि गर्छ । सन्ध्याकालीन पत्रिकाका हकमा तस्वीरले अथवा फोटो पत्रकारिताले कमै स्थान पाएको छ । सन्ध्याकालीन दैनिक मध्ये *महानगर* दैनिक सबैभन्दा बढी फोटोको प्रयोग गर्ने पत्रिका हो । अन्यले न्यून सङ्ख्यामा फोटोको प्रयोग गरेका छन् । तसर्थ, के भन्न सकिन्छ भने सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरूको प्राथमिकतामा तस्वीरले उस्तो महत्व राख्दैन । अध्ययन अवधिका पत्रिकामा जे जति फोटो प्रकाशन भएका छन् तिनको आधारमा तस्वीरहरूका बारे छोटो चर्चा गरिन्छ ।

**फोटोको विषय:** पत्रिकामा छापिने तस्वीरले विविध विषय समेट्न सक्छन्— सामाजिक जनजीवन, मानवीय अभिरुची, मनोरञ्जन, प्राकृतिक दृश्य, राजनीतिक घटना, दुर्घटना आदि । सन्ध्याकालीन पत्रिकामा छापिएका तस्वीरहरू भने 'मनोरञ्जन' वा 'ग्ल्यामर' बाहेकका कमै हुन्छन् । तुलनात्मक रूपमा *महानगर* दैनिकले फोटो प्रकाशनमा विविधता अपनाएको छ । *महानगर*ले माओवादी जनसेना छापामारका बन्द, चक्काजाम, हडताल आदि लगायत खेलकुद र अन्य सामाजिक जनजीवनलाई प्रतिनिधित्व गर्ने खालका फोटोहरू छापेको भेटिन्छ । तर अरु पत्रिकाका फोटोहरू हेर्दा राजनीतिक समाचारसँग जोडिएका र मनोरञ्जनमा मात्र सीमित छन् । राजनीतिक विषयमा पनि विशेषगरी नेताका पुराना तस्वीर पटक पटक छापिन्छन् । त्यसबाहेक धेरैजसो अर्धनग्न नारी देहका, उत्तेजक हाउभाउका फोटोहरूले बढी ठाउँ पाएका छन् । नेपाली कलाकार (गायक/गायिका, नायक/नायिका, मोडल)का फोटोहरू निकै कम छन् भने खासगरी भारतीय चलचित्रका कलाकार र हलिउडका कलाकारका विभिन्न 'पोज'का फोटो यी पत्रिकामा देखिन्छन् । यस्ता विदेशी कलाकारमा पनि महिला कलाकारका फोटो अत्यधिक प्रयोग भएका छन् ।

*कमाण्डर*का सम्पादक युगनाथ शर्मा नेपाली कलाकारहरूको तस्वीर सजिलै उपलब्ध नहुनाले विदेशी कलाकार/मोडलका फोटो राख्नु परेको बताउनु हुन्छ । ब्रोडशिट पनि विदेशीको तस्वीर छाप्न सन्ध्याकालीनसँगै प्रतिस्पर्धामा उत्रेको उहाँ बताउनुहुन्छ । फोटोमा विविधता ल्याउन नसक्नुमा सन्ध्याकालीनसँग आफ्नै फोटोपत्रकार नहुनु पनि हो । *महानगर* र *सिटी टाइम्स* बाहेक अन्य पत्रिकाका आफ्नै फोटोग्राफर छैनन् । फोटो पत्रकार उषा तिवारीका विचारमा आफ्नै फोटोग्राफर नहुँदाैमा राख्न नसकिने होइन । तस्वीर छाप्ने इच्छा र पैसा तिर्ने ल्याकत हुने हो भने स्वतन्त्र फोटो पत्रकार तथा फोटो एजेन्सीबाट फोटो प्राप्त गर्न सजिलै सकिने उहाँ बताउनु हुन्छ । फोटोले उल्लेख्य स्थान नपाउनुमा पत्रिकाको पृष्ठसङ्ख्या थोरै (४ पृष्ठ) हुनु पनि हो भन्ने सन्ध्याकालीनका सम्पादक/प्रकाशकहरूको भनाइ रहेको छ ।

**फोटोको गुणस्तर:** तस्वीरको प्रकाशनमा छपाइको गुणस्तरले पनि उत्तिकै महत्व राख्छ । छपाइको स्तर राम्रो नभएमा तस्वीरले भन्न खोजेको कुरा प्रष्टिन्न । तस्वीरको गुणस्तर प्रति *कमाण्डर* र *महानगर* अलि बढी सचेत देखिन्छन्, ती पत्रिकामा प्रकाशित तस्वीरलाई हेर्दा । अन्य पत्रिका छापिने फोटोमा प्रायः त फोटोको विषय समेत छुट्याउन कठिन पर्छ । फोटोलाई उचित स्थान दिए पनि गुणस्तरमा ध्यान नदिने हो भने फोटोले दिन खोजेको सन्देश ओभरलेमा पर्छ नै । अर्कोतर्फ पृष्ठ भर्ने अभिप्रायले मात्र फोटोको प्रयोग भएको हो कि भन्ने भान हुन्छ । *सिटी टाइम्स*का सुजीव बज्राचार्य पृष्ठ भर्ने मानसिकता नभएको र प्राविधिक कठिनाईका कारण फोटो राम्ररी प्रकाशित हुन नसकेको बताउनुहुन्छ । फोटोको गुणस्तरमा कमी हुनुमा प्रायः सम्पादक/प्रकाशकहरू पत्रिका

निस्कने समयलाई पनि दोष दिन्छन् । हतारमा पत्रिका निकाल्नु पर्नाले फोटोको गुणस्तरमा ध्यान दिन नसकिएको उनीहरू बताउँछन् ।

**फोटो स्रोत:** महानगर र सिटी टाइम्सका आफ्नै फोटोग्राफर भएको देखिन्छ । कमाण्डर र अपराह्नले फोटोका स्रोत नखुलाएकाले स्रोत पहिल्याउन अप्ठेरो छ । महानगरले विदेशी फोटो प्रकाशित गर्दा स्रोत (एपी, एफपी, रासस, आदि) खुलाएको हुन्छ भने अपराह्न, कमाण्डर र सिटी टाइम्सले प्रायः स्रोत खुलाएका हुँदैनन् । यसबाट ती पत्रिकाहरूका फोटोहरू या त पत्रपत्रिकाबाट निकालिएका या त इन्टरनेटबाट भिकिएका हुन् । स्रोत नखुलाउँदा पत्रिकामा प्रकाशित फोटोहरू पत्रिकाको आफ्नै प्रयासबाट प्रकाशित भएका जस्ता लाग्दछन् । स्रोत खुलाउने या साभार सम्म पनि लेख्ने संस्कृतिको विकास भइसकेको देखिँदैन ।

पत्रिकाले इमान्दारी साथ स्रोत खुलाउने हो भने फोटोको अभाव हुँदैन र विविध विषय, प्रकृतिका फोटो सजिलै पाउन सकिने विचार उषा तिवारीको छ । तर फोटोग्राफरले मेहनत गरेर ल्याएका फोटोहरू स्रोत नराखेर वा नाम नराखेर प्रकाशित हुनु कदापि राम्रो होइन र यसले फोटोपत्रकारलाई मर्का परिरहेको छ । कमाण्डरका सम्पादक युगनाथ शर्मा आफूले जानीजानी फोटो नचोर्ने बताउनु हुन्छ । 'कहिलेकाहीं समाचारले फोटो मागेको हुन्छ तर उपलब्ध फोटो कसले खिचेको हो थाहा हुँदैन । यस्तो अवस्थामा सो फोटो प्रयोग गर्दा गल्ती हुनपुग्छ', शर्मा भन्नु हुन्छ । समग्रमा के भन्न सकिन्छ भने फोटो को स्रोत नखुल्लाले सर्जकलाई निकै बेफाइदा भइरहेको छ ।

### ले-आउट

पत्रिकाको ले-आउटमा महानगर अत्यन्त सबल देखिन्छ । अन्य पत्रिकाको मुद्रण गुणस्तर राम्रो छैन; कहिलेकाहीं अक्षर चिन्न मेहनतै गर्नुपर्छ र अनुमानको भरमा पढ्नुपर्छ । महानगर र कमाण्डरमा प्रथम र अन्तिम पृष्ठ रंगीन छन् भने बाँकी दुईमा रंगीन तस्वीर प्रकाशित हुँदैनन् । महानगर बाहेकका दैनिक दुइ/तीन रंगमा छापिए पनि कतै रंगको समायोजन नमिलेको, कतै हेडलाइन नमिलेको र कतै फन्ट नमिलेको देखिन्छ । कमाण्डरले अपराध समाचारलाई सधैं बक्स भित्र रंगीन 'ब्याकग्राउण्ड'मा छापेको पाइन्छ । एकै पृष्ठमा धेरै बक्स हुँदा र रंग लतपतिंदा भन नराम्रो देखिन्छ कहिले । अपराह्न, सिटी टाइम्सको स्थिति पनि कमाण्डरको भन्दा पृथक छैन । तिनमा समाचारको हेडलाइन एकातिर हुन्छ समाचार अर्कोतिर भेटिन्छ । फोटोको प्रयोग समय र सम्बन्ध नमिलेका देखिन्छन् । समाचार र फोटोको तालमेलमा समानता देखिन्न । महानगरमा मात्र कार्टूनको प्रयोग भेटिन्छ । सारांशमा अध्ययन गरिएका पत्रिकामा महानगरको लेआउट सन्तोषजनक छ तर बाँकी पत्रिकाले मेहनत र सतर्कता अपनाउनु पर्ने देखिन्छ ।

### संस्थागत तथा व्यापारिक पक्षहरू

उपत्यकाबाट प्रकाशित हुने साँझका दैनिकहरूको संस्थागत स्वरूप हेर्दा महानगर, अपराह्न, सन्ध्याकालीन र सन्ध्या टाइम्स प्राइभेट लिमिटेडका रूपमा चलेका देखिन्छन्। कामना प्रकाशन समूह अन्तर्गत महानगर, प्रतिवद्ध प्रकाशन प्रा. लि. अन्तर्गत अपराह्न, श्री चण्डेश्वरी प्रकाशन प्रा.लि. अन्तर्गत सन्ध्याकालीन र अर्थ प्रकाशन प्रा.लि. अन्तर्गत सन्ध्या टाइम्स प्रकाशित हुने गरेका छन्। कमाण्डर, सिटी टाइम्स, मजदुर र क्राइम रिपोर्टरको दर्ता पत्रिका कै नाममा छ।

उपत्यकाका सबै सन्ध्याकालीनमा तीन देखि सात जनासम्म रिपोर्टरहरू मासिक पारिश्रमिक पाउने हिसाबमा आवद्ध छन्। महानगर, सन्ध्या टाइम्स र क्राइम रिपोर्टरमा सात सात जना, सन्ध्याकालीनमा छ जना, अपराह्न र मजदुरमा पाँच पाँच जना, सिटी टाइम्समा तीन जना र कमाण्डरमा चार जना रिपोर्टरहरू भएको सम्बन्धित पत्रिकाका व्यवस्थापकहरू बताउँछन्। रिपोर्टरहरूको शैक्षिक योग्यता पनि संस्था पिच्छे फरक फरक कायम गरिएको छ। सम्पादक बट्टी तिवारीका अनुसार महानगरमा कार्यरत सबै रिपोर्टर पत्रकारितामा स्नातक तह उत्तीर्ण छन्। बाँकी सबै सन्ध्याकालीनका रिपोर्टरहरूको न्यूनतम शैक्षिक योग्यता प्रमाणपत्र तह वा एसएलसी रहेको पाइन्छ। सिटी टाइम्सका प्रकाशक सुजीव बज्राचार्य 'फास्ट सर्भिस' दिन सक्ने र 'क्रिएटिभ' व्यक्तिहरू नै आफ्नो संस्थामा समाचारदाता रहेको बताउनुहुन्छ। मुलतः सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरू उपत्यका केन्द्रित भएकाले उपत्यकामा मात्र समाचारदाताहरू राखेका छन्। उपत्यका बाहिरका समाचार लिनु परेमा विभिन्न पत्रिकाका जिल्ला समाचारदाताहरू मार्फत प्राप्त गर्ने गरेका छन्। महानगरले भने सहप्रकाशन नेपाल समाचारपत्रका रिपोर्टरहरूसंग सम्पर्क गर्ने गरेको छ। क्राइम रिपोर्टरका सम्पादक/प्रकाशक शिवविक्रम शाह अरु पत्रिकाका समाचारदातालाई उनीहरूले प्रेषित गरेको समाचारका आधारमा पारिश्रमिक दिने गरेको बताउनुहुन्छ। सन्ध्याकालीन दैनिकहरूको संस्थागत पक्षबारे बुझ्न तालिका २ सहयोगी हुन्छ।

प्रायः पत्रिका प्रकाशन संस्थामा तीन समूह पाइन्छन्- सम्पादकीय, व्यवस्थापन र वितरण समूह। सन्ध्याकालीन दैनिकमध्ये महानगर, सन्ध्याकालीन, सिटी टाइम्स, सन्ध्या टाइम्स र अपराह्नमा यी सबै समूह स्पष्ट रूपमा रहेका देखिन्छन्। यी बाहेक अन्य पत्रिकामा यस प्रकारको स्पष्ट स्वरूप देखिँदैन र सम्पादकीय समूहले नै व्यवस्थापन र वितरणको जिम्मेवारी लिएको पाइन्छ। कतिपय साँझका पत्रिका प्रकाशन संस्थाले अन्य पत्रिका पनि प्रकाशित गर्ने गरेका छन्। उदाहरणका लागि, महानगरको संस्थाबाट नेपाल समाचारपत्र दैनिक, कामना र साधना मासिक निस्कन्छन् भने सन्ध्याकालीनका सहप्रकाशनहरू प्रभातकालीन दैनिक, साप्ताहिक जनसत्ता र सत्यकथा मासिक रहेका छन्। कमाण्डरको सह-प्रकाशन असन बजार साप्ताहिक हो। अन्य पत्रिकाका सह-प्रकाशनहरू देखिन्छन्।

तालिका २: सन्ध्याकालीन दैनिकहरूको संस्थागत स्थिति

प्रकाशन संस्था / पत्रिका	रिपोर्टहरूको न्यूनतम शैक्षिक योग्यता	रिपोर्टर सङ्ख्या
कामना प्रकाशन समूह (महानगर)	पत्रकारितामा स्नातक तह	७
चण्डेश्वरी प्रकाशन प्रा.लि. (सन्ध्याकालीन)	प्रमाणपत्र तह	६
प्रतिवद्ध प्रकाशन प्रा. लि. (अपराह्न)	प्रमाणपत्र तह	५
अर्थ प्रकाशन प्रा.लि. (सन्ध्या टाइम्स)	प्रमाणपत्र तह	७
क्राइम रिपोर्टर	एसएलसी	७
मजदुर	प्रमाणपत्र तह	५
सिटी टाइम्स	एसएलसी/प्रमाणपत्र तह	३
कमाण्डर	एसएलसी/प्रमाणपत्र तह	४

स्रोत: सन्ध्याकालीन प्रकाशनसँग सम्बन्धित व्यक्तिहरूसँगको कुराकानी

**लगानीको स्वरूप:** सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरू सानो लगानीबाट सञ्चालित छन् । यी पत्रिकामा प्रारम्भिक लगानी रु १ लाख देखि १० लाख सम्म भए पनि यिनीहरू आर्थिक एवम् व्यवसायिकरूपले सफल बन्न सकेका छैनन् । उपत्यका भित्रका सन्ध्याकालीन दैनिकमध्ये मजदुर बाहेक सबै निजी लगानीबाट पत्रिका चलेका छन् । महानगरको प्रकाशन अधिना कामना र साधना प्रकाशनमा आइसकेका थिए । र, महानगरका लागि आधारभूत संरचना खडा भएसकेकाले महानगरको प्रारम्भिक लगानी भन्न सकिने अवस्था छैन । महानगरका प्रधान सम्पादक एवं प्रकाशक पुष्करलाल श्रेष्ठका अनुसार कामना प्रकाशन समूहको प्रारम्भिक लगानी रु ५ हजार रुपैया बराबरको थियो ।

अपराह्नको आधारभूत संरचना काठमाडौं टुडे मासिकले खडा गरेको थियो जुन अपराह्नको प्रकाशन पश्चात बन्द भयो । अपराह्नका प्रकाशक एवम् सम्पादक टिकाराम राईका अनुसार निजी लगानी १० लाख रुपैयाबाट प्रतिवद्ध प्रकाशन प्रा.लि.का नामले प्रकाशन शुरुवात गरिएको थियो । त्यस्तै सन्ध्याकालीन दैनिकका नाममा चण्डेश्वरी प्रकाशन प्रा.लि.ले २ लाख ५० हजार रुपैयाको लगानीबाट आफ्नो प्रकाशन शुरु गरेको थियो । नेवारी भाषाको सन्ध्याकालीन दैनिक सन्ध्या टाइम्समा २ लाख ५० हजार रुपैयाको लगानीबाट प्रकाशन शुरु गरिएको थियो । खासगरी नेवारी भाषाको श्रीवृद्धिका लागि यस प्रकारको लगानी गरिएको लगानीकर्ता रमेशकाजी स्थापित बताउनुहुन्छ । सन्ध्याकालीनहरूमा भएको लगानीलाई बुझ्न तालिका ३ सहयोगी हुन्छ ।

तालिका ३: सन्ध्याकालीन दैनिकहरूमा लगानी

पत्रिकाको नाम	प्रारम्भिक लगानी रू.	दैनिक लगानी रू.
महानगर	—	—
सन्ध्याकालीन	३ लाख	प्रति अङ्क १.४५
अपराह्न	१०लाख (छापने मेशीन सहित)	१० हजार
सन्ध्या टाइम्स	१ लाख	९ हजार
क्राइम रिपोर्टर	२ लाख	१० हजार
मजदुर	२ लाख	७-९ हजार
सिटी टाइम्स	२ लाख	प्रति अंक १.३०
कमाण्डर	२ लाख	३,३००

स्रोत: सम्बन्धित प्रकाशनसंस्थाका व्यक्तिसँगको कुराकानी

माथि उल्लिखित चारओटा पत्रिकाबाहेक कमाण्डर, सिटी टाइम्स र क्राइम रिपोर्टरमा पनि व्यक्तिगत लगानी देखिन्छ । कमाण्डरको शुरु लगानी ३ लाख रुपियाँ थियो भने सिटी टाइम्सले १ लाख रुपैयाबाट प्रकाशन प्रारम्भ गरेको थियो । कमाण्डर र सिटी टाइम्सका प्रकाशकहरूका अनुसार पत्रकारितामा थोरै रुपमा भएपनि नयाँ स्वाद दिलाउने (समयको हिसाबले) र स्थानीय समाचार साथै बिहानसम्मका नौला समाचारलाई पाठकसामु पुऱ्याउने उद्देश्य लिएर लगानी गरिएको हो । लगानीको स्वरूपका हिसाबले अन्य पत्रिका भन्दा फरक किसिमको लगानी मजदुरमा देखिन्छ । भक्तपुर जिल्लाका समाजसेवीहरू (करिब १ हजार जना) बाट चन्दा स्वरूप संकलित २ लाख ८० हजार रकमबाट मजदुरको प्रारम्भिक लगानी सम्भव भएको थियो । मजदुरका प्रकाशक एवम् सम्पादक विष्णुगोपाल कुसीका अनुसार नाफामुखी उद्देश्यभन्दा समाजमा भएका सामाजिक घटना, कार्यक्रम आदिलाई पत्रकारिताका माध्यमबाट सम्प्रेषित गर्ने हेतुले मजदुरको प्रारम्भिक रकम संकलन गरिएको थियो । यसैगरी क्राइम रिपोर्टरले पनि २ लाख रुपैयाको प्रारम्भिक लगानीबाट प्रकाशन शुरु गरेको हो । यसका सम्पादक/प्रकाशक शिवविक्रम शाहका अनुसार नामले क्राइम रिपोर्टर भएपनि सबै प्रकारका समाचार सम्प्रेषित गर्ने उद्देश्यले लगानी गरिएको हो ।

सन्ध्याकालीन दैनिकमध्ये अपराह्न र कमाण्डरमा लगानीकर्ता स्वयम् नै सम्पादक/प्रकाशक रहेका देखिन्छन् भने क्राइम रिपोर्टर, मजदुर र महानगरमा प्रकाशकहरू नै सम्पादक भए पनि छुट्टै सम्पादक पनि राखिएका छन् । सिटी टाइम्स, सन्ध्या टाइम्स र सन्ध्याकालीनमा भने पत्रिकाका सम्पादक र प्रकाशक अलग अलग व्यक्तिहरू छन् ।

**सर्कुलेसन प्रकृया/बजार:** सन्ध्याकालीन पत्रिकाको सर्कुलेसन प्रक्रिया मूलतः हकरहरु मै निर्भर देखिन्छ। सजिलै कुनै पसलबाट यी पत्रिका किन्न पाइँदैन। यी पत्रिका प्रायः बाटोघाटो (फुटपाथ)मा विक्रेताहरुले फिजाएर बिक्री गर्ने गरेको भेटिन्छ। प्रकाशन संस्थाबाटै ग्राहक बनाएको पनि प्रायः पाइँदैन। सन्ध्याकालका पत्रिका बिक्री गर्दै हिँडने हकरले कुनै एकमात्र नलिई सबैजसो सन्ध्याकालीन बेच्ने गरेका छन्। सन्ध्याकालीन प्रकाशन संस्थाहरुका अनुसार प्रत्येक विक्रेता (हकर)लाई पत्रिका बिक्री वापत ५० प्रतिशत कमिसन दिइन्छ। ३ रुपैया पर्ने सन्ध्याकालीन बेच्दा हकरले डेढ रुपैया कमिसन पाउँछ।

सुमन थिङ सन्ध्याकालीन पत्रिका विक्रेता हुन्। सन्ध्याकालीन पत्रिका बेचेवापत दैनिक सरदर १ सयदेखि १ सय पचास रुपैयासम्म आम्दानी हुने उनी बताउँछन्। थिङले सन्ध्याकालीन पत्रिका बेच्ने क्रममा नियमित ग्राहक पनि बनाइसकेका छन्। अर्का विक्रेता लालबहादुर विश्वकर्मा बिहान स्कूलमा पढ्छन् र दिउँसो सन्ध्याकालीन तथा अन्य पत्रिका बेच्छन्। पत्रिकाबाट हुने आम्दानीले आफ्नो शैक्षिक एवम् दैनिक खर्च चलिरहेको उनले बताए। आकर्षक शीर्षककै कारण साँझका पत्रिका बिक्री हुने विश्वकर्मा ठान्छन्। माओवादी आक्रमण, मन्त्रीको राजीनामा आदि विषयका समाचारले पाठकहरुको ध्यान तान्ने उनको अनुभव छ। दैनिक १ सय पचासदेखि २ सयसम्म आम्दानी गर्ने अर्का विक्रेता श्याम पौडेल पत्रिका बेचेर राम्रै आम्दानी हुने भए पनि सित्तैमा मागेर पत्रिका पढ्ने पाठकहरु पनि उत्तिकै भएको गुनासो गर्छन् (अधिकारी २०५८)। सन्ध्याकालीनको बिक्री वितरण कार्यमा अधिकांश बालबालिकाहरु सक्रिय रहेको देखिन्छ। नेपाल बाल संगठनले गरेको अध्ययन अनुसार उपत्यकामा १ सय पचासभन्दा बढी बालबालिका सन्ध्याकालीन तथा अन्य पत्रिका बेच्छन्। जसमध्ये ४६ जना स्कूले विद्यार्थी रहेका छन् भने तीन जना बालिकाले पनि पत्रिका बेच्ने गरेका छन् (द काठमाण्डु पोष्ट सन् २००२)।

हकरहरुमाफत मात्र सन्ध्याकालीन बिक्री हुनाले आर्थिक रुपमा कमजोर व्यक्तिलाई प्रत्यक्ष रोजगारीको अवसर दिलाएको तर्क कमाण्डरका सम्पादक युगनाथ शर्माको छ। उहाँका अनुसार पत्रिका बेच्ने स-साना बालबालिका लगायत अन्य विक्रेताहरुले पत्रिकाको बजारलाई प्रतिस्पर्धात्मक पनि बनाएका छन्। किनभने जति बढी पत्रिका बेचन सक्थो उति नै फाइदा उनीहरुलाई पनि हुन्छ।

सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरुको बजार उपत्यका केन्द्रित छ। कमाण्डर, महानगर, सन्ध्या टाइम्स, क्राइम रिपोर्टर, मजदुरले उपत्यका बाहिर पनि आफ्ना अड्कहरु पठाउने गरेका छन्। पोखरा, जनकपुर, काभ्रे, नेपालगञ्ज, वीरगञ्ज, विराटनगर आदि स्थानमा सन्ध्याकालीन पुराने दाबी गर्छन् पत्रिकासंग सम्बन्धितहरु। तर उपत्यका बाहिरको बजार नियमित छैन साथै बाहिर पठाउँदा खालि पत्रिकाको विज्ञापन गर्ने उद्देश्य रहेको देखिन्छ।



बिक्री प्रयोजनको लागि उपत्यका बाहिरको बजार हवाईमार्गमा निर्भर हुनाले नियमित हुन नसकेको सम्बन्धितहरूको भनाइ पाइन्छ ।

सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरूको वितरण उतारचढाव युक्त देखिन्छ । पत्रिकासम्बन्धित प्रकाशन गृहहरूले बताएको वितरण सङ्ख्या तालिका १ मा दिइएको छ । तर पत्रिकाका व्यवस्थापकहरू एकले अर्काको पत्रिकाको सर्कुलेशन सङ्ख्यामा विश्वास गर्दैनन् र 'अर्को'ले बढाएर भनेको आरोप लगाउँछन् । हकरहरूको समाचार शीर्षक भन्ने कलाले पनि वितरणको सङ्ख्यामा प्रभाव पर्ने बताइन्छ । कुनै उल्लेख्य घटना भएमा पत्रिकाको वितरण ह्वात्त बढ्ने र नभएमा झर्ने प्रवृत्ति देखिन्छ र सोही अनुरूप पत्रिकाहरू पनि धेरै वा थोरै छापिन्छन् ।

**विज्ञापन:** ठूला पत्रिकाका आर्थिक मेरुदण्डनै विज्ञापन हुन् । विज्ञापन आए नाफामा नआए घाटामा । पत्रिकाको बिक्रीबाट मात्रै लगानी उठ्दैन ठूला पत्रिकाको । तर सन्ध्याकालीनहरूको स्थिति भिन्न छ । अध्ययनमा परेका महानगर, कमाण्डर, अपराह्न र सिटी टाइम्समा विज्ञापनको कमी स्पष्ट अनुभूत हुन्छ । यी मध्ये पनि सिटी टाइम्सको विज्ञापन अन्त्यको तुलनामा बढी देखिन्छ । पहिलो सन्ध्याकालीन भए पनि महानगरले धेरै कम विज्ञापन छाप्छ । यसका सहप्रकाशन कामना, साधना, नेपाल समाचारपत्रमा तुलनात्मक रूपले धेरै विज्ञापनहरू प्रकाशित हुने गरेका छन् । अपराह्नमा पनि विज्ञापन थोरै छापिएको छ र विज्ञापन उहीउही संस्थाको मात्र देखियो, विविधता पाइएन । कमाण्डरले पनि अत्यन्त कम विज्ञापन पाएको देखिन्छ, भने प्रथम पृष्ठमा विज्ञापन छापिएको पाइएन । बुद्ध एयरको विज्ञापन साथै पानी तान्ने पम्प, ल्याङ्गवेज इन्टिच्युट आदिका स-साना विज्ञापन प्रकाशित भएको पाइयो, कमाण्डरमा ।

सिटी टाइम्सले प्रशस्तै मौसमी विज्ञापन<sup>४</sup> पाएको देखिन्छ । यद्यपि अरुले पनि आक्कल भुक्कल मौसमी विज्ञापन नपाएका भने होइनन् । अध्ययनमा परे बाहेकका अन्य सन्ध्याकालीनमा पनि सरसर्ती हेर्दा विज्ञापनको कमी देखिन्छ । रेष्टुरेन्ट, ड्राइभिङ स्कूल, कम्प्युटर र ल्याङ्गवेज इन्टिच्युट, ट्युसन सेन्टर तथा कहिलेकाहीँ मदिराको विज्ञापन साँझका पत्रिकामा छापिएका पाइन्छ । त्यसबाहेक, व्यक्तिगत बधाइ, समवेदनाका विज्ञापनहरू छापिएका भेटिन्छन् । सबैजसो पत्रिका प्रकाशनगृह कम विज्ञापन पाएको स्वीकार गर्छन । प्रायजसो सन्ध्याकालीनमा विज्ञापनको प्रकाशन एकै किसिमले तथा सधैं एकै स्थानमा छापिने गरेकाले झट्ट हेर्दा एउटै विज्ञापन हो कि जस्तो लाग्छ । विज्ञापनको दृष्टिकोणमा सन्ध्याकालीन पत्रिकाका व्यावसाय असफल प्रायः मान्न सकिन्छ । सन्ध्याकालीनहरूको विज्ञापनको आयतन हेर्दा मासिक चालीसदेखि पचहत्तर हजारसम्मको पाइए पनि हरेक महिनाको कारोबारको आयतन यही हुन्छ भन्ने छैन ।

<sup>४</sup> मौसमी विज्ञापन भन्नाले स्कूल, कलेज भर्ना, विभिन्न तहका परीक्षा अगाडि शुरु हुने ट्युशन इन्टिच्युट, ल्याङ्गवेज इन्टिच्युट आदिको विज्ञापन भन्ने बुझ्नु पर्दछ ।

उपत्यकाका सन्ध्याकालीनहरूले दैनिक विज्ञापन प्रकाशनका लागि व्यक्ति, संस्था र समयवाधि आदिलाई हेरेर छुट दिने गरेको विज्ञापनसँग सम्बन्धित कर्मचारीहरू बताउँछन्। महानगर, कमाण्डर, सिटी टाइम्स, सन्ध्याकालीन र सन्ध्या टाइम्सले विज्ञापन प्रकाशन गर्दा प्रति सेन्टिमिटरका दरले रकम लिन्छन् भने क्राइम रिपोर्टर र मजदुरले चाहीं पुरा पृष्ठ, आधा पृष्ठ र प्रति कोलम इन्चका दरले रकम निर्धारण गर्छन्। यस बाहेक वर्गीकृत विज्ञापनको लागि महानगरले प्रति शब्द रु.३ तोकेको छ भने बाँकीले वर्गीकृत विज्ञापनको व्यवस्था गरेका छैनन्। अन्य पत्रिकाभन्दा विज्ञापनदातालाई शुरुमै कमाण्डरले एजेन्सी छुट १५ प्रतिशत दिने गरेको युगनाथ शर्मा पौडेल बताउनुहुन्छ। तालिका ४ मा सन्ध्याकालीनहरूको विज्ञापनको दर रेट दिइएको छ।

तालिका ४: सन्ध्याकालीन दैनिकहरूको विज्ञापन दर

पत्रिकाको नाम	विज्ञापन दर (प्रतिकोलम सेन्टिमिटर) रु.		
	प्रथम पृष्ठ	भित्री पृष्ठ	अन्तिम पृष्ठ
महानगर	१७५	७५	१२५
कमाण्डर	८०	६०	७०
अपराह्न	८५	५५	७५
सिटी टाइम्स	८०	४५	६०
सन्ध्याकालीन	९०	६०	७०
सन्ध्या टाइम्स	७०	४०	५०
मजदुर	पुरा पृष्ठ ९,००० र आधा पृष्ठ ५,०००		
क्राइम रिपोर्टर	पुरा पृष्ठ १२,००० र आधा पृष्ठ ६,०००		

स्रोत: सन्ध्याकालीन प्रकाशन संस्थाहरू

### पाठक प्रतिक्रिया

सन्ध्याकालीन पत्रिका नियमित प्रकाशन भैरहेकै छन्। तर पत्रिकामा प्रकाशित समाचार/सामग्रीप्रति पाठकको धारणा/राय बुझ्ने काम न पत्रिकाले गरेका छन् न कुनै अध्ययन नै भएको छ। पाठकका चिठी महानगरले मात्र छान्ने गरेको छ। अन्य पत्रिकाहरूले पाठक प्रतिक्रिया प्रकाशन गर्ने गरेका छैनन्। साँझका दैनिक प्रति पाठकको प्रतिक्रिया बुझ्ने क्रममा काठमाडौंका विभिन्न स्थान बालाजु, ठमेल, रत्नपार्क तथा स्थानीय रुटका बसका यात्रु गरी करिब ८० जनासँग कुराकानी गरिएको थियो। विद्यार्थी, गृहिणी, कर्मचारी, ट्याक्सी, टेम्पो ड्राइभर तथा स-साना चिया पसलमा आउने ग्राहकसँग अनौपचारिक रूपमा छलफल/कुराकानी गर्दै सन्ध्याकालीनका बारेमा केही प्रश्न सोधिएको थियो। सन्ध्याकालीन पत्रिका किन पढ्नु हुन्छ?, बढीजसो कुन पत्रिका पढ्नु हुन्छ?,

पत्रिका किनेर पढ्नु हुन्छ ?, अन्य माध्यमहरु (छापा, रेडियो, टेलिभिजन) मा नपाउने के कुरा त्यहाँ पाउनु हुन्छ ? जस्ता सवाल उहाँहरुलाई गरिएको थियो ।

प्रायः पाठकले केही नयाँ समाचार छ कि, खासगरी आज माओवादिले कहाँ के गरे, कुन राजनीतिज्ञ वा राजनीतिक पार्टीहरुले के गरे, के भने, कस्तो धारणा राखे आदि विषयहरुबारे जान्न पत्रिका पढ्ने गरेको पाइयो । त्यस्तै हकरहरुले सुनाएका समाचार शीर्षक र विक्रीका लागि राखिएका पत्रिकाका समाचार शीर्षक सुनेर वा देखेर पत्रिका किन्ने वा पढ्ने गरेको बताइयो । अधिकांश पाठकले सन्ध्याकालीनमा छापिएका समाचार खासै नयाँ नहुने, शीर्षक अनुसारका समाचारका विषयवस्तु नभएका, शीर्षक मात्रै आकर्षक, उत्तेजक र भड्किला हुनाले ती समाचार खासै विश्वास कठिन हुने बताए । केही पाठकले माओवादी आक्रमण, हत्याहिंसा आदिवारे नयाँ समाचार हुने, राजनीतिक तथा अन्य व्यक्तिसँगका कुराकानी, आश्चर्य र अनौठा प्रकारका समाचार पनि भएकाले पत्रिका किन्ने गरेको बताए । केही पाठक के रहेछ हेरिहालौं न भनेर पनि पत्रिका किन्दा रहेछन् । यौन सामग्री, उत्तेजक तस्वीर, विदेशी कलाकारका व्यक्तिगत रोमान्स, चक्कर, सफलता/असफलता आदि बारे थाहा पाउन पनि कतिपय पाठकले यी पत्रिका किन्ने वा पढ्ने गरेको बताए ।

मिनभवन बस्ने टेकराज भट्ट सन्ध्याकालीनका समाचारमा सत्य तथ्य नहुने आरोप लगाउँदै शीर्षकले भुक्त्याउने गरेको बताउँछन् । शीर्षकसम्बन्धी आफ्नो स्मरण सुनाउँदै उनी भन्छन्: 'नेपाली काङ्ग्रेसका संस्थापक नेता कृष्णप्रसाद भट्टलाई मालेमा' शीर्षक देखेर पत्रिका पढियो तर माले पार्टीमा नभई माल्दिभ्सको राजधानी मालेको भ्रमणमा गएकोबारे समाचार रहेछ । उनी थुप्रै पटक शीर्षकले भुक्तिएको बताउँछन् । त्यस्तै अर्का पाठक शुदर्शना तुलाधार पनि सन्ध्याकालीनका समाचार कहिलेकाहीं सत्य भए पनि धेरैजसो हावाका भरमा छापिने आरोप लगाउँछन् । त्यसबाहेक सन्ध्याकालीनका समाचार अधुरो हुने उनको धारणा थियो । संगीता पाण्डे पनि सन्ध्याकालीनको प्रस्तुतिसँग खुसी छैनन् । मार्टिन चौतारीमा सन्ध्याकालीन पत्रिकासम्बन्धी १७ पुस २०५८मा छलफल हुँदा उनले शीर्षक र विषयवस्तुको तालमेल हुन नसकेको धारणा राखेकी थिइन् । अर्का पाठक हिमाल साउद बिहानका ब्रोडशिट र एफएम रेडियोहरुले प्रकाशन/प्रसारण गरिरहेका समाचार बुलेटिनका तुलनामा सन्ध्याकालीनका समाचारमा केही नौलो नपाइने तर भुण्डिएर, विष खाएर मरेका जस्ता अपराध समाचार भने प्रशस्त पाइने बताउँछन् ।

सन्ध्याकालीनहरुको मूल्य ब्रोडशिटका तुलनामा ज्यादै महंगो भएको धारणा कतिपय पाठकको व्यक्त गरे । कविता श्रेष्ठ 'ब्रोडशिट चार रुपैयामा पाइने तर ट्यावलोज्ड साइजका र मात्र चार पृष्ठकालाई तीन रुपैया मूल्य हुनु धेरै हो' भन्छन् । पाठकहरु पत्रिकाका सबै सामग्री पढ्दैनन् । त्यसमा पनि सम्पादकीय त पढ्छु भन्ने कोही भेटिएन ८० जनामा । कुन सन्ध्याकालीन रुचाउनुहुन्छ वा पढ्नुहुन्छ भन्ने प्रश्नको जवाफमा सबै

जसोले 'जे भेटायो त्यही पढ्ने' बताएका थिए । अर्थात् सन्ध्याकालका पत्रिकाहरुले आफ्नो निश्चित पाठक तयार गर्न सकेका छैनन् ।

धेरै पाठक सन्तुष्ट छैनन् सन्ध्याकालीन देखि । तै पनि सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरु प्रतिदिन करिब ५२ हजार छापिन्छन् र विक्री पनि हुन्छन् । प्रश्न उठ्छ पाठकका यति धेरै गुनासा हुँदाहुँदै पनि किन दिनहुँ त्यतिका धेरै पत्रिका विक्री हुन्छन् त ? अधिकांश पाठक नयाँ कुरा केही छ कि भनेर किन्ने बताउँछन् भने कहिले शीर्षकले तान्छ । सुरज रानामगर भन्छन्, 'मान्छे सदैव आशा पाल्ने प्राणी हो । आफूले थाहा नपाएको कुरा जान्ने बुझ्ने इच्छा मानिसले गरिरहेको हुन्छ । तसर्थ यी पत्रिका पनि केही नयाँ कुरा थाहा पाउन पढिन्छ ।' अर्का पाठक नरेश पुडासैनीको विचार अलि भिन्न छ । उनी सन्ध्याकालीन पत्रिका केवल 'टाइम पास' गर्न पढ्छन् ।

### निष्कर्ष

प्रजातन्त्रको पुनस्थापना पछि पत्रपत्रिका प्रकाशनमा आएको बाढी संगै सन्ध्याकालीन पत्रिका पनि उदाए र प्रकाशनमा नयाँ आयाम थपे । तर समाचार सामग्री र स्तरीयतामा चाहिँ पछाडि नै परे अथवा ध्यान दिन सकेनन् । बासी समाचारलाई नौलो शीर्षकमा हालेर प्रकाशन गर्ने बाहेक सन्ध्याकालीन पत्रिकाले उल्लेख्य केही गरेका छैनन् । त्यसैले नयाँ/ताजा समाचारप्रतिको पाठकको क्षुधालाई सन्ध्याकालीन पत्रिकाले शान्त पार्न सकेका छैनन् । समाचारका सामग्री, विषयवस्तु हेर्दा व्यानर न्यूज, हेडलाइन राजनीति मै अल्फेका छन् । अन्य सामाजिक विषय, आर्थिक जनजीवन, दलित, महिला, मधेशीका समाचार, मानवीय रुचीका विषयहरुले यी पत्रिकामा प्राथमिकता पाएका छैनन् । राजनीतिक विचारधाराको गन्ध आउनु र व्यवसायिकताको अभाव देखिनु पनि यी पत्रिकाका नकारात्मक पक्ष हुन् ।

हत्या, विषसेवन, भै-भगडा, कुटपिट, चोरी, बलात्कार, आदिका घटना बक्समा रंगीन बनाएर महत्वका साथ छापिएका हुन्छन् । त्यस्ता समाचारलाई अनावश्यक महत्व दिने र अभि शीर्षकलाई आकर्षक तुल्याउने नाममा अतिरञ्जनापूर्वक छापुलाई उचित मान्न गाह्रो पर्छ । मनोरञ्जनका नाममा विदेशीका भड्किला तस्वीर, उनीहरुका बारेका बढाइ चढाइ गरिएका सामग्री धेरै देखिन्छन् । यो प्रयास पनि स्तुत्य होइन । तर यसो भन्दैमा सन्ध्याकालीन पत्रिकाहरुले सधैँ ठगेका छन्, केही नयाँ सूचना दिएकै छैनन् भन्ने होइन । तर पनि के चाहिँ भन्नै पर्छ भने समाचारको विषयमा विविधता तथा मानवीय अभिरुचीका घटना साथै खोजमुलक समाचार दिने कार्यमा चुकेका छन् सन्ध्याकालीन पत्रिका ।

महानगर बाहेकका अन्य दैनिकले फोटोको प्रकाशन कम गरिरहेको देखिन्छ । तस्वीर पनि पत्रिकाको महत्वपूर्ण पाटो हो र यसले 'मेसेज' दिने मात्र नभइ पत्रिकाको सौन्दर्यलाई पनि बढाउँछ । यस तर्फ साँभका दैनिकका ध्यान जानु जरुरी छ । त्यस्तै,

समाचारहरुलाई तथ्यपरक, विश्वसनीय बनाउन स्रोत संभव भएसम्म उल्लेख गर्ने, खोजमूलक सामग्री पस्कने, स्तरीय लेखको खोजी गर्ने र स्थान दिने, र आ-आफ्नो बजार बनाउन तर्फ ध्यान दिनुपर्ने देखिन्छ। भाषामा ध्यान नदिने क्रम बढ्दा 'सन्ध्याकालीनले जे पनि लेख्छन्' भन्ने पाठकमा छाप पर्न जान्छ। शीर्षक र समाचारबीच तालमेल नमिल्ने कार्य बढ्दै गएमा पाठक र पत्रिकाबीचको दूरी बढ्छ नै। यस तथ्य तर्फ सन्ध्याकालीनहरुले दृष्टि पुऱ्याउनु पर्ने बेला भैसकेको छ, लामो समय सम्म बजारमा टिकने हो भने।

हकरहरु मार्फत बिक्री हुने सन्ध्याकालीन दैनिकहरुको बजार उपत्यकामा मात्र सिमित रहेको छ। सधैँ शीर्षकको आकर्षण र उत्तेजनाले मात्र पत्रिकाको बिक्री सङ्ख्या बढाउँदैन। पत्रिकाको बजारकालागि प्रकाशनको स्तर पनि त्यतिकै महत्वपूर्ण हुन्छ। आगामी दिनमा उपत्यकाभन्दा बाहिर पनि बजार विस्तार गर्ने र काठमाडौँको बजारलाई पनि व्यवस्थित गर्दै लैजाने सोच प्रायः पत्रिकाका सम्पादक/प्रकाशकको रहेको भए पनि त्यसका लागि राम्रै मेहनत आवश्यक देखिन्छ।

#### धन्यवाद

मार्टिन चौतारीको सहयोग र प्रत्यूष बन्तको निर्देशनमा यो अनुसन्धान गरिएको हो। अध्ययनका क्रममा आवश्यक सूचना र सहयोग सहजै उपलब्ध गराउनुहुने सबैप्रति म आभारी छु। यो लेखको प्रारम्भिक मस्यौदा माथि सुभाब दिइ यसलाई परिमार्जन गर्न सहयोग गर्ने कृष्ण अधिकारी, देवराज हुमागाई, शेखर पराजुली, रमेश पराजुली, भास्कर गौतम र प्रत्यूष बन्तलाई धन्यवाद छ। साथै, यो लेख मार्टिन चौतारीमा प्रस्तुत गर्दा, त्यहाँ उपस्थित हुने र प्रश्न/टिप्पणी गर्नेलाई पनि धन्यवाद दिन चाहन्छु।

#### अनुसन्धानको क्रममा सम्पर्क गरिएका व्यक्तिहरू

- |                      |  |
|----------------------|--|
| १. उषा तिवारी        | - स्वतन्त्र फोटो पत्रकार, मार्टिन चौतारी       |
| २. कृष्ण तिमिल्सिना  | - कार्यकारी निर्देशक, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट |
| ३. कपिल काफ्ले       | - सम्पादक, नेपाल समाचारपत्र                    |
| ४. कृष्ण प्रसाद गौतम | - प्रकाशक, सन्ध्याकालीन दैनिक                  |
| ५. ध्रुवहरि अधिकारी  | - उपाध्यक्ष, नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूट          |
| ६. टिकाराम राई       | - सम्पादक/प्रकाशक, अपराहन                      |
| ७. पुष्करलाल श्रेष्ठ | - प्रधान सम्पादक/प्रकाशक, महानगर               |
| ८. बद्री तिवारी      | - सम्पादक, महानगर                              |
| ९. विष्णु गोपाल कुसी | - सम्पादक/प्रकाशक, मजदुर दैनिक                 |
| १०. भास्कर गौतम      | - मिडिया अनुसन्धानकर्ता, मार्टिन चौतारी        |
| ११. सुजीव बज्राचार्य | - प्रकाशक, सिटी टाइम्स                         |

132 कोमल भट्ट

१२. युगनाथ शर्मा पौडेल - सम्पादक/प्रकाशक, *कमाण्डर*
१३. लालबहादुर विश्वकर्मा - पत्रिका विक्रेता
१४. शिव रेग्मी - छापा पत्रकारिताको इतिहासकार
१५. शिव विक्रम शाह - प्रकाशक/सम्पादक, *क्राइम रिपोर्टर*
१६. शेखर पराजुली - मिडिया अनुसन्धानकर्ता, मार्टिन चौतारी
१७. सुमन थिङ - पत्रिका विक्रेता

### सन्दर्भ सामग्री

- अधिकारी, शरद । २०५८। पत्रिका बेच्ने बालबालिकाहरु । *कान्तिपुर (कोपिला)*, २६ माघ, पृ १ ।
- Adhikari, Dhruvahari. 2000. Daily Newspapers, In Quest of Greater Professionalism. In *Media Nepal 2000*. P. Kharel, ed., pp. 11-49. Kathmandu: Nepal Press Institute.
- Parajuli, Pradip. 1996. *Evolution of Mass Media in Nepal*. Kathmandu: Saujanya Publications.
- The Kathmandu Post. 2002. Meet the Child Hawkers, the Headline Shorters. 20 January, p. 1.