भ्रष्टाचार र मिडिया

काण्ड, पात्र, प्रवृत्ति र विश्लेषण

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

भ्रष्टाचार र मिडिया

काण्ड, पात्र, प्रवृत्ति र विश्लेषण

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

भ्रष्टाचार र मिडिया : काण्ड, पात्र, प्रवृत्ति र विश्लेषण
सम्पादन : तिलक पाठक/ भुवन केसी
भाषा : रघुनाथ लामिछाने
लेआउट : विपेन्द्र घिमिरे
कभर डिजाइन : बासु क्षितिज
प्रकाशन वर्ष : २०८१
ISBN : 9789937171359
DOI : https://doi.org/10.62657/cmr10214

प्रकाशक

Center for Media Research NEPAL

सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल
वेब : https://research.butmedia.org/
सामाजिक सञ्जाल : CMRNepal
इमेल : cmrnepal@butmdia.org
© सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपाल

सहयोग

PURAK ASIA

पुरक एसिया
७७ कुँवर मार्ग, काठमाडौँ-३१
इमेल : info@purakasia.org

यो पुस्तक पुरक एसियाको सहयोगमा तयार पारिएको हो। यस पुस्तकमा व्यक्त गरिएका विचार, व्याख्या र निष्कर्ष लेखक स्वयंका हुन्। यद्यापि त्यसमा पुरक एसिया सहमत नहुन सक्छ।

विषयसूची

भ्रष्टाचार र मिडिया १-१८
तिलक पाठक

नेपालमा भ्रष्टाचार : नीति र नियत २१-६०
दीपक अर्याल/राजीवरञ्जन सिंह

भ्रष्टाचारका ठूला काण्ड ६३-१२५
हरिबहादुर थापा

मिडियामा भ्रष्टाचारका मुद्दा १२९-१७१
भुवन केसी/चेतना कुँवर/जनार्दन नेपाल

कोकाकोला कर छली प्रकरण र मिडिया प्रवृत्ति १७५-२०१
डा. दिपेशकुमार घिमिरे

सिसिटिभी काण्डमा खोजी पत्रकारिता २०५-२५४
भुवन केसी/शकुन्तला लोथ्याल

भ्रष्टाचारविरुद्धका कार्टुन र प्रतीकको विविधता २५७-२८७
डा. कुन्दन अर्याल

नेपालमा भ्रष्टाचार नियन्त्रण : कानुनी व्यवस्था र अभ्यास २९१-३३७
तेजमान श्रेष्ठ

लेखक परिचय ३३८-३३९

कोकाकोला कर छली प्रकरण र मिडिया प्रवृत्ति

डा. दिपेशकुमार घिमिरे

https://doi.org/10.62657/cmr10214e

भारोत्तोलन

परिचय

आमसञ्चार माध्यमले सत्तामा रहेका व्यक्तिहरूको कार्यको अनुगमन गर्ने, उनीहरूका गतिविधि र कार्यशैलीबारे नागरिकलाई सुसूचित गराउने काममा अत्यन्तै महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह गरेका हुन्छन् । सार्वजनिक निकायमा हुने आर्थिक अनियमितता, भ्रष्टाचार, विकृति तथा विसङ्गतिका सम्बन्धमा नेपालमा आमसञ्चार माध्यमले प्रभावकारी ढङ्गले अनुसन्धानमूलक समाचार तथा लेखहरू प्रकाशन तथा प्रसारण गरिरहेका देखिन्छ । तर निजी क्षेत्रमा भएका कर छली, आर्थिक अनियमितता तथा भ्रष्टाचारका घटनामा भने आमसञ्चार माध्यमले सोहीअनुरूप प्राथमिकता दिएर समाचार प्रकाशन तथा प्रसारण गरिरहेका पाईदैन । कुनै महत्त्वपूर्ण विषयमा निश्चित मिडियाले हातै नहालेको पनि देखिन्छ ।

यो लेख कर्पोरेट तथा निजी क्षेत्रमा भएका कर छली तथा भ्रष्टाचारको समाचार नेपाली मूलधारका सञ्चार माध्यमले कसरी प्रकाशन/प्रसारण गरिरहेका छन् भन्नेमा केन्द्रित छ । यसैगरी निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रमा भएका कर छली तथा अनियमितताका घटनामा मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले सार्वजनिक क्षेत्रमा भएका भ्रष्टाचारका घटना जत्तिकै र जस्तै गरी महत्त्व दिएर अनुसन्धान गर्ने र प्रकाशन/प्रसारण किन गरिरहेका छैनन् भन्नेबारे पनि यो लेख केन्द्रित छ । यस अध्ययनमा बहुराष्ट्रिय पेय पदार्थ उत्पादन कोकाकोलाको नेपालमा रहेको बोटलर्स नेपालले गरेको कर छलीका सम्बन्धमा प्रकाशित समाचारलाई अध्ययनको दायराभित्र

राखिएको छ । साथै निजी क्षेत्रको भ्रष्टाचारलाई मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले कसरी उठान गरिरहेका छन् र त्यसमा के समस्या देखिएको छ भन्ने सवाल पनि खोजी गर्ने प्रयत्न गरिएको छ ।

अध्ययन विधि

यो लेख मूलत: गुणात्मक अध्ययन विधिमा आधारित छ जसमा प्राथमिक र द्वितीय दुवै स्रोतबाट तथ्य तथ्याङ्क सङ्कलन गरिएको छ । प्राथमिक तथ्याङ्क सङ्कलनका क्रममा पत्रकार, सम्पादक, पत्रकारितासँग सम्बन्धित जानकार व्यक्ति, पत्रकारिताका अध्येताहरूसहित ११ जनासँग अन्तर्वार्ता गरिएको थियो । यसमध्ये ५ जनासँग टेलिफोन अन्तर्वार्ता गरिएको थियो भने ६ जनासँग प्रत्यक्ष भेटघाट गरी कुराकानी गरिएको थियो । अन्तर्वार्ता लिने क्रममा अन्तर्वार्ता चेकलिस्टको उपयोग गरिएको थियो । यसरी उनीहरूसँग अन्तर्वार्ता लिनका लागि मौखिकरूपमा सहमति लिइएको थियो । यस लेख लेख्ने क्रममा अन्तर्वार्ता गरिएकामध्ये अधिकांश पत्रकार तथा सम्पादक हाल पनि सञ्चार माध्यममा कार्यरत रहेका कारण र अप्ठ्यारो पर्न सक्ने भएकाले उनीहरूको पहिचान खुलाइएको छैन । यद्यपि कोकाकोला कम्पनीको कर छलीबारे सुरुदेखि नै नियमितरूपमा समाचार तथा रिपोर्ट प्रकाशित गर्दै आएको टक्सार आर्थिक म्यागजिनका सम्पादकको नाम भने उहाँको सहमतिमा उल्लेख गरिएको छ ।

यसैगरी द्वितीय तथ्याङ्क सङ्कलन गर्ने क्रममा पूर्वप्रकाशित सामग्रीहरूको समीक्षा तथा पुनरावलोकन गरिएको छ । यस क्रममा विभिन्न जर्नल, पुस्तक, पत्रपत्रिकाका लेख, समाचार, अध्ययन प्रतिवेदन, विभिन्न राष्ट्रिय तथा अन्तर्राष्ट्रिय सङ्घ/संस्थाले प्रकाशित गरेका प्रतिवेदनलगायतका सामग्री अध्ययन तथा विश्लेषण गरिएको छ । यस लेखमा कर्पोरेट भ्रष्टाचार र मिडिया : सैद्धान्तिक दृष्टिकोण र व्यावहारिक अभ्यास, कोकाकोला कम्पनीको कर छली र नेपाली मिडियाका साथै कोकाकोला कर छली काण्डमा मूलधारका सञ्चार माध्यमको मौनताका कारणहरूबारे चर्चा छ । त्यसपछि कर्पोरेट क्षेत्र भ्रष्टाचार र मिडिया : सिद्धान्त र तथ्यको सम्बन्ध र निष्कर्ष प्रस्तुत गरिएको छ ।

कर्पोरेट क्षेत्र भ्रष्टाचार र मिडिया : सैद्धान्तिक दृष्टिकोण र व्यावहारिक अभ्यास

विभिन्न अध्ययन (फ्रेइल र अन्य, सन् २००७, फारडाइ र साथीहरू सन् २०११) ले प्रेस स्वतन्त्रता र भ्रष्टाचार नियन्त्रणबीच अत्यन्तै निकट सहसम्बन्ध रहेको देखाएका छन् । त्यसैगरी स्वतन्त्र प्रेसले नागरिकको सूचनामाथिको पहुँच अभिवृद्धि गरी भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलाप, घटना तथा काण्डहरू सार्वजनिक गर्ने, समाजमा सदाचार प्रवर्द्धन गर्ने र सामाजिक मूल्य/मान्यता र अभ्यासहरूमा जवाफदेहिता अभिवृद्धि गरी भ्रष्टाचार नियन्त्रण गर्ने कार्य गरिरहेको हुन्छ भन्ने दाबी गर्छन् । उनले कुनै पनि देशमा सुशासन स्थापना र भ्रष्टाचार नियन्त्रण हुने कुरामा स्वतन्त्र सञ्चार माध्यमलाई निर्वाधरूपमा एक पूर्वसर्तको रूपमा लिएका छन् ।

यसैगरी नोगरा (सन् २००९) को एक अध्ययनले आम सञ्चार माध्यमले प्रत्यक्ष र अप्रत्यक्ष दुवै माध्यममार्फत भ्रष्टाचारविरुद्धको सङ्घर्षमा महत्त्वपूर्ण योगदान पुऱ्याउने देखाएको थियो । उनका अनुसार आमसञ्चार माध्यमले कतिपय अवस्थामा प्रत्यक्ष तथा देखिने गरी भ्रष्टाचार नियन्त्रणमा योगदान गर्छन् । जस्तै कुनै सार्वजनिक पद धारण गरेका व्यक्तिले गरेका अनियमितता, भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलाप सार्वजनिक गरेर भ्रष्टाचारविरुद्धका गतिविधि तथा कार्यलाई प्रवर्द्धन गर्छन् । यसैगरी कतिपय अवस्थामा नागरिकलाई सचेत बनाएर, जवाफदेहिता, पारदर्शिता अभिवृद्धि गरेर, सार्वजनिक सेवा प्रवाह गर्ने कार्यमा नागरिक संलग्नता अभिवृद्धिका लागि प्रोत्साहित गर्दै अप्रत्यक्षरूपमा समेत यस कार्यमा योगदान गरिरहेका हुन्छन् ।

नोरिस र ओडगबेमी (सन् २०१०) ले आमसञ्चार माध्यमले भ्रष्टाचार नियन्त्रण कार्यमा के/कति योगदान गर्न सक्छ भन्ने कुरा प्रेस स्वतन्त्रताको अवस्था, नागरिक समाजको सक्रियता, समाजमा मिडिया साक्षरताको स्थिति, आमसञ्चार माध्यममा नागरिकको पहुँचलगायतका सवालले प्रत्यक्षरूपमा प्रभाव पार्ने उल्लेख गरेका छन् । उनका अनुसार यस्ता सवाल सकारात्मक रहेका देश तथा समाजमा आमसञ्चार माध्यमले भ्रष्टाचारजन्य घटनाहरू उल्लेख्य मात्रामा सार्वजनिक गर्ने र त्यसबाट

परिवर्तनसमेत ल्याउन सक्छ । यदि यस्तो अवस्था छैन भने आमसञ्चार माध्यमले भ्रष्टाचार नियन्त्रणमा खासै योगदान गर्न नसक्ने उनको अध्ययनको निष्कर्ष छ ।

व्यापारिक तथा निजी क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचार एक विश्वव्यापी समस्या हो । यस समस्याबाट सबै देशका सबै आकार र क्षेत्रका कम्पनीहरू प्रभावित छन् । कतिपय अवस्थामा कम्पनीहरू भ्रष्टाचारको शिकार भएका छन् भने कतिपय अवस्थामा कम्पनी स्वयं भ्रष्टाचारका घटनामा संलग्न भएका पनि देखिन्छ। रोज-एकरम्यान (सन् २००७) ले व्यापारी तथा निजी क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचारमा भ्रामक तथा झुटो वित्तीय विवरण, सार्वजनिक खरिदमा अनियमितता, घोटाला, घुसखोरी, कर छलीलगायतका सवालहरू समावेश हुने उल्लेख गरेका छन्। मार्टिनी (सन् २०१४) ले निजी क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचारका प्रकारलाई उल्लेख गरेका छन् जसअन्तर्गत व्यापारिक घुसखोरी, कर छली, कमिसन, उपहार, आर्थिक घोटाला, सार्वजनिक खरिदमा अनियमिततालगायतका छन् ।

रहमान (सन् २००९) का अनुसार कर प्रशासनमा संलग्न कर अधिकारीहरूले करदाता निजी क्षेत्र तथा व्यापारिक घरानाहरूसँगको मिलिभगतमा कर छली, घुसखोरी तथा विभिन्न आर्थिक घोटालाका काण्ड गराएका हुन्छन् । यस किसिमका घटनाले एकातर्फ सरकार, व्यवसाय र नागरिकबीच विश्वास घटाउँछ भने अर्कोतर्फ राज्यकोषको अनियमितता तथा दुरुपयोगका घटनाहरू बढाउँछ । त्यसैले सार्वजनिक प्रशासनभित्र कर प्रशासनलाई संसारभर भ्रष्टाचारको उच्च जोखिमयुक्त क्षेत्रका रूपमा चिनिन्छ । ट्रान्सपरेन्सी इन्टरनेसनलले सन् २०१७ मा ११९ देशका नागरिकसँग प्रत्यक्षरूपमा तथ्याङ्क सङ्कलन गरी प्रकाशित गरेको ग्लोबल करप्सन ब्यारोमिटर सर्वेक्षण प्रतिवेदनमा कर प्रशासनलाई भ्रष्टाचारको उच्च जोखिम रहेको क्षेत्रका रूपमा उल्लेख गरेको छ जसमा करिब ३२ प्रतिशत उत्तरदाताले कर प्रशासन र अधिकारी भ्रष्ट भएको जवाफ दिएका थिए (प्रिङ, सन् २०१७) ।

यसरी हेर्दा कर प्रशासन संसारभर उच्च तहको भ्रष्टाचारको जोखिममा रहेको क्षेत्रका रूपमा देखिन्छ। कर प्रशासनसँग जोडिएको कर

छली तथा निजी क्षेत्रको आर्थिक अनियमितता र भ्रष्टाचारका घटनाहरू संसारभर उच्च तहमा रहेका देखिन्छ । निजी क्षेत्रलाई नियमित गर्ने तथा कर व्यवस्थापन गर्नेसम्बन्धी नीति, नियम तथा कानुनमा भएका जटिलता, कर प्रशासकको न्युन वेतन, कर प्रशासनभित्र पर्याप्त शक्ति सन्तुलनको अभाव, कानुन कार्यान्वयन र दण्ड सजायसम्बन्धी कमजोर कानुनी व्यवस्थाका कारण संसारभर कर छली तथा अनियमितताका घटनाहरू उच्च तहमा रहेको विभिन्न अध्ययनले देखाएका छन्। जेन्किस (सन् २०१८), म्याकडेभिट (सन् २०१५), मोर्गनर र चेने (सन् २०१४) का अनुसार संसारभर अत्यधिक जटिल कर प्रणालीको कारण कर प्रशासनका अधिकारीहरू भ्रष्टाचार गर्ने, घुस माग्ने कार्यमा संलग्न हुन्छन् भने निजी क्षेत्र पनि निश्चित रकम घुस दिएर कर छली तथा आर्थिक अनियमितताको व्यवस्थापन गर्ने कार्यमा संलग्न भइरहेका हुन्छन् ।

ब्रिडी (सन् २०१०) को अध्ययनले कर प्रशासनको हरेक क्षेत्र भ्रष्टाचारको उच्च जोखिममा रहेको देखाउँछ। कर प्रशासन मूलतः निजी क्षेत्रसँग जोडिएको सवाल भएकाले कर प्रशासनमा हुने कुनै पनि आर्थिक अनियमितता तथा भ्रष्टाचार सिधै निजी क्षेत्रसँग जोडिने उनको भनाइ छ । अल्बिसु आर्डिगो (सन् २०१४) ले करदाताहरूले कर प्रशासनका अधिकारीहरूलाई कर छलीबारे गरिने अनुसन्धान, छानविन तथा मुद्दा दायर गर्ने प्रक्रियामा समेत प्रत्यक्षरूपमा प्रभाव पार्नका लागि घुस तथा नजराना दिन सक्ने उल्लेख गरेका छन्। मोर्गनर र चेने (सन् २०१४) कर प्रशासनमा भएको भ्रष्टाचारले निजी क्षेत्रमा आर्थिक अनियमितता तथा भ्रष्टाचारको मात्रा उल्लेख्य रूपमा बढाउने बताएका छन् । यसले अनौपचारिक अर्थतन्त्र तथा कर छलीका घटनाहरूमा उल्लेख्य मात्रामा वृद्धि गर्छ भन्ने उनीहरूको निष्कर्ष छ ।

ब्रुनेटी र वेडर (सन् २००३) आमसञ्चार माध्यमले सार्वजनिक क्षेत्रको भ्रष्टाचार तथा सार्वजनिक स्रोतको दुरुपयोगका घटनाहरू सार्वजनिक गर्न योगदान गर्ने बताउँछन्। फारडाइ (सन् २०१३) का अनुसार आमसञ्चार माध्यमले कम्तीमा ३ किसिमबाट भ्रष्टाचार नियन्त्रणका सन्दर्भमा योगदान गर्न सक्छ। पहिलो, भ्रष्टाचारको सम्बन्धमा निगरानीकर्ताका रूपमा, दोस्रो

सदाचार प्रवर्द्धनकर्ताका रूपमा र तेस्रो भ्रष्टाचार विरोधी गतिविधि तथा कार्यमा नागरिकलाई संलग्न गराउँदै भ्रष्टाचार नियन्त्रणका लागि योगदान गर्न सक्छ ।

सिफ्रिन (सन् २०१४) आमसञ्चार माध्यममा गरिने खोज पत्रकारिताले निजी क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचारविरुद्ध महत्त्वपूर्ण प्रभाव पार्छ भन्ने धारणा राख्छन् । यद्यपि मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले भने निजी क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचार, कर छली तथा आर्थिक अनियमितताका घटना, आर्थिक अनियमितता तथा कर छलीका घटनालाई महत्त्वका साथ नउठाउने उनको भनाइ छ। मूलधारका सञ्चार माध्यम भन्नाले पत्रपत्रिका तथा सार्वजनिक वा निजी रेडियो तथा टेलिभिजनलगायत पर्छन्। पछिल्लो समय डिजिटल तथा अनलाइनलाई समेत मूलधारको माध्यमका रूपमा समावेश गर्न थालेको देखिन्छ। बारनेट (सन् २०१०) मूलधारका आमसञ्चार माध्यम जहिले पनि निजी क्षेत्रको प्रभावमा रहने दाबी गर्छन् । यस्ता सञ्चार माध्यमले विज्ञापनका कारण निजी क्षेत्रमा भएका आर्थिक अनियमितता, कर छली, विकृति, विसङ्गतिका सवाललाई महत्त्व दिएर समाचार प्रकाशन तथा प्रसारण नगर्ने उनको अध्ययनको निष्कर्ष छ । आइबल (सन् २००८) का अनुसार पश्चिमा देशका आमसञ्चार माध्यमसमेत निजी व्यापारिक क्षेत्र तथा अन्य विज्ञापनदाताहरूको प्रभावमा छन् र यस्ता निकायमा रहेको अनियमितता तथा समस्याबारे समाचार समेटिने सम्भावना कम रहन्छ ।

कोर्नेल (सन् २०१०) ले आमसञ्चार माध्यमले विज्ञापन तथा आर्थिक कारणले गर्दा निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रका सवाललाई केलाएर अनियमिततालाई सार्वजनिक नगर्ने बताएका छन्। उदार आर्थिक नीतिले बजार र कर्पोरेट क्षेत्रले आमसञ्चार माध्यमको कभरेजलाई प्रत्यक्षरूपमा प्रभाव पार्ने गरेको उनको अध्ययनले देखाएको छ । त्यसैले निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रमा हुने भ्रष्टाचार तथा अनियमिततालाई उठाउने तथा सार्वजनिक गर्ने सन्दर्भमा मूलधारका सञ्चार माध्यममा भन्दा वैकल्पिक धारका सञ्चार माध्यम, जस्तै- नागरिक पत्रकारिता र सामाजिक सञ्जाल प्रभावकारी माध्यमका रूपमा रहेका छन् (करेक्टिभ, सन् २०१७) ।

पछिल्लो समय मूलधार भन्दा भिन्न बैकल्पिक धारका सञ्चार माध्यमले निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रको भ्रष्टाचार, कर छली, राजस्व चुहावटलगायतका घटना सार्वजनिक गर्ने क्रम बढेको छ (कोर्नेल, सन् २०१०) । ड्रुक (सन् २०१८) का अनुसार संसारभरका मूलधारका सञ्चार माध्यममा स्वामित्वको अति केन्द्रीकरण, चरम नाफाखोर तथा तीव्र व्यापारीकरण जस्ता समस्या छन् जसले गर्दा निजी कम्पनी तथा कर्पोरेट क्षेत्रको भ्रष्टाचार, कर छली तथा राजस्व चुहावटलगायतका घटना यस्ता सञ्चार माध्यममा कभरेज हुने सम्भावना निकै कम रहन्छ । उनका अनुसार मूलधारका सञ्चार माध्यम बरु यस्ता घटनालाई बेवास्ता गरेर आफ्नो व्यापारलाई थप विस्तारीकरण गर्न उद्यत रहन्छन् ।

सिफ्रिन (सन् २०१४) पनि यस्तै धारणा राख्छन् । उनका अनुसार मूलधारका सञ्चार माध्यममा भएको तीब्र व्यापारीकरणले गर्दा निजी क्षेत्रमा हुने आर्थिक विकृति तथा विसङ्गतिका घटना सम्बन्धमा खोज सामग्री प्रकाशित हुने सम्भावना निकै कम हुन्छ । बेजाले र प्राट (सन् २००६) का अनुसार विकासोन्मुख देशमा व्यावसायिक व्यक्तिहरूले व्यक्तिगत तथा कर्पोरेट फाइदाका लागि मूलधारका आमसञ्चार माध्यम कब्जा गर्ने प्रयत्न गर्छन् । यसका लागि विज्ञापन तथा सञ्चार माध्यमलाई गरिने आर्थिक सहयोग बलियो अस्त्रका रूपमा रहेको हुन्छ । मेन्डेज (सन् २०१३) को एक अध्ययनले व्यापारी तथा निजी क्षेत्रका व्यापारीहरूले कर छली, राजस्व चुहावट तथा भ्रष्टाचारका घटनालाई आमसञ्चार माध्यममार्फत् सार्वजनिक हुनबाट रोक्नका लागि पत्रकार, सम्पादक तथा लगानीकर्तालाई प्रत्यक्षरूपमा ठूलो मात्रामा चन्दा, नगद, तथा विज्ञापन दिने गरेको देखाएको थियो ।

रामप्रसाद र साथीहरू (सन् २०१८) ले उद्योगी तथा व्यवसायीहरूले प्रशासनिक तथा विधायिकी नियमनमार्फत अप्रत्यक्षरूपमा आमसञ्चार माध्यममाथि कब्जा जमाउने गरेका तथ्य प्राप्त गरेका थिए । यससँग स्पेन्स (सन् २००८) पनि सहमत छन् । उनका अनुसार व्यापारी तथा उद्योगीले अदृश्य विज्ञापनमार्फत मूलधारका आमसञ्चार माध्यममाथि कब्जा जमाएका हुन्छन् । यस क्रममा लगानीकर्ता, पत्रकार तथा विज्ञापन

एजेन्सीहरूबीच व्यापक मिलिभगत भएको हुन्छ । जसले गर्दा निजी क्षेत्रको भ्रष्टाचार, कर छली तथा राजस्व चुहावटका घटनाहरू मूलधारका सञ्चार माध्यमले खासै समेट्दैनन्। विभिन्न विद्वान् सिफ्रिन (सन् २०१४), मेन्डेज (सन् २०१३), आइबलमा (सन् २००८) ले आमसञ्चार माध्यमको स्वामित्व संरचना व्यापारिक हित तथा स्वार्थलाई परिपूर्ति गर्ने र संरक्षण गर्ने किसिमका रहेको देखाएका छन् जसले गर्दा निजी क्षेत्रमा हुने कर छली, राजस्व चुहावट र भ्रष्टाचारका सम्बन्धमा यस्ता सञ्चार माध्यमले आवश्यक ध्यान दिँदैनन् वा देखेको नदेख्यै गर्छन् ।

आमसञ्चार माध्यमको प्रोपोगान्डा मोडलबारे हर्मन र चोम्स्की (सन् १९८८) ले व्याख्या गरेका छन् । उनीहरूले प्रोपोगान्डालाई राजनीतिक अर्थतन्त्रको एक वैचारिक मोडलका रूपमा लिएका छन् । उक्त मोडलले कर्पोरेट आमसञ्चार माध्यममा प्रोपोगान्डा र प्रणालीगत पूर्वाग्रहहरूले कसरी काम गर्छ भनेर व्याख्या गर्छ । उक्त मोडलले आमसञ्चार माध्यमले नागरिकलाई आर्थिक, सामाजिक तथा राजनीतिक नीतिहरूका सवालमा नागरिकलाई कसरी दिग्भ्रमित पार्छ भन्नेबारे विस्तृतमा उल्लेख गरेका छन् । यस सिद्धान्तले कर्पोरेट आमसञ्चार माध्यमलाई विज्ञापन, मिडियाको स्वामित्वको एकाग्रता वा सरकारी स्रोतको माध्यमबाट स्वार्थको अन्तर्निहित द्वन्द्व सिर्जना गर्छ भन्ने सवाल व्याख्या गरेको छ । हर्मन र चोम्स्की (सन् १९८८) ले प्रोपोगान्डा तथा प्रणालीगत पूर्वाग्रहले कर्पोरेट मिडियालाई गुणस्तरीय पत्रकारिताको अभ्यास गर्नुको साटो अन्य व्यवसायहरू, जस्तै- विज्ञापन तथा व्यापारिक सम्बन्धलगायतका माध्यमबाट कमाइ गर्ने व्यवसायका रूपमा समेत उल्लेख गरेका छन् ।

यसरी हेर्दा खोज पत्रकारितामार्फत सार्वजनिक क्षेत्रमा भएका भ्रष्टाचारका घटनाहरू सार्वजनिक गर्ने कार्यमा मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले निकै महत्त्वपूर्ण योगदान गरिरहेका छन् । सार्वजनिक क्षेत्रमा सुशासन कायम तथा भ्रष्टाचार नियन्त्रणका लागि आमसञ्चार माध्यम महत्त्वपूर्ण पक्ष रहेको छ । तर विभिन्न अध्ययनले निजी क्षेत्रमा विद्यमान भ्रष्टाचार, कर छली तथा राजस्व चुहावटलगायतका घटनामा मूलधारका सञ्चार माध्यममा पनि समस्या रहेको देखाएका छन् । निजी क्षेत्रमा भएको

भ्रष्टाचार, कर छली, आर्थिक अनियमिततालगायतका सवालमा कतिपय बेला मूलधारका आमसञ्चार माध्यमहरू भन्दा पनि वैकल्पिक सञ्चार माध्यम, जस्तै- डिजिटल नेटवर्क, सानो पुँजीमा खुलेका म्यागेजिन, वेबमा आधारित प्लेटफर्म बढी प्रभावकारी हुने गरेका अध्ययनले देखाएका छन्।

कोकाकोलाको कर छली

राजस्व अनुसन्धान विभागका अनुसार बहुराष्ट्रिय कम्पनी कोकाकोलाले नेपालमा रहेको बोटलिङ प्लान्ट बोटलर्स नेपाल लिमिटेड र बोटलर्स नेपाल (तराई) लिमिटेडको स्वामित्व किनबेच गर्दा ३ अर्ब ७१ करोड ८१ लाख ५० हजार ४११ रुपियाँ कर छली गरेको भन्ने थियो। नेपाल सरकार तथा नेपालका अन्य नियमनकारी निकायलाई जानकारी नै नदिइकन बोटलर्स नेपालले पटक-पटक स्वामित्व किनबेच गरेको थियो। यसले नेपालको प्रचलित आयकर ऐनअनुसार तिर्नुपर्ने पुँजीगत लाभ कर, अग्रिम आय कर, आकस्मिक लाभ कर नतिरेर ३ अर्ब ७१ करोड ८१ लाख ५० हजार ४ सय ११ रुपियाँ कर छली गरेको भन्दै सोही रकमलाई बिगो कायम गरी बिगो रकमको शतप्रतिशत जरिवाना गरी कुल ७ अर्ब ४३ करोड ६३ लाख रुपियाँ असुलउपर गर्न माग गर्दै राजस्व अनुसन्धान विभागले मुद्दा दायर गरेको छ। यही कर छली प्रकरणलाई यस अध्ययनमा कोकाकोला काण्डका रूपमा उल्लेख गरिएको छ।

राजस्व अनुसन्धान विभागले २०७७ साल मङ्सिर २३ गते बोटलर्स नेपालमा छापा मारेर आवश्यक दस्ताबेजहरू कब्जामा लिइ लामो समय अनुसन्धान गरेको थियो। यस क्रममा विभागले बोटलर्स नेपालका प्रतिनिधि तथा कर्मचारीहरूसँग पनि पटक-पटक बयान लिएको थियो। विभिन्न तहको अनुसन्धान गरेर विभागले २०७८ भदौ पहिलो साता सरकारी वकिल कार्यालयमा मुद्दाको फाइल पठाएको थियो। तर सरकारी वकिलको कार्यालयले लामो समय उक्त फाइल विभागलाई फिर्ता नपठाएर होल्ड गरी राखेको थियो। लामो समयसम्म ढिलाइ भएको उक्त मुद्दा अन्तत: विभागले २०७८ साल फागुन २८ गते उच्च अदालत पाटनमा दायर गरेको थियो।

बोटलर्स नेपाल लिमिटेडमा अधिकांश सेयर स्वामित्व रहेको दुबईस्थित कम्पनी कोकाकोला साब्को एसियाको शतप्रतिशत सेयर ७ कात्तिक २०७१ मा आयरल्याण्डस्थित युरोपियन रिफ्रेसमेन्टलाई बिक्री गर्दा उक्त राजस्व चुहावट भएको विभागको दाबी रहेको छ । नेपाली कम्पनी बोटलर्स नेपाल लिमिटेडसँग सम्बन्धित कम्पनी विदेशमै बिक्री गरेर नेपालमा कर छली गरिएकोसमेत भेटिएको थियो। बोटलर्स नेपाल लिमिटेडमा ७६ प्रतिशत सेयर स्वामित्व विदेशी लगानीकर्ताको छ। २२ प्रतिशत सेयर स्वामित्व गोरखा ब्रुअरी र २ प्रतिशत लगानी सर्वसाधारणको छ। विदेशी स्वामित्वको सेयर विदेशमै किनबेच गर्दा नेपालको आयकर ऐन, २०५८ अनुसार २५ प्रतिशत पुँजीगत लाभकरसमेत तिर्नुपर्ने हुन्छ। तर राजस्व अनुसन्धान विभागको अनुसन्धानले उक्त लाभ करसमेत छली भएको देखाएको थियो।

ऐतिहासिकरूपमा हेर्दा २०३५ साल चैत १३ गते बोटलर्स नेपाल प्रालि नामको कम्पनीबाट कोकाकोलाले नेपालमा आफ्नो व्यवसाय सुरु गरेको थियो। यसको १ वर्ष पनि नबित्दै बोटलर्स नेपाल प्रालिको बालाजुस्थित कारखानाबाट प्रतिमिनेट ८० बोतलका दरले कोकाकोला उत्पादन हुन थाल्यो (बुढाथोकी, २०७८)। बोटलर्स नेपालकै प्रमुख लगानीमा सन् १९८६ मा बोटलर्स तराई नामक कम्पनी पनि स्थापना भएको देखिन्छ। नकुल डि. कमानीको मूल कम्पनी स्टिल सिटी बेभरेज, जयपुरिया समूहले किनेको थियो। यसपछि सन् १९९३ मा नेपाली कम्पनी बोटलर्स नेपालको सेयर स्वामित्व पनि सिङ्गापुरमा रहेको कोकाकोला कम्पनीलाई बेचिएको थियो। बुढाथोकी (२०७८) का अनुसार सन् २००० पछि कोकाकोला एटलान्टाले सोझै बोटलर्स नेपालको स्वामित्व लिएको थियो।

सन् २००७ मा बोटलर्स नेपाललाई पब्लिक लिमिटेड कम्पनीमा परिणत गरी नेपाल स्टक एक्सचेन्जमा दर्ता गरिएको थियो। नेपाल स्टक एक्सचेन्जका अनुसार कोकाकोलाको ७६.१६ प्रतिशत सेयर कोकाकोला साउथ वेस्ट होल्डिङ्स लिमिटेडको छ। यसैगरी गोरखा ब्रुअरी प्रा.लि.को २२ प्रतिशत र अन्य सर्वसाधारणको १.९४ प्रतिशत सेयर स्वामित्व छ। बोटलर्स नेपालको सहायक कम्पनीका रूपमा रहेको बोटलर्स नेपाल

(तराई) लिमिटेडमा ९०.७८ प्रतिशत सेयर बोटलर्स नेपालको र ९.२२ प्रतिशत सेयर सर्वसाधारण नागरिकको छ ।

कोकाकोला कम्पनीको नेपालमा रहेको बाटलिङ प्लान्ट नेपालको कम्पनी ऐनअनुसार उद्योग विभागमा दर्ता भएको छ । यसैगरी नेपाल स्टक एक्सचेन्जमा समेत उक्त कम्पनी सूचीकृत भएको छ । यसरी नेपालमा दर्ता भइ नेपाल स्टक एक्सचेन्जमा समेत सूचीकृत भएर सेयर कारोबारसमेत गरिरहेको कम्पनीको कारोबार नेपालको कानुनअनुसार हुनुपर्ने हो । तर यस कम्पनीको सेयर स्वामित्व नेपाललाई जानकारी नै नदिइकन र नेपालको प्रचलित कानुनलाई पूर्णरूपमा बेवास्ता गर्दै नेपालभन्दा बाहिरै यसको स्वामित्व किनबेच हुने गरेको देखिन्छ । यसरी सेयर स्वामित्व किनबेच हुँदा नेपालको प्रचलित कानुनअनुसार नेपाललाई तिर्नुपर्ने कर तथा अन्य शुल्कसमेत नतिर्ने गरेको देखिन्छ (बुढाथोकी, २०७८) ।

कोकाकोला कम्पनीको सेयर स्वामित्व विभिन्न समयमा फरक फरक कम्पनी तथा व्यक्तिको नाममा हस्तान्तरण भएको इतिहास पाइन्छ । सन् १९९३ मा बोटलर्स नेपालको बहुमत सेयर भारतको कमानी समूहले सिङ्गापुरको फिजर एन्ड निभ लिमिटेडलाई बिक्री गरेको थियो । सन् १९९९ मा उक्त कम्पनीको ७५ प्रतिशत सेयर कोकाकोला लिमिटेडले किनेको थियो । यसपछि सन् २००४ मा कोकाकोला साब्को (एसिया) लिमिटेडले नेपालको कम्पनीको सेयर खरिद गरेको थियो । सार्वजनिक भएका तथ्यअनुसार अमेरिकास्थित कोकाकोला कम्पनीले आफ्नो स्वामित्वमा रहेको ७६ प्रतिशत सेयर कोकाकोला साब्को पिटिइ लिमिटेडलाई बेचेको सन् २००४ मा मात्र जानकारी दिएको थियो ।

यसरी सेयर किनबेचका क्रममा लाग्ने पुँजीगत लाभकर कर फर्स्योट आयोगमार्फत मिलान गरिएकोसमेत भेटिएको छ । उक्त समयमा बोटलर्स नेपालले तिर्नुपर्ने कुल कर ६६ करोड ५० लाख ८१ हजार ६ सय ९१ रुपियाँमध्ये आयोगले २३ करोड रुपियाँ मात्र तिर्नुपर्ने गरी बाँकी ४३ करोड भन्दा बढी रकम मिनाहा गराइदिएको थियो । यसरी कम्पनीको ७६.१६ प्रतिशत सेयर नेपालबाहिर किनबेच भएको र यसबापत नेपाल

सरकारलाई तिर्नुपर्ने पुँजीगत लाभकरसहित अन्य कर र दस्तुरहरू नतिरेको उजुरी परेपछि राजस्व अनुसन्धान विभागले २०७७ साल मङ्सिर २३ गते बोटलर्स नेपाल लिमिटेडमा छापा मारेको थियो ।

कोकाकोलाको कर छली र नेपाली मिडिया

२०७७ साल मङ्सिरमा राजस्व अनुसन्धान विभागले बोटलर्स नेपाल लिमिटेडमा कर छलीको शङ्कामा छापा मारेको थियो । यस घटनाबारे नेपालका अधिकांश मूलधारका ठूला मिडिया घरानाहरू जानकार थिए । राजस्व अनुसन्धान विभागका गतिविधिबारे सोही बिटमा काम गर्ने पत्रकार जानकार नहुने कुरै भएन । तर आमसञ्चार माध्यमले यस घटनाका सम्बन्धमा आवश्यक महत्त्व दिएर समाचार प्रकाशन/प्रसारण गरेनन् । यस घटनाबारे समयमै सूचना प्राप्त गरेका नेपालको एक राष्ट्रिय दैनिकका समाचारदाता भन्छन्-

> *'कोकाकोला कम्पनीले बोटलर्स नेपालको सेयर स्वामित्व किनबेचको क्रममा नेपालमा कर छली भएको बारेमा केही सूचना प्राप्त भएको थियो । राजस्व अनुसन्धान विभागबाट उक्त सूचना प्राप्त गरेको थिएँ । कोकाकोलाले ठूलो मात्रामा कर छली गरेको छ भन्नेबारेमा केही सुचना बाहिरिएको थियो । यसैगरी नेपाल राष्ट्र बैङ्कलाई बोटलर्स नेपाल लिमिटेडले कम्पनीको स्वामित्व रहेको सिङ्गापुरको कम्पनीलाई बिक्री भएको हुँदा विदेशी लगानी लेखाङ्कन गरिदिनका लागि पत्र गएको सूचना पनि प्राप्त भएको थियो । यसबारेमा मैले आफू कार्यरत मिडिया हाउसलाई जानकारी पनि दिएको थिएँ तर उक्त समाचारलाई मिडिया हाउसले विभिन्न नाम र बाहनामा टारेको थियो ।'* [१]

कोकाकोलाको कर छलीबारे मूलधारका दैनिक अखबारहरू जानकार भए तापनि समाचार प्रकाशित भने गरेनन् । राजस्व अनुसन्धान

[१] काठमाडौँबाट प्रकाशित हुने एक राष्ट्रिय दैनिकका समाचारदातासँग २०७९ माघ २६ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

विभागले छापा मारेको करिब ८ महिनापछि पहिलोपटक टक्सार आर्थिक म्यागाजिनको वर्ष १, अङ्क ४, साउन २०७८ को अङ्कमा कोकाकोला किनबेचमा कर छली ! शीर्षकमा ४ पृष्ठको विस्तृत विशेष रिपोर्ट प्रकाशित भएको थियो । कोकाकोला कम्पनीले कर छली गरेकोबारे म्यागेजिनका प्रधानसम्पादक गजेन्द्र बुढाथोकीको बाइलाइनमा कर छलीको नालीवेली तथ्य र प्रमाणसहित समाचार प्रकाशित भएको पाइन्छ । उक्त रिपोर्टमा बुढाथोकीले सन् १९९३, १९९९, २००४ र २०१४ मा नेपालबाहिर बोटलर्स नेपालको स्वामित्व किनबेच कसरी भयो भन्ने तथ्य सार्वजनिक गरेका थिए । यस क्रममा विभिन्न अप्ठ्यारासमेत सामना गर्नुपरेको बताउँदै टक्सार म्यागेजिनका प्रधानसम्पादक बुढाथोकी भन्छन्-

> *'कोकाकोलाको कर छलीका बारेमा टक्सारमा पहिलो पटक समाचार प्रकाशित भएपछि मलाई सबै भन्दा पहिला थर्काउने तथा धम्क्याउने प्रयत्नहरू भए । यसमा ट्रेड युनियनका प्रतिनिधिसमेत संलग्न थिए । मलाई सुरक्षाको चुनौतीसमेत भयो । मलाई पिछा गर्दै मेरो घर वरपर शङ्कास्पद व्यक्तिहरूसमेत आइपुगे । त्यसपछि मैले पनि सुरक्षा चुनौती महसुस गरेर नेपाल प्रहरीलाई जानकारी गराएँ र केही समय प्रहरीले सुरक्षासमेत दियो । त्यसपछि मलाई छाया लगानी र विज्ञापनको आश देखाइयो । विभिन्न माध्यममार्फत यदि समाचारको खण्डन छापिदिएमा पत्रिकाको २ वर्षको सम्पूर्ण खर्च बेहोरिदिने आश्वासनसमेत दिएका थिए। तर मैले यी सबै कुरालाई पूर्णतः बेवास्ता गर्दै समाचारको निरन्तर अनुगमन (फलोअप) सामग्री समेत प्रकाशन गरिरहेँ।'* [२]

टक्सार आर्थिक म्यागाजिनले कोकाकोलाको कर छली भएको तथ्य सार्वजनिक गरेपछि यो राष्ट्रिय बहसको विषय बन्यो। यद्यपि मूलधारका अन्य सञ्चार माध्यमले महत्त्वका साथ समाचार प्रकाशन तथा प्रसारण

[२] टक्सार म्यागाजिनका प्रधानसम्पादक गजेन्द्र बुढाथोकीसँग २०७९ चैत ३ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित।

गरेनन्। वैकल्पिक भनिएका अनलाइन समाचारपत्रहरूले पनि अपवादबाहेक यस घटनाका बारेमा समाचार सार्वजनिक गरेनन्। कोकाकोला कम्पनीको कर छलीको बारेमा तथ्य सार्वजनिक भएर पनि यस विषयमा समाचार प्रकाशन नभएकामा १ राष्ट्रिय सञ्चार माध्यमका पूर्वसम्पादक भन्छन्-

> *'कोकाकोला कम्पनीको कर छलीको बारेमा भएका तथ्यहरू सार्वजनिक भएपछि पनि मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले यस घटनालाई खासै महत्त्व नदिएको साँचो हो। कोकाकोला मात्र होइन, कर छली तथा निजी क्षेत्रमा भएका आर्थिक अनियमितताका बारेमा समाचार प्रकाशित गर्ने सम्बन्धमा नेपालका आमसञ्चार माध्यमले सम्पादकीय स्वतन्त्रता पूर्णरूपमा प्रयोग गर्न सक्ने अवस्था अहिले पनि छैन। कोकाकोला कम्पनीको हकमा पनि भएको त्यही हो। यस घटनाको बारेमा सूचना, जानकारी तथा तथ्यको विषयमा जानकारी नभएर समाचार प्रकाशित नभएको होइन।'* [३]

कोकाकोला कम्पनीको कर छलीको बारेमा प्रमुख सञ्चार माध्यमले या समाचार नै प्रकाशित गरेनन् या त निकै कम महत्त्व दिएर सानो मात्रामा समाचार प्रकाशित गरेका देखिन्छ। यसबीचमा २०७८ साल पुस १४ गते अनलाइनखबर डटकमले *"५ अर्ब राजस्व छलीको फाइल ३ महिनादेखि सरकारी वकिलको टेबुलमा"* शीर्षकमा समाचार प्रकाशित गरेको पाइन्छ (ज्ञवाली, २०७८)। करिब १२ सय शब्दको उक्त समाचारमा कोकाकोलाको नाम नै उल्लेख छैन। उक्त समाचारमा सरकारी वकिलको कार्यालयले ३ महिनादेखि कुनै पनि निर्णय नगर्दा एक बहुराष्ट्रिय कम्पनी मुछिएको करिब ७ अर्ब रुपियाँ पुँजीगत लाभ कर छलीको अनुसन्धान प्रभावित भएको छ मात्र भनिएको छ। सम्पूर्ण समाचारमा कोकाकोला कम्पनीको नाम नै उल्लेख नगरिकन एक बहुराष्ट्रिय कम्पनी भनी उल्लेख गरेको देखिन्छ।

---

३ एक राष्ट्रिय सञ्चार माध्यमका पूर्वसम्पादकसँग २०७९ माघ १७ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित।

यसैगरी २०७८ साल साउन ८ गते कान्तिपुर दैनिकमा कोकाकोला उत्पादन कम्पनीमाथि राजस्वको छानविन शीर्षकमा एक समाचार प्रकाशित भएको थियो (आचार्य, २०७८)। उक्त समाचारमा ७६ प्रतिशत सेयरवाला विदेशी कम्पनी विदेशमै बिक्री गरेर नेपालको आयकर ऐनअनुसार २५ प्रतिशत पुँजीगत लाभ कर छल्न खोजिएको उल्लेख छ। यसैगरी हिमालखबरले २०७७ मङ्सिर ३० मा “कोकाकोलामा पनि एनसेलमा जस्तै पुँजीगत लाभकर छलीको आशङ्का, राजस्व अनुसन्धानले छानविन गर्दै” शीर्षकमा अनलाइनमा समाचार प्रकाशित गरेको थियो (हिमालखबर, २०७७)। यसरी केही मिडियाले समाचार प्रकाशित गरे पनि यस घटनाको बारेमा फलोअप समाचार खासै प्रकाशित भएको/गरेको देखिँदैन। यसबाहेकका अधिकांश राष्ट्रिय दैनिकले कोकाकोलाको कर छलीबारे समाचार प्रकाशन गरेका देखिँदैन।

मूलधारका सञ्चार माध्यमले कोकाकोला काण्डलाई खास महत्त्व नदिए पनि वैकल्पिक धारको सञ्चार माध्यम टक्सार आर्थिक म्यागाजिनले नियमितरूपमा यस घटनाको विषयमा फलोअप समाचार प्रकाशित गरिरहयो। टक्सार म्यागाजिनकै अङ्क ५, भदौ २०७८ मा प्रधानसम्पादक बुढाथोकीले कोकको अर्को गोलमाल शीर्षकमा ४ पृष्ठ लामो रिपोर्ट प्रकाशित गरेका थिए। उक्त रिपोर्टमा नेपालका औपचारिक सरकारी अभिलेखहरूमा भने कोकाकोला कम्पनीले गरेको लगानी कति हो भन्ने अभिलेखसमेत नभेटिएको तथ्य उल्लेख छ। यसैगरी कम्पनीले नाकाबन्दी देखाएर १० करोडको बिमा दाबी भुक्तानी गरेको तथ्यसमेत सार्वजनिक गरेको थियो।

यसपछि टक्सार म्यागाजिनको अङ्क ८, मङ्सिर २०७८ मा बुढाथोकीकै बाइलाइनमा कोकमाथि रु. ५ अर्ब कर छलीको फन्दा शीर्षकमा आवरणसहित ४ पृष्ठको सामग्री प्रकाशित भएको थियो। उक्त रिपोर्टले राजस्व अनुसन्धान विभागले आफ्नो अनुसन्धान सकेर रायका लागि २०७८ भदौको अन्तिम साता सरकारी वकिलको कार्यालयमा अभियोजन फाइल पठाएको तर त्यहाँबाट विभिन्न प्राविधिक कारण जनाउँदै सो फाइल विभागमा २०७८ मङ्सिरसम्म पनि फिर्ता नपठाएको

तथ्य सार्वजनिक गरेको थियो। यसैगरी, कोकाकोलाको कर छलीको तथ्य आमसञ्चार माध्यममार्फत सार्वजनिक भएपछि कूटनीतिक तथा राजनीतिक चलखेल के/कसरी भयो भन्ने सवाललाई समेत उक्त आवरण सामग्रीमा समेटिएको छ। यसैगरी सोही अङ्कमा भारतको जम्सेधपुरस्थित कमानी ग्रुप अफ इन्डस्ट्रिजका अध्यक्ष नकुल डि. कमानीसँग कोकाकोलाकै विषयमा केन्द्रित रहेर ४ पृष्ठ ढाक्ने गरी अन्तर्वार्तासमेत प्रकाशन गरेको छ। उक्त अन्तर्वार्तामा बोटलर्स नेपालमार्फत नेपालमा गरेको लगानी, उक्त कम्पनीमा दरबारसँगको व्यापारिक साझेदारीलगायतका विषयवस्तु समेटिएको थियो।

टक्सार आर्थिक म्यागेजिनले एकपछि अर्को गर्दै नियमितरूपमा कोकाकोलाको कर छलीको बारेमा फलोअप सामग्री प्रकाशित गरिरहयो। तर यस अवधिमा पनि नेपालका मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले यस घटनालाई देखेको नदेख्यै गरिरहे। राजस्व अनुसन्धान विभागले स्वामित्व किनबेच प्रकरणमा छानविन अगाडि बढाएर मुद्दा अभियोजन प्रक्रिया अगाडि बढाएलगत्तै आन्तरिक राजस्व विभागले बोटलर्स नेपालसहितका कम्पनीको बक्यौता करहरू र अन्य लाभकरको पुन: मूल्याङ्कन गर्ने प्रक्रिया अगाडि बढाएको थियो। बोटलर्स नेपालले आर्थिक वर्ष २०६५/०६६ देखिकै मूल्य अभिवृद्धि कर (भ्याट), आयकरसहितको बक्यौता कर नतिरी सो कम्पनी पुनरावेदनमा गएको थियो। उक्त समयमा कम्पनीले करिब १२ करोड रुपियाँ बक्यौता कर नतिरी लामो समयदेखि पुनरावेदनमा गएको तथ्यसमेत सार्वजनिक भएको थियो। तर यस्ता सवालमा मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले वास्ता नै गरेनन्। नेपालको आमसञ्चार माध्यमसम्बन्धी अध्ययन गरिरहेका एकजना अध्येता भन्छन्-

> *'नेपालको मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले कर्पोरेट क्षेत्रको आर्थिक अनियमितताको बारेमा समाचार ब्रेक गरेको, ब्रेक भएका समाचारहरूलाई थप अनुसन्धान गरी प्रकाशन तथा प्रसारण गरेका घटनाहरू निकै कम छन्। यसमा सम्पादकीय समूहको भन्दा पनि व्यवस्थापक तथा लगानीकर्ताहरूले निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रमा भएका आर्थिक अनियमिततालाई प्रकाशन*

तथा प्रसारणमा अप्रत्यक्षरूपमा प्रभाव पारिरहेका हुन्छन् । कतिपय अवस्थामा व्यापारिक स्वार्थ बाभिएको हकमा भने यस्ता घटना सार्वजनिक हुने गर्छन् ।'[४]

कोकाकोला काण्डमा नेपालको अवस्था पनि यस्तै रह्यो । कर्पोरेट क्षेत्र भ्रष्टाचार काण्डका रूपमा चर्चित कोकाकोलाको सम्बन्धमा छानविन चलिरहँदा, तथा यसमा कम्पनी दोषी देखिएर मुद्दा दायर गर्ने अवस्थामा पुग्दासमेत मूलधारका सञ्चार माध्यमले यसलाई महत्त्व दिएनन्। मूलधारका सञ्चार माध्यमले रहस्यमय मौनता साँधिरहे । टक्सार म्यागाजिन भने अघि बढिरह्यो । अन्ततः २०७८ फागुन २८ गते राजस्व अनुसन्धान विभागले उच्च अदालत पाटनमा कोकाकोलाको नेपालस्थित बोटलिङ प्लान्ट बोटलर्स नेपालको ७६ प्रतिशत सेयर स्वामित्व नेपाल सरकार र नेपालका नियमनकारी निकायलाई जानकारी नदिइ किनबेच गरी कर छली गरेको आरोपमा मुद्दा दायर गऱ्यो जसमा विभागले स्वामित्वमा किनबेच प्रकरणमा छली भएको आय कर, पुँजीगत लाभ करसहित बिगो रकम ३ अर्ब ७१ करोड ८१ लाख ५० हजार कायम गरी बिगोको शतप्रतिशत जरिवानासहित ७ अर्ब ४३ करोड ८३ लाख ८ सय २२ रुपियाँ र त्यसको ब्याजसमेत तथा कैद सजायसमेतको माग गरेर अभियोगपत्र दायर गऱ्यो । कोकाकोलाको कर छलीको बारेमा अनुसन्धानदेखि मुद्दासम्मको घटनाक्रमलाई समेटेर टक्सार म्यागजिनले अङ्क १२ चैत २०७८ मा ४ पृष्ठको फलोअप सामग्री प्रकाशन गरेको थियो ।

राजस्व अनुसन्धान विभागले बोटलर्स नेपालविरुद्ध उच्च अदालत पाटनमा मुद्दा दायर गरिसकेपछि भने प्रायजसो आमसञ्चार माध्यमले समाचार प्रकाशित गरेका पाइन्छ जसमा हिमालखबर (२०७८) ले कोकाकोलाविरुद्ध ७ अर्ब ४३ करोडको कर छली मुद्दा शीर्षकमा समाचार प्रकाशित गरेको थियो ।

[४] काठमाडौँस्थित क्याम्पसमा अध्यापनरत अध्येतासँग २०७९ फागुन ३ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

कोकाकोला काण्डमा मूलधारका सञ्चार माध्यमको मौनताका कारणहरू

१. विज्ञापन

कोकाकोलाको कर छलीको समाचार मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले प्राथमिकताका साथ प्रकाशन/प्रसारण नगर्नुपछाडिको सबै भन्दा महत्त्वपूर्ण कारण विज्ञापन रहेको देखिन्छ । नेपालको विज्ञापन बजारको महत्त्वपूर्ण हिस्सा अहिले पनि बोटलर्स कम्पनीको छ । एकजना जानकारका अनुसार कोकाकोलाका विभिन्न उत्पादनले मात्रै वार्षिक ३० करोड रुपियाँको विज्ञापन कारोबार गर्छन् । त्यसैले मूलधारका सञ्चार माध्यमले कोकाकोलासँग सम्बन्ध विग्रिएमा आम्दानीको ठूलो हिस्सा गुमाउनुपर्छ भन्ने डरले पनि यस्ता कर छलीका घटना प्रकाशन/प्रसारण गर्न डराउने गर्छन् । यस अध्ययनको क्रममा कुराकानी गरिएका सम्पूर्ण उत्तरदाताले कोकाकोला नेपालका सम्पूर्ण मूलधारका सञ्चार माध्यमको विज्ञापनको प्रमुख स्रोत भएको कारण उक्त कम्पनीले गरेको कर छली तथा आर्थिक अनियमितताका सम्बन्धमा समाचार प्रकाशन/प्रसारण गर्ने कार्यमा व्यवस्थापनले असहयोग गरेको बताएका थिए ।

यस अध्ययनका क्रममा अन्तर्वार्ता गरिएकामध्ये एकजना सम्पादकले कर छलीको बारेमा राजस्व अनुसन्धान विभागको छानविन सुरु भएपछि कम्पनीले मूलधारका सञ्चार माध्यममा विज्ञापनको मात्रासमेत बढाएको बताएका थिए । आम्दानीको ठूलो स्रोतले गरेको कर छलीको सम्बन्धमा समाचार सार्वजनिक गर्न सञ्चार माध्यमलाई असहजसमेत भएको कारण त्यति ठूलो रकम सम्बन्धमा समाचार प्राथमिकताका साथ प्रकाशित नभएको उनको भनाइ थियो । त्यसैले सञ्चार माध्यमका व्यवस्थापक तथा लगानीकर्ताले उक्त कर छलीको सम्बन्धमा समाचार प्रकाशन तथा प्रसारणमा अदृश्यरूपमा अङ्कुश लगाएका देखिन्छ । कोकाकोलाको कर छलीबारे एउटा समाचार प्रकाशित भएपछिको अवस्थालाई चित्रण गर्दै एक समाचारदाता भन्छन्–

> *'कोकाकोला कम्पनीले कर छली गरेकोबारेमा म काम गर्ने सञ्चार माध्यममा एउटा छोटो समाचार लेखेको थिएँ । उक्त*

समाचार प्रकाशित भएपछि व्यवस्थापकबाट सम्पादकमार्फत त्यसको फलोअप सामग्री प्रकाशित नगर्नका लागि आग्रह आयो । राजस्व अनुसन्धान विभागले गरिरहेको छानबिन, त्यसको अवस्थालगायतका सवालमा थप तथ्यको खोजी गरिरहेको समयमा मलाई उक्त कर छलीको समाचार अगाडि नबढाउनका लागि "विशेष प्रकृति" को आग्रह आएको थियो। त्यसपछि मैले उक्त समाचारको फलोअप सामग्री नै लेखिन।''[५]

यसरी हेर्दा कर्पोरेट क्षेत्रमा हुने आर्थिक अनियमितता, कर छली तथा भ्रष्टाचारबारे विज्ञापनका कारण आमसञ्चार माध्यमले समाचार प्रकाशित नगर्ने र समाचार लुकाउने गरेको देखिन्छ ।

२. कर्पोरेट सम्बन्ध

मिडिया सञ्चालक र कर्पोरेट क्षेत्रका अन्य कम्पनीका सञ्चालकहरूको बीचमा बलियो सम्बन्ध हुन्छ । कतिपय सञ्चार माध्यमका सञ्चालक र अन्य व्यापारिक घरानाबीच व्यापारिक साझेदारीसमेत स्थापित भएका देखिन्छन् । यस किसिमको कर्पोरेट नेक्ससले गर्दा कतिपय निजी क्षेत्रले गरेको कर छली तथा अनियमितताका घटनाहरू आमसञ्चार माध्यममा या प्रकाशित/प्रसारित नै हुँदैनन् या त निकै कम महत्त्व र प्राथमिकता दिइन्छ । मिडिया सञ्चालक र सम्बन्धित कम्पनीबीच व्यापारिक सम्बन्धमा केही समस्या आएमाबाहेक निजी क्षेत्रको आर्थिक अनियमितता तथा कर छलीका सवाल आमसञ्चार माध्यममा प्रकाशन/प्रसारण हुने अवस्था रहँदैन । यस अध्ययनका क्रममा अन्तर्वार्ता गरिएका १ जना सम्पादक, १ जना पूर्वसम्पादक र ४ जना समाचारदाताले आफ्नो मिडिया सञ्चालकको अन्य क्षेत्रमा समेत लगानी भएको बताएका थिए। लगानी नै नभएको अवस्थामा पनि कतिपय मिडिया लगानीकर्ताको अन्य व्यापारिक घरानासँग पारिवारिक तथा व्यावसायिक सम्बन्ध हुने भएकाले कर्पोरेट

[५] काठमाडौँको एक मूलधारको सञ्चार माध्यममा कार्यरत समाचारदातासँग २०७९ फागुन ४ गते गरिएको कुराकानीमा आधारित ।

क्षेत्रमा भएको कर छली, अनियमिततालगायतका घटना सार्वजनिक नहुने गरेको अनुभव उनीहरूले सुनाएका थिए ।

करिब साढे २ दशक मूलधारको पत्रकारिता गरेका टक्सार म्यागेजिनका प्रधानसम्पादक गजेन्द्र बुढाथोकीसँग कर्पोरेट क्षेत्रको कर छली तथा आर्थिक अनियमितताको बारेमा लेखिएका समाचार “किल” भएका कैयौँ दुखद् अनुभव छन् । मूलधारको पत्रिकामा व्यापारीहरूको लगानी छ भने कतिपय मिडिया व्यवसायी अन्य व्यावसायिक घरानासँगको साझेदारीमा व्यवसाय गरिरहेका छन् । त्यसैले गर्दा आफूले लेखेका कतिपय निजी क्षेत्रको कर छली, भन्सार छली, लाभ कर छली, अन्त:शुल्क छलीका समाचार प्रकाशित नभएको उनले बताए। एकपटक त निजी व्यवसायिक घरानाको भन्सार छलीबारे समाचार लेखेकामा उक्त समाचार “किल” भएको र सोही कारण जागिरबाट झण्डै निकालिनुपरेको अनुभवसमेत सङ्गालेका छन्। कोकाकोलाको कर छलीको सन्दर्भमा पनि यो अवस्था देखिन्छ ।

३. राजनीतिक मौनता

कोकाकोला कम्पनीको कर छली प्रकरणमा राजनीतिक दलको मौनताले धेरै प्रश्न उठाएको छ । नेपालका राजनीतिक दलले उक्त कर छली प्रकरणबारे औपचारिकतवरले सार्वजनिकरूपमा आवाज उठाएका पाइँदैन। एक राष्ट्रिय दैनिकका सम्पादकका अनुसार कोकाकोला कम्पनीको कर छली प्रकरणलाई कुनै पनि राजनीतिक दलले सार्वजनिकरूपमा उठाउन चाहेनन्, संसद्मा बहसको विषय बनाउन चाहेनन्, संसद्मा यस प्रकरणमा छलफल गरी थप छानविन गर्ने कार्य अगाडि बढाउन चाहेनन् । कोकाकोला जस्ता बहुराष्ट्रिय ठूला कम्पनीले आमसञ्चार माध्यमलाई मात्र नभई राजनीतिक दल र तिनका नेतालाई समेत आर्थिक सहायता र चन्दाको नाममा सहयोग गरेको हुन सक्ने ती सम्पादकको भनाइ थियो। संसद्मा छलफल भएको भए यो विषयमा कम्तीमा मिडियाले समाचार सामग्री प्रकाशन तथा प्रसारण गर्ने थिए । यसरी राजनीतिक दल र तिनका नेता अर्थात् सांसद् पनि समाचार प्रकाशित नहुनुमा अप्रत्यक्षरूपमा

सहयोगी बनिदिए। बहुराष्ट्रिय कम्पनीहरूले नेपालको आमसञ्चार माध्यम र राजनीतिक दलका नेताहरूसँग कस्तो सम्बन्ध स्थापित गरेका हुन्छन् भन्ने कुरा कोकाकोला कम्पनीले प्रष्ट देखाएको ती सम्पादकको भनाइ थियो। निजी क्षेत्रमा हुने कर छलीका घटना राजनीतिक प्राथमिकतामा नै नपरेपछि आमसञ्चार माध्यमको पनि ध्यान नपुगेको देखिन्छ।

कर्पोरेट क्षेत्रका भ्रष्टाचार र मिडिया : सिद्धान्त र तथ्यको सम्बन्ध

अठारौँ शताब्दीको अन्त्यदेखि निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रको भूमिका अत्यन्तै बढ्दै गएको छ। अझ सन् १९८० को दशकमा सुरु भएको नवउदारवादी विश्व अर्थव्यवस्थामा त कर्पोरेट क्षेत्रको योगदान र भूमिका महत्त्वपूर्ण छ। यसपछिको अर्थव्यवस्थाको सबलीकरणका लागि निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रको विकास र विस्तार अपरिहार्य बन्दै गएको छ। निजी क्षेत्रले आफ्नो व्यवस्थापकीय क्षमताका आधारमा दक्षतापूर्वक सेवा र वस्तु उत्पादन गरिरहेका छन्। पछिल्लो समय निजी क्षेत्रको भूमिका मात्र विस्तार भएको छैन, उनीहरूको क्षमता र दक्षता पनि अभूतपूर्वरूपमा बढेको छ ।

अबेद र गुप्ता (सन् २००२) का अनुसार सन् १९९० को दशकपछि आर्थिक कारोबारमा निजी क्षेत्रले सरकारलाई पछाडि पारेको छ। कतिपय ठूला निजी व्यावसायिक सङ्गठनको वार्षिक आम्दानी कतिपय देशको समग्र बजेट भन्दा धेरै छ। त्यसैले निजी क्षेत्रले पैसाका माध्यमबाट शक्ति हासिल गर्छ। पौडेल (२०७७) का अनुसार निजी क्षेत्रको आर्थिक कारोबारमा करबाहेक अन्य विषयमा सरकारी नियमन हुँदैन। यस कारण निजी क्षेत्रलाई पैसा परिचालन गर्न अत्यन्तै सहज हुन्छ। निजी क्षेत्रले जति धेरै पैसा परिचालन गर्न सक्छ उति नै धेरै शक्ति हासिल गर्छ। ठूलो व्यवसाय गर्नेसँग ठूलो परिमाणमा साधन र स्रोत हुन्छ र त्यसैको आडमा आफ्ना अन्य आर्थिक अनियमितता, कर छलीलगायतका सवाल लुकाउने प्रयत्न गरिरहेको हुन्छ।

पौडेल (२०७७) ले भने जस्तै कोकाकोला पनि आफूसँग भएको साधन र स्रोत परिचालन गरी नेपालका मूलधारका भनिएका अखवार तथा अन्य सञ्चार माध्यममा कर छलीको समाचार लुकाउन सफल

भएको देखिन्छ । निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रमा रहेको पैसाको शक्तिलाई कर्पोरेटोक्रेसीका रूपमा लिने गरिन्छ (साक्स, सन् २०१२) । निजी क्षेत्रले निर्वाचनको समयमा राजनीतिक दल र तिनका उमेदवारलाई आर्थिक सहयोग उपलब्ध गराउँछ। अन्य समयमा आमसञ्चार माध्यमलाई विज्ञापन उपलब्ध गराउँछ । कतिपय अवस्थामा मिडिया सञ्चालक, व्यवस्थापक तथा सम्पादकसँग समेत विभिन्न बाटोबाट नजिकको सम्बन्ध राखेको हुन्छ । जसले गर्दा निजी कम्पनीले आफ्नो व्यवसायको प्रतिकूल नहुने गरी वा आफूलाई अनुकूल हुनेगरी सार्वजनिक निकाय वा पदाधिकारीलाई सङ्गठितरूपमा प्रभावित गर्न लबिङ गर्ने वा स्वार्थी समूहलाई आर्थिक सहयोगसमेत उपलब्ध गराएको हुन्छ ।

यसैगरी गोर (सन् २०१३) ले निजी व्यवसायको पैसा राजनीतिक शक्तिमा पुऱ्याउने कार्य व्यवसायीले गर्ने उल्लेख गरेका छन् । उनका अनुसार पैसाबाट हासिल गरिएको राजनीतिक शक्तिलाई व्यवसायीले सरकारबाट व्यवसायका लागि करमा छूट दिन उपयोग गर्ने गर्छन् र सरल नियम कानुन बनाउन लगाएर वा कर छूट, छली गरी सरकारी नियमनबाट आफूलाई मुक्त पार्छन्। साक्स (सन् २०१२) पैसाको बलमा प्राप्त राजनीतिक शक्तिलाई व्यवसायीले थप आर्थिक उपार्जन गर्ने कार्यमा उपयोग गर्छन् जसबाट राजनीतिमा लगानी भएको पैसा थप ठूलो आकारमा निजी व्यवसायमै फर्कन्छ भन्ने धारणा राख्छन्। नेपालको अवस्था पनि यस्तै देखियो। कोकाकोलाको कर छलीका सम्बन्धमा नेपालको राजनीतिक दलहरूले पनि अर्थपूर्णरूपमा मौनता साँधेका देखिन्छ। उनीहरूले संसद्मा र सडकमा यस सवालमा आवाज उठाउनै सकेनन्। जुन साक्सले भने जस्तै पैसाको बलमा राजनीतिक शक्तिलाई समेत व्यवसायीले आफूअनुकूल उपयोग गरेको जस्तो देखिन्छ ।

निजी तथा कर्पोरेट क्षेत्रमा भएका आर्थिक अनियमितता, कर छलीलगायतका कारोबारलाई अधिकांश देशले भ्रष्टाचारको परिभाषाभित्र राखेका पाइँदैन। निजी क्षेत्रका यस किसिमका गतिविधिले कर्मचारीतन्त्र, राजनीतिक क्षेत्र, सञ्चार माध्यमलगायतका सम्पूर्ण क्षेत्र नै भ्रष्ट हुने अवस्था निर्माण हुन पुग्छ। फुकुयामा (सन् २०१४) ले

यस अवस्थालाई प्रजातन्त्रमा भ्रष्टाचार भनेका छन् । एकरम्यान (सन् १९९९) ले जुन देशमा अदालत कमजोर र सरकार अप्रभावकारी छ त्यहाँ भ्रष्टाचार नियन्त्रणका लागि गरिने सुधार निराशाजनक हुने उल्लेख गरेका छन् । कतिपय अवस्थामा आमसञ्चार माध्यम पनि भ्रष्टाचार नियन्त्रणका सुधारलाई सघाउने भन्दा पनि प्रपोगान्डा फैलाउने किसिमका काम गर्छन् ।

निष्कर्ष

भ्रष्टाचार भनेको सार्वजनिक उत्तरदायित्व बोकेको व्यक्तिले व्यक्तिगत लाभ तथा फाइदाका लागि आफूमा निहित अधिकारको दुरुपयोग वा साटफेर गर्ने प्रक्रिया हो । सार्वजनिक अधिकारी र निजी क्षेत्रबीचको नियोजित कारोबारबाट भ्रष्टाचारजन्य कार्य हुने गर्छ । भ्रष्टाचारका २ ठूला क्षेत्र छन्- सार्वजनिक र निजी। विश्वभर नै आमसञ्चार माध्यमको प्राथमिकतामा सार्वजनिक क्षेत्रको आर्थिक अनियमितता तथा भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलाप परिरहेका छन् भने निजी क्षेत्रको भ्रष्टाचारबारे मूलधारका सञ्चार माध्यमले कम प्राथमिकता दिएको देखिन्छ ।

आधुनिक समाजमा विकास र समृद्धिको मुख्य संवाहकका रूपमा निजी क्षेत्रलाई ठम्याइएको छ । निजी क्षेत्र सबै देशको अर्थव्यवस्थाको मुख्य स्तम्भ बनिसकेको छ। त्यसैले संसारभर निजी क्षेत्रलाई विकास तथा समुन्नतिको आधारस्तम्भका रूपमा लिने गरिन्छ । नेपालको संविधानको धारा ५० को उपधारा ३ ले तीव्र आर्थिक वृद्धिका ३ आधारमध्ये निजी क्षेत्रलाई एक मानेको छ। तर यही निजी क्षेत्र रातारात बढी भन्दा बढी नाफा कमाउने लालसामा कर छली तथा भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलापमा संलग्न देखिन्छ । तर विज्ञापन तथा छाया लगानी, कर्पोरेट सम्बन्ध, राजनीतिक मौनतालगायतका कारण निजी क्षेत्रको कर छली तथा भ्रष्टाचारजन्य क्रियाकलापबारे मूलधारका आमसञ्चार माध्यमले समाचार प्रकाशन तथा प्रसारण नगर्ने गरेको देखिन्छ ।

सन्दर्भ सामग्री

आचार्य, कृष्ण । २०७८। कोकाकोला उत्पादक कम्पनीमाथि राजस्वको छानबिन। Retrieved Janauary 23, 2023 from https://ekantipur.com/business/2021/07/23/162700353610027540.html

पौडेल, शरदचन्द्र। २०७७। भ्रष्टाचार : कारण, परिणाम र नियन्त्रणका उपाय। काठमाडौँ : साङ्ग्रिला बुक्स।

हिमालखबर। २०७८। कोकाकोलाविरुद्ध ७ अर्ब ४३ करोडको कर छली मुद्दा। Retrieved Janauary 23, 2023 from https://www.himalkhabar.com/news/128781

हिमालखबर। २०७७। कोकाकोलामा पनि एनसेलमा जस्तै पुँजीगत लाभकर छलीको आशङ्का, राजस्व अनुसन्धानले छानबिन गर्दै। Retrieved Janauary 23, 2023 from https://www.himalkhabar.com/news/121381

ज्ञवाली, कृष्ण। २०७८। ५ अर्ब राजस्व छलीको फाइल ३ महिनादेखि सरकारी वकिलको टेबुलमा। Retrieved Janauary 23, 2023 from https://www.onlinekhabar.com/2021/12/1058987

Albisu Ardigo, I. 2014. Literature Review of Corruption in Tax and Customs Authorities. Transparency International.

Barnett, Steven. 2010. What's Wrong with Media Monopolies¿ a Lesson from History and a New Approach to Media Ownership Policy, LSE Media Electronic Working Papers.

Besley, Timothy and Andrea Prat. 2006. Handcuffs for the Grabbing Hand¿ Media Capture and Government Accountability. American Economic Review, 96(3): 720-36

Brunetti, Aymo and Weder, Beatrice 2003. The Free Press Is Bad News for Corruption. Journal of Public Economics, 87(7-8): 1801-24.

Coronel, Sheila. 2010. Corruption and the Watchdog Role of the News Media.

Correctiv. 2017. Dubiose U-Boot-Deals mit Tradition.

Drüeke, Ricarda 2018: Medien, Öffentlichkeit und Demokratie: Zur Watchdog-Funktion von Medien

Fardigh, M., Andersson,E., and Oscarsson, H. 2011. Reexamining

the Relationship Between Press Freedom and Corruption. http://www.qog.pol.gu.se/digitalAssets/1357/1357841_2011_13_fardigh_andersson_oscarsson.pdf

Färdigh, Mathias A., 2013: What's the Use of a Free Media – The Role of Media in Curbing Corruption and Promoting Quality of Government.

Freille et al. 2007. A Contribution to the Empirics of Press Freedom and Corruption. http://personalpages.manchester.ac.uk/staff/emranul.haque/ejpe_% 20press%20freed%20and%20corruption_dec2007.pdf

Herman E.S. and Chomsky N. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media. USA: Pantheon Books.

Ibelema, Minabere. 2008. The African Press, Civic Cynicism, and Democracy, Palgrave Macmillan New York

Jenkins, M. 2018. Corruption Risks in Tax Administration, External Audits and National Statistics. Transparency International Anti-Corruption Helpdesk.

Martini, Marie, and Dieter Zinnbauer (2014). Regulating Private-to-Private Corruption. Berlin: Transparency International. Retrieved January 1, 2023 from www.transparency.org/files/content/corruptionqas/Regulating_private_to_private_corruption_2014.pdf

McDevitt, A. 2015. Combatting Corruption in Tax and Customs Administration in Asia Pacific. U4 Anti-Corruption Resource Center.

Mendes, Maria. 2013. Overview of Corruption in the Media in Developing Countries, Transparency International U4 Expert Answer

Morgner, M. and Chêne, M. 2014. Tax Administration and Corruption. Topic guide. Transparency International Anti-Corruption Helpdesk.

Nogara, M. 2009. "Role of media in curbing corruption: the case of Uganda under President Yoweri K. Museveni during the 'no-party' system." DESA Working Paper Series no. 72. Retrieved January 10, 2023 from http://www.un.org/esa/desa/papers/2009/wp72_2009.pdf

Norris, P and Odugbemi, S. 2010. "Assessing the Extent to Which the News Media Act as Watchdogs, Agenda Setters and Gatekeepers". In Public Sentinel. News Media and Governance Reform, edited by Pippa Norris, 379-394. World Bank: Washington D.C. http://issuu.com/world.bank.publications/docs/9780821382004

Pring, C. 2017. Corruption: Citizens' Voices from Around the World. Global Corruption Barometer. Transparency International.

Rahman, A. 2009. Tackling Corruption through Tax Administration Reform. Investment climate in practice; No. 3. World Bank, Washington DC.

Ramaprasad et al. 2018. Ethics – Ideals and Realities, in: Contemporary BRICS Journalism – Non-Western Media in Transition, edited by Pasti, Svetlana and Ramaprasad, Jyotika, Routledge London/New York

Rose-Ackerman, Susan (2007). Measuring Private Sector Corruption. Bergen, Norway: U4 Anti-Corruption Resource Centre, Chr. Michelsen Institute. » Retrieved January 1, 2023 from www.u4.no/publications/measuring-private-sector-corruption/.

Schiffrin, Anya. 2014. Global Muckraking – 100 Years of Investigative Journalism from Around the World, The New Press, London New York

Spence, H., 2008. "Corruption in the Media". International Journal of Applied Philosophy 22 no.1: 231-241. http://secure.pdcnet.org/ijap/content/ijap_2008_0022_0002_0231_0241

Abed, G.T. and Gupta S. (2002) (ed.). *Governance, Corruption and Economic Performance.* International Monitory Fund, Washington DC, Chapter-1.

Sach, J. (2012). *The Price of Civilization.* London: Vintage Books.

Gore, A. (2013). *The Future.* UK: WH Allen.

Fukuyama, F. (2014). *Political Order and Political Decay.* UK London: Profile Books.

Ackerman, S.R. (1999). *Corruption and Government.* USA: Cambridge University Press.

लेखक परिचय

डा.कुन्दन अर्याल : सहप्राध्यापक अर्याल पत्रकारिता तथा आमसञ्चार केन्द्रीय विभाग, त्रिभुवन विश्वविद्यालयका विभागीय प्रमुख तथा स्वतन्त्र पत्रकार हुन् ।

चेतना कुँवर : सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपालमा मिडिया अनुसन्धानमा संलग्न कुँवर काठमाडौं विश्वविद्यालयबाट विद्यावारिधि गर्दैछिन् ।

जनार्दन नेपाल : विभिन्न गैरसरकारी संस्थामा करिव दुई दशक अनुभव हासिल गरेका नेपाल विकास, परामर्श र अनुसन्धानको क्षेत्रमा सक्रिय छन् ।

तिलक पाठक : दुई दशक पत्रकारिताको अनुभव सङ्गालेका पाठक पत्रकारिताको अध्ययन-अध्यापन र अनुसन्धान क्षेत्रमा सक्रिय छन् ।

तेजमान श्रेष्ठ : संवैधानिक कानुन तथा अन्तर्राष्ट्रिय मानव अधिकार कानुनमा दख्खल राख्ने अधिवक्ता श्रेष्ठ नेपाल ल क्याम्पस, कानुन सङ्काय, त्रिभुवन विश्वविद्यालयमा उपप्राध्यापक छन् ।

दीपक अर्याल : दुई दशकदेखि पत्रकारिता तथा मिडिया अध्ययन-अध्यापनमा सक्रिय अर्याल अनुसन्धान र लेखनमा संलग्न छन् ।

डा. दिपेशकुमार घिमिरे : भ्रष्टाचार र अविकास शीर्षकमा विद्यावारिधि गरेका घिमिरे त्रिभुवन विश्वविद्यालय समाजशास्त्र केन्द्रीय विभाग कीर्तिपुरका उपप्राध्यापक हुन् ।

भुवन केसी : दुई दशक पत्रकारिताको अनुभव सङ्गालेका केसी मिडिया, राजनीतिलगायत विषयको अध्ययन तथा अनुसन्धानमा सक्रिय छन् ।

राजीवरञ्जन सिंह : त्रिभुवन विश्वविद्यालयबाट समाजशास्त्रमा स्नातक गरेका सिंह अनुसन्धानमा सक्रिय छन् ।

सगुन लोथ्याल : त्रिभुवन विश्वविद्यालय, पत्रकारिता तथा आमसञ्चार केन्द्रीय विभागमा स्नातकोत्तर तह अध्ययन गरेकी लोथ्याल सेन्टर फर मिडिया रिसर्च-नेपालमा इन्टर्नका रूपमा काम गरेकी थिइन् ।

हरिबहादुर थापा : वरिष्ठ पत्रकार थापा राजनीति, प्रशासन र संसदीय ममिलासम्बन्धी पुस्तक लेखन तथा अनुसन्धानमा सक्रिय छन् ।

www.research.butmedia.org

9 789937 171359 >