

প্রাককথন

নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের স্নাতকোত্তর শ্রেণির জন্য যে পাঠক্রম প্রবর্তিত হয়েছে, তার লক্ষণীয় বৈশিষ্ট্য হ'ল প্রতিটি শিক্ষার্থীকে তাঁর পছন্দমতো কোনো বিষয়ে উচ্চশিক্ষা গ্রহণের সুযোগ করে দেওয়া। এক্ষেত্রে ব্যক্তিগতভাবে তাঁদের গ্রহণক্ষমতা আগে থেকেই অনুমান করে না নিয়ে নিয়ত মূল্যায়নের মধ্য দিয়ে সেটা স্থির করাই যুক্তিযুক্ত। সেই অনুযায়ী একাধিক বিষয়ে পাঠ-উপকরণ রচিত হয়েছে ও হচ্ছে—যার মূল কাঠামো স্থিরীকৃত হয়েছে একটি সুচিন্তিত পাঠক্রমের ভিত্তিতে। কেন্দ্র ও রাজ্যের অগ্রগণ্য বিশ্ববিদ্যালয় সমূহের পাঠক্রম অনুসরণ করে তার আদর্শ উপকরণগুলির সমন্বয়ে রচিত হয়েছে এই পাঠক্রম। সেইসঙ্গে যুক্ত হয়েছে অধ্যাতব্য বিষয়ে নতুন তথ্য, মনন ও বিশ্লেষণের সমাবেশ।

দূর-সঞ্চরী শিক্ষাদানের স্বীকৃত পদ্ধতি অনুসরণ করেই এই সব পাঠ-উপকরণ লেখার কাজ চলছে। বিভিন্ন বিষয়ের অভিজ্ঞ পণ্ডিতমণ্ডলীর সাহায্য এ কাজে অপরিহার্য এবং যাঁদের নিরলস পরিশ্রমে লেখা, সম্পাদনা তথা বিন্যাসকর্ম সুসম্পন্ন হচ্ছে তাঁরা সকলেই ধন্যবাদের পাত্র। আসলে, এঁরা সকলেই অলক্ষ্য থেকে দূর-সঞ্চরী শিক্ষাদানের কার্যক্রমে অংশ নিচ্ছেন; যখনই কোনো শিক্ষার্থী এই পাঠ্যবস্তুনিচয়ের সাহায্য নেবেন, তখনই তিনি কার্যত একাধিক শিক্ষকমণ্ডলীর পরোক্ষ অধ্যাপনার তাবৎ সুবিধা পেয়ে যাচ্ছেন।

এইসব পাঠ-উপকরণের চর্চা ও অনুশীলনে যতটা মনোনিবেশ করবেন কোনো শিক্ষার্থী, বিষয়ের গভীরে যাওয়া তাঁর পক্ষে ততই সহজ হবে। বিষয়বস্তু যাতে নিজের চেষ্ঠায় অধিগত হয়, পাঠ-উপকরণের ভাষা ও উপস্থাপনা তার উপযোগী করার দিকে সর্বস্তরে নজর রাখা হয়েছে। এর পর যেখানে যতটুকু অস্পষ্টতা দেখা দেবে, বিশ্ববিদ্যালয়ের বিভিন্ন পাঠকেন্দ্রে নিযুক্ত শিক্ষা-সহায়কগণের পরামর্শে তার নিরসন অবশ্যই হতে পারবে। তার ওপর, প্রতি পর্যায়ের শেষে প্রদত্ত অনুশীলনী ও অতিরিক্ত জ্ঞান অর্জনের জন্য গ্রন্থ-নির্দেশ শিক্ষার্থীর গ্রহণ-ক্ষমতা ও চিন্তাশীলতা বৃদ্ধির সহায়ক হবে।

এই অভিনব আয়োজনের বেশ কিছু প্রয়াসই এখনও পরীক্ষামূলক—অনেক ক্ষেত্রে একেবারে প্রথম পদক্ষেপ। স্বভাবতই ত্রুটি-বিচ্যুতি কিছু কিছু থাকতে পারে, যা অবশ্যই সংশোধন ও পরিমার্জনার অপেক্ষা রাখে। সাধারণভাবে আশা করা যায়, ব্যাপকতর ব্যবহারের মধ্য দিয়ে পাঠ-উপকরণগুলি সর্বত্র সমাদৃত হবে।

অধ্যাপক (ড.) শুব শঙ্কর সরকার
উপাচার্য

প্রথম সংস্করণ : ফেব্রুয়ারি, 2021

ভারত সরকারের দূরশিক্ষা পর্ষদের বিধি অনুযায়ী মুদ্রিত।

Printed in accordance with the regulations
of the Distance Education Council, Government of India.

পরিচিতি

বিষয় : সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপনবিভাগ

স্নাতকোত্তর

পাঠক্রম : মডিউল : PGJMC

মডিউল ১-৪	রচনা	সম্পাদনা
	শ্রী অরিজিৎ ঘোষ অ্যাসিস্টেন্ট প্রফেসর (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন) মানববিদ্যা অনুযদ নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়	ড. বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য অ্যাসোসিয়েট প্রফেসর (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন) মানববিদ্যা অনুযদ নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

বোর্ড অফ স্টাডিস (সদস্যবৃন্দ)

অধ্যাপক শাশ্বতী গঙ্গোপাধ্যায়
প্রফেসর, গণজ্ঞাপন বিভাগ, বর্ধমান বিশ্ববিদ্যালয়, বর্ধমান

শ্রী মেহাশিস সুর
প্রবীণ সাংবাদিক, দূরদর্শন কেন্দ্র, কলিকাতা

ড. দেবজ্যোতি চন্দ
অ্যাসিস্ট্যান্ট প্রফেসর, গণজ্ঞাপন ও ভিডিওগ্রাফি বিভাগ,
রবীন্দ্র ভারতী বিশ্ববিদ্যালয়, কলিকাতা

ড. পল্লব মুখোপাধ্যায়
অ্যাসিস্ট্যান্ট প্রফেসর, সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ,
পশ্চিমবঙ্গ রাজ্য বিশ্ববিদ্যালয়, কলিকাতা

ড. বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
অ্যাসোসিয়েট প্রফেসর (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন)
মানববিদ্যা অনুযদ
নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়, কলিকাতা

শ্রী অরিজিৎ ঘোষ
অ্যাসিস্ট্যান্ট প্রফেসর (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন)
মানববিদ্যা অনুযদ
নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়, কলিকাতা

অধ্যাপক মনন কুমার মণ্ডল
ডিরেক্টর, মানববিদ্যা অনুযদ
নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়, কলিকাতা

ঘোষণা

এই পাঠ্যসংকলনের সমুদয় স্বত্ব নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের দ্বারা সংরক্ষিত। বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষের লিখিত অনুমতি ছাড়া এর কোনো অংশের পুনর্মুদ্রণ বা পুনরুৎপাদন এবং কোনো রকম উদ্ভৃতি সম্পূর্ণ নিষিদ্ধ।

মোহন কুমার চট্টোপাধ্যায়
নিবন্ধক



নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ

(স্নাতকোত্তর পাঠক্রম)

Semester : 1 PGJMC

CC-4 (মুদ্রণ সাংবাদিকতা)

মডিউল ১ সংবাদ প্রতিবেদন

একক ১	সংবাদ ধারণা	7
একক ২	ব্যখ্যামূলক প্রতিবেদন, তদন্তমূলক প্রতিবেদন-সংবাদপত্র / সংবাদ এজেন্সিগুলির প্রতিবেদনে পার্থক্য	33
একক ৩	সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং বিভাগ-রিপোর্টার, চিফ রিপোর্টার এবং চিফ অফ নিউজ ব্যুরোর কার্যকারিতা এবং গুণাবলী	45
একক ৪	সংবাদ সূত্রের ভূমিকা ও গুরুত্ব	59

মডিউল ২ বিশেষায়িত প্রতিবেদন

একক ১	সংবাদের শ্রেণিবিন্যাস	66
একক ২	ফিচার, সাক্ষাৎকার : প্রকার ও কৌশল, সম্পাদকীয়, অপ-এড পৃষ্ঠা, ক্রোড়পত্র	81
একক ৩	সমালোচনা : সঙ্গীত, পুস্তক, সিনেমা, নাট্য, প্রদর্শনী-ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং	96
একক ৪	চিত্র সাংবাদিকতা	110

মডিউল ৩ সম্পাদনা

একক ১	সম্পাদকীয় নীতি-বিভিন্ন গণমাধ্যমে বিভিন্ন শৈলীর ব্যবহার-সম্পাদনা বোঝাতে শব্দ বৈদ্যুতিন মাধ্যমসম্পাদনা-দৈনিক সংবাদপত্র, রবিবারের সংবাদপত্র এবং সাময়িকপত্র-পার্থক্যসমূহ-১ শৈলী, ২) আঙ্গিক, ৩) প্রেক্ষা, ৪) পছা	120
একক ২	সম্পাদকের সমস্যা : পক্ষপাত, চাপসমূহ	134
একক ৩	সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন	138
একক ৪	সংবাদ প্রবাহ এবং সম্পাদনা : দ্বারক্ষীদের ভূমিকা ও দায়িত্ব	147

মডিউল ৪ সম্পাদনা প্রক্রিয়া

একক ১	সংবাদ নিবাচন : সংবাদ মান এবং অন্যান্য পরামিতি	151
একক ২	সংবাদ কপি সম্পাদনা, সংবাদ রচনা (পরিষ্করণ এবং দৃশ্যায়ন)	155
একক ৩	শিরোনাম ও ইন্ট্রো	160
একক ৪	ম্যাগাজিন/সাময়িকী সম্পাদনা	169

মডিউল ১ : সংবাদ প্রতিবেদন

একক ১ □ সংবাদ ধারণা

গঠন

- ১.১ উদ্দেশ্য
- ১.২ প্রস্তাবনা
- ১.৩ সংবাদ
 - ১.৩.১ সংবাদের সংজ্ঞা
 - ১.৩.২ সংবাদের উৎস
 - ১.৩.৩ সংবাদের সূত্র
- ১.৪ সংবাদের রচনামূল্য ও উপস্থাপনা
 - ১.৪.১ সূচনা বা ইনট্রো করার নিয়ম
- ১.৫ সারাংশ
- ১.৬ অনুশীলনী
- ১.৭ গ্রন্থপঞ্জী

১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে সংবাদ কী ও প্রতিবেদন বা রিপোর্টিং কাকে বলে এবং সংবাদের রচনামূল্য বা পদ্ধতিই বা কেমন হবে সে সম্পর্কে আপনার পরিষ্কার একটি ধারণা হবে।

১.২ প্রস্তাবনা

এই একক পাঠে কিভাবে মানুষের ভাবের আদানপ্রদানের শুরু থেকেই সংবাদ লেনদেন প্রচলিত হতে থাকে এবং গণমাধ্যমের যুগ শুরু হওয়ার পর থেকে সংবাদ প্রচার ও পরিবেশনের ধারার কিভাবে বিবর্তন ও পরিবর্তন হয়, সংবাদের উপাদানই বা কী, এর উৎসই বা কী, কত রকম এর প্রকারভেদ, গরম খবর আর নরম খবরের কী পার্থক্য, সংবাদের রচনামূল্য ও উপস্থাপনার ছক্ কেমন হবে, কিভাবে সংবাদের সূচনা লিখতে হয় যাতে নির্দিষ্ট সংবাদ-সংক্রান্ত মৌলিক প্রশ্নের (কে, কী, কেন, কবে, কোথায় এবং কীভাবে) উত্তর সম্পর্কে পাঠককে অবহিত করা যায় ইত্যাদি বিষয়ে আপনার যে ধারণা তৈরী হবে তার

সাহায্যে আপনি সংবাদ মাধ্যমে, বিশেষত সংবাদপত্রে, নিজের ভাষায় প্রতিবেদন লিখতে সক্ষম হবেন।

১.৩ সংবাদ

সংবাদ কী সে সম্পর্কে প্রত্যেকেরই মোটামুটি একটা ধারণা আছে। লোকসমাজে এক ব্যক্তির সঙ্গে আর এক ব্যক্তির দেখা হলে প্রথম প্রশ্নই হচ্ছে—কী খবর, কেমন আছেন, অমুক কেমন আছেন, ছেলেমেয়েরা কে কী করছে? সামাজিক যোগাযোগই তো মূলত সংবাদ লেনদেন। তাছাড়া এই যুগটাই তথ্যের যুগ। তথ্য আদানপ্রদানের যুগ। যে ব্যক্তি, যে গোষ্ঠী বা যে দেশের তথ্যের ভাণ্ডার যত সমৃদ্ধ সে তত বেশি শক্তিশালী। অর্থাৎ তথ্যই ক্ষমতা। এই তথ্য বা সংবাদ সংগ্রহ ও সরবরাহের রেওয়াজ চিরাগত। এই কাজ যাঁরা করেন তাঁরা সাংবাদিক, আর যে পেশার মাধ্যমে সংবাদ জনসাধারণের কাছে পরিবেশিত হয় সে পেশার নাম সাংবাদিকতা।

সংবাদ সংগ্রহ ও সরবরাহ বা পরিবেশনের বিষয়টি আদিযুগ থেকে চলে আসছে। রামায়ণের দুর্মুখ বস্তুতপক্ষে রামচন্দ্রের সংবাদ সংগ্রাহকের কাজই করেছেন। আর মহাভারতে কুরুক্ষেত্রের যুদ্ধ-সংবাদ সঞ্জয় যেভাবে বিবৃত করেছেন তা নিঃসন্দেহে আধুনিক যুগের সময়-সাংবাদিকদের সঙ্গে তুলনীয়। পুরাকালে রাজা বাদশাদের নিযুক্ত গুপ্তদূত বা চরদের বৃত্তিই ছিল গোপনে সংবাদ সংগ্রহ করা। একালেও বিভিন্ন দেশের শাসনব্যবস্থায় গুপ্তবার্তা দফতর বা গোয়েন্দা বিভাগের কাজ কী সে বিষয়ে মোটামুটি সকলেই অবহিত আছেন। আঠার শতকের শেষ বা উনিশ শতকের গোড়ায় ‘নিউজ রাইটার’ বা সংবাদ লেখকের প্রধান কাজই ছিল সরকারি সংবাদ সংগ্রহ করে নথিবদ্ধ করা। সতের দশকের প্রথম দিকে বিত্তবান ইউরোপীয়দের নিজস্ব সংবাদলেখক নিয়োগ করার কথা শোনা যায়। রানী এলিজাবেথের রাজত্বকালে এই সংবাদ লেখকরা সামাজিক মর্যাদা লাভ করেন। ভারতবর্ষে মুখল আমলে যাঁরা ছিলেন ওয়াকিয়া-নবিস প্রকৃতপক্ষে তাঁরা ছিলেন সংবাদলেখক। চাণক্য বা কৌটিল্যের অর্থশাস্ত্রে যে ‘গুটপুরুষদের’ উল্লেখ আছে তাঁদের কাজও সাংবাদিকতা ছাড়া অন্য কিছুই ছিল না। বিভিন্ন যুগে রাজদরবারে যাঁদেরকে বার্তাবহ বা ঘোষক হিসাবে নিয়োগ করা হত তাঁরাও ছিলেন মূলত সাংবাদিক।

লোকপরিপরাগত কাহিনী, প্রবচন, কিংবদন্তী, প্রবাদ, জনশ্রুতি সবই মানুষের নিজের জানার ও অপরকে জানানোর আগ্রহ বা কৌতুহলের ফলেই সম্ভব হয়েছে। আর, এই জানা ও জানানোর উপায় ও পদ্ধতিরও সমাজ বিবর্তনের সঙ্গে সঙ্গে প্রয়োজনীয় রূপান্তর হয়েছে। সংবাদ বা তথ্য সংগ্রহ ও সরবরাহ বা পরিবেশন শতসহস্র বছরের সামাজিক বিবর্তনের মধ্য দিয়ে পরিবর্তিত হতে হতেই পেশাগত সাংবাদিকতার উদ্ভব। অন্যান্য পেশার মতো এই পেশাও নানা ঘাত-প্রতিঘাত, পরিবর্তন ও পরিবর্তনের মধ্য দিয়ে বিবর্তিত হতে হতে আজ এক ঈর্ষণীয় মর্যাদার আসনে প্রতিষ্ঠিত। আর এই পেশায় নিযুক্ত সাংবাদিকরাও আজ সামাজিকভাবে প্রতিষ্ঠিত।

সমগ্র বিশ্বজুড়ে যোগাযোগ ব্যবস্থায় যে বিপ্লব এসেছে তার সঙ্গে তাল মিলিয়ে সংবাদ সংগ্রহ ও

সাংবাদিকতার রীতিনীতি ও গতিপ্রকৃতি পরিবর্তিত হচ্ছে। পরিবর্তিত হচ্ছে সংবাদ মাধ্যমগুলিতে অর্থাৎ সংবাদপত্র রেডিও ও টেলিভিশনে সংবাদ পরিবেশনের আদব কায়দা। আর সেই সঙ্গে বেড়ে চলেছে প্রতিযোগিতা। পেশা এবং ব্যবসা হিসাবে সাংবাদিকতার ধারা ও প্রকৃতি এবং প্রতিযোগী সংবাদ মাধ্যমগুলির সংবাদ পরিবেশনের প্রণালীও প্রতিনিয়তই বদলাচ্ছে। সময়োপযোগী হওয়ার জন্যই এই পরিবর্তনের প্রয়োজন। আর তা ছাড়া, প্রতিযোগিতার বৃত্তটাও ক্রমেই বেড়ে চলেছে। এখন যুক্ত হয়েছে কেবল বা তারযোগে সম্প্রচার, কমপিউটার-নির্ভর ইনফরমেশন সিস্টেম বা তথ্য পরিবেশন ব্যবস্থা স্যাটেলাইট কমিউনিকেশন বা উপগ্রহের মাধ্যমে তথ্য সঞ্চারণ, ইত্যাদি। সাংবাদিকতার আদর্শ ও নীতি বজায় রেখে, এবং এই কঠিন প্রতিযোগিতার পরিবেশে থেকে, সত্যনিষ্ঠ সাংবাদিকদের যথাযথ দায়িত্ব ও কর্তব্যপালন খুবই দুরূহ। এই দুরূহ দায়িত্ব ও কর্তব্য পালনই সাংবাদিক, সাংবাদিকতা ও সংবাদ মাধ্যমের এক অনন্যসাধারণ বৈশিষ্ট্য। এই বৈশিষ্ট্যের জোরেই সাংবাদিক ও সংবাদ মাধ্যম সামাজিক দায়িত্বের অংশীদার। জনগণের প্রয়োজন ও চাহিদা অনুযায়ী সঠিক তথ্য ও নির্ভুল সংবাদ ঠিকমতো পরিবেশন করা এবং একই সঙ্গে জনমত গঠন ও নিয়ন্ত্রণ করা এই সামাজিক দায়িত্বের মধ্যেই পড়ে। গণতান্ত্রিক ব্যবস্থার সুষ্ঠু পরিচালনা সুনিশ্চিত করার ব্যাপারে সাংবাদিক ও সংবাদ মাধ্যমের ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ। প্রকৃতপক্ষে সফল গণতন্ত্র সং সাংবাদিকতার ওপরই নির্ভর করে। কারণ, গণতন্ত্রের ভিত্তি হচ্ছে জনমত আর জনমত গঠন ও নিয়ন্ত্রণ হচ্ছে সাংবাদিক ও সংবাদ মাধ্যমের দায়িত্ব ও কর্তব্য। গণতান্ত্রিক পদ্ধতিতে নির্বাচিত সরকারের সাফল্য ও ব্যর্থতা, দুর্নীতি ও অন্যায়ের সঙ্গে আপস ইত্যাদি সংবাদের মাধ্যমেই জনগণ জানতে পারেন। সামাজিক ও রাজনৈতিক মূল্যবোধের অভাব বা অবক্ষয়, অর্থনৈতিক অবনতি, বিচারব্যবস্থার নিরপেক্ষতার অভাব, সুসংস্কৃতি বা কিছু কিছু বিষয়ে অন্ধবিশ্বাসের মতো সামাজিক অভিশাপ, সাম্প্রদায়িকতা, বিচ্ছিন্নতাবাদ, স্বল্পসবাদ, সামাজিক ও অর্থনৈতিক শোষণ, শিক্ষা এবং স্বাস্থ্যচেতনা ও প্রয়োজনীয় পরিষেবার অপ্রতুলতা— সব কিছু বিষয় সম্পর্কে নাগরিকদের সচেতন ও অবহিত করতে পারে সংবাদ মাধ্যম।

সংবাদ মাধ্যমই আবার পারে জনসাধারণকে তাঁদের দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কে সচেতন করতে। কৃষি ও শিল্পের অবস্থা; সমকালীন সাহিত্য, কারুশিল্প, বিজ্ঞান ও প্রযুক্তির ধারা; কৃষ্টি ও সংস্কৃতির ধারাবাহিকতার পাশাপাশি নবতর বিনোদনের আবির্ভাব সবকিছু সম্পর্কেই লোকসমাজকে অবহিত করে সংবাদ মাধ্যম। নীতি ও দৃষ্টিভঙ্গির পার্থক্য সংবাদ মাধ্যমগুলির মধ্যে থাকলেও সংবাদ মাধ্যম একদিকে সমাজের দর্পণস্বরূপ আর অন্যদিকে সমাজের শিক্ষক।

১.৩.১ সংবাদের সংজ্ঞা:

সংবাদের সংজ্ঞা কী? কী তার অর্থ? সংবাদ সম্পর্কে প্রচলিত ধারণা কী?

আজকের দুনিয়ায় সর্বশ্রেষ্ঠ বলে বিদিত পণ্যগুলির অন্যতম হচ্ছে সংবাদ। প্রতিটি মানুষই কোন না কোন একটি ভাষা জানেন এবং গণমাধ্যমে তাঁর প্রবেশ বা অভিগমন অব্যাহত। গণমাধ্যমের যুগ শুরু

হওয়ার বহু আগে থেকেই সংবাদ সম্পর্কিত ধারণা মানুষের মনে ছিল। আদিম সমাজব্যবস্থাতেও গ্রামে গ্রামান্তরে সাপ্তাহিক হাটে বা হাটবারে যখন পণ্য বেচাকেনার জন্য লোকজনেরা মিলিত হতেন তখন তাঁদের মধ্যে স্থানীয় খবরেরও লেনদেন হত। আবার, সাধারণ মানুষকে কোন বিষয় সম্পর্কে অবহিত করার জন্য ঢোল-শোহরতের প্রচলন বহুযুগ আগেই ছিল। চলতি কথায় এই ব্যবস্থাটিকেই ট্যাড়া পিটিয়ে জারি করা বলা হয়। মোটামুটি ভাবের আদানপ্রদানের শুরু থেকেই খবরের আদানপ্রদান চলছে।

কিন্তু খবর বা সংবাদ কাকে বলে? তার সংজ্ঞাটা কী? সংবাদের সংজ্ঞা সংবাদ নিজেই। অথবা সংবাদ হল সংবাদ। যখন যে ধরনের সংবাদ প্রচারিত বা পরিবেশিত হচ্ছে তখন সেই ধরনটিই সেই সংবাদের সংজ্ঞা। সংবাদের কোন সাধারণ বা সর্বজনীন সংজ্ঞা নেই। প্রতিনিয়তই সংবাদের বিষয়বস্তু পরিবর্তিত হচ্ছে। এবং একইভাবে তার সংজ্ঞাও বদলে যাচ্ছে। এই প্রতিনিয়ত পরিবর্তিত সংজ্ঞার কোনটিই কিন্তু ভুল নয়। কারণ, সংবাদের চেহারা বা চরিত্র বদলেই চলেছে। দৈনন্দিন জীবনের ঘটনাবলির যে বিবরণ কোনও না কোন পদ্ধতিতে পাঠক বা শ্রোতা বা দর্শকের কাছে পৌঁছে যায় তাই সংবাদ। বিষয়ের এবং পাঠকের বৈচিত্র্যভেদে সংবাদের সংজ্ঞা ভিন্ন ভিন্ন হলেও প্রতিটি সংজ্ঞারই অভিন্ন বৈশিষ্ট্য হচ্ছে এই যে, সংবাদটি সম্পর্কে জনগণের আগ্রহ বা কৌতূহল থাকা চাই এবং সংবাদটির বিষয়বস্তু নতুন হওয়া চাই। যা আগে সংবাদ হিসাবে অন্য কোনভাবে প্রচারিত বা প্রকাশিত হয়েছে তা আর নতুন করে সংবাদ গৃহীত বা গ্রাহ্য হবে না; আর মানুষের তাতে কোনও আগ্রহও নেই।

একটা কথা প্রচলিত আছে যে, কুকুর যখন মানুষকে কামড়ায় তখন সেটা কোন সংবাদ নয়। মানুষ কুকুরকে কামড়ালে সেটা সংবাদ। কোন সুনির্দিষ্ট সর্বজনগ্রাহ্য সংজ্ঞা না থাকলেও সংবাদের একাধিক সংজ্ঞার উল্লেখ পাওয়া যায়। এই সংজ্ঞাগুলি নির্ধারণ করেছেন সাংবাদিক বা সংবাদ বিশেষজ্ঞরাই। অথবা এ বিষয়ে যাঁদের পারদর্শিতা কেবলমাত্র কেতাবি বা পুঁথিগত। এখন দেখা যাক কী ধরনের সংজ্ঞার উল্লেখ পাওয়া যায়। প্রতিটি সংজ্ঞারই গুণাগুণ যাচাই করে নিতে হবে। এবং কেবলমাত্র গুণগুলিই মাথায় রাখতে হবে।

- ১। যে প্রতিবেদন বা রিপোর্ট সময়োপযোগী এবং বেশ কিছু লোকের তাতে আগ্রহ আছে তাই সংবাদ।
- ২। গতকালের দুনিয়া ও আজকের দুনিয়ার মধ্যে যে প্রভেদ সেটাই হচ্ছে সংবাদ।
- ৩। একজন সুদক্ষ প্রতিবেদক যে তথ্য সংগ্রহ করে সন্তুষ্ট হন ও প্রকাশ করেন এবং তাতে যদি পাঠকের আগ্রহ থাকে তাই সংবাদ।
- ৪। যথার্থ প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত একজন সম্পাদক সংবাদপত্রে বা সংবাদ মাধ্যমে যা প্রকাশ করেন তাই সংবাদ।

- ৫। যে তথ্য পাঠ বা শ্রবণ করে পাঠক বা শ্রোতা/দর্শক সন্তুষ্ট হয় বা উৎসাহিত হয় তাই সংবাদ।
- ৬। যা চমকপ্রদ বা অভাবনীয় ঘটনা তাই সংবাদ।
- ৭। জনসাধারণ + ঘটনাবলী + পাঠক বা শ্রোতা-স্বার্থবাহী উপাদান = সংবাদ।
- ৮। সাম্প্রতিক ঘটনাবলী বা কাহিনীর প্রতিবেদন বা বিবরণ যা একজনের কাছে নতুন তথ্য বলে মনে হল তাই সংবাদ।
- ৯। ঘটনা বা মতামত, যার সম্পর্কে মানুষের আগ্রহ আছে বা যা গুরুত্বপূর্ণ বলে বিবেচিত তাই সংবাদ।
- ১০। কারও মতে সঙ্গীত, সুরা ও রমণী হচ্ছে সংবাদের উৎস।
- ১১। সংবাদ হচ্ছে রমণী, মুদ্রা ও অপরাধের সমান।
- ১২। সংবাদ বা ইংরাজিতে যাকে বলে নিউজ (NEWS) তা হল North, East, West South (উত্তর, পূর্ব, পশ্চিম, দক্ষিণ) অর্থাৎ চতুর্দিক থেকে সংগৃহীত তথ্য। অর্থাৎ চারিদিকে যা ঘটে চলেছে তাই সংবাদ।
- ১৩। সেটাই সংবাদ যেটা কেউ গোপন রাখতে চাইছে; বাকি সবই তো হয় বিজ্ঞাপন, নয় প্রচার।
- ১৪। জীবন ও জাগতিক বিষয়ের সবরকম বহিঃপ্রকাশ সম্পর্কে যা যা মানুষের আগ্রহ সৃষ্টি করে তাই সংবাদ।
- ১৫। যা কিছু নতুন তাই সংবাদ।
- ১৬। যা কিছু স্বাভাবিকতা থেকে ব্যতিক্রম তাই সংবাদ।
- ১৭। সংবাদ হচ্ছে সমসাময়িক ঘটনা, মতামত, চিন্তাভাবনা যা জনসাধারণের একটা বৃহৎ অংশকে প্রভাবিত করে বা সেই অংশের মনে আগ্রহ জাগায়।
- ১৮। বিশেষ বিষয় সম্পর্কে প্রকাশিত যে কোন নতুন তথ্য সেই বিষয়ে আগ্রহী মানুষের কাছে সংবাদ।
- ১৯। ধর্ম, আভিজাত্য, দারিদ্র্য, অর্থ, যৌনতা ও রহস্যই হচ্ছে সংবাদ।
- ২০। সংবাদপত্র যা প্রকাশ করে বা রেডিও এবং টেলিভিশন যা প্রচার করে তাই সংবাদ।

সংবাদের সংজ্ঞা, তার অর্থ বা সংবাদ সম্পর্কে প্রচলিত ধারণা কী তা মোটামুটি পরিষ্কার। একটা কথা কিন্তু জেনে রাখা দরকার যে কোন ঘটনা বা কাহিনী বা তথ্য যতই গুরুত্বপূর্ণ, অর্থবহ ও কৌতূহলোদ্দীপক হোক না কেন, যতক্ষণ তা সংবাদপত্রে প্রকাশিত বা রেডিও/টেলিভিশনে প্রচারিত না হচ্ছে ততক্ষণ সেটা সংবাদ নয়। আর, সংবাদ মাধ্যমে সেটাই পরিবেশিত হয় যেটা সেই মাধ্যমের কর্তাব্যক্তির সংবাদ হিসাবে

বিবেচনা করেন এবং তা প্রকাশ বা প্রচারের জন্য অনুমোদন করেন। এই কর্তব্যাক্তিরা হচ্ছেন : সম্পাদক, প্রযোজক, ‘কপি’-পরীক্ষক, যে সব সাংবাদিকরা সংবাদ বাছাই বাতিল ও পুনর্বিদ্যাস করেন। এঁরাই হলেন সংবাদ মাধ্যমের দ্বাররক্ষী বা ‘গেটকীপার’। এঁদের মূল লক্ষ্য হচ্ছে সংবাদ মাধ্যমের ব্যবসায়িক স্বার্থ এবং একই সঙ্গে পাঠক বা শ্রোতা/দর্শকের স্বার্থ।

সুতরাং এই দুদিকের স্বার্থ বজায় রেখে সাংবাদিককে ঠিক করতে হবে ‘সংবাদ কী’? একই সঙ্গে সাংবাদিককে সচেতন থাকতে হবে তাঁর সামাজিক দায়িত্ব সম্পর্কে। একজন বিচক্ষণ সাংবাদিককে দুটি বিষয় বিবেচনা করতে হবে। (১) পাঠক বা শ্রোতা/দর্শক কী চান বা কিসে তাঁদের আগ্রহ। এবং (২) পাঠক বা শ্রোতা/দর্শককে একজন সাংবাদিকের কী দেওয়া উচিত বা কী জানানো উচিত।

সাংবাদিকের সামাজিক দায়িত্ব বলতে কী বোঝায়? (১) অর্থপূর্ণ ও সত্যনিষ্ঠ সংবাদ পরিবেশন, (২) সমাজের বিভিন্ন গোষ্ঠী ও তাদের ত্রিাঙ্কলাপের প্রতিনিধিত্বমূলক চিত্র তুলে ধরা, (৩) মানুষের মতামত, ধ্যানধারণা, নানা বিষয়ে ভাষ্য ইত্যাদি বিনিময়ের ক্ষেত্র হিসাবে মাধ্যমকে গড়ে তোলা, (৪) সমাজের লক্ষ্য কী, মূল্যবোধ কী তা যথাযথভাবে বিশ্লেষণ করা, (৫) দৈনন্দিন ঘটনাবলী ও তথ্য বিষয়ে মানুষের অবাধ প্রবেশাধিকার নিশ্চিত করা, (৬) বিভিন্ন বিষয়ে মানুষের চেতনা বৃদ্ধি করা, এবং (৭) জনগণের শিক্ষক হিসাবে সংবাদ পরিবেশনের মাধ্যমেই মানুষকে শিক্ষিত করে তোলা ও সাক্ষরতা প্রসারে প্রেরণা দেওয়া সাংবাদিক ও সংবাদ মাধ্যমের সামাজিক দায়িত্ব। তাহলে, সাংবাদিকের কাজ হচ্ছে এমন সব সংবাদ সংগ্রহ ও পরিবেশন করা যাতে মাধ্যমের সামাজিক দায়িত্ব। তাহলে, সাংবাদিকের কাজ হচ্ছে এমন সব সংবাদ সংগ্রহ ও পরিবেশন করা যাতে মাধ্যমের ব্যবসায়িক স্বার্থ ক্ষুণ্ণ না হয়, পাঠক বা শ্রোতা/দর্শকরা সেই সংবাদ সম্পর্কে আগ্রহী হন এবং সাংবাদিকের সামাজিক দায়িত্বও পালিত হয়। আবার, একই সঙ্গে সাংবাদিককে সচেতন থাকতে হবে যে তাঁর পরিবেশিত সংবাদ যেন সত্যনিষ্ঠ হয় এবং কোনরকম একদেশদর্শিতা বা পক্ষপাতদোষে দুষ্ট না হয়।

১.৩.২ সংবাদের উৎস

এই সংবাদ কোথা থেকে কীভাবে সংগ্রহ করা হয়? বা, এই সংবাদের উৎস কী? বহুতা নদীর মতো সংবাদ বা ঘটনাপ্রবাহের যে অংশটুকু সংবাদ হিসাবে বিবেচিত ও নির্বাচিত হয় তারও একটা উৎস আছে। সংবাদের এই উৎস প্রকটও হতে পারে, অদৃশ্যও হতে পারে। জনসভায় কোন বক্তৃতা, বিধানসভা বা সংসদে কোন ঘোষণা, বার্ষিক বাজেট-বিবরণে কোন বিষয়ে উল্লেখ, সরকার বা কোন প্রতিষ্ঠানের কর্তৃপক্ষের তরফে কোন ঘোষণা ইত্যাদি প্রকট বা প্রকাশ্য উৎস থেকে সংবাদ সংগৃহীত হয়। গোপন বা অদৃশ্য উৎস, যেমন কোন ওয়াকিবহাল ব্যক্তি নিজের নাম গোপন রেখে কোন তথ্য সাংবাদিককে জানালেন, এর থেকেও অনেক ভালো ভালো, গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ আবহিত হয়। এই অদৃশ্য উৎস থেকে প্রাপ্ত সংবাদ লেখার সময়, ‘নির্ভরযোগ্য সূত্রে জানা যায়’ বলে সাংবাদিকরা উল্লেখ করেন। সংবাদের এই সব গোপন উৎস সম্পর্কে

সাংবাদিকদের পূর্ণ আস্থা তৈরি না হওয়া পর্যন্ত তাঁদের দেওয়া তথ্য কখনোই সংবাদ হিসেবে পরিবেশন করা উচিত নয়। বিচক্ষণ সাংবাদিকরা সে কথা জানেন এবং এই ধরনের কোন সংবাদসূত্র কেনইবা কোন তথ্য সংবাদ হিসেবে প্রচারের ব্যাপারে উৎসুক, তাঁর কী স্বার্থ, সাংবাদিককে অভিজ্ঞতার আলোকে তাও যাচাই করে নিতে হয়। এই বিষয়ে সচেতন না হলে সাংবাদিক বিপদে পড়তে পারেন, তাঁর সংবাদ মাধ্যম ক্ষতিগ্রস্ত হতে পারে এবং পাঠক বিভ্রান্ত হতে পারেন। সুতরাং সংবাদের সত্যতা ও উৎসের উদ্দেশ্য যাচাই করার জন্য সাংবাদিকদের খুব যুক্তিসঙ্গতভাবেই একটু সন্দেহবাদী হতেই হয়। সাংবাদিকতার স্বার্থে সেটাই কাম্য।

১.৩.৩ সংবাদের সূত্র

নির্দিষ্ট কোন উৎস থেকেই যে সব সংবাদ জানা যায় তা কিন্তু নয়। নানা ধরনের সংবাদের জন্য নির্ভর করতে হয় নানারকম উৎসের ওপর। সাধারণত, কোন বিশেষ কারণ না থাকলে, কোন উৎস থেকে সংবাদটি সংগৃহীত প্রকাশিত সংবাদে তার উল্লেখ থাকাকাটা বাঞ্ছনীয়। সরকারি ও পদাধিকারবলে যোগ্য সূত্র থেকে সংগৃহীত সংবাদ নিঃসন্দেহে গ্রহণযোগ্য ও সংখ্যাগুণে অনেক বেশি। এইসব সংবাদ-উৎসকে ‘সবল’ উৎস বলে বিবেচনা করা হয়। সরকারি বিজ্ঞপ্তি বা বিবরণ, যা সাধারণত প্রেস রিলিজ বা ব্রিফিং হিসাবে সংবাদ মাধ্যমকে জানানো হয়, ‘সবল’ উৎস হিসাবেই গণ্য হয়। সরকারি ‘মুখপাত্র’ জানান বলে যে সংবাদ পরিবেশিত হয় তাও একই পর্যায়েভুক্ত। কোন সরকারি নীতি বা প্রকল্প বা কর্মসূচি ঘোষণার ক্ষেত্রে প্রধানমন্ত্রী/মুখ্যমন্ত্রী, মন্ত্রিসভার সদস্যরা বা বিভাগীয় সচিবরা সব সময়ই ‘সবল’ উৎস হিসাবে পরিগণিত হয়। অনেক সময় ‘সরকারি সূত্র’ বা ‘প্রামাণিক সূত্র’ জাতীয় অভিব্যক্তির উল্লেখ পাওয়া যায়। এগুলিকেও মোটামুটি ‘সবল’ সূত্র বলেই ধরে নেওয়া হয়। কিন্তু ততটা সবল নয়।

কিন্তু ‘নির্ভরযোগ্য সূত্র’, ‘জানা গেছে’, ‘বিশ্বস্ত সূত্র’, ‘রাজনৈতিক মহল থেকে শোনা’, ‘পর্যবেক্ষকদের মতে’ ইত্যাদি অভিব্যক্তি বা প্রকাশভঙ্গি ‘দুর্বল’ সংবাদসূত্রের ইঙ্গিতবাহী। সংবাদসূত্র আবার সরকারি ও বেসরকারি দুরকমই হয়। বিধান-সংক্রান্ত, নির্বাহী ও বিচার-সংক্রান্ত বা ‘লেজিসলেটিভ’, ‘এগজিকিউটিভ’ ও ‘জুডিসিয়ারি’ এবং বিভিন্ন সরকার-সংলগ্ন বা অনুমোদিত প্রতিষ্ঠানের কর্তৃপক্ষ হচ্ছে সরকারি সূত্র। আর, বিভিন্ন রাজনৈতিক দল, ধর্মীয় সংগঠন, স্বৈচ্ছাসেবী সংগঠন এবং নানাধরনের বেসরকারী প্রতিষ্ঠানের কর্তব্যাক্তির বা দায়িত্বশীল ব্যক্তির হাছেন বেসরকারী উৎস।

সংবাদ মাধ্যমে প্রকাশ বা প্রচারের জন্য সক্রিয়ভাবে যাঁরা সংবাদ সংগ্রহ করেন তাঁরা হলেন রিপোর্টার বা প্রতিবেদক, নিজস্ব প্রতিনিধি, বিশেষ সংবাদদাতা, জেলা সংবাদদাতা, বিদেশ সংবাদদাতা ইত্যাদি বা ব্যবসা-বাণিজ্য, আইন, খেলাধুলা, রাজনীতি, কূটনীতি ইত্যাদি বিশেষ বিষয় সংক্রান্ত সংবাদদাতা। সাধারণত দৈনন্দিন ঘটনা, দুর্ঘটনা ইত্যাদির তথ্য সংগ্রহ করার জনপ্রতিবেদক বা সংবাদদাতারা থানায় পুলিশ, দমকল, হাসপাতাল/অ্যাম্বুলেন্স, আদালত, বিমানবন্দর, বন্দর, খেলার জগৎ, বণিকসভা, বিশ্ববিদ্যালয়,

বিভিন্ন সরকারী দফতর, পুরসভা, পরিবেশ দফতর, আবহাওয়া দফতর ইত্যাদি জায়গায় নিয়মিত যোগাযোগ রাখেন। এটা নিঃসন্দেহে সাংবাদিকদের নিত্যদিনের কাজ। আর, এই সমস্ত যোগাযোগের কেন্দ্র ও সেখানকার অধিকারপ্রাপ্ত ব্যক্তির সংবাদের উৎস বলে বিবেচিত।

এতো সব সত্ত্বেও সংবাদপত্রের প্রধান সংবাদ-উৎস হচ্ছে সংবাদ সংস্থা বা সংবাদ সরবরাহ প্রতিষ্ঠান, ইংরাজিতে যাকে বলে নিউজ এজেন্সি। প্রকাশিত সংবাদে এই সব সংবাদ সংস্থাকে সংবাদ সংগ্রহের দায়িত্ব ও কৃতিত্বের স্বীকৃতি দেওয়া হয়। তাদের নাম সংবাদে উল্লেখ করা হয়। তাই পাঠকরা পি টি আই, ইউ এন আই, রয়টারস, এ পি, এ এফ পি, তাস ইত্যাদি সংবাদ সংস্থার নামের সঙ্গে পরিচিত। তার বা টেলিপ্রিন্টার যোগে কম্পিউটারের মাধ্যমে দূর দূরান্তে নিযুক্ত সাংবাদিকদের সংগৃহীত সংবাদ বিভিন্ন সংবাদ সংস্থা দেশে-বিদেশে নানা সংবাদপত্র/সংবাদ মাধ্যমকে পাঠিয়ে দেয়। আর সেই সব সংবাদ প্রকাশিত/প্রচারিত হয়। ভারতবর্ষে দুটি নিউজ এজেন্সি বা সংবাদ সংস্থা আছে—পি টি আই (প্রেস ট্রাস্ট অব ইন্ডিয়া) আর ইউ এন আই (ইউনাইটেড নিউজ অব ইন্ডিয়া) সংবাদ সংস্থাগুলি সংবাদপত্র বা সংবাদ মাধ্যমগুলির কাছে সংবাদ বিক্রি করে। নিজেরা কোন সংবাদপত্র প্রকাশনা করে না বা নিজেদের অন্য কোন সংবাদ মাধ্যম নেই।

সংবাদ সংস্থা ছাড়া দেশ-বিদেশের রেডিও টেলিভিশন শুন/দেখে সেখান থেকে সংগৃহীত সংবাদ সংবাদপত্রে কখনও কখনও প্রকাশ করা হয়। অর্থাৎ রেডিও ও টেলিভিশনও সংবাদের উৎস হতে পারে। সংবাদ সংস্থাও এই উৎস কাজে লাগায়। বিভিন্ন প্রতিষ্ঠান, সংগঠন বা সংস্থার তরফে অথবা ব্যক্তিগত স্তরে জনপ্রতিনিধি বা গণ্যমান্য ব্যক্তির অনেক সময় সংবাদপত্র অফিসে প্রেস রিলিজ বা প্রেস নোট পাঠিয়ে দেন। এগুলিও সংবাদের উৎস হিসাবে গণ্য। আবার, অনেক সময় একজন সাধারণ নাগরিক বা পথচারীও সংবাদের উৎস হতে পারেন। যেমন, কোথাও একটা দুর্ঘটনা ঘটলে একজন অপরিচিত ব্যক্তি সংবাদপত্র অফিসে টেলিফোন করে সেটি জানিয়ে দেন এবং এমন কিছু তথ্য ও আভাস দিয়ে দেন যাতে একজন সাংবাদিক দ্রুত সেই নির্দিষ্ট ঘটনাস্থলে পৌঁছতে পারেন এবং ঘটনা-সংক্রান্ত বিস্তারিত তথ্য সংগ্রহ করতে পারেন।

এছাড়া সংবাদের উৎস হচ্ছে—প্রকাশ বা প্রচারের জন্য সরকারিভাবে কোন বিবৃতি যদি কোন ব্যক্তি বা কোন প্রতিষ্ঠানের কাছে থেকে আসে। এই ধরনের সংবাদ বিবৃতিকে ইংরাজিতে প্রেস রিলিজ বা প্রেস নোট বা প্রেস হ্যাণ্ড-আউট বলা হয়।

সাংবাদিক সম্মেলন বা প্রেস কনফারেন্সও সংবাদের অন্যতম এক বড় উৎস। কোন গণ্যমান্য ব্যক্তি বা কোন পদাধিকারী আগাম ঘোষণা করে আনুষ্ঠানিকভাবে সাংবাদিক সম্মেলন ডাকতে পারেন। সাধারণত কোন সুনির্দিষ্ট বক্তব্য জনসাধারণকে সংবাদ মাধ্যম মারফৎ জানানোর উদ্দেশ্যেই সাংবাদিক সম্মেলন ডাকা হয়। এই সম্মেলনে সাংবাদিকদের নানা প্রশ্নের উত্তরও আহ্বায়ক দিয়ে থাকেন। প্রেস কনফারেন্সকে নিউজ কনফারেন্সও বলা হয়।

এছাড়া আছে নিউজ ব্রিফিং। কোন একটি বিষয়কে সংবাদ হিসাবে প্রকাশ বা প্রচার করার জন্য দায়িত্বশীল বা পদাধিকারী কোন ব্যক্তি যখন সাংবাদিকদের কাছে বিষয়টি বিবৃত করেন ও বিষয়-সংশ্লিষ্ট প্রশ্নাবলীর উত্তর দেন তখন সেটিকে বলা হয় নিউজ ব্রিফিং বা প্রেস ব্রিফিং। প্রেস ব্রিফিং অনেকটা প্রেস কনফারেন্সেরই মতো। পার্থক্য খুবই সামান্য। যেমন প্রধানমন্ত্রী বা মুখ্যমন্ত্রী প্রেস কনফারেন্স করেন, আর তাঁদের সচিবালয়ের কোন প্রতিনিধি বা মুখপাত্র করেন প্রেস ব্রিফিং। একটি দলের সভাপতি করেন প্রেস কনফারেন্স, আর তাঁর দলের সাধারণ সম্পাদক করেন প্রেস ব্রিফিং। আবার, এই সভাপতিই যখন দলের জাতীয় সম্মেলনের কার্যাবলী সম্পর্কে সাংবাদিকদের কিছু বলেন, সেটা হয় প্রেস ব্রিফিং। একইভাবে, প্রধানমন্ত্রী বা মুখ্যমন্ত্রী যখন কোন শীর্ষ সম্মেলনে যোগ দেন ও সম্মেলনের কার্যাবলী সম্পর্কে সাংবাদিকদের বলেন তখন সেটা প্রেস ব্রিফিং বা যদি বিদেশের কোন প্রধানমন্ত্রী বা মন্ত্রী বা উচ্চ পদাধিকারীর সঙ্গে বৈঠকের পর আমাদের প্রধানমন্ত্রী বা মুখ্যমন্ত্রী সাংবাদিকদের সে সম্পর্কে কিছু বলেন, সেটাও প্রেস ব্রিফিং। প্রেস কনফারেন্স ও প্রেস ব্রিফিং এর মধ্যে পার্থক্য যদি যৎসামান্য, প্রেস কনফারেন্স অনেক বেশি আনুষ্ঠানিক।

সংবাদের উৎস আরও আছে। যেমন, সাক্ষাৎকার বা ইন্টারভিউ। কোন গণ্যমান্য ব্যক্তির সঙ্গে আগে থেকে যোগাযোগ করে একটা নির্দিষ্ট সময়ে কোন আগাম-নির্ধারিত জায়গায় সাক্ষাৎ করা এবং তাঁর কাছ থেকে প্রশ্নোত্তরের মাধ্যমে নির্দিষ্ট কোন বিষয় সম্পর্কে জানা ও প্রকাশনার মাধ্যমে তা পাঠক সাধারণকে জানানো হচ্ছে সাক্ষাৎকার। বৈদ্যুতিন মাধ্যমেও আজকাল সাক্ষাৎকার খুব জনপ্রিয় হয়েছে। একান্ত সাক্ষাৎকার বা একক্লসিভ ইন্টারভিউ (অর্থাৎ যা কিনা একজন সাংবাদিকই পেরেছেন, অন্যেরা পারেননি) সাংবাদিক ও সাংবাদিকতার খুব কদর বাড়ায়।

অধিবেশন চলাকালীন সময়ে সংসদ, বিধানমণ্ডল, পুরসভা ইত্যাদি খুবই গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের উৎস। জেলায় জেলায় পঞ্চায়েৎ ব্যবস্থায় জেলা পরিষদের নানা স্তরের যে সব আলোচনা সভা হয় সেগুলিও সংবাদের উৎস। সংসদের অধিবেশন যখন চলে তখন সরকারের সমস্ত নীতি নির্ধারণ ও সিদ্ধান্ত সর্বাগ্রে সংসদেই ঘোষণা করতে হয়। রাজ্যস্তরে বিধানমণ্ডলের ক্ষেত্রেও এই একই নিয়ম প্রযোজ্য। সুতরাং অধিবেশন চলাকালীন সংসদ ও বিধানমণ্ডল সংবাদের খুবই গুরুত্বপূর্ণ উৎস। তাছাড়া অধিবেশন চলাকালীন সময়ে সংসদে সমস্ত সাংসদকে ও বিধানমণ্ডলে /বিধানসভায় সমস্ত বিধায়ককে পাওয়া যায়। গোটা দেশের বিভিন্ন এলাকার নানারকম সংবাদের উৎস এসব জনপ্রতিনিধি।

আদালতে একটি গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ উৎস। বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ মামলার শুনানি ও বিচারকদের রায় প্রায়শই সংবাদ হিসাবে প্রকাশিত হয়। সুপ্রিম কোর্ট/হাইকোর্টের কোন কোন মামলার রায় খুবই গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ। এবং এসব রায়ের ফলে সরকারকে কখনও কখনও তার নীতি বা সিদ্ধান্ত পরিবর্তন করতে হয়।

এছাড়া নানা বিষয়ে নানারকম সম্মেলন, আলোচনাসভা, আলোচনাচক্র বা বিভিন্ন বিষয়ে বিশেষজ্ঞ বা বিশেষ অভিজ্ঞতাসম্পন্ন ব্যক্তির বক্তৃতা বা কোন শিল্পপতি/বণিকসভার ভোজসভা বা কোন দূতাবাসে নৈশভোজ সবই সংবাদের উৎস। কোন বিষয়ে সমীক্ষা বা তদন্তের রিপোর্ট, গবেষণাপত্র, অভিযোগের বই,

টাইম-টেবল, বিজ্ঞপ্তি/বিজ্ঞাপন, প্রচারপত্র, পোস্টার, এমনকি হিসাবের খাতাও সংবাদের উৎস হতে পারে।

সংবাদের উৎস বা 'সোর্স' খোদ প্রধানমন্ত্রী বা রাষ্ট্রপতি থেকে আরম্ভ করে একজন সাধারণ পথযাত্রী সকলেই বা যে কেউ হতে পারেন। এই উৎস-র বিশ্বাস অর্জন করা এবং তার গোপনীয়তা বজায় রাখা প্রতিটি সাংবাদিকদের নৈতিক দায়িত্ব। আবার, এই উৎস-র কোন উদ্দেশ্য আছে কিনা সে বিষয়েও প্রতিটি সাংবাদিককে সচেতন থাকতে হবে।

সংবাদপত্রের উৎস ডিজিটাল যুগে বিস্তৃত হয়েছে। একজন সাধারণ নাগরিকও রিপোর্টারের মতো খবর পাঠাতে পারে সংবাদপত্র বা টেলিভিশনে। একে বলা হচ্ছে সিটিজেন সাংবাদিকতা। নিজের প্রত্যক্ষ অভিজ্ঞতা তিনি তুলে ধরতে পারেন সিটিজেন সাংবাদিক হিসেবে।

সংবাদের প্রকারভেদ অর্থাৎ সংবাদ কত রকমের হয়। সংবাদের প্রকারভেদ ব্যাখ্যা করার আগে একটা মনে রাখতে হবে যে, সংবাদপত্র বা সংবাদ মাধ্যমের প্রধান অলম্বন হচ্ছে সংবাদ। সংবাদপত্র বা সংবাদ মাধ্যমে যা কিছু প্রকাশিত বা প্রচারিত হয় তার অধিকাংশই সংবাদ-কেন্দ্রিক। অর্থাৎ সংবাদ হচ্ছে অপরিহার্য গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। সুতরাং সংবাদের সঙ্গে সংবাদ-ভিত্তিক যে সব বিষয় সেগুলির পার্থক্য বোঝানোর জন্য 'হার্ড' (Hard) নিউজ বা 'স্ট্রেইট' (Straight) নিউজ ও 'সফট' (Soft) নিউজ বা 'ফিচার' (Feature) নামে সংবাদের প্রকারভেদ করা হয়েছে। 'হার্ড' নিউজ বা 'স্ট্রেইট' নিউজকে বাংলায় বলা যেতে পারে 'গরম' খবর বা 'সোজাসাপটা' খবর। প্রসঙ্গক্রমে 'তাজা' খবরও বলা যায়। আর 'সফট' নিউজকে 'নরম' খবর বা সংবাদের ভিন্ন স্বাদের বিস্তার বলা যেতে পারে। 'হার্ড' নিউজকে কখনও কখনও 'স্পট' নিউজও বলা হয়। 'স্পট' মানে কোন নির্দিষ্ট স্থান বা জায়গা। সুতরাং 'স্পট' নিউজ বলতে সংবাদপত্র বা সংবাদ মাধ্যমের তরফে সম্ভবত এটাই বোঝানোর অভিপ্রায় থাকে যে 'আমরা অকুস্থলে উপস্থিত থেকে' সংবাদটি পরিবেশন করছি।

ঐতিহ্যগতভাবে গরম খবর বা সোজাসাপটা খবর ঘটনা-দুর্ঘটনা-দুর্যোগ ভিত্তিক। যেমন, পুলিশ আইনভঙ্গকারীদের /আন্দোলনকারীদের ওপর গুলি চালানো, বা নির্বাচনের দিন ঘোষণা করে মুখ্য নির্বাচনী অফিসার সরকারি ব্যবস্থা ও রাজনৈতিক দলগুলির আচরণবিধি ব্যাখ্যা করলেন, বা কোন মন্ত্রী ইস্তফা দিলেন, বা পুলিশ কয়েকজন চোরাচালকারীকে গ্রেফতার করল, বা কোন পথদুর্ঘটনায় কয়েকজন ব্যক্তি হতাহত হলেন, বা কোন পর্বত অভিযাত্রী সঙ্ঘ বিশেষ কোন গিরিশৃঙ্খ জয় করল, বা ভারত ক্রিকেট টেস্ট জিতল, বা মন্ত্রিসভার বৈঠকে কোন সিদ্ধান্ত হল, বা স্বাধীনতা দিবস উপলক্ষে কোন জনসভা আয়োজন করা হল, বা কোন প্রাকৃতিক দুর্গোগে বহু জীবনহানি হল, বা স্বাধীনতা দিবস উপলক্ষে কোন জনসভা আয়োজন করা হল বা কোন প্রাকৃতিক দুর্যোগে বহু জীবনহানি হল, বা শেয়ার বাজারে হঠাৎ কোন নামী কোম্পানীর শেয়ারদর পড়ে গেল, বা কোন চিত্রাভিনেতা পুরস্কৃত হলেন, বা বিশ্বসুন্দরী সিনেমায় অভিনয় করার সিদ্ধান্ত নিলেন, বা নামী কোন ব্যক্তির জীবনাবসান হল ইত্যাদি। অর্থাৎ এককথায় বলা যায় দৈনন্দিন

সংবাদ। এই সংবাদই গুরুত্ব পায় সর্বাপ্তে। কারণ ‘হার্ড’ নিউজ বা গরম/সোজাসাপটা খবর হচ্ছে নির্মম সত্য। আর এই নির্মম সত্যকে পাঠক/শ্রোতা/দর্শকদের কাছে সরাসরি পৌঁছে দেওয়াটাই সাংবাদিক বা সংবাদ মাধ্যমের প্রথম দায়িত্ব। আর এই সংবাদ পরিবেশন করার ক্ষেত্রে আবেদন হবে প্রত্যক্ষ ও অকপট। বিলম্বহীনতাও এই সংবাদ পরিবেশনের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব।

তাজা বা গরম খবর যদিও মূলত দৈনন্দিন খবর এবং নতুন খবর, কোন কোনও সময়ে অজানা পুরনো তথ্যও গরম বা তাজা খবরের মর্যাদা পায়। যেমন, কোন বড় রাজনৈতিক নেতা বা কোন শিল্পপতির মৃত্যু সংবাদ প্রকাশিত হওয়ার বেশ কিছুদিন পর যদি জানা যায় যে তিনি মৃত্যুর অনেক আগেই তাঁর সমস্ত স্থাবর অস্থাবর সম্পত্তি কোন সমাজকল্যাণ সংস্থার নামে উইল করে দিয়েছেন, তখন সেটিও তাজা খবর হিসাবেই গণ্য হবে। অবশ্য মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ ভিন্নস্বাদের সংবাদ বা নরম খবর/ফিচার হিসাবেও এই তথ্যটি পরিবেশন করা যায়। সংবাদটি পাঠককে জানানো কতটা জরুরি, আদৌ বিলম্ব করা উচিত হবে কিনা বা সংবাদটির রচনামূল্য কেমন হবে ইত্যাদি বিবেচনার ওপর নির্ভর করবে সংবাদটি গরম না নরম—কী হিসাবে পরিবেশিত হবে।

প্রতিদিনের অজস্র ঘটনাবলির যেগুলি তাজা সংবাদ হিসাবে চিহ্নিত, বিবেচিত ও প্রকাশিত হয় তা কিছু দিন আগে থেকেই সাংবাদিকদের জানা থাকে। কারণ, এগুলি হয় পূর্বনির্ধারিত কর্মসূচি অনুযায়ী। যেমন কোন বড় জনসভা, বা কোন গুরুত্বপূর্ণ রাজনৈতিক বৈঠক, প্রধানমন্ত্রীর ভাষণ, রাষ্ট্রপতির রাজ্যসংসদ, ইস্টবেঙ্গল-মোহনবাগানের বন্যাদুর্গতদের সাহায্যার্থে চারিটি ম্যাচ ইত্যাদি বিষয় তো পূর্বঘোষিত, আগে থেকেই জানা। সুতরাং এসব বিষয় ও সম্পর্কিত তথ্যসংক্রান্ত সংবাদ নির্ধারিত দিনে সংগৃহীত হবে এবং সেদিনই বা তার পরদিনই প্রকাশিত হবে। এগুলি সবই তাজা বা গরম খবর। আবার, যেহেতু এগুলি পূর্বনির্ধারিত ও পূর্বঘোষিত, নির্ধারিত দিনের আগেই এসব বিষয় সংক্রান্ত আগাম খবরও করা যায়। তবে একমাত্র গুরুত্বপূর্ণ খবরের ক্ষেত্রেই আগাম খবর লেখা হয়। অনেকটা বড় কোন নাটক অভিনীত হবার আগে তার অংশবিশেষ মঞ্চস্থ করার ধাঁচে অথবা ‘পরবর্তী আকর্ষণ’ বলে কোন সিনেমার কিছু অংশ ‘ট্রেলার’ হিসাবে দেখানোর কায়দায় এসব আগাম খবর করার রেওয়াজ আছে। এ ধরনের খবরকে বলা হয় ‘কার্টেন রেইজার’। প্রস্তাবিত রাজনৈতিক বৈঠক বা দলীয় অধিবেশনে আলোচ্য বিষয়ের মধ্যে যে জাতীয় ও আন্তর্জাতিক পরিস্থিতি বিশ্লেষণের ভিত্তিতে রণকৌশল পরিবর্তনের ইঙ্গিত পাওয়া যাচ্ছে দলের তৃণমূলস্তরে ইতোমধ্যেই তার বিরূপ প্রতিক্রিয়া শুরু হয়েছে কিনা তা নিয়ে গুরুত্বপূর্ণ ‘কার্টেন রেইজার’ হতে পারে। আর এ ধরনের খবর তাজা বা গরম হিসাবেই বিবেচিত ও পরিবেশিত হয়। শুধু রাজনীতি-সংক্রান্ত খবরই নয়, যে কোন বিষয় নিয়ে নানা দৃষ্টিভঙ্গি থেকে ‘কার্টেন রেইজার’ সংবাদ লেখা যায়।

যে কোন বড় বা গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা নিয়ে প্রকাশিত সংবাদের অনুসারী সংবাদ বা ‘ফলো-আপ’ নিউজ লেখা হয়। অর্থাৎ প্রথম দিন কোন একটি বিষয়ে একটি সংবাদ প্রকাশিত হওয়ার পরও একই বিষয়ে নানা অজানা বা নতুন তথ্য সংগ্রহ করে পরের দিন (বা প্রয়োজনে আরও কয়েকদিন) আরও সংবাদ লেখা

হয়। এ ধরনের সংবাদকে অনুসারী বা অনুসরণকারী সংবাদ বলে। কোন বড় দুর্ঘটনা, ভূমিকম্প, অগ্নিকাণ্ড, সন্ত্রাসবাদী হামলা মহামারী ইত্যাদি বিষয় নিয়ে সর্বদাই অনুসারী সংবাদ লেখা যায়। অনুসারী খবরও তাজা খবর।

এতো গেলো পূর্বঘোষিত বা আগাম-জানা বিষয়-সংক্রান্ত তাজা বা গরম (হার্ড নিউজ) খবরের কথা। এছাড়া এমন কিছু ঘটনা ঘটে যার সম্বন্ধে আগে থেকে কিছুই জানা যায় না। এসব ঘটনা আচম্বিতেই ঘটে। এগুলি প্রধানত দুর্ঘটনা। যেমন, ট্রেন দুর্ঘটনা, বিমান ভেঙে পড়া, পথ দুর্ঘটনা, অগ্নিকাণ্ড, নৌকাডুবি ইত্যাদি। এছাড়া কিছু ঘটনা ঘটে যেগুলিকে দুর্ঘটনা বলে না, কিন্তু সেগুলি সম্পর্কে আগে থেকে কিছু জানাও যায় না। যেমন, মিছিলের ওপর পুলিশের গুলিচালনা, বিক্ষোভ আন্দোলনের হিংস্র পরিণতি, ব্যাঙ্ক ডাকাতি, কোন নামী ব্যক্তির মৃত্যু, আচমকা হরতাল, দু'দল ছাত্র বা যুবকের মারামারি, কোন প্লেন ছিনতাই (হাইজ্যাক) ইত্যাদি হঠাৎ-ঘটা ব্যাপারগুলিও তাজা বা গরম খবর। এসব খবর লেখার ক্ষেত্রে আবেদন হবে স্পষ্ট, সহজ সরল সোজাসাপটা।

নরম খবর বা 'সফট নিউজ'-এর মধ্যে পড়ে যেসব খবর যা দু'দিন পরে ছাপলেও ক্ষতি নেই। আর আছে 'ফিচার'। ফিচার ভিন্নস্বাদের, ভিন্নশৈলীর সংবাদ-লিখন যা মানুষের মন কাড়ে, যা জানতে মানুষ উৎসুক, আগ্রহী এবং যা জেনে মানুষ উপভোগ করে। এসব খবর যতটা না সুনির্দিষ্ট ঘটনাভিত্তিক, তার চেয়ে অনেক বেশি মানবতাপর্ষী মূল্যভিত্তিক। কোন ব্যক্তির সংক্ষিপ্ত আকর্ষণীয় জীবনবৃত্তান্ত বা রেচাচিত্র (প্রোফাইল), ব্যঙ্গসাত্মক বা হাস্যরসাত্মক বৃত্তান্ত, মানুষের জীবনযাপনের প্রচলিত গতিধারা ও আদবকায়দার কাহিনী (লাইফ স্টাইল), নানা বিষয়-সংক্রান্ত পর্যালোচনা ও সমালোচনা, সামাজিক সংবাদ, ভ্রমণ ও বিনোদন বিষয়ক লেখা বা বিচিত্র বিষয়ের সংবাদনামা ও হালকা মেজাজের বৃত্তান্তগুলিই সাধারণত নরম খবর বা ফিচার হিসাবে বিবেচিত। তাৎকালিকতার বা গুরুত্বের দিক দিয়ে ভাবলে নরম খবরের স্থান গরম খবরের চেয়ে এক ধাপ নিচে। নরম খবর সাধারণত বৈচিত্রপূর্ণ বর্ণনাময় বিবরণ বা ব্যাখ্যা বা বিশ্লেষণ যা গরম খবরকে ভিত্তি করেও হতে পারে যা গরম খবর ছাড়া অন্য বিষয়ভিত্তিকও হতে পারে।

এই ব্যাখ্যা-বিবরণ-বিশ্লেষণমূলক নরম খবর বা ফিচার বৃহত্তর চিত্রপটের আপাত অমূলক সংবাদকে যেমন ফুটিয়ে তোলে, তেমনি শিক্ষামূলক তথ্যও পরিবেশন করে এবং একই সঙ্গে উদ্ভাবনী ক্ষমতা ও রচনাশৈলীর পারদর্শিতায় পাঠকদের আনন্দ বর্ধন করে। নরম খবরের বিষয়ের অন্ত নেই। দৃশ্যমান জগতের সমস্ত বিষয় নিয়েই নরম খবর লেখা যায়, লেখা হয়। আবার, যা অদৃশ্য অর্থাৎ চোখের দেখা নয় বা মননের জগৎ তা নিয়েও লেখা হয় নরম খবর বা ফিচার। এই নরম খবর দু'ধরনের। সংবাদধর্মী ও মানবতাপর্ষী মূল্যভিত্তিক বা মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ।

সংবাদধর্মী নরম খবর বা ফিচার কিন্তু অনুযায়ী সংবাদ বা 'ফলো আপ নিউজ' নয়। পারস্পর্য ও ধারাবাহিকতা ও মূল সংবাদের পটভূমি উদ্ঘাটন অনুসারী সংবাদের অনন্য উপাদান। "কে, কী, কেন, কবে, কোথায় এবং কীভাবে"-র উত্তর সম্বলিত গরম বা সোজাসাপটা খবর লেখার পদ্ধতির তুলনায়

সংবাদধর্মী নরম খবর লেখার ভঙ্গিটা অন্যরকম। ব্যক্তি বা ব্যক্তির কার্যকলাপ, সমসাময়িক ঘটনা, স্থানীয় বা আঞ্চলিক আবেদনের কোন বিষয় বা বিষয়ের গুরুত্ব ও তার ব্যাখ্যা বা ঘটনার গতিপ্রকৃতি বিশ্লেষণ ইত্যাদি নানা বিষয়ের বিশেষ বৈশিষ্ট্যকে লক্ষণীয়ভাবে তুলে ধরা—যা বাঁধা গতের বাইরে এবং একটু আলাদা—সংবাদধর্মী ফিচার বা নরম খবরের বিশেষত্ব।

সংবাদধর্মী বা সংবাদভিত্তিক ফিচার প্রকাশিত সংবাদে পরিবেশিত তথ্যের অতিরিক্ত কিছু কথা বলবে, যা প্রচলিত রীতিধারা থেকে নিশ্চিতভাবে ভিন্নস্বাদের এবং আনন্দদায়ক। এ ধরনের ফিচার বা নরম খবর হবে সৃজনশীল ও অধ্যাত্মীয় (বা চিন্তনিষ্ঠ, যার বিপরীত হচ্ছে বস্তুনিষ্ঠ বা বিষয়নিষ্ঠ) যার প্রধান কাজ হচ্ছে পাঠককে তথ্য জানানো ও আনন্দ দান করা। সংবাদধর্মী নরম খবরের সঙ্গে সোজাসাপটা গরম বা সোজাসাপটা খবর লেখার পদ্ধতির তুলনায় সংবাদধর্মী নরম খবর লেখার ভঙ্গিটা অন্যরকম। ব্যক্তি বা ব্যক্তির কার্যকলাপ, সমসাময়িক ঘটনা, স্থানীয় বা আঞ্চলিক আবেদনের কোন বিষয় বা বিষয়ের গুরুত্ব ও তার ব্যাখ্যা বা ঘটনার গতিপ্রকৃতি বিশ্লেষণ ইত্যাদি নানা বিষয়ের বিশেষ বৈশিষ্ট্যকে লক্ষণীয়ভাবে তুলে ধরা—যা বাঁধা গতের বাইরে এবং একটু আলাদা—সংবাদধর্মী ফিচার বা নরম খবরের বিশেষত্ব।

সংবাদধর্মী বা সংবাদভিত্তিক ফিচার প্রকাশিত সংবাদে পরিবেশিত তথ্যের অতিরিক্ত কিছু কথা বলবে, যা প্রচলিত রীতিধারা থেকে নিশ্চিতভাবে ভিন্নস্বাদের এবং আনন্দদায়ক। এ ধরনের ফিচার বা নরম খবর হবে সৃজনশীল ও অধ্যাত্মীয় (বা চিন্তনিষ্ঠ, যার বিপরীত হচ্ছে বস্তুনিষ্ঠ বা বিষয়নিষ্ঠ) যার প্রধান কাজ হচ্ছে পাঠককে তথ্য জানানো ও আনন্দ দান করা। সংবাদধর্মী নরম খবরের সঙ্গে সোজাসাপটা গরম খবরের এখানেই পার্থক্য। এ ধরনের নরম খবরকে কিন্তু সমকালীনতা বা সময়োপযোগিতা বজায় রাখতে হবে, এবং এ ধরনের খবরে কল্পনাপ্রবণতার সুযোগ খুবই কম। বিষয় নির্বাচনের ক্ষেত্রে অবশ্য কোন বাধানিষেধ নেই।

মানবতাদর্শী-মূল্যভিত্তিক বা মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ নরম খবর বা ফিচার যা যা মানুষের মন কাড়ে বা যা যা মানুষের মনকে নাড়া দেয় তাই নিয়েই লেখা হয়। এ ধরনের সংবাদে সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব পায় মানুষ। এতে মানুষ থাকবে এবং মানুষের সংবেদনশীল মন যাতে নিশ্চিতভাবে সাড়া দেবে সে ধরনের একটি কাহিনী বা বৃত্তান্ত থাকবে, যা সম্পূর্ণ ভিন্ন স্বাদের। এই মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ নরম খবরে থাকবে একটি সুনির্দিষ্ট আখ্যানের রূপরেখা, থাকবে কেয়েকজন ব্যক্তিত্ব বা চরিত্র। গল্পের মতো এই খবরের শুরু, মধ্যর্যায় ও সমাপ্তি থাকবে। অনেক বিশেষজ্ঞের মতে, এ ধরনের নরম খবর বা ফিচারের অবস্থান অনেকটা খবর ও ছোটগল্পের মাঝামাঝি কোনও একটা জায়গায়। প্রকৃতপক্ষে, এ ধরনের খবর হচ্ছে ঘটনাভিত্তিক ছোটগল্প। এবং তা সরাসরি বলা। এ ধরনের খবরের মূল উপাদান:

- মানবিক আবেদন—এই ধরনের নরম খবর বা আখ্যান মানুষের মনকে নাড়া দেবে।
- ঘটনা বা বাস্তব অবস্থা—এই আখ্যান এমন ঘটনা বা বাস্তব অবস্থা সংক্রান্ত তথ্য পরিবেশন করবে

যাতে মানুষের আগ্রহ আছে বা যা মানুষের কাছে আকর্ষণীয়।

- ব্যক্তিত্ব—এ ধরনের আখ্যানে ব্যক্তিত্ব যুক্ত হয়ে অনেক বেশি চিত্তাকর্ষক হয়ে ওঠে। অসামান্য বা অদ্ভুত ব্যক্তিত্বের কথা থাকলে এই আখ্যান আরও বেশি গ্রহণীয় হয়ে ওঠে।
- দৃষ্টিকোণ—বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গি বা দৃষ্টিকোণ থেকে পরিবেশিত হলে আখ্যানের বাঁধুনি মানুষের আগ্রহ বাড়িয়ে তোলে।
- গতিশীলতা—এ আখ্যান হবে প্রাণবন্ত। আখ্যানে উল্লিখিত যে সব ব্যক্তিত্ব, তাঁদের কর্মচঞ্চলতায় আখ্যান যেন প্রাণবন্ত ও গতিশীল হয়ে ওঠে।
- অনন্যতা ও সর্বজনীনতা—আখ্যানে যেন অনন্যতা বা ভিন্নতা থাকে, আবার একই সঙ্গে তার যেন একটা সর্বজনীন আবেদন থাকে।
- গুরুত্ব—কোনও বিষয় বা ব্যক্তির বিশেষ বৈশিষ্ট্য, নৈকট্য, সময়োপযোগিতা, প্রাসঙ্গিকতা থাকলে এ ধরনের আখ্যানের গুরুত্ব বাড়ে।
- উৎসাহবর্ধন—আখ্যান যেন মানুষের মনকে নাড়া দেয়, ঠিক যেমন আখ্যানের বিষয়টি সাংবাদিকের মনকে নাড়া দিয়েছিল।

মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ ফিচার বা আখ্যানের বিষয় বা চরিত্রের নানা রূপের যে আবেগ ও অনুভূতির প্রকাশ দেখা যায়, পাঠক যেন সেই আবেগ ও অনুভূতির ব্যাপারে একাত্ম বোধ করে। আনন্দ, বিষাদ, ভয়, উত্তেজনা, কৌতুক, রাগ, সহানুভূতি ইত্যাদি কত রকমই না আবেগ ও অনুভূতি এ ধরনের ফিচারে ফুটে ওঠে। এ ব্যাপারে পাঠকের একাত্মবোধ এমনই হয় যে, পাঠক যেন নিজেই আখ্যানে বর্ণিত বিষয়ের এক সক্রিয় অংশীদার। উক্ত নাটক বা ছোটগল্পের সে যেন নিজেই একটি চরিত্র। রচনাশৈলী বা লিখনভঙ্গি ও অনন্য বা অদ্ভুত বিষয় বা চরিত্র নির্বাচনের ওপরই মূলত নির্ভর করে এ ধরনের ফিচার বা আখ্যানের গ্রহণযোগ্যতা। মানুষ নিজে যে ব্যাপারে জড়িত, তার আত্মীয়স্বজন বন্ধুবান্ধব প্রতিবেশী যে ব্যাপারে জড়িত সে বিষয়ে সে জানতে চায়। সে নিজের কথা জানতে-শুনতে চায়। সে অপরের কথা জানতে-শুনতে চায়। না বলা কথা, না-জানা কাহিনী শুনতে/জানতে চায়। এ ধরনের ফিচার বা নরম খবরের বিন্যাস সাধারণত বৃত্তান্তমূলক। অনেকটা গল্পকথনের রূপ। আর সেই কারণেই এ ধরনের সংবাদের সময়োপযোগিতা বহুলাংশেই গৌণ হয়ে যায়। বাস্তবিকপক্ষে মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ অনেক আখ্যান বা ফিচারের আকর্ষণ কালাতীত বা চিরন্তন।

অনেক ভালো ভালো আকর্ষণীয় মানবিক আবেদনসৃদ্ধ ফিচারের উৎস হচ্ছে প্রাকৃতিক দুর্যোগ—বন্যা, ভূমিকম্প, ঘূর্ণিঝড় ইত্যাদি বা স্বাস্থ্যসংক্রান্ত সমস্যা, বিশেষত শিশুদের স্বাস্থ্যজনিত সমস্যা (যেমন থ্যালাসেমিয়াগ্রস্ত বা প্রতিবন্ধী শিশু)। এছাড়া আছে বড় বড় বিষয়ের সঙ্গে যুক্ত ছোট ছোট নজর এড়িয়ে

যাওয়া কাহিনী, কোনও নামী মানুষের ছেলেমানুষী শখ বা বিশেষ কোন জিনিসের প্রতি লোভ। বহুরূপী, মুশকিল আসান, ভালুক নাচ, বাঁদর খেলা, ফুটপাথের আর্টিস্ট, শিশু শ্রমিক ইত্যাদি নানা বিষয় নিয়ে লেখা যায় মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ ফিচার। এ ধরনের ফিচারের বিষয়ের কোনও অস্ত নেই।

সংবাদভিত্তিক ও মানবিক আবেদনসমৃদ্ধ ফিচার ছাড়াও আরও কয়েক ধরনের ফিচার আছে। যেমন, সমীক্ষা, সমালোচনামূলক ফিচার, বর্ণময় বর্ণনামূলক ফিচার, মতামতধর্মী ফিচার, নির্দিষ্ট অনুষ্ঠানভিত্তিক ফিচার, আবহাওয়া বা বিশেষ ঋতু সম্পর্কিত ফিচার, ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতাভিত্তিক ফিচার, বিজ্ঞানভিত্তিক ফিচার, পটভূমি বা প্রেক্ষাপটভিত্তিক ফিচার, সাক্ষাৎকারভিত্তিক ফিচার, ভ্রমণমূলক ফিচার, ব্যঙ্গ বা হাস্যরসাত্মক ফিচার, খেলাধুলা-সংক্রান্ত ফিচার, ব্যক্তিভিত্তিক ফিচার, জনসেবামূলক ফিচার, ধর্ম বা রাজনীতিভিত্তিক ফিচার ইত্যাদি।

লিখনশৈলী ও লেখার প্রণালী বিষয় বিশেষে ভিন্ন। তার ওপর আছে ফিচার লেখকের পছন্দ ও দৃষ্টিভঙ্গি। কোনও বিষয়ে ফিচারের ভূমিকা বা মুখবন্ধ বা সূচনা কী হবে তারও কোন নির্দিষ্ট নিয়ম নেই। তবুও সাধারণভাবে ফিচারের ক্ষেত্রে কয়েকরকম মুখবন্ধের প্রচলন আছে। যেমন, সারাংশ মুখবন্ধ (সামারি লীড), প্রত্যক্ষ মুখবন্ধ (ডাইরেক্ট লীড) প্রশ্নমূলক মুখবন্ধ (ক্যোইস্‌চন লীড), বর্ণনামূলক মুখবন্ধ (ডেসক্রিপ্‌টিভ লীড), বিস্ময় বা চমকধর্মী মুখবন্ধ (ট্রেজার লীড), উক্তিমূলক মুখবন্ধ (কোটেশান্ লীড), অদ্ভুত বা উদ্ভট মুখবন্ধ (ফ্রীক্ লীড) ও সন্মিলিত মুখবন্ধ (কম্বিনেশন লীড)।

যে ধরনেরই ফিচার হোক আর যেমনই হোক সে ফিচারের মুখবন্ধ বা সূচনা, সবরকম ফিচারেরই গ্রহণযোগ্যতা নির্ভর করবে কয়েকটি শর্তের ওপর। সেগুলি হচ্ছে ভাষার গুণগত মান, যুক্তিগ্রাহ্যতা, সামাজিক চেতনাবোধ, সত্যতা মানবিকতা ও সামগ্রিক সামঞ্জস্য বা সমন্বয়।

খবর লেখার প্রকরণগত পরিবর্তন (Changing Pattern of News Coverage) : খবর লেখার প্রকরণ বা রীতি-পদ্ধতি ক্রমাগত বদলাচ্ছে। পরিবর্তিত পরিস্থিতি, পরিবর্তিত রুচি পছন্দ প্রতিযোগিতা ইত্যাদির ফলেই প্রতিবেদন প্রচারে অবিরাম পরিবর্তন।

এমন একটা সময় ছিল, যেমন ধরা যাক সদ্যসমাপ্ত বিশ শতকের সাতের দশকের শুরু পর্যন্ত, যখন সংবাদপত্রে সংবাদ সরবরাহের একমাত্র প্রতিদ্বন্দ্বী ছিল ইথার তরঙ্গে বাহিত রেডিও স্টেশন প্রচারিত নিউজ বুলেটিন। সেটাও ছিল দিনে রাতে হাতে-গোনা মাত্র কয়েকবার। এখন যাঁরা প্রৌঢ় তাঁদের অনেকেই সেই আমালে প্রতিদিনই নির্দিষ্ট সময়টার জন্য উৎকর্ষ হয়ে থাকতেন যখন রেডিওর ‘নব্’ বা চাবি ঘোরালে শোনা যেতো ঘুরিয়ে ফিরিয়ে কয়েকটি পরিচিত কণ্ঠস্বর—“আকাশবাণী, খবর পড়ছি নীলিমা সান্যাল/বিজন বসু” অথবা, পরবর্তী কোনও কালে, “খবর পড়ছি দেবদুলাল বন্দ্যোপাধ্যায়।” তখনও দূরদর্শন চালু হয়নি। নানারকম চ্যানেলের নানা দৃষ্টিকোণ থেকে তুলে ধরা সংবাদ পরিবেশনের রেওয়াজও তাই গড়ে ওঠেনি। খবর তখন ছিল অনেক সোজাসুজি এবং খবরের কাগজে ঘটনা দুর্ঘটনা, রাজনৈতিক কার্যক্রমের

গতিপ্রকৃতি, খেলাধুলা, রাষ্ট্রশাসন ইত্যাদি প্রায় সবরকম খবরেই সংবাদপত্রগুলি শুধুমাত্র মূল ঘটনা ও কিছু কিছু ক্ষেত্রে তার বিশ্লেষণ বা টীকা-টিপ্পনীসহ তার ব্যাখ্যা করেই সন্তুষ্ট থাকত। তখনকার দিনে পাঠকও সন্তুষ্ট তার বেশি কিছু আশাও করতেন না। কিন্তু এখন যতই দিন যাচ্ছে পরিস্থিতি ততই বদলাচ্ছে এবং সংবাদপত্রগুলিকেও পাল্লা দিতে হচ্ছে বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সংবাদ চ্যানেলগুলির সঙ্গে। তাই কেবলমাত্র মূল খবরটুকু সরবরাহ করে আর কিছু কিছু বিশ্লেষণ পরিবেশন করেই যদি তার কাজ শেষ করতে চায় তাহলে সংবাদপত্রের বাজার হারানোর সম্ভাবনা খুবই প্রবল।

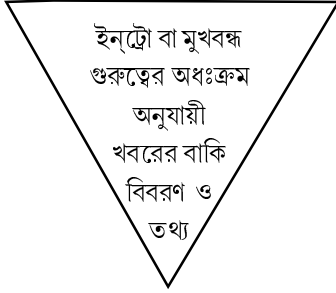
এই অবস্থায় যা স্বাভাবিক তাই ঘটেছে। এখন সংবাদপত্রগুলি তাদের সংবাদ পরিবেশনের আদলও পালটে ফেলেছে। মূল খবরের সঙ্গে বেশি বেশি করে যুক্ত হচ্ছে তার বিশ্লেষণ, তার পটভূমি, তার ভবিষ্যৎ নির্দেশে এবং তার মন্তব্যমূলক ব্যাখ্যান। যুক্ত হচ্ছে ঘটনার থেকেও তার মানবিক দিকগুলিকে বেশি করে দেখানোর জন্য সংবাদ-সম্পর্কিত অকথিত কাহিনী। একটা উদাহরণ দেওয়া যাক। হয়তো কোও রাস্তার পাশের জবরদখলকারীদের বে-আইনি বাড়িঘর, দোকান ইত্যাদি ভেঙে দিয়ে দ্বাস্তা চওড়া করার একটা সরকারি পরিকল্পনা নেওয়া হল। পরিকল্পনা মাফিক পুলিশ-প্রশাসন বুলডোজার, লরি, লোকজন ইত্যাদি নিয়ে নির্দিষ্ট দিনে কাজ শুরু করল। সংবাদপত্র আগের মতোই, ঐতিহ্য অনুযায়ী, ঘটনাটির বিস্তৃত বিবরণ দিল। যেমন, কতগুলি ঘরবাড়ি ভাঙা হল, কতজন বাধা দিতে এসে গ্রেফতার হল, কতজন বা পুলিশের লাঠিতে আহত হল, উচ্ছেদ হওয়া মানুষগুলির কোথাও কোনও পুনর্বাসনের ব্যবস্থা হল কিনা, সরকারবিরোধী রাজনৈতিক দলগুলি এ বিষয়ে কী বলল বা কী করল ইত্যাদি। একই সঙ্গে দেখা গেল, এসব খবরের পাশাপাশি আলাদা একটি খবরে তুলে ধরা হল কেমন করে কয়েকটি শিশু ধ্বংসস্তুপ থেকে উদ্ধার করে আনছে তাদের পড়াশুনার বা খেলাধুলার সামগ্রী বা কোন মা তার সন্তানদের খেতে দেওয়ার অতি সাধারণ তৈজসপত্র ধ্বংসস্তুপ থেকে খুঁজে বার করার চেষ্টা করছে।

এরকমভাবেই খবরের অন্যান্য দিকগুলিতেও বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সঙ্গে প্রতিদ্বন্দ্বিতায় নেমে সংবাদপত্র ক্রমশই আরও ব্যাপক ও মনোহারী হওয়ার চেষ্টা করে যাচ্ছে। দেশবিদেশের বিভিন্ন খেলাধুলা আজকাল সরাসরি টিভির পর্দায় মানুষ দেখতে পায় বলে সেসব খেলাধুলার ফলাফলের থেকেও সংবাদপত্র বেশি করে আলোচনা করছে সেসব খেলার নায়ক-নায়িকাদের ব্যক্তিগত বিষয়গুলি, তাদের পারিবারিক সমস্যা থেকে শুরু করে তাদের ভাবমূর্তি বিপণন বা ইমেজ মার্কেটিং পর্যন্ত। যে সমস্ত বিষয়ে মানুষকে নিত্যদিনই



সমস্যার সম্মুখীন হতে হয় খবরের কাগজে সেগুলি আজকাল অনেক বেশি গুরুত্ব দিয়ে প্রকাশ করা হচ্ছে। স্বাস্থ্য, শিক্ষা, পরিবেশ, পৌরসেবা বা পুর-পরিষেবা, মানবাধিকার প্রভৃতি বিষয়গুলি নিজে আজকাল বিস্তারিত খবর পরিবেশন করা হচ্ছে। এবং সে কারণেই, পরিবর্তিত প্রয়োজনবোধে, খবর লেখার প্রকরণগত পরিবর্তন লক্ষ্য করা যাচ্ছে।

১.৪ সংবাদের রচনাইশৈলী বা উপস্থাপনা (Style and Approach)



খবর লেখার পদ্ধতি বা শৈলী নিয়ে অনেক গবেষণা হয়েছে। অথচ বলা যায়, বিভিন্ন পদ্ধতির খবর লেখার নমুনা নিয়ে গবেষণা করে কয়েকটি নির্দিষ্ট শৈলীকে আদর্শ বলে চিহ্নিত করা যেতে পারে। খবর অবশ্য ঠিক কীভাবে লেখা যেতে পারে তা নিয়ে কখনই শেষ কথা বলা যায় না। কারণ, যতই নতুন নতুন সাংবাদিক আসবেন ততই নতুন নতুন ভাবে খবর লেখার চেষ্টা চলতেই থাকবে। প্রতিটি সাংবাদিকের লেখাই তাঁর স্বকীয়তায় বিভিন্ন সময়ে দিকনির্দেশ করতে পারে এবং তা করে চলেছেও। কারণ, আমরা সকলেই জানি—"Style is the man" অর্থাৎ শৈলীই হচ্ছে ব্যক্তির উৎকর্ষ বা বৈশিষ্ট্যসূচক গুণ।

এসব সত্ত্বেও সাংবাদিকতা শুরু করার মুখে কয়েক রকম লেখার পদ্ধতির সঙ্গে নিবিড় পরিচয় থাকা খুবই আবশ্যিক। একটি একটি করে সেগুলির কথা বলা যাক।

প্রথমেই আসবে সেই চিরায়ত বা সাবেকি শৈলী যার গড়ন অনেকটা ইংরাজি "T" এর মতো। অর্থাৎ খবরের শুরুর দিকে মূল বক্তব্যটি বা খবরটি প্রথম একটি বা দুটি প্যারাগ্রাফের মধ্যে বন্দী করার কাঠামো। যেমন, "অনেক আশঙ্কা ও দুশ্চিন্তার অবসান ঘটিয়ে আজ প্রচণ্ড উৎসাহ-উদ্দীপনার মধ্যে রাজ্যে প্রথম পর্যায়ের নির্বাচন সমাপ্ত হয়েছে। যদিও বিচ্ছিন্ন ঘটনায় ১০ জন অল্পবিস্তর আহত হয়েছেন এবং গ্রেফতার করা হয়েছে ৫০ জনকে"।

এরকমভাবে লেখা খবরে মূল বক্তব্যটি রাখা হয় একেবারে শুরুর প্রথম একটি বা দুটি প্যারাগ্রাফ বা অনুচ্ছেদে এবং খবরের বাকি অংশ—যেমন, ভোটদানের শতকরা হার, ঘটনা-দুর্ঘটনার বিশদ বিবরণ, বিভিন্ন রাজনৈতিক দলের প্রতিক্রিয়া ইত্যাদি বিষয়গুলি পরপর প্যারাগ্রাফ সাজিয়ে লেখা হয়।

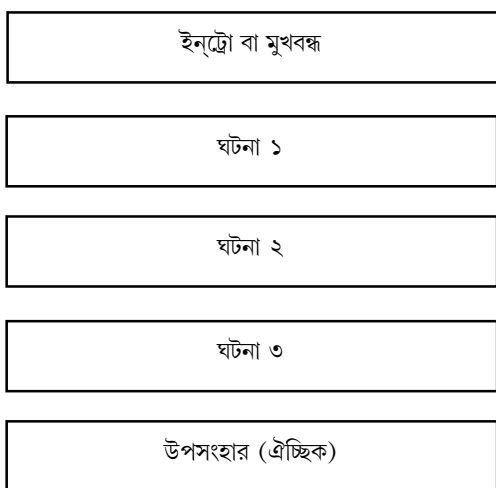
সংবাদ রচনার নানা কাঠামো বা নির্মিতিকে বিশেষজ্ঞরা জ্যামিতিক দৃষ্টিভঙ্গিতে বিবৃত করেছেন। এই জ্যামিতিক নির্মিতি কৌশল জানা থাকলে সংবাদ পরিবেশনের সঠিক রীতিটি বা বিন্যাসভঙ্গিটি যথাযথভাবে আয়ত্ত করা যায়। এই সংবাদ-বিন্যাসভঙ্গিকে কয়েকটি জ্যামিতিক ছকে ভাগ করা যায়। সোজা কথায় সংবাদটিকে কীভাবে সাজানো হবে—প্রথমে বা মুখবন্ধে কী লেখা হবে, তারপরই বা মধ্য অংশেই বা কী থাকবে, আর সব শেষে বা উপসংহারেই বা কী লেখা হবে? এই সংবাদ সাজানোর কায়দা বা বিন্যাসভঙ্গির জ্যামিতিক ছক হচ্ছে পিরামিড, উল্টো পিরামিড, ঘটনানুক্রমিক বা সমান্তরাল বাস্ক, পিরামিড ও সমান্তরাল বাস্কের সমন্বয়, রচনা বা প্রবন্ধ জাতীয়, বালি-ঘড়ি সদৃশ, ডিম্বাকৃতি ইত্যাদি।

পিরামিড (Pyramid) : ছোটখাট সাধারণ মানের খবরগুলি প্রধানত পিরামিডের মতো আকৃতিরই হয়। এসব খবরে মুখ্যত একটি বিষয়ই থাকে এবং এর মুখবন্ধ বা ইনট্রোও হয় অত্যন্ত সংক্ষিপ্ত। গুরুত্ব

অনুযায়ী সংবাদের বাকি অংশটুকু ধাপে ধাপে যুক্ত হয় ও কাহিনী বিস্তৃত হতে থাকে। কিন্তু যেহেতু খবরের বক্তব্যটিই ছোট এবং মূল খবরটি প্রথমেই থাকছে, তাই প্রয়োজনবোধে লিখিত খবরটির নিচের অংশ ইচ্ছামতো ছোট করা যায়। এই নিচের অংশেই থাকে মূল বিষয় সংশ্লিষ্ট খুঁটিনাটি খবর যা ক্রমেই বিস্তারলাভ করে। প্রয়োজনে এই নিচের অংশকে ছোট করা হয়। কিন্তু খবরের কাঠামোটা জ্যামিতিক কল্পনায় পিরামিডের মতোই থাকে (চিত্র ১)।

উল্টো পিরামিড (Inverted Pyramid) : ঘটনার ধারাবাহিকতায় গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ের ক্রম অনুসারে ছোটগল্পের শেষ পরিণতিতে বা উপসংহারে আসে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বক্তব্যটি। গুরুত্বপূর্ণ খবরের ক্ষেত্রে বিন্যাসের ধাঁচটি ছোটগল্পের সম্পূর্ণ বিপরীত। অর্থাৎ সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বক্তব্যটি খবরের শুরুতেই বলতে হবে। এবং বাকিসব গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলি সাজানো হবে তাৎপর্যের অধঃক্রম অনুযায়ী। সবচেয়ে কম তাৎপর্যপূর্ণ বিষয়টি আসবে সংবাদের সর্বশেষ পর্যায়ে। এ ধরনের নির্মিতিকৌশল বা বিন্যাসভঙ্গির নাম জ্যামিতিক কল্পনায় উল্টো পিরামিড। সংবাদলিখনের এই কাঠামোটি ব্যাপকভাবে পরীক্ষিত ও সবচেয়ে নিরাপদ। খবর লেখার সনাতন ধারায় এটিই সর্বশ্রেষ্ঠ কাঠামো বলে বিবেচিত। সংবাদপত্রের মুদ্রণ একটি নির্দিষ্ট সময়ে হয়ে থাকে। সুতরাং সংবাদ লিখতে হবে একটি নির্দিষ্ট সময়সীমার মধ্যে। এবং সর্বদাই সাংবাদিককে সচেতন থাকতে হবে পরিবেশিত সংবাদের সত্যতা, সময়োপযোগিতা ও পাঠকের আগ্রহ ধরে রাখার ক্ষমতা সম্পর্কে।

এইসব মাথায় রেখেই উল্টো পিরামিডের কাঠামোর কল্পনা। পিরামিডের সমস্ত শক্তি তার অধোভাগ বা তলদেশে। উল্টো পিরামিড কাঠামোয় সংবাদ লেখার মূল কারণ হচ্ছে এই যে, সংবাদের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ও আকর্ষণীয় শক্তি হচ্ছে তার শুরুর কথাতেই। অর্থাৎ খবরে সূচনাতেই (ইন্ট্রো বা লীড) একাধিক গুরুত্বপূর্ণ প্রাসঙ্গিক বিষয় নিয়ে কিছুটা বিবরণ দেওয়া হয়। এই লীড (সূচনা বা মুখবন্ধ) একটি

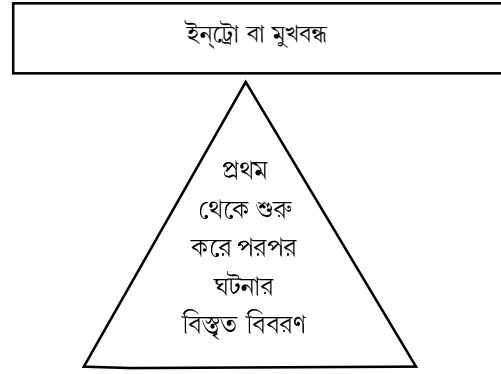


চিত্র ৩

অনুচ্ছেদেও হতে পারে অথবা, প্রয়োজনে, তিন চারটি অনুচ্ছেদেও হতে পারে। অর্থাৎ খবরের প্রথম দিকটি হয় প্রসারিত বা ছড়ানো। এবং তারপর ধীরে ধীরে কাহিনীকে গুটিয়ে আনা হয় ও প্রয়োজনে নিচের অংশ বাদ দিয়ে দেওয়া হয়।

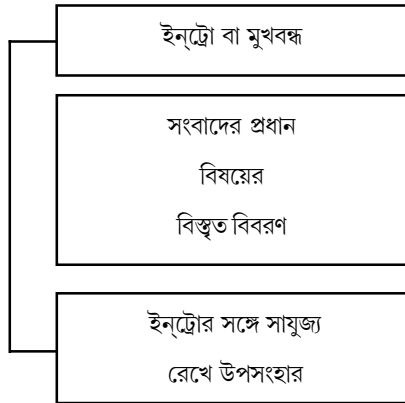
উল্টো পিরামিড কাঠামোয় লেখা সংবাদের তিনটি অংশ বা পর্যায় থাকে। প্রথমে লীড বা সূচনা। যে কোন সংবাদের প্রথম কয়েকটি প্যারাগ্রাফ বা অনুচ্ছেদ হচ্ছে সেই সংবাদের লীড। প্রচলিত প্রথা অনুযায়ী সংবাদের সমস্ত গুরুত্বপূর্ণ বিষয় ও প্রাসঙ্গিক তথ্য লীডের মধ্যে থাকবে। মোটামুটি এই লীড থেকেই পুরো সংবাদটি জানা

যায়। সংবাদ সংস্থা প্রেরিত কোন কোন সংবাদের লীড অনেক সংবাদপত্রেই সংক্ষিপ্ত সমাচার হিসাবে মুদ্রিত হয়। দ্বিতীয় বা মধ্যমাংশে লীডের সমর্থনে বা লীডের জোর বাড়ানোর জন্য সেসব বিষয় নিয়ে লেখা হবে যা যথেষ্ট অর্থবহ বা গুরুত্বপূর্ণ কিন্তু অপরিহার্য নয়। যেমন, কোনও সংবাদের সূচনায় যদি খুন সম্পর্কে পারিবারিক কলহকে কারণ হিসাবে লেখা হয়ে থাকে, তাহলে মধ্যমাংশে সেই কলহ-সংক্রান্ত সাক্ষীর বক্তব্য, মৃতদেহটি ঠিক কী অবস্থায় পাওয়া গিয়েছিল, তার ওপর কতগুলি ক্ষতচিহ্ন ছিল, বাড়িতে কেউ ছিল কিনা, কজন বি-চাকর সেই বাড়িতে কাজ করে ইত্যাদি বিষয়গুলি ইঙ্গিতপূর্ণ বিবেচনায় থাকবে। কিন্তু এসব খুঁটিনাটির সবগুলিই যে অপরিহার্য তাও নয়। তৃতীয় বা শেষ অংশকে বলা হয় 'ঠিক তত গুরুত্বপূর্ণ নয়' অর্থাৎ এই অংশটিকে যে কোনও সময়ে বাদ দেওয়া হয়। ইংরাজিতে খবরের এই অংশটিকে বলা হয় 'ইক্সপেণ্ডেবল এণ্ডিং' অর্থাৎ বিশেষ উদ্দেশ্য সাধনের জন্য যে উপসংহারটিকে ত্যাগ করা যায় বা বাদ দেওয়া



চিত্র ৪

যায়। যেমন, খুনের খবরের ক্ষেত্রে গত দু'বছরে বা পাঁচ বছরে এই শহরে কতগুলি খুন হয়েছে, পুলিশ কতগুলি খুনের কিনারা করতে পেরেছে, পারিবারিক কলহজনিত খুনের সংখ্যাই বা কত ছিল ইত্যাদি বিষয় যেগুলি বাদ দিলে মূল খবরের ক্ষতিবৃদ্ধি কিছুই হয় না। খবরের গুরুত্ব অক্ষুণ্ণ রেখেই এগুলিকে বাদ দেওয়া যায়।



উল্টো পিরামিড কাঠামোই সাধারণত গ্রহণযোগ্য। অবশ্য একশ বছর আগে বা তারও আগে যে কাঠামো প্রচলিত ছিল তা হল ঘটনাক্রমিক বা সমান্তরাল বাক্সের মতো। বাস্তব সমস্যা এড়াতেই শুরু হয় উল্টো পিরামিড। টেলিগ্রাফ সার্ভিসের অবিশ্বস্ততার বা অনিশ্চয়তার ফলে তারযোগে পাঠানো খবরের সবটুকু খবরের কাগজে পৌঁছতই না। মাঝপথে কেটে যেতো। এই সমস্যা এড়ানোর জন্য উল্টো পিরামিড কাঠামো চালু করা হয়। যার ফলে যে কোনও খবরের সব গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলিই

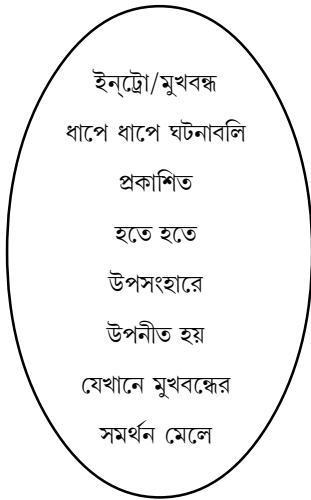
প্রথম দু-তিনটি অনুচ্ছেদের মধ্যেই বলা হয়ে যেতো। টেলিগ্রাফের গোলমালের ফলে খবরের সব গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলিই প্রথম দু-তিনটি অনুচ্ছেদের মধ্যেই বলা হয়ে যেতো। টেলিগ্রাফের গোলমালের ফলে খবরের বাকি অংশটুকু না পাওয়া গেলেও খুব একটা ক্ষতি হত না আজকের দিনে অধিকাংশ খবরই উল্টো পিরামিড বিন্যাসে পরিবেশন করা হয়। এতে সব গুরুত্বপূর্ণ তথ্য সংবাদের প্রথম ভাগে থাকে আর সবচেয়ে কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্যটি থাকে সর্বশেষে। এ ধরনের সংবাদ লিখনভঙ্গি সাংবাদিক ও পাঠক উভয়েরই খুব পছন্দ।

পাঠক য়েহেতু বেশিরভাগই সংবাদপত্র পড়ার সময় খুব ব্যঙ্গ করে থাকেন, তাই তিনি চান য়ে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদও য়েন খুব অল্প সময়ে পড়ে ফেলা যায়। বৈদ্যুতিন মাধ্যমে অর্থাৎ রেডিও টেলিভিশনে অবশ্য এ ধরনের সংবাদ বি ন্যাস সবসময়ে শ্রোতা-দর্শকের কাছে গ্রহণযোগ্য হয় না। য়েহেতু কোন খবরই সাধারণত এক বা দুমিনিটের বেশি হয় না তাই বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সংবাদ বিন্যাস ভিন্ন রূপের হতেই পারে। তবুও এ ধরনের বিন্যাস সকলেই পছন্দ করেন। কারণ শুরুতেই খবরটি জানা হয়ে গেলে, পরিহার্য বাকি অংশ কেউই আর দেখতে চান না (চিত্র ২)।



চিত্র ৬

ঘটনানুক্রমিক বা সমান্তরাল বাস্ক (Chronological) : য়ে ঘটনার পর্যায়ক্রমে বা ধাপে ধাপে সম্প্রসার ঘটেছে এবং কোন পর্যায়ই অন্য কোন পর্যায়ের চেয়ে কম গুরুত্বপূর্ণ নয় সে ঘটনা সম্পর্কিত খবরের বিন্যাস বা কাঠামো হবে ঘটনা-অনুক্রমিক বা সমান্তরাল বাস্ক ঝাঁচের। এক অর্থে বলতে গেলে এ ধরনের খবরের মধ্যে একাধিক খবর থাকে এবং এ ধরনের খবরের লীড বা সূচনা কী হবে তা নিয়ে যথেষ্ট বিভ্রান্তিও দেখা দেয়। এজন্য সাধারণত এ ধরনের খবরের একটি সমন্বিত সূচনা লিখে তারপর ধাপে ধাপে পরবর্তী বিষয় বা তথ্যগুলিকে সাজিয়ে দিতে হয়। এক একটি ধাপ এক একটি বাস্কের মতো ভাবলে, সব মিলিয়ে কয়েকটি সমান্তরাল বাস্কের চেহারা নেয় এ ধরনের সংবাদ বিন্যাস। এই ঘটনানুক্রমিক বিন্যাসে অনেকে য়েমন সমন্বিত সূচনা লেখার পক্ষপাতী, তেমনি অনেকেই আবার সবচেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ তথ্যটি বাদ দিয়ে তারপর পারস্পর্য অনুযায়ী অন্য তথ্যগুলি দিতে চান যাতে ঘটনার একটি ধারাবাহিকতা স্পষ্ট হয়ে ওঠে (চিত্র ৩)।



পিরামিড ও সমান্তরাল বাস্কের সমন্বয় : এ ধরনের সংবাদ বিন্যাসের রেওয়াজ এখন আর নেই। এই রেওয়াজ লুপ্ত হয়ে যাবার প্রধান কারণ হচ্ছে এই য়ে, এতে সংবাদের লীড বা সূচনা অত্যন্ত দীর্ঘায়িত হয় যা আবার মুদ্রণ বিন্যাসে প্রসারিত আয়তক্ষেত্রের আকার ধারণ করে। সূচনার পরে মূল খবরটিকে আবার অত্যন্ত সংক্ষিপ্ত আকারে লিখে ক্রমশ পিরামিডের মতো নিচের দিকে ছড়িয়ে দেওয়া হয়। এখনকার দিনে য়েহেতু দীর্ঘায়িত সূচনা

লেখার চলন নেই এবং পাঠকও এ ধরনের লেখা পড়তে বিশেষ আগ্রহ বোধ করেন না, তাই এ ধরনের সংবাদ-লিখনভঙ্গি বর্জিত হয়েছে (চিত্র ৪)

রচনা বা প্রবন্ধ জাতীয় কাঠামো Essay Approach) সংবাদে রচনা বা প্রবন্ধ জাতীয় বিন্যাস খুবই কম, বলা যায় বিরল। তবে এ ধরনের কাঠামোর লেখা প্রায়শই সংবাদপত্রের সম্পাদকীয়, কোনও বিশেষ বিষয় সংক্রান্ত নিবন্ধ, রবিবাসরীয় বা সাময়িকীর লেখা, ম্যাগাজিন আর্টিকল, সংবাদভাষ্য, সম্পাদকীয়

পৃষ্ঠার বিশেষ লেখা ইত্যাদিতে ব্যবহৃত হয়। স্কুল কলেজে বিভিন্ন বিষয় নিয়ে রচনার সঙ্গে সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনের রচনার একটু তফাৎ আছে। পাঠক বা দর্শককে প্রতিপাদ্য বিষয়টি বা কোন বিশেষ তত্ত্ব বা কোন মন্তব্য দিয়ে আকৃষ্ট করে তবে প্রবন্ধ ধাঁচের লেখা শুরু করতে হয়। সাংবাদিক বা লেখককে তাঁর বক্তব্য বা মন্তব্যকে সুপ্রতিষ্ঠিত করার জন্য যুক্তিগ্রাহ্য প্রমাণ ও উদাহরণ দিয়ে লিখতে হবে এই রচনার মধ্যম অংশ। লেখার শেষ অংশে বা উপসংহারে লেখককে প্রতিপাদ্য বিষয়টি ও তৎসংক্রান্ত মন্তব্যের সারাংশ দিয়ে গোটা বিষয়টিকে গুটিয়ে আনতে হবে। শুরুর সঙ্গে তার সাযুজ্য থাকবে (চিত্র ৫)।

বালি-ঘড়ি সদৃশ্য বিন্যাস বা কাঠামো (Hourglass Organisation) : বালি-ঘড়ি বা আওয়ারগ্লাস (বালি ভর্তি কাচের পাত্র যার মধ্যভাগ সরু এবং ওপরের মোটা অংশ থেকে বালি একটি সুনির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে নিচের মোটা অংশে সম্পূর্ণরূপে পড়ে যাওয়ার পরই পাত্রটি উল্টে যাবে ও ওপরের বালি আবার নিচে পড়বে—এরকমভাবে কার্যসাধন পদ্ধতিতে তৈরি যে ঘড়ি) যার আকৃতি অনেকটু ডমরু বা ডুগডুগির মতো সেই রকম জ্যামিতিক বিন্যাসে কখনও কখনও সংবাদ লেখা হয়। এই কাঠামোয় লেখা সংবাদের ওপরের অংশ বা লীড ও নিচের অংশ বা উপসংহার হবে প্রসারিত। মধ্যম অংশ যা তুলনামূলকভাবে সরু সেখানে কাহিনী একটি মোড় নেবে, আর এই অংশটিকে ধরে নেওয়া হবে পরিবেশিত সংবাদটির এক পর্যায় থেকে অন্য পর্যায় উত্তরণের মধ্যবর্তী ধাপ। এই বিন্যাসে বা ধাঁচে লেখা সংবাদের জোরটা থাকে প্রধানত দুটি ভিন্ন অথচ গুরুত্বপূর্ণ অংশের ওপর। আর থাকে অপেক্ষাকৃত কম গুরুত্বপূর্ণ একটা মোড় বা বাঁক যেটা সংবাদের এক অংশ থেকে আর এক অংশে উত্তরণের একটা ধাপ, জ্যামিতিক ছকে যার অবস্থান সংবাদটির মধ্যভাগে। এই পরিবর্তনসূচক মধ্যবর্তী পর্যায়টি হতে পারে কয়েকটি বাক্য বা অনুচ্ছেদ, আর এ ধরনের বাক্য বা অনুচ্ছেদ সাধারণ দীর্ঘ বা প্রলম্বিত সংবাদ-কাহিনীতেই দেখা যায়। এই অংশটিতে অনেক সময় উপ-শিরোনাম বা সাব হেডিং দেওয়া হয়, কোনও কোনও সময় গ্রাফিক্সও ব্যবহার করা হয়, কখনও বা বক্স বা বুলেট ব্যবহার করা হয়। এই মধ্যবর্তী অংশটি হতে পারে সময়ের ব্যবধানের ইঙ্গিতবাহী বা বিবরণমূলক কিছু ভৌগোলিক উপাদান বা হতে পারে অন্য কোনও বিষয় বা ধারার একটি ক্ষেত্র। আর এই ক্ষেত্রটি থাকবে সংবাদটির প্রধান দুটি অংশের সঙ্গে খুব শক্ত সূতোয় বাঁধা। এই ধরনের সংবাদ কাঠামোর প্রথম ও শেষ উভয় অংশই অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ তথ্যাদিতে ঠাসা থাকে (চিত্র ৬)

ডিম্বাকৃতি কাঠামো (Goose Egg Organisation) : কোন বিষয় সম্বন্ধে সন্দেহ থাকলে সে বিষয়টি নিয়ে বৃত্তাকারে লেখার প্রথা একেবারে অজানা নয়। বস্তুত কুশলী / শৈলীনিষ্ঠ সাংবাদিক বা লেখকদের কোনও বিষয়ের উপস্থাপনা শৈলী আন্দাজ করা বড় কঠিন। যাঁরা খুব অভিজ্ঞ ও রীতিকুশল তাঁরা যে কোন বিষয়-সংক্রান্ত সংবাদ যে কোনওভাবে শুরু করতে পারেন ও তাঁদের লেখার শেষ ছত্র পর্যন্ত পাঠকের কৌতুহল অটুটভাবে ধরে রাখতে পারেন। বহু উন্নতমানের সংবাদ, বাস্তবিকপক্ষে, বৃত্তাকারেই লেখা। তার মানে, কোনও একটি বিষয় নিয়ে সংবাদ লেখা শুরু হয় এবং সেই প্রতিপাদ্য বিষয়টি শেষ পর্যন্ত প্রতিপন্ন হয়েছে সেটা সংবাদের উপসংহার বলা হয়। ‘গুঞ্জ এগ’ বা ডিম্বাকৃতি অবয়ব আসলে সনাতনী ঢঙে গল্প

বলার এক পরীক্ষিত শৈলী। কোনও বিষয় সম্বন্ধে কিছু বলা মানে, প্রথম দৃশ্য শুরু হওয়ার পর ধীরে ধীরে ধাপে ধাপে ঘটনাবলী প্রকাশিত হতে থাকে এবং সবশেষে যে হিতোপদেশটি পাওয়া যায় তার যুক্তিগ্রাহ্য সমর্থন মেলে মুখবন্ধে বর্ণিত ঘটনাটি থেকেই। অর্থাৎ বৃত্তাকারে বা ডিম্বাকৃতি কাঠামোতে লেখার বা গল্প বলার রেওয়াজ সাবেককাল থেকেই প্রচলিত (চিত্র ৭)

সংবাদ লেখার এসব কাঠামো ছাড়াও অন্য কাঠামো হতে পারে। সেটা অবশ্যই সাংবাদিকের ব্যক্তিগত লিখনশৈলীর ওপর অনেকটা নির্ভর করে। তাছাড়া বিষয় বিশেষে শৈলী ও বিন্যাস বদলাতেই পারে।

এসব ছাড়া বড় ধরনের যে গঠনশৈলী সাধারণত চোখে পড়ে সেটা অনেকটা একটি ক্ষুদ্র অংশকে পর্যবেক্ষণের মধ্য দিয়ে বৃহত্তর বা সার্বিক বিষয়টিকে বোঝানোর চেষ্টা করা। যেমন ‘অনুপমের বয়স এখন দশ। তার কোন কিছুই অভাব নেই। বাবা-মা ভালো চাকরি করেন। তার সমস্যা একটাই—তাকে মাঝেমধ্যেই পেয়ে বসে এক অদ্ভুত হতাশা। ক্লাশ পরীক্ষায় ভালো করতে না পারলেই সে বাড়ি ফিরে বসে থাকে এক কোণায়, কিছু খেতে চায় না। কখনও কখনও তার মনে হয় সবকিছু উড়িয়ে দেয় মেশিনগানের গুলিতে—অনেকটা টিভিতে দেখা নায়কদের কায়দায়।’

বুঝতে অসুবিধা হয় না যে, এই সংবাদের মধ্য দিয়ে পাঠককে নিয়ে যাওয়া হচ্ছে একটি সমসাময়িক সমস্যার দিকে। স্কুলব্যাগের বোঝায় ক্লাস্ত, অত্যন্ত কঠিন প্রতিদ্বন্দ্বীতায় হেরে যাওয়ার ভয়ে আজকের অনেক শিশু/কিশোর/তরুণ-তরুণীই যে সমস্যার শিকার, এই সংবাদ সেই সমস্যারই ইঙ্গিতবাহী।

মানবিক উপাদান সম্বলিত এই ধরণের সংবাদ আজকাল প্রায়শই লেখা হয়ে থাকে। অবশ্যই খবর যে বিষয়বস্তুর ওপর লেখা হবে লেখার ভঙ্গি অনেকটাই তার ওপর নির্ভর করবে। কেউ যদি কোনও কঠিন বিজ্ঞান-সংক্রান্ত বিষয়ে লিখতে চান, তাঁকে বিষয়বস্তুর গুরুত্ব লঘু করেও সাধারণ পাঠকের বোধগম্য ভাষায় বিষয়টি উপস্থাপিত করতে হবে। ব্যবসা বাণিজ্য বা অর্থনীতির খবরের ক্ষেত্রে এই ব্যাপারটি একইভাবে প্রযোজ্য, যদিও সবটাই নয়। কারণ, মানুষের সাধারণ জীবনযাত্রার মধ্যে বাণিজ্যিক বা অর্থনৈতিক পরিভাষা অনেকটাই বোধগম্য, যেটা বিজ্ঞানের ক্ষেত্রে সবসময় বলা যায় না। একথা সবসময়ই মনে রাখতে হবে যে, খবর লেখাটা হচ্ছে একইসঙ্গে পাঠককে তথ্য সরবরাহ করা এবং সেই কাজটি মনোহারিত্বের সঙ্গে করা।

লেখার ধরণ এমন হবে যা কিনা পাঠককে আকৃষ্ট করবে, কিন্তু লেখাকে বর্ণাঢ্য করতে গিয়ে ভারসাম্যহীন করা বড় করে ফেলা চলবে না। লেখার ওপরে দখল আনতে গেলে তাই প্রয়োজন প্রতিদিন যিনি যে ভাষায় লিখবেন সেই ভাষায় প্রচারিত যত বেশি সম্ভব সংবাদপত্র পড়া এবং লেখার বিভিন্ন ধরণ সম্পর্কে একটি স্বচ্ছ ধারণা গড়ে তোলা। প্রুপদী সাহিত্য, ইতিহাস, সমাজবিজ্ঞান, রাষ্ট্রবিজ্ঞান, অর্থনীতি ইত্যাদি বিষয়ের ওপর বিশিষ্ট লেখকদের লেখাগুলি পড়লেও লেখার ভঙ্গিতে একটি নিজস্বতা সহজেই জন্মানো সম্ভব।

১.৩.১ সূচনা বা ইন্ট্রো করার নিয়ম

কী করে 'ইন্ট্রো' বা সংবাদের সূচনা লিখতে হয়? পরিবেশনযোগ্য সংবাদটির সম্পর্কে অত্যন্ত সচেতন থেকে সংবাদটির 'ইন্ট্রো' বা 'লীড' লিখতে হবে এবং এক মুহূর্তের জন্যও ভুললে চলবে না যে 'ইন্ট্রো' হচ্ছে সংবাদটির সারাংশ। কর্মব্যস্ত পাঠক পুরো সংবাদটি পড়ার সময় না পেলে কেবলমাত্র ইন্ট্রোটুকু পড়েই যাতে প্রাথমিকভাবে সংবাদটি জানতে পারেন। সুতরাং সংবাদের সূচনা বা ইন্ট্রোতে যেন সংবাদটি-সংক্রান্ত কয়েকটি মৌলিক প্রশ্নের উত্তর পাওয়া যায়। এই প্রশ্নগুলি হচ্ছে, 'কে, কী, কেন, কবে, কোথায় এবং কীভাবে'। ইংরাজিতে এগুলিকে বলা হয় "The Five Ws and one H : Who, What, When, Where Why and Head। আজকাল যদিও 'ইন্ট্রো' লেখার ক্ষেত্রে অনেকরকম বৈচিত্র্য এসেছে তবুও চিরাচরিত পদ্ধতিতে লেখা ইন্ট্রোতে যে ছটি প্রশ্নের উত্তর নিহিত থাকবে তা খুবই অর্থবহ ও প্রাসঙ্গিক এবং ব্যাপকভাবে গ্রহণযোগ্য। যদি ইন্ট্রোতে বলা হয়, "গতরাতে প্রায় নটার সময় কাশীপুরে একদল সশস্ত্র লোক একটি ব্যাঙ্ক লুট করে পাঁচ লক্ষ টাকা নিয়ে পালায়"—তাহলেই পাঠক এক নজরে ঘটনাটি সম্পর্কে একটি ধারণা করে নিতে পারবেন।

কে : কেউ না কেউ কোনরূপ ত্রিফ্যাকলাপ যুক্ত বা কাউকে না কাউকে ঘিরে চলে সক্রিয়তা। এই ব্যক্তি কে? কে বক্তৃতা দিলেন? কে মারা গেছেন? কে চুরির অভিযোগে ধরা পড়েছে? কখনও নাম হতে পারে, তাতে আবার আভিজাত্যসূচক খেতাব যুক্ত হতে, কখনও বা ব্যক্তির কোন একটি বিষয়ে সংক্ষিপ্ত বিবরণও থাকতে পারে। নামের আগে খেতাব যথা, মুখ্যমন্ত্রী, প্রধানমন্ত্রী, প্রধান বিচারক, মেয়র, উপাচার্য ইত্যাদি লেখা হয়। সংক্ষিপ্ত বিবরণ যেমন, ছ-ফুট লম্বা এক নতুন খেলোয়াড়, ৩৫ বছর বয়সের এক বিলেত ফেরৎ ডাক্তার, মানসিক বিকারগ্রস্ত এক কয়েদি, ভিন রাজ্যের অসাধু কয়েকজন ব্যবসায়ী ইত্যাদি।

কী : কী ঘটেছে বা কী হয়েছে? ক্রিয়াপদের ব্যবহার সাধারণত এই অংশে থাকে। যেমন, খোয়া গেছে, খুন হয়েছে, ডাকাতি হয়েছে, পালিয়ে গেছে, গ্রেফতার হয়েছে, বাজেট পেশ হয়েছে, আয়কর বেড়েছে, পরীক্ষা পিছিয়ে গেছে ইত্যাদি। কখনও বা কিঞ্চিৎ বিবরণ থাকে। যেমন, কাগিল যুদ্ধে নিহত জওয়ানের স্ত্রীকে সরকার পুরস্কার দিল, উত্তেজিত জনতা ইটপাটকেল ছোঁড়ে ও অফিস ঘর ভাঙচুর করে, গ্রাম থেকে শহরের আদালতে মামলা করতে আসা এক প্রৌঢ় প্রতারিত ইত্যাদি।

কেন : কোনও কোনও সময় খবরের ইন্ট্রোতে এই প্রশ্নের উত্তর দেওয়া খুব কঠিন হয়ে পড়ে, কারণ একটা ঘটনা কেন ঘটলো সেটা ঠিক সেই মুহূর্তে জানা বা বোঝা যায় না। তবুও কিছু কিছু ক্ষেত্রে জানা যায়, যেমন চালক গাড়িটির ওপর নিয়ন্ত্রণ হারিয়ে ফেলে বলেই দুর্ঘটনা হয়, প্রশ্নগুলি সম্পূর্ণ সিলেবাসের বাইরে ছিল বলেই কেমিস্ট্রি দ্বিতীয় পত্রের আবার পরীক্ষা হবে ইত্যাদি।

কবে / কখন : দৈনিক সংবাদপত্রে সাধারণত সপ্তাহের কোন দিনে ঘটনাটি ঘটেছে তার উল্লেখ করা হয় পাঠকের কাছে এটি খুবই প্রাসঙ্গিক, যেমন কোথায় ঘটেছে সেটাও খুবই প্রয়োজনীয় তথ্য। কখন কখনও

নির্দিষ্ট দিন ও নির্দিষ্ট সময়েরও উল্লেখ করার প্রয়োজন থাকে, যেমন শনিবার বিকেল চারটে নাগাদ যখন সব অফিস কাছারি বন্ধ হয়ে গেছে তখন দুর্বৃত্তরা এসে হানা দেয়, বুধবার লাঞ্ছের সময় সবাই যখন অফিস থেকে বেরোতে শুরু করে ঠিক সেই সময় সুযোগ বুঝে প্রতারকটি বড়বাবুর ঘরে ঢুকে পড়ে ইত্যাদি।

কোথায় : কোলকাতায় না হাওড়ায় না নদীয়ায়—ঘটনাটি কোথায় ঘটেছে না বললে সংবাদটি পাঠকের কাছে খুব বিভ্রান্তিকর মনে হবে। আবার শুধু কোলকাতায় বললেও ঘটনাস্থলটি পরিষ্কার হবে না, কোলকাতার কোথায় অর্থাৎ কোন রাস্তায়, এমন কি সম্ভব হলে সেখানকার উল্লেখযোগ্য কোন বাড়ি বা লাইব্রেরি বা স্মৃতিস্তম্ভর কাছে কিনা জানাতে পারলে পাঠক খুব খুশি হয় ও খবরটি সম্বন্ধে আরও বেশি আগ্রহী হয়।

অনেক সংবাদপত্রই সংবাদে উল্লিখিত ঘটনার স্থান ও কাল অর্থাৎ কোথায় ঘটেছে এবং কবে ঘটেছে তা লেখে না। এই সংবাদপত্রগুলি লেখে, আজ এখানে বা গতকাল এখানে। এই সংবাদপত্রগুলি ডেটলাইন ব্যবহার করে। অর্থাৎ এসব সংবাদপত্রের প্রতিটি প্রকাশিত সংবাদের প্রথম ছত্রের শুরুতেই একটি জায়গার নাম ও একটি তারিখ (অর্থাৎ যেখান থেকে যেদিন সংবাদটি লেখা হচ্ছে) উল্লেখ করা থাকে—সেটিকেই বলা হয় ডেটলাইন। যেমন—দিল্লি, ডিসেম্বর ২৫ বা কোলকাতা, জানুয়ারী ১২)।

কীভাবে : ঘটনাটি কীভাবে ঘটলো তা সাধারণত প্রকাশিত সংবাদটির মধ্য অংশে বিস্তারিতভাবে বলা থাকে। তবুও তার একটা ইঙ্গিত সংবাদের ইন্ট্রোতে থাকা বাঞ্ছনীয়। যেমন, বহুতল বাড়ির জঞ্জাল পরিষ্কার করার এক অভিনব পরিকল্পনা চালু করতে চলেছেন শহরের মেয়র অথবা বকেয়া বিদ্রোহকর কীভাবে ব্যবসায়ীদের কাছ থেকে আদায় করে স্কুলের মিড্-ডে মিল চালু করা যায় তা নিয়ে আলোচনায় বসতে চান রাজ্যের অর্থমন্ত্রী, স্কুল শিক্ষক মন্ত্রী ও বাণিজ্য-কর মহাধ্যক্ষ ইত্যাদি।

সংবাদের লীড বা ইন্ট্রোতে যদিও “কে কী কেন কবে কোথায় এবং কীভাবে”-র উত্তর থাকাটা কাম্য, সব সময় খেয়াল রাখতে হবে যে এই কাজ সম্পূর্ণ করতে গিয়ে খবরের সূচনা যেন তালগোল পাকানো ঞ্চিতকটু বাক্যের সমষ্টি হয়ে না দাঁড়ায়। সংবাদের ভাষা হবে নির্ভুল, সরল, সংক্ষিপ্ত অথচ সাধারণের বোধগম্য। সব প্রশ্নের উত্তর যে একটি বাক্যের মধ্যেই থাকতে হবে বা সব প্রশ্নের উত্তর যে প্রথম প্যারাগ্রাফ বা অনুচ্ছেদেই থাকতে হবে তাও নয়। ইন্ট্রো বা লীড এক প্যারাগ্রাফ থেকে শুরু করে তিন-চার প্যারাগ্রাফও প্রয়োজনবোধে হতে পারে। পাঠক যেন একবার পড়েই খুব সহজে সংবাদটি বুঝতে পারে।

১.৯ সারাংশ

সাংবাদিকতা ও জনসংযোগ বিষয়ের সংবাদ ও প্রতিবেদন অংশটি আপনি পাঠ করলেন। আসুন, এখন আমরা দেখি বিবৃত অংশে যা বলা হয়েছে তার সার কথটি কী।

মূল পাঠে সংবাদ ও প্রতিবেদন সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে। সামাজিক যোগাযোগই মূলত সংবাদ লেনদেন। তাছাড়া এই যুগটাই তথ্যের যুগ, তথ্য আদানপ্রদানের যুগ। তথ্যই শক্তি। তথ্যই

সংবাদের প্রধান বিষয়বস্তু। প্রতিনিয়তই এই বিষয়বস্তুর পরিবর্তন হচ্ছে। সংবাদের সংজ্ঞাও বদলে যাচ্ছে। সংজ্ঞা যাই হোক, সংবাদের বিষয়বস্তু সব সময়ই হবে নতুন, সময়োপযোগী, অর্থবহ ও কৌতূহলোদ্দীপক। নানা উৎস থেকে সংগৃহীত হয় তথ্যরাজি, যার ভিত্তিতে লেখা হয় সংবাদ। এই কাজ যাঁরা করেন তাঁদেরকে বলা হয় রিপোর্টার বা প্রতিবেদক। আর, সংবাদ মাধ্যমে যা প্রকাশিত বা প্রচারিত হয় তা হচ্ছে সংবাদ, প্রতিবেদন। এই প্রতিবেদন হতে পারে সোজাসাপটা গরম খবর (হার্ড নিউজ) বা ভিন্নস্বাদের ভিন্নশৈলীর নরম খবর (ফিচার)।

খবর লেখার রীতি-পদ্ধতি পরিবর্তিত পরিস্থিতিতে, প্রতিযোগিতার ফলে মানুষের প্রয়োজন ও পছন্দ অনুযায়ী বদলে যাচ্ছে। সংবাদ রচনার কাঠামো বা বিন্যাসভঙ্গিও নানারকম হয়। সূচনা বা মুখবন্ধ, মধ্যাংশ ও উপসংহা—সংবাদ এই তিনটি অংশে বিন্যস্ত থাকে। সূচনা বা ইন্ট্রোতেই “কে, কী, কেন, কবে, কোথায় এবং কীভাবে”-র উত্তর বা সংবাদটির সারাংশ বোঝা যায়। কর্মব্যস্ত পাঠক যেন দ্রুত একজনরে ইন্ট্রোটুকু পড়েই প্রাথমিকভাবে সংবাদটি জানতে পারেন। সংবাদের ভাষা এমন সহজ ও সুখপাঠ্য হবে যে তা পাঠককে আকৃষ্ট করবে। কিন্তু কোনভাবেই সংবাদের ভাষা যেন ভারসাম্যহীন না হয়। এবং নিরপেক্ষতা না হারায়।

১.৬ অনুশীলনী

- ১) সংবাদ কাকে বলে বা সংবাদের সংজ্ঞা কী?
- ২) প্রতিবেদন কাকে বলে?
- ৩) সংবাদের উৎস কী বা সংবাদ কীভাবে সংগ্রহ করা হয়?
- ৪) সংবাদ কত রকমের হয়? সংবাদের প্রকারভেদ ব্যাখ্যা করুন।
- ৫) হার্ড নিউজ ও সফট নিউজ বা গরম খবর বা নরম খবরের পার্থক্য কী?
- ৬) সংবাদধর্মী ফিচার কাকে বলে?
- ৭) ফিচারের মূল উপাদান কী?
- ৮) সংবাদ লেখার প্রকরণগত পরিবর্তন ব্যাখ্যা করুন।
- ৯) সংবাদের রচনাশৈলী ও উপস্থাপনা সম্পর্কে যা জানেন লিখুন।
- ১০) সংবাদ পরিবেশনের রীতির বা সংবাদের বিন্যাসভঙ্গির জ্যামিতিক ছক কত রকমের হয়। বিশদ ব্যাখ্যা করুন।
- ১১) কীভাবে সংবাদের ‘লীড’ বা ‘ইন্ট্রো’ বা সূচনা/মুখবন্ধ লিখতে হয়? বা যে ছ’টি মৌলিক প্রশ্নের

উত্তর সংবাদের 'লীড' বা 'ইনট্রো'তে পাওয়া উচিত সেগুলি ব্যাখ্যা করুন।

১.১.৭ গ্রন্থপঞ্জি

১. M. V. Kamath : Professional Journalism
২. M. V. Kamath : Journalist's Hand
৩. Mebin Meneher : Basic News Writing
৪. সংবাদ প্রতিবেদন : ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য

একক ২ □ ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন, তদন্তমূলক প্রতিবেদন- সংবাদপত্র / সংবাদ এজেন্সিগুলির প্রতিবেদনে পার্থক্য

গঠন

- ১.২.১ উদ্দেশ্য
- ১.২.২ প্রস্তাবনা
- ১.২.৩ ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন
- ১.২.৪ তদন্তমূলক প্রতিবেদন
- ১.২.৫ সংবাদপত্র/সংবাদ এজেন্সিগুলির প্রতিবেদনে পার্থক্য
- ১.২.৬ সারাংশ
- ১.২.৭ অনুশীলনী
- ১.২.৮ গ্রন্থপঞ্জী

১.২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়গুলি যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো

- ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন
- তদন্তমূলক প্রতিবেদন
- সংবাদপত্র / সংবাদ এজেন্সিগুলির প্রতিবেদনে পার্থক্য

১.২.২ প্রস্তাবনা

এই এককে ব্যাখ্যামূলক ও তদন্তমূলক সাংবাদিকতার জন্য প্রয়োজনীয় দৃষ্টিভঙ্গি এখানে আলোচিত হয়েছে।

১.২.৩ ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন

আধুনিক পৃথিবীতে খবর পরিবেশনের অন্যতম জনপ্রিয় পদ্ধতি ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন। নামকরণ থেকে স্পষ্ট যে এই ধরনের প্রতিবেদনে ঘটনাকে ব্যাখ্যা করা হয়। কেবলমাত্র কোন ঘটনার উল্লেখ নয়, এই প্রতিবেদনের লক্ষ্য হল ঘটনাকে কার্য-কারণ পরিপ্রেক্ষিতে ব্যাখ্যা করা। সেই কারণে নির্দিষ্ট ঘটনার সঙ্গে

প্রাসঙ্গিক তথ্যসমূহ পরিবেশন করে বা ব্যাখ্যা করা এই প্রতিবেদনের অন্যতম চাহিদা। প্রত্যেক ঘটনারই কিছু প্রচ্ছন্ন দিক থাকে, থাকে প্রাসঙ্গিক ও আনুষঙ্গিক দৃষ্টিকোণ। ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদনে এই বিষয়গুলি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন ত্রিমাত্রিক এক প্রক্রিয়া। অতীতের প্রাসঙ্গিক ঘটনাবলীকে বর্তমানের প্রেক্ষাপটে আলোচনা করে ভবিষ্যতের দিক নির্দেশ করাই এই প্রতিবেদনের লক্ষ্য। রসকু ড্রামণ্ড (ROscoe Drummond) নামে আমেরিকার এক বিখ্যাত ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদকের মতে ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদনের অর্থ হল গতকালের পশ্চাদপটে আজকের ঘটনাকে বিচার করে আগামীকালের অর্থপ্রদান।

মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদনের প্রথম গুরুত্বপূর্ণ বঁক দেখা যায় প্রথম বিশ্বযুদ্ধের পর। কার্টিস ডি. ম্যাকডুগাল (Curtis D. MacDougal) তাঁর Interpretation Reporting গ্রন্থে লিখেছেন প্রথম বিশ্বযুদ্ধ যখন শুরু হয় তখন মার্কিনীরা হতবাক হয়ে গিয়েছিলেন। এর কারণ তাঁর বুঝতে পারেন নি। এর ফলে সংবাদ রচনাশৈলীতে পরিবর্তন দেখা যায়। এর ফলে ১৯৩৯ সালে যখন দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ শুরু হয় তখন অধিকাংশ মার্কিনী অবাক হননি।

ম্যাকডুগাল-এর মতে সাংবাদিককে পরিদর্শকের উর্দে উঠতে হবে। বিভিন্ন বিষয়ে পড়াশুনার পাশাপাশি একজন ব্যাখ্যামূলক সাংবাদিককে মনে রাখতে হবে যে কোন খবরই বিচ্ছিন্ন ঘটনা নয়। এই ঘটনার পারস্পর্ষে যুক্তি প্রতিষ্ঠা করাই তাঁর কাজ। যুক্তিবোধ, গবেষণাধর্মিতা তাই একজন ব্যাখ্যামূলক সাংবাদিকের অবশ্যম্ভাবী চরিত্র।

আজকের সমাজে ব্যাখ্যামূলক সাংবাদিকতার জনপ্রিয়তা ক্রমবর্ধমান। ওয়াল্টার লিপম্যান একদা বলেছিলেন সমাজ যত জটিল ও অস্পষ্ট হবে খবরের পশ্চাদপট ততই গুরুত্বপূর্ণ হবে। একথা কতটা প্রাসঙ্গিক তা বর্তমানে প্রমাণিত। এছাড়াও বর্তমান সময়ে উদ্দীষ্ট পাঠক/দর্শক (Target audience) মূল সংবাদ পেয়ে যান খুব তাড়াতাড়ি। মূলত টেলিভিশনের জনপ্রিয়তা বৃদ্ধির ফলেই এটা সম্ভব হয়েছে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, কোন একটি খেলার সরাসরি সম্প্রচার হচ্ছে টেলিভিশনে। তখন উদ্দীষ্ট দর্শক খেলার প্রতিটি মুহূর্তের অগ্রগতি স্বচক্ষে প্রত্যক্ষ করেন। এমনকি সরাসরি সম্প্রচার না হলেও খেলা শেষ হবার সঙ্গে সঙ্গে বা কিছুক্ষণের মধ্যেই টেলিভিশনের মাধ্যমে খেলার ফলাফল সম্প্রচারিত হয়। তখন পরের দিনের সংবাদপত্রে কেবলমাত্র খেলার ফলাফল প্রকাশ করলে মাধ্যমটি তার প্রাসঙ্গিকতা হারিয়ে ফেলবে। তাই স্বল্প পরিসরে ফলাফল জানানোর পর সংবাদপত্রে প্রকাশিত হয় ফলাফলের ব্যাখ্যা, বিশেষজ্ঞের মতামত। এবারের ক্রিকেট বিশ্বকাপ ফাইনালের কথাই ধরা যাক না কেন। ফলাফলের পাশাপাশি টস জিতে ভারতের ফিল্ডিং করার সিদ্ধান্ত অথবা ভারতীয় বোলারদের ব্যর্থতা কেবল সংবাদপত্রেই আলোচিত হয়নি। এমনকি টেলিভিশনেও খেলা-সংক্রান্ত অন্যান্য অনুষ্ঠানে ফলাফলের পাশাপাশি এই ব্যাখ্যামূলক আলোচন উঠে এসেছে।

ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন ঘটনার নিরস প্রতিবেদন নয়। বরং তা লক্ষ্য দর্শককে শিক্ষিত করে, ‘কে’ এবং ‘কি’র স্বল্প পরিসর থেকে ‘কেন’ এবং ‘কিভাবে’-র বৃহৎ প্রেক্ষাপটে নিয়ে যায়।

১.২.৪ তদন্তমূলক প্রতিবেদন

তদন্তমূলক প্রতিবেদন বলতে বোঝায় জনস্বার্থে রচিত এক বিশেষ ধরনের প্রতিবেদন। সুগভীর অনুসন্ধানের মাধ্যমে জনস্বার্থের পরিপন্থী আপাত লুক্কায়িত কোন তথ্যকে উন্মোচিত করাই মূলত তদন্তমূলক প্রতিবেদন বলে পরিচিত। পল এন উইলিয়ামস্ (Paul N. Williams) -এর মতে এটি একটি বৌদ্ধিক প্রক্রিয়া, কেবলমাত্র তথ্যের অনুসন্ধান নয়। বরং তথ্যের ভিত্তিতে এই ধরনের প্রতিবেদনে একটি যৌক্তিক সিদ্ধান্তে উপনীত হতে হয়। কিন্তু সেখানে আবেগ বা পূর্বগৃহীত সিদ্ধান্তের কোন স্থান নেই।

তদন্তমূলক সাংবাদিকতার নির্ভীক চরিত্রের মধ্যে অনেকে সমাজে বিবেকের কণ্ঠস্বর খুঁজে পান। জাস্টিস এ এন. গ্রোভার (A. N. Grover) তাঁর Press and Law বইতে ক্লার্ক আর মলেনহফ (Clark R Mollenhoff)-এর Investigative Reporting বইটির মুখবন্ধ থেকে তদন্তমূলক সাংবাদিকতা সম্পর্কে কয়েকটি বিষয় উল্লেখ করেছেন। সেগুলি হল—

- এটি সাংবাদিকের নিজস্ব কাজ। অন্য কোন ব্যক্তি তাঁকে সহায়তা করতে পারেন, কিন্তু সাংবাদিকের ভূমিকাই এক্ষেত্রে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ;
- এই তদন্তের বিষয় অবশ্যই জনস্বার্থ সংশ্লিষ্ট হওয়া প্রয়োজন; এবং
- জনগণের কাছ থেকে সত্য গোপন করার বা মিথ্যা চাপিয়ে দেওয়ার কোন প্রচেষ্টা থাকা চলবে না।

সাধারণত অন্যায়, অপরাধ, অর্থ ও ক্ষমতার অপব্যবহার প্রভৃতি তদন্তমূলক সাংবাদিকতার বিষয় হতে পারে। এছাড়াও সমাজ তথা জনগণের জন্য জরুরি যে কোন বিষয়ই তদন্তমূলক প্রতিবেদনের বিষয় হতে পারে। পূর্বেই উল্লেখ করা হয়েছে এক্ষেত্রে কোন রাজনৈতিক অভিপ্রায় বা পূর্বগৃহীত সিদ্ধান্ত এ ধরনের সাংবাদিকতার চরিত্রহানি ঘটায়।

তদন্তমূলক সাংবাদিকতা জনপ্রিয়তা অর্জন করে ওয়াটারগেট কেলেঙ্কারির ঘটনা থেকে। ১৯৭২ সালের মার্কিন রাষ্ট্রপতি নির্বাচনের প্রাক্কালে ওয়াশিংটনের ওয়াটারগেট হোটেলে অবস্থিত ডেমোক্র্যাটিক পার্টির সদর দপ্তরে আড়িপাতার যন্ত্র বসানো হয়েছিল এবং এই ঘটনায় মদত দিয়েছিলেন খোদ প্রেসিডেন্ট রিচার্ড নিক্সন এবং রিপাবলিকান পার্টি—এই তথ্য তদন্তমূলক অনুসন্ধান করে উদ্ধার করেন ওয়াশিংটন পোস্ট পত্রিকার দুই তরুণ সাংবাদিক কার্ল বার্নস্টেইন (Carl Bernstein) এবং বব উডওয়ার্ড (Bob Woodward)। এই তদন্তের ফলে প্রেসিডেন্ট নিক্সনকে পদত্যাগ পর্যন্ত করতে হয়।

বার্নস্টেইন এবং উডওয়ার্ড ওয়াটারগেট ঘটনায় গ্রেপ্তার চার ব্যক্তিকে জেরা করার মধ্যে দিয়েই কাজ শুরু করেছিলেন। তদন্তের প্রক্রিয়ার মধ্যে দিয়েই পরবর্তী ঘটনাসমূহ প্রকাশিত হয়। তাঁরা বলেছিলেন, “আমরা প্রেসিডেন্টের বিরুদ্ধে অবতীর্ণ হইনি, আমরা কেবল খবরটাকে তাড়া করেছিলাম।” এরকমই কোন

ঘটনার প্রচ্ছন্ন ইঙ্গিত থেকে তদন্তমূলক প্রতিবেদন তৈরি হয়। পুলিশজার জয়ী সাংবাদিক রবার্ট গ্রিন এই বিষয়টিকেই বলেছেন খবর শোঁকা বা। এর ভিত্তিতেই তদন্তের প্রাথমিক অনুসন্ধান শুরু হয়। পরবর্তী ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় নথি, প্রমাণ ইত্যাদির সুনির্দিষ্ট তথ্যের ভিত্তিতে সাংবাদিককে যুক্তিযুক্ত সিদ্ধান্তে উপনীত হতে হয়।

ভারতবর্ষে তদন্তমূলক সাংবাদিকতা শুরু হয় মূলত ১৯৭৭ সালে আভ্যন্তরীণ জরুরি অবস্থা প্রত্যাহৃত হবার পর। বিশেষত ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেস সংবাদপত্রে সেসময় এই ধরনের বেশ কিছু প্রতিবেদন প্রকাশিত হয়। পরবর্তীকালে ভাগলপুর জেলে বন্দীদের পুলিশ কর্তৃক অন্ধ করে দেওয়ার ঘটনা, কুয়ো তেল কেলেঙ্কারি, বোফার্স কেলেঙ্কারি, হাওলা কেলেঙ্কারি থেকে সাম্প্রতিককালের তহেলকা কাণ্ড বা কার্গিল যুদ্ধের সময় কফিন কেলেঙ্কারির মত অজস্র তদন্তমূলক প্রতিবেদন ভারতের সাংবাদিকতার ধারাকে পুষ্ট করেছে।

ওয়াল্টার লিপম্যান বলেছিলেন সমাজ যত জটিল হবে অনুসন্ধানী প্রতিবেদনের গুরুত্ব এবং ক্ষেত্র তত প্রসারিত হবে। বর্তমান জটিল আর্থ-সামাজিক প্রেক্ষাপটে অন্যায়-অবিচারের সংখ্যা যত বাড়ছে ততই প্রসারিত হচ্ছে তদন্তমূলক সাংবাদিকতার সুযোগ। কিন্তু এর পাশাপাশি সাংবাদিক তথা সংবাদ মাধ্যমের দায়িত্বও বাড়ছে। তদন্তমূলক সাংবাদিকতার লক্ষ্য জনস্বার্থে কোন ঘটনার লুক্কায়িত দৃষ্টিকোণ যথাযথ তথ্যের সাহায্যে উন্মোচন করা। এক্ষেত্রে মিথ্যা বা অর্ধসত্যের কোন স্থান নেই। কারণ তাতে জনস্বার্থই লঙ্ঘিত হয়। কিন্তু আজকের মারাত্মক প্রতিযোগিতার মাঝে সাংবাদিকের সামনে তদন্তমূলক সাংবাদিকতার নামে মিথ্যা বা অর্ধসত্য প্রচারের টোপও প্রচুর। এরকম ঘটনার উদাহরণ দেশে বিদেশে খুব কমও নয়। কিন্তু সমাজের বিবেকের কে কণ্ঠস্বর প্রকৃত তদন্তমূলক সাংবাদিকতা প্রকাশ করে, এ ধরনের প্রবণতা তার পরিপন্থীই কেবল নয়, এই ঘটনা সংবাদ মাধ্যমের প্রতি জনগণের আস্থাও কমিয়ে দেয়। স্বভাবতই তদন্তমূলক সাংবাদিকতার বিশ্বাসযোগ্যতার স্বার্থেই বিষয়টি প্রাধান্যযোগ্য।

তদন্তমূলক সাংবাদিকতা বা অনুসন্ধানমূলক সাংবাদিকতা সম্পর্কে ভারতের প্রেস কাউন্সিলের মতামত নীচে উল্লিখিত হল—

অনুসন্ধানমূলক সাংবাদিকতা, আদর্শ ও এজিয়ার :

অনুসন্ধানমূলক প্রতিবেদনে তিনটি মৌলিক উপাদান রয়েছে

(ক) এটি কোন সাংবাদিকেরই কাজ হতে হবে, অন্য কারোর নয়

(খ) এ বিষয়টি জনস্বার্থসংশ্লিষ্ট হতে হবে

(গ) জনসাধারণের থেকে সত্যকে গোপন রাখার একটি প্রয়াস চলে

(১) প্রথম আচরণবিধিটি (ক) এর প্রয়োজনীয় অনুসিদ্ধান্তের অনুসারী। এই অনুসিদ্ধান্ত অনুযায়ী প্রথাগতভাবেই তদন্তকারী সাংবাদিককে তাঁর লেখাটি সেইসব তথ্যের ভিত্তিতে তৈরি করতে

হবে যেগুলির অনুসন্ধান, অনুবেক্ষণ এবং সত্যতা নিরূপণ তিনি স্বয়ং করেছেন। তৃতীয় কোনও পক্ষের আহরিত তথ্য যা কোনও প্রত্যক্ষ, নির্ভরযোগ্য সূত্র থেকে স্বয়ং সাংবাদিক কর্তৃক পরীক্ষিত নয়—তার ভিত্তিতে লেখাটি তৈরি করা উচিত নয়।

- (২) কোন কোন বিষয় প্রকাশ করা উচিত কোন কোন বিষয়ে গোপনীয়তা রক্ষা করা প্রয়োজন, এ ব্যাপারে একটা সংঘাত দেখা দিতে পারে। তদন্তকারী সাংবাদিককে সেগুলি চিহ্নিত করতে হবে এবং একদিকে উন্মোচন ও অন্যদিকে গোপনীয়তার মধ্যে যথাযথ ভারসাম্য রক্ষা করতে হবে, তবে সবার ওপরে জনকল্যাণকে স্থান দিয়েই এটা করতে হবে।
- (৩) তদন্তকারী সাংবাদিককে অপরিণত, অসম্পূর্ণ, অস্পষ্ট তথ্য, যা স্বয়ং সাংবাদিক কর্তৃক কোনও নির্ভরযোগ্য সূত্র থেকে সম্পূর্ণভাবে যাচাই করা নয়, সেগুলি থেকে বাটতি ভেলকিবাজির মতো চমকপ্রদ কিছু তৈরি করে ফেলার লোভ সংবরণ করতে হবে।
- (৪) কাল্পনিক তথ্যকে ভিত্তি করার, অস্তিত্বহীন কোনও কিছুকে খুঁচিয়ে বার করার বা কারণ ব্যতিরেকেই অনুমান করার প্রবণতাকে সতর্কভাবে এড়িয়ে চলা উচিত। যত বেশি সম্ভব তথ্য সন্নিবেশ করতে হবে, সেগুলি কাজে লাগাতে হবে এবং প্রেসে পাঠানোর মুহূর্ত পর্যন্ত যতটা সম্ভব পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে পরীক্ষা করে দেখতে হবে।
- (৫) সাংবাদিকের তথ্যের সত্যতা ও যথার্থতা নির্ণয়ের জন্য কঠোর নির্দেশ থাকা উচিত। তদন্তের রায়গুলিকে বিষয়গতভাবে পরিবেশন করা উচিত, অতিরঞ্জন বা বিকৃতি ব্যতিরেকে।
- (৬) সাংবাদিকের তদন্তাধীন বিষয় অথবা প্রশ্নটি নিয়ে এমনভাবে এগোনো উচিত নয়, যাতে তিনি নিজেই অভিযুক্ত অথবা মামলার অধিবক্তা হয়ে যান। সাংবাদিকের মনোভাব হওয়া উচিত স্পষ্ট, সঠিক এবং নিরপেক্ষ। বিবেচ্য বিষয়টির পক্ষের ও বিপক্ষের সমস্ত তথ্যগুলি যথাযথভাবে পরীক্ষা করে দেখার পর সেগুলি স্পষ্টভাবে এবং আলাদাভাবে বিবৃত করা উচিত যার মধ্যে থাকবে না কোনও একতরফা সিদ্ধান্ত বা পক্ষপাতদুষ্ট মন্তব্য। প্রতিবেদনটি সুরে অন্তর্ভুক্ত হওয়া উচিত পরিমিত, শোভন ও মর্যাদাপূর্ণ, ঠিক এমনটি হওয়া উচিত তার ভাষাও। কখনোই অপ্রয়োজনীয়ভাবে আক্রমণাত্মক, কণ্টকাকীর্ণ, বিদ্রূপাত্মক এবং ভৎসনামূলক হওয়া উচিত নয়, বিশেষ করে যখন সেই ব্যক্তির বর্ণনা দেওয়া হয় যার অভিযোগে বর্ণিত কার্যকলাপ অথবা অশোভন আচরণ নিয়ে তদন্ত চলছে। অথবা তদন্তকারী সাংবাদিকের কাজকর্ম এবং অশোভন আচরণ তদন্তাধীন হয়েছে তার বিরুদ্ধে অপরাধ অথবা নিরপরাধের রায় এমনভাবে দেওয়া উচিত নয় যাতে মনে হয় তিনি (সেই সাংবাদিক) একজন বিচারক হিসাবে অভিযুক্তের বিচার করছেন।
- (৭) একটি প্রতিবেদনের তদন্ত, উপস্থাপনা ও প্রকাশনার গোটা প্রক্রিয়ায়, তদন্তকারী

সাংবাদিক/সংবাদপত্রের অপরাধ ব্যবহারশাস্ত্রের সর্বোচ্চ নীতি দ্বারা পরিচালিত হওয়া উচিত। এই নীতি অনুযায়ী, কোনও ব্যক্তির বিরুদ্ধে অভিযোগকৃত অপরাধ যতক্ষণ পর্যন্ত না নিরপেক্ষ, নির্ভরযোগ্য সাক্ষ্যপ্রমাণাদির দ্বারা সন্দেহাতীতভাবে প্রমাণ হচ্ছে, ততক্ষণ পর্যন্ত সে নিরপরাধ।

- (৮) কারও ব্যক্তিগত জীবন, কোনও বিশিষ্ট ব্যক্তির হলেও, তা তার একান্ত নিজস্ব। যতক্ষণ পর্যন্ত না কোনও ব্যক্তির অপরাধ / অন্যায়ের সঙ্গে তার সরকারি পদ বা ক্ষমতার অপব্যবহার জড়িত থাকার তথ্য জনস্বার্থ ক্ষুণ্ণ হওয়ার বিষয়টি স্পষ্টভাবে প্রমাণিত হচ্ছে, ততক্ষণ পর্যন্ত তার ব্যক্তিগত জীবন ও তার গোপনীয়তার উন্মোচন অনুমোদনযোগ্য নয়।
- (৯) একজন সাংবাদিকের তদন্ত প্রক্রিয়ার ক্ষেত্রে ফৌজদারি দণ্ডবিধির স্পষ্ট প্রয়োগ হতে পারে না। তবুও সেগুলির অন্তর্নিহিত মৌলিক নীতিগুলিকে সমদর্শিতা, নৈতিকতা এবং বিবেকের ভিত্তিতে পথনির্দেশ হিাবে গ্রহণ করা যেতে পারে।

রিপোর্টিং : সংবাদপত্র বনাম সংবাদ সংস্থা (নিউজ এজেন্সি)

১.২.৫ সংবাদপত্র ও সংবাদ সংস্থায় প্রতিবেদনে লেখার নিয়ম পার্থক্য

সংবাদপত্র এবং সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের কাজ সংবাদ সংগ্রহ। দ্রুত প্রতিবেদন (কপি) লিখে ফেলা। মনে রাখা প্রয়োজন, দুটি ক্ষেত্রেই একজন সাংবাদিককে একাধিক কপি লিখতে হয়। প্রতিটি প্রতিবেদনেই সমান গুরুত্ব দিতে হয়। আর সাংবাদিকের প্রতিবেদনের উপর সংশ্লিষ্ট সংস্থার বিশ্বাসযোগ্যতা নির্ভর করে। সেই কারণে প্রতিবেদন লেখার সময় সাংবাদিকদের কয়েকটি বিষয়ে নজর রাখতেই হয়। যেমন—

সঠিক শব্দ ব্যবহার : সংবাদ প্রতিবেদন যে ভাষাতেই লেখা হোক না কেন, সঠিক শব্দ যেন প্রয়োগ করা হয়। যেমন, কলকাতা বিশ্ববিদ্যালয়ের কোনও প্রতিবেদন লেখার সময় কখনও ‘কলকাতা কলেজ’ লেখা চলবে না।

ব্যাকরণগত ত্রুটি না থাকে : প্রতিবেদনের ভাষা যেন ব্যাকরণগত ত্রুটিমুক্ত হয়। লেখা দারুণ, কিন্তু ব্যাকরণগত ভুল থাকলে তা মোটেই সাংবাদিকের ভাবমূর্তি উজ্জ্বল করে না।

বাক্য সহজ-সরল : প্রতিবেদন পড়তে যেন পাঠকের অসুবিধা না হয়। পড়ার পর যেন পাঠকের মনে ভাল লাগা তৈরি হয়। এটা তখনই সম্ভব যখন প্রতিবেদনের বাক্য সহজ-সরল হবে।

অশ্লীল শব্দ নয় : সংবাদ প্রতিবেদনে অশ্লীল শব্দের ব্যবহার সংশ্লিষ্ট সংবাদপত্রের মর্যাদা নষ্ট করে এবং পাঠকের বিরূপ প্রতিক্রিয়া তৈরি হয়।

তথ্যের সত্যতা যাচাই : প্রতিবেদন ভাল লেখার অন্যতম শর্ত হল তথ্যের সত্যতা যাচাই করা। প্রকাশিত

প্রতিবেদনে তথ্য ভুল হওয়া মানে সাংবাদিকের কর্মদক্ষতা নিয়ে প্রশ্ন ওঠে। আবার মনে রাখতে হবে, যা তথ্য দেওয়া হচ্ছে তা যেন পাঠকের বুঝতে অসুবিধা না হয়।

ইন্ট্রো সংবাদের সারাংশ : প্রতিবেদন লেখা হয় মূলত উল্টোনো পিরামিড কাঠামো অনুসরণ করে। অর্থাৎ মূল খবরটাই যেন প্রতিবেদনের প্রথমেই বা ইন্ট্রোতে দেওয়া থাকে। যাতে করে পাঠকের বুঝতে অসুবিধা না হয় যে খবরটা কী। মূল খবরটা প্রথমেই বুঝতে না পারলে প্রতিবেদনের প্রতি আগ্রহ হারিয়ে ফেলবে পাঠক।

একই শব্দ এড়িয়ে যাওয়া : প্রতিবেদন লেখার সময় খেয়াল রাখতে হবে, একই শব্দ যেন বারবার ব্যবহার না হয়। চেষ্টা করা যতটা সম্ভব একই শব্দ এড়িয়ে যাওয়া। প্রয়োজনে একই শব্দের সমার্থক শব্দ লেখা যেতে পারে।

শৈলী আকর্ষক : এক-একটি বিষয়ের প্রতিবেদন আলাদা আলাদা লিখন শৈলী হয়। সাংবাদিককে সেদিকে অবশ্যই নজর দিতে হয়। লিখন-শৈলী যেন আকর্ষণীয় হয়, তা খেয়াল রাখতে হবে। সোজা ব্যাপার হল, শিক্ষাবিষয়ক কপি লেখার ধরনের সঙ্গে কখনও ক্রীড়াবিষয়ক কপি এক হবে না। আবার রাজনৈতিক কপির সঙ্গে স্বাস্থ্যের প্রতিবেদন লেখার ধরন এক হবে না।

বিজ্ঞাপনধর্মী যেন না হয় : প্রতিবেদন যেন ব্যক্তি বা সংস্থার স্বার্থবাহী বিজ্ঞাপন হয়ে না যায়।

আইনগত সমস্যা থেকে মুক্ত : সাংবাদিককে কপি লেখার সময় অবশ্যই প্রেস আইন এবং সংবিধান সম্পর্কে ওয়াকিবহাল থাকতে হবে। লক্ষ্য রাখতে হবে যে, প্রকাশিত প্রতিবেদন ভবিষ্যতে আইনগত সমস্যার মধ্যে না পড়ে।

ভারতের সংবাদ সংস্থা

পিটিআই :

ভারতের বৃহত্তম সংবাদ সংস্থা (নিউজ এজেন্সি) হল প্রেস ট্রাস্ট অফ ইন্ডিয়া বা পিটিআই। বর্তমানে পিটিআই-এর সদর দফতর দিল্লিতে। দেশের বিভিন্ন সংবাদমাধ্যমকে পিটিআই ইংরেজি ভাষায় সংবাদ সরবরাহ করে থাকে। ছবিও প্রদান করে। প্রায় ৪৫০টি ভারতীয় সংবাদপত্র পিটিআই-এর গ্রাহক। এর মধ্যে যেমন রয়েছে 'হিন্দুস্তান টাইমস', 'ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেস' তেমনই আছে 'আনন্দবাজার পত্রিকা', 'এই সময়'। সর্বভারতীয় সকল নিউজ চ্যানেল এবং দূরদর্শন কিংবা অল ইন্ডিয়া রেডিও-র মতো সরকারি প্রচারমাধ্যমগুলিও গ্রাহক। ভারতে ১৫০টির বেশি দফতর রয়েছে। পিটিআই-এর। ব্যাঙ্কক, বেজিং, কলম্বো, ইসলামাবাদ, কুয়ালামপুর, মস্কো, রাষ্ট্রসঙ্ঘ, ওয়াশিংটন, নিউ ইয়র্কেও সংস্থার প্রতিনিধি রয়েছে। দক্ষিণ এশিয়ার পিটিআই একমাত্র সংবাদ সংস্থা যার নিজস্ব কৃত্রিম উপগ্রহ (ইনস্যাট) সম্প্রচার ব্যবস্থা রয়েছে।

১৯১০ সালে ব্রিটিশ শাসিত ভারতে প্রথম সংবাদ সংস্থা 'এপিআই'-এর (অ্যাসোসিয়েটেড প্রেস অফ

ইন্ডিয়া) পথচলা শুরু হয়। তবে ১৯১৯ সালে এপিআই-কে অধিগ্রহণ করে রয়টার্স। যদিও তখনও এপিআই-এর নামই ব্যবহার হত। এত কিছু সত্ত্বেও ভারতের নিজস্ব কোনও সংবাদ সংস্থা ছিল না। সেই কারণে, ১৯৪৭ সালের ২৭ আগস্ট মাদ্রাজে (বর্তমানে চেন্নাই) প্রকাশ ঘটল ‘এপিটিআই’-এর। ১৯৪৯ সালের ১ ফ্রেব্রুয়ারি এপিটিআই-এর সমস্ত কার্যভার গ্রহণ করে সংবাদ সংস্থা হিসাবে কাজ শুরু করল পিটিআই। যদিও রয়টার্সের সঙ্গে যোগাযোগ রেখেই কাজ শুরু হয়। কিন্তু ১৯৫৩ সালে স্বাধীন সংবাদ সংস্থা হিসাবে কাজ শুরু করল পিটিআই। জরুরি অবস্থার সময় পিটিআই-এর স্বাধীনতা কিছুটা কমে ছিল। ১৯৮৪ সালে বিদেশেও পিটিআই-এর পরিষেবা শুরু হয়। ১৯৮৬ সালে সূচনা পিটিআই টিভি-র। ১৯৮৭ সালে পিটিআই-এর ছবি প্রদানকারী পরিষেবা চালু হয়। ১৯৯৯ সালে ইন্টারনেটের সঙ্গে যুক্ত হয় পিটিআই। ২০০৩ সাল থেকে সরকারি ইন্টারনেটের মাধ্যমে পিটিআই-এর পরিষেবা শুরু করে।

ইউএনআই (ইউনাইটেড নিউজ অফ ইন্ডিয়া) : ভারতের জনপ্রিয় সংবাদ সংস্থা ইউএনআই বা ইউনাইটেড নিউজ অফ ইন্ডিয়া। ১৯৫৯ সালে সংবাদ সংস্থা হিসাবে স্বীকৃত হয় এটি। ১৯৬১ সালের ২১ মার্চ থেকেই কাজ শুরু করে এটি। ইংরেজি ভাষায় সংবাদ সরবরাহ করে। ১৯৮২ সালে এই নিউজ এজেন্সিটি হিন্দিতেও সংবাদ সরবরাহ শুরু করে। বর্তমানে উর্দুতেও সংবাদ সরবরাহ করে ইউএনআই। ছবিও প্রদান করে এরা।

ইউএনআই প্রথম সংবাদ সংস্থা যারা আন্দামান নিকোবর সংবাদ প্রতিনিধি পাঠিয়েছিল। ভারতের বিভিন্ন শহরের পাশাপাশি দুবাই, ওয়াশিংটন, লণ্ডন, ইসলামাবাদ, ঢাকা, কলম্বো, সিডনিতেও এখানকার সাংবাদিক রয়েছে। বিশ্বের প্রায় এক হাজারটি প্রচারমাধ্যম ইউএনআই-এর গ্রাহক।

হিন্দুস্তান সমাচার : ভারতীয় ভাষায় প্রায় ১৪০টির মতো গ্রাহককে সংবাদ সরবরাহ করে হিন্দুস্তান সমাচার। বাংলা, হিন্দি সহ ১০টি ভাষায় সংবাদ সরবরাহ করে এটি। কলকাতা-সহ দেশের বিভিন্ন শহরে এই নিউজ এজেন্সির দফতর রয়েছে। হিন্দিতে সংবাদ সরবরাহের জন্য হিন্দুস্তান সমাচার প্রথম দেবনগরী অক্ষরের টেলিপ্রিন্টার চালু করে। ১৯৪৮ সালে এস এস আপ্তে ব্যক্তি মালিকানাধীনে এই সংবাদ সংস্থাটি তৈরি করেন। ১৯৫৭ সালে সমবায়ভিত্তিক মালিকানাধীনে চলে আসে এই সংবাদ সংস্থাটি।

ভারতীয় সংবাদ সংস্থাগুলির মধ্যে বর্তমানে উল্লেখযোগ্য ‘আইএএনএস’ (ইন্দো এশিয়ান নিউজ সার্ভিস) দেশের বেশ কয়েকটি নামী সংবাদপত্র এই নিউজ এজেন্সির গ্রাহক। ইংরেজি ভাষায় সংবাদ সরবরাহ করে। ছবিও প্রদান করে। ব্যক্তিগত মালিকানাধীন সংস্থা এটি। দিল্লিতে এই সংস্থাটির সদর দফতর।

বিদেশি সংবাদ সংস্থা

রয়টার্স : বিশ্বের সবচেয়ে বড় সংবাদ সংস্থাগুলির মধ্যে অন্যতম হল ‘রয়টার্স’। লণ্ডনে এই সংবাদ সংস্থাটির সদর দফতর। ১৮৫১ সালে পল জুলিয়াস রয়টার এই সংবাদ সংস্থাটি তৈরি করেন। যদিও ১৮৫৮ সাল থেকে সংবাদপত্রে সংবাদ পরিবেশন শুরু করে রয়টার্স। বিশ্বের প্রায় ৯৪টি দেশের ২০০টির শহরে দফতর রয়েছে এই সংবাদ সংস্থাটির। ২০টি ভাষায় সংবাদ পরিবেশন করে। ছবিও প্রদান করে সংস্থাটি।

গোটা বিশ্বে এই সংস্থাটির প্রায় কয়েক হাজার সাংবাদিক ছড়িয়ে রয়েছে। ভারতের নামী সংবাদপত্র, নিউজ চ্যানেগুলি রয়টার্স থেকে খবর সংগ্রহ করে। ‘স্কুপ নিউজ’ প্রথম পরিবেশক হিসাবে খ্যাতি রয়েছে রয়টার্সের। প্রাক্তন মার্কিন প্রেসিডেন্ট আব্রাহাম লিঙ্কনের হত্যার খবর প্রথম প্রকাশিত হয়েছিল রয়টার্সে।

এএফপি : বিশ্বের প্রাচীনতম সংবাদ সংস্থা ‘এএফপি’ (Agence France-Presse)। সংবাদ সংস্থাটি ফ্রান্সে অবস্থিত। ১৮৩৫ সালে প্যারিসে চালস-লুই-হাভাস এটি তৈরি করেন। তখন সংবাদ সংস্থাটির নাম ছিল ‘এজেপ্সি হাভাস’। পল রয়টার এবং বার্গহার্ড উলফ প্রাথমিকভাবে এএফপি-র কর্মী ছিলেন। কিন্তু ১৮৪৮ সালে তাঁরা নিজস্ব সংবাদ সংস্থা তৈরি করেন। ওই সময় এই সংবাদ সংস্থার জনপ্রিয়তায় কিছুটা ভাটা পড়ে। তা সত্ত্বেও ১৯৩০ সাল পর্যন্ত বিশ্বের এএফপি সংবাদ সংস্থা ক্ষেত্রে আধিপত্য বজায় রেখেছিল। ১৯৪০ সালে ফ্রান্সে আধিপত্য বিস্তার করে জার্মানি। তখন ফের সংস্থাটির স্বাধীনতা খর্ব হয়েছিল। কিন্তু ১৯৪৪ সাল নাগাদ সরকারিভাবে এএফপি ফের কাজ শুরু করে। সোভিয়েত রাষ্ট্রনায়ক জোসেফ স্তালিনের মৃত্যু সংবাদ প্রথম প্রকাশ করেছিল এএফপি। ১৯৫৭ সালের ১০ জানুয়ারি থেকে স্বাধীন সংবাদ সংস্থার মর্যাদা পায় এএফপি। ইংরেজির সঙ্গে ফরাসি, স্প্যানিশ, জার্মান, পর্তুগিজ ও আরবি ভাষাতেও খবর পরিবেশন করে। ছবি পরিবেশনের জন্য বিশেষ খ্যাতি রয়েছে এএফপি-র। হংকং, ওয়াশিংটন, মন্টেভিডিও এবং নিকোসিয়ায় সংস্থাটির আঞ্চলিক দফতর রয়েছে। বিশ্বে ১৫০টি দেশে দফতর রয়েছে।

এপি : আন্তর্জাতিক সংবাদ সরবরাহ সংস্থাগুলির মধ্যে বৃহত্তম হল ‘এপি’ (Associated Press) ১৮৪৬ সালে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের পাঁচটি সংবাদপত্র মিলে প্রাথমিকভাবে এপি চালু করেছিল। ওই সময় ‘নিউ ইয়র্ক অ্যাসোসিয়েটেড প্রেস’ নামে পরিচিত ছিল। ১৯০০ সালে সরকারিভাবে অ্যাসোসিয়েটেড প্রেস নামে পথ চলা শুরু করে। মেক্সিকো-মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র যুদ্ধের সংবাদ প্রকাশের মাধ্যমে এই নিউজ এজেপ্সিটি প্রচারের আলোয় আসে। মার্কিনির বেতার ব্যবস্থার মাধ্যমে তথ্যের আদানপ্রদান শুরু করে এপি। ১৯১৪ সালে টেলিপ্রিন্টারের মাধ্যমে সম্প্রচার শুরু করে এপি। ১৯৩৫ সালে ছবি প্রদানকারী পরিষেবার সূচনা করে। ১৯৪১ সালে রেডিও পরিষেবাও শুরু করে। এটি ১৯৯৪ সালে লণ্ডনের দফতরে বসে ভিডিও ফুটেজ সম্প্রচার শুরু করে। ২০০৬ সালে ইউটিউবের সঙ্গে যুক্ত হয় এপি। ২০০৮ সালে মোবাইলে এপি-র সংবাদ পরিষেবা শুরু হয়। ইংরেজি, জার্মান, স্প্যানিশ, পর্তুগিজ ও আরবি ভাষায় সংবাদ সরবরাহ করে। বিশ্বের ১২০টি দেশে ২৪৩টি দফতর আছে। বিশ্বের ১৭০০টির বেশি সংবাদপত্র এপি-র গ্রাহক। পাঁচ হাজারের বেশি বৈদ্যুতিন সংবাদমাধ্যম এপি-র সংবাদ সম্প্রচার করে। রিপোর্টিংয়ে ‘উল্টো পিরামিড’ (Inverted Pyramid) তত্ত্বে সংবাদ সম্প্রচার শুরু করেছিল এপি।

সংবাদপত্র ও সংবাদ সংস্থায় কাজের (রিপোর্টিং) ধরনের মধ্যে পার্থক্য

সংবাদপত্রের রিপোর্টার এবং সংবাদ সংস্থার রিপোর্টারের কর্তব্য, দায়িত্ববোধ, কাজের উদ্দেশ্য একই-সংবাদ সংগ্রহ করা এবং তা পাঠকের মধ্যে প্রচার করা। দুই সাংবাদিকের দিনের অধিকাংশ সময়টাই কেটে যায় খবর সংগ্রহ করার কাজে। কিন্তু তা সত্ত্বেও সংবাদপত্রের রিপোর্টার এবং সংবাদ সংস্থার রিপোর্টারের

কাজের মধ্যে কয়েকটি পার্থক্য থেকেই যায়। এগুলি হল :

সংবাদ সংগ্রহের সময়ের পার্থক্য : পাঠকের কাছে সংবাদপত্রের 'খবর' পৌঁছয় প্রত্যেকদিন ভোরে। সংবাদপত্র ছাপা হয় রাতে। তাই সংবাদপত্রের সাংবাদিকের কাছে দিনের বেশিরভাগ সময়ই তার হাতের মুঠোয়। কোনও ঘটনা ঘটার পর ওই সাংবাদিক বেশি কিছুটা সময় পায়। সকালে কোনও ঘটনা ঘটলে সাংবাদিক মোটামুটি ১০-১২ ঘন্টা সময় পেয়ে যান খবর সংগ্রহ ও পরিবেশনের জন্য। ঘটনা ঘটার সঙ্গে সঙ্গে সাংবাদিককে খবর পাঠাতে হয় না। হাতে বেশি কিছুক্ষণ সময় মেলে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকের কাছে বিশেষ সময় থাকে না। ঘটনা ঘটার অল্প সময়ের মধ্যেই সেই খবর সংগ্রহ করতে হয়। সেই খবর দ্রুত সংবাদ সংস্থাকে বিভিন্ন সংবাদমাধ্যমে পাঠানোর ব্যবস্থা করতে হয়। সেই কারণে, সংবাদ সংস্থার কাজের অন্যতম শর্তই হল গতি। যে গতির সঙ্গে সংবাদপত্রের কাজের কোনও তুলনাই চলে না।

সংবাদ বাছাইয়ে পার্থক্য : সংবাদপত্রের সাংবাদিককে তার 'বিট'-এর (বিটের অর্থ যে বিষয়টি দেখেন। সেটা শিক্ষা, স্বাস্থ্য, রাজনীতি হতে পারে) সমস্ত খবর সংগ্রহ করতে হয় না। সাংবাদিক প্রয়োজন মনে করলে দিনের গুরুত্বপূর্ণ একটি বা দুটি খবর সংগ্রহ কিংবা পরিবেশন করতে পারে। এমনকী, সাংবাদিক অনেকগুলি খবর সংগ্রহ করলেও তিনি হয়তো খবরের কাগজের জায়গা বুঝে একটি বা দুটি খবর পরিবেশন করে। সোজা কথা, সংবাদপত্রের সাংবাদিকের খবর বাছাই করে সংগ্রহ কিংবা পরিবেশনের অনেক স্বাধীনতা রয়েছে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিককে 'ছোট' কিংবা 'বড়'-সমস্ত খবরই সংগ্রহ এবং তা দ্রুত পরিবেশন করতে হয়। প্রতিটি খবরের পিছনেই সমান গুরুত্ব দিয়ে হয় সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের। খবর বাছাইয়ের তেমন একটা স্বাধীনতা তাদের মেলে না।

ডেডলাইনে পার্থক্য : সংবাদপত্রের সাংবাদিকের কাছে 'ডেডলাইন' হল দিনের শেষে কোনও একটি নির্দিষ্ট সময়সীমা। ওই সময়ের মধ্যে সকল সাংবাদিককে সংগৃহীত খবর লিখে দিতে হয়। প্রতিটি সংবাদপত্রের এই 'ডেডলাইন' নির্ধারিত হয় এক এক রকম সময়ে। এমনকী, কোন খবরের আপডেট হলেও সাংবাদিক প্রয়োজন মনে করলে তা সংগ্রহ করতে নাও পারে। আরও একটি বিষয় নজরে রাখতে হয় সংবাদপত্রের সাংবাদিকদের নির্ধারিত শব্দ সংখ্যার মধ্যেই সাংবাদিকদের রিপোর্ট লিখতে হয়। নিজের ইচ্ছে মতো প্রতিবেদন লেখা যায় না। অর্থাৎ কোনও একটি সংবাদের জন্য খবরের কাগজে যতটা জায়গা বরাদ্দ করা হয়েছে তার মধ্যেই রিপোর্টারকে প্রতিবেদনটি অবশ্যই শেষ করতে হবে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের নির্দিষ্ট কোনও ডেডলাইন নেই। প্রতি মুহূর্তই ডেডলাইন। ইন্টারনেটের দুনিয়ায় প্রতিটি সংবাদ সংস্থার সাংবাদিক বর্তমানে চূড়ান্ত প্রতিযোগিতার মুখোমুখি। কেননা, সাংবাদিক যদি দ্রুত খবর পৌঁছে দিতে না পারে, তাহলে তার ভাবমূর্তি নষ্ট হয়। এমনকী, কোনও খবরের 'আপডেট' যত

রাতেই হোক না কেন সেটাও দ্রুত সংবাদ সংস্থার সাংবাদিককে পুরো তথ্য সংগ্রহ করতে হয়। তা দ্রুত পাঠাতেও হয়। আবার শব্দ সংখ্যার ব্যাপারে সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের কিছুটা হলেও স্বাধীনতা রয়েছে। কোনও সংবাদে সাংবাদিক যতটা তথ্য পেয়েছে প্রয়োজন মনে করলে সমস্তটাই লিখতে পারে। প্রতিবেদন লেখার ক্ষেত্রে শব্দ সংখ্যার ভয় তেমন একটা তাড়া করে না এই সাংবাদিকদের।

সংবাদের বস্তুনিষ্ঠতার ক্ষেত্রে পার্থক্য : সংবাদপত্রের সাংবাদিকতা কোনও খবরকে নিজস্ব বিশ্লেষণ এবং ভাষাশৈলীর মাধ্যমে পরিমার্জিত করে পরিবেশন করতে পারে। অনেক সময়ই কোনও খবরকে সংবাদপত্রের সাংবাদিকদের ‘হাউজ পিলিসি’ অনুযায়ী নিজস্ব রং চড়িয়ে এবং বিকৃত করে পরিবেশন করার সুযোগ রয়েছে। এমনকী, অনেক সময় মূল খবরকে ‘ছোট’ করে দিয়ে আনুষ্ঠানিক বিষয়কে ‘বড়’ করে দেখাতে হয় সাংবাদিককে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের প্রতিবেদনের অন্যতম শর্ত হল ‘বস্তুনিষ্ঠতা’। যা ঘটনা ঘটেছে সংবাদ সংস্থার সাংবাদিককে সেটাই বস্তুনিষ্ঠভাবে যথাযথভাবে বর্ণনা করতে হবে। সৃজনশীল এবং সাহিত্যিক ক্রিয়াকৌশল প্রদর্শনের খুব একটা সুযোগ থাকে না এজেন্সি সাংবাদিকদের।

নীতিগত ক্ষেত্রে পার্থক্য : সংবাদপত্রের সাংবাদিককে নিজস্ব সংস্থার অনুসৃত নীতি এবং দৃষ্টিভঙ্গি অনুসারে ‘খবর’ লিখতে হয়। অনেক সময় কোনও ‘বড়’ খবর হাউজ পিলিসি অনুযায়ী ছোট করে লিখতে হয় সাংবাদিকদের। এমনকী অনেকসময় তো গুরুত্বপূর্ণ তথ্য জানা সত্ত্বেও সংস্থার নীতি মেনে বাদ দিতে হয় সাংবাদিককে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের তেমন একটা নীতি নিয়ে বাধ্যবাধকতা নেই। যা ঘটেছে সেটাই সংবাদ সংস্থার সাংবাদিককে সংগ্রহ করে পাঠাতে হয়। সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের দায়বদ্ধতা অনেক বেশি। সংবাদসূত্রকে উদ্ধৃত না করে এজেন্সির সাংবাদিক কোনও সংবাদ পাঠাতে পারে না। সাংবাদিকের প্রেরিত খবরের বিশ্বাসযোগ্যতার উপর সংশ্লিষ্ট এজেন্সির বিশ্বাসযোগ্যতা নির্ভর করে।

জানার পরিধিগত ক্ষেত্রে পার্থক্য : সংবাদপত্রের সাংবাদিককে বেশিরভাগ ক্ষেত্রে নির্দিষ্ট একটি বিষয়ের উপর নজর রাখতে হয়। সোজা কথা, নিজের বিজের খবর সংগ্রহের উপর বেশি মনোযোগ দিতে হয়। খুব বেশি অন্য ক্ষেত্রের খবর নিয়ে মাথা ঘামাতে হয় না। মাঝে মধ্যে হয়তো কিছুদিনের জন্য নিজের বিট ছাড়াও অন্য বিষয়ের দিতে হয়। এমন অনেক সাংবাদিক আছে, যারা হয়তো শুধুমাত্র একটি বিষয়, যেমন ‘শিক্ষা-বিট’ কিংবা ‘পুলিশ-বিট’ বা ‘স্পোর্টস বিট’ করেই কর্মজীবন কাটিয়ে দিয়েছে।

কিন্তু সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের অনেক বিষয় সম্পর্কে খোঁজ রাখতে হয়। কেননা, কোনও একটি শহরে হয়তো সংবাদ সংস্থার একজন মাত্র প্রতিনিধি রয়েছেন। সেক্ষেত্রে ওই সাংবাদিকের উপরই শহরের শিক্ষা, রাজনীতি, স্পোর্টস-সকল বিষয়ে খবর করার দায়িত্ব থাকে। তাই সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের অনেক বিষয়ে জানতে হয়। প্রতিটি বিষয়ের প্রতিবেদন লেখার ধরন সম্পর্কেও জানতে হয় এজেন্সি

সাংবাদিকদের। শুধু সংবাদ সংগ্রহ নয়, আধুনিক প্রযুক্তির যুগে সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকদের ছবি তুলেও তা দ্রুত পাঠানোর কৌশল রপ্ত করতে হয়।

পরিশেষে বলা যায়, সংবাদ সংস্থার সাংবাদিকরা মানসিক, শারীরিক, পেশাগত দক্ষতার দিক থেকে সংবাদপত্রের সাংবাদিকের থেকে একধাপ হলেও এগিয়ে থাকে।

১.২.৬ সারাংশ

সংবাদপত্রে ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন এবং তদন্তমূলক প্রতিবেদন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ স্থান অধিকার করে আছে। দুটি প্রতিবেদনের আলাদা বৈশিষ্ট্য তাদের স্বাতন্ত্র্য দিয়েছে। সংবাদ সংগ্রহ প্রতিবেদনের চরিত্র আলাদা সংবাদপত্রের প্রতিবেদন রচনা আর সংবাদ সংস্থার প্রতিবেদন রচনা ভিন্ন রকমের হয়। এদের পরিবেশনের শৈলীও পৃথক। ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন কেবলমাত্র ঘটনার বিবরণ দেবার পাশাপাশি তার গভীরতর ব্যাখ্যা বা অনুসন্ধান প্রয়োজন। এটি পাঠক বা দর্শককে শিক্ষিত করে, ঘটনার অন্তরালের আপাত লুক্কায়িত ঘটনা সর্বসমক্ষে উন্মোচন করে। বর্তমান আর্থ-সামাজিক-রাজনৈতিক প্রেক্ষাপটে ব্যাখ্যামূলক এবং তদন্তমূলক সাংবাদিকতার জনপ্রিয়তাও উর্ধ্বমুখী।

১.২.৭ অনুশীলনী

১) দীর্ঘ উত্তরের প্রশ্ন

- ক) ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদনের জনপ্রিয়তা উর্ধ্বমুখী কেন?
- খ) তদন্তমূলক সাংবাদিকতা কী? তার সীমা কি নির্দিষ্ট? এর বৈশিষ্ট্য কি?

১.২.৮ গ্রন্থপঞ্জি

১. M. V. Kamath : Professional Journalism
২. M. V. Kamath : Journalist's Hand
৩. Patanjali Sethi : Professional Journalism
৪. Mebin Mencher : Basic News Writing
৫. S. K. Aggarwal : Investigative Journalism in India.
৬. Chalapati Rao : The Roance of the Newspaper.
৭. পার্থ চট্টোপাধ্যায় : সংবাদ বিদ্যা
৮. সংবাদ প্রতিবেদন : ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য

একক ৩ □ সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং বিভাগ-রিপোর্টার, চিফ রিপোর্টার এবং চিফ অফ নিউজ ব্যুরোর কার্যকারিতা এবং গুণাবলী

গঠন

- ১.৩.১ উদ্দেশ্য
- ১.৩.২ প্রস্তাবনা
- ১.৩.৩ সংবাদপত্রের রিপোর্টিং বিভাগ
- ১.৩.৪ ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং
- ১.৩.৫ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের কাজ
- ১.৩.৬ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের দায়িত্ব
- ১.৩.৭ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের গুণাবলী
- ১.৩.৮ চিফ রিপোর্টার
- ১.৩.৯ চিফ অফ নিউজ ব্যুরো
- ১.৩.১০ সারাংশ
- ১.৩.১১ অনুশীলনী
- ১.৩.১২ গ্রন্থপঞ্জী

১.৩.১ উদ্দেশ্য

সংবাদপত্রে বা ম্যাগাজিনের গুরুত্বপূর্ণ অংশ সংবাদ কক্ষ। সেখানেই থাকে প্রতিবেদক বা রিপোর্টাররা। যেখানেই খবর হচ্ছে রিপোর্টারদের দ্রুত সেখানে ছুটে যেতে হয়। আবার বিভিন্ন সোর্স থেকেও প্রতিবেদকের খবর জোগাড় করতে হয়। তারপর তা দ্রুত সংবাদ কক্ষে পাঠাতে হয়। বর্তমানে রিপোর্টাররা কখনও অফিসে এসে প্রতিবেদনটি লেখে আবার প্রয়োজনে ঘটনাস্থল থেকে সংবাদটি ই-মেল বা হোয়াটসঅ্যাপের মাধ্যমে পাঠিয়ে দেয়। আসল ব্যাপার হল, রিপোর্টারদের যে করেই হোক সংবাদ বের করতেই হবে। আবার রিপোর্টারদের মধ্যেও অভিজ্ঞতা ও কাজের দক্ষতার ভিত্তিতে নানা ভাগ রয়েছে। কেউ স্টাফ রিপোর্টার, কেউ বিশেষ সংবাদদাতা। আর রিপোর্টারদের প্রধান হচ্ছে চিফ রিপোর্টার। প্রত্যেকদিনই সংবাদ নিয়ে চিফ রিপোর্টারকে আলোচন করতে হয় বার্তা সম্পাদক বা নিউজ এডিটর এবং চিফ অফ নিউজ ব্যুরোর সঙ্গে।

শুধু সংবাদের ব্যাপারে নয়, প্রয়োজনে সংবাদপত্রের বিভাগীয় দিকটিও দেখতে হয় চিফ অফ নিউজ ব্যুরোকে। সংবাদ কক্ষে একটা ‘টিম’ হিসাবে কাজ করতে হয় সকলকে। তা সংবাদ কক্ষে রিপোর্টারদের ভাগগুলি কি, চিফ রিপোর্টারকে কি কাজ করতে হয়, চিফ অফ নিউজ ব্যুরো কি কাজ করে-প্রত্যেকটি বিষয়ই এই এককে বোঝার চেষ্টা করব।

১.৩.২ প্রস্তাবনা

পাঠক-দর্শক-শ্রোতার কাছে সংবাদের সূত্র হল প্রতিবেদক বা রিপোর্টার। সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনের ‘মেরুদণ্ড’ হল রিপোর্টার। এদের কাজের ভাগ রয়েছে। রিপোর্টারদের মধ্যে কেউ শিক্ষা সংক্রান্ত খবর করে, কেউ আবার স্বাস্থ্য, আবার কেউ পুলিশ-অপরাধ সংক্রান্ত সংবাদ দেয়। রিপোর্টারদের এই আলাদা আলাদা ভাগকেই ‘বিট’ বলা হয়। আর সাধারণভাবে রিপোর্টারদের কাজের দায়িত্ব ভাগ করে দেয় চিফ রিপোর্টার। প্রয়োজন হলে চিফ রিপোর্টারকেও সংবাদ সংগ্রহ করে প্রতিবেদন লিখতে হয়। একই সঙ্গে অন্য রিপোর্টারদের কীভাবে সংবাদ সংগ্রহ করতে হবে, ঠিক মতো প্রতিবেদন লেখা হয়েছে কিনা, তা দেখে চিফ রিপোর্টার। তবে রিপোর্টিং বিভাগ ঠিকমতো কাজ করছে কিনা, তা দেখার দায়িত্ব থাকে চিফ অফ নিউজ ব্যুরোর। আবার অন্য বিভাগের কাজের ব্যাপারে খোঁজখবর নেওয়ার ক্ষমতা রয়েছে তার। রিপোর্টিং বিভাগের গঠন কেমন, কী গুণ থাকলে ভাল রিপোর্টার হওয়া যায়, রিপোর্টারদের প্রতিবেদন লেখার সময় কোন কোন দিকে নজর রাখতে হয় প্রতিটি বিষয় যাতে ভাল করে বোঝা যায়, সেজন্য এগুলি নিয়ে বিস্তারিতভাবে আলোচনা হবে এই এককে।

১.৩.৩ ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন

সংবাদপত্র দফতরের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ বিভাগ হল রিপোর্টিং। এই বিভাগের কর্মী অর্থাৎ রিপোর্টারদের সকাল থেকে ব্যস্ততা থাকে তুঙ্গে। প্রতিটি সংবাদপত্রে একাধিক রিপোর্টার থাকে। ওই রিপোর্টারদের মধ্যে কাজের ভাগ করে দেওয়া হয়। কেননা, একজন রিপোর্টারের পক্ষে সমস্ত ঘটনা কভার সম্ভব হয় না। সেই কারণে কোনও রিপোর্টার শিক্ষা সংক্রান্ত সংবাদ কভার করে। কেউ আবার পুলিশ বা আদালত সংক্রান্ত খবর করে। আবার অভিজ্ঞতা ও কাজের দক্ষতার নিরিখে রিপোর্টারদের মধ্যে ভাগ রয়েছে। আর রিপোর্টারদের প্রধান চিফ রিপোর্টার। প্রতিটি সংবাদপত্রে একাধিক চিফ রিপোর্টার থাকতে পারে। সাধারণভাবে রিপোর্টিং বিভাগে থাকে হচ্ছে:

ট্রেনি রিপোর্টার : সংবাদপত্রের নবাগতদের জুনিয়র রিপোর্টার বা শিক্ষানবীশ কিংবা ট্রেনি রিপোর্টার হিসাবে দেখানো হয়। যে কোনও সংবাদপত্রে এরা সবচেয়ে কনিষ্ঠ কুশীলব। যেহেতু এরা শিক্ষানবীশ তাই প্রথমদিকে তাদের প্রেস বিজ্ঞপ্তি, প্রেস হ্যান্ড আউট, আবহাওয়ার খবর, ছোট দুর্ঘটনা, অগ্নিকাণ্ড, সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠানের খবর করতে দেওয়া হয়। কিছুদিন যাওয়ার একটু অভিজ্ঞ হওয়ার পর এদের একটু বড় অ্যাসাইনমেন্ট দেওয়া হয়।

স্টাফ রিপোর্টার : বেশ কিছুটা অভিজ্ঞ হওয়ার পর শিক্ষানবীশরাই স্টাফ রিপোর্টার হিসাবে পদোন্নতি হয়। এরা চিফ রিপোর্টারের অধীনেই কাজ করতে হয়। আমেরিকায় আবার এই স্টাফ রিপোর্টারদের বলা হয় 'বিট রিপোর্টার'। এই স্টাফ রিপোর্টারদের মধ্যে কেউ বিধানসভা কভার করে কেউ আবার শিক্ষা প্রতিষ্ঠানের খবর করে। কেউ পুরসভা কভার করে। মনে রাখতে হবে, নিজস্ব 'বিট' ছাড়াও প্রয়োজনে বড় পথ দুর্ঘটনা, বিধবী অগ্নিকাণ্ড, খুনের ঘটনাও কভার করতে হয়।

সিনিয়র রিপোর্টার : কাজের জগতে আরও কিছুটা অভিজ্ঞ ও দক্ষ হওয়ার পর স্টাফ রিপোর্টার থেকে পদোন্নতি হয়ে কেউ কেউ সিনিয়র রিপোর্টার হয়। এরাও চিফ রিপোর্টারের অধীনেই কাজ করে। এই সিনিয়র রিপোর্টাররা নিজের নিজের বিটের স্টাফ রিপোর্টারদের সংবাদ সংগ্রহের ব্যাপারে 'গাইড' করে। আবার প্রয়োজনে নিজেরাও রিপোর্টিংয়ে নেমে পড়ে। যেমন, 'শিক্ষাসংক্রান্ত' বিটের কোনও সিনিয়র রিপোর্টার উচ্চমাধ্যমিকের রেজাল্টের দিন প্রয়োজন পড়লে শিক্ষামন্ত্রী কিংবা উচ্চমাধ্যমিকের বোর্ডের কোনও কর্তার সঙ্গে কথা বলে প্রতিবেদন লেখার ব্যাপারে স্টাফ রিপোর্টারকে সাহায্য করতে পারে। কিংবা আলাদা করে কোনও খবর করতে পারে।

চিফ রিপোর্টার : রিপোর্টারদের প্রধান চিফ রিপোর্টার। স্থানীয় স্তরে রিপোর্টারদের পরিচালনা করে চিফ রিপোর্টার। বিট ঠিক করা থেকে শুরু করে প্রয়োজন মতো প্রতিবেদন লেখার ক্ষেত্রে রিপোর্টারদের পরামর্শ দেয় চিফ রিপোর্টার। রিপোর্টারদের কাজের মধ্যে সমন্বয় নিয়ে এসে সংশ্লিষ্ট সংবাদপত্রে কর্তৃপক্ষের নির্দেশ মতো সবচেয়ে ভাল কভারেজ পাঠকের কাছে দেওয়াই চিফ রিপোর্টারের দায়িত্ব।

স্পেশাল করসপনডেন্ট বা বিশেষ সংবাদদাতা : সংবাদপত্রে অন্যতম অভিজ্ঞ রিপোর্টার হল বিশেষ সংবাদদাতা। এরা খুবই গুরুত্বপূর্ণ খবরগুলি কভার করে। সাধারণত স্পেশাল করসপনডেন্টরা নিজের উদ্যোগেই সংবাদ করে। এদের লেখা বেশিরভাগ ক্ষেত্রে 'এক্সক্লুসিভ' হয়। এদের সংবাদ প্রতিবেদন তথ্যের দিক থেকে হতে পারে। আবার বিশ্লেষণের দিক থেকেও হতে পারে। আবার, এই রিপোর্টাররা দিল্লিতে থেকে সেখানকার খবরগুলি করে। মোটামুটি প্রত্যেক সংবাদপত্রের দিল্লিতে একটি অফিস থাকে। সেখানেই এই রিপোর্টাররা থেকে খবর সংগ্রহ করে।

ব্যুরোচিফ : প্রত্যেক সংবাদপত্রের রিপোর্টিং বিভাগের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ পদ হল চিফ অফ নিউজ ব্যুরো বা ব্যুরোচিফ। বিশেষ সংবাদদাতার কপি ব্যুরোচিফ দেখে 'সবুজ সংকেত' দিলেই তা ছাপার জন্য যায়। রিপোর্টিং বিভাগ ঠিক মতো কাজ করছে কি না, আরও ভাল কী ধরনের সংবাদ করা যায়-এই সমস্ত বিষয়গুলি দেখে ব্যুরোচিফ। প্রয়োজনে নিজেও সংবাদ সংগ্রহ করে প্রতিবেদন করে। এই প্রতিবেদনগুলি অবশ্যই সংবাদপত্রের স্পেশাল প্রতিবেদন বা কপি হিসাবেই বিবেচিত হয়। ধরা যাক, বিধানসভা নির্বাচনের পর মুখ্যমন্ত্রীর সাক্ষাৎকার ব্যুরোচিফ নিলে সেটি অবশ্যই স্পেশাল প্রতিবেদন হিসাবে বিবেচিত হবে।

মোটামুটি রিপোর্টিং বিভাগে এই পদগুলি থাকে। এছাড়াও রিপোর্টিং বিভাগের সঙ্গে যুক্ত থাকে

বিদেশ সংবাদদাতা। কোনও সংবাদপত্রে হয়তো লন্ডনে কোনও প্রতিনিধি আছে। কেউ আবার ওয়াশিংটনে থাকে। এরা সাধারণভাবে যে দেশের প্রতিনিধি সেখানকার খবর করে। সাধারণভাবে এই সাংবাদিকরা বাড়ি থেকেই খবর করে তা মূল সংবাদপত্রের অফিসে পাঠিয়ে দেয়।

১.৩.৪ ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং বা সম্পাদকীয় বিভাগ

ম্যাগাজিন গণজ্ঞাপনের একটি মাধ্যম যা সমসাময়িক বিশ্বের সামাজিক, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক খবরাখবর বিস্তৃত আকারে পাঠককে জানতে সাহায্য করে। ম্যাগাজিন যে কোনও খবরের পশ্চাত্পট এবং বিশ্লেষণ তুলে ধরে খবরের ধারাবাহিকতা রক্ষা ও পাঠকের বিশ্লেষণমুখী মানসিকতাকে সমৃদ্ধ করে জনমত তৈরি করে। সাধারণভাবে ম্যাগাজিন পাঠকের অবসরের সঙ্গী। সোজা ব্যাপার হল, ম্যাগাজিনের মাধ্যমে পাঠক দৈনন্দিন হার্ড নিউজের জগৎ থেকে নিজেকে অন্যরকম খবরের বিস্তারের স্রোতে গা ভাসাতে পারে। একই সঙ্গে পাঠক চায় একটু ভিন্ন স্বাদের খবরের আনন্দন করতে। বর্তমান ইন্টারনেটের যুগে সাধারণ ম্যাগাজিনের সঙ্গে সঙ্গে ই-ম্যাগাজিন ব্যাপক জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে।

প্রাথমিক উদ্দেশ্যের দিক থেকে সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনের ফারাক খুব একটা বেশি নয়। কিন্তু সাংবাদিকের কাজের ধারা, সম্পাদনার রীতিনীতি, পরিবেশনার কৌশল ও পাঠকের চরিত্রের মধ্যে ব্যাপক পার্থক্য আছে। মনে রাখা প্রয়োজন, ম্যাগাজিন সাপ্তাহিক, পাক্ষিক, মাসিক বা বাৎসরিক হতে পারে। ম্যাগাজিনের পৃষ্ঠার সংখ্যা সংবাদপত্রের থেকে বেশ কিছুটা বেশি হয়। ম্যাগাজিনে সাধারণভাবে ২৪ পাতা, ৩২ পাতা কিংবা ৫০ পাতার বেশি হয়।

প্রথমেই একটা কথা মাথায় রাখতে হবে, ম্যাগাজিনের বিষয়বস্তু কী। অর্থাৎ ম্যাগাজিনটা কোন বিষয়ের। কারণ ম্যাগাজিনের নানারকম প্রকারভেদ রয়েছে। যেমন রয়েছে, ফ্যাশন ম্যাগাজিন, ক্রীড়া ম্যাগাজিন, প্রযুক্তি ম্যাগাজিন, লাইফস্টাইল ম্যাগাজিন, রাজনৈতিক ও সামাজিক বিষয় সংক্রান্ত ম্যাগাজিন, শিক্ষা সংক্রান্ত ম্যাগাজিন, স্বাস্থ্য বিষয়ক ম্যাগাজিন সহ আরও নানা রকমে ম্যাগাজিন। উল্লেখযোগ্য ম্যাগাজিনের মধ্যে রয়েছে ‘টাইম’, ‘ইন্ডিয়া টুডে’, ‘আউটলুক’, ‘ফেমিনা’, ‘স্পোর্টসস্টার’, ‘আনন্দমেলা’, ‘দেশ’, ‘আনন্দলোক’, ‘সুখী গৃহকোন’, ‘কর্মক্ষেত্র’, ‘ভ্রমণ’।

সংবাদপত্রের মতোই ম্যাগাজিনেও সাংবাদিক থাকে। অনেক নামী ইংরেজি ম্যাগাজিনের যেমন দেশের খবর দেওয়ার জন্য দিল্লিতে সাংবাদিক থাকে। বিদেশের খবর দেওয়ার জন্য বিশ্বের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ জায়গায় যেমন, লন্ডন, ওয়াশিংটন, বেজিংয়ে ‘ফরেনস করসপনডেন্ট’ থাকে। তবে অধিকাংশ ম্যাগাজিনেই আলাদা করে বার্তা বা রিপোর্টিং বিভাগ থাকে না। বেশিরভাগ ম্যাগাজিনে থাকে সম্পাদকীয় বা ‘এডিটোরিয়াল’ বিভাগ। সেখানেই যারা থাকে তারা একাধারে যেমন খবরও সংগ্রহ করে তেমনই একই সঙ্গে সম্পাদনা বা এডিটিংয়ের কাজও করে। আসলে, সংবাদপত্রের থেকে ম্যাগাজিনে অনেক কম কর্মী থাকে। তাই ম্যাগাজিনে সম্পাদকীয় বিভাগেই রিপোর্টার তথা সাব এডিটরও থাকে। পাশাপাশি, এটাও জানা প্রয়োজন, যে

ম্যাগাজিনগুলিতে দেশ ও বিদেশের সংবাদদাতারা কোনও খবরের সূত্র দিলে তা প্রতিবেদন আকারে লিখতে হয় সম্পাদকীয় অফিসে থাকা কর্মীদেরই। সেই কারণে, ম্যাগাজিনের ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় বিভাগে থাকা রিপোর্টার তথা সাব এডিটরদের বিশাল দায়িত্ব পালন করতে হয়। সাধারণভাবে ম্যাগাজিনে রিপোর্টারদের আলাদা করে কোনও বিভাগ থাকে না।

১.৩.৫ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের কাজ

সংবাদপত্রের প্রাণ হল প্রতিবেদক বা রিপোর্টার। সংবাদপত্রের সংবাদের কারবারি। সোজা কথায়, সংবাদপত্রের কাছে প্রতিবেদকই সংবাদের প্রাথমিক উৎস। তাই কোনও একটি সংবাদপত্র বা নিউজ চ্যানেলকে মূলত নির্ভর করতে হয় প্রতিবেদকের উপরই। সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের খ্যাতি ও সুনাম অনেকক্ষেে নির্ভর করে প্রতিবেদকের দক্ষতার উপরই। সেই কারণে, সংবাদপত্র বা নিউজ চ্যানেলের এই নির্ভরতার যথাযথ মর্যাদা দেওয়া রিপোর্টারের আবশ্যিক কর্তব্য। বিখ্যাত সম্পাদক মেলভিন ই স্টোনের মতে, একজন বুদ্ধিমান প্রতিবেদক একজন বুদ্ধিদীপ্ত সম্পাদকের চেয়ে অনেকবেশি মূল্যবান।

একটা কথা প্রথমেই মাথায় রাখতে হবে যে, ভোর থেকেই রিপোর্টারের কাজ শুরু হয়ে যায়। অনেক সময় তো দিন-রাত কাজ করতে হয় রিপোর্টারকে। বিশেষ করে কোথাও নির্বাচন কভার করতে গেলে বা জঙ্গি হামলা হয়েছে, এমন জায়গায় তো সারাক্ষণ খবরের মধ্যে একজন রিপোর্টারকে থাকতে হয়। কারণ যে কোনও মুহূর্তে সংবাদ তৈরি হতে পারে। এমনকী, সংবাদপত্র ছাপতে চলে যাওয়ার পরেও রিপোর্টারকে সজাগ থাকতে হয়। গভীর রাতে কোনও খবর পেলেও তা গুরুত্ব সহকারে তথ্যগুলি সংগ্রহ করতে হয় পরের দিনের সংবাদপত্রে ওই সংবাদটি করার জন্য। সেই কারণে, রিপোর্টারদের কাজের কোনও ধরাবাধা সময় নেই।

অধিকাংশ সাংবাদিক মূলত মুখ্য প্রতিবেদক বা চিফ রিপোর্টারের অধীনেই কাজ করে। সাধারণভাবে সংবাদ অফিসে এসে বা আসার আগেই তার নির্দেশ মতো কাজে নেমে পড়তে হয়। অনেক সময় দেখা যায়, সকালেই কোনও একটি জায়গায় অগ্নিকাণ্ডের ঘটনা ঘটেছে। সেক্ষেে অফিসে ঢোকান আগেই রিপোর্টারকে ওই সংবাদটি করার জন্য ঘটনাস্থলে চলে যেতে হয়। আবার কখনও অফিসে ঢোকামাত্র চিফ রিপোর্টারের নির্দেশ মেনেই কোন সংবাদ করার জন্য ঘটনাস্থলে চলে যেতে হয়।

চিফ রিপোর্টার যদি কোনও কাজ না দেয় তাহলে সকাল থেকেই প্রতিটি কাগজ বা নিউজ চ্যানেল ভাল করে দেখতে হয়। কী কী খবর হচ্ছে সে সম্পর্কে একটা ধারণা রাখতে হয়। এর সঙ্গে সঙ্গে নিজস্ব সোর্সের সঙ্গে যোগাযোগ করতে হয়। যেমন কোনও রিপোর্টার যদি শিক্ষা সংক্রান্ত খবর করে, তাহলে তাকে বিভিন্ন স্কুল, কলেজ, বিশ্ববিদ্যালয়ের কর্তৃপক্ষের সঙ্গে কথা বলতে হয়। পাশাপাশি, শিক্ষা দফতরের কোনও পদস্থ কর্তা কিংবা শিক্ষামন্ত্রীর সঙ্গে ফোনে কথা বলতে হয়। কিংবা কোথাও কোনও খবর রয়েছে কিনা, সে সম্পর্কে নজর রাখতে হয়। সোজা ব্যাপার হল, রিপোর্টারের লক্ষ্য থাকে, প্রত্যেকদিন অন্তত

একটি করে হলেও যেন খবর দেওয়া যায়।

শুধু খবর জোগাড় করা নয়, একজন রিপোর্টার সংবাদ করার সময় দেখে নিতে হবে, তার ব্যবহৃত তথ্যগুলি যেন নির্ভুল ও সম্পূর্ণ হয়। সংবাদ সূত্রের ভিত্তি কতটা সুদৃঢ় তা দেখে নিতে হবে খবরটি বাছাইয়ের আগেই। সংবাদটিকে ভারসাম্য ও স্বচ্ছতা আনতে রিপোর্টারকে সবরকম দিক লক্ষ্য রাখতে হবে। একই সঙ্গে খেয়াল রাখতে হয় সংবাদটি যেন যথাসম্ভব ছোট এবং উদ্দেশ্যপ্রণোদিত হয়।

সংবাদপত্রের রিপোর্টারদের তথ্য জোগাড় করার পর যেটা করতে হয় তা হল দ্রুতগতিতে সংবাদটি লেখা শেষ করতে হয়। এই সময় অবশ্যই নজর করতে হয় যেন, সংবাদ লিখতে গিয়ে কোনওরকম তথ্য বিভ্রান্তি এবং ভাষার অস্বচ্ছতা না থাকে। আর তা হলে কিন্তু সংবাদটি দিশাহীন হয়ে যাবে। বর্তমান সময়ে প্রায় প্রতিটি সংবাদ ফিচারের ধাঁচে লেখা হয়। সেদিকেও অবশ্যই লক্ষ্য রাখতে হবে। সোজা বিষয়, যেভাবেই রিপোর্টার তার সংবাদটি লিখুক না কেন, সংবাদের মৌলিক চরিত্র যেন কোনওভাবেই নষ্ট না হয়। তাতে পাঠকের কাছে সংবাদের বিশ্বাসযোগ্যতা নিয়ে সন্দেহ দেখা দেবে। যা বাঞ্ছনীয় নয়।

১.৩.৬ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের দায়িত্ব

একজন প্রতিবেদক বাস্তবে কখনওই ছায়াচিত্রের নায়ক নয়। সমাজের বিশেষ প্রভাবশালীও কেউ নয়। তবু তার লেখনী বহু মানুষের ভরসাস্থল। সেই কারণে, প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের দায়িত্ব অনেক।

প্রথমত : যাতে কোনও ঘটনা সম্পর্কে সমস্ত পক্ষের দৃষ্টিভঙ্গি দেওয়া যায়, সেদিকে নজর রাখতেই হয়। একই সঙ্গে কোনও ঘটনা সম্পর্কে যাতে মানুষের মনে অহেতুক ভীতি না ছড়ায়, সেটাও খেয়াল রাখা জরুরি। যেমন, জাপানের ফুকুশিমা দাইচিতে পরমাণু চুল্লিতে বিস্ফোরণের সময় গুজব ছড়িয়েছিল যে, এর প্রভাবে ক্ষতিগ্রস্ত হতে পারে ভারতের পূর্ব অংশ। কিন্তু ওই সময় প্রতিবেদকরাই সঠিক তথ্য দিয়ে সাধারণ মানুষের মধ্যে আতঙ্কের পরিবেশ কাটিয়েছিল।

দ্বিতীয়ত : নাগরিকদের দায়িত্ব সম্পর্ক সচেতন করাও প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের অন্যতম দায়িত্ব। বিশেষ করে নির্বাচনের সময় ভোটাধিকার প্রয়োগের জন্য কী কী নথিপত্র নিয়ে নির্বাচনী কেন্দ্রে ভোটারদের যেতে হবে, তা জানা যায় প্রতিবেদকদের সংবাদের মাধ্যমেই।

তৃতীয়ত : জনসাধারণের বিভিন্ন দাবি-দাওয়া, অভাব-অভিযোগ সর্বোচ্চ স্তর পর্যন্ত পৌঁছে দেওয়ার দায়িত্ব থাকে নির্বাচিত প্রতিনিধিদের (কাউন্সিলর, পঞ্চায়েত প্রধান, বিধায়ক, সাংসদ) উপর। কিন্তু অনেক সময় তা হয় না। সেই সময় প্রতিবেদকের সংবাদের মাধ্যমে বিষয়গুলি সর্বোচ্চ স্তর পর্যন্ত পৌঁছয়।

চতুর্থত : পুলিশ-প্রশাসন ঠিক মতো কাজ করছে কিনা সে সম্পর্কেও অনুসন্ধান চালায় রিপোর্টার। প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করে সংবাদ হিসাবে তা পরিবেশন করে। যেমন, কোনও একটি ধর্ষণ কাণ্ডে পুলিশ অপরাধীদের খুঁজে বের করার বিষয়টিকে বিশেষ একটা গুরুত্ব দিচ্ছে না। তখন প্রতিবেদকের দায়িত্ব হচ্ছে

এই বিষয়টি সংবাদের মাধ্যমে প্রকাশ্যে আনা। এতে প্রশাসনও নড়েচড়ে বসতে বাধ্য হয়। এমন ঘটনা প্রায়ই ঘটেছে যে, কোনও ঘটনা সম্পর্কে সংবাদ বের হওয়ার পর তা নিয়ে খোঁজখবর শুরু করে প্রশাসনের পদস্থ কর্মীরা।

পঞ্চমত : যে কোনও গণতান্ত্রিক দেশে সরকারি সিদ্ধান্তের বিরোধিতা করতে পারে প্রতিবেদকরা। কিন্তু অনেক সময়ই সরকার চেষ্টা করে যাতে সরকার-বিরোধী সংবাদ সংবাদমাধ্যমে প্রকাশ না পায়। সরকার নিজেদের স্বার্থরক্ষার জন্য একপেশে তথ্য পরিবেশন করে। তখন প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের দায়িত্ব হল পাল্টা তথ্য অনুসন্ধান করে জনসাধারণের সামনে তা তুলে ধরা।

পরিশেষে, প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের সম্পর্কে বলা উচিত, তাকে খুব দ্রুত কাজ করতে হয়। কাজের ব্যাপারে অত্যন্ত সক্রিয় থাকা প্রয়োজন। প্রতিযোগিতামূলক পরিবেশে কাজ করার জন্য পেশাদারী মনোভাব গ্রহণ করা দরকার। লক্ষ্য যেন থাকে সবার আগে গুরুত্বপূর্ণ খবর অফিসে পাঠানো। প্রতি মুহূর্তে কাজের ঝুঁকি আছে। যুদ্ধ, দাঙ্গা কিংবা গণবিক্ষোভ কভার করার সময় বিপদের মুখোমুখি হওয়ার সম্ভাবনা বেশি। এমনকি, প্রায় সংশয় হওয়ার সম্ভাবনাও থাকে। রিপোর্টার বা প্রতিবেদকের।

১.৩.৭ প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের গুণাবলি

সংবাদ প্রতিষ্ঠানের ‘চোখ ও কান’ বলা হয় প্রতিবেদক বা রিপোর্টারকে। আর এই দুটি বিশেষ ইন্ড্রিয়ের ভূমিকা নিতে হলে কিছু প্রস্তুতি, পরিকল্পনা ও সহজাত ক্ষমতার প্রয়োজন হয়। সবচেয়ে বড় কথা, নিজের চোখ ও কানকে খোলা রাখার জন্য রিপোর্টারকে হতে হয় একজন আগ্রহী ও সচেতন দর্শক। আর এটা তো ঠিকই যে, পেশার প্রতি ভালবাসা ও নিষ্ঠা না থাকলে কোনওভাবেই সাফল্য পাওয়া সম্ভব নয়। সেই কারণে, প্রতিবেদক বা রিপোর্টারকে কাজের জগতে উন্নতি করতে হলে কয়েকটি গুণ থাকা আবশ্যিক। প্রাথমিক যে গুণগুলি থাকতেই হবে তা হল :

সংবাদের গন্ধ শোঁকার নাক : প্রতিবেদক বা রিপোর্টারের প্রধান গুণ হল সংবাদের গন্ধ শোঁকার নাক থাকতে হবে। অর্থাৎ প্রত্যেকদিন অজস্র সংবাদ হচ্ছে, তার মধ্যে থেকে পাঠক বা দর্শকের জন্য উপযুক্ত এবং আকর্ষণীয় খবর খুঁজে বের করে পরিবেশন করতে হবে। সোজা কথায়, যে খবরের প্রতি মানুষের আগ্রহ রয়েছে, সে ধরনের সংবাদ দিতে হবে আর এই কাজটি করার জন্য রিপোর্টারকে অবশ্যই পাঠক বা দর্শকের আগ্রহ সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা থাকতে হবে। কোনটা খবর আর কোনটা তথ্য-এই বাছাই ক্ষমতা না থাকলে এক সাংবাদিক কখনও ভবিষ্যতে কাজের জগতে উন্নতি করতে পারে না।

নিরপেক্ষ পর্যবেক্ষক : নিজস্ব মতাদর্শ যাই থাকুক না কেন, কাজের সময় একজন প্রতিবেদক বা রিপোর্টারকে থাকতে হয় নিরপেক্ষ দর্শক হিসাবেই। নিজের দৃষ্টিভঙ্গী প্রতিবেদনে যুক্ত করা কখনও বাঞ্ছনীয় নয়। সংবাদটি সত্য, এ নিয়ে নিশ্চয়তা পাওয়া গেলে বিশ্বাসযোগ্যতার কথা মনে রেখে মানুষের সামনে ঘটনাকে তুলে ধরতে হয় রিপোর্টারকে।

ধৈর্য ও অধ্যবসায় : রিপোর্টার তার ধৈর্য ও অধ্যবসায়কে সম্বল করে সংশ্লিষ্ট সংবাদ উৎসের সঙ্গে সম্পর্ক রাখে। সকলের সঙ্গে মেশার ক্ষমতা থাকতে হবে রিপোর্টারকে। কেননা, বেশিরভাগ সময়ই প্রতিবেদকের স্বচ্ছন্দ মেলামেশার সূত্রে তার কাছে এসে পড়ে কোনও অপ্রকাশিত সংবাদের প্রাকসূত্র। যে কোনও সূত্রকে কখনও অবহেলা করা উচিত নয়। তাই সংবাদ খুঁজে পাওয়ার জন্য প্রতিটি বিষয়কে ধৈর্য ধরে যাচাই করতে হয়।

উদ্যমী মানসিকতা : পথে না বেরলে, ঘরে বসে থাকলে কোনও সংবাদ আসে না। সেই কারণে, কারণে-অকারণে রিপোর্টারকে অনেক জায়গাতেই যেতে হয়। তাই উদ্যমী মানসিকতা না থাকলে ভাল প্রতিবেদক হওয়া সম্ভব নয়। প্রয়োজনে-অপ্রয়োজনে প্রত্যেকদি রিপোর্টারকে বহু মানুষের সঙ্গে কথা বলতে হয়। সোশ্যাল মিডিয়ার যুগে একজন রিপোর্টারকে সারাদিনই খবরের মধ্যে থাকতে হয়। তাই কখনও ক্লান্ত হওয়া চলবে না। বিশেষ করে তদন্তমূলক সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে তা সাংবাদিক উদ্যমী না হলে সাফল্য পাওয়া বেশ সমস্যার।

দ্রুত সিদ্ধান্ত নেওয়া : বেশিরভাগ সময়ই উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষ রিপোর্টারকে বলে দেয় কীভাবে কোনও ঘটনা সম্পর্কে তথ্য বের করে আনতে হবে। কিন্তু কার্যক্ষেত্রে অনেকক্ষেত্রে দেখা ঘটনাপ্রবাহের সঙ্গে তাল মিলিয়ে চলতে গিয়ে কিছু সিদ্ধান্ত নিতে হয় রিপোর্টারকে। ফলে পরিস্থিতির সঙ্গে দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে পারার ক্ষমতা থাকতেই হবে রিপোর্টারের মধ্যে।

বহু বিষয়ে জ্ঞানের অধিকারী : প্রতিবেদককে অনেক জটিল বিষয় নিয়ে রিপোর্ট কভার করতে হয়। তাই কেবলমাত্র একটি নয়, ভাল রিপোর্টারের অনেক বিষয়ে জ্ঞান থাকা জরুরি। একেধারে যেমন রিপোর্টারকে ইতিহাস সম্পর্কে জানতে হবে, তেমনই প্রযুক্তিবিদ্যা, আইন, অর্থনীতি, রাজনীতি, পরিবেশ, খেলাধুলার বিষয়ে সম্যক জ্ঞান আবশ্যিক। একই সঙ্গে রিপোর্টারের উপস্থাপন যেন হয় স্বচ্ছ। যাতে করে প্রতিটি মানুষ অনায়াসে রিপোর্টারের প্রতিবেদন সহজেই বুঝতে পারে।

ভাষার প্রতি দখল ও নিখুঁত লেখার ক্ষমতা : ভাল প্রতিবেদক হতে গেলে বেশ কয়েকটি ভাষায় সমান দখল থাকা জরুরি। বাংলা তো জানতে হবেই। তাছাড়া ইংরেজি কথা বলা ও লিখতে পারলে কাজের জগতে অনেকটাই সুবিধা হয়। পাশাপাশি, হিন্দি জানাও দরকারি। শুধু ভাষার প্রতি দখল থাকলেই চলবে না, লেখা বা বলার সময় যেন ব্যাকরণ, উচ্চারণ ও বানান-প্রতিটি দিকেই সমান নজর দেওয়া হয়। অর্থাৎ, কোনও প্রতিবেদন দারণ লেখা হয়েছে কিন্তু তাতে অনেক বানান ভুল কিংবা নিউজ চ্যানেলে রিপোর্টিং করার সময় ‘এক্সক্লুসিভ’ রিপোর্ট দেওয়ার সময় উচ্চারণ খারাপ, তাহলে কিন্তু গোটা পরিশ্রমটা মাঠে মারা যাবে। রিপোর্টটি ভাল হওয়া সত্ত্বেও পাঠক বা দর্শকের মনে দাগ কাটতে ব্যর্থ হবে।

চাপ সহ্য করার ক্ষমতা : উচ্চপদস্থের পছন্দ-অপছন্দের ক্ষেত্রে এবং রাজনৈতিক পরিস্থিতিগত বিভিন্ন চাপের মুখে প্রত্যেকদিন পড়তে হয় রিপোর্টারদের। সাহস ও বুদ্ধিমত্তার সঙ্গে চাপ সঙ্গে নিয়েই প্রতিবেদককে

কাজ করতে হয়। মানসিকভাবে একজন রিপোর্টারকে তৈরি হয়েই আসতে হবে যাতে তার চাপ নেওয়ার ক্ষমতা থাকে। প্রত্যেক রিপোর্টারের পিছনে 'ডেডলাইন' তাড়া করে বেড়ায়। এমনকী, কোনও বিশেষ প্রতিকূল পরিস্থিতিতে রিপোর্টারকে শাস্ত মাথায় সবকিছু সামাল দিতে হবে।

প্রতিদ্বন্দ্বিতাপূর্ণ মনোভাব : বর্তমানে মিডিয়া বিস্ফোরণের যুগে রিপোর্টারদের অনেকবেশি প্রতিযোগিতার সম্মুখীন হতে হয়। যে কোনও ঘটনার সর্বশেষ 'আপডেট' পাঠক বা দর্শকের কাছে পৌঁছে দেওয়ার জন্য রিপোর্টারদের মধ্যে চলে নিরন্তর দৌড়। তাই এই প্রতিযোগিতার দুনিয়ায় নিজেদের সেরা প্রতিবেদক হিসাবে প্রতিষ্ঠা করাই লক্ষ্য হওয়া উচিত।

সংবাদের মনোরঞ্জন মূল্য সম্পর্কে ধারণা : এটা তো মানতেই হবে যে, মূলত মনোরঞ্জনের জন্যই অধিকাংশ পাঠক বা দর্শকই অবসর সময়ে সংবাদ পড়েন বা দেখেন। তাই রিপোর্টারকে এমনভাবে প্রতিবেদনটি লিখতে বা বলতে হবে, যাতে করে পাঠক বা দর্শক সেটি উপভোগ করতে পারে। অর্থাৎ রিপোর্টারকে সংবাদের মনোরঞ্জন মূল্য সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা থাকতে হবেই।

পরিশেষে বলা যায়, ভাল সাংবাদিককে সর্বদা কর্তব্যনিষ্ঠ, সৎ এবং পেশার প্রতি দায়বদ্ধ থাকতে হয়। রিপোর্টারকে অবশ্যই সত্যানুসন্ধানে ব্রতী হতে হবে এবং নির্ভীক হওয়া উচিত। ভাল রিপোর্টারকে মানুষের মনস্তত্ত্ব অনুধাবন এবং ঘটনার যথাযথ বিশ্লেষণ করার ক্ষমতা অবশ্যই অর্জন করতে হয়।

১.৩.৮ চিফ রিপোর্টার

প্রতিবেদক বা রিপোর্টারদের পরিচালনার দায়িত্বে থাকে মুখ্য প্রতিবেদক বা চিফ রিপোর্টার। রিপোর্টিং বিভাগের প্রধান চিফ রিপোর্টার। বলা যায়, সংবাদ যেখানে সংবাদ মাধ্যমের মুখ্য উপজীব্য, সেখানে সংবাদ পরিচালক হিসাবে চিফ রিপোর্টারের ভূমিকা অনস্বীকার্যভাবে প্রধান। সংবাদমাধ্যমের কাজ অবশ্যই দলগত। তাই যে কোনও টিমের সাফল্য নির্ভর করে দক্ষ পরিচালনার উপর। রিপোর্টাররা চিফ রিপোর্টারের নেতৃত্বাধীন। রিপোর্টিং বিভাগকে চিফ রিপোর্টার এমনভাবে চালনা করবে যাতে করে সকল রিপোর্টার নিজেদের সেরাটা দিতে পারে। আর এক্ষেত্রে একাধারে কাজের ব্যাপারে দক্ষ হতে হবে, তেমনই ব্যক্তিত্ববান হওয়া জরুরি। তাই তো অনেকেই চিফ রিপোর্টারকে 'সংবাদপত্রের চোখ' বলে থাকে।

গুণাবলী :

চিফ রিপোর্টার একজন অভিজ্ঞ রিপোর্টার। দৈনন্দিন কাজে তাকে সাফল্য পাওয়ার জন্য কতগুলি গুণ সাহায্য করে। সেগুলি হল :

কর্তব্যবোধ সম্পর্কে সচেতন হওয়া।

স্বচ্ছ সঠিক ও সমন্বয়যোগী পরিকল্পনা গ্রহণ।

সময়ানুবর্তিতা মেনে চলা। শৃঙ্খলাপরায়ণ জীবনযাপন। সময়োপযোগী দ্রুত সিদ্ধান্ত।

অসম সাসহিকতা।

গবেষণাধর্মী, বিশ্লেষণধর্মী মনোভাব।

সংস্কার ও কুসংস্কার বর্জিত উন্নতমানের পাঠক চরিত্র।

সহকর্মীদের প্রতি সহৃদয় ও সহানুভূতিশীল মনোভাব।

তীর বুদ্ধিমত্তা।

সমসাময়িক ঘটনাবলী সম্পর্কে স্পষ্ট ধ্যানধারণা।

কঠোর পরিশ্রম করার মানসিকতা।

কঠিন পরিস্থিতিতেও শান্ত থাকা। অযথা উত্তেজিত না হওয়া।

রক্ষণশালী নয়, নতুন নতুন উদ্ভাবনী চিন্তার অধিকারী।

বর্তমান যুগে তাকে আধুনিক প্রযুক্তি ব্যবহারে পারদর্শী থাকা জরুরি।

একটা কথা মাথায় রাখতে হবে, শুধু গুণ থাকলেই চলবে না। বাস্তবক্ষেত্রে এই গুণগুলির রূপায়ণ ভীষণ জরুরী। তাহলেই চিফ রিপোর্টার হিসাবে নিজেকে সাফল্যের চূড়ায় নিয়ে যাওয়া সম্ভব হবে।

কাজ বা দায়িত্ব :

চিফ রিপোর্টারের দায়িত্ব ঘড়ির কাঁটার সঙ্গে তাল মিলিয়ে চলতে থাকে। চিফ রিপোর্টারের প্রত্যেকদিনের কাজগুলি হল :

প্রথমত : প্রত্যেকদিন সকাল থেকেই প্রায় প্রতিটি সংবাদপত্র ও টেলিভিশন নিউজ চ্যানেলগুলির দিকে নজর রাখা। দেখে নেওয়া যে, কোনও গুরুত্বপূর্ণ খবর ‘মিস’ হয়েছে কি না। পাশাপাশি, নতুন কোনও খবরের ইঙ্গিত কোনও সংবাদের মধ্যে রয়েছে কি না। এই কারণে, চিফ রিপোর্টারকে প্রথম সারির প্রতিটি সংবাদপত্র এবং টেলিভিশন নিউজ চ্যানেল দেখতেই হয়।

দ্বিতীয়ত : সকাল থেকে তাকে সেইদিন কি কি হতে পারে কিংবা কোন কোন খবরের ‘ফলোআপ’ করা উচিত, দ্রুত তার একটি পরিকল্পনা করে ফেলতে হয়। এ জন্য অবশ্যই নিউজ এডিটর বা বার্তা সম্পাদক বা ব্যুরো চিফের সঙ্গে আলোচনা করতে হয়।

তৃতীয়ত : বিশেষ প্রয়োজনে অনেক সময় অফিসে পৌঁছনোর আগে রিপোর্টারদের ‘অ্যাসাইনমেন্টে’ পাঠিয়ে দেন। তবে সাধারণভাবে অফিসে ঢুকে প্রথমেই রিপোর্টারদের সঙ্গে মিটিং করে চিফ রিপোর্টার। এরপর কোন রিপোর্টারকে কী সংবাদ করতে হবে, কোন রিপোর্টারকে সংবাদ সংগ্রহের জন্য কোথায়

পাঠাতে হবে, রিপোর্টারের সঙ্গে চিত্র সাংবাদিক প্রয়োজন কি না-সমস্ত বিষয়টি দেখভাল করতে হয় চিফ রিপোর্টারকে। সেই মতো নির্দিষ্ট রিপোর্টার বা চিত্র সাংবাদিককে নির্দেশ দিতে হয়।

চতুর্থত : রিপোর্টারদের অ্যাসাইনমেন্টে পাঠানোর পর প্রয়োজনে তাদের সংবাদ সংগ্রহের কাজে সাহায্য করতে হবে। কোন সংবাদ সূত্র থেকে খবরটি মিলবে, কার কার সঙ্গে কথা বলতে হবে সে ব্যাপারে রিপোর্টারকে গাইড করতে হবে চিফ রিপোর্টারকে।

পঞ্চমত: সারাদিন ধরেই বিভিন্ন সংবাদ সূত্রের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হয়। তেমন প্রয়োজন পড়লে তাকেও মাঠে নেমে পড়তে হয়। এটা তো মানতেই হবে যে, রিপোর্টার হিসাবে চিফ রিপোর্টার দক্ষ। ধরা যাক, মুখ্যমন্ত্রীর একটি ইন্টারভিউ নিতে হবে। সেক্ষেত্রে চিফ রিপোর্টার নিজেই ইন্টারভিউ নেওয়ার কাজটি করতে পারে। আবার যেমন, কলকাতায় বড় কোনও ঘটনা ঘটেছে, এরকম অবস্থায় মেয়রের সঙ্গে কথা বলে একটি সংবাদ প্রতিবেদন করতে হবে, প্রয়োজন মনে করলে চিফ রিপোর্টার অন্যান্য দিক সামলানোর সঙ্গে সঙ্গে ওই কাজটি করতে পারে।

ষষ্ঠত: শুধু সকালে নয়, সারাদিনই ধরেই খোঁজখবর নিতে হবে অন্য সংবাদ প্রতিষ্ঠান কী ধরনের সংবাদ করছে। সংবাদপত্রের চিফ রিপোর্টারকে অবশ্যই নিউজ চ্যানেল এবং ওয়েবসাইটগুলির দিকে ভীষণভাবে খেয়াল রাখতে হয়। কারণ, চিফ রিপোর্টারের একটাই লক্ষ্য, কোনও গুরুত্বপূর্ণ খবর যেন ‘মিস’ না হয়ে যায়।

সপ্তমত: দিনের শেষে রিপোর্টারটা অফিসে এলে তাদের সংগৃহীত খবরের ‘ব্রিফিং’ শুনতে তাদের নির্দেশ দেওয়া কীভাবে প্রতিবেদনটি লিখতে হবে। কতটা লিখতে হবে। লেখার ক্ষেত্রেও অনেকই সময় রিপোর্টারকে সাহায্য করতে হয় চিফ রিপোর্টারকে।

অষ্টমত : রিপোর্টারদের সংবাদ প্রতিবেদন ঠিক মতো হয়েছে কিনা, তার প্রাথমিক যাচাই করে চিফ রিপোর্টার। ভুলত্রুটি হলে তা সংশোধন কিংবা পুনর্লিখনের ব্যবস্থা করার দায়িত্ব চিফ রিপোর্টারের।

নবমত : রিপোর্টারদের প্রতিবেদনের তালিকা করা এবং সেগুলির গুরুত্ব বুঝিয়ে দিতে হয় বার্তা সম্পাদককে। বেশিরভাগ সময়েই সংবাদ পরিবেশনের কাজেও বার্তা সম্পাদককে সাহায্য করতে হয় চিফ রিপোর্টারকে। পৃষ্ঠা সজ্জার ক্ষেত্রেও সম্পাদনা বিভাগের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হয় চিফ রিপোর্টারকে।

দশমত : বিজ্ঞাপন ও সার্কুলেশন বিভাগের সঙ্গেও রীতিমতো যোগাযোগ রাখতে হয় চিফ রিপোর্টারকে। কেননা, খবরের কাগজের কোন পাতায় কতটা জায়গা রয়েছে এবং কটার মধ্যে প্রতিবেদনগুলি তৈরি করে ফেলতে হবে, সে সমস্ত বিষয়গুলি একেবারে হাতের মুঠোয় রাখতে হয় চিফ রিপোর্টারকে।

উপরিউক্ত দায়িত্বগুলি ছাড়াও চিফ রিপোর্টারের আরও কয়েকটি দায়িত্ব পালন করতে হয়। কেননা, চিফ রিপোর্টার শুধুমাত্র সাংবাদিক নয়, বিভাগীয় প্রধানও। সেই কারণে তাকে আরও যে সকল কাজ করতে হয় সেগুলি হল:

১. সংবাদ সংগ্রহ ও পরিচালনার জন্য প্রয়োজনভিত্তিক অর্থ মঞ্জুরের জন্য তাকে হিসাব বিভাগের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হয়।
২. খরচের হিসাব অনুমোদন করা।
৩. রিপোর্টারদের ছুটি মঞ্জুর করা। রিপোর্টারের সুবিধা-অসুবিধাগুলি দেখা।
৪. সংবাদ প্রতিবেদন নিয়ে যদি আইনগত সমস্যা হয়, তাহলে সেগুলির দ্রুত সমাধান করা।
৫. বিভিন্ন জায়গায় চিঠিপত্র লেখা ও সরকারি পরিচয়পত্র বা জরুরি আমন্ত্রণপত্র সংগ্রহের ব্যবস্থা করা।
৬. চিফ রিপোর্টার সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের পরিচালন বিভাগের প্রতিনিধিও ম্যানেজমেন্টের বিভিন্ন মিটিংয়ে অংশ নেয়। সেখানে গৃহীত সিদ্ধান্তগুলি রিপোর্টারদের জানাতে হয়।
৭. চিফ রিপোর্টারকে মাঝেমাঝেই সম্পাদকের সঙ্গে যোগাযোগ করতে হয়। সম্পাদক কি ধরনের সংবাদ চাইছে তা জেনে রিপোর্টারদের সেই মতো নির্দেশ দিতে হয় চিফ রিপোর্টারকে।

পেশাগত দায়িত্ব ও কর্তব্যবোধে যাতে, এতটুকু খামতি না হয়, সেদিকে নজর রাখতেই হয় চিফ রিপোর্টারকে। তবে অনেক দায়িত্ব থাকলেও সংবাদমাধ্যমের চূড়ান্ত ক্ষমতার অধিকারী নয়।

সীমাবদ্ধতা :

চিফ রিপোর্টারের কতগুলি সীমাবদ্ধতা রয়েছে। সেগুলি নিম্নে উল্লেখ করা হল।

১. চিফ রিপোর্টারকে মনে রাখতে হয় সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের গৃহীত নীতির বিরুদ্ধাচরণ করা যায় না।
২. দেশের নিয়মকানুন, আইন এবং সাংবাদিকদের জন্য গৃহীত নীতিগুলির উর্ধ্বে ওঠা সম্ভব নয়।
৩. চিফ রিপোর্টার আসলে সাংবাদিক এবং সংবাদকর্মী হিসাবেই তার পরিচয়।
৪. সম্পাদক বা বার্তা সম্পাদকের নির্দেশ চিফ রিপোর্টার অমান্য করতে পারে না।
৫. কোনও অজুহাতেই নিজের দায়িত্ব অস্বীকার করতে পারে না চিফ রিপোর্টার।

১.৩.৯ চিফ অফ নিউজ ব্যুরো

প্রতিটি সংবাদপত্রের অফিসেই ‘চিফ অফ নিউজ ব্যুরো’ বা ‘ব্যুরো চিফ’-এই পদটি রয়েছে। বেশিরভাগ সংবাদপত্রেই একাধিক ব্যুরো চিফ থাকে। এই পদটি মূলতঃ আলঙ্কারিক এবং কিছুটা প্রশাসনিকও। সাংবাদিকতায় অভিজ্ঞতা এবং প্রশাসনিক কাজে দক্ষতা দেখেই একজন সাংবাদিককে ওই পদে বসানো হয়। সাধারণভাবে প্রতিটি সংবাদমাধ্যমের একটি প্রধান অফিস থাকে। যেখান থেকে সংবাদপত্র বা পত্রিকা

প্রকাশিত হয়। অথবা অন্য গণমাধ্যম যেখান থেকে পরিচালিত হয় তার সংবাদ বিভাগের সর্বোচ্চ পদে থাকে চিফ অফ নিউজ ব্যুরো। তবে অনেক সময়ই বিভিন্ন বড় শহরে সংশ্লিষ্ট সংবাদ মাধ্যমগুলির অফিসের মূল দায়িত্বে যিনি থাকে তাকেও সংশ্লিষ্ট ব্যুরোর (অফিস) প্রধান বলা হয়। যদিও তাদের সঙ্গে মূল অফিসের ব্যুরো চিফের কাজ এবং সন্মানের পার্থক্য অনেক। মূল অফিসে যিনি ব্যুরো চিফ তিনি বিশেষ সংবাদদাতা শ্রেণীর পদমর্যাদা পায়। অন্যান্য আঞ্চলিক অফিসে ব্যুরো চিফ মূল অফিসের চিফ রিপোর্টারের সমগোত্রীয়।

সাধারণভাবে রিপোর্টিং বিভাগের প্রত্যেকদিনের কাজ দেখাশোনা করে মুখ্য সংবাদদাতা বা চিফ রিপোর্টার। তবে এই চিফ রিপোর্টার প্রশাসনিকভাবে ব্যুরো চিফের অধীনে। সেই কারণে, প্রয়োজন মনে করলে বা ইচ্ছে হলেই রিপোর্টিং বিভাগের কাজকর্ম কেমন চলছে তা দেখতে পারে চিফ অফ নিউজ ব্যুরো। আবার, চিফ রিপোর্টারের প্রয়োজন হলে ব্যুরো চিফের কাছে সাহায্য চাইতে পারে।

কোনও বিশেষ খবর কভার করার জন্য যে কোনও রিপোর্টারকে ‘অ্যাসাইনমেন্ট’ দিতে পারে। উল্লেখযোগ্য বিষয় হল, বিশেষ সংবাদদাতা ও বিশেষ প্রতিনিধিদের কপি প্রধানত ব্যুরো চিফের কাছেই জমা দিতে হয়। ব্যুরো চিফ কপিটি দেখে সঠিক বলার পরই তা প্রকাশের জন্য যায়। একই সঙ্গে বিশেষ সংবাদদাতা ও বিশেষ প্রতিনিধিদের নানাভাবে গাইড করতে পারে ব্যুরো চিফ। সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের নীতি অনুযায়ী তাদের সংবাদ কভার করার নির্দেশও দিতে পারে ব্যুরো চিফ।

ব্যুরো চিফ সাংবাদিক হিসাবে সফল। যেহেতু, তার পরিচিতি ব্যাপক, তার যোগাযোগ অনেক, সঙ্গে রয়েছে, অভিজ্ঞতা, তাই সংবাদ সংগ্রহের কাজে কোনো রকম সমস্যা দেখা দিলে তা দ্রুত সমাধানের চেষ্টা করে ব্যুরো চিফ।

বিভাগীয় বিশৃঙ্খলা দেখা দিলেও সেখানে শৃঙ্খলা ফিরিয়ে আনার দায়িত্বও তার। সফল সাংবাদিকের পাশাপাশি ব্যুরো চিফকে ব্যক্তিত্ববান প্রশাসক হিসাবেও সাফল্য অর্জন করতে হয়।

তাই তো এটা বলাই যায় যে, পাঠক বা দর্শকের কাছে সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের প্রতি বিশ্বাসযোগ্যতা কিছুটা হলেও নির্ভর করে ব্যুরো চিফের কর্মদক্ষতার উপর।

১.৩.১০ সারাংশ

সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনের ‘খবরদাতা’ হল রিপোর্টার। কঠোর পরিশ্রমী ও বিভিন্ন বিষয়ে জ্ঞান থাকতে হয় এই রিপোর্টারকে। সবচেয়ে বড় কথা, দ্রুত ও নির্ভুল প্রতিবেদন লেখার ক্ষমতা থাকতে হয় রিপোর্টারকে। রিপোর্টিং বিভাগে তো একজন রিপোর্টার থাকে না। বিভিন্ন বিষয়ে সংবাদ সংগ্রহের জন্য অনেক রিপোর্টার থাকে। বিদেশের খবর জোগাড় করার জন্য রয়েছে বিদেশ সংবাদদাতা। আর অভিজ্ঞতা ও ভাল কাজ করার নিরিক্ষে রিপোর্টারদের পদোন্নতি হয়। ট্রেনি রিপোর্টার ধীরে ধীরে স্টাফ রিপোর্টার, সিনিয়র রিপোর্টার, বিশেষ সংবাদদাতা হয়। আর রিপোর্টারদের ‘ক্যাপ্টেন’ চিফ রিপোর্টার। প্রতিটি সংবাদপত্রে দুই থেকে

তিনজন চিফ রিপোর্টার থাকতে পারে। আর রিপোর্টার থেকে শুরু করে সংবাদ কক্ষের প্রতিটি বিভাগ সুশৃঙ্খলভাবে কাজ করছে কি না, সংশ্লিষ্ট সংবাদ মাধ্যমের নীতি অনুযায়ী প্রতিবেদন লেখা হচ্ছে কিনা, তা দেখে চিফ অফ নিউজ ব্যুরো। সংবাদপত্র কিংবা ম্যাগাজিন তখনই সাফল্যের সঙ্গে এগিয়ে যাবে যখন সেখানকার রিপোর্টার, চিফ রিপোর্টার, চিফ অফ নিউজ ব্যুরো এবং সম্পাদনা, বিজ্ঞাপন-সহ প্রতিটি বিভাগ এক সঙ্গে সঠিকভাবে কাজ করবে। সেই কারণে রিপোর্টার থেকে চিফ রিপোর্টার ছাড়াও রিপোর্টিং বিভাগের প্রতিটি বিষয় জানলে পরবর্তী সময়ে কাজ করতে গিয়ে অনেক সুবিধা মিলবে। এমনকি, রিপোর্টার হিসাবে কাজে যোগ দিলে আগে থেকে জানা থাকবে তার কাজটা কী।

১.৩.১১ অনুশীলনী

১. সংবাদপত্রের রিপোর্টিং বিভাগ সম্পর্কে আলোচনা কর ?
২. ভারতের একটি খ্যাতনামা ফ্যাশন ম্যাগাজিনের নাম লেখ ? ম্যাগাজিন চালানোর জন্য কাদের উপর বেশি দায়িত্ব থাকে ?
৩. রিপোর্টার বা প্রতিবেদকের গুণাবলী কি কি ?
৪. সংবাদপত্রে চিফ রিপোর্টারের ভূমিকা কি ? চিফ অফ নিউজ ব্যুরো সম্পর্কে টীকা লেখ।

১.৩.১২ গ্রন্থপঞ্জী

১. সংবাদ প্রতিবেদন-ড. বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
২. সংবাদ সাংবাদিক ও সাংবাদিকতা-সুজিত রায়
৩. সংবাদবিদ্যা-ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায়
৪. সাংবাদিকতা ব্যবহারিক প্রয়োগ-অনুপম অধিকারী
৫. Reporting Manual-Sourin Banerji

একক ৪ □ সংবাদ সূত্রের ভূমিকা ও গুরুত্ব

গঠন

- ১.৪.১ উদ্দেশ্য
- ১.৪.২ প্রস্তাবনা
- ১.৪.৩ সংবাদ সূত্র
- ১.৪.৪ সংবাদ সূত্রের ভূমিকা
- ১.৪.৫ সারাংশ
- ১.৪.৬ অনুশীলনী
- ১.৩.৭ গ্রন্থপঞ্জী

১.৪.১ উদ্দেশ্য

ভাল সাংবাদিক হওয়ার জন্য যে গুণগুলি প্রয়োজন তার মধ্যে অন্যতম হল দারণ 'সোর্স' তৈরি করা। তা এই 'সোর্স' মানেটা কী? যে মাধ্যম বা ক্ষেত্র থেকে সংবাদ পায় সাংবাদিকরা, তাকেই সংবাদের উৎস বা সোর্স বলা হয়। সাংবাদিকরা অনেক সময়ই সংবাদ সংস্থার কাছ থেকে খবর পায়। কখনও আবার প্রেস রিলিজ বা সাংবাদিক সম্মেলনের মাধ্যমে সংবাদ জোগাড় করে। আবার কখনও প্রশাসনিক কর্তাদের কাছ থেকে সংবাদ পায়। অনেক সময়ই সাংবাদিকরা নিজস্ব সোর্স থেকে খবরের হদিশ পেয়ে থাকে। আর এই নিজস্ব নেটওয়ার্ক কিন্তু একদিনে তৈরি হয় না। তবে এটাও ঠিক, যে সাংবাদিক যত তাড়াতাড়ি নিজস্ব সোর্স গড়ে তুলতে পারবে, সে তত দ্রুত কর্মক্ষেত্রে উন্নত করবে। আসলে, সংবাদ মাধ্যমের জগতে একটা কথা প্রায় বলা হয়, সেই সাংবাদিক বড়, যার সোর্স দুর্দান্ত। আসলে, সংবাদ লেখার আগে তো খবর সংগ্রহ করতে হবে। তাই সাংবাদিকদের খবর পাওয়ার জন্য সংবাদের উৎসগুলির দিকে ভাল করে নজর রাখতে হবেই। সংবাদের জগতে পা দেওয়ার সঙ্গে সঙ্গে প্রথমেই তাই সংবাদের উৎস সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা গড়ে তুলতে হবে। না হলে সমস্যায় পড়তে হবে।

সংবাদের উৎস সম্পর্কে একটা কথা প্রথম থেকেই সাংবাদিকদের মাথায় রাখতে হয়, তা হল সংবাদের উৎসের যেন বিশ্বাসযোগ্যতা থাকে। কেননা, পাঠক বা দর্শকের কাছে সংবাদের বিশ্বাসযোগ্যতা একটা বিরাট ব্যাপার। তাই তো সাংবাদিকরা সংবাদের উৎস থেকে তথ্য পাওয়ার জন্য ভাল করে যাচাই করে নেয় যে সংবাদটি সত্যি কি না। কারণ, সংবাদের উৎস থেকে পাওয়া তথ্য বা খবরে যদি একটিও ভুল থাকে, তাহলে সাংবাদিক যে সংবাদ করবে, সেটা ভুল খবর হবে। যা আদপে সাংবাদিকের ভাবমূর্তি নষ্ট করবে। তাই তো সংবাদ রচনার ক্ষেত্রে 'সংবাদের উৎস' খুব গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। এই এককে আমরা সংবাদের

উৎস কাকে বলে, সাধারণভাবে সংবাদের কি কি উৎস রয়েছে এবং সর্বোপরি সংবাদের উৎসের গুরুত্ব সম্পর্কে বোঝার চেষ্টা করব।

১.৪.২ প্রস্তাবনা

কোনটা খবর, আর কোনটা খবর নয়, সেটি সম্পর্কে ভালরকম জ্ঞান থাকা সাংবাদিকদের প্রাথমিক গুণ। একটা ব্যাপার প্রথম থেকেই সাংবাদিকদের জানতে হয় যে, কোন খবরটা পাঠক বা দর্শককে আকর্ষণ করবে। কোন সংবাদ জানা পাঠকের উচিত। শুধু তাই নয়, খবরটি যেন একেধারে তথ্যপূর্ণ এবং বিশ্বাসযোগ্য হয়। সেই কারণে, খবরের জ্ঞানের সঙ্গে সঙ্গে সাংবাদিকদের এটাও বুঝতে হবে, খবরটা কোথা থেকে পাওয়া গিয়েছে। সংবাদটি যে উৎস বা সোর্স থেকে মিলেছে সেটি কতটা বিশ্বাসযোগ্য। কেননা, বর্তমান ইন্টারনেট-হোয়াটসঅ্যাপের যুগে প্রচুর পরিমাণে ‘ফেক নিউজ’ ঘুরে বেড়ায়। তাই সঠিক উৎস থেকে খবরটি খুঁজে বের করা এখনকারদিনে সাংবাদিকদের কাছে বিরাট চ্যালেঞ্জ। এই তো কিছুদিন আগেই একটি নামী নিউজ ওয়েবসাইটেই বলিউডের একটি প্রখ্যাত অভিনেতা সম্পর্কে লেখা হয়েছিল তিনি নাকি গুরুতর অসুস্থ। সেই খবরটি মুহূর্তের মধ্যে সোশ্যাল মিডিয়ায় ছড়িয়েও পড়ে। কিন্তু অল্প সময়ের মধ্যে তা জানা যায়, ‘খবর’টি একেবারেই ভুল। সেই কারণে, কোনও সাংবাদিক যদি ওই ওয়েবসাইটকে ‘সংবাদসূত্র’ হিসাবে ধরে নিয়ে কোনও খবর করত, তাহলে তো তার ভাবমূর্তি নষ্ট হতই। একই সঙ্গে ওই সাংবাদিক যে সংবাদ প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে যুক্ত তার বিশ্বাসযোগ্যতা অনেকটাই হারিয়ে ফেলত। সেই কারণে, সংবাদের সূত্র সঠিক বের করাই আসল কাজ। অর্থাৎ খবরটি কে বা কারা দিচ্ছে। উদাহরণ হিসাবে বলা যায়, যদি কোনও সেলিব্রিটির মৃত্যু সংবাদ সংবাদ মাধ্যমে তখনই প্রকাশ করা উচিত, যখন সংবাদের ‘সোর্স’ বিশ্বাসযোগ্য কেউ হয়। যেমন ওই সেলিব্রিটি যদি হাসপাতালে ভর্তি থাকেন, তাহলে সেখানকার কর্তৃপক্ষের পদস্থ আধিকারিক যদি মৃত্যুর কথা বলেন, তখন সেটা বিশ্বাসযোগ্য বলে মেনে নিতে হবে। আরও একটা কথা মাথায় রাখা জরুরি, সাংবাদিকের সংবাদ সূত্র যদি ভুল হয় এবং সেই তথ্য নিয়ে যদি সংবাদপত্রের সাংবাদিক কোনও খবর করে, আর সেটা প্রকাশিত হয়ে যায় তাহলে সেটা কোনওদিনই পরিবর্তন করা যাবে না। এটা ঠিক ভ্রম সংশোধন দেওয়া যাবে। সেখানে নিউজ চ্যানেল বা ওয়েবসাইটগুলিতে ভুল খবর দেওয়ার পর তা আর না দেখানোর সুযোগ রয়েছে। তাই সংবাদমাধ্যমে সংবাদ সূত্র-এর গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। সে কথা মাথায় রেখেই এই এককে সংবাদ সূত্র ও তার ভূমিকার বিষয়টি নিয়ে সবিস্তারে আলোচনা করা হবে।

১.৪.৩ সংবাদ সূত্র

সংবাদপত্র বা টেলিভিশন নিউজ চ্যানেল নানা দিক দিয়ে এবং নানাভাবে ‘সংবাদ’ পায়। সেটা কখনও সংবাদ সংস্থা হতে পারে, কখনও আবার সাংবাদিকের নিজস্ব নেটওয়ার্ক। সাংবাদিকদের আসল লক্ষ্য হচ্ছে, যে করেই হোক খবর বের করতে হবে। দ্রুত খবর জোগাড় করে প্রতিবেদন করতে হবে। আর সাংবাদিকরা

যে সকল ক্ষেত্র থেকে খবর বা সংবাদ পায়, সেগুলিকেই বলা হয় সংবাদের উৎস বা 'সোর্স' সংবাদের উৎসগুলি কি কি, তা নিম্নে উল্লেখ করা হল।

সংবাদ সংস্থা বা নিউজ এজেন্সি : সংবাদপত্র হোক বা নিউজ চ্যানেল কিংবা রেডিওয়ের 'সংবাদ' বা 'খবর'-এর অন্যতম প্রধান সূত্র 'সংবাদ সংস্থা'। ভারতের অন্যতম সংবাদ সংস্থা হল 'পিটিআই', 'ইউএনআই'। বিদেশি সংবাদ সংস্থার মধ্যে রয়েছে 'এপি', 'এএফপি', 'রয়টার্স'। সংবাদ সংস্থাগুলি অর্থের বিনিময়ে সংবাদমাধ্যমগুলিকে 'খবর' সরবরাহ করে। ছবিও পাঠানোর দায়িত্ব থাকে সংবাদ সংস্থার উপরই। নামী সংবাদ সংস্থার দেশ ও বিদেশের অধিকাংশ গুরুত্বপূর্ণ জাগরণগাতেই প্রতিনিধি রয়েছে। আসলে, কোনও সংবাদ মাধ্যমেই দেশ ও বিদেশের সর্বত্র নিজস্ব প্রতিনিধি রাখা সম্ভব নয়। আবার সমস্ত ঘটনা 'কভার' করার জন্যও অনেক সময়ই সংবাদপত্র কিংবা নিউজ চ্যানেলের সাংবাদিক পাঠানো যায় না। সেই সমস্ত ক্ষেত্রে সংবাদ সংস্থার পাঠানো 'খবর' সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের অন্যতম ভরসার জায়গা। শুধু তাই নয়, এটাও অনস্বীকার্য যে, নিউজ এজেন্সির খবরের বিশ্বাসযোগ্যতা প্রশ্নাতীত। সেই কারণে, কোনও খবরের সত্যতা যাচাইয়ের জন্য সাংবাদিকরা সংবাদ সংস্থার প্রতি ভরসা রাখে।

নিউজ চ্যানেল : বর্তমান ২৪ ৭ নিউজ চ্যানেলের যুগে সংবাদপত্রের কাছে অন্যতম সংবাদের অন্যতম অবশ্যই খবরের চ্যানেলগুলি। অনেক সময় তো ঘটনা ঘটনার অল্প সময়ের মধ্যেই নিউজ চ্যানেলগুলি তা সম্প্রচার করে দেয়। খবরের আপডেটও দিতে থাকে। মুহূর্তেই জঙ্গি হামলার ঘটনার প্রতিটি মুহূর্ত তো প্রায় তিনদিন ধরে দেশের সমস্ত নিউজ চ্যানেলগুলি দেখিয়েছিল।

রেডিও স্টেশন : এফএমের সৌজন্যে সংবাদপত্রগুলি রেডিওর কাছ থেকেও অনেক খবর পেয়ে যায়। কেননা, দেশ বা বিদেশে কোনও গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা ঘটলে এফ এম স্টেশনগুলিতে অনুষ্ঠানের মাঝেই সে সম্পর্কে মূল সংবাদটি বলে দেয়। এমনকী, একবার নয়, বড় ঘটনা ঘটলে তো ত কিছুক্ষণ অন্তর অন্তর সেই সংবাদের আপডেটও দেওয়া হয়। পাশাপাশি, সরকারি রেডিও স্টেশনগুলিতে সকাল ও সন্ধ্যায় সারাদিনের খবর তো রয়েছেই।

সোশ্যাল মিডিয়া : যুগটাই এখন ফেসবুক-হোয়াটসঅ্যাপের। নিউজ চ্যানেল কিংবা রেডিওতে সম্প্রচার হওয়ার আগেই সোশ্যাল মিডিয়ায় খবর প্রকাশিত হয়ে যায়। কোনও ঘটনা সবেমাত্র ঘটেছে তা ফেসবুকে 'ব্রেকিং নিউজ' হিসাবে ছড়িয়ে পড়ে। উল্লেখযোগ্য বিষয় হল এখন তো দেশের প্রধানমন্ত্রী থেকে রাজ্যের মুখ্যমন্ত্রী কোনও কিছু ঘোষণা, কাউকে শ্রদ্ধা বা কিংবা কোনও ঘটনা সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া জানানোর বিষয়ে অন্যতম জনপ্রিয় সোশ্যাল মিডিয়া 'টুইটার'-এর সাহায্য নেয়। এমনকী, 'ইউটিউব'-এর ভিডিওর মাধ্যমেও এখন অনেক খবর মেলে। সাংবাদিকরা এখন তো অনেক গুরুত্বপূর্ণ খবর সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমেই প্রথমে জানতে পারে। সেই কারণে বলাই যায় বর্তমান ডিজিট্যাল দুনিয়ায় সংবাদপত্র, নিউজ চ্যানেলের কাছে সংবাদের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ উৎস সোশ্যাল মিডিয়া। একই সঙ্গে মনে রাখা জরুরি যে, সংবাদপত্র, নিউজ চ্যানেলগুলি খবরের জন্য বিভিন্ন ওয়েবসাইটের উপরেও নির্ভর করে। বেশিরভাগ

ক্ষেত্রে ইংরেজি ওয়েবসাইট। যেমন, টাইমস অফ ইন্ডিয়া, এনডিটিভি, ইন্ডিয়া টুডে, হিন্দুস্তান টাইমস, ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেসের ওয়েবসাইটের দিকে সাংবাদিকরা নজর রাখে। পাশাপাশি, বিবিসি, গার্ডিয়ানের ওয়েবসাইটের খবরের বিশ্বাযোগ্যতা থাকায় সাংবাদিকরা এগুলির দিকেও অবশ্যই দৃষ্টি রাখে।

প্রেস রিলিজ: সংবাদপত্র কিংবা নিউজ চ্যানেলের পক্ষে সমস্ত ঘটনা বা অনুষ্ঠানে ‘কভার’ করার মতো প্রতিনিধি থাকে না। কিন্তু সেই অনুষ্ঠানের খবর তো করতে হবে। সেক্ষেত্রে সাংবাদিকদের খবরের উৎস হচ্ছে ‘প্রেস রিলিজ’। কোনও ঘটনা কিংবা অনুষ্ঠানের সঙ্গে যারা জড়িত (বেশিরভাগ ক্ষেত্রে জনসংযোগ আধিকারিক) তারা প্রতিটি সংবাদ মাধ্যমের কাছে ওই ঘটনা বা অনুষ্ঠানের মূল সারকথা লিখে (প্রেস রিলিজ) ইমেল বা হোয়াটঅ্যাপের মাধ্যমে পাঠিয়ে দেয়। খবরের সঙ্গে সঙ্গে ছবি বা ভিডিও পাঠিয়ে দেওয়া হয়। ওই প্রেস রিলিজে অবশ্যই যোগাযোগ নম্বর থাকে। যাতে ওই ঘটনা বা অনুষ্ঠান সম্পর্কিত কোনও তথ্য সাংবাদিক যোগাযোগ করে অনায়াসেই পেতে পারে। প্রেস রিলিজকে আবার প্রেস নোট বা প্রেস হ্যান্ড আউটও বলা হয়ে থাকে।

প্রেস কনফারেন্স বা সাংবাদিক সম্মেলন : সংবাদপত্র বা নিউজ চ্যানেলগুলির খবরের অন্যতম উৎস সাংবাদিক সম্মেলন বা প্রেস কনফারেন্স। বিশিষ্ট ব্যক্তি বা সংস্থা কোনও কিছু ঘোষণা বা কোনও ঘটনার প্রতিক্রিয়া জানানোর জন্য সাংবাদিক সম্মেলনে ডাকতে পারে। সাধারণত, সাংবাদিক সম্মেলনের উদ্দেশ্য হল ব্যক্তি বা সংস্থার কোনও নির্দিষ্ট বক্তব্য সংবাদ মাধ্যমের মাধ্যমে জনসাধারণের কাছে পৌঁছে দেওয়া।

নিউজ ব্রিফিং : কোনও একটি নির্দিষ্ট বক্তব্যকে ‘সংবাদ’ হিসাবে প্রকাশ কিংবা প্রচারের জন্য সংশ্লিষ্ট সংস্থা বা দফতরের পদাধিকারী কোনও ব্যক্তি সাংবাদিকদের কাছে বিবৃতি দেন তখন সেটিকে বলা হয় নিউজ ব্রিফিং। এটাও মাথায় রাখতে হবে, নিউজ ব্রিফিংয়ের সময় সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি সাংবাদিকদের প্রশ্নের উত্তরও দেন। এই যেমন করোনা নিয়ে প্রায় প্রত্যেকদিনই রাজ্যের সচিবালয়ের পদস্থ কর্তা সাংবাদিকদের কাছে তথ্য পরিবেশন (এটাকেই নিউজ ব্রিফিং বলে) করেছেন। অনেক সময় দেখা যায়, কোনও রাজনৈতিক দলের পদস্থ নেতা দলীয় কর্মসূচির কথা সাংবাদিকদের কাছে নিউজ ব্রিফিংয়ের মাধ্যমে পৌঁছে দেন। সেই কারণে বলা যায়, সংবাদের অন্যতম উৎস অবশ্যই ‘নিউজ ব্রিফিং’।

ইন্টারভিউ বা সাক্ষাৎকার : সংবাদের গুরুত্বপূর্ণ উৎস সাক্ষাৎকার বা ইন্টারভিউ। কোনও বিশিষ্ট ব্যক্তির ইন্টারভিউয়ের মাধ্যমে অনেক সময় শুধু একটি নয়, একাধিক ‘খবর’ পেয়ে যায় সাংবাদিকরা। অনেক সময় দেখা যায়, ভাল কোনও সাক্ষাৎকার খবরের কাগজের একটি পাতার অনেকটা অংশ জুড়েই ছাপা হয়। আবার এটাও দেখা যায় যে, কোনও নিউজ চ্যানেল হয়তো দেশের প্রধানমন্ত্রীর ইন্টারভিউ নিয়েছে, সেটা থেকেই খবরের কাগজগুলি বিভিন্ন খবর করেছে।

মুখ্য প্রশাসনিক ভবন : রাজ্যের মুখ্য প্রশাসনিক ভবনও সংবাদের অন্যতম উৎস। প্রায় প্রত্যেকদিন মুখ্য প্রশাসনিক ভবন থেকে বিভিন্ন দফতরের খবর মেলে। অনেক সময় তো ওই ভবন থেকে ‘এক্সক্লুসিভ’

খবরও করে সাংবাদিকরা। বর্তমানে পশ্চিমবঙ্গের মুখ্য প্রশাসনিক ভবন 'নবান্ন' সেখানে প্রায় প্রত্যেকদিনই সাংবাদিকরা যায় খবরের সন্ধানে।

পুরসভা : স্থানীয় পরিষেবা সংক্রান্ত খবরের জন্য সাংবাদিকদের কাছে 'সোর্স' পুরসভা। তাই পুরসভার মেয়র, মেয়র পারিষদ এবং কাউন্সিলরদের সঙ্গে নিয়মিত যোগাযোগ রাখতে হয় সাংবাদিকদের।

পুলিশ ও থানা : পথদুর্ঘটনা, চুরি, ছিনতাই কিংবা নারী নিগ্রহের মতো ঘটনার ক্ষেত্রে সাংবাদিকদের খবর পাওয়ার অন্যতম উৎসই হল পুলিশ বা থানা। শুধু তাই নয়, কোনও খবরের তদন্ত চলাকালীন সাংবাদিকদের সেই সংক্রান্ত সংবাদের তথ্য পেতে সাহায্য করে একমাত্র পুলিশের সংশ্লিষ্ট কর্তা। এমনকী, পুলিশের সদর দফতরের (পশ্চিমবঙ্গের যেমন লালবাজার) থেকেও প্রচুর খবর পায় সাংবাদিকরা। সেই কারণে, যে সকল সাংবাদিক 'পুলিশবিট' করে, তাদের তো রোজই প্রত্যেকটি থানার সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হয়।

সংসদ বা বিধানসভার অধিবেশন : সংসদ বা বিধানসভার অধিবেশন থেকেও সাংবাদিকরা প্রচুর খবর পায়। এই অধিবেশনেই নানা বিল পাস হয়। সেগুলি সম্পর্কে জনার জন্য অধিবেশনের দিকে লক্ষ্য রাখতে হয়। এই অধিবেশনগুলিতে সরকার নানা কর্মসূচির কথা ঘোষণা করে। তাই অধিবেশন অবশ্যই সাংবাদিকদের কাছে সংবাদের জন্য অন্যতম উৎস।

আদালত : খুন, ফাঁসি, খ্যাতিনামা কোনও ব্যক্তির জামিন বা গুরুত্বপূর্ণ মামলার রায়ের খবরের একমাত্র উৎস আদালত। সেটা হাই কোর্ট হতে পারে কিংবা সুপ্রিম কোর্ট। একই সঙ্গে সাংবাদিকরা নিম্ন আদালতের থেকেও অনেক সময় খবর পেয়ে থাকে। সম্প্রতি নির্ভয়া মামলায় দোষীদের ফাঁসি হবে কি না, তার জন্য সাংবাদিকদের আদালতের দিকেই নজর রাখতে হয়েছিল। অর্থাৎ সংবাদের উৎস হিসাবে আদালত ভীষণ গুরুত্বপূর্ণ।

হাসপাতাল ও নার্সিংহোম : সংবাদপত্র হোক বা নিউজ চ্যানেল, সেখানে হেলথ রিপোর্টার থাকেই। আর ওই সাংবাদিকদের কাছে সংবাদের মূল উৎস সরকারি হাসপাতাল এবং নার্সিংহোম। তাই তো ওই সাংবাদিকদের প্রতিদিনই হাসপাতাল ও নার্সিংহোম কর্তৃপক্ষের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হয়।

শিক্ষা প্রতিষ্ঠান : সংবাদের অন্যতম উৎস হিসাবে অবশ্যই বলা যায় শিক্ষাপ্রতিষ্ঠানের কথা। প্রায় প্রত্যেকদিনই স্কুল, কলেজ বা বিশ্ববিদ্যালয়ের কোনও না কোনও খবর হয়ই। প্রতিটি সংবাদপত্রেই শিক্ষাসংক্রান্ত খবরগুলি করার জন্য সাংবাদিক থাকে।

গবেষণাপত্র ও ম্যাগাজিন : কোনও বিষয় সম্পর্কে গবেষণাপত্র থাকলে সেখান থেকেও সাংবাদিকরা নানা খবর করতে পারে। পাশাপাশি, দেশ-বিদেশের নানান ম্যাগাজিন থেকেও প্রচুর খবরের সন্ধান পাওয়া যায়। তাই সাংবাদিকদের কাছে গবেষণাপত্র ও ম্যাগাজিন, দুটোই সংবাদের অন্যতম উৎস হিসাবে গুরুত্বপূর্ণ।

অন্যান্য সূত্র : উপরিউক্ত সূত্রগুলি ছাড়াও আরও নানা উৎস রয়েছে যেগুলির মাধ্যমেও সাংবাদিকরা খবরের খোঁজ পায় তার মধ্যে রয়েছে বণিকসভার আলোচনা বা শিল্প সম্মেলন, দূতাবাস, বিজ্ঞাপন, প্রচার, পুস্তিকা, পোস্টার ও সংবাদের উৎস হিসাবে কাজ করে।

১.৪.৪ সংবাদ সূত্রের ভূমিকা :

সংবাদের তথ্য যদি একেবারে সঠিক ‘সূত্র’ থেকে পাওয়া যায়, তাহলে সেই সংবাদটি পাঠক বা দর্শকের কাছে বিশ্বাসযোগ্য হবেই। কেননা, যে কোনও খবর করার ক্ষেত্রে সাংবাদিকদের প্রথম যে বিষয়টি মনে রাখতে হয়, তা হল সংবাদটি যেন নির্ভুল ও বিশ্বাসযোগ্য হয়। প্রত্যেক সাংবাদিকের মূল কাজ হল, পাঠক বা দর্শকের কাছে সঠিক খবর পৌঁছে দেওয়া। যাতে করে সাধারণ মানুষের মনে সংশ্লিষ্ট সংবাদ মাধ্যম তথা সাংবাদিকটির কাজের প্রতি আস্থা অর্জন হয়। কখনও ‘চমকপ্রদ’ খবর করার লোভে ভুল তথ্য নিয়ে সংবাদ করলে আসলে ভাবমূর্তি নষ্ট হয় সাংবাদিকদের। সেই কারণে, ছোট বা বড়, যে কোনও ধরনের সংবাদ করার ক্ষেত্রে ‘সংবাদ সূত্র’ সম্পর্কে ভালরকম ওয়াকিবহাল থাকতে হবে। যেমন, কোনও মার্কেটে হয়তো খুব একটা বড় আশুণ লাগেনি। মারা যাওয়ার কোনও প্রশ্ন নেই। কিন্তু কোনও নিউজ চ্যানেলের সাংবাদিক আগে ‘ব্রেকিং নিউজ’ দেওয়ার জন্য কোনও বিশ্বস্ত সূত্র (এখানে পুলিশ কিংবা দমকল হল বিশ্বস্ত সূত্র) থেকে তথ্য না নিয়ে বলতে থাকল যে, একটি মার্কেটে বিধ্বংসী আশুণ লেগেছে। বেশ কয়েকজন মৃত্যুর আশঙ্কা। দমকলের অনেকগুলি গাড়ি গিয়েছে...। তাই যে কোনও সংবাদ লেখার আগে ভাল করে দেখে নিতে হবে খবরটি কী, কোথা থেকে পাওয়া গিয়েছে। সবকিছু যাচাই করে সংবাদ লেখা বুদ্ধিমানের কাজ।

মনে রাখা প্রয়োজন যে, রিপোর্টার প্রতিবেদন লেখার সময় সংবাদ সূত্রের উল্লেখ করে দিতে পারে। তাতে করে পাঠক বুঝতে পারে যে, এই সংবাদটি একেবারেই সঠিক। যেমন ধরা যাক, ভয়াবহ কোনও অগ্নিকাণ্ড ঘটেছে। সেখানের মৃতের সংখ্যা নিয়ে একটা ধোঁয়াশা থাকেই। কিন্তু কোনও রিপোর্টার যদি সংবাদ সংস্থা ‘পিটিআই’-এর তথ্য উল্লেখ করে তার প্রতিবেদনে মৃতের সংখ্যা লেখে তাহলে পাঠক সেটিকে একেবারে নির্ভুল বলে মনে করবে। আবার এমন দেখা গেল রিপোর্টার একটি নামী সংস্থার সম্পর্কে প্রতিবেদন করল। কিন্তু সংশ্লিষ্ট সংস্থার কোনও কর্তার বক্তব্য উল্লেখ থাকল না ওই প্রতিবেদনে। তাহলে পাঠকের মনে সন্দেহ দেখা দিতেই পারে এই প্রতিবেদনটি সঠিক নয়। সেই কারণে, বর্তমান ইন্টারনেট-হোয়াটসঅ্যাপের যুগে রিপোর্টারকে প্রথম থেকেই সংবাদ সূত্র নিয়ে বিশেষ খেয়াল রাখতে হয়। কেননা, রিপোর্টারের প্রতিবেদন সংবাদ সূত্রের বিশ্বাসযোগ্যতার উপর দাঁড়িয়ে রয়েছে। তাই তো সংবাদের ক্ষেত্রে সংবাদ সূত্র বিরাট ভূমিকা পালন করে।

১.৪.৫ সারাংশ

রিপোর্টারের যেমন দ্রুত ও ভাল লেখার ক্ষমতা থাকতে হবে, তেমনই তাদের অন্যতম ‘মূলধন’ হল সোর্স বা সূত্র। যে রিপোর্টারের যতভাল সোর্স সে তত তাড়াতাড়ি কর্মক্ষেত্রে উন্নতি করতে পারবে। সংবাদমাধ্যমের দুনিয়ায় কদরও মিলবে ওই রিপোর্টারের। আর এই সোর্স তৈরি করাও রিপোর্টারের একটি বড় গুণ। রিপোর্টারকে দ্রুত সংবাদের সোর্স বা সূত্র খুঁজে নিতে হবে। সোজা কথায়, নেটওয়ার্ক তৈরি করতে হবে। রিপোর্টারের সংবাদের সূত্র যেন হয় গোপনীয়। যা অন্য রিপোর্টারের কাছে থাকবে না। রিপোর্টারের নিজস্ব সূত্র ছাড়াও সংবাদ পাওয়ার ক্ষেত্রে প্রচলিত কয়েকটি সোর্স রয়েছে। রিপোর্টারের কাছে অন্যতম বিশ্বাসযোগ্য সূত্র হল সংবাদ সংস্থা। এছাড়াও পুলিশ, হাসপাতাল, শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান, প্রশাসনিক ভবন, প্রেস রিলিজ, সংসদ বা বিধানসভা। রয়েছে নিউজ চ্যানেল, রেডিও, ম্যাগাজিন। যেখান থেকে প্রতিটি রিপোর্টার প্রত্যেকদিনই সংবাদ পায়। একই সঙ্গে রিপোর্টারের খেয়াল রাখা হয় যে, তার সোর্স যেন একেবারে সঠিক হয়। না হলেই বিপদ। কেননা, রিপোর্টারের প্রতিবেদনে যদি কোনও ভুল তথ্য থাকে কিংবা পুরো সংবাদটিই মিথ্যা হয়, তাহলে পাঠকের কাছে রিপোর্টারের ভাবমূর্তি যেমন নষ্ট হবে তেমনই সংশ্লিষ্ট সংবাদপত্রের প্রতিও বিশ্বাসযোগ্যতা হারিয়ে যাবে। সেই কারণে, সংবাদের ক্ষেত্রে সংবাদ সূত্র গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। শেষে একটা কথা বলা দরকার, তা হল ভবিষ্যতে যখন কাজের জগতে পা দেবে এখনকার ছাত্রছাত্রীরা, তখন অবশ্যই সংবাদ লেখার সময় সংবাদ সূত্রের গুরুত্ব সম্পর্কে সবচেয়ে ভাল বুঝতে পারবে।

১.৪.৬ অনুশীলনী

১. সংবাদ সূত্র বলতে কি বোঝায়? কি কি সংবাদ সূত্র রয়েছে?
২. সংবাদ মাধ্যমে সংবাদ সূত্রের ভূমিকা কতটা?
৩. একজন রিপোর্টারের কাছে সংবাদ সূত্র বাছাইয়ের ক্ষেত্রে কোন দিকটা বেশ নজর দেওয়া উচিত? কেন বিশেষ নজর দেওয়া প্রয়োজন?

১.৪.৭ গ্রন্থপঞ্জী

১. সংবাদ প্রতিবেদন-ড. বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
২. সাংবাদিকতা ব্যবহারিক প্রয়োগ-অনুপম অধিকারী
৩. সংবাদবিদ্যা-ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায়
৪. সংবাদ সাংবাদিক ও সাংবাদিকতা-সুজিত রায়
৫. Mass Communication and Journalism in India-D.S. Mehta
৬. Reporting Manual - Sourin Banerji

মডিউল ২ : বিশেষায়িত প্রতিবেদন

একক ১ সংবাদের শ্রেণীবিন্যাস

২.১.০ গঠন

২.১.১ উদ্দেশ্য

২.১.২ প্রস্তাবনা

২.১.৩ বিভিন্ন ধরনের সংবাদ

২.১.৩.১ রাজনৈতিক প্রতিবেদন

২.১.৩.২ আইনসভা বা সংসদ/বিধানমণ্ডলী-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.৩ নগর ও সমাজজীবন-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.৪ অপরাধ ও দুর্নীতি বিষয়ক প্রতিবেদন

২.১.৩.৫ আইন আদালত-সংক্রান্ত সংবাদ

২.১.৩.৬ অর্থনীতি, ব্যবসাবাণিজ্য ও শিল্প বিষয়ক প্রতিবেদন

২.১.৩.৭ উন্নয়ন-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.৮ খেলাধূলা-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.৯ ফ্যাশন বা শৌখিন রীতিনীতি, সাজপোশাকের রেওয়াজ-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.১০ বিজ্ঞান বিষয়ক প্রতিবেদন

২.১.৩.১১ পরিবেশ ও বাস্তু পরিবেশ-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

২.১.৩.১২ স্বাস্থ্য বিষয়ক প্রতিবেদন

২.১.৪ সারাংশ

২.১.৫ অনুশীলনী

২.১.৬ গ্রন্থপঞ্জি

২.১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে সংবাদের পরিধি অর্থাৎ সংবাদ কত রকমের হতে পারে সে সম্পর্কে আপনার একটি স্পষ্ট ধারণা তৈরি হবে।

২.১.২ প্রস্তাবনা

এই একক পাঠ করলে বিভিন্ন বিষয়-সংক্রান্ত সংবাদ ও সেইসব সংবাদের গুরুত্ব সম্পর্কে আপনার সচেতনতা বাড়বে। রাজনৈতিক সংবাদ, আইনসভা-সংক্রান্ত সংবাদ, নগর ও সমাজজীবন-সংক্রান্ত সংবাদ বা অপরাধ ও দুর্নীতি বিষয়ক সংবাদ, অর্থনীতি ও শিল্প-বাণিজ্য-সংক্রান্ত বা খেলাধুলা ও ফ্যাশন বা বিজ্ঞান ও উন্নয়ন, পরিবেশ ও বাস্তু পরিবেশ বা স্বাস্থ্য ও স্বাস্থ্য-পরিষেবা বিষয়ক সংবাদের সামাজিক গুরুত্ব ও প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে আপনাদের ধারণা পরিষ্কার হবে এবং এইসব বিষয় নিয়ে যথাযথ অনুশীলন করলে আপনারাও এইসব নানা বিষয়ের ওপর খুব ভালো ভালো সংবাদ লিখতে পারবেন।

২.১.৩ বিভিন্ন ধরনের সংবাদ

২.১.৩.১ রাজনৈতিক (Political) প্রতিবেদন

একথা প্রথমেই বলে রাখা ভালো যে, সংবাদপত্র যেহেতু সমাজের দর্পণ এবং রাজনীতি যেহেতু মোটামুটিভাবে সমাজকে নিয়ন্ত্রণ করে তাই সংবাদপত্রের একটা বড় অংশ জুড়ে থাকে রাজনৈতিক সংবাদ। এই রাজনীতি কিন্তু আমরা রাষ্ট্রবিজ্ঞানে যে রাজনীতি বা পলিটিক্স-এর কথা পড়েছি তার থেকে আলাদা। রাষ্ট্রবিজ্ঞানে রাজনীতির তত্ত্বগত দিকগুলি আলোচনা করা হয় আর সংবাদপত্র রাজনীতির ফলিত বা ব্যবহারিক দিকটিতেই বেশি আগ্রহী। গণতান্ত্রিক শাসনব্যবস্থায় রাজনীতিতে অংশ নেয় বহু রাজনৈতিক দল। সেই দলগুলির কোনটি থাকে শাসন ক্ষমতায়, কোনটির বা ভূমিকা হয় বিরোধীদের। সংবাদপত্র শাসক ও বিরোধী এই দুই দলকে সমান গুরুত্ব দিয়ে দেখে বা সেটাই তার আদর্শ হওয়া উচিত। রাজনৈতিক সংবাদ লেখার সময় সদাসতর্ক থাকতে হয় যাতে বিভিন্ন মতাদর্শগত ক্রিয়াকাণ্ড সম্পর্কে পাঠককে অবহিত রাখা যায় এবং একই সঙ্গে শাসকদলের কার্যকলাপ এবং বিরোধীদের শাসকদল সম্পর্কে সমালোচনার গতিধারা সম্পর্কে সম্যক ধারণা রাখতে হয় এবং তাদের ক্রটিবিচ্যুতিগুলিকে মানুষের জ্ঞাতার্থে প্রকাশ করতে হয়। বিভিন্ন রাজনৈতিক দলের শীর্ষস্থানীয় নেতাদের/নেত্রীদের সঙ্গে তো বটেই এমন কি এইসব দলের অন্যান্য স্তরের এবং গণসংগঠনগুলির নেতা/নেত্রীদের সঙ্গেও রাজনৈতিক সংবাদদাতাদের ব্যক্তিগত পরিচয় থাকা একান্ত প্রয়োজন।

রাজনৈতিক সংবাদে মূলত প্রাধান্য পায় বিভিন্ন দলের গণকল্যাণমুখী কার্যসূচী এবং সেগুলিকে কেন্দ্র করে গণআন্দোলনের বিভিন্ন পর্যায়ের ব্যবস্থা। রাজনৈতিক দলগুলির ঘোষিত কর্মসূচী বা প্রতিশ্রুতির সঙ্গে

বাস্তবের কতটা তফাৎ সেটাকে মানুষের নজরে আনাটাও রাজনৈতিক সংবাদদাতার কাজ। বিভিন্ন উপদলীয় কার্যকলাপের প্রতিও রাজনৈতিক সংবাদদাতাদের নজর রাখতে হয়। কিন্তু সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হল এই যে, রাজনৈতিক সংবাদ লিখতে গিয়ে সাংবাদিক কখনও তাঁর নিজস্ব মতাদর্শ বা পছন্দ অপছন্দের ওপর ভিত্তি করে কোন অভিমত প্রকাশ করবেন না। তাঁর কাজ সঠিক তথ্য সরবরাহ করা এবং প্রয়োজনে দিক নির্দেশ করা, কিন্তু কখনোই কোন পক্ষ অবলম্বন করা নয়। তাঁকে সর্বদাই থাকতে হবে নিরপেক্ষ এবং বিষয়নিষ্ঠ।

১.২.৩.২ আইনসভা (Legislative) বা সংসদ/বিধানমণ্ডলী-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

গণতন্ত্রে মানুষের তৈরি সবচেয়ে বড় প্রতিষ্ঠান হল আইনসভা। আমাদের দেশের সর্বোচ্চ গণতান্ত্রিক প্রতিষ্ঠান হল সংসদ। রাজ্যস্তরে বিধানসভা/বিধানমণ্ডলী। নির্বাচিত জনপ্রতিনিধিরা এখানে নতুন আইন প্রণয়ন করেন, কখনও আবার পুরনো আইনকে সংশোধন করেন বা বদলান সেটিকে যুগের উপযোগী করার জন্য। এছাড়াও তাঁরা বিভিন্ন সমসাময়িক বিষয়ের ওপর আলোচনা করেন যার মধ্য দিয়ে মানুষের আশা-আকাঙ্ক্ষা এবং সময়বিশেষে অভাব-অভিযোগের প্রতিফলন ঘটে।

আইনসভা সম্পর্কিত প্রতিবেদকের তাই আইন প্রণয়ন-সংক্রান্ত পদ্ধতিগুলির বিষয়ে সম্যক জ্ঞান থাকা প্রয়োজন। বিশেষ করে কীভাবে বাজেট পাশ হয় বা money bill পাশ হয় সে বিষয়ে খুব স্বচ্ছ ধারণা থাকা চাই। সভায় যেভাবে ভোট দেওয়া হয় বা অধ্যক্ষ যেভাবে রুলিং দেন সেসব বিষয়গুলি বেশ সতর্কতার সঙ্গে লক্ষ্য করতে হয়। একথা মনে রাখা প্রয়োজন যে, সভার মধ্যে কোন সদস্য যা হোক কিছু বলতে পারেন, কারণ তাঁর সে ব্যাপারে একটা বিশেষ ক্ষমতা বা legislative prerogative আছে। সাংবাদিকদের কিন্তু তা নেই। তাই কোনও সদস্যের কোন মন্তব্য যদি কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানবিরোধী হয় বা কুৎসামূলক হয় তাহলে সেসব মন্তব্যকে যথাযথ সতর্কতার সঙ্গে এবং মানহানি আইন বাঁচিয়ে সাংবাদিককে পরিবেশন করতে হয়।

২.১.৩.৩ নগর ও সমাজজীবন (Civil and Social Life) সংক্রান্ত প্রতিবেদন

রাজনীতির মতোই প্রশাসন পরিচালনা-সংক্রান্ত সবকিছুই সাংবাদিকদের কাছে সংবাদের একটি অন্যতম বড় উপাদান। প্রশাসনেরও আবার বিভিন্ন দিক আছে। যেমন, লোকসভা বা বিধানসভার শাসকদল যেভাবে সরকার পরিচালনা করে সেটি যেমন প্রশাসনের মূল অংশ, তোমনিই কর্পোরেশন, মিউনিসিপ্যালিটি, পঞ্চায়েত, জেলাপরিষদ প্রভৃতি স্বায়ত্তশাসন ব্যবস্থাগুলিও খুবই গুরুত্বপূর্ণ। সরকারি প্রশাসন সম্পর্কে খবর লিখতে গেলে বিভিন্ন সরকারি বিভাগ (যেমন, কৃষি, শিক্ষা স্বাস্থ্য, সেচ, পরিবহন, নগর উন্নয়ন ইত্যাদি) বা দফতরের দৈনন্দিন ভিত্তিতে যে সব কাজগুলি হয় সেগুলি থেকে জনস্বার্থ সম্পর্কিত তথ্যগুলি তুলে এনে পাঠককে অবহিত করাও সাংবাদিকদের কাজ। এইসব খবর কখনো বিভাগীয় মন্ত্রী বা কোন উচ্চ-পদাধিকারী কর্তাব্যক্তির সাংবাদিক বৈঠক বা বিবৃতির মাধ্যমে হতে পারে, আবার কখনো বা সাংবাদিক

তার ব্যক্তিগত উদ্যোগে বিশেষ অনুসন্ধানের মাধ্যমেও এইসব তথ্য সংগ্রহ করে সংবাদ পরিবেশন করেন।

অনেক সময় দেখা যায় সাংবাদিক বৈঠকে মন্ত্রী বা বিভাগীয় কর্মকর্তা যে বিষয়টিতে জোর দিয়ে বলতে চাইলেন সে বিষয়টি সংবাদ হিসাবে ততটা গুরুত্ব পেল না, গুরুত্ব পেল তাঁর বক্তব্যের এমন একটা দিক যার ওপর তিনি আলোকপাত করতে চাননি কিন্তু সাংবাদিকরা তাঁদের অনুসন্ধিৎসার জোরে সেটাকে বার করে আনতে পেরেছেন। এতে মন্ত্রী বা তাঁর অফিসার অসন্তুষ্ট হলেও সাংবাদিক নাচার। গণতন্ত্রের প্রহরী হিসাবে অন্য দৃষ্টিকোণ থেকে বিষয়টি দেখাটা সাংবাদিকের কাজ। একথা তো সকলেরই জানা যে সংবাদ মাধ্যম গণতন্ত্রে অলিখিতভাবে প্রধান ভূমিকা পালন করে থাকে। তাই ষাট শতাংশ সাফল্যকে মন্ত্রী বা অভিসার অর্থাৎ সরকার তুলে ধরতে চাইলেও সাংবাদিক যদি চল্লিশ শতাংশ ব্যর্থতা তুলে ধরতে চান তাহলে তাঁকে দোষ দেওয়া যায় না। সরকারি বিভাগীয় খবর করতে গেলে বিভিন্ন প্রকল্পের ওপর সরকারি ঘোষণা ভালো করে সাংবাদিককে মনে রাখতে হয়, বা প্রয়োজনে লিখে রাখতে হয়, এবং দেখতে হয় সেইসব ঘোষিত কাজ নির্দিষ্ট সময়ে এবং বরাদ্দ অর্থসীমার বা বাজেটের মধ্যে শেষ হল কিনা। না হয়ে থাকলে তার সমালোচনামূলক লেখা এবং ব্যর্থতার জন্য দায় কার সে সম্পর্কে খবর লেখা যায়।

অনেক সময় দেখা যায় না প্রশাসনের উচ্চতম পর্যায়ে হয়তো অর্থ বরাদ্দ হয়েছে কিন্তু মাঝের বা নিচের স্তরের আধিকারিক বা কর্মীদের দীর্ঘসূত্রিতায় বা অবহেলায় তা কার্যকর করা হয়নি যার ফলে হয়তো কোন জেলার প্রত্যন্ত গ্রামে বিদ্যুৎ পৌঁছয়নি বা শিল্প গড়ে ওঠেনি। এই ব্যর্থতাগুলিও খবরের বড় উপাদান। সরকারি সাফল্য বা উন্নয়নমূলক যা কিছু কাজ সেগুলিও নিঃসন্দেহে সংবাদের গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। কিন্তু এগুলি সাধারণত সরকারি প্রচার মাধ্যমের দৌলতেই মানুষের কাছে পৌঁছে যায়। তবুও অনুন্নত বা উন্নয়নশীল দেশে উন্নয়নমূলক সংবাদের ওপর সাংবাদিকদের বিশেষ গুরুত্ব দেওয়া উচিত। কখনও কখনও সাফল্যের সংবাদ, তা সে সরকারি বা বেসরকারি যে ক্ষেত্রেই হোক না কেন, প্রকাশিত হলে শ্রমিক-কর্মীরহা খুবই উৎসাহিত হন ও কাজের গতি অব্যাহত থাকে।

মানুষের সামাজিক জীবন, সামাজিক সমস্যা, সামাজিক দায়িত্ব ও কর্তব্য এবং তার বিচ্যুতি যেমন গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের উপাদান, তেমনই নাগরিক অধিকার, নাগরিক কর্তব্য এবং নাগরিক সুখসুবিধা বজায় রাখার ক্ষেত্রে দায়িত্বপালনে অবহেলাও সমান গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। সাংবাদিকের কাজ হবে কিছু কিছু বিষয়ে মানুষকে অবহিত করা, আবার একইভাবে কিছু কিছু বিষয়ে মানুষকে তার দায়িত্ববোধ সম্পর্কে সচেতন করা।

২.১.৩.৪ অপরাধ ও দুর্নীতি (Crime and Corruption) বিষয়ক প্রতিবেদন

আইনের বাইরে গিয়ে এবং সমাজের পক্ষে ক্ষতিসাধনকার যেসব কাজকর্মগুলি মানুষ করে সেগুলিই অপরাধ ও দুর্নীতির পর্যায়ে পড়ে।

অপরাধ লঘু অথবা গুরু তা ঠিক করা হয় সাধারণত সমাজের ওপর তার প্রতিক্রিয়ার ওপর। যেমন,

খুন জখম যে রকম অপরাধ, চলন্ত বাসে কেউ পকেট মারলে তা ঠিক সেই মাপের অপরাধ নয়। আবার সভ্যজগতে কেউ কাউকে অপমান করাটাও এক ধরনের অপরাধ।

অপরাধ দমনের জন্য পুলিশি ব্যবস্থা আছে। পুলিশবাহিনীর একটি সদর দফতর থাকে, যার অধীনে বিভিন্ন শাখা অফিস এবং থানাগুলি থাকে সাধারণ মানুষকে শান্তি ও নিরাপত্তা দেওয়ার জন্য। প্রতিটি সংবাদপত্রই সেজন্য নিয়মিত এক বা একাধিক সাংবাদিককে নিযুক্ত রাখে শহর ও গ্রামের নানারকম অপরাধের খবর সংগ্রহ করার জন্য। এইসব সাংবাদিকদের কাজ হল অপরাধ দমনের কাজে নিযুক্ত যে সব পুলিশ অধিকর্তা আছেন তাঁদের সঙ্গে যোগাযোগ রাখা এবং অপরাধমূলক ঘটনাগুলিকে একটু অন্যরকমভাবে লেখা। অন্যরকম বলতে এটাই বোঝায় যে, অপরাধ যেহেতু মানুষের ব্যতিক্রমী কাজ তাই সে ব্যাপারে মানুষের জানার আগ্রহ বা কৌতূহল তুলনামূলকভাবে অনেক বেশি। দেখা যায় কখনও কখনও কোন চুরির ঘটনার থেকেও কী কৌশলে সেই চৌর্যবৃত্তিটি সম্পন্ন হয়েছে তার বিষয় বিবরণ এবং সেই চোরকে ধরতে গিয়ে পুলিশ যে পাল্টা কৌশল ব্যবহার করে সেই কাহিনী অনেক বেশি চাঞ্চল্য জাগায় ও জনপ্রিয় হয়ে ওঠে। একইভাবে কোন হত্যার থেকে তার কৌশল বা ছকের নতুনত্ব বা বিভিন্ন ধরনের প্রতারণার ঘটনা কুশলী এবং অভিজ্ঞ সাংবাদিকদের লেখায় অদ্ভুতভাবে ফুটে ওঠে এবং তা সংবাদপত্রের জনপ্রিয়তা বৃদ্ধি করে।

দুর্নীতি সাধারণত চোখের আড়ালেই ঘটে থাকে। অনেক সময় তার নথিপত্র সাংবাদিকরা পরিশ্রম করে এবং সংবাদসূত্রের জোরে জোগাড় করে থাকেন। এঁদের দক্ষতা তাই প্রশংসনীয়। যে সমস্ত সাংবাদিক সামাজিক ও অর্থনৈতিক দুর্নীতির খবর প্রকাশ্যে আনেন তাঁদের বিভিন্ন বিষয়ে পারদর্শিতা থাকা একান্ত আবশ্যিক। তার মধ্যে প্রধান হল হিসাবশাস্ত্র (Accountancy) এবং প্রশাসনিক রীতিনীতির ওপর বিশেষ দখল। একটা উদাহরণ নিয়ে দেখা যাক— সরকারি কোন বিভাগে বেশ কিছু টাকা নয়ছয় হয়েছে। অর্থাৎ যে টাকা যে খাতে খরচ হওয়ার কথা ছিল খাতা-কলমে দেকানো হলেও তা আদৌ খরচ হয়নি। এখন, সেই টাকাটা কে বা কারা আত্মসাৎ করেছে তা যদি কোন সাংবাদিক প্রকাশ করতে পারেন তাহলে একই সঙ্গে কাগজের গুণমান বৃদ্ধি পায়, সমাজের কল্যাণ হয় ও তাঁরও সুনাম বাড়ে।

একথা বলাই বাহুল্য যে, এই ধরনের খবর প্রকাশ করার পিছনে শুধুমাত্র সাংবাদিকের অনুসন্ধিৎসাই যথেষ্ট নয়, নির্ভরযোগ্য তথ্যসূত্র বা সংবাদসূত্র থাকাটাও খুব জরুরি। সাংবাদিকের এই কাজে সরকারি অফিসার, পুলিশ, কর্মচারী থেকে শুরু করে প্রতারণার শিকার হয়েছেন এমন মানুষ, ট্রেড ইউনিয়ন নেতা এমন কি আইনজীবীও সহায়ক হতে পারেন। তাই দুর্নীতির খবর যে সাংবাদিক প্রকাশ্যে আনেন তাঁর সমাজের প্রায় সর্বস্তরের অবাধ যাতায়াত থাকা চাই। আর, তার সঙ্গে চাই কঠোর অধ্যবসায়, ধৈর্য, তীক্ষ্ণ বিশ্লেষণ বুদ্ধি ও গভীর মনন।

২.১.৩.৫ আইন আদালত (Law Court) সংক্রান্ত প্রতিবেদন

যে কোন শাসনব্যবস্থায়, বিশেষত গণতন্ত্রে, বিচারব্যবস্থার একটি বিশেষ স্থান আছে। আইনসভা, সরকার, কোনও সরকারি ও বেসরকারি প্রতিষ্ঠান, সংগঠন বা অন্য কোনও ব্যক্তির কোন আদেশ, নির্দেশ বা কাজের ফলে যদি কোনও ব্যক্তির মৌলিক অধিকার ক্ষুণ্ণ হয় বা অর্থহানি বা সম্মানহানি ঘটে তাহলে বিচারব্যবস্থার মাধ্যমেই তার প্রতিকার হতে পারে। সংবাদপত্রে কোর্ট রিপোর্টিং তাই যথেষ্ট গুরুত্বপূর্ণ। নিম্নতর আদালতগুলি— যেমন, ম্যাজিস্ট্রেট আদালত, জজ আদালত, মহকুমা আদালত বা জেলা আদালতগুলির দায়রা বা Criminal বিভাগে যেমন নিত্যই বহুরকম অপরাধ, অত্যাচার বা বঞ্চনার মামলার ওপর রায় দেওয়া হয়, তেমনই রাজ্যস্তরে হাইকোর্ট একইসঙ্গে দেওয়ানি ও ফৌজদারি মামলার নিষ্পত্তি করে থাকে। সুপ্রিম কোর্ট সংবিধানের ধারাগুলির ব্যাখ্যা করে নাগরিকের মৌলিক অধিকার সুপ্রতিষ্ঠিত রাখে এবং একইসঙ্গে বিভিন্ন রাজ্য ও কেন্দ্র-রাজ্য সম্পর্কের ওপর বিষয়ভিত্তিক মামলাগুলিতে রায় দিয়ে থাকেন। কোর্ট রিপোর্টিং-এর ক্ষেত্রে তাই একইসঙ্গে দু-তিন রকমের দক্ষতা প্রয়োজন। অপরাধ সম্পর্কিত মামলাগুলি সম্বন্ধে লিখতে হলে যেমন প্রয়োজন Indian Penal Code (IPC)/Criminal Procedure Code (Cr.P.C) সহ বিভিন্ন ফৌজদারি আইন সম্পর্কে জ্ঞান ও সেইসঙ্গে মামলার গতিপ্রকৃতিকে একটু সরস ভাষায় পরিবেশন করার ক্ষমতা, তেমনই অন্যদিকে হাইকোর্টের রিপোর্টারকে বিভিন্ন দেওয়ানি আইন (Civil Procedure Code), কোম্পানি আইন, আয়কর আইন, বিক্রয়কর আইন, মোটরযান আইন (Motor Vehicles Act) প্রভৃতি বিষয়ে সম্যক জ্ঞান থাকা প্রয়োজন। সুপ্রিম কোর্ট রিপোর্টিং-এর ক্ষেত্রে সংবিধান সম্পর্কে বিশেষ জ্ঞান খুবই প্রয়োজন। কোর্ট রিপোর্টারকে সবসময় মনে রাখতে হয় যে আদালতের লিখিত আদেশের বাইরে গিয়ে কোনরকম বাড়তি মন্তব্য বা ব্যাখ্যা করাটা গর্হিত কাজ বলে গণ্য হয় এবং তা আদালত অবমাননার (Contempt of Court) আওতায় পড়ে।

৩.১.৩.৬ অর্থনীতি, ব্যবসাবাগিজ্য ও শিল্প (Economic, Business & Industry) বিষয়ক প্রতিবেদন

রাজনীতি দেশকে শাসন করে, খাদ্য বস্ত্র বাসস্থান যোগায় অর্থনীতি। আবার রাজনৈতিক মতাদর্শগত অবস্থান থেকেই রাজনৈতিক দলগুলি অর্থনীতিকে দেখতে চায়। তাই রাজনীতি ও অর্থনীতির শুরু ও শেষ খোঁজার চেষ্টা অনেকটা ‘আগে ডিম না আগে মুরগি’ সেই ধাঁধার মতো। সে যাই হোক, যাঁরা অর্থনীতি ও ব্যবসাবাগিজ্য ব্যাপারে খবর লিখবেন তাঁদেরকে অর্থনীতির মূল বিষয়গুলি, যেমন—মূলধন, বিনিয়োগ, কর্মসংস্থান বিভিন্ন বিষয়ে সর্বশেষ সরকারি সিদ্ধান্ত সম্পর্কে খোঁজখবর রাখতে হবেই। কোনও নীতির ভালো ও মন্দ দিক, সেইসব ব্যাপারে সংশ্লিষ্ট শিল্পমহল ও বণিকসভাগুলির প্রতিক্রিয়া আন্তর্জাতিক স্তরে সেইসব নীতির প্রভাব অথবা কোনও বিশেষ আন্তর্জাতিক ঘটনার পরিণতিতে এ ধরনের নীতি প্রণয়ন হলে তাও জানতে এবং পাঠককে জানাতে হয়। আজকের বিশ্বায়নের যুগে আন্তর্জাতিক রাজনীতির সরাসরি

প্রভাব পড়ছে অর্থনীতিতে। যেমন, ইদানীং ইরাকের ওপর আমেরিকার সম্ভাব্য আক্রমণের কারণে আন্তর্জাতিক বাজারে পেট্রোলিয়ামের দাম ওঠানামার প্রভাব ভারতসহ সব তেল আমদানিকারী দেশের ওপরই পড়বে। তেমনিই, আবার দেশে বা আন্তর্জাতিক স্তরে নির্মাণ (Construction) ক্ষেত্রে মন্দা দেখা দিলে ভারতের ইম্পাতশিল্পে মন্দা দেখা দেবে। তাই এই সমস্ত রাজনৈতিক-অর্থনৈতিক ঘটনাপ্রবাহ খুব সতর্কতার সঙ্গে বিবেচনা করে বিশ্লেষণ করার ক্ষমতা অর্জন করাটা অর্থনীতি ও শিল্পবাণিজ্য জগতের রিপোর্টারের পক্ষে বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ। দেশের অভ্যন্তরীণ ব্যবসা-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে যে সব বিষয়ের প্রতি লক্ষ্য রাখতে হয় তার মধ্যে উল্লেখযোগ্য হল সরকারি শিল্পবাণিজ্য নীতি, ভর্তুকি (Subsidy) নীতি, বিক্রয়কর (Sales Tax) বা অধুনা আলোচিত গুণমানবর্ধিত আইন (Value-added Tax), চূঙ্গি কর (Toll Tax), ব্যাক্সিং ক্ষেত্রে সুদের হারের ওঠানামা, শেয়ার বাজারের সূচকের ওঠানামা ইত্যাদি।

ক্ষুদ্রশিল্পের ক্ষেত্রে সরকারি অনুদান, বিপণন, কাঁচামাল সরবরাহের সূত্র প্রভৃতি বিষয়ে পরিষ্কার ধারণা না থাকলে শিল্প বাণিজ্য-অর্থনীতি বিষয়ক রিপোর্টার তাঁর দায়িত্ব যথাযথভাবে পালন করতে পারেন না। কাজেই এই সব বিষয়ে সংশ্লিষ্ট রিপোর্টারের সম্যক জ্ঞান থাকাটা বাঞ্ছনীয়।

২.১.৩.৭ উন্নয়ন (Development) সংক্রান্ত প্রতিবেদন

সমাজের উন্নতি বিভিন্নভাবে ঘটে থাকে। একদিকে যেমন ব্যবহারিক ক্ষেত্রে রাস্তাঘাট, সেতু, পয়ঃ প্রণালী, উড়ালপুল, জলসরবরাহ, গৃহনির্মাণ, বিদ্যালয়, কলেজ, বিশ্ববিদ্যালয়, হাসপাতাল, স্বাস্থ্যকেন্দ্র, গবেষণাগার ইত্যাদি নির্মাণের খবর সরাসরি, অর্থাৎ প্রকল্পগুলির বিবরণ, বিস্তার, অর্থবরাদ্দ ইত্যাদি বিষয়সহ লেখাই হচ্ছে উন্নয়ন সাংবাদিক বা development reporter-এর কাজ; অন্যদিকে তেমনই এসব কাজকর্মের ক্ষেত্রে গাফিলতি, বিচ্যুতি, দুর্নীতি প্রভৃতি সম্পর্কেও মানুষকে এই সাংবাদিকরাই অবহিত করেন।

এছাড়া যে সব উন্নয়ন মানুষের পরিবেশ ও মনোজগৎকে প্রভাবিত করে বা ক্ষতিগ্রস্ত করে সেগুলি সম্পর্কে সংবাদ পরিবেশন করাটাও এসব সাংবাদিকের দায়িত্বের মধ্যেই পড়ে। উন্নয়নমূলক কর্মকাণ্ডে মানুষের অংশগ্রহণ কীভাবে হচ্ছে তা এক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ।

২.১.৩.৮ খেলাধূলা (Sports) সম্পর্কিত প্রতিবেদন

খেলাধূলা বিষয়ক প্রতিবেদন এক অর্থে একটি বিশেষ ধরনের সাংবাদিকতা। সেজন্য এই ক্ষেত্রে সাংবাদিকের দক্ষতা হওয়া উচিত এমনই যে তিনি যেন নিজেকে খেলাধূলা জগৎ সম্পর্কে বিশেষজ্ঞ হিসাবে প্রতিষ্ঠা করতে পারেন। দেশবিদেশের প্রভূত জনপ্রিয় খেলা, যেমন—ফুটবল, ক্রিকেট, হকি, বাস্কেটবল, বেসবল, ব্যাডমিন্টন, টেবিল টেনিস থেকে শুরু করে দাবা, সাঁতার, অ্যাথলেটিক্‌স্ সহ খেলাধূলা জগতের গভীরে প্রবেশ করতে হয় ক্রীড়া সাংবাদিককে। প্রতিটি খেলাধূলায় নিয়মকানুন,

সেগুলির প্রাসঙ্গিক তথ্যাদি, পরিসংখ্যান, ক্রীড়াবিদদের অতীত ও বর্তমান profile বা ব্যক্তিচিত্র প্রভৃতি বিশদ জেনে রাখা দরকার।

সবচেয়ে বেশি প্রয়োজন খেলাধুলার প্রতি একটি স্বাভাবিক আগ্রহ। সম্ভব হলে নিয়মিত নিজে খেলাধুলায় অংশ নেওয়া। এই অংশগ্রহণের মধ্য দিয়ে সাংবাদিক বুঝতে পারেন যে, তিনি যখন কোন খেলোয়াড়ের প্রশংসা বা সমালোচনা করছেন প্রকৃতপক্ষে তা যুক্তিসংগত হচ্ছে কিনা। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, একজন ভালো ফুটবল খেলোয়াড়ই প্রকৃত বুঝতে পারেন যে একজন খেলোয়াড় যখন নির্দিষ্ট কোনও জায়গা বল গোলে পাঠান তখন তা কতটা প্রশংসা পাওয়ার যোগ্য।

আজকে টিভি-র কল্যাণে সরাসরি খেলাধুলা দেখার সুযোগ ঘটেছে। ক্রীড়া-সাংবাদিককে তাই খেলা ছাড়াও খেলোয়াড়দের ইচ্ছা-অনিচ্ছা, পছন্দ-অপছন্দ, অনুশীলন, ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা, পারিবারিক জীবন থেকে শুরু করে অন্যান্য বহু বিষয়েই জানতে হয় এবং মাঝে মাঝে সংবাদ হিসাবে পরিবেশন করতে হয়। সেইজন্য ক্রীড়া-সাংবাদিককে খেলোয়াড়, কোচ, ক্লাবের কর্মকর্তা, মাঠের কর্মকর্তা, এমনকি মালীদের সঙ্গেও হৃদয়তা গড়ে তুলতে হয়। খেলার মধ্যে ফুটিয়ে তুলতে হয় শুধু খেলাই নয়, যাঁরা খেলছেন তাঁদের ছন্দোময়তা বা ছন্দোহীনতা, তাঁদের উত্তাপ বা শৈত্য, তাঁদের ঐশ্বর্য বা দৈন্য, তাঁদের জেতার তাগিদ অথবা খেলার আগেই হার-মানা মনোভাব।

২.১.৩.৯ ফ্যাশন (Fashion) বা শৌখিন রীতিনীতি, সাজপোশাকের রেওয়াজ-সংক্রান্ত প্রতিবেদন

সাংবাদিকতার জগতে ফ্যাশন বস্তুত সর্বকনিষ্ঠ এবং হয়তো বা সবচেয়ে প্রিয় বিষয়। সংবাদপত্র শুধুমাত্র সমাজের দর্পণ বা সমাজ পরিবর্তনের হাতিয়ার হয়েই আবদ্ধ থাকেনি; বিবর্তনের মধ্য দিয়ে সে হয়ে উঠেছে অন্যান্য পণ্যের মতোই সাধারণভাবে কঠোর প্রতিদ্বন্দ্বীতার মধ্যে বিক্রয়যোগ্য একটি পণ্য। তাই তার কোন বিশেষ অর্থনৈতিক ও সামাজিক শ্রেণীগত অবস্থান নেই। অর্থাৎ সমাজের উপরতলার অথবা মধ্যবিত্তদের মধ্যে অধুনা যে ফ্যাশনদুরস্ত হয় তাগিদ রয়েছে সেটাকেই সুন্দরভাবে কাজে লাগিয়ে সংবাদপত্র পরিবেশন করছে ফ্যাশনের খবর। সংবাদ মাধ্যমের প্রভাবে আজকাল অবশ্য নিম্নমধ্যবিত্ত বা অল্পবিত্তদের মধ্যেও ফ্যাশনদুরস্ত হওয়ার প্রভণতা বেড়েছে বা তৈরি হয়েছে।

ফ্যাশন-সাংবাদিকতার জন্য তাই চাই ফ্যাশন-উদ্যোক্তা নানা ব্যবসায়ী সংস্থার সঙ্গে যোগাযোগ। এছাড়াও প্রয়োজন পেশাদার মডেল অথবা চলচ্চিত্র শিল্পীদের সঙ্গে আলাপ-পরিচয়। আর চাই আধুনিক ফ্যাশন সম্পর্কে ধারণা। কোন কোন আন্তর্জাতিক বা দেশি ডিজাইনাররা কখন/কোথায়/কী নতুন ডিজাইন আনছেন সেগুলি সম্পর্কে খোঁজখবর সংগ্রহ করা এবং মডেলের ছবিসহ সেগুলি প্রকাশ করাই হল ফ্যাশন-সাংবাদিকের প্রধান কাজ। রূপচর্চা যাঁর স্বাভাবিকভাবেই আসে বা যিনি কোনও না কোন সময়ে মডেলিং বা সিনেমা জগতের সঙ্গে জড়িত ছিলেন এরকম মানুষের পক্ষে ফ্যাশন-সাংবাদিকতা খুব

স্বাভাবিকভাবেই উপযুক্ত কাজ হতে পারে। তবে, আদৌ যাঁর এরকম অভিজ্ঞতা নেই তিনিও পারবেন এই কাজ। তার জন্য চাই শিল্পীর চোখ আর ফ্যাশনমহলে গণসংযোগ।

২.১.৩.১০ বিজ্ঞান (Science) বিষয়ক প্রতিবেদন

এটি সর্বার্থে একটি বিশেষজ্ঞ-নির্ভর সাংবাদিকতা, যদিও উৎসাহী যে কোন ব্যক্তি ক্রমাগত চর্চা ও পড়াশোনার মধ্য দিয়ে এই বিষয়ে রিপোর্ট লেখার দক্ষতা ও যোগ্যতা অর্জন করতে পারেন।

বিজ্ঞান বিষয়ে লেখা অন্যান্য বিষয়ের চেয়ে একটু কঠিন এই জন্যে যে, বিজ্ঞানের বিভিন্ন বিভাগে যে ধরনের জ্ঞানের বিস্তার ঘটে চলেছে তার সঙ্গে শুধু তাল মিলিয়ে চলাই নয়, সাংবাদিককে বিষয়গুলি সাধারণ পাঠকের কাছে বোধগম্য করে উপস্থাপিত করতে হয়।

বিজ্ঞান-রিপোর্টিং-এ সাধারণত দুটি জিনিস গুরুত্ব পায়। একটি হল বিজ্ঞানের বিভিন্ন ক্ষেত্রে নবতম আবিষ্কার বা পুরাতন ধারণাকে চ্যালেঞ্জ জানিয়ে নতুন ধারণায় উদ্ভব। আর, অন্যটি হল—বিজ্ঞানের সঙ্গে প্রযুক্তির মিলনে উদ্ভূত মানবকল্যাণমূলক আবিষ্কারের নতুন নতুন ঘটনা।

আধুনিক যুগে মাইক্রোবায়োলজি, জেনেটিক্স, মহাকাশ-গবেষণা, সমুদ্র-গবেষণা প্রভৃতি বিষয়ের ওপর প্রতিনিয়তই বিজ্ঞানীরা নতুন নতুন আলোকপাত করছেন। আর, সেগুলির সঙ্গে পাঠকসমাজের পরিচয় করিয়ে দেন সাংবাদিক। সুতরাং সেইসব গবেষণালব্ধ ফল মানুষের পক্ষে ভালো না খারাপ সে বিষয়েও সাংবাদিককে ওয়াকিবহাল হতে হয়। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, “ক্লোনিং” (এক প্রাণীদেহ থেকে কোষ নিয়ে অযৌন প্রক্রিয়ায় অন্যদেহে স্থাপন করে ঠিক একই রকম প্রাণী সৃষ্টি করা) নিয়ে, বিশেষ করে মানুষের “ক্লোনিং” করা নিয়ে বিশ্বব্যাপী যে বিতর্কের সৃষ্টি হয়েছে তা মানুষ সংবাদপত্রের মাধ্যমেই জানতে পেরেছে বা পারছে। এই একইরকমভাবে বিজ্ঞান-সাংবাদিক আমাদের জানান যে, কীভাবে বিজ্ঞান ও প্রযুক্তির সহায়তায় কৃষি, শিল্প, পরিবহণ, স্বাস্থ্য প্রভৃতি বিভিন্ন ক্ষেত্রে মানুষ আরও বেশি উন্নতির পথে এগিয়ে চলেছে। সুদূরের নীহারিকা থেকে সমুদ্রগর্ভে সঞ্চিত মণিমুক্তার সন্ধান পর্যন্ত সবই উঠে আসে সংবাদপত্রের পাতায়, আর তার কৃতিত্ব বিজ্ঞান সাংবাদিকদেরই।

২.১.৩.১১ পরিবেশ ও বাস্তু-পরিবেশ (Environment and Ecology) সংক্রান্ত প্রতিবেদন

(বাস্তু পরিবেশ বা বাস্তুবিদ্যা পরিবেশের সঙ্গে প্রাণীজগতের সম্পর্ক আলোচিত হয়)

পৃথিবীর রাষ্ট্রনায়করা সবসময় উপলব্ধি করতে পারুন বা না পারুন, আমাদের এই সবুজ গ্রহটিকে রক্ষা করা এবং বাসযোগ্য করে রাখার দায়িত্ব প্রতিটি মানুষের। জাতি-রাষ্ট্রের (nation state) উদ্ভব হয়েছে বিভিন্ন নরগোষ্ঠীর (ethnic group) স্বকীয়ভাবে নির্দিষ্ট ভৌগোলিক অবস্থানের বিবর্তনের মধ্য দিয়ে। কিন্তু তা কখনও সীমিত করতে পারেনি পৃথিবীর আবহমণ্ডল, বায়ুস্তর অথবা মহাসাগরগুলির অবিচ্ছিন্নতাকে।

সভ্যতার প্রথম ও দ্বিতীয় পর্যায়ে অর্থাৎ প্রাচীন যুগ থেকে শুরু করে অষ্টাদশ শতক পর্যন্ত বিস্তৃত কৃষি-সভ্যতা এবং তৎপরবর্তী পুরায় দু/আড়াইশো বছরের শিল্পসভ্যতার সময়কাল পর্যন্ত পৃথিবী যে এক সেই ধারণা স্বচ্ছ না হলেও আজকের দিনে প্রায় সকলেই মেনে নিতে বাধ্য হয়েছে যে, পৃথিবীর পরিবেশ রক্ষা না করে পরিকল্পনাহীন যন্ত্রসভ্যতার বিস্তার মানা প্রজাতির পক্ষে বিষময় হয়ে উঠছে।

একথা ঠিকই যে কয়লা বা পেট্রোলিয়ামজাত জ্বালানি ব্যবহার করে যন্ত্র চালিয়ে মানুষ প্রভূত সম্পদ সৃষ্টি করেছে বিগত কয়েক শতাব্দী ধরে। কিন্তু তার পরিণামে পৃথিবীর পরিবেশ হয়েছে সাংঘাতিকভাবে ক্ষতিগ্রস্ত। আমরা এখন জানতে পারছি কলকারখানার ধোঁয়ায়, মোটরযানের ধোঁয়ায় পৃথিবীর বায়ুমণ্ডলের ওজোন (ozone) স্তর ক্রমশই নিঃশেষিত হচ্ছে। যার ফলে সূর্য থেকে আসা অতিবেগুনি রশ্মির (ultra-violet ray) সরাসরি পৃথিবীর বুকে নেমে আসার প্রবণতা বেড়ে গিয়েছে। বায়ুমণ্ডল ক্রমশ উত্তপ্ত হয়ে উঠছে। পরিবেশবিজ্ঞানীরা এমন সতর্কবাণীও দিয়েছেন যে, পৃথিবীব্যাপী এই উত্তপ্ততা (global warming) এমন পর্যায়ে পৌঁছতে পারে যে তার ফলে মেরু অঞ্চল থেকে হিমবাহ গলে গিয়ে সমুদ্রের জলভাগ এমনভাবে বাড়িয়ে দিতে পারে যার ফলে পৃথিবীর নিচু অঞ্চলগুলি জলমগ্ন হয়ে যেতে পারে। একইরকমভাবে, সমুদ্রের জলদূষণ এবং বর্জ্য পদার্থ ফেলা যদি অবিলম্বে বন্ধ না করা যায় তাহলেও মানুষের এবং সমুদ্রের প্রাণিজগতের অপূরণীয় ক্ষতি অনিবার্য। উদাহরণস্বরূপ বলা যায় যে তৈলবাহী কোন জাহাজ ফুটে হয়ে গিয়ে জল যদি দূষিত হয়ে যায় তাহলে সামুদ্রিক জীব ও পাখি মারা যায় হাজারে হাজারে।

পরিবেশ রক্ষায় অরণ্যেরও যে একটি বিশেষ অবদান আছে সেকথা আমরা সবাই জানি। গাছ কাটা পড়লে কম বৃষ্টিপাত থেকে শুরু করে বাতাসে অক্সিজেন হ্রাস প্রভৃতি ঘটনা মানুষের জীবনে নিয়ে আসতে পারে অপূরণীয় ক্ষতি।

পরিবেশ-সংক্রান্ত রিপোর্টিং বা প্রতিবেদন করতে গেলে সংশ্লিষ্ট সাংবাদিকের এই বিষয়গুলি সম্পর্কে যথেষ্ট জ্ঞান থাকা দরকার। আন্তর্জাতিক, জাতীয় ও রাজ্যস্তরে প্রাসঙ্গিক যে সমস্ত সনদ (Charter) ও আইনকানুন আছে সেগুলিও ভালোভাবে জানা প্রয়োজন। যেমন, সামগ্রিকভাবে পৃথিবীর পরিবেশ রক্ষায় একটা নির্দিষ্ট সময়ের ব্যবধানে আন্তর্জাতিক বৈঠক বসে, তাকে বলা হয় Earth Summit বা বসুন্ধরা শীর্ষ সম্মেলন। সেখানে যে সব সিদ্ধান্ত নেওয়া হয় সেগুলিকে সনদে স্বাক্ষরকারী দেশগুলি রূপায়ণ করে নিজ নিজ দেশে আইন প্রণয়নের মধ্য দিয়ে। আমাদের দেশে জল, বায়ু ও পরিবেশ রক্ষার ব্যাপারে এবং শব্দদূষণের বিরুদ্ধে বেশ কিছু আইন তৈরি হয়েছে। সেগুলিকে বলবৎ করার জন্য কেন্দ্রে আছে Central Pollution Control Board এবং রাজ্যগুলিতে আছে State Pollution Control Board। পরিবেশ সংবাদদাতা যেমন সংশ্লিষ্ট বিষয়ে বিভিন্ন আন্তর্জাতিক খবর লক্ষ্য করে এদেশে সেগুলির প্রতিক্রিয়া নিয়ে মাথা ঘামাবেন, তেমনই তিনি নিয়ত যোগাযোগ রাখবেন দূষণ নিয়ন্ত্রণ কর্তৃপক্ষ এবং পরিবেশ রক্ষায় নিযুক্ত বিভিন্ন বেসরকারি প্রতিষ্ঠান বা NGO-র সঙ্গে। তিনি যেমন লক্ষ্য রাখবেন যে কোথাও বেআইনিভাবে গাছ কাটা হচ্ছে কিনা, তেমনই তিনি লক্ষ্য রাখবেন যে কেউ কোথাও জলাজমি ভরাট করে নিয়ে বাড়ি

তৈরি করছে কিনা। মানুষকে এ ব্যাপারে সচেতন করতে তাই তিনি পরিবেশন করবেন দেশ-বিদেশের অভিজ্ঞতা এবং বিশেষ করে পরিবেশ রক্ষায় নিবেদিত প্রাণ মানুষদের নির্ভীক সংগ্রাম।

২.১.৩.১২ স্বাস্থ্য (Health) বিষয়ক প্রতিবেদন

কথায় বলে স্বাস্থ্য সম্পদ। প্রতিটি মানুষ ও জাতির সাফল্যের মূলে আছে পরিশ্রম বা সম্পূর্ণরূপে নির্ভর করে মানুষের সুস্থ শরীরের ওপর। শরীরের সুস্থ অবস্থার নাম স্বাস্থ্য। প্রতিটি মানুষ চায় সুস্থ থাকতে। মানুষের মৌলিক প্রয়োজনগুলির মধ্যে অগ্রাধিকার দেওয়া হয় স্বাস্থ্য, শিক্ষা, বাসস্থান ও কর্মসংস্থানকে। এরই মধ্যে আবার স্বাস্থ্য সবার আগে। এই স্বাস্থ্যের জন্য প্রয়োজন একদিকে সুখম খাদ্য, সক্রিয় স্বভাব ও নিয়মানুবর্তিতা আর অন্যদিকে প্রয়োজন সামাজিক ও নাগরিক সুযোগ-সুবিধার সঙ্গে ভালো মানের চিকিৎসা ব্যবস্থা।

চিকিৎসা ব্যবস্থা সুনিশ্চিত করার জন্য আছে সরকারি ও বেসরকারি হাসপাতাল, স্বাস্থ্যকেন্দ্র, নার্সিং হোম, পে-ক্লিনিক বা ব্যক্তিগত উদ্যোগে ডাক্তারি-ব্যবসায়। এসব কিছু ব্যবস্থার সবচেয়ে ওপরে আছে স্বাস্থ্য দফতর ও স্বাস্থ্যকর্মী। স্বাস্থ্য দফতরের কাজ অনেক বেশি, তাই একজন প্রতিমন্ত্রীও প্রয়োজন হয়েছে। স্বাস্থ্যকৃত্যক অধিকার বা Directorate of Health Services-এর প্রধান স্বাস্থ্য অধিকর্তা, স্বাস্থ্য দফতরের স্বাস্থ্য সচিব বা Health Secretary ও আরও অনেক গুরুত্বপূর্ণ পদাধিকারী অফিসার বা আধিকারিক আছেন যাঁরা সরকারের স্বাস্থ্য দফতর বা বিভাগ ও অধিকার বা directorate-এর বিভিন্ন গুরুদায়িত্ব পালন করেন।

বিভিন্ন হাসপাতালে ও স্বাস্থ্যকেন্দ্রে নিয়োগ বদলি সব কিছু স্বাস্থ্য বিভাগ বা অধিকার থেকে নিয়ন্ত্রণ করা হয়। হাসপাতালের মধ্যে আবার কয়েকটি আছে যেখানে শুধু রোগের চিকিৎসাই হয় না, চিকিৎসামূল্য-বিজ্ঞান নিয়ে পড়ানোও হয় অর্থাৎ ডাক্তারি পড়ানো হয়। এসব হাসপাতালে যেমন একজন অধীক্ষক বা Sujperintendent আছেন, তেমনই একজন অধ্যক্ষ বা Principalও আছেন। সব হাসপাতালেই বিভিন্ন রোগ বা অসুখের চিকিৎসার জন্য বিভিন্ন ন বিভাগ আছে এবং সেইসব বিভাগের বিশেষজ্ঞ-চিকিৎসকও আছেন। নির্দিষ্ট লক্ষ্যের উপযোগী হাসপাতালও আছে, যেমন— প্রসূতি হাসপাতাল, সংক্রামক ব্যাধি-হাসপাতাল, চক্ষু হাসপাতাল, টিবি হাসপাতাল, স্নায়ুরোগ-সংক্রান্ত হাসপাতাল, ক্যান্সার হাসপাতাল ইত্যাদি। আরও নতুন হাসপাতাল ও চিকিৎসা বিজ্ঞান কলেজ তৈরির পরিকল্পনাও আছে। আবার একইসঙ্গে খেয়াল রাখতে হবে যে সরকারি চিকিৎসা ব্যবস্থায় হাসপাতালের ফি বৃদ্ধির ফলে সাধারণ গরীব মানুষ অনেক অসুবিধায় পড়ার সম্ভাবনা যেমন আছে তেমনই আবার ফি না বাড়ালে সরকারের পক্ষেও হাসপাতাল চালানো কঠিন হয়ে পড়ছে।

এইসব কিছুই স্বাস্থ্য প্রতিবেদককে মাথায় রাখতে হবে। তাঁকে খেয়াল রাখতে হবে কোনও দুরারোগ্য ব্যাধির কোনও ওষুধ আবিষ্কৃত হল কিনা, দেশে বা শহরে বিশেষ কোন বিশেষজ্ঞ চিকিৎসক এলেন কিনা, কোনও হাসপাতালে নতুন ব্যবস্থা কিছু হচ্ছে কিনা, চিকিৎসায় গাফিলতির ফলে কোনও হাসপাতালে

রোগীর মৃত্যু হল কিনা, মেডিক্যাল অ্যাসোসিয়েশন নির্দিষ্ট কোনও বিষয় নিয়ে সরব বা সক্রিয় হয়ে উঠেছে কিনা, কোনও হাসপাতালের অধ্যক্ষ বা অধীক্ষককে বদলি করা হল কিনা, কোনও হাসপাতাল বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের হাতে তুলে দেওয়ার প্রচেষ্টা চলছে কিনা, হঠাৎ রক্তদান শিবির উদ্যোগটা কমে গেল কেন এবং প্রকৃতই সেই কারণে ব্লাড ব্যাঙ্কে রক্তের অভাব দেখা দিয়েছে কিনা, আই ব্যাঙ্কে কেউ কর্ণিয়া দান করেন না কেন ইত্যাদি অজস্র বিষয় আছে যেগুলি সম্পর্কে একজন স্বাস্থ্য-প্রতিবেদককে মোটামুটি ভালোভাবে জানতে হবে। এবং প্রয়োজনমতো সময়ে সময়ে মানুষকে সংবাদের মাধ্যমে জানাতে হবে।

স্বাস্থ্য প্রতিবেদককে এও জানতে হবে শহরে বা কোনও নির্দিষ্ট জায়গায়/এলাকায় কোনও বিশেষ, ধরনের অসুখ দেখা দিয়েছে কিনা, কোনও নির্দিষ্ট স্থানে মশার উপদ্রব বেড়েছে কিনা বা ম্যালেরিয়ার আক্রান্তের সংখ্যা বেড়েছে কিনা, নাগরিক স্বাস্থ্যরক্ষার্থে কর্পোরেশন বা পুরসভা তার দায়িত্ব ঠিকমতো পালন করছে কিনা, শিশু ও মায়াদের স্বাস্থ্যরক্ষার স্বার্থে কী বিশেষ নজর দেওয়া হয়েছে ইত্যাদি নানা বিষয়ে মানুষ জানতে চায় এবং তাদের জানার প্রধান উপায়ই হচ্ছে সংবাদপত্র। সুতরাং স্বাস্থ্য-প্রতিবেদককে সর্বদাই সজাগ থাকতে হবে এবং স্বাস্থ্য ও চিকিৎসা-সংক্রান্ত কোন সমস্যা দেখা দিলে বা নতুন কোন সুযোগ-সুবিধার সম্ভাবনা দেখা দিলে মানুষকে জানাতে হবে। মাঝে মাঝে নানা জায়গায় স্বাস্থ্য শিবির বা Health Camp-এর ব্যবস্থা করা হয়, সে বিষয়েও ওয়াকিবহাল থাকতে হবে। এসব স্বাস্থ্য শিবির বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই বেসরকারি উদ্যোগে সংগঠিত হয়। অনেক সময় সরকারি উদ্যোগেও স্বাস্থ্য শিবির খোলা হয়। বিশেষ কোন রোগ প্রতিরোধের জন্য টিকাদানের ব্যবস্থাও সময়ে সময়ে করা হয়। এর মধ্যে শিশুদের টিকাদানের ব্যবস্থা কোথাও হলে সেদিকে বিশেষ নজর রাখা দরকার। জন্মনিয়ন্ত্রণ কর্মসূচির সর্বশেষ কী পরিস্থিতি, ম্যালেরিয়া উচ্ছেদ কার্যক্রম ঠিকমতো অনুসৃত হচ্ছে কিনা, অপুষ্টিজনিত কারণে অসুস্থ ও দারিদ্র্যসীমার নিচের মানুষদের জন্য কোন বিশেষ ব্যবস্থা হচ্ছে কিনা ইত্যাদি সব বিষয়েই নজর রাখতে হবে। নজর রাখতে হবে, কেন্দ্রীয় সরকারের তরফ থেকে বা কোন আন্তর্জাতিক সংস্থা থেকে স্বাস্থ্য-সংক্রান্ত বিশেষ কোন ব্যবস্থা করা হচ্ছে কিনা বা উদ্যোগ নেওয়া হচ্ছে কিনা। স্বাস্থ্য-সাংবাদিককে এসব খবরও মানুষকে জানাতে হবে।

স্বাস্থ্য, অসুখ ও চিকিৎসা-সংক্রান্ত সব খবরই সাংবাদিককে জানতে হবে ও মানুষকে তা জানাতে হবে। সুস্থ সমাজ ও সুলাভ চিকিৎসা ব্যবস্থা সুনিশ্চিত করার দায়িত্ব সরকারের ও বিভিন্ন বেসরকারি সংস্থার। কিন্তু মানুষকে সচেতন করা ও সর্বশেষ পরিস্থিতি সম্পর্কে অবহিত করা সাংবাদিকের সামাজিক দায়িত্ব।

২.১.৪ সারাংশ

সংবাদের শ্রেণীবিন্যাস বা সংবাদ কত রকমের হতে পারে সে বিষয়ক এককটি পাঠ করলেন। এখন দেখা যাক, আলোচিত অংশে যা বলা হয়েছে তার মধ্যে মূল তথ্যাদি কী আছে।

সংবাদপত্র যেহেতু সমাজের দর্পণ এবং রাজনীতি সমাজকে নিয়ন্ত্রণ করে তাই সংবাদপত্রের একটা

বড় অংশ জুড়ে থাকে রাজনৈতিক সংবাদ। গণতন্ত্রে মানুষের তৈরি সবচেয়ে বড় প্রতিষ্ঠান আইনসভা। তাই গুরুত্ব পায় আইনসভা-সংক্রান্ত প্রতিবেদন, বিশেষত, বাজেট বা বাজেট-সংক্রান্ত নানা বিষয়। নগর ও সমাজজীবন-সংক্রান্ত প্রতিবেদনে জোর দেওয়া হয় একদিকে সামাজিক সমস্যা, সামাজিক দায়িত্ব-কর্তব্য ও তার বিচ্যুতির ওপর ও অন্যদিকে নাগরিক অধিকার, সুখসুবিধা ইত্যাদি ওপর। আইন ভঙ্গ কর যেসব কাজকর্ম হয় ও যার ফলে সমাজের ক্ষতি হয় সেগুলি অপরাধ ও দুর্নীতি বলে গণ্য। সুতরাং গুরুত্বপূর্ণ, সমাজে, শাসনব্যবস্থায় বিচার-ব্যস্থার একটি বড় স্থান আছে। স্বাভাবিকভাবেই আইন-আদালত-সংক্রান্ত প্রতিবেদনের গুরুত্ব খুবই। রাজনীতি যেমন দেশ শাসন করে, অর্থনীতি তেমনি যোগায় খাদ্য, বস্ত্র, বাসস্থান। সুতরাং অর্থনীতি, ব্যবসা-বাণিজ্য ও শিল্পবিষয়ক প্রতিবেদনের গুরুত্ব অপরিসীম। উন্নয়ন বিষয়ক প্রতিবেদনের দৃষ্টিভঙ্গি ইতিবাচক। এ ধরনের প্রতিবেদন সামাজিক দায়িত্ববোধের পরিচায়ক। খেলাধুলা সম্পর্কিত সংবাদের পাঠক অংখ্য এবং তাঁদের আগ্রহ সীমাহীন। খেলা ছাড়াও খেলোয়াড়দের ব্যক্তি-জীবন, রুচিপছন্দ, দীনতা ও উদারতা সবই সংবাদ। এছাড়া আছে ফ্যাশন বা শৌখিন রীতিনীতি, সাজপোশাকের রেওয়াজ-সংক্রান্ত প্রতিবেদন যা সময়ের পরিবর্তনের সঙ্গে সঙ্গে বদলায় ও নবতর প্রজন্মকে আকর্ষণ করে। বিজ্ঞান বিষয়ক প্রতিবেদনে সাধারণত দুটি বিষয় গুরুত্ব পায়। একটি বিজ্ঞানের নবতম আবিষ্কার বা পুরাতন ধারণার অবসান। আর, অন্যটি বিজ্ঞানের সঙ্গে প্রযুক্তির মিলনে কল্যাণমূলক আবিষ্কার। পৃথিবীর পরিবেশ রক্ষা না করে পরিকল্পনাহীন কর্মকাণ্ডের বিস্তার মানব প্রজাতির পক্ষে বিষময়। সেই জন্য পরিবেশ ও বাস্তু-পরিবেশ-সংক্রান্ত প্রতিবেদনে মানুষের সচেতনতা বাড়ানো খুব প্রয়োজন। প্রয়োজন সুস্থ সমাজ গড়ে তোলা, প্রাথমিকভাবে যার মূল নিহিত আছে সমাজের প্রতিটি মানুষের সুস্বাস্থ্যের ওপর। এই সুস্থতা সুনিশ্চিত করার অন্যতম প্রধান উপায় হচ্ছে নিয়মিত প্রতিবেদন যা সাংবাদিকদের সামাজিক দায়িত্বের মধ্যেই পড়ে।

২.১.৫ অনুশীলনী

- ১। সংবাদের শ্রেণীবিন্যাস বলতে কী বোঝেন? অথবা, সংবাদ কতরকম বিষয়ভিত্তিক হতে পারে?
- ২। রাজনৈতিক প্রতিবেদন গুরুত্বপূর্ণ কেন?
- ৩। আইনসভা বা সংসদ/বিধানমণ্ডলী-সংক্রান্ত প্রতিবেদনের কোনও প্রয়োজনীয়তা আছে কী? থাকলে কী?
- ৪। নগর ও সমাজজীবন বিষয়ক প্রতিবেদনের গুরুত্ব কী?
- ৫। অপরাধ ও দুর্নীতি-সংক্রান্ত প্রতিবেদনে মানুষের আগ্রহ কেন?
- ৬। আইন-আদালত বিষয়ক প্রতিবেদনকে সংবাদপত্রে কেন গুরুত্ব দেওয়া হয়?
- ৭। অর্থনীতি ব্যবসাবাণিজ্য ও শিল্পবিষয়ক প্রতিবেদনের গুরুত্ব কেন দিন দিন বেড়েই চলেছে?

- ৮। খেলাধুলা-সংক্রান্ত প্রতিবেদনের জন্য সাংবাদিককে বিশেষজ্ঞ হিসাবে প্রতিষ্ঠিত হতে হয়। কেন?
- ৯। ফ্যাশন-সাংবাদিকতার বৈশিষ্ট্য বা প্রয়োজনীয়তা কী? শৌখিন রীতিনীতি, সাজপোশাকের রেওয়াজ-সংক্রান্ত প্রতিবেদন জনপ্রিয়ই বা কেন?
- ১০। বিজ্ঞানবিষয়ক প্রতিবেদন সর্বার্থে একটি বিশেষজ্ঞ-নির্ভর সাংবাদিকতা। এর কারণ ও প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করুন।
- ১১। পরিবেশ রক্ষার প্রয়োজনীয়তা ও পরিকল্পনাহীন যন্ত্র-সভ্যতা প্রসারের বিষময়তা সাধারণ মানুষ কীভাবে জানতে পারেন তা বিশদভাবে ব্যাখ্যা করুন।
- ১২। শরীরের সুস্থ অবস্থার নাম স্বাস্থ্য। কীভাবে স্বাস্থ্য, স্বাস্থ্য-পরিষেবা ও চিকিৎসা ব্যবস্থা সম্পর্কে মানুষকে অবহিত করা যায়? এ বিষয়ে সাংবাদিকের ভূমিকা বিশ্লেষণ করুন।

২.১.৬ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। The Active Reporter—James Lewis (Vikas Publications, Delhi).
- ২। The Indian Reporters' Guide—Richard Critchfield (Allied Pacific Private Limited, Bombay).
- ৩। Interpretative Reporting—Curtis D. MacDougall (Macmillan Limited, London).
- ৪। সংবাদ ও সাংবাদিকতা—অনুপম অধিকারী (পাত্র বুক হাউস, ৯ নবীন পাল লেন, কলকাতা ৯)।
- ৫। সংবাদ সাংবাদিক সাংবাদিকতা—সুজিত রায় (ভারতী সাহিত্য প্রকাশনী, ১০/২বি, রমানাথ মঞ্জুমদার স্ট্রিট, কলকাতা ৯)।
- ৬। বিষয় সাংবাদিকতা—ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায় (লিপিকা, কলেজ রো, কলকাতা ৯)
- ৭। The Student Journalist—Edmund C. Arnold and Kriegbaum (New York University Press).
- ৮। The Professional Journalist—John Hohenberg (Henry Holt and Company, New York).
- ৯। The Practice of Journalism—John Dodge and George Viner (Heinemann, London).
- ১০। News Reporters and New Sources—Herbert Strentz (Prentice Hall of India Private Ltd., New Delhi, 110 001).

- ११ | Professional New Writing—B. Garrison (Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, NJ).
- १२ | Professional Feature Writing — B. Garrison (Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, (NJ)
- १७ | Into the Newsroom : An Introduction to Journalism — Leonard Ray Teel and Ron Taylor (Prentice Hall of India Private Ltd., New Delhi, 110 001).
- १८ | Basic Journalism—Rangaswami Parthasarathi.
- १९ | A History of Press in India — S. Natarajan (Asia Publishing, Calcutta).
- २० | A History of Indian Journalism—Mohit Mitra (National Book Agency Private Ltd, Calcutta).
- २१ | Theory and Practice of Journalism—B. N. Ahuja (Surjeet Publication, New Delhi).

একক ২ ফিচার, সাক্ষাৎকার: প্রকার ও কৌশল, সম্পাদকীয়, ওপ-এড
পৃষ্ঠা, ক্রোড়পত্র (Supplements)

২.২.০ গঠন

- ২.২.১ উদ্দেশ্য
- ২.২.২ প্রস্তাবনা
- ২.২.৩ ফিচার
 - ২.২.৩.১ ফিচারের সংজ্ঞা
 - ২.২.৩.২ ফিচার ও সংবাদ প্রতিবেদন
 - ২.২.৩.৩ ফিচারের বিষয়বস্তু
 - ২.২.৩.৪ ফিচারের বৈশিষ্ট্য
 - ২.২.৩.৫ ছবির ব্যবহার
 - ২.২.৩.৬ ফিচারের গুরুত্ব
- ২.২.৪ মানবিক আবেদনমূলক প্রতিবেদন
- ২.২.৫ সাক্ষাৎকার: প্রকার ও কৌশল
 - ২.২.৫.১ সাক্ষাৎকারের ধরন ও প্রকার
 - ২.২.৫.২ সাক্ষাৎকার গ্রহণের পর্বপ্রস্তুতি
 - ২.২.৫.৩ সাক্ষাৎকার গ্রহণের নিয়ম
 - ২.২.৫.৪ লিখন শৈলী
- ২.২.৬ সম্পাদকীয়
- ২.২.৭ ওপ-এড পৃষ্ঠা
- ২.২.৮ ক্রোড়পত্র (Supplements)
- ২.২.৯ সারাংশ
- ২.২.১০ অনুশীলনী
- ২.২.১১ গ্রন্থপঞ্জি

২.২.১ উদ্দেশ্য

আধুনিক বৈদ্যুতিন মাধ্যম জনমানসে এক বিশেষ প্রভাব ফেলেছে। যত দিন যাচ্ছে, ততই বাড়ছে অনুষ্ঠানের বৈচিত্র্য। পরিবর্তিত পরিস্থিতিতে সংবাদপত্রগুলিও এক নতুন চ্যালেঞ্জের মুখোমুখি। বিষয়গত পরিবেশনে তারাও আনছে পরিবর্তন। মানবিক আবেদনমূলক সংবাদের পাশাপাশি, ফিচার, সাক্ষাৎকার, প্রকাশ করছে। কিন্তু এ সমস্তর পিছনে এক যৌথ কর্মকাণ্ড জড়িয়ে আছে। কিন্তু কী ভাবে? তাই এ সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা দেওয়াই এই এককের উদ্দেশ্য।

২.২.২ প্রস্তাবনা

সাক্ষাৎকার গ্রহণ, কীভাবে একজন ফিচার লিখবেন, কীভাবে সাংবাদিক সংবাদকে করে তুলবেন মানবিক আবেদনসম্পন্ন প্রতিবেদন, তা শুধুমাত্র পাঠ্যপুস্তক পড়লেই শেখা যায় না। দৈনন্দিন অভিজ্ঞতা ও হাতে-কলমের কর্মকাণ্ডের মধ্য দিয়ে শেখা দরকার। তবে বিষয়গুলি সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা থাকলে ফিল্ডে কাজ করতে সুবিধা হয়। সাধারণ নিয়মগুলি তাই জানতেই হয়। ফিচারকে যথাযথ বুঝে সাংবাদিক ধরে রাখেন তাঁর পাঠককে। এসকল বিষয় হাতে-কলমের কাজ হলেও বিষয়গুলি সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা সাংবাদিক, শিক্ষানবিশের কর্মকাণ্ডের পথকে আরো মসৃণ করে তুলতে সহায়ক ভূমিকা পালন করে।

২.২.৩ ফিচার

বিজ্ঞান ও প্রযুক্তির অভাবনীয় অগ্রগতি সংবাদ ও তথ্য জানানোর কৌশলকে ইতিবাচক ভাবে প্রভাবিত করেছে। আজ শুধুমাত্র সংবাদ জানানোর মধ্যেই সংবাদ মাধ্যমগুলি ক্ষান্ত নয়। তারও বিশেষ বিশেষ ধরন আছে; যা পাঠককে তথ্য ও সংবাদ জানানোর সাথে সাথে আনন্দও দেয়। ফিচার হল সেই সুখপাঠ্যের বিষয়।

২.২.৩.১ ফিচারের সংজ্ঞা

ফিচারের ধরন ও তার কাঠামো কি হওয়া উচিত এ নিয়ে নানা মূনির নানা মত। তবে ফিচার সম্পর্কে বিশিষ্ট ঔপন্যাসিক উইলিয়াম থ্যাকারের কথাটি একজন সাংবাদিক মনে রাখা দরকার— “The most engaging power of an author to make new things familiar and familiar things new”, অর্থাৎ চেনা জগতের অজানা দিক এবং অজানাকে জানানো ফিচার লেখকের কাজ।

লুইস আলেকজান্ডার মনে করেন ফিচার শুরু হয় রিপোর্টিং দিয়ে এবং পাঠকের কাছে ঘটনাটির বর্ণনা ও তার অর্থ পৌঁছে দেয়। জি. এফ. মট (G. F. Mott) এর মতে— “Features entertains, informs, teaches” অর্থাৎ ফিচার পাঠককে আনন্দ দেয়, তথ্য জানায় এবং কিছু শেখায়।

বিখ্যাত সাংবাদিক উইলিয়াম ব্ল্যায়ার ফিচার কি তা বোঝাতে গিয়ে বলেছেন— “a detail presentation of facts in an interesting way adopted to rapid reading for the purpose of entertain or informs the average persons” অর্থাৎ ফিচার হল এমন এক ধরনের লেখা যা দ্রুতপাঠের উপযোগী করে আকর্ষণীয় ভঙ্গিতে বিস্তারিতভাবে পরিবেশন করা হয়। ফিচারের উদ্দেশ্য গড়পড়তা সাধারণ পাঠককে তথ্য জানানো বা আনন্দ দেওয়া।

বিশিষ্ট সাংবাদিকদের মতে ফিচার ও সংবাদ প্রতিবেদনের মধ্যে উদ্দেশ্যগত পার্থক্য রয়েছে। ফিচারে তথ্য ও সংবাদকে শুধুমাত্র সবিস্তারে সাজিয়েই দেওয়া হয় না, তাকে আকর্ষণীয় ভঙ্গি পরিবেশন করাও হয়, যা পড়ে পাঠক আনন্দ পায়।

২.২.৩.২ ফিচার ও সংবাদ প্রতিবেদন

সংবাদ প্রতিবেদনে কোন ঘটনা বা বিষয়ের তথ্যকে জানিয়ে দেওয়া হয়। ফিচার কিন্তু তথ্য জানানোর সাথে সাথে সংশ্লিষ্ট বিষয়ের পশ্চাদপট তুলে ধরে একটা নতুন দৃষ্টিভঙ্গি পরিবেশন করা হয়। এমনকি ভবিষ্যতের ইঙ্গিত দেবার চেষ্টা করা হয় ফিচারে।

সংবাদ প্রতিবেদনের মত কে, কী, কখন, কোথায়, কেন এবং কেমনভাবে ইত্যাদি প্রশ্নের উত্তর দিয়েই ক্ষান্ত হয়না ফিচার লেখক। ফিচারকে আকর্ষণীয় করে তোলার জন্য ঘটনার প্রভাবকে ফিচারে তুলে ধরার চেষ্টা করা হয়।

২.২.৩.৩ ফিচারের বিষয়বস্তু

ফিচারের বিষয়বস্তু সম্পর্কে বিশেষজ্ঞরা বলেছেন Sky is the limit. মূলত গভীর ও মননশীল পর্যবেক্ষণ থেকেই এর বিষয়বস্তু বার করে আনতে পারেন ফিচার লেখক। আসলে বিষয়ের নতুনত্বই ফিচারের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ লক্ষণ।

জে. ইউ. জি. রাও মহাত্মা গান্ধীর ছাগলের দুধ খাওয়া নিয়ে এক ‘সাক্ষাৎকার’ ভিত্তিক ফিচারে লিখেছিলেন। সবাই জানেন গান্ধীজি ছাগলের দুধ খেতেন নিয়মিত। এ ধরনের বিষয়বস্তুকে নিয়ে লেখা ফিচার পাঠককে আকর্ষণ করেছিল। আবার পি.টি. ট্যান্ডন নেহেরুর সোভিয়েত সফরের সময় তাঁর রাঁধুণী ‘বুধি’কে নিয়ে লিখেছিলেন—“The cook who is tomorrow” শীর্ষক ফিচার।

ফিচারের বিষয়বস্তু হিসেবে মুখ্যমন্ত্রীর চেয়ে তাঁর আরদালি বা লিফটম্যান অনেক বেশি আকর্ষণীয়। আসলে পাঠকের সামনে অজানা জগতের অজানা ঘটনা বা চেনা জগতের অচেনা কোন মাত্রা তুলে ধরতে পারলে তা ফিচারের বিষয়বস্তু হতে পারে।

২.২.৩.৪ ফিচারের বৈশিষ্ট্য

ফিচার বিনোদনমূলক বিষয়বস্তু হলেও তার প্রধান আকর্ষণ মানবিক স্পর্শে। ফিচার সংবাদ প্রতিবেদনের তুলনায় একটু হালকা চালের, হালকা মেজাজের লেখা এবং এটি সংবাদ প্রতিবেদনের মতো উল্টো পিরামিড পদ্ধতিতে লেখা হয়না।

ফিচারে তথ্যকে বিস্তৃত ভাবে সাজিয়ে দিলেই হয়না, প্রয়োজনে তথ্যের বিশ্লেষণ তথ্যের বিশ্লেষণ প্রয়োজন যা নতুন দিককে তুলে ধরতে সাহায্য করে। ফিচার নিরপেক্ষভাবে তথ্যের বিশ্লেষণ করে। পাঠককে কোন একটি মতামতে চালিত করা ফিচার লেখকের কাজ নয়। ভালো ফিচার পাঠক গল্পের মত পড়ে যান। তবে ফিচার গল্পের মত কল্পনাপ্রসূত নয়; তা অবশ্যভাবেই তথ্যভিত্তিক।

একটা ভালো ফিচারের সাধারণত তিনটি গুণ থাকা প্রয়োজন—

- ১। সহজ সরল বর্ণনা।
- ২। সুনিয়ন্ত্রিত রচনাশৈলী, যাতে পাঠকের বিরক্তিকর উপাদান অনুপস্থিত।
- ৩। প্রচুর ঘটনা বা বিষয়ের সন্নিবেশ ঘটানো।

২.২.৩.৫ ছবির ব্যবহার

সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনে ফিচারকে আকর্ষণীয় করে তুলতে ফিচারের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ ও প্রাসঙ্গিক ছবি বা স্কেচের প্রচলন উল্লেখ করার মতো। যেমন ভ্রমণ সম্পর্কে ফিচার হলে সংশ্লিষ্ট জায়গার ছবি বা খেলাধুলা-সংক্রান্ত ফিচার হলে খেলোয়াড়ের ছবি অথবা খেলার এক বিশেষ মুহূর্তের ছবি ছেপে দেওয়া হয়।

ফিচার প্রকাশের সঙ্গে সঙ্গে প্রয়োজন উপযুক্ত ও আকর্ষণীয় শিরোনাম, যা সাধারণ পাঠককে ফিচার পড়তে উৎসাহিত করে।

২.২.৩.৬ ফিচারের গুরুত্ব

সংবাদপত্রের ইতিহাসবেত্তারা বলেন, দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের সময় থেকে সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্রে ফিচারের রমরমা দেখা গেল উপন্যাস, ছোটগল্পের চেয়ে সংবাদপত্রের ফিচারের আকর্ষণ পাঠকের কাছে বেশি। বিশেষজ্ঞরা মনে করেন, রেডিও টিভির ক্রমপ্রসারের সঙ্গে পাল্লা দিতেই ফিচারের আবির্ভাব। আজকে ইলেকট্রনিক প্রচারমাধ্যমের ব্যাপক প্রসারের যুগে স্পট নিউজ মানুষ সংবাদপত্র দেবার অনেক আগেই পেয়ে যাচ্ছেন। পালশীহান মনে করেন— “The days of thye scoop and the extra gone.” সংবাদপত্র তাই ডুব দিয়েছে সংবাদের অন্তরালে। তথ্য বিশ্লেষণ করে নতুন দিককে তুলে ধরা হয় ফিচারে, যা আদলে পাঠককে চিন্তার সূত্র যুগিয়ে দিতে সাহায্য করে।

মানুষের পাঠাভ্যাসও দ্রুত বদলাচ্ছে। উপন্যাস ও ছোটগল্পের মানবিক আবেদন পড়ার মত সময় মানুষ পাচ্ছে না। ফিচারের মানবিক স্পর্শই সে স্বাদ মেটাচ্ছে। তাছাড়া ফিচারের মধ্য দিয়ে তথ্য জানানোর নতুন স্টাইল তাকে আলাদা গুরুত্ব দিয়েছে। সংবাদপত্রে ফিচার এতটাই গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠেছে যে ব্রায়ান নিকোলাস তাঁর ‘Feature with Flair’ গ্রন্থে ফিচারকে সংবাদপত্রের ‘Soul’ বা আত্মা বলে বর্ণনা করেছেন।

২.২.৪ মানবিক আবেদনমূলক প্রতিবেদন

এখন গণমাধ্যমগুলিতে চটকদার সংবাদ পরিবেশনের রমরমা ব্যাপার। মানবিক আবেদনমূলক সংবাদের বিষয়টি ধীরে ধীরে আড়ালে আড়ালে সরে যাচ্ছে। সংবাদ মাধ্যমগুলি বাজারী প্রবণতার দরুণ সাধারণ পাঠকের স্বার্থ ক্ষতিগ্রস্ত হচ্ছে। ফলত প্রশ্ন ওঠে মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ সংবাদ কি? তার গুরুত্ব কোথায়?

আজকের সংবাদ মাধ্যমে বা মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ প্রতিবেদন খুবই আলোচিত বিষয় হয়ে উঠেছে। সংবাদ ডেস্ক ও রিপোর্টাররা, এমনকি সংবাদ সংস্থা পর্যন্ত এ ধরনের বিষয় ও প্রতিবেদন সম্পর্কে বিশেষভাবে মাথা ঘামাচ্ছে। স্বভাবতই, এই প্রেক্ষাপটে মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ বলতে ঠিক কি বোঝায় এবং কিভাবে তা পরিবেশন করতে হয় তা নিয়ে বিশেষভাবে মাথা ঘামাতে হচ্ছে সংশ্লিষ্ট সকলকে।

মানবিক আবেদনমূলক সংবাদ

আক্ষরিক অর্থে যদি ধরা যায়, যে সংবাদ মানুষকে আকৃষ্ট করে তাই হল হিউম্যান ইন্টারেস্ট বা মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ সংবাদ। এই দৃষ্টিভঙ্গি থেকে বিচার করলে সমস্ত ধরনেরই খবরেরই প্রথম শর্ত হচ্ছে পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করার যোগ্যতা। যে খবর পাঠককে পড়তে আগ্রহী করে না, তা খবরই নয়। এটাই তো সাংবাদিকতায় সংবাদ নির্বাচনের প্রচলিত রীতি।

এই রীতিকে সামনে রেখে এ ধরনের সংবাদের চরিত্র ও বৈশিষ্ট্য বিচার্য বিষয়। পাঠকের মনে আবেদন তৈরি করতে পারলেই কোন ‘সংবাদ’কে ‘মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ’ সংবাদ বলা যায় না। সমস্ত ধরনের ‘সংবাদ’ এরই আবেদন আছে বা থাকা উচিত পাঠকের কাছে। কিন্তু সব ক্ষেত্রেই এই ‘আবেদন’ এক ধরনের নয়। ঘটনা বা তথ্য জানার জন্য পাঠক যে প্রতিবেদন পড়ছেন তার আবেদন এক ধরনের। কিন্তু ‘জোড়া কন্যা গঙ্গা-যমুনা ভোট দিতে যাবে’ এই প্রতিবেদনের আবেদন কি একই ধরনের? আবার ‘আর কে. নারায়ণন রাষ্ট্রপতি হিসেবে প্রথম ভোট দিলেন’ এই সংবাদ প্রতিবেদনের সঙ্গে গঙ্গা-যমুনার ভোট দেবার খবরের কোন পার্থক্য নেই। দুটো সংবাদেরই ‘আবেদন’ আছে পাঠকের কাছে। কিন্তু পৃথক ধরনের ‘আবেদন’। রাষ্ট্রপতি ভোটদানের খবরটার রাজনৈতিক গুরুত্বের কারণে আবেদন আছে। কিন্তু ‘গঙ্গা-যমুনা’ ভোটের হিসেবে সাধারণ, রাজনৈতিক গুরুত্বে তাদের খবর হয়ে ওঠার কোন যোগ্যতা নেই।

কোন কোন সাধারণ ভোটার ভোট দেওয়া নিয়ে সাধারণ পাঠকেরই কোন আকর্ষণ-বিকর্ষণ নেই। কিন্তু গঙ্গা-যমুনা রাজনৈতিক বিবেচনায় ভোটার হলেও, সবাই জানেন, তাদের দেহ পরস্পরের সঙ্গে জোড়া, সেই অবস্থাতেই তাদের বয়স আট বছর পার হয়েছে এবং তারা ভোট দেবে। এটা ‘সংবাদযোগ্য’ ঘটনা তার কারণ তাদের শারীরিক প্রতিবন্ধকতার। এর ‘আবেদন’ পাঠকের আবেগের (emotion) কাছে। ভোট নিয়ে গুচ্ছ খবরের ভিড়েও গঙ্গা-যমুনার খবরটি পাঠকের মনের নরম কোণে দাগ কাটবে। একেই বলে ‘মানবিক-আবেদন-সমৃদ্ধ’ সংবাদ বা Human-interest news।

বৈশিষ্ট্য

মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের কিছু বৈশিষ্ট্য তুলে ধরা যেতে পারে। যেমন—

- ১) মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের মূল আবেদন পাঠকের মানবিক আবেগ ও অনুভূতিপ্রবণতার কাছে। এটাই সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ও মৌলিক বৈশিষ্ট্য।
- ২) সাধারণভাবে সংবাদের ক্ষেত্রে কি, কখন, কোথায়, কিভাবে ঘটল বা কারা ঘটালোর মতো পয়েন্টগুলো যেরকম ও যেভাবে গুরুত্বপূর্ণ, মানবিক-আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের ক্ষেত্রে তা সেভাবে হয় না। এখানে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার ব্যতিক্রমধর্মীতা। ঘটনার স্থানকালপাত্রপাত্রীর চেয়েও গুরুত্বপূর্ণ হল বিষয়টি পাঠক বা দর্শক-শ্রোতার অনুভূতিপ্রবণতায় নাড়া দিতে পারবে কিনা।
- ৩) সাধারণ সংবাদের ক্ষেত্রে সংবাদযোগ্য হয়ে ওঠার ক্ষেত্রে অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ বিষয় হল তাৎক্ষণিকতা বা ‘immediacy’। ঘটনা কতটা ‘টাটকা’ তা অন্যতম প্রধান বিবেচ্য। কিন্তু এক্ষেত্রে মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের তা হয় না। আজকের খবর কালকে বাসি, অর্থাৎ তা সংবাদ—এমনটা এক্ষেত্রে ঘটে না।
- ৪) সাধারণভাবে, সংবাদ-যোগ্যতা নির্ধারণের ক্ষেত্রে অর্থাৎ কোন বিষয় বা ঘটনা ‘সংবাদ’ হিসেবে গুরুত্ব পাবার সময় ঘটনার সাম্প্রতিকতম পরিণতি বা চূড়ান্ত পরিণতি কী, সেটাই নজর করা হয়, অর্থাৎ সংবাদ সাধারণভাবে চূড়ান্ত পরিণতিই হল সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ পয়েন্ট। এটাই হার্ডনিউজের রীতি। সেকারণেই সংবাদ প্রতিবেদনে থাকে ইন্টো বালাড। প্রথমেই পাঠককে ‘পরিণতি’ অংশটি ধরিয়ে দিয়ে খবর পরিবেশন শুরু করা হয়। মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের ক্ষেত্রে প্রচলিত ইন্টোরীতি ও মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ সংবাদের ক্ষেত্রে অনুসৃত হয় না। যেমন ধরা যাক, ‘মানবশিশু পাহারায় তিন কুকুর’— এই যে সংবাদটি। এর চূড়ান্ত পরিণতি কী? কিন্তু যদি হাসপাতালে বাচ্চাকে খেয়ে ফেলত কুকুর, তাহলে তার সংবাদ হিসেবে মেজজে হতো আলাদা, তার ইন্টোলিডও পৃথক হতো।

এ প্রসঙ্গে উল্লেখ্য যে, মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ প্রতিবেদন সাধারণভাবে সফট নিউজ বা নরম সংবাদ।

মানবিক আবেদনমুখী দৃষ্টিকোণ

মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ প্রতিবেদন আলোচনা প্রসঙ্গে আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় চলে আসে, যা আধুনিক সংবাদ প্রতিবেদন রীতিতে চালু হয়ে উঠছে নজরকাড়া ভাবে।

এ আলোচনা থেকে মনে হতে পারে যে, হয়তো শুধুমাত্র বিশেষ বিশেষ বিষয় বা ঘটনার ক্ষেত্রেই এই ধরনের প্রতিবেদন হওয়া সম্ভব। অর্থাৎ একটি সংবাদ হয় মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ বলে বিবেচিত হতে পারে, নয় পারে না।

কিন্তু এটা হলো মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ প্রতিবেদন সম্পর্কে একটি একমাত্রিক ধারণা। অভিজ্ঞ ও দক্ষ সাংবাদিকরা মনে করেন যে কোন সংবাদযোগ্য ঘটনাতে হার্ডনিউজ বার করে নেবার সঙ্গে সঙ্গে প্রতিবেদনকে দেখতে হবে, তাতে মানবিক আবেদনের দৃষ্টিকোণ থেকে কোন খবর করা যায় কিনা। কোন সংবাদযোগ্য ঘটনার ‘হার্ডনিউজ’-এর একটা দিক যেমন থাকে তেমনি থাকতে পারে মানবিক আবেদন-সমৃদ্ধ একটি বা একাধিক দিক। চিত্রকলা-সংক্রান্ত কোন প্রদর্শনী রিভিউ করতে গেলে রঙ সম্পর্কে ও তার প্রয়োগ সম্পর্কে জ্ঞান থাকা জরুরী। আন্দাজে টির ছুঁড়ে চিত্রকলা রিভিউ করা অসম্ভব।

শিরোনাম ও ছবির ব্যবহার

প্রদর্শনী রিভিউকে আকর্ষণীয় করে তুলতে বিষয়ের দিক থেকে সামঞ্জস্য রেখে একটি শিরোনাম নির্বাচন করতে হয়। সাধারণ পাঠক যাতে রিভিউটি পড়তে আগ্রহ প্রকাশ করেন সেজন্য প্রদর্শনীর বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ ছবি রিভিউ প্রকাশের সঙ্গে তুলে ধরতে হয়, নিচে দিতে হয় শিল্পীর নাম।

২.২.৫ সাক্ষাৎকার গ্রহণ

সাক্ষাৎকার মারফত সাক্ষাৎদাতার নিজস্ব বাক্যে, তথ্যে কোন বিষয় বা ঘটনা সম্পর্কে মতামত, কারণ তুলে ধরা হয়। চলতি কোন ঘটনাকে ঘিরে সাক্ষাৎদাতার মতামতকে সামনে রেখে অন্যান্য পাঠক, স্রোতা দর্শকরা তাদের মতামত সম্পর্কে একটা সমীকরণ টানতে পারেন।

সাক্ষাৎকার কী

কোনও ব্যক্তি, বিষয় বা ঘটনা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহের একটি উপায় সাক্ষাৎকার। প্রতিবেদনকে জীবন্ত, মানবিক এবং বিশ্বাসযোগ্য করে তোলার জন্য একটি ঘটনা, কোনও বিষয় বা ব্যক্তিকে ঘিরে তার আশপাশের সাধারণ ও বিশেষজ্ঞ পর্যায়ের ব্যক্তিবর্গের সঙ্গে কথা বলার প্রয়োজন হয়ে পড়ে। রিপোর্টকে সার্বিক অর্থে সুন্দর ও তথ্যবহুল করে তোলার জন্য বিভিন্ন ব্যক্তির সঙ্গে রিপোর্টার বা ঘটনা অনুসন্ধানকারীর এই যে আলাপ-আলোচনা এটাই সাক্ষাৎকার। সাক্ষাৎকার সাংবাদিকতার একটি বিশিষ্ট দিক।

২.২.৫.১ সাক্ষাৎকারের ধরন

উপস্থাপনা, বাচনভঙ্গি, প্রশ্নোত্তরশৈলী, বিষয়বস্তু ইত্যাদির ওপর সাক্ষাৎকারের ধরন নির্ভর করে। সাক্ষাৎকারগুলি হল—

(ক) সংবাদ সাক্ষাৎকার : ইতিমধ্যে ঘটে গেছে কিংবা খুব শিগ্গির ঘটতে যাচ্ছে এমন কোনও ঘটনার সংবাদকে কেন্দ্র করে যে সাক্ষাৎকার নেওয়া হয়— সেটাই সংবাদ সাক্ষাৎকার। মূলত সাম্প্রতিক কোনও সংবাদের বিষয়বস্তুর ওপর কর্তৃপক্ষের মতামত সংগ্রহ করে পাঠকের সামনে তুলেই ধরাই এর উদ্দেশ্য। এক্ষেত্রে সাক্ষাৎকারদানকারী যা বলেন সেটাই হল বিষয়। যিনি সাক্ষাৎকার দিচ্ছেন তিনি সংবাদসূত্র মাত্র।

রাজনীতি, বাণিজ্য, শিক্ষা, অপরাধ, আবিষ্কার, খেলাধুলা, সাহিত্য, সংস্কৃতি ইত্যাদি যে কোনও বিষয়ে সংবাদ সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা যেতে পারে।

(খ) ব্যক্তিত্ব সাক্ষাৎকার : এ ধরনের সাক্ষাৎকারে ব্যক্তিত্বই প্রধান। এর মাধ্যমে কোনও বিশিষ্ট ব্যক্তিত্বকে পাঠকের সামনে তুলে ধরা হয়। সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির যে যে দিকগুলি পাঠকের মনে কৌতূহল বা জানার ইচ্ছেকে প্রভাবিত করে সাংবাদিক সেই সেই দিকগুলি তুলে ধরার চেষ্টা করেন। এখানে সাংবাদিকের সৃজনশীলতা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়।

(গ) সিম্পোজিয়াম সাক্ষাৎকার : এক্ষেত্রে কোনও একটা বিষয়ের ওপর একাধিক ব্যক্তির সাক্ষাৎকার নেওয়া হয়। সকলের মতামত থেকে একটি মূলসুর বেরিয়ে আসে। সাংবাদিক সেই মূল বক্তব্যই তুলে ধরেন পাঠকের কাছে।

(ঘ) দলগত সাক্ষাৎকার : একে সংবাদ সাক্ষাৎকারের সঙ্গে তুলনা করা যায়। এ ধরনের সাক্ষাৎকারে কোনও বিশেষ ব্যক্তি নয়, বরং কোনও বিশেষ দল কিংবা গোষ্ঠীর একদল ব্যক্তির সাক্ষাৎকার নেওয়া হয়। যেমন— পাটকল-ধর্মঘট প্রতিবেদন করতে গেলে সাধারণ শ্রমিক থেকে শুরু করে মালিক পর্যন্ত সকলেরই মতামত শুনতে হয়। এখানে সবার মতই গুরুত্বপূর্ণ। আসলে ভারসাম্যমূলক সংবাদ প্রকাশে এ ধরনের সাক্ষাৎকার সহায়ক।

২.২.৫.২ সাক্ষাৎকার গ্রহণের পূর্বপ্রস্তুতি

সাক্ষাৎকার গ্রহণে পূর্বপ্রস্তুতি দরকার। প্রস্তুতি ছাড়া সাক্ষাৎকার নিতে যাওয়া ঠিক নয়। তবে সাক্ষাৎকারের জন্য প্রস্তুতি কী হবে তা নির্ভর করে বিষয়ের প্রকৃতির ওপর।

কোনও ব্যক্তির সাক্ষাৎকার নিতে যাবার আগে সাক্ষাৎদাতার কাছে কি জানতে হবে সে বিষয়ে ওয়াকিবহাল হওয়া দরকার। কোন বিশিষ্ট ব্যক্তির সাক্ষাৎকার গ্রহণ করতে গিয়ে অসংলগ্ন প্রশ্ন করলে সাক্ষাৎকার গ্রহণের উদ্দেশ্য মাটি হয়ে যেতে পারে। খুনের ঘটনায় দারোগার সাক্ষাৎকার নেওয়ার সময়

প্রয়োজনীয় তথ্যকে সামনে রেখেই প্রশ্ননির্বাচন জরুরী। স্বাভাবিক কারণেই এ ধরনের সাক্ষাৎকার গ্রহণ পূর্বে কিছু সম্ভাব্য প্রশ্নমালা তৈরি করে নিলে সুবিধা হয়।

আবার এমনও হতে পারে যে সাক্ষাৎকার নিতে গিয়ে বিষয়ের পরিবর্তন করতে হতে পারে। ধরা যাক খুনের মামলা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহের জন্য প্রস্তুতি নিয়ে ইনস্পেক্টর জেনারেল অব পুলিশের সাক্ষাৎকার নিতে গিয়েছেন। কিন্তু তিনি ওই নির্দিষ্ট খুনের ঘটনা এড়িয়ে ওই ধরনের খুনের ব্যাপারে কোনও রাষ্ট্রীয় তদন্ত বা নীতির ব্যাপারে কথাবার্তা বলতে বেশি আগ্রহী। এক্ষেত্রে সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীকে বিষয় পরিবর্তনের জন্য মানসিকভাবে প্রস্তুত থাকতে হবে।

সাক্ষাৎকার গ্রহণ-পূর্ব প্রস্তুতি হিসেবে সাক্ষাৎদাতার মেজাজ-মর্জি সম্পর্কেও আগাম ধারণা করে নিতে হয়। অনেকেই মনে করেন সাক্ষাৎদাতার ছবি দেখলে এ ব্যাপারে আগাম ধারণা আন্দাজ করা যায়।

২.২.৫.৩ সাক্ষাৎকার গ্রহণের নিয়ম

সাক্ষাৎকার গ্রহণপর্বই সাক্ষাৎকারের গুরুত্বপূর্ণ অংশ। সাক্ষাৎকার-প্রদানকারীর সঙ্গে আলাপ-আলোচনা, প্রশ্নোত্তর ইত্যাদির জন্য কিছু কৌশল অবলম্বন করতে হয়। প্রথম কাজ হল যথাসময়ে, যথাস্থলে উপস্থিত থাকা এবং দেখা করা। সাক্ষাৎকার গ্রহণ করার শুরুতে একটা ঘরোয়া আবহাওয়া তৈরির দিকে নজর দিতে হয়। আলাপচারিতার মধ্য দিয়েই মূল প্রশ্নের দিকে এগোতে হয়। আলোচনাচক্র নির্দিষ্ট লক্ষ্যের দিকে কেন্দ্রীভূত করতে হবে। এরপর প্রয়োজন সাক্ষাৎকারের গভীরে প্রবেশ করা। কিছু কিছু প্রশ্নে সাক্ষাৎকার-প্রদানকারী এতে বিব্রত ও অস্বস্তিবোধ করলে তা মোকাবিলা করার কৌশলও ঠিক রাখতে হবে। এরপরই সাক্ষাৎকারীকে সমাপ্তির দিকে নিয়ে যেতে হবে। এরজন্য আবার হালকা কথাবার্তায় ফিরে আসতে হবে।

বক্তব্য লেখা : সাক্ষাৎকারদানকারী যেসব গুরুত্বপূর্ণ কথা বলবেন তা ছবছ টুকে নিতে হবে। নোটবুকে লেখার আগে অনুমতি নেওয়া প্রয়োজন। সাক্ষাৎকারদানকারী যে কথা বলবেন তা যদি ঠিক ঠিক লিপিবদ্ধ করা না হয় তবে রিপোর্ট লেখার সময় অসুবিধা হবে। রিপোর্ট প্রকাশিত হলে আরও অসুবিধা হতে পারে। রিপোর্টার বিপদে পড়তে পারেন।

রেকর্ড করা : নোট করার সময় অসুবিধা দেখা দিলে টেপরেকর্ডারের সাহায্য নেওয়া যেতে পারে। তবে টেপরেকর্ডার ব্যবহার করা যাবে কি না যে ব্যাপারে অনুমতি নিতে হবে। অনেকে টেপরেকর্ডিং পছন্দ করেন না। ব্যাপারটি আগেই জানার চেষ্টা করতে হবে। এক্ষেত্রে বিস্তৃত নোট নেবার চেষ্টা করতে হবে। সাক্ষাৎকারের পর কেউ কেউ আবার চূড়ান্তভাবে কী ছাপা হবে তা দেখতে চান। রিপোর্টার যদি মনে করেন তা দেখালে ক্ষতির কারণ নেই তবে তা দেখাতে পারেন।

প্রসঙ্গক্রমে উল্লেখ্য লুকিয়ে টেপরেকর্ডিং করা উচিত নয়। এতে প্রতিবেদকের বিশ্বাসযোগ্যতা ক্ষতিগ্রস্ত

হয়। এ অবস্থায় নোটবুক এবং স্মৃতিশক্তির ওপর নির্ভর করা জরুরী।

অনেক সময় আবার সাক্ষাৎকারদানকারী ব্যক্তি কথা বলার সময় বলতে পারেন ‘অফ দি রেকর্ড’ যার অর্থ এখন যা বলছি তা ব্যবহার করা যাবে না। ‘অফ দি রেকর্ড’ বলার সঙ্গে সঙ্গে টেপরেকর্ডিং বা নোট নেওয়া বন্ধ করে দিতে হবে। ‘অফ দি রেকর্ড’-এর অন্তর্গত কথাবার্তা প্রতিবেদনে ব্যবহার করা উচিত নয়। এমন কোন কথা ব্যবহার করা বাঞ্ছনীয় নয় যা সাক্ষাৎকারদানকারীর ক্ষতি করে। সে কারণে ‘অফ দি রেকর্ড’-এর বিষয়টি স্মরণে রাখা উচিত।

প্রশ্ন করার কৌশল : সাক্ষাৎকার গ্রহণ করার আগে কিছু প্রশ্ন তৈরি করা জরুরী। তবে এসব প্রশ্নের কোনটি আগে-পরে করতে হবে তা নির্ধারণ করা কম গুরুত্বপূর্ণ নয়। কোনও স্পর্শকাতর প্রশ্ন দিয়ে সাক্ষাৎকার শুরু করলে সাক্ষাৎকারের আসল উদ্দেশ্য বাধাপ্রাপ্ত হতে পারে। একারণে হালকা প্রশ্ন দিয়ে সাক্ষাৎকার শুরু করা বাঞ্ছনীয়। সেনসেটিভ এবং কঠিন প্রশ্নগুলির শেষের দিক তুলে ধরা উচিত। ঘুরিয়ে পৌঁচিয়ে বড় প্রশ্ন করা অনুচিত এবং প্রশ্নে নিজের মতামত প্রকাশ করা ঠিক নয়।

সাক্ষাৎকারের পরিবেশ : সাক্ষাৎকার গ্রহণের স্থান বা পরিবেশ কী হবে তা নির্ভর করে সাক্ষাৎকারের বিষয় ও ব্যক্তিত্বের ওপর। কোন বিশিষ্ট ব্যক্তির সাক্ষাৎকারের স্থান যেমন কোন রেলস্টেশন হতে পারে না তেমনি একজন আদিবাসীর সাক্ষাৎকারের স্থান পাঁচতারা হোটেলের শীততাপনিয়ন্ত্রিত কক্ষ হলে বেমানান লাগে। সাক্ষাৎকারের পরিবেশ যথাযথ ও অনুকূল না হলে আলাপচারিতায় ছেদ পড়তে পারে এবং তার আসল বৈশিষ্ট্য ব্যর্থ হয়ে যেতে পারে।

২.২.৫.৪ লিখন শৈলী

সাক্ষাৎকারভিত্তিক প্রতিবেদন লেখার স্টাইল প্রতিটি ব্যক্তির নিজস্ব স্টাইল। সে ব্যাপারে লেখকের নিজস্বতা থাকতে পারে। কিন্তু সাক্ষাৎকার নেবার পর যা জরুরী সেটি হল যত তাড়াতাড়ি সম্ভব সাক্ষাৎকার লিখে ফেলা। এতে তথ্য হারিয়ে যাবার ভয় কম থাকে। সাক্ষাৎকার প্রতিবেদন লেখার পরও কিছু কাজ বাকি থাকে। তা হল প্রয়োজনবোধে প্রতিবেদন সাক্ষাৎকারদানকারীকে দেখিয়ে প্রয়োজনীয় কাটছাট বা সংযোজন।

২.২.৬ সম্পাদকীয়

একটি সম্পাদকীয় একটি নির্দিষ্ট সমস্যা সম্পর্কে একটি প্রকাশনার সরকারী দৃষ্টিভঙ্গি হয়। এটি একটি দেশের এজেন্ডা চালানোর সম্ভাবনা রয়েছে। সম্পাদকীয় সাধারণত স্বাক্ষরবিহীন হয়। এটি জনমতকে প্রভাবিত করে, সমালোচনামূলক চিন্তাভাবনা প্রচার করে কখনও কখনও সম্পাদকীয় কোনও ইস্যু গ্রহণের জন্য মানুষকে উদ্বুদ্ধ করে বা অনুপ্রাণিত করে।

সম্পাদকীয় একটি সংবাদপত্রের প্রাণ হিসাবে বিবেচিত হয়। এটি দিনের গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলিতে

সংবাদপত্রের নীতি এবং অবস্থান প্রতিফলিত করে। সম্পাদকীয়গুলি সমাজে বিরাজমান সমস্যাগুলির জন্য পরামর্শ এবং সমাধানও দেয়।

সম্পাদকের নামে সম্পাদকীয় প্রকাশিত হলেও সেগুলি সবসময় সম্পাদক নিজেই লিখে থাকেন না। একটি পত্রিকায় সাধারণত সম্পাদকীয় লেখকদের একটি প্যানেল থাকে যারা এই কাজটি সম্পন্ন করেন। সংবেদনশীল সমস্যাগুলি প্রায়শই সম্পাদক নিজে বা সংবাদপত্রের নীতিগুলির সাথে পরিচিত কেউ পরিচালনা করেন।

সম্পাদকীয় লেখাকে সর্বদা এমন একটি শিল্প হিসাবে বিবেচনা করা হয়েছে যা অনুশীলন এবং ভাষার ন্যায়বিচারের ব্যবহারের মাধ্যমে আয়ত্ত করা দরকার। এটি কোনও সংবাদ প্রতিবেদনের স্টাইলে বা কোনও নিবন্ধের বিন্যাসে লেখা হয় না। একটি ভাল সম্পাদকীয় কেবল চিন্তার প্রক্রিয়াটিকেই উষ্ণ দেয় না, পাঠযোগ্যও হয়।

যদি আপনাকে কোনও বিষয়ে সম্পাদকীয় লিখতে বলা হয়, আপনার লেখার সময় এই উপাদানগুলি মাথা এ রাখার চেষ্টা করা উচিত :

- ক) সম্পাদকীয়টির অন্যান্য সংবাদের মতো একটি ভূমিকা, বডি এবং উপসংহার থাকতে হবে
- খ) এটি ইস্যুটির, বিশেষত জটিল সমস্যাগুলির একটি উদ্দেশ্যমূলক ব্যাখ্যা সরবরাহ করা উচিত
- গ) এটি একটি সময়োচিত সংবাদ কোণ থাকা উচিত
- ঘ) পাঠকের সম্পূর্ণ দৃষ্টিভঙ্গি দেওয়ার জন্য সম্পাদকীয়টিরও বিরোধী দৃষ্টিভঙ্গির মতামত থাকতে হবে
- ঙ) সম্পাদকীয় ব্যক্তিত্ব নয়, ইস্যুতে পাঠকদের জড়িত করার চেষ্টা করা উচিত। আপনার নামকরণ বা প্ররোচিত করার ক্ষুদ্র কৌশলগুলি থেকে বিরত থাকা উচিত।

চ) সম্পাদকীয়তে সমালোচিত হওয়ার সমস্যা বা ইস্যুটির বিকল্প সমাধান সরবরাহ করা উচিত। পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে শুরুটিকে আকর্ষণীয় করে তুলুন। বেশিরভাগ সময় তৃতীয় ব্যক্তিতে লিখুন। প্রচারক হওয়ার চেষ্টা করবেন না। বিশ্বাসযোগ্য যুক্তি ব্যবহার করুন এবং খাঁটি তথ্যসহ তাদের ব্যাক করুন।

২.২.৭ ওপ-এড পৃষ্ঠা

মেরিয়াম-ওয়েবস্টার অভিধানে একটি ওপ-এড পৃষ্ঠাটিকে সংজ্ঞা দেয় “সাধারণত একটি সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় পৃষ্ঠার বিপরীতে বিশেষ বৈশিষ্ট্যগুলির একটি পৃষ্ঠা; এছাড়াও এই জাতীয় পৃষ্ঠায় একটি বৈশিষ্ট্য”।

ওপ-এড সমার্থকভাবে কোনও নিবন্ধ বা প্রবন্ধের জন্য কোনও ইস্যুতে কোনও লেখকের মতামত দেওয়ার জন্য ব্যবহৃত হয়। অভিধানটি এটিকে সংজ্ঞায়িত করেছে: “একটি সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনে একটি প্রবন্ধ যা লেখকের মতামত দেয় এবং এটি এমন কেউ লিখেছেন যা সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিন দ্বারা নিযুক্ত নয়।”

ওপ-এড লেখকদের আকাঙ্ক্ষা জন্য টিপস

- * একটি ওপ-এডের উদ্দেশ্যটি একটি মতামত দেওয়া। এটি কোনও সংবাদ বিশ্লেষণ বা বিকল্প দৃষ্টিভঙ্গির মাপকাঠি নয়।
- * কোনও পত্রিকা কলামের স্টাইলে কোনও ওপ-এড লেখা উচিত নয়। একটি ওপ-এড অবদানকারী এমন বিশেষজ্ঞ যা কেবল তাদের জানাতে চেষ্টা করেন।
- * আপনার যুক্তি সমর্থন করতে তথ্য, পরিসংখ্যান এবং অধ্যয়ন ব্যবহার করুন
- * পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রথমে সবচেয়ে শক্তিশালী, সবচেয়ে উত্তেজনাপূর্ণ অনুচ্ছেদের সাথে ওপ-এডটি আবার লিখুন।



২.২.৮ ক্রোড়পত্র (Supplements)

সংবাদপত্রগুলি পাঠকদের ব্যস্ততা বাড়ানোর জন্য বিশেষ নিবন্ধ, উইকএন্ডের পুল-আউট এবং

ক্রোড়পত্র নিয়ে আসে। বিশেষ নিবন্ধগুলি একটি বিশদ বিশ্লেষণের পাশাপাশি কোনও সমস্যা, একটি জায়গা এবং ইভেন্টের দৃষ্টিভঙ্গি সরবরাহ করে। সাধারণত একটি বিশেষ নিবন্ধ পত্রিকার অভ্যন্তরে প্রকাশিত হয়, সপ্তাহান্তে পুল-আউট এবং পরিপূরক পাঠকদের বিভিন্ন স্বাদ পূরণ করে। সমস্ত বড় সংবাদপত্র সপ্তাহান্তে পুল-আউট এবং ক্রোড়পত্রগুলি নিয়মিত প্রকাশ করে।

বিশেষ নিবন্ধগুলির জন্য নীতি রচনাগুলি, উইকএন্ডের পুল-আউটস বা ক্রোড়পত্রগুলি কমবেশি একই থাকে। আপনাকে অবশ্যই একটি আকর্ষণীয় এবং সুস্পষ্ট পদ্ধতিতে লেখার চেষ্টা করতে হবে। আপনার উদ্দেশ্য পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করা এবং তাকে জড়িত করা উচিত।



২.২.৯ সারাংশ

এই এককে আমরা যে বিষয়ে জানলাম সেগুলো হলো :

- * ফিচার
- * সাক্ষাৎকার
- * সম্পাদকীয়
- * ওপ-এড পৃষ্ঠা
- * ক্রোড়পত্র

২.২.১০ অনুশীলনী

১) সংক্ষিপ্ত উত্তরভিত্তিক প্রশ্ন:

- ক) সংবাদে মানবিক আবেদন বলতে কি বোঝায়?
- খ) সাংবাদিক হিসেবে ফিচারের বিষয় নির্বাচন কেমনভাবে করবেন?
- গ) ‘অফ দি রেকর্ড’ কি? এ বিষয়টিকে কি গুরুত্ব দেওয়া উচিত?

২) রচনাভিত্তিক ও বিশ্লেষণমূলক উত্তরের প্রশ্ন :

- ক) চটকদার সংবাদপ্রবণতার যুগে মানবিক আবেদনমূলক সংবাদ কি কোন প্রভাব ফেলতে পারে? উত্তরের সপক্ষে অথবা বিপক্ষে যুক্তি দিন।
- খ) সংবাদপত্রগুলি নিয়মিত ফিচার প্রকাশ করে। পাঠক হিসেব আপনি কি ধরনের ফিচার পড়েন? কেন পড়েন?
- গ) ফিচারের দায়িত্বে থাকলে আপনি কোন কোন বিষয়কে নির্বাচন করবেন? যুক্তি দিয়ে বোঝান?
- ঘ) সাক্ষাৎকার প্রক্রিয়াকে সফল করে তুলতে একজন সাংবাদিক কি কি ভাবে প্রস্তুতি নেবেন?
- ঙ) সাক্ষাৎকার কী? সাক্ষাৎকারের ধরন অনুযায়ী কোন সাক্ষাৎকার কীভাবে পরিচালনা করা দরকার?

২.২.১১ গ্রন্থপঞ্জী

অবশ্য পাঠ্য :

১. রিপোর্টিং—সুধাংশু শেখর রায়

২. সাংবাদিকতা, সাংবাদিক ও সংবাদপত্র — সুধাংশু শেখর রায়
৩. সাংবাদিকতা পরিচিতি — সম্পাদনা: রোল্যান্ড ই উলস্লে
৪. ফটো সাংবাদিকতা — নীরোদ রায়
৫. The Professional Journalism — John Hohenberg
৬. Professional Journalism — M. V. Kamath
৭. Book Reviewing — Drewry John Eldrige
৮. Film — Heinzkill Richard
৯. Guide Book to the Drama — Vargas Lais
১০. Writing the Feature Article — Steigleman, Walter Allen
১১. Writing and selling Feature Articles — Patterson Hallen Marguerite

সহায়ক গ্রন্থ :

১. Here is the News — Partha Sarathi Rongswami
২. News Reporting and Press Photography — Amar Nath
৩. The Publishing and Review of Reference Sources — Bill Katz and Robin Kinder
৪. (The) Book Review Digest — H. W. Wilson
৫. Figures of Light — Kauffmann Etanby
৬. A Guide to Critical Reviews — Salem James M.

একক ৩ বিশেষীকৃত প্রতিবেদন (Specialized Reporting)

২.৩.০ গঠন

- ২.৩.১ উদ্দেশ্য
- ২.৩.২ প্রস্তাবনা
- ২.৩.৩ সঙ্গীত সমালোচনা বা পর্যালোচনা
 - ২.৩.৩.১ সমালোচনাকারী
 - ২.৩.৩.২ সঙ্গীত সমালোচনা কী
 - ২.৩.৩.৩ ছবির ব্যবহার
 - ২.৩.৩.৪ মিউজিক রিভিউ এর প্রয়োজনীয়তা
- ২.৩.৪ পুস্তক সমালোচনা
 - ২.৩.৪.১ সমালোচনাকারী
 - ২.৩.৪.২ সমালোচনা কী
 - ২.৩.৪.৩ পাঠক কারা
 - ২.৩.৪.৪ পুস্তক সমালোচনার বৈশিষ্ট্য
 - ২.৩.৪.৫ পুস্তক সমালোচনার নিয়ম
 - ২.৩.৪.৬ মাধ্যম নির্বাচন
 - ২.৩.৪.৭ সমালোচনা লেখার পদ্ধতি
 - ২.৩.৪.৮ পুস্তক সমালোচনায় সাংবাদিকতা সুলভ লেখা
- ২.৩.৫ সিনেমা সমালোচনা
 - ২.৩.৫.১ সিনেমা সমালোচনা কী
 - ২.৩.৫.২ সমালোচনাকারী
 - ২.৩.৫.৩ সমালোচনা শৈলী
 - ২.৩.৫.৪ সমালোচনা করার নিয়ম

২.৩.৫.৫ জনপ্রিয়তার কারণ

২.৩.৬ নাট্য সমালোচনা

২.৩.৬.১ নাটক সমালোচনা কী

২.৩.৬.২ সমালোচনা করার নিয়ম

২.৩.৬.৩ সমালোচনা লেখার কৌশল

২.৩.৭ প্রদর্শনী সমালোচনা

২.৩.৭.১ সমালোচনাকারী

২.৩.৭.২ প্রদর্শনী সমালোচনা লেখার নিয়ম

২.৩.৭.৩ চিত্রকলা ও রং প্রসঙ্গ

২.৩.৭.৪ শিরোনাম ও ছবির ব্যবহার

২.৩.৮ ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং

২.৩.৯ সারাংশ

২.৩.১০ অনুশীলনী

২.৩.১১ গ্রন্থপঞ্জি

২.৩.১ উদ্দেশ্য

আধুনিক বৈদ্যুতিন মাধ্যম জনমানসে এক বিশেষ প্রভাব ফেলেছে। যত দিন যাচ্ছে, ততই বাড়ছে অনুষ্ঠানের বৈচিত্র্য। পরিবর্তিত পরিস্থিতিতে সংবাদপত্রগুলিও এক নতুন চ্যালেঞ্জের মুখোমুখি। বিষয়গত পরিবেশনে তারাও আনছে পরিবর্তন। নানা ধরনের রিভিউ প্রকাশ করছে। কিন্তু এ সমস্তের পিছনে এক যৌথ কর্মকাণ্ড জড়িয়ে আছে। কিন্তু কী ভাবে? তাই এ সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা দেওয়াই এই এককের উদ্দেশ্য।

৩.৩.২ প্রস্তাবনা

আন্দাজে টিল ছুঁড়ে রিভিউ লেখা যায় না। সাধারণ নিয়মগুলি তাই জানতেই হয়। এসকল বিষয় হাতে-কলমের কাজ হলেও বিষয়গুলি সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা সাংবপাদিক, শিক্ষানবিশের কর্মকাণ্ডের পথকে আরো মসৃণ করে তুলতে সহায়ক ভূমিকা পালন করে।

২.৩.৩ সঙ্গীত সমালোচনা বা পর্যালোচনা

ইংরেজি ‘মিউজিক’ শব্দটির আভিধানিক অর্থ সংগীতবিদ্যা। আবার কবিতায় সুরারোপ করাও মিউজিকের পর্যায়ে পরে। কিন্তু আলোচনার সুবিধার জন্য মিউজিক রিভিউ বলতে এখানে সাম্প্রতিক সময়ের সিডি রিভিউকে বোঝানো হল।

গান বা সঙ্গীত বিনোদনের এক বিশেষ মাধ্যম। গানের বিশাল বাজারকে সামনে রেখে ছোটবড় বহু কোম্পানি গড়ে উঠেছে। তৈরি হচ্ছে গানের সিডিও। এইসব কোম্পানিগুলি সিডি সংবাদপত্র অফিসে পাঠান রিভিউ-এর জন্য।

২.৩.৩.১ সমালোচনাকারী

সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে সংবাদপত্রের সাংস্কৃতিক বা বিনোদনের পৃষ্ঠার দায়িত্বে থাকেন একজন দক্ষ ও অভিজ্ঞ সাংবাদিক। তাঁরা নিজে অথবা অন্য কাউকে দিয়ে মিউজিক রিভিউ করিয়ে থাকেন। প্রসঙ্গক্রমে উল্লেখ্য, সংবাদপত্র দফতরগুলিতে বহু রিভিউ-এর জন্য। কিন্তু সবগুলিই রিভিউ করা সম্ভব হয় না। সংবাদপত্রগুলি তাই বেছে বেছে নিজেদের পছন্দ অনুযায়ী গুটিকয়েক মিউজিক রিভিউ করে থাকে। ‘আনন্দবাজার পত্রিকা’য় মিউজিক রিভিউ খুব জনপ্রিয়।

২.৩.৩.২ সঙ্গীত সমালোচনা কী

মিউজিক রিভিউয়ে সিডির নাম কে বা কারা গেয়েছেন তাদের বয়স, প্রকাশক কোম্পানীর নাম এবং সিডির দাম উল্লেখ করতে হয়। সিডিতে কটি গান আছে সে কথাও তুলে ধরতে হয়। তবে ভাল মিউজিক রিভিউয়ে গায়কের কণ্ঠমাধুর্য, সুর ও তাল-লয়ের ওঠানামা প্রসঙ্গে সমালোচক তাঁর মতামত প্রকাশ করে থাকেন। নতুন শিল্পীদের দুর্বলতা যেমন তুলে ধরে, তেমনি শিল্পীর ভবিষ্যৎ প্রতিষ্ঠার সম্পর্কে একটা আভাস দেবার চেষ্টা করা হয়। মিউজিকের নতুন আঙ্গিক, গানের খামতি বা কোন গানটি আরো একটু ভালো করা যেত, এ বিষয়গুলিও সমালোচক তাঁর লেখায় উল্লেখ করেন। এছাড়া প্রতিদিনই নানারকম সংগীতানুষ্ঠান হয়। সেই অনুষ্ঠানের কভারেজ থাকে সংগীতের পাতায়।

২.৩.৩.৩ ছবির ব্যবহার

মিউজিকে সিডি, অ্যালবামের প্রচ্ছদের ছবি, গায়ক-গায়িকার ছবি দিয়ে সমালোচনাটিকে আকর্ষণীয় ভঙ্গিতে প্রকাশ করা হয়।

২.৩.৩.৪ মিউজিক রিভিউ-এর প্রয়োজনীয়তা

জাতীয় এবং আন্তর্জাতিকস্তরে মিউজিক বা গানের একটা বড় বাজার রয়েছে। অর্থাৎ বিপুল সংখ্যক সংগীতপ্রিয় শ্রোতা রয়েছেন, যারা নতুন নতুন শিল্পী ও তাদের গান সম্পর্কে আগ্রহী। তাদের প্রিয়শিল্পীর

নতুন সিডি অথবা ইউটিউবে নতুন কিছু প্রকাশিত হল কিনা তা জানতে চান। আবার নতুন শিল্পীরও সন্ধান করেন তারা।

মিউজিক রিভিউ শ্রোতাদের ওই চাহিদা পূরণ করার চেষ্টা করে। এদিক থেকে বিচার করলে মিউজিক রিভিউ-এর সংবাদমূল্যও কম নয়। পাঠক এই রিভিউ পড়ে সিডি কেনায় অথবা ইউটিউবে অনুষ্ঠান দেখায় আগ্রহ প্রকাশ করেন।

২.৩.৪ পুস্তক সমালোচনা

পুস্তক সমালোচনা বা বুক রিভিউ-এর জন্য কোন পূর্বনির্ধারিত সর্বসম্মত বিধিনিয়ম নেই। রিভিউ-লেখকের নিজস্ব কুশলতা, কাগজের নীতি, বইয়ের ধরন, পাঠকের রুচি-চাহিদা— এসবের ওপর নির্ভর করে তা গড়ে ওঠে। এ ব্যাপারে তাই বাঁধাছক অচল।

প্রসঙ্গত উল্লেখ্য, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র বা পশ্চিমী দেশগুলিতে এবং সম্প্রতি আমাদের দেশে সীমিতভাবে বেতার, দূরদর্শনে পুস্তক সমালোচনার চল থাকলেও সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্রেই তা জনপ্রিয়। চলতি রীতি অনুযায়ী দৈনিক সংবাদপত্রে বুক রিভিউ প্রকাশিত হয় সপ্তাহের কোন একটি নির্দিষ্ট দিনে। যেমন—আনন্দবাজার পত্রিকায় শনিবার প্রকাশিত হয় বুক রিভিউ ‘পুস্তক পরিচয়’ শিরোনামে। আজকাল সংবাদপত্রে রবিবার ‘বই’ এই শিরোনামে বুক রিভিউ প্রকাশিত হয়ে থাকে।

২.৩.৪.১ সমালোচনাকারী

বই রিভিউ করার জন্য অনেক সংবাদপত্রে নিজস্ব স্টাফ থাকে। তবে আমাদের দেশে বিশেষজ্ঞদের দিয়ে বই রিভিউ করানো হয়। অধ্যাপক, গবেষকরাই মূলত একাজ করে থাকেন। স্বাভাবিক ভাবেই তাঁরা কাগজের বেতনভোগী নিয়মিত কর্মী নন। নির্দিষ্ট সমালোচনার ভিত্তিতে সংবাদপত্র থেকে অর্থ পেয়ে থাকেন।

২.৩.৪.২ সমালোচনা কী

বুক রিভিউ বলতে বোঝায় কোন বই সম্পর্কে সম্ভাব্য পাঠকের সঙ্গে পরিচয় করিয়ে দেওয়া। আনন্দবাজার পত্রিকার বুক রিভিউ সংক্রান্ত সাপ্তাহিক বিশেষ পাতাটির নামই দেওয়া হয়েছে ‘পুস্তক পরিচয়’। বইয়ের বিষয়বস্তু, বইয়ের দাম, প্রকাশক, লেখকের স্টাইল ইত্যাদি সম্বন্ধে পাঠককে জানানো। বিশেষজ্ঞ জন ড্রিউই তাঁর ‘বুক রিভিউ’ গ্রন্থে আদর্শ বুক রিভিউ বলতে তেমন লেখাকেই উল্লেখ করেছেন যে লেখায় একদিকে থাকবে বইটির প্রাথমিক পরিচয়, অন্যদিকে থাকবে রিভিউ লেখকের বস্তুনিষ্ঠ ও তথ্যসমৃদ্ধ নিজস্ব মূল্যায়ন।

২.৩.৪.৩ পাঠক কারা

সার্থকভাবে পুস্তক সমালোচনা করতে হলে তার পাঠকমহল এবং পাঠক চাহিদা সম্বন্ধেও স্বচ্ছ ধারণা থাকা দরকার। তা না হলে লক্ষ্যভেদ করা সম্ভব নয়। মোটামুটি ভাবে বলা যায়—

- ক) সাধারণ পাঠক বা লাইব্রেরিওয়ালারা বইপত্র কেনার জন্যে রিভিউ পড়েন এবং পড়ে বই সম্বন্ধে মোটামুটি ধারণা তৈরি করেন।
- খ) অনেকে পড়েন কোন প্রকাশনা সম্বন্ধে বিশেষজ্ঞরা কী মনে করছে তা জানার জন্য।
- গ) অনেক সময় সব বই সকলের পক্ষে পড়া সম্ভব হয়ে ওঠে না, তাই রিভিউ পড়েই বইটি সম্পর্কে আপাত ধারণা করে নিতে চান।
- ঘ) আবার অনেকে পড়েন শুধুই পড়ার জন্য। সম্পাদকীয়, ফিচার, কলাম বা সংবাদ প্রতিবেদন পড়ার মতন নেহাতই তাৎক্ষণিক আকর্ষণ।

২.৩.৪.৪ পুস্তক সমালোচনার বৈশিষ্ট্য

সংবাদপত্র প্রকাশনার জন্য বুক রিভিউ করতে গেলে কিছু রীতি বা নিয়ম মেনে চলা উচিত—

- ক) একজন বিশেষজ্ঞের মতে— “The reviewer should convey to the reader the news of the book, the who, what, when, where and ‘how’ of the book and the way.” অর্থাৎ বইটি সম্পর্কে সংক্ষিপ্ত বর্ণনা।
- খ) লেখকের পরিচয়।
- গ) একই বিষয়বস্তু নিয়ে প্রকাশিত অন্যান্য লেখা এবং একই লেখকের অন্যান্য রচনার মধ্যে তুলনামূলক আলোচনা।
- ঘ) লেখকের লক্ষ্য, উদ্দেশ্য এবং সাফল্য সম্বন্ধে তাঁর মত বা মূল্যায়নকে যুক্তিপূর্ণ বা স্পষ্টভাষায় পেশ করতে হয়।
- ছ) রিভিউ লেখাটিকে একটি স্বয়ংসম্পূর্ণ লেখা হয়ে উঠতে হবে। রিভিউ-এ যে বইটি সম্বন্ধে লেখা সেই বইটির ওপর নির্ভরশীল হবে না। রিভিউ লেখাটি যেন সুখপাঠ্য হয়।

২.৩.৪.৫ পুস্তক সমালোচনার নিয়ম

সঠিকভাবে বই নির্বাচন করা রিভিউ-এর ক্ষেত্রে একটি প্রয়োজনীয় পূর্বশর্ত। সংবাদপত্রগুলিতে বহু বই আসে সমালোচনার জন্য; কিন্তু সব বই রিভিউ করা সম্ভব হয় না, তাই বাড়াই-বাছাই করতেই হয়।

শুধু বই নির্বাচন করলেই হল না, পেশাদারি সাফল্য অর্জন করতে গেলে আগাম প্রস্তুতি দরকার।

নিয়মিত অনুশীলন ছাড়া তা সম্ভব নয়। এজন্য প্রাথমিক কর্তব্য হচ্ছে বই এ প্রকাশনা জগৎ সম্বন্ধে যতটা সম্ভব ওয়াকিবহাল থাকা। সেজন্য গুরুত্বপূর্ণ দৈনিক ও সাময়িক পত্রগুলির বই রিভিউ-সংক্রান্ত পাতাগুলি নিয়মিত পড়া দরকার। বই ও লেখকদের নিয়ে বেতার ও দূরদর্শন যে সকল অনুষ্ঠান করে তা শোনা ও দেখা প্রয়োজন। বই সম্বন্ধে সাম্প্রতিক তথ্য জানার জন্য বিভিন্ন প্রকাশনা সংস্থার নিউজলেটার, বুলেটিন, বিজ্ঞাপন, প্রকাশন সমিতির মুখপত্রগুলি নিয়মিত পড়া দরকার। আর সেই সঙ্গে বিভিন্ন ধরনের বই পড়ার অভ্যাসের গুরুত্ব তো রয়েছেই।

রিভিউ-এর প্রধান মতই হচ্ছে বইটি ভালো করে পড়া। অভিযোগ, রিভিউ লেখকরা বহুক্ষেত্রেই সম্পূর্ণ না পড়েই বই রিভিউ করেন। স্বাভাবিকভাবেই তাতে কিছু খামতি থেকে যায়। পড়ার সঙ্গে সঙ্গে রিভিউ প্রতিবেদনের একটি খসড়া তৈরি করে নেওয়া উচিত। সাথে সাথে পয়েন্টগুলো লিখে নেওয়া উচিত। এতে রিভিউ করতে সুবিধা হয়।

২.৩.৪.৬ মাধ্যম নির্বাচন

রিভিউ কোন মাধ্যমে প্রকাশিত হবে তা লেখায় হাত দেবার আগে বুঝে নেওয়া দরকার। কারণ প্রতিটি মাধ্যমেরই নিজস্ব কিছু বৈশিষ্ট্য ও স্বাতন্ত্র্য রয়েছে। রিভিউ লেখককে দেখে নিতে হবে কোন পত্রিকার জন্য লিখছেন, না কি কোন জনপ্রিয় সাময়িকপত্রের জন্য লিখছেন না কি দৈনিক সংবাদপত্রের জন্য লিখছেন। এছাড়া বেতার, দূরদর্শনে বই রিভিউ সম্পূর্ণ আলাদা।

২.৩.৪.৭ সমালোচনা লেখার পদ্ধতি

রিভিউ-এর বিষয়বস্তুকে খসড়া থেকে সাজিয়ে লেখার জন্য কিছুটা মানসিক প্রস্তুতি দরকার। অনেকে মনে করেন লেখার আগে কিছুটা আত্মস্থ হওয়ার প্রয়োজন আছে। যা মানসিক দূরত্বের জন্য দরকার। ‘নিউইয়র্ক টাইমস্’-এর ডঃ অ্যালেনসিন ক্লেয়ার উইলের কথা অনুযায়ী—“Sleep over your review. Do not attempt to write a review immediately upon completing a book. Think about the book and decide upon your approach before sitting down to typewriter.”

শিরোনামে লেখা : প্রতিটি রিভিউ প্রতিবেদনেরই একটি উপযুক্ত শিরোনাম দেওয়া দরকার। লেখ্য বিষয়ের সঙ্গে সম্পর্কে রেখে শিরোনাম গঠন করতে হয়, যা হবে রিভিউ-এর সামগ্রিক মূল্যায়নের একটি চূম্বক। রিভিউ প্রতিবেদনের প্রথম ধাপ তার শিরোনাম, ফলে এমন শিরোনাম গঠন করতে হবে যা পাঠককে পুরো প্রতিবেদনটি পড়তে উৎসাহিত করে।

নির্দেশিকা ও ছবি : যে কোন রিভিউ লেখাতেই পাঠক যাতে এক ঝলকে জানতে পারেন, সেজন্য বইয়ের নাম, লেখকের নাম, বইয়ের দাম, প্রকাশকের নাম— ইত্যাদি বিষয়গুলি মোটা হরফে রিভিউ লেখার গোড়ায় বা সব শেষে জুড়ে দেওয়া হয়। এই অংশকে বলে নির্দেশিকা।

এছাড়া খবরের কাগজে ও ম্যাগাজিনে সংশ্লিষ্ট বইটির প্রচ্ছদের ছবি দেওয়াও প্রচলিত রীতি। এর ফলে পাঠক বইটির দৃশ্যরূপটিও পেয়ে যান। আবার অনেক সময় বইটির মধ্যে ব্যবহৃত কোন ফটো বা স্কেচ প্রাসঙ্গিক মনে হলে রিভিউ-এর মধ্যে পুনঃমুদ্রিত করা হয়।

২.৩.৪.৮ পুস্তক সমালোচনায় সাংবাদিকতা সুলভ লেখা

‘রিভিউ’ শব্দটির মধ্যে বিশেষজ্ঞ সুলভ গান্ধীর্যের আভাস থাকলেও, তা বিশেষজ্ঞদের জন্য লেখা হয় না। তার লক্ষ্য যত বেশি সংখ্যক পাঠককে আকর্ষণ করা। তাই রিভিউ লিখন কৌশল সাংবাদিকতা সুলভ লেখার বাইরে নয়। সার্থক রিভিউ সাংবাদিকতারই অংশ। জন ড্রিউই-র মতে বই রিভিউতে সম্পাদকীয়, সংবাদ প্রতিবেদন এবং ফিচারের লক্ষণগুলি বর্তমান। রিভিউতে বর্ণনা করতে হয় সংবাদের ঘটনা, বিবরণী পেশ করার মতন। সম্পাদকীয়তে যেমন থাকে বিশ্লেষণ, ব্যাখ্যা ও মূল্যায়ন— তেমনি থাকে রিভিউতেও। আবার লেখকের মতামতও এতে থাকে। ফলে রিভিউ অনেকটা কলাম লেখার মত।

রিভিউ লেখার শৈল্পিক কৌশল লেখকের কাছে একটা চ্যালেঞ্জ। সংশ্লিষ্ট বইটি পড়তে পাঠককে উৎসাহিত করার বিষয়টি তাকে বিবেচনায় রাখতে হয়।

প্রয়োজনীয় সতর্কতা : বই রিভিউ করার সময় কিছু সতর্কতা ও নীতি অবলম্বন করতে হয়—

- ১) কখনো কোন বন্ধু বা নিকটাত্মীয়ের লেখা বই রিভিউ করা উচিত নয়। তাহলে সঠিক বিচারের ঘাটতির সম্ভাবনা থাকে।
- ২) রিভিউতে কখনো ব্যক্তিগত আক্রমণ বা বিদ্বেষপ্রসূত কোন সমালোচনা করা উচিত নয়।
- ৩) উপদেশ দেওয়ার ভঙ্গিতে বই রিভিউ লেখা অনুচিত।

২.৩.৫ সিনেমা সমালোচনা

জনমানসে সিনেমা আজ বেশ জনপ্রিয়। স্বাভাবিক ভাবেই সাংবাদিকতায় এই জনপ্রিয় বিষয়টিকে এড়িয়ে যাওয়া সম্ভব নয়। টেলিভিশনের পাশাপাশি সংবাদপত্রগুলিও সিনেমা-সংক্রান্ত ফিচার, রিভিউ ইত্যাদি প্রকাশ করছে নিয়মিত।

২.৩.৫.১ সিনেমা সমালোচনা কী

সিনেমা রিভিউ বলতে বোঝায় সম্প্রতি মুক্তি পাওয়া কোন সিনেমা সম্পর্কে সম্ভাব্য দর্শককে পরিচয় করিয়ে দেওয়া। এই পরিচয় কিন্তু বহুমাত্রিক। গল্প, পরিচালক, নায়ক, নায়িকা থেকে শুরু করে টেকনিক্যাল বিষয়গুলিও তুলে ধরা হয় এই সমালোচনায়। এছাড়া থাকে সমালোচকের মতামত। এই মতামত কখনো সরাসরি, আবার কখনো প্রচ্ছন্ন থাকে।

২.৩.৫.২ সমালোচনাকারী

সংবাদপত্রগুলি তাদের বিশেষ ও দক্ষ সাংবাদিকদের দিয়ে সিনেমা রিভিউ করিয়ে থাকে। তবে আজকাল দক্ষ ও সিনেমা পরিচালক, অভিনেতা, অভিনেত্রীদের দিয়েই সিনেমা রিভিউ করিয়ে থাকে। যেমন আনন্দবাজার পত্রিকার বিশেষ ত্রেণ্ডপত্র ‘পত্রিকা’য় শতাব্দী রায়, কখনো বা প্রভাত রায়, ঋতুপর্ণ ঘোষ প্রমুখরা সিনেমা রিভিউ করে থাকেন।

২.৩.৫.৩ সমালোচনা শৈলী

সিনেমা রিভিউ-এর মধ্যে ফিচারের বৈশিষ্ট্য বর্তমান। রিভিউ লেখকের লক্ষ্য হল যত বেশি সম্ভব পাঠকের কাছে সিনেমাটির বিষয়বস্তুকে তুলে ধরা। সিনেমার মূল আকর্ষণই হল বিনোদন। সেজন্য রিভিউকে গুরুগম্ভীর করে পরিবেশন করা উচিত নয়; আকর্ষণীয় ভাবে তাকে তুলে ধরতে হয়।

রিভিউ লেখার আকর্ষণীয়তাকে বজায় রেখেই রিভিউ-এ সিনেমার বহুমাত্রিক বিষয়কে সঠিক বিন্যাসে সাজাতে হয়। সংশ্লিষ্ট সিনেমার গল্প, অভিনয়, মিউজিক, গান, ক্যামেরার কাজ ইত্যাদি বিষয় তুলে ধরেন রিভিউ লেখক। এরই সঙ্গে থাকে অন্যান্য দেশি-বিদেশি সিনেমার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট সিনেমাটির তুলনামূলক আলোচনা নতুন অভিনেতা, অভিনেত্রীর অভিনয়ের ত্রুটি-বিচ্যুতি বা অভিনয়কলার ইতিবাচক দিকটি রিভিউ লেখক তুলে ধরেন আকর্ষণীয়ভাবে। এমনকি সিনেমা হলের শ্রোতা দর্শকদের প্রতিক্রিয়া, হলগুলিতে শ্রোতা-দর্শকদের ভিড় ইত্যাদি তুলে ধরে রিভিউ লেখক সিনেমাটির সাফল্যের অগাম ধারণা তুলে ধরতে চান।

২.৩.৫.৪ সমালোচনা করার নিয়ম

সিনেমা রিভিউ-এ পেশাদারি সাফল্য অর্জন করতে গেলে সিনেমা জগৎ সম্পর্কে ওয়াকিবহাল থাকা প্রয়োজন। সিনেমা রিভিউ বহুমাত্রিক কাজ, একথা পূর্বেই উল্লেখ করা হয়েছে। স্বাভাবিক কারণেই সিনেমা-সংক্রান্ত বিভিন্ন ধরনের তথ্য জানা জরুরী। সিনেমা রিভিউ-এর প্রধান শর্তই হচ্ছে সংশ্লিষ্ট সিনেমাটি খুঁটিয়ে দেখা। দেখতে দেখতেই সিনেমাটির রিভিউ কি হতে পারে সে ব্যাপারে একটা খসড়া কল্পনা করে নিলে ভাল হয়। সিনেমাটির দেখার পর গুরুত্বপূর্ণ পয়েন্টগুলি লিখে নেওয়া দরকার। এতে রিভিউ লিখতে সুবিধা হয়।

এতো গেল একটা দিক। রিভিউ করতে গেলে সিনেমা রিভিউ এবং সিনেমা-সংক্রান্ত পত্রপত্রিকা ম্যাগাজিনগুলি পড়া দরকার। আজকাল বহু ভারতীয় সিনেমা বিদেশি সিনেমার ধাঁচে, পশ্চিমী লেখকদের গল্প, উপন্যাস অবলম্বনেও নির্মিত হচ্ছে। ফলে পশ্চিমী সিনেমা ও সেসব দেশের গল্প, উপন্যাস লেখকদের লেখা পত্র সম্পর্কে জানা থাকাটাও দরকার। আর এসব তথ্য আদতে রিভিউ লেখককে সাহায্য করে। পর্যাপ্ত তথ্য রিভিউ-এর বিন্যাসকে আকর্ষণীয় করে। পাঠকও পেয়ে যান নানা প্রকার অজানা তথ্য।

শিরোনামে লেখা : প্রতিটি সিনেমা রিভিউ প্রতিবেদনের একটা উপযুক্ত শিরোনাম দেওয়া দরকার। ফিল্ম সমালোচনার বিষয়ের সঙ্গে সঙ্গতি রেখে আকর্ষণীয় ভঙ্গিতে শিরোনাম লিখতে হয়। রিভিউ-এর মূল্যায়নটি প্রতিফলিত হয় এই শিরোনামের মধ্যে। কিন্তু দেখতে হবে শিরোনাম যেন পাঠককে টেনে নিয়ে যায় পুরো রিভিউটি পড়ার দিকে।

নির্দেশিকা ও ছবি : সিনেমার নাম, প্রধান প্রধান চরিত্রাভিনেতাদের নাম তুলে ধরা হয় এই নির্দেশিকায়। সিনেমাটিতে ওই ব্যক্তির কে কেমন অভিনয় করেছেন তা জানতে শ্রোতা-দর্শকের স্বাভাবিক কৌতূহল জাগে। রিভিউ পড়ে অনেকেই সংশ্লিষ্ট ছবিটি দেখার পরিকল্পনা করেন।

রিভিউকে আকর্ষণীয় করে তোলে সংশ্লিষ্ট সিনেমার ছবি। সিনেমার কোন বিশেষ মুহূর্তের ছবি এক্ষেত্রে উপযুক্ত। হিন্দী ‘লগান’ দলবদ্ধ অভিনেতার ছবির কথা স্মরণ করা যেতে পারে। ছবিটি ‘লগান’ সিনেমার লোগোতে পরিণত হয়েছিল।

২.৩.৫.৫ জনপ্রিয়তার কারণ

গড়পরতা বেশিরভাগ মানুষের বিনোদনের উৎস সিনেমা। সিনেমা-সংক্রান্ত গান, মিউজিকে ইত্যাদির রমরমার দিকে নজর ফেললেই আন্দাজ করা যায় সিনেমার জনপ্রিয়তা ঠিক কোথায়। স্বাভাবিক কারণেই মানুষ সিনেমা সম্পর্কে বিস্তারিত জানতে চান। সিনেমা রিভিউ এই অভাব পূরণ করতে চায়।

সিনেমার দর্শক শ্রোতা রিভিউ পড়ে তার ভাল-লাগা না-লাগার দিকটিতেও মিলিয়ে নিতে চান। আবার অনেকে রিভিউ পড়ে ছবিটি দেখার পরিকল্পনা করেন।

সিনেমা পরিচালক তার ছবির সাফল্য সম্পর্কে আগাম ধারণা করে নিতে পারেন। সিনেমার ত্রুটি-বিচ্যুতিও রিভিউ লেখক তুলে ধরেন। ফলে পরিচালক সেই সব ভুল-ত্রুটি সম্পর্কে নানা তথ্য জানতে পারেন। নবাগত নায়ক-নায়িকার ইতিবাচক ও নেতিবাচক দিক আলোচনা করেন রিভিউ লেখক। অন্যান্য পরিচালক তাদের ছবিতে অভিনয় করানো বিষয়টি ভাবতে শুরু করেন। অর্থাৎ সিনেমা রিভিউ অন্য পরিচালকদের ভাবনার সূত্র জুগিয়ে দেয়।

৩.৩.৬ নাট্য সমালোচনা

সংগীত, মিউজিকের মতো নাটকের বিশেষ আবেদন আছে সাধারণ মানুষের কাছে। পশ্চিমে দেশগুলিতে তো বটেই এমনকি আমাদের দেশেও নাটকের একটা ইতিহাস আছে। আছে নাট্যধারার উত্থান-পতন। অর্থাৎ আমাদের কাছে নাটকের যোগসূত্র ঐতিহাসিক ভাবে গড়ে উঠেছে। ফলে শুধুমাত্র নাটক-সংক্রান্ত পত্র-পত্রিকাগুলিই নয়, দৈনিক সংবাদপত্রগুলিতেও নাট্য-সংক্রান্ত আলোচনাকে গুরুত্বের সঙ্গে বিচার করছে।

৩.৩.৬.১ নাটক সমালোচনা কী

নাটক সমালোচনা বলতে নাট্য ঘটনাকে ছব্বৎ বণণনা করা বোঝায় না। নাটকের মূল ভাবনা বা বক্তব্য, প্রধান চরিত্র ও তার প্রকাশভঙ্গির টানাপোড়েন, নাটকের প্রাসঙ্গিকতা ইত্যাদি নিয়েই নাট্যসমালোচনার বিন্যাস গড়ে ওঠে। সংবাদপত্রে বরাদ্দ পাতায় রিভিউকে যথার্থ ভাবে তুলে ধরতে হয়।

২.৩.৬.২ সমালোচনা করার নিয়ম

প্রতিটি বিনোদন মাধ্যমে নিজস্ব কিছু বৈশিষ্ট্য আছে। নাটকও তার ব্যতিক্রম নয়। আমরা জানি আমাদের দেশে আধুনিক নাটকের সূচনা ঔপনিবেশিক শাসনের সূত্র ধরেই। সূচনা থেকে আজ পর্যন্ত নাট্যসাহিত্য প্রবাহিত হয়েছে নানা উত্থান-পতনের মধ্য দিয়ে। রিভিউ লেখককে এই উত্থান-পতন তথা নাট্য-ইতিহাস সম্পর্কে ওয়াকিবহাল থাকতে হয়।

আজকের দিনে নাট্য-সংক্রান্ত বহু পত্র-পত্রিকা, গ্রন্থ প্রকাশিত হচ্ছে। সেগুলি খুঁটিয়ে পড়া দরকার। রিভিউ লেখককে তাঁর লেখার প্রয়োজনীয় তথ্যগুলিকে আহরণ করে নিতে হয়। ফলে নাট্য-সংক্রান্ত বিষয়ে পড়াশুনার অভ্যাস না থাকলে একাজ সহজ নয়।

এই অভ্যাসের পাশাপাশি নিয়মিত নাটক দেখাও প্রয়োজন। এক্ষেত্রে সমালোচক একজন সাধারণ দর্শক-শ্রোতা নন, তার দৃষ্টি থাকে অনেক গভীরে। যে নাটকটির রিভিউ লেখা হবে সেই নাটকটির প্রতিটি দৃশ্য, নাট্যচরিত্র, নাটকে ভাবনা, পরিচালকের প্রায়োগিক দক্ষতা ইত্যাদি বিষয়ে সতর্ক নজর থাকা দরকার।

নাটকের প্রেক্ষাপট, নাট্যকলার প্রয়োগ এবং বিভিন্ন আঙ্গিক যথাযথভাবে অনুধাবন করা জরুরী। বাস্তব অভিজ্ঞতায় আমরা লক্ষ্য করেছি যে বহু নাটকের প্রেক্ষাপট, ঘটনা গড়ে উঠেছে ইতিহাসকে ঘিরে। কখনো বা নাটকে উঠে এসেছে কোন একটি বিশেষ অঞ্চলের মানুষের জীবনধারা বা বৃত্তান্ত। লোকসংস্কৃতির নানা দিক নাটকে প্রয়োগ হতে দেখা যায়। স্বাভাবিকভাবেই এই বিষয়গুলি থেকে অন্ধকারে থেকে সার্থক রিভিউ সম্ভব নয়। ইতিহাস, ভূগোল, সমাজবিজ্ঞান, নৃতত্ত্ব ও লোকসংস্কৃতি-সংক্রান্ত গ্রন্থ পাঠের অভ্যাস রাখতে হয় রিভিউ লেখককে।

২.৩.৬.৩ সমালোচনা লেখার কৌশল

নাটক দেখার পরে পরেই রিভিউ-এর চূড়ান্ত লেখায় হাত না দেওয়াই ভাল। লেখার পূর্বে বিষয়টি আত্মস্থ করে নেওয়ার প্রয়োজন আছে। মূল ঘটনা, চরিত্রগুলি সম্পর্কে একটা খসড়াপত্র অর্থাৎ রিভিউ-এর বিন্যাসটি সাজিয়ে নিলে ভাল হয়।

নাট্যগোষ্ঠীর নাম, নাটকের নাম, মূলচরিত্র ইত্যাদি তথ্যকে গোড়াতেই তুলে ধরতে হয়। মূল চরিত্রকে সামনে রেখে নাট্যঘটনা কি ভাবে পড়তে পড়তে এগিয়ে গেল তা আকর্ষণীয় ভাবে তুলে ধরেন রিভিউ

লেখক। কিন্তু প্রসঙ্গগুলি এমনভাবে উপস্থাপন ও শেষ করতে হয় যাতে পাঠক রিভিউ পড়েন এবং নাটকটি দেখার কৌতূহল বোধ করেন।

নাট্যপ্রসঙ্গ আলোচনা করার পাশাপাশি রিভিউ লেখক তাঁর মতামত প্রকাশ করেন। এই মতামত কখনো স্পষ্ট, কখনো বা প্রচ্ছন্ন হতে পারে।

২.৩.৭ প্রদর্শনী সমালোচনা

বুক রিভিউ, সিনেমা রিভিউ-এর মতো প্রদর্শনী রিভিউ আজকের সাংবাদিকতায় বিশেষ জনপ্রিয়। প্রায় প্রতিটি সংবাদপত্র, তা ইংরেজিই হোক আর বাংলা, নির্দিষ্ট দিনে ও নির্দিষ্ট পাতায় নিয়মিত প্রদর্শনী রিভিউ প্রকাশ করে থাকে। যেমন, আনন্দবাজার পত্রিকা প্রতি শনিবার বুক রিভিউ প্রকাশ [পুস্তক পরিচয়] করার সাথে সাথে প্রদর্শনী রিভিউ প্রকাশ করে থাকে।

২.৩.৭.১ সমালোচনাকারী

প্রদর্শনীর বিষয়, ধরন অনুযায়ী দক্ষ সাংবাদিকদের দিয়ে প্রদর্শনী রিভিউ করান হয়। আজকের দিনে প্রদর্শনীর বিষয়গত বৈচিত্র্য বেড়েছে। চিত্রকলায় গঠন ও রঙ সম্পর্কে ধারণা না থাকলে সে বিষয়-সংক্রান্ত প্রদর্শনী রিভিউ করা শক্ত। আবার ভাস্কর্য সম্পর্কে জ্ঞান থাকলে রিভিউ করা সহজ হয়।

২.৩.৭.২ প্রদর্শনী সমালোচনা লেখার নিয়ম

এই রিভিউ-এ গোড়াতেই প্রদর্শনীর বিষয়, প্রদর্শনীটি কোথায় চলছে তুলে ধরতে হয়। এরপর রিভিউ লেখকের দায়িত্ব প্রদর্শনীকারের বা কারদের সঙ্গে পাঠকদের পরিচয় করিয়ে দেওয়া। এই পরিচয়পর্বে প্রদর্শনীকারের নাম উল্লেখ করাই যথেষ্ট। সংক্ষেপে কিন্তু প্রাসঙ্গিক তথ্য দিয়ে যতটা সম্ভব পূর্ণাঙ্গ পরিচয় তুলে ধরেন রিভিউ লেখক। শিল্পীর জন্ম, শিল্পীর জীবন এবং প্রয়োজন শিল্পীর পারিবারিক ইতিহাসের সঙ্গেও পরিচয়সূত্র গড়ে তোলেন রিভিউ লেখক।

এইভাবে রিভিউ লেখক শিল্পীর শিল্পে বা প্রদর্শনীর বিষয়বস্তুতে পাঠককে টেনে আনেন। প্রদর্শনীর বিষয়বস্তুর বিশ্লেষণ, ব্যাখ্যা ইত্যাদির মারফত শিল্পীর বা প্রদর্শনীকারের দৃষ্টিভঙ্গিকে তুলে ধরেন। দৃষ্টিভঙ্গির প্রাসঙ্গিকতা, সমকালীন প্রেক্ষিতে সেই দৃষ্টিভঙ্গির গুরুত্ব ইত্যাদি প্রসঙ্গেও রিভিউ লেখক তাঁর মতামত তুলে ধরেন।

২.৩.৭.৩ চিত্রকলা গঠন ও রং প্রসঙ্গ

চিত্রকলায় নানা রঙের ব্যবহার, রঙের মাত্রাগত প্রয়োগ ও গঠন সম্পর্কে জ্ঞান থাকা জরুরী। কেননা রঙের এই ব্যবহার বিশেষ অর্থবাহী। উষ্ণ ও উজ্জ্বল বর্ণের সংঘাত বিশেষ এক নান্দনিক পরিমণ্ডল রচনা করে। আবার শিল্পী প্রশান্ত রায় (১৯০৮-১৯৭৩) জলরঙেই কাজ করতেন। কালো কালি দিয়ে কালো

ও সাদার মধ্যবর্তী অজস্র সূক্ষ্ম স্তরগুলি ফুটিয়ে তুলতে তাঁর মুন্সিয়ানা ছিল অতুলনীয়। স্বাভাবিক ভাবেই বলা যায় যে চিত্রকলা-সংক্রান্ত কোন প্রদর্শনী রিভিউ করতে গেলে রঙ সম্পর্কে ও তার প্রয়োগ সম্পর্কে জ্ঞান থাকা জরুরী। আন্দাজে টিল ছুঁড়ে চিত্রকলা রিভিউ করা অসম্ভব। চিত্রকলার নিজস্ব গঠন আছে। এটাই তার জ্যামিতি সম্পর্কে আলোচনা করা হয়।

২.৩.৭.৪ শিরোনাম ও ছবির ব্যবহার

প্রদর্শনী রিভিউকে আকর্ষণীয় করে তুলতে বিষয়ের দিক থেকে সামঞ্জস্য রেখে একটি শিরোনাম নির্বাচন করতে হয়। সাধারণ পাঠক যাতে রিভিউটি পড়তে আগ্রহ প্রকাশ করেন সেজন্য প্রদর্শনীর বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ ছবি রিভিউ প্রকাশের সঙ্গে তুলে ধরতে হয়, নিচে দিতে হয় শিল্পীর নাম।

২.৩.৮ ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং

ম্যাগাজিন গণজ্ঞাপনের একটি মাধ্যম যা সমসাময়িক বিশ্বের সামাজিক, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক খবরাখবর বিস্তৃত আকারে পাঠককে জানতে সাহায্য করে। ম্যাগাজিন যে কোনও খবরের পশ্চাৎপট এবং বিশ্লেষণ তুলে ধরে খবরের ধারাবাহিকতা রক্ষা ও পাঠকের বিশ্লেষণমুখী মানসিকতাকে সন্তুষ্ট করে জনমত তৈরি করে। সাধারণভাবে ম্যাগাজিন পাঠকের অবসরের সঙ্গী। সোজা ব্যাপার হল, ম্যাগাজিনের মাধ্যমে পাঠক দৈনন্দিন হার্ড নিউজের জগৎ থেকে নিজেকে খবরের বিস্তারের স্রোতে গা ভাসাতে পারে। একই সঙ্গে পাঠক চায় একটু ভিন্ন স্বাদের খবরের আশ্বাসন করতে। বর্তমান ইন্টারনেটের যুগে সাধারণ ম্যাগাজিনের সঙ্গে সঙ্গে 'ই-ম্যাগাজিন' ব্যাপক জনপ্রিয় হয়ে উঠছে।

প্রাথমিক উদ্দেশ্যের দিক থেকে সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিনের ফারাক খুব একটা বেশি নয়। কিন্তু সাংবাদিকের কাজের ধারা, সম্পাদনার রীতিনীতি, পরিবেশনার কৌশল ও পাঠকের চরিত্রের মধ্যে ব্যাপক পার্থক্য আছে। মনে রাখা প্রয়োজন, ম্যাগাজিন সাপ্তাহিক, পাক্ষিক, মাসিক বা বাৎসরিক হতে পারে। ম্যাগাজিনের পৃষ্ঠার সংখ্যা সংবাদপত্রের থেকে বেশ কিছুটা বেশি হয়। ম্যাগাজিনে সাধারণভাবে ২৪ পাতা, ৩২ পাতা কিংবা ৫০ পাতার বেশি হয়।

প্রথমেই একটা কথা মাথায় রাখতে হবে, ম্যাগাজিনের বিষয়বস্তু কী। অর্থাৎ ম্যাগাজিনটা কোন বিষয়ের। কারণ ম্যাগাজিনের নানারকম প্রকারভেদ রয়েছে। যেমন রয়েছে, ফ্যাশন ম্যাগাজিন, ক্রীড়া ম্যাগাজিন, প্রযুক্তি ম্যাগাজিন, লাইফস্টাইল ম্যাগাজিন, রাজনৈতিক ও সামাজিক বিষয় সংক্রান্ত ম্যাগাজিন, শিক্ষা সংক্রান্ত ম্যাগাজিন, স্বাস্থ্য বিষয়ক ম্যাগাজিন-সহ আরও নানারকমে ম্যাগাজিন। উল্লেখযোগ্য ম্যাগাজিনের মধ্যে রয়েছে 'টাইম', 'ইণ্ডিয়া টুডে', 'আউটলুক', 'ফেমিনা', 'স্পোর্টসস্টার', 'আনন্দমেলা', 'দেব', 'আনন্দলোক', 'সুখী গৃহকোণ', 'কর্মক্ষেত্র', 'ভ্রমণ'।

সংবাদপত্রের মতোই ম্যাগাজিনেও সাংবাদিক থাকে। অনেক নামী ইংরেজি ম্যাগাজিনের যেমন দেশের

খবর দেওয়ার জন্য দিল্লিতে সাংবাদিক থাকে। বিদেশের খবর দেওয়ার জন্য বিশ্বের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ জায়গায় যেমন, লন্ডন, ওয়াশিংটন, বেজিংয়ে ‘ফরেন করসপনডেন্ট’ থাকে। তবে অধিকাংশ ম্যাগাজিনেই আলাদা করে বার্তা বা রিপোর্টিং বিভাগ থাকে না। বেশিরভাগ ম্যাগাজিনে থাকে সম্পাদকীয় বা ‘এডিটোরিয়াল’ বিভাগ। সেখানেই যারা থাকে তারা একাধারে যেমন খবরও সংগ্রহ করে তেমনই একই সঙ্গে সম্পাদনা বা এডিটিংয়ের কাজও করে। আসলে, সংবাদপত্রের থেকে ম্যাগাজিনে অনেক কম কর্মী থাকে। তাই ম্যাগাজিনে সম্পাদকীয় বিভাগেই রিপোর্টার তথা সাব এডিটরও থাকে। পাশাপাশি, এট্যু জানা প্রয়োজন, যে ম্যাগাজিনগুলিতে দেশ ও বিদেশের খবর দেওয়ার জন্য সাংবাদিক রয়েছে এবং ওই প্রতিবেদকদের ‘কপি’ বা প্রতিবেদনও ঠিক হয়েছে কি না, তার কোনওরকম সংশোধন প্রয়োজন কি না সমস্ত দিকই সংশ্লিষ্ট ম্যাগাজিনের সম্পাদকীয় অফিসে থাকা সম্পাদকীয় দফতরের কর্মীরাই করে। আবার এমনও হয় যে, দেশ বা বিদেশের সংবাদদাতারা কোনও খবরের সূত্র দিলে তা প্রতিবেদন আকারে লিখতে হয় সম্পাদকীয় অফিসে থাকা কর্মীদেরই। সেই কারণে, ম্যাগাজিনের ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় বিভাগে থাকা রিপোর্টার তথা সাব এডিটরদের বিশাল দায়িত্ব পালন করতে হয়।

২.৩.৯ সারাংশ

এই এককে আমরা যে বিষয়ে জানলাম সেগুলো হলো:

- * সংগীত সমালোচনা
- * পুস্তক সমালোচনা
- * সিনেমা সমালোচনা
- * নাট্য সমালোচনা
- * প্রদর্শনী সমালোচনা
- * ম্যাগাজিনে রিপোর্টিং

২.৩.১০ অনুশীলনী

১) সংক্ষিপ্ত উত্তরভিত্তিক প্রশ্ন:

- ক) একজন বুক রিভিউয়ার হিসেবে আপনি কোন কোন নিয়ম মেনে চলবেন?
- খ) ভিডিও, সিডি প্রকাশের যুগে সিনেমা রিভিউ কী জরুরী বা কার এবং কেন সিনেমা রিভিউ পড়েন?
- গ) মিউজিক রিভিউ কী?
- ঘ) নাটক দেখার পরে পরেই চূড়ান্ত রিভিউ লেখা উচিত নয়— এ বিষয়ে যুক্তি দিন।

২) রচনাভিত্তিক ও বিশ্লেষণমূলক উত্তরের প্রশ্ন:

- ক) অভিযোগ বই-পাঠকের সংখ্যা কমে যাচ্ছে। তবুও বড় বড় সংবাদপত্রগুলি নিয়মিত বুক রিভিউ প্রকাশ করছে কেন? এ বিষয়ে আপনার মতামত দিন।
- খ) একজন রিভিউয়ার কীভাবে প্রদর্শনী রিভিউ করবেন?
- গ) নাট্যসমালোচক বা রিভিউয়ার হিসেবে আপনার দায়িত্ব ও কর্তব্য কী?

২.৩.১১ গ্রন্থপঞ্জী

অবশ্য পাঠ্য:

১. রিপোর্টিং — সুধাংশু শেখর রায়
২. সাংবাদিকতা, সাংবাদিক ও সংবাদপত্র — সুধাংশু শেখর রায়
৩. সাংবাদিকতা পরিচিতি — সম্পাদনা: রোল্যান্ড ই উলস্লে
৪. ফটো সাংবাদিকতা — নীরোদ রায়
৫. The Professional Journalism — John Hohenberg
৬. Professional Journalism — M. V. Kamath
৭. Book Reviewing — Drewry John Eldrige
৮. Film — Heinzkill Richard
৯. Guide Book to the Drama — Vargas Lais
১০. Writing the Feature Article — Steigleman, Walter Allen
১১. Writing and selling Feature Articles — Patterson Hallen Marguerite

সহায়ক গ্রন্থ :

১. Here is the News — Partha Sarathi Rongswami
২. News Reporting and Press Photography — Amar Nath
৩. The Publishing and Review of Reference Sources — Bill Katz and Robin Kinder
৪. (The) Book Review Digest — H. W. Wilson
৫. Figures of Light — Kauffmann Etanby
৬. A Guide to Critical Reviews — Salem James M.

একক ৪ □ চিত্র সাংবাদিকতা

গঠন

- ২.৪.১ উদ্দেশ্য
- ২.৪.২ প্রস্তাবনা
- ২.৪.৩ চিত্র সাংবাদিকতা
 - ২.৪.৩.১ চিত্র সাংবাদিকতার অর্থ
 - ২.৪.৩.৩ চিত্র সাংবাদিকতায় ফটো
 - ২.৪.৩.৩ চিত্র সাংবাদিকতার গুরুত্ব
 - ২.৪.৩.৪ সংবাদ চিত্র
 - ২.৪.৩.৫ সংবাদ চিত্র সম্পাদনা
 - ২.৪.৩.৬ ক্যাপশন ও সূত্র
 - ২.৪.৩.৭ নৈতিকতা
 - ২.৪.৩.৮ ফটোগ্রাফার সাংবাদিক কিনা
 - ২.৪.৩.৯ ফটোগ্রাফার সাংবাদিকের গুণাবলী
- ২.৪.৪ সারাংশ
- ২.৪.৫ অনুশীলনী
- ২.৪.৬ গ্রন্থপঞ্জী

২.৪.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়গুলি যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো

২.৪.২ প্রস্তাবনা

সাধারণ ফটো আর সংবাদচিত্র-র ধারণা থাকলে সাংবাদিক সহজেই চিনে নিতে পারেন সংবাদচিত্রকে। এসকল বিষয়ে হাতে-কলমের কাজ হলেও বিষয়গুলি সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা সাংবাদিক শিক্ষানবিশের কর্মকাণ্ডের পথকে আরও মসৃণ করে তুলতে সহায়ক ভূমিকা পালন করে।

২.৪.৩ চিত্র সাংবাদিকতা

লিপি উদ্ভাবনের আগে মানুষ ছবির সাহায্যে তার কথা প্রকাশ করেছে, যোগাযোগ সাধন করেছে। প্রকৃতপক্ষে ছবি দিয়েই মানুষের সাংবাদিকতার শুরু। সেই প্রাচীনতম আবিষ্কার ছবির ব্যবহার আজকের সাংবাদিকতায় এক অপরিহার্য অঙ্গ। মানুষ হাজারো কথা বলে একটি কথার অন্তর্নিহিত অর্থ নাও বোঝাতে পারে। কিন্তু একটিমাত্র ছবিই সেই একটি কথার অন্তর্নিহিত অর্থকে সরলভাষায় বুঝিয়ে দিতে পারে। কিন্তু কিভাবে? স্বাভাবিক কারণেই চিত্রসাংবাদিকতার বিষয়টি বিশদ আলোচনার দাবি রাখে।

আমরা প্রতিদিন নানারকম সংবাদপত্র পড়ে থাকি—সেটা দৈনিক, সাপ্তাহিক, সংবাদ ম্যাগাজিন যাই হোক না কেন—সেসব সংবাদপত্রে সংবাদ, বিজ্ঞাপন ও অন্যান্য বিষয় ছাড়াও পাতার বিভিন্ন অংশ জুড়ে থাকে ছবি বা ফটোগ্রাফ। কারণ সংবাদ পরিবেশনা শুধু লিখেই হয় না। ফটোগ্রাফ বা চিত্রের মাধ্যমে যে সংবাদ পরিবেশন রীতি তাকেই বলে ফটো জার্নালিজম বা চিত্রসাংবাদিকতা।

এখানে ফটো স্বাভাবিকভাবেই স্টিল ফটোগ্রাফ বা স্থিরচিত্র। পরবর্তীকালে চিত্র পরিবেশনায় যখন গতি সঞ্চারণ করা সম্ভব হল এবং যখন এই গতিশীল মাধ্যমকে বেতারের সাহায্যে ঘরে ঘরে পৌঁছানো সম্ভব হল তখন তার একটি স্বতন্ত্র গণমাধ্যমের জন্ম হল, যা টেলিভিশন নামে পরিচিত। টেলিভিশনের মাধ্যমে সংবাদ পরিবেশনাই হল টেলিভিশন সাংবাদিকতা। ফটো জার্নালিজমের আলোচনা আমরা অবশ্য স্থিরচিত্রের মধ্যেই সীমাবদ্ধ রাখব।

২.৪.৩.১ চিত্র সাংবাদিকতার অর্থ

ইংরাজি ফটোগ্রাফি (Photography) শব্দটি এসেছে গ্রীক শব্দ ‘ফটোস’ (Photos) এবং ‘গ্রাফোস’ (graphos) থেকে। ‘ফটোস’ শব্দের অর্থ আলো। ‘গ্রাফোস’ মানে লেখা। দুটো মিলিয়ে হল ‘আলো দিয়ে লেখা’।

চিত্রসাংবাদিকতায় ফটো লিখিত সংবাদ প্রতিদিনের পার্শ্ববর্তী শোভা হবে না, তা হবে স্বতন্ত্র একটি সংবাদ প্রতিবেদন। সে কারণে আধুনিক ধারণায় সংবাদচিত্রী বা News Photographer একজন সাংবাদিক হিসেবেই বিবেচিত হন। যেহেতু অন্যান্য সাংবাদিকের মতই তার কাজ সংবাদ নিয়েই। তিনি সংবাদ খোঁজেন, সংবাদ পরিবেশন করেন। শুধু কলমের বদলে তাঁর হাতিয়ার ক্যামেরা। সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনে পাঠক ছবি শুধু দেখেন না, তিনি ফটো পড়েন।

২.৪.৩.২ চিত্র সাংবাদিকতা ফটো

চিত্র সাংবাদিকতা প্রথম শুরু হয় জার্মানীতে। সাংবাদিকতায় ফটোর ব্যবহার শুরু হয়েছে ফটোগ্রাফির বিকাশের একটি নির্দিষ্ট স্তরে। কারণ, ফটোগ্রাফ হলেই তা সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনে ব্যবহার করা যায় না। তার জন্য চাই মুদ্রণ পদ্ধতির বিকাশ।

ইতিহাস থেকে জানা যায় ১৮১৩ সালে দুজন ফরাসী জোসেফ এন নিপসে এবং লুই জ্যাক মাস্তে দাগরে সর্বপ্রথম ফটোগ্রাফির সূত্রপাত করেন। এঁরাই ধাতব পাতের ওপর দৃশ্যের ছবি তোলার পদ্ধতি বার করেন। ১৯৩৯ সালে ইউলিয়াম এইচ এফ ট্যালিকট সিলভার ক্লোরাইডের প্রলেপ দেওয়া কাগজের ওপর ফটোগ্রাফ তোলার পদ্ধতি আবিষ্কার করেন। ১৮৪০ সালে নিউইয়র্ক ইউনিভার্সিটির অধ্যাপক জন ডব্লিউ ড্রেপার সর্বপ্রথম মানুষের মুখের ছবি পুনর্নির্মাণ করেন। এতে এক্সপোজারের সময় লেগেছিল পাঁচ মিনিট। ১৮৫১ সালে শুরু হয় কলোডিয়ানযুক্ত ভিজে প্লেটের ব্যবহার। কলোডিয়ান হল ইয়ার ও গলিকটলের দ্রবণ। এই ভিজে প্লেটের সাহায্যে ম্যাথু ব্রাডি নামে একজন ফটোগ্রাফার আমেরিকায় গৃহযুদ্ধের ফটো তুলেছিলেন। প্রথম চিত্রসাংবাদিক বলা হয় ব্র্যাডিকেই।

১৮৭০-র দশকে ফটোগ্রাফির ক্ষেত্রে দ্রুত উন্নতি ঘটতে থাকে। ১৮৮৯ সালে জর্জ ইস্টম্যান একটি কোম্পানী খোলেন। ইস্টম্যানই প্রথম স্বচ্ছ ফিল্মের ব্যবহার শুরু করেন। এর ফলে আর ভারি কাচের প্লেট লাগতো না। ক্যামেরা অনেক হালকা হয়ে যায়।

১৮৯৭ সালে আমেরিকার এম এইচ হুগান প্রথম হাফটোন স্টিরিওটাইপ তৈরি করেন খবরের কাগজে ব্যবহারের জন্য। হাফটোনের প্রথম ছবি নিউইয়র্ক ট্রিবিউন-এ প্রকাশিত হয়েছিল ১৯ সালের ২১শে জানুয়ারি।

১৯১২ সালে চালু হয় স্পীড গ্রাফিক প্রেস ক্যামেরা। এর এক দশকের মধ্যেই আসে জার্মান লাইকা ও রলিফ্লেক্স ক্যামেরা। প্রথম বিশ্বযুদ্ধ বা চিত্রসাংবাদিকতাকে অনেকদূর এগিয়ে দিয়েছিল তার পিছনে এই প্রযুক্তিগত ক্রমোন্নতিই ছিল প্রধান সহায়।

ফটোগ্রাফির ক্ষেত্রে রঙীন ফটো তোলা সম্ভব হয় ১৯৩৫ সাল থেকে।

অবশ্য চিত্রসাংবাদিকতা শুধু ক্যামেরা বা ফিল্মের উন্নতির ওপরই নির্ভর করে না। মুদ্রণ পদ্ধতির বিকাশের ওপরও তা নির্ভর করছে। কারণ ফটো হলেই হল না, তা কাগজে ছাপতে হবে। রোটারি প্রেসের আবিষ্কার ফটোর ব্যবহারকে সুবিধাজনক করে দিয়েছিল। অফসেট আরও সুবিধা করে দেয়। এখন মাল্টিমিডিয়ার যুগে কাজের আরও সুবিধা।

এ প্রসঙ্গে আরও বলতে হয় যে, চিত্র সাংবাদিকতার বিকাশের জন্য এক জায়গা থেকে আর এক জায়গায় ফটো পাঠানোর পদ্ধতির বিকাশের প্রয়োজন। এক্ষেত্রে দ্রুততা সংবাদপত্রকে সাহায্য করে ফটোগ্রাফের সংবাদমূল্যকে সঠিকভাবে ব্যবহার করতে। বিশশতকের গোড়া থেকে তার মারফৎ ফটো পাঠানো নিয়ে পরীক্ষা-নিরীক্ষা শুরু হয়। বিশ্বে প্রথম তার মারফৎ (wire photograph) পাঠানো সম্ভব হয় আমেরিকায় ১৯২৪ সালে।

এখন তো ফ্যাক্সের সাহায্যে বিশ্বের যে কোন জায়গার রঙীন ছবি পর্যন্ত লেনদেন করা যায়। এছাড়া কম্পিউটার সংযোগ মারফৎ ই-মেলের সাহায্যেও ফটো লেনদেন এখন বাংলা সংবাদপত্রেও চালু।

এ প্রসঙ্গে উল্লেখ করা যায় যে, টেলিভিশন চালু হবার পর টিভিও সূত্র বা Source হিসেবে ব্যবহৃত হচ্ছে। খবরের কাগজের অফিসে বসে টিভির পর্দায় ভাসমান ছবি তুলে নিয়ে তা কাগজে ছাপা হচ্ছে।

ফটো লেনদেনে প্রযুক্তিগত বিকাশের পরিণতিতে সংবাদ সংস্থাগুলিও ফটো সার্ভিস শুরু করেছে। যেমন-কলকাতায় ‘ল্যাণ্ড অ্যান্ড লাইফ’। এখন সংবাদ সংস্থাও টেলিপ্রিন্টারে সংবাদের লিখিত বিবরণের সঙ্গে সঙ্গে ফটোও যোগান দিচ্ছে। বিশ্ব সংবাদ সংস্থা হিসাবে প্রথম ফটো সার্ভিস শুরু করে ১ জানুয়ারি ১৯৩৫ সালে আমেরিকার ‘অ্যাসোসিয়েটেড প্রেস’ (এ.পি)। ভারতে সংবাদ সংস্থা ইউ এন আই প্রথম ফটো সার্ভিস দিতে শুরু করে ১৯৮৬ সালে। সংবাদ সংস্থা পিটি আই ফটো সার্ভিস শুরু কর ১৯৮৭ সালে। এ থেকে আরও বোঝা যায় যে সংবাদপত্রে ফটোর কদর বেড়েছে।

২.৪.৩.৩ চিত্র সাংবাদিকের গুরুত্ব

সংবাদপত্রে চিত্র সাংবাদিকতার গুরুত্ব অপরিসীম। সংবাদ পরিবেশন এবং কাগজকে পাঠকদের কাছে দর্শনধারী করে তুলতে ফটোগ্রাফের সঠিক ব্যবহার অবিশ্বাস্য ফল দিতে পারে।

সংবাদপত্রে ফটোগ্রাফ ছাপা হয় নানা ভাবে। কখনও সংবাদের সহযোগী হিসেবে। যেমন ধরা যাক ব্রিগেডে বামফ্রন্টের সমাবেশের প্রতিবেদনের লিখিত বিবরণের সঙ্গে সমাবেশে ভাষণরত জ্যোতি বসুর ছবি। কখনও বা স্বতন্ত্রভাবে একটি ফটোগ্রাফ প্রতিবেদনের কাজ করে। এখানে ফটোগ্রাফের সঙ্গে কোন লিখিত প্রতিবেদন থাকে না। ফটোগ্রাফ ছাপা হয় ফিচারের সঙ্গে, চিঠিপত্রের সঙ্গে, এমনকি রিভিউ-এর সঙ্গে। এছাড়া রয়েছে ফটো ফিচার। যেমন, কলকাতায় বনধ পালিত হয়েছে। পরের দিন একপাতা বা আধপাতা জুড়ে একাধিক ছবি—শুনশান হাওড়া ব্রিজ, চৌরঙ্গীর ফাঁকা রাস্তায় ক্রিকেট লড়াই অথবা হাওড়ার জেটিতে দাঁড়িয়ে থাকা স্তম্ভ লঞ্চার সারির ফটো। একে বলে ফটো-ফিচার।

একটা সময় ছিল যখন ভারতীয় সংবাদপত্র ফটোগ্রাফের ব্যবহার সম্পর্কে তেমন সচেতন ছিল না। যে ফটো ব্যবহার করা হত তাও ছিল গৌণ বিষয়। কিন্তু এখন অবস্থা সে রকম নয়। ইংরেজি তো বটেই ভারতীয় ভাষার কাগজগুলিও এখন একটি স্বতন্ত্র বিষয় হিসেবে সংবাদচিত্রকে গুরুত্ব দিতে শুরু করেছে। বিশেষ করে ছাপার ক্ষেত্রে উন্নততর ব্যবস্থার ব্যবহার চিত্র সাংবাদিকতাকে উৎসাহিত করেছে। ফটোগ্রাফ-সংক্রান্ত পৃথক বিভাগই থাকছে কাগজগুলিতে। ঠিকমতো ব্যবহার করতে জানলে সাংবাদিকতায় ফটোগ্রাফ অব্যর্থ উপাদান হতে পারে। এ প্রসঙ্গে ফটোর গুরুত্বের পিছনে নানা কারণও উল্লেখ করা যায়—

(১) চীনা ভাষায় একটা প্রবাদ আছে যার বাংলা অর্থ—একটি ফটো হাজার শব্দের সমতুল। ফটোর সাহায্যে কোন বিষয় বা ঘটনার বিস্তারিত ও খুঁটিনাটির পরিচয় দেওয়া সম্ভব। দুর্ঘটনায় ভেঙে পড়া বিমানের ফটো থাকলে পাঠকের কাছে যা প্রতিক্রিয়া হয় তা ভাষায় বর্ণনা দিয়ে লাভ করা অসম্ভব।

(২) ফটো সহজবোধ্যভাবে কোন বিষয়কে পরিবেশন করতে পারে। সাধারণ পাঠকের এতে সুবিধা হয়।

(৩) ফটোর বিশ্বাসযোগ্যতা বেশি। কোন বিষয় লিখে বলা এক, ফটো থাকলে মানুষ চোখেও তা দেখে নিতে পারেন। এতে প্রতিবেদকের বিশ্বাসযোগ্যতা বাড়ে।

(৪) ফটোর অবদান সবার কাছে। নিরক্ষর অথবা স্বল্পশিক্ষিত পাঠকের পক্ষে ফটো অনুধাবন যোগ্য। এই সার্বজনীন আবেদন উল্লেখযোগ্য।

(৫) ফটো পাঠককে রিলিফ দেয়। কাগজের পাতাভর্তি অক্ষর বিন্যাস পাঠকের মধ্যে একঘেয়েমি আনতে পারে। মানবিক আবেদনসম্পন্ন ছবি পাঠককে গভীরভাবে নাড়া দেয়।

(৬) ফটোগ্রাফ কাগজকে আকর্ষণীয় করে। আজকের দিনে পাঠক চান দৃশ্যরূপ। পৃষ্ঠাসজ্জার সময় তাই ফটোর সঠিক বিন্যাস পাঠকমহলে কাগজকে জনপ্রিয় করে। অনেকে মনে করেন, টেলিভিশনের যুগে দৃশ্যময়তার প্রতি পাঠকের আকর্ষণ বেড়েছে। মানুষ এখন দেখতে চান বেশি। সে কারণে সংবাদপত্রও আজকাল ফটোগ্রাফ ব্যবহারের দিকে বেশি ঝুঁকছে।

২.৪.৩.৪ সংবাদচিত্র

সাংবাদিকতার অঙ্গ হিসেবে চিত্র বা ফটোর ব্যবহারে কতকগুলি মৌলিক বৈশিষ্ট্য রয়েছে। যে কোন ফটোই সংবাদপত্রে ছাপার জন্য বিবেচিত হয় না। ছাপার জন্য দরকার সংবাদ উপাদান সমৃদ্ধ সংবাদচিত্র বা New Photo। এমনি সাধারণ ফটোর সঙ্গে সংবাদচিত্রের এখানেই পার্থক্য। চিত্রসাংবাদিকতায় ছবি তোলা থেকে শুরু করে সম্পাদনা এবং তা ছাপা হয় সংবাদকে বিবেচনায় রেখে।

আর সংবাদ মানে যেহেতু সক্রিয়তা (activity) তাই সংবাদচিত্রের থাকবে অ্যাকশন। একজন বিশেষজ্ঞের ভাষায়— "Every news picture must tell a story at a glance. The best pictures show life happening. They show suspended animation."

ভাল সংবাদচিত্র কী : সংবাদচিত্রের গুণাগুণ বিচার করেই তা ছাপার জন্য বিবেচিত হয়। ছাপার জন্য সংবাদচিত্র নির্বাচন করতে গেলে সাধারণত দুটি দিকের ওপর নজর দিতে হয়—(১) টেকনিক্যাল বা কারিগরি উৎকর্ষ, (২) সম্পাদকীয় মূল্য।

টেকনিক্যাল বা কারিগরি উৎকর্ষ : টেকনিক্যাল বা কারিগরি উৎকর্ষ বলতে বোঝায় ফটোর প্রিন্টের মান, ফটোর সাইজ বা আকার। প্রিন্টের মান বলতে বোঝায়, ফটোগ্রাফকে কাগজে ছাপার পর তার মান কী হবে এটা বুঝতে হয়। অনেক সময় ছাপার পর দেখা যায় ফটো হয় খুব হালকা হয়ে গেছে, নয়তো কালে হয়ে গেছে। এটা মূল ফটোর কোয়ালিটির ওপর নির্ভর করে। তবে সংবাদপত্রে প্রকাশের জন্য ছবি 'ম্যাটপেপারের' বদলে গ্লসী পেপারে ছাপা হলেই ভাল হয়।

সম্পাদকীয় মূল্য : সম্পাদকীয় মূল্যের অর্থ হল ফটোর সংবাদমূল্য। ছবিটির আবেদন ইত্যাদি বিষয়। এক্ষেত্রে প্রথম বিবেচ্য হল ছবিটি পাঠককে আকৃষ্ট করতে পারে কিনা, দ্বিতীয়ত, ছবিটি প্রভাব ফেলতে

পারে কিনা, তৃতীয়ত, ছবিটি পাঠককে তৃপ্তি দেবে কিনা।

উল্লেখ্য, ভালো ফটো লিখিত সংবাদ প্রতিবেদনকে একটা দৃশ্যময় মাত্রা (visual dimension) দেয়। সংবাদচিত্র সংবাদপত্র পাঠকের দ্রুততায় সাহায্য করে পাঠককে।

২.৪.৩.৫ সংবাদ চিত্র সম্পাদনা

সংবাদপত্রের মতো সংবাদচিত্রেরও সম্পাদনা করা প্রয়োজন। এই সম্পাদনার উদ্দেশ্য হল ফটোগ্রাফের সঠিক, প্রয়োজনীয় ও প্রাসঙ্গিক সংবাদমূল্যকে পাঠকের কাছে পৌঁছে দেওয়া। এ জন্যই সংবাদচিত্র কোন সাইজে যাবে তা দেখতে হয়। সংবাদের গুরুত্ব কেমন তার ওপরই নির্ভর করে ফটোটিকে এক কলমে যাবে না পাঁচ কলমে যাবে।

ছবির আকার (Shape) কী হবে তাও ঠিক করতে হয় সম্পাদনার সময়। এমনিতে ফটো বর্গাকারে ছাপার চল নেই। কারণ এ ধরনের ফটো নিষ্প্রাণ লাগে। ফটো সাধারণভাবে আয়তাকারে ছাপা হয়। কিন্তু আকার বলতে ছবিটা চওড়া করে না লম্বা করে ছাপা হবে তাও বোঝায়। যেমন কোন পঁচিশ তলা বাড়ির মাথায় আগুন লাগলে যদি দুকলমে চওড়ায় লম্বা করে বসালে যেমন লাগবে, পাঁচকলমে কিন্তু ততটা খুলবে না। সম্পাদনা যিনি করছেন তাকে এটা বুঝতে হবে।

সম্পাদনার কারণেই অনেক সময় ফটোকে কাটছাঁট করতে হয়। পরিভাষায় একে বলে ক্রপিং (cropping)। ফটোগ্রাফের মধ্যে সংবাদ মূল্যের ভিত্তিতে অপ্রয়োজনীয় অংশকে বাদ দেওয়াই হল ক্রপিং।

২.৪.৩.৬ ক্যাপশন ও সূত্র

ক্যাপশন হল ফটোর বিষয় সম্পর্কে পরিচয়জ্ঞাপক লিখিত বিবরণ। সাধারণত দুই থেকে তিনটি বাক্যে তা লেখা হয়।

ক্যাপশন লেখার প্রাথমিক দায়িত্ব ফটোগ্রাফারেরই। তবে অনেক সময় তা পরিমার্জনের দায়িত্ব থাকে সাব-এডিটর অথবা চিফ সাব এডিটরের ওপর।

যে কোন রকমভাবে ফটোর বিষয়বস্তু লিখে দিলেই ক্যাপশন লেখা হয় না। যেমন ধরা যাক, প্রথম পাতায় বাঁদিকে লিড ছাপা হয়েছে ব্রিগেডে মুখ্যমন্ত্রী বুদ্ধদেব ভট্টাচার্যের জনসভার খবর। খবরের ডান দিকে ধরা যাক তিনকলম জুড়ে ব্রিগেডে ভাষণরত বুদ্ধদেব ভট্টাচার্যের ছবি ছাপা হবে। এই ফটোর ক্যাপশনে ভট্টাচার্য ভাষণ দিচ্ছেন লেখার দরকার নেই। কারণ তা অতি স্পষ্টভাবেই বোঝা যাচ্ছে। বরং লেখা যেতে পারে ‘বুধবার ব্রিগেড প্যারেড ময়দানে’। ক্যাপশনে কোথায় এবং কবে ছবি তোলা হয়েছে তার উল্লেখ থাকা ভাল। এবং প্রয়োজন বুঝে অবশ্যই কার বা কী ঘটনার ছবি তা বলে দিতে হবে। বাংলা কাগজের ক্ষেত্রে বুদ্ধদেব ভট্টাচার্যের নাম উল্লেখ হয়তো দরকার নেই, কিন্তু ওড়িশার কি মহারাষ্ট্রের মুখ্যমন্ত্রীর ফটো হলে দরকার আছে।

এছাড়া ক্যাপশন পরিস্থিতি অনুযায়ী লিখতে হয়। সেদিক থেকে ক্যাপশনকে আমরা তিনটি ধরনে ভাগ করতে পারি—

- (১) যখন ফটো ও লিখিত প্রতিবেদন পাশাপাশি ছাপা হবে তখন ক্যাপশন হবে সংক্ষিপ্ত।
- (২) প্রতিবেদন প্রথম পাতায় এবং ফটো প্রথম পাতায় যখন, তখন ক্যাপশন বিস্তৃততর।
- (৩) লিখিত প্রতিবেদন নেই, শুধুমাত্র ফটোই ছাপা হলে, ক্যাপশনের মধ্যেই ফটোর প্রেক্ষাপট ও প্রাসঙ্গিকতা ছ-সাতটি বাক্যে বিবৃত করতে হয়।

অবশ্য সবসময়ই যে ক্যাপশন ছাপা হবে তারও দরকার নেই। যেমন ধরা যাক রাজীব গান্ধীর মৃত্যুর ছবি ছাপা হয়েছে প্রথম পাতায়। সঙ্গে রাজীবের তিন কলমের মুখের ফাইল ফটো। এধরনের ফটোর নিচে নাম লেখার দরকার নেই।

ক্যাপশন প্রসঙ্গেই চলে আসে সোর্স বা ফটো-সোর্সের উল্লেখ করা। সাধারণত, ক্যাপশনের সঙ্গেই ফটোগ্রাফারের নাম উল্লেখ করা হয়, অথবা থাকে ‘নিজস্ব চিত্র’। সংবাদ সংস্থার পাঠানো হলে সংবাদ সংস্থার নাম দিতে হয়।

২.৪.৩.৭ নৈতিকতা

সংবাদের মতো সংবাদচিত্র নির্বাচনের ক্ষেত্রেও কোড অব এথিকস্ বা নীতি মেনে চলতে হয়। আজকাল কাগজের বিক্রি বাড়াতে যৌন আবেদনমূলক ফটো ছাপার প্রবণতা বেড়েছে। একাজ অনৈতিক। এছাড়া দাঙ্গা ধর্ষণের মতো স্পর্শকাতর ঘটনাগুলির ক্ষেত্রেও সতর্কতা দরকার। যেমন প্রচলিত রীতি হল ধর্ষিতা মহিলার ছবি না ছাপা।

সেইসঙ্গেও সংবাদের সঙ্গে সাযুজ্যহীন ছবি ছাপাও উচিত নয়। ফটো কখনো মিথ্যা কথা বলে না একথা সত্যি। কিন্তু তা আপেক্ষিক সত্য। ফটো সত্যি বলছে কিনা নির্ভর করছে যে বা যারা তা ব্যবহার করছে তার ওপর। লেখার মতো ফটোও বিকৃত করা যায় অতি সহজে। ছবি তোলার কারসাজিতে সমাবেশের জমায়েতে কত মানুষ ছিল সে সম্পর্কে বিভ্রান্ত করা যায়। কারও গম্ভীর মুখের ছবি ছাপা হবে নাকি হাসি মুখের তার ওপর পাঠকদের প্রতিক্রিয়া অনেকটাই নির্ভর করে। কোন অ্যাপ্লে থেকে ক্যামেরা নক্ করা হচ্ছে তার ওপরও অনেক কিছু নির্ভরশীল। এতে ঘটনার মাত্রা বদলে দেওয়া যায়। সে জন্য সংবাদচিত্রীকেও বস্তুনিষ্ঠতার নীতি মেনে চলা উচিত।

২.৪.৩.৮ ফটোগ্রাফার সাংবাদিক কিনা

সাংবাদিকতায় ফটোগ্রাফারের গুরুত্ব সম্বন্ধে সম্যক উপলব্ধির ঘাটতি থাকলেও ১৮৫৫ সালের ওয়াকিং জার্নালিস্ট অ্যাক্ট সাংবাদিক হিসেবে সংবাদচিত্রী বা নিউজ ফটোগ্রাফারদের স্বীকৃতি দিয়েছে। আইন অনুযায়ী সংবাদচিত্রীরা বেতনক্রম ও পদমর্যাদার ভিত্তিতে সাব-এডিটর ও রিপোর্টারদের সমতুল্য। সাংবাদিক

ও সংবাদপত্র কর্মীদের বেতনক্রম সম্পর্কে সুপারিশ করার জন্য গঠিত বাচওয়ান কমিটির রিপোর্টে (১৯৮৯) সংবাদচিত্রীদের দায়িত্বেরও উল্লেখ আছে স্পষ্টভাবে— "News photographer is a person who covers news events of public interest through photographs."

গুরুত্বপূর্ণ সংবাদপত্রগুলিতে চিফ নিউজ ফটোগ্রাফারের পদও থাকে। যাঁর দায়িত্ব হচ্ছে নিউজ ফটোগ্রাফারদের দায়িত্ব বন্টন করা ও তাদের কাজের তদারকি করা। বাচওয়ান কমিটির রায় অনুযায়ী, চিফ নিউজ ফটোগ্রাফার পদটি সংবাদপত্রে চিফ রিপোর্টার ও চিফ সাব-এডিটর পদের সমতুল্য। এ থেকে নিউজ ফটোগ্রাফারদের দায়িত্ব ও কর্তব্য সম্পর্কেও ধারণা পাওয়া যায়। সংবাদচিত্রীদের সাংবাদিক হিসেবে সাব্যস্ত করার কারণ রিপোর্টার মতো তাঁদেরও দায়িত্ব হচ্ছে সংবাদ পরিবেশন। সংবাদের সন্ধান ও সংবাদ পরিবেশনা তাঁর কাজ। সংবাদপত্রের চাহিদা অনুযায়ী সংবাদচিত্র তাঁকে যোগান দিতে হয়।

২.৪.৩.৯ ফটোগ্রাফার সাংবাদিকের গুণাবলী

- ১) সংবাদচিত্রী বা নিউজ ফটোগ্রাফার যেহেতু সাংবাদিক তাই সংবাদ অনুভূতি বা সংবাদ সম্পর্কে ধারণা থাকে তাঁর প্রাথমিক গুণ। সেজন্য নিজস্ব প্রতিষ্ঠানের সম্পাদকীয় নীতি ও সংবাদ পরিবেশনার ধরন সম্পর্কে তাকে সজাগ ও ওয়াকিবহাল থাকতে হবে।
- ২) ফটোগ্রাফার হিসেবে তাকে দক্ষ হতে হবে। ফটোগ্রাফি, ক্যামেরা, ফিল্ম, মুদ্রণরীতি এসব ব্যাপারে সাম্প্রতিকতম পরিস্থিতি সম্পর্কে তাঁর ধারণা হবে স্বচ্ছ।
- ৩) ক্যামেরা চালানোর দক্ষতায় একজন ভালো ফটোগ্রাফার হওয়া যায়, কিন্তু ভালো নিউজ ফটোগ্রাফার হবার জন্য দেশের রাজনৈতিক, অর্থনৈতিক, সামাজিক পরিস্থিতি সম্পর্কে জ্ঞান থাকা প্রয়োজন। এজন্য নিয়মিত পড়াশোনার অভ্যাস থাকা প্রয়োজন।
- ৪) তাকে উদ্যমী ও পরিশ্রমী হতে হবে। সংবাদ সংগ্রহের মতো, সংবাদচিত্র সংগ্রহ করাও সহজ কাজ নয়। নানা প্রতিকূলতা থাকে। সংবাদচিত্রীকে ঘটনাস্থলে থাকতেই হবে। পুলিশের লাঠিচার্জ, দাঙ্গা, বিক্ষোভকারীদের ওপর গুলি চালনা— যাই ঘটুক তাকে সামনে দাঁড়িয়ে ছবি তুলতেই হবে। এজন্য সাহস দরকার।
- ৫) দ্রুত কাজ করার ক্ষমতা। সঠিক মুহূর্তে সঠিক দৃশ্যটাকে ক্যামেরায় বন্দী করতে হয়। স্টুডিওতে ছবি তোলা মতো গুছিয়ে আস্তে ধীরে কাজ করার সময় সংবাদচিত্রী পান না, অন্তত বেশির ভাগ ক্ষেত্রে। এখানে তাই দ্রুত সঠিক সংবাদ মুহূর্তকে চিহ্নিত করে ফটো তোলার দক্ষতা অর্জন করতে হবে।
- ৬) সংবাদচিত্রীর মধ্যে একটি শিল্পীমন থাকতে হবে। সংবাদপত্রের ব্যস্ত গড়পড়তা পাঠকের মন ফটোর ওপর আটকে রাখতে হলে ফটোকে জীবন্ত ও অনুভূতিসম্পন্ন হতে হবে। এমন কিছু যা ছবির ফ্রেম ছাপিয়ে যাবে। নোয়াখালির দাঙ্গার সময় সফররত গান্ধীজির লাঠি হাতে সাঁকো পার

হবার বিখ্যাত সেই ফটো। তা শুধু ডকুমেন্ট নয়, সেই মুহূর্তের প্রতীক হয়ে উঠেছে।

- ৭) অবশ্য ভালো ফটোগ্রাফার একদিনে জন্ম নেয় না। নিরন্তর চর্চা, নিজেকে উন্নত করার চেষ্টা, উপযুক্ত প্রশিক্ষণই ভালো সংবাদচিত্রী তৈরি করে।

২.৪.৪ সারাংশ

এই এককে আমরা যে বিষয়ে জানলাম সেগুলো হলো:

- * চিত্র সাংবাদিকতা
- * সংবাদ চিত্র
- * ক্যাপশন
- * ফটোগ্রাফার সাংবাদিকের গুণাবলী

২.৪.৫ অনুশীলনী

১) সংক্ষিপ্ত উত্তরভিত্তিক প্রশ্ন:

- ক) সাধারণ ফটো ও সংবাদ ফটোর পার্থক্য আছে কি?
খ) সংবাদ ফটো সম্পর্কে সংক্ষেপে লিখুন।

২) রচনাভিত্তিক ও বিশ্লেষণমূলক উত্তরের প্রশ্ন:

- ক) প্রযুক্তিগত উন্নয়ন চিত্রসাংবাদিকতায় কী ধরনের প্রভাব ফেলেছে?
খ) চিত্রসাংবাদিকতা কী? আজকের দিনে চিত্র বা ফটোবিহীন সংবাদপ্রকাশ কি সম্ভব? আপনার উত্তরের সপক্ষে যুক্তি দিন।

২.৪.৬ গ্রন্থপঞ্জী

অবশ্য পাঠ্য:

১. রিপোর্টিং — সুধাংশু শেখর রায়
২. সাংবাদিকতা, সাংবাদিক ও সংবাদপত্র — সুধাংশু শেখর রায়
৩. সাংবাদিকতা পরিচিতি — সম্পাদনা: রোল্যান্ড ই উলস্লে
৪. ফটো সাংবাদিকতা — নীরোদ রায়

৫. The Professional Journalism — John Hohenberg
৬. Professional Journalism — M. V. Kamath
৭. Book Reviewing — Drewry John Eldrige
৮. Film — Heinzkill Richard
৯. Guide Book to the Drama — Vargas Lais
১০. Writing the Feature Article — Steigleman, Walter Allen
১১. Writing and selling Feature Articles — Patterson Hallen Marguerite

সহায়ক গ্রন্থ :

১. Here is the News — Partha Sarathi Rongswami
২. News Reporting and Press Photography — Amar Nath
৩. The Publishing and Review of Reference Sources — Bill Katz and Robin Kinder
৪. (The) Book Review Digest — H. W. Wilson
৫. Figures of Light — Kauffmann Etanby
৬. A Guide to Critical Reviews — Salem James M.

মডিউল ৩ : সম্পাদনা

একক ১ □ সম্পাদকীয় নীতি— বিভিন্ন গণমাধ্যমে বিভিন্ন শৈলীর ব্যবহার-সম্পাদনা বোঝাতে শব্দ-বৈদ্যুতিন মাধ্যম সম্পাদনা দৈনিক সংবাদপত্র, রবিবারের সংবাদপত্র এবং সাময়িকপত্র পার্থক্যসমূহ— ১) শৈলী, ২) আঙ্গিক, ৩) প্রেক্ষা ও ৪) পস্থা

৩.১.০ গঠন

৩.১.১ উদ্দেশ্য

৩.১.২ প্রস্তাবনা

৩.১.৩ সম্পাদকীয় নীতি

৩.১.৪ বিভিন্ন গণমাধ্যমে বিভিন্ন শৈলীর ব্যবহার

৩.১.৫ সম্পাদনা বোঝাতে শব্দ

৩.১.৬ বৈদ্যুতিন মাধ্যম সম্পাদনা

৩.১.৭ দৈনিক সংবাদপত্র, রবিবারের সংবাদপত্র এবং সাময়িকপত্র-পার্থক্যসমূহ, শৈলী, আঙ্গিক প্রেক্ষা ও পস্থা

৩.১.৮ সারাংশ

৩.১.৯ অনুশীলনী

৩.১.১০ গ্রন্থপঞ্জি

৩.১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

সম্পাদকীয় নীতি

বিভিন্ন গণমাধ্যমে বিভিন্ন শৈলীর ব্যবহার

বৈদ্যুতিন মাধ্যম সম্পাদনা

দৈনিক সংবাদপত্র, রবিবারের সংবাদপত্র এবং সাময়িকপত্র পার্থক্যসমূহ, শৈলী, আঙ্গিক, প্রেক্ষা ও পছন্দ

৩.১.২ প্রস্তাবনা

যে কোন পরিবেশনার জন্য সম্পাদনা হল একটি গুরুত্বপূর্ণ পর্যায়। লেখা থেকে টেলিভিশন সর্বত্র রয়েছে সম্পাদনা। এমনকি বেতারেও সম্পাদনা প্রয়োজন। লেখা থেকে ছবি, শব্দভিত্তিক বেতার প্রয়োজনাও সম্পাদনা ছাড়া সম্ভব নয়। যা কিছু এলোমেলো থাকেই সংহত করে সম্পাদনা। একেবারে পরিপাটি করে পরিবেশনযোগ্য করে তোলে। ত্রুটি, আধিক্য বর্জিত হয়, অপ্রয়োজনীয় অংশকে কেটে ফেলে একটি ঝকঝকে পরিবেশনা নির্মিত হয় সম্পাদনার মধ্য দিয়ে।

মুদ্রণ মাধ্যমের অন্যতম হল সংবাদপত্র। একপর আছে সাময়িকপত্র ও বই। এই তিনটি ক্ষেত্রে সর্বত্রই রয়েছে সম্পাদনার প্রয়োজনীয়তা। সম্পাদনা যে কোন বিষয়কে মুদ্রণ উপযোগী করে তোলে। সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র ও বই-এর ক্ষেত্রে যে কোন বিষয় মুদ্রণ উপযোগী হয়ে ওঠে সম্পাদনার মাধ্যমে। সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্রের ক্ষেত্রে ত্রুটি সংশোধন করে। প্রয়োজনে বাক্যবিন্যাসের পরিবর্তন করে, শিরোনাম বসিয়ে এবং ছাপার আয়তন নির্ধারণ করে সম্পাদনার কাজ করা হয় আই আই এম সি ম্যানুয়ালে বলা হয়েছে editing is a process of improving reports making them easily comprehensible and livelier and removing possible inaccuracies, এককথায় বলা যেতে পারে একটি রচনাকে ঘষে মেজে প্রয়োজনমতে পরিবর্তন করে পরিবেশনযোগ্য করে তোলাই সম্পাদনা। বই-এর সম্পাদনাও অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বই-এর বিষয়-এর যাবতীয় খুঁটিনাটি পর্যালোচনা করে, প্রয়োজনে ত্রুটিমুক্ত করে। অধ্যায়গুলি সঠিকভাবে ভাগ করে এবং বানানবিধি সঠিকভাবে মেনে সম্পাদনার কাজ করা হয়। এখানে বইটির প্রকাশনার যাবতীয় বিষয় পর্যালোচিত হয় সম্পাদনার সময়। একটি ভালো বই মানেই তার পিছনে অবশ্যই আছেন একজন দক্ষ সম্পাদক।

৩.১.৩ সম্পাদকীয় নীতি

এখানে সম্পাদকীয় নীতি বলতে সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্র বুঝতে হবে। এই নীতিগুলি মেনে চললে সম্পাদনার কাজটি সহজ হয়। এগুলি হল:

১) সঠিকতা (Accuracy) : সংবাদপত্রে ও সাময়িকপত্রে পরিবেশিত সংবাদকে সর্বদা সঠিক হতে হবে। কারণ পাঠকরা সংবাদকে সত্য বলে ধরে নেয়। এখানেই নিহিত থাকে সংবাদের বিশ্বাসযোগ্যতা।

এম.ভি. চার্নলি (M.V. Charnley) বলেছেন অধিকাংশ পাঠক গণমাধ্যম পরিবেশিত ঘটনাকে সত্য বলে মেনে নেয় (Most news consumers accept most of the facts the media offer without question)। সংবাদপত্রকে তাই সর্বতাই চেষ্টা করতে হয় সংবাদের সঠিকতা নেয় বজায় থাকে। এই জন্যই সংবাদ গুরুত্ব পায়। পাঠক জানে কাগজে বা সাময়িকপত্রে যা বেরোচ্ছে তা সত্য, কোন মতেই তা কল্প-কাহিনী নয়। সঠিকতা বজায় রাখার জন্য সম্পাদনার সময় দেখতে হয় যাতে নাম, তারিখ, সময়, উদ্ধৃতিতে যেন কোন ভুল না থাকে। ঠিক যখন যা ঘটেছে, যা বলা হয়েছে তাই যেন ছাপা হয়। এটা হলেই সঠিকতা বজায় রাখা যাবে।

২) **সময়োপযোগিতা (Timeliness)** : সংবাদের সঙ্গে সময়ের ঘনিষ্ঠ যোগ রয়েছে। একেবারে এখনই ঘটে যাওয়া খবরই হল তাজা খবর। সাংবাদিকতার পরিভাষায় ঘড়ির কাঁটা যত এগোতে থাকে সংবাদের মূল্যও তত হ্রাস পায়। Ken Metzler বলেছেন সংবাদকে সবসময়ই নতুন হতে হবে (news must be new)। দেরি হলে গুরুত্ব কমবে। সময়ের সঙ্গে মানুষের এই আগ্রহের যোগের একটি সুন্দর ব্যাখ্যা দিয়েছেন M.V. Charley, তিনি বলেছেন ‘people are aware of the transitory nature of existence’, অর্থাৎ মানুষ জানে তার অস্তিত্ব খুব অল্প সময়ের। সময়ের সঙ্গে সঙ্গে সব পাল্টে যাচ্ছে আর এই পরিবর্তনের ধারা উঠে আসছে সংবাদপত্রের পাতায়, টুকরো টুকরো সংবাদের মধ্য দিয়ে। নির্বাচনের ফল মানুষ সঙ্গে সঙ্গে জানতে চায়। দুর্ঘটনা ঘটলে কী ঘটলো। কেন ঘটল এসব জানতে আগ্রহী হয়। Carl Lindstrom বলেছেন, ‘The newsroomclock is the master of us all’, অর্থাৎ সংবাদ বিভাগের ঘড়ির কাঁটাই আমাদের পরিচালিত করে।

৩) **অভিনবত্ব (Novelty)** : সম্পাদনার সময় মাথায় রাখতে হবে সংবাদটির মধ্যে অভিনবত্ব আছে কিনা। অনেকে ঘুরিয়ে বলেন সংবাদকে unusual হাতে হবে। মানুষ যদি কুকুরকে কামরায় তখনই তা সংবাদ হবার যোগ্যতা পায়। কারণ সেটা unusual, একটা অস্বাভাবিক ঘটনা। এই জন্যই এভারেস্ট বড় খবর হয়, রাষ্ট্রপতি নির্বাচন খবরের পাতায় জায়গা পায়।

৪) **কোন পক্ষপাত যেন না থাকে (Impartiality)** : সংবাদ পরিবেশনে সর্বদাই ভারসাম্য বজায় রাখতে হবে। অনেকে বলেন সংবাদ পরিবেশন হবে বস্তুনিষ্ঠ, কোনরকম পক্ষপাত সেখানে থাকবে না। M.V. Charnley-র কথায় ‘The face must be reported impartially, as they occurred—এর মানে হল সংবাদ পরিবেশনের মধ্যে কোনরকম পক্ষপাত থাকবে না। যিনি সংবাদ লিখছেন তাঁর মতামত থাকবে না প্রতিবেদনে। এটা যদি করা যায়, সম্পাদনার সময় তাহলে পক্ষপাতহীনতা বা impartiality-কে প্রতিষ্ঠা করা সম্ভব।

তবে গবেষণা করে দেখা গেছে পুরোপুরি পক্ষপাতহীনতা প্রতিষ্ঠা করা প্রায় অসম্ভব। লেখা হবে এবং সেখানে কোনরকম মতামত বা দৃষ্টিভঙ্গী থাকবে না, এটা খুব শক্ত। যিনি লিখছেন তাঁর নিজস্ব বুদ্ধি, বিবেচনা

আবেগ লেখার মধ্যে সম্পৃক্ত হয়ে থাকতেই পারে। এটাই স্বাভাবিক। তবে তা কখনই পক্ষপাতহীনতার বা impartiality-কে প্রতিষ্ঠা করা সম্ভব।

তবে গবেষণা করে দেখা গেছে পুরোপুরি পক্ষপাতহীনতা প্রতিষ্ঠা করা প্রায় অসম্ভব। লেখা হবে এবং সেখানে কোনরকম মতামত বা দৃষ্টিভঙ্গি থাকবে না, এটা খুব শক্ত। যিনি লিখছেন তাঁর নিজস্ব বুদ্ধি, বিবেচনা আবেগ লেখার মধ্যে সম্পৃক্ত হয়ে থাকতেই পারি। এটাই স্বাভাবিক। তবে তা কখনই পক্ষপাতহীনতার ধর্মকে ক্ষুণ্ণ করবে না।

৫) **উদ্ধৃতি (Attribution)** : সম্পাদনার সময় দেখতে হবে ঠিকমতো উদ্ধৃতি দেওয়া হয়েছে কিনা, যে কোন ঘটনা ঘটুক না কেন, ওই ঘটনা সম্পর্কে উদ্ধৃতি থাকবেই। এই উদ্ধৃতি প্রমাণ করে সাংবাদিক মনগড়া কোন কথা বলছেন না। কোন অপরাধের ঘটনা ঘটলে পুলিশি উদ্ধৃতি থাকবেই। পুলিশ কী বলছে ঐ ঘটনা সম্পর্কে এটাই হল ঘটনাটির বিশ্বাসযোগ্যতার সূত্র। পুলিশ কী বলছে, আদালত কী সিদ্ধান্ত নিয়েছে এগুলি উদ্ধৃতির মারফৎ জানানো হয়। রাজনৈতিক খবরে রাজনৈতিক নেতাদের উদ্ধৃতি দেওয়া হয়, রাজনৈতিক দলের মুখপাত্রেরা কী বলছেন তা উঠে আসে উদ্ধৃতির মাধ্যমে।

৬) **সংক্ষিপ্ততা (Brevity)** : প্রয়োজনীয় নিউজ পয়েন্টগুলো ঠিকঠাক রেখে খুব সংক্ষেপে সংবাদ পরিবেশন করতে হয় অল্পকথায় দ্রুত কোন বিষয়কে প্রকাশ করাই হল ভালো সাংবাদিকতার লক্ষণ। সম্পাদনার অন্যতম উদ্দেশ্যই হল আধিক্যকে ছেঁটে ফেলা। একেবারে যেটুকু দরকার তাই লিখতে হবে। এখানেই সংক্ষিপ্ততা বজায় রাখার গুরুত্ব সম্পাদনার গুণমান বাড়ায়। খুব অল্প জায়গার মধ্যে বেশি কিছু বলতে হবে, এটাই ভালো সাংবাদিকতা।

৭) **স্বচ্ছতা (Clarity)** : লেখার মধ্যে থাকবে স্বচ্ছতা, একবার পড়েই বিষয়বস্তু সহজে বোঝা যাবে। লেখার মধ্যে এই ব্যাপারটাকে সম্পাদনার সময় প্রতিষ্ঠিত করতে হবে। সহজ লেখার অন্যতম নীতি হল ‘যেমন কথা বল তেমনি লেখ’ (write as you talk), কথাবার্তা বলার সময় যে স্বচ্ছতা থাকে তাকেই তুলে আনতে হবে লেখায়। ডেইলি এক্সপ্রেসের সম্পাদক Arthur Christiansen বলেছিলেন আমি ঘবরকে এত সরলীকৃত করেছি যে ফরেন সেক্রেটারি ও একজন বাডুদার দুজনেই সমান বুঝতে পারে। সংবাদরচনায় তাই সহজসরল ব্যাপারটা নিয়ে আসতে হবে।

৮) **পাঠযোগ্যতা (Readability)** : সম্পাদনা নীতির সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ দিক হল পাঠযোগ্যতা প্রতিষ্ঠা করা। পাঠক কোনরকম হেঁচট খাবেন না পড়তে গিয়ে, এটা নিয়ে আসতে হবে লেখার মধ্যে। একেই বলে পাঠযোগ্যতা বা Readability তরতর করে সংবাদ রচনা পড়তে হবে। এটা তখনই সম্ভব যখন পাঠযোগ্যতাকে নীতি হিসেবে গ্রহণ করা হয়। বাক্যবিন্যাস সহজ হবে, ছোট ছোট বাক্যে একেবারে প্রচলিত শব্দ ব্যবহার করে লিখতে হবে। দুর্বোধ্যতাকে একেবারে ঝাঁটিয়ে বিদেয় করা প্রয়োজন।

৩.১.৪ বিভিন্ন গণমাধ্যমে বিভিন্ন শৈলীর ব্যবহার (Different style for different media)

গণমাধ্যম বিভিন্ন ধরনের হতে পারে। সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র, বেতার, টেলিভিশন, চলচ্চিত্র হল বিভিন্ন ধরনের গণমাধ্যম। এদের সম্পাদনা শৈলীও আলাদা। এর আগে আমরা সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্রের সম্পাদনা শৈলী নিয়ে আলোচনা করেছি। সম্পাদনা নীতির মধ্যেই শৈলী নিহিত আছে।

বেতার হল শ্রুতিমাধ্যম। বেতার হল কথার তাজমহল। শুধুমাত্র কথা দিয়ে ছবি তৈরি হবে। কণ্ঠস্বরের যাদুতে নাটকীয়তা নিয়ে এসে হৃদয়গ্রাহী অনুষ্ঠান পরিবেশনা করা সম্ভব। এই বেতার অনুষ্ঠান প্রয়োজনায় সম্পাদনার ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সে সংবাদ, নাটক, বা কথিকা যাই হোক না কেন প্রতিটি অনুষ্ঠানেই প্রয়োজন সম্পাদনা। সংবাদ পরিবেশনার সময় খেয়াল রাখতে হবে যাতে খুব সামান্য কথায় টুকরো টুকরো সংবাদকে তুলে ধরতে হবে সংবাদ বুলেটিনে। প্রয়োজনমতো ভয়েস ওভার যোগ করতে হবে। বেতার প্রতিবেদক ঘটনাস্থল থেকে কিছু গুরুত্বপূর্ণ তথ্য দিতে পারেন। সেটা ভয়েসওভারে যোগ করতে হবে। তারপর আবার ফিরে আসতে হবে সংবাদপাঠে। একটা দশ মিনিটের সংবাদ ক্যাপসুলে অনেকগুলি টুকরো খবরের কথা বলা হবে। সংবাদপত্রে যে খবর ২০০ শব্দে লেখা হয়, বেতার সংবাদে তা বলা হয় মাত্র চল্লিশটি শব্দে। টুকরো টুকরো সংবাদ দিয়ে একটা সংবাদমালার ক্যানভাস তৈরি হয়। সংবাদপাঠক পরিষ্কার উচ্চারণে সেগুলি পড়ে যান।

অনেক সময় নাটক বা কথায় সুরে বিচিত্র অনুষ্ঠান তৈরি হয় বেতারে। নাটকের হাতিয়ার সংলাপ, উপযুক্ত স্বরক্ষেপণ এবং ব্যাকগ্রাউন্ড মিউজিক। ভালো সম্পাদনা তৈরি করতে পারে উচ্চমানের বেতার সিকোয়েন্স যা কণ্ঠ অভিনয়ের যাদুতে মানুষের হৃদয় ছুঁয়ে যায়। মহালয়ার দিন ভোরবেলায় পরিবেশিত হয় এক ভীষণ জনপ্রিয় অনুষ্ঠান মহিষাসুরমর্দিনী। বহুদিনের পুরনো অনুষ্ঠান, কিন্তু এখনও তার আকর্ষণ কণামাত্র কমেনি। অল্পবয়েসি ছেলেমেয়েদের কাছেও এই অনুষ্ঠান খুব জনপ্রিয়। এই অনুষ্ঠান পাঠ, গান, স্তোত্রপাঠ এবং নেপথ্য সংগীতের সমন্বয়ে তৈরি। বীরেন্দ্রকৃষ্ণ ভদ্রের কণ্ঠস্বর যাদুতে আজও বাঙালী মোহিত। এই অনুষ্ঠানের স্ক্রিপট লিখেছিলেন বাণীকুমার, সংগীত পরিচালনা করেছিলেন পঙ্কজ মল্লিক। নেপথ্য কণ্ঠসংগীতে ছিলেন দিকপাল গায়ক-গায়িকারা। হেমন্ত মুখোপাধ্যায়, দ্বিজেন মুখোপাধ্যায়, সুপ্রীতি ঘোষ, সন্ধ্যা মুখোপাধ্যায়, মানবেন্দ্র মুখোপাধ্যায় প্রমুখ গুণী শিল্পীরা। অনুষ্ঠানটি এখনও মনে করা হয় বাতাসের তাজমহল। এই তাজমহল নির্মাণে সম্পাদনার ভূমিকা ছিল অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

টেলিভিশন অনুষ্ঠান তৈরিতেও সম্পাদনার প্রয়োজন। এই সম্পাদনা অনেক বেশি প্রযুক্তি নির্ভর বর্তমানে ডিজিটাল প্রযুক্তি ব্যবহার করে এই সম্পাদনার কাজ করা হচ্ছে। টেলিভিশনের নতুন মাট্রাটি হল দেখা ও শোনা। আগে ছিল পড়া এবং শোনা, এখন একই সঙ্গে দেখাশোনা সম্ভব হল। যেমন ঘটছে তেমনটি দেখতে পাওয়া যায়। নানানভঙ্গী, ক্যামেরার দৃষ্টিকোণ, শব্দ ও কথার অনুষ্ঙ্গ যে অডিও ভিসুয়াল

যাদু তৈরি করে তা দর্শককে দেয় এক অনন্য সংবেদনশীল অভিজ্ঞতা। বিষয়ের চেয়ে বিষয়ের উপস্থাপনই বেশি প্রভাব বিস্তার করে দর্শকের ওপরে।

টেলিভিশন সংবাদের আর একটি নতুন দিক হল লাইভ কভারেজ। আগে সংবাদ বলতে বুঝাতাম একটু আগে যা ঘটে গেছে। এখন টেলিভিশনের দৌলতে যা ঘটছে তাও সরাসরি সংবাদ হচ্ছে। লাইভ কভারেজের ক্লিপিংস ধরিয়ে দেওয়া হয় সংবাদ পাঠের সময় সংবাদ পাঠক বা পাঠিকা বলে দেন এখন আপনারা সরাসরি দেখুন, চলে আসে লাইভ কভারেজ, দর্শকের মনোযোগ আরও বেড়ে যায়। এই যে সংবাদ পাঠ করতে করতে ভয়েস ওভার চলে আসছে, এটা সম্ভব করছে সম্পাদনা। সম্পাদনা হচ্ছে যুক্ত এবং বাদ দেওয়া, পরিবেশনার স্বার্থে এই কাজ করা হয়, আর এটাই হল সম্পাদনা।

চলচ্চিত্রেও সম্পাদনা প্রয়োজন। প্রকৃতপক্ষে সম্পাদনার মাধ্যমেই নির্মিত হয় একটি চলচ্চিত্র। রাশপ্রিন্ট যা তোলা হয় তার মধ্য থেকে অল্প কিছু সম্পাদনার মাধ্যমে নির্বাচিত হয় পরিবেশনার জন্য। সংলাপ ডাবিং-এর মাধ্যমেও যুক্ত হয়। নেপথ্য সংগীত দৃশ্য নির্মাণকে সম্পূর্ণতা দেয়। যে কোন চলচ্চিত্র নির্মাণে প্রয়োজন একজন দক্ষ সম্পাদকের এখানে সম্পাদনার শর্তই হল দৃশ্য নির্মাণকে বোধগম্য এবং শিল্পসম্মত করে তোলা। সত্যজিৎ রায়ের প্রতিটি ছবিতে ছিলেন দুলাল দত্তের মতো দক্ষ সম্পাদক, যার হাতের ছোঁয়ায় ‘পথের পাঁচালী’ থেকে ‘জয় বাবা ফেলুনাথ’ আমাদের কাছে উপভোগ্য হয়ে ওঠে।

৩.১.৫ সম্পাদনায় ব্যবহৃত শব্দবন্ধ (Terminology used in the editing)

কিছু শব্দ প্রকৃতভাবে ব্যবহৃত হয় সম্পাদনা সময়। এই শব্দগুলির কারিগরী তাৎপর্য আছে। মুদ্রণ থেকে অন্যান্য গণমাধ্যমে যে শব্দগুলি ব্যবহৃত হয় তা নীচে দেওয়া হল :

মুদ্রণ মাধ্যম:

১। কীট, যেখানে রিপোর্টারদের ডিউটি পড়ে। ইনট্রো/লীড, সংবাদের সূচনা। পেজ মেক আপ পেজিনেশান। সংবাদপত্রে পৃষ্ঠাসংখ্যা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। প্রতিটি পৃষ্ঠাকে আলাদা করে সাজাতে হয়। সম্পাদনার একটি অংশ হল এই পেজ মেকআপ বা পেজিনেশান। ডিজিটাল প্রযুক্তিতে পৃষ্ঠা তৈরি করার পদ্ধতিকে বলে পেজিনেশান।

ডেট লাইন, ডেডলাইন, বাই লাইন, মাস্ট হেড, অ্যাক্সর এডিট পেজ, কলাম, কলামনিষ্ট ফিচার, পোস্ট এডিট, প্রিন্টারস লাইন, সোলাস অ্যাড, ব্যানার হেডলাইন, ইনভারটেড পিরামিড, স্টপ প্রেস, এজেন্সি কপি প্রফরিডিং, সাল্লিমেন্টারি পেজ, পেজ থ্রি ডামি, ফার্স্ট লীড, সেকেন্ড লীড প্রভৃতি হল বহুল ব্যবহৃত সংবাদ প্রকাশনার ক্ষেত্রে।

ডেটলাইন : যে তারিখে প্রতিবেদন লেখা হয়েছে সেই তারিখ। ১৫ সেপ্টেম্বরের কাগজে ডেটলাইন হবে ১৪ সেপ্টেম্বর।

ডেডলাইন : সংবাদের কপি জমা দেবার শেষ সময়, প্রতিবেদকদের সবসময় মাথায় রাখতে হয় ঐ সময়সীমা তা না হলে দেরি হয়ে যাবে। আর সম্পাদক, বার্তা সম্পাদককেও ডেডলাইন মেনে চলতে হয়, সংবাদপত্র সময় মতো ছাপার জন্য এটা জরুরী।

বাইলাইন : কিছু কিছু সংবাদ সাংবাদিকদের নাম দিয়ে বেরোয়। একে বলে বাইলাইন। প্রতিবেদনের মাথায় নাম থাকলেই সেটাকে বলে বাইলাইন।

মাষ্ট হেড : প্রথম পৃষ্ঠার একেবারে মাথায় থাকে কাগজের নাম। বিশেষ এক ক্যালিগ্রাফিকে নামটা লেখা হয়। আনন্দবাজার পত্রিকা, আজকাল, এই নামগুলি হল মাষ্ট হেড। মাষ্টলের পতাকার মতো ওড়ে কাগজের মাথায়।

অ্যাঙ্কর : প্রথম পৃষ্ঠার একেবারে তলায় থাকে চার বা পাঁচ কলামের একটি সংবাদ একে বলে অ্যাঙ্কর স্টোরি (Anchor story)। আজকাল সব কাগজেই এই সংবাদ দেখা যায়।

এডিট পেজ : সম্পাদকীয় পৃষ্ঠার ছোট নাম এডিট পেজ। আনন্দবাজার পত্রিকায় চার নম্বর পাতা হল এডিট পেজ। এই পাতার সম্পাদকের মতামত, চিঠিপত্র ও বিশেষ প্রবন্ধ থাকে।

পেজিনেশন : পৃষ্ঠা তৈরির কমপিউটার ভিত্তিক প্রক্রিয়ার নাম পেজিনেশন। পাতা সাজানোর ব্যাপারটা এখন পিসিতে বা ল্যাপটপে করা হয়। আধুনিক সফটওয়্যারকে আশ্রয় করে পেজিনেশন কাজ সারা হয়।

কলাম : কলাম হল একটি নির্দিষ্ট আয়তন, প্রস্থে ৪.৫ থেকে ৫ সেন্টিমিটার। সংবাদপত্রের পাতায় এই আয়তন নিয়ে তৈরি হয় কলাম। লম্বালম্বি নেমে যায় উপর থেকে नीচে। প্রস্থে একটি সংবাদপত্র আট কলামের হয়। আজকাল অবশ্য অনেক কাগজ ছ কলামেও হচ্ছে।

কলামনিষ্ট : সংবাদপত্রে এবং সাময়িকপত্রে ব্যক্তিগত নির্ভর এক ধরনের রচনা প্রকাশিত হয়। এগুলো একেবারে ব্যক্তিগত (personalised) রচনা। খুব অল্প পরিসরে তীক্ষ্ণ স্যাটায়ার, হিউমার ও বিশ্লেষণ সহযোগে এই কলাম লেখা হয়। যিনি লেখেন তাকে বলা হয় কলামনিষ্ট। খুসবন্ত সিং, বরুণ সেনগুপ্ত ছিলেন বিখ্যাত কলামনিষ্ট। আর্ট বাখওয়াল্ড (Art Bachwald) ছিলেন Washington Post-এর বিখ্যাত কলামনিষ্ট।

ফিচার : একধরনের রচনা যা সংবাদপত্রে ও সাময়িকপত্রে নিয়মিত প্রকাশিত হয়। মোটামুটি হাজার, দেড় হাজার শব্দ থাকে এই রচনায়। সঙ্গে থাকে ছবি। তথ্য, বিশ্লেষণ, ব্যাখ্যা সবকিছুই ফিচারে থাকে। ফিচার পড়ে পাঠক অনেক বিষয় সম্পর্কে জানতে পারে। ফিচারের মধ্যে সামান্য বিনোদনের ছোঁয়া থাকে। রচনার আঙ্গিক সাহিত্যধর্মী। ভ্রমণের ওপর ফিচার খুব জনপ্রিয়। বিখ্যাত ব্যক্তিগত নিয়েও ফিচার লেখা হয়।

পোস্ট-এডিট : বাংলায় এর নাম উত্তর সম্পাদকীয়। এর জায়গা এডিট পেজের মাঝখানে। এটিকে বিশেষ নিবন্ধও বলা যায়। সাধারণত হাজার থেকে বারোশো শব্দের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে এই রচনা। অভিজ্ঞ সাংবাদিক ও লেখকরা এই রচনা লেখেন।

প্রিন্টারস্ লাইন : সংবাদপত্রের একদম শেষ পাতায় একেবারে নীচে দেওয়া থাকে সম্পাদক, মুদ্রক এবং প্রকাশকের নাম ঠিকানা এবং সংবাদপত্রের রেজিস্ট্রেশন নম্বর। এটা দেওয়া আইনত বাধ্যতামূলক।

সোলাস অ্যাড : প্রথম পৃষ্ঠার তলায় একেবারে ডান দিকে থাকে যে বিজ্ঞাপন তাকেই বলা হয় Solus Advertisement. এই জায়গাটি খুব গুরুত্বপূর্ণ। তাই এর দামও বেশি।

ব্যানার হেডলাইন : প্রথম পৃষ্ঠার আট কলাম জুড়ে এই শিরোনাম তৈরি হয়। খুব বড় হরফে লেখা হয়। খুব গুরুত্বপূর্ণ খবরের শিরোনাম ব্যানারে করা হয়। পাঠক দেখেই বুঝতে পারে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ খবর এটি।

অ্যাডোব ইন ডিজাইন : পাতা সাজানোর একটি সফটওয়্যার। মুদ্রণ এবং ডিজিটাল মাধ্যমে এই সফটওয়্যারের সাহায্যে সুন্দর পাতা সাজানোর কাজ করা যায়। গ্রাফিক্সের ব্যবহারও করা যায় এখানে।

ইনভার্টেড পিরামিড : সংবাদ রচনার সবচেয়ে প্রচলিত আঙ্গিক হল ইনভার্টেড পিরামিড। বাংলায় উল্টো পিরামিড। একটি পিরামিড আকৃতিকে উল্টে দিলেই পাওয়া যাবে এই আঙ্গিক, যা inverted pyramid নামে পরিচিত। ওপরদিকটা হবে বড়, তলার দিকটা ছোট। এবং তারপর কম গুরুত্বপূর্ণ অংশ পরিবেশিত হবে। শেষে এমন একটা জায়গা আসবে যেখানে বলার কিছুই থাকবে না। পিরামিডের দুই পার্শ্বরেখা সেখানে মিলিত হচ্ছে। দ্রুত জ্ঞাপনকার্যে এর গুরুত্ব রয়েছে।

স্টপ প্রেস : গভীর রাতে যদি ভূবন কাঁপানো কোন খবর এসে পৌঁছয় তখন ছাপা থামিয়ে নতুন কপি ছাপতে দিতে হয়। এ অবস্থাকে বলা হয় স্টপ প্রেস। ভারতের প্রাক্তন প্রধানমন্ত্রী গভীর রাতে মারা গিয়েছিলেন তাশখন্দে তখন কলকাতার বহু কাগজকেই স্টপ প্রেস করে নতুন করে সংবাদ পরিবেশন করতে হয়েছিল। এর মধ্যে অন্যতম কাগজ ছিল দৈনিক স্টেটসম্যান।

এজেন্সি কপি : সংবাদসংস্থা যে সংবাদ পাঠায় তাকে বলা হয় এজেন্সি কপি। আগে এখবর আসতো টেলিপ্রিন্টারে। এখন আসে ইন্টারনেট মারফৎ ই-মেলে। পিটিআই, ইউএন আই, এপি, রয়টার প্রভৃতি এজেন্সি দিবারাত্র খবর পাঠাচ্ছে। এই সব খবরের কপিকেই বলে এজেন্সি কপি।

প্রফরিডিং : ছাপা হওয়ার আগে একটা দুটো ছাপা তুলে ত্রুটি সংশোধন করা হয়, এর নাম প্রফরিডিং। প্রফ রিডিং বিশেষ দক্ষতার দাবী রাখে। যারা প্রফ দেখেন তাদের বলা হয় প্রফরিডার। তারা কম্পোজ হওয়া কপির ভুলত্রুটি শুধরে দেন। আজকাল কমপিউটার সফটওয়্যারই বলে দেয় কোথায় ভুল। তাই সহজেই সংশোধন করা যাচ্ছে।

সাপ্লিমেন্টারি পেজ : মূল সংবাদপত্রের সঙ্গে অতিরিক্ত চার পাতা বা ছ পাতার যে কাগজ দেওয়া হয় তাকে বলে সাপ্লিমেন্টারি পেজ (supplementary page)। বিশেষ কোন বিষয়ের ওপর অথবা বিনোদনমূলক সংবাদই এখানে থাকে। রবিবার প্রায় প্রত্যেক কাগজই সাহিত্য বিষয়ে অতিরিক্ত পৃষ্ঠা দেয়। একে বলে লিটারারি সাপ্লিমেন্ট (Literary Supplement)।

পেজথ্রি সংবাদিকতা (Page Three Journalism) : এক নম্বর পৃষ্ঠা সংবাদের জন্য, দু নম্বর পৃষ্ঠা সম্পাদকীয় মতামতের জন্য, আর তিন নম্বর পৃষ্ঠা সম্পূর্ণ বিনোদন সংবাদের জন্য। এই তিন নম্বর পৃষ্ঠাই হল পেজ থ্রি সাংবাদিকতার পরিসর। বর্তমানে এই পেজ থ্রি বিষয়টি ভীষণ জনপ্রিয় হয়েছে। এখানে ফ্যাশান, সিনেমা পপমিউজিক আর বিশিষ্ট তারকাদের খবর থাকে। টেলিগ্রাফে টি টু, টাইমস অফ ইন্ডিয়ার Calcutta Times হল পেজ থ্রি পেজ।

ডামি : পৃষ্ঠা সজ্জার নকল রূপ হল ডামি। আগে এই ডামি শীটের ওপর পৃষ্ঠা সজ্জার নকশা করা হত। এখন সেটা কমপিউটার পর্দায় সফটওয়্যারের সাহায্যে করা হয়।

ফার্স্টলীড : প্রথম পৃষ্ঠার সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদকে বলা হয় ফার্স্টলীড। এটা বাঁ দিক অথবা ডান দিকে থাকতে পারে।

সেকেন্ড লীড : প্রথম পৃষ্ঠার দ্বিতীয় গুরুত্বপূর্ণ সংবাদকে বলা হয় সেকেন্ড লীড। এর অবস্থানও পৃষ্ঠা সজ্জার নকশা অনুযায়ী ডান, বাঁ অথবা মধ্যস্থানে হতে পারে।

৩.১.৬ বৈদ্যুতিন মাধ্যমে সম্পাদনা

বেতার

১। **অ্যাড-লিব (Ad-lib) :** কোন স্বতস্ফূর্ত ভাষণের অথবা বক্তব্য পেশকে অ্যাডলিব বলা হয়। এই বিষয় আগে থেকে তৈরি থাকে না।

২। **ঘোষক (Announcer) :** কোন অনুষ্ঠানের আগে অনুষ্ঠানটি সম্পর্কে অল্প কথায় যিনি পরিচিত দেন তিনি হলেন ঘোষক। সুন্দর পরিষ্কার উচ্চারণে তিনি অনুষ্ঠানটি সম্পর্কে ঘোষণা করেন।

৩। **ভয়েস ওভার (Voice Over) :** সংবাদপাঠক সংবাদ পড়তে পড়তে অনেক সময় রিপোর্টারকে পরিস্থিতি সম্পর্কে বলতে বলেন, রিপোর্টার যা দেখছেন শুনছেন তা অল্প কথায় বলেন, এটাই হল ভয়েস ওভার।

৪। **প্রযোজক (Producer) :** সংবাদ বা কোন বেতার অনুষ্ঠান পরিচালনার দায়িত্বে থাকেন। পরিবেশনার যে প্রক্রিয়া চলে তার তত্ত্বাবধান করেন। সংবাদ বিভাগেও প্রযোজক থাকেন। আবার নাটক বিভাগেও প্রযোজক থাকেন।

৫। **ট্রিমিং (triming)** : সম্পাদনায় এটা খুব জরুরী। অপ্রয়োজনীয় অংশকে বাদ দেওয়ার পদ্ধতি হল ট্রিমিং। যা দরকার তা থাকবে, বাকীটুকু ট্রিম করা হবে, অর্থাৎ বাদ দেওয়া হবে।

৬। **অ্যাকচুয়ালিটি (Actuality)** : স্টুডিওর বাইরে অনেক সময় রেকর্ডিং করতে হয়। Act কথাটা থেকে এসেছে Actuality, যা শব্দ গ্রহণ করা হচ্ছে তাই অ্যাকচুয়ালিটি।

৭। **ব্লাইন্ড ইন্টারভিউ (Blind Interview)** : সংবাদ সংগ্রহ করার জন্য অনেক সময়ই রিপোর্টারদের অনেক মানুষের কথা বলতে হয়। যদি যাদের সঙ্গে কথা বলা হচ্ছে তাদের পরিচিত না দেওয়া হয় তাহলে ঐ সাক্ষাৎকারকে বলা হবে ব্লাইন্ড ইন্টারভিউ।

টেলিভিশন

১। **অ্যাক্সর (Anchor)** : তিনি একজন সাংবাদিক। যে কোন একটি বিষয়কে দর্শকদের সামনে উপস্থিত করেন। অল্প কথায় সূত্র ধরিয়ে দেন বিষয়টির ক্যামেরার সামনে। পরিষ্কার উচ্চারণে সাবলীল ভাবে যে কোন বিষয়কে উপস্থাপন করার ক্ষমতার অধিকারী হবেন। প্রায়শই আমরা টিভিতে হাতে বুম নিয়ে অ্যাক্সরদের দেখি।

২। **ফিড (Feed)** : উপগ্রহ মারফৎ অথবা মাইক্রোওয়েভ দ্বারা যে ট্রান্সমিশন হয় তাই হল ফিড। লাইভ কভারেজে সময় এই ফিডের ব্যবহার হয়।

৩। **টেলিপ্ৰম্পটার (Teleprompter)** : এটি হল একটি ডিসপ্লে ডিভাইস যা সংবাদপাঠক বা অন্য কোন ব্যক্তি যিনি ক্যামেরার সামনে কিছু বলছেন তাকে সাহায্য করে। ক্যামেরার তলায় ইলেকট্রনিক পদ্ধতিতে লেখা ফুটে ওঠে, যিনি ক্যামেরার সামনে দাঁড়িয়ে কিছু বলছেন তিনি ঐ লেখা থেকে ভিউ পেয়ে যান।

৩.১.৭ দৈনিক সংবাদপত্র রবিবারের সংবাদপত্র এবং সাময়িক পত্র—পার্থক্যসমূহ
(১) শৈলী (২) আঙ্গিক (৩) প্রেক্ষিত (৪) পন্থাসমূহ (Difference between daily and sunday newspaper and magazines in (i) style, (ii) format (iii) perspect and (iv) approaches.

দৈনিক সংবাদপত্র, রবিবারের সংবাদপত্র (Daily newspaper and Sunday newspaper) :
দৈনিক সংবাদপত্র প্রতিদিন বেরোয়। প্রধানত ব্রডশীট কাগজ, ব্রডশীট কাজ প্রস্থ আট কলাম। দৈর্ঘ্যে ৫০ থেকে ৫২ সেন্টিমিটার। যেমন আনন্দবাজার, টেলিগ্রাফ, টাইমস্ ইন্ডিয়া। সন্মার্গ ইত্যাদি। Edwin Emery সংবাদপত্রের সংজ্ঞা দিয়েছিলেন এইভাবে (ক) সংবাদপত্রটি অবশ্যই মুদ্রিত হতে হবে (খ) নির্দিষ্ট সময় অন্তর নিয়মিত প্রকাশিত হবে (গ) ক্রয়যোগ্য হবে (ঘ) মানুষ জানতে চায় এমন বিষয় সহজ ভাষায়

ছাপবে। এই হল আধুনিক সংবাদপত্রের পরিচয়। যে কাগজ দৈনিক বেরোয়, মানে ২৪ ঘণ্টা অন্তর প্রকাশিত হয় তা হল দৈনিক সংবাদপত্র। হার্ড নিউজ ছাপাই যার প্রধান উদ্দেশ্য।

দৈনিক সংবাদপত্রের অঙ্গ হল রবিবারের সংবাদপত্র, যেখানে অতিরিক্ত চার, ছয় পৃষ্ঠা থাকে রবিবাসরীয়। রবিবারোয়ারি অথবা শুধু রোববার নামে। একেকটি কাগজে একেক নাম, লেখায় ছবিতে অত্যন্ত আকর্ষণীয় করে তৈরি হয় এই লিটারারি সাপ্লিমেন্ট। রবিবার ছুটির দিন। পাঠকের হাতে সময় বেশি। ধীরেসুস্থে অবসরমতো কাগজ পড়া যায়। সংবাদপত্র পরিচালকরা জানেন, পাঠক ছুটির দিনে থাকেন ছুটির মেজাজে, তাই বিনোদন, সাহিত্য, শিল্প নিয়ে বর্ণময় প্যাকেজ তৈরি করেন।

রবিবারের সাপ্লিমেন্টে যে বিষয়গুলি সাধারণত থাকে তার মধ্যে অন্যতম হল ছোট গল্প, ধারাবাহিক উপন্যাস, কলাম এবং একটি লীড ফিচার যেটি একেবারে প্রথম পাতায় ছবিসহ থাকে। ফিচারের শিরোনাম খুব আকর্ষণীয় হয়, একটু নাটকীয় হলে দ্রুত পাঠকদের মনযোগ আকর্ষণ করা যায়। রবিবারের পাতার মূল উদ্দেশ্যই হল পাঠককে আনন্দ দেওয়া। তার অবসরের মেজাজের সঙ্গে সঙ্গতি রেখে বিষয় নির্বাচন করা। আজকাল অনেক কাগজ আলাদা একটি ম্যাগাজিন দেওয়াও শুরু করেছে, যেমন প্রতিদিন কাগজ ‘রোববার’ নামে একটি পত্রিকা কাগজের সঙ্গে দেয়।

শৈলী

সংবাদপত্রে উল্টো পিরামিড আঙ্গিকে সংবাদ লেখা হয়। যদিও আজকাল নাটকীয়তা আনার জন্য প্রতিবেদন রচনাও একটু আকর্ষণীয় করে তোলা হচ্ছে। কিন্তু সংবাদ পরিবেশনের মূল ব্যাপারটি কিন্তু উল্টো পিরামিড রীতি অনুযায়ী লেখা হয়।

সংবাদ রচনার ভাষা হয় খুব সহজ সরল। বিশেষণের আধিক্য সেখানে থাকে না। শুধু কী গুরুত্বপূর্ণ ঘটেছে সেটাই জানানোই প্রধান উদ্দেশ্য হয়ে ওঠে। সংবাদ রচনার তথ্যই ভীষণ গুরুত্বপূর্ণ। তাই সঠিক তথ্য পরিবেশনের ওপরই জোর দেওয়া হয়। শিরোনামও হয় সোজাসাপটা। একবার চোখ বোলালেই যাতে মূল খবরগুলির হৃদিশটুকু পাওয়া যায়।

সংবাদ রচনার মূল শৈলীই হল সহজভাবে কোন বিষয়কে প্রকাশ করা। সংবাদে মূল বক্তব্য থাকে একেবারে প্রথমে। তারপর ধীরে ধীরে অল্প গুরুত্বপূর্ণ তথ্যসমূহ পরিবেশিত হয়। ধাঁচটা উল্টো পিরামিডের মতো। শেষে এমন একটা জায়গা আসে যেখানে বলার মতো কিছু আর থাকে না। উদাহরণ হিসেবে অমর্ত্য সেনের নোবেল পাবার খবর কলকাতার কাগজগুলো এইভাবে পরিবেশন করেছিল :

“রবীন্দ্রনাথের পর নির্ভেজাল বাঙালি হিসেবে আবার নোবেল পুরস্কার পেলেন অর্থনীতিবিদ অমর্ত্য সেন। অর্থনীতিতে চলতি বছরের নোবেল পুরস্কারের জন্য আজ রয়াল সুইডিশ অ্যাকাডেমি অফ সায়েন্স এই বঙ্গ সন্তানকেই বেছে নিয়েছেন।”—বর্তমান

“রবীন্দ্রনাথ ঠাকুরের পর ৮৫ বছর পরে নোবেল পুরস্কারের আলোয় জগৎ সভায় উজ্জ্বল হয়ে উঠলেন দ্বিতীয় বাঙালী অমর্ত্য সেন। দুনিয়াজুড়ে সমীহ জাগানো বিলেতের কেমব্রিজ বিশ্ববিদ্যালয়ের ট্রিনিটি কলেজের ‘মাস্টার’ অমর্ত্য সেন ৬৪ বছর বয়েসে এই দুর্লভ সম্মান প্রাপ্তির অনেকদিন আগে থেকেই অবশ্য পৃথিবীর অন্যতম শ্রেষ্ঠ অর্থনীতিবিদ বিশ্ব অর্থনীতির বিবেক হিসেবেই অর্থনীতিবিদদের আন্তর্জাতিক মহলে স্বীকৃতি।”—আজকাল

“অমর্ত্য সেন পুরস্কার পেলেন। তাঁর এই পুরস্কারের সঙ্গে সঙ্গে অর্থনীতির মূল স্রোতে ফিরে এল মানুষ, অধিকার ও জনকল্যাণ শব্দত্রয়ী। রবীন্দ্রনাথ ঠাকুরের পর তিনিই দ্বিতীয় বাঙালী জিনি এই সম্মানে ভূষিত হলেন।”—আনন্দবাজার পত্রিকা

তিনিটি রিপোর্টের শুরুতেই মূল কথা বলা হয়েছে। তারপর অমর্ত্য সেনের পরিচয় উঠে এসেছে। যারা সম্মান দিয়েছেন তাদের কথাও উল্লেখ হয়েছে। এসেছে রবীন্দ্রনাথের প্রসঙ্গ আর একটি কমন ফ্যাক্টর—বাঙালী। তথ্য পরিবেশনই এখানে মুখ্য, সঙ্গে সামান্য সামান্য ব্যাখ্যা। আদর্শ প্রতিবেদন রচনার শুরু এভাবেই হয়।

ম্যাগাজিন বা সাময়িকপত্রের লেখার শৈলী সংবাদ রচনার শৈলীর থেকে আলাদা। এখানে পিরামিড সূত্রকেই মেনে চলা হয়। প্রথমেই মূল কথা বলে দেওয়া হয় না। সাসপেন্সকে ধরে রাখা হয়। বাক্যের পর বাক্য সাজিয়ে মূল বক্তব্যের দিকে অগ্রসর হন লেখক। মূল কথা আসে একেবারে শেষে। পুরোটা না পড়লে বোঝা যায় না আসল বক্তব্য কী। এ শৈলী সাহিত্য রচনার শৈলীর কাছাকাছি।

সাময়িকপত্রের রচনা ফিচার বা কলাম রচনার নীতি অনুসরণ করে। সাময়িকপত্রে গদ্যরচনা হবে ঝড়ঝড়ে। ইংরেজিতে যাকে বলে *crispiprose*, একেবারে মুচমুচে যা যে কোন রচনার পাঠযোগ্যতা বাড়িয়ে দেয়। লেখক সহজসরল বাক্যবন্ধ ও সঠিক উপমা ব্যবহারে রচনায় গতি আনবেন। উপস্থাপনায় থাকবে নাটকীয়তা, একটু চমক, মাঝে মাঝে কৌতুক রস ঝিলিক দিয়ে উঠবে। একটু পনে আরও একটু পড়তে চাইবেন পাঠক। খিদে উসকে দেওয়ার মতো রচনাশৈলী আরম্ভ করতে হবে লেখককে।

আঙ্গিক (Format)

আগেই বলা হয়েছে সংবাদ প্রতিবেদনের আঙ্গিক উল্টো পিরামিড রীতি মেনে লেখা হবে। শিরোনামের পরে থাকবে লীড। অল্প কথার সংবাদের মূল বিষয়বস্তু জানিয়ে দেওয়া হবে। তারপর আসবে বডি। ছোট ছোট অনুচ্ছেদে সংবাদের অন্যান্য প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু পরিবেশিত হবে।

ম্যাগাজিনে উল্টো পিরামিড রীতি মেনে চলার প্রয়োজন হয় না। কোন অ্যানেকডোট দিয়ে বা উদ্ধৃতি দিয়ে একটা সাসপেন্স তৈরি করে পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণের চেষ্টা করা হয়। প্রথম বা দ্বিতীয় লাইন পড়ে পাঠক বিষয়বস্তুর সন্ধান পাবেন না। হালকা আভাষমাত্র পেতে পারেন। সাহিত্য রচনারীতির সঙ্গে

এর যোগ রয়েছে। কিন্তু মনে রাখতে হবে কোন অবস্থাতেই তা সাহিত্য হবে না। রূপক, অলংকার হয়তো সামান্য থাকবে, কিন্তু তা কখনই শিল্প নির্মাণের ধার কাছ দিয়েও যাবে না।

সুসংহত, সুন্দর গদ্যরচনার কৌশলই সাময়িকপত্রের রচনার প্রাণসঞ্চর করতে পারে। সাময়িকপত্রের সমস্ত রচনাকেই বুদ্ধিদীপ্ত হতে হবে। প্রতিটি বাক্যই পাঠককে আবিষ্ট করবে, ব্যাঙ্গে, সরসতার মজিয়ে রাখবে। খুব অল্প পরিসরে এমন অভিজ্ঞতা পাঠককে দেবেন যাতে সে একটা নতুন কিছু পায়। তবেই পাঠক বাক্যের পর বাক্য পেরিয়ে যাবেন, একেবারে শেষে তৃপ্তি বোধ করবেন। James M Neal এবং Suzanne S. Brown সাংবাদিক সুলভ রচনায় অনিবার্য বলে মনে করেছেন ‘depth of thought and persuasive presentation’-কে। তাঁরা মনে করেছেন লেখায় যদি ভাবনার গভীরতা না থাকে, তাহলে তা পাঠকের মনে দাগ কাটতে পারে না।

প্রতিবেদন রচনায় ভাষার এতো দখলের প্রয়োজন হয় না। যা ঘটছে তা সরাসরি সহজ ভাষার জানালেই কাজ শেষ। ঘটনার টাটকা ভাবটা শুধু বজায় রাখতে হবে। সে জন্য যথাসম্ভব কর্তৃবাচ্যে বা active voice-এ বাক্য লেখা দরকার। রূপক বা আলংকারিক শব্দ প্রয়োগের সুযোগ সেখানে নেই। মতামত দেবারও কথা নয়। শুধুমাত্র সঠিক তথ্যকে সংবাদরচনার আঙ্গিকে পরিবেশন করতে হবে।

প্রেক্ষা ও পন্থা (Perspective and Approaches) : সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্র রচনায় প্রেক্ষাপট অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। প্রেক্ষার মধ্যে সময়, সমাজবাস্তবতা এবং প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে তাদের সম্পর্ক নিহিত থাকে। রচনা যাই হোক না কেন, তা সৃষ্টি হয় বিশেষ এক প্রেক্ষাপটের মধ্য থেকে। দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের সময় যে প্রেক্ষাপট ছিল, আর তা নেই। ইউরোপ, এশিয়া যে ধ্বংসলীলার মুখোমুখি দাঁড়িয়ে ছিল তা হাতে গোনা কিছু মানুষ স্মরণ করতে পারে। সেই সময়ের বাস্তবতা আর যে সময়ে আমরা দাঁড়িয়ে আছি তার প্রেক্ষিত একেবারে আলাদা। রচনা যেরকমই হোক না কেন এই প্রেক্ষিতের প্রভাবটি অস্বীকার করা যাবে না। আজকের প্রেক্ষিত হল বিশ্বায়নের নলেজ নির্ভর দ্রুত অর্থনৈতিক রূপান্তরের রচনার ওপর তার ছাপ পড়বেই।

পন্থা বলতে বুঝি পথ যা রচনার দিশা তৈরি করে। প্রতিষ্ঠানের নীতির সঙ্গে যোগ রয়েছে পন্থার। সংবাদপত্র যদি উদার হয়, অর্থাৎ উদারনীতি দর্শনের দ্বারা প্রভাবিত হয় তাহলে সংবাদ অন্যান্য রচনা নির্বাচনে তার প্রভাব পড়বে। মার্কিনযুক্ত এবং পশ্চিম ইউরোপের গণমাধ্যমগুলি এই উদারনীতিক দর্শনের দ্বারা প্রভাবিত। সংবাদপত্র, বেতার এবং টেলিভিশনের কাজে উদার গণতান্ত্রিক মূল্যবোধ প্রতিফলিত হয়।

প্রতিটি গণমাধ্যম তার নিজস্ব নীতি অনুযায়ী চলে। সামাজিক প্রেক্ষায় সে নীতি উদারনীতিক হতে পারে। সমাজতান্ত্রিক আদর্শে অনুপ্রাণিত হতে পারে, অথবা চূড়ান্ত রক্ষণশীল হলেও আশ্চর্যের কিছু নেই। নিউইয়র্ক টাইমস্, CNN, BBC, আমাদের দেশের এনডি টিডি ইন্ডিয়া টুডে, টাইমস্ অফ ইন্ডিয়া যে নীতি মেনে চলে তার সঙ্গে চীনের পিপলস্ ডেইলি অথবা পশ্চিম এশিয়ার আলজারিয়ার বিস্তর ফারাক। কেন?

এর উত্তর হল গণমাধ্যমগুলির নীতি এবং তার থেকে উদ্ভূত পছন্দ বা approach একেবারে আলাদা। প্রত্যেকেই নিজের মতো করে সত্যকে সন্ধান করেছে। সন্ধানের রাস্তা আলাদা, তাই পছন্দও ভিন্ন হতে বাধ্য। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের বিখ্যাত কাগজ Christian Science Monitor কেউ মারা গেলে ‘Died’ কথাটা লিখতো না, লিখতো ‘passed away’। এটা পুরোপুরি ধর্মবিশ্বাসের ব্যাপার, কাগজের নীতির সঙ্গে এই বিশ্বাস যুক্ত হয়ে ছিল, এটাই ছিল কাগজের পছন্দ বা approach, লিখন ভঙ্গীমাকে যা প্রভাবিত করতো।

৩.১.৮ সারাংশ

সম্পাদনার নীতি আলোচনা করা হয়েছে। একেকটি মাধ্যমের শৈলী আলাদা। প্রত্যেকটি মাধ্যমের সঙ্গে যুক্ত হয়ে আছে বিশেষ শব্দমালা— যা দিয়ে চেনা যায় মাধ্যমের আলপনা, বৈদ্যুতিন মাধ্যমে সম্পাদনা বুঝতে হবে। দৈনিক সংবাদপত্র এবং সাময়িকপত্রের সম্পাদনার চরিত্র আলাদা। এই পার্থক্য প্রতিফলিত হয় শৈলী, আঙ্গিক, প্রেক্ষাপট এবং দৃষ্টিভঙ্গী অনুযায়ী।

৩.১.৯ অনুশীলনী

ছোট প্রশ্ন :

- ১। সম্পাদনা কী? অল্পকথায় লিখুন।
- ২। পেজিনেশন সম্পর্কে যা জানেন লিখুন।

বড় প্রশ্ন :

- ১। সম্পাদকীয় নীতি সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করুন।
- ২। দৈনিক কাগজ এবং সাময়িকপত্রের সম্পাদনা বিষয়ে আলোচনা করুন।
- ৩। সাময়িকপত্রের শৈলী ও আঙ্গিক নিয়ে বিশ্লেষণাত্মক আলোচনা করুন।

৩.১.১০ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। সমাচার সম্পাদনা — সৌরীন ব্যানার্জী
- ২। সংবাদ প্রতিবেদন — ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
- ৩। সংবাদবিদ্যা — ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়
- ৪। News Editing and Practices — Dr. Sourin Banerjee

একক ২ □ সম্পাদকের সমস্যা : পক্ষপাত (bias) slants, চাপসমূহ (Pressures)

৩.২.০ গঠন

৩.২.১ উদ্দেশ্য

৩.২.২ প্রস্তাবনা

৩.২.৩ সম্পাদকের সমস্যা: পক্ষপাত (bias) slants, চাপসমূহ (Pressures)

৩.২.৪ সারাংশ

৩.২.৫ অনুশীলনী

৩.২.৬ গ্রন্থপঞ্জি

৩.২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

সম্পাদকের সমস্যা : পক্ষপাত (bias) slants, চাপসমূহ (Pressures)

৩.২.২ প্রস্তাবনা

আধুনিক দিনের সম্পাদক এমন এক আদর্শ অবস্থায় বাস করেন না যে খাঁটি সাংবাদিকতার বিবেচনার ভিত্তিতে তিনি নিজের হাতে কলম দিয়ে প্রেস রিপোর্টগুলি এবং নিবন্ধগুলি সম্পাদনা করতে পারেন। যে সংবাদ এবং মিডিয়া বর্তমানে একটি বিশাল শিল্প তা বরং একটি নিখুঁত বাণিজ্যিক উদ্যোগ। এটি বেশ কয়েকটি অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক কারণ দ্বারা নিয়ন্ত্রণ করা হয়। আধুনিক দিনের সম্পাদকের সামনে চ্যালেঞ্জ হল এই কারণগুলির দ্বারা উৎপন্ন সমস্যাগুলি মোকাবিলা করা এবং সাংবাদিকতার মান বজায় রাখা।

৩.২.৩ সম্পাদকের সমস্যা

সংবাদ ও সম্পাদকীয় বিভাগের প্রধান হলেন সম্পাদক। প্রতিটি কাগজেই একজন সম্পাদক থাকেন। যা কিছু সংবাদপত্রে ছাপা হচ্ছে বিজ্ঞাপন বাদ দিয়ে তার জন্য তিনি দায়িত্বশীল থাকেন। এই কাজটি খুবই গুরুত্বপূর্ণ। পরিবেশ সবসময় অনুকূল থাকে না। বহু সমস্যার সম্মুখীন তাকে হতে হয়। ছোট কাগজে সম্পাদকের কর্তৃত্ব বেশি, কারণ তিনিই শেষ কথা। কাগজের সঙ্গে তিনি অনেক বেশি একাত্ম হয়ে কাজ করেন। বিজ্ঞাপন যোগাড়, বিক্রি, লেখা যোগাড় করা সবকিছুই তাঁকে করতে হয়। খুব অল্প মূলধন নিয়ে

কাজ করতে হয়। অনেক সময় সম্পাদক চালাচ্ছেন এক টানাটানির সংসার। মাঝে মাঝে তাকে দেনাও করতে হয়। কষ্ট হলেও সবদিক তিনি সৈনিকের মতো সামলান, কারণ তিনি কাগজকে প্রাণ দিয়ে ভালোবাসেন। মনের মতো লেখা ছাপতে তিনি স্বাধীন, কেউ তার ওপর খবরদারি করতে পারে না। তবে পরিস্থিতির চাপে তাকেও অনেক সময় তার স্বাধীনতা বিপন্ন হয়, যেমন হয়েছিল ‘গণশত্রু’তে। সম্পাদক চাইলেও ডাক্তারের লেখা ছাপতে পারেননি। কারণ বাইরের চাপ যার সঙ্গে যুক্ত হয়ে আছে রাজনীতি।

বড় কাগজের চিত্র একেবারে আলাদা। সম্পাদকের কাজ সীমাবদ্ধ থাকে সংবাদ, সম্পাদকীয় সীমানার মধ্যে। সংবাদপত্র পরিচালনার সম্পাদকের গুরুত্ব অনেক কমেছে। এখন কাগজ চালায় পেশাদার ম্যানেজাররা। সম্পাদককে সিইও-র নির্দেশ মতোই সম্পাদকীয় বিভাগ পরিচালনা করতে হয়। অনেক সময়ই কর্তৃপক্ষের সঙ্গে তার বিরোধ বাঁধার সম্ভাবনা থাকে। তখন সম্পাদকের স্বাধীনতা বিপন্ন হয়। আমাদের দেশে বহুবার এ ধরনের ঘটনা ঘটেছে। সম্পাদকের সঙ্গে মালিকের সংঘাত বিতর্কের বিষয় হয়ে উঠেছে। এই সংঘাত বিভিন্ন বিষয়কে কেন্দ্র করে হতে পারে। সংবাদের মূল্যায়ন। সম্পাদকীয় মন্তব্যকে ঘিরে বিরোধের সূচনা হতে পারে। এ অবস্থায় সম্পাদককে যদি পিছু হটতে হয়, তাহলে বুঝতে হবে সম্পাদকের স্বাধীনতা হস্তক্ষেপ ঘটছে।

চাপ শুধু ঘরের মধ্য থেকেই আসে না, বাইরের চাপের মুখেও সংবাদপত্রকে পড়তে হয়। বাইরের চাপের মধ্যে উল্লেখযোগ্য হল সরকারি চাপ, বিজ্ঞাপনদাতাদের চাপ, আর সবচেয়ে বড় চাপ হল নিজের পাঠকদের কাছ থেকে আসা চাপ।

শাসনক্ষমতায় যে সরকারই থাকুক না কেন, অনেকক্ষেত্রেই বিরূপ সমালোচনা তারা সহ্য করতে পারে না। একনায়কতন্ত্রে এই প্রবণতা হয় বেশি। হিটলার, মুসোলিনি, ফ্রাঙ্ক কেউই স্বাধীন সংবাদপত্র পছন্দ করতেন না। গণতান্ত্রিক ব্যবস্থাতেও সরকার সব পরিচালনা করে তারাও অনেকসময় পছন্দ করে না স্বাধীন সংবাদ যেন তেন প্রকারে চাপ সৃষ্টি করে সংবাদপত্রের কঠোরোধ করার চেষ্টা হয়। ভারতে জরুরী অবস্থার সময় এই ঘটনা ঘটেছিল। বহু সম্পাদক ও সাংবাদিককে মেলে পোরা হয়েছিল। ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেসের সম্পাদক কুলাদীপ নায়ারকে জেলে পাঠানো হয়েছিল। যে সব সাংবাদিকরা জেলে গিয়েছিলেন তাদের মধ্যে অন্যতম ছিলেন গৌরকিশোর ঘোষ, জ্যোতির্ময় দত্ত, বরুন সেনগুপ্ত, মিনু মাসানি প্রমুখ সাংবাদিক।

সংবাদপত্র সরকারি বিজ্ঞাপন প্রচুর পরিমাণে পায়। চলতি কথায় বলা হয় বিজ্ঞাপন হল সংবাদপত্রের লাইফলাইন যে বিজ্ঞাপন সংবাদপত্র পায় তার একটা বিরাট অংশ আসে সরকারি বিজ্ঞাপন থেকে। সরকারের কথা না শুনলে সরকার এই বিজ্ঞাপন বন্ধ করে দিতে পারে। এটা প্রায় ভাতে মারার সমান। জরুরী অবস্থার সময় ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেস এবং দি স্টেটসম্যান দীর্ঘ সময় কোন সরকারি বিজ্ঞাপন পায়নি। সরকারের চাপে অনেক বেসরকারি বিজ্ঞাপনও বন্ধ হয়ে গিয়েছিল। গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞরা বলেন আর কিছুদিন জরুরী অবস্থা চললে এই দুটি বিখ্যাত কাগজই বন্ধ হয়ে যেত। এ অবস্থাটা কিন্তু জরুরী অবস্থা

পর্যায়েই শেষ হয়ে যায় নি। এখনও চলছে পরীক্ষাভাবে, সরকারের বিরোধীতা করলেই বিজ্ঞাপন বন্ধ। কোন বড় গণমাধ্যমেই এ চাপ সহ্য করতে পারে না। ফলে সাধারণ মানুষ সরকার বিরোধী কোন খবরই পায় না। এর দায় পুরোপুরি বর্তায় সম্পাদকের ওপরে। কর্তৃপক্ষ সম্পাদককে বলেন, সাবধানে চলতে, এ অবস্থায় সম্পাদক যা লিখতে চাইছেন তা পারছেন না। এই চাপ তাকে সহ্য করতে হয়।

আধুনিক বৃহৎ সংবাদপত্র চলে বিজ্ঞাপনদাতাদের টাকায়। চার, পাঁচ টাকায় বর্ণময় দশ, বারো পাতার কাগজ পাঠকের হাতে তুলে দেওয়া সম্ভব, কারণ বিজ্ঞাপনদাতাদের কাছ থেকে প্রচুর আয় হচ্ছে। বিজ্ঞাপনদাতারা যদি বিজ্ঞাপন বন্ধ করে দেন তাহলে তৈরি হয় সঙ্কট। এসনটরজান ছিলেন টাইমস অফ ইন্ডিয়ার সহকারী সম্পাদক। একবার তিনি আয়রন শিল্পের সমালোচনা করে সম্পাদকীয় লেখেন। তারপর সম্পাদক তাঁকে ডেকে পাঠান। নটরাজন তখন তরুণ সম্পাদকীয় লেখক। প্রসঙ্গত উল্লেখ্য যে সম্পাদকীয় তিনি লিখেছিলেন তাতে টাটা শিল্পগোষ্ঠীর সমালোচনা ছিল। কারণ সে সময় লৌহশিল্পের নেতৃত্বে ছিল টাটা গোষ্ঠী। সম্পাদক নটরাজনকে বলেন আপনি কি জানেন টাটার কী পরিমাণ বিজ্ঞাপন আমাদের দেন। নটরাজনের তা জানতেন না, একজন সহ-সম্পাদক হিসেবে সেটা জানারও কথা নয়। সম্পাদক তাকে বলেন লেখাটা সংশোধন করে আনতে। অর্থাৎ সম্পাদক চাইছেন সম্পাদকীয়টি যাতে টাটা গোষ্ঠীর বিরাজভাজন না হয়। এরপর কী হয়েছিল তা অন্যকথা। এস নটরাজন তার নিজের লেখায় একথা উল্লেখ করেছেন। এখানে একটা বিষয় পরিষ্কার সম্পাদকের ওপর বিজ্ঞাপনের ওপর চাপ আছে।

জরুরী অবস্থার সময় ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেস, দি স্টেটসম্যান সরকারি বিজ্ঞাপন পেতই না, কারণ এই দুটি কাগজ কেন্দ্রীয় সরকারের বিরুদ্ধে সরব ছিল। একে তো সরকারি বিজ্ঞাপন পাওয়া যাচ্ছে না। তার ওপর সরকারের মন রাখতে বেসরকারি বিজ্ঞাপন আসা কমে। কারণ বড় শিল্পপতির সরকারের বিরাজভাজন হতে চায় না। এ সময় এই দুটি কাগজ খুবই বিপাকে পড়েছিল। রাজ্য সরকারগুলিও বিজ্ঞাপনকে অস্ত্র করে সংবাদপত্রের ওপর চাপ তৈরি করে। খুব বড় কাগজও এই চাপের কাছে নতি স্বীকার করে এর প্রচুর নিদর্শন আছে।

সম্পাদকের কাছে সবচেয়ে বড় চাপ হল পাঠকদের মন জুগিয়ে চলা। পাঠকদের চাহিদা, রুচি পছন্দকে গুরুত্ব দেওয়ার প্রবণতা ক্রমশ বাড়ছে। বাজার সমীক্ষার দ্বারা সম্পাদকের কাছে পাঠকরা কী চাইছেন সেটা কর্তৃপক্ষ প্রতিনিয়ত বার্তা পাঠান। সংবাদপত্রের সার্কুলেশন দপ্তরও প্রতিবার্তা পাঠায় কর্তৃপক্ষের কাছে। ধরা যাক কোন একটি রাজনৈতিক অথবা সামাজিক সমস্যাকে কেন্দ্র করে সংবাদপত্র একটি বিশেষ অবস্থান নিচ্ছে যা পাঠকদের ভালো লাগছে না। স্বভাবতই এ অবস্থায় সার্কুলেশন কমবে। বর্তমানে দেখা যাচ্ছে বড় সংবাদপত্র গোষ্ঠী এ ঝুঁকি নিতে চাইছেন না, ফলে তাদের স্ট্রাটেজি পাল্টাতে হচ্ছে। সবচেয়ে অপ্রিয় সত্য হল সংবাদপত্র কোন অবস্থাতেই মুনাফাকে অস্বীকার করতে পারছে না। টিকে থাকলেই মুনাফার সম্ভাবনা উজ্জ্বল হতে পারে। তাই সর্বাগ্রে টিকে থাকা দরকার।

৩.২.৪ সারাংশ

সম্পাদকের সামনে সমস্যা : পক্ষপাত বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গী এবং চাপ এই বিষয়টি সাংবাদিকতায় অতীব গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠেছে। সাংবাদিকতায় এখনও সংবাদপত্র বিগব্রাদার, যতই তার দাপট কমুক। টেলিভিশন ও নিউমিডিয়ার প্রভাব বৃদ্ধির সঙ্গে সঙ্গে সংবাদপত্রের পরিধি যে সঙ্কুচিত হচ্ছে তা নিয়ে সন্দেহ নেই। কিন্তু বড়দার প্রভাব এখন সমাজকে গভীরভাবে প্রবাহিত করছে। এমন সংবাদপত্রের সম্পাদকের কাজ এখনও গুরুত্বপূর্ণ। তাঁকে নিশ্চিত করতে হয় যাতে কোনরকম পক্ষপাত না থাকে সংবাদ ও সম্পাদকীয় নিবন্ধে।

সংবাদ পরিবেশনে বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গী অনেকসময়ই যুক্ত থাকে। সংবাদপত্রের নীতি, সামাজিক প্রেক্ষাপটের সঙ্গে যুক্ত থাকে এই দৃষ্টিভঙ্গী সম্পাদককে দেখতে হয় যাতে এই দৃষ্টিভঙ্গী বস্তুনিষ্ঠতার নীতিকে মেনে চলে। চাপ আসে রাজনৈতিকভাবে, কখনও বিজ্ঞাপনদাতাদের কাছ থেকে। যে দল শাসনক্ষমতায় থাকে তারা সরকারি বিজ্ঞাপন না দিয়ে চাপ তৈরি করতে পারে। আবার শক্তিশালী শিল্পগোষ্ঠী বিজ্ঞাপন না দিয়ে চাপ দিতে পারে। সম্পাদককে এইসব প্রতিকূলতার মধ্য দিয়ে এগোতে হবে।

৩.২.৫ অনুশীলনী

ছোট প্রশ্ন:

- ১। সম্পাদকের কাজ কী?
- ২। বস্তুনিষ্ঠা সংক্ষেপে বলুন।

বড় প্রশ্ন:

- ১। সংবাদপত্রের সম্পাদকের কাজ ব্যাখ্যা করুন।
- ২। বিভিন্ন দিক থেকে আসা চাপ তিনি কীভাবে সামলাবেন? আলোচনা করুন।

৩.২.৬ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। সমাচার সম্পাদনা — সৌরীন ব্যানার্জী
- ২। সংবাদ প্রতিবেদন — ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
- ৩। সংবাদবিদ্যা — ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়
- ৪। News Editing and Practices — Dr. Sourin Banerjee

একক ৩ □ সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন

৩.৩.০ গঠন

- ৩.৩.১ উদ্দেশ্য
- ৩.৩.২ প্রস্তাবনা
- ৩.৩.৩ সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন
- ৩.৩.৪ ম্যাগাজিন সম্পাদনা
- ৩.৩.৫ সংবাদ সংস্থা
- ৩.৩.৬ নিউস ডেস্কের কর্মধারা
- ৩.৩.৭ সারাংশ
- ৩.৩.৮ অনুশীলনী
- ৩.৩.৯ গ্রন্থপঞ্জি

৩.৩.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

- * সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন
- * ম্যাগাজিন সম্পাদনা
- * নিউস ডেস্কের কর্মধারা

৩.৩.২ প্রস্তাবনা

একটি সংবাদপত্রের বিভিন্ন বিভাগের মধ্যে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিভাগ হল সম্পাদকীয় বিভাগ। সংবাদপত্রের বিষয়বস্তু তৈরি করার দায়িত্ব ন্যস্ত থাকে এই বিভাগের ওপরে। প্রকৃতপক্ষে এই বিভাগের উৎকর্ষের ওপরই নির্ভর করে সংবাদপত্রের সাফল্য। সম্পাদকীয় বিভাগের শীর্ষে থাকেন সম্পাদক, তারপর তাকে সাহায্য করার জন্য থাকেন নির্বাহী সম্পাদক।

৩.৩.৩ সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন

সংবাদ ও তা নিয়ে মস্তব্য সংবাদপত্রের মূল বিষয়। সংবাদের কভারেজ ভালো হলে কাগজের কাটবি

হয়। তেমনি সাহায্য করে। বিভিন্ন ঘটনাবলীর ওপর সংবাদপত্রের নিজস্ব মন্তব্য যা উঠে আসে সম্পাদকীয়র মধ্যে। পাঠক জানতে চায়, বুঝতে চায়। সংবাদ তাকে জানায়, সম্পাদকীয় মতামত তাকে পরিস্থিতি বুঝতে সাহায্য করে।

ভালো সংবাদের প্যাকেজের জন্য উচ্চমানের সংবাদ বিভাগ থাকা দরকার। সংবাদ বিভাগে থাকবে একটি সুসংগঠিত সংবাদকক্ষ, আলোকচিত্র বিভাগ, প্রুফ রিডিং বিভাগ এবং ভালো একটি রেফারেন্স লাইব্রেরী। সংবাদ কক্ষের প্রধান কুশলিরা হলেন প্রতিবেদকরা ও অবর সম্পাদকগণ। প্রতিবেদকরা সংবাদ কভার করে এসে প্রতিবেদন লিখবেন এবং অবর সম্পাদকরা সেই প্রতিবেদনকে ঘষে-মেজে মুদ্রণযোগ্য করে তুলবেন।

প্রতিবেদকদের বিভিন্ন ভাগ আছে। স্টাফ রিপোর্টার, প্রিন্সিপাল সংবাদদাতা এবং বিশেষ সংবাদদাতা। এইসব সংবাদদাতারা নিজেদের পারদর্শিতা অনুযায়ী খবর করেন। স্টাফ রিপোর্টাররা বেশিরভাগ ক্ষেত্রে লোকাল নিউজ কভার করেন। এগুলোকে বলা হয় বীট কভারেজ। সরকারের সদর দপ্তর, পৌরসভা, কোর্ট, বিশ্ববিদ্যালয় প্রভৃতি হল বীট, এগুলো কভার করার জন্য স্টাফ রিপোর্টারদের পাঠানো হয়। আজকাল সংবাদপত্র কর্তৃপক্ষ নিজেদের চুক্তি অনুযায়ী সংবাদদাতা নিয়োগ করছেন। এরা হলেন নিজস্ব সংবাদদাতা, আগে এঁরাই ছিলেন স্টাফ রিপোর্টার।

এর পরের পর্যায়ের সংবাদদাতারা হলেন প্রিন্সিপাল করেসপনডেন্ট। এঁরাও আজকাল সংবাদপত্রের চুক্তি অনুযায়ী নিয়োজিত সংবাদদাতা। কর্তৃপক্ষ নিজেদের পছন্দমতো এদেরও নিয়োগ করেন। ছাপার অক্ষরে লেখা থাকে নিজস্ব সংবাদদাতা। সমস্যা হল কে স্টাফ রিপোর্টার আর কে প্রিন্সিপাল করেসপনডেন্ট পর্যায়ের তা বোঝা যায় না। সবাই নিজস্ব সংবাদদাতা, এটাই পরিচয়।

সংবাদদাতাদের মধ্যে অভিজাত হলেন বিশেষ সংবাদদাতারা। কৃষ্ণলাল শ্রীধরশী বিশেষ সংবাদদাতাদের সংবাদপত্র জগতের অভিজাত সম্প্রদায় বলে বর্ণনা করেছেন। সাধারণত তাঁরা রাজধানীতে অথবা খুব বড় শহরে সংবাদ সংগ্রহের দায়িত্বে থাকেন। কারণ এই সমস্ত জায়গায় বড় খবর পাওয়ার সম্ভাবনা থাকে। কোথায় তিনি থাকবেন সেটা নির্ভর করছে তার কাগজের কর্তৃপক্ষের ওপরে। বিশেষ সংবাদদাতাদের খবর সবসময়ই বিশেষভাবে প্রচারিত হয়।

বিশেষ সংবাদদাতারা নেপথ্য ভাষ্যকারের কাজ করেন। একটি সংবাদকে সাধারণ পাঠকদের কাছে সহজ করে পরিবেশনের জন্য নেপথ্য কাহিনীর উল্লেখ করা প্রয়োজন হয়। গাছ থেকে ঝুলে থাকা ফলের সঙ্গে তুলনা করলে বিষয়টি ভালোভাবে বোঝা যায়। গাছ থেকে যে ফল ঝুলছে তার সঙ্গে মাটির সম্পর্ক, শিকড়ের মাধ্যমে। শিকড়ের মাধ্যমে ফলের মধ্যে জীবনরস প্রবাহিত হচ্ছে। গাছের নীচে যে ফল পড়ে থাকে তার জীবনীশক্তি নেই। সে মৃত, বিচ্ছিন্ন। একজন দক্ষ বিশেষ সংবাদদাতার কাজ হচ্ছে একটি সংবাদের সঙ্গে যুক্ত সকল প্রাসঙ্গিক তথ্যকে ফলসমৃদ্ধ গাছের মতো প্রতিবেদন লেখা। প্রতিবেদনটি পড়তে

গিয়ে ইতিহাস, অর্থনীতি, রাজনীতির প্রেক্ষাপট জানতে পারবেন পাঠক। বাবরি মসজিদ নিয়ে লেখার সময়, করোনা ভাইরাস নিয়ে প্রতিবেদন রচনার সময় এই প্রেক্ষাপট নির্মাণ জরুরী হয়ে ওঠে।

স্যার ফিলিপ গিবস (Sir Philip Gibbs) বলেছেন সাংবাদিকতা পেশার সবথেকে মহান এবং সবচেয়ে আনন্দদায়ক কাজটি করেন বিশেষ সংবাদদাতারা। তাঁরা বিশেষ সংবাদ বিশেষভাবে কভার করেন। একটু বেশি জায়গা নিয়ে তাঁদের খবর প্রকাশিত হয়। তাঁরা কভার করেন বিশেষ খবর। খুব গুরুত্বপূর্ণ খবরই বিশেষ খবর। এমন খবর পড়ার জন্যই পাঠকরা উন্মুখ হয়ে থাকেন। কখনও গোয়েন্দার মতো তিনি রহস্য উন্মোচন করেন। আবার কখনও কূটনীতিকের মতো রাজনীতির চরিত্র বিশ্লেষণ করেন। James Gordon Bennett এ জন্যই বিশেষ সংবাদদাতাকে অর্ধেক কূটনীতিবিদ ও অর্ধেক গোয়েন্দা বলে অভিহিত করেছেন।

প্রতিবেদন রচনার পরের পর্যায় হল সম্পাদনা। প্রতিবেদক যা লিখবেন তা ছবছ ছাপা হয় না। ঐ লেখা সম্পাদনার পর মুদ্রণযোগ্য হয়ে ওঠে। এই সম্পাদনার কাজটাও হয় সংবাদকক্ষে। সম্পাদনার দায়িত্বে থাকেন বার্তা সম্পাদক, মুখ্য অবর সম্পাদক এবং বেশ কয়েকজন অবর সম্পাদক।

অবর সম্পাদকেরা প্রতিবেদকের লেখা কপিকে ঘষে-মেজে, ত্রুটি সংশোধন করে মুদ্রণ উপযোগী করে তোলেন। অবর সম্পাদকেরা হলেন সম্পাদনা কার্যে দক্ষ। সম্পাদনার অন্যতম অংশ হল শিরোনাম বসানো। কতটা ছাপা হবে তার আয়তন ঠিক করা ইত্যাদি। একটি ভালো সংবাদপত্র মানেই সেটি অবশ্যই ভালোভাবে সম্পাদিত।

প্রতিটি সংবাদপত্রেই একটি আলোকচিত্র বিভাগ থাকে। ছবি একটি সংবাদ বিষয়কে বিশ্বাসযোগ্য করে তোলে। সংবাদ উপযোগী যে সমস্ত ঘটনা ঘটছে তার ছবি তোলার দায়িত্বে থাকেন আলোকচিত্রীরা। সংবাদ কক্ষের সঙ্গে তারা যুক্ত থাকেন। এ ছাড়া রয়েছেন প্রফ রীডাররা, যারা মুদ্রণযোগ্য কপির ভুল সংশোধন করেন। বানান ভুল বাক্যবিন্যাসের ভুল তাঁরা শুধরে দেন।

সংবাদ ছাড়া সম্পাদকীয় মস্তব্য সংবাদপত্রের গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। সম্পাদকের অধীনে সহ-সম্পাদকেরা সম্পাদকীয় পাতার যাবতীয় বিষয় সম্পাদনা ও রচনার কাজে যুক্ত থাকেন। সম্পাদকীয় নিবন্ধ হল সংবাদপত্রের কণ্ঠস্বর। এই পৃষ্ঠার দায়িত্বে বেশ কয়েকজন সহ-সম্পাদক থাকেন। সম্পাদকীয় লেখা, চিঠিপত্রের কলাম সম্পাদনা করা, উত্তর-সম্পাদকীয় বিভাগ পরিচালনা করা হল সহ-সম্পাদকদের কাজ।

ফিচার আধুনিক সংবাদপত্রে একটি অত্যন্ত জনপ্রিয় বিষয়। সব কাগজই বিভিন্ন বিষয়ের ওপর ফিচার ছাপছে। ফিচার বিষয় দেখার জন্য অনেক কাগজই আলাদা ফিচার সম্পাদক রাখছে। বিশেষ কিছু বিষয়ের জন্য আলাদা পাতা থাকে অনেক কাগজে। উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে শিশুদের পাতা, খেলাধুলার পাতা, সিনেমার পাতা, বাণিজ্য, ফ্যাশানের জন্য নির্দিষ্ট পাতা। এই পাতার জন্য সহকারি সম্পাদক বা সিনিয়র সাব এডিটরকে দায়িত্ব দেওয়া হয়। তাঁরা লেখাপত্র যোগাড় করে। সম্পাদনা করে, পাতা সাজিয়ে ছাপার ব্যবস্থা করে।

সংবাদ ও সম্পাদকীয় বিভাগের সঙ্গে যুক্ত থাকে একটি রেফারেন্স লাইব্রেরী। পরিভাষায় থাকে মর্গ (morgue) বলা হয়। এখানে থাকে সংবাদের ক্লিপিংস। বিখ্যাত ব্যক্তিদের ওপর প্রয়োজনীয় তথ্য। বিভিন্ন বিষয়ের ওপর রেফারেন্স বইও যাবে। এখন অবশ্য সমস্ত তথ্যই ডিজিটাল আর্কাইভে রাখা হয়। ইন্টারনেট ব্যবস্থায় সব তথ্যই চলে আসে হাতের মুঠোয়।

৩.৩.৪ ম্যাগাজিন সম্পাদনা

সংবাদপত্রের মতো ম্যাগাজিন বা সাময়িকপত্রের সম্পাদকীয় বিভাগের শীর্ষে থাকেন সম্পাদক। অনেক সাময়িকপত্রে থাকেন একজন প্রধান সম্পাদক, তাকে সাহায্য করার জন্য উপ-সম্পাদক এবং সহকারী সম্পাদকরা। নিউজ ম্যাগাজিনে সংবাদ সংগ্রহ করার জন্য থাকে করেসপনডেন্টরা। যদি জাতীয় স্তরের ম্যাগাজিন হয় তাহলে দেশের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ শহরে তারা অবস্থান করেন এবং সেখান থেকে খবর পাঠান। ইন্ডিয়া টুডে, দি উইক হল জনপ্রিয় প্রথম শ্রেণীর সাময়িকপত্র বা ম্যাগাজিন। প্রচুর গুরুত্বপূর্ণ কভারেজ থাকে এই ধরনের প্রতিকার। পত্রিকা দুটি সপ্তাহে একবার বেরোয়। বাংলা ভাষায় ‘দেশ’ একটি বড় সাময়িকপত্র। পনের দিনে একবার বেরোয়। আগে ছিল এটি সাহিত্য পত্রিকা, বর্তমানে সাহিত্য-শিল্পকলা এবং সংবাদ সবকিছুই থাকে। সাপ্তাহিক বর্তমানও একটি উল্লেখযোগ্য সাময়িকপত্র। এই পত্রিকাগুলিতে প্রচ্ছদ নিবন্ধ থাকে, কোন একটি বিষয়ের ওপর দু-তিনটি ভালো লেখা ও ছবি থাকে।

সাময়িকপত্রে সম্পাদনা খুব গুরুত্বপূর্ণ। এখানে কোন লেখাই চটজলদি নয়, সংবাদপত্রের মতো দ্রুত স্কেলখার চাপ এখানে নেই। লেখার ক্ষেত্রে তুলনামূলকভাবে পরিকল্পনার অবকাশ বেশি। অনেক ভেবেচিন্তে তথ্য যোগার করার সুযোগ আছে, বিশ্লেষণের পরিসরও বড়। গদ্যে তির্যকভঙ্গী, রূপকের ব্যবহারের প্রবণতা বেশি। মুচমুচে গদ্যরচনার লেখক পাঠককে সামান্য হলেও সাহিত্যের আশ্বাদন দিতে পারেন।

সম্পাদনা কাজের জন্য সহযোগী সম্পাদক, অথবা সম্পাদকরা থাকেন। পত্রিকার নীতিকে সামনে রেখে, তারা সম্পাদনার কাজটি করেন। এখানে শিরোনামে থাকে চমক। সংবাদপত্রের মতো সাদামাটা হয় না। শুধুমাত্র শিরোনাম পড়েই ভিতরের বিষয়বস্তুর আন্দাজ পাওয়া যাবে না। শিরোনাম চুম্বকের মতো আকর্ষণ করবে তার ভিতরে যেতে উৎসাহ দেবে।

সাময়িকপত্রের সম্পাদনায় পৃষ্ঠা সজ্জার গুরুত্ব সংবাদপত্রের চেয়ে বেশি। সংবাদপত্রের পৃষ্ঠা সজ্জা অনেক দ্রুত করতে হয়। প্রথম পৃষ্ঠার সজ্জার ওপরই বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয়। তারপর অন্যান্য পৃষ্ঠা চলাতি রীতি অনুযায়ী করে দিলেই হল। কিন্তু সাময়িকপত্রের পৃষ্ঠাসজ্জা অনেক ভেবেচিন্তে তৈরি করার সুযোগ থাকে। দৈনিক কাগজের সঙ্গে যেসব ট্যাবলয়েড ম্যাগাজিন দেওয়া হয় সেখানেও অনেক আগে থাকতে পরিকল্পনার সুযোগ থাকে। এইসব ম্যাগাজিন সংবাদপত্র প্রকাশের কিছুটা আগেই ছাপানো হয়ে যায়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায় কোন সংবাদপত্র হয়তো রবিবারের কাগজের সঙ্গে একটি ম্যাগাজিন দেয়। যেমন প্রতিদিন পত্রিকা দেয় রোববার, একটি বর্ণময় আকর্ষণীয় সাময়িকপত্র। আদর্শ ব্যবস্থাপনা হল

শুক্রবারের মধ্যে ছাপা ও বাঁধাই হওয়া উচিত। এটা হলে ডিসট্রিবিউশনে কোন সমস্যা হবে না।

সাময়িকপত্রে সবসময়ই প্রচ্ছদ কাহিনী থাকে। প্রচ্ছদ কাহিনীর বিষয়ে অনেক আগে সিদ্ধান্ত নেওয়া হলে সবদিক থেকে সুবিধা। লেখা আগে পাওয়া গেলে প্রচ্ছদ নির্মাণে শিল্পী সুবিধা পান। ভিতরের পাতাগুলি রঙিন ও কালোসাদা দু-রকমই হয়। রঙিন পাতাগুলির জন্য রঙিন ছবি বা ভিন্নরকম আর্টওয়ার্ক তৈরি করে রাখতে হয়। রঙিন ও সাদা-কালো পাতার বিভাজন ইচ্ছেমতো করা যায় না। গোটা পত্রিকার ফর্মা অনুযায়ী কাজ করতে হয়। ম্যাগাজিনের মূল সুরটাই হল বৈচিত্র্য। বিচিত্র রূপের সবস্বয়ে তৈরি হয় এক অপূর্ব কোলাজ, যা পাঠককে চুম্বকের মতো আকর্ষণ করে।

৩.৩.৫ সংবাদ সংস্থা

সংবাদ সংস্থা সংবাদপত্রে সংবাদ সরবরাহ করে। কেবলমাত্র সংবাদপত্র নয়, বেতার, দূরদর্শনের মতো গণমাধ্যমগুলি সংবাদের জন্য নির্ভর করে সংবাদ-সংস্থার ওপর। দিবারাত্র আধুনিক যোগাযোগ ব্যবস্থার মাধ্যমে বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানকে সংবাদ সরবরাহ করে সংবাদ সংস্থা। রয়টার এপি, এতফপি জিনে ছয়া, কিয়োডো হল আন্তর্জাতিক সংবাদ-সংস্থা। আমাদের দেশের সংস্থা হল পি টি ইউ এড আই। সংবাদ-সংস্থার সংগঠনের চরিত্র সংবাদপত্রের এবং সাময়িকপত্রের যে একেবারে আলাদা। শুধু সংবাদ সংগ্রহের নেট ওয়ার্কটি সুগঠিত হলেই কাজ চলে যায়। সংস্থার স্তম্ভ হলেন সংবাদদাতারা। তাদের পাঠানো খবর গ্রহকদের কাছে দিলেই কাজ শেষ। সংবাদ-সংস্থার কাজের কোন বিরাম নেই। সমস্ত ঘটনাকে ধরার জন্য তার আপ্রাণ চেষ্টা। সংবাদ-সংস্থাগুলি যেমন রয়টারস্, এপি, এ এফপি, কিয়োডো, জিনছয়া, পিটিআই ইউ এন আই দ্রুত সংবাদ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছানোর জন্য নিজেদের মধ্যে দুর্বীর প্রতিযোগিতা চালিয়ে যাচ্ছে।

প্রশ্ন ওঠে সংবাদপত্রের তো নিজের সংবাদদাতারা আছেন, তাহলে আবার সংবাদ-সংস্থার পাঠানো সংবাদের ওপর নির্ভর করার প্রয়োজন কী! উত্তর হল কোন সংবাদপত্রের পক্ষেই বিশ্ব এবং দেশের সব খবর দ্রুত যোগাড় করা সম্ভব নয়। সেই পরিকাঠামো প্রথম শ্রেণীর সংবাদপত্রেরও থাকে না। সংবাদ সংগ্রহের মালকে বিস্তৃত করার জন্যই সংবাদসমূহ যৌথ প্রচেষ্টায় সংবাদ-সংস্থা গঠন করেছিল। বর্তমানে সবচেয়ে বড় সংবাদ-সংস্থা এ পি এভাবেই আমেরিকাতে তৈরি হয়েছিল।

সংবাদ-সংস্থা অর্থের বিনিময়ে সংবাদ সরবরাহ করে। যে কোন প্রতিষ্ঠান তার গ্রহক হতে পারে। গ্রাহক হওয়ার জন্য অর্থ দিতে হয়। সংস্থার সঙ্গে গ্রহকের সম্পর্ক ব্যবসায়িক। ইউনেসকো (UNESCO) সংবাদ-সংস্থার সংজ্ঞা দিয়েছে এ ভাবে : “সংবাদ-সংস্থা হল এমন একটি সংস্থা যার প্রাথমিক উদ্দেশ্য হল সংবাদ এবং অন্যান্য প্রাসঙ্গিক তথ্য সংগ্রহ করে তা সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র, বেতার, টেলিভিশন এবং যে কোন ব্যবসায়িক প্রতিষ্ঠানের কাছে অর্থের বিনিময়ে সরবরাহ করা “News Agency is an undertaking of which the principal objective is to gather news and news material of which the sole purpose is to express and present facts and to distribute it to a group of news enterprises....against

payment.) সংবাদ-সংস্থা এবং গ্রাহকের মধ্যে নির্দিষ্ট চুক্তির অধীনে নিরপেক্ষ সংবাদ সরবরাহ করাই সংবাদ-সংস্থার কাজ।

সংবাদ-সংস্থা যে খবর পাঠায় তার সবটুকু ছাপা হয় না। কতটুকু ছাপা হবে, অথবা আদৌ ছাপা হবে কি না তা নির্ভর করে সংবাদপত্রের ওপরে। মনে রাখতে হবে সংবাদপত্র টাকা দিয়ে সংবাদ কিনছে। এবার ঐ সংবাদ ছাপা হবে কিনা তা ঠিক করার অধিকার সংবাদপত্রের আছে এমনও হতে পারে সংবাদ-সংস্থার পাঠানো কোন কপিই ব্যবহার করা হলে না। তবে সাধারণত তা হয় না, কারণ উপযোগির না থাকলে পয়সা দিয়ে শুধু শুধু গ্রাহক হবার কোন মানে হয় না।

সংবাদ-সংস্থা যে খবর পাঠায় তার মধ্যে থাকে এক সার্বজনীন আবেদন। এমন ভাবেই সংবাদের প্যাকেজ তৈরি হয় যাতে সকল গণমাধ্যমের প্রয়োজন মেটে। সংবাদপত্রের নিজস্ব সংবাদদাতা যখন কপি পাঠায়, তখন সংবাদদাতা জানেন তার পাঠক কারা। তিনি বিশেষভাবে তার সংবাদপত্রের কথা মাথায় রেখেই কপি লিখবেন। সংবাদ-সংস্থার পাঠানো কপিতে এরকম স্বাতন্ত্র্যের ছবি পাওয়া যাবে না। সেখানে প্যাকেজ এমন হবে যাতে সকল গ্রাহকের প্রয়োজন মেটে।

সংবাদ-সংস্থা একেবারে টাটকা খবর পাঠায়। পশ্চিম এশিয়ায়, দক্ষিণ আমেরিকায় অথবা ইউরোপে ভয়ানক কিছু ঘটে গেলে তার খবর যোগাড় করা অধিকাংশ সংবাদপত্র, বেতার বা টেলিভিশনের পক্ষে সংবাদদাতা পাঠিয়ে যোগাড় করা সম্ভব নয়। তখন সংবাদপত্রকে নির্ভর করতে হয় সংবাদ-সংস্থার পাঠানো কপির ওপর। ছবি, কি স্থিরচিত্র, এক ভিডিও সবই পাঠাতে বাজিমাৎ করেছে সংবাদ-সংস্থা। দক্ষিণ আমেরিকার অরণ্য পুড়ে ছাই হয়ে যাচ্ছে, অস্ট্রেলিয়াতে বনে লেগেছে আগুন, ভারতে দাঙ্গার খবরের ছবি পাঠাচ্ছে রয়টারস্, এপি এবং এএফপি। প্রতিদিন আমাদের কাগজে এই সব ছবি প্রকাশিত হচ্ছে।

সংবাদ-সংস্থার কভারেজ মোটামুটি নিরপেক্ষ হয়। মতামত, পক্ষ-বিপক্ষ নিয়ে বিতর্ক সংবাদ-সংস্থার প্রতিবেদনে থাকে না। কোন এক বিশেষ দৃষ্টিকোণ থেকে সংবাদ সরবরাহ করা হবে না। সংবাদ-সংস্থার পাঠানো সংবাদ অনেক বেশি বস্তুনিষ্ঠ হয়।

আন্তর্জাতিক সংবাদ-সংস্থার কর্মপরিধি সারা বিশ্ব জুড়ে পৃথিবীর সকল প্রান্তের মানুষকেই এই সংস্থা খবর সরবরাহ করে। রয়টারস্, এপি হল আন্তর্জাতিক সংবাদ-সংস্থা। বর্তমানে সর্ববৃহৎ সংবাদ-সংস্থা হল এপি (Associated Press)। এই সংস্থার আধিপত্যের কথা বলতে গিয়ে মার্ক টোয়েন বলেছিলেন “there are only two forces that can light to all corners of thye Globe — the Sun in the heaven and the Associated Press down here.”

৩.৩.৬ নিউজ ডেস্কের কর্মধারা (Functioning of News Desk)

সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র ও সংবাদ-সংস্থার কপি সম্পাদনার কর্মধারা না বুঝলে সাংবাদিকতার

বিষয়বস্তু কীভাবে তৈরি হয় তা আন্দাজ করা যাবে না। প্রকৃতপক্ষে সম্পাদনাই সংবাদকে পরিবেশনযোগ্য করে তোলে।

সংবাদদাতারা খবর পাঠায়, সংবাদ-সংস্থা পাঠায় অজস্র সংবাদের কপি। এই বিপুল সংবাদ প্রবাহ থেকে কোন সংবাদগুলি যাবে তা নির্ধারিত হয় সম্পাদনার সময়। বার্তা বিভাগে বার্তা সম্পাদকের পরিচালনায় অবর সম্পাদকেরা এই সম্পাদনার কাজ করেন। সংবাদের কপি ত্রুটিমুক্ত হয়ে, ঘষে-মেজে, শিরোনাম পেয়ে ছাপার জন্য তৈরি হয়। কপি এমন হবে যাতে পাঠক পড়ে বিষয়টি খুব সহজে বুঝতে পারে। রিপোর্টাররা কপি লেখেন, সাব-এডিটররা কপি তৈরি করেন, এমনভাবে কপি নির্মাণ করেন যাতে মনে হয় কপি গান গাইছে। গান যেমন সুন্দর স্বতস্ফূর্ত, কপিই হবে সেরকম।

সাময়িকপত্রের সম্পাদনার কোন তাড়াছড়ো থাকে না। ধীরেসুস্থে আকর্ষণীয় গদ্য রচনার ওপর জোর দেওয়া হয়। গদ্যপাঠ যেন পাঠকের কাছে উপভোগের বিষয় ওঠে সেটাই হয়ে ওঠে সম্পাদনার অন্যতম উদ্দেশ্য। সাময়িকপত্রের কপির শিরোনামে সামনে থাকে, এর অর্থ হল পাঠক শিরোনামেই বিষয়টি বুঝবেন সামান্য আভাষ পাবেন। পড়ার জন্য খিদে বাড়িয়ে দেবে। শিরোনাম এমন হবে পাঠক থমকে দাঁড়াবেন, তারপর লেখাটি পড়তে শুরু করবেন।

সংবাদ-সংস্থার কপিতেও সম্পাদনা প্রয়োজন। সংবাদ-সংস্থার মূলকাজ হল দ্রুত সংবাদ সংগ্রহ করা। বিভিন্ন সংবাদ-সংস্থা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে প্রবল প্রতিযোগিতা চলে যথাসম্ভব দ্রুত গ্রাহকদের কাছে সংবাদ পাঠানোর জন্য। বড় ঘটনা ঘটলে যেমন যেমন খবর পাওয়া যাবে, তাই পাঠানো হবে গ্রাহকদের জন্য। কপির কপি আসতে থাকে ইন্টারনেটের মাধ্যমে।

সংবাদ-সংস্থার ডেস্কে প্রচুর কপি এসে জমা হয়। নানান প্রান্তে ছড়িয়ে থাকা সংবাদদাতার এই কপি পাঠায়। সংবাদপত্রের কাছে যে কপি আসে, সংবাদ-সংস্থার কপির পরিমাণ তার চেয়ে অনেক বেশি। সম্পাদনার মধ্য দিয়ে কপির পরিমাণ কমতে থাকে। সংবাদ-সংস্থার অবর সম্পাদনার কেটে ছেটে কপিকে সরবরাহ করার উপযোগী করে গড়ে তোলেন। তারপর সম্পাদিত কপি গ্রাহকদের কাছে সরবরাহ করা হয়।

সংবাদ-সংস্থার সম্পাদনায় যে বিষয়গুলি প্রাধান্য পায় তারমধ্যে অন্যতম হল কপিকে সার্বজনীন করে তোলা। সংবাদপত্র যখন কপিকে নিজের মতো করে গড়ে তোলার প্রয়াসী হয়, তখন সংবাদ-সংস্থা চেষ্টা করে কপিকে সমস্ত গ্রাহকের কাছে মূল্যবান করে তুলতে। কপির মধ্যে যদি সার্বজনীন মূল্যবোধ প্রতিষ্ঠা করা যায় তাহলেই এটা সম্ভব। সম্পাদনার মাধ্যমে কপিকে এমন রূপ দিতে হবে যাতে সমস্ত গ্রাহকই মনে করে এটা কাজে লাগবে। এই কপি থেকে সংবাদ করা যাবে।

সংবাদ-সংস্থার কপি চেষ্টা করবে যথাসম্ভব বস্তুনিষ্ঠা মেনে চলতে। বস্তুনিষ্ঠার নীতি হল নিরপেক্ষ অবস্থান বজায় রাখা। কোন রকম পক্ষপাত সেখানে থাকবে না। সংবাদপত্রের কপিতেও বস্তুনিষ্ঠা মেনে

চলতে হয়, তবে বস্তুনিষ্ঠতার পাশাপাশি সেখানে বিশেষ দৃষ্টিকোণ বা angling-এর অবকাশ আছে। কোন কাগজ সরকারবিরোধী অবস্থান নেয়, আবার কোন কাগজ মুক্ত অর্থনীতির জয়গান গায়। সংবাদ পরিবেশনে এই দৃষ্টিকোণ প্রতিফলিত হয়। সংবাদ-সংস্থার কপিতে এই বিশেষ দৃষ্টিকোণ বা angling-এর কোন অবকাশ নেই। শুধুমাত্র সঠিক তথ্য সরবরাহ করাই একমাত্র কাজ হয়ে দাঁড়ায় সংবাদ-সংস্থার সম্পাদনায়।

কী সংবাদপত্র, কী সংবাদ-সংস্থা, প্রত্যেক প্রতিষ্ঠানকেই সম্পাদনার সময় আইনগত বিষয়টি বিবেচনার মধ্যে রাখতে হয়। মানহানি, আদালত অবমাননা, রাষ্ট্রদ্রোহিতা আইন এবং রচনাসত্ব আইন মাথায় রেখে সম্পাদনার কাজ করতে হয়। আইনের ক্ষেত্রে একটু এদিক ওদিক হলেই বিপদ।

৩.৩.৭ সারাংশ

সম্পাদকীয় সংগঠন সংবাদপত্র পরিচালনায় অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। একটি প্রভাবশালী সংবাদপত্রের কয়েকটি বিভাগ থাকে। এই বিভাগগুলির সমন্বয়ের মধ্য দিয়েই উৎপাদিত হয় সংবাদপত্র।

বিভাগগুলির মধ্যে উল্লেখযোগ্য হল সম্পাদকীয় বিভাগ, সংবাদ বিভাগ, বিজ্ঞাপন বিভাগ, প্রচার বিভাগ ইত্যাদি। প্রতিটি বিভাগের সমন্বয়ের ওপর নির্ভর করছে সংবাদপত্র প্রকাশনা। খুব অল্প সময়ের মধ্যে প্রতিটি বিভাগকে তাদের কাজ শেষ করতে হয়, এই কাজগুলি এমনভাবে সম্পাদিত হয় যাতে দ্রুত একটি খবরের কাগজ সঠিক সময়ে হকারদের হাত ঘুরে পাঠকদের কাছে পৌঁছে যায়।

সাময়িকপত্রের সাংগঠনিক কার্য সংবাদপত্রের কাছাকাছি কাজের তাড়া তুলনামূলকভাবে কম। সংবাদের চেয়ে সংবাদধর্মী ফিচার ছাপার ওপর বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয়। এখানেও বিভিন্ন বিভাগের মধ্যে ঐক্য বজায় রাখার প্রয়োজনীয়তা রয়েছে।

সংবাদ-সংস্থা সাংবাদিকতায় গুরুত্বপূর্ণ স্থান অধিকার করে আছে। সংবাদ-সংস্থার সংগঠন সংবাদপত্রের থেকে আলাদা। সংবাদপত্র তৈরি করছে একটি সংবাদপত্র, আর সংবাদ-সংস্থা শুধুমাত্র খবর সরবরাহ করছে সংবাদপত্রকে। তবে খুব দ্রুততার সঙ্গে।

৩.৩.৮ অনুশীলনী

ছোট প্রশ্ন :

- ১। সম্পাদকীয় বিভাগ কার নেতৃত্বে পরিচালিত হয়? বর্তমানে তাঁর ভূমিকা কী?
- ২। সংবাদ-সংস্থা কী? সংক্ষেপে লিখুন।

বড় প্রশ্ন:

- ১। সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় সংগঠন ব্যাখ্যা করুন।

- ২। সংবাদ সম্পাদনার প্রক্রিয়া আলোচনা করুন।
- ৩। সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্র সম্পাদনার পার্থক্য কী বুঝিয়ে বলুন।
- ৪। সংবাদ-সংস্কার কাজগুলি বর্ণনা করুন।

৩.৩.৯ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। সমাচার সম্পাদনা : সৌরীন ব্যানার্জী
- ২। সংবাদ প্রতিবেদন : ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
- ৩। সংবাদবিদ্যা : ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়
- ৪। News Editing and practices : Dr. Sourin Banerjee

একক ৪ □ সংবাদ প্রবাহ এবং সম্পাদনা: দ্বাররক্ষীদের ভূমিকা ও দায়িত্ব

৩.৪.০ গঠন

- ৩.৪.১ উদ্দেশ্য
- ৩.৪.২ প্রস্তাবনা
- ৩.৪.৩ সংবাদ প্রবাহ এবং সম্পাদনা
- ৩.৪.৪ দ্বার রক্ষা (Gatekeeping)
- ৩.৪.৫ সারাংশ
- ৩.৪.৬ অনুশীলনী
- ৩.৪.৭ গ্রন্থপঞ্জি

৩.৪.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

- * সংবাদ প্রবাহ এবং সম্পাদনা
- * দ্বার রক্ষা

৩.৪.২ প্রস্তাবনা

এ

৩.৪.৩ সংবাদ প্রবাহ এবং সম্পাদনা

যে কোন সংবাদ প্রতিষ্ঠানে দিবারাত্র খবর আসতে থাকে। খবর আসার কোন বিরাম নেই। সংবাদ প্রবাহ চলতেই থাকে। সংবাদপত্রে রাজধানী থেকে খবর পাঠাচ্ছেন বিশেষ সংবাদদাতারা, দেশের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ শহর থেকে খবর সরবরাহ করছেন সংবাদদাতারা। এছাড়া আছে সংবাদ-সংস্থার পাঠানো সংবাদ। দিবারাত্র সংবাদ প্রবাহ এলে জমা হচ্ছে নিউজ ডেস্কে। কলকাতার কাগজের খবর আসছে দিল্লি থেকে। জাতীয় স্তরের রাজনৈতিক খবরের উৎস হল দিল্লি। অভিজ্ঞ বিশেষ সংবাদদাতারা গুরুত্বপূর্ণ রাজনৈতিক ও প্রশাসনিক খবর পাঠাচ্ছেন, ভারতের বিভিন্ন বড় শহর যেমন মুম্বই, চেন্নাই, বেঙ্গালুরু,

পাটনা, গৌহাটি, ভূপাল, চণ্ডীগড়, জয়পুর থেকে সংবাদদাতারা খবর সরবরাহ করছেন। ২৪ ঘণ্টা চলছে সংবাদ প্রবাহ।

নাম করা সংবাদ-সংস্থা এপি, রয়টারস, এএফপি, কিয়ডো, জিনছ্যা পাঠাচ্ছে খবরের আপ-ডেট, বিশ্বের যে কোন প্রান্তে যাই ঘটুক না কেন, এই সব আন্তর্জাতিক সংবাদ-সংস্থা তার ওপর বিস্তৃত কভারেজ পাঠায়। এছাড়া আমাদের দেশের পিটিআই, ইউ এন আই প্রচুর খবর পাঠায়। সংবাদ সংস্থা শুধু সংবাদ পাঠায় না, ছবিও পাঠায়। শুধু স্থির চিত্র নয়, প্রচুর ভিডিও ক্লিপিংসও সরবরাহ করে। প্রতিদিন কাগজে এইসব ছবি আমরা দেখি। ড্রেনডিট লাইনে দেওয়া থাকে সংবাদ-সংস্থার নাম, এপি, রয়টারস অথবা পিটি আই।

সংবাদ প্রবাহের এই বিপুল সম্ভার কিন্তু সবটাই ছাপা হয় না। সম্পাদক পর্যায়ে অনেক কিছু বাদ পড়ে যায়। সংবাদপ্রবাহের বিপুল জলচ্ছাসে সংবাদ কক্ষের ডেস্ক প্রায় ভেসে যায়। সবকিছু ভাসিয়ে দেওয়াটাতে কোন কাজের কথা নয়। তাই জলচ্ছাসকে প্রতিহত করার জন্য বুক চিত্তিয়ে দাঁড়ায় দ্বাররক্ষীরা, যাঁরা আধিক্যকে বর্জন করে শুধুমাত্র প্রয়োজনীয় অংশকে ডেস্কে ধরে রাখেন। বাদবাকী অংশ যা জঞ্জাল বলে প্রতিপন্ন হয় তা চলে যায় ওয়েস্ট বক্সে।

৩.৪.৪ দ্বার রক্ষা (Gatekeeping)

গণমাধ্যম চর্চায় দ্বার রক্ষা (gatekeeping) হল একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। সংবাদপত্র, বেতার এবং টেলিভিশনের বিষয় নির্বাচনের দায়িত্বে যারা থাকেন তারা হলেন দ্বার রক্ষক বা gatekeeper, কী ছাপা হবে বা কী সম্প্রচারিত হবে সেটা তারাই ঠিক করেন। উদাহরণ দিয়ে বলা যায় সংবাদপত্রে প্রচুর সংবাদ এসে পৌঁছয়। এর সবটুকু কিন্তু ছাপা হয় না, সামান্য অংশ ছাপা হবার জন্য ছাড়পত্র পায়। কী ছাপা হবে সেটা ঠিক করেন দ্বার রক্ষীরা। সম্পাদক, বার্তা সম্পাদক, মুখ্য অবর সম্পাদক সকলেই দ্বার রক্ষার কার্যে নিযুক্ত থাকেন সম্পাদক সরাসরি সবসময় যুক্ত থাকতে পারেন না। বার্তা সম্পাদক অথবা মুখ্য অবর সম্পাদককেই এই দায়িত্ব সামলাতে হয়। বেতার এবং টেলিভিশনেও বার্তা সম্পাদক বা ইনপুট এডিটরকে এই দায়িত্ব সম্পাদন করতে হয়।

দ্বার রক্ষার ধারণাটির উদ্ভব হয় কুর্ট লেউইনের (Kurt Lewin) গবেষণায়। লেউইন ছিলেন একজন বড় সমাজ মনস্তত্ত্ববিদ। ১৯৪৭ সালে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে আয়াওয়া শহরের গৃহকর্তাদের বাজার থেকে খাদ্যসামগ্রী কেনার বিষয়টি নিয়ে তিনি সমীক্ষা চালিয়েছিলেন। গিন্নিরা বাজারে যান পরিবারের সকল সদস্যদের চাহিদা মাথায় রেখে। কেনার সময় দেখেন কী কিনলে পরিবারের সদস্যদের পছন্দ হবে, স্বাস্থ্যের পক্ষে উপকারি হবে ইত্যাদি। এই প্রক্রিয়ার মধ্যে প্রচুর তথ্য। এগুলি বিশ্লেষণ করে একটি পর্যায়ে ঠিক হয় কী কেনা হবে এবং কী কেনা হবে না। তাহলে যেটা ঘটছে তা হল কিছু বিষয়কে যেমন নেওয়া হচ্ছে, তেমনি কিছু বাদ যাচ্ছে। বানিতে যদি সুগারের রোগী তাকে তাহলে বাদ যাচ্ছে সেই সমস্ত দ্রব্য যাতে

কার্বোহাইড্রেট আছে। বেছে নেওয়া হচ্ছে সেই সমস্ত দ্রব্য যার সঙ্গে সুগারের কোন যোগ নেই। এই বাছাবাছির প্রক্রিয়াকেই লেউইড 'দ্বারঅঞ্চল' বলে অভিহিত করেছেন। পরবর্তীকালে এই গবেষণা গণমাধ্যম চর্চার প্রভাব ফেলেছিল।

১৯৫০ সালে ডেভিড ম্যানিং হোয়াইট (David Manning White) গণমাধ্যমে এই দ্বাররক্ষার কার্য কীভাবে গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠছে তা বিশ্লেষণ করেন। হোয়াইট ছিলেন বস্টন বিশ্ববিদ্যালয়ের সাংবাদিক অধ্যাপক। তিনি আঞ্চলিক কাগজের সম্পাদকদের সংবাদ নির্বাচন প্রক্রিয়ার ওপর গবেষণা চালান। তিনি দেখেন সম্পাদকের টেবিলে বিলুল সংবাদ প্রবাহ এসে জমা হচ্ছে। এর অধিকাংশই আসছে সংবাদ-সংস্থার কাছ থেকে। সম্পাদক কিছু সংবাদকে নির্বাচন করছেন ছাপার জন্য। বাদবাকী অংশ ফেলে দিচ্ছেন। হোয়াইট সমীক্ষায় শুধুমাত্র সংবাদ-সংস্থার পাঠানো সংবাদের কথা বিবেচনা করা হয়েছিল, হোয়াইট দেখেন সম্পাদকেরা সেই সমস্ত সংবাদ সংবাদকেই ছাপার জন্য বেছে নিচ্ছেন সেগুলি কাগজের চাহিদার সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ। কাগজের পাঠকের চাহিদা ও কাগজের সম্পাদকদের পছন্দকে কেন্দ্র করেই তৈরি হয় এই প্রয়োজন। এটা তৈরি হয় কাগজের পাঠকের চাহিদা ও কাগজের সম্পাদকের পছন্দকে কেন্দ্র করে। হোয়াইট তাঁর সমীক্ষার ফলকে বিশ্লেষণ করে দেখলেন সম্পাদকের মাপকাঠিতে মানবিক আগ্রহমূলক সংবাদই বেশি নির্বাচিত হয়েছে। হোয়াইট সম্পাদকদের "মিস্টার গেট" বলে অভিহিত করেছিলেন। তাঁর মতে সম্পাদকেরা হলেন সংবাদ মাধ্যমের দ্বাররক্ষী। কোন সংবাদ ছাপা হবে আর কোন সংবাদ ছাপা হবে না এ বিষয়ে চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত নেয় সম্পাদকেরা। হোয়াইটকে সম্পাদকেরা জানিয়েছিলেন "We go for human interest stories in a big way". হোয়াইট স্বীকার করেছেন তাঁর এই গবেষণায় লেউইনের সমীক্ষা প্রভূত পরিমাণে সাহায্য করেছিল।

১৯৬৭ সালে আর একজন গবেষক সুইডার (Suider) সম্পাদকদের নির্বাচন প্রক্রিয়ার ওপর গবেষণা চালিয়েছিলেন। তিনি দেখলেন সংবাদপত্রের নীতি পাঠকদের রুচি পছন্দ অনুযায়ী প্রভাবিত হচ্ছে। পাঠকরা কী চাইছেন তা সবসময়ই বিবেচনা রাখতে হবে।

শুমেকার ও রিজ (Shoemaker and Reese) বলেছেন দ্বাররক্ষার কার্য কতকগুলি বিষয়ের দ্বারা প্রভাবিত তাঁদের মত হল পাঠকদের চাহিদা ও নির্বাচকদের দৃষ্টিভঙ্গীর মধ্যে গড়ে ওঠা সহমতই দ্বাররক্ষার কাজকে পরিচালনা করে। সহমত তৈরি হয় এক বিশেষ সামাজিক-সাংস্কৃতিক পরিমণ্ডলের মধ্যে। সুতরাং বোঝা যাচ্ছে সমাজ-সংস্কৃতিও দ্বাররক্ষা কার্যের ওপর প্রভাব বিস্তার করে। যাঁরা দ্বাররক্ষার কাজে নিযুক্ত থাকবেন তাদের দৃষ্টিভঙ্গী তৈরি হয় এই সমাজ-সংস্কৃতির প্রেক্ষায়।

হোয়াইট যে ব্যক্তি-পছন্দের কথা বলেছেন, সম্পাদনা যার সূত্র ধরে সংবাদ বাছাই করতেন, তার যোগ পাওয়া যায় এই সাংস্কৃতিক মূল্যবোধ ভিত্তিক দ্বাররক্ষার সঙ্গে। এক বিশেষ সামাজিক পরিমণ্ডলের মধ্যে পাঠকের চাহিদাও তৈরি হয়, এবং তার প্রভাব সংবাদ নির্বাচন প্রক্রিয়ার ওপর পড়ে। ব্রিটেন অথবা

আমেরিকার পাঠক চাহিদার সঙ্গে আমাদের দেশের পাঠক চাহিদার পার্থক্য আছে। কারণ দু ধরনের সমাজ-সংস্কৃতি আলাদা। খুব স্বাভাবিকভাবেই মানুষের দৃষ্টিভঙ্গী ও মূল্যবোধের ক্ষেত্রেও তারতম্য থাকে। আমেরিকার বা ব্রিটেনের কাগজ যেভাবে সংবাদ নির্বাচন করবেন, ভারতের কাগজের নির্বাচকদের কার্যধারা যে একটু আলাদা হবে এটাই স্বাভাবিক।

৩.৪.৫ সারাংশ

এই পর্যায়ে আলোচিত হয়েছে সংবাদ-প্রবাহ এবং এ বিষয়ে দ্বাররক্ষীদের ভূমিকা।

প্রচুর সংবাদ আসে সংবাদপত্রের নিউজ ডেস্কে। সংবাদ প্রবাহ চলতেই থাকে। এই বিরামবিহীন সংবাদপ্রবাহ সবটুকুই ছাপা হয় না। সংবাদপত্রে, সাময়িকপত্রে থাকে কিছু দ্বাররক্ষী যারা কোনটি ছাপা হবে তার ছাপ দেয়। এই দ্বাররক্ষীরা হলেন সম্পাদক, বার্তাসম্পাদক ও প্রধান অবর সম্পাদকেরা। দ্বাররক্ষার কার্য সম্পর্কে কিছু তাত্ত্বিক রূপরেখা আছে, সেগুলি আলোচিত হয়েছে।

৩.৪.৬ অনুশীলনী

ছোট প্রশ্ন :

- ১। সংবাদপ্রবাহ বলতে কী বোঝেন, সংক্ষেপে লিখুন।
- ২। সংবাদপত্রে সম্পাদনার দায়িত্বে কারা থাকেন?

বড় প্রশ্ন:

- ১। সংবাদপত্রে দ্বাররক্ষা বলতে কী বোঝেন? ব্যাখ্যা করুন।
- ২। দ্বাররক্ষার ধারণার উদ্ভব আলোচনা করুন।
- ৩। সংবাদপত্রে দ্বাররক্ষকদের ভূমিকা বিশদে আলোচনা করুন।

৩.৪.৭ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। সমাচার সম্পাদনা : সৌরীন ব্যানার্জী
- ২। সংবাদ প্রতিবেদন : ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
- ৩। সংবাদবিদ্যা : ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়
- ৪। News Editing and practices : Dr. Sourin Banerjee

মডিউল ৪ : সম্পাদনা প্রক্রিয়া

একক ১ □ সংবাদ নির্বাচন : সংবাদ মান এবং অন্যান্য পরামিতি

৪.১.০ গঠন

৪.১.১ উদ্দেশ্য

৪.১.২ প্রস্তাবনা

৪.১.৩ সংবাদ নির্বাচন: সংবাদ মান এবং অন্যান্য পরামিতি

৪.১.৪ সারাংশ

৪.১.৫ অনুশীলনী

৪.১.৬ গ্রন্থপঞ্জি

৪.১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

সংবাদ নির্বাচন: সংবাদ মান

অন্যান্য পরামিতি

৪.১.২ প্রস্তাবনা

গণমাধ্যম পরিবেশনার জন্য প্রচুর সংবাদ নানা প্রান্ত থেকে এসে নিউজডেস্ক এ পৌঁছায়। এত সংবাদকে কোন অবস্থাতেই পুরোপুরি জায়গা দেওয়া সম্ভব নয়। তাই প্রশ্ন ওঠে নির্বাচনের। অভিজ্ঞ সাংবাদিকরা ঠিক করেন কোন কোন সংবাদ জায়গা করে নেবে পরিবেশনের জন্য। খবরের কাগজ বেতার-টেলিভিশনে প্রতিটি মাধ্যমেই সংবাদ নির্বাচনের প্রয়োজন হয়। এই পদ্ধতিকে বলা হয় দ্বার রক্ষা। আর যারা নির্বাচন করেন তারা দ্বাররক্ষী।

৪.১.৩ সংবাদ নির্বাচন: সংবাদ মান এবং অন্যান্য পরামিতি

কুট লিউইনের গবেষণার মধ্যে নিহিত আছে দ্বার রক্ষার ধারণাটি। লিউইন ছিলেন একজন সমাজ

মনস্তত্ত্ববিদ। ১৯৪৭ সালের আয়াওয়া শহরের গৃহকর্তীদের খাদ্য সামগ্রী কেনার বিষয় নিয়ে গবেষণা চালিয়েছিলেন। বাজারে পরিবারের গিন্নি গেছেন জিনিস কিনতে। কি কিনবেন তিনি? লেউইনের পর্যবেক্ষণ বলছে তিনি একটি নির্দিষ্ট নির্বাচন প্রক্রিয়ার মধ্য দিয়ে অগ্রসর হবেন। খাদ্য সামগ্রী কেনার সময় গিন্নি বিভিন্ন বিষয়ে খতিয়ে দেখেন। ভেবে দেখেন কি কিনলে পরিবারের সদস্যদের পছন্দ হবে, স্বাস্থ্যের পক্ষে উপকারী হবে ইত্যাদি। বিভিন্ন তথ্য যুক্ত থাকে এই প্রক্রিয়ার মধ্যে। তথ্য বিশ্লেষণ করে ঠিক হয় কি কেনা হবে আর কি কেনা হবে না। যে পর্যায়ে এই নির্বাচনের কাজটি হয় লেউইন তাকে দ্বার অঞ্চল বলে বর্ণনা করেছেন। লেউইনের এই গবেষণা পরবর্তীকালে গণমাধ্যম চর্চাকে বিপুলভাবে প্রভাবিত করেছে।

১৯৫০ সালে ডেভিড মেনিং হোয়াইট (David Manning White) গণমাধ্যম প্রতিষ্ঠান কিভাবে প্রাসঙ্গিক হয়ে উঠেছে তা আলোচিত হয়। সাংবাদিকতার অধ্যাপক হোয়াইট আঞ্চলিক কাগজের সম্পাদকের সংবাদ নির্বাচন প্রক্রিয়ার ওপর গবেষণা চালান। তিনি দেখেন সম্পাদকের টেবিলে বিশাল সংবাদ প্রবাহ এসে জমা হচ্ছে। বিভিন্ন সূত্র থেকে সংবাদ আসছে, নিছক সংবাদদাতা, সরকারি প্রেস রিলিজ, সংবাদ সংস্থার পাঠানো কপি। সিটি এডিটররা এই বিপুল সংবাদ প্রবাহ থেকে অল্প কিছু বেছে নিচ্ছেন। আর বেশিরভাগটাই ফেলে দিচ্ছেন। হোয়াইট চেনা কিছু আঞ্চলিক কাগজের সংবাদ নির্বাচন প্রক্রিয়া পর্যালোচনা করে দেখলেন সম্পাদকরা সেই সমস্ত সংবাদই বেছে নিচ্ছেন যেগুলি কাগজের প্রয়োজনের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ। পাঠকের চাহিদা ও সম্পাদকের পছন্দকে কেন্দ্র করেই তৈরি হয় এই প্রয়োজন। তিনি দেখলেন সম্পাদকের বিচারে মানবিক আগ্রহমূলক সংবাদই বেশি। হোয়াইট সম্পাদকদের “মিস্টার গেট” বলে অভিহিত করেছিলেন। সম্পাদকরা তাকে এক বাক্যে জানিয়েছিলেন “We, go for human interest stories in a big way.” হোয়াইট জানিয়েছেন তার এই গবেষণায় লিউইনের গবেষণা সাহায্য করেছিল।

সুইডার (Suider) নামের এক গবেষক ১৯৬৭ সালে একই বিষয়ে গবেষণা করেছিলেন। তিনি দেখেছিলেন বিষয়টি আগের মতই আছে অর্থাৎ সম্পাদকরা পাঠকদের রুচি পছন্দ ও কাগজের নীতির দ্বারাই প্রভাবিত হচ্ছেন। এর পরে গবেষকরা সংবাদ নির্বাচনে শুধুমাত্র সম্পাদকের ভূমিকার মধ্যেই আলোচনা সীমাবদ্ধ রাখেননি। স্যাম্পলিং পদ্ধতি ব্যবহার করে দ্বার রক্ষার কাজে আরো বহু ব্যক্তিকে যুক্ত করেছেন। যেমন নির্বাহী সম্পাদক, সহ-সম্পাদক, বিভাগীয় সম্পাদক প্রভৃতি নির্বাচকরা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করেছেন। এটা প্রমাণিত হয়েছে যে সংবাদ নির্বাচন প্রক্রিয়া হল এক দলীয় কার্যক্রম।

Shoemaker এবং Reise বলেছেন দ্বার রক্ষার কাজ কতগুলি নির্দিষ্ট বিষয় দ্বারা প্রভাবিত হয়। তাদের বক্তব্য হলো পাঠকদের চাহিদা ও বিচারকদের দৃষ্টিভঙ্গির মধ্যে গড়ে ওঠা সহমত দ্বার রক্ষার কাজকে পরিচালিত করে। সামাজিক, সাংস্কৃতিক পরিমণ্ডলকে তারা গুরুত্বপূর্ণ বিষয় বলে উল্লেখ করেছেন। নির্বাচকরা যে সামাজিক পরিমণ্ডলের মধ্যে করে ওঠেন তার প্রভাব তাদের সিদ্ধান্তের ওপর পড়ে।

Shoemaker এবং Reize দ্বার রক্ষার তত্ত্বে মূল্যবোধকে যুক্ত করেছেন। পাঠকদের চাহিদা, পছন্দের সঙ্গেও মূল্যবোধের যোগ রয়েছে। যে সামাজিক সাংস্কৃতিক পরিবেশের মধ্যে পাঠকরা গড়ে ওঠেন তার প্রভাব তাদের চাহিদার ওপরেও পড়ে। নির্বাচকরা সবসময়ই চাইবেন পাঠকদের চাহিদামাফিক চলতে। অর্থাৎ পাঠকদের রুচি, পছন্দ, মূল্যবোধকে বিবেচনা করে তাদের সিদ্ধান্ত নিতে হবে। উদাহরণস্বরূপ বলা যেতে পারে ভারতের পাঠকদের সঙ্গে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের পাঠকের চাহিদা অবশ্যই আলাদা হবে।

Galtung এবং Ruge দ্বার রক্ষা নিয়ে গবেষণা চালাতে গিয়ে দেখেছেন সাংগঠনিক ও আবেগগত বিষয়ক সংবাদ নির্বাচনের ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হিসেবে বিবেচিত হয়। নরওয়ের সংবাদপত্রে বিদেশি সংবাদ কিভাবে নির্বাচিত হয় তা অনুসন্ধান করার সময় এই দুই গবেষক লক্ষ্য করেন নির্বাচকরা সংবাদমূল্য দিয়েই সংবাদ বাছছেন। যে সংবাদমূল্য নির্বাচকদের নিজস্ব পছন্দের সঙ্গে সংগতিপূর্ণ সেই সংবাদকে তারা গ্রহণ করেন। সাংগঠনিক নীতি ও আদর্শগত অবস্থান নির্বাচকদের গভীরভাবে প্রভাবিত করে। উদাহরণ হিসেবে তারা পশ্চিমী কাগজে, পশ্চিমী মূল্যবোধের কথা উল্লেখ করেছেন।

Fishman বলেছেন সংবাদ এর মধ্যে যে বাস্তবতা রয়েছে তা নির্বাচকদের বাস্তব আন্তরিকতার সঙ্গে কতটা খাপ খাচ্ছে সেটা যথেষ্ট গুরুত্বপূর্ণ। সংবাদমাধ্যমের কাছে যে সংবাদ আসছে, নির্বাচকদের ওপরে কি প্রতিক্রিয়া তৈরি করছে সেটা খতিয়ে দেখা দরকার। Fishman এর মূল প্রতিপাদ্য বিষয় হলো নির্বাচকদের চাহিদা, অপছন্দ সংবাদ নির্বাচনে যথেষ্ট প্রভাব বিস্তার করে। প্রয়োজন হলে সংবাদমাধ্যম উদ্যোগ নিয়ে সংবাদ তৈরি করতেও এগিয়ে আসে (at times it also has to be internally manufactured or constructed)।

সংবাদ নির্বাচনের সময় যে বিষয়গুলি সাধারণভাবে গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে হয়, সেগুলি হল মানুষ (people), স্থান (place) এবং সময় (time)।

সংবাদ মান এবং অন্যান্য পরামিতি

খবরের মূল্য, সাংবাদিকদের, সম্পাদক, সংবাদকর্মীদের বিচারবোধ সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করে। যে সংবাদগুলি অন্যান্য, প্রধান অ্যাক্সর স্টোরি, ব্লাবস এবং স্লিপেটগুলির চেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ, কোন সংবাদ চালানো উচিত সেগুলি সিদ্ধান্ত সম্পাদকীয় ডেস্কে নিয়মিত গ্রহণ করতে হয়। যদিও এই উদ্দেশ্যে আনুষ্ঠানিকভাবে সরল কোনও 'নিয়ম-পুস্তক' না থাকলেও এটি ডেস্কের রাজনৈতিক অবস্থান বা আদর্শ বা কাগজের অগ্রাধিকার এবং দৈনিক এজেন্ডা-সেটিং অনুযায়ী পারস্পরি বোঝাপড়ার মধ্য দিয়ে কাজ করে।

নিউজ তৈরির মূল দিকগুলি—

বিভাগগুলি এবং ডেস্কগুলির আমলাতান্ত্রিক আদেশ যা সংবাদকে শ্রেণিবদ্ধ করে

সংবাদ-মানের একটি সেট যা অপেক্ষাকৃত তুচ্ছ টুকরো থেকে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদগুলি ফিল্টার করে।

অর্থবহ সংবাদ—সংজ্ঞাবদ্ধ করা এবং প্রতিবেদকের শব্দভাণ্ডারের কাঠামোর মধ্যে সংজ্ঞায়িত ইভেন্টগুলি আনা।

অন্যান্য পরামিতি

সংবাদ সূচনা : সরল কথায়, সংবাদ বা তথ্যগুলির একটি নতুন অংশকে বর্তমান পাঠকদের পছন্দ অনুযায়ী নির্মাণ করার চেষ্টা করা।

আপেক্ষিক গুরুত্ব : কাগজে একটি নিউজ আইটেমের স্থান বরাদ্দ আপেক্ষিক গুরুত্ব অনুযায়ী ঠিক হয়। জনপ্রিয় নৈতিকতা এবং সংস্কৃতি কোনও সংবাদ আইটেমের নির্বাচন প্রক্রিয়াতে আধিপত্য বিস্তার করে।

সংবাদ প্যাটার্নস : সংবাদমাধ্যমগুলি প্রায়শই যে সংবাদ পেতে চায় তা জনসাধারণকে দেওয়ার চেষ্টা করে। বেশিরভাগ মাধ্যম একটি প্রাক-সেট সূত্র অনুসরণ করে। কখনও কখনও পৃষ্ঠার বিন্যাসে বরাদ্দ করা জায়গার ফিট করার জন্য শব্দ গণনা করা হয়।

মানহানি : প্রেস এবং রেডিওতে মানহানি আইন কার্যকরী। অপমানিত ব্যক্তি কাগজের বিরুদ্ধে মামলা করতে পারে। সম্পাদকীয় ডেস্কে কাগজটিকে কোনও সম্ভাব্য মানহানিকর মামলা থেকে রক্ষা করতে হবে।

8.1.8 সারাংশ

এই পর্যায়ে যে বিষয় যথাযথভাবে আলোচিত হয়েছে তার মধ্যে উল্লেখযোগ্য হল—সংবাদ নির্বাচন।

8.1.5 অনুশীলনী

- ১। সংবাদ নির্বাচনের প্রাথমিক দিকগুলি কী কী?
- ২। সংবাদ নির্বাচনের পদ্ধতি ও গুরুত্ব সংক্ষেপে বর্ণনা করুন।

8.1.6 গ্রন্থপঞ্জি

Editing Manual—Sourin Banerjee

Handbook of Journalism & Mass Communication—Virbala Agarwal & V S Gupta
(Concept) 3.

Mass Communication in India—Keval J Kumar (Jaico)

Mass Communication & Journalism in India—D. S. Mehta (Allied Publishers)

একক ২ □ সংবাদ কপি সম্পাদনা, সংবাদ রচনা (পরিকল্পনা এবং দৃশ্যায়ন)

৪.২.০ গঠন

- ৪.২.১ উদ্দেশ্য
- ৪.২.২ সংবাদ কপি সম্পাদনা পদ্ধতি
- ৪.২.৩ সংবাদ রচনা (পরিকল্পনা এবং দৃশ্যায়ন)
- ৪.২.৪ সারাংশ
- ৪.২.৫ অনুশীলনী
- ৪.২.৬ গ্রন্থপঞ্জি

৪.২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

সংবাদ কপি সম্পাদনা

সংবাদ রচনা (পরিকল্পনা এবং দৃশ্যায়ন)

৪.২.২ সংবাদ কপি সম্পাদনা পদ্ধতি

সংবাদ কপি সম্পাদনার কাজ সামাল দেওয়া একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ। বিপুল সংবাদ প্রবাহ এসে জমনা হয় সংবাদ কক্ষে। বিভিন্ন প্রান্ত থেকে সংবাদ আসতে থাকে। সংবাদদাতাদের পাঠানো কপি, সংবাদ-সংস্থার কপি, সরকার ও বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের থেকে আসা প্রেস বিজ্ঞপ্তি এসে হাজির হয় নিউজ ডেস্কে। এই বিপুল সংবাদ প্রবাহকে জায়গা দেওয়া সম্ভব নয়। কারণ সংবাদ মাধ্যমের পরিসর সীমিত। এ যেন ‘ঠাই নাই ঠাই নাই ছোট এ তরী অবস্থা। তাই নির্বাচন করতে হয়, বার্তা সম্পাদক ও অন্যান্য সহকারীদের সাহায্য নিয়ে কী ছাপা হবে অথবা কী পরিবেশিত হবে তা ঠিক করেন।

দক্ষ হাতে এই সম্পাদনার কাজ করতে হয়। কপির কাজ সামলানো খুব সহজ কাজ নয়। প্রাথমিক কাজই হল বিপুল কপির মধ্য থেকে উপযুক্ত কপিকে বাছা। বার্তা সম্পাদক, মুখ্য অবর সম্পাদক তাদের অভিজ্ঞতা দিয়ে বুঝে নেন কোন কপি ছাপার উপযুক্ত। তার কাগজের পাঠকরা কী চাইছে সেটা বার্তা সম্পাদক জানেন। এই অভিজ্ঞতা দিয়ে তিনি ঠিক করেন কোন কবিগুলি ছাপা হবে। তারপর সেই

কপিগুলির সম্পাদনার ব্যবস্থা করেন। মুখ্য অবর সম্পাদককে দায়িত্ব দেন কপিগুলিকে অবর সম্পাদকদের মধ্য বিতরণ করতে সম্পাদনার জন্য।

লেসলি সেলার্স (Leslie Sellers) কপি সম্পাদনার জন্য কয়েকটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপের কথা বলেছেন। সেলার্স দীর্ঘদিন লন্ডন টাইমস্-এর সম্পাদনার দায়িত্ব সামলেছেন। তিনি বলেছেন ‘a sub must be obsessed with accuracy’, যে কোন ধরনের ভুল ধরার জন্য তিনি সবসময়ই সতর্ক থাকেন। প্রতিবেদন রচনার সময় তাড়া থাকে, ডেডলাইনের মধ্যে খবর পাঠাতে হবে। এ অবস্থার ভুল হবার সম্ভাবনা বেশি। অবর সম্পাদক মাউস ক্লিক করে ভুলগুলি সংশোধন করেন।

সম্পাদনার আর একটি দিক হল অপ্রয়োজনীয় অংশ বাদ দিয়ে কপিকে উন্নত করা। এরকম হতে পারে একই কথা বার বার ফিরে আসছে। তখন বাছল্য অংশ বাদ দিতে হবে। ভেবেচিন্তে কাজটি করবেন অবর সম্পাদক।

সম্পাদনার সময় খেয়াল রাখতে হবে কপি যেন সহজবোধ্য ও বুদ্ধিদীপ্ত হয়ে ওঠে। কপিকে পাঠযোগ্য করে তুলতে হবে। খুব সাধারণ শিক্ষা ও বোধবুদ্ধি নিয়ে মানুষ কাগজ পড়ে। শব্দ ব্যবহার এবং বাক্যবিন্যাসকে করতে হবে যথাসম্ভব সহজ সরল। একবার চোখ বোলালেই পাঠক বুঝে যাবেন সংবাদের বিষয়বস্তু এবং তর তর করে পড়ে যাবেন। খুব অল্প সময়ের মধ্যে কাগজ পড়া শেষ হয়। সাধারণত পাঠক ৪৫ মিনিট থেকে এক ঘণ্টার মধ্যে কাগজ পড়া শেষ করেন। এটা সম্ভব হয় দক্ষ সম্পাদনার গুণে।

প্রেস আইন একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। সম্পাদনার সময় এ বিষয়ে নজর দেওয়া দরকার। মানহানি, আদালত অবমাননা, রাষ্ট্রদ্রোহিতা প্রভৃতি বিষয়কে কেন্দ্র করে যে-কোন সময় মামলা হতে পারে। সাম্প্রতিককালে Fake News একটি বড় সমস্যা হয়ে দাঁড়িয়েছে। এর জন্য সরকার কঠোর ব্যবস্থা নিতে পারে। তাই সংবাদ যাচাই করার বিষয়টি অত্যন্ত প্রয়োজনীয় হয়ে উঠেছে। তাই সম্পাদনার সময় আইনগত দিকগুলি বিবেচনা করা দরকার।

সম্পাদনার সঙ্গে জড়িয়ে আছে সংবাদের মূল্যায়ন। যিনি সম্পাদনা করছেন তাঁকে অবশ্যই সংবাদের মূল্যায়ন করতে হবে। এটা করতে গেলে প্রথমেই জানতে হবে পাঠকের চাহিদা, রুচি পছন্দ। খবর বাছার ক্ষেত্রে এই তথ্য তাকে সাহায্য করবে। Charnley বলেছেন, “The newsman must first decide which events and information are of primary importance to a large proportion of the people that his medium reaches”, মূল্যায়নের মূল কথাটাই এখানে ধরা আছে। দেশ, কাল, সামাজিক অবস্থান এই মূল্যায়ন প্রক্রিয়াকে প্রভাবিত করে।

মূল্যায়নের বিষয়টি আবার সকল সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে একরকম হয় না। সিরিয়াস সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে যেরকম হবে মূল্যায়নের মাপকাঠি। পপুলার ট্যাবলয়েড সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে তা হবে অন্যরকম। প্রত্যেকটি কাগজের সম্পাদকেরা জানেন কারা তাদের কাগজের পাঠক। এই অভিজ্ঞতা থেকেই তারা মূল্যায়নের কাজ সারেন।

মূল্যায়নের কাজে সবচেয়ে বেশি প্রভাব ফেলে সংবাদের উপাদানগুলি, যেমন নৈকট্য, নতুনত্ব, সমন্বয়যোগিতা এবং গুরুত্ব। সম্পাদকরা এইসব উপাদানের কথা মাথায় রেখেই সম্পাদনার কাজ করেন।

দৃষ্টিকোণ : সংবাদ সম্পাদনার সঙ্গে দৃষ্টিকোণেরও যোগ রয়েছে। এক বিশেষ দৃষ্টিভঙ্গী। মূল্যবোধ, নীতিবোধ তৈরি করে এই দৃষ্টিকোণ। ইংরেজিতে একে বলা হচ্ছে 'Framing', একটি বিশেষ দৃষ্টিকোণ থেকে দেখাই হল 'Framing', যা ঘটেছে তা দেখার ক্ষেত্রে এই দৃষ্টিকোণ গুরুত্বপূর্ণ।

যা ঘটেছে তার ছব্ব ছবি আমরা কখনই পাই না। কারণ প্রতিবেদক যা লিখেছেন তা সম্পাদিত হবার পর ছাপা হয়েছে। সম্পাদনার সময় সংযোজিত হয়েছে দৃষ্টিকোণ। সংবাদপত্রের নীতির সঙ্গে সাযুজ্য রয়েছে এই দৃষ্টিকোণের। এই দৃষ্টিকোণ ঠিক করে দিচ্ছে আমরা কী পড়ব।

সাংবাদিকের নিজস্ববোধ, পর্যবেক্ষণ প্রক্রিয়া এবং সংবাদ প্রতিষ্ঠানের নীতি তৈরি করে দৃষ্টিকোণ বা frame, আমরা এই দৃষ্টিকোণের মধ্য দিয়ে সংবাদ পাই।

এই দৃষ্টিকোণের বিষয়টি শুধুমাত্র সংবাদপত্রের ক্ষেত্রেই সীমাবদ্ধ নয়। বর্তমানে সবচেয়ে জনপ্রিয় গণমাধ্যম টেলিভিশন এবং সাম্প্রতিক অনলাইন মাধ্যমের ক্ষেত্রেও প্রসারিত। বর্তমানে দৃষ্টিকোণের গুরুত্ব সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে বৃদ্ধি পাচ্ছে। শুধুমাত্র বস্তুনিষ্ঠতার নীতি মেনে সংবাদ পরিবেশনের দিন শেষ। আগে সংবাদ জানার জন্য আমরা নির্ভর করতাম সংবাদপত্রের ওপরে। এখন বেতার, টেলিভিশন, অনলাইন নিউজ পোর্টাল রাতদিন সংবাদের আপডেট দিচ্ছে। তথ্য প্রযুক্তির অগ্রগতি ঘটিয়ে দিয়েছে তথ্য বিস্ফোরণ। জানার চেয়ে জানার বোঝা বহন করাই কঠিন কাজ হয়ে উঠেছে।

এ অবস্থায় সংবাদপত্র তথা গণমাধ্যমের অন্যতম দায়িত্ব হয়ে পড়েছে সাধারণ মানুষকে যে-কোন বিষয় ভালোভাবে বুঝতে সাহায্য করা। তাই সংবাদ পরিবেশনে দৃষ্টিকোণের প্রাসঙ্গিকতা বেশি উপলব্ধি করা যাচ্ছে।

8.২.৩ সংবাদ রচনার পরিকল্পনা (Planning and Visualisation)

সম্পাদনা পর্যায়ে সংবাদ রচনা মুদ্রণ উপযোগী হয়ে ওঠে। কতটা জায়গা নিয়ে রচনাটি ছাপা হবে তা ঠিক হ য়ে যায়। প্রস্থে পাঁচ কলাম জায়গা পেতে পারে, দু কলাম, আবার এক কলামও হতে পারে। সংবাদের গুরুত্ব অনুযায়ী জায়গা ঠিক হয়। লম্বায় পনেরো, কুড়ি সেন্টিমিটার হতে পারে। সাধারণত এরকমই হয়ে থাকে। অনেক সময় এক কলামে লম্বালম্বি তিন চারটি সংবাদ পরিবেশন করা হয়, একে বলে চিমনি কলাম।

কোন সংবাদ কোন পাতায় জায়গা পাবে সেটাও ঠিক হয় সম্পাদনার সময়। সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ আসে প্রথম পাতায়। সাধারণত পাঁচ-ছটি খবর থাকে প্রথম পাতায়। এর মধ্যে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ খবর হবে প্রথম লীড, তারপর ক্রমান্বয়ে আসবে দ্বিতীয়, তৃতীয় লীড। একটি খবর হবে অ্যাক্সর স্টোরি, একেবারে

নীচে থাকবে তিন, চার কলাম জায়গা নিয়ে। একেবারে বাঁদিকে অথবা ডানদিকে এক কলামে ছোট ছোট কয়েকটি সংবাদ থাকবে। একে বলে চিমনি কলাম।

সংবাদ কতটা জায়গা পাচ্ছে সেটা ঠিক করার সময় শিরোনামকেও ধরা হয়। শিরোনাম সিঙ্গেল ডেক হতে পারে আবার ডাবল ডেক অথবা মাল্টি ডেকও হতে পারে।

প্রথম পৃষ্ঠা থেকে ভিতরের সব পৃষ্ঠাগুলিকে সাজাতে হয়, এটি হল সম্পাদনার অঙ্গ। কখনও গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ বক্স-এর মধ্যে রাখা হয়। এতে জ্ঞাপন ও পৃষ্ঠাসজ্জার সৌন্দর্য দুটিই সাধিত হয়। দৃশ্যায়ন ব্যাপারটি পৃষ্ঠাসজ্জার ক্ষেত্রে খুবই গুরুত্বপূর্ণ। একটি পৃষ্ঠায় দুটি বক্স রাখলে অক্ষরের ধূসরতা কমে। পাঠকের চোখ বিশ্রাম পায়। পৃষ্ঠাসজ্জাও আকর্ষণীয় হয়। সম্পাদনা পর্বে পরিকল্পনার যথেষ্ট অবকাশ আছে। দৃশ্যায়নের ব্যাপারটি পরিকল্পনার অঙ্গ হয়ে ওঠে। কীভাবে নিউজ স্টোরিগুলিকে সাজালে জ্ঞাপন এবং সৌন্দর্যায়নকে মেলানো যায় তার জন্য পরিকল্পনার প্রয়োজন হয়।

সম্পাদনার সময় সংবাদ রচনা সঠিকভাবে হচ্ছে কিনা সেটা সুনিশ্চিত করা প্রয়োজন। সংবাদ রচনা সাধারণ রচনার থেকে একটু আলাদা। সাধারণ রচনায় সাসপেন্সকে ধরে রাখা হয়। বাক্যের পর বাক্য সাজিয়ে মূল বক্তব্যের দিকে অগ্রসর হন লেখক। চূড়ান্ত পরিণতি থাকে একেবারে শেষে। পুরোটা না পড়লে বোঝা যায় না আসল বক্তব্য কী। গল্প রচনায় আসল চমক থাকে একেবারে শেষে। তা জনার জন্য পাঠককে শেষ পর্যন্ত পৌঁছতেই হবে। ‘বিনোদিনী মরিয়া প্রমাণ করি সে মরে নাই’। এটা বুঝতে শেষ লাইনে আসতেই হবে।

সংবাদ রচনায় ঠিক এর উল্টো রীতি মেনে চলা হয়। সংবাদে মূল বক্তব্য থাকে একেবারে প্রথমে। একেবারে গোড়াতেই তা বলে দেওয়া হয়। সাধারণ রচনা হল পিরামিডের মতো। ওপর দিকটা সরু, তলার দিকটা চওড়া। যত নীচে নামবে পাঠক ততো বেশি জানবে। কিন্তু সংবাদ রচনার গঠন উল্টো পিরামিডের মতো। ওপর দিকটা চওড়া, তলার দিকটা সরু। মূল বক্তব্য থাকে একেবারে প্রথমে। যত নিচের দিকে যাওয়া যায় তত কম গুরুত্বপূর্ণ অংশের সন্ধান পাওয়া যায়। শেষে এমন একটা জায়গা আসে যখন আর কিছুই বলার থাকে না।

সংবাদ শুরু অংশকে বলে লীড। অল্প কথায় সংবাদের মূল বক্তব্য এখানে তুলে ধরা হয়। সংবাদ রচনার কৌশল অনুযায়ী একেবারে প্রথমেই বলে দেওয়া হয় আসল কথাটা। কোন রাষ্ট্রপ্রধানের মৃত্যু হলে অথবা সরকার পদত্যাগ করলে সূচনাতেই মূল ঘটনাটি জানাতে হয়। লীডটুকু পড়লেই পাঠক জেনে যান কী ঘটেছে। সম্পাদনার সময় খেয়াল রাখতে হয় অল্প কথায় সহজভাবে লীড লিখতে হবে। লীডটুকু পড়েই আন্দাজ পাওয়া যাবে সংবাদের মূল কথাটা কী।

সংবাদ রচনার ভাষা হবে সহজ। এমন শব্দ ও বিন্যাস ব্যবহার করতে হবে যাতে একবার পড়েই অল্প শিক্ষিত মানুষও বুঝতে পারে। ছোট ছোট বাক্যে যথাসম্ভব কর্তৃবাচ্যে লিখতে হবে। ত্রিষ্যপদকে এমনভাবে ব্যবহার করতে হবে যাতে সংবাদটির তাৎক্ষণিকতা বজায় থাকে। পড়ে মনে হবে যেন একটু

আগেই ঘটনাটা ঘটেছে। পাঠকের মনে হবে একেবারে টাটকা খবর পড়ছেন।

সম্পাদনার সময় যখন পৃষ্ঠাসজ্জার পরিকল্পনা হবে তখন সেখানে ছবি এবং শিরোনামের ব্যবহার থাকবে। বিভিন্ন ধরনের শিরোনাম এবং ছবি পৃষ্ঠাসজ্জাকে আকর্ষণীয় করে তোলে। যত দিন যাচ্ছে পৃষ্ঠাসজ্জার চিত্রময়তার গুরুত্ব বৃদ্ধি পাচ্ছে। অনেক সময় এ জন্য পেশাদার শিল্পীদের সাহায্য নেওয়া হয়। আজকাল পৃষ্ঠাসজ্জায় গ্রাফিক্সের ব্যবহারও হচ্ছে। প্রিন্ট গ্রাফিক্স পৃষ্ঠাসজ্জাকে করে তুলছে স্মার্ট ও দৃষ্টিনন্দন।

৪.২.৪ সারাংশ

সম্পাদনা সংবাদকে মুদ্রণযোগ্য করে তোলে। দক্ষ হাতে নিউজ কপির গুণমান উন্নত ও ত্রুটিমুক্ত হয়। সংবাদ রচনার নির্দিষ্ট আঙ্গিক আছে। এর নাম উল্টো পিরামিড। সংবাদের মূল বিষয়টি একেবারে প্রথমে বলে দিতে হবে। তারপর ধীরে ধীরে বিস্তারিত তথ্য পরিবেশিত হবে।

সঠিকভাবে সংবাদ পরিবেশনের জন্য পরিকল্পনার প্রয়োজন। সম্পাদনা কার্য নির্ভর করে এই পরিকল্পনার ওপরে। শিরোনাম ও ছবি দিয়ে পাতা সাজাতে হয়। সংবাদ রচনায় লীডের গুরুত্ব আছে। উল্টো পিরামিড সূত্রে লীডের মধ্যেই মূল বক্তব্য পরিবেশিত হয়। সম্পাদনার সময় সবসময়ই পৃষ্ঠাকে দৃষ্টিনন্দন করে গড়ে তোলার চেষ্টা থাকে।

৪.২.৫ অনুশীলনী

সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন:

- ১। উল্টো পিরামিড কী? সংক্ষেপে লিখুন।
- ২। সংবাদ রচনার ভাষা কেমন হবে?

বড় প্রশ্ন:

- ১। সংবাদ রচনার সম্পাদনা সম্পর্কে যা জানেন লিখুন।
- ২। সম্পাদনায় পরিকল্পনার প্রয়োজন আছে কী?—ব্যাখ্যা করুন।

৪.২.৬ গ্রন্থপঞ্জি

Editing Manual — Sourin Banerjee

Handbook of Journalism & Mass Communication — Virbala Agarwal & V.S. Gupta
(concept)

Mass Communication in India — Keval. J. Kumar

Mass Communication & Journalism in India — D.S. Mehta (Allied Publishing)

একক ৩ □ শিরোনাম ও ইন্ট্রো

৪.৩.০ গঠন

- ৪.৩.১ উদ্দেশ্য
- ৪.৩.২ সংবাদ কপি সম্পাদনা পদ্ধতি
- ৪.৩.৩ উদ্ভব
- ৪.৩.৪ অক্ষরের মাপ
- ৪.৩.৫ বিভিন্ন শিরোনাম
- ৪.৩.৬ সূচনা (Intro)
- ৪.৩.৭ বিভিন্ন ধরনের সূচনা
- ৪.৩.৮ প্রফ রিডিং
- ৪.৩.৯ সারাংশ
- ৪.৩.১০ অনুশীলনী
- ৪.৩.১১ গ্রন্থপঞ্জি

৪.৩.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

- * শিরোনাম
- * সূচনা (Intro)

৪.৩.৩ প্রস্তাবনা

সংবাদের শীর্ষে থাকে শিরোনাম। সংবাদের প্রথম পরিচয় পাওয়া যায় শিরোনামে। কাগজ হাতে নিয়েই আমরা প্রথমে পড়ি শিরোনাম, কারণ শিরোনামই জানায় কী ঘটেছে গতকাল। কেটি পাতার অনেকগুলি সংবাদ থাকে। প্রতিটি সংবাদের মাথায় থাকে শিরোনাম।

সংবাদের মূল নির্যাসটুকু ধরা থাকে শিরোনামে। পাঠক শিরোনাম পড়েই বিষয়বস্তুর আন্দাজ পান। শিরোনাম নিজেই স্বয়ংসম্পূর্ণ। লেবেলের মতো শুধুমাত্র ইঙ্গিতবাহী নয়। বর্ষাকালের ওপর রচনার

শিরোনাম হতে পারে ‘বর্ষাকাল’। এটা কিন্তু একটা লেবেল, বিষয়টা চিনিয়ে দিচ্ছে মাত্র। ওষুধের গায়েও থাকে লেবেল, যা দিয়ে ওষুধটি চেনা যায়। সংবাদপত্রে এমন লেবেল শিরোনাম ব্যবহার করা যায় না। বর্ষাকালের ওপর প্রতিবেদনে শিরোনাম একটি পরিস্থিতির কথা বলবে, সংবাদের আভাষ থাকবে সেখানে, যেমন ‘বর্ষা এল বঙ্গে’। আকারে লেবেলের চেয়ে বড় হবে, এবং একটি বিষয়কে যথাযথভাবে প্রকাশ করবে।

শিরোনাম লেখার জন্য প্রয়োজন সঠিক শব্দচয়ন। সংবাদকে সঠিকভাবে প্রকাশ করতে পারে এমন শব্দ ব্যবহার করতে হবে। শব্দ নির্বাচনের সময় মনে রাখতে হবে প্রতিবেদনটির জন্য কতটুকু জায়গা বরাদ্দ আছে। শব্দচয়ন এমন হবে যাতে বরাদ্দ জায়গায় এঁটে যায়। একটি অক্ষরও যদি বেশি হয় তাহলে ঐ শব্দ বাদ দিতে হবে, প্রয়োজনে আবার নতুন করে লিখতে হবে।

শিরোনামে ক্রিয়াবাদের ব্যবহার খুব গুরুত্বপূর্ণ। ক্রিয়াপদকে কর্তৃবাচ্যে প্রকাশ করাই উপযুক্ত। সংবাদের মূল বিষয়কে দ্রুত পাঠকের কাছে পৌঁছে দিতে হবে। সংবাদকে টাটকা হিসেবে পরিবেশন করতে ক্রিয়াপদ ভীষণ জরুরী। ঘটনা আগে ঘটে, পরে তা সংবাদ হয়। ছাপা হয় আরও পরে। পাঠক যখন সংবাদপত্র পড়ে, তখন অনেকটা সময় চলে গেছে। পাঠক কিন্তু জানতো না। কাগজ হাতে পেয়ে তিনি জানতে পারলেন। খবরটা তখনও তার কাছে তাজা। এই তাজাভাবটা যাতে বজায় থাকে তার জন্য শিরোনামে বর্তমান কাল ব্যবহার করা হয়, যেমন

“৭১,৫৬০ কর্মীকে ছাঁটাই করছে ইসি এল, বন্ধ হচ্ছে ৬৮টি খনি” (দু কলাম)

“আলু পেঁয়াজের দাম কমাতে ধর্মঘট” (পাঁচ কলাম)

“যাত্রীর অভাবে দুটি বিশেষ ট্রেন বাতিল” (হল)

“করোনায় মৃত্যু এক লক্ষ ছাড়িয়ে গেল”

৪.৩.৩ উদ্ভব

সংবাদপত্রের প্রথম যুগে শিরোনামের ব্যবহার ছিল না। উল্লেখ্যভাবে পর পর সাজানো থাকতো কিছু লেখা। লেখার মাথায় থাকতো লেবেল, যা বিষয়বস্তুর ইঙ্গিত দিত। শিরোনাম না থাকার দরুণ একটা লেখা থেকে আরেকটি লেখা আলাদা করা কঠিন হত। শিরোনামের ব্যবহার প্রথম শুরু হয় উনিশ শতকের মধ্যভাগে। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের কয়েকটি কাগজ মেক্সিকো যুদ্ধের (১৮৪৬-৪৮) খবর শিরোনাম সহযোগে প্রকাশ করতে শুরু করে। প্রধান উদ্দেশ্য ছিল পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করা। বড় হরফে শিরোনাম তৈরি করে খবরের গুরুত্বকে প্রতিষ্ঠা করা হত। তবে প্রথমদিকে কেবলমাত্র দিনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ খবরের জন্যই এই ব্যবস্থা থাকত। আমেরিকার গৃহযুদ্ধের (১৮৬১-৬৫) সময় থেকেই শিরোনামের বহুল প্রচলন দেখা যায়। এরপর আসে স্পেনের যুদ্ধ (এপ্রিল ১৮৯৮ - আগস্ট ১৮৯৮)। যুদ্ধের খবরকে গুরুত্ব দিয়ে

প্রকাশ করার তাগিদ থেকে শিরোনাম বিন্যাসে এল আমূল পরিবর্তন। ঠিক এই সময়ই আবার ঘটেছিল চাঞ্চল্যকর সাংবাদিকতার সেই যুগান্তকারী প্রতিযোগিতা। হার্টের নিউ ইয়র্ক মর্নিং জার্নাল ও পুলিজেরের নিউ ইয়র্ক ওয়ার্ল্ড শিরোনামকে বৈচিত্র্যময় করে তুলেছিল। এরপর যতদিন গেছে শিরোনামের তাৎপর্য এবং গুরুত্ব বেড়েছে।

৪.৩.৪ অক্ষরের মাপ

শিরোনাম লেখার সময় অক্ষরের মাপ সম্পর্কে ধারণা থাকা দরকার। অক্ষরকে ইউনিট দিয়ে মাপা হয়। ইংরেজিতে বড় হাতের ও ছোট হাতের অক্ষর আছে। বাংলায় শুধু বড় হাতের অক্ষর। ব্যঞ্জনবর্ণের কিছু অক্ষর আকারে মোটা হয়। যেমন আকার, ইকার, ঈকার, একার, ওকার ও ঔকার যুক্ত অক্ষরগুলি। ক হচ্ছে এক ইউনিট, কা দেড় ইউনিট, আর কো, কৌ হবে দু-ইউনিট। অক্ষর গোনার সঙ্গে যোগ করতে হয় দুটি শব্দের মধ্যে সাদা জায়গাকে, সাদা জায়গার একক হল এক ইউনিট। বাংলা ক হল এক ইউনিট। ইউনিট কাউন্ট করলেই বোঝা যাবে কোন্ শিরোনামের মাপ কত।

টাইপেরও মাপ আছে। পয়েন্টে দিয়ে টাইপ মাপা হয়। এক পয়েন্ট হল এক ইঞ্চির বাহান্তর ভাগের এক ভাগ। ওপরে নিচে বাহান্তরটি বিন্দু বসালে এক ইঞ্চির দৈর্ঘ্য পাওয়া যাবে। পয়েন্ট দিয়ে টাইপের দৈর্ঘ্য মাপা হয়। টাইপের প্রস্থ মাপা হয় এম দিয়ে। একটি ইংরেজি এম অক্ষর ১২ পয়েন্টের।

শিরোনাম তৈরি হয় সংবাদের নির্যাস দিয়ে। সংবাদের লীডের মধ্যেই থাকে এই নির্যাস। লীডটি ভালোভাবে পড়লেই শিরোনামের আইডিয়া পাওয়া যাবে। দেখতে হবে কোন বিষয়টি সংবাদের মূল বিষয়। তারপর ঐ বিষয়টিকে যথাসম্ভব অ্যাকশন সমেত তুলে আনতে হবে শিরোনামে। মনে রাখতে হবে শিরোনাম পড়েই যেন পাঠক মূল সংবাদের হৃদিশ পান এবং প্রতিবেদনটি পড়ার জন্য আগ্রহ বোধ করেন। বাক্য গঠনে যদি নাটকীয়তা থাকে, মানবিক আবেদনের স্পর্শ থাকে, তাহলে তা অবশ্যই আকর্ষণীয় হবে। একটি পাতায় অনেকগুলি সংবাদ প্রতিবেদন থাকে, প্রতিটি প্রতিবেদনের ওপরে থাকে শিরোনাম। প্রতিটি শিরোনাম চেষ্টা করে পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ করতে। এ এক নীরব প্রতিযোগিতা, পাঠক পড়ার সময় এর সামান্য আঁচটুকুও পান না। কিন্তু প্রতিযোগিতা জারি থাকে, নিজেকে আকর্ষণীয় করে তুলে পাঠকের মন জয় করার লক্ষ্যে।

৪.৩.৫ বিভিন্ন শিরোনাম

শিরোনাম বিভিন্ন রকমের হতে পারে। দেখার দৃষ্টিকোণ থেকে শিরোনামের শ্রেণী বিভাজন করা হয়। লক্ষ্য করলে দেখা যাবে একটি পাতায় বিভিন্ন শিরোনাম বিন্যাস দেখা যায়। এই বৈচিত্র্য পৃষ্ঠাসজ্জাকে আকর্ষণীয় করে তোলে।

ব্যানার শিরোনাম (Banner Headline) হল খুব জনপ্রিয় শিরোনাম। খুব গুরুত্বপূর্ণ অথবা দিনের

সেরা খবরের শিরোনাম আট কলাম জুরে খুব বড় হরফে করা হয়। একে বলে ব্যানার শিরোনাম। প্রযুক্তির কল্যাণে এই শিরোনাম আজকাল সব কাগজই করছে।

উল্টো পিরামিড হল একটি শিরোনাম। এর আকৃতি উল্টো পিরামিডের মতোন। প্রথম লাইন চওড়া, তার পরের লাইন অপেক্ষাকৃত ছোট, তারপরের লাইন আরও ছোট। দুই, বা তিন লাইন নিয়ে গঠিত হয়। নীচের দিকটা ক্রমশ ছোট হওয়ার ফলে উল্টো পিরামিডের আকৃতি নেয়।

ক্রশ লাইন হল আরেক রকমের শিরোনাম। একটি মাত্র লাইন নিয়ে গঠিত হয়। কলামের এক প্রান্ত থেকে আরেক প্রান্তে বিস্তৃত হয়। সাধারণত তিন, চার অথবা পাঁচ কলাম জায়গা নিয়ে থাকে। বাঁ দিকে এবং ডান দিকে সমান ফাঁক বিশিষ্ট কেন্দ্রভূত (indented) একটি লাইন তৈরি হয় ক্রস (cross) লাইন। সম্প্রতি এই ক্রসলাইনের ব্যবহার বেড়েছে। প্রথম পাতার অ্যাঙ্করে ক্রস লাইন নিয়মিত দেখা যায়। ভিতরের পাতাতেও ক্রস লাইনের ব্যবহার বেড়েছে। এই শিরোনাম পৃষ্ঠাসজ্জায় তীক্ষ্ণতা বা sharpness নিয়ে আসে। পৃষ্ঠাসজ্জা হয়ে ওঠে স্মার্ট।

পিরামিড আকারেও শিরোনাম তৈরি হয়। এখানে ওপরের লাইন ছোট, আর তলার লাইন একটু বড় হয়। প্রায়শই এই শিরোনাম আমরা দেখতে পাই।

বৈচিত্র্য আনার জন্য অনেক সময় ছোট ও বড় হরফের সমন্বয়ে তৈরি হয় কিকার (Kicker) শিরোনাম। বড় হরফে যে লাইন লেখা হবে ঠিক তার বাঁদিকে ওপরে ছোট হরফের খুব অল্প জায়গা নিয়ে একটি লাইন থাকবে। বড় হরফ যা হবে ছোট হরফ তার অর্ধেক হওয়া উচিত।

কিকারের সঙ্গে যুক্ত হয়ে আছে ওভারলাইন (overline) এবং আন্ডারলাইন (underline) শিরোনাম। কিকারের মতোই ছোট ও বড় দুই ধরনের হরফের সমন্বয়ে এই শিরোনাম তৈরি হবে। ছোট হরফ যে মাপের হবে, বড় হরফ তার দ্বিগুণ মাপের হওয়া উচিত। ওভারলাইনের ক্ষেত্রে ছোট হরফ ওপরে থাকবে, আর আন্ডারলাইনের ক্ষেত্রে বড় হরফ ওপরে থাকবে। এদের স্ট্রাপলাইন (strapline) বা শোল্ডার (shoulder) বলেও অভিহিত করা হয়।

কিকারের বিপরীত ধরনের শিরোনাম হল হ্যামার (Hammer), আমাদের দেশে এর ব্যবহার খুব কম। তবে বৈচিত্র্য নিয়ে আসতে এই শিরোনাম খুব কার্যকরী। ওপরে থাকবে বড় হরফ আর তলায় থাকবে ছোট হরফ। লক্ষ্য করলে দেখা যাবে একটা হাতুরির আকৃতি স্পষ্ট হয়ে উঠেছে।

শিরোনামের আর একটি রূপ হল কটি রেখা (waist line)। তিনটি লাইন অবশ্যই এখানে থাকবে। ওপরের আর তৃতীয় লাইনটি সমমাপের হবে। মধ্যখানের লাইনটি হবে ছোট। কোমরের আকৃতি পাওয়া যাবে।

প্রতিবেদনের মধ্যে অনেক সময় অনু শিরোনাম (Sub-heading) দেখা যায়। লেখার ধারাবাহিকতা

বজায় রেখে এই ছোট বা অনু শিরোনাম দেওয়া হয়। পাঠকের বিষয়বস্তু বুঝতে সুবিধা হয়। তথ্যের প্রাসঙ্গিকতা বুঝতে সাহায্য করে এই শিরোনাম। বডি টাইপের ধূসরতাও ভেঙে দিয়ে পাঠকের চোখকে আরাম দেয়।

কম্পিউটার গ্রাফিক্সের ব্যবহার শিরোনাম রচনায় বৈচিত্র্য নিয়ে আসছে। প্রযুক্তিগত দিক থেকে শিরোনাম তৈরি করাও এখন অনেক সহজ। সবসময়ই যে প্রথাগত নিয়মের মধ্যে থাকতে হবে এমন নয়। ইচ্ছে হলে উদ্ভাবনের সাহায্যও নেওয়া যায়। শিরোনামের বৈচিত্র্য পৃষ্ঠাসজ্জাকেও আরও সুন্দর ও আকর্ষণীয় করে তুলেছে।

৪.৩.৬ সূচনা (Intro)

সংবাদের মূল বিষয়বস্তুকে অল্প কথায় একেবারে শুরুতে লিখতে হয়। শিরোনামের পরেই থাকে সূচনা বা Intro, উল্টো পিরামিডের সূত্রে সংবাদের মূল বক্তব্যকে নিয়ে আসা হয় শুরুতে।

পাঠক জানতে চায়। দ্রুত তাকে জানাতে হবে। কীভাবে তা সম্ভব? উত্তর হল সূচনায় বা Intro-তে দু-এক কথায় মূল ঘটনাটি জানিয়ে দিতে হবে। পাঠক সূচনা পড়েই কী ঘটেছে সে সম্পর্কে জানতে পারবে। পুরো খবর না পড়লেও চলবে। সূচনার কতকগুলি সাধারণ বৈশিষ্ট্য আছে। প্রথমত, সূচনা সর্বদা মূল সংবাদের কথা বলবে। দ্বিতীয়ত, সূচনা অত্যন্ত সংক্ষেপে লেখা হবে। তৃতীয়ত, সূচনায় অল্পকথায় অনেক বেশি বলার প্রচেষ্টা থাকবে। চতুর্থত, পাঁচ ডবলু এবং এইচকে ধরে রাখবে। পঞ্চমত, পুরো সংবাদকে পাঠ করতে উৎসাহী করবে সূচনা। পাঠকের পড়ার খিদে বাড়িয়ে দেবে।

এম ডি চার্লি (M.V. Charnley) তাঁর Reporting বইতে একটি কেন্দ্রীয় ভাবনার উল্লেখ করেছেন। সূচনা লেখা হবে এই কেন্দ্রীয় ভাবনার ওপর ভিত্তি করে। তাঁর মতে প্রত্যেক সংবাদেরই একটি কেন্দ্রীয় ভাবনা থাকে, যাকে আশ্রয় করে তৈরি হয় সূচনা।

সংবাদে জানানোর ব্যাপারটাই প্রধান। নতুন তথ্য দিয়ে পাঠককে জানাতে হবে। সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য নিয়ে আসতে হবে সূচনায়, যাতে পাঠক সূচনাটুকু পড়েই মূল খবরটুকুর আন্দাজ পায়। সংবাদের বিস্তৃত প্রেক্ষাপটকে ধরতে হবে ছোট সূচনায়। কাজটি করতে গেলে দক্ষতার প্রয়োজন।

প্রথাগত ফর্মুলা অনুসারে সূচনায় পাঁচ ডবলু এবং ওয়ান এইচকে নিয়ে আসার চেষ্টা করতে হবে। বাস্তবে দেখা গেছে এতে তথ্যের আধিক্য স্বচ্ছতা ক্ষতিগ্রস্ত হয়। তাই অনেক সংবাদপত্র মনে করে এর আর প্রয়োজন নেই। New York Times-এর Managing Editor Turner Catledge বলেছেন “We feel it is no longer neunary and perhaps it never was, to wrap up in one sentence or paragraph, all the traditional Five Ws and One H.” Catledge-এর কথায় যুক্তি আছে। ছোট সূচনার মধ্যে এতগুলো কথা বলতে গিয়ে সবকিছু অস্পষ্ট হয়ে যায়। সবচেয়ে ভাল হয় যদি একটি, দুটি W এবং এক

H নিয়ে আসা যায় সূচনায়। যেমন— নয়াদিল্লি ২২ ফেব্রুয়ারী—রাষ্ট্রপতি রমানাথ কোবিন্দ আজ দিল্লির বিধানসভা ভেঙে দিয়েছেন। এখানে কে, কী, কখন উল্লিখিত হয়েছে।

কে—রাষ্ট্রপতি রমানাথ কোবিন্দ

কী—দিল্লির বিধানসভা

কখন—আজ ২২ ফেব্রুয়ারি

সূচনা শিরোনাম লিখতে সাহায্য করে। শিরোনাম লেখার জন্য পুরো লেখা পড়ার দরকার হয় না। সূচনাটুকু পড়েই জানা যায় সংবাদের বিষয়বস্তু কী। সম্পাদনার সময়ের গুরুত্ব বেশি। অল্প সময়ে শিরোনাম লেখা গেলে কাজের সুবিধা।

৪.৩.৭ বিভিন্ন ধরনের সূচনা

ক্লাইম্যাক্স সূচনা (Climax Intro) : যে কোন ঘটনারই এক চূড়ান্ত পর্যায় থাকে। যাকে বলে Climax, সূচনার যদি এই climax-কে ধরা হয় তাহলে ঐ সূচনাকে বলা হবে ক্লাইম্যাক্স সূচনা। হার্ড নিউজের ক্ষেত্রে ঐ সূচনা বেশি দেখা যায়। যেমন—

“চিংড়িহাটা থেকে সেক্টর ফাইভ হয়ে নিউটাউন পর্যন্ত নতুন উড়ালপুল বানানোর পরিকল্পনা নিয়েছে কেএমডিএ।” (এইসময়)

উড়ালপুল নিয়ে এটাই ক্লাইম্যাক্স এবং সেটা নিয়ে আসা হয়েছে সূচনায়।

বর্ণনামূলক সূচনা (Descriptive Intro) : একটি পরিস্থিতিকে বর্ণনা করে সূচনা। বর্ণনা পড়ে পাঠক সংবাদটির সামগ্রিক রূপটি পায়। একেবারে ছবির মতো উঠে আসে ঘটনা। সাঁওতাল বিদ্রোহের স্মরণে হল উৎসবের ওপর একটি সংবাদের সূচনা ছিল এইরকম—

“পাহাড় অরণ্য জেগে উঠল দুন্দুভির দ্রিম্‌দ্রিম্‌ রবে। সাঁওতাল পল্লী থেকে বেরিয়ে এল তরণ-তরণীরা। মুখে তাদের বিপ্লবের গান, পায়ে বিদ্রোহের ছন্দ।” (আনন্দবাজার পত্রিকা)

বুলেট সূচনা (Bullet Intro) : এই সূচনায় সংবাদ বুলেটের মতো এসে বিদ্ধ করে পাঠককে। একটি ছোট বাক্য দিয়ে তৈরি হয় এই সূচনা। বাক্যটি ছোট হবে কিন্তু তার প্রভাব হবে বিশাল। এ যেন বিন্দুর মধ্যে সিন্দুক ধরার চেষ্ঠা।

প্রধানমন্ত্রী জওহরলাল নেহেরুর মৃত্যুর পরে বুলেট সূচনা হয়েছিল। ‘নেহেরু আর নেই’। প্রধানমন্ত্রী মারা গেলে সূচনা হতে পারে—

‘প্রধানমন্ত্রী প্রয়াত।’ এতে দ্রুত প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি হয়।

বিলম্বিত সূচনা (Delayed Intro) : গল্পের রহস্য ধরে রাখার মতো সংবাদ সূচনাতেও মূল বক্তব্য না বলে সামান্য আভাষ দেওয়া হয়। এতে সাসপেন্স তৈরি হয়। পাঠকের আগ্রহ বাড়ে। উদ্দেশ্য পাঠকের পড়ার খিদে তৈরি করা। কয়েক লাইন পড়ার পর পাঠক আসল বক্তব্যের সম্মান পায়। সূচনা রচনার এই রীতি সাহিত্য রচনার কাছাকাছি গল্পের মেজাজ পাওয়া যায়।

“লখনউ: ‘শুনছেন, কেউ কি রয়েছেন?’ সাহায্যের আর্জি জানিয়ে চিৎকার করছেন ছেলে। কিন্তু জনপ্রাণী দূরের কথা, জবাবে টু শব্দটিও করেননি কেউ। এদিকে ছটফট করছেন মা। খানিক পড়েই থেমে যায় কাতরানি, গোঙানি।” (এইসময়)

উত্তর প্রদেশের হরদৌই জেলার ঘটনা। অসহায় ছেলের বিলাপ নিয়ে একটি মর্মস্পর্শী প্রতিবেদনের সূচনা এটি। এই ধরনের সূচনা আজকাল সংখ্যায় বেশি দেখা যাচ্ছে। কারণ হার্ড নিউজ-এর সবটাই চলে আসছে টেলিভিশনে। সকালে কাগজ পাবার অনেক আগেই মানুষ বেশিরভাগ গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ জেনে যায় টেলিভিশনে। কী ঘটেছে সবাই জানে, জানা বিষয়কে কীভাবে নতুনভাবে জানানো যায় এটাই চ্যালেঞ্জ। আসছে গল্পের আঙ্গিক, সাসপেন্স বজায় রেখে নাটকীয়ভাবে সংবাদ লেখার প্রবণতা। এবাবেই বিলম্বিত সূচনার জনপ্রিয়তা বাড়ছে।

ছোট ছোট বাক্য দিয়ে তৈরি সূচনা (Staccato Intro) : একের পর এক ছোট বাক্য দিয়ে এই সূচনা তৈরি হয়। বাক্যগুলো এমনভাবে লেখা হয় যাতে একটা ছন্দ থাকে। মূল ভাবনাটি ধরা থাকে এই ছন্দের মধ্যে। বাক্যগুলো তৈরি করে এক কোলাজ। একটি দুর্ঘটনার সূচনা লেখা হচ্ছে এভাবে—

“চোখ ঝাঁপানো আলো। গগনবিদারি চিৎকার। ভেঙে পড়া দেয়াল। ভাঙা কাঁচ। রক্ত, মৃত্যু।” টুকরো টুকরো বাক্যগুলি একটি দুর্ঘটনার কথা বলছে বোঝা যাচ্ছে। প্রচণ্ড নাটকীয়তা আছে এই সূচনায়।

কালক্রমানুসারী সূচনা (Chronological Intro) : এই ধরনের সূচনায় পর পর ঘটনাকে উল্লেখ করা হয়। এক একটি বাক্য এক একটি দৃশ্য উন্মোচন করে। পাঠক ক্রমশ ঘটনাসমূহের সামগ্রিক রূপটি দেখতে পায়। যেমন—

“বুধবার রাতে সন্টলেব থানার ডিডি ব্লকে একটি পেট্রোল পাম্পে ডাকাতি হয়। ৪ ডাকাত পাম্প থেকে ৮০ হাজার টাকা, তিনটি মোবাইল ও একটি সোনার চেন নিয়ে চম্পট দেয়। বিনা রক্তপাতে ২০ মিনিটের মধ্যে ডাকাতি করে বোমা ফাটিয়ে চলে যায় ডাকাতরা। এখনও পর্যন্ত কেউ গ্রেপ্তার হয়নি।” (আজকাল) লক্ষণীয় এখানে পর পর ঘটনা উল্লেখ করে সূচনা তৈরি করা হয়েছে।

ইনট্রো ও লীডের বিশেষ পার্থক্য নেই। আমেরিকানরা ইনট্রোকে বলে লীড। সংবাদকে দ্রুত মানুষের কাছে সহজভাবে পৌঁছে দিতে ইনট্রো বা সূচনার কোন বিকল্প নেই। হার্ড নিউজের ক্ষেত্রে ক্লাইম্যাক্স সূচনার ব্যবহার হলেও সফট নিউজের ক্ষেত্রে কিন্তু বিলম্বিত সূচনাই প্রাধান্য পাচ্ছে।

8.৩.৮ প্রুফ রিডিং (Proof Reading)

যে কোন মুদ্রণের আগে প্রুফ দেখা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। প্রুফ মানে যে কোন বিষয় প্রথম কম্পোজ হবার পর ছাপা হলে তৈরি হয় প্রথম প্রুফ। মূল লেখার মিলিয়ে ঐ প্রুফ সংশোধন করতে হয়। যে কোন মুদ্রণেরই এটি একটি অপরিহার্য অঙ্গ। যে কোন ছাপার ক্ষেত্রে সেকেন্ড প্রুফ অতি আবশ্যিক। প্রচুর ভুল থাকে, সেগুলি সংশোধন করে দিতে হয়। এই সংশোধন প্রক্রিয়ার কিছু সাংকেতিক চিহ্ন ব্যবহার করা হয়। যেমন কোন কিছু বাদ দিতে হলে d এই চিহ্ন ব্যবহার করতে হয়। অতিরিক্ত কিছু কোথাও সংযোজন করতে হলে এই চিহ্ন দিতে হয়। কোথাও জায়গা বা space দিতে হলে # এই চিহ্ন দিতে হবে। এরকম বহু চিহ্নের ব্যবহার হয় প্রুফ রিডিং-এ।

সংবাদপত্র প্রকাশনাতেও প্রুফ একটি গুরুত্বপূর্ণ পর্যায়। ম্যাটার কম্পোজ হয়ে গেলে প্রুফে সংশোধন করা হত। তারপর পিটিএস পদ্ধতি আসার পর প্রথম ছাপার কপিকে সংশোধনের ব্যবস্থা ছিল। প্রুফ সংশোধনের পর ম্যাটার ছাপার জন্য তৈরি হয়।

বর্তমানে কম্পোজ হয় কম্পিউটারে। হয় পিসি অথবা ল্যাপটপে। কম্পিউটারের পর্দাতেই যাবতীয় সংশোধন-এর কাজ সম্পন্ন হয়। যারা সম্পাদনা করছেন তারাই প্রুফ দেখার কাজ করে দেন। আলাদাভাবে প্রুফ দেখার প্রয়োজনীয়তা ফুরিয়েছে।

8.৩.৯ সারাংশ

শিরোনাম সংবাদের সঙ্গে পরিচয় করিয়ে দেয়। কাগজ হাতে তুলে নিয়েই পাঠক প্রথমে পড়ে শিরোনাম। প্রথম পৃষ্ঠায় চার-পাঁচটি শিরোনাম। কোনটা বড়, কোনটা ছোট, আবার কোনটা সামারি মাপের। বিভিন্ন সাইজের এবং বিভিন্ন ধরনের শিরোনাম পৃষ্ঠাসজ্জায় বৈচিত্র্য আনে। লেবেল আর শিরোনামের মধ্যে পার্থক্য আছে। শিরোনাম লেখার জন্য সঠিক শব্দ চয়ন দরকার। কতটা জায়গা নিতে পারে সেটাও জরুরী। ক্রিয়াপদের ব্যবহারও শিরোনামকে গতি দেয়। শিরোনামের উদ্ভব হয় আমেরিকার চাঞ্চল্যকর সাংবাদিকতার যুগে। শিরোনাম বিভিন্ন ধরনের হতে পারে। যুগের সঙ্গে সঙ্গে শিরোনামের ধরনও পাল্টায়।

শিরোনামের পরেই থাকে সূচনা বা ইনট্রো (Intro)। আমেরিকান বলে লীড। এখন লীড কথাটাই বেশি চালু। সংবাদের নির্যাসটুকু পাওয়া যায় সূচনায়। সূচনা শিরোনাম লিখতে সাহায্য করে। ব্যস্ত পাঠক শুধু সূচনা পড়েই কাগজ পাঠ শেষ করতে পারেন, কারণ প্রত্যেকটি সূচনাই সংবাদের মূল বক্তব্য পেশ করে। সূচনা বিভিন্ন ধরনের হতে পারে। সূচনার প্রকাশভঙ্গী অনুযায়ী সূচনার বিভিন্ন নাম হয়। যেমন ক্লত্রাইম্যাক্স সূচনা। হার্ড নিউজের ক্ষেত্রে দেখা যায়। সফট নিউজের জন্য হয় বিলম্বিত সূচনা।

প্রুফ রিডিং প্রকাশনার এক গুরুত্বপূর্ণ পর্যায়। ছাপার আগে মূল লেখার সঙ্গে মিলিয়ে ত্রুটি সংশোধন করাই হল প্রুফ রিডিং। বিভিন্ন সাংকেতিক চিহ্ন ব্যবহার করে প্রুফ দেখতে হয়।

৪.৩.১০ অনুশীলনী

ছোট প্রশ্ন:

- ১। শিরোনাম কী? সংক্ষেপে লিখুন।
- ২। ক্লাইম্যাক্স সূচনা কী?
- ৩। প্রফ রিডিং কী? সংক্ষেপে লিখুন।
- ৪। শিরোনামের উদ্ভব সংক্ষেপে লিখুন।

বড় প্রশ্ন:

- ১। শিরোনামে কি শব্দ চয়নের গুরুত্ব আছে? বিভিন্ন ধরনের শিরোনামের পরিচয় দিন।
- ২। সূচনা কী? সূচনা কি কাগজ পড়তে সাহায্য করে?—ব্যাখ্যা করুন।
- ৩। বিভিন্ন ধরনের সূচনা বর্ণনা করুন।
- ৪। বর্তমানে সূচনা লেখার ধরন কি বদলাচ্ছে?—ব্যাখ্যা করুন।

৪.৩.১১ গ্রন্থপঞ্জী

- ১। সমাচার সম্পাদনা : সৌরীন ব্যানার্জী
- ২। সংবাদ প্রতিবেদন : ডঃ বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য
- ৩। সংবাদ বিদ্যা : ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়
- ৪। News Editing and Practices : Dr. Sourin Banerjee

একক ৪ □ ম্যাগাজিন/সাময়িকী সম্পাদনা

৪.৪.০ গঠন

- ৪.৪.১ উদ্দেশ্য
- ৪.৪.২ ম্যাগাজিন/সাময়িকী সম্পাদনা
- ৪.৪.৩ সারাংশ
- ৪.৪.৪ অনুশীলনী
- ৪.৪.৫ গ্রন্থপঞ্জি

৪.৪.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে যে বিষয়ে যথাযথভাবে চিহ্নিত করা যাবে তা হলো:

- * ম্যাগাজিন/সাময়িকী সম্পাদনা

৪.৪.২ ম্যাগাজিন/সাময়িকী সম্পাদনা

অমরা দুধরনের সাময়িকীর সঙ্গে পরিচিত। বিভিন্ন খবরের কাগজের রবিবারের সংস্করণের সঙ্গে বাড়তি কয়েক পাতার একটি ক্রেডপত্র বিতরণ করা হয়। এই ক্রেডপত্রকে ম্যাগাজিন (Magazine) বা সাময়িকী বলা হয়।

তা ছাড়া অনেক পত্রিকা আছে যেগুলি রোজ প্রকাশিত হয় না। সাতদিন, দু'সপ্তাহ বা এক মাস অন্তর পাঠকদের হাতে যায়। সেগুলিও ম্যাগাজিন বা সাময়িক পত্রিকা বলে অভিহিত হয়।

আমরা এই অনুচ্ছেদে খবরের কাগজের রবিবারের ক্রেডপত্রে বা সাময়িকী সম্পাদনার বিষয়টি আলোচনা করব। খবরের কাগজের সাময়িকী তৈরির ভার একজন সহকারী সম্পাদকের ওপর থাকে। কিন্তু তিনি ম্যাগাজিন এডিটর বলেই পরিচিত হন।

ম্যাগাজিন এডিটর দু'তিনজন সাব-এডিটরের সাহায্যে সাময়িকী সম্পাদনা করেন। পঁচিশ-তিরিশ বছর আগে খবরে কাগজের সাময়িকীতে সাহিত্য সম্পর্কিত লেখা প্রকাশিত হয়। ছোটগল্প, ভ্রমণ কাহিনী, রসরচনা, পুস্তক সমালোচনা থাকত এই সব সাময়িকীতে।

সংবাদপত্রের সাময়িকীতে রোজ রোজ যা যা ঘটে তার বিবরণ থাকে না। তবে গুরুতর সংবাদের পটভূমি ও পার্শ্বকাহিনী সাময়িকীতে প্রকাশের সুযোগ আছে। তাকে প্রচ্ছদ কাহিনী বলা হয়।

সাময়িকীতে প্রকাশের জন্য এই সব বিষয়কেন্দ্রিক লেখা যোগাড়ের ব্যবস্থা করবেন সম্পাদক।

এইসব লেখা যোগাড় করার জন্য সাময়িকীর সম্পাদক দ্রুতগতিতে লোক লাগিয়ে (assign) দেবেন। বিভাগের কোন সাব-এডিটরকে কাগজের পুরানো ফাইল খেঁটে একটি লেখা তৈরির দায়িত্ব দেবেন। কোন ফ্রি ল্যান্স ফিচার লেখকের কাছে আর একটি লেখা চাইবেন। বার্তা সম্পাদকের মাধ্যমে দিল্লির সংবাদদাতাকে একটি লেখা দেবার জন্য নির্দেশ পাঠাবেন।

লেখার দায়িত্ব বন্টনের সময় কবে, ক'ঘণ্টার মধ্যে লেখা জমা দিতে হবে তাও স্পষ্টভাবে জানিয়ে দেওয়া হবে। এই ব্যাপারে কোন গড়িমসি খবরের কাগজ সহ্য করে না।

খবরের কাগজের সাময়িকী মূল কাগজের সঙ্গে প্রতিদ্বন্দ্বীতা করে না। করার চেষ্টা করলেও তাতে এঁটে উঠতে পারবে না। কারণ দৈনিক প্রকাশিত খবরের কাগজে কালকের ঘটা সব গুরুত্বপূর্ণ খবর প্রতিদিনের সংখ্যায় পাওয়া যায়। কিন্তু সাময়িকী প্রকাশিত হয় প্রতি সপ্তাহের সপ্তম দিনে। তাই টাটকা ঘটনার খবরের বোঝা সাময়িকী হতে পারে না। সেই ঘটতি পূরণের জন্যই সাময়িকীকে সাহিত্যধর্মী রচনা এবং সংবাদের বিস্তারিত পটভূমি ও পরিপ্রেক্ষিতের রচনাগুচ্ছের ওপর নির্ভর করতে হয়।

আমেরিকার পেন্টাগন এবং ওয়ার্ল্ড ট্রেড সেন্টারে সন্ত্রাসবাদী বিমান হানার খবর বিস্তারিতভাবে খবরের কাগজে পরদিন প্রকাশিত হয়েছিল। কিন্তু সেই খবরের মধ্যে পেন্টাগন এবং ওয়ার্ল্ড ট্রেড সেন্টারের খুঁটিনাটি বর্ণনা খুঁজতে গেলে পাঠক হতাশ হবেন। তাঁদের এই ব্যাপারে কৌতূহল মেটাতে পারে সাময়িকী। সেই জন্যই সম্পাদকরা জানেন, সাময়িকী মূল কাগজের প্রতিদ্বন্দ্বী নয়।

তাই বলে ধরে নেবেন না, সব খবরের কাগজই তার সাময়িকীতে সংবাদের পটভূমি নিয়ে রচনাগুচ্ছ প্রকাশের পথে পা দিয়েছে। কোন কোন কাগজের সাময়িকী এখনও সাহিত্যধর্মী রচনা প্রকাশের মধ্যে নিজেকে সীমাবদ্ধ রেখেছে।

কলকাতা থেকে প্রকাশিত কয়েকটি দৈনিক খবরের কাগজের সাময়িকী সম্পর্কে আপনাদের কয়েকটি কথা জানাই।

আনন্দবাজার পত্রিকার সাময়িকীর নাম “রবিবাসরীয়”। ১৮ অগস্ট, ২০০২ সালের “রবিবাসরীয়” ছটি পাতা নিয়ে তৈরি করা হয়েছে। তার মধ্যে শেষ পাতাটি কিশোরদের জন্য সংরক্ষিত নিয়মিত পত্রিকা। বিভাগটির নাম “আনন্দমেলা”।

প্রথম পাতায় রাজা রামমোহন রায়ের সঙ্গে রাজারামের সম্পর্ক নিয়ে একটি গবেষণামূলক লেখা। তাতে তিনটি প্রশ্নের উত্তরের সন্ধান করা হয়েছে— “রাজারাম রামমোহন রায়ের পুত্র? না, পৌষ্যপুত্র? দত্তক? কে এই রাজারাম?”

দ্বিতীয় লেখাটি একটি ছোটগল্প।

তৃতীয় ও শেষ লেখাটি একটি ধারাবাহিক রহস্য উপন্যাসের একটি অধ্যায়।

লক্ষ্য করুন, আনন্দবাজার পত্রিকার রবিবারের এই সাময়িকীতে চলতি ঘটনা নিয়ে কোন লেখাকে স্থান দেওয়া হয়নি।

“বর্তমান” ভিন্ন পথের পথিক। সাময়িকীর নাম “রবিবার”। ১৮ অগস্ট, ২০০২ সালের সংখ্যায় আটটি পাতা ছিল।

প্রথম পাতাতে প্রধানমন্ত্রী অটলবিহারী বাজপেয়ীর শারীরিক অবস্থা নিয়ে তিনটি রচনাগুচ্ছের একটি প্রচ্ছদকাহিনী স্থান পেয়েছিল। তাঁর শরীর খারাপ বলে কিছুদিন ধরে নানারকম ইঙ্গিতমূলক লেখা এদিকে-ওদিকে বেরচ্ছিল। তাই পড়ে অনেক লোকের মনে ধারণা হয়েছিল, বাজপেয়ীর শরীর খুব খারাপ। তিনি চলতি লোকসভার বাকি মেয়াদের পুরো সময়টা হয়ত প্রধানমন্ত্রীর গুরুভার বহন করতে পারবেন না। এই বিষয়ে চর্চা করা হয়েছে রবিবারের প্রচ্ছদকাহিনীতে। প্রধান লেখাটির শিরোনাম, “বাজপেয়ী কি সত্যি অসুস্থ?” দ্বিতীয় লেখাটিতে জানানো হয়েছে, প্রধানমন্ত্রীর “ব্যক্তিগত ডাক্তার” যা বলেছেন। তৃতীয় ও শেষ লেখাটির শিরোনাম প্রধানমন্ত্রীর “মেয়ে-জামাই সর্বক্ষণের সঙ্গী”।

“রবিবার” তার শেষ পাতাটি কিশোরদের বিভাগ হিসাবে ব্যবহার করে। বিভাগটির নাম “হ য ব র ল”।

অন্যান্য লেখাগুলির মধ্যে রয়েছে একটি ছোটগল্প, পুরান কলকাতার বাবু কালচার নিয়ে একটি রম্য রচনা, আদিবাসী সংস্কৃতি নিয়ে গবেষণামূলক একটি রচনা এবং স্বাধীনতা সংগ্রামে একটি বিপ্লবী গোষ্ঠীর শতবার্ষিকী উপলক্ষে একটি বিশেষ রচনা।

রবিবারের ভ্রমণকাহিনী এবং আবিষ্কারকদের বিষয়ে রচনাও ছাপা হয়ে থাকে।

এখন আপনারা প্রচ্ছদ কাহিনী নামে একটি শব্দবন্ধের সঙ্গে পরিচিত হয়েছেন। বইয়ের মলাটের আর এক নাম প্রচ্ছদ। চার পাতা, ছ’পাতা বা আট পাতার সাময়িকীর প্রথম পাতাটিকে প্রচ্ছদ বলে কল্পনা করে নেওয়া। সেই জায়গায় সংবাদ বা সাময়িক প্রসঙ্গভিত্তিক রচনাগুচ্ছ প্রকাশের ব্যবস্থা করা হলে তাকেই সেই সংখ্যার প্রচ্ছদ কাহিনী বলে বর্ণনা করা হয়।

সংবাদ প্রতিদিন-এর সাময়িকীর নাম রবিবারের প্রতিদিন। ১৮ অগস্ট, ২০০২ তারিখের “রবিবারের প্রতিদিন”-এ চারটি পাতা ছিল সংখ্যাটিতে চলতি ঘটনা সম্পর্কে একটি বিশেষ রচনা আছে। আছে একটি ধারাবাহিক আত্মজীবনীমূলক লেখা, একটি ছোটগল্প, সিনেমার পর্দার আড়ালের নানা কাণ্ডকারখানা নিয়ে একটি বড় ফিচার। পুস্তক সমালোচনা, বিগত সপ্তাহের একটি সাড়া জাগানো খবরের প্রধান ব্যক্তির পরিচিতি এবং একটি তাত্ত্বিক স্তম্ভও এই সংখ্যায় স্থান পেয়েছিল। প্রতিদিন পত্রিকা রোববার নামে একটি পত্রিকা বার করে। খুব ছোট সুদৃশ্য পত্রিকা। চলচ্চিত্র পরিচালক ঋতুপর্ণা ঘোষের দক্ষ সম্পাদনায় এই

পত্রিকাটি খুব নাম করেছিল। এখনও এই পত্রিকাটি আছে। অনিল চট্টোপাধ্যায় এখন সম্পাদক। একটি বিশেষ বিষয়কে কেন্দ্র করে পত্রিকাটি ভীষণ জনপ্রিয় হয়েছে।

8.8.3 সারাংশ

এই এককটি পাঠ করে আমরা সাময়িকী সম্পাদনার ব্যাপারে জানলাম।

8.8.4 অনুশীলনী

- ১। খবরের কাগজে লেখচিত্রের ব্যবহার অপরিহার্য হয়ে পড়ছে কেন তা আলোচনা কর।
- ২। সংবাদপত্রের রবিবারের ত্রোড়পত্রকে কি বলা হয়?
- ৩। সংবাদপত্রের রবিবাসরীয় ত্রোড়পত্র বা সাময়িকী কীভাবে সম্পাদিত হয়?
- ৪। সংবাদপত্রের সাময়িকীতে কি ধরনের রচনা স্থান পায়?
- ৫। খবরের কাগজের সাময়িকীতে খবরের পটভূমির বর্ণনামূলক একপ্রস্থ লেখা প্রকাশের দরকার হয় কেন এবং তা মেটাবার পরিকল্পনা কীভাবে করা হয়?
- ৬। সাময়িকীতে প্রকাশের জন্য সংবাদ পটভূমি বর্ণনামূলক প্রচ্ছদকাহিনীতে কি কি বিষয় অন্তর্ভুক্ত হতে পারে তা উদাহরণ সহকারে বর্ণনা করুন।
- ৭। খবরের কাগজের সাময়িকীতে সংবাদের পটভূমির সম্পর্কে রচনাগুচ্ছ সম্পাদক কি পদ্ধতিতে সংগ্রহ করেন?
- ৮। সাময়িকী মূল কাগজের প্রতিদ্বন্দী নয়—ব্যাখ্যা করুন।

8.8.5 গ্রন্থপঞ্জি

- ১। আধুনিক ভারতে সংবাদিকতা, রোনাল্ড ই উলসলে কর্তৃক সম্পাদিত, বাংলা একাডেমি, ঢাকা, জুন ১৯৮১। সাঁইত্রিশ টাকা।
- ২। দাদাঠাকুর, নলিনীকান্ত সরকার।
- ৩। News Editing, Bruce Westley, Oxford and IBH Publishing Co. Kolkata : New Delhi.