

मिडिया अनुगमन परियोजना

अन्तर्गत संचालित

संविधानसभा उपनिर्वाचन

मिडिया अनुगमन कार्यक्रम, २०६५



अन्तिम प्रतिवेदन



प्रेस काउन्सिल नेपाल

संचारग्राम, तिलगंगा, काठमाडौं
बैशाख, २०६६

विषय-सूची

क्र.सं.	विषय	पेज नं.
१.	परिच्छेद १: मिडिया अनुगमन कार्यक्रम	१
१.१	पृष्ठभूमि	१
१.२	मिडिया अनुगमन कार्यक्रमको उद्देश्य र महत्व	२
१.३	संचार, आचारसंहिता र अनुगमन	२
१.४	अनुगमन कार्ययोजना	५
१.५	मिडिया अनुगमन परियोजना(एएमपी) को आन्तरिक एवं वाह्य समन्वय	८
२.	परिच्छेद २ : मिडिया अनुगमन विधि	१०
२.१	अनुगमन सन्दर्भ सामग्री	१०
२.२	अनुगमन गर्दा अनुगमन, संकेतन र विश्लेषण गरिएका मुख्यमुख्य चरहरु	११
२.३	संचारमाध्यम छनोटको आधार	१३
२.४	अनुगमनका लागि छनोट गरिएका संचारमाध्यमहरु	१५
२.५	रेकर्डिङ र अनुगमन अवधि	१७
२.६	अनुगमन कार्यमा प्रयोग भएका उपकरणहरु	१८
२.७	डाटाबेस सफ्टवेयर	१८
३.	परिच्छेद ३ : मिडिया अनुगमन विधिका उपलब्धिहरु	२०
३.१	विषयगत उपलब्धिहरु	२०
३.२	वस्तुगत उपलब्धिहरु	२८
४.	परिच्छेद ४ : स्थलगत सुपरीवेक्षण तथा उपलब्धिहरु	४९
४.१	स्थलगत भ्रमणका उपलब्धिहरु	४९
४.२	अनुगमनकर्ताको अनुभव	५१
५.	परिच्छेद ५ : मिडिया अनुगमन सन्दर्भका महत्वपूर्ण सुझावहरु	५३
५.१	निर्वाचन आयोगको सम्बन्धमा	५३
५.२	प्रेस काउन्सिलको सम्बन्धमा	५७
५.३	नेपाल सरकारको सम्बन्धमा	५७

६.	परिच्छेद ६ : सजगताका लागि सिफारिश गरिएका तथ्यहरू	५९
७.	तथ्यांक तालिकाहरू	
	पाइचार्ट, ग्राफ र रेखाचित्रहरू	
८	अनुसूचीहरू (१-९)	i-xxiv
अनुसूची १	Guidelines on Methodology for Both Broadcast and Print Media	
अनुसूची २	वस्तुगत विश्लेषण फाराम (Quantitative Analysis Form)	
अनुसूची ३	विषयगत अनुसूची फाराम (Qualitative Analysis Form)	
अनुसूची ४	सांगठनिक ढाँचा (मिडिया अनुगमन परियोजना, एमएमपी)	
अनुसूची ५	मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) का कर्मचारीहरू	
अनुसूची ६	राजनीतिक आवद्धता (Political Affiliations)	
अनुसूची ७	उम्मेदवारहरूको नामावली र चुनाव चिह्न	
अनुसूची ८	संविधानसभा सदस्य उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा संचार अनुगमन सुपरीवेक्षणका लागि Guidelines	
अनुसूची ९	सुझाव संकलन प्रश्नावली	
तस्वीरहरू	अनुगमन गतिविधिका तस्वीरहरू	

दुई शब्द

प्रेस काउन्सिलले २०६५ साल चैत २८ गते सम्पन्न ५ जिल्लाका ६ निर्वाचन क्षेत्रमा सम्पन्न उपनिर्वाचनमा आमसंचार माध्यमले निर्वाचन आचारसंहिता पालना गरे नगरेको सम्बन्धमा मिडिया अनुगमन गर्ने कार्य सम्पन्न गरेको छ। उपनिर्वाचन अवधिभर आमसंचार माध्यमबाट निर्वाचन आचारसंहिताको परिपालना भए नभएको सम्बन्धमा अनुगमन गरिदिन निर्वाचन आयोगले अनुरोध गरेबमोजिम काउन्सिलले परियोजनाको रूपमा मिडिया अनुगमन कार्य संचालन गरेको हो। यस कार्यक्रमको संचालन खर्चसमेत व्यहोरी मिडिया अनुगमन कार्य सम्पन्न गराउन अहम् भूमिका निर्वाह गर्ने निर्वाचन आयोगलाई साधुवाद नदिइरहन सकिन्छ।

संविधानसभा निर्वाचनको समयमा मिडिया अनुगमन तालिम प्राप्त गरी अनुभवसमेत हासिल गरेका दक्ष मिडिया अनुगमनकर्ता र केही काउन्सिलमा कार्यरत कर्मचारीहरूलाई नै यस उपनिर्वाचनको मिडिया अनुगमन कार्यक्रममा संलग्न गराई कार्यक्रम संचालन गरिएको थियो। संलग्न सबै मिडिया अनुगमनकर्ताहरूको लगनशीलता, कार्यकुशलता र निष्ठा प्रशंसनीय छ। त्योभन्दा पनि राष्ट्रिय अन्तर्राष्ट्रिय दृष्टिकोणले महत्वपूर्ण मानिएको उपनिर्वाचनको समयमा आमसंचार माध्यमले खेलेको भूमिका निकै सराहनीय छ। कुनै पनि संचारमाध्यमले निर्वाचनको समयमा स्वस्थ, स्वच्छ र निष्पक्षरूपमा समाचार सम्प्रेषण गर्नु प्रमुख दायित्व हुन्छ। संचारमाध्यम एवं पत्रकारले जारी आचारसंहितालाई पूर्ण परिपालना गर्दै समाचार सम्प्रेषण गर्नाले पेशागत उत्कृष्टता भल्कने कुरालाई नकार्न सकिन्छ। यस उपनिर्वाचनका छिटफुटबाहेक समग्रमा संचारमाध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गरेको यस अनुगमन प्रतिवेदनबाट पनि देख्न सकिन्छ।

हामी नेपालीहरू युगान्तकारी लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको नयाँ युगलाई संस्थागत गर्न समर्थ छौं भन्ने कुरा यो उपनिर्वाचन शान्तिपूर्ण ढंगले सम्पन्न हुनुबाट आँकलन गर्न सकिन्छ। शान्तिपूर्णरूपमा सम्पन्न उपनिर्वाचनमा मिडिया अनुगमन कार्यक्रम पनि सफलतापूर्वक सम्पन्न पार्न अहोरात्र तल्लीन रहनुभएका मिडिया अनुगमन परियोजनाका संयोजक एवं प्रेस काउन्सिलका सदस्य श्री गोविन्द आचार्यलगायत उहाँको सम्पूर्ण मिडिया अनुगमन टोलीलाई हार्दिक धन्यवाद दिन चाहन्छु।

नारायणप्रसाद शर्मा
अध्यक्ष
प्रेस काउन्सिल नेपाल

प्राक्कथन

गत ०६४ चैत्र २८ गते सम्पन्न संविधानसभा निर्वाचनमा दुई क्षेत्रबाट विजय हासिल गरेका उम्मेदवारहरूले दुईमध्ये एक निर्वाचन क्षेत्रबाट राजीनामा दिनुपर्ने प्रावधानअनुसार रिक्त हुन आएका मुलुकका ५ निर्वाचन क्षेत्र र राष्ट्रपति डा.रामवरण यादवले राजीनामा गरेपछि रिक्त १ निर्वाचन क्षेत्र गरी ६ निर्वाचन क्षेत्रमा ०६५ चैत्र २८ गते उप निर्वाचन सम्पन्न भएको छ।

दुई क्षेत्रबाट निर्वाचित भएर राजीनामा दिएका कारण रिक्त मोरङका दुई निर्वाचन क्षेत्र नं. ५ र ७, त्यस्तै कास्की-१, रोल्पा-२, कंचनपुर-४ तथा राष्ट्रपति डा.रामवरण यादवले राजीनामा दिनुभएपछि रिक्त धनुषा-५ मा भएको उप निर्वाचनमा निर्वाचन आयोगको आग्रहबमोजिम प्रेस काउन्सिल नेपालले सञ्चार माध्यमहरूका लागि जारी भएको आचारसंहिता पालना भए नभएको सम्बन्धमा मिडिया अनुगमन कार्य पूरा गरेको छ।

निर्वाचन आयोगले गत ०६४ चैत्र २८ गते सम्पन्न संविधानसभा निर्वाचनमा विद्युतीय र छापा गरी दुवै संचार माध्यमको भूमिका र महत्वलाई दृष्टिगत गर्दै निर्वाचन अवधिभर सबै संचार माध्यमहरूले निशपक्ष भूमिका निर्वाह गर्नु भन्ने उद्देश्यअनुरूप “संविधान सभा सदस्य निर्वाचन आचार संहिता २०६४” को परिच्छेद-४ अन्तर्गत १९ बुँदे “आमसंचार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने आचरण” लागू गरेको थियो। त्यस बखत पनि निर्वाचन आयोगले आचारसंहिता लागू अवधिभर सबै संचार माध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गरे नगरेको ‘अनुगमन’ गरिदिनका लागि प्रेस काउन्सिललाई आग्रह गरेको थियो। विभिन्न दातृनिकाय र निर्वाचन आयोगको आर्थिक सहयोगमा प्रेस काउन्सिलले आफ्नै भवनमा मिडिया अनुगमन कार्यक्रमको कार्यालय स्थापना गरी अनुगमन कार्य सफलतापूर्वक सम्पन्न गरेको थियो।

निर्वाचन आयोगले २०६५ चैत्र २८ गते सम्पन्न भएको उप-निर्वाचनका लागि पनि मिडिया अनुगमन गर्ने जिम्मा प्रेस काउन्सिललाई नै दियो। यसका लागि निर्वाचन आयोगले २०६५ चैत्र ६ गतेदेखि आमसंचार माध्यमका लागि निर्वाचन आचारसंहिता लागू गर्‍यो र उक्त आचारसंहिता आमसंचारका माध्यमहरूले पालना गरे नगरेको अनुगमनका लागि प्रेस काउन्सिललाई जिम्मा दिने औपचारिक निर्णय गर्‍यो। विगतमा जस्तो कुनै दातृनिकायको आर्थिक सहयोग नभएको अवस्थामा पनि निर्वाचन आयोगले आफ्नै आर्थिक स्रोतबाट मिडिया अनुगमन कार्यको जिम्मा प्रेस काउन्सिललाई दिने जुन निर्णय गरेको छ, यसप्रति हामी निर्वाचन आयोग र यसका जिम्मेवार पदाधिकारीहरूप्रति हार्दिक आभार व्यक्त गर्न चाहान्छौं। प्रेस काउन्सिलले यो मौकालाई अवसरका रूपमा ग्रहण गर्दै यसलाई हर हालतमा पूरा गर्ने प्रतिवद्धता व्यक्त गर्‍यो र अनुगमन कार्यलाई छुट्टै परियोजनाका रूपमा सम्पन्न गर्ने निर्णय गर्‍यो। विगतको संविधानसभा निर्वाचनमा मिडिया अनुगमन कार्यमा संलग्न जनशक्तिलाई नै पूनर्ताजगी तालिमपश्चात् यसपटकको उप निर्वाचनमा पनि अनुगमन कार्यमा परिचालन गरियो।

चैत्र २८, २०६५ मा सम्पन्न संविधानसभा सदस्य उपनिर्वाचनमा विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरूलाई वस्तुगत र विषयगत दुवै विधिबाट र छापा सञ्चारमाध्यमहरूलाई विषयगत विधिबाट मात्र अनुगमन गरिएको छ। संचारमाध्यमको नमूना छनौट गर्दा राजधानीमा गत संविधानसभा निर्वाचनमा अनुगमन गरिएका सबै मिडियाहरूलाई नै अनुगमन गरिएको छ भने उपनिर्वाचन हुने जिल्लामा त्यहाँका बढी प्रभावकारी, लोकप्रिय, नियमित र गत संविधानसभा निर्वाचनको समयमा अनुगमन गरिएका सञ्चारमाध्यमहरूलाई प्राथमिकता दिइएको छ। यसैगरी विगतको निर्वाचनमा राजनीतिक दलप्रति भुकाव राखेको पाइएका मिडियामध्ये मुख्य राजनीतिक दलहरूप्रति भुकाव राख्ने त्यस्ता केही मिडियालाई पनि अनुगमन गरिएको छ। ती मिडियालाई समाविष्ट गर्नुको उद्देश्य निर्वाचनका दौरान तटस्थ भई समाचार सम्प्रेषण गर्दछन् वा गर्दैनन् भनी अनुगमन गर्नु नै हो।

यसरी नमूना छनौट गरी अनुगमन कार्य गरिएको भए तापनि छनौटमा नपरेका समेत केही छापामाध्यमहरूको विषयगत विधिबाट नियमित अनुगमन गरी निर्वाचन आचारसंहिता उल्लंघन भए/नभएको विषयमा र उपनिर्वाचनसम्बन्धी सम्प्रेषित समाचारहरूसमेत यथाशक्य समेट्दै दैनिकरूपमा निर्वाचन आयोगलाई विषयगत प्रतिवेदन (Qualitative Report) पठाउने गरेका थियौं। वस्तुगत प्रतिवेदन (Quantitative Report) कम्तिमा हप्तामा एक पटक पठाउने निर्णयअनुसार प्रारम्भिक वस्तुगत प्रतिवेदन र दोस्रो वस्तुगत प्रतिवेदन निर्वाचन आयोगसमक्ष यसअघि नै प्रस्तुत गरिसकेका छौं।

यसपटकको उपनिर्वाचनका क्रममा सञ्चारमाध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्न अवलम्बन गरिएका मुख्य दुई अनुगमन विधिहरू; वस्तुगत विधि (Quantitative Method) र विषयगत विधि (Qualitative Method) मध्ये विषयगत विधिको मुख्य उद्देश्य सञ्चारमाध्यमहरूले निर्वाचन आचारसंहिता उल्लंघन गरे नगरेको पहिल्याउनु हो । विषयगत विधिबाट प्रत्यक्ष उल्लंघनको अनुगमन गर्न सकिन्छ भने वस्तुगत विधिबाट अप्रत्यक्ष तर तथ्यांकगतरूपमा आचारसंहिता उल्लंघन भए नभएको अनुगमन गर्न सकिन्छ । वस्तुगत विधि जुन अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डको वैज्ञानिक विधि पनि हो र नेपालमा पहिलोपटक संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको समयमा सञ्चारमाध्यमको अनुगमन गर्न प्रयोग भइसकेको छ । यसको मुख्य उद्देश्य उपनिर्वाचन भाग लिएका स्वतन्त्रलगायतका राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरू र राजनीतिक दलहरूका बारेमा कुन सञ्चारमाध्यमले आफ्नो प्रसारण अवधिमा के कति समय खर्चे, कुन उम्मेदवारलाई के कति समय उनको प्रत्यक्ष भनाई (Direct Speech) राख्न पाउने अवसर उपलब्ध गराए र ती उम्मेदवारहरूलाई सकारात्मक, नकारात्मक वा तटस्थ के कस्तो शैलीमा प्रस्तुत गरे भनी तथ्यांकगतरूपमा अनुगमन र विश्लेषण गर्नु हो ।

निर्वाचनमा मिडिया अनुगमनसम्बन्धी यस प्रतिवेदनको पहिलो परिच्छेदमा मिडिया अनुगमन कार्यक्रमका बारेमा विस्तृत जानकारी प्रस्तुत गरिएको छ । जसमा अनुगमन कार्यक्रमको उद्देश्य र अवसर, आचारसंहिता अनुगमनको महत्व, अनुगमन कार्ययोजना, कार्यक्रम व्यवस्था योजना र दैनिक प्रगति विवरणहरू समावेश गरिएका छन् भने परिच्छेद २ मा अनुगमन विधि समावेश गरिएको छ । यस परिच्छेदमा वस्तुगत र विषयगत अनुगमन प्रक्रिया, यसको विश्लेषण, अनुगमन विश्लेषणमा प्रयोग भएका चरहरू र प्रयोग विधि, समय, प्रत्यक्ष भनाई, सान्दर्भिक पात्र, राजनीतिक सम्बन्धन, डाटा प्रसोधन विधि, डाटा प्रसोधनका लागि प्रयोग भएका संसाधन आदि पर्दछन् ।

यसैगरी परिच्छेद ३ मा अपनाइएका विधिबाट विश्लेषण गरेपश्चात्को परिणाम र उपलब्धीहरू समेटिएको छ । वस्तुगत र विषयगत अनुगमन विधि प्रयोग गरी विश्लेषण गरिएको परिणाम, नतिजा र उपलब्धिसहितको विवरण यस परिच्छेदमा समेटिएको छ भने परिच्छेद ४ मा कार्यक्रमअवधिमा आइपरेका समस्या, स्थलगत सुपरीवेक्षण र त्यसका उपलब्धिहरू समेटिएको छ । त्यसैगरी परिच्छेद ५ मा मिडिया अनुगमनका सन्दर्भमा यस अनुगमन परियोजनाले मनन गरेका चुनौतीहरूलाई समेटिी सरकार, आयोग र सञ्चारमाध्यमसमेतलाई लक्षित गरी सुझाव प्रस्तुत गरिएको छ भने अन्तिम तथा परिच्छेद ६ मा आमसञ्चार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने आचरण (परिच्छेद ४) को बुँदा ६७ र ६३ आकर्षित भएको भनी निर्वाचन आयोगलाई प्रस्तुत गरिएको दैनिक विषयगत प्रतिवेदनको विवरण समावेश गरिएको छ ।

सत्य, तथ्य र निष्पक्ष समाचार एवम् सूचनाको सम्प्रेषण गर्नु नै सञ्चारमाध्यमको व्यावसायिक आचरण हो । व्यावसायिक आचरणको मान्यताभिन्न रही सूचना सम्प्रेषण गर्नु सञ्चारमाध्यमको कर्तव्य र जिम्मेवारी हो । सञ्चार माध्यमबाट प्रसारित सामग्रीले जनता दिग्भ्रमित हुने अवस्था आउनु हुँदैन । निर्वाचनका बेला त भ्रम सञ्चार माध्यमहरू संयमित, सजग र जिम्मेवार बन्नैपर्छ । यसै तथ्यलाई दृष्टिगत गर्दा निर्वाचनको समयमा आचारसंहिताको पूर्ण पालना गर्न सञ्चारमाध्यमले निष्पक्ष, तटस्थ भई विश्लेषणसहितको समाचार सम्प्रेषण गर्नु सञ्चारमाध्यमको प्रमुख दायित्व हुन आउँछ । कुनै पक्षको वकालत वा कुनै पक्षको आलोचना अर्थात् खुलेर समर्थन वा विरोध गरी आधारहीन समाचार सम्प्रेषण गर्नाले सत्य तथ्य मर्न सक्छ । सत्य तथ्य मर्नु अथवा गलत र तोडमरोड गरिएका सामग्री प्रकाशित-प्रसारित गर्नु भनेको चुनावलाई स्वच्छ र मर्यादित ढंगले सम्पन्न गर्न बाधा पुऱ्याउनु हो । यसतर्फ सम्पूर्ण सञ्चारकर्मी र सञ्चार माध्यमहरू सजग र सतर्क बन्दै स्व-नियन्त्रणमुखी र जिम्मेवार बन्नु आवश्यक छ । यसपटकको उप निर्वाचनमा सुरुदेखि नै कुनै एक राजनीतिक दल वा उम्मेदवारहरूप्रति खुलेरै भुकाव राख्ने एकाध मिडिया बाहेक सबैजसो सञ्चार माध्यमहरूले आचारसंहिता पालनामा अवलम्बन गरेको आत्मानुशासन सन्धानीय रह्यो ।

यसै सन्दर्भमा संविधानसभा उपनिर्वाचन अवधि (२०६१ चैत ६ गतेदेखि २०६१ चैत २८) सम्मका लागि अनुगमन गरिएका सञ्चारमाध्यमहरूमध्ये काठमाडौँबाट प्रसारित हुने रेडियो तथा टेलिभिजनबाट निर्वाचन आचारसंहिताको प्रतिकूल हुने गरी खासै सामग्रीहरू सम्प्रेषित गरिएको देखिन आएन भने केही बाहिर जिल्लाबाट प्रसारित हुने सञ्चारमाध्यमहरू पनि संयमित नै रहेको देखिन्छ । केही सञ्चारमाध्यमहरूमा एकपक्षीयरूपमा विज्ञापन प्रसारण गरेको छिटपुट सामग्री नपाइएका भने होइनन् । त्यसैगरी छापा माध्यमको हकमा भने बाहिर जिल्लाका केही दैनिक तथा साप्ताहिक र काठमाडौँ जिल्लाबाट प्रकाशित हुने केही साप्ताहिक पत्रपत्रिकामा पक्षपोषणसहितको सामग्री सम्प्रेषित भएको पाइयो । तर राजधानीबाट प्रकाशित हुने दैनिक पत्रिकाका हकमा निर्वाचन आचारसंहिता प्रतिकूल हुने खालका समाचारलाई स्थान दिएको देखिएन ।

समग्रमा माथि उल्लेखित अवस्था भए पनि मूलरूपमा निर्वाचनमा नेपाली मिडिया संयमित र सन्तुलित नै भएको पाइयो । अनुगमन कार्यवाट प्राप्त नतिजालाई यस प्रतिवेदनमा विभिन्न कोणबाट विश्लेषण गर्ने प्रयास गरिएको छ, जसलाई यसै प्रतिवेदनमार्फत् प्रस्तुत गर्ने कोशिश गरेका छौं ।

अन्त्यमा संविधानसभा उपनिर्वाचन मिडिया अनुगमन परियोजना सफल पार्नका लागि सम्पूर्ण आर्थिक दायित्वसमेत बेहोर्दै महत्वपूर्ण सहयोग प्रदान गर्ने निर्वाचन आयोगप्रति हार्दिक आभार प्रकट गर्दछु । साथै यस कार्यलाई सफल पार्न हर तरहले सहयोग गर्ने प्रेस काउन्सिलका अध्यक्ष नारायणप्रसाद शर्मा, सदस्य सचिव श्रीधर गौतमसहितका सम्पूर्ण पदाधिकारी, नेपाल पत्रकार महासंघका अध्यक्ष धर्मेन्द्र भा एवम् गत संविधानसभा निर्वाचनमा संचालित मिडिया अनुगमन परियोजनाका निर्देशक धर्म अधिकारी र उपनिर्देशक जगदिश पोखरेल ज्यूमा विशेष आभार व्यक्त गर्न चाहान्छु । त्यसैगरी अनुगमन कार्यमा दिनरात अहोरात्र खट्नु हुने मिडिया अनुगमन परियोजनाका सह-संयोजक जगदिशप्रसाद पौडेल, प्रशासक-व्यवस्थापक किरण श्रेष्ठ, समन्वयकर्ता रामशरण बोहरा, लेखा अधिकृत बुलु घिमिरे, श्रव्यदृश्य प्राविधिक लिलावहादुर राईलगायतका मिडिया अनुगमनकर्ता तथा यस कार्यक्रममा प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्षरूपमा संलग्न सबै मित्रहरुप्रति हार्दिक कृतज्ञता व्यक्त गर्दछु । यस अनुगमन परियोजनाका तथ्यांकशास्त्री सुनिल चित्रकारले अनुगमनकर्ताहरुलाई अनुगमन विधिवारे पुनर्ताजगी तालिम दिई प्रतिवेदन लेखन कार्यमा समेत सहयोग गर्नुभएकोमा उहाँलाई धन्यवाद दिन चाहान्छु ।

गोविन्द आचार्य
संयोजक
मिडिया अनुगमन परियोजना
तथा सदस्य
प्रेस काउन्सिल नेपाल

मिडिया अनुगमन कार्यक्रम

१.१ पृष्ठभूमि :

प्रेस काउन्सिल नेपाल स्वस्थ एवम् मर्यादित पत्रकारिताको विकासका लागि स्थापित अविच्छिन्न उत्तराधिकारवाला एक स्वशासित र संगठित संस्था हो। प्रेस काउन्सिलको स्थापना वि.स. २०२७ साल आश्विन ६ गते भएको हो। २०४६ सालको ऐतिहासिक जनआन्दोलनको सफलतापश्चात् नेपाल अधिराज्यको संविधान २०४७ घोषणा पश्चात् प्रेस काउन्सिल ऐन, २०४८ पारित भयो। यो ऐन बमोजिम प्रेस काउन्सिल एक स्वतन्त्र र स्वशासित संगठित संस्थाको रूपमा स्थापना भई मर्यादित पत्रकारिताको विकासका लागि आचार संहिताको निर्माण गरी त्यसको कार्यान्वयनका लागि क्रियाशील रहँदै आएको छ। यसको अलवा पत्रकारिता सम्बन्धी नीतिलाई समय समयमा पुनरावलोकन गरी सम्बन्धित क्षेत्रको राय सल्लाह लिई नेपाल सरकारलाई सुझाव दिने, पत्रपत्रिकाको वितरण स्थितिको अद्यावधिक अभिलेख राख्ने, पत्रपत्रिकामा प्रकाशित समाचारसँग सम्बन्धित विषयलाई लिएर कसैले काउन्सिलमा उजुरी दिएमा सो सम्बन्धमा आवश्यक कारवाही गर्ने, पत्रपत्रिकामा प्रकाशित असामाजिक र आपत्तिजनक विषयहरूको सम्बन्धमा छानविन गर्ने जस्ता कार्यहरू यसले गर्दै आइरहेको छ।

प्रेस काउन्सिलले संचार क्षेत्रमा हासिल गरेको लामो अनुभव, दक्ष एवं अनुभवी जनशक्ति र भौतिक पूर्वाधारलाई मध्यनजर गरेर नै निर्वाचन आयोगले वि.सं. २०६४ सालमा सम्पन्न ऐतिहासिक संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको दौरानमा आमसंचार माध्यमले निष्पक्ष भूमिका निर्वाह गरे नगरेको अनुगमन गर्ने सम्पूर्ण जिम्मेवारी प्रेस काउन्सिललाई सुम्पेको थियो।

०६२/०६३ सालको ऐतिहासिक जनआन्दोलन-२ को सफलतापश्चात् सात राजनीतिक दलको सरकार र नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (माओवादी) बीच ०६३ कार्तिक २२ गते बृहद शान्ति सम्झौता भयो। शान्ति सम्झौता बमोजिम देशमा अन्तरिम संविधान जारी गरिनुका साथै अन्तरिम सरकारको गठन, राजतन्त्रको अन्त्य, संघीय लोकतान्त्रिक गणतन्त्रको स्थापना र संविधानसभाको निर्वाचन सम्पन्न भइसकेको छ। संविधानसभामा सबैभन्दा ठूलो दल बनेको एकीकृत नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (माओवादी) को नेतृत्वमा सरकारसमेत गठन भइसकेको छ।

संविधानसभाको निर्वाचन सम्पन्न भइसकेपछि सिंगो देश नयाँ संविधान निर्माणको बाटोमा अघि बढेको वर्तमान अवस्थामा सम्पूर्ण नेपालीहरूको चाहना अनुरूप 'नयाँ संविधान' को निर्माण गरी 'नयाँ नेपाल' को परिकल्पनालाई साकार रूप दिने प्रयास गरिदैछ। मुलुकमा पहिलो पटक सम्पन्न ऐतिहासिक संविधानसभाको निर्वाचनपश्चात् एकीकृत नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (माओवादी), नेपाली कांग्रेस, नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (एमाले), मधेशी जनअधिकार फोरम, तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टीलगायत अन्य राजनीतिक दलहरूबाट प्रतिनिधित्व हुनेगरी प्रत्यक्ष प्रणाली (First Past the Post) अन्तर्गत २४० जना, समानुपातिक प्रणाली अन्तर्गत (Proportional) ३३५ जना र मनोनित २६ जना गरी ६०१ जना संविधानसभा सदस्यहरू निर्वाचित भएका छन्। निर्वाचन आयोगमा दर्ता भएका ७४ दलमध्ये ५४ दलले संविधानसभा निर्वाचनमा भाग लिए भने तीमध्ये २५ दलले मात्रै संविधानसभामा उपस्थिति जनाउन सकेको देखिन्छ।

२०६४ चैत २८ गते सम्पन्न संविधानसभा निर्वाचनमा पाँचजना सभासद उम्मेदवारले दुई/दुईवटा निर्वाचन क्षेत्रबाट विजय हासिल गरेका थिए। दुई निर्वाचन क्षेत्रबाट विजयी भएका प्रत्येक सभासदले एक/एक निर्वाचन क्षेत्रबाट राजीनामा दिएपछि रिक्त हुन आएका पाँच निर्वाचन क्षेत्र (मोरङको क्षेत्र नं. ५ र ७, कास्कीको क्षेत्र नं. १, रोल्पाको क्षेत्र नं. २, कंचनपुरको क्षेत्र नं. ४) र राष्ट्रपति डा. रामवरण यादवले राजीनामा दिएपछि रिक्त हुन आएको धनुषा क्षेत्र नं. ५ समेत गरी कूल ६ वटा निर्वाचन क्षेत्रमा संविधानसभा निर्वाचन सम्पन्न भएको ठीक एक वर्षपछि २०६५ चैत २८ गते संविधानसभा उपनिर्वाचन सम्पन्न भएको छ। यो उप-निर्वाचन संविधानसभा निर्वाचन कै सन्दर्भमा भएकाले यसको पनि उत्तिकै महत्व रहेको छ।

संविधानसभा निर्वाचनमा विद्युतीय र छापा दुवै संचार माध्यमको समान भूमिका रहने भएकाले निर्वाचन अवधिभर सबै संचार माध्यमहरूले निष्पक्ष भूमिका निर्वाह गर्नु भन्ने उद्देश्य अनुरूप निर्वाचन आयोगले "संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचार संहिता २०६४" को परिच्छेद-४ अन्तर्गत १९ बुँदे "आमसंचार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने आचरण" लागू गरेको थियो। आचार संहिता लागू हुने अवधिभर सबै संचार माध्यमहरूले आचार संहिता पालना गरे नगरेको 'अनुगमन' गरिदिनका लागि निर्वाचन आयोगले काउन्सिललाई अनुरोध गरेको थियो। दातृनिकायहरू USAID, DFID, OSI र निर्वाचन आयोगको आर्थिक एवम् UNMIN को प्राविधिक सहयोगमा प्रेस काउन्सिलले आफ्नै भवनमा (Media Monitoring Program) मिडिया अनुगमन कार्यक्रमको कार्यालय स्थापना गरी अनुगमन कार्य प्रारम्भ गरेको थियो। सञ्चारमाध्यमको अनुगमन गर्ने प्रयोजनका निम्ति काउन्सिलले सम्बन्धित क्षेत्रमा विशेषज्ञता हासिल गरेका अनुभवी केही परामर्शदाताहरूलाई निश्चित सुविधा र पारिश्रमिक

उपलब्ध गराउने गरी कार्यक्रम अवधिभरका लागि नियुक्ति गरेको थियो र काउन्सिलका कर्मचारीहरूको समन्वयात्मक सहयोगमा मिडिया अनुगमनको कार्य जिम्मेवारीपूर्वक सम्पन्न गरेको थियो ।

निर्वाचन आयोगले २०६५ चैत २८ मा हुन लागेको उप-निर्वाचनलाई दृष्टिगत गरी २०६५ चैत्र ६ गतेदेखि आमसंचार माध्यमका लागि निर्वाचन आचारसंहिता लागू गरेको र उक्त आचार संहिता आमसंचार माध्यमहरूले पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्नको लागि पुनः प्रेस काउन्सिललाई नै जिम्मेवारी सुम्पेको छ । प्रेस काउन्सिलले पनि विगतमाभै यो मौकालाई चुनौती र अवसरको रूपमा ग्रहण गरेको छ । कुनै दातृनिकायहरूको आर्थिक सहयोगविना निर्वाचन आयोगले आफ्नै श्रोतबाट यो अनुगमन कार्य सम्पन्न गरेको छ । सीमित आर्थिक श्रोतको बावजुद पनि पुरानै तालिमप्राप्त अनुगमनकर्ताहरूलाई २०६५ चैत्र ४ र ५ गते दुई दिने पुनर्ताजगी तालिम (Refreshment Training) प्रदान गरी २०६५ चैत्र ६ गतेदेखि नै अनुगमन कार्य सुरु गर्ने गरी उप-निर्वाचनका ६ वटा निर्वाचन क्षेत्रहरूमा खटाइएको थियो । २०६४ चैत्र २८ गते सम्पन्न संविधानसभा निर्वाचनमा मिडिया अनुगमनका लागि केन्द्रीयस्तरमा काउन्सिलका कर्मचारीसमेत गरी कूल ३० जना अनुगमनकर्ताहरू खटाइएका थिए भने यो उपनिर्वाचनमा जम्मा ८ जनालाई खटाइएको छ । त्यसैगरी जिल्लामा पहिले कुल ३४ जना खटाइएको थियो भने यसपटक जम्मा १२ जनालाई खटाइएको छ ।

प्रेस काउन्सिलले सीमित श्रोत र साधनको बावजुद विगतमा भै यसपटक पनि मिडिया अनुगमन कार्यलाई जिम्मेवारीपूर्वक सम्पन्न गरेको छ ।

१.२ मिडिया अनुगमन कार्यक्रमको उद्देश्य र महत्व

यो मिडिया अनुगमन कार्यक्रमको मुख्य उद्देश्य उपनिर्वाचनको समयमा आमसंचारका माध्यमहरूले निर्वाचन आयोगद्वारा जारी गरिएको आचारसंहिता पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्नु नै हो । नेपालको सन्दर्भमा संभवत पहिलो पटक संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको बेला वस्तुगत विधि (Quantitative Method) अपनाई मिडिया अनुगमन गरिएको थियो । कुनै पनि निर्वाचनमा सरकारले सरकारी संचार माध्यमहरूलाई आफ्नो पक्षमा प्रयोग गर्न सक्ने अवस्था रहने हुँदा संचार अनुगमनको आफ्नै विशेषता रहेको हुन्छ । संचार अनुगमनको महत्वलाई बुझ्न नसक्नु र त्यसको अभ्यास पनि नभएका कारण नेपालका संचारकर्मी, संघसंस्था तथा सरकारी निकायहरूबाट यसप्रति त्यति चासो राखेको देखिँदैन । संचार माध्यमहरूले देशका प्रत्येक नागरिकहरूको जनजीवनमा प्रत्यक्ष प्रभाव पारेको हुन्छ । यसर्थ सञ्चारको अनुगमन कुनै विशेष परिस्थितिमा मात्र नगरी निरन्तर रूपमा गरिरहनु पर्दछ र सरकारले पनि आवश्यक पूर्वाधारको निर्माण गरी पर्याप्त बजेटसहित वार्षिक कार्यक्रममा समाविष्ट गर्नुपर्दछ । आमसंचारका माध्यमहरूले आचार संहिता पालना गरे नगरेको विषयमा अनुगमन नगरी गरिएको निर्वाचनको निष्पक्षतामाथि अन्तर्राष्ट्रिय निकायहरूले शंका गर्ने भएकाले निर्वाचनको दौरान संचार अनुगमनको भन्ने महत्व रहेको हुन्छ ।

१.३ संचार, आचारसंहिता र अनुगमन

आधुनिक युग भनेको आम सञ्चारको युग हो । आम सञ्चारको विकासमा आएको युगान्तकारी एवं द्रुत विकासका साथसाथै छिटो - छिटो हुने परिवर्तनले विश्वलाई एउटा सानो पर्दामा हेर्न, देख्न, बुझ्न र महसुस गर्न सक्ने बनाएको छ । सञ्चार क्षेत्रमा आएको यो युगान्तकारी परिवर्तन र विकास एकै रातमा भएको होइन । मानव जातिको विकास र विस्तारसँगै सञ्चारको पनि विकास भएको हो । आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक एवं औद्योगिक विकासले जसरी विश्वका विभिन्न देशहरूमा फड्को मारेको छ, ठीक त्यो भन्दा छिटो गतिमा सञ्चार विस्तार भएको छ । अहिले विकासको गतिको मापक सूचकको रूपमा सञ्चार माध्यमलाई लिने गरिएको छ । सुसुचित हुन पाउने नागरिकको नैसर्गिक अधिकार भए तापनि विश्वका विभिन्न मुलुकका संवैधानिक व्यवस्था, कानून एवं आचार संहिताबाट प्रेस स्वतन्त्रताको सीमा रेखा कोरिएको छ । सञ्चार माध्यमको कर्तव्य भनेको निष्पक्षरूपमा सही सूचना प्रवाह गरी नागरिकलाई सुसुचित बनाउनु हो । यसै उद्देश्यले सञ्चारमाध्यम आफ्नो भूमिकामा केन्द्रित हुनुपर्दछ ।

सत्य र तथ्य सूचना तथा समाचारको सम्प्रेषण पत्रकार तथा सञ्चार माध्यमको प्रमुख धर्म हो । निष्पक्षता भनेको कुनै पक्ष विशेषप्रति पूर्वाग्रही नभएको अवस्था हो र सन्तुलित अवस्था भनेको समाचारमा सम्प्रेषित सम्बन्धित सबै पक्षहरूको समान रूपको सम्प्रेषण हो । तसर्थ जनताको सही सूचना प्राप्त गर्ने हक सुनिश्चित गरी व्यावसायिक पत्रकारिताको लक्ष्य हासिल गर्न पत्रकार तथा सञ्चार माध्यमहरूले सदैव सत्य-तथ्य, वस्तुनिष्ठ एवम् सन्तुलित सूचनाको सम्प्रेषण गर्नु पर्दछ ।

२०६२/०६३ सालको ऐतिहासिक जनआन्दोलनको सफलतापश्चात संचार क्षेत्रले ठूलो फड्को मारेको छ । संचारको द्रुत विकासको गति सँगसँगै स्याटेलाइटमार्फत् टेलिभिजन प्रसारण हुनुका साथै एफएमहरूको प्रसारणमा

दिन प्रतिदिन वृद्धि भइरहेको छ । संचार राष्ट्रविकासको आधारस्तम्भ नै हो । संचारले जनताको सुसूचित हुन पाउने अधिकारमा अहम् भूमिका खेलेको हुन्छ । संचारको विकास खाली रेडियो, टेलिभिजन, पत्रपत्रिकाको संख्या बढेर मात्र हुँदैन । पेशागत मर्यादा र व्यावसायिकता कायम राख्दै स्वस्थ, स्वच्छ र वस्तुगत आधारमा समाचार र सूचना सम्प्रेषण गरेर समाजमा आफ्नो अपरिहार्यतालाई अभि दर्शित बनाउनु आवश्यक छ । यसका लागि आफूले आफैँलाई नियन्त्रण गर्न निश्चित सीमारेखा तय गर्नुपर्ने हुन्छ, त्यो हो आचारसंहिता ।

असल र सत्य कामतर्फ प्रेरित गर्ने बन्धन नै **आचार संहिता** हो । मर्यादित पत्रकारिताको विकासकालागि पत्रकार आचार संहिता आवश्यक मानिन्छ । कतिपय मुलुकहरूले कानूनद्वारा नै पत्रकारहरूका आचार संहिता सम्बन्धी विषयहरू नियमित र व्यवस्थित गरेका छन् भने कतिपय मुलुकहरूले पत्रकारहरू आफैँले आचार संहिता निर्धारण गर्न पाउने व्यवस्थालाई स्वीकार गरी पत्रकारहरूबाटै पत्रकारहरूकालागि आचार संहिता निर्माण गरी लागू गरेको देखिन्छ ।

आचार संहिताको पालनाको अनुगमन र कारवाही गर्ने संयन्त्रको व्यवस्था सम्बन्धमा भने विश्वमा विभिन्न स्वरूप र प्रकृयाहरू रहेको देखिन्छ । आचार संहिता तयार गरी लागू गर्नुको मुख्य उद्देश्य स्वस्थ र अनुशासित पत्रकारिताको विकास गर्नु नै हो ।

क) निर्वाचन आचारसंहिता

परिच्छेद-४

आमसंचार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने आचरण

सरकारी, अर्धसरकारी तथा निजी क्षेत्रको आमसंचार (श्रव्य-दृश्य तथा मुद्रण) का माध्यमहरूले देहायका आधारभूत सिद्धान्तका अधिनमा रही देहायबमोजिम निर्वाचन प्रचार-प्रसारसम्बन्धी कार्यक्रमहरू संचालन गर्नुपर्नेछ :

आधारभूत सिद्धान्त :

६१. स्वतन्त्ररूपमले अभिमत व्यक्त गर्ने मतदाताको अधिकारको संरक्षण गर्ने सन्दर्भमा सत्य, तथ्य र पूर्वाग्रहरहित सूचना सम्प्रेषणमा जोड दिनुपर्ने छ ।
६२. निर्वाचनसँग सम्बन्धित शिक्षामूलक समाचार सम्प्रेषणलाई उच्च प्राथमिकता दिनुपर्नेछ ।

सत्य, निष्पक्ष र सन्तुलित समाचार सम्प्रेषण:

६३. निर्वाचनसम्बन्धी सूचना तथा समाचारको सम्प्रेषण गर्दा पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले गर्नुपर्नेछ ।
६४. निर्वाचनसँग सम्बन्धित आवश्यक सूचना तथा समाचारहरू सम्प्रेषण गर्नबाट रोकन, दबाउन वा लुकाउन हुँदैन ।
६५. सर्वसाधारणलाई भ्रममा पार्ने गरी निर्वाचनसम्बन्धी सूचना प्रकाशन वा प्रसारण गर्न हुँदैन ।
६६. सर्वसाधारणको चासोसँग सम्बन्धित सबै विषयहरू सम्भव भएसम्म सूचना तथा समाचारमा समावेश गर्नुपर्नेछ । यस्ता सूचना संकलन र सम्प्रेषणमा कसैले बाधा-अवरोध पुऱ्याएमा सो कुरासमेत सम्प्रेषण गर्नुपर्नेछ ।
६७. राजनीतिक दल वा उम्मेदवारसँग सम्बन्धित समाचारलाई पूर्वाग्रह नराखी सम्प्रेषण गर्नुपर्ने छ । यस्तो समाचार सम्प्रेषण गर्दा कुनै राजनीतिक दलका नेता वा उम्मेदवार वा सत्तारूढ दललाई विशेष प्राथमिकता दिनुहुँदैन ।

सञ्चारमाध्यमको व्यवहार

६८. निर्वाचन प्रचार-प्रसारणका क्रममा कसैबाट कुनै किसिमको अनुचित लाभ ग्रहण गर्न वा पेशागत आचरण एवम् मान्यताविपरीत हुने कुनै काम-कारवाही गर्नुहुँदैन ।
६९. कुनै पनि किसिमले भेदभाव दर्शाउने वा हिंसा उक्साउने खालका भाषाको प्रयोग वा दलित, उत्पीडित जाति/आदिवासी जनजाति, पिछडिएको क्षेत्र, मधेशलगायत, लिङ्ग, भाषा, धर्म, राजनीतिक वा अन्य कुनै पनि किसिमको सद्भावमा प्रतिकूल असर पुग्ने गरी प्रचार-प्रसार गर्न पाइने छैन ।

७०. निर्वाचनमा महिला, दलित, उत्पीडित जाति/आदिवासी जनजाति, मधेशीलगायतका सीमान्तकृत समूहहरूको सहभागितालाई हौसला दिन अनुकूल भूमिका निर्वाह गर्नुपर्नेछ ।

सच्याउने दायित्व

७१. निर्वाचन प्रचार-प्रसारको क्रममा कुनै गलत वा भ्रम सिर्जना गर्ने किसिमका समाचार प्रकाशन वा प्रसारण हुन गएमा त्यसलाई उच्च प्राथमिकता दिई सम्बद्ध सञ्चार माध्यम तथा सञ्चारकर्मीले तुरुन्त सच्याउनुपर्नेछ ।

निःशुल्क प्रसारण सुविधा

७२. समानुपातिक निर्वाचन प्रणालीअन्तर्गतको निर्वाचनमा भाग लिने राजनीतिक दललाई सो दलले खडा गरेको कूल उम्मेदवारको अनुपातमा दफा ७३ मा उल्लेख भए बमोजिमको निःशुल्क समय प्रचार-प्रसारको लागि प्रसारण सेवामा प्रदान गरिनेछ ।
७३. दफा ७२ मा उल्लेख भएबमोजिम निःशुल्क समय उपलब्ध गराउँदा कूल तीन चरण गरी रेडियो र टेलिभिजन प्रसारण सेवामा सो दलले खडा गरेको उम्मेदवारको अनुपातमा समय दिइनेछ । यसरी समय दिँदा उम्मेदवारीको अनुपातमा पहिलो चरणमा सो राजनीतिक दलको घोषणापत्रको सार्वजनिकीकरणको लागि ५-२० मिनेटसम्म रेडियो प्रसारण सेवामा, दोस्रो चरणमा निर्वाचन प्रचार-प्रसारको लागि २-५ मिनेटसम्म टेलिभिजन प्रसारण सेवामा र तेस्रो चरणमा प्रत्येक राजनीतिक दललाई अभिमत प्राप्तको अन्तिम आह्वानका लागि ७४ मा लेखि बमोजिम मौन अवधि सुरु हुनुअघि १।१ मिनेट टेलिभिजन प्रसारण सेवामा दिइनेछ । यसरी राजनीतिक दललाई निर्वाचन प्रचार-प्रसारको लागि समय दिइँदा उल्लेख गरिएबमोजिमको चरणमा प्रचार-प्रसार गरिने सामग्री सो दलले तयार गरी सम्बन्धित प्रसारण सेवालार्इ दिनुपर्नेछ ।

मौन अवधि

७४. कुनै पनि सञ्चारमाध्यमले कुनै पनि किसिमको निर्वाचनसम्बन्धी प्रचार-प्रसार, राजनीतिक सन्देश वा निर्वाचन अभियानको प्रसारण मतदानको दिनको अधिल्लो ४८ घण्टादेखि गर्न पाउनेछैन र त्यस्तो मौन अवधि मतदानको दिन अन्तिम मतदान केन्द्र बन्द नहुन्जेलसम्मका लागि लागू हुनेछ ।
- तर निर्वाचन आयोगले प्रवाह गरेको सूचना सम्प्रेषण गर्न बाधा पुगेको मानिने छैन ।

७५. सरकारी प्रकाशनहरू वा प्रसारकहरूले कुनै पनि राजनीतिक दल वा उम्मेदवारको पक्ष वा विपक्षमा सम्पादकीय लेख्ने वा प्रसारण गर्ने छैनन् ।
७६. मतदाता माझ आफ्ना विचार, नीति तथा कार्यक्रम अभिव्यक्त गर्न स्पष्ट तथा मनासिव आधारमा सरकारी सञ्चार माध्यमहरूले राजनीतिक दलहरू वा उम्मेदवारहरूलाई अवसर दिनुपर्नेछ ।
७७. सरकारी सञ्चार माध्यमले मतदाता शिक्षासम्बन्धी सामग्री प्रकाशन तथा प्रसारण गर्न प्राथमिकता दिनुपर्नेछ ।

अभिलेख

७८. संविधानसभा सदस्य निर्वाचनसम्बन्धी प्रकाशित वा प्रसारित कुनै पनि सूचना सञ्चार माध्यम वा तिनका प्रतिनिधिले प्रकाशन वा प्रसारण भएको मितिले ३५ दिनसम्म सुरक्षित राख्नुपर्नेछ ।

अनुगमन

७९. निर्वाचन आयोगले विभिन्न संचार मध्यमहरूद्वारा निर्वाचनको प्रचार-प्रसारको सिलसिलामा प्रकाशन तथा प्रसारण भएका सूचनाहरूको नियमित अनुगमन गर्नेछ । यसरी अनुगमनको क्रममा देखा परेका आचारसंहिता उल्लंघनका कुराहरू सच्याउन निर्वाचन आयोगले सम्बन्धित सञ्चारमाध्यमलाई निर्देशन दिनसक्नेछ । निर्वाचन आयोगले दिएको निर्देशनको पालना गर्ने कर्तव्य सम्बन्धित सञ्चार माध्यमको हुनेछ ।

१.४ अनुगमन कार्ययोजना

निर्वाचन आचारसंहिता लागू हुनुभन्दा केही दिनअघि मात्र निर्वाचन आचारसंहिता अनुगमन गर्ने तय भयो। अनुगमन कार्यक्रमको व्यवस्थापन गर्नु निकै चुनौतीपूर्ण थियो। २०६५ चैत १ गतेको काउन्सिलको निर्णयानुसार प्रेस काउन्सिलका सदस्य श्री गोविन्द आचार्यको संयोजकत्वमा मिडिया अनुगमन कार्यलाई छुट्टै परियोजनाको रूपमा प्रारम्भ गर्ने तय भयो। अनुगमनकर्ता नियुक्ति गर्ने, पुनर्ताजगी तालिम संचालन गर्ने र अनुगमनकर्तालाई कार्यक्षेत्रमा खटाउन पाँच दिनको समय अपर्याप्त थियो। समय कम भएकाले विगतको संविधानसभा निर्वाचनमा मिडिया अनुगमनका लागि छनोट गरिएका तालिम प्राप्त अनुगमनकर्ताहरू नै चयन गर्नुबाहेक अर्को विकल्प थिएन। उपनिर्वाचन हुने क्षेत्रकै पुराना अनुभवी मिडिया अनुगमनकर्तालाई सम्पर्क गर्ने र छनोट गर्ने कार्य १ र २ गतेसम्ममा सम्पन्न भयो। तत्पश्चात् उनीहरूलाई पुनर्ताजगी तालिमका लागि ३ गतेभित्र काठमाडौं आइपुग्नका लागि सूचित गरियो।

क) पुनर्ताजगी तालिम

मिडिया अनुगमन कार्य प्रारम्भ गर्नुअघि छनोट गरिएका मिडिया अनुगमनकर्ताहरूलाई २ दिने पुनर्ताजगी तालिम प्रदान गरियो। उक्त तालिमको २०६५ चैत ४ गते निर्वाचन आयोगका प्रवक्ता उद्धवप्रसाद बास्कोटाको प्रमुख आतिथ्यमा एक समारोहबीच औपचारिक उद्घाटन गरिएको थियो। यस पुनर्ताजगी तालिममा अनुगमन कार्यमा संलग्न अनुगमनकर्ताहरू, प्राविधिक एवं प्रशासनिक कर्मचारीहरूको समेत संलग्नता रहेको थियो।

चैत ४ र ५ गते पुनर्ताजगी तालिम प्रदान गरी २०६५ चैत ६ गतेदेखि कार्य प्रारम्भ गर्ने गरी ५ गते नै अनुगमनकर्तालाई नियुक्तिपत्रसाथ आ-आफ्नो कार्यक्षेत्रमा खटाइयो। विगतको संविधानसभा निर्वाचनका बखत मिडिया अनुगमन कार्यक्रमका तत्कालीन निर्देशक डा. धर्म अधिकारी, उपनिर्देशक जगदीश पोखरेल एवं वर्तमान परियोजना संयोजक गोविन्द आचार्य एवं तथ्यांकशास्त्री सुनिल चित्रकारसहितका विज्ञहरूले अनुगमनकर्ताहरूलाई पुनर्ताजगी तालिम दिनुभएको थियो।

ख) अनुगमन कार्यका लागि आवश्यक पूर्वाधार, श्रोत र साधन

प्रेस काउन्सिल नेपाल सरकारको अनुदानबाट संचालन हुने स्वायत्त संस्था हो। काउन्सिलसँग पर्याप्त स्रोत (विशेषगरी आर्थिक श्रोत) र साधन नभएकाले मिडिया अनुगमन कार्यलाई (खासगरी विद्युतीय सञ्चार माध्यम) निरन्तरता दिन सकेको छैन।

विगतको संविधानसभा निर्वाचनमा मिडिया अनुगमनका लागि निर्वाचन आयोगले दातृनिकाय USAID मार्फत आवश्यक उपकरणहरू उपलब्ध गराएको थियो। तिनै भौतिक उपकरणहरू यो उपनिर्वाचनमा प्रयोग गरिएका छन्। यो उपनिर्वाचनमा आर्थिक पूर्वाधारको रूपमा निर्वाचन आयोगले सञ्चालन खर्च प्रेस काउन्सिललाई उपलब्ध गराउने सहमति भएपछि मिडिया अनुगमन कार्यलाई परियोजनाको रूपमा सञ्चालन गरिएको छ।

ग) परियोजना सञ्चालन इकाई गठन :

काउन्सिलले मिडिया अनुगमन कार्यलाई काउन्सिलका सदस्य श्री गोविन्द आचार्यको संयोजकत्वमा परियोजनाको रूपमा सञ्चालन गर्ने निर्णय गरेपछि परियोजनालाई सफलतापूर्वक सञ्चालन गर्न परियोजना संयोजकको संयोजकत्वमा ४ सदस्यीय एउटा अनुगमन इकाई गठन गरियो। जसमा परियोजना सहसंयोजक, प्रशासक/व्यवस्थापक एवं समन्वयकर्ता सदस्य हुनुहुन्छ भने आमन्त्रित सदस्यकारूपमा तथ्यांकशास्त्री र लेखा अधिकृतलाई समेत उक्त अनुगमन इकाईमा संलग्न गरिएको छ। परियोजनासँग संबन्धित सबै विषयहरू यो इकाईमा प्रस्तुत गरिन्छ, र सामूहिक छलफलपछि कार्यान्वयन तहमा लग्ने पद्धतिको विकास गरिएको छ। यो पद्धतिले गर्दा समस्या समाधान गर्न सहज भएको छ।

घ) अनुगमन जनशक्ति र कार्य विभाजन

अ) प्रशासनिक जनशक्ति

तह	प्रशासनिक तर्फ	प्राविधिक तर्फ	जम्मा
अधिकृतस्तर	९	२	११
सहायकस्तर	१	३	४

अनुगमनकर्ता	-	१९	१९
कार्यालय सहयोगी	४	-	४
जम्मा	१४	२४	३८

द्रष्टव्य : २० जना अनुगमनकर्ताहरूमध्ये १ जना क्षेत्रीय संयोजक पनि भएकाले अधिकृतस्तरमा राखिएको छ ।

२०६५ चैत २८ गते सम्पन्न भएको संविधानसभा उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमन गर्ने प्रयोजनका लागि प्रेस काउन्सिल अन्तरगत 'मिडिया अनुगमन परियोजना' नामक परियोजना सञ्चालन गरिएको छ । यो परियोजनामा परियोजना संयोजक र सह-संयोजकसमेत गरी प्रशासनतर्फ ९ जना र प्राविधिकतर्फ २ जना गरी ११ जना अधिकृत कर्मचारीहरू कार्यरत छन् । सहायकस्तरमा प्रशासनतर्फ १ जना र प्राविधिकतर्फ ३ गरी ४ जना कर्मचारीहरू रहेका छन् । ४ कार्यालय सहयोगी र १९ जना अनुगमनकर्ताहरू समेत कुल ३८ जना कर्मचारीहरू मिडिया अनुगमन कार्यक्रममा खटिएका छन् । जिल्लामा खटिएका १२ जना अनुगमनकर्ताहरू बाहेक बाँकी २४ जना कर्मचारीहरू प्रेस काउन्सिलकै कर्मचारी भएकाले उनीहरूलाई खाइपाई आएको तलब सुविधामा ६० प्रतिशत भत्ता उपलब्ध गराइएको छ । काउन्सिलका कर्मचारीले कार्यालयको काममा कुनै बाधा नपुग्ने गरी विहान र बेलुकाको अतिरिक्त समयमा परियोजनासँग सम्बन्धित अनुगमन एवं अन्य कार्यहरू गर्दछन् ।

यस परियोजनाको सांगठनिक ढाँचा र कर्मचारीहरूको विस्तृत विवरण क्रमशः अनुसूचीहरू ४ र ५ मा प्रस्तुत गरिएको छ ।

आ) प्राविधिक जनशक्ति (अनुगमनकर्ता र कार्यविभाजन)

तालिका नं. ३

अनुगमनकर्ताहरूको केन्द्र र जिल्लागत संख्या विवरण

अनुगमनकर्ता खटिएको जिल्ला	प्रेस काउन्सिल भित्रका अनुगमनकर्ता				बाहिरबाट करारमा नियुक्त गरिएका अनुगमनकर्ता				जम्मा
	पूर्व तालिमप्राप्त र अनुभवी		नयाँ तालिम प्रदान गरिएका		पूर्व तालिमप्राप्त र अनुभवी		नयाँ तालिम प्रदान गरिएको		
	पुरुष	महिला	पुरुष	महिला	पुरुष	महिला	पुरुष	महिला	
काठमाडौं	४	-	४	-	-	-	-	-	८
मोरङ	-	-	-	-	१	३	-	-	४
धनुषा	-	-	-	-	३	-	-	-	३
कास्की	-	-	-	-	२	-	-	-	२
रोल्पा	-	-	-	-	-	-	१	-	१
कंचनपुर	-	-	-	-	२	-	-	-	२
जम्मा	४	०	४	०	८	३	१	०	२०

यो उपनिर्वाचनमा संचारमाध्यमहरूबाट निर्वाचन आचार संहिता पालाना भए/नभएको अनुगमन गर्न काठमाडौं केन्द्रका केही राष्ट्रिय एवं सरकारी संचारमाध्यमहरूका साथै उपनिर्वाचन

हुने जिल्लाका केही संचारमाध्यमहरूलाई अनुगमन गर्ने रणनीति अवलम्बन गरिएको छ। प्रेस काउन्सिलले मिडिया अनुगमनका लागि आवश्यक २० जना अनुगमनकर्ताहरूमध्ये आन्तरिक जनशक्तिबाट ८ जनालाई आफूले खाइपाइ आएको तलब सुविधाको ६० प्रतिशत थप भत्ता पाउने गरी करारमा नियुक्ति गरेको छ। आचारसंहिता लागू अवधिभरको लागि केही निश्चित तलब र अन्य थप सुविधाहरू पाउने गरी १२ जना पुराना अनुगमनकर्ताहरूलाई पनि करारमा नियुक्ति गरिएको छ। यो उपनिर्वाचनमा खटिएका २० जना अनुगमनकर्ताहरूमध्ये १५ प्रतिशत अर्थात् ३ जना मात्र महिला रहेका छन्। करारमा नियुक्ति गरिएका १२ जना अनुगमनकर्ताहरूले जिल्लामा गई कार्य गर्नुपर्ने भएकाले महिला अनुगमनकर्ताहरूको सहभागितामा कमी देखिन आएको हो। यी महिलाहरू संविधानसभा सदस्यको निर्वाचनमा काम गरिसकेका तालिम प्राप्त, दक्ष र अनुभवी अनुगमनकर्ताहरू हुन्।

काठमाडौं केन्द्रमा खटिएका प्रेस काउन्सिलका आठ जना अनुगमनकर्ताहरूमध्ये ४ जना संविधानसभा निर्वाचनमा काम गरिसकेका तालिम र अनुभव दुवै हासिल गरेका दक्ष अनुगमनकर्ताहरू हुन् भने बाँकी चार जना यो उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा तालिम प्रदान गरिएका नयाँ अनुगमनकर्ता हुन्। जिल्लामा खटाइएका अनुगमनकर्ताहरूमध्ये रोल्पामा खटाइएका १ जना अनुगमनकर्ता यो उपनिर्वाचनमा पहिलो पटक तालिम प्राप्त गरेका नयाँ अनुगमनकर्ता हुन् भने बाँकी ११ जना पुराना अनुभवी अनुगमनकर्ता हुन्। यो उपनिर्वाचनमा खटाइएका २० जना अनुगमनकर्तामध्ये २५ प्रतिशत अर्थात् ५ जना नयाँ हुन् भने बाँकी ७५ प्रतिशत पुराना हुन्।

जिल्लामा खटाइएका प्रत्येक अनुगमनकर्ताहरूलाई तलब रु. ८०००/- र भ्रमण तथा अन्य खर्चको लागि रु. ३०००/- गरी कूल रु. ११०००/- पारिश्रमिक उपलब्ध गराइएको छ भने अनुगमन प्रयोजनका लागि आवश्यक सम्पूर्ण श्रोत र साधन, उपकरणहरू स्वयं प्रेस काउन्सिलले उपलब्ध गराएको छ।

ड) दैनिक कार्ययोजना

कार्यक्रमलाई सफलताकासाथ सम्पन्न गर्न विस्तृत कार्ययोजनाको विशेष महत्व रहन्छ। सञ्चारमाध्यमको अनुगमन गर्ने सन्दर्भमा पनि कार्ययोजना तय गरिएको थियो। परियोजना अवधिभरका लागि गरिने दैनिक कामको विवरणसहितको तालिका निर्माण गरी कुन कामका लागि कति समय दिने, कुन काम कहिलेसम्ममा सम्पन्न गरिसक्ने आदि विषय पहिले नै तय गरी कार्य प्रारम्भ गरिएको थियो। मिडिया अनुगमनका लागि महत्वपूर्ण पक्ष भनेको मिडियाबाट प्रकाशित तथा प्रसारित सामग्रीहरू सहज रूपमा उपलब्ध हुनु हो। छापा माध्यमबाट प्रकाशित सामग्री पढेर सहजरूपमा अनुगमन गर्न सकिन्छ, किनकी छापिएको बस्तु नै अभिलेखको रूपमा रहेको हुन्छ। तर विद्युतीय सञ्चारमाध्यमबाट प्रसारण भएका सामग्रीहरू प्रसारण भएकै अवस्थामा हेरेर वा सुनेर मात्र सही अनुगमन गर्न सकिदैन। यसका लागि अभिलेखको जरुरत पर्दछ। त्यसकारण विद्युतीय संचारमाध्यमबाट प्रसारण भएका श्रव्यदृश्य सामग्रीलाई सर्वप्रथमतः श्रव्यदृश्य प्राविधिकले रेकर्ड गरी त्यसको अभिलेख तयार पार्नु पर्दछ। त्यसरी तयार पारिएको अभिलेखलाई अनुगमनकर्ताहरूले पछि सुनेर वा हेरेर विश्लेषणसहित कोडिङ गर्दछन्। यी सबै कुराहरू कार्ययोजना मुताबिक भएका छन्।

छनौटमा परेका काठमाडौंका मिडियाहरूको अनुगमन गर्ने सन्दर्भमा विद्युतीय सञ्चारमाध्यमको हकमा श्रव्यदृश्य प्राविधिकले रेकर्ड गरेको सामग्रीलाई सुन्ने, विश्लेषण गर्ने र कम्प्युटरमा डाटाइन्ट गर्ने व्यवस्था मिलाइएको छ। जिल्लाको हकमा संचारमाध्यमबाट प्रसारित सामग्रीलाई अनुगमनकर्ताले शुरुमा रेकर्डिङ गर्छन् त्यसपछि त्यसलाई सुन्छन् र विश्लेषणसहितको डाटा केन्द्रमा पठाउँछन्। जिल्लाबाट प्राप्त भएका विश्लेषणसहितका डाटालाई केन्द्रका कम्प्युटर अपरेटरले कम्प्युटरमा इन्ट्र गर्ने व्यवस्था मिलाइएको छ।

अनुगमनका क्रममा संचारमाध्यमले प्रकाशन तथा प्रसारण गरेका सामग्रीहरूमा आचारसंहिता उल्लंघन भएको पाइएमा त्यस्ता सामग्रीलाई अनुगमन इकाईले अध्ययन गरी प्रत्येक दिन प्रतिवेदनको रूपमा निर्वाचन आयोगमा पठाउने गरिएको छ।

च) दैनिक प्रगति विवरण

समय अभावका कारण निर्वाचन आचारसंहिता लागू भएको दिन २०६५।१२।६ गते धेरै कार्यहरू सम्पन्न गर्नुपर्ने अवस्था थियो। एकातिर अनुगमनकर्ताहरू तोकिएको निर्वाचन क्षेत्रमा पुगी कार्य प्रारम्भ गरे नगरेको विषयमा जानकारी लिनु पर्ने थियो भने अर्कोतर्फ अनुगमन गरिने मिडियाहरूको डाटा इन्ट्री

गर्नका लागि कम्प्युटर सफ्टवेयरलाई तत्काल परिमार्जन गर्नुपर्ने अवस्था रहेको थियो । बेलुका १० बजेसम्ममा सफ्टवेयरलाई परिमार्जन गर्ने काम सम्पन्न भयो । यसैबीच जिल्लामा खटिएका अनुगमनकर्ताहरूसँग फोन सम्पर्क गरी अनुगमन भए नभएको खबर लिने काम पनि भयो । आचारसंहिता लागू हुनुभन्दा अघिल्लो दिनमात्र काठमाडौँबाट आफ्नो कार्यक्षेत्र तर्फ प्रस्थान गरेका अनुगमनकर्ताहरूमध्ये केहीले विविध कठिनाईका बाबजुद आफ्नो कार्यस्थल पुगेर कार्य प्रारम्भ गरिसकेका थिए भने कंचनपुर र रोल्पाका अनुगमनकर्ता त्यस दिन राति (६ गते) मात्र पुग्न सफल भए । २०६५।१२।७ देखि अनुगमन कार्य प्रारम्भ गरेका थिए ।

यो उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा मिडिया अनुगमनका विविध कठिनाइमध्ये प्रमुख कठिनाईका रूपमा देशमा विद्यमान लोडसेडिङ रहेको थियो । लोडसेडिङका कारण कतिपय जिल्लाका संचारमाध्यमहरूको अनुगमनको समयमा प्रसारण नै बन्द हुने जानकारी प्राप्त भयो । त्यसैगरी कतिपय दैनिक तथा साप्ताहिक पत्रिकाको छपाई हुन नसकी समयमा बजारमा उपलब्ध नभएकाले पनि मिडिया अनुगमनका लागि कठिनाई उत्पन्न भएको थियो ।

जिल्लामा टेलिभिजन तथा भिसिआर डेकको माध्यमबाट मिडियाहरूको अनुगमन गर्दा लोडसेडिङका कारण अनुगमन कार्य प्रभावित हुनसक्ने संभावनालाई दृष्टिगत गरी टेपरेकर्डरको माध्यमबाट रेकर्डिङ गर्ने व्यवस्था मिलाइएको थियो । यी उपकरणहरूलाई लोडसेडिङको बेला ब्याट्रीको माध्यमबाट प्रयोगमा ल्याउन सकिन्थ्यो । डिजिटल प्रविधिको विस्तारका कारण बजारमा कमै मात्रमा उपलब्ध हुने यी उपकरणहरू उच्च गुणस्तरका नभएकाले (विग्निरहने) अनुगमनमा कहिलेकाही अवरोध पनि पुग्यो ।

निर्वाचन आयोगबाट आर्थिक सहयोग उपलब्ध हुने निर्णय भएको छोटो समयमा (३-४ दिन) पुराना अनुभवी अनुगमनकर्तासँग सम्पर्क गर्नु, छनौट गर्नु, काठमाडौँ बोलाउनु र पुनर्ताजगी तालिम सञ्चालन गर्नु निकै कठिन थियो । यद्यपि, समयमै कार्य प्रारम्भ गर्न सकियो यो नै महत्वपूर्ण पक्ष हो ।

अनुगमन कार्य प्रारम्भ भइसकेपछि जिल्लाका अनुगमनकर्ताहरूसँग दैनिक सम्पर्क गरी उनीहरूका समस्याका बारेमा बुझ्ने, समाधानका उपायहरू सुझाउने र प्रगतिका बारेमा जानकारी लिने कार्यलाई निरन्तरता दिँदै लगियो । जिल्ला र केन्द्रका अनुगमनकर्ताहरूले अनुगमन गरेको संचारमाध्यमबाट आचारसंहिता उल्लंघन हुनेगरी सामग्री सम्प्रेषण भए नभएको जानकारी लिने र यदि उल्लंघन हुने सामग्री सम्प्रेषण भएको रहेछ भने त्यसलाई निर्वाचन आयोगसमक्ष प्रतिवेदनका रूपमा प्रस्तुत गर्नु नै अनुगमन परियोजनाको महत्वपूर्ण कार्य रहेको थियो ।

१.५ मिडिया अनुगमन परियोजनाको आन्तरिक एवं वाह्य समन्वय

क) निर्वाचन आयोगसँगको समन्वय

निर्वाचन आयोगको अनुरोधमा प्रेस काउन्सिलले मिडिया अनुगमन कार्यक्रम संचालन गरेको हो । यस कार्यक्रमको लागि आवश्यक आर्थिक स्रोत पनि निर्वाचन आयोगले नै उपलब्ध गराएको छ । मिडिया अनुगमनका लागि आवश्यक सबै भौतिक उपकरणहरू सविधानसभा निर्वाचनका बेला काउन्सिललाई प्राप्त भइसकेकाले उपनिर्वाचनका लागि केवल संचालन खर्च मात्र उपलब्ध गराउने आयोगको निर्णयबमोजिम प्रेस काउन्सिलले यस कार्यक्रमलाई अगाडि बढाएको हो । अनुगमनका क्रममा निर्वाचन आचार संहिताका विषयमा कुनै द्विविधा उत्पन्न भएमा वा कुनै कुरा प्रष्ट नभएमा निर्वाचन आयोगसँग परामर्श र समन्वय गर्दै अनुगमन गरिएको छ । निर्वाचन आयोगबाट बेला बेलामा प्राप्त हुने सल्लाह र सुझावबमोजिम नै यस कार्यलाई सफलतापूर्वक सम्पन्न गर्न सकिएको हो ।

ख) प्रशासन र लेखासँगको समन्वय

परियोजना सञ्चालनका लागि प्रथमतः व्यवस्थित र सुदृढ कर्मचारी प्रशासन र आर्थिक प्रशासन संयन्त्रको आवश्यकता पर्दछ । कर्मचारीहरूका समस्या एवं गुनासाहरू सुन्ने र त्यसको निराकरण गर्नुका साथै दैनिक कामकारवाहीको समुचित व्यवस्थापन गर्नु प्रशासनको प्रमुख दायित्व हो । परियोजनालाई आवश्यक पर्ने कर्मचारीहरूको व्यवस्थापन गर्नु, उचित वातावरण एवं पूर्वाधारको निर्माण गरी दैनिक कामकारवाहीलाई सहजतापूर्वक सम्पन्न गर्न प्रशासनको गहन भूमिका रहेको हुन्छ । त्यसैले यो भूमिका निर्वाह गर्न काउन्सिलको प्रशासन शाखामा रही लामो अनुभव हाँसिल गरेका अनुभवी व्यक्तिलाई परियोजनाको प्रशासनको जिम्मेवारी सुम्पिएको छ । त्यसैगरी आर्थिक प्रशासनको रेखदेख र सञ्चालनको जिम्मेवारी पनि काउन्सिलकै अनुभवी व्यक्तिलाई सुम्पिएको छ । आर्थिक प्रशासनले परियोजनालाई

आवश्यक पर्ने मसलन्द सामानहरु खरिद गरी आवश्यकता अनुसार वितरण गर्ने, जिन्सी तथा आर्थिक हरहिसाव दुरुस्त राख्ने, आर्थिक पक्षसंग सम्बन्धित विषयमा कर्मचारी प्रशासन र निर्वाचन आयोगसंग परामर्श एवं समन्वय गरी कार्य गर्दै आएको छ ।

ग) अनुगमनकर्तासँगको समन्वय

संविधानसभा निर्वाचनको समयमा छनोट गरिएका तालिमप्राप्त दक्ष र अनुभवी अनुगमनकर्तालाई नै यो उप निर्वाचनमा संलग्न गरिएको छ । छोटो समयका लागि न्यून पारिश्रमिकमा अनुभवी अनुगमनकर्ता संलग्न गराउन सक्नु निकै महत्वपूर्ण उपलब्धि हो ।

संविधानसभा निर्वाचनका बखत मिडिया अनुगमनका निम्ति क्षेत्रीय संयोजकको रेखदेखमा सञ्चालन हुनेगरी क्षेत्रीयस्तरमा छुट्टै कार्यालय स्थापना गरिएको थियो । सीमित आर्थिक श्रोत र कम निर्वाचन क्षेत्र भएका कारण यो उपनिर्वाचनमा त्यस प्रकारको व्यवस्था गरिएको छैन ।

काठमाडौं बाहिरका अनुगमनकर्ताहरूसँग समन्वय गर्ने सन्दर्भमा प्रत्येक दिन टेलिफोन सम्पर्क गरी उनीहरुका समस्याहरुको समाधान गर्ने र प्रायःजसो टेलिफोन मार्फत् प्रतिवेदनसमेत संकलन गर्ने गरिएको छ । अनुगमनका क्रममा आचारसंहिता उल्लंघन हुने गरी सम्प्रेषण भएका सामग्रीहरु भेटिएमा उनीहरुले फोन सम्पर्क गरी केन्द्रलाई जानकारी गराउने र त्यसको प्रतिवेदन तुरुन्त फ्याक्समार्फत् उपलब्ध गराउने प्रवृत्ति अवलम्बन गरिएको छ ।

मिडिया अनुगमन विधि

संविधानसभा सदस्य निर्वाचनका दौरान विभिन्न संचार माध्यमहरूले निर्वाचन आचारसंहिता पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्दा वस्तुगत विधि (Quantitative Method) र विषयगत विधि (Qualitative Method) दुवै अवलम्बन गरिएको थियो। यो उपनिर्वाचनमा विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरूलाई वस्तुगत र विषयगत दुवै विधिबाट र छापा सञ्चारमाध्यमहरूलाई विषयगत विधिबाट मात्र अनुगमन गरिएको छ। पाँच जिल्लाका ६ वटा निर्वाचन क्षेत्रमा अनुगमनका लागि छनोट गरिएका विद्युतीय तथा छापा सञ्चारमाध्यमहरूको सूची र अन्य विवरणहरू निर्वाचन आयोगलाई पहिले नै उपलब्ध गराइसकिएको छ। छनोटमा परेका वा नपरेका केही छापामाध्यमहरूको विषयगत विधिबाट नियमित अनुगमन गरी निर्वाचन आचारसंहिता उल्लंघन भए/नभएको विषयमा र उपनिर्वाचनसम्बन्धी समाचारहरू मात्र प्रकाशित वा प्रसारित भएका रहेछन् भने पनि तिनलाई समेत समेट्दै दैनिकरूपमा निर्वाचन आयोगलाई विषयगत प्रतिवेदन (Qualitative Report) पठाउने गरिएको थियो। वस्तुगत प्रतिवेदन (Quantitative Report) कम्तिमा हप्तामा एक पटक पठाउने निर्णयअनुसार यो अवधिमा प्रारम्भिक प्रतिवेदन र एउटा वस्तुगत प्रतिवेदन पठाइसकिएको छ। संविधानसभा निर्वाचनको दौरान अवलम्बन गरिएको वस्तुगत विधि नै यस उपनिर्वाचनमा पनि अवलम्बन गरिएको छ।

यो उपनिर्वाचनमा सञ्चारमाध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्न अवलम्बन गरिएका मुख्य दुई विधिहरू; वस्तुगत विधि (Quantitative Method) र विषयगत विधि (Qualitative Method) मध्ये विषयगत विधिको मुख्य उद्देश्य सञ्चारमाध्यमहरूले निर्वाचन आचारसंहिता उल्लंघन गरे नगरेको पहिल्याउनु नै हो भने वस्तुगत विधि जुन अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डको वैज्ञानिक विधि पनि हो र नेपालमा पहिलो पटक संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको बेला सञ्चारमाध्यमको अनुगमन गर्न प्रयोग भइसकेको छ। यसको मुख्य उद्देश्य उपनिर्वाचनमा भाग लिएका स्वतन्त्रलगायतका राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरू र राजनीतिक दलहरूको बारेमा कुन सञ्चारमाध्यमले आफ्नो प्रसारण अवधिमा के कति समय खर्चे, कुन उम्मेदवारलाई के कति समय आफ्नो प्रत्यक्ष भनाई (Direct Speech) राख्न पाउने अवसर उपलब्ध गराए र ती उम्मेदवारहरूलाई सकारात्मक, नकारात्मक वा तटस्थ के कस्तो शैलीमा प्रस्तुत गरे भनी तथ्यांकगतरूपमा अनुगमन र विश्लेषण गर्नु हो।

निर्वाचन आयोगको 'संविधान सभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ मा कुनै राजनीतिक दल, उम्मेदवार वा सत्तारूढ दललाई कुनै पूर्वाग्रह नराखी समाचार सम्प्रेषण गर्नुपर्ने र विशेष प्राथमिकता दिन नपाउने भनी स्पष्ट उल्लेख गरिएको छ।

तदनुरूप विषयगत विधिबाट प्रत्यक्ष उल्लंघनको अनुगमन गर्न सकिन्छ भने वस्तुगत विधिबाट अप्रत्यक्ष तर तथ्यांकगतरूपमा आचारसंहिता उल्लंघन भए नभएको अनुगमन गर्न सकिन्छ।

२.१ अनुगमन सन्दर्भ सामग्री

यो उपनिर्वाचनमा सञ्चारमाध्यमको अनुगमन गर्दा संचारमाध्यमबाट प्रकाशित/प्रसारित विभिन्न सामग्रीहरूमध्ये मुख्यतया तीन विषयवस्तुहरूलाई सान्दर्भिक मानी अनुगमन गरी विश्लेषण गरिएको छ।

वस्तुगत विधिबाट अनुगमन गर्दा :

- १) सान्दर्भिक पात्रहरूसँगै सान्दर्भिक सामग्री प्रकाशित/प्रसारित भएमा,
- २) सान्दर्भिक पात्रहरूसँगै असान्दर्भिक सामग्री प्रकाशित/प्रसारित भएमा,
- ३) असान्दर्भिक पात्रहरूसँगै सान्दर्भिक सामग्री प्रकाशित/प्रसारित भएमा।

विषयगत विधिबाट अनुगमन गर्दा

- १) आचारसंहिता उल्लंघन भए नभएको प्रकाशित/प्रसारित सामग्री,
- २) उपनिर्वाचनसम्बन्धी प्रकाशित/प्रसारित सामग्री,
- ३) निर्वाचन आयोगका विषयमा प्रकाशित/प्रसारित सामग्री।

२.२ अनुगमन गर्दा अनुगमन, संकेतन र विश्लेषण (Monitoring, Coding / Analysis) गरिएका मुख्यमुख्य चरहरू

वस्तुगत विधिबाट मिडिया अनुगमन गर्दा प्रयोग गरिएका मुख्य चरहरू (Variables) को सामान्य परिचय तल प्रस्तुत गरिएको छ ।

२.२.१ मुख्य चरहरू

क) सान्दर्भिक पात्रहरू (Relavant Actors)

उप निर्वाचनको सन्दर्भमा संचार अनुगमन गरिएकाले उपनिर्वाचनसँग प्रत्यक्ष सरोकार रहेका वर्गहरूलाई नै सान्दर्भिक पात्रको रूपमा कोडिङ गरी अनुगमन विश्लेषण गरिएको छ । उपनिर्वाचनमा भाग लिएका २५ राजनीतिक दलहरू, तिनका ८५ जना उम्मेदवारहरू र भातृसंगठनहरू, ५४ स्वतन्त्र उम्मेदवारहरू, निर्वाचन आयोग र प्रमुख आयुक्तसहित अन्य आयुक्तहरूलाई मुख्य सान्दर्भिक पात्रको रूपमा लिइएको छ । सान्दर्भिक पात्रहरूको विस्तृत सूची **अनुसूची ७** मा दिइएको छ । :

- राजनीतिक दलका ८५ जना उम्मेदवारहरू ।
- २५ वटा राजनीतिक दलहरू ।
- राजनीतिक दलका भातृसंगठनहरू
- ५४ जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरू ।
- निर्वाचन आयोग ।
- श्री भोजराज पोखेल, प्रमुख निर्वाचन आयुक्त ।
- श्री निलकण्ठ उप्रेति, निर्वाचन आयुक्त ।
- श्री दोलखबहादुर गुरुङ, निर्वाचन आयुक्त ।
- श्री अयोधीप्रसाद यादव, निर्वाचन आयुक्त ।

क्षेत्र	राजनीतिक दल	स्वतन्त्र	जम्मा	उम्मेदवारी फिर्ता (स्वतन्त्रबाट)	स्वतन्त्र उम्मेदवार (प्रारम्भमा)	महिला उम्मेदवार
मोरङ						
क्षेत्र नं. ५	१४	११	२५	०	११	१
क्षेत्र नं. ७	१५	८	२३	१	९	२
धनुषा-५	१७	२९	४६	४	३३	२
कास्की-१	१४	४	१८	१	५	०
रोल्पा-२	११	१	१२	३	४	०
कंचनपुर-४	१४	१	१५	१	२	५
	८५	५४	१३९	१०	६४	१०

२०६५ साल चैत २८ गते सम्पन्न संविधानसभा सदस्य उपनिर्वाचनमा ६ वटा निर्वाचन क्षेत्रमा एकीकृत नेकपा (माओवादी), नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसलगायत २५ वटा विभिन्न राजनीतिक दलहरूको तर्फबाट ८५ र स्वतन्त्रबाट ५४ जना गरी जम्मा १३९ जना उम्मेदवारहरूले निर्वाचन आयोगमा उम्मेदवारी दिएका छन् । प्रारम्भमा ६४ जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूले उम्मेदवारी दिएको भए तापनि पछि मोरङ जिल्लाको निर्वाचन क्षेत्र नं. ५ बाहेक बाँकी ५ निर्वाचन क्षेत्रबाट १० जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूले उम्मेदवारी फिर्ता लिएका थिए ।

यो उपनिर्वाचनमा सबैभन्दा बढी उम्मेदवारी धनुषा जिल्लाको क्षेत्र नं. ५ मा परेको छ । उक्त क्षेत्रमा राजनीतिक दलहरूको तर्फबाट १७ र स्वतन्त्र २३ गरी जम्मा ४६ जना उम्मेदवारहरूले उम्मेदवारी दिएका छन् । यो नै एउटा यस्तो निर्वाचन क्षेत्र हो जहाँ राजनीतिक दलहरूको भन्दा स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूको संख्या बढी छ । बाँकी ५ वटा निर्वाचन क्षेत्रमा भने राजनीतिक दलको तर्फबाट उम्मेदवारी दिनेको संख्या बढी रहेको छ । रोल्पाको क्षेत्र नं. २ मा सबैभन्दा कम संख्यामा उम्मेदवारी

परेको छ । यहाँ दलहरूको तर्फबाट ११ र स्वतन्त्र १ गरी जम्मा १२ उम्मेदवारहरूले उम्मेदवारी दिएका छन् । संविधानसभामा ३३ प्रतिशत महिलाहरूको प्रतिनिधित्व हुनु पर्ने विषयमा व्यापक आवाज उठिरहेको भए तापनि संविधानसभा निर्वाचनमा भैं यो उपनिर्वाचनमा पनि महिला उम्मेदवारहरूको संख्या ज्यादै न्यून रहेको पाइएको छ । यो उपनिर्वाचनमा विभिन्न राजनीतिक दलहरूको तर्फबाट जम्मा १० जना महिलाहरूले उम्मेदवारी पाएका छन् जुन कुल उम्मेदवार संख्याको ७१९ प्रतिशत मात्र हुन आउँछ । संविधानसभा सदस्य निर्वाचनमा बर्चस्व हासिल गरेका ३ ठूला राजनीतिक दलहरूमध्ये नेकपा एमालेले यो उपनिर्वाचनमा कंचनपुर क्षेत्र नं. ४ बाट एकजना महिलालाई उम्मेदवारको रूपमा उठाएको छ भने बाँकी ९ जना महिलाले अरु साना दलको तर्फबाट उम्मेदवारी दिएको देखिन्छ । यो तथ्यांकबाट नयाँ संविधान निर्माणमा मुख्य भूमिका निर्वाह गरिरहेका तीन ठूला राजनीतिक दलहरूले महिलाको भूमिकालाई उपेक्षा गरेको देखिन्छ ।

ख) राजनीतिक सम्बन्धन (Political Affiliation)

राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूको सम्बन्धित राजनीतिक दललाई नै राजनीतिक सम्बन्धनको रूपमा लिइएको छ । त्यस्तै स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूको राजनीतिक सम्बन्धलाई स्वतन्त्र भनी कोडिङ गरिएको छ । निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको संस्थागत आवद्धता 'निर्वाचन आयोग' लाई राजनीतिक सम्बन्धनको रूपमा लिई अनुगमन विश्लेषण गरिएको छ । राजनीतिक दलहरूको विस्तृत सूची *अनुसूची ६* मा प्रस्तुत गरिएको छ ।

जस्तै :

क्र.सं.	सान्दर्भिक पात्र	राजनीतिक सम्बन्धन
१.	कमल क्षेत्री	एकीकृत नेकपा (माओवादी)
२.	निरुदेवी पाल	नेकपा एमाले
३.	डा. शेखर कोइराला	नेपाली कांग्रेस
४.	श्री नीलकण्ठ उप्रेति	निर्वाचन आयोग

ग) समयावधि (Time)

अ) पहिलो अवस्था :

माथि उल्लेखित सान्दर्भिक पात्रहरूलाई सञ्चारमाध्यममा नाम मात्र उच्चारण गरी प्रस्तुत गर्दा प्रत्येक उच्चारणमा तीन सेकेन्ड प्रदान गरिन्छ ।

आ) दोस्रो अवस्था :

माथि उल्लेखित सान्दर्भिक पात्रहरूका सम्बन्धमा सञ्चारमाध्यमहरूले अलि लामो व्याख्यात्मक प्रस्तुति गरेमा प्रस्तुति समयावधि गणना गरिन्छ ।

घ) प्रत्यक्ष भनाई (Direct Speech)

माथि उल्लेखित स्वतन्त्र तथा राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलगायत निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको रेडियो/एफएम मा प्रत्यक्ष आवाज र टेलिभिजनमा तस्वीरसहितको प्रत्यक्ष आवाजमा प्रस्तुत गरेमा उक्त प्रस्तुति अवधिलाई प्रत्यक्ष भनाईमा गणना गरिन्छ ।

ड) शैली (Tone)

माथि उल्लेखित सान्दर्भिक पात्रहरूलाई सञ्चारमाध्यमहरूले सकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेमा +१, नकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरे (-१) र तटस्थ शैलीमा प्रस्तुत गरे (०) अंकित गरिन्छ ।

२.२.२ अन्य चरहरु

क) कार्यक्रम (Programme)

संचार अनुगमनका लागि छनोट गरिएका संचारमाध्यमहरुमा अनुगमनका लागि छुट्याइएको समय अवधिभर ती संचारमाध्यमले प्रसारण गरेका विभिन्न कार्यक्रमहरुलाई नै 'कार्यक्रम' को रूपमा कोडिङ गरी विश्लेषण गरिएका छन्। अनुगमन समयावधिभित्र प्रसारित सबै कार्यक्रम अनुगमन गरिसकेपछि त्यसमा प्रसारित सामग्रीहरु जस्तै - निर्वाचन आयोग र उपनिर्वाचन, सान्दर्भिक पात्रहरु, आचारसंहिता पालनाका विषयहरु र केही संविधानसभासँग सम्बन्धित विषयहरुलाई मात्र सान्दर्भिक सामग्री मानी वस्तुगत गहिराई र सुक्ष्मरूपमा विश्लेषण गरिएका छन्। प्रसारित सबै कार्यक्रमहरुलाई निम्नानुसार वर्गीकरण गरी विश्लेषण गरिएको छ।

- १) समाचार (News)
- २) समाचारसम्बन्धी कार्यक्रम (News Related Programme)
- ३) अन्तरवार्ता (Interview)
- ४) जनविज्ञप्ति (Public Service Announcement (PSA)
- ५) निर्वाचन आयोग/संविधानसभा सम्बन्धी कार्यक्रम (EC/Ca Related Programme)
- ६) विकाससम्बन्धी कार्यक्रम (Development Program)
- ७) वार्ता विशेष कार्यक्रम (Talk Show)
- ८) सशुल्क विज्ञापन (Paid Advertisement)
- ९) राजनीतिक विज्ञापन/सूचना (Political Advertisement/Notice)
- १०) अन्तर्क्रिया कार्यक्रम (Interaction Programme)
- ११) मत परिणाम (Voting Result)

ख) शीर्षक (Topic)

शीर्षक स्तम्भ (Topic Column) सँग सम्बन्धित सान्दर्भिक पात्र स्तम्भ (Relavant Actor Column) मा उल्लेखित सान्दर्भिक पात्रलाई जुन विषयवस्तुमा प्रस्तुत गरिएको हुन्छ, सोही विषयवस्तुलाई छोटोमिठी शीर्षक खुलाई वाक्यांशको रूपमा उल्लेख गरिन्छ।

प्रत्येक चरहरु (Variable) को विस्तृत परिचय र तिनीहरुलाई अनुगमन गर्दा कुन अवस्थामा कसरी प्रयोग गर्ने सम्पूर्ण विधिहरु उदाहरणसहित **अनुसूची १** प्रस्तुत गरिएको छ।

२.३ संचारमाध्यम छनोटको आधार:

निर्वाचन आचारसंहिता अनुगमनका लागि सञ्चारमाध्यम छनोटका मुख्य आधारहरु :

- १) उपनिर्वाचन हुने जिल्लाका सञ्चारमाध्यमहरु,
- २) ती जिल्लामा बढी प्रभावकारी, लोकप्रिय र नियमित सञ्चारमाध्यमहरु,
- ३) संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको समयमा अनुगमन गरिएका सञ्चारमाध्यमहरुलाई नै प्राथमिकता,
- ४) राजनीतिक दलहरुप्रति भुकाव राख्ने केही सञ्चारमाध्यमहरु,

जिल्ला	विद्युतीय सञ्चार माध्यम		छापा सञ्चार माध्यम		
	टिभी	रेडियो एफएम	दैनिक	साप्ताहिक	जम्मा
काठमाडौं केन्द्र	३	५	४	४	१६
मोरङ		४	४	४	१२
धनुषा		३	३	३	९
कास्की		२	३	३	८

रोल्पा		२	-	१	३
कंचनपुर		२	३	१	६
जम्मा	३	१८	१७	१६	
कुल जम्मा	२१		३३		५४

(स्थानीय उपनिर्वाचन क्षेत्रहरूमा कुल विद्युतीय संचारमाध्यम (एफएम)-१९ वटा, कुल छापा संचारमाध्यम (दैनिक र साप्ताहिक)-८६ वटा)

स्रोत : नेपाल सरकार, सूचना तथा सञ्चार मन्त्रालय (विद्युतीय सञ्चारमाध्यम)
प्रेस काउन्सिल नेपाल (पत्रपत्रिका)

चैत २८ मा सम्पन्न संविधानसभा उपनिर्वाचनका ६ वटै निर्वाचन क्षेत्रमा विद्युतीय र छापा दुवै संचारमाध्यममध्ये केही नमूना संचार माध्यमहरू छनोट गरी अनुगमन गरिएको छ। विद्युतीय २१ र छापा ३३ गरी जम्मा ५४ संचारमाध्यमहरू अनुगमनको लागि छनोट गरिएको छ। सबैभन्दा बढी संचारमाध्यमहरू काठमाडौं केन्द्रबाट अनुगमनका लागि छनोटमा परेका छन्। तीमध्ये विद्युतीय ८ र छापा ८ गरी कुल १६ वटा रहेका छन्। विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूमध्ये पनि ३ वटा टेलिभिजन र ५ वटा रेडियो रहेका छन्। त्यसैगरी छापा माध्यमहरूमा दैनिक ४ र साप्ताहिक ४ वटा पत्रपत्रिका छनोटमा परेका छन्। उपनिर्वाचन हुने जिल्लाका सञ्चारमाध्यमहरूमध्ये १३ वटा एफएम र २५ वटा छापामाध्यम गरी कुल ३८ संचारमाध्यमहरूको छनोट गरिएको छ। छनोटमा परेका २५ छापा माध्यमहरूमध्ये १३ दैनिक र १२ साप्ताहिक पत्रपत्रिका रहेका छन्। उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा जिल्लाबाट छनोट गरिएका संचारमाध्यममध्ये मोरङबाट सबैभन्दा बढी १२ र रोल्पा जिल्लाबाट सबैभन्दा कम ३ वटा रहेका छन्। मोरङ जिल्लामा २ वटा निर्वाचन क्षेत्रहरू भएकाले बढी संचारमाध्यम र रोल्पा जिल्लाबाट एउटा मात्र साप्ताहिक पत्रिका प्रकाशित हुने भएकोले कम संचारमाध्यमहरू अनुगमनका लागि छनोटमा परेका हुन्। यो उपनिर्वाचनमा अनुगमन प्रयोजनका लागि मुख्य तीन विषयलाई आधार बनाई संचारमाध्यमहरूको छनोट गरिएको छ। पहिलो, संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको समयमा छनोट गरिएका संचार माध्यमहरूमध्येके केही संचार माध्यमहरूलाई नै यो पटक पनि छनोट गरिएको छ। दोस्रो, उपनिर्वाचन क्षेत्रमा प्रभावकारी रहेका र नाम चलेका संचारमाध्यमहरू र तेस्रोमा कुनै राजनीतिक दलप्रति विशेष भुकाव राखेका संचारमाध्यमहरूलाई छनोट गरी अनुगमन गर्ने प्रयास गरिएको छ। निर्वाचनको समयमा त्यस्ता संचारमाध्यमहरूबाट एउटा राजनीतिक दलप्रति विशेष आस्था हुने कारणले यस्ता संचारमाध्यमहरूबाट निर्वाचन आचारसंहिता गम्भीर उल्लंघन हुने परिस्थिति रहने भएकाले यो छनोट आधारको पनि उत्तिकै महत्व देखिन्छ।

यो उपनिर्वाचन विशेष परिस्थितिको निर्वाचन भएको हुँदा संविधानसभा निर्वाचनमा भन्दा केही फरक संचारमाध्यमहरू पनि छनोटमा परेका छन्। उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लालाई प्राथमिकता दिनुपर्ने हुँदा मोरङ जिल्लामा विगतमा अनुगमन नगरिएको 'पपुलर एफएम' लाई पनि अनुगमन गरिएको छ। त्यस्तै, कास्की जिल्लामा संविधानसभा निर्वाचनमा अनुगमनमा नपरेका संचार माध्यमहरू गण्डकी एफएम र बाराही एफएम यो उपनिर्वाचनमा अनुगमन गरिएका छन्। रोल्पा जिल्लाका दुई नयाँ संचार माध्यमहरू रेडियो जलजला र रेडियो रोल्पा अनुगमनका लागि छनोट गरिएका छन्। यी मध्ये रेडियो जलजला अनुगमन अवधिमा परीक्षण प्रसारणमा थियो र प्राविधिक समस्याका कारण उक्त संचार माध्यमको अनुगमन हुन सकेन। कंचनपुर जिल्लाको रेडियो महाकाली पनि अनुगमनको लागि छनोट गरिएको नयाँ संचार माध्यम हो।

त्यसैगरी छापा माध्यमको हकमा काठमाडौं केन्द्रबाट अनुगमनका लागि छनोट गरिएका ८ वटा पत्रिकामध्ये 'नेपालीपत्र' साप्ताहिक नयाँ हो भने बाँकी संविधानसभा सदस्य निर्वाचनकै समयमा अनुगमन गरिएका पत्रिकाहरू हुन्। मोरङ जिल्लाबाट अनुगमन गरिएका 'जनविद्रोह' दैनिक, 'अब' दैनिक र 'जनपथ' साप्ताहिक छनोटमा परेका नयाँ पत्रिकाहरू हुन्। जनकपुर जिल्लामा 'जनकपुर टुडे' दैनिक पहिले पनि अनुगमन गरिएको पुरानो पत्रिका हो भने 'लोकमत', 'युगपुकार' र 'मिथिला ऋतु' साप्ताहिक छनोटमा परेका नयाँ पत्रिका हुन्। त्यस्तै, कास्कीमा पनि अनुगमन गरिएका दैनिक पत्रिकाहरू पुरानै हुन् भने 'कास्की सन्देश', 'स्वाभिमान' र 'हिमदूत' साप्ताहिक उपनिर्वाचनका लागि छनोटमा परेका नयाँ पत्रिकाहरू हुन्।

रोल्पा र कंचनपुर जिल्ला उपनिर्वाचनअन्तर्गत कै जिल्ला भएको र संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको बेला अनुगमनका लागि छनोट जिल्लामा समेत नपरेकाले यो उप-निर्वाचनमा यस क्षेत्रबाट अनुगमन गरिएका ३ वटा दैनिक र एउटा साप्ताहिक छनोटमा परेका नयाँ पत्रिकाहरू हुन्।

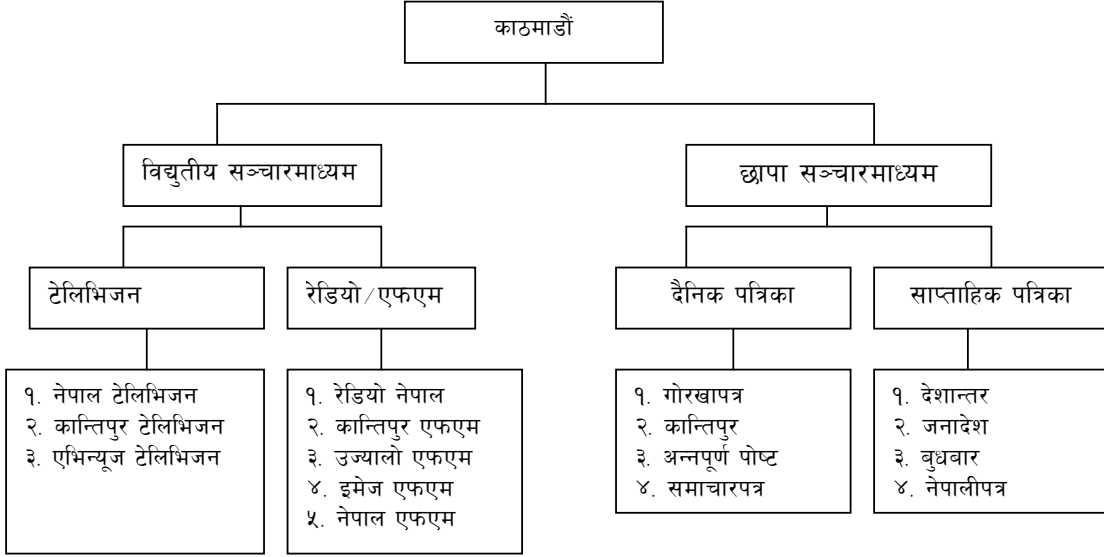
समग्रमा ५ जिल्लाका ६ निर्वाचन क्षेत्रका कुल संचार माध्यमहरूमध्ये ६८.४२ प्रतिशत विद्युतीय र २९.०७ प्रतिशत छापा सञ्चारमाध्यमहरूले यो उपनिर्वाचनमा निर्वाचन आचारसंहिता पालना गरे नगरेको विषयमा अनुगमन गरिएको छ। सबै सरकारी संचारमाध्यमहरू नेपाल टेलिभिजन, रेडियो नेपाल र गोरखापत्रलाई यो उपनिर्वाचनमा पनि अनुगमन गरिएको छ।

२.४ अनुगमनका लागि छनोट गरिएका संचारमाध्यमहरू

तालिका नं. १

संविधानसभा उपनिर्वाचनमा आचारसंहिता अनुगमनका लागि छनोट गरिएका सञ्चारमाध्यमहरू

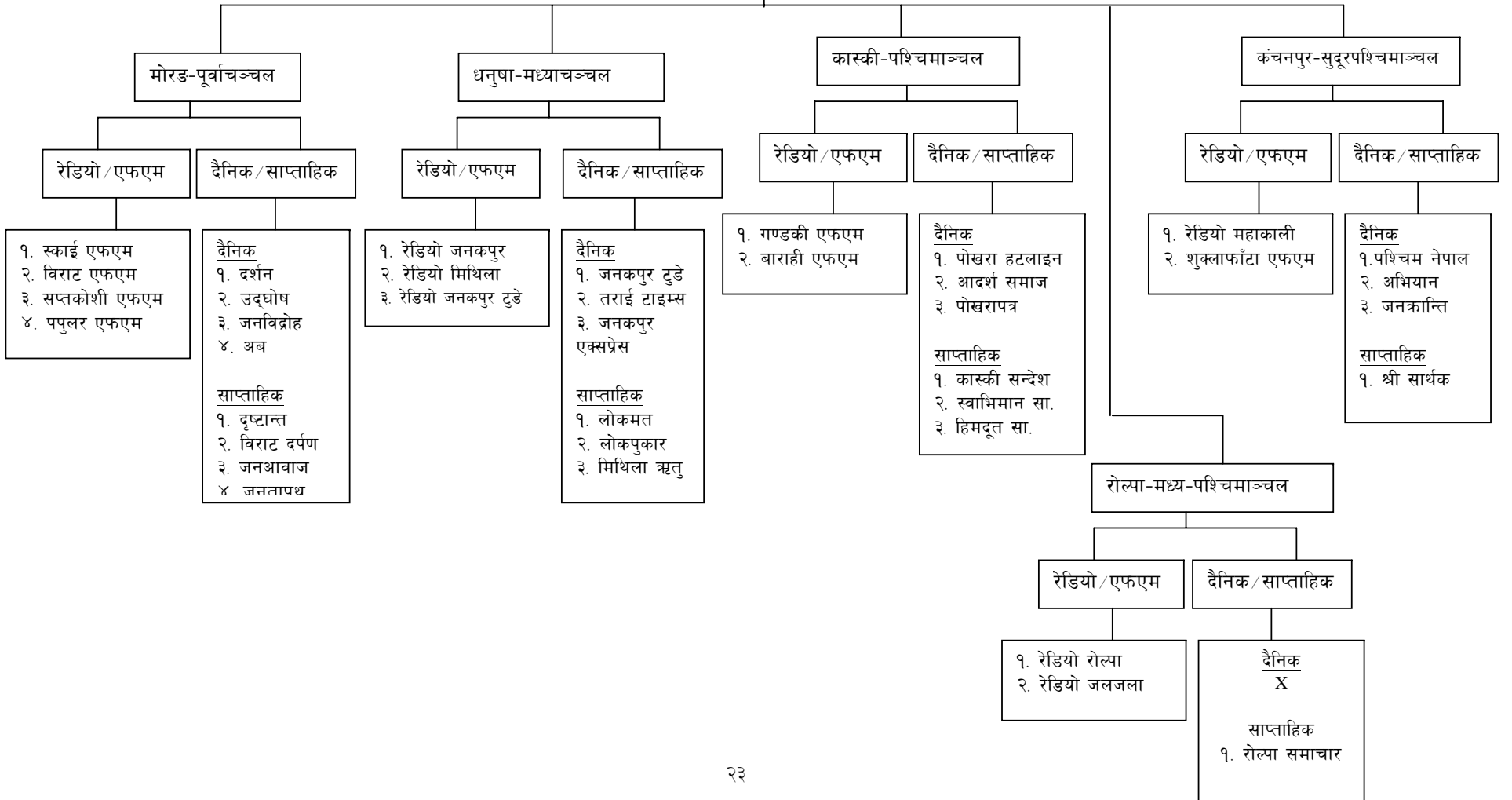
आचारसंहिता लागू भएको अवधि (चैत ६-चैत २९, २०६५)



तालिका नं. २

संविधानसभा उपनिर्वाचन हुने जिल्ला र अनुगमनका लागि छनोट गरिएका सञ्चारमाध्यमहरू
आचारसंहिता लागू हुने अवधि (चैत ६-चैत २८, २०६५)

उपनिर्वाचन हुने जिल्ला र अनुगमनका लागि छनोट भएका सञ्चारमाध्यमहरू



२.५ रेकर्डिङ र अनुगमन अवधि

काठमाडौं केन्द्रमा रेकर्डिङ गरिएका विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरू

टेलिभिजन	रेडियो/एफएम
१) नेपाल टेलिभिजन	१) रेडियो नेपाल
२) कान्तिपुर टेलिभिजन	२) कान्तिपुर एफएम
३) एभिन्यूज टेलिभिजन	३) उज्यालो एफएम
४) सगरमाथा टेलिभिजन	४) नेपाल एफएम
५) इमेज टेलिभिजन	५) इमेज एफएम
६) एबिसि टेलिभिजन	६) सगरमाथा एफएम
७) नेपाल वान टेलिभिजन	७) गोर्खा एफएम
८) तराई टेलिभिजन	

रेकर्डिङ अवधि (Recording Hours)

टेलिभिजन	बेलुकी ६:०० बजेदेखि १२:०० बजेसम्म (दैनिक ६ घण्टा)
रेडियो/एफएम	बिहान ६:०० बजेदेखि ९:०० बजेसम्म (दैनिक ३ घण्टा) बिहान
	बेलुका ६:०० बजेदेखि ९:०० बजेसम्म (दैनिक ३ घण्टा) बेलुका

अनुगमन अवधि (Monitoring Hours)

स्थान	सञ्चारमाध्यम	बिहान	बेलुका
काठमाडौं	टेलिभिजन	–	६:००–८:३० बजेसम्म (दैनिक २.३० घण्टा)
काठमाडौं लगायत बाहिरी जिल्ला	रेडियो	६:००–७:३० बजेसम्म (दैनिक १:३० घण्टा बिहान)	६:००–७:३० बजेसम्म (दैनिक १:३० घण्टा बेलुका)

माथिका विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूमध्ये काठमाडौं केन्द्रमा पहिलो तीन वटा टेलिभिजनहरू र पाँचवटा रेडियो/एफएमहरूमात्र अनुगमन गरिएका छन् ।

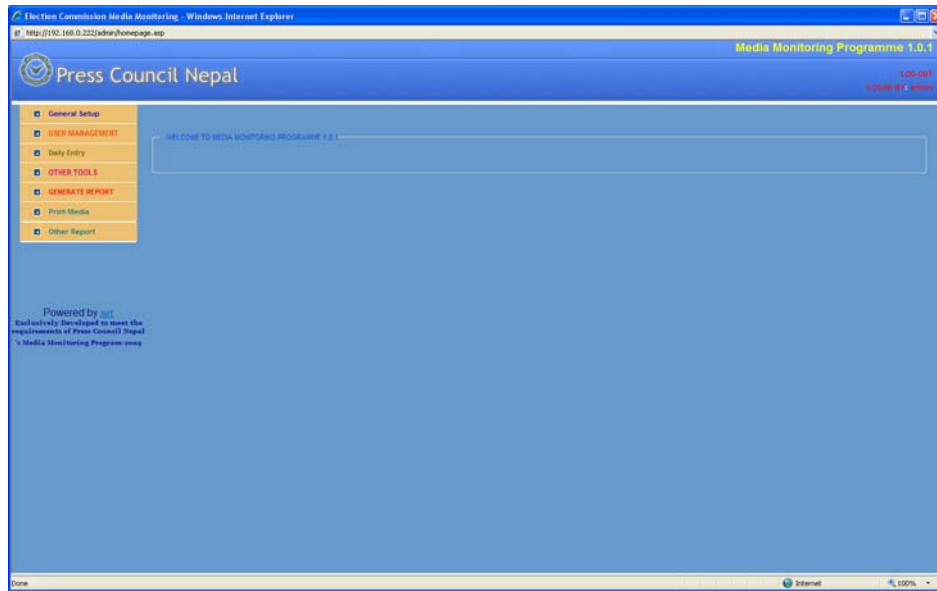
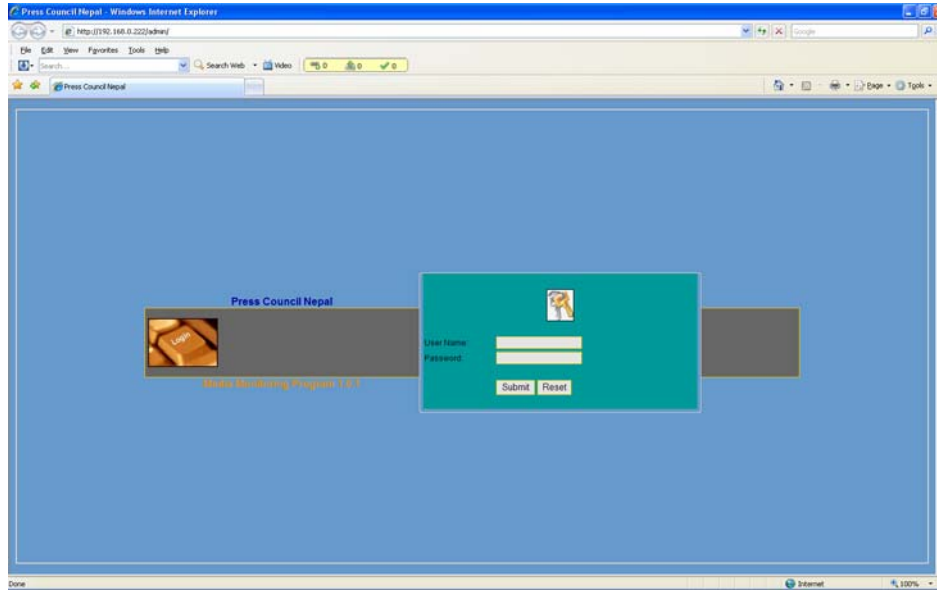
काठमाडौं केन्द्र र जिल्लाका विद्युतीय सञ्चारमाध्यमहरूको अनुगमन अवधि उपरोक्त बमोजिम तोकिए पनि केही सञ्चारमाध्यमहरूबाट प्रसारण हुने केही कार्यक्रमहरू काठमाडौं केन्द्र र जिल्लाबाट एकै समयमा प्रसारण हुने र त्यस्ता कार्यक्रमहरूको केन्द्रबाट पनि अनुगमन हुने हुँदा जिल्लाका सञ्चारमाध्यमका हकमा समय फरक पारी अनुगमन गरिएको छ ।

- १) उज्यालो एफएम (काठमाडौं) बाट विहान ६:०० बजेदेखि ७:०० बजेसम्म प्रसारण हुने समाचारमूलक कार्यक्रम “कायाकैरन”, धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुरमा पनि सोही समयमा प्रसारण हुने भएकोले रेडियो जनकपुरको अनुगमन अवधि विहान ७:०० बजेदेखि ८:३० बजेसम्म कायम गरिएको छ ।
- २) निर्वाचन आयोगको विशेष अनुरोधमा रेडियो नेपालबाट बेलुका प्रसारण हुने समाचारमूलक प्रस्तुति “घटना र विचार” कार्यक्रम पनि अनुगमन गरिएकोले उक्त कार्यक्रमको प्रसारण अवधि बेलुका ७:२० देखि ७:४० सम्म हुने हुँदा रेडियो नेपाललाई बेलुकी ६:०० बजेदेखि ७:४५ सम्म अनुगमन गरिएको छ ।
- २.६ अनुगमन कार्यमा प्रयोग भएका उपकरणहरू



२.७ डाटाबेस सफ्टवेयर

प्रेस काउन्सिलले मिडिया अनुगमनका लागि दुई विधि अवलम्बन गरेको छ, वस्तुगत र विषयगत । वस्तुगत विधिबाट अनुगमन विश्लेषण गर्न काउन्सिलले संविधानसभा निर्वाचनको समयमा मिडिया मोनिटरिङ सफ्टवेयर निर्माण गरेको थियो । त्यसलाई नै परिमार्जन गरी उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा प्रयोग गरिएको छ । अनुगमनकर्ताहरूले वस्तुगत अनुगमन विधिद्वारा विश्लेषण गरिएको कच्चा डाटालाई यो सफ्टवेयरमार्फत् कम्प्युटरमा इन्ट्री गर्दछन् । यसरी इन्ट्री गरिएका डाटाहरू डाटाबेस सर्भरमा सुरक्षित रहन्छन् । प्रत्येक अनुगमनकर्ताको लागि छुट्टा छुट्टै USER ID र PASSWORD बनाइएको छ । अनुगमनकर्ताहरूले आफूले अनुगमन गरेको डाटालाई आफ्नो USER ID बाट कम्प्युटरमा इन्ट्री गर्दछन् । यो सफ्टवेयर नेटवर्कवेसमा भएकोले प्रयोगकर्ताले कुनैपनि कम्प्युटरमा बसी काम गर्न सक्दछन् । PASSWORD बिर्समा सूचना प्रविधि विज्ञको मद्दतबाट Passowrd परिवर्तन गर्न सकिन्छ । यो सफ्टवेयरको माध्यमबाट कुन मिडियाले कुन दललाई कति स्थान दियो, कति नकारात्मक/ सकारात्मक भनाइलाई स्थान दियो, कसलाई कति समय प्रत्यक्ष भनाई राख्ने मौका दियो भन्ने जस्ता विषयहरूको विश्लेषण गर्न सजिलो बनाएको छ ।



परिच्छेद ३
मिडिया अनुगमनका उपलब्धीहरू

३.१ विषयगत उपलब्धिहरू (Qualitative Findings)

३.१.१ अनुगमन गरिएका छापा संचारमाध्यमहरूको विस्तृत विवरण

उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा संचार माध्यमले आचारसंहिता पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्न अवलम्बन गरिएका मुख्य दुई विधिहरू (वस्तुगत र विषयगत) मध्ये विषयगत विधिबाट अनुगमन गर्न छनोटमा परेका वा नपरेका केही छापा संचारमाध्यमहरूको अनुगमनका क्रममा प्राप्त उपलब्धीहरू निम्नानुसार छन् :

तालिका : मिडिया अनुगमनका लागि छनोटमा परेका र नपरेका पत्रपत्रिकाहरूको संख्यात्मक विवरण

प्रकाशित स्थान	छनोटमा परेका पत्रिकाको संख्या		छनोटमा नपरेका पत्रिकाको संख्या		जम्मा प्रकाशित पत्रिकाको संख्या (दैनिक र साप्ताहिक)
	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	
काठमाडौंबाट (उपत्यका)	४	४	८	४१	२४२
उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाहरूबाट	१३	१२	२	१	८६

उपत्यकाबाट प्रकाशित ३१ दैनिक र २११ वटा साप्ताहिक गरी कुल २४२ पत्रिकाहरूमध्ये ४ दैनिक र ४ साप्ताहिक पत्रिकाहरूलाई छनोट संचार माध्यमको रूपमा अनुगमन गरिएको छ भने ४९ वटा (८ दैनिक र ४१ साप्ताहिक) पत्रिकाहरूलाई छनोटमा नपरेका संचार माध्यमको रूपमा अनुगमन गरिएको छ ।

त्यसैगरी उपनिर्वाचन क्षेत्रका पाँच जिल्लाबाट प्रकाशित कुल ८६ पत्रपत्रिकामध्ये २५ वटा (१३ दैनिक र १२ साप्ताहिक) पत्रपत्रिकाहरूलाई छनोट संचार माध्यमको रूपमा तथा २ दैनिक र १ साप्ताहिक पत्रिकालाई छनोटमा नपरेका संचार माध्यमको रूपमा अनुगमन गरिएको छ ।

प्रतिशतको आधारमा अध्ययन गर्दा काठमाडौं उपत्यकाबाट प्रकाशित कुल पत्रिकामध्ये छनोटमा परेका ३.३० प्रतिशत र छनोटमा नपरेका २०.२५ प्रतिशत पत्रिकाहरूको अनुगमन गरिएको छ । त्यसैगरी उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित कुल पत्रिकामध्ये २९.१० प्रतिशत छनोटमा परेका र ३.४९ प्रतिशत छनोटमा नपरेका पत्रिकाहरूको अनुगमन गरिएको छ ।

छनोटमा नपरे तापनि अनुगमन गरिएका पत्रिकाहरूको विस्तृत विवरण निम्नानुसार रहेको छ ।

क) काठमाडौं (उपत्यका) बाट प्रकाशित

दैनिक पत्रिकाहरू

क्र.सं.	दैनिक (अंग्रेजी भाषा)	क्र.सं.	दैनिक (नेपाली भाषा)
१)	द हिमालयन टाइम्स	१)	राजधानी दैनिक
२)	द काठमाण्डू पोष्ट	२)	हिमालय टाइम्स दैनिक
३)	द राइजिङ नेपाल	३)	जनदिशा दैनिक
		४)	अभियान टाइम्स दैनिक
		५)	नयाँ पत्रिका दैनिक

साप्ताहिक पत्रिकाहरू

क्र.सं.	साप्ताहिक पत्रिकाको नाम	क्र.सं.	साप्ताहिक पत्रिकाको नाम
१)	जनभावना साप्ताहिक	२१)	विश्व नेपाल साप्ताहिक
२)	जनप्रभाव साप्ताहिक	२२)	विश्वदीप साप्ताहिक
३)	जनधारणा साप्ताहिक	२३)	खानतलास राष्ट्रिय साप्ताहिक
४)	जनप्रहार साप्ताहिक	२४)	प्रकाश साप्ताहिक
५)	जनआस्था साप्ताहिक	२५)	अर्पण साप्ताहिक
६)	डेमोक्रेसी साप्ताहिक	२६)	साप्ताहिक विमर्श
७)	महिमा साप्ताहिक	२७)	धरहरा टाइम्स साप्ताहिक
८)	हिन्दू साप्ताहिक	२८)	दबाव साप्ताहिक
९)	टाइम्स अफ नेपाल साप्ताहिक	२९)	राष्ट्रियपथ साप्ताहिक
१०)	श्री रुपरेखा साप्ताहिक	३०)	दामन पोष्ट साप्ताहिक
११)	विश्वआवाज साप्ताहिक	३१)	सत्विचार राष्ट्रिय साप्ताहिक
१२)	पुनर्जागरण साप्ताहिक	३२)	साप्ताहिक जनसत्ता
१३)	चर्चा साप्ताहिक	३३)	जानकारी साप्ताहिक
१४)	नयाँ करेन्ट साप्ताहिक	३४)	सूर्योदय साप्ताहिक
१५)	नयाँ विकल्प साप्ताहिक	३५)	रोडम्याप साप्ताहिक
१६)	नयाँ विमर्श साप्ताहिक	३६)	लोकप्रवाह साप्ताहिक
१७)	हाम्रो आह्वान साप्ताहिक	३७)	साप्ताहिक जन्मभूमि
१८)	नवरस साप्ताहिक	३८)	स्वविवेक साप्ताहिक
१९)	छलफल साप्ताहिक	३९)	रहस्य साप्ताहिक
२०)	सत्याग्रह साप्ताहिक	४०)	ताजाखबर साप्ताहिक
		४१)	दिशानिर्देश साप्ताहिक

ख) उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित

क्र.सं.	धनुषा जिल्लाबाट	क्र.सं.	कंचनपुर जिल्लाबाट
१.	मिथिला एक्सप्रेस दैनिक	१.	फारवेष्ट टाइम्स दैनिक
		२.	सुदूरपश्चिम पोष्ट साप्ताहिक

३.१.२ आचारसंहिता उल्लंघन र कारबाही:

अनुगमनका क्रममा निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ को मर्म र भावना विपरित सामग्रीहरू प्रकाशन गरी केही पत्रपत्रिकाहरूले आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिएको छ। आचारसंहिता उल्लंघन गरेको भनी मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) द्वारा निर्वाचन आयोगलाई कारबाहीको लागि सिफारिश गरिएका पत्रिकाहरूको विवरण निम्नानुसार रहेको छ :

क) काठमाडौं (उपत्यका) बाट प्रकाशित दैनिक

क्र.सं.	छनोटमा नपरेको
१.	जनदिशा दैनिक

साप्ताहिक

क्र.सं.	छनोटमा परेका	क्र.सं.	छनोटमा नपरेका
१.	बुधवार साप्ताहिक	१.	महिमा साप्ताहिक
२.	देशान्तर साप्ताहिक	२.	पुनर्जागरण साप्ताहिक
३.	जनादेश साप्ताहिक	३.	प्रकाश साप्ताहिक
		४.	जनभावना साप्ताहिक
		५.	विशाल नेपाल साप्ताहिक

		६	डेमोक्रेसी साप्ताहिक
		७	रोडम्याप साप्ताहिक
		८	नयाँ विमर्श साप्ताहिक
		९	सत्विचार राष्ट्रिय साप्ताहिक
		१०	दिशा निर्देश साप्ताहिक
		११	श्री रुपरेखा साप्ताहिक
		१२	नयाँ विकल्प साप्ताहिक
		१३	सत्याग्रह साप्ताहिक
		१४	जनप्रभाव साप्ताहिक
		१५	अर्पण साप्ताहिक

ख) उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित (छनोटमा परेका)

दैनिक	साप्ताहिक
मोरङबाट क) जनविद्रोह (ख) उद्घोष	रोल्पाबाट क) रोल्पा समाचार
कास्कीबाट क) आदर्श समाज	
धनुषाबाट क) जनकपुर एक्सप्रेस, (ख) तराई टाइम्स	
कंचनपुरबाट क) जनक्रान्ति	

त्यस्तै, निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ र ६७ को मर्म र भावना विपरीत सामग्री प्रकाशन गरी आचारसंहिता उल्लंघन गरेकाले कारवाहीका निम्ति निर्वाचन आयोगसमक्ष सिफारिश गरिएका पत्रपत्रिकाहरु निम्नानुसार रहेका छन् :

काठमाडौँबाट प्रकाशित	उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्ला मोरङबाट प्रकाशित
साप्ताहिक (छनोटमा नपरेका)	दैनिक (छनोटमा परेका)
१) दबाव	१) जनविद्रोह
२) नयाँ विमर्श	
३) रोडम्याप	
४) छलफल	
५) साप्ताहिक जन्मभूमि	

एमएमपीले कारवाहीको लागि सिफारिश गरेपछि निर्वाचन आयोगले ध्यानाकर्षण र स्पष्टीकरण माग गरेका पत्रिकाहरुको विवरण निम्नानुसार छन् :

अ) ध्यानाकर्षण गराइएका पत्रिकाहरु

काठमाडौँबाट प्रकाशित (साप्ताहिक)		उपनिर्वाचन क्षेत्रहरुबाट प्रकाशित (दैनिक)
छनोटमा परेका	छनोटमा नपरेका	छनोटमा परेका
१) जनादेश	१) रोडम्याप	१) जनविद्रोह दैनिक- मोरङबाट
२) देशान्तर	२) अर्पण	२) जनक्रान्ति दैनिक-कंचनपुरबाट
३) बुधवार	३) जनप्रभाव	३) आदर्श समाज दैनिक-कास्कीबाट
	४) साप्ताहिक जन्मभूमि	
	५) दिशा निर्देश	
	६) छलफल	
	७) सत्विचार	

	८) दबाव	
	९) विशाल नेपाल	
	१०) नयाँ विमर्श	
	११) प्रकाश	
	१२) सत्याग्रह	
	१३) श्री रुपरेखा	
	१४) पुनर्जागरण	
	१५) महिमा	

आ) स्पष्टिकरण माग गरिएका पत्रिकाहरू

मोरङबाट प्रकाशित	काठमाडौँबाट प्रकाशित
छनोटमा परेका	छनोटमा नपरेका
१) जनविद्रोह दैनिक	१) रोडम्याप साप्ताहिक

काठमाडौँ उपत्यकाबाट प्रकाशित दैनिक पत्रिकाहरूमध्ये जनदिशा दैनिक (छनोटमा नपरेको) लाई संविधान सभा सदस्य उपनिर्वाचनको सन्दर्भमा अनुगमन गर्दा निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने गरी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको भनी एमएमपीले अनुगमन प्रतिवेदनमार्फत कारवाहीका लागि सिफारिश गरे तापनि सो छापा माध्यममाथि निर्वाचन आयोगबाट कुनै कारवाही भएको देखिएन। सोही दफा विपरीत आचरण गरी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको भनी अनुगमन छनोटमा परेका तीन र छनोटमा नपरेका १५ साप्ताहिक पत्रिकाहरूलाई प्रतिवेदनमार्फत् कारवाहीको लागि सिफारिश गरिएकोमा तीमध्ये छनोटमा नपरेका केही साप्ताहिक पत्रिकाहरू (डेमोक्रेसी, जनभावना र नयाँ विकल्प) लाई निर्वाचन आयोगले ध्यानाकर्षणसम्मको सामान्य कारवाही समेत गरेको देखिएन।

विषयगत विधिबाट अनुगमन गर्न छनोट गरिएका गोरखापत्र, कान्तिपुर, अन्नपूर्ण पोष्ट, समाचारपत्र दैनिक र 'नेपालीपत्र' साप्ताहिकले अनुगमनको क्रममा आचारसंहिता विपरीत हुने कुनै सामग्रीहरू प्रकाशित गरेको पाइएन।

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित दैनिक पत्रिकाहरूमध्ये अनुगमनका निम्ति छनोटमा परेका मोरङको जनविद्रोह र उद्घोष, कास्कीको आदर्श समाज, धनुषाको जनकपुर एक्सप्रेस र तराई टाइम्स, कंचनपुरको जनक्रान्ति र रोल्पाबाट प्रकाशित रोल्पा समाचार साप्ताहिकले समेत निर्वाचन आचार संहिताको परिच्छेद ४ को दफा ६७ विपरित हुने गरी सामग्री प्रकाशन गरेकोले कारवाहीको लागि सिफारिश गरिएकोमा मोरङबाट प्रकाशित जनविद्रोह दैनिकलाई मात्र प्रारम्भमा ध्यानाकर्षण गराइएको सो अटेर गरी बारम्बार दफा ६३ समेत आकर्षित हुने गरी आचारसंहिता उल्लंघन गरेकोले स्पष्टिकरण माग गरी कारवाही गरेको देखिन्छ भने अन्य पत्रिकाहरूको हकमा भने कुनै कारवाही भएको देखिएन। त्यसैगरी दफा ६३ र ६७ समेत आकर्षित हुने गरी आचारसंहिता उल्लंघन गर्ने काठमाडौँबाट प्रकाशित पाँच साप्ताहिक पत्रिकाहरू दबाव, नयाँ विमर्श, रोडम्याप, छलफल र साप्ताहिक जन्मभूमिमध्ये रोडम्याप साप्ताहिकसँग स्पष्टिकरण माग गरेको देखिन्छ भने अरु पत्रिकाहरूलाई सामान्य ध्यानाकर्षणको कारवाही गरेको देखिन्छ।

समग्रमा यो उपनिर्वाचनका क्रममा संचारमाध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गरेको/नगरेको सम्बन्धमा विषयगत विश्लेषण गरी उल्लंघनको आवृत्ति (Frequency) लाई हेर्दा मोरङबाट प्रकाशित जनविद्रोह दैनिकले सबैभन्दा बढी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिन्छ भने त्यसपछि क्रमशः काठमाडौँबाट प्रकाशित रोडम्याप र नयाँ विमर्श साप्ताहिकले उल्लंघन गरेको देखिएको छ।

तालिका : एमएमपीले कारवाहीको निम्ति सिफारिस गरेका र निर्वाचन आयोगद्वारा कारवाही गरिएका छाप्रा संचारमाध्यमहरुको संख्यात्मक विवरण

प्रकाशित स्थान	परिच्छेद ४ को दफा ६७ अन्तर्गत सिफारिश गरिएको				परिच्छेद ४ को दफा ६३ र ६७ अन्तर्गत सिफारिश गरिएको				ध्यानाकर्षण गराइएको				स्पष्टिकरण माग गरिएको			
	छनोटमा परेका		छनोटमा नपरेका		छनोटमा परेका		छनोटमा नपरेका		छनोटमा परेका		छनोटमा नपरेका		छनोटमा परेका		छनोटमा नपरेका	
	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक
काठमाडौं (उपत्यका)	—	३	१	१५	—	—	—	५	—	३	—	१५	—	—	—	१
मोरङ	२	—	—	—	१	—	—	—	१	—	—	—	१	—	—	—
कास्की	१	—	—	—	—	—	—	—	१	—	—	—	—	—	—	—
धनुषा	२	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
कंचनपुर	१	—	—	—	—	—	—	—	१	—	—	—	—	—	—	—
रोल्पा	—	१	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
जम्मा	६	४	१	१५	१	—	—	५	३	३	—	१५	१	—	—	१

काठमाडौं उपत्यकाबाट प्रकाशित कुल पत्रिकाहरूमध्ये ७९० प्रतिशत पत्रिकाले निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ उल्लंघन गरेको पाइयो। तीमध्ये ०.४१ प्रतिशत छनोटमा नपरेका दैनिक पत्रिका हुन्। ६.२० प्रतिशत छनोटमा नपरेका र १.२४ प्रतिशत छनोटमा परेका साप्ताहिक पत्रिकाहरू हुन्।

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित कुल पत्रिकाहरूमध्ये छनोटमा परेका ८.१४ प्रतिशत पत्रिकाहरूले आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिन्छ। जसमध्ये ६.९८ प्रतिशत दैनिक र १.१६ प्रतिशत साप्ताहिक पत्रिकाहरू रहेका छन्।

त्यसैगरी निर्वाचन आचारसंहिताको परिच्छेद ४ को दुवै दफा ६३ र ६७ उल्लंघन गर्ने पत्रिका ६.९८ प्रतिशत रहेको छ। जसमध्ये ५.८१ प्रतिशत काठमाडौं (उपत्यका) बाट प्रकाशित छनोटमा नपरेका साप्ताहिक छनोटमा नपरेका पत्रिकाहरू रहेका छन् भने १.१६ प्रतिशत मोरङ जिल्लाबाट प्रकाशित छनोट परेका दैनिक पत्रिका रहेका छन्।

माथिको तथ्यांकलाई विश्लेषण गर्दा छनोटमा नपरेका काठमाडौं (उपत्यका) का साप्ताहिक पत्रिका र उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाका छनोटमा परेका दैनिक पत्रिकाहरूले बढी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिन्छ।

कारवाहीको पक्षलाई विश्लेषण गर्ने हो भने काठमाडौं (उपत्यका) र उपनिर्वाचन भएका जिल्लाबाट प्रकाशित कुल २९ पत्रिकाहरूलाई एमएमपीले कारवाहीका लागि सिफारिश गरेपनि निर्वाचन आयोगले २१ वटा अर्थात् ७२.४१ प्रतिशत पत्रिकाहरूलाई मात्र कारवाही गरेको देखिन्छ। तीमध्ये काठमाडौंका छनोटमा परेका १०.३४ प्रतिशत र छनोटमा नपरेका ५१.७२ प्रतिशत साप्ताहिक पत्रिकाहरू रहेका छन् भने बाँकी १०.३४ प्रतिशत उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट छनोटमा परेका दैनिक पत्रिकाहरू रहेका छन्। काठमाडौं (उपत्यका) का छनोटमा नपरेका र मोरङका छनोटमा परेका गरी कुल ६.९० प्रतिशत पत्रिकाहरूसँग निर्वाचन आयोगले स्पष्टिकरण माग गरेको पाइयो। उपरोक्त तथ्यांकलाई हेर्दा निर्वाचन आयोगद्वारा आचारसंहिता अनुगमनपछि संचार माध्यमलाई गरिने कारवाही सन्तोषजनक देखिदैन। स्पष्टिकरण माग गरिएका काठमाडौंबाट प्रकाशित रोडम्याप साप्ताहिक र मोरङबाट प्रकाशित जनविद्रोह दैनिक दुवै पत्रिकाहरूले निर्वाचन आयोगको स्पष्टिकरण माग प्रति जवाफदेही रहेको पाइएन। त्यसपछिको अवस्थामा निर्वाचन आयोग पनि मौन रहेको देखिन्छ। आचारसंहिता उल्लंघनलाई न्यून गर्न निर्वाचन आयोगले उल्लंघनको संवेदनशीलतालाई हेरी प्रभावकारीपूर्ण कारवाहीको नीति अवलम्बन गर्नुपर्ने देखिन्छ।

३.१.३ मत आह्वानसम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सम्बन्धमा

निर्वाचन आयोगद्वारा जारी गरिएको आमसंचार माध्यमको लागि निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ मा मत आह्वानसम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनको विषयमा स्पष्ट उल्लेख भएको पाइदैन। केवल अनुसूची १ को क्र.सं. ८ मा निर्वाचन प्रचारप्रसारअन्तर्गत रु. २५ हजारसम्म खर्च गर्न पाइने सीमा तोकिएको छ। आचारसंहितामा मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका विषयमा कुनै स्पष्ट मापदण्ड निर्धारण नगरिएकाले यस सन्दर्भमा संचारमाध्यमहरूले आचारसंहिता उल्लंघन गरे नगरेको स्पष्ट व्याख्या गर्न सकिने अवस्था देखिदैन। अतः यस विषयमा के कसो गर्नु पर्ने हो भनी एमएमपीले निर्वाचन आयोगसँग परामर्श गर्दा 'संचारमाध्यमहरूले सो विषयमा जे जस्तो सामग्रीहरू सम्प्रेषण गर्छन्, हुबहु प्रतिवेदनमार्फत जानकारी गराउनु; निर्वाचन आयोग आफैले आवश्यक निर्णय लिनेछ' भनी निर्देशन प्राप्त भएकाले सोहीबमोजिम प्रतिवेदनमार्फत जानकारी गराइएको छ।

उपनिर्वाचनको सन्दर्भमा मिडिया अनुगमन समयावधिभर पत्रपत्रिकामा प्रकाशित भएको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनको समग्र विश्लेषण गर्दा देहायबमोजिमको जानकारी पाइयो।

उपत्यकाबाट मिडिया अनुगमनका लागि छनोटमा परेका र नपरेका कुनै पनि छापा संचारमाध्यमहरूमा मत आह्वानसम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका कुनै सामग्रीहरू प्रकाशित भएको पाइएन। उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाहरूमध्ये धनुषा र कंचनपुरका छनोटमा परेका र नपरेका केही छापा माध्यमहरूले मात्र सो सम्बन्धमा सामग्रीहरू प्रकाशन गरेको पाइयो।

तालिका : मत आह्वानसम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशन गर्ने पत्रिकाहरूको संख्यात्मक विवरण

प्रकाशित स्थान	छनोटमा परेका		छनोटमा नपरेका		जम्मा
	दैनिक	साप्ताहिक	दैनिक	साप्ताहिक	
काठमाडौं (उपत्यका)					
धनुषा	२	-	१	-	३
कंचनपुर	३	-	१	१	५
जम्मा	५	-	२	१	८

तालिका : अनुगमनका दौरान छापा संचारमाध्यमहरूमा पाइएको सशुल्क मत आह्वानको विज्ञापन विवरण

जिल्लाहरू	व्यक्ति सम्बोधन तर्फ					दल सम्बोधनतर्फ							
	रघुवीर महासेठ (नेकपा एमाले)	डा. चन्द्रमोहन यादव (ने.का.)	अब्दुल कैयम शाह (ने.प.द.)	सीयाराम राय यादव (म.ज.अ.फो)	हरिष ठकुल्ला ए. नेकपा (माओवादी)	नेपाली कांग्रेस	नेकपा एमाले	नेकपा माले	राप्रपा	राप्रपा नेपाल	मधेशी जनअधिकार फोरम	नेपाल परिवार दल	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी
छनौटमा परेका													
धनुषाबाट प्रकाशित													
जनकपुर एक्सप्रेस दैनिक	√ (४.५ सेमी X २५ सेमी)		√ (८ सेमी X १२ सेमी)	√			√					√	√
जनकपुर टुडे दैनिक	√	√	√			√	√					√	√
छनौटमा नपरेका													
मिथिला एक्सप्रेस दैनिक	√ (४ सेमी X १६ सेमी)												
कंचनपुरबाट प्रकाशित													
छनौटमा परेका													
जनक्रान्ति दैनिक					√								
पश्चिम नेपाल दैनिक						√	√			√	√		
अभियान दैनिक						√	√		√	√			
छनौटमा नपरेका													
फारवेष्ट टाइम्स दैनिक						√							√
सुदूरपश्चिम पोष्ट साप्ताहिक						√	√	√	√				
जम्मा	३	१	२	१	१	५	५	१	२	२	३	२	१

नोट : '√' चिह्नको अर्थ मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको भन्ने बुझिन्छ ।

क) धनुषा जिल्ला

धनुषा जिल्लाबाट छनोटमा परेको जनकपुर एक्सप्रेस दैनिकले व्यक्ति सम्बोधनतर्फ नेकपा एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठको (४.५ सेमी X २५ सेमी बराबरको क्षेत्रफलमा) र नेपाल परिवार दलका उम्मेदवार अब्दुल कैयम शाहको (८ सेमी X १२ सेमी बराबरको क्षेत्रफलमा) मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखिन्छ। त्यसैगरी मधेशी जनअधिकार फोरमका उम्मेदवार सीयाराम राय यादवको पनि मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखिन्छ। पार्टी सम्बोधनतर्फ नेकपा एमाले, मधेशी जनअधिकार फोरम र नेपाल परिवार दलको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखिएको छ।

अनुगमन छनोटमा परेको सोही जिल्लाको अर्को पत्रिका जनकपुर टुडे दैनिकले पनि व्यक्ति सम्बोधनतर्फ नेपाल परिवार दलका उम्मेदवार अब्दुल कैयम शाह, नेपाली कांग्रेसका डा. चन्द्रमोहन यादव र नेकपा एमालेका रघुवीर महासेठको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखिएको छ भने पार्टी सम्बोधनतर्फ नेपाली कांग्रेस, नेकपा एमाले, मधेशी जनअधिकार फोरम र नेपाल परिवार दलको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखिएको छ।

छनोटमा नपरेको धनुषाकै अर्को पत्रिका मिथिला एक्सप्रेस दैनिकलेसमेत ४ सेमी X १६ सेमी बराबरको क्षेत्रफलमा नेकपा एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गरेको देखियो।

ख) कंचनपुर जिल्ला

अनुगमनका लागि छनोट गरिएका कंचनपुर जिल्लाका तीनवटै छापा संचारमाध्यमले मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रकाशन गरेको देखिएको छ। जसमध्ये जनक्रान्ति दैनिकले व्यक्ति सम्बोधनतर्फ एकीकृत नेकपा (माओवादी)का उम्मेदवार हरिष ठकुल्ला (कमल क्षेत्री) को मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन सामग्री प्रकाशित गरेको छ। बाँकी दुई छापामाध्यमहरू पश्चिम नेपाल दैनिक र अभियान दैनिकले पार्टी विशेषको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रकाशित गरेका छन्। पश्चिम नेपाल दैनिकले नेकपा (एमाले), नेपाली कांग्रेस, राप्रपा नेपाल र मधेशी जनअधिकार फोरमको र अभियान दैनिकले नेपाली कांग्रेस, नेकपा एमाले, राप्रपा र राप्रपा नेपालको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रकाशित गरेको देखिएको छ। पश्चिम नेपाल दैनिकले त आचार संहिता विपरित नेपाली कांग्रेसको चुनावी सभामा भाग लिन आह्वान गरिएको सूचनासमेत प्रकाशित गरेको देखिएको छ।

अनुगमन छनोटमा नपरेको फारवेष्ट टाइम्स दैनिकले नेपाली कांग्रेस र राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीको; सुदूरपश्चिम पोष्ट साप्ताहिकले नेपाली कांग्रेस, नेकपा एमाले, नेकपा (माले) र राप्रपाको मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू सम्प्रेषण गरेको छ।

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित पत्रिकाहरूमध्ये धनुषा र कंचनपुरका ९.३० प्रतिशत पत्रिकाले मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रकाशित गरेको देखिन्छ। जसमध्ये ८.१४ प्रतिशत दैनिक र १.१६ प्रतिशत साप्ताहिक पत्रपत्रिकाहरू रहेका छन्।

अनुगमनका सन्दर्भमा उपनिर्वाचन क्षेत्र र उपत्यकाबाट छनोटमा परेका सबै छापा संचारमाध्यमहरूमध्ये १५.२० प्रतिशतले मात्र यस्ता सामग्रीहरू प्रकाशित गरेको पाइएको छ। ती सबै दैनिक पत्रिकाहरू हुन्।

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रकाशित भई छनोटमा परेका छापामाध्यमहरूलाई मात्र आधार बनाई विश्लेषण गर्ने हो भने सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गर्ने पत्रिकाहरूको संख्या २० प्रतिशत मात्र रहेको छ र ती सबै दैनिक छन्।

माथिको तथ्यांकलाई मनन गर्दा उपनिर्वाचनको क्रममा संचारमाध्यमहरूमा मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रशस्त प्रकाशित भएको भन्न सकिने अवस्था नपाइए पनि साप्ताहिकको तुलनामा दैनिक पत्रिकाहरूमा सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू बढी प्रकाशित भएको देखिन्छ।

व्यक्तितर्फ सबैभन्दा बढी स-शुल्क विज्ञापन प्रकाशित गर्ने उम्मेदवारका रूपमा नेकपा एमालेका रघुवीर महासेठ रहेका छन्। दलतर्फ सबैभन्दा धेरै सशुल्क विज्ञापन प्रकाशित गर्नेमा दुई ठूला राजनीतिक दलहरू नेपाली कांग्रेस र नेकपा एमालेको नै वर्चस्व रहेको देखिन्छ। अर्को ठूलो दल एकीकृत नेकपा (माओवादी) ले भने निर्वाचनका सन्दर्भमा मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापनहरू प्रकाशित गरेको पाइएन। साथै यस दलका उम्मेदवारहरूले निर्वाचनका सन्दर्भमा मत आह्वान सम्बन्धी सशुल्क विज्ञापन अन्य दलको तुलनामा कमै प्रकाशित गरेको देखिएको छ। यस बाहेक अन्य केही मभौला राजनीतिक दलहरूका सशुल्क विज्ञापनबाहेक साना राजनीतिक दलहरूका सशुल्क विज्ञापनहरू यो उपनिर्वाचनमा प्रकाशित भएको देखिएन।

३.२ वस्तुगत उपलब्धिहरू (Qualitative Findings)

२०६५ चैत २८ गते सम्पन्न संविधानसभा सदस्य उपनिर्वाचनको सन्दर्भमा विद्युतीय तथा छापा संचारमाध्यमहरूले निर्वाचन आयोगद्वारा जारी गरेको निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ पालना गरे नगरेको अनुगमन गर्न उपनिर्वाचन क्षेत्रका सम्बन्धित जिल्ला र काठमाडौं (उपत्यका) बाट प्रकाशित र प्रसारित संचार माध्यमहरूमध्ये ५४ वटा संचारमाध्यमहरूलाई छनोट गरी अनुगमन गरिएको छ। छनोटमा परेका बाहेक ४९ वटा दैनिक र साप्ताहिक पत्रिकाहरू पनि अनुगमन गरिएको छ।

छनोटमा परेका २१ वटा विद्युतीय संचारमाध्यमहरूको वस्तुगत र विषयगत दुवै विधि (Monitoring Method) बाट अनुगमन गरिएको छ। शुरुमा चैत ६ देखि २८ गतेसम्म जम्मा २३ दिन मात्र अनुगमन गर्ने भनिएको भए तापनि काठमाडौं (उपत्यका) का विद्युतीय सञ्चार माध्यमको निर्वाचन परिणामको मिति अर्थात् चैत २९ गते बेलुकीसम्म र उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाका विद्युतीय सञ्चार माध्यमको चैत २९ गते बिहानसम्म प्रसारित सामग्रीहरूलाई रेकर्ड गरी अनुगमन गरिएको छ।

प्रारम्भमा काठमाडौं (उपत्यका) र उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाका सञ्चारमाध्यममध्ये टेलिभिजनको बेलुका ६ देखि ८:३० बजेसम्म दैनिक २.३० घण्टा; रेडियो/एफएमको बिहान ६.०० देखि ७:३० बजेसम्म १ घण्टा ३० मिनेट र बेलुकी ६.०० देखि ७:३० बजेसम्म १ घण्टा ३० मिनेट गरी जम्मा ३ घण्टा प्रसारित सामग्रीहरू अनुगमन गर्ने भनिए तापनि टेलिभिजनको हकमा निर्धारित समयवधिपछि पनि सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रसारण भएको पाइएकाले चैत १५ देखि चैत २९ गतेसम्म अनुगमन अवधि ३० मिनेट थप गरी बेलुकी ६:०० देखि ९:०० बजेसम्म कायम गरिएको छ। त्यसैगरी रेडियो नेपालको हकमा पनि चैत १५ देखि चैत २९ गतेसम्म १५ मिनेट समय थप गरी बेलुकी ६:०० बजेदेखि ७:४५ बजेसम्म प्रसारण भएका सामग्रीहरूलाई अनुगमन गरिएको छ।

यसरी चैत ६ देखि २९ गतेसम्म विद्युतीय सञ्चारमाध्यमबाट (छनोटमा परेका) कूल अनुगमन अवधि १४१२ घण्टा १५ मिनेटमध्ये २७ घण्टा १९ मिनेट अवधिका सामग्रीहरू विविध प्राविधिक समस्याका कारण अनुगमनकर्ताहरूले अनुगमन गर्न सकेनन्। बाँकी समयमध्ये ४५ घण्टा २५ मिनेट अर्थात् ३.२२ प्रतिशत बराबरका सामग्रीहरूमात्र सान्दर्भिक भएकाले ती सामग्रीहरूलाई वस्तुगत विश्लेषण फाराम (Quantitative Analysis Form) मा कोडिङ गरी कम्प्युटरमा अद्यावधिक गरिएको छ र सो बाहेकको अन्य समयमा सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रसारण नभएको पाइयो। अनुगमनका क्रममा उत्पन्न प्राविधिक समस्याहरू निम्नानुसार रहेको पाइयो।

एफएम स्टेशन	मिति	समयावधि	कारण
मोरङबाट			
बिराट एफएम	चैत ६	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	एफएम स्टेशन मै खराबी
	चैत ७	बिहान ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	"
		बेलुकी ६:००-६:४४ = ४४ मिनेट	"
	चैत ९	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	"
	चैत १८	बिहान ६:२०-७:०० = ४० मिनेट	फ्रिक्वेन्सी जुधी रेकर्ड गरिएको सामग्री स्पष्ट नबुझिएकोले
सप्तकोशी एफएम	चैत २०	बिहान ६:१५-७:०० = ४५ मिनेट	एफएम स्टेशनमै खराबी
	चैत २५	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	क्यासेट प्लेयरमा समस्या
	चैत २७	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	एफएम स्टेशनमै खराबी
स्काई एफएम	चैत २२	बेलुकी ६:१०-६:३० = २० मिनेट	फ्रिक्वेन्सी जुधी रेकर्ड गरिएको सामग्री स्पष्ट नबुझिएकोले
	चैत २५	बेलुकी ६:००-६:२० = २० मिनेट	क्यासेट प्लेयरमा खराबी
	चैत २६	बिहान ६:०५-६:२० = १५ मिनेट	फ्रिक्वेन्सी जुधी रेकर्ड गरिएको सामग्री स्पष्ट नबुझिएकोले
पपुलर एफएम	चैत १०	बिहान र बेलुकी ६:००-७:३० = (१ घण्टा ३० मिनेट X २) ३ घण्टा	विद्युत आपूर्ति अवरुद्ध तथा स्टेशनको जेनेरेटर खराबी भई प्रसारण नभएकोले

	चैत १६	बिहान ६:००-६:३५ = ३५ मिनेट	विद्युत आपूर्ति नभई प्रसारण अवरुद्ध भएकोले
धनुषा			
रेडियो मिथिला	चैत २६	बेलुकी ७:१५-७:३० = १५ मि.	रेकर्ड गरिएको सामग्री स्पष्ट नबुझिएकोले
	चैत २७	बेलुकी ६:५५-७:१० = १५ मिनेट बेलुकी ७:१०-७:४५ = ३५ मिनेट	क्यासेट प्लेयर बिग्रिएकोले रेकर्ड गरिएको सामग्री स्पष्ट नबुझिएकोले
कास्की			
रेडियो गण्डकी	चैत ८	बिहान ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट बेलुकी ६:००-७:३० बजेसम्म = १ घण्टा ३० मि.	क्यासेट प्लेयर बिग्रिएकोले सामग्री रेकर्ड नभएको
	चैत १२	बिहान ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	सामग्री रेकर्ड नभएको "
बाराही एफएम	चैत २८	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	रेकर्डिङमा खराबी
रोल्पा			
रेडियो रोल्पा	चैत ८	बिहान ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट बेलुकी ६:३० -७:३० = १ घण्टा	विद्युत आपूर्ति नभई प्रसारण नभएको
	चैत १४	बेलुकी ६:००-७:३० = १ घण्टा ३० मिनेट	"
जम्मा		२७ घण्टा १९ मिनेट	

३.२.१. अनुगमन अवधि

काठमाडौंमा : चैत ६ गते बिहानदेखि २९ गते बेलुकीसम्म प्रशारित सामग्रीहरु

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाहरुमा : चैत ६ गते बिहानदेखि चैत २९ गते बिहानसम्म प्रशारित सामग्रीहरु

अनुगमन समय

प्रसारण स्थान	टेलिभिजन	रेडियो/एफएम
काठमाडौंमा	चैत ६-चैत १४	चैत ६-चैत २९
	३ घण्टा ३० मिनेट X ९ दिन = २७ घण्टा ३० मिनेट	३ घ X २४ दिन = ७२ घ X ४ संचार माध्यम = २८८ घण्टा (१)
	चैत १५-चैत २९	चैत ६-चैत १४
	३ घण्टा X १५ दिन = ४५ घण्टा जम्मा = ६७ घण्टा ३ मि. X ३ वटा संचारमाध्यम = २०२ घण्टा ३० मिनेट (४)	रेडियो नेपाल : ३ घण्टा X ९ दिन = २७ घण्टा
		चैत १५-चैत २९
		३ घण्टा १५ मिनेट X १५ दिन = ४८ घण्टा ४५ मिनेट जम्मा = ७५ घण्टा ४५ मिनेट (२)
		(१) +(२) = ३६३ घण्टा ४५ मिनेट (३)
उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाहरुमा		
		३ घण्टा X २३ दिन = ६९ घण्टा

चैत ६-चैत २८ बेलुकीसम्म		(३) +(४)+(५) = १४१२ घण्टा १५ मिनेट
चैत २९ गते बिहान	१ घण्टा ३० मिनेट ७० घ. ३० मि. X १२ संचारमाध्यमहरु = ८४६ घण्टा (५)	

३.२.२ परिवर्तित अनुगमन समयावधि र संचारमाध्यमहरु

उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाबाट प्रशारित केही संचारमाध्यमहरुमा अनुगमनका लागि निर्धारण गरिएको समयावधिभित्र आवश्यक सान्दर्भिक सामग्रीहरु प्रसारण नभएकाले ती संचारमाध्यमहरुको अनुगमन समयावधि परिवर्तन गरिएको छ ।

संचारमाध्यम	पहिलेको समय	परिवर्तित समय
पपुलर एफएम		
चैत २२ देखि	बिहान ६:००-७:३०	बिहान ८:००-९:३०
रेडियो जनकपुर		
चैत १२-चैत १३	बिहान ६:००-७:३०	बिहान ७:००-८:३०
चैत १४-चैत २९	बिहान ७:००-८:३०	बिहान ६:३०-८:००
रेडियो जनकपुर टुडे		
चैत २५-चैत २९	बेलुकी ६:००-७:३०	बेलुकी ६:३०-८:००

मोरङ जिल्लाबाट प्रशारित पपुलर एफएममा पूर्व निर्धारित अनुगमन समयमा सान्दर्भिक सामग्रीहरु प्रसारण नभएकाले चैत २३ गतेदेखि समय परिवर्तन गरी बिहान ८:००-९:३० कायम गरियो । धनुषाबाट प्रशारण हुने रेडियो जनकपुरले बिहान ६:०० देखि ७:०० बजेसम्म काठमाडौंबाट प्रशारित उज्यालो एफएमको समाचारमूलक कार्यक्रम कायाकैरन प्रसारण गर्ने भएकाले उक्त समयलाई परिवर्तन गरी ७:०० देखि ८:३० बजे कायम गरियो । तथापि चैत १२ र १३ गते परिवर्तित समयावधिमा प्रशारण भएका सामग्रीहरु अनुगमन गर्दा ८:०० बजेपछि कुनै सान्दर्भिक सामग्री प्रसारण नभएको पाइएकाले पुनः चैत १४ गतेदेखि समय परिवर्तन गरी बिहान ६:३० देखि ८:०० बजेसम्म अनुगमन समय कायम गरियो । त्यसैगरी धनुषाबाटै प्रशारण हुने अर्को विद्युतीय संचारमाध्यम रेडियो जनकपुर टुडेमा ६:०० देखि ६:३० बजेसम्मको समयमा सान्दर्भिक सामग्री प्रसारण नभएकाले चैत २५ गतेदेखि सो समयलाई परिवर्तन गरी ६:३० देखि ८:०० बजेसम्म कायम गरियो ।

विद्युत आपूर्तिमा अनियमितता र सातदोवाबाटोस्थित टावरमा खराबीका कारण अनुगमन अवधिभर परीक्षण प्रसारणमा रहेको रोल्पा जिल्लाको रेडियो जलजलाबाट प्रशारण भएका सामग्रीहरु अनुगमन गर्न सकिएन । चैत ६ गते बिहानदेखि नै छनोट संचारमाध्यमहरुबाट प्रशारित सान्दर्भिक सामग्रीहरु रेकर्ड र अनुगमन गर्ने योजना रहेको भए तापनि पुनर्ताजगी तालिममा भाग लिन आएका अनुगमनकर्ताहरु लामो यात्राका कारण निर्धारित समयमा सम्बन्धित क्षेत्रमा पुग्न नसकेका कारण रोल्पा र कंचनपुरका संचारमाध्यमहरुको अनुगमन चैत ७ गतेदेखि मात्र सुरु गरिएको छ । धनुषा जिल्लाको रेडियो मिथिला र कास्की जिल्लाको गण्डकी एफएमको भने चैत ६ गते बिहानदेखि नै सान्दर्भिक सामग्रीहरु रेकर्ड र अनुगमन गरिएको छ ।

छापा संचारमाध्यम तर्फ बजारमा पत्रिका सहज रूपमा उपलब्ध नभएका कारण अनुगमन अवधिभर मोरङको साप्ताहिक आवाज पत्रिकाको सट्टा दृष्टान्त साप्ताहिक र धनुषाको युगपुकार साप्ताहिकको सट्टा लोकपुकार साप्ताहिक अनुगमन गरियो । त्यसैगरी छनोटमा परेको धनुषाको जनकपुर दैनिकको प्रकाशन बन्द भएकाले सोको सट्टा जनकपुर एक्सप्रेस दैनिकलाई अनुगमन गरिएको छ ।

३.२.३ प्रस्तुति समय (Time)

तालिका : तीन ठूला राजनीतिक दल र अन्य समूहहरुले पाएको प्रस्तुति समय

राजनीतिक दल/समूह	प्रस्तुति समय
एकीकृत नेकपा (माओवादी)	१२:४५:४८
नेकपा एमाले	११:३५:१३
नेपाली कांग्रेस	८:१४:१२

निर्वाचन आयोग	६:०८:३९
मधेशवादी दलहरु	३:३९:४६
राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी, राप्रपा र राप्रपा नेपाल	१:१४:४२
अन्य वामघटक दलहरु	०:४३:५७
अन्य साना राजनीतिक दलहरु	०:३९:३६
दलित पार्टीहरु	०:१५:२२
स्वतन्त्र उम्मेदवारहरु	०:०७:४९

छनोटमा परेका सबै विद्युतीय संचार माध्यमहरुलाई अनुगमन गरी कम्प्युटरमा अद्यावधिक गरिएको लगभग ४५ घण्टाको सान्दर्भिक सामग्रीहरुको तथ्यांकलाई विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा बढी समय लगभग १२ घण्टा ४५ मिनेटको प्रस्तुति एकीकृत नेकपा (माओवादी) ले पाएको देखिन्छ। जसमध्ये ८.६९ प्रतिशत नकारात्मक र २.५७ सकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। त्यसपछि दोस्रोमा नेकपा एमालेका लागि लगभग ११ घण्टा ३५ मिनेट र तेस्रोमा नेपाली कांग्रेसको लागि ८ घण्टा १४ मिनेटको समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ। यी दुवै राजनीतिक दललाई संचारमाध्यमहरुले प्रस्तुति अवधिभर लगभग समान रूपमा ३ प्रतिशत सकारात्मक र ४.५ प्रतिशत नकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिएको छ। निर्वाचन आयोग र उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुहरुको प्रस्तुतिमा ६ घण्टा ८ मिनेटको समय खर्चेको देखिन्छ। जसमध्ये ०.१६ प्रतिशत समय नकारात्मक शैलीको टिप्पणीमा खर्चेको पाइएको छ। माथि उल्लेखित तथ्यांकलाई हेर्दा विगतको संविधानसभा सदस्य निर्वाचनमाभै यो उपनिर्वाचनमा पनि तिन ठूला राजनीतिक दलहरुले नै संचारमाध्यमहरुमा प्रमुखता पाएको देखिन्छ। उपनिर्वाचनको दौरान निर्वाचनसँग सम्बन्धित जानकारीमूलक सूचना, जनचेतनामूलक कार्यक्रम, मतदाता शिक्षा आदिभन्दा राजनीतिसँग सम्बन्धित गतिविधिहरुले बढी स्थान पाएको देखिएको छ।

उपनिर्वाचनमा भाग लिएका मधेससँग आवद्ध चार राजनीतिक दलहरु (नेपाल सद्भावना पार्टी, तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टी, मधेशी जनअधिकार फोरम र सद्भावना पार्टी) को लागि लगभग ३ घण्टा ३९ मिनेट समय खर्चेको देखिएको छ। त्यसपछिको बढी समय तीन राजनीतिक दलहरु (राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी, राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी र राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी नेपाल) ले लगभग १ घण्टा १४ मिनेट पाएको देखिन्छ। त्यसैगरी, वामघटक चार राजनीतिक दलले लगभग ४४ मिनेट, ९ वटा साना राजनीतिक दलहरुले ३९ मिनेट, दलित तथा जनजाति एवं पिछडिएका वर्गको २ पार्टीले १५ मिनेट र स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले लगभग ८ मिनेट बराबरको समय संचारमाध्यमहरुमा पाएको देखिन्छ।

३.२.३.१ संचारमाध्यमगत विश्लेषण

अनुगमन छनोटमा परेका विद्युतीय संचारमाध्यमहरुको किसिमगत विश्लेषण निम्नानुसार रहेको छ।

क) टेलिभिजन

अनुगमन छनोटमा परेका सरकारी (नेपाल टेलिभिजन) लगायत अन्य दुई टेलिभिजनहरुले निर्वाचनका सन्दर्भमा सान्दर्भिक सामग्रीको प्रशारणमा खर्चेको लगभग ६ घण्टाको प्रस्तुतिलाई विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा बढी समय लगभग २ घण्टा एकीकृत नेकपा माओवादीलाई उपलब्ध गराएको देखिएको छ। त्यसपछि क्रमशः नेकपा एमालेलाई १ घण्टा ३२ मिनेट र नेपाली कांग्रेसलाई १ घण्टाको समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ। प्रस्तुतिको शैलीलाई विश्लेषण गर्दा एकीकृत नेकपा माओवादीलाई सबैभन्दा बढी लगभग ६ प्रतिशत र नेकपा एमालेलाई ०.८७ प्रतिशत नकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। नेपाली कांग्रेस र निर्वाचन आयोगलाई नकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिएन। निर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा लगभग १ घण्टा समय खर्चेको देखिन्छ।

मधेशवादी दुई दलहरु मधेशी जनअधिकार फोरम र तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टीले लगभग ९ मिनेट समय बराबरको प्रस्तुति पाएको देखिन्छ। दुई वाम घटक र चार साना राजनीतिक दलहरुले छनोटमा परेका टेलिभिजनहरुमा १ मिनेटभन्दा कम समय पाएको देखिन्छ। अन्य ६ साना राजनीतिक दलहरुले मिडिया अनुगमन अवधिभर छनोटमा परेका टेलिभिजनहरुमा कुनै प्रस्तुति पाएको देखिएन। स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले पनि १८ सेकेन्डको मात्र प्रस्तुति पाएको देखिन्छ। अनुगमन गरिएको एक मात्र सरकारी संचारमाध्यम नेपाल टेलिभिजनले लगभग १ घण्टा ४९ मिनेट समय बराबरको सान्दर्भिक सामग्रीहरु प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। सो प्रस्तुति अवधिमा सबैभन्दा बढी समय एकीकृत नेकपा (माओवादी) को लागि लगभग ३४ मिनेट उपलब्ध गराएको देखिएको छ। जसमध्ये लगभग ९ प्रतिशत नकारात्मक शैलीको प्रस्तुति रहेको छ। त्यसपछिको सबभन्दा बढी समय नेकपा

एमाले र नेपाली कांग्रेसका लागि क्रमशः लगभग ३२ मिनेट र १७ मिनेट खर्चेको देखिन्छ। उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा लगभग १५ मिनेट खर्चेको देखिएको छ। स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूसहित १० मन्थौला र ४ साना पार्टीहरूले १ मिनेटभन्दा कम समय पाएको देखिन्छ। अन्य ६ साना दलहरूले भने अनुगमन अवधिभर नेपाल टेलिभिजनमा कुनै स्थान पाएको देखिदैन। अनुगमनका लागि छनोट गरिएका अन्य दुई टेलिभिजनहरूको तथ्यांकसहितको विस्तृत विवरण छुट्टै तथ्यांक तालिकामा प्रस्तुति गरिएको छ।

ख) रेडियो/एफएम

अनुगमनका लागि छनोट गरिएका विद्युतीय माध्यम रेडियो/एफएमहरूमध्ये काठमाडौं जिल्लाका ५ र उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट १३ गरी जम्मा १८ वटा संचारमाध्यमहरूले मिडिया अनुगमन अवधिभरि लगभग ३९ घण्टा २६ मिनेट समय बराबरको सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। जसमध्ये काठमाडौंबाट प्रसारित संचारमाध्यमहरूले लगभग १० घण्टा र उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट बाँकी २९ घण्टा २६ मिनेट बराबरको सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। समग्रमा सबै रेडियो एफएमहरूको प्रस्तुतिलाई विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा बढी समय एकीकृत नेकपा (माओवादी)को लागि १० घण्टा ४४ मिनेट त्यसपछि क्रमशः नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसको लागि १० घण्टा २ मिनेट र ७ घण्टा १२ मिनेट समय खर्चेको देखियो। जसमध्ये एकीकृत नेकपा (माओवादी)को बारेमा ९.३५ प्रतिशत नकारात्मक शैलीको प्रस्तुति दिएको देखिन्छ भने नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेस दुवैलाई लगभग ५ प्रतिशत बराबर नकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। सकारात्मक शैलीमा सबैभन्दा बढी लगभग ४ प्रतिशत नेकपा (एमाले) लाई उपलब्ध गराएको देखियो।

त्यसपछिको प्रस्तुतिमा उपनिर्वाचन सम्बन्धित विषयवस्तुले लगभग ५ घण्टा १७ मिनेट समय पाएको देखिन्छ। समग्र रेडियो र टेलिभिजनहरूको प्रस्तुतिमा निर्वाचन आयोगसहित प्रमुख तीन ठूला दलहरूको प्रस्तुतिको अवस्था उस्तै देखिए पनि रेडियो/एफएमहरूले उपनिर्वाचनमा भाग लिएका सम्पूर्ण २५ राजनीतिक दलहरूमध्ये सबै मन्थौला र साना राजनीतिक दलहरूलाई थोरै भए पनि आफ्नो प्रस्तुतिमा समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ। मधेशवादी दुई दलहरू तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टी र मधेशी जनअधिकार फोरमबाहेक बाँकी सबै मन्थौला र केही साना दलहरूले १ घण्टा भन्दा कम समय पाएको देखिन्छ। जसमध्ये ५ साना राजनीतिक दलहरूलाई आफ्नो प्रस्तुतिमा १ मिनेटभन्दा कम समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ। स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूले समग्र छनोट गरिएको रेडियो/एफएमको प्रस्तुतिमा ७ मिनेट ३१ सेकेन्ड प्रस्तुति पाएको देखियो।

अनुगमन गरिएका सबै रेडियो र एफएमहरू र सरकारी संचारमाध्यम रेडियो नेपालले मात्र निर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुलाई प्रस्तुत गरी सबैभन्दा बढी समय लगभग १ घण्टा २५ मिनेट समय खर्चेको देखिन्छ। त्यसपछिको प्रस्तुतिमा नेकपा (एमाले), एकीकृत नेकपा (माओवादी) र नेपाली कांग्रेसका लागि क्रमशः ३५ मिनेट, ३० मिनेट र २० मिनेट समय खर्चेको पाइयो। रेडियो नेपालले पनि मधेशवादी दुई दलहरू तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टी र मधेशी जनअधिकार फोरमबाहेकका अन्य मन्थौला र केही साना दलहरूको लागि १ मिनेट भन्दा कम समय खर्चेको देखिन्छ। अन्य ६ वटा साना दलहरूलाई भने उक्त संचारमाध्यमले प्रसारित सान्दर्भिक प्रस्तुतिमा कुनै समय उपलब्ध गराएको पाइएन। स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूलाई मात्र १२ सेकेन्डको सान्दर्भिक प्रस्तुति दिएको देखिन्छ। रेडियो नेपालले नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसका बारेमा लगभग १ प्रतिशतको न्यून नकारात्मक शैलीको प्रस्तुत दिएको देखिन्छ भने एकीकृत नेकपा (माओवादी)को सम्बन्धमा कुनै नकारात्मक टिप्पणी गरेको देखिन्न।

उप-निर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट छनोटमा परेका १२ वटा रेडियो/एफ.एम बाट प्रसारित अनुगमन अवधिको सान्दर्भिक सामग्रीलाई विश्लेषण गर्दा धनुषा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो मिथिलाले सबैभन्दा बढी समय नेकपा एमालेलाई ३१ मिनेट, रेडियो जनकपुर टुडोले नेपाली कांग्रेसलाई १ घण्टा १७ मिनेट र कञ्चनपुरबाट प्रसारित रेडियो महाकालीले नेकपा एमालेलाई ३३ मिनेटको सान्दर्भिक प्रस्तुति दिएको देखिन्छ। सो बाहेक १० वटा रेडियो/एफ.एमले ए.नेकपा (माओवादी)लाई सबैभन्दा बढी समय उपलब्ध गराई प्रस्तुति दिएको देखिन्छ।

मोरङबाट छनोट गरिएका चार वटै संचार माध्यमहरू र रोल्पाको रेडियो रोल्पाले सबैभन्दा बढी समय ए.नेकपा माओवादी, त्यसपछि नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसका लागि सान्दर्भिक सामग्री प्रस्तुति गर्न खर्चेको देखिन्छ। चौथो बढी समय उप-निर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुहरूको प्रस्तुतिमा खर्चेको देखियो।

धनुषाबाट प्रसारित रेडियो जनकपुर, कास्कीबाट प्रसारित रेडियो गण्डकी र बाराही एफ.एमले पनि तीन ठूला दलहरू ए.नेकपा माओवादी, नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसलाई आफ्नो प्रस्तुतिमा पहिलो, दोश्रो र तेश्रो बढी समय उपलब्ध गराएको देखियो।

मोरङबाट प्रसारित स्काई एफ.एमले उप-निर्वाचनमा भाग लिएका २५ राजनीतिक दलहरू मध्ये सबैभन्दा बढी २३ राजनीतिक दलहरूको विषयवस्तुहरू समेटेर सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ भने त्यसपछि क्रमशः सोही जिल्लाका अर्को संचारमाध्यम सप्तकोशीले २२ राजनीतिक दलहरू र कास्कीको बाराही एफ.एमले

२१ राजनीतिक दलहरूलाई समेटेर सान्दर्भिक विषयवस्तु प्रस्तुत गरेको पाइयो । सबैभन्दा कम ९ वटा राजनीतिक दलहरू समेटेर धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुरले सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ ।

धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुर टुडेले अनुगमन अवधिभर सबैभन्दा बढी समय ४ घण्टा २९ मिनेट अनुगमनसँग सम्बन्धित सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ । त्यसपछि क्रमशः मोरङको स्काई एफएमले ३ घण्टा ५७ मिनेट र कास्कीको बाराही एफएमले ३ घण्टा ५३ मिनेट सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको पाइयो ।

सबैभन्दा कम धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुरले २९ मिनेटको सान्दर्भिक सामग्री प्रस्तुत गरेको पाइयो । सबैभन्दा बढी नकारात्मक शैलीको प्रस्तुति मोरङ जिल्लाको पपुलर एफएमले र एकीकृत नेकपा माओवादीसँग सम्बन्धित सान्दर्भिक विषयवस्तुमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ उक्त रेडियोले एकीकृत माओवादीबारे ३४ प्रतिशत नकारात्मक प्रस्तुति गरेको पाइयो । सबैभन्दा बढी ५५ प्रतिशत सकारात्मक शैलीको प्रस्तुति धनुषाबाट प्रसारित रेडियो मिथिलाले नेकपा एमालेको विषयवस्तु प्रस्तुतिमा खर्चेको देखिन्छ ।

३.२.३.२ निर्वाचन आयोगको सम्बन्धमा

तालिका : सञ्चारमाध्यमहरूले उपनिर्वाचनको विषयमा खर्चेको प्रस्तुति समय

टेलिभिजन	समय	रेडियो एफएम	समय	कुल जम्मा
काठमाडौँबाट		काठमाडौँबाट		
नेपाल टेलिभिजन	०:१४:५४	रेडियो नेपाल	१:२४:४१	
कान्तिपुर टेलिभिजन	०:२१:५९	कान्तिपुर एफएम	०:३९:४६	
एभिन्यूज टेलिभिजन	०:१४:५९	उज्यालो एफएम	०:०३:३६	
		नेपाल एफएम	०:०९:२३	
		इमेज एफएम	०:०८:१०	
	उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट			
		स्काई एफएम	०:१८:३५	
		विराट एफएम	०:१२:०४	
		सप्तकोशी एफएम	०:०७:३५	
		पपुलर एफएम	०:०३:३०	
		रेडियो जनकपुर	०:०३:४०	
		रेडियो मिथिला	०:१७:३३	
		रेडियो जनकपुर टुडे	०:५७:३८	
		गण्डकी एफएम	०:००:०६	
		बाराही एफएम	०:०६:०८	
		रेडियो रोल्पा	०:१७:०५	
		रेडियो महाकाली एफएम	०:०९:०२	
		शुक्लाफाँटा	०:१८:१५	
जम्मा	०:५१:५२		५:१६:४७	६:०८:३९

निर्वाचन आयोग र उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा अनुगमनका लागि छनौट गरिएका टेलिभिजनहरूले समग्रमा लगभग ५२ मिनेट र रेडियो एफएमले ५ घण्टा १५ मिनेट गरी जम्मा ६ घण्टा ८ मिनेट समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ ।

अनुगमन छनौटमा परेका टेलिभिजनहरूमध्ये कान्तिपुर टेलिभिजनले सबैभन्दा बढी समय लगभग २२ मिनेट उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुहरूको प्रस्तुतिमा खर्चेको देखिन्छ । सरकारी माध्यम नेपाल टेलिभिजनले उक्त विषय प्रस्तुतिको लागि लगभग १५ मिनेट समय उपलब्ध गराएको देखियो । काठमाडौँबाट प्रसारित अर्को सरकारी माध्यम रेडियो नेपालले सबैभन्दा बढी १ घण्टा २४ मिनेट समय बराबरको उपनिर्वाचन विषयमा सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ । उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट प्रसारित छनौटमा परेका रेडियो/एफएममध्ये उपनिर्वाचनको सन्दर्भमा सबैभन्दा बढी समय ५७ मिनेटको सान्दर्भिक सामग्री धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुर टुडेले प्रस्तुत गरेको देखिन्छ । उक्त विषयकै प्रस्तुति दोस्रो र तेस्रो बढी समय क्रमशः

मोरङ जिल्लाको स्काई एफएमले १८ मिनेट ३५ सेकेन्ड र कंचनपुरको शुक्लाफाँटा एफएमले १८ मिनेट १५ सेकेन्ड समय खर्चेको पाइयो। उप निर्वाचनको विषयमा सबैभन्दा कम समय काठमाडौं जिल्लाबाट प्रसारित संचार माध्यममध्ये उज्यालो एफएमले ३ मिनेट ३६ सेकेन्ड र उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाबाट पपुलर एफएमले ३ मिनेट ३० सेकेन्ड समय खर्चेको देखिन्छ।

निर्वाचन आयोग र उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुमा समग्र छनौट गरिएका विद्युतीय संचारमाध्यमहरूले १९ प्रतिशत सकारात्मक शैली र ०.१६ प्रतिशत नकारात्मक शैलीमा टीकाटिप्पणीहरू गरेको देखिन्छ। जसमध्ये टेलिभिजनहरूले उक्त सन्दर्भमा कुनै नकारात्मक प्रस्तुति दिएको देखिदैन भने रेडियो एफएमको विश्लेषित तथ्यांकलाई हेर्दा ०.१९ प्रतिशत नकारात्मक टिप्पणीहरू गरेको पाइयो। संचारगत रूपमा विश्लेषण गर्दा धनुषा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो जनकपुर टुडोले मात्र २.४४ प्रतिशत नकारात्मक शैलीमा उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयमा प्रस्तुति प्रसारण गरेको देखिन्छ। काठमाडौंबाट प्रसारित टेलिभिजनहरूमध्ये कान्तिपुर टेलिभिजनले निर्वाचन अयोग र सोसँग सम्बन्धित विषयहरूमा सबैभन्दा बढी ९ प्रतिशत सकारात्मक शैलीको प्रस्तुति दिएको देखिन्छ। रेडियो एफएमहरूमध्ये सबैभन्दा बढी १४.२९ प्रतिशत उज्यालो एफएमले प्रस्तुत गरेको देखियो। उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो/एफएममध्ये रेडियो रोल्पाले उक्त विषयमा सबैभन्दा बढी लगभग ८५ प्रतिशत सकारात्मक शैलीको सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रसारण गरेको देखिन्छ।

तालिका : अनुगमन गरिएका टेलिभिजनहरूले आयुक्तहरूलाई उपलब्ध गराएको प्रस्तुति समय

आयुक्तहरू	नेपाल टेलिभिजन	कान्तिपुर टेलिभिजन	एभिन्यूज टेलिभिजन	जम्मा
प्रमुख निर्वाचन आयुक्त भोजराज पोखरेल	०:०३:०९	०:०२:५३	०:०२:१४	०:०८:१६
आयुक्त नीलकण्ठ उप्रेति	०:००:०९	०:००:२७	०:००:१२	०:००:४८
आयुक्त अयोधीप्रसाद यादव	०:००:०६	०:००:०६	-	०:००:१२
निर्वाचन आयोग	०:११:३०	०:१८:३३	०:१२:३३	०:४२:३६

काठमाडौंबाट प्रसारित अनुगमनका लागि छनौट गरिएका टेलिभिजनहरूले निर्वाचन आयोग र उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा उपलब्ध गराएको ५१ मिनेट ५२ सेकेन्ड समयमध्ये ९ मिनेट १६ सेकेन्ड निर्वाचन आयोगका प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेलसहित थप दुई आयुक्तहरूलाई र ४६ मिनेट ३६ सेकेन्ड निर्वाचन आयोगलाई सम्बोधन गरी उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। समग्रमा सबैभन्दा बढी समय प्रमुख निर्वाचन आयुक्त भोजराज पोखरेललाई सम्बोधन गरी ८ मिनेट १६ सेकेन्डको प्रस्तुति दिएको देखिन्छ। संचारगत विश्लेषण गर्दा आयुक्तहरूमध्ये निज प्रमुख आयुक्तलाई नै सम्बोधन गरी नेपाल टेलिभिजनले सबैभन्दा बढी समय ३ मिनेट ९ सेकेन्डको प्रस्तुति प्रसारण गरेको देखिन्छ भने नेपाल टेलिभिजन र कान्तिपुर टेलिभिजनले सबैभन्दा कम ६ सेकेन्ड आयुक्त अयोधीप्रसाद यादवलाई सम्बोधन गरी उपनिर्वाचन विषयमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। नेपाल टेलिभिजनले प्रमुख निर्वाचन आयुक्त भोजराज पोखरेललाई सम्बोधन गरी सबैभन्दा बढी ३३ प्रतिशत उपनिर्वाचनका विषयवस्तुमा सकारात्मक शैलीको प्रस्तुति दिएको देखिन्छ भने कुनै पनि टेलिभिजनले कुनै आयुक्तहरूलाई आफ्नो प्रस्तुतिमा नकारात्मक शैलीमा टिप्पणी गरेको पाइएन।

तालिका : अनुगमन गरिएका रेडियो/एफएमले आयुक्तहरूलाई उपलब्ध गराएको प्रस्तुति समय

रेडियो/एफएम	प्र. आ. भोजराज पोखरेल	आ. नीलकण्ठ उप्रेति	आ. अयोधीप्रसाद यादव	आ. दोलखवहादुर गुरुङ	निर्वाचन आयोग
रेडियो नेपाल	०:१०:३३	०:०१:३३			१:१२:३५
कान्तिपुर एफएम	०:००:३९		०:००:१५	०:२१:५०	०:१७:०२
उज्यालो एफएम	०:००:१८				०:०३:१८
नेपाल एफएम	०:००:३०	०:००:०९			०:०८:४४
इमेज एफएम	०:०२:२३	०:००:२८			०:०५:१९
उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट					
स्काई एफएम	०:०१:१०	०:०१:३६	०:००:०९		०:१५:४०
विराट एफएम	०:००:५७		०:००:०३		०:११:०४
सप्तकोशी	०:००:३१	०:००:०६	०:००:०९		०:०६:४९

एफएम					
पपुलर एफएम	०:००:४२				०:०२:४८
रेडियो जनकपुर	०:००:३६				०:०३:०४
रेडियो जनकपुर टुडे					०:५७:३८
रेडियो मिथिला	०:००:३५				०:१६:५८
गण्डकी एफएम					०:००:०६
बाराही एफएम		०:००:४५			०:०५:२३
रेडियो रोल्पा	०:०४:३३				०:१२:३२
रेडियो महाकाली	०:००:१२	०:०२:२५	०:००:०६		०:०६:१९
सुक्लाफाँटा एफएम		०:००:३०			०:१७:४५
	०:२३:३९	०:०७:३२	०:००:४२	०:२१:५०	४:२३:०४

छनोटमा परेका रेडियो/एफएमहरूको समग्र प्रस्तुतिलाई विश्लेषण गर्दा सबैभन्दा बढी समय २३ मिनेट ३९ सेकेन्ड प्रमुख निर्वाचन आयुक्त भोजराज पोखरेललाई सम्बोधन गरी उपनिर्वाचनसम्बन्धी विषयवस्तु प्रस्तुत गरेको देखिएको छ। त्यसपछिको दोस्रो बढी समय आयुक्त दोलखवहादुर गुरुङका लागि २१ मिनेट ५० सेकेन्ड समय खर्चेको देखिन्छ। काठमाडौँबाट प्रसारित छनोट गरिएका रेडियो/एफएममध्ये कान्तिपुर एफएमले आयुक्त दोलखवहादुर गुरुङलाई सम्बोधन गरी सबैभन्दा बढी २१ मिनेट ५० सेकेन्डको समय उपनिर्वाचन विषयको प्रस्तुतिमा खर्चेको देखिन्छ। सरकारी संचारमाध्यम रेडियो नेपालले निर्वाचन प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेललाई सम्बोधन गरी त्यसपछिको बढी समय १० मिनेट ३३ सेकेन्ड दिएको देखियो। सबैभन्दा कम ९ सेकेन्डको प्रस्तुति नेपाल एफएमले आयुक्त निलकण्ठ उप्रेतिलाई सम्बोधन गरी प्रस्तुत गरेको पाइयो।

उप-निर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूमा अनुगमन गरिएका रेडियो/एफ.एम मध्ये रोल्पा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो रोल्पाले प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेललाई सम्बोधन गरी सबैभन्दा बढी ४ मि.३३ सेकेण्ड समय उप-निर्वाचन विषय वस्तुको प्रस्तुतीमा खर्चेको देखिन्छ। सबैभन्दा कम ३ सेकेण्ड समय आयुक्त अयोधी प्र. यादवसँग सम्बन्धित विषय प्रस्तुत गर्न मोरङबाट प्रसारित विराट एफ.एमले उपलब्ध गराएको देखियो। रेडियो जनकपुर टुडे र गण्डकी एफ.एमले आयुक्तहरूलाई सम्बोधन गरी निर्वाचनको विषयमा सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिएन। निर्वाचन आयोगलाई सम्बोधन गरी सबैभन्दा बढी १ घण्टा १२ मिनेट र सबैभन्दा कम ६ सेकेण्ड क्रमशः रेडियो नेपाल र गण्डकी एफ.एमले उप-निर्वाचन विषयका सामग्रीहरू सम्प्रेषण गर्न समय उपलब्ध गराएको पाइयो। अनुगमन गरिएका कुनैपनि रेडियो/एफ.एमहरूले निर्वाचन आयोगको प्र.आयुक्त लगायत आयुक्तहरूलाई सम्बोधन गरी उप-निर्वाचनका विषयहरूमा नकारात्मक टिप्पणी गरेको पाइँदैन भने कान्तिपुर एफ.एम र रेडियो महाकालीले क्रमशः आयुक्त द्वय अयोधी प्र. यादव र दोलखवहादुर गुरुङलाई सम्बोधन गरी शत प्रतिशत सकारात्मक शैलीमा निर्वाचन सामग्रीहरू प्रसारण गरेको पाइएको छ। नेपाल एफ.एम र रेडियो जनकपुरले पनि प्र.आयुक्त भोजराज पोखरेललाई उद्दृत गर्दै शत प्रतिशत सकारात्मक शैलीको प्रस्तुति सम्प्रेषण गरेको देखियो। निर्वाचन आयोगलाई उद्दृत गर्दै रेडियो रोल्पाले मात्र निर्वाचन विषयको प्रस्तुतिमा शत प्रतिशत सकारात्मक टिप्पणी गरेको पाइएको छ भने रेडियो जनकपुर टुडेले मात्र सोही विषयमा २.४४ प्रतिशत नकारात्मक टिप्पणी गरेको देखिन्छ।

३.२.३.२. उम्मेदवारहरूको सम्बन्धमा

क) राजनितिक दलका उम्मेदवारहरू

चैत्र २८ मा सम्पन्न उप-निर्वाचनमा पाँच जिल्लाका ६ उप-निर्वाचन क्षेत्रहरूबाट जम्मा १३९ जना उम्मेदवारहरूले प्रत्यक्ष प्रणाली (FPTP) अन्तर्गत चुनावी प्रतिस्पर्धामा भाग लिएका थिए। जसमध्ये ८५ जना विभिन्न २५ वटा राजनीतिक दलहरूका तर्फबाट र ५४ जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरू थिए। अनुगमन गरिएका विद्युतीय सञ्चार माध्यमहरूले अनुगमनका दौरान ८५ राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलाई आफ्नो प्रस्तुतिमा उपलब्ध गराएका समय तालिका निम्नानुसार रहेको छ।

ए.नेकपा (माओवादी)

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
विजय कुमार विश्वास	०:०२:३३
हरिश ठकुल्ला	०:२८:०१
कृष्ण ब. गुरुङ्ग	०:०५:३५
महादेव यादव	०:०४:१६
सन्तोष कुमार बुढामगर	०:०१:२४
शिवकुमार मण्डल	०:०३:०६

नेकपा एमाले

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
विनोद प्र. ढकाल	०:०१:५२
हरि प्र. घर्ती	०:०१:०३
जिवन घिमिरे	०:०१:२१
निरुदेवी पाल	०:२३:१०
रघुविर महासेठ	०:२३:११
सालीग्राम पौडेल	०:२:१२

नेपाली कांग्रेस

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
दिपक गुरुङ्ग	०:०९:४५
डा.चन्द्र मोहन यादव	०:०८:३०
डा.शेखर कोइराला	०:०५:४०
गंगारा डांगी	०:००:५४
जगन्नाथ सिंह	०:०१:०३
यज्ञराज जोशी	०:०४:२३

राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
देवीका देवी भट्ट	०:०१:१९
नोखी राम नेपाली	०:००:०६

राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
दलविर पुन	०:००:०९
नन्द व. गुरुङ्ग	०:१५:१८
राजेन्द्र प्र. शाह	०:००:०६
सरस्वती खरेल	०:००:०६
शेर ब. चन्द	०:०५:४८

राष्ट्रिय जनमोर्चा

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
हरि प्र. बराल	०:००:४८
जय ब. मल्ल	०:००:३०

चुरे भवर राष्ट्रिय एकता पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
डा.सुबोध कुमार पोखरेल	०:०४:५०
धनश्याम टंडन क्षेत्री	०:००:०९

मधेशी जनअधिकार फोरम

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
चुमनारायण खडर	०:०२:२१
हरिराम दमाई	०:०९:०१
जयराम यादव	०:०९:५४
सीयाराम यादव	०:०२:१६

नेकपा (माले)

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
दानबहादुर घर्ती क्षेत्री	०:००:१८
कलसादेवी महारा	०:०६:५५
सन्तोष शाह	०:०६:२५

नेकपा (एकीकृत)

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
नरवीर पुनः	०:००:०६

नेकपा (संयुक्त)

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
तुलसी देवी थामी	०:०१:४०

नेकपा जनभावना पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
कमलसिंह खड्का	०:०१:०४

नेमकिपा

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
बिना हुमागाई	०:००:०६

नेपाल परिवार दल

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
अब्दुल कयुम सा फकिर	०:०३:५४
ध्रुव प्र. लामिछाने	०:००:०६
राधिकाकुमारी भट्ट	०:००:०९
शिवचन्द्र न्यौपाने	०:१५:००
तीर्थराज गिरी	०:००:१८

सदभावना पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
दीपक औगी	०:००:०६
प्रीतम मुखिया	०:००:०६

राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
नन्दबहादुर घर्तीमगर	०:००:०९
रवीन्द्रबहादुर सुनार	०:११:३५

रा.प्र.पा. नेपाल

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
बनेशलाल राजवंशी	०:००:०६
दशरथ जोशी	०:०६:५१
कैलास गुरुङ	०:०२:५६

तमलोपा पार्टी

उम्मेदवारहरु	प्रस्तुति समय
हरिनारायण शाह	०:००:१२
श्रीकृष्ण यादव	०:१२:३९
उमेश गिरी	०:००:३०

तालिका : दश उत्कृष्ट प्रस्तुति समय पाएका राजनीतिक दलर उम्मेदवारहरु

क्र.सं.	उम्मेदवार	राजनीतिक पार्टी	प्रस्तुति समय
१.	रघुवीर महासेठ	नेकपा एमाले	०:३३:११
२.	हरिश ठकुरा	ए. नेकपा (माओवादी)	०:२८:०१
३.	नीरुदेवी पाल	नेकपा एमाले	०:२३:१०
४.	नन्दबहादुर गुरुङ	राप्रपा	०:१५:१८
५.	शिवचन्द्र न्यौपाने	नेपाल परिवार दल	०:१५:००
६.	श्रीकृष्ण यादव	तमलोपा	०:१२:३९
७.	रवीन्द्रबहादुर सुनार	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	०:११:३५
८.	जयराम यादव	मधेशी जनअधिकार फोरम	०:०९:५४
९.	दीपक गुरुङ	नेपाली कांग्रेस	०:०९:४५
१०.	हरिराम दमाई	मधेशी जनअधिकार फोरम	०:०९:०१

तालिका : प्रस्तुति समयावधि र उम्मेदवारहरुको संख्या

समय	उम्मेदवार संख्या
१० मिनेट-३५ मिनेट	७
५ मिनेट-९:५९ मिनेट	१०
१ मिनेट-४:५९ मिनेट	१८
९ सेकेन्ड - ५९ सेकेन्ड	११
छ सेकेन्ड	९
३ सेकेन्ड	१४
समय नपाउने	१६
	जम्मा ८५

अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचार माध्यमहरूले उपनिर्वाचनमा भाग लिएका २५ राजनीतिक दलहरूमध्ये १८ राजनीतिक दलहरूको उम्मेदवारहरूलाई अनुगमनका दौरान आफ्नो प्रस्तुतिमा समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ भने बाँकी ७ वटा साना राजनीतिक दलहरूका १६ जना उम्मेदवारहरूलाई सम्बोधन गरी कुनै सान्दर्भिक सामग्रीहरू सम्प्रेषण गरेको पाइएन। उपनिर्वाचनमा भाग लिएका १० वटा साना राजनीतिक दलहरूमध्ये ३ वटा राजनीतिक दलहरू चुरेभावर राष्ट्रिय एकता पार्टीका २, नेपाल परिवार दलका ५ र राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका २ जना गरी ९ जना उम्मेदवारहरूले विद्युतीय संचार माध्यमको प्रस्तुतिमा समय पाएको देखियो। सबैभन्दा बढी समय ३३ मिनेट ११ सेकेन्ड धनुषा क्षेत्र नं. ५ नेकपा एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठलाई उपलब्ध गराएको देखिन्छ। त्यसपछि दोस्रो र तेस्रोमा क्रमशः कंचनपुर क्षेत्र नं ४ एकीकृत नेकपा माओवादीका उम्मेदवार हरिश ठकुल्लालाई लगभग २८ मिनेट र सोही क्षेत्रका नेकपा एमालेका उम्मेदवार निरुदेवी पाललाई २३ मिनेट १० सेकेन्ड समय उपलब्ध गराइ सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको पाइयो। तीन ठूला राजनीतिक दलहरूमध्ये नेपाली कांग्रेस कास्की क्षेत्र नं. १ का उम्मेदवार दीपकबहादुर गुरुडलाई ९ मिनेट ४५ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको देखियो। यो उपनिर्वाचनमा दुई साना दलहरू नेपाल परिवार दल र राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका उम्मेदवारहरू क्रमशः शिवचन्द्र न्यौपाने पाँचौ स्थानमा रही १५ मिनेट र रविन्द्र सुनारले सातौ स्थानमा रही ११ मिनेट ३५ सेकेन्ड समय पाएको देखिन्छ। संचार अनुगमन अवधिमा सबैभन्दा कम ३ सेकेन्डको प्रस्तुति १४ जना उम्मेदवारहरूले पाएको देखिन्छ। सबैभन्दा लामो अवधि १० देखि ३५ मिनेटको प्रस्तुति पाउने ७ जना उम्मेदवारहरू छन् भने सबैभन्दा बढी १८ जना उम्मेदवारहरूले पाएको समयावधि १ मिनेटदेखि ४:५९ मिनेटको रहेको देखिन्छ। उपरोक्त समग्र तथ्याङ्कलाई अध्ययन गर्दा यो उपनिर्वाचनमा पनि विगतको संविधानसभा सदस्य निर्वाचनमा भन्दा तीन ठूला राजनीतिक दलहरू एकीकृत नेकपा माओवादी), नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसकै वर्चस्व रहेको देखिन्छ। त्यसपछि केही मधौला पार्टीहरूले विद्युतीय संचारमाध्यमहरूको प्रस्तुतिमा स्थान पाएको देखिन्छ भने साना राजनीतिक दलहरूले यो उपनिर्वाचनमा पनि सान्दर्भिक सामग्रीहरूको प्रस्तुतिमा खासै स्थान पाएको देखिएन।

ख) स्वतन्त्र उम्मेदवार

तालिका : स्वतन्त्र उम्मेदवार र उनीहरूले संचारमाध्यममा पाएको प्रस्तुति समय

उम्मेदवारहरू	प्रस्तुति समय
देवु यादव	०:००:५०
प्रमोदकुमार शाह	०:००:४७
कमलबहादुर बुढा मगर	०:०२:१८
चन्द्रमोहन यादव	०:००:२९
धर्मेन्द्र कुमार राय	०:००:०६
विजया कामत	०:००:१८
सन्तबहादुर घिसिङ	०:००:१५
कृष्णचन्द्र ढुंगाना	०:००:०६
वामदेव आचार्य	०:००:०६
उत्तम बस्नेत	०:००:१२
महेन्द्र यादव	०:००:४३
गुप्तलाल मण्डल	०:००:०३
मो. हविव शाह	०:००:०६
अरुणसिंह राजपुत	०:००:०३
उज्ज्वल प्र. यादव	०:००:०९
कमल मण्डल खट्टे	०:००:०३
गणेश यादव	०:००:०३
कमलदेव यादव	०:००:०३
चन्द्रदेव राउत कुर्मी	०:००:०३
नन्दकिशोर यादव	०:००:०३
प्रकाश मिश्र	०:००:०३
विजयकुमार यादव	०:००:०३
विलासदास तत्मा	०:००:०३
महेन्द्र मुखिया	०:००:०३

रहमनतुल्लाह ख्वादी	०:००:०३
रामचन्द्र यादव	०:००:०३
रामनरेश सिंह राजपुत	०:००:०३
सफि अहमद रैन	०:००:०३
शिवचन्द्र मण्डल	०:००:०३
त्रिलोकनन्द भा	०:००:०३
कानुलाल चौधरी	०:००:१२
कृष्णप्रसाद ढुंगाना	०:००:०६
जुमेश्वर मलाह	०:००:०३
राकेश शर्मा	०:००:०६

तालिका : दश उत्कृष्ट प्रस्तुति समय पाएका स्वतन्त्र उम्मेदवारहरु

कमलबहादुर बुढा मगर	०:०२:१८
छेबु यादव	०:००:५०
प्रमोदकुमार साह	०:००:४७
महेन्द्र यादव	०:००:४३
चन्द्रमोहन यादव	०:००:२९
विजया कामत	०:००:१८
सन्तबहादुर घिसिङ	०:००:१५
उत्तम बस्नेत	०:००:१२
कनुलाल चौधरी	०:००:१२
इन्दल प्रसाद यादव	०:००:०९

तालिका : प्रस्तुति समयावधि र स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुको संख्या

प्रस्तुति समयावधि	संख्या
९ सेकेन्ड-२ मिनेट २० सेकेन्ड	१०
६ सेकेन्ड	६
३ सेकेन्ड	१८
प्रस्तुति समय नपाएको	२०
जम्मा	५४

पाँच जिल्लाका ६ वटै उपनिर्वाचन क्षेत्रबाट उपनिर्वाचनमा भाग लिएका ५४ स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुमध्ये सबैभन्दा बढी समय रोल्पा क्षेत्र नं. २ का स्वतन्त्र उम्मेदवार कमलबहादुर बुढामगरले अनुगमन गरिएको विद्युतीय संचारमाध्यममा समग्र २ मिनेट १८ सेकेन्ड प्रस्तुति पाएको देखिन्छ। त्यसपछिको दोस्रो र तेस्रो बढी प्रस्तुति क्रमशः धनुषा क्षेत्र नं. ५ का स्वतन्त्र उम्मेदवार छेबु यादवले ५० सेकेन्ड र सोही क्षेत्रका अर्को स्वतन्त्र प्रमोदकुमार साहले ४७ सेकेन्डको प्रस्तुति पाएको देखियो। सबैभन्दा बढी ९ सेकेन्डदेखि २ मिनेट २० सेकेन्डको प्रस्तुति अवधिमा १० जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले समय पाएको देखिन्छ भने सबैभन्दा बढी १८ जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले सबैभन्दा कम ३ सेकेन्डको सान्दर्भिक सामग्री प्रस्तुतिमा समय पाएको देखियो। सबै उपनिर्वाचन क्षेत्रका २० जना स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले अनुगमन गरिएको २० वटा विद्युतीय संचारमाध्यमहरुमा कुनै समय पाएको देखिँदैन। उपरोक्त तथ्यांकहरुलाई अध्ययन गर्दा स्वतन्त्र उम्मेदवारहरुले संचार माध्यमहरुमा पाउने प्रस्तुति साना राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरुले पाउने प्रस्तुति भन्दा पनि न्यून देखिन्छ।

३.२.४ प्रत्यक्ष भनाई (Direct Speech)

प्रत्यक्ष भनाई भन्नाले मिडिया अनुगमन सन्दर्भका सान्दर्भिक पात्रहरुजस्तै उपनिर्वाचनमा लिएका २५ राजनीतिक दलका ८५ उम्मेदवारहरु, ५४ स्वतन्त्र उम्मेदवारहरु र निर्वाचन आयोगका प्रमुख आयुक्तसहितका आयुक्तहरुको प्रत्यक्ष आवाजसहितको प्रस्तुति भन्ने बुझिन्छ। दल वा संस्थागतरूपमा हेर्दा समग्रमा प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचारमाध्यमहरुले सबैभन्दा बढी समय लगभग १ घण्टा १३ मिनेट अर्थात् प्रत्यक्ष भनाईमा खर्चेको समयको अलभग ५० प्रतिशत निर्वाचन आयोगलाई दिएको देखिन्छ। २५ राजनीतिक दलहरुमध्ये ४८ प्रतिशत अर्थात् १२ वटा राजनीतिक दलहरुलाई मात्र संचारमाध्यमहरुले प्रत्यक्ष भनाई

राख्ने अवसर दिएको देखिन्छ। सबैभन्दा बढी प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरूलाई लगभग २३ मिनेट समय उपलब्ध गराएको देखियो। सबैभन्दा कम ४१ सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाईको प्रस्तुति साना दलमध्ये राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका उम्मेदवारहरूलाई दिएको देखिन्छ भने सो पछिमात्र स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूलाई मात्र ३४ सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर उपलब्ध गराएको देखियो। तीन ठूला राजनीतिक दलहरूमध्ये नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारहरूले क्रमशः १० मिनेट ९ सेकेन्ड र ४ मिनेट ३२ सेकेन्ड संचारमाध्यमहरूमा प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर पाएको देखिन्छ। यो उपनिर्वाचनको दौरान साना दल नेपाल परिवार दलका उम्मेदवारहरूले भने चौथो बढी समय अर्थात् १२ मिनेट २२ सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर पाएको देखियो। उपनिर्वाचनमा भाग लिएका १० साना राजनीतिक दलहरूमध्ये बाँकी ८ साना राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलाई अनुगमन गरिएका कुनै पनि संचार माध्यमहरूले आफ्नो प्रस्तुतिमा प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर दिएको देखिँदैन।

३.२.४.१ संचारमाध्यमगत विश्लेषण

क) टेलिभिजन

विद्युतीय संचार माध्यमहरूमध्ये टेलिभिजनले प्रत्यक्ष भनाईको सन्दर्भमा सबैभन्दा बढी समय ५ मिनेट १७ सेकेन्ड निर्वाचनसम्बन्धी सामग्रीहरूको प्रस्तुतिको लागि निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूलाई उपलब्ध गराएको देखिन्छ। राजनीतिक दलहरूको सन्दर्भमा मात्र तीन वटा राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलाई संचार माध्यममा प्रत्यक्ष भनाई राख्ने अवसर दिएको देखियो। जसमध्ये नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारहरूलाई सबैभन्दा बढी २ मिनेट ३ सेकेन्ड, त्यसपछि दोस्रो र तेस्रो बढी समय मधेशी जनअधिकार फोरम र एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरूलाई क्रमशः १ मिनेट २५ सेकेन्ड र ३३ सेकेन्ड प्रत्यक्ष आवाजमा भनाईहरू राख्न खर्चेको देखिन्छ। तीन ठूला दलहरूमध्येको नेकपा एमालेका उम्मेदवारहरूलाई प्रत्यक्ष भनाईहरू राख्ने अवसर प्रदान गरेको देखिएन। अनुगमन गरिएका टेलिभिजनहरूमध्ये राष्ट्रिय प्रसारण नेपाल टेलिभिजनले सबैभन्दा बढी ४८ सेकेन्ड समय खर्चेर निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूलाई निर्वाचनसम्बन्धी प्रस्तुतिमा प्रत्यक्ष भनाईहरू राख्ने अवसर दिएको देखिन्छ। राजनीतिक दलहरूमध्ये सबैभन्दा बढी नेपाली कांग्रेस, त्यसपछि क्रमशः एकीकृत नेकपा माओवादी र मधेशी जनअधिकार फोरमका उम्मेदवारहरूलाई ३९, १८ र १५ सेकेन्ड समय प्रत्यक्ष भनाईको लागि खर्चेको देखियो। बाँकी २२ राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूको प्रत्यक्ष भनाइमा प्रस्तुतिहरू सम्प्रेषण गरेको पाइएन। कान्तिपुर र एभिन्यूज टेलिभिजनहरूले प्रत्यक्ष भनाइको सन्दर्भमा गरेको प्रस्तुतिका तथ्यांकहरू तथ्यांक तालिका विवरणमा दिइएको छ। प्रत्यक्ष भनाइका प्रस्तुतिहरूमा सबैभन्दा बढी समय एभिन्यूज टेलिभिजनले ३ मिनेट १५ सेकेन्ड खर्चेको देखिन्छ।

ख) रेडियो/एफएम

अनुगमन गरिएका रेडियो/एफएमहरूले प्रत्यक्ष भनाईका सामग्रीहरूको प्रस्तुतिमा लगभग २ घण्टा ३१ मिनेट समय खर्चेको देखियो। जसमध्ये सबैभन्दा बढी १ घण्टा ७ मिनेट निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूका प्रत्यक्ष भनाईमा प्रस्तुति सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ। दलहरूको सन्दर्भमा सबैभन्दा बढी एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरूका लागि प्रत्यक्ष भनाई राख्न २२ मिनेट २५ सेकेन्ड समय खर्चेको देखिन्छ। दोस्रो र तेस्रो बढी समय १४ मिनेट ४४ सेकेन्ड र १२ मिनेट २२ सेकेन्ड क्रमशः राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी र नेपाल परिवार दलका उम्मेदवारहरूको प्रत्यक्ष भनाईहरू प्रस्तुत गर्दा खर्चेको पाइयो। अर्को दुई ठूला दलहरू नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारहरूको क्रमशः १० मिनेट ६ सेकेन्ड र २ मिनेट ३९ सेकेन्ड समयावधिका प्रत्यक्ष भनाईका प्रस्तुति सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ। अर्को एक सानो दल राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका उम्मेदवारहरूको ४१ सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाइका प्रस्तुतिसहित जम्मा १० राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूको प्रत्यक्ष भनाईमा प्रस्तुतिहरू रेडियो/एफएमहरूबाट सम्प्रेषण भएको देखिन्छ। बाँकी ८ साना दलसहित १५ राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलाई अनुगमन गरिएका कुनै पनि संचारमाध्यमहरूले आफ्नो प्रस्तुति प्रत्यक्ष आवाजमा भनाइहरू राख्ने अवसर उपलब्ध गराएको पाइएन। रेडियो/एफएमहरूले प्रत्यक्ष भनाई राख्न सबैभन्दा कम समय मात्र ३४ सेकेन्ड स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूलाई दिएको देखियो।

अनुगमन गरिएका रेडियो/एफएमहरूमध्ये राष्ट्रिय प्रसारण रेडियो नेपाललगायत काठमाडौंबाट प्रसारित सबै एफएमहरूले निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको प्रत्यक्ष आवाजलाई मात्र आफ्नो प्रस्तुतिमा समावेश गरेको देखिन्छ। जसमध्ये सबैभन्दा बढी समय लगभग २२ मिनेट र सबैभन्दा कम ३० सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाइको प्रस्तुति क्रमशः कान्तिपुर एफएम र नेपाल एफएमले दिएको देखिन्छ। उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूको सन्दर्भमा सान्दर्भिक पात्रहरूको प्रत्यक्ष आवाजको प्रस्तुतिको लागि सबैभन्दा बढी समय कास्की जिल्लाको बाराही एफएमले लगभग ३३ मिनेट समय खर्चेको देखिन्छ। त्यसपछि दोस्रो र तेस्रो बढी समय क्रमशः लगभग २७ मिनेट र १७

मिनेट कंचनपुर जिल्लाको रेडियो महाकाली र धनुषा जिल्लाको रेडियो मिथिलाले प्रस्तुत गरेको पाइयो । अनुगमन गरिएका मोरङ जिल्लाबाट प्रसारित तीनवटा रेडियो/एफएम र धनुषाको रेडियो जनकपुरले निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको मात्र प्रत्यक्ष भनाई प्रस्तुत गरेको देखिन्छ । धनुषा जिल्लाका रेडियो मिथिला, रेडियो जनकपुर टुडे र रोल्पाको रेडियो रोल्पाले राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरूलाई पनि प्रत्यक्ष भनाईका अवसरहरू प्रस्तुत गर्न समय उपलब्ध गराए तापनि सबैभन्दा बढी समय निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको प्रत्यक्ष भनाई प्रस्तुत गर्न समय खर्चेको देखियो । कंचनपुरबाट प्रसारित रेडियो महाकाली र शुक्लाफाँटा एफएमले आफ्नो प्रस्तुतिमा सबैभन्दा बढी समयवाधि प्रत्यक्ष आवाजमा भनाई राख्ने अवसर एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरूलाई उपलब्ध गराएको देखियो भने कास्कीको गण्डकी एफएमले उक्त दलका उम्मेदवारहरूलाई मात्र ३ मिनेट २९ सेकेन्ड समय प्रत्यक्ष भनाई राख्न अवसर दिएको देखिन्छ । धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुर टुडेले स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूलाई मात्र प्रत्यक्ष भनाई राख्न थोरै समयवाधि ३४ सेकेन्ड उपलब्ध गराएको देखियो ।

३.२.४.२ निर्वाचन आयोगको सम्बन्धमा

निर्वाचन आयोगको सम्बन्धमा प्रत्यक्ष भनाई भन्नाले व्यक्तिगत आवाजतर्फ निर्वाचन आयोगका प्रमुख निर्वाचन आयुक्त लगायतका आयुक्तहरूले अनुगमन गरिएका संचारमाध्यमहरूमा आफ्नो प्रत्यक्ष आवाजमा भनाई राख्न पाएको अवसरको अवस्था भन्ने बुझिन्छ र संस्थागत आवाजतर्फ निर्वाचन आयोगलाई उद्धृत गर्दै विद्युतीय संचार माध्यमहरूमा निर्वाचनसम्बन्धी सूचना, मतदाता शिक्षा, जनचेतामूलक प्रस्तुतिहरू सम्प्रेषण गरेको भन्ने बुझिन्छ । उक्त सन्दर्भमा अनुगमन गरिएको विद्युतीय संचार माध्यमहरूले समग्रमा अलभग १ मिनेट १३ सेकेन्डको प्रत्यक्ष भनाइका प्रस्तुतिहरू सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ । जसमध्ये लगभग ३८ मिनेट आयुक्तहरूको व्यक्तिगत आवाजतर्फ र ३५ मिनेट निर्वाचन आयोगलाई उद्धृत गर्दै संस्थागत आवाजमा उपनिर्वाचनका विषयहरू प्रत्यक्ष भनाईमार्फत् प्रस्तुत भएको पाइन्छ ।

अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचारमाध्यमहरूमध्ये टेलिभिजनले ५ मिनेट १७ सेकेन्ड आयुक्तहरूको प्रत्यक्ष आवाजमा निर्वाचनसम्बन्धी प्रस्तुतिहरू दिएको देखिन्छ भने टेलिभिजनले कुनै संस्थागत आवाज भन्नाले निर्वाचन आयोगलाई उद्धृत गरी निर्वाचनसँग सम्बन्धित सूचना, मतदाता शिक्षा, जनचेतामूलक प्रस्तुतिहरू सम्प्रेषण गरेको देखिएन ।

रेडियो /एफएमहरूले १ घण्टा ७ मिनेट प्रत्यक्ष भनाइको प्रस्तुतिमा ३२ मिनेट ३९ सेकेन्ड आयुक्तहरूको प्रत्यक्ष आवाजमा र ३५ मिनेट संस्थागत आवाजमा प्रत्यक्ष भनाईका प्रस्तुतिहरू सम्प्रेषण गरेको देखियो ।

तालिका : प्रत्यक्ष भनाई प्रस्तुत गर्न निर्वाचन आयुक्तहरूलाई टेलिभिजनले उपलब्ध गराएको समयवाधि

टेलिभिजन	प्रत्यक्ष भनाइको समय		कुल जम्मा
	प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेल	आयुक्त नीलकण्ठ उप्रेति	
नेपाल वान टेलिभिजन	०:००:४८	-	
कान्तिपुर टेलिभिजन	०:०२:०६	०:००:१८	
एभिन्यूज टेलिभिजन	०:०२:०५	-	
जम्मा	०:०४:५९	०:००:१८	०:०५:१७

तालिका : निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई प्रत्यक्ष भनाईका लागि रेडियो/एफएमहरूले उपलब्ध गराएको समय

रेडियो/एफएम	प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखरेल	आयुक्त दोलखवहादुर गुरुङ	निर्वाचन आयोग
रेडियो नेपाल	०:०५:४३		
कान्तिपुर एफएम		०:२९:५०	
उज्यालो एफएम	०:००:०३		
नेपाल एफएम	०:००:३०		
इमेज एफएम	०:०९:४५		
स्काई एफएम	०:००:२७		
विराट एफएम			०:०३:३४
सप्तकोशी एफएम			०:०९:२०
रेडियो जनकपुर			०:०२:२०

रेडियो मिथिला			०:१०:१५
रेडियो जनकपुर टुडे			०:०८:००
बाराही एफएम			०:०९:००
रेडियो रोल्पा	०:०२:२९		०:०८:३२
जम्मा	०:१०:४९	०:२९:५०	०:३५:०९

अनुगमन गरिएका टेलिभिजनहरूमध्ये नेपाल टेलिभिजनले मिडिया अनुगमन अवधिमा निर्वाचन आयोगका प्रमुख आयुक्त भोजराज पोखेलको प्रत्यक्ष आवाजमा ४८ सेकेन्डको सान्दर्भिक सामग्री सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ। सबैभन्दा बढी २ मिनेट ६ सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाइको प्रस्तुति कान्तिपुर टेलिभिजनले प्रमुख आयुक्त पोखेलको सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ भने उक्त संचारमाध्यमले अर्का आयुक्त नीलकण्ठ उप्रेतिको १८ सेकेन्ड अवधिको प्रत्यक्ष आवाजमा निर्वाचन सामग्री प्रस्तुत गरेको पाइयो।

अर्को विद्युतीय संचारमाध्यम रेडियो/एफएमहरूमध्ये कान्तिपुर एफएमले मात्र आयुक्त दोलखबहादुर गुरुङको प्रत्यक्ष आवाजमा सबैभन्दा बढी लगभग २२ मिनेटको उपनिर्वाचन समबन्धमा प्रस्तुति दिएको देखिन्छ। प्रत्यक्ष भनाइमा त्यसपछिको बढी समय राष्ट्रिय प्रसारणमा रहेको रेडियो नेपालले प्रमुख आयुक्त पोखेलको आवाजमा ५ मिनेट ४३ सेकेन्डको निर्वाचन विषयमा सामग्री प्रस्तुत गरेको पाइयो। सबैभन्दा कम प्रत्यक्ष भनाइको प्रस्तुति उज्यालो एफएमले प्रमुख आयुक्त पोखेलको आवाजमा मात्र ३ सेकेन्ड उपनिर्वाचन विषयमा सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। एफएम/रेडियोहरूले व्यक्तितर्फको आवाजका प्रत्यक्ष भनाइहरूका साथै संस्थागत आवाज (Organizational Voice) का प्रत्यक्ष भनाइहरूको प्रस्तुति पनि सम्प्रेषण गरेको देखिएको छ। निर्वाचन आयोगलाई उद्धृत गर्दै सबैभन्दा बढी संस्थागत आवाजमा प्रत्यक्ष भनाइका सामग्रीहरू धनुषा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो मिथिलाले १० मिनेट १५सेकेन्ड प्रस्तुत गरेको देखिन्छ। त्यसपछि रोल्पाबाट प्रसारित रेडियो रोल्पाले ८ मिनेट ३२ सेकेन्डको संस्थागत प्रत्यक्ष भनाइमा निर्वाचन विषयमा सामग्री सम्प्रेषण गरेको पाइयो।

सबैभन्दा कम कास्की जिल्लाको बाराही एफएमले निर्वाचन आयोगको संस्थागत आवाजमा १ मिनेटको अवधिको प्रत्यक्ष भनाइ प्रस्तुत गरेको पाइयो। रेडियो/एफएमहरूले निर्वाचन आयोगको विषयमा सामग्री प्रत्यक्ष भनाइमा प्रस्तुत गर्न उपलब्ध गराएको ३५ मिनेट समयावधिमध्ये २९ मिनेट ४३ सेकेन्ड सूचना तथा विज्ञापितिको रूपमा निर्वाचनसम्बन्धी जनचेतनामूलक प्रस्तुति (Public Service Announcement) २ मिनेट ३५ सेकेन्ड मतदाता शिक्षा (Voter Education) सम्बन्धी र बाँकी समय सोही विषयका अन्य सामग्रीहरू प्रस्तुत गर्न खर्चेको देखिन्छ। उपरोक्त तथ्यांकहरूलाई अध्ययन गर्दा निर्वाचनका दौरान संचारमाध्यमहरूले आवश्यकता बमोजिम निर्वाचनसम्बन्धी सान्दर्भिक सामग्री, विषयवस्तु र योसँग प्रत्यक्ष आवद्ध निर्वाचन आयोग र प्रमुख निर्वाचन आयुक्तलगायत निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरूको सन्दर्भमा प्रस्तुतिहरूले खासै स्थान पाएको देखिँदैन भने मुख्य निर्वाचनसँग सम्बन्धित जनचेतनामूलक प्रस्तुति र मतदाता शिक्षा विषयका सामग्रीहरूले भन्दा कम प्रस्तुति पाएको देखिन्छ। निर्वाचनसम्बन्धी विषयको प्रस्तुतिमा प्रत्यक्ष भनाइका अवसरसमेतको समग्र समयलाई आँकलन गर्दा पनि अनुगमनअवधि र लगभग १३ प्रतिशत समयमात्र सबै अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचारमाध्यमहरूले खर्चेको पाइयो भने निर्वाचनसम्बन्धी जनचेतनामूलक र मतदाता शिक्षा विषयको प्रस्तुतिमा मात्र १.३ प्रतिशत समय खर्चेका देखिन्छ।

३.२.४.३ उम्मेदवारको सम्बन्धमा

क) राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरू

तालिका : राजनीतिक दलका उम्मेदवार र प्रत्यक्ष भनाइको समयावधि

राजनीतिक दलका उम्मेदवार	प्रत्यक्ष भनाइको समयावधि
एकीकृत नेकपा (माओवादी)	
हरिश ठकुल्ला	०:१५:३९
कृष्णबहादुर गुरुङ	०:०९:३२
नेकपा (एमाले)	
निरुदेवी पाल	०:०५:५०
रघुवीर महासेठ	०:०२:०५
नेपाली कांग्रेस	
दीपकबहादुर गुरुङ	०:०९:२९

शेखर कोइराला	०:०९:५४
यज्ञराज जोशी	०:०९:१८
राप्रपा	
नन्दबहादुर गुरुङ	०:१३:२०
शेरबहादुर चन्द	०:०९:२४
मधेशी जनअधिकार फोरम	
हरिराम दमाइ	०:०३:१८
जयराम यादव	०:०५:१२
नेकपा (माले)	
कलशादेवी महारा	०:०४:२४
नेपाल परिवार दल	
शिवचन्द्र न्यौपाने	०:११:४०
राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	
रविन्द्रबहादुर सुनार	०:००:४१
राप्रपा नेपाल	
दशरथ जोशी	०:२:४५
कैलाश गुरुङ	०:१:१६
तमलोपा	
श्रीकृष्ण यादव	०:४:००

तालिका : प्रत्यक्ष भनाइमा दश उत्कृष्ट समय प्राप्त गरेका उम्मेदवारहरु

क्र.सं.	उम्मेदवारहरु	राजनीतिक दल	प्रत्यक्ष भनाइको समय
१.	हरिश ठकुल्ला	ए.नेकपा माओवादी	०:१५:३१
२.	नन्दबहादुर गुरुङ	राप्रपा	०:१३:२०
३.	शिवचन्द्र न्यौपाने	नेपाल परिवार दल	०:११:४०
४.	निरुदेवी पाल	नेकपा एमाले	०:०५:२०
५.	जयराम यादव	मधेशी जनअधिकार फोरम	०:०५:१२
६.	कलसादेवी महारा	नेकपा माले	०:०४:२४
७.	श्रीकृष्ण यादव	तमलोपा पार्टी	०:४:००
८.	हरिराम दमाई	मधेशी जनअधिकारफोरम	०:०३:१८
९.	दशरथ जोशी	राप्रपा नेपाल	०:०२:४५
१०.	रघुवीर महासेठ	नेकपा एमाले	०:०२:०५

उपनिर्वाचनमा भाग लिएका २५ राजनीतिक दलहरुमध्ये साना २ दलसहित १० राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरुलाई मात्र अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचार माध्यमहरुले प्रत्यक्ष भनाइका प्रस्तुतिको लागि समय उपलब्ध गराएको देखिन्छ। बाँकी ८ साना दलसहित १५ अन्य राजनीतिक दलका उम्मेदवारहरुको प्रत्यक्ष भनाइमा प्रस्तुति रहेको पाइएन। सबैभन्दा बढी आफ्नो प्रत्यक्ष आवाजमा संचार माध्यमहरुमा भनाइ राख्ने अवसर कंचनपुर क्षेत्र नं. ४ का एकीकृत नेकपा माओवादीका उम्मेदवार हरिश ठकुल्लाले १५ मिनेट ३१ सेकेन्ड पाएको देखियो त्यसपछि क्रमशः राप्रपाका नन्दबहादुर गुरुङ र नेपाल परिवार दलका शिवचन्द्र न्यौपानेले क्रमशः १३ मिनेट २० सेकेन्ड र ११ मिनेट ४० सेकेन्ड प्रत्यक्ष भनाइ राख्ने अवसर पाएको देखिन्छ। विद्युतीय संचार माध्यमहरुमा सबैभन्दा बढी समयको प्रस्तुति पाएका नेकपा एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठलाई प्रत्यक्ष भनाइ राख्न पाउने अवसरतर्फ भने दशौ स्थानमा मात्र २ मिनेट ५ सेकेन्डको अवसर उपलब्ध गराएको देखिन्छ। सबैभन्दा कम ४१ सेकेन्डको प्रत्यक्ष आवाजमा आफ्नो भनाइहरु सम्प्रेषण गर्न राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका रविन्द्रबहादुर सुनार रहेको देखियो। बाँकी प्रत्यक्ष आवाजमा संचार माध्यमहरुमा आफ्ना भनाइहरु प्रस्तुत गर्न पाउने अवसर पाएका ७ उम्मेदवारहरुको प्रत्यक्ष आवाजको समयावधि १ मिनेटदेखि २ मिनेटबीचको रहेको पाइयो।

ख) स्वतन्त्र उम्मेदवारहरू

५४ स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूमध्ये विद्युतीय संचारमाध्यममा आफ्नो प्रत्यक्ष आवाजमा भनाइ राख्ने अवसर धनुषा क्षेत्र नं. ५ का स्वतन्त्र उम्मेदवार महेन्द्र यादवले मात्र ३४ सेकेन्ड समय पाएको देखियो । उक्त समय धनुषा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो जनकपुर टुडेले उपलब्ध गराएको थियो ।

३.२.५ दैनिक प्रस्तुतिलाई हेर्दा
(चैत ६-चैत २९, २०६५)

दिन	कुल सान्दर्भिक प्रस्तुति अवधि	उपनिर्वाचन विषयमा प्रस्तुति अवधि	बढी प्रस्तुति पाउने दल वा संस्था र समय
चैत ६	१:०३:२८	०:०२:१६	०:२०:५७ (ए.माओवादी)
चैत ७	१:२८:३४	०:०५:१९	०:३१:११ (नेकपा एमाले)
चैत ८	१:१४:५६	०:०३:२६	०:२८:४७ (ए.माओवादी)
चैत ९	१:२१:१६	०:०७:१४	०:३०:४७ (ए.माओवादी)
चैत १०	१:४३:२९	०:२४:५२	०:३०:२५ (ए.माओवादी)
चैत ११	१:२४:४९	०:३३:५५	०:३३:५५ (निर्वाचन आयोग)
चैत १२	१:४४:४८	०:५६:२३	०:५६:२३ (निर्वाचन आयोग)
चैत १३	१:१४:३६	०:०७:०९	०:२८:०४ (ए.माओवादी)
चैत १४	१:५२:२२	०:०४:४२	०:३८:३७ (नेकपा एमाले)
चैत १५	२:५८:०४	०:०४:२७	१:११:२० (नेकपा एमाले)
चैत १६	२:१७:०६	०:११:२४	०:४८:३० (नेकपा एमाले)
चैत १७	२:००:३५	०:०६:४४	०:४५:५४ (नेकपा एमाले)
चैत १८	२:१८:४१	०:०४:२१	०:४४:०२ (नेपाली कांग्रेस)
चैत १९	२:३०:३७	०:१४:४८	०:३०:३९ (नेकपा एमाले)
चैत २०	१:३४:२४	०:१५:४४	०:२३:५० (नेकपा एमाले)
चैत २१	१:४०:३५	०:१३:४७	०:२९:४० (ए.माओवादी)
चैत २२	१:२६:१३	०:११:४५	०:२५:१६ (नेकपा एमाले)
चैत २३	१:४२:५९	०:०८:३०	०:२७:३३ (नेकपा एमाले)
चैत २४	२:५३:१८	०:११:३१	०:५३:४७ (नेपाली कांग्रेस)
चैत २५	२:२९:४२	०:१४:००	०:५०:१२ (ए.माओवादी)
चैत २६	२:१५:२६	०:१४:१५	०:४८:०३ (ए.माओवादी)
चैत २७	२:३६:४०	०:३८:०९	०:५२:४३ (ए.माओवादी)
चैत २८	२:००:५३	०:५१:५५	०:५१:५५ (निर्वाचन आयोग)
चैत २९	१:३१:३३	०:०२:०३	०:२३:४६ (ए.माओवादी)

उपनिर्वाचनका दौरान प्रारम्भमा आचारसंहिता लागू समयावधि चैत ६ देखि चैत २८ सम्मलाई मिडिया अनुगमन अवधिको रूपमा लिने रणनीति अवलम्बन गरे तापनि पछि निर्वाचन परिणामको थप एक दिन चैत २९ सम्म मिडिया अनुगमन गरिएको छ । काठमाडौं केन्द्रबाट प्रसारित विद्युतीय माध्यमहरूलाई चैत २९ बेलुकीसम्म र उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाबाट प्रसारित अनुगमनका लागि छनौट गरिएका संचार माध्यमहरूको चैत २९ बिहानसम्म अनुगमन गरिएको छ । छनौटमा परेका संचारमाध्यमहरूबाट प्रसारित प्रस्तुतिलाई दैनिकरूपमा अध्ययन गर्दा निम्नानुसार उपलब्धिहरू पाएको देखिन्छ ।

सबैभन्दा लामो २ घण्टा ५८ मिनेट समयावधिको सान्दर्भिक प्रस्तुति चैत १५ गते भएको देखिन्छ । उक्त दिन निर्वाचन विषयमा मात्र ४ मिनेट २७ सेकेन्डको प्रस्तुति सम्प्रेषण भएको देखिन्छ भने कुल प्रस्तुति अवधिको लभग ४३ प्रतिशत समय नेकपा एमालेसँग सम्बन्धित विषयवस्तुको प्रस्तुतिमा खर्चेको पाइयो । उक्त दिन कुनै दल वा संस्थाले सबैभन्दा लामो समयावधिको प्रस्तुति पाएको दिन पनि हो । सबैभन्दा छोटो समयावधिको सान्दर्भिक प्रस्तुति अनुगमनको पहिलो दिन अर्थात् चैत ६ गतेमात्र १ घण्टा ३ मिनेट भएको देखिन्छ । उक्त प्रारम्भिक दिनमा २ मिनेट १६ सेकेन्ड उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुहरू प्रसारण भएको देखिन्छ र सबैभन्दा बढी समय एकीकृत नेकपा माओवादीले लगभग २१ मिनेट पाएको देखिन्छ । उक्त दिन कुनै दल वा संस्थाले सबैभन्दा छोटो अवधिको प्रस्तुति पाएको दिन पनि हो ।

निर्वाचन विषयको प्रस्तुतिलाई हेर्दा चैत १२ गते ५६ मिनेट २३ सेकेन्ड समयावधिको सबैभन्दा लामो प्रस्तुति सम्प्रेषण भएको देखिन्छ। सोही विषयमा सबैभन्दा छोटो अवधिको प्रस्तुति अनुगणको अन्तिम दिन चैत २९ गते मात्र २ मिनेट ३ सेकेन्ड रहेको देखियो।

३.२.६ सशुल्क विज्ञापन (Paid Advertisement)

धनुषा जिल्ला रेडियो मिथिला

क्र.सं.	उम्मेदवार	राजनीतिक दल	सशुल्क विज्ञापन समय
१.	रघुवीर महासेठ	नेकपा एमाले	०:१३:००
२.	अब्दुल कैयुम साफकीर	नेपाल परिवार दल	०:०३:४८
३.	श्रीकृष्ण यादव	तमलोपा	०:०१:३०
४.	नेपाल परिवार दल	नेपाल परिवार दल	०:०४:३०
	जम्मा		०:२२:४८

रेडियो जनकपुर टुडे

क्र.सं.	उम्मेदवार	राजनीतिक दल	सशुल्क विज्ञापन समय
१.	डा. चन्द्रमोहन यादव	नेपाली कांग्रेस	०:००:३०
२.	नेपाली कांग्रेस	नेपाली कांग्रेस	०:००:३०
	जम्मा		०:०१:००

कास्की जिल्ला बाराही एफएम

क्र.सं.	उम्मेदवार	राजनीतिक दल	सशुल्क विज्ञापन समय	प्रत्यक्ष भनाइको समय
१.	कैलाश गुरुङ	राप्रपा नेपाल	०:०१:२४	०:००:३०
२.	दीपक गुरुङ	नेपाली कांग्रेस	०:०३:०३	
	जम्मा		०:०४:२७	०:००:३०

कंचनपुर जिल्ला रेडियो महाकाली

क्र.सं.	उम्मेदवार	राजनीतिक दल	सशुल्क विज्ञापन समय	प्रत्यक्ष भनाइको समय
१.	निरुदेवी पाल	नेकपा एमाले	०:०:५७	०:०३:३४
२.	हरिराम दमाइ	मजअ फोरम	०:०६:४१	०:०३:१८
३.	रविन्द्रबहादुर सुनार	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	०:०९:२०	-
४.	दशरथ जोशी	राप्रपा नेपाल	०:०२:३८	०:०२:२३
५.	हरिश ठकुरा	(ए नेकपा माओवादी)	०:१०:१४	०:०९:३२
६.	कलशादेवी महारा	नेकपा (माले)	०:०३:२४	०:०३:२४
७.	नेकपा एमाले	नेकपा एमाले	०:०१:०१	-
८.	नेपाली कांग्रेस	नेपाली कांग्रेस	०:००:५८	-
९.	ए. नेकपा (माओवादी)	ए नेकपा माओवादी	०:०१:०९	-
१०.	राप्रपा नेपाल	राप्रपा नेपाल	०:०१:१५	-
११.	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	रा. जनमुक्ति पार्टी	०:००:३८	
			०:४८:१५	०:२२:११

कंचनपुर जिल्ला
शुक्लाफाँटा एफएम

क्र.सं.	उम्मेदवारहरु	राजनीतिक दल	सशुल्क विज्ञापन समय	प्रत्यक्ष भनाईमा
१.	निरुदेवी पाल	नेकपा एमाले	०?०७:२७	०:०१:५४
२.	दशरथ जोशी	राप्रपा नेपाल	०:०३:५२	०:००:२२
३.	शेरबहादुर चन्द	राप्रपा	०:०४:२३	०:०१:२४
४	कलसादेवी महारा	नेकपा (माले)	०:०२:५५	०:००:३०
५	हरिश ठकुल्ला	(ए नेकपा माओवादी)	०:०८:२४	०:०३:३२
६	यज्ञराज जोशी	नेपाली कांग्रेस	०:०१:२१	०:०१:१८
७	देविका देवी भट्ट	राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी	०:०१:१३	-
८	तुलसादेवी धामी	नेकपा संयुक्त	०:०१:२५	-
९	रविन्द्र ब. सुनार	रा. जनमुक्ति पार्टी	०:००:३०	-
१०	ए. नेकपा माओवादी	ए. नेकपा माओवादी	०:००:१२	-
११	नेकपा एमाले	नेकपा एमाले	०:०२:२८	-
१२	नेपाली कांग्रेस	नेपाली कांग्रेस	०:००:१८	-
१३	राप्रपा नेपाल	राप्रपा नेपाल	०:००:३८	-
१४	राप्रपा	राप्रपा	०:००:५५	-
१५	नेकपा माले	नेकपा माले	०:००:०८	-
१६	रा. जनमुक्ति पार्टी	रा. जनमुक्ति पार्टी	०:००:२२	
	जम्मा		०:३७:३४	०:०९:००

अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचार माध्यमहरूमध्ये उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरू धनुषा जिल्लाबाट प्रसारित रेडियो मिथिला र रेडियो जनकपुर टुडे, कास्कीबाट प्रसारित बाराही एफएम र कंचनपुरबाट प्रसारित रेडियो महाकाली र शुक्लाफाँटा गरी ५ एफएमहरूले उपनिर्वाचनमा भाग लिएका विभिन्न राजनीतिक दल र तिनका उम्मेदवारहरूलाई सम्बोधन गरी सशुल्क मत आह्वानका विज्ञापनका सामग्रीहरूहरू सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ। निर्वाचनमा भाग लिएका ५४ स्वतन्त्र उम्मेदवारहरूलाई सम्बोधन गरी मत आह्वानका सशुल्क विज्ञापनहरू प्रस्तुत भएको देखिएन। काठमाडौँबाट प्रसारित अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचार माध्यमहरूबाट सशुल्क विज्ञापनका सामग्रीहरू प्रसारण भएको देखिँदैन। मत आह्वानका सशुल्क विज्ञापनहरू तीन किसिमबाट प्रसारण भएको देखिन्छ। पहिलो उम्मेदवारहरूलाई सम्बोधन गरी, दोस्रो राजनीतिक दलहरूलाई सम्बोधन गरी सम्बन्धित राजनीतिक दलका जिल्ला समितिहरूले मतआह्वान गरेको विज्ञापनहरू प्रसारण भएको देखियो भने तेस्रो कास्की र कंचनपुर जिल्लामा उम्मेदवारले आफ्नै प्रत्यक्ष आवाजमा मत मागेका विज्ञापनहरू पनि प्रसारण भएको देखिन्छ। उम्मेदवारहरूलाई सम्बोधन गरी धनुषा जिल्लामा सबैभन्दा बढी समयावधिको मत आह्वानका सशुल्क विज्ञापन नेकपा एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठका लागि १३ मिनेट प्रसारण गरेको देखियो। त्यसैगरी कंचनपुरबाट प्रसारित रेडियो महाकाली सबैभन्दा बढी मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन सामग्री नेकपा एमालेकी उम्मेदवार निरुदेवी पाललाई सम्बोधन गरी १० मिनेट ५७ सेकेन्डको प्रस्तुति दिएको देखिन्छ भने दोस्रोमा ए. नेकपा (माओवादी) का हरिश ठकुल्लालाई १० मिनेट १४ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको देखियो। सोही जिल्लाका शुक्लाफाँटा एफएमले यसको ठीक विपरीत सबैभन्दा बढी सशुल्क विज्ञापन समय एकीकृत नेकपा माओवादीका हरिश ठकुल्लालाई ८ मिनेट २४ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको पाइन्छ। दोस्रोमा नेकपा एमालेकी निरुदेवी पालको लागि ७ मिनेट २७ सेकेन्ड समय खर्चेको देखिन्छ। मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापनका लागि सबैभन्दा बढी समय ४८ मिनेट १५ सेकेन्ड अर्थात् समग्र सान्दर्भिक प्रस्तुतिको ३७ प्रतिशत रेडियो महाकालीले खर्चेको देखियो। धनुषा जिल्लाको रेडियो जनकपुर टुडेले एक मात्र राजनीतिक दल नेपाली कांग्रेस र तिनका उम्मेदवार डा. चन्द्रमोहन यादवलाई सम्बोधन गरी मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन सामग्री सम्प्रेषण गरेको देखिन्छ। १० साना राजनीतिक दलहरूमध्ये राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका उम्मेदवार रविन्द्र सुनारको सन्दर्भमा मात्र ९ मिनेट २० सेकेन्ड समयको मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन रेडियो महाकालीमा प्रसारित भएको देखिन्छ। कंचनपुर जिल्लाको रेडियो महाकाली र शुक्लाफाँटा एफएमले सशुल्क विज्ञापनका लागि सबैभन्दा कम समय क्रमशः राप्रपा नेपालका दशरथ जोशीलाई २ मिनेट ३८ सेकेन्ड र सबैभन्दा कम राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीका रविन्द्रबहादुर सुनारलाई मात्र ३० सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको पाइयो। दललाई सम्बोधन गरी सबैभन्दा बढी मत आह्वानको विज्ञापन समय रेडियो महाकालीले राप्रपा नेपाललाई १ मिनेट १५ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको

छ भने सबैभन्दा कम समय राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टीलाई ३८ सेकेन्ड समय प्रदान गरेको देखियो । त्यसैगरी शुक्लाफाँटा एफएमले सबैभन्दा बढी सशुल्क विज्ञापन समय नेकपा एमालेलाई २ मिनेट २८ सेकेन्ड र सबैभन्दा कम समय नेकपा एमालेलाई मात्र ८ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको देखियो ।

उम्मेदवारहरूले संचार माध्यमहरूमा आफ्नै प्रत्यक्ष आवाजमा मत माग्ने अवसर रेडियो महाकालीले सबैभन्दा बढी ९ मिनेट ३२ सेकेन्ड ए. नेकपा माओवादीका हरिश ठकुल्लालाई उपलब्ध गराएको देखिन्छ भने सबैभन्दा कम समय २ मिनेट २३ सेकेन्ड राप्रपा नेपालका दशरथ जोशीलाई दिइएको पाइयो । ठीक त्यसैगरी सोही सन्दर्भमा शुक्लाफाँटा एफएमले पनि प्रत्यक्ष आवाजमा मत माग्ने सशुल्क विज्ञापनको अवसर सबैभन्दा बढी ए. नेकपा माओवादीकै उम्मेदवार हरिश ठकुल्लालाई ३ मिनेट ३२ सेकेन्ड समय उपलब्ध गराएको पाइन्छ भने सबैभन्दा कम समय मात्र २३ सेकेन्ड राप्रपा नेपालका दशरथ जोशीका प्रत्यक्ष आवाज मतआह्वानको सशुल्क विज्ञापन सामग्री प्रस्तुत गर्दा खर्चको पाइयो । उपरोक्त तथ्यांकलाई हेर्दा मत आह्वानका सशुल्क विज्ञापनहरूमा ठूला राजनीतिक दल र तिनका उम्मेदवारहरूकै वर्चस्व देखिन्छ ।

३.२.७ आचारसंहिता उल्लंघन

अनुगमन गरिएका विद्युतीय संचार माध्यमहरूमध्ये काठमाडौँबाट प्रसारित राष्ट्रिय प्रसारण रेडियो नेपालले आम संचार आचारसंहिताको परिच्छेद ४ अन्तर्गत दफा ६७ आकर्षित हुने गरी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको पाइयो । त्यसैगरी उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूबाट अनुगमन गरिएका संचारमाध्यमहरूमध्ये कंचनपुरबाट प्रसारित रेडियो महाकालीले सोही परिच्छेदको दफा ७४ मा उल्लेखित 'मौन अवधि' विपरीत आचरण गरेको देखियो । यी दुवै संचार माध्यमहरूसँग निर्वाचन आयोगले सो विषयमा स्पष्टिकरण माग गरिएकोमा रेडियो महाकालीले मात्र स्पष्टिकरण दिएको देखिन्छ भने रेडियो नेपाल सो सम्बन्धमा मौन देखिएको छ । समग्र उल्लंघनका तथ्यांकहरूलाई केलाउँदा विद्युतीय संचार माध्यमको तुलनामा छाप संचार माध्यमहरूले मिडिया अनुगमनका दौरान निर्वाचन आयोगद्वारा जारी आमसंचार आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिन्छ । यद्यपि विद्युतीय संचार माध्यमहरूमा पनि मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापनहरू सम्प्रेषण नभएको भने होइन तर सो सम्बन्धमा आमसंचार आचारसंहिता २०६४ मा स्पष्ट व्याख्या नभएकोले उल्लंघन गरे नगरेको यकीन गर्न अनुगमनकर्ताहरूलाई अप्ठ्यारो परेको अवस्था देखिन्छ ।

स्थलगत सुपरीवेक्षण तथा उपलब्धीहरू

संविधानसभा उपनिर्वाचन क्षेत्रका पाँच जिल्लाहरूमा स्थानीय सञ्चारमाध्यमहरूले निर्वाचन तथा आचारसंहिता पालना गरे नगरेको विषयमा अनुगमन गर्न खटाइएका अनुगमनकर्ताहरूको प्राविधिक तथा व्यावहारिक समस्या तथा कार्यप्रगतिको सुपरीवेक्षण लगायत आचारसंहिता उल्लंघनका विषयमा थप जानकारी लिने उद्देश्यले उक्त सबै जिल्लाहरूमा निरीक्षण भ्रमणका निम्ति सुपरीवेक्षकहरू खटाइएको थियो। तीमध्ये कास्की जिल्लाको निर्वाचन क्षेत्रमा यस मिडिया अनुगमन परियोजनाका संयोजक तथा प्रेस काउन्सिलकमा सदस्य श्री गोविन्द आचार्य, धनुषामा पत्रकार महासंघका अध्यक्ष एवं प्रेस काउन्सिलका सदस्य श्री धर्मेन्द्र भ्वा, मोरङमा प्रेस काउन्सिलका सदस्य श्री देवरामप्रसाद यादव, रोल्पामा यस परियोजनाका सह-संयोजक श्री जगदीशप्रसाद पौडेल र कंचनपुरमा तथ्यांकशास्त्री श्री सुनिल चित्रकारले निरीक्षण भ्रमण गर्नुभएको थियो। २०६५ चैत २४ गतेदेखि चैत २६ गतेसम्मको दुई दिने सुपरीवेक्षण भ्रमणका क्रममा सुपरीवेक्षकहरूले सुपरीवेक्षणका लागि तयार पारिएको साभ्ना प्रश्नावली फारममा उल्लेखित बुँदामा अनुगमनकर्ताहरूसँग छलफल गरी आवश्यक सूचना र जानकारी हासिल गरेका थिए। जिल्लाहरूबाट प्राप्त समग्र उपलब्धिहरू यस प्रकार छन् :

४.१ स्थलगत भ्रमणका उपलब्धिहरू

केही प्राविधिक कठिनाइहरूको कारणले केही जिल्लाहरूमा केही दिनको सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन गर्न बाधा पुगेको पाइयो।

क) प्राविधिक समस्या

कास्की र धनुषा दुई जिल्लाहरूमा सान्दर्भिक सामग्री (Relavant Content) रेकर्ड गर्न उपलब्ध गराइएको रेकर्डप्लेयर (Cassette) र चक्कामा समस्या रहेको पाइयो। जसले गर्दा कास्की जिल्लाको रेडियो गण्डकीको २०६५ चैत १९ गते विहान र धनुषा जिल्लाको रेडियो मिथिलाको २०६५ चैत १९ गते बेलुकीको प्रसारित सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन हुन सकेन। २०६५ चैत १४ गते भने सोही समस्याले रेडियो मिथिलाको विहानको प्रसारित सामग्री रेकर्ड र अनुगमन गर्न नसकिए पनि दिउँसो ३:०० बजेदेखि ४:३० बजेसम्म प्रसारित सामग्री रेकर्ड र अनुगमन गरियो।

रोल्पा जिल्लामा अनुगमनको लागि छनौट संचार माध्यममा प्रसारित सामग्रीहरू रेकर्ड गर्न लगिएको दुइवटै रेकर्ड प्लेयरहरू (Cassette) मा प्राविधिक समस्याहरू भएको पाइयो। एउटा प्लेयर विजुलीबाट र अर्को प्लेयर ब्याट्रीबाट नचल्ने समस्या भए तापनि विजुलीबाट नचल्ने प्लेयरलाई ब्याट्री प्रयोग गरी सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड गरिसकेपछि सुन्दा कहिलेकाँहि रेकर्डिङ अवधिको बीचबीचमा २।४ मिनेट राम्रो ट्युनिङ नहुनुको कारणले आवाजहरू स्पष्ट नबुझिने समस्याहरू रहेको देखिन्छ।

स्थानीय एफएम स्टेशनमै विभिन्न कारणले प्रसारण अवरुद्ध हुन गई कास्की र धनुषा जिल्लामा केही दिन सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन हुन नसकेको पाइयो। कास्की जिल्लाको रेडियो गण्डकीको ट्रान्समिटरमा खराबीको कारणले चैत ११ देखि चैत १३ गतेसम्म तीन दिन कुनै सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन हुन सकेन भने धनुषा जिल्लामा पनि विद्युत अवरुद्धको कारणले र एफएम स्टेशनको आफ्नो जेनेरेटर पनि खराब भएको हुँदा मिति २०६५ चैत १९ गते विहान ७ बजेदेखि ८ बजेसम्म १ घण्टाको प्रसारण अवरुद्ध भई रेकर्डिङ एवं अनुगमन हुन सकेन। त्यसैगरी विद्युत आपूर्तिमा अवरुद्धकै कारण विषयगत अनुगमनका निम्ति छनौटमा परेका मोरङका दर्शन दैनिक, उद्घोष दैनिक र अन्य केही साप्ताहिक पत्रिकाहरू नियमित प्रकाशन नभएकाले अनुगमनमा केही बाधा पुगेको देखिन्छ।

रेडियो ट्युनिङ गर्दा फ्रिक्वेन्सी जुधेको कारणले कंचनपुरको शुक्लाफाँटा एफएममा कहिलेकाँहि रेकर्डिङ अवधिको बीचबीचमा आवाज प्रष्ट नभएकोले सान्दर्भिक सामग्रीहरू विश्लेषण फारम (Analysis Form) मा कोडिङ गर्न समस्या भएको देखियो। त्यसैगरी सोही समस्याको कारणले मोरङ जिल्लाको विराट एफएमको चैत १८ गते बेलुकी ६:२० देखि ७:०० बजेसम्मको सान्दर्भिक सामग्री पनि कोडिङ गर्न सकिएन।

उपनिर्वाचन क्षेत्रगत अरु जिल्लाको तुलनामा रोल्पामा विद्युत आपूर्ति अवरुद्धको कारणले अलि बढी समस्या उत्पन्न गरेको देखिन्छ। यो जिल्लामा मिडिया अनुगमनका लागि छनौट गरिएका दुई विद्युतीय संचार माध्यमहरूमध्ये परीक्षण प्रसारणमा रहेको रेडियो जलजला विद्युत आपूर्तिले अवरुद्ध र रोल्पाको सातदोबाटोस्थित टावरमा प्राविधिक समस्या उत्पन्न भएका कारणले आचारसंहिता जारी पूरै अवधिभरि अनुगमन गर्न सकिएन भने

छन्नौटमा परेको अर्को विद्युतीय संचार माध्यम रेडियो रोल्सामा पनि चैत ८ गते विहान र बेलुकी ६:३० देखि ७:३० बजेसम्म १ घण्टा विद्युत आपूर्ति अवरुद्ध भई सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन हुन सकेन। त्यसैगरी सोही समस्याका कारण चैत १४ गते बेलुकी पनि सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन गर्न नसकिएको पाइयो।

धनुषा र कंचनपुर जिल्लामा समय कोडिड गर्न प्रयोग गरिने स्टपवाच विग्रेर कहिलेकाँही अनुगमन कार्यमा बाधा पुगेको पाइयो। सुपरीवेक्षण भ्रमणका क्रममा कास्की, धनुषा र कंचनपुरका अनुगमनकर्ताहरूको क्रमशः वस्तुगत विश्लेषण फाराम (Quantitative Analysis Form) मा कोडिड गर्दा लेख्ने ठाउँको कमी, विषयगत विश्लेषण फाराम (Qualitative Analysis Form) अपुग भएको साथै विषयगत विधिद्वारा अनुगमनकर्ता के कस्ता तथ्यलाई आचारसंहिता उल्लंघन भएको मान्ने भन्ने विषयमा आधार विधि स्पष्टरूपमा नबुझिएकाले विषयगत विश्लेषण फाराम राम्रोसँग प्रयोग गर्न नजानिएको भन्ने विषयमा गुनासो रहेको पाइयो।

दुई दिने पुनर्ताजगी तालिम (Refreshment Training) को कारण अनुगमनकर्ताहरूलाई अनुगमन विधि (Monitoring Methodology) का बारेमा केही अपवादबाहेक खासै समस्या भएको देखिएन। तर केही अप्याराहरू भने रहेको पाइयो। जस्तै संचार माध्यममा उद्घोषित कस्ता सान्दर्भिक पात्र (Relavant Actor) लाई कोडिड गर्ने भन्ने विषयमा धनुषा जिल्लाका अनुगमनकर्ताहरू अन्योलमा रहेको पाइयो। अनुगमन विधिको सन्दर्भमा प्रायशः अरु जिल्लामा जस्तै रोल्पा जिल्लाका अनुगमनकर्तालाई पनि विषयगत विधिबाट अनुगमन गर्दा कस्ता प्रकाशित र प्रसारित सामग्रीहरूलाई आचारसंहिता उल्लंघन भए नभएको मान्ने, निर्वाचन आयोगको आमसंचार आचारसंहिता २०६४ को निर्देशिकाको आधारमा स्पष्ट छुट्याउन नसकिने समस्या रहेको पाइयो। त्यस्तै केही संचारमाध्यममा एमएमपीले मिडिया अनुगमन गर्न निर्धारण गरेको ६:००-७:३० बजेको समय अवधिमा सान्दर्भिक सामग्री खासै प्रसारण नहुने तर तोकिएको समयभन्दा पछि आचारसंहिता उल्लंघनका सामग्रीहरू प्रसारण भएको पाइए तापनि निर्देशित समयबाधि पछि प्रसारण भएकाले अनुगमन नगरिएको भन्ने जानकारी प्राप्त भएपछि अन्य जिल्लाहरूमा पनि त्यस्तो समस्या रहे नरहेको विषयमा एमएमपीले तत्कालै सोधपुछ गरी केही संचारमाध्यमहरू जस्तै मोरङको पपुलर एफएमको २०६५ चैत २२ गतेदेखि विहान ८:०० बजेदेखि ९:३० बजेसम्म र धनुषाको रेडियो जनकपुरको २०६५ चैत १४ गतेदेखि विहान ६:३० बजेदेखि ८:०० बजेसम्म समयावधि परिवर्तन गरी अनुगमन गरिएको छ।

व्यावहारिक समस्याहरू

एमएमपीले मिडिया अनुगमनका दौरान उपलब्ध गराएको पारिश्रमिक लगायतका सुविधाहरू ज्यादै न्यून भएको गुनासो उपनिर्वाचन क्षेत्रगत जिल्लाहरूमा खटाइएका अनुगमनकर्ताहरूको रहेको छ। मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) ले पारिश्रमिक लगायतका सुविधा निर्धारण गर्दा स्थलगत व्यवहारिक समस्याहरू-जस्तै महँगो खाना र कोठा भाडा, संचार महसुल खर्च आदि विषयमा खासै विचार पुऱ्याउन नसकेको उनीहरूको भनाइ रहेको देखिन्छ। मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी)ले छिटो प्राप्तिका लागि वस्तुगत विश्लेषण फारामहरू हवाई सेवा (Air Courier) बाट पठाउन निर्देशन गरेअनुसार अरु जिल्लाहरूमा यो समस्या नदेखिए पनि कंचनपुरमा हवाई सेवाबाट फारामहरू पठाउन धनगढी जानुपर्ने बाध्यताले गर्दा त्यो आतेजाते स्थानीय यातायात खर्च उपलब्ध गराउनुपर्ने गुनासो उक्त जिल्लाका अनुगमनकर्ताहरूले राखेको पाइन्छ। धनुषामा भने कहिलेकाँही जानकारी तथा सूचनाहरू फ्याक्स गर्दा विद्युत आपूर्ति अवरुद्धको कारणले समस्या परेको देखिन्छ। काठमाडौं केन्द्रबाट यदि अनुगमन गर्नुपर्ने विद्युतीय संचारमाध्यमको प्रसारण राम्रो सुनिएमा सुविधापायक ठाउँमा बसी अनुगमन गर्न सकिने प्रावधान उपलब्ध गराएतापनि दैनिक पत्रिकाको पनि नियमित अनुगमन गर्नुपर्ने कारणले पत्रिका उपलब्ध हुने ठाउँमा नै बसी अनुगमन गर्नुपर्ने बाध्यता रहेको अनुभव बताएको पाइन्छ।

काठमाडौं केन्द्रबाटै जिल्लाका अनुगमनकर्ताहरूलाई नियमित सम्पर्क भइरहने हुँदा केन्द्रसँग समन्वयमा कुनै समस्या नभए पनि अनियमित बिजुली आपूर्ति, टेलिफोन र नेटवर्कको कारणले कहिलेकाँही सम्पर्क गर्न बाधा पुगेको देखिन्छ।

एकै जिल्लामा खटाइएका केही अनुगमनकर्ताहरू अलगअलग ठाउँमा बसी अनुगमन गर्ने गरेको भए तापनि केही समस्याहरू उत्पन्न भएमा टेलिफोनमार्फत् एक आपसमा समन्वय गरी समस्याको समाधान गर्ने गरेको पाइएको छ। एकै स्थानमा सँगै बस्ने अनुगमनकर्ताबीच पनि अनुगमन अवधिभर राम्रो सम्बन्ध र समन्वय रहेको पाइयो। जसले गर्दा अनुगमनकर्ताहरूको कार्य दक्षतामा थप टेवा पुगेको देखिन्छ।

मोरङ जिल्लामा खटिई गएका तीन महिला अनुगमनकर्ताहरूलाई प्रेस काउन्सिलको अनुरोधमा नेपाल प्रेस इन्स्टिच्यूटले विराटनगरस्थित आफ्नो क्षेत्रीय संचार स्रोत केन्द्र (आरएमआरसी) मार्फत् न्यून शुल्कमा बस्ने कोठा उपलब्ध गराएको थियो। उक्त केन्द्र बजारबाट अलि टाढा भएकाले अनुगमनकर्ताहरूलाई खानाको प्रबन्धमा केही दिन अप्यारो परेको देखिन्छ। आरएमआरसीका कर्मचारीहरूको थप सहयोगले अनुगमनकर्ताहरूलाई मिडिया

अनुगमन गर्न सहज वातावरण सिर्जना भएको पाइएको छ । समग्रमा काठमाडौं केन्द्रसँग नियमित सम्पर्क भइरहनु र आवश्यक सुभाब र निर्देशन पाइरहनुले पनि जिल्लामा खटिएका सबै अनुगमनकर्ताहरूलाई अनुगमन अवधिभर सानातिना बाहेक खासै प्राविधिक तथा व्यावहारिक समस्याहरू भएको देखिदैन ।

यद्यपि मोरङका एक महिला अनुगमनकर्ता लगभग अनुगमन समयावधिभरि र रोल्पाका अर्का एक अनुगमनकर्ता पनि केही दिन मिडिया अनुगमनका दौरान विरामी भएको पाइए पनि अनुगमन कार्यमा बिना अवरोध निरन्तरता दिएको देखिनुले अनुगमनकर्ताहरूको कार्य प्रतिको लगनशीलता स्पष्ट भल्किन्छ ।

४.२ अनुगमनकर्ताहरूको अनुभव

क) निर्वाचनसम्बन्धी विषयवस्तुको प्रचारप्रसार सम्बन्धमा

अनुगमनकर्ताहरूको मिडिया अनुगमन अवधिभरको अनुभवलाई समग्र विश्लेषण गरी हेर्दा कंचनपुर जिल्लाका संचारमाध्यमहरूले तुलनात्मकरूपमा उपनिर्वाचनको विषयवस्तुलाई भन्दा राजनीतिक विषयवस्तुलाई बढी प्राथमिकता दिएको देखिन्छ । विद्युतीय संचारमाध्यमको तुलनामा छापामाध्यमले उपनिर्वाचनसँग सम्बन्धित विषयवस्तुलाई बढी प्राथमिकता दिएको देखिन्छ ।

कास्की जिल्लाका संचारमाध्यमहरूमा उपनिर्वाचनको विषयमा भन्दा बढी चुनावी सभाका सामग्रीहरू अर्थात् राजनीतिक गतिविधिहरूले नै बढी स्थान पाएको देखिन्छ । निर्वाचन आचारसंहिता लागू भएपछि प्रारम्भमा उपनिर्वाचनको विषयहरूले त्यति प्राथमिकता नपाए तापनि निर्वाचन हुने दिनको पहिलो हप्ता भने स्थानीय संचारमाध्यममा निर्वाचनका विषयहरूले विस्तारै प्राथमिकता पाउँदै गएको देखिन्छ । यो जिल्लाका संचारमाध्यम, राजनीतिक दल र उम्मेदवारहरूलाई निर्वाचन आचारसंहिताका बारेमा राम्रै जानकारी रहेको पाइए तापनि केही फाटफुट आचारसंहिता उल्लंघनका घटनाहरू भने भएको पाइयो । समग्रमा यहाँका संचार माध्यमहरूले निर्वाचन आचारसंहितालाई पालना गरेको नै देखिन्छ ।

धनुषा जिल्लाका संचारमाध्यमहरूमा पनि आचारसंहिता लागू भएको प्रारम्भिक हप्तामा उपनिर्वाचनसम्बन्धी सामग्रीहरू खासै प्रचारप्रसार नभए पनि चैत ११ गतेपछि यससम्बन्धी सामग्रीहरूले विस्तारै प्राथमिकता पाउँदै गएको देखिन्छ । साथै यहाँका संचार माध्यमहरूले उपनिर्वाचनलाई केन्द्रित गरी निर्वाचनसम्बन्धी शिक्षामूलक कार्यक्रमहरूको पनि राम्रै प्रचारप्रसार गरेको देखिन्छ । मोरङ जिल्लामा संचारमाध्यमहरूले शुरुका दिनमा उपनिर्वाचन र निर्वाचन आयोगसँग सम्बन्धित विषयलाई त्यति प्राथमिकता नदिए तापनि पछिका दिनमा भने प्राथमिकता दिएको देखिएको छ ।

रोल्पा जिल्लाका संचारमाध्यममा पनि उपनिर्वाचनको दौरान आवश्यकता बमोजिमको निर्वाचनसँग सम्बन्धित सूचना तथा सामग्रीहरू प्रकाशन र प्रसारण भएको पाइएन । अनुगमनकर्ताको अनुभवमा यस्तो हुनुमा विभिन्न कारणहरूमध्ये यस जिल्लाका उपनिर्वाचन क्षेत्रमा निर्वाचनसँग सम्बन्धित गतिविधिहरू प्रशस्त नहुनु पनि देखिन्छ ।

ख) निर्वाचन संचार आचारसंहिता पालनाको सम्बन्धमा

निर्वाचन आयोगले निर्वाचन आचारसंहिताका पालनाका विषयमा राष्ट्रियस्तरका संचार माध्यमबाट सबै सञ्चारमाध्यमलाई जानकारी गराएको भए तापनि कंचनपुरका छनौटमा परेका छापामाध्यमको केही संचारकर्मीसँग निर्वाचन आचारसंहिताका बारेमा अनुगमनकर्ताले अनौपचारिक भेटमा जिज्ञासा राख्दा आफूहरू यस विषयमा अनभिज्ञ रहेको बताएको देखिन्छ । कतिपय स्थानीय राजनीतिक व्यक्तिहरूमा आचारसंहिता लागू भएको थाहा भए पनि यसको मापदण्ड र सीमाबारे राम्रो जानकारी नभएको कारणले आचारसंहिता परिच्छेद ३ अन्तर्गत यो जिल्लामा केही राजनीतिक दल र उम्मेदवारहरूबाट भित्ते लेखन, रङ्गिचङ्गी पर्चा छपाई र मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन प्रसारण गरी प्रचारप्रसार गर्ने कार्य गरेकाले अरु जिल्लाको तुलनामा बढी आचारसंहिता उल्लंघन भएको देखिएको छ । यसबाट निर्वाचन आचारसंहिताका सम्बन्धमा निर्वाचन आयोगको प्रचारप्रसार त्यति प्रभावकारी नरहेको स्पष्ट देखिन्छ ।

रोल्पा जिल्लाका अनुगमनकर्ताले अनुगमन छनौटमा परेका संचारमाध्यम रेडियो रोल्पाका निर्देशकसँग आमसंचार माध्यमका लागि निर्वाचन आचारसंहिताका विषयमा अनौपचारिक छलफल गर्दा मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन विषयमा जिज्ञासा राखेको र अनुगमनकर्ताले सो विषयमा विस्तृत जानकारी दिएपछि सशुल्क विज्ञापनप्रति उक्त संचारमाध्यम सचेत रहेको पाइयो ।

समग्रमा रोल्पा जिल्लामा खटिएका अनुगमनकर्ताको अनुगमन समयावधिको अनुभवलाई हेर्दा यस जिल्लाका संचारमाध्यमहरूले आमसंचार आचारसंहितालाई पालना गरेको देखिन्छ ।

अतः निर्वाचन आयोगले निर्वाचनका सन्दर्भमा प्रत्येक जिल्लाका स्थानीय संचार माध्यमहरू (विद्युतीय र छापा) मार्फत् निर्वाचन आचारसंहिताका बारेमा विस्तृत जानकारीसहित प्रभावकारी प्रचारप्रसार गर्नु जरुरी हुने देखिन्छ। भण्डै १ महिनासम्म मिडिया अनुगमनकर्ताहरूद्वारा स्थानीय संचारमाध्यमबाट प्रसारण र प्रकाशन भएका सामग्रीहरू रेकर्ड गरी अनुगमन भइरहेको विषयमा त्यहाँका संचारमाध्यम, राजनीतिक दल तथा उम्मेदवारहरू सबै अनभिज्ञ रहेको देखिएको छ। आचारसंहिताका विषयमा सम्बन्धित पक्षलाई प्रभावकारिरूपमा जानकारी नगराई गरिएको अनुगमन र त्यसपछि उल्लंघन भयो भनी गरिएको कारवाही त्यति प्रभावकारी र प्राकृतिक नहुने देखिन्छ।

निर्वाचन आयोगले उपनिर्वाचन क्षेत्रका जिल्लाहरूमा कम्तिमा एक दिन पत्रकार सम्मेलन गरी सम्बन्धित सबै पक्षलाई निर्वाचन आचारसंहिता उल्लंघन भएमा आयोगद्वारा गरिने कारवाहीको विषयमा प्रभावकारी जानकारी गराई संचारमाध्यमको अनुगमन गरिएको भए उपलब्धि भनै राम्रो हुने थियो। सो सम्बन्धमा निर्वाचन आयोगसँग जानकारी लिँदा उक्त सुझावबमोजिमको प्रावधान निर्वाचन आयोगमा विद्यमान रहेको र सोही बमोजिम स्थानीय जिल्ला निर्वाचन कार्यालयलाई गर्न गराउन निर्देशन पनि दिइएको तर निर्देशन बमोजिम जिल्ला निर्वाचन कार्यालयले प्रचारप्रसार गरे/नगरेको विषयमा निर्वाचन आयोगबाट अनुगमन नभएको देखिन्छ।

ग) संचारमाध्यमहरूले दलगत प्राथमिकता दिएको सम्बन्धमा

अनुगमनकर्ताको अनुगमन अवधिभरको उनीहरूको आफ्नो अनुभवलाई विश्लेषण गरी हेर्दा कंचनपुरको रेडियो महाकालीले आफ्नो प्रसारणमा सबैभन्दा बढी एकीकृत नेकपा (माओवादी) र नेकपा एमालेलाई प्राथमिकता दिएको देखिन्छ। त्यसपछि क्रमशः नेपाली कांग्रेस, राष्ट्रिय जनमोर्चा र मधेशी जनअधिकार फोरमलाई प्राथमिकता दिएको देखिन्छ। शुक्लाफाँटा एफएमले पनि सबैभन्दा बढी प्राथमिकता नेकपा (माओवादी)लाई नै दिएको देखिन्छ। त्यसपछि क्रमशः राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी, नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसलाई प्राथमिकता दिएको देखिन्छ।

छापा सञ्चारमाध्यममा जनक्रान्ति दैनिकले लगभग शतप्रतिशत स्थान एकीकृत नेकपा (माओवादी) लाई दिएको देखिन्छ। पश्चिम नेपाल दैनिकले नेपाली कांग्रेस र नेकपा एमालेलाई अग्रस्थान दिएको देखिन्छ भने अभियान दैनिकले राप्रपा र राप्रपा नेपाललाई बढी प्राथमिकता दिएको देखिन्छ।

धनुषा जिल्लाका संचारमाध्यमहरूमा निर्वाचन आचारसंहिता लागू भएको पहिलो हप्ता उपनिर्वाचनसम्बन्धी सामग्रीहरू प्रचारप्रसार भएको खासै नदेखिए तापनि चैत ११ गतेपछि भने विस्तारै प्राथमिकता पाउँदै गएको देखिन्छ। यहाँका संचार माध्यमहरूले उपनिर्वाचनलाई केन्द्रीत गरी निर्वाचनसम्बन्धी शिक्षामूलक कार्यक्रमहरूको पनि राम्रै प्रचारप्रसार गरेको देखिएको छ।

धनुषा जिल्लाका संचारमाध्यमले स्थानीय उम्मेदवारहरूको विषयमा भन्दा दलगत आरोप प्रत्यारोपका राजनीतिक विषयहरूलाई बढी मात्रामा प्रकाशन र प्रसारण गरेको देखिन्छ। यहाँको रेडियो जनकपुर टुडेले सबैभन्दा बढी तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टीलाई प्राथमिकता दिएको छ भने त्यसपछि क्रमशः नेकपा एमाले र नेपाली कांग्रेसलाई प्राथमिकता दिएको देखिन्छ।

रेडियो मिथिलाले सबैभन्दा बढी प्राथमिकता नेकपा एमालेलाई र दोस्रो प्राथमिकता नेपाल परिवार दललाई दिएको देखिएको छ। तर चैत १९ गतेपछि भने तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टीका उम्मेदवार श्री कृष्ण यादवको प्रचारप्रसारका सामग्रीहरू बढी प्रसारण गरेको पाइन्छ।

समग्रमा धनुषा जिल्लाका संचारमाध्यमहरूले व्यापकरूपमा निर्वाचन आचारसंहिताको उल्लंघन गरेको नपाइए तापनि उम्मेदवारहरूले भने उल्लंघन गरेको देखिएको छ। तर, संचारमाध्यमहरूले यस विषयलाई महत्वकासाथ प्रसारण र प्रकाशन गरेको भने देखिएन। स्थानीय केही पत्रिकाहरूमा उम्मेदवारहरूले मत मागेका सशुल्क विज्ञापनहरू भने प्रकाशित भएको देखिन्छ।

मोरङ जिल्लाका विद्युतीय संचारमाध्यमहरू निर्वाचन आचारसंहिताको विषयमा सजग रहेको पाइयो भने केही छापा संचारमाध्यमहरूले आचारसंहिता उल्लंघन गरेको देखिएको छ। जनविद्रोह दैनिकले निर्वाचन आयोगको चेतावनीपछि पनि बारम्बार आचारसंहिता उल्लंघन गरिरहेको पाइयो।

सामान्यतः सबै अनुगमनकर्ताहरूको अनुगमनकार्य सन्तोषजनक नै रहेको देखिएको छ।

मिडिया अनुगमन सन्दर्भका महत्वपूर्ण सुभावहरू

५.१. निर्वाचन आयोगको सम्बन्धमा

क) प्रभावकारीपूर्ण प्रचारप्रसार गरिनुपर्ने

आमसंचार माध्यमका लागि निर्वाचनआचारसंहिता लागू हुनुपूर्व निर्वाचन आयोगले आचारसंहितासंग सम्बन्धित सबै पक्षहरूजस्तै पत्रकार तथा आमसंचार माध्यमहरू, राजनितिक दल तथा उम्मेदवारहरू सबैले पर्याप्त जानकारी पाउने गरी आचारसंहिता लागू हुने अवधि, आचारसंहिताका सबै विषयवस्तुहरू जस्तै आचारसंहिताका सीमा क्षेत्रहरू, कसले के-के गरेमा आचारसंहिता उल्लंघन गरेको ठहरिन्छ र आचारसंहिता उल्लंघन गरेको ठहरे के कस्तो कारवाही हुनसक्दछ, भन्ने विषयमा प्रभावकारी रूपमा सूचना तथा सामग्रीहरू प्रचारप्रसार गर्नु जरुरी देखिएको छ।

यो उप-निर्वाचनमा निर्वाचन आयोगले केही राष्ट्रिय संचारमाध्यमहरूबाट निर्वाचन आचारसंहिताका बारेमा प्रचारप्रसार गरेपनि उप-निर्वाचन हुने क्षेत्रका संचारमाध्यमहरूलाई यसबारे यथेष्ट जानकारी नभएको पाइयो। केही संचारमाध्यमहरूलाई आचारसंहिता लागू हुने विषयमा सामान्य जानकारी भए पनि यो विषयमा विस्तृत जानकारी नभएको पाइयो। आचारसंहिताका विषयमा आमसंचार माध्यमहरूलाई विस्तृत जानकारी नभएको कारण आचार संहिता उल्लंघनका घटनाहरू भएको देखिन्छ। यदि निर्वाचन आयोगले आमसंचार माध्यमलाई आचारसंहिताका बारेमा यथेष्ट जानकारी तथा सूचनाहरू प्रवाह गर्न सकेको भए आचारसंहिता उल्लंघनका घटनाहरूमा पचास प्रतिशतले कमी आउन सक्ने अनुमान गर्न सकिन्छ। यद्यपि केही जिल्लाका केही सञ्चारमाध्यमहरूलाई आचारसंहिताका विषयमा राम्रै जानकारी भए पनि जानाजान उल्लंघन गरेका घटनाहरू पनि देखिएका छन्। जुन ज्यादै न्यून प्रतिशतमा रहेको छ। यसो हुनुमा आचारसंहिता उल्लंघन गर्ने कतिपय संचारमाध्यमलाई निर्वाचन आयोगले सामान्य चेतावनी बाहेक अन्य कारवाही गर्न नसक्नु मुख्य कारण रहेको देखिन्छ। धनुषा जिल्लाका अनुगमनकर्ताले त्यहाँको एक संचारमाध्यममा कार्यरत सञ्चारकमीसंग मिडिया अनुगमनका विषयमा सामान्य अनौपचारिक छलफल गर्दा स्वयं संचारकर्मीले नै कुनै प्रभावकारी कानुनी कारवाही व्यवहारमा नदेखिएकोले यस्तो लापवरवाहीको वृद्धि भएको बताएका थिए। रोल्पाका अनुगमनकर्ताले रेडियो रोल्पाका निर्देशकसंग मिडिया अनुगमनको विषयमा अनौपचारिक छलफल गर्दा सशुल्क विज्ञापनको पनि सीमा परिधि रहेको र त्यसमा पनि आचारसंहिता आकर्षित हुने जानकारी गराएपछि उक्त संचारमाध्यमले प्रसारण गर्न लागेको मत आह्वानको सशुल्क विज्ञापन रोकी यसप्रति सचेत रहेको र त्यसपछि अन्य उल्लंघनका घटनाहरूमा पनि कमी आएको देखिन्छ। यी माथिका उदाहरणहरूबाट के प्रष्ट हुन्छ भने यथेष्ट पूर्व जानकारी भएमा आमसंचार माध्यमहरूले आचारसंहिता पालना गर्ने रहेछन्। निर्वाचन आयोगले लक्षित समूहलाई आचारसंहिताका बारेमा पर्याप्त र पूर्व जानकारी नगराई आचार संहिता उलंघन गरेको भनी कारवाही गर्दा त्यति व्यावहारिक र प्रभावकारी नहुने देखिन्छ।

ख) अनुगमन विधिलाई राष्ट्रिय मान्यता प्रदान गरिनुपर्ने

विषयगत विधि (Qualitative method) अवलम्बन गरी आचारसंहिता अनुगमन गर्दा पाइएका आचारसंहिता उल्लंघनका सामग्रीहरूलाई तथ्याङ्कगत रूपमा प्रमाणित गर्ने आधार वस्तुगत विधि (Quantitative method) हो। विषयगत विधिबाट कोडिङ गरिएका आचारसंहिता उलंघनका सामग्री जस्तै: कुनै एक संचारमाध्यमले उम्मेदवार 'क' लाई उम्मेदवार 'ख' लाई भन्दा बढी समय वा स्थान उपलब्ध गराई अधिकतम सकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको विषयगत कथनलाई वस्तुगत विधिबाट तथ्याङ्कगतरूपमा प्रस्तुत गर्दा उम्मेदवार 'क' लाई यति वर्ग से.मी स्थान (पत्रिकामा) वा यति सेकेण्ड समय (टिभी/रेडियोमा), उम्मेदवार 'ख' लाई भन्दा बढी उपलब्ध गराई यति प्रतिशत सकारात्मक शैलीमा प्रस्तुत गरेको देखिन्छ, भनी तथ्याङ्कगतरूपमा नै विश्लेषण गर्न सकिने भएकाले विषयगत विधि र वस्तुगत विधि एक अर्कामा परिपूरक छन्। विषयगत विधिको प्रमुख आधार भनेको वस्तुगत विधि हो। जसले तथ्याङ्कगत आधारसहितको विश्लेषण गर्दछ, जुन आधारलाई नकार्न सक्ने अवस्था नै हुँदैन। मिडिया अनुगमन गर्न अवलम्बन गरिएको यो वस्तुगत विधि अन्तर्राष्ट्रिय मापदण्डको विधि हो। यो विधि अफगानिस्तान र क्युवा लगायतका केही मुलुकहरूमा त्यहाँको राष्ट्रिय निर्वाचनको दौरान मिडिया अनुगमन गर्न प्रयोग भई सफल भैसकेको विधि हो। नेपालको सन्दर्भमा पनि यो विधिलाई नेपाल सरकारले राष्ट्रिय मान्यता प्रदान गरी सर्वमान्य विधिको रूपमा अवलम्बन गर्नु आवश्यक देखिन्छ। यसो हुनसकेमा अनुगमनपछिको कारवाही पद्धतिलाई प्रभावकारी रूपमा परिचालन गर्न सकिन्छ।

ग) १९ बूँदे आमसंचार आचारसंहितालाई परिमार्जन गरिनुपर्ने

मिडिया अनुगमनकर्ताहरूले निर्वाचन आयोगद्वारा जारी गरिएको आमसंचार माध्यमले पालना गर्नुपर्ने १९ बूँदे आचारसंहितामा केही व्यावहारिक अस्पष्टताहरू भएको बताएका छन् । आचारसंहितामा उल्लेखित उक्त १९ बूँदामा आधारित भई आमसंचार माध्यममा प्रसारित सामग्रीहरू सुनेर अनुगमन गर्दा प्रथमतः कस्तो कस्तो अवस्थाका सामग्रीहरूलाई उल्लंघन भएको मान्ने र कुन अवस्थामा कुन दफा लगाउने दुवै सन्दर्भहरूमा स्पष्टता भएको देखिँदैन । उप निर्वाचनकै सन्दर्भलाई हेर्दा पनि कुनै राजनीतिक दलका उम्मेदवार वा नेताले अर्कै राजनीतिक दल वा त्यसका उम्मेदवार वा नेतालाई आरोप प्रत्यारोप गरेको घटनालाई कुनै संचारमाध्यमले सम्प्रेषण गर्दा आफ्नै शब्द र शैलीमा कुनै एक उम्मेदवारको पक्ष वा विपक्षमा विश्लेषण गरी सामग्री प्रस्तुत गरेमा परिच्छेद ४ को बूँदा ६७ उल्लंघन गरेको ठहरिन्छ । तर सोही सामग्री आचारसंहिता लागू भएको समयावधिमा हुबहु सम्प्रेषण गरेको अवस्था उक्त उम्मेदवारलाई आरोप-प्रत्यारोप गर्न आफ्नो संचार माध्यममा अवसर दिएको मानी आचारसंहिता उल्लंघन गरेको ठान्ने वा नठान्ने ? त्यस्तै कुनै संचार माध्यमले कुनै राजनीतिक दलका उम्मेदवार वा नेताले निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई आरोप प्रत्यारोप गरेका सामग्रीहरू हुबहु वा आफ्नै शैली र भाषामा प्रस्तुत गरेको खण्डमा उक्त संचार माध्यमले आचारसंहिता उल्लंघन गरेको ठहर्ने वा नठहर्ने ? भन्ने जस्ता विषयहरू आचारसंहितामा अस्पष्ट देखिन्छ । किनकि दफा ६२, ६३, ६८ र ७१ मा क्रमशः निर्वाचनसँग सम्बन्धित शिक्षामूलक समाचार, सूचना, प्रचार प्रसारको सम्बन्धमा प्राथमिकता दिनुपर्ने, भ्रम सिर्जना हुने खालको सामग्री प्रचारप्रसार गर्न नहुने र गरेको ठहरे उक्त संचारमाध्यमले तुरुन्त सच्याउनुपर्ने जस्ता सामान्य पालना र कारवाहीको विषयहरू उल्लेख भएको देखिन्छ भने निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूका सम्बन्धमा भ्रामक र विवादास्पद सामग्रीहरू सम्प्रेषण भएको खण्डमा के कस्तो अवस्था रहने विषयमा कुनै दफामा स्पष्ट व्याख्या भएको देखिँदैन । यो उपनिर्वाचनमा निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूका विषयमा यस्ताप्रकारका केही सामग्रीहरू केही संचार माध्यमहरूमा सम्प्रेषण भएको पाउँदा अनुगमनकर्ताहरूलाई तत्काल यस सम्बन्धमा यथार्थपरक विश्लेषण गर्न अन्यौल भएको र एमएमपीले तत्कालै निर्वाचन आयोगसँग जिज्ञासा राख्दा कुन संचारमाध्यमले कसरी निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूको सम्बन्धमा टिप्पणी गरी सामग्री सम्प्रेषण गरेको छ, हुबहु विवरण उल्लेख गरी निर्वाचन आयोगलाई जानकारी गराउनु र जानकारी प्राप्त भएपछि निर्वाचन आयोग आफैले यस विषयमा छलफल गरी निर्णय गर्नेछ भनी निर्देशन भएबमोजिम मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) ले सोही अनुसार प्रतिवेदनमार्फत जानकारी दिने कार्य गरेको थियो ।

निर्वाचन आयोगले यस्ता अस्पष्टताहरूलाई हटाई स्पष्ट निर्देशन र व्याख्या हुने गरी निर्वाचन आचारसंहिता-२०६४ मा केही संशोधन गर्नुपर्ने देखिन्छ । यसको लागि निर्वाचन आयोगले मुख्यतः एमएमपीसँगको समन्वयमा सम्बन्धित संचारमाध्यमका प्रतिनिधिहरू, पत्रकारहरू, यस विषयका विज्ञहरूसँग अन्तरक्रिया/गोष्ठीद्वारा रायसुझाव एवं परामर्श संकलन गरी वा आचारसंहिता संशोधन कार्यदल गठन गरी आमसंचार माध्यमको निर्वाचन आचारसंहितामा परिमार्जन गर्नुपर्ने देखिन्छ ।

घ) आचारसंहितामा सञ्चार अनुगमनका सामग्री र सान्दर्भिक पात्रहरूको स्पष्ट व्याख्या गरिनुपर्ने :

अनुगमनको समयमा कतिपय विषयवस्तुहरू अनुगमनपूर्व नै एकरूपतामा निक्कौल गरिसक्नुपर्ने हुन्छ । जस्तो कि अनुगमनविधिमा कुन कुन लक्षित वर्गहरूलाई 'सान्दर्भिक पात्र' को रूपमा अनुगमन गर्ने ? निर्वाचन कै सन्दर्भलाई हेर्ने हो भने राजनीतिक दल र तिनका उम्मेदवारहरू, स्वतन्त्र उम्मेदवारहरू, राजनीतिक दलका भातृसंगठनहरू, निर्वाचनमा भाग लिएका राजनीतिक दलका केन्द्रीय समितिका सदस्यहरू, वरिष्ठ तथा अन्य राजनीतिज्ञहरू, निर्वाचन आयोग, आयुक्तहरू, निर्वाचन आयोगका प्रवक्ता, नेपाल सरकार र मन्त्रीपरिषद् आदि । अझ विस्तृतरूपमा विश्लेषण गर्ने हो भने निर्वाचन पर्यवेक्षक राष्ट्रहरू, विशेषतः नेपालको राजनीतिकसँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने दुई छिमेकी राष्ट्रहरू चीन र भारत, केही प्रभावशाली राष्ट्रहरू- अमेरिका, बेलायतका साथै प्रमुख दातृराष्ट्रहरूलाई पनि सान्दर्भिक पात्रको रूपमा अनुगमन गर्न सकिन्छ । निर्वाचनको दौरान यी पक्षहरूको पनि प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षरूपमा भूमिका रहेको हुन्छ । जति सान्दर्भिक पात्रहरू समेट्न खोजियो, तुलनात्मकरूपमा सोही बमोजिम परियोजनामा जनशक्ति र आर्थिक भार पनि थपिँदै जाने हुँदा सान्दर्भिक पात्रहरूलाई समेट्ने सीमा परियोजना संचालनका लागि उपलब्ध हुने श्रोत र सुविधामा भर पर्ने देखिन्छ । त्यसकारण उपनिर्वाचनको दौरान 'मिडिया अनुगमन परियोजना' को लागि उपलब्ध गराइएको सीमित आर्थिक स्रोतको कारण केही सीमित तर अत्यावश्यक सान्दर्भिक पात्रहरू जस्तै: उपनिर्वाचनमा भाग लिएका २५ राजनीतिक दल र सम्पूर्ण १३९ जना उम्मेदवारहरू, राजनीतिक दलका भातृसंगठनहरू, निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई मात्र सान्दर्भिक पात्रको रूपमा अनुगमन गरिएका छ । निर्वाचन आयोगले निर्वाचनसँग सम्बन्धित वा सरोकार राख्ने कम्तिमा यी यी पक्षहरूलाई आचारसंहिता अनुगमन गर्दा सान्दर्भिक पात्रको रूपमा समेटिनु पर्ने भनी आमसंचार माध्यमका लागि जारी निर्वाचन आचारसंहितामा नै स्पष्ट उल्लेख गरिदिनामा आचारसंहिता अनुगमन गर्न सरल हुने देखिन्छ ।

ड) उल्लंघनका दफाहरू संवेदनशीलताका आधारमा परिमार्जित हुनुपर्ने

यो उपनिर्वाचनको दौरान विषयगत विधिबाट अनुगमन गर्दा निर्वाचन आयोगद्वारा जारी गरिएको १९ बुँदे आचारसंहिताको आधारमा संचार माध्यमहरूबाट प्रकाशित र प्रसारित सामग्रीहरू स्पष्टरूपमा उल्लंघन भए नभएको विश्लेषण गर्न अनुगमनकर्तालाई अप्ठ्यारो भएको र सबै अवस्थाहरूलाई एउटै बुँदा र एउटै प्रयोजनको कारवाही गर्ने नीति अवलम्बन गर्नुभन्दा उल्लंघनको संवेदनशीलतालाई मापन गरी सोही बमोजिम आचारसंहिताका बुँदाहरू परिमार्जित गर्नु राम्रो हुने देखिन्छ। जस्तै:

अ) सन्दर्भ : निर्वाचन गतिविधि विषयक :

१) पहिलो अवस्था : आरोप प्रत्यारोपको अवस्था

सान्दर्भिक पात्रहरूले सान्दर्भिक पात्रहरूलाई आरोप प्रत्यारोप गरेको सामग्री प्रकाशन र प्रसारण भएमा

- १) उम्मेदवारले उम्मेदवारलाई (बढी उल्लंघन)
- २) उम्मेदवारले निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई (१ को भन्दा कम उल्लंघन)
- ३) उम्मेदवारले राजनीतिक दललाई (२ को भन्दा कम उल्लंघन)

सान्दर्भिक पात्रहरूले असान्दर्भिक पात्रहरूलाई आरोप प्रत्यारोप गरेको सामग्री प्रकाशन र प्रसारण भएमा

- १) उम्मेदवारले निर्वाचन आयोगका प्रवक्तालाई (बढी उल्लंघन)
- २) उम्मेदवारले नेपाली कांग्रेसका सभापति गिरिजाप्रसाद कोइरालालाई (१ भन्दा कम उल्लंघन)
- ३) उम्मेदवारले मन्त्रिपरिषदका सदस्यहरूलाई (२ भन्दा कम उल्लंघन)

असान्दर्भिक पात्रले सान्दर्भिक पात्रहरूलाई आरोप प्रत्यारोप गरेको अवस्थामा

- १) नेपाली कांग्रेसका सभापति गिरिजा प्रसाद कोइरालाले उम्मेदवारलाई (बढी उल्लंघन)
- २) नेपाली कांग्रेसका सभापति गिरिजा प्रसाद कोइरालाले निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई (१ भन्दा कम उल्लंघन)
- ३) नेपाली कांग्रेसका सभापति गिरिजा प्रसाद कोइरालाले चुनावमा भाग लिएका अन्य राजनीतिक दलहरूलाई (२ भन्दा कम उल्लंघन)

२) दोस्रो अवस्था : पक्ष विपक्षमा सामग्री सम्प्रेषण गरेको अवस्था

सान्दर्भिक पात्रहरूलाई समेटेर

- क) उम्मेदवारहरूलाई समेटेर (बढी उल्लंघन)
- ख) निर्वाचन आयोग र आयुक्तहरूलाई समेटेर (१ भन्दा कम उल्लंघन)
- ग) राजनीतिक दलहरूलाई समेटेर (२ भन्दा कम उल्लंघन)

असान्दर्भिक पात्रहरूलाई समेटेर

- क) निर्वाचन आयोगका प्रवक्तालाई समेटेर (बढी उल्लंघन)
- ख) राजनीतिक दलका नेताहरूलाई समेटेर (१ भन्दा कम उल्लंघन)
- ग) मन्त्रिपरिषदका सदस्यहरूलाई समेटेर (२ भन्दा कम उल्लंघन)

आ) सन्दर्भ : गैर निर्वाचन गतिविधि विषय

निर्वाचनभन्दा बाहेकका विषयहरू जस्तै, राजनीतिक गतिविधि, सामाजिक तथा विकास गतिविधि आदिको सन्दर्भमा आचारसंहिता उल्लंघनलाई माथि उल्लेखित सबै अवस्थाभन्दा तुलनात्मकरूपमा कम संवेदनशील मानिनुपर्ने देखिन्छ।

ड) निर्वाचन आयोगबाट एमएमपी गतिविधिमा नियमित निरीक्षण गरिनुपर्ने

संविधानसभा सदस्य निर्वाचनको दौरान संचार अनुगमन गर्दा मिडिया अनुगमन अवधिको अन्तरालमा आयोगका प्रवक्ताबाट एमएमपी कार्यालयको भ्रमण गरी कार्य प्रगति बारे जानकारी लिनेजस्ता समन्वयात्मक

गतिविधिहरू भएको थियो । यो उपनिर्वाचनको दौरानमा निर्वाचन आयोगबाट मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) गतिविधिको प्रत्यक्ष निरीक्षण गरिएन । निर्वाचन आयोगका प्रतिनिधिहरू उपनिर्वाचन क्षेत्रहरूमा निरीक्षण भ्रमणमा गएका बेला मिडिया अनुगमनका लागि त्यस क्षेत्रमा खटिएका अनुगमनकर्ताहरूलाई भेटी आचारसंहिता उल्लंघनका विषयमा स्थलगत जानकारी लिने र उनीहरूको कार्यप्रगतिको निरीक्षण गरी आवश्यक निर्देशन दिनेजस्ता समन्वयात्मक गतिविधि भएको भए धेरै राम्रो हुने थियो । यसबाट अनुगमनकर्तालाई थप हौसला प्राप्त हुने र निर्वाचन आयोगको निरीक्षण भ्रमण भन्ने फलदायी र वस्तुपरक हुने थियो । जस्तै- कास्की र कंचनपुर जिल्लामा निर्वाचन आयोगका आयुक्तहरू निरीक्षण भ्रमणमा जाँदा प्रशस्त आचारसंहिता उल्लंघन भएका घटनाहरू पाइएको तर मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) को प्रतिवेदनमा यस्ता सामग्रीहरू समावेश नभएको भन्ने जानकारी आयोगबाट प्राप्त भयो । कंचनपुरको निर्वाचन क्षेत्रमा राजनीतिक दल र उम्मेदवारहरूबाट भएको रंगिन पर्चा र भित्ते लेखनजस्ता कार्य आचारसंहिता २०६४ को परिच्छेद ३ अन्तर्गतको उल्लंघनहरू हुन् । तर निर्वाचन आचारसंहिताको परिच्छेद ४ प्रतिकूल हुनेगरी सञ्चारमाध्यमबाट उक्त सामग्री प्रकाशन वा प्रसारण भएमा मात्र अनुगमनको कार्यक्षेत्रभित्र पर्ने भएकाले त्यस्ता घटनाहरूको अनुगमन र विश्लेषण नगरिएको हो भनी निर्वाचन आयोगलाई परियोजनाले जानकारी गराएको थियो ।

च) आचारसंहितामा सशुल्क र निःशुल्क विज्ञापनको स्पष्ट व्यवस्था गरिनुपर्ने

राजनीतिक दल र उम्मेदवारहरूबाट मत आह्वानका सशुल्क विज्ञापनहरू कंचनपुरका सञ्चारमाध्यममा प्रशस्तै भेटिए तापनि यो विषयमा आचारसंहितामा स्पष्ट व्याख्या नभएकोले सशुल्क मत आह्वान गरिएको विज्ञापनलाई आचारसंहिता उल्लंघन भए/नभएको के ठान्ने भन्ने सम्बन्धमा अनुगमनकर्ताहरूमा अन्यायतामा रहेको देखिन्छ । यस विषयमा निर्वाचन आयोगलाई जानकारी गराउँदा सशुल्कको विषयमा जेजस्तो सामग्री प्रकाशित र प्रसारित भएको छ, प्रतिवेदनमार्फत हुबहु जानकारी गराउनु र निर्वाचन आयोगले आफैँ आन्तरिक छलफल र गृहकार्य गरी यस विषयमा निर्णय लिनेछ, भनी निर्देशन प्राप्त भएपछि सोहीअनुरूप निर्वाचन आयोगलाई जानकारी गराइएको थियो ।

निर्वाचन आयोगले निर्वाचनको दौरान सशुल्क र सरकारी माध्यममार्फत् उपलब्ध गराइने निःशुल्क दुवै विज्ञापनका सम्बन्धमा निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ मा स्पष्ट व्याख्यासहितको व्यवस्था हुनु आवश्यक देखिन्छ । हालको व्यवस्थाअनुसार निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ को बुँदा ७२ मा समानुपातिक निर्वाचन प्रणाली (PR) अन्तर्गतका उम्मेदवारहरूलाई सरकारी संचार माध्यमहरूमा निःशुल्क विज्ञापनका लागि केही समय उपलब्ध गराउन सकिने प्रावधान भए पनि सशुल्क विज्ञापनको सम्बन्धमा आचारसंहिता मौन रहेको छ । केवल अनुसूची १ को क्र.सं. ८ मा प्रचार-प्रसारअन्तर्गत एकमुष्ट रु. २५ हजारको खर्च सीमा तोकिएको छ । यसलाई आधार बनाई सशुल्क विज्ञापनको सम्बन्धमा कुनै संचारमाध्यमले आचारसंहिता उल्लंघन गरे नगरेको स्पष्ट मापन गर्न सकिदैन । संचारमाध्यमहरूको प्रति मिनेट विज्ञापन दर भिन्नाभिन्नै हुने भएकोले एकमुष्ट खर्च सीमाको आधारमा नभई बढीमा यति मिनेटसम्म सशुल्क विज्ञापन गर्न सकिने भनी स्पष्ट किटानकासाथ व्यवस्था हुनुपर्ने देखिन्छ । सरकारी सञ्चारमाध्यमहरूमा साना ठूला सबै राजनीतिक दलका प्रत्यक्ष प्रणाली (FPTP) अन्तर्गतका उम्मेदवारहरू सबैलाई समान रूपमा यति मिनेट समय (विद्युतीय माध्यम) वा यति वर्ग सेमी (पत्रिका) स्थान उपलब्ध गराउनुपर्ने भन्ने प्रावधानसहितको निःशुल्क विज्ञापन प्रणालीको व्यवस्था हुनसके राम्रो र न्यायसंगत हुने देखिन्छ । यसो गर्दा साना राजनीतिक दलहरूले पनि निर्वाचनको सन्दर्भमा सरकारी संचारमाध्यमहरूमा मत आह्वानको विज्ञापन गरी स्वस्थ प्रतिस्पर्धामा उत्रनसक्ने अवस्था रहने देखिन्छ ।

निर्वाचन आयोगले उपनिर्वाचन अनुगमनको लागि प्रेस काउन्सिललाई बजेट निकासी गर्ने सम्बन्धमा व्यवहारिक पक्षमा ध्यान पुऱ्याउन सकेको देखिदैन । यो उपनिर्वाचनका लागि खर्चहुने कूल बजेटमध्ये ५० प्रतिशत रकम कार्य प्रारम्भको लागि पहिले नै उपलब्ध गराउने र बाँकी ५० प्रतिशत रकम कार्य समाप्तिपछि सम्पूर्ण खर्चको बिल भौचर पेश गरेपछि मात्र काउन्सिललाई निकासी दिने भन्ने निर्वाचन आयोगको निर्णय अव्यवहारिक देखिएको छ । अनुगमन कार्य गर्दै जाँदा निर्वाचन आयोगले प्रारम्भमा उपलब्ध गराएको ५० प्रतिशत रकम अनुगमनको मध्य अवधिमा समाप्त भइसकेको र कतिपय अत्यावश्यक स्टेशनरी सामानहरू (क्यासेट चक्का, पेपर इत्यादि) उधारोमा खरिद गरी कार्य गर्नुपर्ने अवस्था रह्यो । साथै जिल्लामा कार्यरत अनुगमनकर्ताहरू काठमाडौँ केन्द्रमा फर्केपछि उनीहरूको बाँकी पारिश्रमिक तत्काल भुक्तानी गर्न र उधारोमा खरिद गरिएका सामग्रीहरूको वीलबमोजिमको रकम समयमै भुक्तानी गर्न नसकिएकाले व्यवहारिक कठिनाईसमेत भैल्लु पऱ्यो । यस किसिमका व्यवहारिक कठिनाईहरूले कार्य सम्पादनमा असर पार्ने हुँदा निर्वाचन आयोग यस्ता सुझावहरू प्रति सकारात्मक हुनुपर्ने देखिन्छ ।

छ) निर्वाचन विषयका सामग्रीहरूको प्रकाशन र प्रसारण अवधि र स्थान स्पष्ट तोकनुपर्ने

निर्वाचन आयोगद्वारा जारी निर्वाचन आचारसंहिता २०६४ को परिच्छेद ४ को बुँदा ६२ मा निर्वाचनको दौरान आमसंचारमाध्यमले निर्वाचनसँग सम्बन्धित शिक्षामूलक समाचारहरूलाई उच्च प्राथमिकताका साथ सम्प्रेषण गर्नुपर्छ भनी उल्लेख गरिएको भए तापनि मापदण्डको आधार स्पष्ट नभएकोले निर्वाचनसँग सम्बन्धित सामग्रीहरू कति प्रसारण वा प्रकाशन गरेमा उच्च प्राथमिकता दिएको मान्ने ? सजिलै मापन गर्न सकिने स्थिति नभएको देखिन्छ। अतः आचारसंहितामै मापदण्डको आधारहरू स्पष्ट उल्लेख गरिनुपर्ने देखिन्छ। जस्तै: संचारमाध्यमहरूले निर्वाचनको दौरान आफ्नो दैनिक प्रसारण अवधिको र प्रकाशनको यति प्रतिशत स्थान निर्वाचनसँग सम्बन्धित शिक्षामूलक सामग्रीहरूको प्रचारप्रसारका लागि खर्च गर्नुपर्ने भनी आचारसंहिता मै किटान गरिनु पर्दछ। यसो गरेमा मात्र आमसंचारमाध्यमले सो सम्बन्धमा आचारसंहिता पालना गरे वा नगरेको सजिलै मापन गरी निर्वाचन आयोगलाई जानकारी गराउन सकिनेछ। यो उपनिर्वाचनमा निर्वाचनको दिन नजिकिने क्रमसँगै निर्वाचनसँग सम्बन्धित शिक्षामूलक सामग्रीहरूको प्रचार प्रसारमा वृद्धि भएको देखिएको छ। निर्वाचन आयोगबाट पर्याप्त प्रचारप्रसार नभएकाले आचारसंहिता लागू भएको प्रारम्भिक हप्तामा अनुगमनका लागि छानिएका संचारमाध्यमहरूले निर्वाचनसँग सम्बन्धित सामग्रीहरू ज्यादै कम मात्रामा प्रचार प्रसार गरे भने अन्तिम हप्तामा यथेष्ट समय र स्थान खर्चेको देखिएको छ।

५.२ प्रेस काउन्सिलको सम्बन्धमा

क) तालिम अवधि बढाइनुपर्ने

मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) ले अनुगमनकर्ताहरूलाई उपलब्ध गराएको दुई दिने पुनर्ताजगी तालिम (Refreshment Training) पर्याप्त नभएको महशुस गरिएको छ। गतसाल अनुगमनको काम गरिसकेका पुराना अनुगमनकर्तालाई यो तालिम पर्याप्त भए पनि पहिलो पटक मिडिया अनुगमनका लागि नियुक्ति गरिएका नयाँ अनुगमनकर्ताहरूलाई पर्याप्त नभएको पाइयो। नयाँ अनुगमनकर्ताका लागि अरु थप २ दिन तालिम अवधि बढाउन सकेको भए अनुगमन कार्य अझै प्रभावकारी हुने थियो। समयअभावका कारण थप तालिम उपलब्ध गराउन सकिएन।

ख) अवस्था हेरि केही संचारमाध्यमहरूको अनुगमन समयावधि परिमार्जन गरिनुपर्ने :

यो उपनिर्वाचनका सन्दर्भमा संचारमाध्यमको अनुगमन समयावधिका विषयमा काउन्सिलले विशेष ध्यान पुऱ्याउन नसकेको देखिन्छ। छनोटमा परेका सबै संचारमाध्यमहरूको (विद्युतीय) एउटै समयावधि निर्धारण गर्दा समयावधिमा एकरूपता देखिए पनि कतिपय संचारमाध्यमहरूमा उक्त समयमा अनुगमनका लागि आवश्यक सामग्री प्रसारण नभईदिँदा केही समय केही संचारमाध्यमहरूबाट प्रसारण भएका सान्दर्भिक सामग्रीहरू प्रशस्त समेट्न र अनुगमन गर्न सकिएन। जिल्लाको हकमा एमएमपीले अनुगमनको पहिलो दिन अनुगमन गर्नुपर्ने संचारमाध्यमबाट प्रसारण भएका सबै कार्यक्रमहरू अनुगमनकर्ताहरूलाई सुन्न लगाई उनीहरूको राय सल्लाहअनुसार समय निर्धारण गरी दोस्रो दिनदेखि अनुगमन गरिएको भए धेरैभन्दा धेरै सान्दर्भिक सामग्रीहरू रेकर्ड र अनुगमन गर्न सकिने अवस्था रहेको देखियो।

५.३ नेपाल सरकारको सम्बन्धमा

मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) लाई मिडिया तथ्यांक बैंकको रूपमा संस्थागत गरिनुपर्ने

जनताको लागि सूचना वा समाचार सम्प्रेषण गर्दा पत्रकारिता क्षेत्र (छापामाध्यम) आफ्नो कर्तव्य र जिम्मेदारीबाट विचलित नहोस वा बाटो नबिराओस भन्नका खातिर काउन्सिलले पत्रकार आचारसंहिता तर्जुमा गरी लागू गर्नुका साथै नियमित अनुगमन पनि गर्ने गरेको छ। चौथो अंगको रूपमा रहेको प्रेस जगतले नागरिकको दैनिक जीवनसँग प्रत्यक्ष सरोकार राख्ने भएकोले यो स्वच्छ, स्वस्थ र मर्यादित हुनु पर्दछ। आचारसंहिताको सन्दर्भमा संचार अनुगमन कार्य निर्वाचनको बेला वा कुनै विशेष परिस्थितिमा निश्चित अवधिका लागि मात्र नभई नियमितरूपमा गर्नुपर्ने देखिन्छ। वर्तमान् परिप्रेक्ष्यमा आमसंचार माध्यमबाट (छापामाध्यम र विद्युतीय माध्यम) दैनिक प्रसारण र प्रकाशन भइरहेका सम्पूर्ण सामग्रीहरूलाई कम्प्युटर प्रविधिबाट अभिलेखीकरण गर्ने तथा वस्तुगत एवं विषयगत विधिहरू अवलम्बन गरी नियमित अनुगमन र विश्लेषण गरी पत्रकारिताको निष्पक्षताका बारेमा सरकारले जानकारी राख्नु अपरिहार्य भइसकेको छ। त्यसकारण नेपालभरबाट प्रकाशन तथा प्रसारण भएका सबै सामग्रीहरू अनुगमन गरी प्राप्त सम्पूर्ण तथ्यांकहरूलाई भण्डारण गर्न नेपाल सरकारले अविलम्ब संचार तथ्यांक बैंक (Media Data Bank) को अवधारणा सम्बन्धमा अभ्यास र संस्थागत विकास गरी स्थापना गर्नु जरुरी देखिन्छ। यसको लागि सरोकारवाला सबै पक्षसँग वृहद् छलफल एवं अन्तरक्रियाको खाँचो छ।

यसबाट कुनै संचारमाध्यमले नागरिकको व्यक्तिगत चरित्रहत्या वा मानहानी हुने वा सन्तुलित पत्रकारिताको आधारभूत मान्यता विपरित जनमानसमा भ्रम सिर्जना गर्ने खालका सामग्री प्रसारण वा प्रकाशन गरेमा त्यस्ता सामग्रीहरू मिडिया तथ्यांक बैंकबाट तुरुन्तै प्राप्त गरी प्रमाणको रूपमा पेश गर्न सकिने अवस्था रहने हुँदा संचारमाध्यममा हाल देखिएको त्यस प्रकारका विसंगतिहरूमा कमी आउने देखिन्छ। यसका लागि नेपाल सरकारले प्रेस काउन्सिल वा अन्य कुनै निकायको मातहतमा रहने गरी वा स्वतन्त्र कार्याधिकारसहितको स्वायत्त मिडिया अनुगमन कार्यालय अन्तर्गत सञ्चार तथ्यांक बैंक (Media Data Bank) को स्थापना गर्न सकिन्छ। यसको काम, कर्तव्य र अधिकार निर्धारण गर्दा आचारसंहिता अनुगमनका क्रममा आचारसंहिता उल्लंघन भएको पाइएमा सम्बन्धित संचार माध्यमलाई उल्लंघनको संवेदनशीलतालाई हेरी तोकिएबमोजिमको कारवाही गर्ने अधिकार संस्था स्वयंलाई नै हुने गरी निर्धारण गरिनु पर्दछ। अनुगमन गर्ने निकाय र कारवाही गर्ने निकाय फरक फरक भएमा अनुगमन र कारवाही दुवै निष्प्रभावी हुन सक्छन् किनकि उप निर्वाचनको दौरान आचारसंहिता उल्लंघन गर्ने कतिपय संचारमाध्यमलाई कारवाहीको लागि मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) ले निर्वाचन आयोगलाई सिफारिश गरेको भए तापनि कारवाहीका गतिविधिहरू त्यति प्रभावकारी हुन सकेको पाइएन। मिडिया अनुगमन कार्यालयअन्तर्गत सञ्चार तथ्यांक बैंक (Media Data Bank) को स्थापना गर्दा निम्नानुसार काम, कर्तव्य र अधिकार तोक्नु उपयुक्त देखिन्छ।

- १) देशभरिका सम्पूर्ण आमसंचार माध्यमहरूबाट प्रशारित र प्रकाशित सम्पूर्ण सामग्रीहरू दैनिकरूपमा रेकर्डिङ गरी कम्प्युटर प्रविधिबाट अभिलेखीकरण गर्ने,
- २) अभिलेखीकरण गरिएका सामग्रीहरूलाई वस्तुगत र विषयगत विधिबाट नियमित अनुगमन गर्ने,
- ३) अनुगमनका क्रममा कुनै संचार माध्यमले आचारसंहिता उल्लंघन गरेको पाइएमा स्पष्टिकरण लिन वा तोकिएबमोजिम कानुनी कारवाही गर्न सकिने अख्तियारसमेत प्रत्यायोजन गर्ने।
- ४) कुनै व्यक्ति वा संस्थाले कुनै संचारमाध्यमबाट प्रशारित वा प्रकाशित समाचार वा सूचनाको प्रतिलिपि लिन चाहेमा न्यूनतम शुल्क निर्धारण गरी विक्री वितरण गर्ने,
- ५) व्यापारिक संघसंस्था वा विज्ञापनदाताले कुनै संचारमाध्यममा सम्झौताबमोजिम विज्ञापन प्रसारण भए नभएको विवरण खोजेमा सम्बन्धित व्यक्ति, व्यापारिक संघसंस्था वा निकायहरूलाई मागबमोजिमको विवरण सशुल्क उपलब्ध गराउने,

बुँदा नं. ४ र ५ मा उल्लेखित अधिकारहरू कार्यान्वयन गर्न सकिएमा मिडिया अनुगमन कार्यालय केही हदसम्म आर्थिकरूपमा आत्मनिर्भर हुन सक्ने अवस्था पनि रहन्छ।

यी माथि उल्लेखित सुझावहरू नेपाल सरकारले संचार नीतिमै समावेश गरी व्यवहारमा लागू गर्ने हो भने संचार क्षेत्रमा एउटा नयाँ आयाम थपिने र युगान्तर परिवर्तन हुने प्रवल सम्भावना देखिन्छ। प्रेस काउन्सिलले छापा माध्यमको अनुगमनमा मात्र सीमित रहेको आफ्नो श्रोत, साधन र जनशक्तिलाई सदुपयोग गर्दै विद्युतीय सञ्चारमाध्यमकोसमेत नियमित अनुगमन गर्ने निर्णय गरी सो प्रयोजनका निम्ति नेपाल सरकारसँग प्रस्ताव गरेको छ। यसतर्फ सरकारले समयमै निर्णय लिन उचित देखिन्छ।

सजगताका लागि सिफारिश गरिएका तथ्यहरू

मिति : २०६५।१२।६
निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशासन गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने *महिमा साप्ताहिक*को २०६५।१२।६ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनमा देउवा पक्ष पाखा लाग्यो' शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। यसमा "चैत २८ गते हुन गईरहेको उपनिर्वाचनमा कांग्रेसमा गिरिजा पक्षले देउवापक्षलाई पूरा पाखा लगाएको छ। रिक्त रहेका ६ वटै क्षेत्रमा हुन गईरहेको उपनिर्वाचनमा कांग्रेसभित्रका देउवापक्षधर भन्ने १ जनालाई पनि उम्मेदवारका लागि सिफारिश गरेन।" भन्ने विवरणसहितको समाचारलाई हेर्दा कुनै पार्टी विशेषभित्रका खेमा छुट्याई आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।
- २) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने *रोडम्याप साप्ताहिक*को २०६५।१२।६ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उप निर्वाचनमा होमिए दलहरु' शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। यसमा "संविधानसभा निर्वाचनमा कुनै क्षेत्रमा एमाले विजयी नभए पनि पछिल्लो राजनीतिक वातावरणले एमालेको जीतलाई सहज बनाएको बताईन्छ।..... अन्य दलका उम्मेदवारको व्यक्तिगत छविसमेत राम्रो नभएका कारण पनि संविधानसभामा यसपटक एमालेको संख्या थपिने निश्चित भएको छ।" भनी एमालेलाई विशेष प्राथमिकता दिएको देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।७
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशासन गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने *जनप्रभाव साप्ताहिक*को २०६५।१२।७ गतेको अंकको चौथो पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनमा ६ क्षेत्रमा मनोनयन दर्ता' मूल शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। जसमा उपनिर्वाचनमा दलहरुका उम्मेदवारहरुबाट मनोनयन दर्ता सम्बन्धी समाचार प्रस्तुत गरेको छ। त्यसैगरी सोही शीर्षकअन्तर्गत बक्स समाचारकोरूपमा 'मोरङमा फोरमले नै बाजी मार्ने' शीर्षक दिएर समाचार छापिएको पाइयो। जसमा "विगतमा मोरङको क्षेत्र नं. ५ र ७ बाट मधेशी जनअधिकार फोरमका दुईजना विजय भएकोमा यसपटक पनि फोरमकै उम्मेदवार नै पुनः जित्ने सम्भावना बढ्दै गईरहेको छ। फोरमका केन्द्रीय सदस्य रामलाल सुतिहारले यसपटक मोरङको दुवै सिट फेरि फोरमले नै जित्ने पक्का गर्नुभएको छ। मधेश आन्दोलनको म्यान्डेटविपरीत मधेशलाई

कमजोर पार्न एमाले, माओवादी र कांग्रेसले गरेको विभिन्न षडयन्त्रहरु विस्तारै मधेशमा खुल्दै गएकोले मधेशमा मधेशवादी शक्तिहरु बलियो हुँदै गइरहेको छ। यसकारण यसपटक मोरङमा एमालेको जमानत समेत जफत हुने विराटनगरवासीहरु बताउन थालेका छन्।” भन्ने विवरणसहितको समाचारलाई हेर्दा कुनै पार्टी विशेषको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको र मधेश जनअधिकार फोरमलाई विशेष प्राथमिकता दिएको देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

जिल्लाबाट—

मोरङ:

- १) मोरङबाट प्रकाशित हुने उद्घोष दैनिकको मिति २०६५।१२।७ गतेको दोस्रो पृष्ठमा प्रकाशित ‘उपनिर्वाचनमा कांग्रेसलाई भोट किन?’ शीर्षक दिएर राजु मास्केको लेख प्रकाशित गरेको छ। जसमा “मधेशभित्रकै सामाजिक विभेदको अन्त्य गर्दै पिछडिएका वर्ग र सांस्कृतिक विविधताको सम्मान गर्ने कांग्रेस बहुसंख्यक मधेशीलाई विपन्नतामा राखेर राज गर्न चाहने मधेशी दलभन्दा धेरै अर्थमा भिन्न छ। नेपालमा नेपाली कांग्रेस बलियो, समृद्ध, मधेश चाहन्छ। त्यसकारण आगामी संविधानसभाको उपनिर्वाचन देशभरि ६ निर्वाचन क्षेत्रमा हुने भएको हुँदा मधेशी जनतालाई संविधानसभा उपनिर्वाचनमा अभिमत उदार सोच बनाएर सामाजिक न्याय पक्ष प्राप्तिका लागि नेपाली कांग्रेसको पक्षमा नै प्रकट गर्नुपर्दछ। संघीयता र समानतामूलक समाज र राज्य संरचना र बहुदलमा आधारित बहुदलीय लोकतन्त्र शासन प्रणालीसहित समृद्ध नेपालको संविधान बनाउन आगामी उपनिर्वाचनमा नेपाली कांग्रेसलाई स्थापित गर्नु हामी सबैको दायित्व हुन आउँछ।” भन्ने विवरणसहितको विचार प्रकट गरी लेख प्रकाशित भएको छ, जुन लेखकको विचार भए तापनि त्यस्तो पक्षपाती विचारले ओतप्रोत लेखलाई प्राथमिकताका साथ प्रकाशन गरेको देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।८
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशासन गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट—

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने साप्ताहिक जन्मभूमिको २०६५।१२।८ गतेको अंकको अन्तिम पृष्ठमा ‘उपनिर्वाचनमा कांग्रेस अगाडि’ शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। जसको तेस्रो हरफमा “यसपाली कांग्रेसका उम्मेदवारहरु डा. चन्द्रमोहन यादव र शेखर कोइरालाको जीत सुनिश्चित रहेको छ भने कांग्रेसका अन्य उम्मेदवारहरु पनि अरु दलको तुलनामा सशक्त देखिएका छन्। डा. यादव राष्ट्रपति पुत्र हुनुका साथै रामवरणले विगत त्यस क्षेत्रमा पुऱ्याएको योगदानको कारण विजय हुने निश्चित देखिएको छ भने शेखर कोइराला राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय जगतमा आफ्नो अलग पहिचान बनाउन सफल देखिएको र वृहत शान्ति सम्झौतादेखि हालसम्म अमूल्य योगदान दिदै आएकोले उनको पनि विजय निश्चित रहेको बताइन्छ। त्यस्तै कास्की क्षेत्र नं. १ मा पनि नेपाली कांग्रेसको राम्रो पकड रहेको देखिन्छ।” त्यसैगरी सोही समाचारको पाँचौं हरफमा— “माओवादीको आतंकित बनाउने मनसाथ बुझेका जनताले रोल्पा क्षेत्र नं. २ मा यसअघि पुष्पकमल दाहाललाई विजयी गराएका थिए भने हाल उनको नेतृत्वबाट निराश बनेका जनताहरु कांग्रेसको पक्षमा मत जाहेर गर्न आतुर देखिएका छन्। र त्यहाँ पनि नेपाली कांग्रेस अन्य राजनीतिक दलभन्दा अग्रपंक्तिमा देखिन्छ। एमालेको पैसाको बलमा चुनाव जित्ने रणनीति र माओवादीको आतंक फैलाउने रणनीति यसपाली सफल हुने नदेखिएपछि ६ वटै निर्वाचन क्षेत्रमा नेपाली कांग्रेसको विजय निश्चित भएको राजनीतिक विश्लेषकहरुको देखिन्छ।” भनी कुनै पार्टी विशेषको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको र नेपाली कांग्रेसलाई विशेष प्राथमिकता दिएको देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

- २) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *अर्पण साप्ताहिक*को २०६५।१२।७ गतेको अंकको तेस्रो पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनले गर्दा राजनीति सरगर्मी बढ्दो' शीर्षक दिएर प्रकाशित समाचारको चौथो हरफको समाचारमा "धनुषा ५ मा राष्ट्रपति रामवरण यादवको छोरा चन्द्रमोहन यादवले नेपाली कांग्रेसका तर्फबाट उम्मेदवारी दर्ता गर्नु भएको छ। स्मरणीय के छ भने यसअघि सरकारी चिकित्सकका रूपमा उहाँको वीर अस्पतालमा दरबन्दी रहेको थियो। उहाँ आफ्नै बुबा स्वास्थ्य मन्त्री भएको बेलामा चिकित्सकका रूपमा सरकारी जागिरमा प्रवेश गर्नुभएको थियो। नेपाल सरकारको जागिर भएको करिब १३।१४ वर्ष पूरा भए पनि। आफ्नो बाबु नेता भएको नाममा सरकारी जागिरको दुरुपयोग गर्दै ५ वर्षभन्दा बढ्ता उहाँले कुवेतमा छुट्टै पैसा कमाउने धन्दा गर्दै आउनुभएको थियो। हाल जागिरबाट राजिनामा दिएर राजनीतिमा होमिन थालेका यादवले यसअघि नेपाली कांग्रेसको कुनै साधारण सदस्यले जति पनि कार्य नगरेको कांग्रेसीहरूले बताएका छन्।" भनी प्रस्तुत गरिएको छ। यसबाट कुनै राजनीतिक दलका उम्मेदवार विशेषसँग सम्बन्धित समाचारलाई पूर्वाग्रह राखी सम्प्रेषण गरेको जस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।९
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशासन गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंवाट-

- १) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *छलफल साप्ताहिक*को २०६५।१२।९ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपचुनावमा एमाले अगाडि' शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। जसमा "पाँचवटा क्षेत्रमा हुने उप निर्वाचनमा महिला, जनजाति, आदिवासी, मधेश सबैको प्रतिनिधित्व गराउने प्रयत्न गरेको छ। भूगोलमा पहुँच भएका चर्चित व्यक्तिलाई एमालेले यो चुनावमा उठाएर एमालेको जीतलाई करिबकरिब सुनिश्चित बनाएको छ। ... भूटको राजनीति गर्न माहिर नेकपा (माओवादी) को सक्कली चरित्र जनताले उसको कार्यकालको केही महिना बित्न नपाउँदै थाहा पाउन थालेपछि माओवादी अहिले ओरालो गतिमा देखिन थालेको छ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको र एमालेलाई विशेष प्राथमिकता दिएको जस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।
- २) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *दिशानिर्देश साप्ताहिक*को २०६५।१२।९ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपचुनावमा सभापति कोइराला सक्रिय हुने' शीर्षक दिएर प्रकाशित समाचारमा "...माओवादीको अलोकप्रियताका कारण ६ वटै निर्वाचन क्षेत्रमा कांग्रेसको विजय निश्चित बन्दै गएको बुझिएको छ। खासगरी फोरमको विवाद र थारु आन्दोलनले कांग्रेसको स्थिति सुदृढ हुँदै गएको हो" भनी कुनै पार्टी विशेषको आलोचना गर्दै नेपाली कांग्रेसलाई विशेष प्राथमिकता दिएको जस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।१०
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशासन गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौँबाट-

- १) काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने जनभावना साप्ताहिकको २०६५।१२।१० गतेको अंकको पाँचौँ पृष्ठमा 'मोरङ उपनिर्वाचनको सरगमी' शीर्षक दिएर समाचार छापिएको छ। जसमा "...मोरङ दुवै क्षेत्रबाट पराजित नेपाली कांग्रेसले क्षेत्र नं. ५ र ७ मा समावेशी उम्मेदवार चयन गरेको भए तापनि यसपटक उपनिर्वाचनमा क्षेत्र नं. ५ का उम्मेदवार जगन्नाथसिंह गन्नाई स्थानीयस्तरमा अत्यन्तै लोकप्रिय भएका कारण गन्नाई समूहको निर्णयक मतका कारण सबै उम्मेदवारभन्दा उनको पकड दह्रो देखिएकोतर्फ राजनीतिक विश्लेषण छ" भनी कुनै पार्टी विशेषको उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिएको जस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।१३
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौँ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौँबाट-

- १) काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने रोडम्याप साप्ताहिकको २०६५।१२।१३ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपचुनावका कमाण्डर रघुवीर' शीर्षक दिएर समाचार प्रकाशित गरेको छ। जसमा "...मिनि निर्वाचनकोरूपमा लिइएको चैत २८ गते हुने उपनिर्वाचनमा एमालेले ६ निर्वाचन क्षेत्रमा आफ्ना योग्य, दक्ष र लोकप्रिय नेताहरुलाई प्रस्तुत गरेको छ। उपनिर्वाचनमा एमाले केन्द्रीय कमिटिका सदस्य रघुवीर महासेठलाई धनुषा ५ बाट उम्मेदवार बनाइएको छ। अत्यन्तै महत्वपूर्ण क्षेत्रको रूपमा लिएको यस क्षेत्रबाट महासेठले भारी मतले जित्ने लगभग पक्का भएको छ। राष्ट्रपति डा. रामवरण यादवका छोराको नातावाद र कृपावादको भरमा टिकट पाएपछि पार्टीभित्रबाटै उनी कांग्रेसभित्र आलोचित बनेका कारण तराईका प्रभावशाली नेता महासेठको पल्लाभारी भएको हो। उपनिर्वाचनमा केन्द्रीयस्तरको नेताको रूपमा प्रस्तुत महासेठ पार्टीका तराईमूलका प्रभावशाली र योग्य व्यक्तिका रूपमा चिनिन्छन्। ...संविधानसभामा डर, त्रास देखाएर परिणाम आफ्नो पक्षमा पार्ने माओवादी र फोरम यसपटकको निर्वाचनमा पराजित हुने लगभग पक्का पक्की छ। ६ वटै निर्वाचन क्षेत्रमा एमालेले सक्रिय तथा क्षेत्रमा लोकप्रिय नेताहरुलाई टिकट दिएका कारण एमालेको विजय सुनिश्चित बनेको छ।" भनी एमाले पार्टी र त्यसका उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिई अन्य पार्टी विशेषको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।१४
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौँ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौँबाट-

- १) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *नयाँ विमर्श साप्ताहिक*को २०६५।१२।१४ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'भौतिक योजनामा चुनाव लाग्यो' शीर्षक दिएर समाचार प्रकाशित गरेको छ। जसमा "आगामी चैत २८ हुने संविधानसभाको उपनिर्वाचनका लागि मोरङ ५/७ तथा धनुषा ५ नं निर्वाचन क्षेत्रबाट आफ्ना उम्मेदवारहरूलाई विहारी शैलीमा विजयी गराउन मधेशी जनअधिकार फोरमका केन्द्रीय नेताहरूले साम-दाम, दण्ड-भेदको नीति अख्तियार गरेका छन्। मधेशको नाममा तराईमा आगो र टायर बालेर संविधानसभाको निर्वाचनमा चौथो ठूलो दलका रूपमा स्थापित भएको फोरम थारु र मुशिलम आन्दोलनबाट दुब्लाउँदै गएको र फोरमकै असन्तुष्ट पक्षहरूले टुक्रा पारेपछि आगामी संविधानसभाको उपनिर्वाचनमा मधेशी जनअधिकार फोरमले आफ्नो पक्षमा परिणाम हात पार्न पैसाको खोलो बगाउने भएको समाचार सूत्रले बतायो। यसैक्रममा भौतिक योजना तथा निर्माण मन्त्री विजयकुमार गच्छदारले आफ्नो मातहतका कर्मचारीहरूलाई चन्दा दिन बाध्य बनाएको स्रोतको दावी छ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको आलोचनात्मक ढंगबाट आधारहीन समाचार प्रस्तुत गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ।
- २) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *प्रकाश साप्ताहिक*को २०६५।१२।१४ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'माओवादीमा विद्रोही उम्मेदवार' शीर्षक दिई "सरकारमा पुगेपछि एकीकृत नेकपा माओवादी सुविधाभोगी भएको भन्दै रोल्पा जिल्लाको क्षेत्र नं. २ मा हुने संविधानसभाको उपनिर्वाचनमा माओवादीबाट विद्रोही उम्मेदवारी दर्ता भएको छ। माओवादीबाट कमलबहादुर बुढा 'कुलमान' ले विद्रोही उम्मेदवारी दर्ता गराएका हुन्।" भनी समाचार प्रकाशित गरेको छ। यसै समाचारमा "जनयुद्धका बेला सोभासाभा जनता र इमानदार नेतालाई ठूलूला सपना देखाउँदै १३ हजार नेपालीको खप्परमाथि टेकेर सत्तामा पुग्न सफल भएको माओवादीबाट विरक्तिदै फरक मत राख्नेहरूमा उनी पहिलो भने होइनन्।" भन्ने प्रसङ्ग जोड्दै पत्रकारले आफ्नो धारणा सहित कुनै पार्टीप्रति पूर्वाग्रह राखी समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको जस्तो देखिन आयो।

####

मिति : २०६५।१२।१५
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंवाट-

- १) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने *सत्विचार राष्ट्रिय साप्ताहिक*को २०६५।१२।१५ गतेको अंकको पृष्ठ ७ मा 'उपनिर्वाचनले हैसियत निर्धारण गर्ने' शीर्षक दिएर समाचार प्रकाशित गरेको छ। जसमा "...हाम्रा धनगढी सम्वाददाताका अनुसार कांग्रेसका उम्मेदवार माओवादीका उम्मेदवारभन्दा निकै कमजोर देखिएका छन्। यहाँ उपनिर्वाचनमा कांग्रेस पराजित हुने निश्चित प्रायः भएको छ।" त्यसैगरी "...जनकपुरबाट हाम्रा सम्वाददाता लेख्छन्- उपनिर्वाचनको उम्मेदवार छनौट गर्ने क्रममा आफ्ना पार्टीका सहमहामन्त्री रहेका डा. रामवरण यादव राष्ट्रपतिमा विजयी भएपछि त्यो क्षेत्रमा कांग्रेसको निमित्त सशक्त उम्मेदवार बनाउन अरु दुई जनाको नाम पठाएको भए पनि राष्ट्रपति यादवको आग्रह र अनुरोधलाई काट्न नसकी उनका चिकित्सक छोरालाई उम्मेदवार बनायो। उनी एमाले, माओवादीलगायतका पार्टीका उम्मेदवारहरूभन्दा कमजोर देखिन्छन्। उनलाई राजनीतिमा अनुभव पनि छैन र उनका अगाडि एमालेका उम्मेदवार रघुवीर महासेठ बलिया छन् भने महासेठका अगाडि माओवादीका उम्मेदवारले भन्ने बलियो पकड कायम गर्दै लगेका छन्। यो क्षेत्रमा एमाले र माओवादीमध्ये एकले चुनाव जित्ने भएको छ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको

आलोचनात्मक ढंगबाट आधारहीन समाचार प्रस्तुत गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएकोजस्तो देखिन्छ ।

###

मिति : २०६५।१२।१७
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

मोरङ जिल्ला :

- १) मोरङ जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६५।१२।१६ गतेको अंकमा प्रकाशित **'हाम्रो विजय निश्चित छ'** भन्ने शीर्षकमा मोरङ-७ का एकीकृत माओवादी उम्मेदवार विजयकुमार विश्वास थारुको अन्तर्वार्ता छापिएको छ । जसमा *"कांग्रेस, एमाले, मधेशी फोरमलगायतका दलहरु यथास्थितिवादी र सामन्तवादको पक्षपोषण गर्ने दलहरु हुन् । उनीहरुमा सत्तामा जाने र अकुत सम्पत्ति कुम्ल्याउने बाहेक देश बनाउने र जनताको समृद्धि गर्ने कुनै योजना र विचार छैन ।"* त्यसैगरी अन्तिम प्रश्नको उत्तरमा *"गरिब र उत्पीडित वर्गको उत्थानका निम्ति लडिरहने पार्टी भएको कारणले हामीलाई मत दिनुहोस् । तपाईंहरुको अमूल्य मत राष्ट्रघात, भ्रष्टाचार, घुसखोरी र दलाली गर्ने हतियार नबनोस् । नयाँ नेपाल निर्माणका लागि र सबै उत्पीडित थारु, मधेशी, दलित, जनजाति, महिलाको मुक्तिको लागि गोलाकारभित्रको हसिया हतौडामा मतदान गरी जनसंविधान निर्माणमा सहयोग गर्न अनुरोध छ ।"* भन्ने विवरणसहितको अन्तरवार्ता छापिएको छ । यसमा एकीकृत नेकपा माओवादीका उम्मेदवारले कुनै पार्टी विशेषको बारेमा नकारात्मक टिकाटिप्पणी गरी र अन्तरवार्तामार्फत् आफ्नो पक्षमा भोट मागेको र त्यस्ता भनाइहरुलाई उक्त पत्रिकाले विशेष प्राथमिकताका साथ स्थान दिएको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको जस्तो देखिन्छ ।

###

मिति : २०६५।१२।१८
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

नमूना छनौटमा समावेश भएका पत्रिकाहरुमध्येबाट :

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **जनादेश साप्ताहिक**को २०६५।१२।१८ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा **'सबै निर्वाचन क्षेत्रमा माओवादी अगाडि'** शीर्षकमा समाचार प्रकाशित गरेको छ । जसमा *"चैत २८ गते ६ वटा निर्वाचन क्षेत्रमा हुन लागेको उपनिर्वाचनमा एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरु सबै क्षेत्रमा अगाडि देखाएका छन् । ...अर्कोतर्फ ती क्षेत्रहरुमा नेपाली कांग्रेस, एमाले र फोरमभित्र*

देखिएको गुटबन्दीका कारण माओवादीको जित सुनिश्चित भएको हो । माओवादीको गठको रूपमा रहेको रोल्पा क्षेत्र नं. २ बाट सो पार्टीका अध्यक्ष एवं विजयी सभासद पुष्पकमल दाहाल (प्रचण्ड) ले राजीनामा दिएपछि सो ठाउँबाट एकीकृत माओवादीका केन्द्रीय सदस्य एवं सो क्षेत्रका चर्चित र लोकप्रिय नेता सन्तोष बुढामगरले उम्मेदवार दिनुभएको छ । उहाँ चुनावअगाडि नै जित सुनिश्चित भएकोले घोषणामात्र गर्न बाँकी रहेको सो क्षेत्रका जनता बताउँछन् ।” त्यसैगरी चौथो हरफमा कास्की क्षेत्र नं. १ वारेमा- “गुरुङ समुदायको बाहुल्य रहेको सो क्षेत्रबाट गुरुङ उम्मेदवार नै बनाएपछि माओवादीको जित सुनिश्चित भएको हो ।” त्यस्तै कञ्चनपुर क्षेत्र नं ४ का वारेमा पाँचौं हरफमा- “देउवाको ठाउँमा कम परिचित व्यक्ति कांग्रेसका उम्मेदवार बनेको तथा देशव्यापी रूपमा देखिएको माओवादी आकर्षणका कारण कमल क्षेत्रीको जित निश्चित भएको हो ।” भनी उल्लेख गरिएको छ । त्यसैगरी सातौं हरफमा- “फोरमभित्र देखिएको चर्को गुटबन्दी सो पार्टीका अध्यक्ष उपेन्द्र यादव र सहअध्यक्ष जयप्रकाश यादवबीच देखिएको गुटबन्दी तथा सो पार्टीको नेता अमर यादवले नेतृत्वविरुद्ध गरेको विद्रोहका कारण फोरम कमजोर बनेको हो । अझ भर्खरै भएको थारु र मुस्लिम आन्दोलनले फोरम सो क्षेत्रमा लगभग बढारिएको स्थिति छ ।”, त्यसैगरी आठौं हरफमा- “अब थारु समुदायको चर्चित एवं लोकप्रिय नेता विजय थारुले जित्ने पक्का भएको छ ।”, बाह्रौं हरफमा- “एमालेमा सबभन्दा बढी धनी व्यक्तिका रूपमा चिनिने महासेठ यसपाली पनि करोडौं खर्च गरिरहेका छन् भने एमालेका नेताहरू भन्छन्, पैसा हुनेलाई पद र टिकट दिएको हो र जनता हुनेलाई मुकदर्शक भन्दै आन्तरिकरूपमै रघुवीर हराउ अभियान नै चलाएका छन् । स्मरणरहोस् संविधानसभाको निर्वाचनमा धनुषा ४ मा पनि करोडौं खर्च गरे तापनि पैसा खाएर उनको कार्यकर्ताले मोटरसाइकल किनेका छन् भने कतिपयले त घरजग्गा नै किनेका छन् ।” भन्ने उल्लेख गरी समाचार प्रकाशित गरेको छ । सत्य, तथ्य, यथार्थ, निष्पक्ष, वस्तुगत समाचार र सूचनाको सम्प्रेषण गर्नु नै प्रेसको व्यावसायिक आचरण हो । यसमा एकीकृत नेकपा माओवादी पार्टी एवं यसका उम्मेदवारहरूलाई विशेष प्राथमिकता दिई अन्य पार्टी विशेष एवं त्यसका उम्मेदवारको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको जस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ ।

जिल्लाबाट-

धनुषा जिल्ला :

- १) धनुषा जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **तराइ टाइम्स दैनिक**को २०६५।१२।१६ गतेको अंकमा प्रकाशित **‘निरीह निर्वाचन आयोग’** भन्ने शीर्षकमा सम्पादकीय छापिएको छ । जसमा “देशमा संविधान सभा उपनिर्वाचनको लागि मतदान हुँदैछ । मतदान चैत २८ गते भएको कारण अहिले धनुषा क्षेत्र नं. ५ मा प्रचारप्रसार भइरहेको छ । तर प्रचारप्रसारमा जतिको तिब्रता आए पनि दलहरू निर्वाचन आचारसंहितालाई त्यतिकै उल्लंघन गरिरहेको छ । यसको निगरानी गर्नुपर्ने दायित्व निर्वाचन आयोगको रहेको छ । तर निर्वाचन आयोग निरीह भएको कारणले निर्वाचन स्वच्छ हुनेमा प्रश्न चिह्न खडा भएको छ । आयोगले उम्मेदवारहरूलाई आचारसंहिताको तालिम दिन सकेको छैन जसको कारणले गर्दा पनि उल्लंघनको घटनामा तीब्रता आएको छ । आयोग पूर्णरूपमा निरीह बनेको छ । अहिले दलहरू जनतालाई सामदाम दण्डभेदको रूपमा रिक्काउन थालेको छ । मन्त्रीहरू प्रचारप्रसारमा आइरहेका छन् । अमसभा गरिरहेको छ तर आयोग यी सब कुरा टुलटुलु हेरिरहेको छ । तर यसलाई नियन्त्रण गर्न सकिरहेको छैन । एउटा उम्मेदवारले क्षेत्रमा १० वटासम्म पनि गाडी प्रयोग गरिरहेको छ । आखिर यसप्रति कसले चासो लिने, जनताले कि कानून पालन गर्ने निकायले । आयोग त अहिले दलको इशारामा चलिरहेको छ, सरकारमा सहभागी दलले जे पनि गर्ने तर अहिले यही भइरहेको छ । आयोग अनुमगन पनि गरिरहेको छैन जस कारणले त आयोगको कार्यशैलीमा नै प्रश्न उठाउने प्रशस्त ठाउँ रहेको छ । आयोगको प्रमुख चुनौती नै निर्वाचन स्वच्छ र निष्पक्ष गराउन रहेको छ । तर आयोग यसमा सफल भएको देखिदैन । मन्त्री र सरकारी निकायप्रति निरीह बनेको छ आयोग । त्यस कारणले निर्वाचन स्वच्छ र निष्पक्ष हुन सक्छ भन्ने कल्पना पनि गर्न सकिदैन ।” भनी सम्पादकीय प्रकाशित गरेको छ । सत्य, तथ्य, यथार्थ, निष्पक्ष, वस्तुगत समाचार र सूचनाको सम्प्रेषण गर्नु नै प्रेसको व्यावसायिक आचरण हो । व्यवसायिक आचरणको मान्यताभित्र रही सूचनाको सम्प्रेषण गर्नु प्रेसको कर्तव्य र जिम्मेवारी हो । यस पत्रिकाले सम्पादकीयमा निर्वाचन आयोगप्रति निराधार एवं आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ आकर्षित भएको जस्तो देखिन्छ ।

###

मिति : २०६५।१२।२०
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **दबाब साप्ताहिक**को २०६५।१२।२० गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'रघुवीरको रडाकोले जनता आजित' शीर्षक दिई "...रसामा तेल व्यापार गर्दै आएका गैर आवासीय नेपाली उपेन्द्र महतोका ज्वाइँ महासेठले जेठानको अवैध कालो धनको व्यापाक दुरुपयोग गर्दै रंगीन पोष्टर छपाउनेदेखि मतदाताहरुलाई रकमको प्रलोभनमा पारी आफ्नो पक्षमा लाग्न साम, दाम, दण्ड, भेद सबै प्रयोग गरिरहेका छन् ।" त्यसैगरी दोस्रो हरफमा-"एमाले राजनीतिमा पैसाकै भरमा पटपटक हावी हुँदै आएका महासेठले बुटवलमा सम्पन्न आठौँ महाधिवेशनमा समेत आफ्नो पक्षमा कार्यकर्ता तान्न लाखौं खर्च गरेका थिए । महाधिवेशनमा उनले गरेको राजनीतिकभन्दा बढी आर्थिक चलखेलको मुद्दा पार्टीभित्रको एक पंक्तिले उठाइरहेका छन् । महासेठको पारिवारिक पृष्ठभूमि नै भ्रष्ट छ भन्ने अर्को उदाहरण त भ्रष्टचारकै मुद्दामा साल्ट ट्रेडिङ कर्पोरेशनका महाप्रबन्धक परमेश्वर महासेठ पदमुक्त भएको प्रकरण काफी छ । एमालेका एक केन्द्रीय सदस्यले भने । स्रोतका अनुसार साल्ट ट्रेडिङका महाप्रबन्धकबाट हटाइएका परमेश्वर महासेठ र रघुवीरबीच नाता छ । महासेठले पैसा बाँड्दै भोट दिन अनुनय विनय गर्दा अटेर गर्नेहरुमाथि सांघातिक दबाबसमेत दिने गरेको स्थानीय वासिन्दाहरु गुनासो गर्न थालेका छन् ।" भनी कुनै पार्टी विशेषका उम्मेदवारको आलोचनात्मक ढंगबाट समाचार प्रस्तुत गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित भएको देखिन्छ ।

###

मिति : २०६५।१२।२१
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **विशाल नेपाल साप्ताहिक**को २०६५।१२।२१ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनको रन्को' शीर्षकमा समाचार प्रकाशित छ । जसमा "...कास्की, धनुषा, रोल्पा, कंचनपुर र मोरङ जिल्लामा हुने निर्वाचनमा एकीकृत नेकपा माओवादी नेपाली कांग्रेस र नेकपा एमालेबीच नै प्रतिस्पर्धा हुने प्रारम्भिक संकेत देखिएको छ । यद्यपि धनुषा र मोरङमा क्षेत्रीय दल मधेशी जनअधिकार फोरम र तमलोपा पनि प्रतिस्पर्धामा आउने सम्भावना बढ्दै गएको छ । कास्की रोल्पा र कंचनपुरमा भने माओवादीको जीत लगभग निश्चित जस्तै भएको छ ।" भनी कुनै पार्टी विशेषलाई प्रार्थमिकता दिई समाचार प्रकाशित गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित भएको जस्तो देखिन्छ ।

- २) काठमाडौंवाट प्रकाशित हुने **नयाँ विमर्श साप्ताहिक**को २०६५।१२।२१ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा **‘मोरङ उपनिर्वाचनमा कांग्रेस अगाडि’** शीर्षक दिई “...फेरि फोरमका उम्मेदवार जयराम यादवले आफ्नै विराटनगर उपनगरपालिका वडा नं. १८ वाट एकजना कार्यकर्ता पनि चुनावप्रचारका समेट्न नसक्नुले पनि उनी पराजयको नजिक पुगेको प्रष्ट हुन्छ। त्यसैगरी दोस्रो हरफमा— “त्यसैगरी सोही क्षेत्र एकीकृत माओवादीका शिवकुमार मण्डल र एमालेका जीवन अधिकारीको उम्मेदवारीलाई विगतका दिनमा सत्तामा बसेर पनि युथफोर्स र वाइसिएलको आडमा सोभासाभा जनतालाई दुःख दिएको र शान्ति सुरक्षासमेत प्रभावित बनाएर दुःख दिएको हुँदा मत पाउने आधार दुवै दलले गुमाइसकेको जस्तो गम्भीर आरोप मतदातावाट लगाइएको कारण तराई मूलका तराइवासी तथा लोकप्रिय उम्मेदवार भनी चिनिएका नेपाली कांग्रेसका जगन्नाथसिंह गन्गाईको विजयीलाई सुनिश्चित गरेको विश्लेषण राजनीतिकर्मीको रहेको छ।” भनी उल्लेख गरिएको छ। त्यसैगरी तेस्रो हरफमा—“...तथापि आफूलाई थारु समूहकै व्यक्ति भनी प्रचारप्रसार गर्ने फोरमका उम्मेदवारलाई कतिपय थारु समूहको वर्चस्व रहेको गाउँ विकास समितिमा प्रवेश निषेधसमेत गरेको सुनिन्छ। जसले गर्दा विगतमा पाएको फोरमले सो क्षेत्र यसपटक गुमाउनुपर्ने निश्चितजस्तो बन्न पुगेको छ। फेरि थारु कल्याणकारी सभासमेत छोडेर फोरममा गई उम्मेदवारी दिएका चुमनारायण तवदारले कल्याणकारी सभावाट ठूलो रकम आर्थिक हिनामिना गरेको आरोप समेत लाग्ने गरेका कारण फोरम यसपटक चुक्ने प्रायः निश्चित देखिन्छ। यसबाहेक ७ नं. क्षेत्र एकीकृत (माओवादी) र एमालेको संगठन कमजोर र न्यून समर्थक रहेको हुँदा यी दलको कुनै असर नरहने विश्लेषण गरिएको छ। जसले गर्दा विगतको संविधानसभा चुनावमा अत्यन्त भिन्नो मतको अन्तरले पराजित नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवार डा. शेखर कोइराला विजयी बन्ने निश्चित छ।” भनी कुनै पार्टी विशेष एवं त्यसका उम्मेदवारको आलोचनात्मक ढंगवाट समाचार प्रस्तुत गरेको तथा नेपाली कांग्रेस र त्यसका उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार प्रकाशित गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

जिल्लावाट—

मोरङ

- १) मोरङवाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६५।१२।२० गतेको अंकको पृष्ठ ४ को **रेडटेबल स्तम्भ**अन्तर्गत **‘एकीकृत माओवादी भोट दिऔं’** शीर्षक दिई परासर भट्टराईको लेख प्रकाशित छ। जसमा “...एकीकृत माओवादीले भने विजयउत्सवको तयारीमा जुट्न थाल्दा फरक पढेन। जनताहरू स्वतस्फूर्तरूपमा एकीकृत माओवादीलाई साथ दिदै प्रचारप्रसारमा होमिनुले त भन्ने अप्रत्याशितरूपमा माओवादीको वर्चस्व कायम रहने कुरामा विमति छैन।” त्यस्तै तेस्रो हरफमा— “अप्रत्याशित र अघोषित एकीकृत माओवादीको वर्चस्व कायम हुने पक्का देखिएपछि नेपाली कांग्रेसलगायतका दलहरू जनतालाई किन्ने प्रयास गरिरहेका छन्। विशेषतः नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारहरूले करोडौं रकम खर्च गरेर भएपनि चुनाव जित्ने तयारी गर्नुले त्यसप्रति सचेत रहनु आवश्यक छ। पैसाले भोट किन्न खोज्ने नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारविरुद्ध पैसा लिदै भोट नदिने रणनीति जनताले बनाएका छन्। त्यसकारण एक्काइसौं शताब्दीमा नेपाली जनतालाई पैसाले किन्न खोजिनु बालुवामा पानी खन्याउनुको भन्दा केही फरक हुनेवाला देखिदैन। यसैवाट एकीकृत नेकपा माओवादीहरूको जीत सुनिश्चित भएको स्पष्ट छ।” त्यसैगरी चौथो हरफमा— “स्वच्छ निर्वाचन सम्पन्न गर्न निर्वाचन आचारसंहिताको पूर्ण परिपालना हुन आवश्यक हुन्छ। अहिले जनतामा भोट माग्ने नाममा विभिन्न दलहरूवाट आचारसंहिता ठाडो उल्लंघन भइरहेकाले कतै जनताले चाहेजस्तो मतदान गर्न नपाउने हुन कि भन्ने शंका गर्न सकिन्छ। त्यसकारण एकीकृत नेकपा माओवादीप्रति **खोइरो खन्न पछ्याडि नपर्ने पत्रकारलगायत निर्वाचन आयोगले सबै पक्षको वीचमा बसेर तटस्थ निर्णय गरेमा त्यसवाट नै निर्णय जनताको पक्षमा जानेछ अन्यथा हात्तीको देखाउने दाँतजस्तो निर्वाचन आचारसंहिताको कुनै अर्थ लाग्ने छैन।**” अन्तिम हरफमा— “...एकीकृत माओवादीजस्तो महान् गौरवशाली पार्टीलाई आफ्नो अमूल्य मत दिई विजयी गराऔं।” भन्ने विवरणसहितको लेख प्रकाशित भएको छ। जसमा कुनै पार्टी विशेषको आलोचना गरेको तथा एकीकृत नेकपा माओवादीलाई विशेष प्राथमिकता दिई भोट मागेको लेखलाई स्थान दिएको देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६३ (...पूर्वाग्रहरहित र वस्तुनिष्ठ ढंगले...) र दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।२२
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **सत्याग्रह साप्ताहिक**को २०६५।१२।२२ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'शुक्रबार निर्वाचन, कांग्रेस अगाडि' शीर्षक दिई "संविधानसभामा ठूलो दलको हैसियत प्राप्त माओवादी व्यवहार र चरित्रका कारण आम-जनता वाक्क बनिसकेका छन्। मुलुक अधिनायकवादतर्फ जाने खतरा बढिरहेकै समयमा हुन लागेको उपनिर्वाचनमा प्रजातन्त्रको धरोहर नेपाली कांग्रेसप्रति जनताको विश्वास पलाउँदै आएको देखिन्छ। ...संविधानसभा निर्वाचनमा डर, धाक, धम्की, त्रास, प्रलोभन देखाउँदै माओवादीले ठूलो दलको हैसियत प्राप्त गरेको थियो। त्यही हैसियतमा माओवादीले अहिले सरकारको नेतृत्व गरिरहेको छ। तर माओवादीलाई जुन हिसाबमा जनताले प्रोत्साहन मत हालेका थिए ती अहिले माओवादीको क्रियाकलाप र गतिविधिका कारण वाक्क भइसकेका छन्। मुलुक अधिनायकवाद लाद्न खोजेकै कारण माओवादीप्रति जनताको विश्वास कम भइसकेको छ। ...यस्तो अवस्थामा लोकतन्त्रको रक्षा गर्न र मुलुकलाई अधिनायकताको पञ्जाबाट मुक्त गराउन नेपाली कांग्रेसबाहेक अरु पार्टीले नसक्ने विश्लेषण गर्न थालिएको छ। प्रजातन्त्रको धरोहरको रूपमा रहेको नेपाली कांग्रेसप्रति जनताको विश्वास पलाउँदै आएको देखिन्छ। त्यसकारण उपनिर्वाचनमा कांग्रेसले सबै निर्वाचन क्षेत्रमा विजय हासिल गर्ने प्रबल सम्भावना देखिन्छ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको आलोचना गरी नेपाली कांग्रेसलाई प्रार्थमिकता दिई समाचार प्रकाशित गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।२४
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

नमूना छनौटमा समावेश भएका पत्रिकाहरुमध्येबाट :

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **देशान्तर साप्ताहिक**को २०६५।१२।२३ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनमा कांग्रेसको लहर' शीर्षकमा समाचार प्रकाशित छ। जसमा "...सत्ताधारी दुई वामदलको सत्ताको खिचातानी र चरम द्वन्द्वका कारण देशले विकास नपाउने भएपछि नेपाली कांग्रेसको पक्षमा माहौल देखिएको छ।" त्यसैगरी तेस्रो हरफमा-"यसपटकको उपचुनावमा गतवर्षको भन्दा फरक नतिजा आउनसक्ने संकेत देखिएको छ। गत निर्वाचनमा मधेशी जनअधिकार फोरमले जितेका मोरङका दुवै क्षेत्रमा यसपटक फोरम कमजोर देखिएको छ। ...यसैक्रममा सबै पक्षको सहभागितात्मक तथा संगठित प्रचारप्रसार शैलीमा कांग्रेस नै अगाडि हुने पक्का अडकलबाजी मोरङबासीको छ। धनुषा जिल्लाको निर्वाचन क्षेत्र नं. ५ मा भइरहेको उपचुनावमा नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवार डा.चन्द्रमोहन यादव अगाडि देखिएका छन्। ...संविधानसभाको चुनावमा एनेकपा (माओवादी)ले अपनाएको हतकण्डाको कारण प्राप्त विजयको

पगरीलाई थेग्न फलामको च्युरो साबित हुने भएको छ । ...आफूलाई राजतन्त्रविरोधी र निकै क्रान्तिकारी बताउने माओवादीले पञ्चनेता कृष्ण गुरुङलाई उम्मेदवारी बनाएपछि माओवादीवृत्तका पुराना र त्यागी कार्यकर्ताहरूसमेत रुष्ट बनेका छन् । यसैकारण माओवादीको पुरानो वर्चस्व फुत्किने संघारमा पुगेकमो छ । यद्यपि ठूलो धनराशी खर्च गर्दै केन्द्रीय शक्ति जिल्लामा ओरालिएको देखिन्छ ।” भनी कुनै पार्टी विशेषलाई विशेषको आलोचना गर्दै समाचार प्रकाशित गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

जिल्लाबाट—

मोरङ जिल्ला

- १) मोरङबाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६५।१२।२३ गतेको अंकको पृष्ठ २ मा **‘प्रतिगामीलाई चोट माओवादीलाई भोट’** शीर्षक दिई व्यंग्यात्मक एकाङ्की लेख प्रकाशित भएको छ । जसमा ‘...नेता : विन्ती छ आमा, बुवा, दाजुभाई, दिदीबहिनी यो पाली सबै पुराना इष बिसैर भोट हाल्नुस् मलाई म भोज खुवाउँछु, उपहार दिन्छु, पैसा बाँड्छु नि ! जनता : (पटुका कस्दै हात सुर्कदै) हैन तिमी खुरुक्क जान्छौ कि जाँदैना के मा भोट हाल्ने हामीलाई राम्रो थाहा छ । हामी हाम्रो पार्टी राम्ररी चिन्दछौ । तिमीहरुसज्जा छेपारे प्रवृत्तिका नेतालाई राम्रोसँग जान्दछौ । भो अब तिमी भोज भतेर र भोटका बेला बाँडेको पैसाको विकासले अब हामी लोभने वाला छैनौ । जाऊ हाम्रो गाउँमा भोट माग्न नआऊ । यो तिमीजस्तो नेता भएको पार्टीको उम्मेदवार निस्तेज गाऊँ हो । भोट माग्न आएका नेताको समूह न्याउरो अनुहार लिएर बाहिरिन्छन् । जनता जोडतोडले नारा लगाउँछन्— भोट के मा ? हसिया हतौडामा प्रतिक्रियावादी हराउँछौ । एकीकृत माओवादीलाई जिताउँछौ । जीत कस्को जनताको । जीत कस्को जनताको ।” भनी कुनै पार्टी विशेषलाई विशेष प्राथमिकता दिई व्यङ्ग्यात्मक एकाङ्की लेख प्रकाशित जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।
- २) मोरङबाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६५।१२।२२ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा **‘मेरो बेटाले जितिसकेको छ’** शीर्षक समाचार प्रकाशित भएको छ । जसमा “एकीकृत माओवादी उम्मेदवार शिव कुमार मण्डलको विजयी यात्रा शुरु भएको चुनावी घरदैलोमे सलग्न बाथिगजका चन्द्र प्रसाद राजवंशीले बताउनुभयो । उहाँले भन्नुभयो मेरो बेटाले जितिसकेको छ घोषणा हुनमात्र बाँकी छ ।” यसै समाचारको अन्तिम हरफमा— “क्षेत्र नं. ५ मा प्रचार परिचालनको हिसावले ए. माओवादी अगाडि रहेकोले विजय निश्चित भएको स्थानीयवासीहरुको दावी छ ।” भनी उल्लेख गरिएको छ । त्यसैगरी सोही पृष्ठमा **‘चुनावी अभियानमा ए. माओवादी अगाडि’** शीर्षक दिई अर्को समाचार प्रकाशित भएको छ । जसमा “...गोलाकारभित्रको हसिया हथौडा अंकित भण्डा बोक्छन् र समूहमा टोलटोलमा चहार्र्छन्, उनको समूहका एउटै बोली हुन्छ—प्रतिक्रियावादीलाई हराइन्छ, ए. माओवादीलाई जिताइन्छ ।” भनी प्रकाशित भएको छ । यी दुवै समाचारमा कुनै पार्टी विशेषलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार प्रकाशित भएको देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

###

मिति : २०६५।१२।२४
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो ।

छापामाध्यम

- १) काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने **नयाँ विकल्प साप्ताहिक**को २०६५।१२।२४ गतेको अंकको पृष्ठ ३ मा **‘माओवादी हैसियत र एमालेको चरित्र जनताले बुझिसके’** शीर्षक दिई नेपाली कांग्रेसका कास्की क्षेत्र नं. १ का उम्मेदवार दीपक गुरुङको अन्तरवातां छापिएको छ । प्रश्नको उत्तरमा “माओवादी अहिले पनि आफ्नो पक्षमा परिणाम ल्याउन विभिन्न हथकण्डा प्रयोग गरेको भन्ने सुन्नमा आएको छ । वाइसिएललाई प्रयोग गरेको भन्ने सुन्नमा आएको छ ।” त्यस्तै अर्को प्रश्नको जवाफमा

“...जनताले माओवादीको नेतृत्वमा रहेको सरकार र उनीहरूको क्रियाकलाप देखेका छन् र सँगै पिछलग्ग बनेका एमालेको व्यवहार पनि हेरेका छन् त्यसैले जनताले म नेपाली कांग्रेसको प्रतिनिधि भएको हैसियतले मेरो पक्षमा मतदान गर्नेछन् भन्ने विश्वास दिलाउन चाहन्छु। यो मुलुकको लोकतन्त्र संस्थागत गर्ने एक मात्र पार्टी नेपाली कांग्रेस हो। माओवादी हैसियत र एमालेको चरित्र जनताले बुझिसके।” त्यस्तै अर्को प्रश्नको जवाफमा- “माओवादी पहिला जिते पनि अहिले माओवादीको उम्मेदवार भनेको कृष्णबहादुर गुरुङ जो हुनुहुन्छ, उहाँ माओवादी हुनुभएको धेरै भएको छैन। राप्रपा नेपालका अध्यक्ष कमल थापाले भाषण गर्दा भन्नुभएको थियो कि कांग्रेस र एमालेलाई गाली गर्छु तर माओवादीका उम्मेदवार भने हाम्रै पूर्व साथी भएकोले म उहाँलाई गाली गर्दिन। उहाँ हाम्रै पूर्व साथी हो, हलो र लालटिनमा चुनावमा लडेको। त्यसैले अहिले माओवादी कार्यकर्ताले पनि उहाँलाई मतदान गर्ने अवस्था छैन।” भन्ने नेपाली कांग्रेसका उम्मेदवारले अर्को पार्टी एवं त्यसका उम्मेदवारलाई आक्षेप लगाएको अन्तरवार्ता छापिएको छ। त्यस्तैगरी यसै पत्रिकाको प्रथम पृष्ठमा ‘कृष्ण गुरुङ राप्रपा कि माओवादी उम्मेदवार?’ शीर्षक दिई अर्को समाचार प्रकाशित भएको छ। जसमा “२८ गने हुन गइरहेको संविधानसभाको उपनिर्वाचन अन्तर्गत पोखरा क्षेत्र नं. १ बाट माओवादीका तर्फबाट उम्मेदवार बन्नुभएका कृष्णबहादुर गुरुङलाई खाटी माओवादीले नै मतदान नगर्ने भएका छन्। ६ महिनाअघि मात्रै राप्रपा नेपालबाट माओवादीमा प्रवेश गरेका गुरुङलाई इमान्दार कार्यकर्ताप्रति पार्टीले बेवास्ता गरेको आरोप मात्रै लागेको छैन कि राप्रपा नेपालका अध्यक्ष कमल थापाले आफ्नो पार्टीको चुनावीसभा भाग लिन जादा माओवादीबाट उम्मेदवार बनेको कृष्णजी पनि पहिले हलो चिह्नमा नै चुनाव लडेका व्यक्ति भएकाले उहाँ पनि हाम्रै साथी हो अहिले केही समय उता काजमा जानुभएको भनी अभिव्यक्ति दिएपछि इमान्दार माओवादी कार्यकर्ता निराश बनेका छन्। ... ६ महिनाअघि मात्रै माओवादी प्रवेश गरेका उनले टिकट फुत्काए पछि निश्चिन्त बनेका माओवादी कार्यकर्ताका कारण गुरुङ प्रतिस्पर्धामा नै नआउने देखिएको छ।” भनी कुनै पार्टी विशेषका उम्मेदवारसँग सम्बन्धित समाचारलाई पूर्वाग्रह राखी सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।२५
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने श्री रुपरेखा साप्ताहिकको २०६५।१२।२५ गतेको अंकको पथम पृष्ठमा ‘राप्रपा नेपाल अग्रणि’ शीर्षक दिई “...अत्याधिक मतदाताहरू राप्रपा नेपालको पक्षमा देखिएकाले यादवको अवस्था राम्रो रहेको थाहा भएको छ। निर्वाचनको संघारमा राप्रपा नेपालका उम्मेदवार रामनरेश यादव प्रतिस्पर्धाको अग्र पंक्तिमा देखिएको छन्। ...अघिल्लो हप्तादेखि निरन्तर धनुषा क्षेत्र नं. ५ को चुनावी कार्यक्रममा रहनुभएका राप्रपा नेपालका वरिष्ठ केन्द्रीय सदस्य हेमबहादुर मल्लका अनुसार सो क्षेत्रमा राप्रपा नेपालको विजय निश्चित छ। गत निर्वाचनपश्चात् एक वर्षको समयमा आम मतदाताहरू आफूलाई ठूला पार्टी बनाउनेहरूसँग सशक्त भएका छन्। यस्तै कास्कीमा राप्रपा नेपालका उम्मेदवार अग्रणि स्थानमा रहेको बताइएको छ।” भनी कुनै दल विशेषको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

- २) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **पुनर्जागरण साप्ताहिक**को २०६५।१२।२५ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनमा कांग्रेस सुदृढ' शीर्षक दिई "... फोरमभित्र यादव र थारुहरूका बीचमा मनोमालिन्य बढेको चर्चाले बजार पाएको छ । यदि त्यो चुनावसम्म कायम रथ्यो भने कांग्रेसको जित निश्चित मानिएको छ किनभने माओवादी र एमाले सशक्त छैनन्, तमलोपाले पनि कांग्रेसलाई चुनौति दिन सक्दैन । ... धनुषा क्षेत्र नं. ५ मा कांग्रेसका उम्मेदवार डा. चन्द्रमोहन यादवको जीत लगभग निश्चित मानिएको छ । ... कंचनपुर क्षेत्र नं. ४ मा कांग्रेसका पुराना र त्यागी नेता यज्ञराज जोशीको जीत निश्चित मानिएको छ ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।
- ३) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **जनदिशा दैनिक**को २०६५।१२।२५ गतेको अंकको पृष्ठ ३ मा 'मोरङमा माओवादी पक्षमा जनलहर' शीर्षक दिई समाचार प्रकाशित भएको छ । जसमा संविधानसभा उपनिर्वाचन मिति नजिकिदै जाँदा अन्य पार्टी त्यागेर एकीकृत माओवादीमा प्रवेश गर्नेहरूको लहर चलेको छ ।" चौथो हरफमा- "एकीकृत माओवादी आगामी चैत २८ गते हुने उपनिर्वाचनमा पहिलो हुने निश्चित भएको बुधनगर-४ खोक्साहाका नवप्रवेशी रामकुमार मण्डलले बताए । सन्थाल राजवंशी, मुशिलम र केवटलगायतका दलित जातिको बाहुल्यता रहेको त्यस क्षेत्रमा एकीकृत माओवादी उम्मेदवार शिवकुमार मण्डलको पक्षमा जनलहर उर्लिएको उनीहरूको भनाइ छ । यसैबीच विराटनगर पार्टी परित्याग गरी १ सय १६ जना व्यक्तिहरू एकीकृत माओवादीमा प्रवेश गरेका छन् । उता क्षेत्र नं. ७ मा पनि एकीकृत माओवादी उम्मेदवार विजयकुमार विश्वास थारूको पक्षमा जनलहर सिर्जना भएको छ ।" भनी कुनै पार्टी विशेषको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकाले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

जिल्लाबाट- धनुषा जिल्ला

- १) धनुषाबाट प्रकाशित हुने **जनकपुर एक्सप्रेस दैनिक**को २०६५।१२।२५ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'सच्चा मधेशवादीमा मतदान गर्नका लागि फोरमद्वारा आग्रह' शीर्षक दिई समाचार प्रकाशित भएको छ । जसमा "मधेश जनअधिकार फोरम नेपालका केन्द्रीय सदस्य एवं क्षेत्र नं. ४ का सभासद संजयकुमार शाहले मधेश मधेशीको हितमा सडक/सदन र सरकारबाट संघर्ष गर्ने एकमात्र मधेश पार्टी मधेश जनअधिकार फोरम भएको बताउनुभएको छ । सो पार्टीद्वारा धनुषाको लक्ष्मीनियामा आयोजना गरिएको चुनावी सभामा बोल्दै सभासद शाहले तमलोपाको अध्यक्ष महन्ड ठाकुर सरकारको मन्त्री भएको बेलामा मधेश आन्दोलनका दमन गराएको बताउँदै एमाले मधेशीविरोधी र कांग्रेस सरकारमा धेरै दिन बसे पनि मधेशीलाई उपेक्षा गरेको बताउनुभयो । उहाँले ठग मानसिकता भएको दललाई भोट दिएर केही हुन नसक्ने बताउँदै सच्चा मधेशवादी पार्टीमा मतदान गर्नका लागि गर्नुभयो । केन्द्रीय सदस्य एवं सभासद शाहले मधेशबाट पहाडीको लागि काम गर्ने पार्टीमा जानेलाई मतदान नगर्नका लागि पनि आग्रह गर्नुभयो । उक्त कार्यक्रममा बोल्दै अर्का केन्द्रीय सदस्य नसिद सिद्धिकीले मधेशको सच्चा पार्टी मधेशी जनअधिकार फोरम भएको बताउनुभयो ।" भनी सभासदले चुनाव प्रचारप्रसारमा संलग्न भएको समाचार प्रकाशित भएको छ । साथै कुनै पार्टी विशेषको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

कंचनपुर जिल्ला

- १) कंचनपुर जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **जनक्रान्ति दैनिक**को २०६५।१२।२० गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'उपनिर्वाचनमा माओवादी विजयी निश्चित, प्रतिगामीहरू पैसा बाँड्दै' शीर्षक दिई "... महाकाली पारीका गाविसलगायतका अन्य नगरपालिका क्षेत्रको जनमानसलाई हेर्ने हो भने एकीकृत माओवादीका उम्मेदवार जित्ने प्रायः निश्चित भइसकेको छ । ... एक स्रोतका अनुसार प्रतिगामीहरू चुनाव माओवादी पक्षमा जान नदिनका लागि पैसा बाँडिरहेका छन् ।" भनी कुनै पार्टी विशेषलाई प्राथमिकता दिइ समाचार सम्प्रेषण गरेको देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

रोल्पा जिल्ला

- १) रोल्पा जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **रोल्पा समाचार साप्ताहिक**को २०६५।१२।२३ गतेको अंकको पृष्ठ ६ मा 'नेपाली कांग्रेसको चुनावी सभा सम्पन्न' शीर्षक दिई "...प्रचण्डले रोल्पालाई लत्याएर काठमाडौंलाई रोजेको हुनाले आफ्नो पार्टीका उम्मेदवार गंगाराम डाँगीलाई अत्याधिक बहुमतले विजय गराउन आग्रह गर्नुभयो। सो सभामा आफ्नो मन्तव्य व्यक्त गर्दै नेपाली कांग्रेस रोल्पाका प्रवक्ता तथा उपसभापतिले एकीकृत नेकपा माओवादीले वाइसिएललाई हातमा ल्याई नियम कानून मिचेको आरोप लगाउनुभयो। नेपाली कांग्रेसका जिल्ला सभापति कृष्णबहादुर घर्तीमगरले आफूहरू विचारको पच्चीस वर्षीय वयोवृद्ध समाजसेवी व्यक्तित्व भएका गंगाराम डाँगीलाई उम्मेदवारको रूपमा चुनेको हुँदा मत दिन आग्रह गर्नुभयो भने प्रमुख अतिथि तथा केन्द्रीय पर्यवेक्षक जीवन बहादुर शाहीले हिजो भारतीय विस्तारवादको विरोध गर्ने माओवादी आज त्यसको पिछलग्गू भएको आरोप लगाउनुभयो।" भनी कुनै पार्टी विशेषको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।२६
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरु उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रशारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

नमूना छनौटमा समावेश भएका पत्रिकाहरूमध्येबाट :

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **बुधवार साप्ताहिक**को २०६५।१२।२६ गतेको अंकको पृष्ठ ५ मा 'उपनिर्वाचनमा एमालेका उम्मेदवार अगाडि' शीर्षकमा समाचार प्रकाशित छ। जसमा "पर्सी चैत २८ सम्पन्न हुने संविधानसभा उपनिर्वाचनको प्रचारप्रसार सकिएको छ। प्रचारका लागि निर्वाचन आयोगले हिजोसम्मको अवधि तोकेको थियो। प्रचार अभियानको क्रमशः एमालेप्रति जनताको उत्साह र जनलहर व्यापक देखिएको छ। ...**कास्की क्षेत्र नं. १**— यस क्षेत्रबाट एमालेले पुराना कम्युनिष्ट नेता शालिग्राम पौडेललाई उम्मेदवार बनाएको छ। अरु दलका उम्मेदवारको तुलनामा पौडेलको उम्मेदवारी नै गहुँगो भएकाले उनले जित्ने निश्चित भएको बताइन्छ। ...सत्तामा पुगेपछि माओवादीले अवसरवादसँग सम्झौता गरेको र दरवारिया मण्डलेसँग घाँटी जोडेको आरोप उसकै कार्यकर्ताले लगाएका छन्। यस कारणले पनि यस क्षेत्रमा एमालेका विजय सुनिश्चित भएको छ। **कंचनपुर क्षेत्र नं. ४**—संविधानसभा निर्वाचनमा कांग्रेसका नेता शेरबहादुर देउवाले जितेको यस क्षेत्रमा यसपटक उनकै कारण कांग्रेस पराजित हुने भएको छ।" भनी उल्लेख गरिएको छ। यसैगरी यस समाचारमा कास्की-१ का नेकपा एमालेका उम्मेदवार शालिग्राम पौडेल, धनुषा-५ का रघुवीर महासेठ र मोरङ-७ का विनोद ढकालको फोटोसहितको संक्षिप्त अन्तर्वार्ता समेत प्रकाशित गरेको छ भने कंचनपुर-४ का निरुदेवी पाल, मोरङ-५ का जीवन घिमिरे र रोल्पा-२ का हरि घर्ती मगरको तस्वीर समेत प्रकाशित गरेको छ। उम्मेदवारको संक्षिप्त अन्तर्वार्ताका क्रममा कास्की-१ का शालिग्राम पौडेलले "...हिजो मात्र राप्रपा नेपालले उनलाई निष्काशन गरेको छ। त्यस्तो उम्मेदवारलाई जनताले कसरी हेर्ने भन्ने मूल्यांकन गरिसकेका छन्। अर्कोतर्फ हिजो माओवादीले बल, डर, त्रास, धम्कीका माध्यमले जितेको थिए तर अब त्यस्ता अराजक गतिविधिको मुकाबिला गरेर अधि बढ्छौं।" भन्ने भनाईमा उम्मेदवारले कुनै पार्टी विशेषको उम्मेदवारतर्फ ईंगित गरी आलोचना व्यक्त गरेको जस्तो देखिन्छ। जसमा कुनै दल विशेष एवं त्यसका उम्मेदवारको समाचारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेजस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

जिल्लाबाट—

कास्की जिल्ला

- १) कास्की जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **आदर्श समाज दैनिक**को २०६५।१२।२६ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा **‘अध्यक्ष खनालको भविष्यवाणी’** शीर्षक दिई बक्स समाचार प्रकाशित भएको छ। जसमा “एमाले अध्यक्ष भलनाथ खनालले कास्की क्षेत्र नं. १ मा हुने संविधानसभा उपनिर्वाचनमा एमालेसहित अन्य राजनीतिक दलहरूले प्राप्त गर्ने मतको भविष्यवाणी गर्नुभएको छ। उहाँले एमालेले १५ देखि २० हजारको हाराहारीमा मत प्राप्त गरी एमाले कास्की क्षेत्र नं. १ मा विजय हुने भविष्यवाणी गर्नुभयो। कांग्रेसले १० हजारभन्दा बढी मत पाउने अवस्था नै छैन, अध्यक्ष खनालले भन्नुभयो माओवादी १२ देखि १५ हजार र राप्रपालगायतका अन्य साना दलहरूले तीनदेखि चारहजार हाराहारीमा मत पाउनेछन्।” भनी उल्लेख गरिएको छ। जसमा निर्वाचनमा भागलिएको प्रमुख दलका अध्यक्षले आफ्नो पार्टीको जीत निश्चित गरी उपनिर्वाचनमा विभिन्न दलविशेषले प्राप्त गर्ने मतको समेत भविष्यवाणी गरेको समाचार विशेष प्राथमिकताका साथ स्थान दिई सम्प्रेषण गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६५।१२।२७
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट—

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **महिमा साप्ताहिक**को २०६५।१२।२७ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा **‘उपनिर्वाचनमा माओवादी अगाडि’** शीर्षक दिई “संविधानसभा उपनिर्वाचनको लागि २४ घण्टामात्रै समय बाँकी रहेका देशभरिका ६ वटै निर्वाचन क्षेत्रमा एकीकृत नेकपा (माओवादी) का उम्मेदवारहरू भारी मतका साथ विजय हुने स्थिति देखिएको हाम्रा समाचारदाताहरूले प्रेषित गरेको समाचारहरूमा उल्लेख गरिएको छ। रोल्पा क्षेत्र नं. २, कास्की क्षेत्र नं. १, कंचनपुर-४, मोरङ-५ मा माओवादीका उम्मेदवारहरू विजयीको औपचारिक घोषणाकै प्रतिक्रियामा रहेका छन् भने मोरङ-७ र धनुषा क्षेत्र नं. ५ मा तीव्र प्रतिस्पर्धा भएपनि अन्ततः एकीकृत नेकपा (माओवादी) नै विजयी हुने निश्चित प्रायः छ। रोल्पा क्षेत्र नं. २ मा मगरात राज्य समिति सेक्रेटरी सन्तोष बुढा मगरलाई रोल्पाली जनताले चुनावी प्रचार सभामै विजयी घोषणा गरिसकेको सन्दर्भमा कांग्रेस, एमालेका उम्मेदवारहरू अत्यन्तै हतास देखिएका छन्। ...एमालेले जतिसुकै तिकडम र खुरापाती गरे पनि माओवादी उम्मेदवार कृष्णबहादुर गुरुङका सामु अन्य पार्टीको उम्मेदवार अत्यन्तै पुड्का र होचा साबित भएका छन्। ...कांग्रेसको गतिलो उम्मेदवार नभएको र एमालेको द्वैध चरित्र सतहमा देखिएकाले माओवादीको विजय घोषणा गर्ने मात्र बाँकी रहेको बताइन्छ। ...कंचनपुर-४ मा माओवादीका उम्मेदवार हरिष ठकुल्ला (कमल क्षेत्री) लाई भारी मतका साथ विजयी गराउन कंचनपुरवासीले अभियान छेडेपछि कांग्रेस, एमालेका उम्मेदवारहरूले हार स्वीकार गरिसकेका छन्। कांग्रेस, एमालेले अन्य जिल्ला र भारतबाट पनि भाडाका गुण्डाहरू ल्याउने तयारी गरेको।” भनी कुनै दल विशेष एवं त्यसका उम्मेदवारको आलोचना गर्दै एकीकृत नेकपा माओवादी र त्यसका उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेको देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद-४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

नमूना छनौटमा समावेश भएका पत्रिकाहरूमध्येबाट :

मोरङ जिल्ला

- १) मोरङ जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६१।१२।२७ गतेको अंकको प्रथम पृष्ठमा 'दुवै क्षेत्रमा एकीकृत माओवादीको जीत हुने' शीर्षक दिई समाचार प्रकाशित भएको छ। जसमा "संविधानसभा उपनिर्वाचन हुन एक दिन बाँकी रहँदा मोरङको दुवै निर्वाचन क्षेत्रमा एकीकृत नेकपा माओवादीका उम्मेदवारहरूको विजय निश्चित बनेको निष्कर्ष विभिन्न निकायहरूले निकालेका छन्। मोरङका दुई निर्वाचन क्षेत्रमध्ये मनोनयन दर्ता गरेकै दिनदेखि क्षेत्र नं. ५ मा एकीकृत माओवादीले विजय हासिल गर्ने चर्चा चलेको थियो। चुनाव प्रचारप्रसारको क्रममा चर्चा चलेअनुसार नै आफ्नो गतिविधिहरू संचालन गरेको र हरेक क्षेत्रमा माओवादीप्रति जनउभार भएकाले आफ्नो उम्मेदवारहरूको जीत सुनिश्चित भएको माओवादीले बताएको छ। चुनाव नजिकिदै गर्दा प्रहरी, प्रशासन, पत्रकार र अन्य निकायहरूले चुनावी क्षेत्रको अनुगमन गर्दै धमाधम प्रतिवेदनहरू पनि सम्बन्धित निकायमा बुझाइरहेका छन्। उनीहरूको प्रतिवेदनले पनि एकीकृत नेकपा माओवादीको जीत सुनिश्चित भएको खुलासा भएको हो। स्वतन्त्र बुद्धिजीवीहरूले दुवै निर्वाचन क्षेत्रमा मत सर्भेक्षण गरी निकालेको निष्कर्ष जनविद्रोह दैनिकलाई प्राप्त भएको छ। सो प्रतिवेदनहरूमा दुवै क्षेत्रमा एकीकृत माओवादीका उम्मेदवार शिवकुमार मण्डल र विजयकुमार विश्वास थारु पहिलो स्थानमा रहेको उल्लेख छ। प्रतिवेदनले क्षेत्र नं. ५ मधेशी जनअधिकार फोरम द्वितीय र नेपाली कांग्रेस तृतीय स्थानमा रहेको उल्लेख गरेको छ। यता क्षेत्र नं. ७ मा एकीकृत नेकपा माओवादीका उम्मेदवार विजयकुमार विश्वास थारु पहिलो स्थानमा रहेको र मधेशी जनअधिकार फोरम, नेपाली कांग्रेस, तमलोपा, नेकपा एमालेले क्रमशः दोस्रो, तेस्रो, चौथो र पाँचौँ स्थान सुरक्षित गर्ने प्रतिवेदनमा उल्लेख छ।" भनी एकीकृत नेकपा माओवादी र त्यसका उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार सम्प्रेषण गरेको देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद-४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।
- २) मोरङ जिल्लाबाट प्रकाशित हुने **जनविद्रोह दैनिक**को २०६१।१२।२७ गतेको अंकको दोस्रो पृष्ठमा 'एकीकृत माओवादी जिताउने' शीर्षक दिई नारायण निरौलाको लेखक प्रकाशित भएको छ। जसमा "... राष्ट्रको उन्नति, प्रगतिका बाहक शक्ति, किसान, मजदुर, उत्पीडित, दलित, जाति, जनजाति, क्षेत्र र लिङ्गका जनताको नेतृत्व गरिरहेको नेपाली जनताको परममित्र एकीकृत नेकपा माओवादीको चुनाव चिह्न गोलाकारभित्रको हसिया हतौडामा भोट दिई अत्याधिक मतले विजय गराउनु चाहन्छन्। संविधानसभा, संघीय गणतन्त्र र समृद्ध राष्ट्रको निर्माण गर्ने वैज्ञानिक योजना र नीति भएको पार्टी एकीकृत नेकपा माओवादीलाई भोट दिई अत्याधिक मतले विजयी गराउने सल्लाह हरेक टोलटोल र गाउँमा भइरहेको छ।..." भनी उल्लेख गरिएको छ। जसमा एकीकृत नेकपा माओवादीलाई विशेष प्राथमिकता दिएको लेखलाई स्थान दिई सम्प्रेषण गरेकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद-४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ।

###

मिति : २०६१।१२।२८
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं।

विषय : अनुगमन प्रतिवेदन।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता अनुगमनमा देहायका संचारमाध्यममा देहायका बुँदाहरू उल्लेख भई समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरिएको पाइयो।

छापामाध्यम

काठमाडौंबाट-

- १) काठमाडौंबाट प्रकाशित हुने **डेमोक्रेसी साप्ताहिक**को २०६१।१२।२८ गतेको प्रथम पृष्ठमा 'उपचुनावमा एमालेको पल्लाभारी' शीर्षक दिई "आज हुने संविधानसभाको उपनिर्वाचनमा ६ वटै क्षेत्रमा एमालेको पक्षमा व्यापक जनलहर आएको छ।... कास्की क्षेत्र नं. १ मा एमालेले पुराना कम्युनिष्ट नेता शालिग्राम पौडेललाई उम्मेदवार बनाएको छ। अरु दलका उम्मेदवारका तुलनामा

पौडेलको उम्मेदवारी नै गहृङ्गो भएकाले उनले जित्ने निश्चित भएको बताइन्छ ।...पूर्व पञ्चलाई उम्मेदवार बनाएकोले पनि माओवादीका अगुवा कार्यकर्ताले एमालेकै उम्मेदवारलाई मत दिने मनस्थिति रहेको बताएका छन् ।...सत्तामा पुगेपछि माओवादीले अवसरवादसँग सम्झौता गरेको र दरबारिया मण्डलेसँग घाँटी जोडेको आरोप उसकै कार्यकर्ताले लगाएका छन् । यस कारणले पनि यस क्षेत्रमा एमालेको विजय सुनिश्चित भएको छ । ...कंचनपुरको क्षेत्र नं. ४ मा भने संविधानसभा निर्वाचनमा कांग्रेसका नेता शेरबहादुर देउवाले जितेको यस क्षेत्रमा यसपटक उनकै कारण पराजित हुने भएको छ ।...” भनी कुनै दल विशेष तथा त्यसका उम्मेदवारको आलोचना गर्दै नेकपा एमाले र त्यसका उम्मेदवारलाई विशेष प्राथमिकता दिई समाचार प्रकाशित गरेको जस्तो देखिएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

###

सजगता

मिति : २०६५।१२।२८
श्री निर्वाचन आयोग,
कान्तिपथ, काठमाडौं ।

विषय : अनुगमन सजगता ।

उपरोक्त सम्बन्धमा निर्वाचन आचार संहिता उल्लंघन गरी मौन अवधिमा प्रसारित सामग्रीको विवरण:

विद्युतीय सञ्चारमाध्यम

काठमाडौंबाट—

- काठमाडौंबाट प्रसारण हुने रेडियो नेपालको २०६५।१२।२७ गतेको बेलुकी ७:२० मा प्रसारण हुने 'घटना र विचार' कार्यक्रमअन्तर्गत करिब ४४ सेकेन्डको समयवधि लिई "संविधानसभामा प्रत्यक्षतर्फ झण्डै बहुमत ल्याउन सफल एकीकृत माओवादीले भने आफ्नो नयाँ नेपालको अवधारणासँगै नयाँ जनसंविधान, नयाँ राष्ट्रिय सेना निर्माणसँगै शान्ति प्रक्रियालाई तार्किक निष्कर्षमा पुऱ्याउनका लागि क्रान्तिकारी शक्तिलाई भोट दिनुपर्ने दाबी गरेका छन् । विभिन्न उपनिर्वाचन क्षेत्रमा फेरि पनि नेपाली कांग्रेस तथा नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी एमालेले पैसाको खोलो बगाउँदै जनतालाई भोट बैंकको रूपमा प्रयोग गर्ने प्रयास गरेको भन्दै व्यापक जनगुनासाहरु पनि ठाउँठाउँबाट आइरहेका छन् । पुराना अनुहारहरु लाई पटकपटक विजयी गराएर तीतो बिगत भोग्न विवस नेपाली जनसमुदायहरु यतिखेर अत्यन्तै सजग भएकोले नयाँ क्रान्तिकारी शक्तिलाई विजयी गराउन उत्साहित देखिएको भन्दै यस कार्यमा कुनै पनि तत्वले अवरोध नपुऱ्याउन एकीकृत माओवादीले सबै पक्षसँग आग्रह गरेको छ ।" भनी प्रसारित भएको छ । जसमा मौन अवधिमा एकीकृत नेकपा माओवादीलाई विशेष प्राथमिकता दिई अन्य दल विशेषको आलोचना गरी सामग्री प्रसारित भएको पाइएकोले संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ६७ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

कंचनपुरबाट—

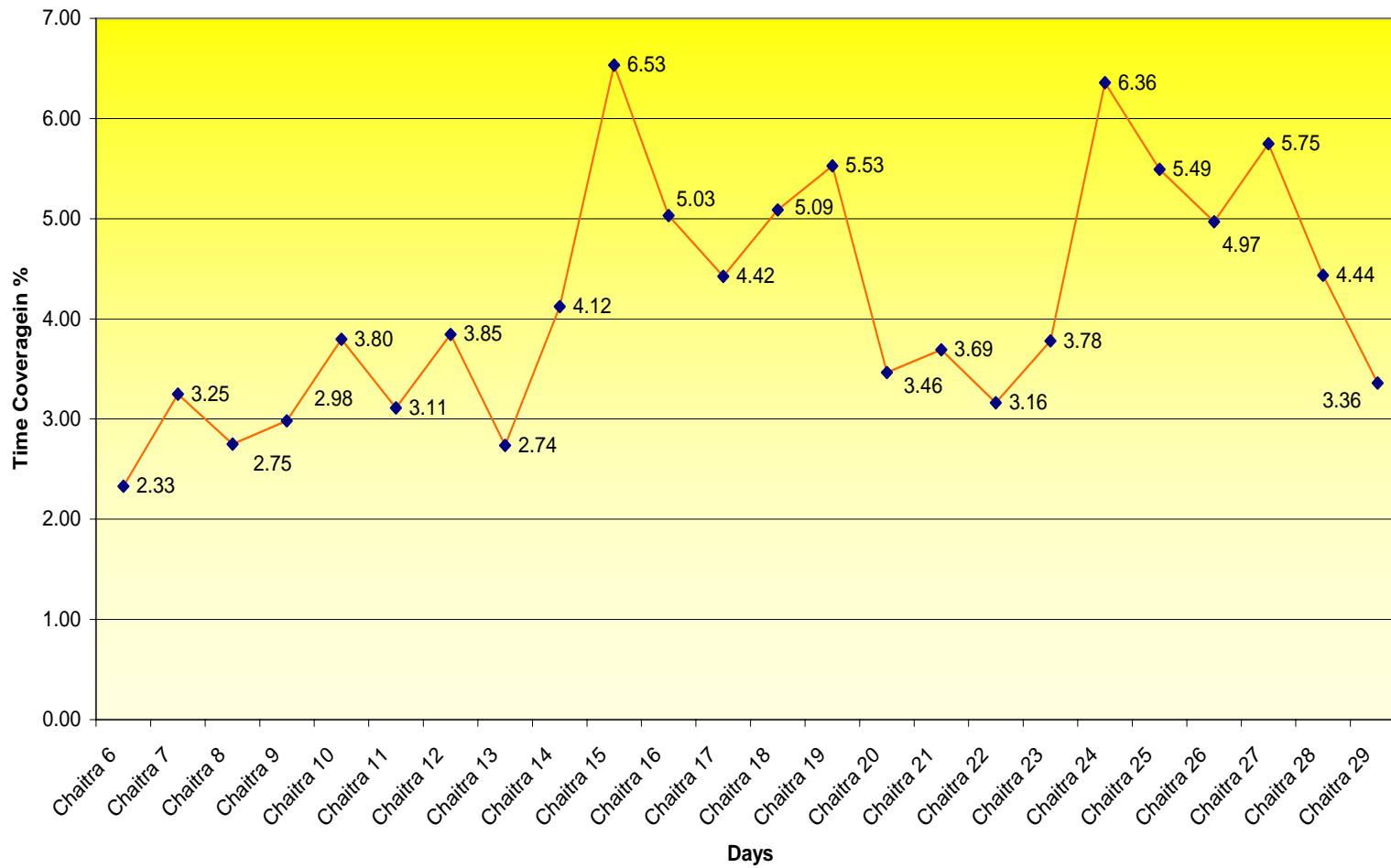
- कंचनपुरबाट प्रसारण हुने रेडियो महाकालीको २०६५।१२।२८ गते करिब ८:३० बजे सूचनाको रूपमा "क्षेत्र नं. ४ को उपनिर्वाचन नेकपा एमालेले कुनै दल वा पक्षसँग सहकार्य गरेको भन्ने निर्वाचन आचारसंहिता विपरीतको हल्ला चलाई रहेका छन् । नेकपा एमाले निर्वाचन आचारसंहिताको दृढताका साथ पालना गर्दै आफ्नो लक्ष्यमा अडिग रहेको छ । यो निर्वाचन प्रयोजनका लागि कुनै पक्ष वा दलसँग सहकार्य गर्न आवश्यक नभएकोले कुनै किसिमको सहकार्य नगरिएको हुँदा भ्रममा नपर्न समस्त मतदान तथा पार्टी पंक्तिमा अनुरोध गरिन्छ ।— नेकपा एमाले, कंचनपुर ।" भन्ने विवरणसहितको सूचना प्रसारित भएको प्रतिवेदन प्राप्त भएको छ । यस्तो सूचना करिब आधा-आधा घण्टाको फरकमा प्रसारित भइरहेको भन्ने जानकारीसमेत प्राप्त भएको छ । यसर्थ मौन अवधिमा कुनै राजनीतिक सन्देश समेटिएको सूचना प्रसारित गर्न नपाइने हुँदा संविधानसभा सदस्य निर्वाचन आचारसंहिता, २०६४ को परिच्छेद ४ को दफा ७४ आकर्षित हुने देखिन्छ ।

तथ्यांक तालिकाहरू
(तालिका नं. १-११)

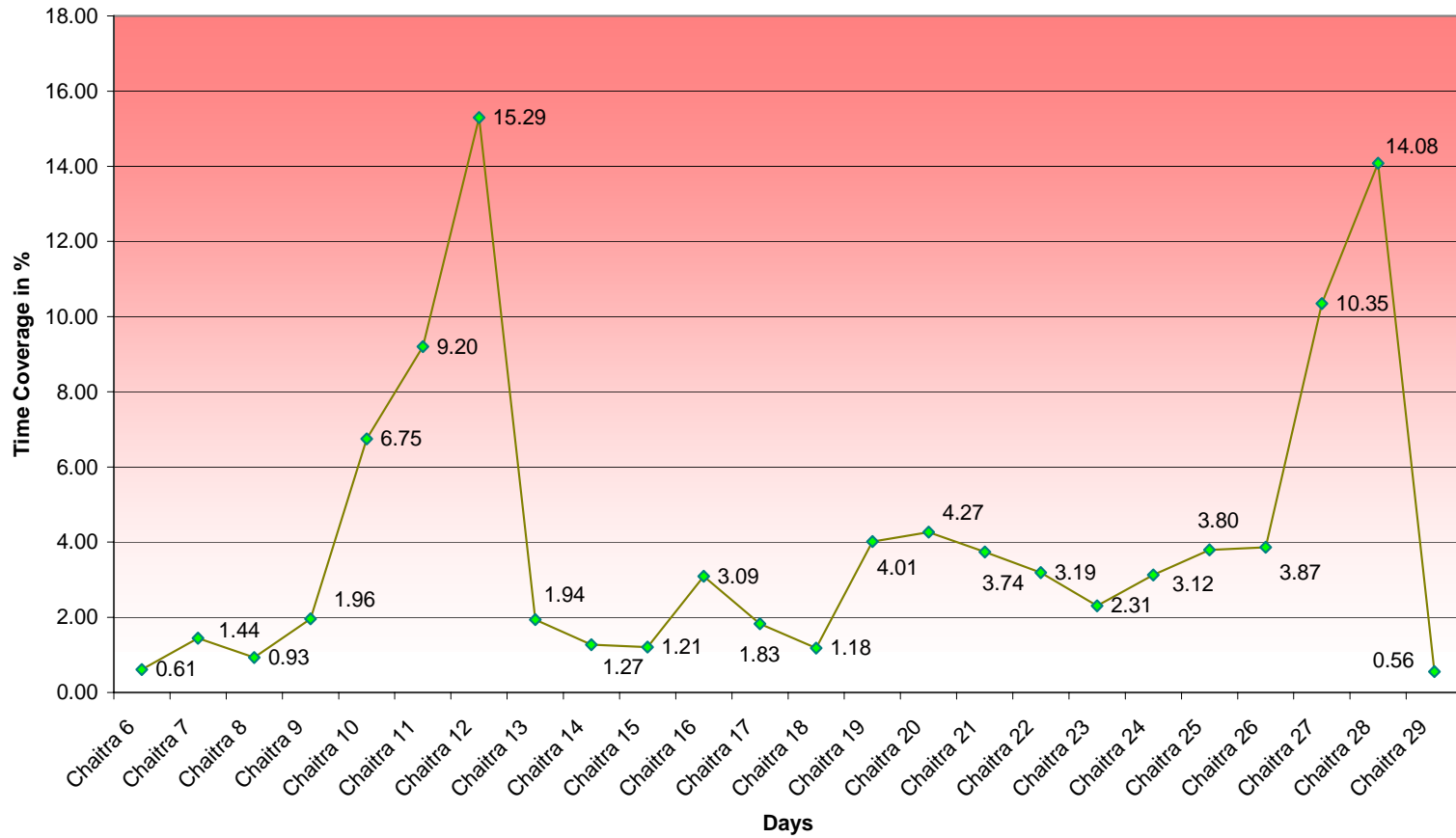
(तथ्यांक विश्लेषण गर्न डाटाबेस सफ्टवेयर अंग्रेजी भाषामा बनाइएकोले प्रशोधन गरिएका तथ्यांक तथा ग्राफ चित्रहरू अंग्रेजी भाषामा भएको व्यहोरा अनुरोध छ)

पाइचार्ट-ग्राफ र रेखाचित्रहरू
(फिगर १-२३)

**Figure 1: Trend of Coverage by Volume During the Election Campaign, Total Hours: 45:25:04
Chaitra 6-29, 2065**



**Figure 2: Time Given to Election Coverage by Sampled Media, Total Hours: 6:08:39
Chaitra 6-29, 2065**



Time Coverage:

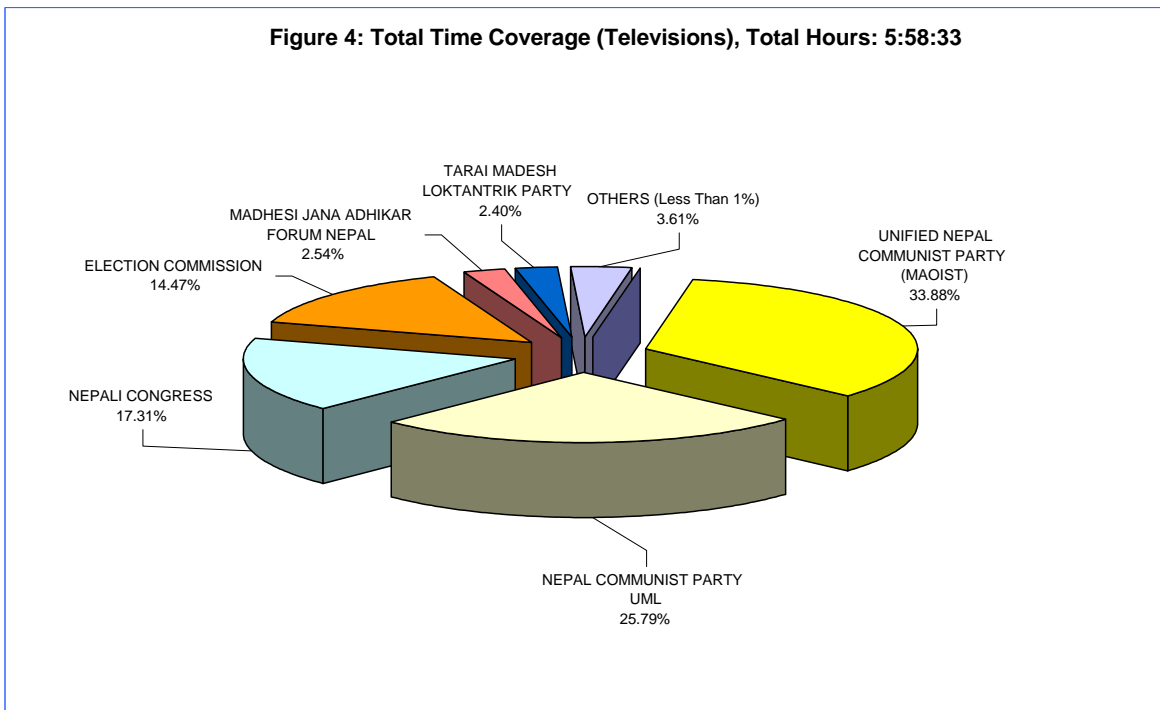
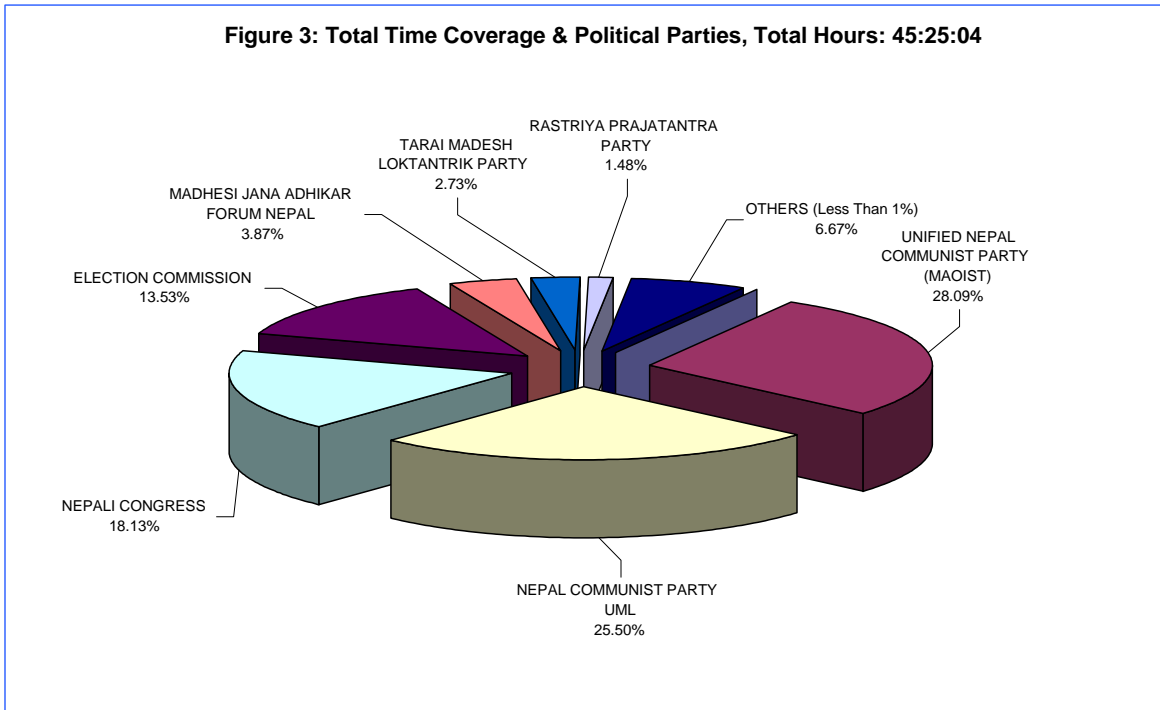


Figure 5: Total Time Coverage, Nepal Television, Total Hours: 1:49:01

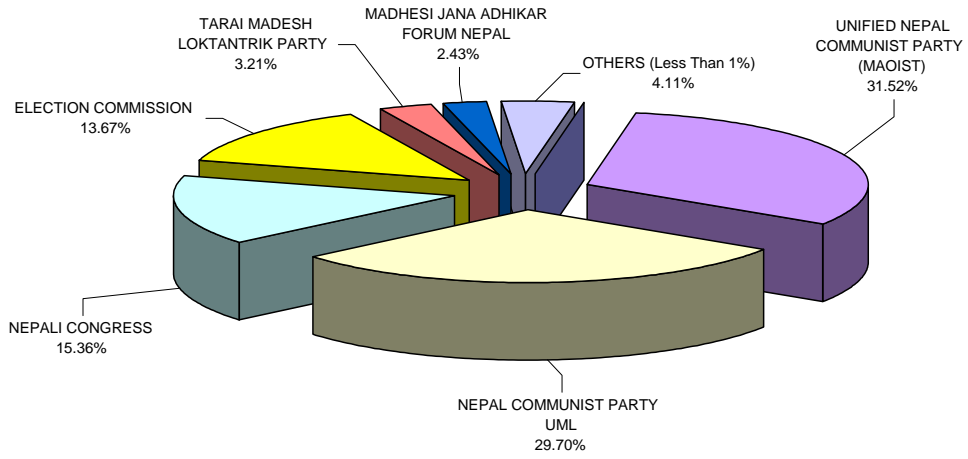


Figure 6: Total Time Coverage (Radio), Total Hours: 39:26:31

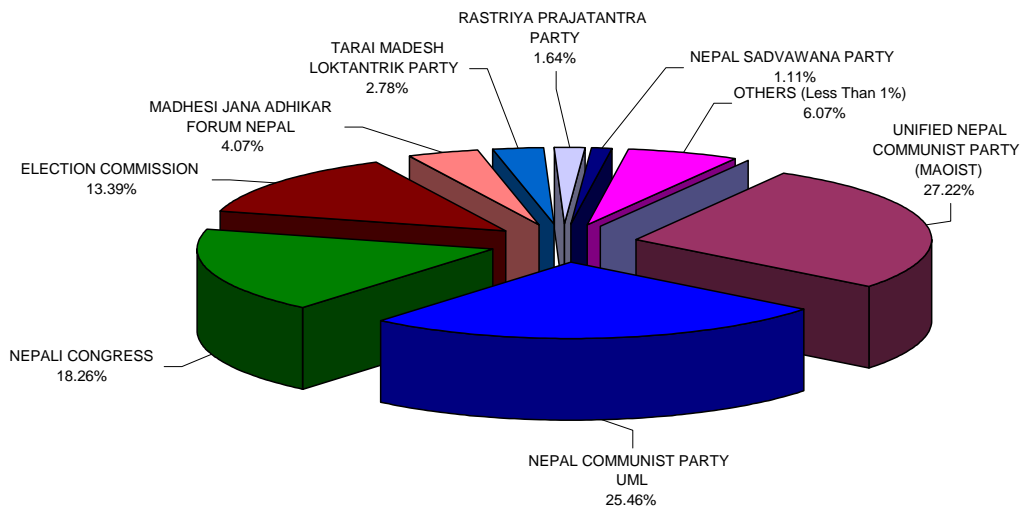


Figure 7: Total Time Coverage, Radio Nepal, Total Hours: 3:00:15

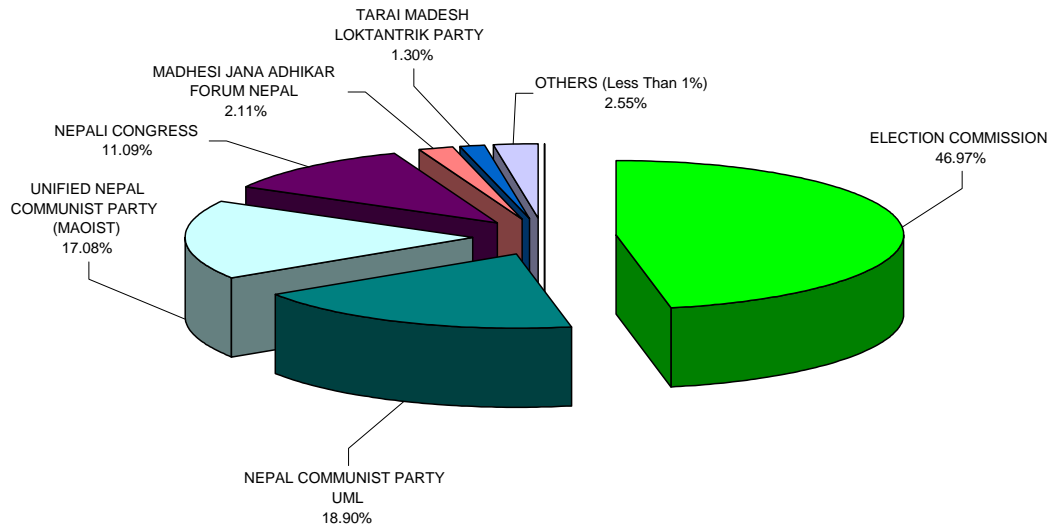


Figure 8: Time Coverage, Sky FM- Morang, Total Hours: 3:57:41

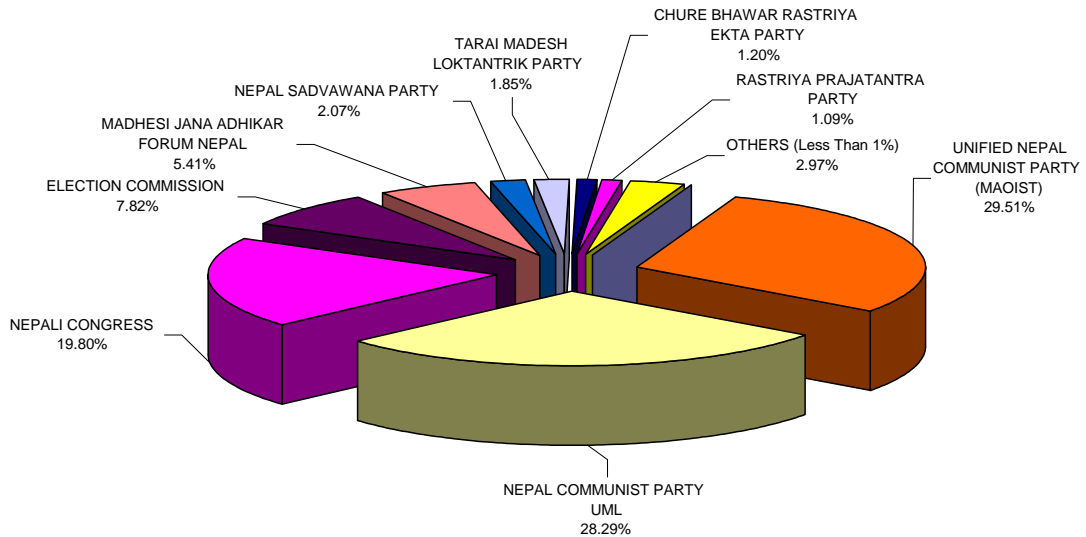


Figure 9: Time Coverage, Radio Janakpur Today- Dhanusha, Total Hours:0:29:03

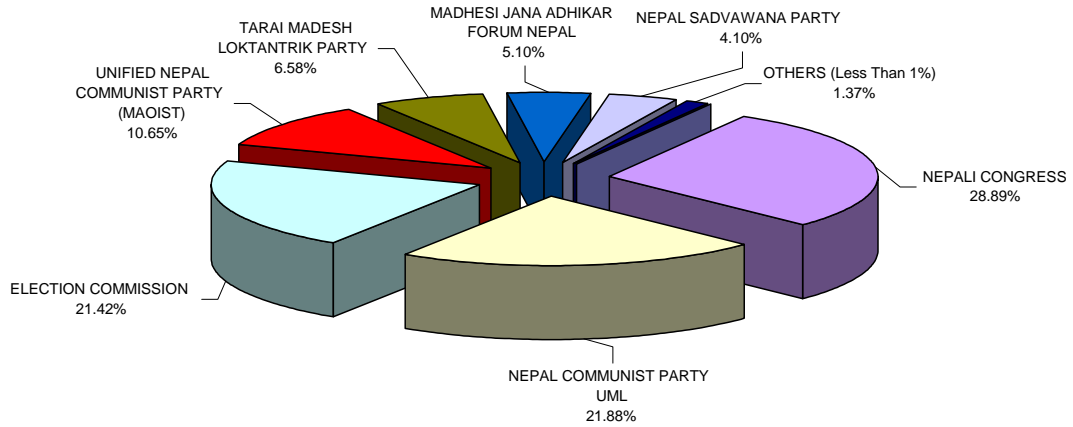


Figure 10: Time Coverage, Barahi FM- Kaski, Total Hours: 3:53:22

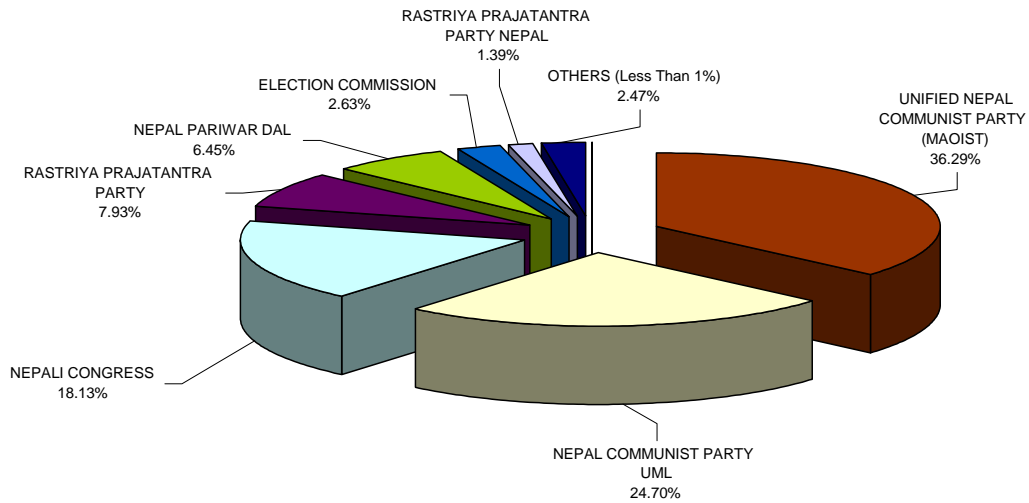


Figure 11: Time Coverage, Radio Rolpa- Rolpa, Total Hours: 2:38:41

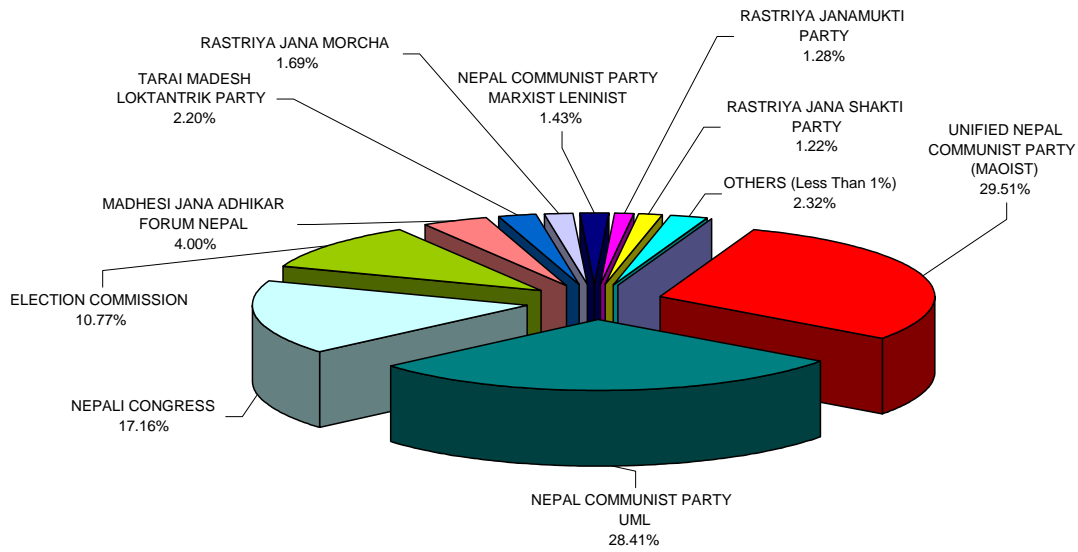
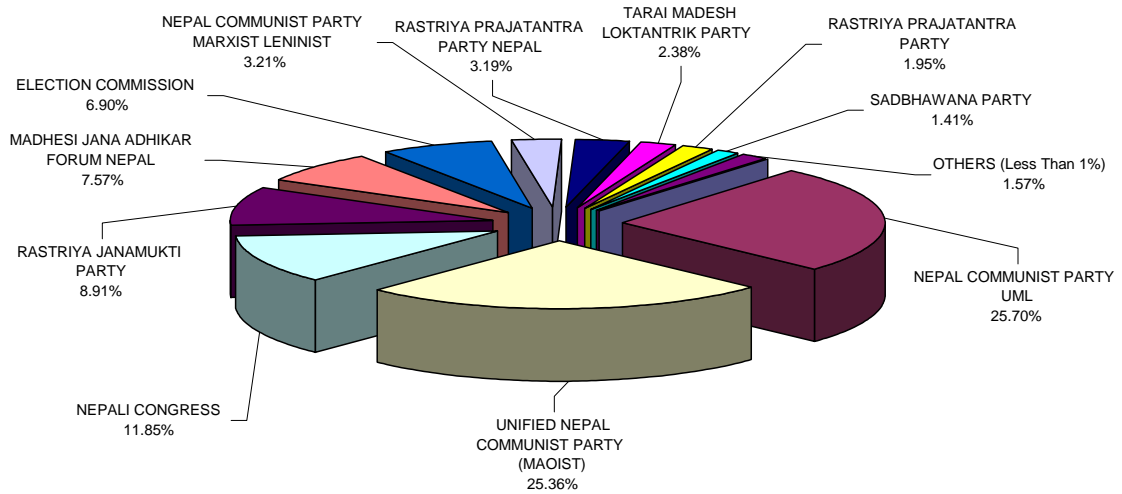


Figure 12: Time Coverage, Radio Mahakali- Kanchanpur, Total Hours: 2:10:59



Direct Speech:

Figure 13: Direct Speech, All Media, Total Hours: 2:40:05

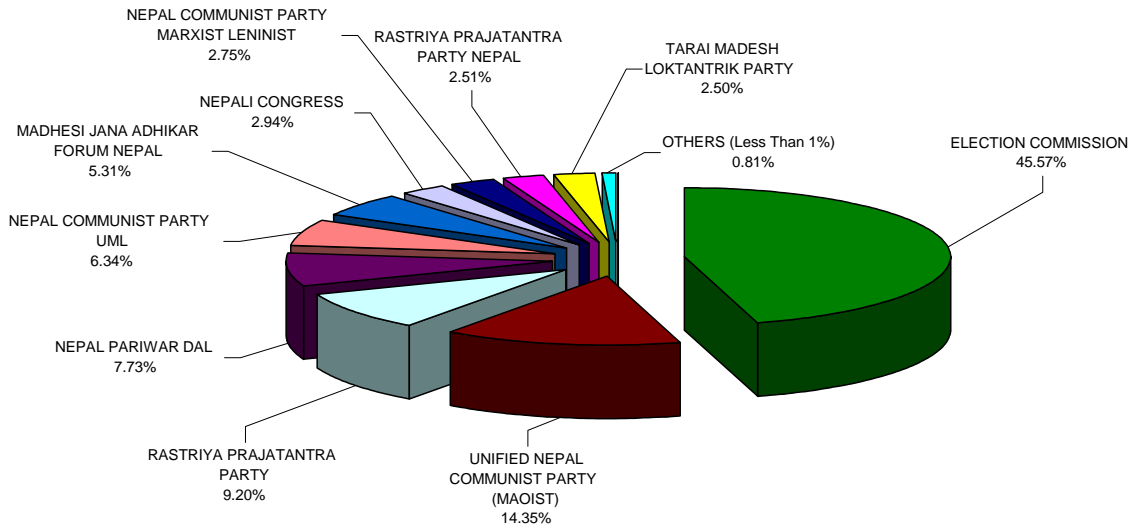


Figure 14: Direct Speech, Televisions, Total Hours: 0:09:24

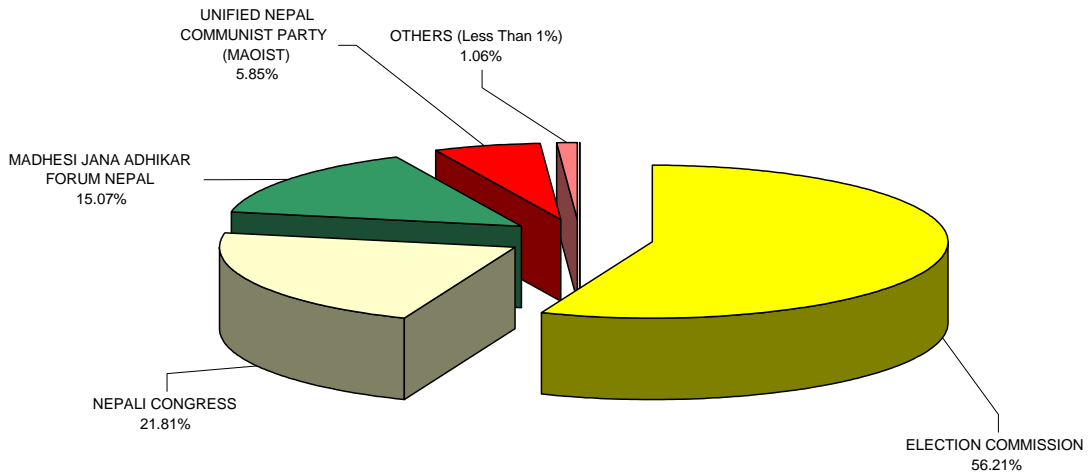
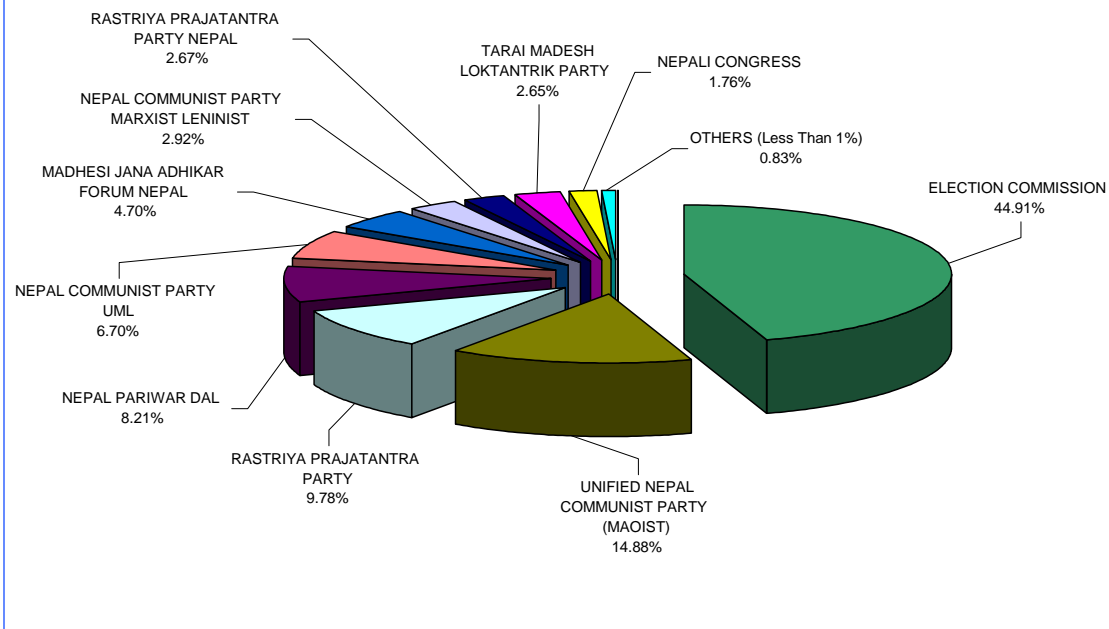


Figure 15: Direct Speech, Radio, Total Hours: 2:30:41



Election Commission:

Figure 16: Total Time Coverage, EC & Commissioners (Televisions), Total Hours: 0:51:52

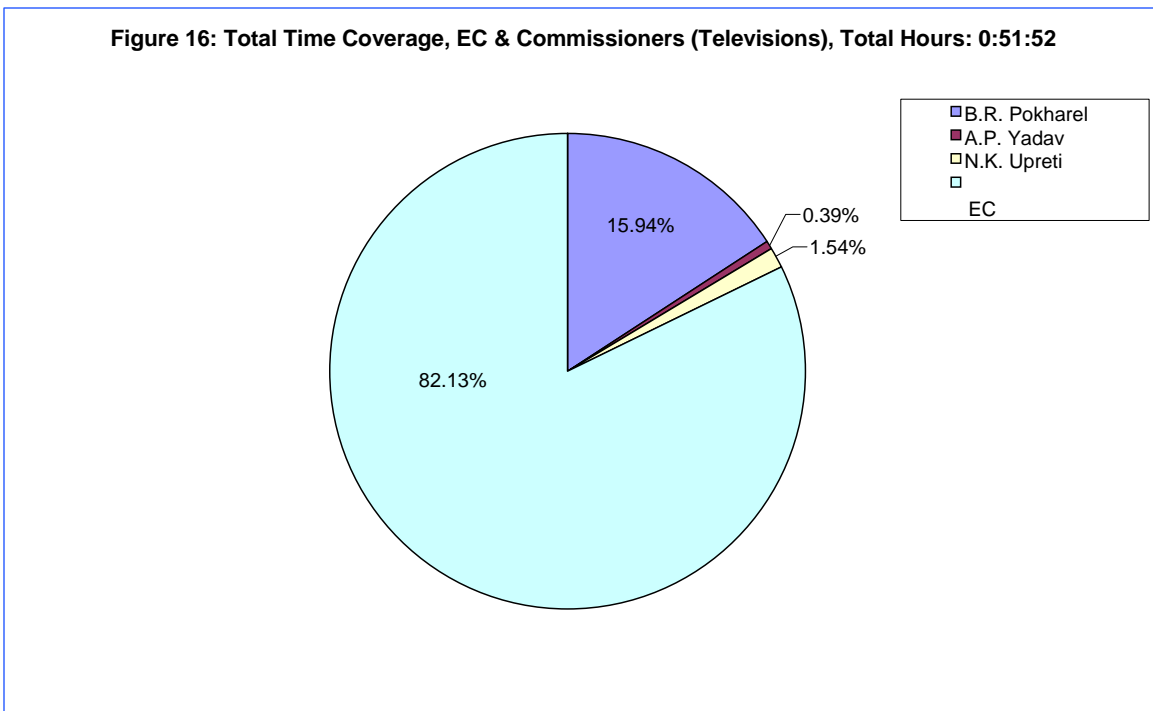


Figure 17: Time Coverage, EC & Commissioners (Radio), Total Hours: 5:16:47

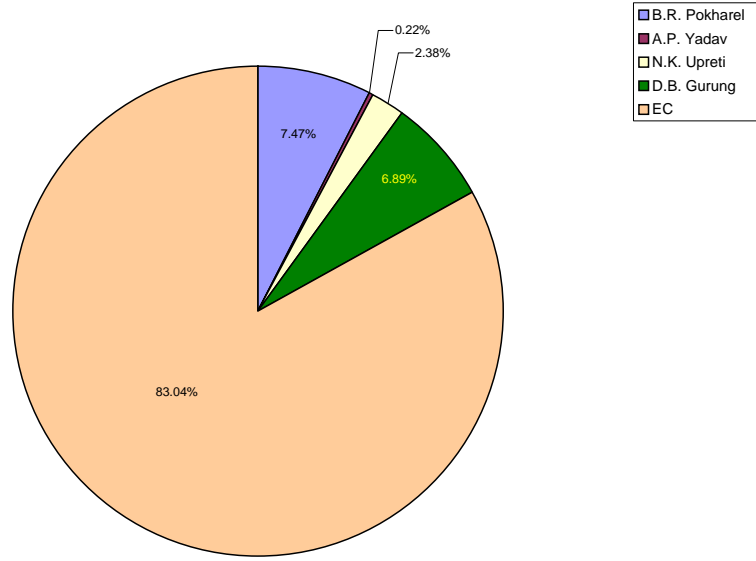


Figure 18: Direct Speech, Election Commissioners (Television), Total Hours: 0:05:17

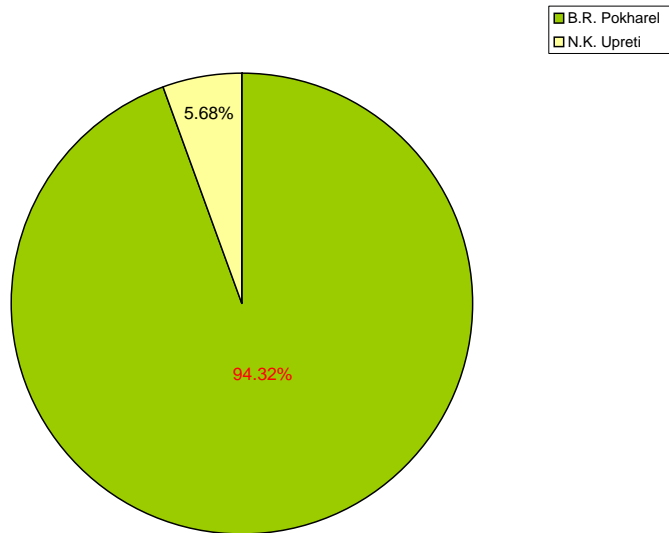
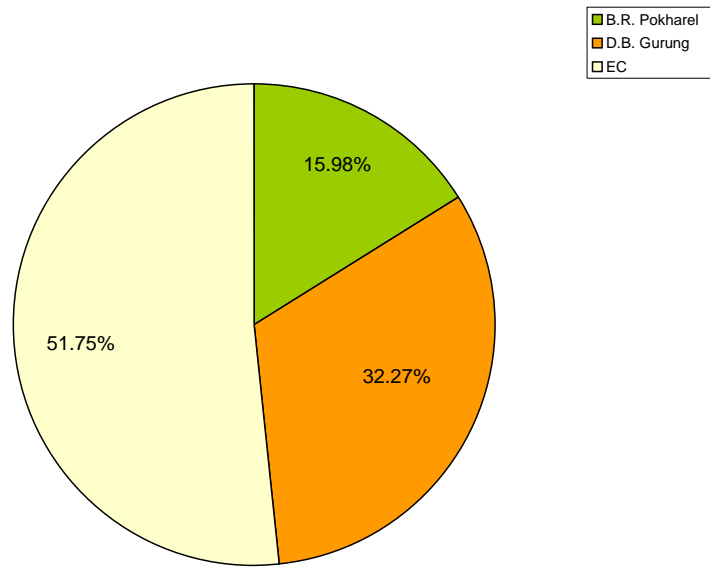
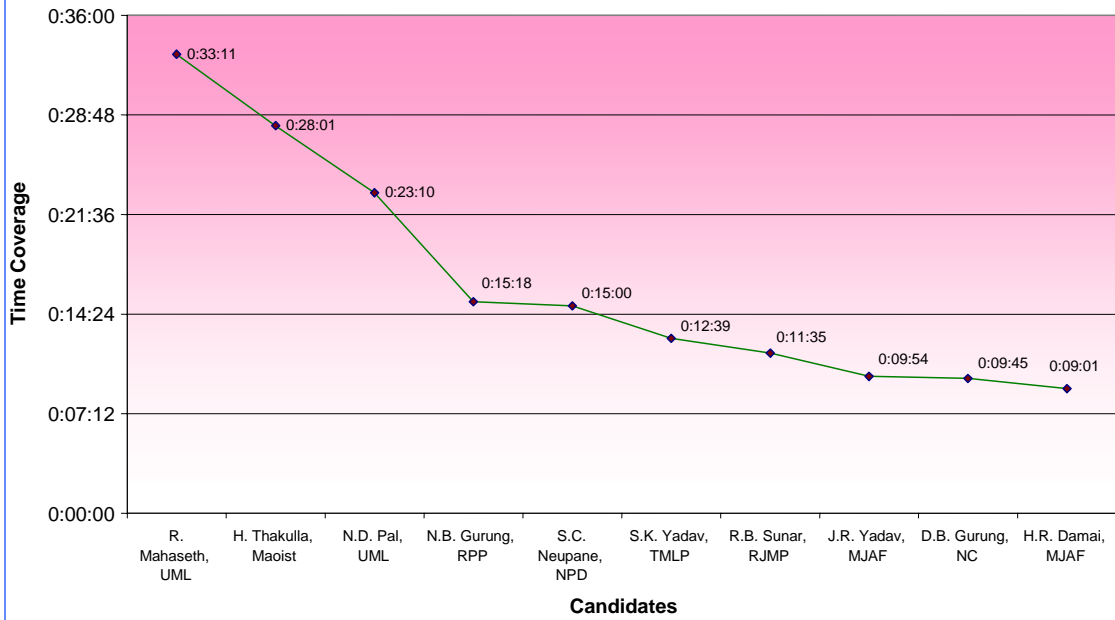


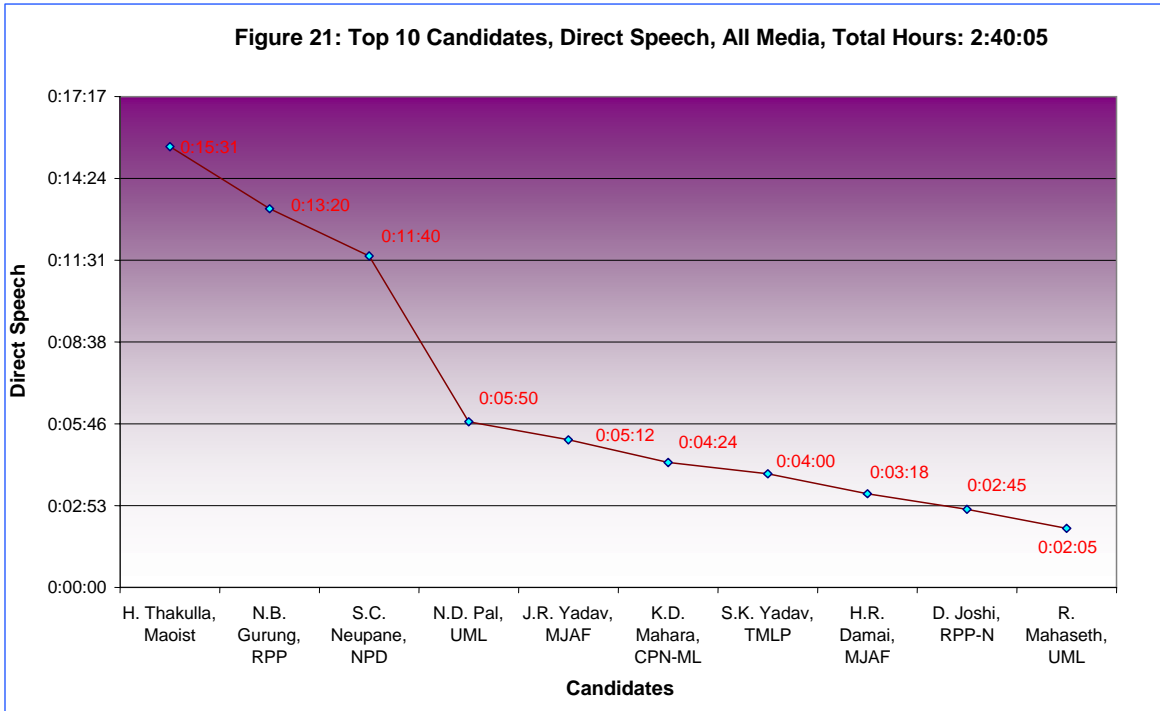
Figure 19: Direct Speech, EC & Commissioners (Radio), Total Hours: 1:07:40



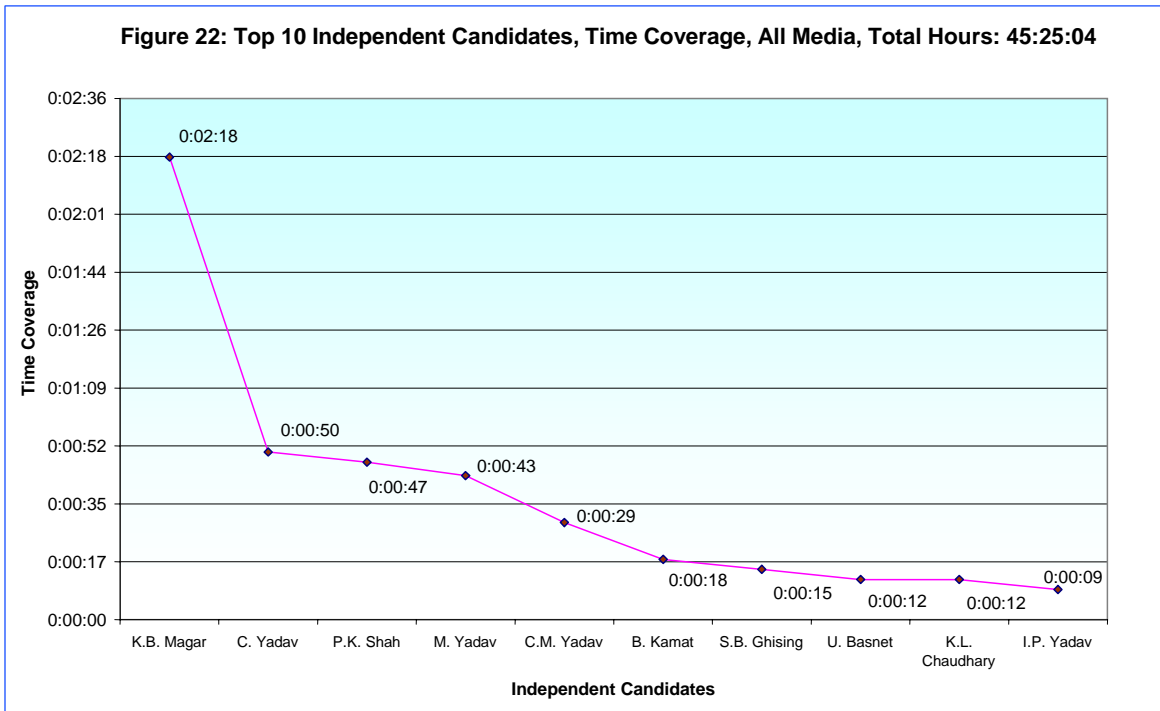
Candidates (Political Parties):

Figure 20: Top Ten Candidates, Time Coverage, Sampled Media, Total Hours: 45:25:04



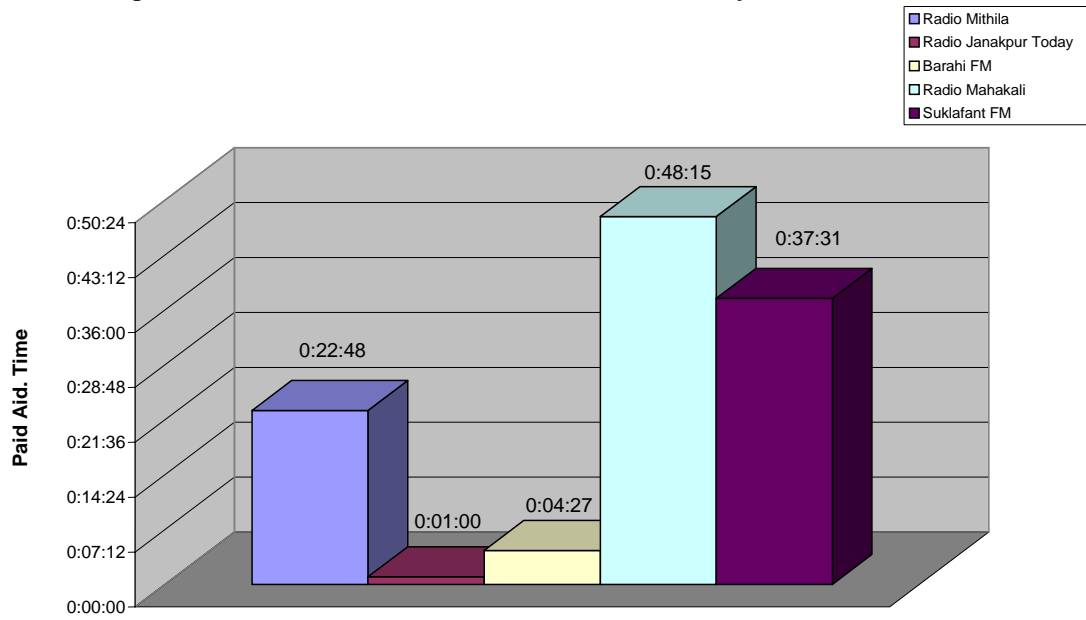


Candidates (Independent):



Paid Advertisement:

Figure 23: Paid Advertisement Time Given to Candidates By Broadcast Media



अनसूची-१

Guidelines on Methodology for Both Broadcast and Print Media

Considerable Text (कस्तो News वा Text Cover गर्ने):

Case I: Relevant Actor-----Relevant Text

भद्रकउभिर नए प्यञ्चववि ले भभअतप्यल को वारेमा बोलेको लभधक

Case II: Relevant Actor-----Non Relevant Text

Example: G.P. Koirala ले Sports को वारेमा बोलेको News

Case III: Non-Relevant Actor-----Relevant Text

Example: Joint Secretary ले Election को वारेमा बोलेको News

Cover गर्नु नपर्ने:

Case IV: Non-Relevant Text-----Non Relevant Actor

Example: Joint Secretary ले Sports को वारेमा बोलेको News

Unit of Analysis:

1. RECORDING AND LABELING

- ❖ Record your texts (news, talk show etc.) on tape and analyze them tomorrow.
- ❖ Tape Label format:

IlamFM/TV	(Recording date) 9 March, 2008	7:00 am – 12: 00 pm
------	------------	-----------------------------------	---------------------

2. FILLING OUT ANALYSIS FORM

Media out let's name: e.g. Kantipur TV (on top of the analysis form)

Date (dd/mm/year): Broadcast day, month and year

Page (n/tot): सबै Analysis गरिसकेपछि गर्ने)

Serial no of unit analysis: (e.g. 1 2 3 4.....)

Programme : e.g. News, Talk Show, Advertisement

Time: Programme starting time & ending time
(e.g. 7: 00 am - 7:30 am)

Relevant Actor: - Name of Candidates for PR election
- Name of Candidates for FPTP election
- Name of Political Parties – 74
& their sister organizations
(Registered with EC)
- EC or EC Commissioners – 6
- Name of Independent Candidates-

Political Affiliation:

Relevant Actors

Political Affiliations

- ❖ Candidate for PR election (eg GP Koirala) - Name of related political parties (NC)
- ❖ Candidate for FPTP (eg Prachanda) - Name of related political parties (CPN (Maoist))
- ❖ Political Parties (eg CPN-UML) -Political Parties (CPN-UML)
- ❖ EC -EC
- ❖ EC Commissioners (eg Bhoj Raj Pokheral) - EC (EC)
- ❖ Independent Candidates (eg Ram sharma) - Independent (Independent)

Note: मन्त्री, प्रधानमन्त्रीहरु As a Relevant Actor को रुपमा आएमा तिनीहरुको Political Affiliation सम्बन्धित Political Parties को नाम लेख्ने। eg. Home Minister KP Sitaula

RA

PA

KP Sitaula

NC (Not Govt.)

(MM 08 को Programme Limitations लाई मध्यनजर राख्दै Govt, Seven parties आदिलाई RA को रुपमा संम्लन गरिएको छैन। अरु RA को बारेमा “ANALYSIS FORM EXPLANIED” पृष्ठ हेनुहोस।)

T: (Time in Second)

Case I: (In Case of Text) : (अलि विवरणत्मक छ भने)

यदि 7:00 am मा News शुरू भयो र 15 seconds सम्म continue एउटै relevant Actor (e.g. GP Koirala) को बारेमा background voice छ भने (news reader ले भनेको छ भने,)

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>	<u>DS</u>	<u>Tone</u>
<u>PR/ FPTP</u>				
GP Koirala	NC	15	0	
PR				

(नोट : जतिसुकै पटक एउटै नाम उच्चारण गरेपनि जति लामो विवरण छ, उतिनै समय दिने)

Case II: (In Case of mention) : (उल्लेख गरेको मात्र)

यदि GP Koirala को बारेमा 15 second continue नभैकन, त्यो 15 second भित्र 4 जना different Relevant Actors को बारेमा just mention मात्र गरेको छ भने, प्रत्येक mention मा (3 Second) Weight दिने ।

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>	<u>DS</u>	<u>Tone</u>	<u>PR/</u>
<u>FPTP</u>					
GP Koirala	NC	3 (3×1)	0		PR
Prachanda	CPN- Maosit	6 (3×2)	0		
<u>FPTP</u>					
M K Nepal	CPN-UML	9 (3×3)	0		
<u>FPTP</u>					
B R Bhattaria	CPN-Maoist	6 (3×2)	0		
<u>FPTP</u>					

DS: (Direct Speech)

FM मा भने Relevant Actor ले प्रत्यक्ष बोलेको आवाज को अर्थात् Direct Speech को समय हुन्छ । TV मा Relevant Actor को (Visual समेत वा Visual दिदै voice देखाइयो भने देखाएको समयबाध नै Direct Speech को समय हुन्छ ।

यदि कुनै एक Relevant Actor लाई 15 Second Continue Visual मा देखाइयो (his own voice सहित) भने

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>	<u>DS</u>	<u>Tone</u>
<u>PR/ FPTP</u>				
GP Koirala	NC	15	15	+1
<u>PR</u>				

Special Cases on TV: (TV, IMAGE का बारेमा)

1. News Reader ले 20 seconds सम्म continue कुनै एक Relevant Actor को बारेमा बोलेको छ र त्यस भित्र 10 seconds (photo वा moving visual) देखाएको छ । तर त्यसमा प्रत्यक्ष बोलेको आवाज (Direct Voice) छैन भने,

<u>Programme</u>	<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>	<u>DS</u>
Visual	GP Koirala	NC	20	0

2. यदि त्यो 20 seconds भित्र अरु पनि 2 जना Relevant Actor को photo वा visual को झलक देखाइएको छ भने । (एक झलक = 3 seconds time दिने)

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>
<u>DS</u>		

GP Koirala	NC	11
0		
Prachanda	CPN-Maoist	3 (3 sec×1 भ्रलक)
0		
M K Nepal	CPN-UML	6 (3 sec×2 भ्रलक)
0		

3. यदि 15/20 जना को भिडमा टाढाबाट Relevant Actor हरुको visual वा फोटो देखाइयो भने, त्यसलाई Count नगर्ने (Coordinator संग सल्लाह लिने)

4. यदि news reader ले एउटा relevant actor को बारेमा 20 secs बोल्न र त्यस पछि अर्को 15 seconds त्यस Relevant Actor कै Visual पनि देखायो भने ।

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>
<u>DS</u>		
GP Koirala	NC	35(20+15)
15		

5. कहिले काहीं voter education को बारेमा 10 secs. visual देखायो भने प्रायोजक Election Commission रहेको छ भने,

<u>Programme</u>	<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>T</u>	<u>DS</u>
PSA	EC	EC	10 sec	
10sec				

(PSA: Public Service Announcement)

6. यदि Visual मा २ जना Relevant Actor हरु आधा आधा गरी एकै पटक Screenमा देखाइएको छ भने, दुवैलाई Equal weight दिने ।

Example :-

7. Visual मा एउटा Relevant Actor को आवाज आइरहेको छरर त्यही समय अर्को २ जना Relevant Actor Visual (भ्रलक) दियो भने दुवैलाई ३३ सेकेन्ड दिएर बाँकी समय आवाज आएको Relevant Actor लाई दिने ।

यदि २ जना Relevant Actors हरुको D speech Overlap भयो भने ' को बुझिने वाक्य वा वाक्यांशले लिएको समय 'A' लाई म् मा दिने । 'B' लाई बुझिने वाक्य वा वाक्यांश को समय 'B' लाई दिने तर नबुझिने वा बुझिने भए पनि संगसँगै बोलेको A / B को समय DS अन्तर्गत दुवैलाई O दिने ।

-tone:

Analysis Form मा जुन Relevant Actor को बारेमा mention गरीएको छ, सो Relevant Actor को बारेमा media ले perfectly positive बोलेको छ भने +1, perfectly negative बोलेको छ भने -1, र perfectly positive पनि छैन र perfectly negative पनि छैन भने Neutral (0) code गर्ने ।

topic:

Analysis समाचार भित्र उल्लेख हुने विभिन्न विषय (Topic) लाई छुट्टा छुट्टै गर्ने । त्यस्ता विभिन्न विषयहरूलाई सान्दर्भिक र मिल्दा Topic दिने । यस्ता Topic छोटो विवरणमा अटाउने ।

PR/FPTP:

यदि relevant actor column मा उल्लेख गरीएको political candidate प्रतक्ष्य चुनाव प्रणाली (FPTP) अन्तर्गत उठेको हो भने (FPTP) र समानुपातिक चुनाव प्रणाली अन्तर्गत उठेको हो भने (PR) उल्लेख गर्ने । अरु किसिमको relevant actor को हकमा N. A. लेख्ने ।

<u>RA</u>	<u>PA</u>	<u>PR/FPTP</u>
GP Koirala	NC	PR
K B Mahara	CPN-Maoist	FPTP
CPN-UML	CPN-UML	NA
EC	EC	NA
Nilkantha Upreti	EC	NA

District:Name of district of sample media outlet's

e.g. Kathmandu for Kantipur TV/ FM

Region: Name of Region, e.g. Central Region for Kathmandu district

Monitor's Name: Who fill the Analysis form

महत्वपूर्ण कुराहरू :

सबै News Analysis गरिसकेपछि अन्तमा सबै Analysis Sheet लाई नत्थी गर्ने । यदी जम्मा Analysis form को पृष्ठहरू 40 Pages भयो भने पहिलो पृष्ठलाई 1/40, दोस्रो पृष्ठलाई 2/40.....अन्तिम पृष्ठलाई 40/40 गरी लेख्ने ।

Note:

- 1) T.V. मा Running Text Analysis नगर्ने तर Flash News भने Analysis गर्ने ।
- 2) Radio वा T.V. दुवैमा शुरुको हेडलाइनदेखि अन्तिमको मुख्य समाचार सबै Analysis गर्ने

Headline वा Highlights मा उल्लेख भएको Topic समाचार भित्र पुन आएपनि फेरी छुट्टै Topic अन्तर्गत Count गर्ने ।

CASE – I

MR. 'A'

100 Sec

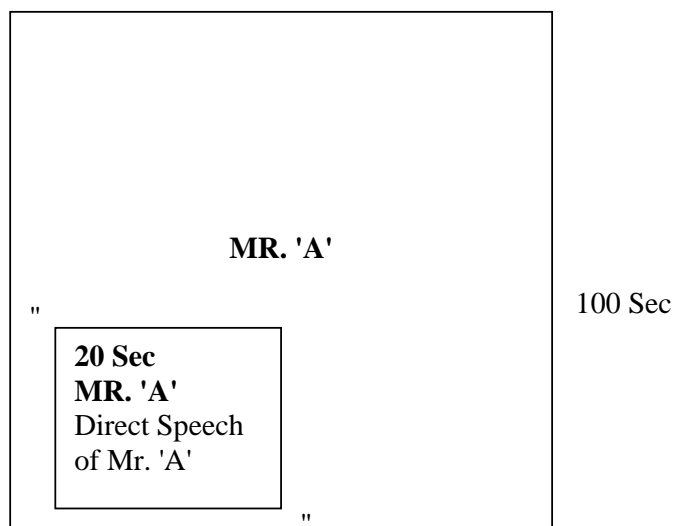
When, whole text about Mr. 'A'

RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	ZONE
MR. 'A'		100	0	

यदि whole text 100 second को मात्रै Mr. 'A' को बारेमा लेखिएको छ भने,

- Relevant Actor = Mr. 'A' हुन्छ ।
- Time (T) = 100 sec हुन्छ ।
- D.S छैन, त्यसैले = 0 हुन्छ ।

CASE – II



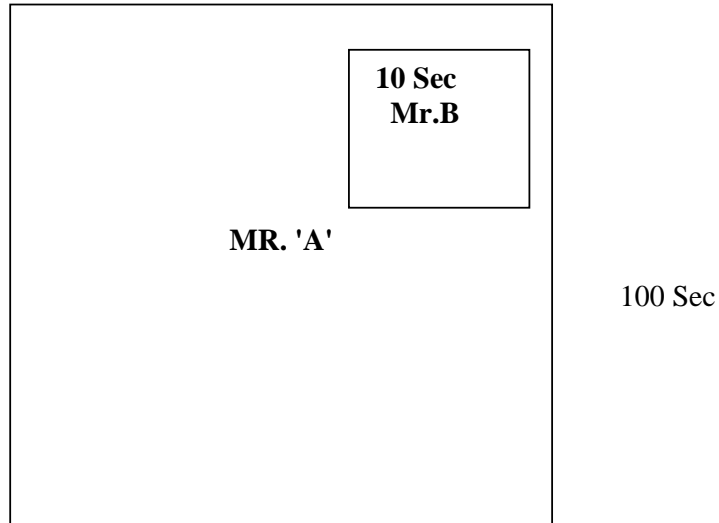
When, Direct Speech (DS) of Mr. 'A' is also given in the text about Mr. 'A'.

RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	ZONE
MR. 'A'		100	20	

Mr. 'A' को बारेमा 100 second को Text सँगै उसको Direct Speech (DS) '20' sec बराबर को दिएको छ भने,

- Relevant Actor = Mr. 'A' हुन्छ ।
- Time (T) = 100 sec हुन्छ ।
- D.S पनि भएकोले D.S. = [20] हुन्छ ।

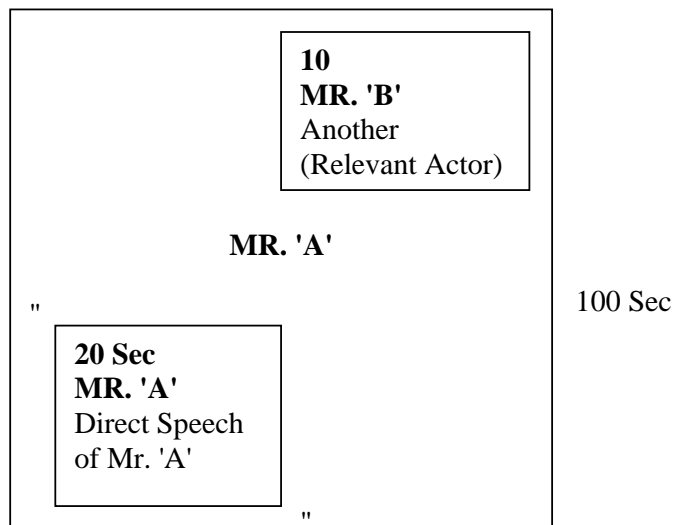
CASE – III



२ जना Relavant Actor हरु छन् । Mr A को बारेमा News Reader ले 100 Second बोलेको छ र त्यही Text भित्र फेरि अर्को Relavant Actor Mr. B को बारेमा पनि 10 Second भनिएको छ भने

छ	PA	T	DS	Tone
Mr. A		90	0	
Mr. B		10	0	

CASE – IV



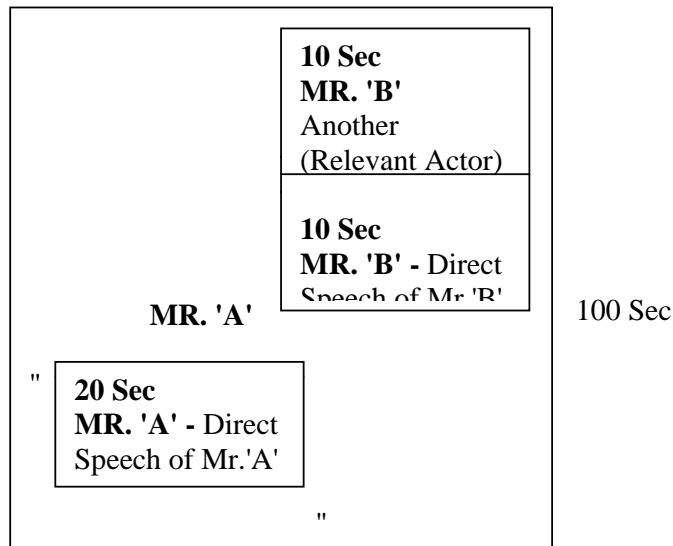
If, Another Relevant Actor Mr. 'B' is also given, then (i.e. More than one Relevant Actor)

RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	TS
MR. 'A'		90	20	
MR. 'B'		10	0	

100 second Mr. 'A' को बारेमा Text छ । Mr. 'A' कै Direct Speech संग संगै अर्को Relevant Actor 'Mr B' को बारेमा पनि Mention गरिएको छ र जसको size मानौ 10 sec छ भने,

- Relevant Actor = Mr. 'A' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'A' को Time = 90 हुन्छ । (∴ Whole text मा Mr. 'B' को size 10 भएकोले 100-10=90 गरिएको हो ।)
- Relevant Actor Mr. 'A' को D.S = 20 हुन्छ ।
- अर्को Relevant Actor = Mr. 'B' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'B' को Time (T) = 10 हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'B' को D.S छैन त्यसैले D.S = 0 हुन्छ ।

CASE – V



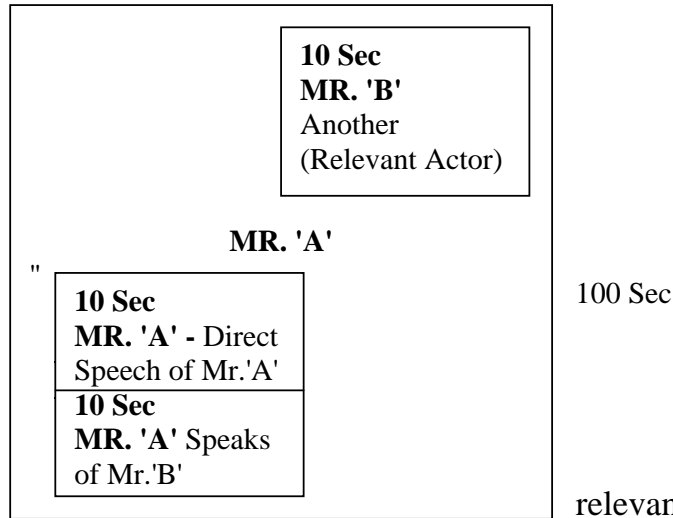
If, there are two relevant actors Mr. 'A' & Mr. 'B' and direct speech of both relevant actors Mr. 'A' & Mr. 'B' are also given then

RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	TS
MR. 'A'		80	20	
MR. 'B'		20	10	

यदि दुई वटा Relevant Actor हरु दिइएका छन् र तिनीहरूको Direct Speech पनि दिइएको छ भने ,

- Relevant Actor = Mr. 'A' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'A' को Time (T) = 80 हुन्छ । [100-10_B-10(DS)_B]
- Relevant Actor Mr. 'A' को D.S = 20 हुन्छ ।
- अर्को Relevant Actor = Mr. 'B' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'B' को Time (T) = 20 हुन्छ । [10+10(DS)]
- Relevant Actor Mr. 'B' को D.S = 10 हुन्छ ।

CASE – VI



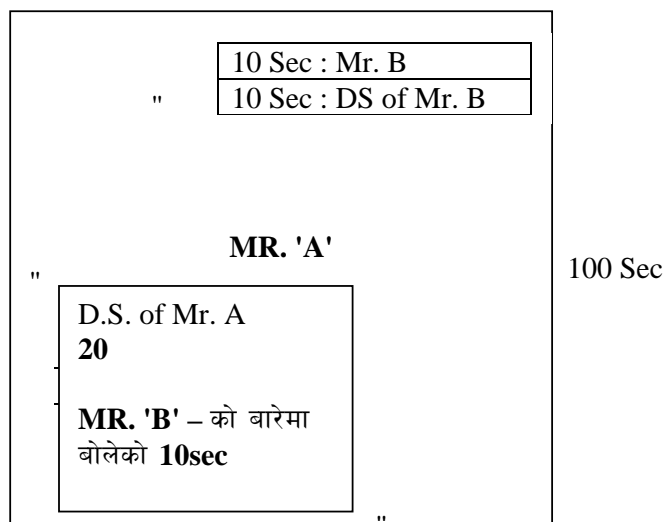
If there are two relevant actors Mr. 'A' and Mr. 'B', Mr. 'A' is given in which Mr. 'A' speaks about Mr. 'B' also, then direct speech of

RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	TONE
MR. 'A'		80	20	
MR. 'B'		20	0	

यदि दुई वटा Relevant Actor हरू छन् र एउटा Relevant Actor Mr. 'A' को Direct Speech पनि छ, जस्मा Mr. 'A' ले अर्को Relevant Actor Mr. 'B' को बारेमा बोलेको छ भने

- Relevant Actor = Mr. 'A' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'A' को Time (T) = 80 हुन्छ ।
[∴ 100-20] [100-(10_B+10_B)]
- Relevant Actor Mr. 'A' को D.S = 20 हुन्छ । [∴ 10_A+10_B] = [20 ÷ 2] [(10) Mr. B को Text + (10) Mr. 'A' को DS]
- अर्को Relevant Actor = Mr. 'B' हुन्छ ।
- Relevant Actor Mr. 'B' को Time (T) = 20 हुन्छ । (10_B+10_B) [∴ भित्र Mr. 'A' ले Mr. 'B' बारे केही उल्लेख गरेको हुदाँ Mr. 'A' को DS = 20 लाई 20 ÷ 2 = 10 गरी आधी 10 Mr. 'B' को मा include गरीएको हो ।
- Relevant Actor Mr. 'B' को D.S = 0 हुन्छ ।

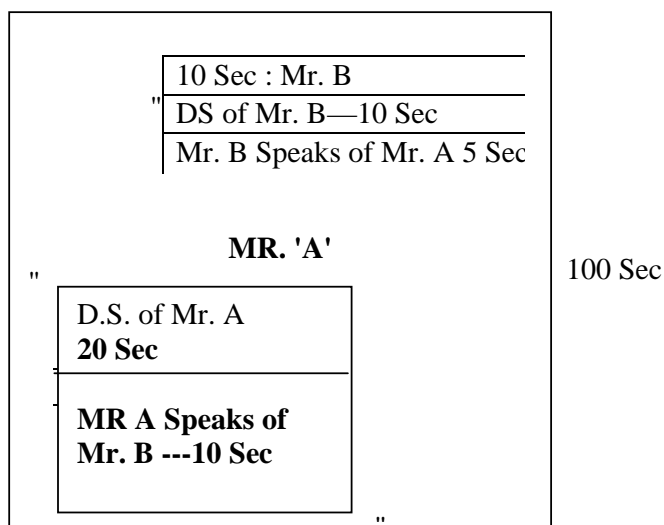
CASE -VII



दुईवटा Relavant Actor हरू A र B छन् । Mr. A को Direct Speech 20 Second छ र त्यही Direct Speech df Mr. A ले Mr. B को बारेमा 10 Sec बोलेको छ । अर्कोतिर Mr. B को बारेमा 10 Sec भनिएको छ र Mr. B को पनि Direct Speech 10 Sec छ भने ।

RA	PA	T	DS	Tone
Mr. A		70	20	
Mr. B		30	10	

CASE –VIII



दुईवटा Relavant Actor हरू A र B छन् । Mr. A को Direct Speech छ र आफ्नो DS मा Mr. B को बारेमा केही भनेको छ र Mr. B को पनि DS छ र B ले पनि A को बारेमा केही भनेको छ भने

RA	PA	T	DS	Tone
Mr. A		75	20	
Mr. B		25	10	

Additional Guidelines:

१) ७४ Political Parties हरूको Sister Organization हरू Relavant Actor हुन् तर यदि तपाईंले त्यो Sister Organization, कुनै Party अन्तर्गतको भन्ने Confuse भएमा Code नगर्नुहोला । (सकेसम्म Political Affiliation वा Party थाहा पाउने प्रयास गर्नुहोला ।

उदाहरण :

YCL
RA

PA

YCL

CPN MAOIST

तर Sister Organization र Political Parties का कार्यकर्ता वा नेता हुँदा Relavant Actor मानिने, त्यसको लागि उक्त नेता वा कार्यकर्ता FPTP वा PR मध्य एउटमा Candidate हुनुपर्छ ।

२) कुनै Relavant Actor को Photo वा Visual मात्र देखाएको छ तर उसको Voice आएको छैन भने, देखाएको अवधि 'T' मा राख्ने र DS '0' हुन्छ ।

Programme	RA	PA	T	DS
Photo वा Visual	GP Koirala	NC	20 Sec	0

र Programme मा 'Photo' वा 'Visual' code गर्ने ।

३) कुनै Relavant Actor को text मा अरु Relavant Actor हरु Mention गरिएको छ भने, तिनीहरूलाई ३३ Second Weight दिएर बाँकी रहेको Space मात्र main Relavant Actor (जसको Text हो) लाई दिने ।

उदाहरण :

GP Koirala को 30 Seconds को text भित्र २ जना अरु Relavant Actors हरु Prachanda र MK Nepal mention छ भने,

RA	PA	T	DS
GP Koirala	NC	24 (30-6)	0
Prachanda	CPN-Maoist	3	0
MK Nepal	CPN UML	3	0

तर Direct Speech मा अरु Relavant Actor Mention गरिएको छ भने, Direct Speech बाट अरु Actor ले पाएको Space घटाउन मिल्ने । यदि माथिको उदाहरणमा GP Koirala ले Direct Speech मा बोलेको भए,

RA	PA	I	DS
GP Koirala	NC	30	30
Prachanda	CPN Maoist	3	0
MK Nepal	CPN UML	3	0

४) Public Service Announce (PSA) र Voter Education (VE) लाई EC ले प्रायोजन गरेको छ भने,

RA	PA	T	DS	TOne
EC	EC	20	20	+1

र EC बाहेक अरु (Non Relavant Actor) ले प्रायोजना गरेको छ भने ,

Programme	RA	PA	I	DS	Tone	Topic
PSA/VE	NA	NA	20	20	+1	Sponcered by " "

यदि PSA को text (Non Relavant) छ तर त्यसभित्र mention Actor Relavant छ भने,

Programme	RA	PA	T	DS	Tone	Topic	
PSA	Urmila Aryal	CPN-UML	20 Sec	20 Sec	+1	About Women Rights	

५) Text Relavant छ तर एउटा पनि Relavant Actor mention गरिएको छैन, भने

RA	Pa	T	DS	Topic
NA	NA	20 Sec	0	Very Clearly mention in topic about text

- ६) Public Poll (जनमत) लाई Cover गर्ने ।
 ७) यदि २ जना Relavant Actor हरुको आवाजसँगसँगै आइरहेको छ भने, दुवैकमो आवाज प्रष्ट बुझिन्छ वा बोलेको कुरा प्रष्ट र अर्थपूर्ण छ भने, Direct Spech मा count गर्ने अन्यथा code नगर्ने

METHODOLOGY

Monitors हरुले Media (TV/FM/Newspaper) हरुबाट सुनेर, हेरेर, पढेर, Relavant text हरु identify गर्नुहुन्छ । Relevant text भन्नाले विशेषतः Election period को Media Monitoring भएकोले CA Election सँग सम्बन्धी कुराहरु नै Main Relevant text हुन्छ ।

त्यसैले Media आएका प्रत्येक CA Election सम्बन्धी Program हरु जस्तै News, News Related Programme (Kaya Kairan, Ghatana Ra Bichar) CA सम्बन्धी Interaction programme, Intervieww, Discussion, Free Air Time/Paid Add, Voter Education, PSA (Public Service Announcement), Election Awareness लगायतका सम्पूर्ण Programme हरु Monitors ले Cover Analysis गर्नुहुन्छ ।

- २) त्यसपछि त्यो Relevant Text भित्र को को Relavant Actor हरु Mention भएका छन् वा देखाएका छन् तिनीहरुलाई Analysis form मा code गर्नुहुन्छ । Relavant Actor भन्नाले यो CA Election को Media Monitoring भएकोले यही CA Election सम्बन्धी मुख्य पात्रहरु नै हाम्रो Major Relavant Actor हरु हुन्छन् । हामीले Coverage गरेका Major Relavant Actor हरु भन्नाले जस्तै :

- क) Candidate of FPTP (First past the Post) वा प्रत्यक्ष प्रणाली अन्तर्गत चुनावमा मात्र लिनु भएका विभिन्न Political parties (74 EC registered मध्ये ५६ वटा प्रतिस्पर्धामा उत्रिनु भएका political parties हरु)
 ख) Candidate for PR (समानुपातिक) अन्तर्गतका विभिन्न Political Parties का उम्मेदवारहरु
 ग) Political parties itself र तिनीहरुको Sister organizationहरु
 घ) Independent Candidates
 ङ) EC

च) आयुक्तहरु

भोजराज पोखेल-प्रमुख निर्वाचन आयुक्त, आयुक्तहरुमा : निलकण्ठ उप्रेति, उषा नेपाल, दोलखवहादुर गुरुङ, अयोधीप्रसाद यादव ।

हुन त चुनावी प्रसंगमा अरु पनि Actor हरुको विशेष भूमिका रहन्छ । त्यस्तै Political parties का अन्य वरिष्ठ नेताहरु, भातृ संघ-संगठनका कार्यकर्ताहरु, अन्तर्राष्ट्रिय पर्यवेक्षक, UN, UNMIN, मानवअधिकारवादी, नागरिक समाजका प्रतिनिधिहरु, मुख्यत २ छिमेकी राष्ट्रहरु, चीन र भारत, अमेरिका तर समय र बजेटको Limitation भएको कारणले यी सबै Actorहरु लाई पनि as a Relavant Actor को रुपमा समावेश गरी Details quantitative Analysis गर्न गाह्रो हुन्छ ।

यो बाहेक यदि Non-Relavant text भन्नाले CA Election बाहेक अरु कुनै Sports सम्बन्धी News, Agriculture, Business, Economics News वा Programme मा यी माथि भनिएका Relavant Actor हरुको संलग्नता छ भने त्यस्तो समाचार वा कार्यक्रमहरु पनि Monitorsहरुले Analysis गर्नुहुन्छ ।

जस्तै : PM GP Koirala ले कुनै Sports Programme मा गएर केही Speech दिनुभयो भने, त्यहाँ text Relavant होइन तर Relavant Actor को संलग्नताको कारणले यस्तो News हरु पनि Analysis गरिन्छ ।

Time:

हामीले Actor र Text Identify गरिसकेपछि को Actor लाई Media ले के कति Time (समय) दियो त भन्ने विषयालाई Coverage गर्दा विशेषतः २ वटा कुरामा ध्यान दिन्छौं । Text भित्र Actorलाई just mention मात्र गरिएको छ वा Whole त्यही Actor को News Cover गरेको छ । यदि mention को case हो भने प्रत्येक mention लाई 3 Seconds weight दिन्छौं । यदि एउटै Actor को Continues text coverage भइरहेको छ भने Whole time त्यही Actor लाई दिन्छौं ।

Direct Speech (DS)

यो section अलि बढी महत्व हुन्छ । किनकी DS मा Actor ले प्रत्येक आफ्नो विचार वा कुराहरु Media मा राख्न पाउने अवसर हो यो । यदि TV मा हो भने Actor को Visual र उसको आवाजसहित को उस्ले पाएको समय हुन्छ ।

यदि FM/Radio (Audio) मा हो भने Actor को आवाज सहितको समय भन्ने बुझिन्छ ।

Tone (+1, 0 -1)

Analysis गर्न सबैभन्दा गाह्रो portion नै त्यही हो । यसमा hand & fast rule द्याक्कै Apply गर्न सकिन्न । Tone को हकमा प्रत्येक व्यक्तिको आ-आफ्नै perception हुन्छ तर पनि Analysis मा Uniformity र Consistency त्याउनको लागि केही Methodology हरू लाई consider गरिएको छ ।

यदि News Coverage गर्दा हामीले उल्लेख गर्ने Relevant Actor लाई त्यो News को प्रसङ्गमा यदि Perfectly positive वा सकारात्मक Coverage गरेको छ भने +1, यदि perfectly negative coverage गरेको छ भने -1 वा सामान्य Coverage गरिएको छ भने Neutral (0) गर्ने गरिन्छ ।

Quantative Tone	Violation Code of Conduct												
<p>Media मा Actor ले कस्तो Coverage पाएको छ ? Eg M Maoist attack to UML Candidate</p> <table border="0"> <tr> <td><u>RA</u></td> <td><u>Tone</u></td> </tr> <tr> <td>Maoist</td> <td>-1</td> </tr> <tr> <td>UML</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>Media ले Neutral मै बसेर जस्ताको तस्तै News Coverage गरेता पनि यसरी सबैलाई सधैं Uniform Methodology Apply गरी Analysis गर्दा Overall Study वा Analysis लाई Justify गरी लन्छ ।</p>	<u>RA</u>	<u>Tone</u>	Maoist	-1	UML	0	<p>Media ले Actor लाई कस्तो Coverage गरेको छ ?</p> <p>अब Media ले त्यही News लाई त्यही Actor हरुमध्ये कसैलाई फाइदा वा बेफाइदा पुग्ने गरी घटाई वा बढाई News Coverage गर्‍यो भने ।</p> <p>Eg M माओवादी UML उम्मेदवारलाई मरणासन्न हुने गरी आक्रमण गर्‍यो । माओवादीको यस्तो कुरा अमानवीय घटनाको सबै पक्षबाट घोर भर्त्सना हुनुपर्छ । अब यो Case मा Media ले Code या conduct violation गरेको हुन्छ र Tone भने</p> <table border="0"> <tr> <td><u>RA</u></td> <td><u>TOne</u></td> </tr> <tr> <td>Maoist</td> <td>-1</td> </tr> <tr> <td>UML</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>किनकि Maoist लाई media ले Negative नै Coverage गरेको छ ।</p>	<u>RA</u>	<u>TOne</u>	Maoist	-1	UML	0
<u>RA</u>	<u>Tone</u>												
Maoist	-1												
UML	0												
<u>RA</u>	<u>TOne</u>												
Maoist	-1												
UML	0												
	<p>यदि यही News लाई UML का कार्यकर्ताहरुले माओवादीको कार्यक्रमस्थल विथोल्न खोज्दा माओवादीले री Candidate माथि आक्रमण गरेको हो । यहाँ पनि Media ले Code या conduct violation गरेको छ । -किनकी News लाई बढाई चढाई गरी माओवादीप्रति Positive coverage गर्न खोजेको देखिन्छ । तर Tone मा</p>												

<u>RA</u>	<u>TONE</u>
Maoist	0
UML	0
यहाँ माओवादी लाई Media perfectly Negative Coverage गरेको पाइँदैन । आक्रमण गरेको News असत्य पनि प्रतिरक्षामा आक्रमण गरेको भनेर र Media Coverage गरेको छ ।	

अनुसूची-२

वस्तुगत विश्लेषण फाराम (Quantitative Analysis Form)

Media Outlet's Name _____ Date (dd/mm/Year) _____ Page (n/lot) _____

SN	PROGRAMME	TIME	RELEVANT ACTOR	POLITICAL AFFILIATION	T	DS	TOPE	TOPIC	PR/ FPTP

Press Council Nepal 2009 (By-Election) District _____ Region _____ Monitor's Name _____ Username _____

अनुसूची ३
विषयगत विश्लेषण फाराम (Qualitative Analysis Form)

जिल्ला :

मिडिया मोनिटर/कोअर्डिनेटर :

सञ्चार माध्यमको नाम :

मिति :

के यो सञ्चार माध्यमले एक वा एकभन्दा बढी उम्मेदवारहरु/दलहरुको खुल्ला समर्थन गरेको छ ? छ भने कुन कुन को ?

के तपाईंले चुनावको समयमा प्रत्यक्ष वा अप्रत्यक्षरूपले सञ्चार माध्यमलाई लागू हुने आचार संहिता उल्लंघन भएको देख्नु/सुन्नु भएको छ ? छ भने त्यसको विवरण दिनुहोस् ।

के तपाईंले पत्रकारबाट स्पष्टरूपले पक्षपातपूर्ण देखिने सूचना दिएको देख्नु/सुन्नु भएको छ ? छ भने त्यसको विवरण दिनुहोस् ।

के तपाईंले पत्रकारहरुबाट अरुको मानहानी हुने गरी वा कुनै दलको पक्षमा प्रचार-प्रसार गरेको देख्नु/सुन्नु भएको छ ? छ भने विवरण दिनुहोस् ।

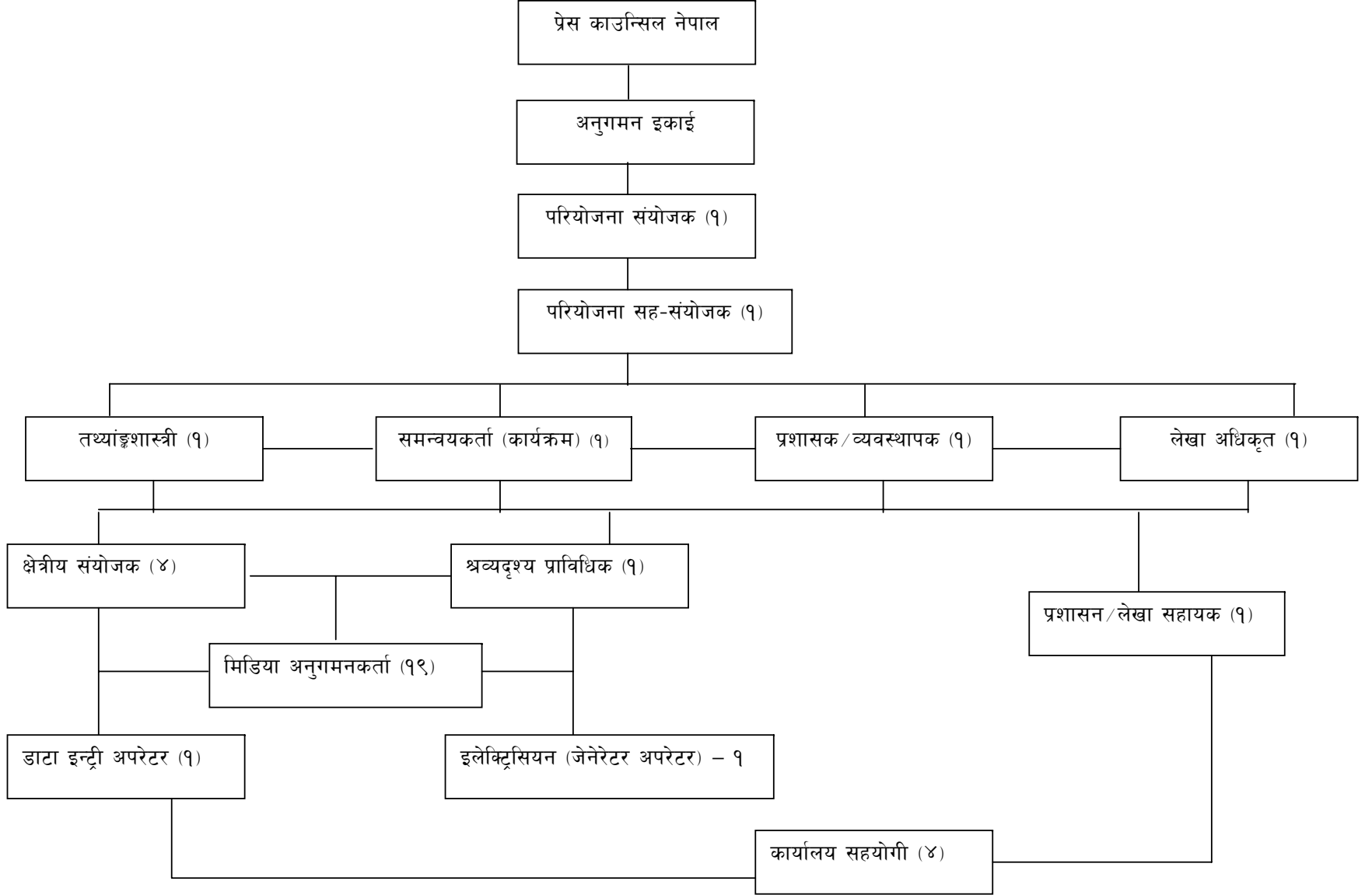
के तपाईंले राजनीतिक दलहरुले अरुको मानहानी हुने खालको कुरा गरेको देख्नु/सुन्नु भएको छ ? छ भने विवरण दिनुहोस् ।

के तपाईंले कुनै किसिमको घृणा फैलाउने खालको वक्तव्य प्रचार-प्रसार भएको देख्नु/सुन्नु भएको छ ? छ भने कोबाट र के, विवरण दिनुहोस् ।

तपाईंको अन्य केही थप्नु छ ? तल लेख्नुहोस् ।

अनुसूची-४

सांगठनिक ढाँचा (मिडिया अनुगमन परियोजना)



अनुसूची-५
मिडिया अनुगमन परियोजना (एमएमपी) का कर्मचारीहरू

क्र.स.	कर्मचारीहरूको नामावली	पद
१.	श्री गोविन्द आचार्य	परियोजना संयोजक
२.	श्री जगदीशप्रसाद पौडेल	परियोजना सह-संयोजक
३.	श्री सुनिल चित्रकार	तथ्यांकशास्त्री
४.	श्री किरण श्रेष्ठ	प्रशासक/व्यवस्थापक
५.	श्री रामशरण बोहरा	समन्वयकर्ता (कार्यक्रम)
६.	श्री बुलु घिमिरे	लेखा अधिकृत
७.	श्री लिलाबहादुर राई	श्रव्यदृश्य प्राविधिक
८.	श्री अंगुर जोशी	क्षेत्रीय संयोजक (कंचनपुर)
९.	श्री मानबहादुर लामिछाने	क्षेत्रीय संयोजक (धनुषा, रोल्पा)
१०.	श्री रामानन्द अधिकारी	क्षेत्रीय संयोजक (मोरङ, कास्की)
११.	श्री रहमतुल्लाह मियाँ	क्षेत्रीय संयोजक/मिडिया अनुगमनकर्ता
१२.	श्री राधेश्याम अधिकारी	प्रशासन/लेखा सहायक
१३.	श्री रामप्रसाद पोखरेल	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१४.	श्री सुरेन्द्र मल्ल	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१५.	श्री मोतिराम भुषाल	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१६.	श्री गोकुल बस्नेत	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१७.	श्री रामेश्वर पराजुली	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१८.	श्री विष्णु शर्मा लम्साल	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
१९.	श्री हर्कबहादुर श्रेष्ठ	अनुगमनकर्ता (काठमाडौं)
२०.	श्री सुरेश शर्मा (कमार)	अनुगमनकर्ता (मोरङ)
२१.	श्री गायत्रादेवि घिमिरे	अनुगमनकर्ता (मोरङ)
२२.	श्री कृपा अधिकारी	अनुगमनकर्ता (मोरङ)
२३.	श्री कमला तामाङ	अनुगमनकर्ता (मोरङ)
२४.	श्री पुष्पविक्रम शाही	अनुगमनकर्ता (कंचनपुर)
२५.	श्री हेमराज साउँद	अनुगमनकर्ता (कंचनपुर)
२६.	श्री मधुनारायण शाह	अनुगमनकर्ता (धनुषा)
२७.	श्री मीनराज चौधरी	अनुगमनकर्ता (धनुषा)
२८.	श्री नन्दकुमार साह	अनुगमनकर्ता (धनुषा)
२९.	श्री राजकुमार राई	अनुगमनकर्ता (कास्की)
३०.	श्री साधुराम नेपाली	अनुगमनकर्ता (कास्की)
३१.	श्री सचिन शाह	अनुगमनकर्ता (रोल्पा)
३२.	श्री रमा चौला	डाटा इन्ट्री अपरेटर
३३.	श्री लोकबहादुर केसी	इलेक्ट्रिसियन/जेनेरेटर अपरेटर
३४.	श्री देवी राना	सवारी चालक
३५.	श्री विष्णु न्यौपाने	कार्यालय सहयोगी
३६.	श्री कृष्ण बस्नेत	कार्यालय सहयोगी
३७.	श्री श्यामबाबु महर्जन	कार्यालय सहयोगी
३८.	श्री प्रह्लाद बस्नेत	कार्यालय सहयोगी

अनुसूची-६
राजनितिक आबद्धता (Political Affiliation)

१. नेपाली कांग्रेस
२. ने.क.पा (एमाले)
३. एकिकृत ने.क.पा (माओवादी)
४. राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी (रा.प्र.पा)
५. राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी नेपाल
६. ने.क.पा.(माले)
७. ने.क.पा.(संयुक्त)
८. ने.क.पा.(एकिकृत)
९. नेपाल मजदुर किसान पार्टी
१०. राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी
११. राष्ट्रिय जनमोर्चा
१२. नेपाल सदभावना पार्टी
१३. सदभावना पार्टी
१४. मधेशी जनअधिकार फोरम नेपाल
१५. तराई मधेश लोकतान्त्रिक पार्टी (त.म.लो.पा)
१६. चुरे भावर राष्ट्रिय एकता पार्टी नेपाल
१७. नेपाल जनभावना पार्टी
१८. नेपाली जनता दल
१९. नेपाल राष्ट्रिय विकास पार्टी
२०. दलित जनजाति पार्टी
२१. नेपाल परिवार दल
२२. राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी
२३. लोकतान्त्रिक जनता पार्टी
२४. नेपाल लोकतान्त्रिक समाज दल (ने.लो.स.द)
२५. लोक कल्याणकारी जनता पार्टी नेपाल
२६. निर्वाचन आयोग

अनुसुची-७

राजनीतिक उम्मेदवारहरु र सम्बन्धित राजनीतिक दलहरुको नाम

कास्की क्षेत्र नं. १

सि.नं.	उम्मेदवारको नाम,थर	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	शालिग्राम पौडेल	नेकपा एमाले	सूर्य
२	दिपक बहादुर गुरुङ	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	नन्द बहादुर गुरुङ	रा.प्र.पा.	हलो
४	कृष्ण बहादुर गुरुङ	एकिकृत ने.क.पा.(माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हथौडा
५	कैलाश गुरुङ	रा.प्र.पा. नेपाल	गाई
६	प्रेमकाजी गुरुङ	ने.क.पा.(एकिकृत)	दियो
७	टेकनाथ भण्डारी	नेकपा (माले)	हसिया तारा
८	दिर्घबहादुर घर्ति क्षेत्री	ने.क.पा. (संयुक्त)	हसिया
९	पूर्णबहादुर वि.क.	दलित जनजाति पार्टी	जग
१०	गणेशराज भुर्तेल	नेपाली जनता दल	पाङ्ग्रो
११	टाकासी मियाहारा	नेपाल राष्ट्रिय विकास पार्टी	रेडियो
१२	कमलसिंह खडका	नेपाल जनभावना पार्टी	पानस
१३	शिवचन्द्र न्यौपाने	नेपाल परिवार दल	सांचो
१४	हरिप्रसाद बराल	राष्ट्रिय जनमोर्चा	गिलास
१५	उत्तम वस्नेत	स्वतन्त्र	ओदान
१६	कृष्ण प्रसाद हुंगाना	स्वतन्त्र	डुङ्गा
१७	वामदेव ओझा	स्वतन्त्र	ताल्चा सांचो
१८	सन्तबहादुर घिसिङ	स्वतन्त्र	घन कोदालो

कन्चनपुर क्षेत्र नं. ४

सि.नं	उम्मेदवारको नाम	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	निरुदेवी पाल	ने.क.पा. एमाले	सूर्य
२	यज्ञराज जोशी	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	शेरबहादुर चन्द	रा.प्र.पा.	हलो
४	हरिश ठकुरा (कमल क्षेत्री)	एकिकृत ने.क.पा. (माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हथौडा
५	दशरथ जोशी	रा.प्र.पा. नेपाल	गाई
६	नरविर पुनमगर	ने.क.पा. एकिकृत	दियो
७	कलसादेवी महारा	ने.क.पा. (माले)	हसिया तारा
८	दिपक औजी	नेपाल सदभावना पार्टी	तीर

९	जयवहादुर मल्ल	राष्ट्रिय जनमोर्चा	गिलास
१०	देवकी देवी भट्ट	राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी	छाता
११	तुलसीदेवी धामी	ने.क.पा. संयुक्त	हसिया
१२	हरिराम दमाई	मधेसी जनअधिकार फोरम नेपाल	हातले समातेको मसाल
१३	रविन्द्रवहादुर सुनार	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	घर
१४	राधिका कु.भट्ट	नेपाल परिवार दल	साँचो
१५	राकेश शर्मा	स्वतन्त्र	पुतली
धनुषा क्षेत्र नं. ५			
सि.नं	उम्मेदवारको नाम	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	रघुविर महासेठ	नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (एमाले)	सूर्य
२	डा. चन्द्र मोहन यादव	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	राजेन्द्र प्रसाद साह	राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी	हलो
४	महादेव यादव	नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हथौडा
५	राम नरेश यादव	राष्ट्रिय प्रजातन्त्र पार्टी नेपाल	गाई
६	जय प्रकाश यादव	नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (एकीकृत)	दियो
७	संतोष साह	नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (मा.ले.)	हसिया तारा
८	वाला देवी	नेपाल कम्युनिष्ट पार्टी (संयुक्त)	हसिया
९	पंच लाल दास	दलित जनजाति पार्टी	जग
१०	इन्द्र कुमार भ्ना	सदभावना पार्टी	तीर
११	राम गोविन्द यादव	नेपाल सद्भावना पार्टी(आनन्दी देवी)	हात
१२	श्रीकृष्ण यादव	तराई मधेश लाकतान्त्रिक पार्टी	जोडा गोरु
१३	मिना देवी	नेपाली जनता दल	पाङ्गो
१४	पुलकित मण्डल केवट	राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी	छाता
१५	सियाराम राय	मधेसी जन अधिकार फोरम, नेपाल	हातले समातेको मसाल
१६	सुरेश महतो सुडी	लोक कल्याणकारी जनता पार्टी नेपाल	धनुष काँड
१७	अब्दुल कयुम सा फकिर	नेपाल परिवार दल	साँचो
१८	अखिल मढी	स्वतन्त्र	चापाकल
१९	अरुण सिंह राजपुत	स्वतन्त्र	अर्ना भैसी
२०	ईन्दल प्रसाद यादव	स्वतन्त्र	मेच
२१	कमल मण्डल खत्वे	स्वतन्त्र	ओदान
२२	कमल देव यादव	स्वतन्त्र	औठी
२३	गणेश यादव	स्वतन्त्र	टक्याटर
२४	चन्द्र मोहन यादव	स्वतन्त्र	भुई कटर
२५	चन्द्रदेव राउत कुर्मी	स्वतन्त्र	कछुवा
२६	छेवु यादव	स्वतन्त्र	टेलिफोन

२७	नन्द किशोर यादव	स्वतन्त्र	रिक्सा
२८	प्रकाश मिश्र	स्वतन्त्र	कराई
२९	प्रमोद कुमार साह ब्याहुत सुडी	स्वतन्त्र	जांतो
३०	महेन्द्र मुखिया	स्वतन्त्र	हांस
३१	महेन्द्र यादव	स्वतन्त्र	घन कोदालो
३२	मंदिप कुमार भा	स्वतन्त्र	खरायो
३३	महेश महारा	स्वतन्त्र	कोट
३४	मो. हविव साह फकिर	स्वतन्त्र	कैची
३५	मंगल यादव	स्वतन्त्र	टर्च लाइट
३६	रामचन्द्र यादव	स्वतन्त्र	शंख
३७	राम सागर यादव	स्वतन्त्र	गाडी
३८	रामबाबु साह हलुवाई	स्वतन्त्र	खल
३९	रामनरेश सिंह राजपुत	स्वतन्त्र	बोका
४०	रहमतुला कवाडी	स्वतन्त्र	लुगा सिउने कल
४१	विलास दास तत्मा	स्वतन्त्र	कुचो
४२	विजय कुमार यादव	स्वतन्त्र	गाग्रो
४३	विश्वनाथ यादव	स्वतन्त्र	केराको काईयो
४४	शिवचन्द्र मण्डल	स्वतन्त्र	घण्टाघर
४५	शफी अहमद राईन	स्वतन्त्र	रेल
४६	त्रिलोकानन्द भा	स्वतन्त्र	चप्पल
रोल्पा क्षेत्र नं. २			
सि.नं	उम्मेदवारको नाम	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	हरिप्रसाद घर्ती	ने.क.पा. (एमाले)	सूर्य
२	गंगाराम डांगी	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	दलविर पुन	रा.प्र.पा.	हलो
४	सन्तोष कुमार बुढामगर	एकिकृत ने.क.पा. (माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हतौडा
५	चित्रवहादुर डांगी	ने.म.कि.पा.	मादल
६	रनसिं दमाई	रा.प्र.पा. (नेपाल)	गाई
७	दानवहादुर घर्तीक्षेत्री	ने.क.पा. (माले)	हसियां तारा
८	टंकवहादुर पुन	रा.ज.मो.	गिलास
९	नोखिराम नेपाली	राष्ट्रिय जनशक्ति पार्टी	छाता
१०	नन्दवहादुर घर्तीमगर	राष्ट्रिय जनमुक्ति पार्टी	घर
११	रामहरि गिरी	नेपाल परिवार दल	सांचो
१२	कमलवहादुर बुढामगर	स्वतन्त्र	केराको काईयो
मोरङ क्षेत्र नं. ५			

सि.नं	उम्मेदवारको नाम	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	जिवन घिमिरे	ने.क.पा.एमाले	सूर्य
२	जगन्नाथ सिंह	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	योगेन्द्र प्रसाद मण्डल	रा.प्र.पा.	हलो
४	शिवकुमार मण्डल(केवट)	एकिकृत ने.क.पा.(माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हथौडा
५	तिलकराम राजवंशि	नेपाल मजदुर किसान पार्टी	मादल
६	कुर्वान मिया	रा.प्र.पा. नेपाल	गाई
७	भिम बहादुर वराइली वि.क.	दलित जनजाती पार्टी	जग
८	मन्जु देवि नुनिया	सदभावना पार्टी	तीर
९	जयराम यादव	म.ज.फो. नेपाल	हातले समातेको मसाल
१०	धुर्व प्रसाद लामिछाने	नेपाल परिवार दल	साचो
११	निर्मल कुमार राय	ने.लो.स.दल	कलम
१२	घनश्याम टण्डन क्षेत्री	चुरेभावर रा.ए.पा.नेपाल	सुदर्शनचक्र
१३	उमेश गिरी	त.म.लो.पा.	जोडा गोरू
१४	मदन कुमार भट्टराई	राष्ट्रिय जनशक्ति पा.	छाता
१५	हैदर अली	स्वतन्त्र	हास
१६	अवुल हुसेन मिया	स्वतन्त्र	ट्याक्टर
१७	अमिरचन्द्र राजवंशि	स्वतन्त्र	रेल
१८	धर्मेन्द्र कुमार रायअमात	स्वतन्त्र	रिक्सा
१९	उपेन्द्र साह	स्वतन्त्र	शंख
२०	महिचन्द्र यादव	स्वतन्त्र	टर्चलाईट
२१	माणिकचन्द्र यादव	स्वतन्त्र	वाल्टिन
२२	निरज प्रसाद मण्डल	स्वतन्त्र	औठी
२३	लक्ष्मण सोरेन सन्थाल	स्वतन्त्र	गाग्रो
२४	जुगेश्वर मलाह	स्वतन्त्र	चापाकल
२५	श्याम चौधरी केवट	स्वतन्त्र	ताल्चा साचो

मोरङ क्षेत्र नं. ७

सि.नं	उम्मेदवारको नाम	राजनीतिक दल वा स्वतन्त्र	निर्वाचन चिन्ह
१	विनोद प्रसाद ढकाल	ने.क.पा.एमाले	सूर्य
२	डा.शेखर कोइराला	नेपाली कांग्रेस	रुख
३	सरस्वती खरेल	रा.प्र.पा.	हलो
४	विजय कुमार विश्वास	एकिकृत नेकपा (माओवादी)	गोलाकार भित्र हसिया हथौडा
५	विना हुमागाई(लम्साल)	नेपाल मजदुर किसान पार्टी	मादल
६	संजयकुमार पासवान	दलित जनजाती पा.	जग
७	वनेशलाल राजवंशी	रा.प्र.पा.नेपाल	गाई

८	चुम नारायण तवदार	म.ज.फो. नेपाल	हातले समातेको मसाल
९	तिर्थराज घिमिरे	नेपाल परिवार दल	साचो
१०	प्रितम मुखिया	सदभावना पार्टी	तीर
११	हरिनारायण साह	त.म.लो.पा.	जोडा गोरु
१२	पंकज चौधरी थारु	ने.लो.स.दल	कलम
१३	डा.सुबोध कुमार पोखरेल	चु.भा.रा.ए.पा.	शुदर्शन चक्र
१४	सैलुन महमद मिया	रा.जनशक्ति पार्टी	छाता
१५	गोपाल प्रसाद गिरी	ने.क.पा.एकिकृत	दियो
१६	असगर अली	स्वतन्त्र	हास
१७	कनुलाल चौधरी	स्वतन्त्र	गाग्रो
१८	गुप्तलाल मण्डल राजवंशि	स्वतन्त्र	शंख
१९	कलकतु माभि	स्वतन्त्र	चापाकल
२०	कियामुद्दिन मिया	स्वतन्त्र	मसी र कलम
२१	विजय कामत	स्वतन्त्र	रिक्सा
२२	तुलसिराम नेपाल	स्वतन्त्र	लुगा सिउने कल
२३	ललन प्रसाद साह	स्वतन्त्र	वाल्टिन

अनुसूची-८

संविधानसभा सदस्य उप-निर्वाचनका सन्दर्भमा संचार अनुगमन सुपरीवेक्षणको लागि Guidelines

अनुगमनकर्ताहरूका समस्याहरू :-

(क) प्राविधिक समस्याहरू :

(१) अनुगमन अवधि भित्र सान्दर्भिक Content रेकर्ड गर्दा :

जस्तै:-

(अ) उपकरणहरू (रेडियो, क्यासेट चक्का इत्यादि) बाट उत्पन्न समस्याहरू केहि छन् ?

(आ) स्थानीय एफ.एम. स्टेशन प्रशारणमै केही समस्या छन् ? जस्तै (Clearly tuning ?)

(ई) विद्युत आपूर्तिको कारणले उत्पन्न समस्याहरू केही छन् ?

कुन दिन ? कुन समयमा ? के समस्या ?

१

२

३

४

(२) रेकर्डपछि Content सुनेर अनुगमन गर्दाका समस्याहरू :

(अ) अनुगमन उपकरणमा समस्या छन् ? जस्तै:- स्टपवाच, quantitative फारममा, qualitative फारम इत्यादीमा ?

(आ) अनुगमन विधिमा (Monitoring methodology)

(ख) व्यवहारीक समस्याहरु :-

- (अ) बसाईमा केही समस्या छन् ?
- (आ) खानापिनको प्रबन्धमा केही समस्या छन् ?
- (ई) अन्य केही ?

(ग) केन्द्र (Kathmandu Centre) सँग समन्वय गर्दाका समस्याहरु केही छन् ?

(घ) पारस्परिक अनुगमनकर्ताहरुबीचको समन्वय के कस्तो छ ?

समस्या पाइए :- ती समस्याहरुको समाधानका उपायहरु ?

अनुगमनकर्ताका अनुभवहरु :

- (१) आजसम्मको अनुगमन अवधीमा तपाईंले अनुगमन गर्नु भएको Media ले उप-निर्वाचनको विषयवस्तु, उम्मेदवारहरु र सम्बन्धित राजनैतिक दलहरुलाई उक्त Media ले कस्तो र कतिको प्रस्तुत गरेको पाउनु भयो ?
- (२) बाहिरि कुनै Media का व्यक्तिहरु, पार्टीगत आस्थाका व्यक्तिहरुसँग कुनै सम्पर्क पनि रह्यो ? रह्यो भने उहाँहरुबाट Media Monitoring विषयमा केही कुराकानी भई राम्रो नराम्रो केही प्रतिक्रियाहरु पनि पाउनु भयो कि ?
- (३) समग्रमा मिडियामा आचार संहिताको अवस्था अहिलेसम्म कस्तो रहेको पाउनु भयो ?
- (४) तपाईंको Media मा उप-निर्वाचन सम्बन्धि Content ज्यादै न्यून छ भने के कारणले Media मा उक्त Content ले धेरै स्थान पाउन नसकेको होला ?

सुपरीवेक्षकको अनुभव :

- आचार संहिताको विषयमा :
- संचार अनुगमनको विषयमा :
- स्थानीय Media र उम्मेदवारहरु आचारसंहिताप्रति कतिको जिम्मेवार र जानकार रहेको पाइयो ?
- अन्य :

दृष्टव्य :

सुपरिवेक्षकले अनुगमनकर्ताहरूलाई आवश्यक निर्देशन र सरसल्लाह दिनुहुन पनि अनुरोध छ ।

अनुसुची-९
एम.एम.पी, प्रेस काउन्सिल
(सुभाव संकलन प्रश्नावली)

नाम:

पद:

मिति:

(१) तपाईंले Media Monitoring Programme (MMP) का संस्थागत कमि कमजोरीहरु (नकारात्मक पक्षहरु) के पाउनु भएको भयो ?

(२) तपाईंले Media Monitoring Programme का संस्थागत सकारात्मक पक्षहरु के पाउनु भयो ।

(३) तपाईंले अनुगमन अवधी (कार्यावधी) भरिमा व्यक्तिगत र संस्थागत के-के समस्याहरु भोग्नु भयो ?

(क) व्यक्तिगत समस्याहरु:-

(ख) संस्थागत समस्याहरु

(४) तपाईंको विचारमा ति समस्याहरुका समाधानका के-के उपायहरु हुन सक्छन् ?

(५) एम.एम.पी का लागि तपाईंको के-के सुभाव र सल्लाहहरु छन् ?

(६) एम.एम.पी मा काम गर्दा तपाईंले अन्य के-के तिता-मिठा अनुभवहरु गर्नुभयो ?

(क) तिता अनुभवहरु:-

(ख) मिठा अनुभवहरु:-

(नोट:- आवश्यक परेमा अतिरिक्त पेज थपि लेख्नुहोला ।)