উপক্রমণিকা

মহান দেশনায়ক সুভাষচন্দ্র বসুর নামাঙ্কিত এই মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের উন্মুক্ত শিক্ষাঙ্গনে আপনাকে স্বাগত। সম্প্রতি এই প্রতিষ্ঠান দেশের সর্বপ্রথম রাজ্য সরকারি মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয় হিসেবে ন্যাক (NAAC) মূল্যায়নে 'এ'-গ্রেড প্রাপ্ত হয়েছে। বিশ্ববিদ্যালয় মঞ্জুরি কমিশন প্রকাশিত নির্দেশনামায় স্নাতক শিক্ষাক্রমকে পাঁচটি পৃথক প্রকরণে বিন্যস্ত করার কথা বলা হয়েছে। এগুলি হল—'কোর কোর্স', 'ডিসিপ্লিন স্পেসিফিক ইলেকটিভ', 'জেনেরিক ইলেকটিভ' এবং 'স্কিল' / 'এবিলিটি এনহ্যান্সমেন্ট কোর্স'। ক্রেডিট পদ্ধতির উপর ভিত্তি করে বিন্যস্ত এই পাঠক্রম শিক্ষার্থীর সামনে নির্বাচনাত্মক পাঠক্রমে পাঠ গ্রহণের সুবিধে এনে দেবে। এরই সঙ্গে যুক্ত হয়েছে ষান্মাষিক মূল্যায়ন ব্যবস্থা এবং ক্রেডিট ট্রান্সফারের সুবিধা। শিক্ষার্থী-কেন্দ্রিক এই ব্যবস্থা মূলত গ্রেড-ভিত্তিক যা অবিচ্ছিন্ন আভ্যন্তরীণ মূল্যায়নের মধ্য দিয়ে সার্বিক মূল্যায়নের দিকে এগোবে এবং শিক্ষার্থীকে বিষয় নির্বাচনের ক্ষেত্রে যথোপযুক্ত সুবিধা দেবে। শিক্ষাক্রমের প্রসারিত পরিসরে বিবিধ বিষয় চয়নের সক্ষমতা শিক্ষার্থীকে দেশের অন্যান্য উচ্চশিক্ষা প্রতিষ্ঠানের আন্তঃব্যবস্থায় অর্জিত ক্রেডিট স্থানান্তরে সাহায্য করবে। শিক্ষার্থীর অভিযোজন ও পরিগ্রহণ ক্ষমতা অনুযায়ী পাঠক্রমের বিন্যাসই এই নতুন শিক্ষাক্রমের লক্ষ্য।

UGC (Open and Distance Learning Programmes and Online Programmes) Regulations, 2020 অনুযায়ী সকল উচ্চশিক্ষা প্রতিষ্ঠানের স্নাতক পাঠক্রমে এই সি.বি.সি.এস. পাঠক্রম পদ্ধতি কার্যকরী করা বাধ্যতামূলক—উচ্চশিক্ষার পরিসরে এই নতুন শিক্ষাক্রম এক বৈকল্পিক পরিবর্তনের সূচনা করেছে। আগামী ২০২১-২২ শিক্ষাবর্ষ থেকে স্নাতক স্তরে নির্বাচনভিত্তিক এই পাঠক্রম কার্যকরী করা হবে, এই মর্মে নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয় সিদ্ধান্ত গ্রহণ করেছে। বর্তমান পাঠক্রমগুলি উচ্চশিক্ষা ক্ষেত্রের নির্ণায়ক কৃত্যকের যথাবিহিত প্রস্তাবনা ও নির্দেশাবলী অনুসারে রচিত ও বিন্যস্ত হয়েছে। বিশেষ গুরুত্বারোপ করা হয়েছে সেইসব দিকগুলির প্রতি যা ইউ.জি.সি. কর্তৃক চিহ্নিত ও নির্দেশিত।

মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের ক্ষেত্রে স্ব-শিক্ষা পাঠ-উপকরণ শিক্ষার্থী-সহায়ক পরিষেবার একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। সি.বি.সি.এস. পাঠক্রমের এই পাঠ-উপকরণ মূলত বাংলা ও ইংরেজিতে লিখিত হয়েছে। শিক্ষার্থীদের সুবিধের কথা মাথায় রেখে আমরা ইংরেজি পাঠ-উপকরণের বাংলা অনুবাদের কাজেও এগিয়েছে। বিশ্ববিদ্যালয়ের আভ্যন্তরীণ শিক্ষকরাই মূলত পাঠ-উপকরণ প্রস্তুতির ক্ষেত্রে অগ্রণী ভূমিকা নিয়েছেন—যদিও পূর্বের পরম্পরা অনুযায়ী অন্যান্য বিদ্যায়তনিক উচ্চশিক্ষা প্রতিষ্ঠানে সংযুক্ত অভিজ্ঞ ও বিশেষজ্ঞ শিক্ষকদের সাহায্য আমরা অকুণ্ঠচিত্তে গ্রহণ করেছি। তাঁদের এই সাহায্য পাঠ-উপকরণের মানোন্নয়নে সহায়ক হবে বলেই আমার বিশ্বাস। এই নির্ভরযোগ্য ও মূল্যবান বিদ্যায়তনিক সাহায্যের জন্য আমি তাঁদের আন্তরিক অভিনন্দন জানাই। এই পাঠ-উপকরণ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষণ পদ্ধতি ও প্রকরণে নিঃসন্দেহে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা নেবে। একথা বলা বাহুল্য যে, এ বিষয়ে উন্মুক্ত শিক্ষাঙ্গনের পঠন প্রক্রিয়ায় সংযুক্ত সকল শিক্ষকের সদর্থক ও গঠনমূলক মতামত আমাদের আরও সমৃদ্ধ করবে।

মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়ের পাঠ-উপকরণ প্রস্তুতির এই বিদ্যায়তনিক উদ্যোগের সর্বাঙ্গীণ সাফল্য কামনা করি। মুক্তশিক্ষাক্রমে উৎকর্ষের প্রশ্নে আমরা প্রতিশ্রুতিবদ্ধ।

অধ্যাপক ইন্দ্রজিৎ লাহিড়ি
ভারপ্রাপ্ত উপাচার্য

নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ
(অ্যাডভান্স ডিপ্লোমা পাঠক্রম)
ADJMC
তৃতীয় পত্র - রেডিও ও টেলিভিশন
তৃতীয় পত্র এবং চতুর্থ পত্র

প্রথম সংস্করণ : নভেম্বর, 2024

First Print : November, 2024

মভারত সরকারের দূরশিক্ষা ব্যুরোর বিধি অনুযায়ী মুদ্রিত।

Printed in accordance with the regulations of the Distance Education Bureau of the University Grants Commission.

নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়
সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ
(অ্যাডভান্স ডিপ্লোমা পাঠক্রম)
ADJMC
তৃতীয় পত্র - রেডিও ও টেলিভিশন

বিষয় সমিতি সদস্যবৃন্দ (Members of Board of Studies):

অধ্যাপক শাশ্বতী গঙ্গোপাধ্যায় *প্রফেসর, গণজ্ঞাপন বিভাগ, বর্ধমান বিশ্ববিদ্যালয়, বর্ধমান*	**স্নেহাশিস 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*
অধ্যাপক সঞ্জয় মুখোপাধ্যায় *প্রফেসর, সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ, মানববিদ্যা অনুষদ, নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়*	**ড: বৈদ্যনাথ ভট্টাচার্য** *অ্যাসোসিয়েট প্রফেসর, সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিভাগ, মানববিদ্যা অনুষদ, নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়*
অরিজিৎ ঘোষ *অ্যাসিস্ট্যান্ট প্রফেসর, (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন), মানববিদ্যা অনুষদ, নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়*	**ড. শ্রীদীপ মুখার্জী** *অফিসার-ইন চার্জ ,মানববিদ্যা অনুষদ নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়*

পাঠক্রম: মডিউল: ADJMC-3

পর্যায়	কনটেন্ট রাইটার (Content Writer)	সম্পাদনা (Editor)
পর্যায় ১	ভবেশ দাশ	অভিজিৎ দাশগুপ্ত
পর্যায় ২	সুনীত চক্রবর্তী	অধ্যাপক পার্থ চট্টোপাধ্যায়

পাঠক্রম: মডিউল: ADJMC-4

পর্যায়	কনটেন্ট রাইটার (Content Writer)	সম্পাদনা (Editor)
চতুর্থ পত্র-ক	অধ্যাপক অমল শংকর মুখার্জী	অভিজিৎ দাশগুপ্ত
চতুর্থ পত্র-খ	অধ্যাপক সান্ত্বন চট্টোপাধ্যায়	ড. সৌমেন্দ্রনাথ (অঞ্জন) বেরা

Formatting : শ্রী অরিজিৎ ঘোষ,
অ্যাসিস্ট্যান্ট প্রফেসর, (সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন), মানববিদ্যা অনুষদ, নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

প্রজ্ঞাপন

এই পাঠ সংকলনের সমুদায় স্বত্ব নেতাজি সুভাষ মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক সংরক্ষিত। বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃপক্ষের লিখিত অনুমতি ছাড়া এর কোনো অংশের পুনর্মুদ্রণ কোনোভাবে উদ্ধৃতি সম্পূর্ণ নিষিদ্ধ।

অনন্যা মিত্র
ভারপ্রাপ্ত নিবন্ধক

নেতাজি সুভাষ
মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন
(অ্যাডভান্স ডিপ্লোমা পাঠক্রম)
এ.ডি.জে.এম.সি. (ADJMC)

তৃতীয় পত্র - রেডিও ও টেলিভিশন

পর্যায়
১

একক ১	❑ টেলিভিশন কী	7-9
একক ২	❑ ভারতের টেলিভিশন	10-14
একক ৩	❑ টেলিভিশনে মুখ্য ভূমিকা গ্রহণকারী	15-20
একক ৪	❑ সমন্বয়, লাইভ অনুষ্ঠান, প্রযোজকের চোখ	21-25
একক ৫	❑ ট্যালেন্ট, ফ্লোর ম্যানেজার ও প্রযোজকের বিভিন্ন কাজ	26-32
একক ৬	❑ অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য ও দর্শক টানার উপায়	33-39
একক ৭	❑ মাথাঘামানোর গুরুত্ব	40-45
একক ৮	❑ টেলিভিশনে সংবাদপ্রসঙ্গ, সম্প্রচারের জনক	46-54
একক ৯	❑ সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান, সংবাদ সন্ধান	55-59
একক ১০	❑ দর্শক বিচার, অনুষ্ঠান-বিচার, মূল্যায়ন	60-68
একক ১১	❑ বিশ্লেষণের নানা রূপ, জ্ঞাপন বিষয়ক সতর্কতা	69-76
একক ১২	❑ দেখার পরেও দেখা, রেডিওর ভাষা, টেলিভিশনের ভাষা	77-88
একক ১৩	❑ অ-বাচনিক জ্ঞাপন	89-92

পর্যায়
২

একক ১৪	❑ বৈদ্যুতিন গণমাধ্যমের ইতিহাস	93-101
একক ১৫	❑ রেডিও অনুষ্ঠান প্রযোজনা	102-110
একক ১৫	❑ বেতার সম্প্রসারণে আচরণ বিধি ও নিয়মনীতি	111-118

চতুর্থ পত্র - ক

একক ১ ❑ কম্পিউটার ও তার বিভিন্ন অংশ-ধারণা 121-132

একক ২ ❑ কম্পিউটার চালন পদ্ধতি ও তার প্রয়োজনীয়তা তথ্য 133-139

একক ৩ ❑ অপারেটিং সিস্টেম ও প্রোগ্রামিং এর ভাষা -ধারণা 140-149

একক ৪ ❑ নেটওয়ার্ক কী ও কীভাবে কাজ করে-ধারণা 150-157

একক ৫ ❑ ইন্টারনেট ব্যবহার ও প্রয়োজনীয় তথ্যের অন্বেষণ 158-162

একক ৬ ❑ ই-মেল, **F.T.P** ওয়েব পেজ তৈরি কী ও কীভাবে 163-169

একক ৭ ❑ নন-লিনিয়ার এডিটিং 170-179

একক ৮ ❑ ফটোশপের সাহায্যে চিত্র তৈরি ও চিত্ররূপ পরিবর্তন 180-187

একক ৯ ❑ শব্দ রেকর্ডিং ও সংরক্ষিত শব্দের পরিবর্তন 188-191

একক ১০ ❑ প্রয়োজনীয় তথ্যের সুন্দর উপস্থাপনা ও এডিটিং 192-202

চতুর্থ পত্র - খ

একক ১ ❑ ভারতীয় সংবিধানের প্রাথমিক ধারণা 205-213

একক ২ ❑ প্রেস আইন 214-233

একক ৩ ❑ গণমাধ্যমের নীতিমালা 234-258

একক ১ □ টেলিভিশন কী

গঠন

১.১ উদ্দেশ্য
১.২ প্রস্তাবনা
১.৩ টেলিভিশনের ছবি ও ধ্বনি
১.৪ কেমন দেখা
১.৫ গতিশীল মাধ্যম
১.৬ সারাংশ
১.৭ অনুশীলনী
১.৮ গ্রন্থপঞ্জী

১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- টেলিভিশন সম্পর্কে প্রাথমিক সংক্ষিপ্ত ধারণা হবে।
- টেলিভিশনে ছবি ও ধ্বনি কীভাবে সম্পর্কিত তা জানা যাবে।
- টেলিভিশনে একই ছবি দেখেও অনুভূতির কেন রকমফের ঘটে তা বোঝা যাবে।
- এই গতিশীল সম্প্রচার মাধ্যমের বৈশিষ্ট্যগুলি কী তা জানা যাবে।

১.২ প্রস্তাবনা

রেডিও যেমন কান পেতে শুনতে হয়, টেলিভিশন তেমনি দেখতে হয়। শুধুই কি দেখা? একই সঙ্গে শোনাওতো। টেলিভিশনে দেখা এবং শোনা একে অপরের পরিপূরক। নির্বাক ছবিরও ভাষা আছে নিশ্চয়ই। নির্বাক চলমান ছবির ভাষা আরও সজীব সক্রিয় এবং প্রাণবন্ত কিন্তু যেদিন থেকে ধ্বনি এলো, তারপর থেকে ছবির সঙ্গে ধ্বনি যুক্ত হয়ে ছবিকে আরো অর্থবহ করে তুললো। চলচ্চিত্রের ক্ষেত্রে এমনটা ঘটে গেছে অনেক আগেই। ফলে টেলিভিশন যখন এলো তখন চিত্র এবং ধ্বনি দুটোই আমরা একসঙ্গে পেলাম।

১.৩ টেলিভিশনের ছবি ও ধ্বনি

শুধুমাত্র এইটুকু ভূমিকাতেই টেলিভিশনের নিহিত শক্তির সঠিক পরিচয় দেওয়া হল না। টেলিফোনে যেমন আমরা দূরের কথা শুনতে পারি, তেমনি টেলিভিশনেও আমরা ঘরে বসে দূরের ছবিকে দেখতে পারি। তাই টেলিভিশন এমনই একটা দৃশ্যম প্রকাশ মাধ্যম, যা ঘরে ঘরে লক্ষ লক্ষ কোটি কোটি মানুষকে একই সঙ্গে একই মুহূর্তে সচল ছবি ও ধ্বনির মাধ্যমে যে কোনো বার্তা পৌঁছে দিতে পারে। বার্তা বলতে শুধু গুরুগম্ভীর তথ্যপূর্ণ

কোনো ছবিই নয়, মজা, তামাশা, নাটক, গান থেকে খেলাধুলো—সবই এ প্রান্ত থেকে দেশে বিদেশের যে কোনো প্রান্তের সীমায় পৌঁছে দেওয়া সম্ভব। আর তা সম্ভব বলেই মুহূর্তে বিশ্বের সব ঘটনার সাক্ষী হয়ে যেতে পারি আমরা। যে কোনো ঘটনার আনন্দ, দুঃখ, বিষাদ, ভয়াবহতা—সবই যেন আমরা স্বাদে গন্ধে গ্রহণ করতে পারি। অর্থাৎ সবকিছুই চাক্ষুষ দেখার অভিজ্ঞতা অর্জনে সাহায্য করে টেলিভিশন। সবকিছু বলতে যা টেলিভিশনে দেখানো হবে সেই দৃশ্যাবলী বা অনুষ্ঠানমালা।

১.৪ কেমন দেখা

এই যে লক্ষ লক্ষ কোটি কোটি মানুষকে একই সঙ্গে একই দৃশ্য দেখানো, তা আর এক দিক থেকে প্রত্যেকটি দর্শকের একান্ত রসগ্রহণেরও মাধ্যম। অথবা বলা যায়, টেলিভিশনের মাধ্যমে দৃশ্য-ধ্বনিময় যা-কিছু পরিবেশিত হয়, তা একই সঙ্গে অনেকের এবং একান্তভাবে একজনমাত্র দর্শকেরও। টেলিভিশন আমাদের যা দেখায়, তা আমরা লক্ষ কোটি দর্শক একই জায়গায় বসে উপভোগ করি না। ঘরে বসে পরিবারের অনেকে একসঙ্গে অথবা একাও তার দর্শক হতে পারি।

আবার একই সঙ্গে বেশ কয়েকজনের টেলিভিশনের সামনে বসে কোন অনুষ্ঠান দেখাকে বোধহয় মিলিতভাবে দেখা বলা যাবে না। একই জায়গায় একই ঘরে অথবা একই টেলিভিশনের দোকনের সামনে দাঁড়িয়ে একসঙ্গে কোন একটি নির্দিষ্ট অনুষ্ঠান দেখাকে প্রকৃত অর্থে একসঙ্গে দেখা বলা যাবে না। গোধূলির আকাশকে দেখে সকলেরই যেমন অনুভূতি একইরকম নয়, তেমনি টেলিভিশনের সামনেও প্রত্যেক দর্শক একান্তই সে নিজের তো একাকী দর্শক।

১.৫ গতিশীল মাধ্যম

টেলিভিশন আধুনিক বিশ্বে গণসংযোগের ক্ষেত্রে অগ্রণী মাধ্যম। এমন প্রত্যক্ষ মুখোমুখি অন্তরঙ্গ গতিময় অনায়াস সংবেদনশীল প্রভাববিস্তারী আগ্রাসী দৃশ্য ও ধ্বনিময় এবং দর্শকের সঙ্গে তাৎক্ষণিক আদান প্রদানের মাধ্যম আর দ্বিতীয়টি নেই। বিদ্যুতের গতিতে তথ্যসমৃদ্ধ দৃশ্যময় বার্তা পৌঁছে দেওয়া যেতে পারে এ প্রান্ত থেকে ও প্রান্তে। টেলিভিশনের আকর্ষক শক্তি অসামান্য। দৃশ্যমান ছবি, ধ্বনি, গতি এবং দর্শকের সঙ্গে সরাসরি সম্পর্ক সৃষ্টিতে আধুনিকতম ও নিয়ত বিবর্তনমুখী দূর-সংযোগী এই মাধ্যমের প্রয়োগ-কুশলতা রীতিমত শিক্ষণীয় ও অনুশীলনের বিষয়।

১.৬ সারাংশ

টেলিভিশন যেমন জটিল মাধ্যম, ঠিক তেমনই গতিশীল। দেখা ও শোনা দুটোই একসঙ্গে চলে। চিত্র ও ধ্বনি—দুটোই একসঙ্গে পাই।

টেলিভিশনের মাধ্যমে দূরের ঘটনা চলে আসছে কাছে, ঘরের ভেতরে। ঘটনাকে যেমন চাক্ষুষ দেখার অভিজ্ঞতা তেমন চলমান ঘটনার জীবন্ত ছবি হাজির।

টেলিভিশনের পর্দায় আমরা সবাই একই ছবি দেখি। কিন্তু আমাদের অনুভূতির স্তরে তার প্রভাব সমান নয়। কখনো মিলিতভাবে টেলিভিশন দেখাও, একা একা দেখা। তাই টেলিভিশন একই সঙ্গে বহুরুচি বহুমনের দর্শককে একযোগে তৃপ্ত করতে চায়।

টেলিভিশন গতিময় সংবেদনশীল মাধ্যম। দর্শক-মনে তার প্রভাব সরাসরি, সম্পর্ক ঘনিষ্ঠ।

১.৭ অনুশীলনী

নিম্নোক্ত প্রশ্নগুলির সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন ঃ

১। টেলিভিশনকে গতিময় মাধ্যম বলব কেন?

২। আজকের পৃথিবীতে টেলিভিশনকে কেন গণসংযোগের অগ্রণী মাধ্যম বলা হয়।

৩। 'সবই যেন আমরা স্বাদে-গন্ধে গ্রহণ করতে পারি টেলিভিশনে'—একথার তাৎপর্য কী?

১.৮ গ্রন্থপঞ্জী

♦ The Professional Jounalist : John Hohenberg.

♦ Here is the News : Rongaswami Parthasarathy.

একক ২ □ ভারতে টেলিভিশন

গঠন

২.১ উদ্দেশ্য

২.২ প্রস্তাবনা

২.৩ কবে টেলিভিশন এলো

২.৪ টেলিভিশন আসতে দেরি কেন

২.৫ দৃষ্টিভঙ্গীর পরিবর্তন, নাম হল 'দূরদর্শন'

২.৫.১ কেমনভাবে শুরু

২.৫.২ এসে গেল অনেক চ্যানেল

২.৬ দূরদর্শনের ব্যাপ্তি ও অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য

২.৭ সারাংশ

২.৮ অনুশীলনী

২.৯ গ্রন্থপঞ্জী

২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- ভারতে টেলিভিশনের প্রসার সম্পর্কে ধারণা হবে।
- কোন সময়ে কীভাবে চালু হল রঙিন টেলিভিশন, কখন এলো উন্নত প্রযুক্তি—তাও জানা যাবে।
- দিনে দিনে বিদেশী এবং বেসরকারী টিভি চ্যানেলগুলি কীভাবে ছড়িয়ে গেল, তাও সংক্ষিপ্তভাবে জানানো হয়েছে।

২.২ প্রস্তাবনা

গত শতাব্দীর দ্বিতীয় পর্বে ভারতে টেলিভিশন এলো। কিন্তু তার সক্রিয় আত্মপ্রকাশের যুগ শুরু হয়েছে অনেক পরে। টেলিভিশনকে দেশীয় উন্নয়নের কাজে লাগালে এই মাধ্যমটি যে বিশেষ ভূমিকা নিতে পারে, তেমন ভাবা হয়নি শুরুর দিকে। যখন টেলিভিশনকে শক্তিশালী মাধ্যম মনে করে সরকার সক্রিয় উদ্যোগ নিল, তখন অন্যান্য দেশে, এমনকী উন্নয়নশীল দেশগুলিতেও এর অনেক প্রসার ঘটে গেছে। ফলে সরকারী নিয়ন্ত্রণে টেলিভিশন যখন ছড়িয়ে পড়লো, তখন অন্যান্য দেশের সঙ্গে পাল্লা দেবার জন্য দূরদর্শনকে দ্রুত রঙীন টেলিভিশন ও উপগ্রহ তথা আধুনিক প্রযুক্তির সাহায্য নিতে হল। সরকারকে আইন পরিবর্তন করে বেসরকারী টেলিভিশন চ্যানেলকেও দেশীয় বাজারে আসতে দিতে হল। তৈরি হল এক প্রতিযোগিতার ক্ষেত্র। দূরদর্শনও (এবং আকাশবাণীও) স্বশাসিত সংস্থা হিসাবে প্রসার ভারতী কর্পোরেশনের আওতায় এলো।

সিনেমাতেও যেমন দীর্ঘদিন ছিল সাদাকালো ছবির যুগ। টেলিভিশননের ক্ষেত্রেও আমাদের দেশে প্রথম দুই দশক সাদা কালো ছবিতেই অনুষ্ঠান পরিবেশন করা হয়েছে।

২.৩ কবে টেলিভিশন এলো

আমাদের দেশে টেলিভিশন আসে ১৯৫৯ সালে। অন্যান্য উন্নয়নশীল দেশেও এই মাধ্যমটির আবির্ভাব প্রায় একই সময়ে। কিন্তু এর কোন প্রসার ঘটেনি প্রায় দেড় দশক। দিল্লীতেই সূচনা হয়েছিল টেলিভিশন কেন্দ্রের। সরকারী মাধ্যম হিসেবেই তা চালু ছিল। ১৩ বছর পর মুম্বাইয়ে চালু হল একটি টেলিভিশন কেন্দ্র। কিন্তু অনুষ্ঠান প্রচারের দিক থেকে কোন কেন্দ্রই তেমন ব্যাপ্তি পায়নি। সত্তর দশকের মাঝামাঝি সময় থেকেই এদেশে টেলিভিশন প্রচারের উপর বেশি গুরত্ব দেওয়া শুরু হল। যদিও একই সময়ে শুরু করেও প্রথম দেড় দশকে থাইল্যান্ড, মালয়েশিয়া, সিঙ্গাপুর, ফিলিপিন্স, দক্ষিণ কোরিয়া, ইরানে এই মাধ্যমটি ছড়িয়ে পড়ল অনেকখানি। এমনকী আমাদের প্রতিবেশী পাকিস্তানও প্রায় প্রথম দিকেই ৫টি টেলিভিশন প্রচার কেন্দ্র চালু করে ফেলেছিল। এর দুটি কেন্দ্র পড়েছিল বর্তমান বাংলাদেশে। এমনকী আফ্রিকার অনেক দেশ স্বাধীনতা লাভের পরে পরেই টেলিভিশনকে শিক্ষা এবং উন্নয়নের হাতিয়ার হিসেবে ব্যবহার করতে শুরু করল। লাতিন আমেরিকার দেশগুলিতেও টেলিভিশনকে গুরুত্ব দেওয়া শুরু হল একই উদ্দেশ্যে।

২.৪ টেলিভিশন আসতে দেরি কেন

ধ্বনি-মাধ্যম হিসেবে বেতারের যেমন বিস্তার ঘটেছি, টেলিভিশনের ক্ষেত্রে তা হল না কেন?—এর প্রধান কারণ দুটি। একটি অর্থনৈতিক, আর একটি দৃষ্টিভঙ্গীগত সঙ্কট। টেলিভিশন নিশ্চয়ই বেতারের তুলনায় একটি ব্যয়সাধ্য মাধ্যম। শুধুমাত্র একটি টেলিভশন-সেট কেনাই নয়, তার ব্যবহার, চালু রাখা এবং যেহেতু শুরুতে টেলিভিশন তৈরির অনেক যান্ত্রিক উপকরণই আসতো বিদেশ থেকে—তাই এটি হয়ে উঠেছিল একটি ব্যয়সাধ্য মাধ্যম। যেহেতু একটি টেলিভিশন-সেট নিম্নমধ্যবিত্তদের ক্রয়ক্ষমতার প্রায় বাইরে ছিল, তাই প্রথমে এই টেলিভিশন সেটকে দেখা হত ধনগৌরবের প্রতীক হিসেবেও। অথবা বাড়িতে টেলিভিশন থাকা সমাজে যেন মর্যাদার প্রতীক। আজ আর টেলিভিশনের ব্যবহার নিয়ে সমাজে কোনো অর্থনৈতিক বিভাজন রেখা টানা যাবে না। এছাড়া একটি টেলিভিশন কেন্দ্র চালানোর খরচ, আকাশবাণীর একটি কেন্দ্র চালানোর খরচের চাইতে অনেক বেশি। শুরুর দিকে একটা হিসেব দিয়ে বলা হয়েছিল, টেলিভিশনে একঘণ্টা অনুষ্ঠান চালানোর খরচের সমান আকাশবাণীর ১০ ঘণ্টার অনুষ্ঠান (অথবা আকাশবাণীর কোনো কোনো কেন্দ্রের সারাদিনের অনুষ্ঠান-খরচের সমান্য। কিন্তু দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নের সহায়ক শক্তি হিসেবে টেলিভিশনকে যদি কাজে লাগনো হয়—তাহলে এই খরচকে বড় করে দেখানো হবে কেন? টেলিভিশনকে তো বিলাসী উপকরণ হিসেবে দেখা উচিত নয়। এখানেই আসে দূরদৃষ্টি এবং দৃষ্টিভঙ্গীর সঙ্কট।

২.৫ দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তন, নাম হল 'দূরদর্শন'

এই দৃষ্টিভঙ্গীর পরিবর্তন হয় সত্তর দশকের গোড়ার দিক থেকে। তখনই সরকার এবং পরিকল্পনার রচয়িতাদের মনে হয়, টেলিভিশনে অর্থবিনিয়োগের সামাজিক গুরুত্ব ও তাৎপর্য আছে। এরই মধ্যে উন্নয়নশীল দেশ টেলিভিসনকে সার্থক গণমাধ্যম হিসেবে ব্যবহারের কাজে এতদূর এগিয়ে গেছে, এক্ষেত্রে তাই আর পেছিয়ে থাকা উচিত নয়—এমন ধারণাই পরিকল্পনা-প্রণেতাদের দৃষ্টিভঙ্গী পরিবর্তনে উৎসাহিত করেছে।

'আকাশবাণী'র মতই ভারতীয় টেলিভিশনের নাম হল 'দূরদর্শন'। এই নামকরণ ১৯৭৮ সালে। কলকাতায়

দূরদর্শন কেন্দ্র চালু হয় ১৯৭৫ সালের ৯ই আগস্ট। তারপর একে একে স্বল্পশক্তিসম্পন্ন ট্রান্সমিটার দিয়ে দূরদর্শনের প্রচারসীমা আরও বাড়ানো হয়। শুধু দিল্লী, কলকাতার মত বড় শহরই নয়—দেশের প্রতিটি রাজ্যের রাজধানীসহ অনেক জায়গাতেই দূরদর্শন কেন্দ্র চালু হয়ে গেছে। ১৯৮২ সালে এশিয়ান গেমস (এশিয়াড) দূরদর্শনের দর্শক অনেকগুণ বাড়িয়ে দিল। টিভি সেট বিক্রীও বেড়ে গেল। বলা যেতে পারে নীরবে একরকম টেলিভিশন বিপ্লব ঘটে গেল দেশে। টেলিভিশনের প্রভাবে সাধারণভাবে জীবনযাত্রা, তাদের প্রাত্যহিক রুটিন—সবই বদলে যেতে লাগলো। প্রথমদিকে বিভিন্ন আঞ্চলিক দূরদর্শন কেন্দ্রগুলি থেকে নিজস্ব অনুষ্ঠান প্রচারের সময়সীমা কম থাকলেও পরবর্তীকালে তা অনেক বাড়ানো হয়। এখন অনেক আঞ্চলিক দূরদর্শন কেন্দ্রে নিজস্ব অনুষ্ঠান প্রচারের জন্য আলাদা একটি চ্যানেলই চালু করা হয়েছে। শুরুর দিকে যা ছিল নিতান্তই কয়েকঘণ্টার সান্ধ্য অনুষ্ঠান। এখন দূরদর্শনের অনেকগুলি চ্যানেল। অধিকাংশ চ্যানেলেই ২৪ ঘণ্টা অনুষ্ঠান।

২.৫.১ কেমনভাবে শুরু

১৯৫৯ সালে দিল্লীতে যে টেলিভিশন কেন্দ্র চালু হয়েছিল, তার পেছনে কারণ ছিল তিনটি। প্রথমত ১৯৫৫ সালে দিল্লীতে যখন শিল্পমেলা হয়, তখন ফিলিপ্‌স কোম্পানী তার বেশ কিছু যন্ত্রাংশ সরকারকে কম দামেই সরবরাহ করতে সম্মত হয়। দ্বিতীয়ত, ইউনেসকোর (ইউনাইটেড নেশনস্ এডুকেশনাল সোশ্যাল অ্যান্ড কালচারাল অর্গ্যানাইজেশন / রাষ্ট্রসংঘ শিক্ষা, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক সংগঠন) আগ্রহ। এই সংস্থার পক্ষ থেকে বলা হল, টেলিভিশনকে সামাজিক শিক্ষার বাহন হিসেবে কাজে লাগানোর জন্য তারা অর্থ সাহায্য করতে পারে। আকাশবাণীর অনুষ্ঠান তৈরী, কর্মীদের প্রশিক্ষণ, বেশ কিছু টিভি সেট কেনা এবং অনুষ্ঠানে দর্শক প্রতিক্রিয়া মূল্যায়নের জন্য ইউনেসকো ২০ হাজার ডলার অর্থ দেয়। কমিউনিটি টেলিভিশন সেট বা গোষ্ঠীগতভাবে একটি করে টিভি সেট দিয়ে দর্শকদের প্রতিক্রিয়া মূল্যায়নের উদ্‌যোগ নেওয়া হল। তৃতীয়ত, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র সেই সময়ে টেলিভিশন কেন্দ্র চালু করার জন্য আরও কিছু যন্ত্রপাতি দিয়ে সাহায্য করেছিল। মিলিত এই উৎসাহ এবং সহযোগিতায় ১৯৫৯-এর ১৫ই সেপ্টেম্বর নতুন দিল্লীতে চালু হয়েছিল টিভি স্টেশন। শুরুতে প্রচারসীমা ছিল ২৫ কিলোমিটার। সপ্তাহে দুদিন একঘণ্টা করে অনুষ্ঠান প্রচারিত হত। ১৯৬৫ সাল থেকে প্রতিদিন অনুষ্ঠান প্রচার শুরু হল। ১৯৭০ সাল পর্যন্ত মোট টিভি সেটের সংখ্যা ছিল ২২ হাজার এবং তা আমদানী করা। দিনে অনুষ্ঠান প্রচারের সময়সীমাও বাড়িয়ে তিন ঘণ্টা করা হল।

কিছুদিন পরে ইউনেস্কোর রিপোর্ট বের হয়। সেই রিপোর্টে এদেশে টেলিভিশনের প্রভাব ও সাফল্যের সম্ভাবনার কথাই উল্লেখ করা হল। টেলিভিশন কেন্দ্রের এই প্রচার ক্ষমতা বৃদ্ধির জন্য আমেরিকার ফোর্ড ফাউন্ডেশনও অর্থ সাহায্যে এগিয়ে এলো। শুধু প্রচার ক্ষমতা বৃদ্ধিই নয়, এই টাকায় স্টুডিও-র সংখ্যা ও সুযোগ-সুবিধা বাড়ানো শুরু হল। সেই সময় দিল্লীর প্রায় ২ লক্ষ ছাত্রছাত্রী টেলিভিশনের এই অনুষ্ঠানের মাধ্যমে উপকৃত হচ্ছিল। ঠিক এমনিভাবেই চাষবাস, স্বাস্থ্য সচেতনতা, পুষ্টি, পরিবার কল্যাণ, ঘরোয়া অর্থনীতি—এমন অনেক বিষয়ে টেলিভিশনের প্রয়োজনীয়তা আরও বেশি করে অনুভূত হল। এজন্য গ্রামে গ্রামেও কমিউনিটি টিভি সেট দেবার ব্যবস্থা হল, কিন্তু তার ব্যাপ্তি বেশি নয়। প্রথম কয়েকটা বছর দিল্লীর টেলিভিশন কেন্দ্র এভাবেই চলেছিল। এরই মধ্যে ১৯৭১ সালে বাংলদেশ যুদ্ধের সময় কিছু অনুষ্ঠানের মান ছিল বেশ উন্নত। তা সত্ত্বেও স্টুডিওর সুযোগ-সুবিধা, পর্যাপ্ত যন্ত্রপাতি, আধুনিক প্রশিক্ষণের অভাব ছিলই। তাছাড়া দ্রুত পরিবর্তনশীল এই মাধ্যমের জন্য প্রশিক্ষণের চাহিদাও বাড়তে লাগল। মহারাষ্ট্রে পুণা ফিল্ম অ্যাড টেলিভিশন ইন্সটিটিউটেও প্রশিক্ষণের সেই সুযোগ এলো।

২.৫.২ এসে গেল অনেক চ্যানেল

ভারতে টেলিভিশনের প্রসারে গত শতকের আশির দশককে যদি নীরব বিপ্লবের পর্ব বলা হয়, তাহলে নব্বইয়ের দশককে 'চ্যানেল বিপ্লবের পর্ব' হিসাবে চিহ্নিত করা যেতে পারে। বলতে গেলে আশির দশকের শেষ থেকেই শুধু দূরদর্শনের অনুষ্ঠান নয়, দেশের দর্শকরা তাদের নাগালের মধ্যে পেয়ে গেলেন বিদেশী টেলিভিশনের অজস্র চ্যানেল। ফলে প্রকৃত অর্থে বিশ্ব চলে এলো হাতের মুঠোয়। বি.বি.সি. ওয়ার্ল্ড, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের কেব্‌ল নিউজ নেটওয়ার্ক (সি এন এন), ডিসকভারি চ্যানেল, ন্যাশনাল জিওগ্রাফিক চ্যানেল, অ্যানিম্যাল প্ল্যানেট, স্টার, এম.টি.ভি. সহ দেশের ভেতরের বহু বেসরকারী চ্যানেল। সান টিভি, সাহারা, সোনি, ডি টিভি, বাংলা এখন আকাশবাংলা, তারা, সিটিভিএন (ক্যালকাটা টেলিভিশন নেটওয়ার্ক) সবই দেশীয় বেসরকারী চ্যানেল। এইসব চ্যানেলের অনুষ্ঠান দেখার জন্যই কেব্‌ল অপারেটরদের ওপর নির্ভর করতে হয়। এই ব্যবস্থাকে বিধিবদ্ধ করার জন্য আইনও তৈরি হয়েছে।

২.৬ দূরদর্শনের ব্যাপ্তি ও অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য

আগেই জানানো হয়েছে, ১৯৫৯ সালে নতুন দিল্লীতে প্রথম টেলিভিশন কেন্দ্র স্থাপিত হওয়ার ১৩ বছর পর অর্থাৎ ১৯৭২ সালে নতুন কেন্দ্র চালু হল মুম্বাইয়ে। ১৯৭৩ সালে অমৃতসর ও শ্রীনগরে, কলকাতা, চেন্নাই এবং লক্ষ্ণৌ-এ একই বছরে, অর্থাৎ ১৯৭৫ সালে। তবে অনুষ্ঠানসূচিতে প্রাধান্য পেয়েছিল স্বদেশী বিদেশী কাহিনী-চিত্র, সংবাদ, খেলাধুলা, কাহিনীচিত্রের জনপ্রিয় সচিত্র গান এবং গান ও নাচ। ১৯৭৬ সালে প্রথম দূরদর্শনে বিজ্ঞাপন নেওয়া শুরু হল, তাও ব্যাপকভাবে নয়। শিক্ষামূলক এবং সামাজিক চেতনাভিত্তিক অনুষ্ঠান প্রচার কমে, বিনোদনই বেশি জায়গা নিল। দূরদর্শনের সবচেয়ে বড় অগ্রগতি ঘটল ১৯৮৪ সালে। ওই বছর ১২৬টি রিলে স্টেশন চালু হল। রঙিন টেলিভিশন এসে গেল ১৯৮২ সাল থেকেই।

এখন দেশের ৮০ শতাংশেরও বেশি অঞ্চল টেলিভিশনের আওতায়। সময়ের সঙ্গে পাল্লা দিয়ে এসে গেল উপগ্রহ প্রযুক্তি। আঞ্চলিক ভাষায় প্রত্যন্ত এলাকায় অনুষ্ঠান প্রচার আরও জোরদার হল উপগ্রহ প্রযুক্তির কল্যাণে। স্বল্প ক্ষমতাসম্পন্ন (এল.পি.টি) এবং উচ্চক্ষমতা সম্পন্ন (এইচ.পি.টি.) ট্রান্সমিটারের সাহায্যে ভেরি হাই ফ্রিকোয়েন্সি টিভি সেট এবং উপগ্রহের মাধ্যমে ডাইরেক্ট রিসিভার সেটে গ্রামাঞ্চলে ব্যাপক সংখ্যক মানুষের কাছে অনুষ্ঠান পৌঁছে দেওয়া সম্ভব হল। ১৯৮৪ সালের সেপ্টেম্বরে দিল্লী এবং তারপরে মুম্বাই, কলকাতা এবং মাদ্রাজে অধুনা চেন্নাই দূরদর্শনের দ্বিতীয় চ্যানেল চালু হল। পরে চ্যানেলের সংখ্যা আরও বেড়েছে।

প্রসঙ্গত উল্লেখ করা দরকার, সত্তর দশকে টেলিভিশন প্রচারের ক্ষেত্রে আরেকটি ঘটনা ঘটেছিল। তা হল অনুষ্ঠান প্রচারের জন্য স্যাটেলাইট ইনস্ট্রাকশনাল টেলিভিশন এক্সপেরিমেন্ট (সাইল/SITE) ব্যবস্থা চালু করা।

এই 'সাইট' ব্যবস্থায় দেশের ২০টি জেলার (অর্থনৈতিক দিক থেকে পিছিয়ে পড়া ৬টি রাজ্যের) ২,৪০০ গ্রামে টেলিভিশনের মাধ্যমে শিক্ষামূলক ও সামাজিক গঠনমূলক এবং গ্রামীণ জীবিকার সঙ্গে সম্পর্কিত নানা অনুষ্ঠান পৌঁছে দেওয়া হয়েছিল। যে-৬টি রাজ্যকে বেছে নেওয়া হয়েছিল, তার মধ্যে অবশ্য পশ্চিমবঙ্গ ছিল না। উপগ্রহ নির্ভর করেই এই অনুষ্ঠান পৌঁছে দেওয়া হত। আর আজ ঘরে বসে দেশ বিদেশের আমরা অন্তত ১০০টা টিভি চ্যানেল দেখতে পারি। এই দর্শকের ৬০ শতাংশই ভারতীয়।

টেলিভিশনে ছবির মান এবং প্রচারের মান যাতে আরও উন্নত হয়, সেজন্য আজকাল ডিজিটাল প্রযুক্তির সাহায্য নেওয়া হচ্ছে।

১.৭ সারাংশ

টেলিভিশন যখন নতুনতর বাস্তব ঘটনা হিসেবে মানুষের সামনে চলে আসে (১৯২৭ সাল), তারও তিন দশক পরে ভারতে টেলিভিশন সম্প্রচার শুরু হয়। বরং উন্নত দেশে টেলিভিশন প্রসারের সময় এ দেশে বেতার সম্প্রচার বিশেষ গুরুত্ব পায়। পুরোদমে টেলিভিশন সম্প্রচার যাকে বলে তা আমেরিকাতে শুরু হয় ১৯৩৯ সালে। অর্থাৎ দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের আগে পর্যন্ত টেলিভিশনের তেমন প্রসার ঘটেনি। ভারতে টেলিভিশন কেন্দ্র স্থাপিত প্রথম ১৯৫৯ সালে নতুনদিল্লীর আকাশবাণী ভবনেই। উদ্বোধন করেন রাষ্ট্রপতি রাজেন্দ্রপ্রসাদ। প্রথম দিকে কয়েকবছর আকাশবাণীর সঙ্গেই টেলিভিশন যুক্ত ছিল। কলকাতা দূরদর্শন কেন্দ্রও আনুষ্ঠানিকভাবে শুরু হওয়ার আগে পর্যন্ত বেশ কয়েকমাস দূরদর্শনের আধিকারিকরা আকাশবাণী ভবনেই বসতেন, (তখনও অনুষ্ঠান তৈরি শুরু হয়নি)। দূরদর্শন আকাশবাণী থেকে পুরোপুরি বিচ্ছিন্ন হয় ১৯৭৬ সালের পয়লা এপ্রিল। ১৯৭২ সালের পয়লা অক্টোবর মুম্বাইয়ে টেলিভিশন কেন্দ্র চালু হয়। কলকাতা ও মাদ্রাজে চালু হয় ১৯৭৫ সালে। দিল্লীতে দ্বিতীয় চ্যানেল ১৯৮৪-তে। মুম্বাইএ ১৯৮৫ এবং কলকাতায় ১৯৮৬ সালে দ্বিতীয় চ্যানেল চালু হয়। মাদ্রাজে তারও পরে। এরই মাঝে আসে রঙিন টেলিভিশন। নব্বই দশকের শুরু থেকেই দূরন্ত গতিতে এসে যায় টেলিভিশনের বেসরকারী চ্যানেল।

২.৮ অনুশীলনী

১। ভারতে কবে টেলিভিশন এলো? কেমনভাবে তার বিস্তার ঘটেছিল?
২। কলকাতায় দূরদর্শন চালু হল কবে?
৩। ভারতে রঙিন টেলিভিশন চালু হল কবে?।
৪। অন্তত চারটি বিদেশী জনপ্রিয় টিভি চ্যানেল ও ভারতে বেসরকারী চ্যানেলের নাম করুন।
৫। ভারতে দেরিতে টেলিভিশন প্রসারের পিছনে দৃষ্টিভঙ্গিগত কী সমস্যা ছিল?
৬। ভারতে টেলিভিশন প্রসার ঘটাতে কারা কীভাবে সাহায্য করেছিল?
(এই প্রশ্নের উত্তরের সঙ্গে ১নং প্রশ্নের দ্বিতীয়াংশের উত্তরের মিল রয়েছে)

২.৯ গ্রন্থপঞ্জী

- Broadcasting in India : P. C. Chatterjee.
- Contemporary Televison
  Eastern Perspective : Edited by David French, Michal Richards.
- Broadcasting Reform
  in India : Edited by Monro E. Prrce, Stefang G. Verhulst.

একক ৩ ☐ টেলিভিশনে মুখ্য ভূমিকা গ্রহণকারী

গঠন

৩.১ উদ্দেশ্য

৩.২ প্রস্তাবনা

৩.৩ প্রযোজকের কাজ

- ৩.৩.১ ক্যামেরা আলো শব্দ ধ্বনি
- ৩.৩.২ রূপশিল্পী বা কস্টিউম ডিজাইনার
- ৩.৩.৩ চিত্র সম্পাদক বা ভিডিও এডিটর
- ৩.৩.৪ দলবদ্ধ কাজ
- ৩.৩.৫ কম্পিউটার গ্রাফিক্স, অ্যানিমেশন
- ৩.৩.৬ টেলিলেখক, গবেষক
- ৩.৩.৭ কেন্দ্রীয় দায়িত্ব

৩.৪ সারাংশ

৩.৫ অনুশীলনী

৩.৬ গ্রন্থপঞ্জী

৩.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- টেলিভিশনের মুখ্য কর্মীদের কাজ ও কাজের দায়িত্ব সম্পর্কে একটা ধারণা পাওয়া যাবে।
- মুখ্য কর্মীদের সমন্বয় একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়, তারও ইঙ্গিত দেওয়া হয়েছে এই এককে।

৩.২ প্রস্তাবনা

সংবাদপত্রে, এমনকী বেতার মাধ্যমেও হাতে একটি কলম আর সাদা কাগজ থাকলেও চলে একজন লেখক বা সম্প্রচারকের। অবশ্যই তাদের রচনা বা পাঠ্যবিষয় সাধারণের কাছে পৌঁছে দেওয়ার জন্য কারিগরি সহায়তা (সংবাদপত্রে ছাপাখানা, বেতারে স্টুডিও, ট্রান্সমিটার) প্রয়োজন হয়। তবুও টেলিভিশনে একটি অনুষ্ঠান তৈরির জন্য অনেক বেশি সংখ্যক কর্মী, কারিগরি সহায়তা এবং তাদের কাজে নিখুঁত সুসমন্বয় দরকার। মূল ভাবনা, তার লিখিত রূপ, রূপারোপের জন্য শিল্পী, কলাকুশলী বা উপস্থাপক-পরিবেশক, চিত্র সম্পাদনা, শব্দ ও ধ্বনি গ্রহণ, যে-প্রেক্ষিতে বা পটভূমিতে অনুষ্ঠানটি উপস্থিত হবে তার সাজসজ্জা (সেট)—সবকিছুরই সামঞ্জস্যপূর্ণ মিলিত রূপ, একটি পূর্ণাঙ্গ অনুষ্ঠানের চেহারা নিয়ে টেলিভিশনের পর্দায় ভেসে ওঠে। এ সম্পর্কে একটা প্রাথমিক ধারণা থাকা দরকার। সংবাদপত্রে বা বেতারে যেমন একটি পাঠ্য বিষয় লেখা হলে, এবং তা সুখপাঠ্য ও সুশ্রাব্য হলেই বুঝতে হবে, সমগ্র কাজটির অর্ধেক সম্পন্ন হয়েছে। যদিও তা ছাপার মাধ্যমে পাঠকের কাছে পৌঁছানো এবং প্রচারের মাধ্যমে শ্রোতাকে শোনানো অবশ্যই গুরুত্বপূর্ণ। কিন্তু টেলিভিশনের জন্য একটি ভাল

স্ক্রিপ্ট লেখা সমগ্র কাজটির দশ ভাগের একভাগ মাত্র। কারণ প্রচারের আগে সেই অনুষ্ঠানটি রূপায়ণের অনেকগুলি পর্যায় আছে, যা সংশ্লিষ্ট দক্ষ কর্মীদের মিলিত চেষ্টায় সফল হতে পারে।

টেলিভিশনে একটা অনুষ্ঠান কীভাবে প্রস্তুত করা হবে? অর্থাৎ কোনো একটি বিশেষ অনুষ্ঠান প্রযোজনার রূপদানকারী ও সহায়ক শক্তি কারা?

৩.৩ প্রযোজকের কাজ

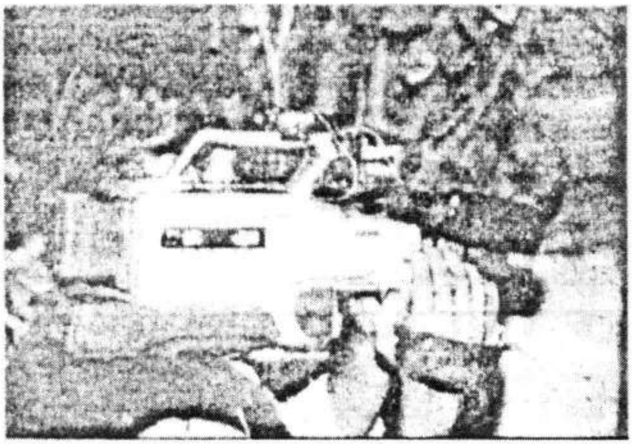
রঙ এবং রঙের মাত্রা ও প্রভাব তার ছায়া প্রচ্ছায়া আলো উদ্ভাসের মর্ম না জানা না বোঝা কোনো মানুষ যেমন প্রকৃত শিল্পী হয়ে উঠতে পারেন না, ঠিক তেমনি যে উপকরণ সামগ্রী ও সরঞ্জাম একটা অনুষ্ঠান প্রযোজনা বা নির্মাণের জন্য প্রয়োজন, তার খুঁটিনাটি সম্পর্কে সম্যক ধারণা চাই প্রযোজকের। সাধারণ অর্থে প্রযোজক বলতে আমরা যা বুঝি (কোন অনুষ্ঠান বা ছবি তৈরির জন্য অর্থ বিনিয়োগকারী) টেলিভিশনে প্রাথমিকভাবে তা বোঝানো হয় না। বরং বলা যেতে পারে, যার পরিচালনায় নির্দেশনায় অনুষ্ঠানটি তৈরি হচ্ছে তিনিই প্রযোজক। যদিও টিভিতেই যেসব ধারাবাহিক (সিরিয়াল) পরিবেশিত হয়ে থাকে, সেখানে আবার 'প্রযোজক' শব্দটি ব্যবহৃত হয় ভিন্ন অর্থে। দূরদর্শন বা যে কোনো চ্যানেলের একটি টেলিভিশন কেন্দ্রে একাধিক প্রযোজক থাকতে পারেন। সংবাদ থেকে শুরু করে স্বাস্থ্য, বিজ্ঞান, শিক্ষা, শিশুকল্যান প্রভৃতি নানা বিভাগের অনুষ্ঠানের জন্যই আলাদা প্রযোজক থাকতে পারেন। অথবা একজনের ওপরেই একাধিক বিভাগের অনুষ্ঠান প্রস্তুতির দায়িত্ব থাকতে পারে।

এই প্রযোজকের নির্দেশে যে অনুষ্ঠানটি প্রস্তুত হবে, সেজন্য তার আরও উপকরণ ও সামগ্রীর যোগান ও ব্যক্তিদের সহায়তা চাই। প্রথমত, তার ক্যামেরা চাই, অতএব ক্যামেরাম্যানও চাই। ছবি তুলে যেখানে ধরে রাখা হয়, তাকে বলা হয় ভিডিও ক্যাসেট। সেই ক্যাসেট চাই। এই ক্যাসেটকেও আবার উপযোগিতার মান অনুযায়ী কয়েকটি ভাগে ভাগ করা যায়। ক্যামেরারও ব্যবহারিক দিক এবং উপযোগিতার জন্য শ্রেণীবিভাগ সম্ভব। তার চেয়েও বড় কথা, নতুন নতুন প্রযুক্তির হাত ধরে ব্যবহার্য সব সামগ্রী ও উপকরণই নতুনতর সুযোগ সুবিধা ও সম্ভাবনা নিয়ে আমাদের সামনে আসছে।

৩.৩.১ ক্যামেরা আলো শব্দ ধ্বনি

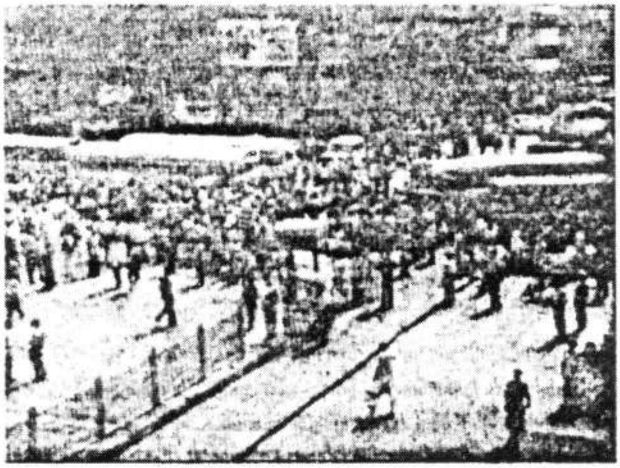
ক্যামেরায় ছবি তুলতে গেলে আলো চাই (এমনকি স্টিল ক্যামেরার স্থিরচিত্র তুলতে গেলেও)। এই আলো খোলা আকাশের নীচে স্বাভাবিকি সূর্যের আলো, রাতেও ঘটনাস্থলের (অর্থাৎ যেখানে ছবি তোলা হচ্ছে) আলো পাওয়া সম্ভব। কিন্তু এমন হতে পারে ঘটনাস্থলে যেমন আলো যতটুকু ছড়িয়ে আছে, তা দিয়ে অনুষ্ঠানের জন্য ছবি তোলার মূল উদ্দেশ্য সিদ্ধ নাও হতে পারে। যেখানে যেমনভাবে আলো, চড়া আলো বা আলো আঁধারি পরিবেশ দরকার, যা অনুষ্ঠানের মূল ভাব ফুটিয়ে তুলতে সাহায্য করবে, তেমন আলোর ব্যবস্থা চাই। তখনই প্রয়োজন হয় কৃত্রিম আলো। অনুষ্ঠানটি সম্পূর্ণভাবে প্রস্তুত করার পর টেলিভিশনের পর্দায় যখন আমাদের কাছে পরিবেশন করা হবে, তখন দেখব ওই কৃত্রিম আলোর প্রভাবে অনুষ্ঠানটির সব জায়গায় যেমন কমবেশি আলো ফুটে উঠেছে, সবটাই মনে হবে স্বাভাবিক। সব মিলিয়েই যেন একটি পরিবেশ। ক্যামেরায় ছবি তোলার সময় ওই কৃত্রিম আলো সংযোজিত না হলে, ঘটনাস্থলের স্বাভাবিক আলোর ওপর নির্ভর করে ছবি তুললে, অনুষ্ঠানে বাস্তব বা প্রয়োজনীয় পরিবেশ সৃষ্টির কাজ ব্যাহত হতে পারতো। এখানেই

ল্যাইটম্যান বা লাইটিং ইঞ্জিনিয়ারের ভূমিকা। একটি অনুষ্ঠানের প্রস্তুতিতে তিনিও অপরিহার্য ব্যক্তি। সুতরাং কোন পরিবেশে কতখানি কেমন আলো পড়বে তারও পরিমিত প্রয়োগ জানতে হবে তাকে। আলোক পরিকল্পনা বা আলোর এই নকসা তৈরির কাজ করেন লাইটিং ডিরেক্টর (এল. ডি)।



টেলিভিশনে যে কোনো অনুষ্ঠানে শব্দ ও ধ্বনির ভূমিকা অসামান্য। স্বর, সুর, আবহ সবই ধ্বনিময়। এই ধ্বনি টেলিভিশনের ছবিরও পরিপূরক। যা যেমনভাবে যেমন ব্যঞ্জনায় দর্শকের কাছে পৌঁছে দিতে চাই—তার জন্য চাই সঠিক শব্দগ্রহণ। এইখানেই শব্দগ্রাহকের (সাউন্ড রেকর্ডিস্ট) ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ। তাই অনুষ্ঠান তৈরিতে একজন দক্ষ, উদ্ভাবনী শক্তিতে ভরপুর একজন শব্দগ্রাহককেও চাই। প্রয়োজনে ধ্বনি ও শব্দের সমগ্র বিষয়টি তদারকী করতে পারেন এমন একজন সাউন্ড ইঞ্জিনিয়ারও প্রয়োজন।

অনুষ্ঠানটির ছবি তোলা যদি স্টুডিও-র বাইরে নির্দিষ্ট কোনো একটি জায়গা নির্বাচন (আউটডোর) করে হয়, (যাকে বলা হয় লোকেশনে শুটিং) তবে তো ধরে নিতে হবে যে ওই নির্বাচিত নির্দিষ্ট স্থানটি যেমন যে অবস্থায়



রয়েছে ঠিক তেমন পরিবেশই চাই। যদি তার বদলে স্টুডিও-য় কৃত্রিম অনুকূল পরিবেশ করে নিতে হয়, তবে তো সেই পটভূমি তৈরির জন্য সেট ডিজাইনারের প্রয়োজন। তাই উপযুক্ত উদ্ভাবনী ক্ষমতাসম্পন্ন দক্ষ সেট ডিজাইনারও চাই।

৩.৩.২ রূপশিল্পী বা কস্টিউম ডিজাইনার

যারা অংশ নেবেন অনুষ্ঠানটিতে (সেই অনুষ্ঠান আলোচনা সভা, বিতর্কসভা, নাটক—যাই হোক), তাদের পরিচ্ছন্ন, সপ্রতিভ এবং বাস্তবানুগ ও আলোয় সঠিক ফুটে ওঠার জন্য রূপসজ্জা বা মেক-আপেরও প্রয়োজন আছে। এখানে মেক-আপ ম্যানেরও ভূমিকা উপেক্ষণীয় নয়। রূপসজ্জা বলতে শুধু দাড়ি গোঁফ চুলে পাক ধরানোর সজ্জা নয়—অনুষ্ঠানের অংশগ্রহণকারী যাতে আলোর সহায়তাও পুরোপুরি কাজে লাগাতে পারেন, সেজন্যও মেকআপের প্রয়োজন আছে। এদের মেকআপম্যান, কস্টিউম ডিজাইনার বা রূপশিল্পী বলতে পারি।

৩.৩.৩ চিত্র সম্পাদক বা ভিডিও এডিটর

ধরা যাক, নির্দিষ্ট অনুষ্ঠানের শুটিংপর্ব বা ছবি তোলার কাজ শেষ হল, যেমনভাবে পরপর ছবিগুলি সাজালে এবং পরিমিত বিন্যাসে অনুষ্ঠানটির মূল পরিকল্পনা অনুযায়ী বক্তব্য বা আবেদন সঠিকভাবে দর্শকের কাছে

পৌছতে পারে, অর্থবহ হতে পারে—তার জন্য চাই তোলা ছবির সম্পাদনা। শুটিং-এর সময়ে অনেক জায়গায় পরিমিতি বজায় রখা সম্ভব হয় না। তাই-ই সংশোধিত, পরিমার্জিত হয় সম্পাদকের হাতে (ভিডিও এডিটর, চলচ্চিত্রের ক্ষেত্রে যাকে বলা হয় ফিল্ম এডিটর)। শুধু তোলা ছবির পরিমার্জনই নয়, সম্পাদনার সময়ে ও ছবির সঙ্গে শব্দ, ধ্বনি এবং আবহ যোজনার কাজও করতে হয় তাকেই। এক কথায় তরকারি কাটলে আর মশলা বাটলেই যেমন খাবার উপযোগী খাদ্য হয় না, রান্না করলেই তবে তা খাবার হিসেবে পরিবেশন করা যায় তেমনি সম্পাদনা না হলে তা পরিবেশনের উপযোগী হয় না। সুতরাং টেলিভিশনের অনুষ্ঠান তৈরিতে ধ্বনিময় চিত্রের সম্পাদনা বা ভিডিও এডিটরের ভূমিকা অবশ্যই অগ্রগণ্য।

৩.৩.৪ দলবদ্ধ কাজ

অন্যকিছু বিষয় বাদ দিলেও একটি অনুষ্ঠান (Programme) তৈরির জন্য প্রযোজকের এতজন কলাকুশলীকে একসঙ্গে হাত মেলাতেই হবে। পরস্পরের মধ্যে বোঝাপড়া যত নিবিড় হবে, ততই সার্থকতা পাবে অনুষ্ঠানের নির্মাণ কাজ। এই বোঝাপড়ার নিবিড়তা নির্ভর করে কয়েকটি বিষয়ের ওপর। প্রথমত, অনুষ্ঠানটির সঙ্গে জড়িত সকলের বোধের মাত্রা একটা স্তরে একটা পর্দায় বাঁধা দরকার (wavelength)। দ্বিতীয়ত, ক্যামেরা, আলো, শব্দ, সম্পাদনা প্রভৃতি যে উপকরণ-সরঞ্জাম ও সহায়তা নিয়ে অনুষ্ঠানটি তৈরি হচ্ছে—সেইসব ক্ষেত্রে

যুক্ত সকলেরই অনুষ্ঠান সম্পর্কে সম্যক ধারণা থাকা দরকার। মনে রাখতে হবে একটা অনুষ্ঠান প্রস্তুতির কাজে এরা সকলেই গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিত্ব।

৩.৩.৫ কম্পিউটার গ্রাফিকস্, অ্যানিমেশন

অনুষ্ঠান-নির্মাণ কাজে আরও দু-একটি সহায়ক উপকরণের কথা বলা দরকার। এর একটি হল কম্পিউটার গ্রাফিক্স-এর ব্যবহার, প্রয়োজনে অ্যানিমেশনের প্রয়োগ। কম্পিউটার গ্রাফিকস্-এর কাজটি যিনি করেন, তাকে সংক্ষেপে বলা হয়, সি জি অপারেটার। অন্য নাম ইলেকট্রনিক ক্যারাক্টার জেনারেটের অপারেটর। ধরা যাক, কম্পিউটারে অক্ষর-বিন্যাসে ফুটিয়ে তুলবেন অনুষ্ঠানটির নাম, অংশগ্রহণকারীদের নাম। কিন্তু কেমন হবে সেই অক্ষর বা অক্ষরের আকৃতি, কেমন হবে ক্যাপশন, প্রয়োজনে কোনো আবহ-চিত্র (মোটিফ) কার্টুন অ্যানিমেশন ব্যবহার হবে কিনা, হলে কেমন হবে তার রঙ, অথবা সব মিলিয়ে নামাঙ্কনপত্রে (টাইটেল কার্ড) কোন কোন রঙের সমাবেশ ঘটবে—তার সঙ্গে অনুষ্ঠানটির মূলভাবের কি কোন সম্পর্ক আছে? সে সম্পর্কে উদ্ভাবনী শক্তিসম্পন্ন হতে হবে সি জি অপারেটরকে। এই অর্থে সি জি অপারেটরও একজন শিল্পী। তাই অনুষ্ঠানটির সার্থক রূপায়ণ নিয়ে অন্য সকলের সঙ্গে উন্নত বোধের স্তরে তাকেও নিজেকে যুক্ত করতে হবে।

৩.৩.৬ টেলি-লেখক, গবেষক

অনুষ্ঠান প্রস্তুতিতে যার ভূমিকা উপেক্ষা করা যাবে না কোনোভাবেই, তিনি হলেন লেখক। যার রচনাকর্মের (স্ক্রিপ্ট) ওপর অনুষ্ঠানটি তৈরি হচ্ছে, তার মূল ভাবনা বা পরিকল্পনা-ছকের ওপর নির্মিত হচ্ছে অনুষ্ঠানটি। টেলিভিশনে লেখরে লেখার বহুবিধ। প্রথমত, নাটক বা কোন ধারাবাহিক না হলে অন্য সবক্ষেত্রেই স্ক্রিপ্ট আগে লিখে ফেলতে হবে এমন কোনো বাধ্যতা নেই। একটা ছক তৈরি করে নিয়ে অনুষ্ঠানের শুটিং শুরু হতে পারে। মাঝপথে লেখার পরিবর্তন হতে পারে। শুটিং শেষেও স্ক্রিপ্ট লেখা হতে পারে। অথবা শুরুতে যেমনভাবে স্ক্রিপ্ট লেখা হয়েছে শুটিং শেষে তার অনেকটাই পরিবর্তন হতে পারে। প্রচলিত অর্থে 'স্ক্রিপ্ট লেখক' না বলে টেলিভিশনের জন্য যিনি লেখেন তাকে টেলি-লেখক বলা অনেকটা ভালো। অনেক প্রখ্যাত চলচ্চিত্র পরিচালককেও দেখা গেছে, যারা নির্দিষ্ট স্ক্রিপ্ট ছাড়াই একটি নির্দিষ্ট ভাবনা মাথায় রেখে শুটিং করে গেছেন—তারই ভেতরে তৈরি হয়েছে তাঁর অভাবিত, অথচ অভিপ্রেত ছবি। কিন্তু টেলিভিশনে আগে-পরে

স্ক্রিপ্ট লেখার বিষয়টি অত্যন্ত নমনীয়। একটি নির্দিষ্ট অনুষ্ঠান বা তথ্যচিত্রের জন্য আগাম স্ক্রিপ্ট লেখা সম্ভব হলেও অনেক অনুষ্ঠানের ক্ষেত্রে তার ব্যতিক্রমও ঘটে। তাই 'স্ক্রিপ্ট' এখানে কোনো তথাকথিত পাণ্ডুলিপি নয়, এ হল এক ধরনের বিশেষ **'টেলি-লিখন'**।

৩.৩.৭. কেন্দ্রীয় দায়িত্ব

সব ছাপিয়ে যে-কথাটা বড় হয়ে উঠছে, তা হল—টেলিভিশনের অনুষ্ঠান প্রস্তুতির কাজটি একটি মিলিত দলবদ্ধ কাজ, অর্থাৎ টিমওয়ার্ক। টেলিভিশনে প্রযোজক বা প্রোডিউসার কথাটি দুটি অর্থেই ব্যবহৃত হয়। এখানে প্রযোজক কখনো নির্দেশক, কখনো অর্থবিনিয়োগকারী। আবার বেসরকারী চ্যানেলের দৌলতে কখনো দুটো ভূমিকাই একজন পালন করেন। তাই **'প্রোডিউসার-ডিরেক্টার'** এমনও শোনা যায়। তবে যদি এককথায় বলতে হয়, কোনো নির্দিষ্ট অনুষ্ঠান নিয়ে মাথাব্যথা কার?—তাহলে উত্তর ঃ অবশ্যই প্রযোজক-নির্দেশকের। অর্থনৈতিক কর্তৃত্ব নিয়ে যিনি প্রযোজক, তিনি তাঁর নিজস্ব মাথাব্যথা নিয়ে অনুষ্ঠান নির্মাণের কাজে মাঝে মাঝে মাথা গলাতে চাইতেই পারেন। এককথায় বলল, টেলিভিশনে কোনো বিশেষ অনুষ্ঠান প্রস্তুতিতে যার কেন্দ্রীয় দায়িত্ব, তিনিই প্রযোজক।

৩.৪ সারাংশ

টেলিভিশনে মুখ্য কর্মীদের মধ্যে রয়েছেন সংশ্লিষ্ট অনুষ্ঠানের প্রযোজক, টেলি-লেখক (Script writer) ট্যালেন্ট অথবা শিল্পী, ক্যামেরাপার্সন, শব্দগ্রাহক (Sound Recordist), আলো প্রক্ষেপক বা আলোর পরিকল্পনাকারী (Lighting Director), চিত্র-সম্পাদক (Video Editor) সি জি অপারেটর (Computer Graphics operator), রূপশিল্পী (Make-up Artist)। এর বাইরেও অনেক গুরুত্বপূর্ণ কর্মী বা পদাধিকারী রয়েছেন। কিন্তু কোনো অনুষ্ঠান প্রস্তুতি বা নির্মাণের কাজে এদের সকলকেই দরকার। দরকার তাদের কাজের নিখুঁত সমন্বয়।

৩.৫ অনুশীলনী

১। টেলিভিশনে একটি অনুষ্ঠান তৈরিতে প্রযোজকের দায়িত্ব কি?
২। ভিডিও এডিটর, মেক আপ আর্টিস্ট এবং ক্যামেরাম্যানদের কাজ কী বুঝিয়ে বলুন।
৩। টিম ওয়ার্ক বা দলবদ্ধ কাজের প্রয়োজনীয়তা কী?
৪। একটি অনুষ্ঠান প্রস্তুতিতে মুখ্য কর্মী কারা—তাদের কাজগুলি বুঝিয়ে বলুন।

৩.৬ গ্রন্থপঞ্জী

- Understanding Movies : I. Gianetti.
- Learning and visual communication : D Sless.
- How to read a film : J. Monaco.

একক ৪ ❑ সমন্বয়, লাইভ অনুষ্ঠান, প্রযোজকের চোখ

গঠন

৪.১ উদ্দেশ্য

৪.২ প্রস্তাবনা

৪.৩ প্রযোজকের দলনায়ক

৪.৪ লাইভ অনুষ্ঠান

৪.৫ ক্যামেরা নির্দেশ ও ভিশন মিক্সিং

৪.৬ সারাংশ

৪.৭ অনুশীলনী

৪.৮ গ্রন্থপঞ্জী

৪.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- একটি অনুষ্ঠানে প্রযোজকই কেন চালিকা-শক্তি তা বোঝা যাবে।
- জানা যাবে স্টুডিও থেকে, স্টুডিও-র বাইরে থেকে 'লাইভ' অর্থাৎ সরাসরি অনুষ্ঠান সম্পর্কেও
- জানা যাবে কী কাজ ভিশনমিক্সারের, এই কাজে প্রযোজকের নির্দেশ কতখানি গুরুত্বপূর্ণ।

৪.২ প্রস্তাবনা

টেলিভিশনে দর্শকরা দু-রকমের অনুষ্ঠান দেখার সুযোগ পান। একটি অনুষ্ঠান আগে থেকেই প্রস্তুত করা হয়। সেই প্রস্তুত করা অনুষ্ঠানটি দর্শকদের জন্য পরিবেশন করা হতে পারে। স্টুডিওতে বসেই (যেমন সাক্ষাৎকারভিত্তিক বা কোনো আলোচনা অনুষ্ঠান, অথবা নাচ-গান, সিরিয়াল সবই হতে পারে)। অর্থাৎ অনুষ্ঠানটি অগ্রিম পরিকল্পনার ভিত্তিতে স্টুডিওতে তৈরি হল। তৈরি হওয়া বলতে রেকর্ড করা হল এবং যথাসময়ে প্রচারিত হল। আর একটি অনুষ্ঠান, যার অবশ্যই অগ্রিম পরিকল্পনা থাকবে কিন্তু অনুষ্ঠানটি প্রচারিত হবে সরাসরি (লাইভ)। সাক্ষাৎকার, আলোচনা, বিতর্ক, নাচ-গান, সংবাদ, খেলাধুলা থেকে এই মুহূর্তে চলমান যে কোনো ঘটনাই সরাসরি দেখানো যেতে পারে। অনুষ্ঠান সরাসরিই হোক, আর রেকর্ড করেই হোক—এর কেন্দ্রে থাকেন প্রযোজক।

৪.৩ প্রযোজকই দলনায়ক

টেলিভিশনে প্রযোজক বা প্রডিউসার শুধু নতুন নতুন অনুষ্ঠানের ভাবনা নিয়ে এগিয়ে আসবেন তাই নয়, তা তৈরির জন্য সম্ভাব্য খরচ বা বাজেটও তাকে তৈরি করতে জানতে হবে। কোন্ ক্যামেরা ও ক্যামেরাম্যান

ও অন্যান্য কলা-কুশলীদের সঙ্গে নিয়ে কাজ করবেন তা তিনিই স্থির করবেন। প্রযোজকই হচ্ছেন দলনায়ক (টিম লিডার)। সমগ্র কাজে প্রযোজকই প্রধান সমন্বয়কারী। তিনিই প্রধানত যোগাযোগ রেখে চলবেন লেখকের সঙ্গে। অনুষ্ঠানে যারা অংশ নেন, তাদের টেলিভিশনের পরিভাষায় বলা হয় ট্যালেন্ট। প্রযোজকই স্থির করবেন, তিনি কোন্ ট্যালেন্টদের নিয়ে কাজ করবেন। প্রযোজক যদি মনে করেন, তাহলে একজন আলাদা নির্দেশকও নিয়োগ করতে পারেন।

টেলিভিশনের কাজ শিখতে হলে হাতে কলমে প্রত্যক্ষ অভিজ্ঞতার কোন বিকল্প নেই। জ্ঞানই শক্তি—এই সত্য যদি আমরা মেনে নিই—তাহলে হাতে কলমে শেখার অভিজ্ঞতা হল শ্রেষ্ঠ অভিজ্ঞতা। কারণ টেলিভিশন প্রতিদিন প্রযুক্তির নতুন নতুন ক্ষেত্রে প্রবেশ করছে।

প্রোডিউসার বা প্রযোজকের সঙ্গে একজন সহকারী প্রযোজকও থাকেন। দূরদর্শনে এমন সহকারীকে বলা হয় **প্রোডাকশন অ্যাসিসট্যাণ্ট**। সমগ্র অনুষ্ঠান তৈরিতে সবকাজেই তাকে সহায়তা করতে হয় প্রযোজককে। অনেক দক্ষ তীক্ষ্ম মেধার অভিজ্ঞ সহকারী অল্প সময়ের মধ্যেই প্রযোজকের ভূমিকা পালনেরও শক্তি রাখেন।

কোনো অনুষ্ঠান তৈরির কাজ শুরুর আগে একজন প্রযোজকের প্রধান কাজ হল, উপযুক্ত লেখক নির্বাচন। প্রযোজনে সেই লেখককে সহায়তার জন্য এক বা একাধিক গবেষণাকর্মীও নিয়োগ করা যেতে পারে।

❖ টেকনিক্যাল ডাইরেক্টর :

ধরা যাক কোনো একটি অনুষ্ঠান তৈরি হচ্ছে স্টুডিওতেই। সেখানে রয়েছে একটি কন্ট্রোল রুম, যেখান থেকে অনুষ্ঠানের প্রযোজক-নির্দেশকের চাহিদা অনুযায়ী সমগ্র কারিগরি সহযোগিতা যিনি দেবেন, তিনি হলেন **কারিগরি নির্দেশক (টেকনিক্যাল ডাইরেক্টর)। সংক্ষেপে টি. ডি**। ভিডিও সুইচার চালনা করা তাঁর কাজ। অর্থাৎ একাধিক ক্যামেরায় বিভিন্ন ছবি তোলার কাজ যখন চলছে, তার কোন ছবি কখন কেমনভাবে নেওয়া হবে (ধরা যাক অনুষ্ঠানটি রেকর্ড করা হচ্ছে)—এর সব নির্দেশই দেবেন প্রযোজক। টি. ডি সেই অনুযায়ী সুইচারের বোতাম টিপবেন।

৪.৪ লাইভ অনুষ্ঠান

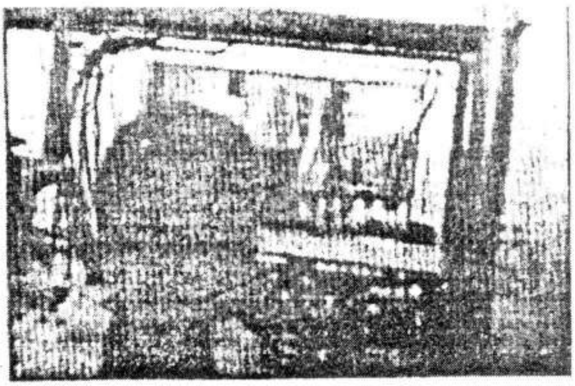
স্টুডিও-ভিত্তিক দুরকম অনুষ্ঠানই হতে পারে। একটি রেকডিং, অর্থাৎ অনুষ্ঠানটি রেকর্ড করা হল, পরে **নির্ধারিত** কোনো দিনে অথবা সেইদিনেই তা প্রচার হবে। যদিও স্টুডিওতে রেকর্ড করা অনুষ্ঠানেও প্রচারের আগে **সম্পাদনার (এডিটিং)** প্রয়োজন হতে পারে। অপরটি হল সরাসরি প্রচার; যাকে পরিভাষায় বলা হয় **'লাইভ'**। অর্থাৎ স্টুডিও থেকে তখনই অনুষ্ঠানটি সরাসরি সকলের ঘরে পৌঁছে যাচ্ছে। এইরকম অনুষ্ঠানেরও কেন্দ্রে থাকেন প্রযোজক। অনুষ্ঠান তেমন বড়মাপের হলে একাধিক প্রযোজকও যুক্ত থাকতে পারেন। ক্রিকেট, ফুটবল, সংসদের বাজেট সরাসরি প্রচারের সময় একাধিক প্রযোজক যুক্ত থাকেন। 'লাইভ' বা সরাসরি অনুষ্ঠানের কারিগরি নির্দেশক সুইচারে বসেন। কখনও **ভিশন মিক্সিং ইঞ্জিনিয়ারকেও** এই কাজ করতে দেখা যায়। যেমনটা দেখা যায় দূরদর্শনে। **'ভিশন মিক্সিং'** কথাটা কেন বলা হচ্ছে? আমরা টেলিভিশনের পর্দায় দেখি বলেই তা ভিশন। এই দৃশ্য বদলে বদলে যাচ্ছে। একটি 'লাইভ' অনুষ্ঠানের উদাহরণ দিয়ে বিষয়টি বোঝানো যেতে পারে।

যেমন টেলিভিশনে আমরা যে সংবাদ দেখি, তা লাইভ অনুষ্ঠান। অর্থাৎ ঘরে বসে আমরা তখন যা দেখতে পাচ্ছি, তখনই তা স্টুডিও থেকে সরাসরি প্রচারিত হচ্ছে। আমরা সংবাদ দেখার সময় পর্দায় লক্ষ্য করি, কখনো

ঘটনার ছবি, কখনো দেখতে পাই সংবাদ পরিবেশকের মুখ, আবার কখনো একটি ফটোগ্রাফ, আবার কখনো পর্দা জুড়ে একটি ক্যাপশন—এই যে মুহূর্তে একটি ছবি থেকে আরেকটি ছবিতে যাওয়া, একটি দৃশ্য সরিয়ে অন্য একটি দৃশ্য দেখানো—সুইচের বোতাম টিপে এই ভিশন মিক্সিং-এর কাজটাই করেন সংশ্লিষ্ট ইঞ্জিনিয়ার। কিন্তু তিনি এসব কাজ করেন প্রযোজকের নির্দেশে। দৃশ্য থেকে দৃশ্যান্তরে যাবার এই যে নির্দেশ—পরিভাষায় একে বলে প্রযোজকের 'কম্যান্ড'। সংবাদ প্রচারের সময় প্রযোজকই সুপ্রিম কম্যান্ডার। কিন্তু দৃশ্য থেকে দৃশ্যান্তরে যাবার প্রয়োজন হচ্ছে কেন?

৪.৫ ক্যামেরাকে নির্দেশ ও ভিশন মিক্সিং

ধরা যাক, দু'জনের মুখোমুখি কথা হচ্ছে। একজন প্রশ্ন করছেন, আরেকজন উত্তর দিচ্ছেন। একটি ক্যামেরার লেন্স ঘোরানো আছে প্রশ্নকর্তার দিকে, আরেকটি ক্যামেরার মুখ উত্তরদাতার দিকে। প্রযোজক চাইতে পারেন, প্রশ্ন করার সময় প্রশ্নকর্তাকে দেখাবেন, উত্তর দেবার সময় উত্তরদাতাকে। প্রযোজকের নির্দেশে ভিশন মিক্সিং ইঞ্জিনিয়ার বোতাম টিপে এক একবার এক একজনের মুখ দেখাতে পারেন। একসঙ্গে যদি ১৪টি ক্যামেরায় (যা খেলার সময় হয়ে থাকে) কোনো অনুষ্ঠান সরাসরি প্রচার হয়, তাহলে দেখা যাবে প্রযোজকের ঘন ঘন নির্দেশে, ভিশন মিক্সিং ইঞ্জিনিয়ার অথবা টি. ডি. বা টেকনিক্যাল ডাইরেক্টর বিরামহীন একটা না একটা বোতাম নির্ভুলভাবে টিপেই যাচ্ছেন। কোনো ক্যামেরায় বলের গতি, কোনো ক্যামেরায় বোলার, কোনো ক্যামেরায় ব্যাটসম্যান ও তার উইকেট, কোনো ক্যামেরায় গ্যালারিতে দর্শকদের প্রতিক্রিয়া। খেলা বুঝে (অর্থাৎ জরুরী মুহূর্ত ও নাটকীয়তা মাথার রেখে) প্রযোজককে চমৎকারভাবে শুধু দৃশ্যাবলী (চলতি ঘটনাবলী) মেলানোর নির্দেশ দিয়ে যেতে হবে। এর অর্থ ঘরে ঘরে দর্শকদের খেলা দেখা কার্যত প্রযোজকের চোখ দিয়েই ঘটছে।



❖ মনোযোগ সতর্কতা :

প্রযোজকের নির্দেশ মেনে এই যে ভিশন মিক্সিং ইঞ্জিনিয়ার একটা ক্যামেরা থেকে আরেকটা ক্যামেরায় ছুটছেন—এই কাজটি করতে হচ্ছে অত্যন্ত দক্ষতার সঙ্গে। ১৪টি ক্যামেরার সবকটিতেই খেলার গতিপ্রকৃতি বুঝে দর্শকদের কাছে সবচেয়ে প্রয়োজনীয় দৃশ্যটি পৌঁছে দেওয়ার জন্য প্রযোজক ও সংশ্লিষ্ট ইঞ্জিনিয়ারকে অত্যন্ত মনযোগী ও সতর্ক থাকতে হচ্ছে। এরই মাঝে যাচ্ছে রান সংখ্যা, স্কোর বোর্ড, কোনো ক্রিকেটারের পুরোনো রেকর্ড, কখনও খেলার যেকোনো অংশের পুনরাবৃত্তি অর্থাৎ রি-প্লে—সবই চলমান অবস্থায় দৃশ্যমান

করে তুলতে হচ্ছে। আবার এই চলমান খেলার কোন ফাঁকে কতটুকু সময়ের জন্য কোন বিজ্ঞাপন দর্শকদের সামনে তুলে ধরা হবে—তাও ঘটবে প্রযোজকের নির্দেশে। স্টুডিওর মধ্যে যেখানে বসে প্রযোজক এই নির্দেশ দিচ্ছেন তাকে পরিভাষায় বলা হয় **প্রোডাকশন প্যানেল** (Production Panel)। স্টুডিও-র বাইরে থেকে যদি কোনো অনুষ্ঠান সরাসরি দেখানো হয়, তবে সেখানেও চলে যাবে একটি ভ্রাম্যমান স্টুডিও। তাকে বলা হয় ও. বি. প্রোডাকশন ভ্যান (Outdoor Broadcasting Production Van)। বলতে গেলে এটি একটি ছোটোখাটো চলমান স্টুডিও।

❖ মতবিনিময়মূলক সরাসরি অনুষ্ঠান :

মত বিনিময়মূলক সরাসরি অনুষ্ঠানকে ফোন-ইন প্রোগ্রামও বলা হয়ে থাকে। তবে স্টুডিও বা তার বাইরেও দর্শক-শ্রোতাদের সামনে রেখে ও নানা পরিকল্পনায় মত বিনিময়মূলক অনুষ্ঠানের আয়োজন করা হয়। এই ধরনের অনুষ্ঠান তুলনায় বেশি জনপ্রিয়। কারণ দর্শকরা (বেতারেও এই অনুষ্ঠান শ্রোতাদের কাছে প্রিয়) অনুষ্ঠানে সরাসরি তাদের মতামত জানাতে পারেন, বিশেষজ্ঞের কাছে প্রশ্ন করতে পারেন, জটিল কোনো সমস্যার তাৎক্ষণিক সমাধান, চাইতে পারেন—সবচেয়ে বড় কথা, ঘরে বসে থাকা দর্শকও এই সরাসরি (লাইভ) অনুষ্ঠানে অংশ নিতে পারছেন। অনুষ্ঠানটি এতে আরও প্রাণবন্ত হয়ে উঠছে। অনুষ্ঠানের পরিকল্পনায় যদি থাকে এবং প্রযোজক যদি ইচ্ছে করেন, তাহলে কোনো এলাকার বিশেষ দর্শক গোষ্ঠীর কাছে ক্যামেরা নিয়ে গিয়ে স্টুডিও-র সঙ্গে সংযোগ স্থাপন করে দূরবর্তী এই দর্শকদেরও প্রশ্ন করা বা মতামত দেবার সময় অন্যসব দর্শকদের সামনে অর্থাৎ টেলিভিশনের পর্দায় হাজির করা যেতে পারে। এছাড়া স্টুডিওতে অবস্থানকারী দর্শকরাও প্রশ্ন করতে পারেন, মতামত বিনিময় করতে পারেন। পরিভাষায় এই ধরনের অনুষ্ঠানকে বলা হয় ইন্টারঅ্যাকটিভ প্রোগ্রাম (Inter-active Programme)।

৪.৬ সারাংশ

টেলিভিশনের প্রযোজকই দলনায়ক। তিনিই সামগ্রিক পরিকল্পনা, তা রূপায়ণ ও নিয়ন্ত্রণ করেন। সরাসরি বা লাইভ অনুষ্ঠানে প্রযোজক, অন্যান্য কর্মী ও অংশগ্রহণকারীদের ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ। মনযোগ ও ধারাবাহিক সতর্কতা এই অনুষ্ঠানের প্রাণ। বলা যায়, প্রায় গাণিতিক পরিমিতিবোধ নিয়ে এই অনুষ্ঠান পরিচালনা করতে হয়। এই 'লাইভ' অনুষ্ঠানের মাধ্যমে শুধু চলমান ঘটনাবলীই সরাসরি দেখানো যায় তাই নয়, দর্শকরাও ঘরে বসেই সরাসরি এই অনুষ্ঠানে অংশ নিতে পারেন। ফলে কমিউনিকেশন বা দর্শকদের সঙ্গে সংযোগ স্থাপনের কাজটি সার্থক হয়ে ওঠে।

৪.৭ অনুশীলনী

১। 'লাইভ' অনুষ্ঠান কাকে বলব?
২। প্রযোজককেই কেন বলা হয় দলনায়ক?
৩। সরাসরি অনুষ্ঠানের সময় প্যানেলে বসে একজন প্রযোজককে কেন অত্যন্ত সতর্ক, মনোযোগী ও তৎপর থাকতে হয়।
৪। সরাসরি ফোন-ইন অনুষ্ঠানগুলি সাধারণভাবে জনপ্রিয় কেন?

৪.৮ গ্রন্থপঞ্জী

- The work of Television Journalist : Robert Tynnel.
- Sattelite Invasion on India : S. C. Bhatt.

একক ৫ ☐ ট্যালেন্ট, ফ্লোর ম্যানেজার ও প্রযোজকের বিভিন্ন কাজ

গঠন

৫.১ উদ্দেশ্য

৫.২ প্রস্তাবনা

৫.৩ 'ট্যালেন্ট' কারা

৫.৪ প্রপার্টিম্যান ও ওয়ার্ডরোব পার্সন

৫.৫ ফ্লোর ম্যানেজারের কাজ

৫.৫.১ কনটিন্যুইটি অ্যাসিস্ট্যান্ট

৫.৫.২ প্রযোজকের কাজ

৫.৬ লিখিত খসড়া কেন এবং কেমন

৫.৬.১ সম্মতিপত্রে সকলের সই চাই

৫.৬.২ প্রযোজকের দায়িত্ব আরও

৫.৭ অনুষ্ঠান তৈরির বাজেট

৫.৮ সারাংশ

৫.৯ অনুশীলনী

৫.১০ গ্রন্থপঞ্জী

৫.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- জানা যাবে, কাদের আমরা বলব ট্যালেন্ট
- ধারণা হবে ওয়ার্ডরোব পার্সন ও প্রপার্টিম্যানের কাজ কী
- স্টুডিওতে ফ্লোর ম্যানেজারদের কাজ সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা হবে
- অনুষ্ঠান তৈরির খসড়া, ব্যয়, চলতি বাজার ও দর্শকমন সম্পর্কে প্রযোজকদের কেন স্পষ্ট ধারণা থাকতে হবে—তাও বোঝা যাবে।

৫.২ প্রস্তাবনা

টেলিভিশনে সঠিক ট্যালেন্ট নির্বাচন একটা গুরুত্বপূর্ণ কাজ। তারা অনুষ্ঠানের অন্যতম প্রধান শক্তি। প্রযোজকদেরও জানতে হবে আরও অনেক। কোনো স্তরে কোনোভাবে হিসেব এবং পরিমিতির গোলমাল হলেই বিপর্যয় ঘটতে পারে। অনুষ্ঠান তৈরির প্রয়োগবিদ্যাই নয়—তাকে জানতে হবে একটা অনুষ্ঠানের ব্যয়

সংক্রান্ত বাজেট তৈরির প্রক্রিয়া, জানতে হবে বাজার পরিস্থিতি, জানতে হবে প্রতিযোগিতার বাজারে কোন অনুষ্ঠান দর্শকের কাছে কেমনভাবে গ্রাহ্য হবে। অর্থাৎ দর্শকমনও তাকে যাচাই করতে জানতে হবে।

৫.৩ 'ট্যালেন্ট' কারা

একটু আগেই যে ট্যালেন্ট-এর কথা বললাম, টেলিভিশনে সত্যিই কাদের বলা হয়—ট্যালেন্ট? নাটক, কাহিনীচিত্র, ধারাবাহিকের ক্ষেত্রে ট্যালেন্ট হলেন অভিনেতা-অভিনেত্রীরা। সংবাদের ক্ষেত্রে ট্যালেন্ট প্রধানত রিপোর্টাররা। অন্যান্য অনুষ্ঠানে 'ট্যালেন্ট' হলেন অতিথি বা আমন্ত্রিত বিশেষজ্ঞ ও বিশিষ্ট ব্যক্তিরা। এক কথায়, টেলিভিশনে যার কণ্ঠস্বর শোনা যাচ্ছে (অর্থাৎ নেপথ্যে যিনি কণ্ঠদান করেছেন তিনিও), যিনি পর্দায় হাজির—সকলেই ট্যালেন্ট, তবে তারা আনুষ্ঠানিকভাবে নিযুক্ত বা আমন্ত্রিত হওয়া চাই।

এই 'ট্যালেন্ট'-এর অনেকগুলো ভাগ আছে। (ক) অভিনেতা অভিনেত্রী (অভিনয়) (খ) সঞ্চালক (মডারেটর), (গ) পরিবেশক, উপস্থাপক অথবা নিবেদক (প্রেজেন্টার)। পরিবেশক বা উপস্থাপকেরা পর্দার সামনেও হতে পারেন, আড়ালেও হতে পারেন।

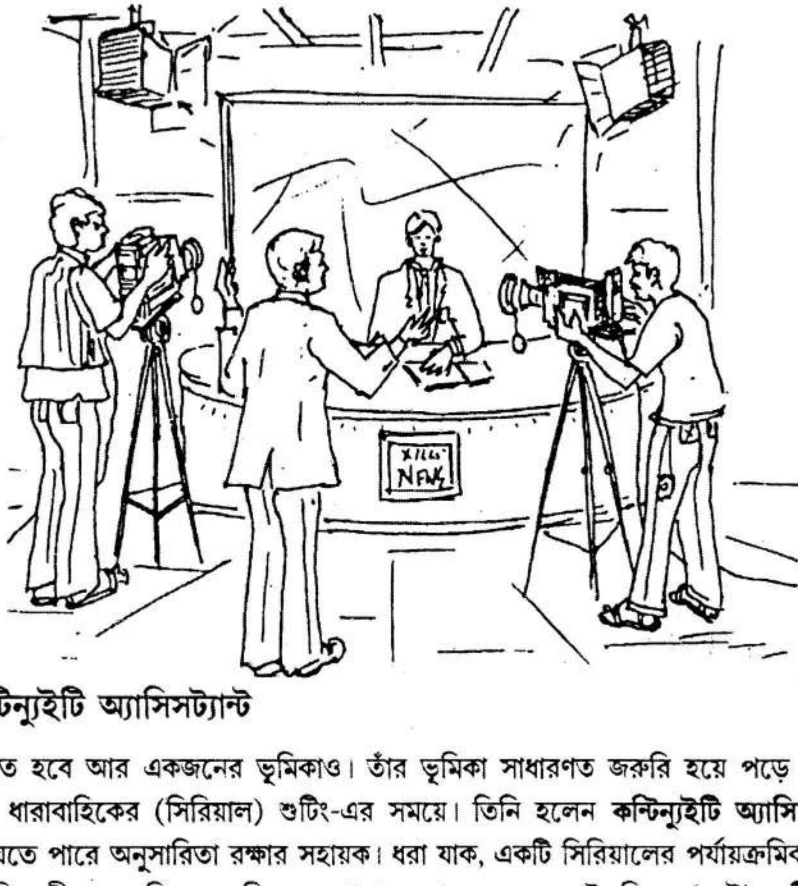
৫.৪ প্রপার্টিম্যান ও ওয়ার্ডরোব পার্সন

বড় মাপের কোনো অনুষ্ঠান প্রস্তুতিতে ওয়ার্ডরোব পার্সন-এর একান্ত প্রয়োজন। তিনি সব **ট্যালেন্টদেব** প্রয়োজনীয় পোশাক-আশাকের যোগান দেন। কোনো কোনো টেলিভিশন কেন্দ্রে নিজস্ব **ওয়ার্ডরোবের** ব্যবস্থা আছে। এরই মুল দায়িত্বে থাকেন **ওয়ার্ডরোব পার্সন**। অন্যদিকে **প্রপার্টিম্যান**-এর কাজ হল : একটি অনুষ্ঠানের উপযোগী পটভূমি (সেট) তৈরির জন্য যা সামগ্রী লাগবে, তার যোগান দেওয়া। ফুলদানী, টেব্‌ল ক্লথ, ঘর সাজাবার উপকরণ, কৃত্রিম দরজা, জানালা এক কথায় অনুষ্ঠানের চাহিদা অনুযায়ী উপযুক্ত পরিবেশ তৈরির জন্য যত আসবাবের প্রয়োজন সব যোগান দেওয়াই প্রপার্টিম্যান-এর দায়িত্ব।

৫.৫ ফ্লোর ম্যানেজারের কাজ

স্টুডিও-র ভেতরে যখন কোন অনুষ্ঠানের রেকডিং বা সরাসরি প্রচার চলছে, তখন ক্যামেরার পাশে/পেছনে যার ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ, তিনি হলেন **ফ্লোর-ম্যানেজার**। ওই মুহূর্তে স্টুডিও-র ভেতরে সবকিছু দেখভাল করার দায়িত্ব ফ্লোর ম্যানেজারের। কিন্তু তিনি সব কাজটাই করবেন প্রযোজকের নির্দেশে। তিনি এই নির্দেশ দেবেন প্রোডাকশন কন্ট্রোল রুম থেকে। ট্যালেন্টরা স্টুডিওতে কোথায় কীভাবে বসবেন, কেমন করে দাঁড়াবেন, তাঁর হাত, কনুই কেমন রাখবেন, বাঁদিকে চেপে বসবেন, না কি ডানদিকে চেপে, ট্যালেন্টদের কণ্ঠস্বর ঠিকমত শোনা যাচ্ছে কিনা, তা যাচাই করার সময়, তাদের বসা বা মাইক্রোফোন রাখার কোনো ত্রুটি-বিচ্যুতি সম্পর্কে সচেতন করে দেওয়া এবং কোনো অনুষ্ঠানের শুরু, শেষ, কোন পাঠ্য বিষয় প্রয়োজনে দ্রুত পড়া বা বলা, ধীরে পড়া, অথবা অনুষ্ঠান দ্রুত শেষ করার ইঙ্গিত—সবকিছুই ট্যালেন্ট পেয়ে থাকেন ফ্লোর ম্যানেজারের কাছ থেকে (মূল নির্দেশ আসছে প্রযোজকের কাছ থেকেই)। ফ্লোর ম্যানেজার যাতে এই নির্দেশ শুনতে পান, সেজন্য কানে থাকছে **'হেড সেট'** (কানে শোনার যান্ত্রিক ব্যবস্থা)। অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণকারীর কাছে ফ্লোরে ক্যামেরার আড়ালে ফ্লোর-ম্যানেজারই সেই মুহূর্তে প্রধান ব্যক্তি। অবশ্য ফ্লোর ম্যানেজারকে সহায়তার জন্য স্টুডিওর

ভেতরে একাধিক ফ্লোর অ্যাসিসট্যান্টও থাকেন। এক কথায় মঞ্চে স্টেজ ম্যানেজারের যা কাজ, স্টুডিও-র ভেতরে ফ্লোর ম্যানেজারেরও অনেকটা তাই। অনুষ্ঠান চলাকালীন স্টুডিও যখন 'লাইভ', সেই সময় স্টুডিওর ভেতরে বজায় রাখতে হয় নিশ্ছিদ্র নীরবতা। কোথাও কোন অপ্রীতিকর শব্দ হবে না। অথচ প্রযোজকের নির্দেশমত ফ্লোর ম্যানেজারকে আকারে ইঙ্গিতে সেই কথা পৌঁছে দিতে হয়, অনুষ্ঠানের অংশগ্রহণকারী, উপস্থাপক, সংবাদ পরিবেশক সকলকেই। পড়তে শুরু করা, থেমে থাকা, অনুষ্ঠান তাড়াতাড়ি শেষ করা, দীর্ঘায়িত করা—সব রকমের ইঙ্গিতই ক্যামেরার পেছন থেকে **ফ্লোর ম্যানেজার** দিয়ে থাকেন।



৫.৫.১ কনটিন্যুইটি অ্যাসিসট্যান্ট

মনে রাখতে হবে আর একজনের ভূমিকাও। তাঁর ভূমিকা সাধারণত জরুরি হয়ে পড়ে কোনো নাটক (টেলিপ্লে) বা ধারাবাহিকের (সিরিয়াল) শুটিং-এর সময়ে। তিনি হলেন **কন্টিন্যুইটি অ্যাসিস্ট্যান্ট**। বাংলা করলে বলা যেতে পারে অনুসারিতা রক্ষার সহায়ক। ধরা যাক, একটি সিরিয়ালের পর্যায়ক্রমিক শুটিং হচ্ছে। অভিনেতা অভিনেত্রীদের অভিনেয় চরিত্রের পোষাক, তার রঙ, যে-পটভূমিতে (সেট) শুটিং হচ্ছে তাঁর খুঁটিনাটির (ডিটেল্স) প্রয়োজনে পরের দিনের শুটিং-এর সময় তা অপরিবর্তিত থাকছে কিনা তার দিকে তীক্ষ্ম নজর রাখতে হবে। এমনও অনেক সময়ে হয় পরপর তিনটি পর্বের নির্বাচিত কয়েকটি দৃশ্যের শুটিং একদিনেই হল। **ব্যয় সংক্ষেপের** জন্যই হয়তো এটা করা হল, কারণ দুটি চরিত্র তিনটি পর্বে একই সময়ে একই পোশাকে একাধিকবার উপস্থিত হচ্ছেন, তাই একই পটভূমিতে তাদের শুটিং করে নেওয়া হল। একমাস পরে হয়তো সেই দুই চরিত্রকেই শুটিং-এর সময় একই পটভূমিতে ফিরিয়ে আনা প্রয়োজন। তখন আগের দিনের শুটিং-এর সময়ে সেটে যেখানে যেমন আসবাব ছিল, অভিনেতাদের যেমন পোশাক ছিল, সবই হুবহু থাকা চাই। ঘটনার পরম্পরা ও ধারাবাহিকতা ধরে রাখতে চাই এই নজরদারি। খাতায় সব খুঁটিনাটি লিখে রেখে পরদিন শুটিং-এর

আগে আবার সবকিছু যাচাই করে দেখা প্রয়োজন। যেমন আজকের শুটিং-এ দুই চরিত্রের কথোপকথনের সময় টেবিলের উপর একটি ফুলদানি রাখা ছিল। পরের দিনের শুটিং-এও একই দিনের একই সময়কে ধরে নিয়েই যদি ঘরের ভেতরে ওই টেবিলের কাছাকাছি ওই দুটি চরিত্রের কথোপকথন চলে—আর সেখানে যদি ফুলদানিটা না থাকে (কোনো কারণে ফুলদানিটা শুটিং-এর আগে ভুলে বসানো হয়নি) তাহলে দৃশ্যের ধারাবাহিকতা নষ্ট হল। হঠাৎ ফুলদানিটা দেখতে না পাওয়ার ঘটনা দর্শকদের চোখকে পীড়া দেবে। তিন ঘণ্টা ছবির শুটিং হতে পারে একমাস ধরে। এর মধ্যে দৃশ্য থেকে দৃশ্যান্তরে অনেক পটভূমি বদল, চরিত্রের পোশাক বদল, সময় বদল হতে পারে। সুতরাং কখন কোন চরিত্রের পকেটে কেমন কলম ছিল, মাথার চুল কতটা সাদা করা হয়েছিল, কী ছিল সেই ঘরে, অথবা নদীর ঘাটে—এ সবকিছুর অনুপুঙ্খ নোট রাখা দরকার। অনুসারিতা সহায়ক বা **কন্টিন্যুইটি অ্যাসিস্টান্টের** কাজ সেটাই।

৫.৫.২ প্রযোজকের কাজ

যে-অনুষ্ঠানটি তিনি প্রস্তুত করার বা প্রযোজনার দায়িত্ব নিয়েছেন, প্রথমে উচিত সেই অনুষ্ঠানটি সম্পর্কে পরিকল্পনা ও মূল ভাবনা স্পষ্টভাবে লিখে ফেলা, যা তাঁর চোখের সামনে সব সময়ের জন্য থাকবে। শুধু তাই নয়, অনুষ্ঠানের বিষয়ে অন্যান্য সহযোগীদের সঙ্গে আলোচনার সময় লিখিত সারাংশটি তুলে ধরলে ওই অনুষ্ঠান সম্পর্কে তাদের ধারণাও স্পষ্ট হবে। এমনকী খোলামেলা আলোচনার সুযোগ চাই। অন্য সহযোগীরাও অনুষ্ঠানটিকে সমৃদ্ধ করার জন্য আরও পরামর্শ দিতে পারেন। অনুষ্ঠানটির ভাবগত সারাংশই নয়, কীভাবে তা রূপায়িত হবে, তারও একটি পরিকল্পনা লিখে ফেলা দরকার। অনুষ্ঠানটি প্রস্তুতির সঙ্গে যুক্ত কোনো সহযোগীর কাছ থেকে প্রযোজক কী আশা করেন বা তাকে কীভাবে কাজে লাগাতে চান, তারও একটা ছক তৈরি করে ফেলতে হবে। এই ছক চোখের সামনে রেখে বারবারই পড়ে দেখা উচিত। হয়তো কখনো নজরে পড়তে পারে। পরিকল্পনার কোনো দুর্বলতা, হয়তো মনে আসতে পারে আরও কোনো চমৎকার ভাবনা। বারবার পড়ে দেখা মানেই, বারবার ভাবতে বাধ্য হওয়া। অথবা এই পরিকল্পনাটি যদি ঊর্ধ্বতন কারও কাছ থেকে অনুমোদন করাতে হয়, তাহলে যদি অস্বস্তিকর অবস্থার মুখোমুখি না হতে হয়, সেজন্য আগাম সমস্ত খুঁটিনাটি দিক খতিয়ে দেখা উচিত। পরিকল্পনার লিখিত খসড়াটি বারবার পড়ে দেখার উপযোগিতা সেখানেই।

প্রস্তাবিত কোন অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা মানেই তার ভেতরে থাকছে অনুষ্ঠানটির উদ্দেশ্য, উপলক্ষ্য, তার চরিত্র, সম্ভাব্য ট্যালেন্টদের নাম, শুটিং-এর জন্য নির্দিষ্ট জায়গা (লোকেশন), উপস্থাপনার প্রক্রিয়া ও মূল গল্প (নাটক বা ধারাবাহিক বাদ দিলে অন্য অনুষ্ঠানের ক্ষেত্রে 'মূল গল্পসূত্রের' বিকল্প শব্দ হতে পারে অনুষ্ঠানের মূল স্ক্রিপ্ট)।

৫.৬ লিখিত খসড়া কেন এবং কেমন

আর একদিকেও এই লিখিথ খসড়ার উপযোগিতা আছে। আজকাল যে কোনো অনুষ্ঠানই স্পন্সর-নির্ভর, অর্থাৎ অনুষ্ঠানটির জন্য যিনি টাকা ঢালবেন। তাঁর লক্ষ্য তাঁর কোম্পানীর উৎপাদিত পণ্যের ব্যাপক প্রচার। তিনি চাইবেন, প্রস্তাবিত অনুষ্ঠানটির এমন জনপ্রিয়তা, যাতে সবচেয়ে বেশি সংখ্যক দর্শক ওই সুযোগে তার পণ্যের বিজ্ঞাপন দেখতে পায়। প্রস্তাবিত অনুষ্ঠানের লিখিত খসড়া তার সামনে ধরলে আলোচনার সুবিধে অনেকখানি। এমনকী স্পন্সরও চাইতে পারেন, প্রস্তাবিত অনুষ্ঠানের মূল পরিকল্পনাটি। তাছাড়া অনুষ্ঠানটির সঙ্গে হয়তো প্রযোজক কোনোভাবে যুক্ত করতে চান কোনো প্রখ্যাত জনপ্রিয় ব্যক্তিত্বকে। তাকে প্রভাবিত করা,

সম্মত করানোর ক্ষেত্রে পরিকল্পনার লিখিত সারাংশের ভূমিকা অনেকখানি।

আবার অন্যভাবেও চাহিদা পূরণ করতে পারে এই লিখিত সারাংশ। কাউকে অনুষ্ঠানটির ব্যাপারে আর্থিক সহযোগিতার প্রস্তাব দিলে তিনিও জানতে চাইতে পারেন অনুষ্ঠানটির প্রতিপাদ্য, ছক ও পরিকল্পনা এবং তা ই-মেল বা ফ্যাক্সে পাঠাতে বলতে পারেন। তাই পরিকল্পনাকে গ্রহণযোগ্য করতে গেলেই, যে কোনো অনুষ্ঠানের খসড়া লিখে ফেলাটাই অভ্যাসে পরিণত করা দরকার।

এই পরিকল্পনাটাও লিখতে হবে এমন সহজ সরল ভাষায়, যেন সহজেই তা আকর্ষক হয়ে ওঠে। লেখাটাই যেন ছবি হয়ে সামনে দৃশ্যমান হয়। তাছাড়া লেখার ফাঁকে অনেক কথা জানার থাকতে পারে, তেমন প্রশ্নের উত্তরের জন্যও তৈরি থাকতে হবে প্রযোজককে।

৫.৬.১ সম্মতিপত্রে সকলের সই চাই

যখন একবার অনুষ্ঠানটির পরিকল্পনা সর্বসম্মতিক্রমে গৃহীত হল, তখন উচিত, সম্মতিপত্রে সকলের সই করিয়ে নেওয়া, যাতে পরে কেউ বলতে না পারেন, এমন কথা মূল প্রস্তাবিত পরিকল্পনায় ছিল না।

ইংরাজিতে একটা কথা আছে, 'প্লে দ্য ড্রাম রাইট'। ঢাক পেটাও কিন্তু সঠিক ছন্দে। পরিকল্পনার লিখিত খসড়াটিতে যদি ভুল জায়গায় জোর পড়ে, তাহলে তেমন চিত্তাকর্ষক নয়, তেমনভাবে মন টানে না—এমন দৃশ্য, বিষয়, ঘটনা বা উপলক্ষের উপর জোর পড়লে উদ্দেশ্যটাই ব্যর্থ হতে পারে।

ভুলে গেলে চলবে না, টেলিভিশন দৃশ্যমাধ্যম নিশ্চয়ই, কিন্তু এর ভিত্তিটা লিখিত শব্দমালার উপরেই। দৃশ্যবিন্যাস মনে রেখেই যিনি ভাল লিখতে পারবেন অনুষ্ঠানের খসড়া, চিত্রনাট্য বা ছবির ভাষায় তা অনুবাদের কাঠামো রচনা করতে পারবেন, তিনি সফল হবেনই। দৃশ্য বা ছবির নিজস্ব ভাষা আছে। কিন্তু সেই ভাষাতো লিখেই প্রকাশ করতে হবে। ছবি তোলার আগে (অর্থাৎ শুটিং-এর আগে) সেই ছবির ভাষার একটা লিখিত রূপ তো হাতে থাকা দরকার। পাখি ডানা ছাড়া উড়বে কীভাবে? তাই লিখিত ভাষ্যের ওপরেই তো দৃশ্যের বিস্তার ঘটবে। পাখির ওড়ার যেমন একটা ব্যাকরণ আছে, দৃশ্যময় অনুষ্ঠানও তৈরি হবে ব্যাকরণের নিয়ম মেনেই। লিখিত ভাষ্য তো সেই ব্যাকরণেরই কাজ করে।

৫.৬.২ প্রযোজকের দায়িত্ব আরও

টেলিভিশনে অনুষ্ঠানের প্রযোজক মানেই, তাঁর হাতে আলাদীনের প্রদীপ নেই। মেঘ না চাইতেই জল এসে যাবে এমন মনে করার কোনো কারণ নেই। তাই প্রচলিত ধারার সম্পূর্ণ বিপরীত মেরুতে দাঁড়িয়ে কথা (এখানে লিখিত পরিকল্পনা, পাণ্ডুলিপি, চিত্রনাট্য, খসড়া পরিকল্পনা, লিখিত আকারে মূল ভাবনা) বলা সব সময় বুদ্ধিমানের কাজ নয়। বদ্ধমূল ধারণা ও বিশ্বাসের উল্টো রাস্তায় গিয়ে অথবা তার বিরোধিতা করে এগোতে চাইলে প্রথমেই বাধা আসতে পারে। স্পন্সর বা ঊর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষ এবং শেষপর্যন্ত দর্শকও তা খারিজ করতে পারেন। এ ব্যাপারে অগ্রসর হতে হবে সুকৌশলে। উগ্র কোনো পরিকল্পনা বিক্রী করা অথবা স্পন্সরকে সম্মত করা (চলিত কথায় 'খাওয়ানো') বেশ কঠিন হতে পারে।

৫.৭ অনুষ্ঠান তৈরির বাজেট

স্পন্সর অথবা বিজ্ঞাপনদাতা অর্থাৎ অনুষ্ঠানটি করার জন্য যার অর্থানুকূল্য প্রয়োজন, তাকে অনুষ্ঠান

পরিকল্পনায় রাজি করানোর একটা অন্যতম শর্ত হল, কম বাজেট। অনুষ্ঠানটি ব্যয়-সাপেক্ষ হলেই অনেক সময়েই তারা পিছিয়ে যেতে চান। কত কম খরচে অনুষ্ঠানটি প্রস্তুত করা যায়, তার কৌশলটি আয়ত্ত করা দরকার। **ক্যামেরার সীমিত সুবিধায়,** সীমিত সময়ে দ্রুত গতিতে শুটিং থেকে এডিটিং পর্যন্ত সব কাজ শেষ করার একটা ছক তৈরিও বড় কাজ। দুটো শিফ্‌টে (৮ ঘণ্টায় একটি শিফ্‌ট) ক্যামেরা ভাড়া না নিয়ে একটা শিফটের শুটিং-এ কাজটা শেষ করা যায় কিনা, এডিটিং-ও একটা শিফ্‌টে শেষ করা যায় কিনা—সবটাই বিবেচনায় রাখা দরকার। যদি তা সম্ভব হয়, তাহলে দে যাবে গাড়ি খরচ, স্টুডিও ভাড়া, খাওয়া বা টিফিন খরচ অনেক কমে যাচ্ছে। তবে কোনো কাজই অনুষ্ঠানের মান বিসর্জন দিয়ে নয়। কোন ধরনের অনুষ্ঠানে কোন স্পন্সর কেন আগ্রহী হবেন বা হতে পারেন সে সম্পর্কেও একটা স্পষ্ট ধারণা গড়ে নেওয়া চাই।

আরও একটা কথা মনে রাখা দরকার। ধরা যাক, কোনো স্পন্সর বিশেষ একটি প্রযোজক গোষ্ঠী বা অনুষ্ঠাননির্মাতাদের প্রতি আস্থাশীল। প্রতিযোগিতার বাজারে অস্তিত্বের প্রশ্নে, সেই স্পন্সরকে আকৃষ্ট করার কৌশলও জানা চাই। কোন স্পন্সর কোন ধরনের অনুষ্ঠানে, কোন টি ভি চ্যানেলে কেন আগ্রহী, সে সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা থাকা দরকার। এই জন্যই প্রয়োজন বাজার-সমীক্ষা (Market Study)। তাই আজকের দিনে একজন প্রযোজককে যেমন অনুষ্ঠান তৈরির সৃজনশীলতা নিয়ে ভাবতে হয়, তেমনি বাজারের দিকেও চোখ-কান খোলা রাখতে হয়। অনেকে এটাকে বিপরীতধর্মী মেজাজের কাজ বলে মনে করেন। কিন্তু দুটো কাজকে সমান গুরুত্ব দিয়ে সমন্বয়ের একটা একটা বিন্দুতে আনতে হবে। তবে বাজার-সমীক্ষা, বিপণন বা বিজ্ঞাপন সংগ্রহের কাজে দক্ষ কর্মীকে কমিশন ও বেতনের ভিত্তিতে নিয়োগ করা যেতেই পারে।

টেলিভিশনের অনুষ্ঠান প্রস্তুতির অর্থব্যয় অনেকখানি। এক ঘণ্টার অনুষ্ঠানে কয়েক লক্ষ টাকা খরচ হয়ে যেতে পারে। সুতরাং কোনো টাকা বিনিয়োগের আগে স্পন্সর একশোবার ভাবতেই পারেন এই পরিমাণ টাকা ঢেলে বিনিময়ে তার কী প্রাপ্তি ঘটবে? তবে লক্ষ্য ঠিক রেখে পরিমিত পরিকল্পনায় বিচক্ষণতার সঙ্গে অনুষ্ঠান প্রস্তুত করতে পারলে, প্রাপ্তি ঘটবেই এবং তা স্পন্সর, প্রযোজক, নির্দেশক সকলের মুখেই হাসি ফোটাবে।

৫.৮ সারাংশ

টেলিভিশনে কোনো অনুষ্ঠান তৈরির কাজে নিযুক্ত বা আমন্ত্রিত কোনো মেধাই ট্যালেন্ট। সঠিক ট্যালেন্ট নির্বাচনও একটা গুরুত্বপূর্ণ কাজ। এছাড়া অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণকারীদের পোশাক-আশাক যার হেপাজতে থাকবে তিনি ওয়ার্ডরোব পার্সন। আবার অনুষ্ঠানের উপযোগী পটভূমিকা বা সেট তৈরির সরঞ্জাম যার হেফাজতে থাকবে তিনিই প্রপার্টিম্যান। ফ্লোর ম্যানেজার হলেন অনুষ্ঠান (সরাসরিও হতে পারে অথবা রেকর্ডিং-ও হতে পারে) চলাকালীন ক্যামেরার সামনে অংশগ্রহণকারী সব নির্দেশ পাঠান স্টুডিওতে। অন্যদিকে প্রযোজকের দায়িত্ব আরও অনেক। তাকে অনুষ্ঠানের গ্রহণযোগ্য সহজ স্বচ্ছন্দ পরিকল্পনার খসড়া লিখতে জানতে হবে। স্পন্সরকে আকর্ষণ করতে পারে এমন উপাদান থাকা চাই সেই লেখায়। অনুষ্ঠানটি (কাহিনী চিত্র বা সিরিয়ালও হতে পারে) তৈরিতে কত খরচ পড়তে পারে তার হিসেব করতেও জানতে হবে। কোন কোন খাতে প্রয়োজনে কীভাবে খরচ কমানো যায়, তারও একটা আন্দাজ থাকা দরকার। সবার উপরে দর্শকের চাহিদা, রুচি, সময় ও সাধারণের মানসিকতা সম্পর্কে সম্যক ধারণা থাকা দরকার। অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা সঠিকভাবে রূপায়িত হলেই সাফল্য মিলবেই, পরিকল্পনা তৈরির সময় এমন প্রত্যয় থাকা চাই।

৫.৯ অনুশীলনী

১। ট্যালেন্ট বলব কাদের? প্রপার্টিম্যান বা ওয়ার্ডরোব পার্সনের কাজ কী?
২। অনুষ্ঠান প্রচার বা রেকডিং-এর সময় ফ্লোর ম্যানেজারের কাজ কী?
৩। কোনো অনুষ্ঠানের লিখিত খসড়া বা পরিকল্পনার ওপর কেন বেশি গুরুত্ব দিতে হয়?
৪। অনুষ্ঠান তৈরির জন্য বাজেট তৈরি এবং বাজার সমীক্ষার কাজে প্রযোজককে গুরুত্ব দিতে হয় কেন?

৫.১০০ গ্রন্থপঞ্জী

- Television Programming across nation boundaries : E Eugster.
- Public Broadcasting : Accountability and efficiency : R Foster.

একক ৬ ❒ অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য ও দর্শক টানার উপায়

গঠন

৬.১ উদ্দেশ্য
৬.২ প্রস্তাবনা
৬.৩ অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য
৬.৪ অনুষ্ঠানের শ্রেণিবিভাগ
 ৬.৪.১ বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান
 ৬.৪.২ কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠান
 ৬.৪.৩ সংবাদ ও সংবাদমূলক অনুষ্ঠান
 ৬.৪.৪ তাৎক্ষণিক প্রদর্শনমূলক অনুষ্ঠান
৬.৫ দর্শক আকর্ষণের উপায়
৬.৭ সারাংশ
৬.৭ অনুশীলনী
৬.৮ গ্রন্থপঞ্জী

৬.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- জানা যাবে, টেলিভিশন অনুষ্ঠানের প্রধান বৈশিষ্ট্যগুলি কী; অনুষ্ঠানমালাকে কয় ভাগে ভাগ করা যেতে পারে।
- কোন ধরনের অনুষ্ঠান কেন জনপ্রিয়, তাও জানা যাবে। কমিশনড্ প্রোগ্রাম এবং স্পন্সরড্ প্রোগ্রাম সম্পর্কেও একটা ধারণা হবে।
- বিশেষ বিশেষ অনুষ্ঠানের জন্যই কোনো কোনো চ্যানেল চিহ্নিত—সে বিষয়েও প্রাথমিক ধারণা হবে।
- কীভাবে টেলিভিশনের সামনে দর্শকদের টেনে রাখা হয়—তার প্রক্রিয়া ও কৌশল সম্পর্কেও আলোচনা আছে।

৬.২ প্রস্তাবনা

আমরা টেলিভিশন চালু করলেই নানা রকম অনুষ্ঠান দেখি। ভালো লাগলে দেখি, নইলে নয়। কেব্‌ল টেলিভিশনের যুগে, মুহূর্তেই এক চ্যানেল থেকে আরেক চ্যানেলের অনুষ্ঠানে চোখ রাখার সুযোগ আছে। সুতরাং ভাল লাগাটা আপেক্ষিক। যে চ্যানেল যখন চোখ এবং মন টানে তখন সেখাইে আটকে পড়ে দর্শকের চোখ। এজন্য অনুষ্ঠান নির্মাতাদের, সংশ্লিষ্ট চ্যানেল কর্তাদের চোখে ঘুম নেই। টেলিভিশনে আমরা যে-সব অনুষ্ঠান, তার মধ্যে নাচ-গান, কথোপকথন, সাক্ষাৎকার-ভিত্তিক অনুষ্ঠানের পাশাপাশি স্বাস্থ্য, বিজ্ঞান, শিক্ষা-বিষয়ে

রুটিনমাফিক কিছু অনুষ্ঠান থাকে। এছাড়া বৃদ্ধ-বৃদ্ধা, তরুণ-তরুণী, শিশু-গৃহবধূ বা সাধারণভাবে মহিলা, আইন আদালত নিয়েও নানা অনুষ্ঠান হয়ে থাকে। তবে বেশিরভাগ বেসরকারী চ্যানেলই বিনোদন, চমক, পুরস্কার, উপহারের মোড়কে নানারকম অনুষ্ঠান সাজায়। তবে স্বাস্থ্য, বিজ্ঞান, শিক্ষা, এমনকী গানের অনুষ্ঠানও সাক্ষাৎকারভিত্তিক ও কথোপকথনমূলক হতে পারে। 'অন্ত্যাক্ষরী' থেকে শুরু করে গানের অন্যান্য প্রতিযোগিতামূলক অনুষ্ঠানও তো এক অর্থে কথোপকথনমূলক। ঠিক এইভাবেই দর্শক টানতে নানা আঙ্গিকেই টেলিভিশনে যে কোনো অনুষ্ঠান পরিবেশন করা যায়, হয়েও থাকে।

৬.৩ অনুষ্ঠান-বৈচিত্র্য

টেলিভিশন দেখা মানেই বিচিত্র অনুষ্ঠান দেখার অভিজ্ঞতা। অনুষ্ঠান পরিবেশনায় বৈচিত্র্যই তো টেলিভিশনের বৈশিষ্ট্য। বিশেষত দূরদর্শনসহ অধিকাংশ সংস্থাই যখন ২৪ ঘণ্টার চ্যানেল চালু করেছেন, তখন অনুষ্ঠানের সংখ্যা ও বৈচিত্র্যের দাবি অনেক বেড়ে গেছে। এমনও দেখা যাচ্ছে, একটি চ্যানেলের একদিনের অনুষ্ঠানে যত বৈচিত্র্যই থাক, কোনো কোনো অনুষ্ঠান ২৪ ঘণ্টার মধ্যে একাধিকবার প্রচার হয়। সুতরাং ২৪ ঘণ্টার কিছুটা সময় কিছু অনুষ্ঠানের পুনঃপ্রচারও থাকে। এর একটা অন্য উপযোগিতাও আছে। যে জনপ্রিয় অনুষ্ঠানটি অনিবার্য কারণে দর্শকের একটা বড় অংশের একটি নির্দিষ্ট সময়ে দেখা সম্ভব হয় না, তিনি দিনের অন্য সময়ে সেই অনুষ্ঠান দেখার সুযোগ পেতে পারেন। প্রতিদিনের ব্যস্ততার ফাঁকে যদি দর্শককে টেলিভিশনের সামনে বসাতে হয়, তাহলে কোনো কোনো অনুষ্ঠান রুটিনমাফিক একাধিকবার প্রচারের ব্যবস্থা রাখতেই হবে। তবে দিনের অনুষ্ঠান, সব ক্ষেত্রেই যে ২৪ ঘণ্টার মধ্যেই পুনঃপ্রচারের ব্যবস্থা করা হয় তাও নয়, সপ্তাহের অন্য কোনো সময়ের প্রচারসূচিতে তাকে রাখা যেতে পারে এবং তা হয়েও থাকে।

৬.৪ অনুষ্ঠানের শ্রেণিবিভাগ

টেলিভিশনের অনুষ্ঠান সাধারণত চার ভাগে ভাগ করা যেতে পারে ঃ

(১) বিনোদনমূলক ঃ	নাচ-গান, নাটক, সিরিয়াল, কাহিনীচিত্র
(২) কথোপকথনমূলক ঃ	সাক্ষাৎকার ভিত্তিক, আলোচনা, মত-বিনিময়, অংশগ্রহণকারী ও দর্শকদের সঙ্গে সরাসরি কথোপকথন (ইন্টার-অ্যাকটিভ)
(৩) সংবাদ ও সংবাদমূলক ঃ	সংবাদ ও সংবাদভিত্তিক বিশ্লেষণী অনুষ্ঠান
(৪) তাৎক্ষণিক প্রদর্শনমূলক ঃ	সরাসরি ঘটনাস্থল থেকে কোনো অনুষ্ঠান প্রচার (যেমন খেলা)

৬.৪.১ বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান

অনেকরকম বিনোদনমূলক অনুষ্ঠানই পরিবেশন করা হয়ে থাকে। নাচ-গান সিরিয়ালের পাশাপাশি বাংলা হিন্দি ও নানাভাষার কাহিনীচিত্র পরিবেশন করা হচ্ছে বিভিন্ন চ্যানেলে। এইসব কাহিনীচিত্র (ফিচার ফিল্ম) প্রডিউসার বা ডিস্ট্রিবিউটরদের (ফিল্মের প্রযোজক ও পরিবেশক) কাছ থেকে প্রদর্শনীর জন্য প্রদেয় অর্থের বিনিময়ে বিভিন্ন চ্যানেলে দেখানো হয়। এক কথায় যাকে বলে সিনেমা দেখানো—তেমন আকর্ষণ আছে প্রায় প্রতিটি চ্যানেলেই। কয়েকটি দেশী বিদেশী টিভি চ্যানেল আছে যাদের কাজ অনুষ্ঠান বলতে শুধুই একের পর এক কাহিনীচিত্র দেখানো। এছাড়া অন্যান্য চ্যানেলে গভীর রাতের ছবি, দুপুরের ছবি—এসব আকর্ষণ তো

আছেই। প্রায় সব ছবিই সিনেমা হলে, পূর্ব-প্রদর্শিত। তবে সিনেমা হলে দেখানোর জন্য নির্মিত ছবি, প্রথম টেলিভিশনে দেখানো হল এমনও ঘটে। বাইরের ছবি যেমন টেলিভিশনে দেখানোর রেওয়াজ আছে, তেমনি কোনো টিভি চ্যানেল নিজেদের উদ্যোগেও ছবি তৈরী করতে পারে। এজন্য কোনো পরিচালককেও তারা দায়িত্ব দিতে পারে। এখানে ওই নির্দিষ্ট চ্যানেলের ভূমিকা প্রযোজকের এবং ছবির জন্য অর্থ বিনিয়োগকারীর। এই ব্যবস্থায় কোনো সিনেমা বা তৈরি অনুষ্ঠানকে বলা যেতে পারে **কমিশন্ড প্রোগ্রাম**। শুধু কাহিনীচিত্রই নয়, সিরিয়াল, তথ্যচিত্র, সব ধরনের অনুষ্ঠানই করা সম্ভব। আবার আরেকরকমও হতে পারে, ধরা যাক, কেউ নিজেদের উদ্যোগে কোনো অনুষ্ঠান তৈরি করলেন, তা পছন্দ হলেও কোনো চ্যানেল দেখানোর সিদ্ধান্ত নিতে পারে। এমনকী ওই অনুষ্ঠানটি কিনেও নিতে পারে' কোনো চ্যানেল। এছাড়া আরও ব্যবস্থা আছে। কোনো টেলিভিশন অনুষ্ঠান নির্মাতা বা প্রযোজক সংস্থা—তার অনুষ্ঠানটি প্রচারের জন্য কোনো চ্যানেলের নির্দিষ্ট কোনো সময় ভাড়া নিতে পারে। ১৩ সপ্তাহ, ৫২ সপ্তাহ বা দু'বছরের জন্য চ্যানেল কর্তৃপক্ষের সঙ্গে বাইরের প্রযোজকদের চুক্তি হতে পারে। কোনো চ্যানেলের সময় ভাড়া নেওয়া বাইরের প্রযোজকদের এই অনুষ্ঠানে যে বিজ্ঞাপন আমরা দেখতে পাই, তা প্রযোজকদের নিজস্ব সংগ্রহ, সেটাই তাদের আয় বা মুনাফার উৎস। তবে একটি নির্দিষ্ট অনুষ্ঠানে কত শতাংশ সময় বিজ্ঞাপনে নেওয়া যাবে, তারও নিয়মবিধি আরোপ করতে পারে চ্যানেল কর্তৃপক্ষ। এইসব খুঁটিনাটি বিষয়ে এখানে বিস্তারের প্রয়োজন নেই। তবে বিনোদনমূলক অনুষ্ঠানেই বাইরের প্রযোজকরা বেশি আকৃষ্ট হন বলেই এখানে প্রাসঙ্গিক কথাগুলি বলা হল।

৬.৪.২ কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠান

অনেক অনুষ্ঠানকেই কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠানের আওতায় আনা যায়। যেমন, কোনো বিষয় নিয়ে মুখোমুখি দু'জনে আলোচনা অথবা সাক্ষাৎকার। আবার এমনও হতে পারে, একটি নির্দিষ্ট বিষয়ে একাধিক ব্যক্তি ও বিশেষজ্ঞের সাক্ষাৎকার (ইন্টারভিউ) বা জনমত সংগ্রহ করা হয়েছে এবং তা সম্পাদনার (এডিটিং) পর পরিবেশন করা হল—তেমন অনুষ্ঠানও কথোপকথনমূলক। হতে পারে এমনও যেখানে সারিবদ্ধভাবে বসে একই অনুষ্ঠানে হাজির থেকে একটি বিষয়ে আলোচনা বা তর্ক চালাচ্ছেন (অবশ্যই আলোচনার কেন্দ্রে থাকেন একজন সঞ্চালক)। এই ধরনের অনুষ্ঠানকেও কথোপকথনের পর্যায়ে অন্তর্ভুক্ত করা হয়ে থাকে। এমনকী দু'জনের বা দুইয়ের বেশি অংশগ্রহণকারীর মধ্যে কোনো বিষয়ে আলোচনা বা তর্ক চলছে, সেখানে সামনে (স্টুডিওর ভেতরেই) দর্শক উপস্থিত। তারাও প্রশ্ন করছেন বা তাদের মতামত জানাচ্ছেন অথবা টেলিফোনেও কোনো দর্শক প্রশ্ন করছেন, (ফোন-ইন)—এমন অনুষ্ঠান মূলত কথোপকথনমূলকই। এই ধরনের অনুষ্ঠানেরও প্রয়োগ-পরিকল্পনা বদলাচ্ছে। অভিনবত্ব আনা হচ্ছে—দর্শকের আরও কাছাকাছি পৌঁছোনোর জন্য প্রযুক্তির সাফল্যে আরও নিত্যনতুন সুযোগ তৈরি হচ্ছে। এই কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠান মত বিনিময়মূলক অনুষ্ঠানের চাইতে আলাদা কিছু নয়।

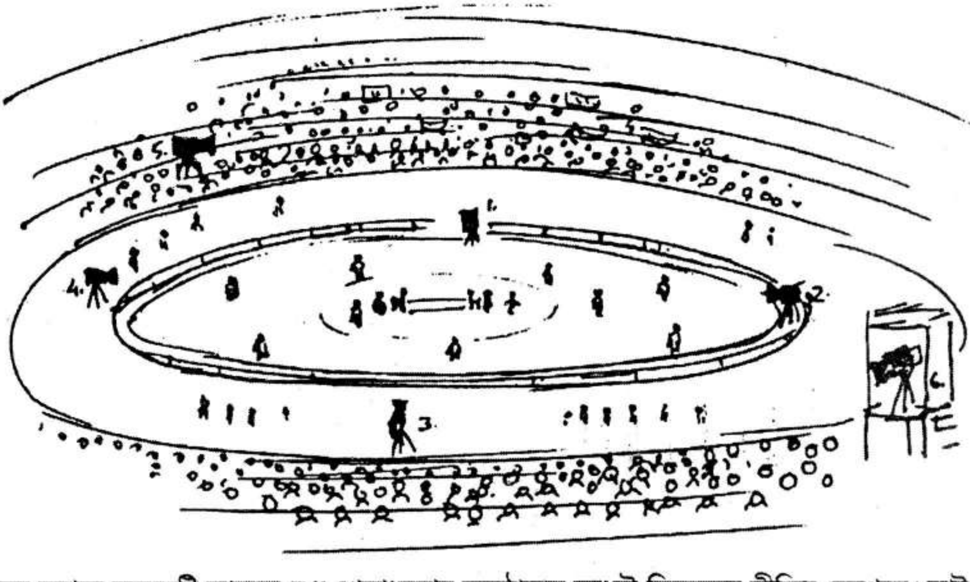
৬.৪.৩ সংবাদ ও সংবাদমূলক অনুষ্ঠান

সংবাদ যেহেতু টেলিভিশনের একটি অন্যতম প্রধান আকর্ষণ, জরুরি কার্যক্রম, তাই **সংবাদ ও সংবাদমূলক অনুষ্ঠান** আলাদা স্বীকৃতি আদায় করে। সাধারণভাবে টেলিভিশন যে পেশাদারিত্ব দাবি করে, তার চাইতেও টেলিভিশন-সাংবাদিকদের পেশাদারিত্ব ও তৎপরতা প্রয়োজন অনেক বেশি। কেন? সে-আলোচনা আমরা পরে করব। এমনিতেই একটা কথা চালু আছে, যে-চ্যানেলের সংবাদ নেই, সেখানেই সেই চ্যানেলের গুরুত্ব অর্ধেক কমে গেল। কথাটা পুরো না হলেও অনেকাংশে সত্যি। টেলিভিশনের যে চ্যানেলগুলি শুধুমাত্র সংবাদ ও সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের জন্য চিহ্নিত, তাদের জনপ্রিয়তা বা দর্শকসংখ্যা বিচিত্রানুষ্ঠান-ভিত্তিক চ্যানেলের চাইতে কোনো অংশে কম নয়। এর অন্যতম কারণ সংবাদের তাৎক্ষণিকতার প্রতি আমাদের আকর্ষণ। ঘটনার ঘনঘটাই দর্শককে টেনে রাখে। সংবাদ যে কোনো চ্যানেলের মর্যাদার প্রতীক। আবার দু-একটি ব্যতিক্রমী সিরিয়াল বা কোনো বিশেষ অনুষ্ঠান বাদ দিলে সংবাদই বেশি সংখ্যায় বিজ্ঞাপন আকর্ষণ করে। তাই দূরদর্শন ও অন্য কয়েকটি চ্যানেল প্রতিঘণ্টায় সংবাদ প্রচার শুরু করেছে।

সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠানও নানারকম হতে পারে। প্রধান সংবাদ বা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা নিয়ে মুখোমুখি আলোচনা হতে পারে, বিশেষজ্ঞের মতামত ভিত্তিক অনুষ্ঠান হতে পারে, সপ্তাহের বা দিনের এবং সাম্প্রতিক সবচেয়ে আলোচিত ঘটনা নিয়ে বিশ্লেষণী আলোচনা হতে পারে। কোনো ঘটনা (হতে পারে বড় কোনো ট্রেন দুর্ঘটনা) কেন কীভাবে ঘটলো, তার সম্ভাব্য কারণ কী হতে পারে, এরকম ঘটনার পূর্বাপর ইতিহাস, কোনো অপ্রিয় ঘটনা ঘটলে তা রোধ করার উপায়, ঘটনা সম্পর্কে রাজনৈতিক মহল ও সাধারণ মানুষের প্রতিক্রিয়া এবং তার ভালমন্দের দিক নিয়ে আলোচনা ও তথ্যসাপেক্ষে বিশ্লেষণ সহযোগেই তৈরি হতে পারে সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান। সাম্প্রতিক, সাময়িক ইস্যু বা এই মুহূর্তের ঘটনাবলীর উপর হয় বলেই পরিভাষায় এই ধরনের অনুষ্ঠানকে বলা হয় **'কারেন্ট অ্যাফেয়ার্স প্রোগ্রাম' (চলিত ঘটনাবলীর অনুষ্ঠান)**।

৬.৪.৪ তাৎক্ষণিক প্রদর্শনমূলক অনুষ্ঠান

তাৎক্ষণিক প্রদর্শনমূলক অনুষ্ঠান বলতে বোঝায় সরাসরি অনুষ্ঠান। যাকে পরিভাষায় বলা হয় 'লাইভ'। 'অনুষ্ঠান' কথাটাও সবসময়ে একই অর্থে সমানভাবে প্রযোজ্যও নয়। তবে যা অনুষ্ঠিত হয়ে চলেছে, তাকে অনুষ্ঠানস্থল থেকে সরাসরি দেখানো এক অর্থে অনুষ্ঠান তো বটেই। ক্রিকেট-ফুটবল খেলা, ফ্যাশন শো, সুন্দরী প্রতিযোগিতা, পুরস্কার প্রদান, এমনকী কোনো বিশিষ্ট ব্যক্তির অন্তিম যাত্রা বা শেষকৃত্য—সবই অনুষ্ঠান, তবে সরাসরি। অর্থাৎ যেমন ঘটছে, তেমন দেখানো। এমনিভাবে সংসদে বা বিধানসভায় অর্থমন্ত্রীদের বাজেট পেশ করাও সরাসরি দেখানো হয়। আমাদের দেশে বেশিরভাগ সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচার করে থাকে দূরদর্শন। দূরদর্শনের প্রচারসীমা অনেক বেশী। আবার এমনও ঘটে, প্রচারের স্বত্ব অন্য কোনো টেলিভিশন চ্যানেলকে দেওয়া হলে (বিদেশী চ্যানেলও হতে পারে), দূরদর্শন তা প্রচারের সুযোগ পাবে না। এরকম সরাসরি প্রচারের স্বত্বও কোন্ চ্যানেলকে দেওয়া হবে, তা নিয়েও প্রতিযোগিতা চলে। কার্যত নীলামও ডাকা হয়। এই সরাসরি



প্রচারের সুবাদে কয়েকটি চ্যানেল শুধু খেলাধুলোর অনুষ্ঠানের মধ্যেই নিজেদের সীমিত রেখেছে। তাই এগুলি স্পোর্টস চ্যানেল হিসেবেই চিহ্নিত। অন্য অনুষ্ঠানের সরাসরি প্রচারেও স্বত্ব-ব্যবস্থা চালু আছে। এই কারণে এমনও ঘটে থাকে, ভারতীয় দল দেশের বাইরে কোথাও কোনো দলের সঙ্গে খেলছে—অথচ প্রচারস্বত্ব না থাকায় দূরদর্শনেও তা প্রচারের সুযোগ থাকে না। এমনকী খেলার অংশবিশেষ (Clippings) ব্যবহার করতে হলেও প্রচার-স্বত্বাধিকারী চ্যানেলের কাছ থেকে কিনেও নিতে হতে পারে। অনুমতি তো অবশ্যই প্রয়োজন। এই সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচারের এক্তিয়ার যে চ্যানেলের যত বেশি, সেই চ্যানেলের দর্শক টানার ক্ষমতাও বেশি। কারণ দর্শকদের আগ্রহ এবং সম্ভাব্য জনপ্রিয়তার মাপকাঠিতেই চ্যানেলগুলি সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচারের সিদ্ধান্ত নেয় এবং স্বত্ব দখলের প্রতিযোগিতায় অংশ নেয়।

৬.৫ দর্শক আকর্ষণের উপায়

টেলিভিশনে অনুষ্ঠান তৈরির কথা ভাবতে গিয়েই প্রথমে মনে আসে, পর্দার সামনে দর্শককে টেনে ধরে

রাখার উপায় কী? আজকের দিনে টেলিভিশন সর্বাধিক আকর্ষক সম্প্রচারমাধ্যম, টেলিভিশন চ্যানেলগুলিতে অনুষ্ঠানের জন লক্ষ লক্ষ্য টাকা ব্যয় হচ্ছে। চ্যানেলে চ্যানেলে যুদ্ধ। প্রতিযোগিতায় শীর্ষে থাকা এবং টিকে থাকার লড়াই। অতএব এই সম্প্রচার ব্যবসাও এখন খোলা-বাজারেরই অন্তর্গত। সুতরাং দর্শকের মনোরঞ্জনের জন্যই অনুষ্ঠান-পরিকল্পনার প্রতিযোগিতা। ঝকঝকে, অনায়াস, উজ্জ্বল, মনমাতানো অনুষ্ঠান-ভাবনাই বড় জায়গা নিচ্ছে। এমনকী অনুষ্ঠান দেখার বিনিময়ে প্রতিযোগিতা, কুইজ প্রশ্নোত্তর—এ সবের মাধ্যমে দর্শকদের প্রাপ্তিযোগও ঘটছে।

টেলিভিশনের একটা অনুষ্ঠানের সাফল্য নির্ভর করে, অনুষ্ঠানটি দর্শকদের কতখানি টেনে রাখতে পারছে, তার ওপর। এই টেনে রাখারও ধারাবাহিকতা থাকা চাই। যদি তা না থাকে, তা হলে দর্শক তার চোখ অন্য চ্যানেলের অন্য অনুষ্ঠানে ঘুরিয়ে নেবে।

সাধারণত অনুষ্ঠানের মূল বিষয়বস্তুতেই দর্শকরা আকৃষ্ট হন। তাদের আবেগ জড়িয়ে থাকে এই বিষয়বস্তুর সঙ্গেই। এই বিষয়বস্তু বা অন্তবস্তু যদি তাদের টেনে রাখতে পারে, তবেই ধারাবাহিকভাবে সেই অনুষ্ঠান দেখার আগ্রহ তৈরি হয়, নচেৎ নয়। কারো অভিযানমূলক ছবি, কারও বীভৎসতা, কারও ধর্মীয়-আখ্যান, কারো বা রোম্যান্টিকতায় ভরা দৃশ্য বা কাহিনী ভাল লাগে। এমনি করেই ভৌতিক, আধিভৌতিক অনেক অসম্ভবের কাহিনীও দর্শকদের চোখ আটকে দেয় টিভির পর্দায়।

দর্শক টানার কিছু বাজার চলতি হুক আছে। অভিজ্ঞতাই বলে, একই রকম হুক বেশিদিন কাজ দেয় না। যৌনতা, হিংসা, মারমুখী আক্রমণ, পাল্টা আক্রমণ, ব্যক্তি আক্রোশ, অবাধ আগ্নেয়াস্ত্রের ব্যবহার এবং বিভীষিকাময় কাহিনী নানা মোড়কে উপস্থিত করা হয়। এসব দর্শকদের, বিশেষ করে তরুণ বয়সের দর্শকদের খুবই আকৃষ্ট করে। মানুষের স্বাভাবিক প্রতিক্রিয়া মাথায় রেখেই এইসব উপকরণ দিয়েই ছবি তৈরি হয়। কিন্তু

এই প্রক্রিয়ায় দর্শকদের বেশিদিন বেধে রাখা যায় না। ভয়, হিংসা, যৌনতা জড়িয়ে যে অনুষ্ঠান, সেই ধরনের 'মশালা' ছবি বা অনুষ্ঠানে প্রয়োগের বাড়াবাড়ি থাকলে, তাও বুমেরাং হতে বাধ্য। এতে অনুষ্ঠানের এবং চ্যানেলের সুনাম বেশিদিন ধরে রাখা কঠিন।

তাহলে দর্শকের কথা ভেবে সঠিক পথে অগ্রসর হওয়ার উপায় কী?

অনুষ্ঠানটি করার লক্ষ্য আগে স্থির করতে হবে। অনুষ্ঠানের মাধ্যমে কোথায় পৌঁছতে চাই এবং দর্শকদের কাছে কী বার্তা পৌঁছে দিতে চাই, তা ঠিক করতে হবে। যদি অনুষ্ঠানের লক্ষ্যই স্থির না থাকে এবং এ বিষয়ে সকলেই সহমতে না পৌঁছতে পারেন—তাহলে সেই অনুষ্ঠানের সাফল্য কীভাবে সম্ভব? দর্শককেই বা সেই অনুষ্ঠান কীভাবে আকৃষ্ট করবে? প্রথমে কোথায় পৌঁছতে হবে, এটা জানা থাকলে, পরবর্তী পর্যায়ে কোথায় পৌঁছোতে হবে, তার ছবিটা তখন স্পষ্ট হয়ে যাবে। কোন শ্রেণির, কোন বয়সের দর্শক অনুষ্ঠানটি দেখবেন,

এমনকী অনুষ্ঠানটি পরিবেশন করা হবে কোন সময়ে, কত বেশি সংখ্যক দর্শকের কাছে উপস্থিত করা যাবে—তাও গুরুত্বপূর্ণ।

এই লক্ষ্যে পৌঁছোনোর জন্য অনুষ্ঠানের মূল বিষয়টি নিয়ে ভালোভাবে বিশ্লেষণ করা দরকার। ধরা যাক, অনুষ্ঠানটি যদি হয় পরামর্শমূলক, তাহলে পরিষ্কার বুঝে নিতে হবে, এই পরামর্শ কাদের। অর্থাৎ কোন শ্রেণি বা গোষ্ঠীভুক্ত দর্শকের জন্য? এর কী উপযোগিতা? উপযোগিতা বুঝে এই পরামর্শ কতটা বাস্তব, তার ভাল ও মন্দ, প্রিয় ও অপ্রিয় এবং সুদূরপ্রসারী প্রতিক্রিয়া মাথায় রেখে, সুন্দর, অভিনব এবং আকর্ষক ভঙ্গিতে উপস্থাপন করতে হবে। টেলিভিশনের পর্দায় একটা মাত্র ক্যাপশন, নির্দেশ, উদ্ধৃতি, বিবৃতি, বিজ্ঞপ্তি, সবই আকর্ষক ভঙ্গিতে উপস্থিত করা যেতে পারে। অনুষ্ঠান হতে হবে স্মার্ট অ্যান্ড স্লিক, অর্থাৎ টাটকা, তাজা, উদ্দীপক, একেবারে নতুন রকম।

এমনিভাবেই অনুষ্ঠানের বিষয় যদি হয় নিতান্তই বিনোদন, সংবাদ বা তথ্য পরিবেশন, সামাজিক, ধর্মীয় বা রাজনৈতিক ঘটনা—তবে সেই অনুষ্ঠানকে ঘিরে লক্ষ্য ও উদ্দেশ্য স্পষ্ট করে নিতে হবে। মনে রাখা দরকার মানুষ হিসেবে কারও আত্মসম্মান, গৌরব ও মর্যাদাবোধে আঘাত করা যেন কোনো অনুষ্ঠানের উদ্দেশ্য না হয়।

৬.৬ সারাংশ

দর্শক টেলিভিশনের অনুষ্ঠান দেখেন তাঁর মর্জি বুঝে। কিন্তু এই মন-মর্জি কখন কেমন থাকবে তা আগাম বলা যায় না বলেই বিচিত্র স্বাদের অনুষ্ঠান হাজির করত টেলিভিশনে। বেশি দর্শক টানার জন্য তারকা-খচিত আকর্ষণ থেকে নানা আকর্ষণে দর্শকদের মনোরঞ্জনের চেষ্টা করেন চ্যানেল কর্তারা এবং অনুষ্ঠান নির্মাতারা। যেখানেই দর্শক নিজেকেই খুঁজে পায় ও তাকে আনন্দ দেয়, কখনো একান্ত প্রয়োজনীয় তথ্য জানার সুযোগ পায়—তেমন চ্যানেলের প্রতিই সে সেই মুহূর্তে আকৃষ্ট হতে পারে। কোনো না কোনোভাবে নিজের উপস্থিতি বা অংশগ্রহণের সুযোগ থাকে বলেই কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠান বেশি দর্শককে আকৃষ্ট করে। সাধারণভাবে আঙ্গিক এবং বিষয়বৈচিত্র্যের দিক থেকে অনুষ্ঠান চারপ্রকার। বিনোদন, সংবাদ, কথোপকথন ও তাৎক্ষণিক। মনে রাখতে হবে, কথোপকথনের অনুষ্ঠানও বিনোদনমূলক হতে পারে, সংবাদ ভিত্তিক অনুষ্ঠানও কথোপকথনমূলক হতে পারে। আবার তাৎক্ষণিক অনুষ্ঠানেও বিনোদনের ছোঁয়া থাকতে পারে (যেমন 'ফ্যাশন শো')। দর্শক টানার মতো অনুষ্ঠান করতে গেলে দর্শকরুচি (দর্শকের বৃহত্তম অংশের) বুঝতে হবে, অথবা প্রচলিত দর্শকরুচির ধারাকে ভেঙে দেবার মতো আরও জোরালো প্রভাবশালী অভিনব অনুষ্ঠানের আয়োজন করতে হবে।

৬.৭ অনুশীলনী

১। টেলিভিশনের অনুষ্ঠানকে প্রধানত আমরা কয় ভাগে ভাগ করতে পারি? সেই ভাগগুলি উদাহরণ সহযোগে ব্যাখ্যা করুন।

২। কথোপকথনমূলক অনুষ্ঠান কী? কথোপকথনের আঙ্গিকে বিনোদনের অনুষ্ঠান কেমন হতে পারে?

৩। দর্শককে অনুষ্ঠানের প্রতি আকৃষ্ট করার উপায় কী? ইদানীং কোন ধরনের অনুষ্ঠান দর্শকদের বেশি টানছে, এবং কেন—নিজের অভিজ্ঞতার আলোকে তা আলোচনা করুন।

৬.৮ গ্রন্থপঞ্জী

- Television Programming across nation boundaries : E Eugster.
- Public Broadcasting : Accountability and Efficiency : R. Foster.

একক ৭ □ মাথাঘামানোর গুরুত্ব

গঠন

৭.১ উদ্দেশ্য
৭.২ প্রস্তাবনা
৭.৩ মাথা-ঘামানোর গুরুত্ব
৭.৩.১ মিলিত মাথাঘামানো
৭.৩.২ সংবাদ নিয়ে মাথাঘামানো
৭.৩.৩ রুটিনের বাইরেও মাথাঘামানো
৭.৩.৪ পর্যালোচনাও এক ধরনের মাথাঘামানো
৭.৪ সারাংশ
৭.৫ অনুশীলনী
৭.৬ গ্রন্থপঞ্জী

৭.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- টেলিভিশনের অনুষ্ঠান প্রস্তুতি ও নির্মাণ সম্পর্কে, মাথাঘামানোর সুফল ও উপযোগিতা সম্পর্কে ধারণা হবে।
- কোনো বিষয় নিয়ে নির্দিষ্ট সময় বেঁধে মাথাঘামানোর টেলিভিশনের অনুষ্ঠান আরও কীভাবে মার্জিত, উন্নত হবে—উদাহরণ সহযোগে তার ব্যাখ্যা মিলবে।
- মাথাঘামানোর আবশ্যিক শর্তগুলি কী, তা জানা যাবে।
- প্রতিযোগিতার বাজারে মাথাঘামানোর প্রয়োজনীয়তা কতখানি, তা বোঝা যাবে।

৭.২ প্রস্তাবনা

ধরা যাক, একটিই মাথা (অর্থাৎ মস্তিষ্ক), একজনই নিদের্শক, একজনই নিয়ন্তা—মাত্র একজনেরই ভাবনার পথ ধরে চলে একটি সংগঠন—তাহলে সেই সংগঠনের কতখানি সাফল্য আমরা আশা করতে পারি? কিন্তু এককেন্দ্রিক একনায়কোচিত নিয়ন্ত্রণের বাইরেও অবাধ চিন্তাস্রোতে যোগ্য ব্যক্তিদের বুদ্ধি মেধা এবং পরামর্শ যদি মেলানো যায়, তখন কি আমরা বেশি সুফল পাব না? পৃথিবীতে যে কোনো সাফল্যের পেছনেও কোনো না কোনোভাবে মাথাঘামানো, অর্থাৎ মিলিত চিন্তা, পরামর্শের বড় ভূমিকা আছে। রাজাও কোনো সিদ্ধান্ত নেবার আগে মন্ত্রী, বিশেষজ্ঞ, এমনকী প্রজাদের **প্রতিনিধি-স্থানীয়ের** পরামর্শ নিতেন। সেই প্রক্রিয়া আজও চলেছে। যেহেতু এই চিন্তাকে আরও তীক্ষ্ম, সৃজনশীল করে তোলার প্রয়োজন হচ্ছে। তাই এই চিন্তা ও মাথাঘামানোর সঙ্গে যুক্ত হয়েছে পেশাদারিত্ব ও তৎপরতা। একটি সংস্থা আজ যদি একটা নতুন পণ্য বাজারে ছাড়ে, তবে তার আগে মাথাঘামানোর বিভিন্ন পর্যায় থাকে। সেই পণ্যের কাটতির সম্ভাবনা, গ্রাহকদের ক্রয়প্রবণতা,

পণ্যটির উপযোগিতা, তাকে আকর্ষক করে তোলার বিভিন্ন পর্যায়ে সংশ্লিষ্ট সবস্তরের কর্মী বিশেষজ্ঞদের নিয়ে মাথাঘামানোর প্রয়োজন হবেই। টেলিভিশনের অনুষ্ঠানে বা সংবাদেও তাই।

৭.৩ মাথাঘামানোর গুরুত্ব

আমরা বলি, উদয়াস্ত মাথার ঘাম পায়ে ফেলে খেটে তবে দুটো পয়সা রোজগার করতে হচ্ছে। এই মাথার ঘাম পায়ে ফেলা যাতে ব্যর্থ না হয়, সেজন্য সকলেরই কাজটা করার আগে রীতিমত বিষয়টা নিয়ে মাথাঘামানো (Brainstorming) দরকার। যে কোনো কাজেই এটা দরকার। 'ভাবিয়া করিও কাজ' নীতি মেনে চলতে গেলে আগাম ভাবনাটাই হল রীতিমত মাথাঘামানো। আলোচনা, কথা, তর্ক, যুক্তি পাল্টাযুক্তি প্রশ্রয় দিয়েই মাথা ঘামাতে হবে। একা কোনো বিষয়ে মাথা ঘামাতে গেলে নিজেকেই নিজের প্রতিপক্ষের আসনে বসাতে হবে। কোনো বিষয়ের, কোনো পরিকল্পনার ভালমন্দ, সুন্দর, আরো সুন্দর—সব কিছু নিয়ে নিজের সঙ্গে নিজেকেই তর্ক করতে হবে। গোষ্ঠীগতভাবেও এই মাথাঘামানোর কাজ হতে পারে। এটা আরও স্বাস্থ্যকর। যেকোনো অনুষ্ঠানের ক্ষেত্রেই এই মাথাঘামানোর ব্যাপারটা খুবই জরুরি। জ্ঞাপন বা কমিউনিকেশনে সাফল্যের অন্যতম চাবিকাঠি হিসেবে যে মাথাঘামানোর কথা বলা হয়, সেখানেও একক নয়, মিলিত ভাবনার ওপরেই সবচেয়ে বেশি জোর দেওয়া হয়েছে। আজকের প্রযুক্তির এই সাফল্যের যুগে মিলিত মাথা ঘামানো বলতে টেবিলের এপারে ওপারে মুখোমুখি বসার কোনো প্রয়োজন নেই, ভিডিও কনফারেন্সি-এর সাহায্যেও (অর্থাৎ দুই শহরের দুই প্রান্তে বসেও যেন দুই টেলিভিশন সেটে মুখোমুখি কথা হচ্ছে) তা সম্ভব।

৭.৩.১ মিলিত মাথাঘামানো

কোনো টেলিভিশন চ্যানেলেও অনুষ্ঠানের প্রযোজক তার পরিকল্পনাটি নিয়ে ক্যামেরা পার্সন, সাউণ্ড ইঞ্জিনিয়ার, লাইটিং ইঞ্জিনীয়ার, সেট ডিজাইনার বা আর্ট ডিরেক্টর—সকলকে নিয়েই মিলিতভাবে মাথা ঘামাতে পারেন। বারে বারে সমীক্ষা চালিয়ে দেখা গেছে, একা একা করার চাইতে গোষ্ঠীগতভাবে কোনো বিষয়ে আলোচনা অনেক বেশি কার্যকর এবং এমনটাই হওয়া উচিত। কোনো বিষয় নিয়ে একা একা মাথা ঘামালে

হয়তো অনেক ক্ষেত্রে নিজেকে দিশেহারা মনে হতে পারে, অথবা একটা সিদ্ধান্ত গ্রহণযোগ্য মনে হলেও যাচাই করে না দেখা পর্যন্ত নিজের মধ্যে আস্থার অভাবও ঘটতে পারে। এক্ষেত্রে সহকর্মী সহযোগী সকলকে নিয়ে মাথা ঘামালে অনেক বেশি সুফল দিতে পারে। মিলিতভাবে এই মাথাঘামানোর ব্যাপারটা কোনো কাজ হাতে নেবার আগে একটা অভ্যস্ত রীতি। একজন চাষী এবার ক্ষেতে কী চাষ করবেন, কোন চাষে তিনি গতবারের লোকসান পুষিয়ে নিতে পারবেন, কোন চাষ বেশি অর্থকরী হবে, সেচের জল কোথা কেমন করে পাবেন, তার খরচ কত—সবই তাকে আগাম ভেবে নিতে হবে। মাথা ঘামিয়ে সিদ্ধান্তে পৌঁছতে তার তিনদিন সময় লেগে যেতে পারে। মাথাঘামানোর এই কাজ গ্রামের আরও কয়েকজন চাষীভাইয়ের সঙ্গে মিলিতভাবে হতে পারে এবং তা হয়েও থাকে।

তাই সব ক্ষেত্রেই মাথাঘামানো হল সাফল্যে পৌঁছোনোর প্রাথমিক পর্বে একটা জরুরী প্রক্রিয়া।

একটি বিজ্ঞাপন প্রস্তুতকারক সংস্থা যখন একটি বিজ্ঞাপন তৈরি করেন, তখনও এই প্রক্রিয়া চলে। ধরা যাক, কোনো একটি শিল্প উৎপাদক সংস্থা বিজ্ঞাপন সংস্থাটিকে দায়িত্ব দিয়েছে সংবাদপত্রে ছাপার জন্য একটি আকর্ষণ বিজ্ঞাপন তৈরির। যে-পণ্যটির (Product) জন্য বিজ্ঞাপন হবে, ক্রেতাকে আকৃষ্ট করতে গেলে কেমন হবে তার উপস্থাপনা, কেমন হবে তার ছবি অথবা মডেল (অথবা আদৌ কোনো মডেল বা ছবি থাকবে কিনা), কী কথা লেখা হবে ছবির পাশে (আদৌ কথা থাকবে কিনা), বিজ্ঞাপনের কোথায় কেমন ব্যবহার হবে রঙ—এই সবকিছু বিজ্ঞাপনটি তৈরির সঙ্গে যুক্ত আর্টিস্ট, কপিরাইটার সকলকে নিয়েই মিলিতভাবে মাথাঘামানো দরকার। মনে রাখা দরকার, আকর্ষক বিজ্ঞাপনটি উৎপাদক সংস্থার ঊর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষ অনুমোদন করলে তবেই ছাপা যাবে, নচেৎ নয়। এক্ষেত্রে বিজ্ঞাপন সংস্থার কাছে শিল্প উৎপাদক সংস্থাটি একটি শাঁসালো খদ্দের **ক্লায়েন্ট** (Client)। খদ্দের কেউ হাতছাড়া করতে চাইবে না বলেই মাথাঘামিয়ে বিজ্ঞাপনে এমন এক অভিনবত্ব আনতে হবে—যা তাকে চমকে দিতে পারে।

সংবাদপত্রের ক্ষেত্রেও ব্যাপারটা এইরকম। সংবাদ সংগ্রহে, সংগৃহীত সংবাদ পরিবেশনে, প্রধান সংবাদ হিসেবে কোন ঘটনাটি কেমনভাবে পরিবেশিত হবে, পাশে ছবি থাকবে কিনা, থাকলে কেমন থাকবে, প্রতিদ্বন্দ্বী অন্য সংবাদপত্রের পাশাপাশি পাঠক টানার জন্য প্রতিদিনই তাজা দুরন্ত পরিকল্পনা চাই। এই জন্যই সংবাদপত্রের নির্বাহী সম্পাদক, বার্তা সম্পাদক, মুখ্য সংবাদদাতা, বিশেষ সংবাদদাতা, গ্রাফিক আর্টিস্ট, ফটোগ্রাফার সংবাদপত্র চূড়ান্ত ছাপতে যাবার আগে সকাল থেকে দফায় দফায় বৈঠক করছেন, অর্থাৎ মিলিতভাবে মাথা ঘামাচ্ছেন।

টেলিভিশন মোটেই এর ব্যতিক্রম নয়। টেলিভিশনে সংবাদ বা অন্য যে কোনো অনুষ্ঠান তৈরির ক্ষেত্রেই কার্যকরী এবং ফলপ্রসু। মিলিত চিন্তার উদ্ভাবনী শক্তি ও সৃজন ক্ষমতা অনেক বেশি। যেকোনো পরিকল্পনাকে সার্থক রূপ দিতে, কোনো হঠাৎ উদ্ভূত সমস্যার সমাধানে সবাই মিলে মাথা ঘামানোর কোন বিকল্প নেই। সকলের চিন্তা কেন্দ্রীয় বিন্দুতে মিশলে কোনো পরিকল্পনা ও সৃষ্টি বিস্ফোরণ ঘটাতে পারে। সব সময়েই বলা হয়, টেলিভিশনে অনুষ্ঠান প্রস্তুত করা থেকে প্রচারের মুহূর্ত পর্যন্ত পুরোটাই দল বেঁধে সমান দক্ষতার কাজ (Team work)। এই মাথাঘামানোর পর্ব যখন চলবে, তখন পদাধিকার পদ-মর্যাদা ভুলে খোলামেলা আলোচনার পরিবেশ থাকা দরকার। তবে চিন্তা, প্রস্তাব, পাল্টা প্রস্তাব, ভিন্নমত নিয়ে আলোচনার সময় বিষয় থেকে সরে আসা, অর্থাৎ বিষয়চ্যুতি বা কেন্দ্রচ্যুতির ব্যাপার যেন না ঘটে সেদিকে নজর রাখতে হবে। এক্ষেত্রে গাইডলাইন বা নির্দেশিকার জন্য নেতৃত্ব দিতে হবে প্রযোজক-পরিচালককেই। সহিষ্ণুতা, বিষয় সম্পর্কে গভীরতা নিয়েই মাথাঘামাতে বসতে হবে। এমনকী বসার আগে নিজে নিজে মাথা ঘামানো মিলিত প্রয়াসের কাজকে অনেকটাই সহজ এবং সচ্ছন্দ করে দিতে পারে।

❖ সফল মাথাঘামানোর শর্ত :

মাথা-ঘামাতে বসতে গিয়ে **প্রথম শর্ত** হিসেবে মানতে হবে যে নিতান্তই কেউ কাউকে সমালোচনার জন্য সমালোচনা বা প্রশংসার জন্য প্রশংসা করবেন না। মাথা ঘাঁমাতে বসে হঠাৎ কাউকে বড় করে দেখানো, কারও সম্পর্কে বেশিরকম উচ্ছ্বাস, যেন অকারণ গুরুত্ব না পায়। পারস্পরিক আচরণে কেউ যেন কারও খোলামেলা ভাব প্রকাশে অবরোধ না তৈরি করেন। বরং সবাই যাতে সমানভাবে তাদের পরিকল্পনা এবং মনের কথা খুলে বলতে পারেন, সেদিকে নজর রাখতে হবে। **দ্বিতীয় শর্ত** হল, দলনেতাকে (এখানে প্রযোজক) অংশগ্রহণকারী সকলকে এতটাই উৎসাহ দিতে হবে, যাতে তারা মনের কথা পরিকল্পনা খুলে বলতে আগ্রহী হন। তবেই নতুন নতুন ভাবনা নানামুখী স্রোত আসবে। সুতরাং দলনেতার অকারণ নিয়ন্ত্রণ বা খোলামেলা আলোচনার রাশ টেনে ধরা উচিত নয়। মাথাঘামানোর সময় একে অপরকে ভাবনার খেই ধরিয়ে দিচ্ছেন এমন (একা বাহাদুরি নেবার মানসিকতা বর্জন করে) পরিবেশ তৈরি করা দরকার। **তৃতীয় শর্ত হল**, সময়সীমা বেঁধেই মাথা ঘামাতে হবে। এজন্য অফুরন্ত সময় ব্যয় কোনো কাজের কথা নয়। প্রযোজক যদি মাথাঘামাতে বসার আগেই সময় বেঁধে দেন, তাহলে প্রত্যেকের নিজেদের স্তরে ভাবনার কাজটা অনেক আগেই শুরু হতে পারে। তাছাড়া বাঁধা সময়ে মাথাঘামানোর কাজ সেরে নেওয়া মানেই সকলের চিন্তাস্রোত তাতে অনেক সক্রিয় থাকে। 'হাতে আরও সময় আছে'—এর মতো বিপজ্জনক অজুহাত আর নেই। হাতে অনেক সময় নিয়ে মাথাঘামানো উল্টো ফলও দিতে পারে। কারণ প্রয়োজনের বেশি সময় দেওয়ার অর্থ, চিন্তার আলস্য আসবে। এতে মিলিত মাথাঘামানোর ব্যাপারটা কার্যত নিষ্ক্রিয় হয়ে পড়বে এবং প্রয়াস ব্যর্থ হবে। বিপথে চালিত হবে। তাছাড়া এই কাজে দীর্ঘ সময় ব্যয় করা মানে, সিদ্ধান্ত গ্রহণেই শুধু দেরি নয়, সময়ের অপচয়ের জন্য টাকারও অপচয়। টেলিভিশনের যেকোনো অনুষ্ঠানের জন্য এই মাথাঘামানোর প্রক্রিয়া অবশ্যই একটি শক্তিশালী হাতিয়ার। এই হাতিয়ারটির (ভোঁতা না রেখে ধারালো প্রয়োগে) সঠিক ব্যবহারে একটি অনুষ্ঠান একলাফে অনেকখানি উন্নত মাত্রা পেয়ে যেতে পারে, অনুষ্ঠানটি তৈরির ক্ষেত্রে অনেক জটিল সমস্যার সহজ সমাধান হয়ে যেতে পারে। সবচেয়ে বড় কথা, অনুষ্ঠানটি রূপায়ণের কাজে যারা মিলিত বা যৌথ সিদ্ধান্তে পৌঁছোনো হল, তখন কাজটা করার সময়, তা আপন করে নিতে, আরও যত্নের সঙ্গে সম্পাদন করতে এবং অনুষ্ঠানটিকে প্রত্যেকেই নিজের বলে মনে করতে পারবে। এই মিলিত সার্থকতা কার্যত পরবর্তী অনুষ্ঠানকে আরও উন্নত করার গ্যারাণ্টি দেবে, সকলকে দায়িত্বশীল করে তুলবে, দায়বদ্ধ করবে এবং তাদের সৃজন ক্ষমতা বাড়াবে। ফলে তারা অবাধে নতুন নতুন উদ্ভাবনী শক্তি ও প্রস্তাব নিয়ে এগিয়ে আসবেন।

৭.৩.২ সংবাদ নিয়ে মাথাঘামানো

সংবাদের ক্ষেত্রে এই মাথাঘামানোর ব্যাপারটি কেমনভাবে ঘটবে? মাথাঘামানো বা কোনো বিষয়ে ভাবা—এরদুটো স্তর আছে। এই ভাবা বা মাথাঘামনো পেশাদারী দক্ষতায় অভ্যাস করার অর্থ তা কোনো কাজের প্রস্তুতি, নির্মাণ ও সৃষ্টির দিকেই চালিত হবে। এ ভাবনা কোনো দুর্ভাবনা নয়, উদ্যমের সঙ্গে কোনো কাজকে সার্থকভাবে রূপায়িত করার জন্যই এই মাথাঘামানো। এর দুটো স্তরের মধ্যে একটি হতে পারে ব্যক্তিগত স্তরে, আরেকটি হতে পারে মিলিত স্তরে। দুটোরই প্রয়োজন রয়েছে।

ধরা যাক, কোনো একটি টেলিভিশন কেন্দ্রের সংবাদ কক্ষে বসে স্থির হয়েছে, আজ কী কী বা কোন্ কোন্ সংবাদ সংগ্রহ করা হবে। কোন সাংবাদিক বা রিপোর্টার, ক্যামেরাম্যান বা অন্যান্য সহযোগীরা এই সংবাদ সংগ্রহের দলে থাকবেন, তাও চূড়ান্ত হয়েছে। মনে রাখা দরকার, সংবাদ সংগ্রহ সম্পর্কে এই আগাম সিদ্ধান্ত

নেওয়া সম্ভব একমাত্র তখনই, যেক্ষেত্রে আজ সম্ভাব্য কী কী ঘটতে চলেছে (যেমন, কলকাতায় বুদ্ধিজীবীদের যুদ্ধ-বিরোধী মিছিল, কোথাও জল প্রকল্পের উদ্বোধন, মুখ্যমন্ত্রীর জেলা সফর) তা আগে থেকেই জানার সুযোগ আছে। এইসব সম্ভাব্য খবরের কিছু জানা যায় আহ্বায়ক বা সংগঠকদের নিমন্ত্রণপত্রের মাধ্যমে (সংবাদটি প্রচারের জন্য অনুরোধ জানিয়ে চিঠি), কিছু সংবাদপত্র, অন্য টেলিভিশন চ্যানেল বা সরকারী ও বেসরকারী সূত্রে জানা যায়। যেকোনো ভাবেই হোক আগাম জানতে পারা সব সম্ভাব্য খবরই যে সংগ্রহ (যাকে বলা হয় News gathering বা News Coverage) করতে হবে বা করার যোগ্য—এমনটা নাও হতে পারে। এর বাইরেও সংবাদ আছে, যার ক্ষেত্র আরও অনেক বড়ো। এ সম্পর্কে আগাম জানা বা আঁচ পাওয়ার কোনো সম্ভাবনাই নেই (যেমন কোনো দুর্ঘটনা, ঘূর্ণিঝড়, কোনো বিশিষ্ট ব্যক্তির আকস্মিক প্রয়াণ, শহরে ট্রাফিক জ্যাম, দুই গোষ্ঠীর মারমুখী সংঘর্ষ, এমনকী আমেরিকায় বাণিজ্য টাওয়ার ধ্বংসের মতো ঘটনা), এমন অঘোষিত, অজ্ঞাত ঘটনা ও পরিস্থিতির জন্য টেলিভিশন সংবাদের কর্তাদের প্রস্তুত থাকতে হবে। এসব ঘটনার জন্য কোনো নিমন্ত্রণপত্র বা সংবাদটি প্রচারের জন্য অনুরোধ জানিয়ে কোনো চিঠি আসবে না। অথচ সংবাদের স্বার্থেই দর্শকের অনিবার্য চাহিদা পূরণের জন্যই এমন সংবাদকে অগ্রাধিকার দিতে হতে পারে।

৭.৩.৩ রুটিনের বাইরেও মাথাঘামানো

এই জটিলতা বা দায়িত্বকে মাথায় রেখেই মাথাঘামানোর অভ্যাস বা রুটিন তৈরি করতে হবে। যে সম্ভাব্য খবরগুলি সম্পর্কে আগাম জানার সুযোগ আছে, তা নিয়েও মাথাঘামানোর প্রয়োজন আছে। যাদের এই সংবাদ সংগ্রহের দায়িত্ব দেওয়া হল, তারা যেমন খবরটি কেমনভাবে, কতটা দ্রুত, কোন দিকটি বিশেষ গুরুত্ব দিয়ে সংগ্রহ এবং প্রচার করা উচিত—সে সম্পর্কে ভাববেন, তেমনি আবার বার্তা সম্পাদক (News Editor), নির্বাহী সম্পাদক (Executive Editor), মুখ্য সংবাদদাতার (Chief Reporter) সঙ্গে মিলিত বৈঠকেও সেদিনের সম্ভাব্য সংবাদ সংগ্রহের কৌশল, প্রকৌশল, নীতি, দৃষ্টিকোণ স্থির করা যেতে পারে। টেলিভিশনে সংবাদ বিভাগে এটা প্রাত্যহিক অভ্যাস। আজকের দিনে এটা আরও বেশি প্রয়োজন, কারণ টেলিভিশন চ্যানেলগুলির মধ্যে আজ চরম প্রতিযোগিতা। একই সংবাদ কতখানি আকর্ষক মোড়কে, দ্রুত অন্য চ্যানেলের চাইতেও এগিয়ে থেকে প্রচার করা যায়, তার জন্য আগেভাগেই মাথাঘামানো, এমনকী কাজটা করতে করতে, অর্থাৎ ঘটনাস্থলেও মাথাঘামানোর প্রয়োজন আছে বৈকি। তাই ঘড়ি ধরে রুটিনমাফিক মাথাঘামানোই শেষ নয়, সর্বক্ষণ চলছে এই প্রক্রিয়া।

কিন্তু আচমকা ঘটনা বা দুর্ঘটনা যেকোনো মুহূর্তেই ঘটতে পারে, তা নিয়েও দ্রুত মাথা-ঘামানোর একটা প্রক্রিয়া নিজেদের স্তরেই উদ্ভাবন করতে হবে। এই প্রক্রিয়া একজন টেলিভিশন সাংবাদিক বা একটি চ্যানেলের সংবাদকর্মীদের সঙ্গে অন্য চ্যানেলের মিল নাও থাকতে পারে। উদ্ভূত পরিস্থিতিতে, সীমিত সহায়তার মধ্যেই উপায় উদ্ভাবন করতে হবে। দক্ষতার সঙ্গে দ্রুত মাথাঘামানোর অভ্যাস যারাই গড়ে তুলতে পারবেন, সাফল্যের পথে তারা এগিয়ে যাবেন অনেকখানি। নিমন্ত্রণপত্র, অনুরোধপত্র (সংবাদ প্রচারের জন্য) বা অজ্ঞাত ঘটনা, দুর্ঘটনা ছাড়াও সংবাদকর্মীদের ব্যক্তিগতভাবে নিজেদের স্তরে এবং মিলিতভাবেও মাথাঘামানোর সূত্রে বেরিয়ে আসতে পারে, নতুন নতুন বিশেষ খবর করার অভিনব দৃষ্টিকোণ বা পরিকল্পনা।

৭.৩.৪ পর্যালোচনাও এক ধরনের মাথাঘামানো

রুটিন-মাফিক মাথা ঘামানোর জন্য বৈঠকে বসা ছাড়াও এই প্রক্রিয়া সারাদিন রাতই নিরন্তর চলতে থাকে, চলা উচিত। নিষ্ক্রিয় হলেই পিছিয়ে পড়তে হবে। প্রচারিত অনুষ্ঠান বা সংবাদ-এর ত্রুটি-বিচ্যুতি সার্থকতা,

ব্যর্থতা নিয়ে আলোচনাও এক ধরনের মাথাঘামানো। কেউ কেউ এটাকে পর্যালোচনা বৈঠক (Review meeting) বলে অভিহিত করেন। কিন্তু মনে রাখা দরকার কোনো প্রচারিত সংবাদের ত্রুটি-বিচ্যুতি চিহ্নিত করা বা তা আরও কীভাবে ভালো হতে পারতো—তা নিয়ে আলোচনার মধ্যে দিয়ে কাজের মানোন্নয়ন বা চিন্তাশক্তি উন্নত করার প্রতিশ্রুতি বা সম্ভাবনা গড়ে তোলাই প্রধান কাজ। এমন অনেক সংবাদ বা ঘটনার মুখোমুখি আমরা প্রতিদিনই হই, যার আয়ু একদিনেই ফুরোয় না। একটি ঘটনার সূত্রেই আরও ঘটনা ঘটতে থাকে (যেমন, গুজরাটে গোধরা কাণ্ড) সেইসব খবরও কীভাবে কোন দৃষ্টিকোণ থেকে সংগৃহীত হবে, তার নীতিও এই ধরনের বৈঠকে স্থির হতে পারে। অভিজ্ঞতায় এমনও দেখা গেছে, একটা জরুরি সংবাদ কোনো কারণে (অজ্ঞতা, গুরুত্ব না বোঝা, বা ইচ্ছাকৃতও হতে পারে) সংগ্রহ বা পরিবেশন করা হয়নি (যাকে পরিভাষায় বলে miss হয়েছে), তা নিয়ে অস্বস্তি দূর করার জন্য সেই খবর নতুন দৃষ্টিভঙ্গীতে উপস্থিত করা যায় কীনা—তারও উপায় উদ্ভাবিত হতে পারে এই পর্যালোচনা বৈঠকে (অন্য অর্থে Brainstorming)। তাছাড়া অন্য চ্যানেলের সংবাদ প্রচার নিয়ে নিয়মিত আলোচনাও নতুন পথের সন্ধান দিতে পারে। সুতরাং এই পর্যালোচনার মধ্যেও মেলে নতুন নতুন অভিনব পরিকল্পনার সূত্র। তাই সংবাদকে আকর্ষক করে তুলতে মাথা ঘামানো একটি শক্তিশালী অস্ত্র।

৭.৪ সারাংশ

মাথাঘামালেই মেধা বাড়ে। মেধা বাড়লেই যে কোনো কাজের মান উন্নত হয়। কাজের মান উন্নত করার যেহেতু শেষ নেই, তাই যেকোনো স্তরেই মাথাঘামানোর প্রক্রিয়া চলে নিরন্তর। সরকারী পরিকল্পনা থেকে চাষবাস, একটি উৎপাদক সংস্থা থেকে রেডিও টেলিভিশনের অনুষ্ঠানের ক্ষেত্রেও এই প্রক্রিয়াটির সার্থকতা সমান। কখনো কখনো 'মাথাঘামানো', 'মতবিনিময়' অথবা 'পারস্পরিক আলোচনার' মধ্যে বিশেষ ফারাক থাকে না। সাধারণভাবে ব্যক্তিগত ও মিলিত মাথাঘামানো বলতে আমরা যা বুঝি, তা নিতান্তই দু'জন বা তিনজনের মধ্যে হতে পারে। সংবাদে একজনের একটি নামের সঠিক উচ্চারণে, কোনো একটি শব্দের বানানে—কোন্ বানানরীতি বা কোন্ উচ্চারণরীতি অনুসরণ করা হবে—তা নিয়েও দ্বিপাক্ষিকস্তরে, কখনো অন্য বিশেষজ্ঞদের নিয়ে অভ্যাস বা রুটিনের বাইরেও মাথাঘামানোর প্রয়োজন হতে পারে। পেশাদারী দক্ষতায় টেলিভিশনের কোনো অনুষ্ঠান বা সংবাদ পরিবেশনায় মাথা-ঘামানোর ভূমিকা অনেকখানি।

৭.৫ অনুশীলনী

১। মাথাঘামানোর গুরুত্ব কী? সার্থক মাথাঘামানোর প্রধান শর্তগুলি কী?

২। ঘড়ি ধরে রুটিনমাফিক মাথাঘামানোর বাইরেও মাথাঘামানোর বাড়তি গুরুত্ব কী, উদাহরণসহ বুঝিয়ে বলুন। নিজের অভিজ্ঞতা ও স্বচ্ছ ধারণা থেকেও উদাহরণ দিতে পারেন।

৩। পর্যালোচনা বৈঠক বা মাথাঘামানোর জন্য নির্দিষ্ট বৈঠকের মধ্যে পার্থক্য কতটা?—বুঝিয়ে বলুন।

৪। ব্যক্তিগত ও মিলিত মাথা ঘামানোর টেলিভিশনের সংবাদের মান কীভাবে উন্নত হতে পারে?

৭.৬ গ্রন্থপঞ্জী

- The Professional Journalist : John Hohenberg.
- Broadcast Journalism, Basic Principles : S. C. Bhatt.

একক ৮ ☐ টেলিভিশনে সংবাদপ্রসঙ্গ, সম্প্রচারের জনক

গঠন

৮.১ উদ্দেশ্য

৮.২ প্রস্তাবনা

৮.৩ সংবাদ ও জ্ঞাপন

 ৮.৩.১ টেলিভিশনের সংবাদে কী চাই

 ৮.৩.২ টেলিভিশন-সংবাদের শুরুর কথা

৮.৪ সম্প্রচারক এডওয়ার্ড মারোর কথা

 ৮.৪.১ প্রচলিত ধারার বাইরে

 ৮.৪.২ সংবাদের গন্ধ পেতেন মারো

 ৮.৪.৩ সাধারণের মাঝে নিয়ে গেলেন মাধ্যমকে

 ৮.৪.৪. কথায় ছবি আঁকা, ধারাভাষ্যে নৈপুণ্য

 ৮.৪.৫ নিরন্তর পড়াশুনো, টেলিফোনের সঠিক ব্যবহার

 ৮.৪.৬ অবিরত প্রশ্ন, কৌতূহল, ইন্টারভিউ

 ৮.৪.৭ কান পেতে শুনতেন, চোখ মেলে দেখতেন

 ৮.৪.৮ টেলিভিশনেও এলেন তিনি

৮.৫ খবর এবং তার বিশ্লেষণ

 ৮.৫.১ সংবেদনশীল মাইক্রোফোনের সামনে

 ৮.৫.২ প্রায় বিশেষণ বর্জিত বাক্য

 ৮.৫.৩ সর্বাধুনিক প্রযুক্তির সঙ্গেই চলেছেন

৮.৬ সারাংশ

৮.৭ অনুশীলনী

৮.৮ গ্রন্থপঞ্জী

৮.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- জানা যাবে সংবাদের সঙ্গে জ্ঞাপনের সম্পর্ক
- টেলিভিশনে সাংবাদিক ও সম্প্রচারকের দায়িত্ব সম্পর্কে ধারণা হবে
- বিশ্বখ্যাত মার্কিন বেতার-সাংবাদিক এডওয়ার্ড আর মারোর সাংবাদিকতা, বৈদ্যুতিন মাধ্যমে সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে মারোর গুণগুলি কেন স্মরণীয়—তা তাঁর কর্মতৎপরতা এবং তাঁরই উদ্ধৃতি দিয়ে বোঝানো হয়েছে।

৮.২ প্রস্তাবনা

টেলিভিশনের মতো বৈদ্যুতিন মাধ্যমে অন্যান্য অনুষ্ঠানের মতোই সংবাদের কাজও 'জ্ঞাপন'। অর্থাৎ জানানো। কী জানাবো, কাকে বা কাদের জানাবো, কেমনভাবে জানাবো—এ ব্যাপারে সম্যক ধারণা থাকা চাই। যা যা সাংবাদিকতার সাধারণ শর্ত, তা টেলিভিশন সাংবাদিকতারও মূল ভিত্তি বলে ধরে নেওয়া যেতে পারে। যেমন,

(ক) নিরন্তর সত্যের সন্ধান

(খ) পরিবর্তনশীল সময়ের সঙ্গে প্রতিযোগিতার মনোভাব নিয়ে পাল্লা দিয়ে চলা

(গ) সাংবাদিকতার মধ্যে দিয়ে জন-পরিষেবা, মানুষের কল্যাণের আদর্শকেই সবার ওপরে রাখা

(ঘ) সত্যের সন্ধানে পূর্ণ স্বাধীনতা

মাধ্যম যেহেতু টেলিভিশন, তাই এখানে সাংবাদিকের দায়িত্ব পালনের প্রক্রিয়াও আলাদা। গভীর বোধ নিয়ে দেখার চোখ, প্রবল আগ্রহ নিয়ে শোনার কান, সংবেদনশীল মন, সক্রিয় মস্তিষ্ক, মুখে সহজবোধ্য অনায়াস সরল সচ্ছন্দ ভাষা, আন্তরিক উজ্জ্বল সপ্রতিভ উপস্থিতি, যেকোনো বিষয়ে যথাযথ জ্ঞান দ্রুত লিখন কুশলতা, কণ্ঠস্বরে মাধুর্য, কঠোর পরিশ্রমে স্বতঃপ্রণোদিত উৎসাহ—এই সব কিছু চাই টেলিভিশনের সাংবাদিকতায়। কিন্তু কঠোর পরিশ্রম সবরকম দুর্বলতা ও অপূর্ণতা মুছে দিতে পারে। নিজেকেই নিজের পরিমাপ করতে করতে অনুশীলন সঠিক পথে চালিত হলে অবশ্যই পেশাদারী দক্ষতা অর্জন করা সম্ভব। সর্বাধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার, সময়কে ছাড়িয়ে সময়কে ধরার তীব্র আকর্ষণ, এগিয়ে ভাবা, ষষ্ঠ ইন্দ্রিয়কে সজাগ রাখলে সাফল্য আসতে বাধ্য। এডওয়ার্ড আর. মারো, যাকে সম্প্রচারের জনক বলা হয়, তার মধ্যেও এইসব গুণাবলীর সমাবেশ ঘটেছিল।

৮.৩ সংবাদ ও জ্ঞাপন

টেলিভিশনের যেকোনো চ্যানেলেই সংবাদ এবং সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান তার মর্যাদা অনেকখানি বাড়িয়ে দেয়—একথা আমরা আগেও বলেছি। ইংরেজিতে যাকে বলা হয় কমিউনিকেশন (Communication) অনেকেই তার বাংলা করতে চেয়েছেন 'জ্ঞাপন'। এতেও যে নিহিত অর্থ পুরোটা প্রকাশিত হল, তা বলা যায় না। 'জ্ঞাপন' কথার অর্থ 'জানানো'। কিন্তু 'কমিউনিকেশন'-এর মধ্যে যা কিছু জানানো হচ্ছে, তা কখনোই একপক্ষীয় বা একমুখী নয়। সুতরাং কিছু 'কমিউনিকেট' করা বা 'জ্ঞাপিত' করা মানে যাকে বা যাদের জ্ঞাপন করা হচ্ছে, তিনি বা তারা তা গ্রহণ করছেন কিনা, তার ওপরেই জ্ঞাপনের সার্থকতা। 'কমিউনিকেশন' শব্দটি এসেছে লাতিন শব্দ 'কমিউনিস' (Communis) থেকে। এই 'কমিউনিস' শব্দের অর্থই হল জানানো (to make common) সুতরাং মানুষের সমার্থ বোধ (Common meaning) সমভিত্তি (Common ground), সমান বোঝাপড়ার (Common understanding) একটা স্বীকৃত স্তর ধরে নিয়েই এই জ্ঞাপনের কাজটা হয়ে থাকে। তাই কথা বলে, লিখে, ইঙ্গিতে, শরীর-ভাষায় আমরা এই জ্ঞাপনের কাজ করে থাকি। জ্ঞাপনের এই প্রকাশ-মাধ্যমগুলি আমাদের সহজাত সহায়ক। মানুষ এভাবেই (এই সহজাত সহায়তায়) একে অপরের সঙ্গে সংযোগ রচনা করে চলেছে।

সংবাদ তার নিহিত শক্তিতেই জ্ঞাপনের কাজ করে চলেছে। টেলিভিশন সংবাদে তা যেন আরও প্রত্যক্ষ এবং সরাসরি। সংবাদ মানেই স্বগতকথন নয়। বরং অপর দিকে দর্শকই সংবাদ পরিবেশনের লক্ষ্য (Target)। টেলিভিশনের কোনো অনুষ্ঠানই যেহেতু একান্ত নিজের একার, বা একমাত্র একজনের জন্য নয়, একই সঙ্গে অনেকের জন্যে। তাই সকলের কাজে সহজ (simple), সরল (Straight or Direct), দ্ব্যর্থহীন (No ambiguity) ভাষায় ও ভঙ্গিতে সংবাদ পরিবেশন করতে হবে। টেলিভিশনে সংবাদ পরিবেশনের সময়ে যিনি

বা যারা তা পরিবেশন করছেন তারা প্রেরক (এখানে জ্ঞাপক বা কমিউনিকেটর), আর অপর প্রান্তে যাদের জন্য এই জ্ঞাপন তারা গ্রাহক বা দর্শক।

৮.৩.১ টেলিভিশনের সংবাদে কী চাই

টেলিভিশনের মাধ্যমে দর্শকের কাছে সঠিকভাবে সংবাদ পরিবেশনের জন্য কী কী চাই। (ক) সঠিক তথ্য (খ) সেই তথ্য প্রকাশে সহজ ভাষা ও ভঙ্গি (গ) বিশ্বস্ততা (অর্থাৎ credibility, টেলিভিশনে তা ঘটনার প্রত্যক্ষ জীবন্ত ছবির মাধ্যমেই অর্জন করা সম্ভব)। দর্শকের কাছে এই বিশ্বস্বতা যাতে কোনোভাবেই টলে না যায়, ঘটনা বা নির্দিষ্ট সংবাদটির সমর্থনে সাক্ষাৎকার বা অন্যসূত্রে পাওয়া বক্তব্য, বিবৃতি, এমনকী ঘটনাস্থলের স্বাভাবিক ধ্বনি ও আওয়াজের, তাৎক্ষণিক পরিবেশগত উষ্ণতা (ambience) থাকা চাই। এ সবই সংবাদকে জীবন্ত করে তোলে। লক্ষ্য একটাই, দর্শক যেন সর্ব অর্থে সম্পূর্ণ বুঝতে পারেন, সংবাদ দেখতে যেন আগ্রহ বোধ কবেন। দর্শকমনে যেন সেই সংবাদের প্রতিক্রিয়া হয়। দর্শক যেন স্বাদে-গন্ধে তার পুরোটাই গ্রহণ করতে পারেন।

টেলিভিশনের অনুষ্ঠান তৈরিতে সাধারণভাবে যে প্রাথমিক নিয়মাবলী মনে রাখা দরকার, একইভাবে তা মনে রাখতে হবে সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রেও।

(১) ছোটো বাক্য, কথ্য ভঙ্গি, ঘরোয়া, সহজ ও অন্তরঙ্গ উপস্থাপনা।

(২) দর্শকদের আবেগ, অন্য অর্থে আগ্রহ ধরে রাখতে হবে। অনুষ্ঠানের বিষয়বস্তু, অংশগ্রহণকারীদের প্রতি এবং সাধারণভাবে সংবাদের প্রতি যাতে আকর্ষণ না হারিয়ে ফেলে সেদিকে নজর দিতেই হবে।

(৩) সংবাদের ঘটনা বা বক্তব্য বিস্তারে বা ক্রমপ্রকাশে (Logical sequence or Progression), যেন কোন অসংগতি, অস্পষ্টতা না থাকে, খাপছাড়া সম্পর্কহীন (disjoined) যাতে না মনে হয়, তা দেখতে হবে। দর্শক জানতে চায় শেষ পর্যন্ত ঘটনা বা সংবাদটি কোথায় পৌঁছোচ্ছে (সংবাদের ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় তথ্যগুলির সংগতিপূর্ণ অর্থবহ সমাবেশ ঘটছে কিনা), মূল সংবাদটি কী (সংবাদের বেলায় আসল বা মোদ্দা খবরটা কী তাই দর্শক জানতে চায়)?

(৪) সংবাদের কোনো গুরুত্বপূর্ণ মুহূর্তে বিশ্লেষণেরও প্রয়োজন হতে পারে (আজকের কোনো ঘটনা তুলে ধরতে, এর কোনো পূর্বসূত্র ছিল কিনা, এই ঘটনায় সাধারণের ওপর প্রভাব কী পড়বে, তার উল্লেখও প্রয়োজন হতে পারে)। সহজগ্রাহ্য উদাহরণও দেওয়া যেতে পারে। (গ্রাফিকসের সাহায্যে অনেক জটিল বিষয়কেও সহজ করে বোঝানো যায়)।

(৫) একটি সংবাদকে তথ্যের ভারে ও অধিক পরিসংখ্যানে (too many statistics) কণ্টকিত না করাই ভালো। (সংবাদ লিখবার সময়েও একটি বাক্য বেশি তথ্যে ভারাক্রান্ত হলে বাক্যটি বড় হতে চাইবে এবং দর্শকের কাছে পরিবেশনের সময়ে তার অনেক তথ্যই হারিয়ে যাবে)।

(৬) দর্শককে একটি সংবাদে শুধুমাত্র সংশ্লিষ্ট খবরটিই পুরোপুরি বুঝতে ও তার রস গ্রহণ করতে দিন (সংবাদে একটি বাক্যে একটি তথ্য পরিবেশন করুন। তবেই একবারে তা দর্শকের কাছে পুরোপুরি পৌঁছবে। যেমন, একটি সংবাদের প্রথম বাক্য যদি এমন হয়, 'বেলা ১২টা নাগাদ মেদিনীপুরের বেলপাহাড়ির কাছে বাস-ট্রাকের মুখোমুখি সংঘর্ষে তিনজন মহিলা ও ৫টি শিশু সহ ১৫ জনের মৃত্যু ও ৩০ জন আহত হয়েছেন।' আবার এই বাক্যটিকেই ভেঙে তিন চার ভাগে তথ্যগুলি পরিবেশন করা যেতে পারে। যেমন 'মেদিনিপুরে বেলপাহাড়িতে আজ এক ভয়াবহ দুর্ঘটনা ঘটে। যাত্রীবোঝাই বাস ও ট্রাকের সংঘর্ষে ১৫ জনের মৃত্যু হয়েছে। এর মধ্যে তিনজন মহিলা ও ৫টি শিশু।') টেলিভিশন যেহেতু দৃশ্য ও শ্রাব্য মাধ্যম, তাই দীর্ঘ বাক্য একবারে উপস্থাপনাতেই একজন দর্শকের পক্ষে ধরে রাখা সম্ভব নাও হতে পারে। এমনকী আসল খবরটাই হারিয়ে যেতে পারে। কিন্তু সংবাদপত্রে কোনো

খবর একাধিকবার পড়ে দেখার সুযোগ রয়েছে। বেতারে ও টেলিভিশনে সে সুযোগ একবার।

(৭) সংবাদের মর্মার্থ যাতে দর্শক বুঝতে পারেন, সেজন্য খবরটির লিখন ভঙ্গিতেই ছাড় বা অবকাশ (Pause) থাকতে হবে। ছবি, তথ্য—সবই যদি দর্শকের ওপর বেশিরকম চাপ সৃষ্টি করে সে তার রস বা মর্মার্থ ধরতেই পারবে না, সংবাদের প্রতি আকর্ষণ হারিয়ে ফেলবে। টেলিভিশন স্যুইচ ঘুরিয়ে চলে যাবে অন্য চ্যানেলের অন্য অনুষ্ঠানে। আসল কথা, জরুরি খবরটুকু দর্শকের কাছে পৌঁছে দেওয়াই লক্ষ্য। সেখানে যদি রেলগাড়ির গতিতে তথ্য ছুটতে থাকে, ছবি এবং পরিবেশকের কথা একটি তথ্য বুঝতে না বুঝতেই, আরো তথ্য এসে ভীড় করতে থাকে—তাহলে সমূহ বিপর্যয়ের সম্ভাবনা। নজর রাখতে হবে এই দিকেও।

৮.৩.২ টেলিভিশন-সংবাদের শুরুর কথা

গণজ্ঞাপনের (Mass communication) অন্যতম মাধ্যম হিসেবে টেলিভিশনের আত্মপ্রকাশ বিশের দশকের শেষের দিকে ঘটলেও, টেলিভিশনে 'সংবাদ' পরিবেশন শুরু হয় অনেক পরে। সব দেশেই এটা একটা সাধারণ প্রবণতা। আমেরিকায় নিয়মিত টেলিভিশন সংবাদ প্রচার শুরু হয়, তিরিশ দশকের শেষের দিকে, দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ শুরুর মুখে। ন্যাশনাল ব্রডক্যাস্টিং কর্পোরেশন (NBC) প্রতি সপ্তাহে রাতে টেলিভিশনে সংবাদ প্রচার শুরু করলো। তাকে বলা হত ক্যামেল নিউজ ক্যারাভ্যান। তখন সংবাদ পরিবেশক ছিলেন জন ক্যামেরন সোয়াজে (John Cameron Swayze)। চল্লিশ এবং পঞ্চাশের দশকে পৃথিবীর উন্নত দেশগুলিতে টেলিভিশন সম্প্রচার যে-গতিতে বেড়েছে, টেলিভিশন-সংবাদ সে গতিতে এগোয়নি। ১৯৫৩ সাল পর্যন্ত এন.বি.সি, টেলিভিশন-সংবাদে ঘটনাবলীর দৃশ্য বিশেষ দেখাতে পারেনি। বলা যেতে পারে তা যেন দৃশ্যমান রেডিও সংবাদ।

সবাই ভাবতে শুরু করলেন, দৃশ্য ও শ্রাব্য মাধ্যমের যে উপযোগিতা, তার পুরোপুরি সদ্ব্যবহার হচ্ছে না। ছবি বা চিত্রভিত্তিক সংবাদ মানে দর্শককে যেন ঘটনাস্থলে নিয়ে হাজির' করা। সুতরাং সেই ছবিই যদি না থাকলো, তবে তো টেলিভিশনের সংবাদ নিষ্প্রাণ, অসার। টেলিভিশনের সামনে বসে দর্শক চায় ছবি, তা শুধু একজন পাঠক বা পরিবেশকের ছবি নয়। পরিবেশকের কাজ হবে জরুরী ঘটনাবলীকে দর্শকের সামনে একের পর এক হাজির করা। ১৯৫৩ সালে আমেরিকার কলম্বিয়া ব্রডকাস্টিং স্টেশন (সি বি এস) নিজস্ব উদ্যোগে সচিত্র সংবাদ সংগ্রহ শুরু করল। এর সঙ্গেই প্রায় কাছাকাছি সময়েই সচিত্র সংবাদ (নিউজ ফিল্ম) সংগ্রহের কাজ আরম্ভ করে দিল এন.বি.সি-ও। এভাবেই টেলিভিশন সংবাদ নিজস্ব চেহারা পেল। দর্শকদের আগ্রহ বাড়লো। তারা রেডিও সংবাদের সঙ্গে টেলিভিশন সংবাদের মৌলিক তফাৎ বুঝতে পারলেন। মাধ্যম হিসেবে টেলিভিশনের মর্যাদা অনেকখানি বেড়ে গেল। শুধু সংবাদের মাধ্যমেই এর পরিবেশক বা উপস্থাপকরা বেশ জনপ্রিয় হয়ে উঠলেন। ফিল্মের নায়কের বা তারকার মতোই তাদের নিয়েও দর্শক মহলে উন্মাদনা শুরু হল।

আমাদের দেশের টেলিভিশনে সংবাদ এসেছে অনেক পরে। ১৯৫৯ সালে টেলিভিশন নামে মাত্র চালু হলেও, এদেশের টেলিভিশন সংবাদের শুরু সত্তরের দশকে। এই দশকের মাঝামাঝি সময়েই তো কিছুটা ব্যাপ্তি পেল। আমরা আগেই বলেছি সত্তরের দশকেই সরকারের নীতি অনেকটাই উদারতার পথ ধরল। সরকার বুঝতে পারলো, গণজ্ঞাপনে বা কমিউনিকেশনে টেলিভিশনের নিহিত শক্তিকে আর বেশিদিন উপেক্ষা করা চলে না। সেই সময়ে দেশের প্রধান শহরগুলিতে যে নতুন টেলিভিশন কেন্দ্র চালু হল, তখন থেকে প্রায় প্রত্যেকটি কেন্দ্রেই সংবাদের শুরু। তবে এখনও দেশের বিভিন্ন অংশে যে-আঞ্চলিক দূরদর্শন কেন্দ্রগুলিতে আংশিক সময়ের জন্য অনুষ্ঠান প্রচার হচ্ছে, তার সবগুলিতে সংবাদ প্রচার শুরু হয়নি।

৮.৪ সম্প্রচারক এডওয়ার্ড মারোর কথা

বিশ্বে সম্প্রচারের (Broadcasting) জনক হিসেবে স্বীকৃতি পেয়েছেন এড্‌ওয়ার্ড. আর. মারো (Edward R. Marrow)। জন্মসূত্রে তিনি আমেরিকান। কিন্তু তাঁর কাজের ব্যাপ্তি ছিল দেশের বাইরেও। তাঁর চিন্তায়, পরিকল্পনায় উদ্ভাবনী শক্তিতে মাধ্যম হিসেবে রেডিও অনেক বেশি গতিময় এবং অর্থবহ হয়ে উঠেছিল। প্রকৃত অর্থে বেতারকে গণমুখী মাধ্যম হিসেবে প্রতিষ্ঠা দেওয়া বা ঘুরিয়ে বলা যেতে পারে বেতারকে প্রকৃতই মানুষের কাছাকাছি নিয়ে গিয়েছিলেন মারো। একজন সম্প্রচারকের মন্তব্যই আছে : সাংবাদিকতার ইতিহাসে কোনো রিপোর্টার (সাংবাদিক) এত দ্রুত বিখ্যাত হতে পারেননি। **দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের সময় রেডিও যে মানুষের অত্যন্ত কাছের একটি মাধ্যম হিসেবে জনপ্রিয়তা অর্জন করলো, তার পেছনে মারোর অবদান অনেকখানি।**

১৯৩৫ সালে এডওয়ার্ড. আর. মারো আমেরিকার কলম্বিয়া ব্রডকাস্টিং স্টেশনে (C.B.S) কথিকা ও শিক্ষাবিষয়ক (Talks and Education) অনুষ্ঠান বিভাগের অধিকর্তার (Director) প্রথম চাকরী পান। সম্পূর্ণ ভিন্ন ধারার কাজের গুণে দু'বছরের মধ্যেই তিনি সি বি এস ইউরোপীয় ডিভিশনের অধিকর্তা নিযুক্ত হন। ১৯৩৯ সালে যুদ্ধ শুরু হলে মারোর সাংবাদিকতায় তেমন অভিজ্ঞতা না থাকলেও সম্প্রচার জগতে তার নাম ছড়িয়ে পড়লো। বলতে গেলে সময়ের দাবিতেই তিনি সাংবাদিক হয়ে গেলেন। সংবাদ পরিবেশনে, ঘটনার উপস্থাপনায় নতুন মাত্রা যোগ করলেন তিনি। ঘটনা, তা যতই ভয়াবহ, মর্মান্তিক এবং বীভৎস হোক, মারো ছুটে যেতেন সেখানেই।—নিজে সেই ঘটনা বেতারের ভাষাতে (কান দিয়ে দেখার ভাষা) লিখতেন, বেতারোপযোগী মার্জিত পেশাদারী কণ্ঠে পরিবেশন করতেন। সম্প্রচারকে এগিয়ে নিয়ে যাবার লক্ষ্যে তিনিই যেন নায়ক। সেই সময়ে মারোর সাংবাদিকতার ভঙ্গি বর্ণনা করতে গিয়ে অনেকেই বলেন, ঘটনার সঠিক সময়ে সঠিক জায়গায় অবশ্যই হাজির হয়ে যেতেন মারো। তাঁর কণ্ঠে ছিল ঘটনার ছবি আঁকতে পারার মতো ব্যঞ্জনা, বুদ্ধির দীপ্তিতে প্রখর, স্পষ্ট ও রুচিস্নিগ্ধ।

৮.৪.১ প্রচলিত ধারার বাইরে

সম্প্রচারের প্রচলিত প্রথাও ভেঙ্গেছিলেন মারো। তিনিই প্রথম ভাবতে চাইলেন রেডিওকে যেকোনো বিষয়ে খোলামেলা আলোচনার একটা জাতীয় মঞ্চ হিসেবে গড়ে তোলা যেতে পারে। 'কথিকা' বিভাগে তিনি যখন অধিকর্তা ছিলেন, তখন মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের কমিউনিস্ট পার্টির সম্পাদক আর্ল ব্রাউডারকে (Earl Browder) একদিন কথিকায় অংশ নেবার জন্য আমন্ত্রণ জানালেন। সেই প্রথম কোনো কমিউনিস্ট নেতাকে আমেরিকায় রেডিওতে কথা বলার জন্য আমন্ত্রণ জানানো হল। তা নিয়ে তখন নানামহলে তাকে অনেক সমালোচনা শুনতে হয়েছিল। মারোর জবাব ছিল একটাই ঃ দেশের ৩৯টি প্রদেশেই কমিউনিস্ট পার্টির সংগঠন আছে, সুতরাং তাদেরও কথা, মতামত মানুষের শোনার অধিকার আছে। রেডিও-র সমগ্র শ্রোতার তারাও একটা অংশ।

৮.৪.২ সংবাদের গন্ধ পেতেন মারো

লণ্ডনে রাজা অষ্টম এডওয়ার্ড ও ওয়ালি সিম্পসন-এর মধ্যে রোমান্স নিয়ে যখন নানা গল্প চলছে, সেই সময়ে টানা ২৪ ঘণ্টা কাজ করতেন মারো। এ সম্পর্কে খবর সম্প্রচারেও তিনি যথেষ্ট তৎপরতা দেখিয়েছিলেন। সংবাদ বা খবরের গন্ধে কখন কোথায় ছুটতে হবে, তার জন্য আগাম সম্ভাব্য ঘটনা আঁচ করা, অথবা কোন খবর বা ঘটনা কোন্ কোন্ দিকে মোড় নিতে পারে, সেই খবরে বা সেই ঘটনার প্রতিক্রিয়ায় সাধারণ মানুষের কেন আগ্রহ থাকবে, এমনকী মানুষের জানার আগ্রহ পূরণের জন্য কেমন করে তা উপস্থিত করতে হবে—এই

ভাবনায় সক্রিয় ছিল সাংবাদিক মারোর মস্তিস্ক। তার ওপর তিনি এটাও বুঝতে পেরেছিলেন, রেডিও-র মাধ্যমে সবার আগে সবচেয়ে দ্রুত কোনো ঘটনা সাধারণের কাছে পৌঁছে দেওয়া সম্ভব—তাই সম্প্রচারের সার্থকতার জন্য চাই কাজের গতি, চিন্তার গতি এবং সর্বক্ষণের জন্য টাটকা তাজা মন, তীক্ষ্ণ চোখ। কুকুরের ঘ্রাণ-শক্তি যেমন চুম্বকের চেয়েও আকর্ষক, সংবাদের গন্ধ পাবার মতো মারো তার চোখ, কান মস্তিষ্ককে সজাগ রাখতেন। কথায় বলে, সাংবাদিক ঘুমোন ঠিকই, কিন্তু তার নাক-কান-চোখ ঘুমোয় না। সংবাদের গন্ধটি শুঁকতে (Nose for the News) পাবার ক্ষমতা চাই। মারো সেটাই পারতেন বলে তিনি অনেক উঁচু যায়গায় পৌঁছতে পেরেছিলেন। তাই তাকে সংবাদ সম্প্রচারের পথিকৃৎও বলা হয়।

৮.৪.৩ সাধারণের মাঝে নিয়ে গেলেন মাধ্যমকে

ইউরোপীয় সংবাদদাতা হিসেবে মারো যখন কাজ করছেন, তখন তাঁর বয়েস ৩০ বছর। লণ্ডনে পৌঁছে ব্রিটিশ ব্রডকাস্টিং কোম্পানীর (BBC) জন রিথকে (John Reith) তিনি বলেছিলেন, রেডিও-কে তিনি আরও সাধারণ মানুষের মধ্যে নিয়ে যেতে চান (Down to Earth) সাধারণ থেকে সাধারণতম মানুষদের কথা, প্রতিক্রিয়া, মতামত তিনি রেডিও-র মাধ্যমে ছড়িয়ে দেওয়ার জন্য তাদের মধ্যে গিয়ে কাজ করেছেন। কথা দিয়ে মারো ছবি আঁকতে পারতেন। কথায় ছবি আঁকা বলতে তিনি অনেক সময়েই লিখিত কোনো ভাষ্য পাঠ করতেন না। ঘটনাস্থল থেকে মুখে মুখেই বলে যেতেন। এমন তাৎক্ষণিক অবিশ্রান্ত বলার ক্ষমতা তাঁর ছিল। কথার ভাঁজে তথ্য থাকতো অনেক, একই সঙ্গে শব্দে ধ্বনিতে ছবি আঁকাও চলতো।

৮.৪.৪ কথায় ছবি আঁকা, ধারাভাষ্যে নৈপুণ্য

যেমন ১৯৩৮ সালে মারো অস্ট্রিয়ার 'সঙ্কট' নিয়ে খবর করতে ভিয়েনায় গিয়েছিলেন। সেখান থেকে তিনি ধারাভাষ্যে বলছেন ঃ আমি এডওয়ার্ড মারো কথা বলছি ভিয়েনা থেকে। এখন এখানে রাত আড়াইটে, হের হিটলার এখনও এখানে এসে পৌঁছোননি। কেউই জানে না, তিনি কখন এসে পৌঁছোবেন। সবাই আশা করছেন, হয়তো কাল সকাল ১০টার পর কোনো সময়ে তিনি আসবেন।' ভিয়েনায় তিনি যে পরিবর্তন লক্ষ্য করছেন, তার ছবি তুলে ধরতে গিয়ে মারো তার ধারাভাষ্যে বলেছেন, 'এখানকার মানুষ বার্লিনের চাইতে হিটলারের নামে ডান হাতটা একটু বেশি তোলেন, এবং 'হের হিটলার' ধ্বনি দেবার সময় গলার জোরও বেড়ে যায়।'—এই শেষ কথাতে ভিয়েনার মানুষের মানসিতার ছবি কি ধরা পড়ে না? অথচ মারো সম্প্রচারক হিসেবে যে ৫ হাজার ধারাভাষ্য দিয়েছেন, তার মধ্যে এইটিই ছিল তার প্রথম ধারাভাষ্য। এমনি করেই চেকোশ্লোভাকিয়ার সংকট থেকে শুরু করে যেকোনো বড় রাজনৈতিক অরাজনৈতিক ঘটনায় মারো শুধু খবরই করেননি, খবরের ভেতরের খবরও অনুসন্ধান করে মানুষকে জানিয়েছেন। দিনে দিনে এমন হোল, কোথাও ঘটনাবহুল কিছু ঘটলেই তা রেডিও-য় জীবন্ত জ্বলন্ত পরিবেশনে যেন মারোকে ছাড়া ভাবাই যেত না। শ্রোতাদের মনে মারোর প্রভাবের কথা বলতে গিয়ে কেউ কেউ বলেছেন, মারোর প্রভাব, মার্কিন রাষ্ট্রপতির চাইতে কোনো অংশে কম ছিল না।

৮.৪.৫ নিরন্তর পড়াশুনো, টেলিফোনের সঠিক ব্যবহার

খবর সংগ্রহ এবং যে-কোনো ঘটনা থেকে সঠিক খবরের অংশটুকু ছেঁকে নেবার আশ্চর্য ক্ষমতা ছিল এডওয়ার্ড মারোর। তাঁর প্রধান এবং প্রথম কাজ ছিল শ্রোতাকে কিছু পৌঁছে দেওয়ার আগে, নিজে সেটা সম্পূর্ণ অধিগত করে নেওয়া। এই জন্যই মারোর এক গুণগ্রাহী বলেছিলেন ঃ 'খবরটি ছেঁকে নেওয়ায় মারোর এমন সহজাত অনায়াস আশ্চর্য ক্ষমতা ছিল যে মনেই হত না, তিনি বিশেষভাবে খবর সংগ্রহ করছেন। যখনই তার ঘরে গেছি, দেখেছি টেবিলের ওপর নানা-বিষয়ে আধুনিক ঘটনাবলী সম্পর্কে নানা বই। কখন সেসব বই

পড়ার সময় পাচ্ছেন, তাও জানি না। আর টেলিফোন হল তার সর্বক্ষণের সঙ্গী। সব সময়েই তিনি টেলিফোনে কথা বলছেন, নইলে পরের পর টেলিফোন আসছে। এমনকী তাকে যাতে যেকোনো সময়েই টেলিফোনে পাওয়া যায়, সেজন্য তিনি বাথরুমেও টেলিফোনের ব্যবস্থা রেখেছিলেন। একজন চেন স্মোকারের ঠোঁটের ফাঁকে যেমন ঘন ঘন জ্বলন্ত সিগারেট, তেমনি মারোর কানেও টেলিফোন।' এর কারণ আর কিছুই নয়, খবরের জগৎ থেকে কোনো সময়েই নিজেকে বিচ্ছিন্ন করতে চাইতেন না মারো। তবে এটাও ঠিক সময় থাকলে, সংবাদের উৎস বা সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিদের সঙ্গে তিনি মুখোমুখিই কথা বলতে চাইতেন, ঘটনাস্থলে যেতে চাইতেন, তথ্য পরিসংখ্যান নিজেই সংগ্রহ করতে ভালবাসতেন। কিন্তু সেই খবর লেখার সময় পরিবেশনের সময় হয়ে যেত তথ্যে সমৃদ্ধ সহজ স্বচ্ছন্দ অনায়াস ছবি।

৮.৪.৬ অবিরত প্রশ্ন, কৌতূহল, ইণ্টারভিউ

নানাজনকে অবিরত প্রশ্ন করা, তাদের মতামত জানার মধ্যে কোনো বড় খবর সংগ্রহের প্রাক্-প্রস্তুতি নিতেন। অথবা অপ্রকাশিত কোনো ঘটনাকে আলোয় আনতেন। ওই প্রাক্-প্রস্তুতির (Home work) মধ্যেই থাকতো সঠিক সময়ে সঠিক প্রশ্ন করার কাজ, অথবা খবরটি কোন দৃষ্টিকোণ থেকে সঠিক মাত্রা পাবে তা চিহ্নিত করার সম্ভাবনা। মারো যখন টাইপরাইটারে তার খবর লিখতে বসতেন, তখন অন্য সকলের কোলাহলের মধ্যেও তার মনযোগ এতটুকু ব্যাহত হত না। চারিদিকে সিগারেটের ধোঁয়া, সহকার্মীদের নানা কথা, অস্থিরতার মাঝেও মারো এক মনে টাইপ করে যাচ্ছেন খবর। কারণ, তাঁর সময় অপচয়ের এতটুকু সুযোগ নেই। সময় নষ্ট করার অর্থ, আরও একটি গুরুত্বপূর্ণ খবরের সুযোগ নষ্ট হয়ে যাওয়া।

৮.৪.৭ কান পেতে শুনতেন, চোখ মেলে দেখতেন

মানুষ কী চিন্তা করছেন, ভাবছেন—এটা সব সময়েই জানার জন্য ব্যাকুল ছিলেন মারো। সত্যিকারের সাংবাদিকের গুণ ছিল তাঁর ভেতরেই। তাঁর যেকোনো জিনিস ও ঘটনার প্রতি কৌতূহল ছিল, তথ্য অনুসন্ধানের নেশা ছিল, যেকোনো জিনিশ খুঁটিয়ে দেখার অভ্যাস ছিল। যেকোনো ঘটনা তিনি সবিস্তারে জানতেন, জানতে চাইতেন। এমনটা চাইতেন বলেই জরুরি কথাটুকু সংক্ষেপে লিখতে পারতেন। নিতান্তই সাধারণ ঘটনাকে অনাবশ্যক ছড়িয়ে বলা, অতিকথন, বাড়িয়ে বলা, ফাঁপিয়ে বলা তার অভ্যাসে ছিল না। মারো নিজেই বলতেন : "নিজের কথা নিজে মনযোগ দিয়ে শোনে, তারপর তোমার নিজস্ব ভঙ্গিতে বলো।" মারো বিশ্বাস করতেন, ঘটনার সব গুরুত্বপূর্ণ তথ্যই জানতে হবে। কারণ শ্রাব্য মাধ্যমে ঘটনাকে জীবন্ত করে তুলতে যেকোনো তথ্যই জরুরীর হতে পারে। কোনো ঘটনার দৃশ্যাবলী কল্পনা করে নেওয়ার সুযোগ যেন শ্রোতা পায়—সেকথাও মনে রাখতে হবে বেতারের খবর লেখার সময়।

৮.৪.৮ টেলিভিশনেও এলেন তিনি

পরে টেলিভিশনের কাজেও এডওয়ার্ড মারো বেশিরকম জড়িয়ে পড়েন। দুটো মাধ্যমের ক্ষেত্রেই তাঁর চিন্তা থাকতো সব সময়ে সকলের চাইতে এগিয়ে। সংবাদ সংগ্রহের স্বার্থে কারও সাক্ষাৎকার (Interview) নেওয়া মারোর অভ্যাস ছিল। একজন মারোকে প্রশ্ন করেছিলেন, মানুষটিই যদি কোনোভাবে আকর্ষণীয় না হন, তবে কীভাবে সেই ইণ্টারভিউর কাজে সফল হওয়া যাবে? মারো বলেছিলেন : "কোনভাবেই ইন্টাররেস্টিং বা আকর্ষণীয় নয়—এমন হতে পারে না। কোনো না কোনো দিক থেকে নিশ্চয়ই সে দর্শকের কাছে গ্রহণযোগ্য, সেই দিকটা খুঁজে বার করতে হবে।" টেলিভিশনের ইণ্টারভিউ নেবার একটা কৌশল মারো নিজে থেকে উদ্ভাবন করেছিলেন। তিনি বলেছিলেন যখন টেলিভিশনে ইণ্টারভিউ নেবেন, তখন ক্যামেরাটা যেন তার পেছনে ঘারের ওপর থেকে, যাঁর ইণ্টারভিউ নেওয়া হচ্ছে তাঁর দিকে তাক করা থাকে। অর্থাৎ ছবির প্রধান

বিষয় বা ব্যক্তিকেই যেন অগ্রাধিকার দেওয়া হয়। যিনি ইন্টারভিউ নিচ্ছেন তিনি প্রধান নন। ফলে যার ইন্টারভিউ নেওয়া হচ্ছে সরাসরি তার দিকে ক্যামেরা ধরার জন্য মনে হবে তিনি যেন সরাসরি দর্শকের সঙ্গে মুখোমুখি কথা বলছেন। ইন্টারভিউ নেবার আগে কোনোরকম রিহার্সাল বা তাৎক্ষণিক প্রস্তুতিকে পছন্দ করতেন না মারো। বেশি প্রশ্নের মাধ্যমে মাঝপথে বাধা দেওয়ার চাইতে নিজে চুপ থেকে বক্তাকে বলার সুযোগ দেওয়াই ভালো বলে মনে করতেন।

৮.৫ খবর এবং তার বিশ্লেষণ

খবর, আর খবরের বিশ্লেষণ—দুটো জিনিসকে আলাদা করে দেখতেন মারো। বিদেশস্থিত সংবাদদাতাদের একথা তিনি বিশেষ করে মনে করিয়ে দিতেন। তিনি বলেছেন সংবাদে বিশ্লেষণের কিছুটা মিশ্রণ থাকতেই পারে, কিন্তু তার সঙ্গে যেন কোনোভাবেই সংবাদদাতার নিজস্ব মত যুক্ত করা না হয়। কোনো গুরুত্ব ও তার প্রভাব তুলে ধরা দরকার। বিদেশ সংক্রান্ত ঘটনার প্রভাব সম্পর্কে জানানোর সুযোগ রয়েছে, কারণ শ্রোতা-দর্শক অনেক সময় তার পটভূমি, পরিণতি নাও বুঝতে পারেন। কিন্তু ঘটনার প্রভাব জানাবার সময় সাংবাদিকের ব্যক্তিগত মত কখনোই গুরুত্ব পাবে না—এটাই ছিল মারোর বক্তব্য।

৮.৫.১ সংবেদনশীল মাইক্রোফোনের সামনে

সম্প্রচারে মাইক্রোফোনকে সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দিতেন মারো। তিনি মনে করতেন মাইক্রোফোনই যেন শক্তি, চূড়ান্ত শক্তি। কারণ একজন সম্প্রচারকের সর্বশেষ অনিবার্য বাহন মাইক্রোফোন। মারোর ভাষায়, মাইক্রোফোনে রাগ-দুঃখ, গোঁড়ামি, সংস্কার, দক্ষতা, অক্ষমতা, সততা—সব কিছু সঠিকভাবে ধরা পড়বে। আড়ালে কোনো অনুষ্ঠান বা সংবাদ পরিবেশনা নিয়ে কত পরিকল্পনা নেওয়া হয়েছে সেটা বড় কথা নয়। তার চেয়েও বড় কথা, সর্বশেষে, মাইক্রোফোনের মাধ্যমে শ্রোতা-দর্শকদের কাছে কী পৌছোলো, কীভাবে পৌঁছোলো। এই কারণেই মারোর বক্তব্য হল, একজন মনযোগী দায়িত্বশীল সম্প্রচারক কখনোই তার উপস্থাপন বা পরিবেশনের বিষয় থেকে, শব্দ থেকে মন সরিয়ে নেবে না। মাইক্রোফোনে গলা ভেসে এলেই যেন শ্রোতার সামনে ছবির মতো ঘটনা বা প্রতিপাদ্য বিষয়টি ফুটে ওঠে। লিখিত কোনো একটি বিষয় পড়ার সুযোগ না পেলেই অনেক সময় তথ্য অগোছালো এবং কথা এলোমেলো হয়ে যেতে চায়, প্রতিপাদ্য বিষয়ের অনাবশ্যক অংশ বাড়িয়ে বলার ঝোঁক আসে, সর্বশেষ ঘটনা তুলে ধরার চাইতে বাসি খবর বা বহুল প্রচারিত তথ্যের পুনরাবৃত্তি দেখা যায়। অনেক শ্রোতারই অভিমত ছিল, মারো যেকোনো ঘটনার শুধু তথ্যই নয়, স্বাদ, গন্ধ, শব্দ, ধ্বনি—সবকিছু অধিগত করে মাইক্রোফোনের সামনে বসলেই আশ্চর্য জীবন্ত হয়ে উঠতেন। শ্রোতাদের সব সময়ের জন্য মনে হত তারা মারোর পাশেই (স্টুডিওতে অথবা স্টুডিওর বাইরে কোনো ঘটনাস্থলে) দাঁড়িয়ে আছেন এবং ঘটনা স্বচক্ষে দেখছেন।

৮.৫.২ প্রায় বিশেষণ-বর্জিত বাক্য

ঘটনার বর্ণনায় অথবা বাক্যে বিশেষণ প্রয়োগে মারো ছিলেন সংযত। ভাষায় বেশিরকম আরোপিত লালিত্য লাবণ্য সম্পর্কে সতর্ক থাকতেন তিনি। যাকে মেদ ঝরানো ভাষা বলে—তাই-ই আয়ত্ত করেছিলেন মারো। তিনি মার্জিত শীলিত কণ্ঠটি এমনভাবে ব্যবহার করতেন, মনে হত গভীর অনুভূতিবোধ থেকে তিনি কথা বলছেন।

৮.৫.৩ সর্বাধুনিক প্রযুক্তির সঙ্গেই চলেছেন

মিডিয়ার জগৎ থেকে মারো বিদায় নিয়েছিলেন ১৯৬১ সালে। কারণ মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের কেনেডি প্রশাসনে

তিনি ইউনাইটেড স্টেট্স ইনফর্মেশন সার্ভিস (USIS)-এর অধিকর্তার দায়িত্বভার নেন। মিডিয়ার বেশির ভাগ সময়ই মারো রেডিও-র সঙ্গে যুক্ত থাকলেও টেলিভিশনেও সাফল্যের সঙ্গে তিনি অনেক অনুষ্ঠানই করেছেন। 'সি ইট নাউ' (See it Now) এবং 'গুডমর্ণিং' (Good morning) নামে তাঁর দুটি অনুষ্ঠান খুব জনপ্রিয় হয়েছিল। ১৯৪৮ সালে তিনি প্রথম টেলিভিশনে আত্মপ্রকাশ করেন। কাজ করতে করতে সর্বাধুনিক প্রযুক্তিতে স্বাগত জানাতেন তিনি। সম্প্রচারের ধারণা এবং ধারাই তিনি বদলে দিয়েছিলেন। যা কিছু, তুচ্ছ, কৃত্রিম, দৃশ্যমান এবং অনিবার্য—তাকে ছাড়িয়ে যেত মারোর দৃষ্টি এবং চিন্তা। তিনি স্বাভাবিক চিন্তাস্রোত থেকে অনেক এগিয়ে থাকতেন। দেখার ওপারে কীভাবে দেখতে হয়, তা তিনি জানতেন। ত্রিশের দশক থেকে মারো সম্প্রচারের প্রতিটি ক্ষেত্রে দৃষ্টান্ত স্থাপন করেছেন। নতুন নতুন মান নির্ণায়কের কাজ করেছেন। অনেকের মতে মারো এটা করতে পেরেছিলেন, তার অন্যতম কারণ তিনি নিজেকে কখনো 'কেউকেটা' (Special) ভাবতেন না, ভাবতেন অতি সাধারণ (Mr. Ordinary)। যখন সম্প্রচারে উপগ্রহ-ব্যবস্থা চলে এলো তখনও মারো টেলিভিশনের সঙ্গে যুক্ত ছিলেন। সম্প্রচারের ক্ষেত্রে পরবর্তীকালে ব্যাপক পরিবর্তন ঘটে গেলেও মারো সম্প্রচারের ক্ষেত্রে দীর্ঘসময় ধরে নেতৃত্ব দিয়েছেন।

সম্প্রচারের জনক হিসেবে স্বীকৃত এডওয়ার্ড আর. মারো সম্পর্কে এতক্ষণ যা বলা হল, তা অনুধাবনের চেষ্টা করলে, মারোর যে বৈশিষ্ট্যগুলি ধরা পড়বে সেইসব গুণাবলীই থাকা দরকার একজন সম্প্রচারকের। পরবর্তী পর্যায়ে এই গুণাবলী বা বৈশিষ্ট্যগুলিই আমরা আরেকটু বিস্তারে আলোচনা করব।

৮.৬ সারাংশ

জ্ঞাপন (Communication) কখনোই একমুখী নয়। যার বা যাদের জন্য জ্ঞাপন, তাদের কাছে পূর্ণ অর্থে জ্ঞাপনীয় বিষয়টি পৌঁছোলো কিনা, সে সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া দরকার। সংবাদের ভাষায়, উপস্থাপনায়, আকর্ষক ভঙ্গি তৈরি করতে হবে। বিদেশে টেলিভিশনে সংবাদ প্রচার শুরু ত্রিশের দশকে। ভারতে সত্তরের দশকে। খবর লেখা, পরিবেশন, খবর পাঠানো, কোনো লিখিত ভাষ্য ছাড়াই অনর্গল বলতে পারার ক্ষমতা, খবরের সম্ভাবনা সম্পর্কে সজাগ থাকা, সব মিলিয়ে বৈদ্যুতিন মাধ্যমে (Electronic Media) খবরের জগতের অগ্রণী মানুষ হিসাবে দৃষ্টান্ত স্থাপন করেছিলেন এডওয়ার্ড আর. মারো। তাঁর দক্ষতা, কর্মক্ষমতা, চিন্তা ও উদ্ভাবনী শক্তি একজন আদর্শ সমপ্রচারককে আমাদের সামনে তুলে ধরে।

৮.৭ অনুশীলনী

১। জ্ঞাপন সার্থক করতে হলে কী কী গুণাবলী থাকতে হবে টেলিভিশন সংবাদের?
২। একজন সম্প্রচারক হিসেবে এডওয়ার্ড আর. মারোর বৈশিষ্ট্যগুলি চিহ্নিত করুন।
৩। এডওয়ার্ড মারোর মধ্যে যেসব গুণাবলীর সমাবেশ ঘটেছে, তার সার্থকতা বিচার করুন।

৮.৮ গ্রন্থপঞ্জী

- Broadcast Journalism, Basic Principle : S. C. Bhatt
- Here is the News : Rangaswami Parthasarathi.

একক ৯ □ সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান, সংবাদ সন্ধান

গঠন

৯.১ উদ্দেশ্য

৯.২ প্রস্তাবনা

৯.৩ সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠান ও তার বৈচিত্র্য

৯.৪ সংবাদের আঁচ পাওয়া

৯.৪.১ সব কিছুই ভাবতে হবে ছবির ভাষায়

৯.৫ সারাংশ

৯.৬ অনুশীলনী

৯.৭ গ্রন্থপঞ্জী

৯.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- সংবাদ ও সংবাদ ভিত্তিক অনুষ্ঠানের পার্থক্য বোঝা যাবে।
- জানা যাবে, সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের আঙ্গিক বৈচিত্র্য।
- সংবাদ শিকারের জন্য কীভাবে একজন টেলিভিশন সাংবাদিককে সজাগ থাকতে হয়—সে সম্পর্কেও প্রাথমিক ধারণা হবে।
- টেলিভিশনের ভাষা ছবি। তাই ছবির ভাষাতেই কেমন করে ভাবতে হবে—সে সম্পর্কেও ধারণা হবে।

৯.২ প্রস্তাবনা

সংবাদপত্র বা বেতারের জন্য যেমনভাবে লেখা হবে, তেমন ভঙ্গিতেই কি লেখা হবে টেলিভিশনের জন্যও? টেলিভিশনে ছবিই যেহেতু কথা বলে, তাই লিখিতভাবে কম কথা বলার শিল্পটাই আয়ত্ত করতে হবে সবার আগে। যখন সবাই বলবে, 'আজ খবরের বড় আকাল', তখন একটি টেলিভিশন চ্যানেলের চনমনে তরতাজা সাংবাদিকও বলবে সেই কথা? আমাদের চারপাশে অজস্র খবর, কিন্তু আপাত অনুল্লেখ্য খবরও কেমনভাবে জরুরি গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের জায়গা নিতে পারে, তা নির্ভর করে সাংবাদিকের দৃষ্টিকোণের ওপর। সংবাদই শুধু নয়, সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের গুরুত্ব দিনে দিনে বাড়ছে। এই কারণে প্রতিটি টেলিভিশন চ্যানেলই এই অনুষ্ঠানকে গুরুত্ব দেয়। এর জন্য নিত্য নতুন পরিকল্পনা করে। পরিকল্পনা ও আঙ্গিকে প্রতিযোগিতা বাড়ছে।

৯.৩ সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠান ও তার বৈচিত্র্য

আমরা আগেই ইঙ্গিত দিয়েছি, এমনকী এডওয়ার্ড মারোর সাফল্যের কাহিনী পড়লেও দেখা যায় সংবাদ

আর অভিমত বা মতামত (News and views) এক জিনিশ নয়। কোনো একজন ব্যক্তির বা গোষ্ঠীর অভিমত সংবাদ হিসেবে পরিবেশিত হতেই পারে, তবে অবশ্যই তার সংবাদমূল্য (News value) ও ব্যাপক অংশের দর্শকের সে ব্যাপারে আগ্রহ থাকতে হবে (Human Interest)। যেমন প্রধানমন্ত্রীর কোনো বিবৃতি অথবা রাজনৈতিক বিবৃতি অবশ্যই সংবাদ হিসেবে পরিবেশিত হতে পারে। কিন্তু অভিমত মাত্রেই সংবাদ নয়। সাংবাদিকের নিজস্ব অভিমত তো নয়ই। তবুও ঘটনা বা সংবাদ বিষয়ে (এমনকী প্রধানমন্ত্রীর কোনো অভিমতকে ঘিরেও) নানা অভিমত থাকতে পারে, তাকে সংবাদ না হলেও, সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের অন্তর্ভুক্ত করতে পারি। এই সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানে (Current Affairs Programme) আমরা বিশেষজ্ঞের মতামত বা জনমত অবশ্যই গ্রহণ করতে পারি। তা হয়ে উঠতে পারে জনস্বার্থের সঙ্গে সম্পর্কিত জরুরি বিষয়ের বিশ্লেষণ। এক একটি টিভি চ্যানেলে এই ধরনের সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের এক একরকমের আঙ্গিক ও ভিন্ন ভিন্ন নাম হতে পারে। বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই এই অনুষ্ঠানগুলি হয় মতামতভিত্তিক। যেমন বাজেট, কোনো বিষয়ে সরকারের নতুন নীতি ঘোষণা বা আইন প্রণয়ন, খরা, বন্যা, সরকারী দপ্তরের কোনো কেলেঙ্কারী—সবই হয়ে উঠতে পারে এই সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানের বিষয়। বিভিন্ন টেলিভিশন চ্যানেলে এরকম অনুষ্ঠানের নাম 'যুক্তি তক্কো:, 'মতামত', 'দৃষ্টিকোণ', 'মুখোমুখি', 'অকপটে', 'নারদ নারদ', 'দি বিগ ফাইট', অথবা 'ইন্ডিয়া অ্যাণ্ড দি পিপ্‌ল' 'নিউজলাইন', 'ব্যাটল গ্রাউন্ড', 'ফেস টু ফেস', 'ক্রশ ফায়ার', 'হার্ড টক' এমন আরও অনেক। আঙ্গিক আলাদা বলতে কোনো অনুষ্ঠানে দুজনের কথোপকথন, কোনো অনুষ্ঠানে তিনজন বা তারও বেশি। কোনো চ্যানেলে টাটকা তাজা বিষয়ে দুই বা তিনমেরুর তিন প্রতিনিধিকে নিয়ে তুমুল তর্ক। কোথাও আবার টেলিফোনে বা স্টুডিওতে উপস্থিত থেকেই দর্শকদের অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণের সুযোগ। সংবাদপত্রের সম্পাদকীয়, উত্তর সম্পাদকীয় বা বিশ্লেষণধর্মী বিশেষ প্রতিবেদনের বিকল্প হিসেবেই দেখা যেতে পারে সংবাদভিত্তিক এইসব অনুষ্ঠানকে। এই ধরনের অনুষ্ঠান বাইরে থেকে রেকর্ড করে আনা হতে পারে। সেই রেকর্ডবদ্ধ অনুষ্ঠান সম্পাদনা বা এডিট করার প্রয়োজন হতে পারে। অথবা অনুষ্ঠান রেকর্ড হতে পারে স্টুডিওতে। অথবা সরাসরি (Live) প্রচার হতে পারে। এইসব অনুষ্ঠানে থাকেন একজন সঞ্চালক (বা Anchor person)। কোনো ভাবে অনুষ্ঠানের বিষয়চ্যুতি না ঘটে, সব অংশ-গ্রহণকারীকে সমান সুযোগ দেওয়া, সঠিক প্রশ্ন করা, অতিকথন থেকে নিজে মুক্ত রাখা—এমন অনেক গুণেরই অধিকারী হতে হবে সঞ্চালককে। অনুষ্ঠানের বিষয় বা আঙ্গিকের তারতম্যে এই সঞ্চালককে বা Anchor person কে কখনো বলা হয় মডারেটর (Moderator) কখনো ইণ্টারভিউয়ার (Interviewer)। টেলিভিশনে জনপ্রিয় অনুষ্ঠানগুলির অন্যতম হল সংবাদভিত্তিক এই 'কারেণ্ট অ্যাফেয়ার্স', অনুষ্ঠান।

৯.৪ সংবাদের আঁচ পাওয়া (Nose for News)

সাংবাদিক মহলে একটা কথা চালু আছে। চোখ কান যদি খুলে রাখো আর মস্তিষ্ক যদি সজাগ থাকে তাহলে খবর তোমার কাছে হেঁটে হেঁটে আসবে। কথাটা শুনতে কথার কথা। কিন্তু এ কথার গভীরেও কথা আছে। যেমন সাংবাদিকদের জগতে এমন কথাও চালু আছে 'আজ কোনো খবর নেই' 'হেডলাইন করার মতো একটা জবরদস্ত খবর পাওয়া যাচ্ছে না'। এমন পরিস্থিতি কোনো কোনো দিন হয়ে থাকে, তাকে পরিভাষায় বলা হয় Dull Day. কিন্তু আবার উল্টোটাও বলা হয়, চোখ কান খোলা রাখলে খবরের অভাব আছে নাকি? আবার কেউ বলেন, 'খবর নেই'-এর মধ্যেও খবর করতে জানতে হয়। এই 'খবর করতে জানা'-র কাজে তিনিই তত বেশি সফল, যিনি সত্যিই চোখ কান খোলা রাখার কৌশলটি জানেন। কঠোর পরিশ্রম এবং পেশাকে গভীর ভালবাসার মধ্যে দিয়ে যে-গুণ আয়ত্ত করেছিলেন এড মারো। নিতান্তই আকস্মিক কিছু ঘটনা বা দুর্ঘটনা ছাড়া,

রুটিন মাফিক খবরের বাইরেও আরও কী খবর হতে পারে, তাঁর আঁচ পাবার জন্য বা সংবাদের গন্ধ পাবার জন্য একজন টেলিভিশনের (অথবা যেকোনো মাধ্যমেরই) সাংবাদিকের নিজেকে কঠোর অনুশীলনের মধ্যে রাখতে হবে। কথায় বলে, চাতক যদি বৃষ্টি হবে কীনা বলে দিতে পারে, পশুর আচরণ যদি ঝড়ের আভাস দিতে পারে, কুকুর যদি গন্ধ শুঁকেই অপরাধীর পলায়ন পথ চিনিয়ে দিতে পারে, তাহলে একজন সাংবাদিক কেন সংবাদের গন্ধ বা আঁচ পাবেন না?

সাংবাদিকরা যখন খবর সংগ্রহে বের হন, তখন কখনো কখনো বলা হয় সংবাদ শিকারে (News Hunting) বেরিয়েছেন। এই 'শিকার' শব্দটির সঙ্গে জড়িয়ে আছে কঠোর পরিশ্রম এবং অনুসন্ধানী মানসিকতা। এই কঠোর পরিশ্রম বা অনুশীলন বলতে আমরা কী বুঝব? যে-কাজগুলি নিয়মিত করলে একজন সাংবাদিক সংবাদ আঁচ করার যোগ্য হয়ে উঠতে পারেন সেগুলি হল :

(ক) নিয়মিত ঘড়ি ধরে সংবাদপত্র পড়া, সংবাদের জন্য অনুসন্ধানী চোখ ও কান সব কটি টেলিভিশন চ্যানেল দেখা, রেডিও শোনা,

(খ) যে কোনো বিষয়ে কৌতূহলকে জাগিয়ে রাখা, সংবাদ সম্পর্কিত কিছু মনে হলেই যাচাই করে (Check-cross check) দেখা, প্রয়োজনে সহকর্মীদের সজাগ করা,

(গ) সাংবাদিক হিসেবে সর্বস্তরে নিজেদের যোগাযোগ ও সম্পর্ক ক্রমাগত বাড়ানো (News Source)।

(ঘ) কথায়, ভঙ্গিতে, বিনয়ে, সৌজন্যের মধ্যে দিয়ে সংবাদের সম্ভাব্য সব উৎসের কাছে নিজের বিশ্বস্ততা (Credibility) বাড়ানো।

(ঙ) ঘণ্টা মেপে চাকরীর মানসিকতা পুরোপুরি বর্জন করা,

(চ) প্রতিদিনের অভিজ্ঞতা ও ভুলগুলিকে কাটিয়ে ওঠার জন্য নিজের ভেতরে অপ্রতিরোধ্য উদ্যম তৈরি করা।

এইসব গুণাবলীর যোগফলে একজন সাংবাদিকের 'ষষ্ঠ ইন্দ্রিয়' (Sixth sense) সজাগ হতে পারে। তিনিই হয়ে উঠতে পারেন দুর্ভেগ্য দেয়াল, যার ফাঁক দিয়ে কোনো সংবাদ বা সংবাদসূত্র ছাড় পাওয়া কঠিন।

কোন দিকে নজর রাখলে, কোন দিকে কান খোলা রাখলে খবরের সূত্র মিলবে তার জন্য টেলিভিশন সাংবাদিকদের বিশেষ করে টেলিভিশনের গোটা সংবাদবিভাগেরই সতর্কতা প্রয়োজন। একটা খবর সংগ্রহের

কাজ করতে করতেই আরেকটা খবরের সূত্র মিলতে পারে। নইলে জনস্বার্থ সম্পর্কিত অনেক খবরের (অর্থাৎ ঘটনার) পাশ দিয়ে চলে গেলেও জোরালো কোনো গুরুত্বপূর্ণ খবরও হাতছাড়া হয়ে যায়। প্রতিযোগিতার বাজারে সংবাদ আঁচ করার ক্ষমতা যার যত বেশি, সে তত এগিয়ে থাকবে।

৯.৪.১ সব কিছুই ভাবতে হবে ছবির ভাষায়

টেলিভিশন দৃশ্য ও শ্রাব্য মাধ্যম। দৃশ্যই এই মাধ্যমে প্রধান। ছবিই প্রধানত কথা বলবে। আর এই মাধ্যমে কথা হবে ততটুকুই, যতটুকু প্রয়োজন ছবিকে অর্থবহ করে তুলতে। আর ছবি ছাড়াও বাড়তি তথ্য পৌঁছে দিতে পারে, এমন প্রয়োজনেই কথার ব্যবহার। অতএব টেলিভিশনে সংবাদের সম্ভাবনা, তাৎপর্য বিচার্য হবে ছবির মাধ্যমে তা কতখানি দর্শকদের পৌঁছে দেওয়া যায়, তারই ওপর। সুতরাং টেলিভিশনের সাংবাদিককে সব কিছুই ভাবতে হচ্ছে ছবির ভাষায় (Visual News)। খবরের কথা ভাবতে গিয়ে সঙ্গে সঙ্গে একজন সাংবাদিককে ভাবতে হয়, সেই ঘটনার ছবির সম্ভাবনার কথা। ধরা যাক, একটি বড় ট্রেন দুর্ঘটনা ঘটেছে। ঘটেছে দুর্গম পাহাড়ী অঞ্চলে। সহজে পৌঁছোনো সম্ভব নয়। যেহেতু এই দুর্ঘটনার ছবি আজই সংবাদে দেখানো সম্ভব হচ্ছে না, তাহলে কি এমন দুর্ঘটনার সংবাদ প্রচারই করা হবে না?

কিন্তু দুর্ঘটনার খবরটি ক্যাপশন, মোটিফ বা অ্যানিমেশনের সাহায্য নিয়ে পরিবেশন করাই যেতে পারে। তার মানে রেডিও-র মতো নিতান্তই শুকনো খবর শোনানোর চাইতে খরবটা জানানোর সঙ্গে সঙ্গে একটা ছবির আবহ অন্তত তৈরি করা গেল।

দুর্ঘটনাস্থলের ছবি যদি দুদিনেও না এসে পৌঁছোয়, তাহলেও কি দুর্ঘটনাগ্রস্ত মানুষদের উদ্ধারের বা এই সংক্রান্ত কোনো খবর প্রচার করা হবে না? উদ্ধারের কাজে যারা যুক্ত, অথবা যাদের উদ্ধার করে শহর এলাকায় এনে হাসপাতালে ভর্তি করা হয়েছে, তাদের অবস্থা সম্পর্কে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিদের সাক্ষাৎকার, এমনকী বিপন্ন মানুষদের সঙ্গেও কথা বলা, ও অন্য প্রত্যক্ষদর্শীদের সাক্ষাৎকার নিয়েও অথবা দুর্ঘটনাস্থলের কর্তা ব্যক্তি বা কোনো প্রতিনিধির সংগে টেলিফোনে কথোপকথনের মাধ্যমেও দর্শকদের প্রাথমিক চাহিদা পূরণ করা যেতে পারে।

মনে রাখা দরকার, সংবাদপত্র বা বেতার সাংবাদিকদের ক্ষেত্রে হাতে নোটবুক, পকেটে কলম, টেপরেকর্ডার, ঘটনাস্থল থেকে অফিসে ফিরে এসে টাইপরাইটার বা কম্পিউটারে বসে গেলেই হল। কিন্তু টেলিভিশন অনেক ব্যয়সাধ্য মাধ্যম। ছবি আর ধ্বনি বাদ দিয়ে এই মাধ্যমে সংবাদ পরিবেশন বা কোনো অনুষ্ঠানের কথা ভাবাই যাবে না। সুতরাং খবরের কথা ভাবলেই প্রথমে ভাবতে হবে, সেই খবরের দৃশ্য বিন্যাসের সম্ভাবনা কতখানি, তার ওপরেই নির্ভর করবে টেলিভিশন সংবাদের সার্থকতা। যেমন ডিজেল পেট্রোলের দাম বেড়েছে। গতবারের তুলনায় এবারে দাম বেড়েছে ৫ শতাংশ বেশি। শুনলেই মনে হবে নিতান্তই একটি পণ্যের দাম বেড়ে যাওয়ায়, ছবির কীই-বা তেমন সুযোগ থাকবে? একমাত্র যেসব তেল কোম্পানী বা সরকারী মুখপাত্র এই মূল্যবৃদ্ধির কথা ঘোষণা করেছেন, তাদের একটা সাক্ষাৎকার বা 'তাদের মুখ দিয়েই মূল্যবৃদ্ধির ঘোষণা' ছবিতে দেখানো যেতে পারে। এ তো হল নিয়ম-মাফিক ছবি। কিন্তু এরই সঙ্গে যদি যুক্ত করা যায় নিজস্ব সংগ্রহ (Reference Library) থেকে পেট্রোল পাম্পের ছবি, তবেই ওই দৃশ্যমান খবর অন্য মাত্রা পেয়ে যাবে। অথবা যদি এই মূল্যবৃদ্ধির সূত্রেই আগের দফায় মূল্যবৃদ্ধির ঘটনাটি দর্শকদের সামনে লাইব্রেরির সংগ্রহ থেকে নতুন মোড়কে উপস্থিত করা হয়—তবেই তো সেই সংবাদের গুরুত্ব বেড়ে যেতে পারে। কারণ সংবাদ এখানে চিত্র, নিতান্তই কতকগুলি বাক্যের সমষ্টি। যে কোনো সংবাদকেই ছবির বিন্যাসে যে যত এগিয়ে ভাবতে পারবে, তার সংবাদ তত আকর্ষক এবং গ্রহণযোগ্য হয়ে উঠবে দর্শকের কাছে। তাই টেলিভিশনে সবকিছুকেই ভাবতে হবে ছবির ভাষায়, সেই ভাষার অভিনবত্বে, অনন্যতায়, তার চমৎকারিত্বে।

৯.৫ সারাংশ

সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠানের জনপ্রিয়তা ও গুরুত্ব বাড়ছে বলেই এই অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা নিয়ে সবাই ভাবছে। এই ধরনের অনুষ্ঠানে জনমত বিশেষ অগ্রাধিকার পায়। সংবাদের আড়ালে যে সংবাদ, চারপাশের ঘটনাবলীর তাৎপর্য বোঝা যায় বিশ্লেষণে, বিতর্কে এবং বিশেষজ্ঞদের মতামতে। এই কারণেই শুধুমাত্র সংবাদ ও সংবাদভিত্তিক—অনুষ্ঠানের আলাদা চ্যানেলও বাণিজ্যিক দিক থেকে সফল। সংবাদের আঁচ পাওয়া দুঁদে সাংবাদিকদের একটা বড় গুণ। অনুসন্ধানমূলক সাংবাদিকতার (Investigative Reporting) সাফল্য অনেক বেড়ে যায়, যাঁর এই গুণটি আছে। এটা আয়ত্ত করার জন্য কঠোর অনুশীলন চাই। টেলিভিশনে ছবিই প্রথম ও শেষ কথা বলে। ছবির বিন্যাসে না ভাবতে পারলে, টেলিভিশনে সে খবর সম্পূর্ণ হল না বলে মনে করতে হবে। অনিবার্য কারণে তাৎক্ষণিকভাবে ছবি না মিললে আধুনিক প্রযুক্তির সাহায্য নিয়ে ছবির ভাষ্যে সেই খবর তুলে ধরা সম্ভব।

৯.৬ অনুশীলনী

১। সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠানের জনপ্রিয়তার কারণ কী?

২। কয়েকটি জনপ্রিয় সংবাদ-ভিত্তিক অনুষ্ঠানের নাম করুন। এই বইয়ে উল্লেখ নেই এমন নামও করতে পারেন।

৩। সংবাদের আঁচ আগে পেতে হলে টেলিভিশন সাংবাদিককে কী কী কঠোর নিয়ম অনুসরণ করতে হবে।

৪। 'সচিত্র সংবাদ'—টেলিভিশনে এই কথাটির তাৎপর্য কতখানি? সংবাদ সচিত্র হলে পাশাপাশি লিখিত ভাষ্যের বা কথার প্রয়োজন কতটুকু।

৯.৭ গ্রন্থপঞ্জী

- How to Write for Broadcast and Print Media : David Dary.
- The Professional Journalist : John Hohenberg.

একক ১০ □ দর্শক বিচার, অনুষ্ঠান বিচার, মূল্যায়ণ

গঠন

১০.১ উদ্দেশ্য
১০.২ প্রস্তাবনা
১০.৩ কাদের জন্য অনুষ্ঠান
১০.৪ দর্শকের মতিগতি
১০.৫ দর্শক টানতে কী করতে হবে
১০.৬ TRIM = লগপপ কী। ও কেন?
১০.৭ দর্শক কত রকম? মন জয়ের কৌশল
১০.৮ সারাংশ
১০.৯ অনুশীলনী
১০.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১০.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- টেলিভিশনের জন্য অনুষ্ঠান তৈরির সময় বা উপস্থাপনের সময় দর্শককে কেন গুরুত্ব দেওয়া উচিত, তা জানা যাবে,
- দর্শক-মন কীভাবে যাচাই করা উচিত, কেন তাদের মেজাজ বদলে যায়, সে সম্পর্কে ধারণা হবে,
- দর্শকের শ্রেণীবিভাগ এবং প্রত্যেক শ্রেণীভুক্ত দর্শকের মন কীভাবে জয় করতে হবে, তার প্রক্রিয়াও জানানো হয়েছে এই এককে।

১০.২ প্রস্তাবনা

টেলিভিশনের কোন চ্যানেল এগিয়ে আর কোন চ্যানেল পিছিয়ে—তা নিয়ে দুবেলা হিসেব নিকেশ চলছে। এই হিসেবটা প্রত্যেক চ্যানেলকে করতে হয়। তার কারণ এর উপর তাদের আর্থিক সঙ্গতি ও অস্তিত্ব অনেকটাই নির্ভর করে। দূরদর্শন বাদ দিলে (কারণ দূরদর্শন এখনও চলে সরকারী অর্থানুকুল্যে) প্রত্যেকটি টিভি চ্যানেলকে অর্থের সংস্থান নিজেদেরই করতে হয়। এই অর্থ রোজগারের ভিত্তি হল স্পন্সর ও বিজ্ঞাপন। যে-চ্যানেলের অনুষ্ঠানের যত ব্যাপ্তি, যত জনপ্রিয়তা, তার বিজ্ঞাপন প্রাপ্তি তত বেশি। এমনকী কোনো চ্যানেলের দর্শক ব্যাপ্তি ও অনুষ্ঠানের জনপ্রিয়তা থাকলে তারা অনেক সময়েই বিজ্ঞাপন শুধু বেশি টানতে পারে, তাই-ই নয়, বিজ্ঞাপনের মূল্যহারের ক্ষেত্রেও তারা নিয়ন্ত্রকের ভূমিকা পালন করতে পারে। অবশ্য এক্ষেত্রে অনুষ্ঠানের ব্যাপক জনপ্রিয়তার ধারাবাহিকতা (Consistency) তৈরি হওয়া দরকার। নইলে বিজ্ঞাপনদাতারা ভরসা করবেন না। মনে রাখা দরকার, একটি চ্যানেলের সব অনুষ্ঠান জনপ্রিয় নাও হতে পারে। কোনো কোনো চ্যানেলের

কোনো কোনো অনুষ্ঠান জনপ্রিয়তা অর্জন করে। এর মধ্যে দুটি বা তিনটি চ্যানেলে জনপ্রিয় অনুষ্ঠান প্রচারের সময় যদি একই হয়, তবেই বেঁধে যায় চ্যানেলে চ্যানেলে যুদ্ধ। তবে এমন পরিস্থিতি যে খুব বেশি হয়, তা নয়। কিন্তু হলে দর্শক টানার একটা লড়াই শুরু হয়ে যায়।

আরেকটা ব্যাপারও ঘটে। টেলিভিশনে মিডিয়ার জগতে একটা শব্দ বেশি রকম চালু আছে। তাকে বলা হয় '**প্রাইম টাইম**' (Prime Time)। অর্থাৎ যেসময় অনুষ্ঠানের দর্শক সংখ্যা সাধারণত বেশি। সন্ধে ৭-টার পর থেকেই একটু বেশি রাত পর্যন্ত এই প্রাইম টাইমের পর্ব চলে। কোনো একটি নির্দিষ্ট সময়কেও স্থায়ীভাবে প্রাইম টাইম বলা যায় না। তবে কাজকর্মের পর দিনের শেষে বেশির ভাগ মানুষ ঘরে ফিরে টিভির সামনে বসার সুযোগ পান ধরে নিয়েই সন্ধে থেকে রাতের প্রথম ৫/৬ ঘণ্টা প্রাইম টাইমের মধ্যে ধরা হয়। কিন্তু কখনো কখনো কোনো অনুষ্ঠান (তারকা খচিত অনুষ্ঠান) এতই জনপ্রিয়তা পেয়ে যায় যে বেশ কিছুদিন পর তার প্রচার সময় বদল হলেও প্রাইম টাইমের সংজ্ঞা যেন তার পিছু ছাড়ে না। অভিনেতা অমিতাভ বচ্চন সঞ্চালিত '**কৌন বনেগা ক্রোড়পতি**'-র প্রাইম টাইম যদি হয় রাত ৯টা, তবে তা সময় পরিবর্তন করে রাত ১১টা হলেও হয়তো সমসংখ্যক দর্শন টানতে পারে। আবার ধরা যাক, বিশ্বকাপে ক্রিকেটে ভারতের সঙ্গে পাকিস্তানের খেলা যদি মধ্যরাত পর্যন্ত গড়ায়—তবে তাও বিপুল দর্শন টানতে পারে। সুতরাং অনুষ্ঠানের আকর্ষণে প্রচলিত প্রাইম টাইমের সংজ্ঞাও বদলে যায়। এই প্রাইম টাইমের বিজ্ঞাপন-মূল্যও বেশি।

সুতরাং দর্শকই শেষ কথা। দর্শককে খুশি করার জন্যই, দর্শক-মন নিয়ে চলে নানা সমীক্ষা। তাই দর্শককে জানতে ও বুঝতে হবে সবার আগে। তাদের মনের অলিগলির হদিশ জানতে হবে।

১০.৩ কাদের জন্য অনুষ্ঠান

যখনই কোনো অনুষ্ঠান আমরা জনসমক্ষে হাজির করি (হয়ত অনুষ্ঠানটি মঞ্চে উপস্থিত করা হচ্ছে), তখনই আমাদের ভাবতে হবে উপস্থিত দর্শকমণ্ডলীর কথা। তাঁদের রুচি, অভিরুচি, শিক্ষার মান, বয়সের গড়, অভিজ্ঞতার স্তর, চারপাশের চলতি অনুষ্ঠানগুলি সম্পর্কে তাদের চলতি ধারণা কেমন, যে-সময়ে যে জায়গায় যে নির্দিষ্ট দর্শকমণ্ডলীর সামনে অনুষ্ঠানটি উপস্থিত, তখনকার পরিবেশ, চারপাশের মানসিকতা, দর্শকদের গ্রহণক্ষমতা—সবই মাথায় রাখতে হয়। এটা যেমন মঞ্চের একটা অনুষ্ঠানের ক্ষেত্রে সত্যি, তেমনই সত্যি সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে, বেতারের ক্ষেত্রে এবং টেলিভিশনের ক্ষেত্রেও।

অনুষ্ঠানের প্রধান লক্ষ্য দর্শক। সেই দর্শকেরও মান, রুচি, শিক্ষা ও অভিজ্ঞতার স্তর এক রকম নয়। এক রকম নয় মেজাজ ও মর্জিও। তাহলে যে-দর্শকদের জন্য অনুষ্ঠান, তাদের সম্পর্কে একটা ধারণা থাকা দরকার। বিজ্ঞান বিষয়ে কোনো একটি অনুষ্ঠানের সময় যে-দর্শকমণ্ডলীর কথা ভাবা হচ্ছে, সাহিত্য বিষয়ক একটি অনুষ্ঠানের দর্শকমণ্ডলীর সঙ্গে তার মিল না থাকাই স্বাভাবিক। এমনিভাবেই রান্নাবান্না, ঘরকন্না বা খেলাধূলা নিয়ে অনুষ্ঠান করতে গিয়ে যে-দর্শকমণ্ডলীর কথা মাথায় রাখতে হয় তার সঙ্গে ধ্রুপদী শাস্ত্রীয় সঙ্গীতের অনুষ্ঠান, ফিল্ম-ভিত্তিক গানের অনুষ্ঠান অথবা দর্শকের সঙ্গে সরাসরি মতবিনিময়মূলক বা দর্শকের জন্য পরামর্শদানমূলক **ফোন-ইন** অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা এক হতে পারে না।

সুতরাং কাদের জন্য অনুষ্ঠান, কোন সময়ে কোন লক্ষ্যে তা প্রচারিত হবে সে সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা নিয়েই অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা করতে হবে। যিনি দর্শক-মন সবচেয়ে ভাল বুঝতে পারেন, তিনিই দর্শকের জন্য উপহার দিতে পারেন নজর-কাড়া অনুষ্ঠান। এখানেই মনে রাখা দরকার, দর্শকের মন স্থিতিশীল নয়। একটা দিনে সারাক্ষণ কেউই মনকে একটা স্তরে বেঁধে রাখতে পারেন না। তার অনেক রকম উত্থান পতন আছে। সেই

মনও পারিপার্শ্বিকের দ্বারা চালিত ও প্রভাবিত। এ কথাটা মনে রেখেই ভাবতে হবে, কোনো এক নির্দিষ্ট সময়ে লক্ষ্য (Target viewers) অনুযায়ী ওই নির্দিষ্ট সংখ্যক সম্ভাব্য দর্শকের বেশিরভাগই (Majority) অনুষ্ঠানটি পছন্দ করবেন কিনা, তাদের পুরোপুরি আকৃষ্ট করবে কিনা—সে সম্পর্কে একশো ভাগ নিশ্চিত হতে হবে।

১০.৪ দর্শকের মতিগতি

সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে যেমন সব খবর, নানা বিষয়ের লেখা প্রতিবেদন বা সম্পাদকীয় সব পাঠক সবিস্তারে পড়েন না, তেমনি অনেক পাঠকই কোনো বিশেষ পাতার খবর সবিস্তারে পড়েন। এখানে লঘু- রসের লেখা থেকে—গুরুত্বপূর্ণ সামাজিক ও আন্তর্জাতিক সঙ্কট বিষয়ে নানারকম লেখাই থাকতে পারে। সব ধরনের লেখারই বৃহত্তর পাঠক সমাজ আছে—এটা মেনে নিতে হবে। এক্ষেত্রেও পাঠকের রুচি, চাহিদা সব কথা মনে রেখেই প্রতিদিনের সংবাদপত্রকে নতুন করে সাজাতে হয়, পরিকল্পনা করতে হয়। এমন হতেই পারে সংবাদপত্রে খেলা বিষয়ক খবরাখবর বা প্রতিবেদন পড়ার জন্য একজন পাঠক হয়তো ১ ঘণ্টা সময় ব্যয় করেন, তুলনায় অন্যান্য খবর পড়ার জন্য তিনি সময় দেন ১৫ মিনিট। আবার কোনো পাঠক হয়তো চিত্রতারকাদের খবর বা এই বিষয়ে অন্যান্য লঘুরসের লেখায় যতটা আগ্রহী, ততটা রাজনৈতিক বা আন্তর্জাতিক বিষয়ের মধ্যে বিশেষ ঢুকতে রাজি নন। অনেকের ক্ষেত্রে এর উল্টোটাও হতে পারে। তার মানে সংবাদপত্রকেও তার পাঠকমহলকে নানাভাবে ভাগ করে নিতে হচ্ছে। একটা সংবাদপত্রে সংবাদ বা অন্যান্য লেখার পাশে বা মাঝে কোথায় ছবি বসবে, কেমন হবে সে-ছবি নাকি ছবির বদলে ড্রয়িং থাকবে, অথবা বড় করে দেখানো হবে প্রকাশিত লেখারই কোনো উদ্ধৃতি, সেখানেও কোনো রঙের ব্যবহার হবে কীনা, হলে কোন রঙের ব্যবহার হবে—সব কিছুই পরিকল্পনা‑র অঙ্গ। এই সব পরিকল্পনারই লক্ষ্য হলেন পাঠক।

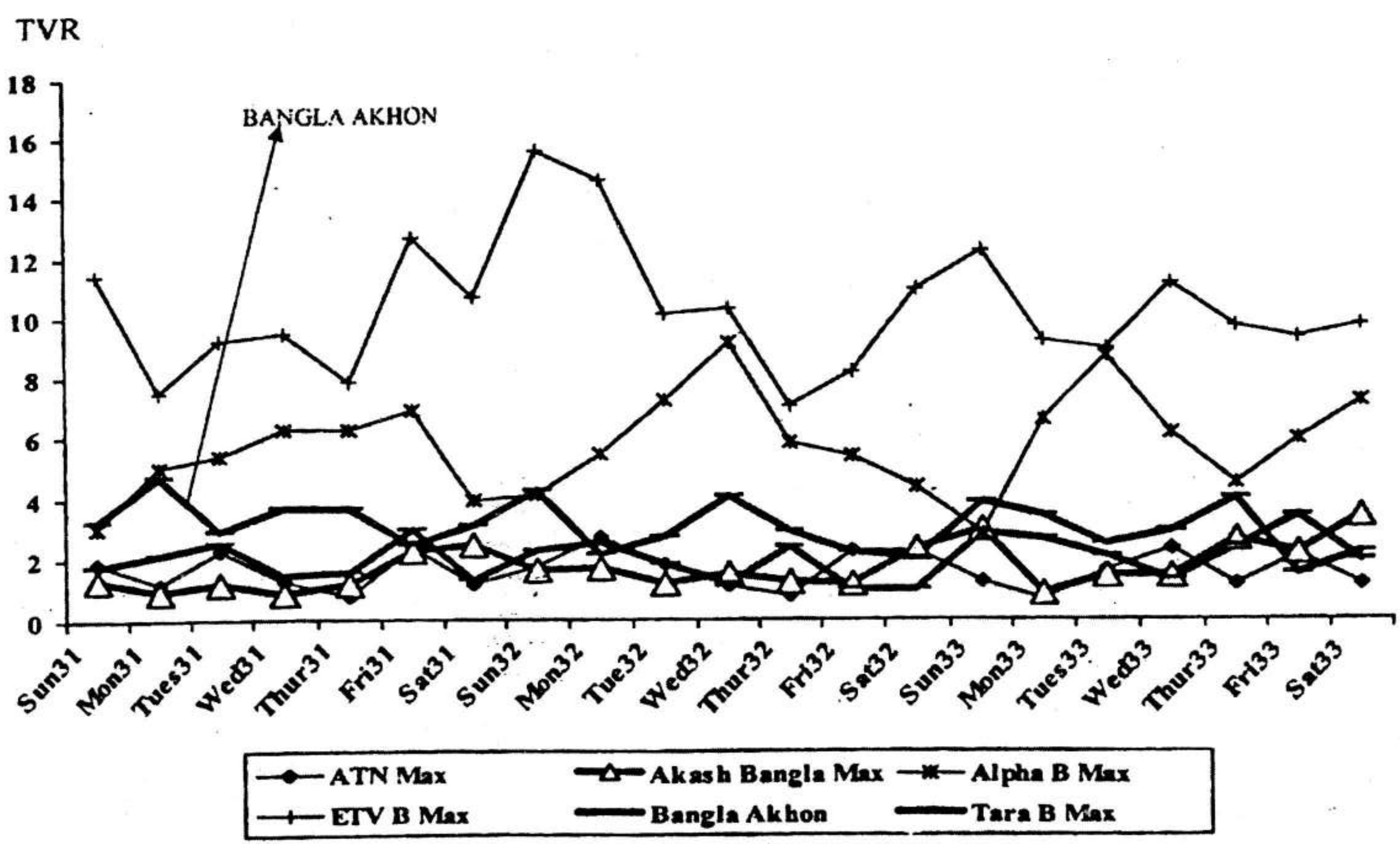
টেলিভিশনের ক্ষেত্রেও ব্যাপারটা এই রকম। একটা টেলিভিশন চ্যানেলে দিনে রাতে নানারকম অনুষ্ঠানের সমাবেশ ঘটানো হয় দর্শক গোষ্ঠীর মধ্যে বৈচিত্র্যের কথা ভেবেই। এই দর্শক মনকে যিনি সঠিকভাবে মাপতে পারবেন তিনিই সঠিক পরিকল্পনার মধ্যে দিয়ে দর্শককে উপহার দিতে পারবেন আকর্ষণীয় অনুষ্ঠান।

১০.৫ দর্শন টানতে কী করতে হবে

দর্শকের মেজাজ, সেই মেজাজের গতিপ্রকৃতি বোঝার মতো (Viewers mood) তীক্ষ্ম বোধশক্তি এবং দর্শকের মেজাজকে প্রভাবিত করার মতো চিন্তাশক্তি থাকা চাই একটা টেলিভিশন চ্যানেলের কর্তাদের। স্পষ্ট করে বলা ভালো, দর্শকের চাহিদা ও চিন্তাচেতনা থেকেও এগিয়ে ভাবার ক্ষমতা থাকা চাই অনুষ্ঠান নির্মাতার। কারণ চিন্তায় এগিয়ে থাকার মধ্যেই অনুষ্ঠানে আসবে অভিনবত্ব, যে-অভিনবত্ব দর্শককে প্রথম দর্শনেই মুগ্ধ করবে এবং অন্য চ্যানেলের অনুরূপ অনুষ্ঠান থেকে দর্শকের চোখ টেনে আনবে। সুস্থ প্রতিযোগিতার এই মূল জায়গাটা কোনো সময়ের জন্যই ভুলে গেলে চলবে না। অতএব সুস্থ অনুষ্ঠান উপহার দেবার প্রতিযোগিতার মধ্যে রয়েছে দর্শককেও সঠিকভাবে চিনতে পারার প্রতিযোগিতা। কিন্তু এই দর্শক চেনবার কি কোনো বিজ্ঞানভিত্তিক প্রক্রিয়া আছে? অনুষ্ঠান প্রস্তুতকারকের নিজস্ব মেধা, মাধ্যমটি (অর্থাৎ টেলিভিশন) পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে জানা এবং তার নতুন নতুন সম্ভাবনার দিক উন্মোচন করার ক্ষমতা থাকা চাই। এই ক্ষমতা সম্পর্কে নিঃসন্দেহও থাকতে হবে অনুষ্ঠান-নির্মাতাকে। অর্থাৎ দর্শককে পুরোপুরি জেনে সঠিকভাবে অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা ও তার রূপায়ণ সম্পর্কে নিজের ওপর পূর্ণ আস্থা থাকা চাই।

Source : TAM, Week 31.32.33 2002

Maximum Reach in a day (30 min slot)



১০.৬ TRIM = লগপপ কী ও কেন?

এই আস্থার জায়গায় পৌঁছতে গেলে কয়েকটি বিষয় মনে রাখা দরকার। ইংরেজিতে একটি সংক্ষিপ্ত শব্দ চালু আছে, তা হল TRIM (ট্রিম)

(ক) T = Target (লক্ষ্য)

(খ) R = Receiver (গ্রাহক)

(গ) I = Impact (প্রভাব)

(ঘ) M = Method (প্রক্রিয়া/ ভঙ্গি)

TRIM অর্থে বাংলায় শব্দগুলির প্রথম অক্ষর চারটি নিয়ে যূথবদ্ধ নাম হতে পারে 'লগপপ'। এই TRIM বা লগপপ মাথায় রাখলেই দর্শককে জানা, আকর্ষণীয় অনুষ্ঠান প্রস্তুতির কাজ অনেক সহজ হতে পারে। টেলিভিশনে সংবাদ থেকে শুরু করে যে কোনো অনুষ্ঠানের প্রস্তুতির ক্ষেত্রেই এটা প্রযোজ্য। টেলিভিশনে একটি অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা কেমন উচিত তা স্থির করে দেবে এই TRIM বা লগপপ।

লক্ষ্য (Target)

- লক্ষ্য বলতে মাথায় রাখতে হবে কোন দর্শকের জন্য অনুষ্ঠান। তাদের কাছে এই অনুষ্ঠানের মধ্যে দিয়ে কী বার্তা পৌঁছে দিতে হবে।
- অনুষ্ঠানটি তৈরির আগে এলোমেলো ভাবনাকে গুছিয়ে সংহত করে আনুন। লক্ষ্য বা উদ্দিষ্ট দর্শক আরও ভাল করে চিহ্নিত করুন।
- উদ্দিষ্ট দর্শক না থাকলে অনুষ্ঠান নিরর্থক, উদ্দেশ্যহীন।

গ্রাহক (Receiver)

- যাদের জন্য অনুষ্ঠানটি নির্দিষ্ট অর্থাৎ গ্রাহকরা (এখানে দর্শক) কি উদ্দিষ্ট অনুষ্ঠানটি দেখতে আগ্রহী?
- যেভাবে অনুষ্ঠানটি উপস্থিত করার কথা ভাবা হচ্ছে, তা কি তাদের অনুধাবনের ক্ষমতা আছে?
- যে ভঙ্গিতে বা স্টাইলে অনুষ্ঠানটি উপস্থিত করা হবে, তা দর্শকরা শেষ পর্যন্ত মেনে নেবেন তো?

প্রভাব (Impact)

- দর্শকদের মধ্যে অনুষ্ঠানের কতটা প্রভাব পড়বে, তার একটা পরিচ্ছন্ন আন্দাজ থাকা চাই। সংবাদ হোক বা অন্য অনুষ্ঠানই হোক, দর্শকদের কাছে তার বাস্তব উপযোগিতা বা অন্য অর্থে সার্থক বিনোদনমূল্য কতখানি—সে সম্পর্কে নিশ্চিত হতে হবে।
- যদি কোনো বিশেষ অনুষ্ঠানের সাফল্য বা ওই ধরনের অনুষ্ঠানের ধারাবাহিক সাফল্য চান, তা হলে দর্শককে পুরোপুরি প্রভাবিত করে নিজের অর্থাৎ নিজস্ব টিভি চ্যানেলের আয়ত্তের মধ্যে নিয়ে আসতে হবে। এজন্য সঠিকভাবে দর্শককে অনুষ্ঠান স্পর্শ করা চাই। একথা মনে রেখেই অনুষ্ঠানের মধ্যে তথ্য বেগ ও আবেগের মিশ্রণ ঘটাতে হবে।

প্রক্রিয়া/ ভঙ্গি (Method)

- প্রক্রিয়া বা ভঙ্গিকে (Style) আঙ্গিকও (Format) বলা যেতে পারে। অর্থাৎ কেমন আঙ্গিকে অনুষ্ঠানটি উপস্থিত করলে সবচেয়ে বেশি সংখ্যক দর্শক তা গ্রহণ করবে। যদি দর্শকমনে ছাপ (Impact) ফেলতে হয়, রীতিমত দাগ কাটতে হয়, তাহলে নিজস্ব ভঙ্গি বা স্টাইল থাকা চাই। এই স্টাইল হতে

হবে এমনই মনোমুগ্ধকর, যা দিয়ে ওই বিশেষ চ্যানেল, তার প্রযোজক অথবা উপস্থাপক (Presenter) সূত্রাধার/ সঞ্চালক (Anchor) চেনা যাবে। স্টাইলের উৎকর্ষ যেন চ্যানেলকেই চিনিয়ে দিতে পারে এমন বিশিষ্টতা চাই।

❖ গ্রাহক বা দর্শকদের প্রতিক্রিয়া জানতে হবে। এই প্রতিক্রিয়াগুলির সঠিক মূল্যায়ন করা দরকার। কোন প্রতিক্রিয়াকে কেমন গুরুত্ব দিয়ে ভবিষ্যৎ অনুষ্ঠানে প্রয়োজনীয় পরিবর্তন আনতে হবে—তা নির্ধারণের এবং সেই অনুযায়ী কাজের উপায় উদ্ভাবন করতে হবে।

১০.৭ দর্শক কত রকম? মন জয়ের কৌশল

কখন দর্শকের ভূমিকা কেমন—এটা নির্দিষ্ট করে বলা সম্ভব নয়। বলা হয়ে থাকে, দর্শক হল এমন দেবতা, তিনি যে কখন কীসে সন্তুষ্ট হবেন, তা জোর দিয়ে বলা যায় না। এর ভালো মন্দ দুটো দিকই আছে। দর্শককে 'নমনীয়' (Flexible) ধরে, অনুষ্ঠানের প্রতি আকৃষ্ট করা সহজ। আর দর্শক যদি পূর্বারোপিত কোনো ধারণাও অভিজ্ঞতায় অনড় থাকেন, তবে তাকে বাগে আনা, মুঠোর মধ্যে পাওয়া বেশ কঠিন।

তবুও সাধারণভাবে মতিগতির বিচারে দর্শকদের কয়েকটি ভাগে ভাগ করা যায়। দর্শকরা হলেন,

(ক) বিরূপ অথবা বিমুখ অথবা অনিচ্ছুক অথবা উদাসীন (apathetic)

(খ) জটিল, বিকৃত অথবা অনেক সময়েই ভুল যুক্তিতে চালিত (Sophisticated)

(গ) শত্রুভাবাপন্ন বা মামরমুখী (Hostile)

(ঘ) দর্শকের অনমনীয় বিশ্বাস (Credent),

(ঙ) সমালোচনাপ্রিয় (Critical),

এমন বিচিত্র দর্শকদের খুশি করা খুব কঠিন কাজ। তার ওপর দর্শকদের মেজাজ-মর্জি নিয়ে আরও কিছু কথা চালু আছে। যেমন, দর্শক হল আসলে 'হাফ-দর্শক'। যেহেতু টেলিভিশন সেটের সুইট অন্ করা অফ্ করা তারই হাতে, এই চ্যানেল ঘুরিয়ে অন্য চ্যানেলে যাওয়া তাঁর মর্জি, তাই তার মনের আধখানা চোখ দিয়ে কোনো অনুষ্ঠান দেখছে, মনের বাকি আধখানা হয়তো আরও ভালো অনুষ্ঠানের জন্য ছটফটাচ্ছে। নানা কারণেই তার মনে যে অস্থিরতা ও বিরক্তি জমা হয়েছে, তাতে অনুষ্ঠানে তার বিশেষ মন নেই। আবার মনের অস্থিরতার জন্যই হয়তো টেলিভিশনের পর্দায় তিনি মুক্তি খুঁজছেন।

কিন্তু দর্শকের এই যে বিরূপতা, রাগ, ক্ষোভ, বিরক্তি—এসব কাটিয়ে ওঠার বা ছাপিয়ে যাওয়ার উদ্দেশ্য নিয়েই অনুষ্ঠান প্রস্তুত করতে হবে।

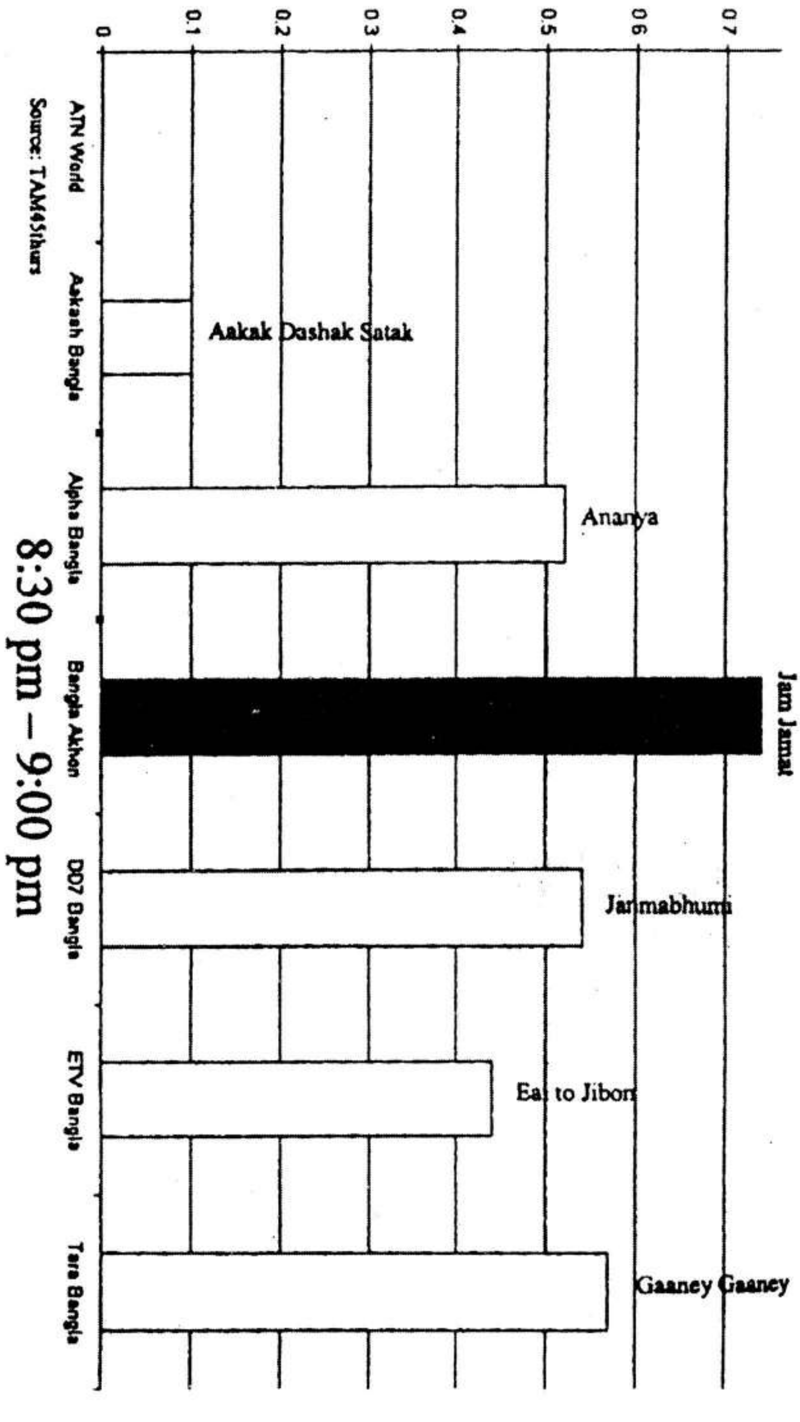
গ্রীক Apatheia শব্দটির অর্থ বোধহীন বা অনুভূতিহীন। দর্শক Apathetic বলতে এই বোধ হীনতা বা অনুভূতিহীনতা কাটিয়ে দর্শকের মন জয় করতে হবে, তাকে চাঙ্গা করতে হবে। দর্শক মনের দিক থেকে স্থবির— এটা ধরে নিয়েই এগোতে হবে। লক্ষ্য, ওই স্থবিরতা ভেঙে দেওয়া। 'জ্ঞাপন' বা কমিউনিকেশনের ক্ষেত্রে এই কাজটা বেশ কঠিন। সম্ভব হলে দর্শকের এই স্থবিরতার কারণগুলিও খুঁজে বের করার চেষ্টা করা উচিত। সম্ভাব্য কারণগুলি হতে পারে ঃ

(ক) অনিবার্যভাবে কোনো অপ্রিয় পরিস্থিতির মধ্যে পড়া, অথবা

(খ) এর আগে এই চ্যানেলে বা অন্য চ্যানেলে যে-অনুষ্ঠান দেখেছেন, তা নিয়ে বিরক্তি অথবা,

(গ) অনুষ্ঠান দেখতে দেখতে হঠাৎই নিরুৎসাহী অথবা

(ঘ) এই চ্যানেলেই আগে যেসব দুর্বল বা নিম্নমানের অনুষ্ঠান হয়েছে তার জন্য আগে থেকেই হয়তো তার বিরূপতা তৈরি হয়ে আছে।


8:30 pm – 9:00 pm
0
0.1
0.2
0.3
0.4
0.5
0.6
0.7
ATN World
Aakash Bangla
Alpha Bangla
Bangla Akhon
DD7 Bangla
ETV Bangla
Tara Bangla
Aakak Dashak Satak
Ananya
Jam Jamat
Janmabhumi
Eat to Jibon
Gaaney Gaaney
Source: TAM45hurs

লরেন্স ডাইসার্টের একটি বইয়ে (Elffective Communication) বলা হয়েছে, এই জটিল অবস্থা কাটিয়ে ওঠার জন্য, দলবদ্ধভাবে দর্শকদের অনুষ্ঠানে অংশগ্রহণের ব্যবস্থা, সহজ ভাষায় তাদের সঙ্গে কথা বলা—একটা উপায় হতে পারে। তিনি এও পরামর্শ দিয়েছেন, পিতৃস্থানীয়ের মতো না হয়ে মেয়ে-বন্ধুর মতো ব্যবহার করুন। ডাইসার্টের এই পরামর্শকে প্রতীকী অর্থে ধরাই ভালো। এই পরামর্শ থেকে বুঝে নিতে হবে দর্শককে কাছে টানতে কোমল ও সরল ভঙ্গি নিতে হবে।

Sophisticated শব্দটি এসেছে গ্রীক Sophos শব্দ থেকে। Sophos মানে জ্ঞান। দর্শকও বাহ্যত 'বিশিষ্ট জ্ঞানী'র মতো টেলিভিশনের পর্দার সামনে বসেন। ভাবটা এইরকম, ওই মুহূর্তে টেলিভিশনে যা দেখানো হচ্ছে, তার চাইতে তিনি কিছু কম জানেন না। ফলে তিনি অনুষ্ঠান দেখতে ততটা আগ্রহী নন (মনে রাখতে হবে সাধারণভাবে দর্শককে খাটো করার জন্য এমন কথা বলা হচ্ছে না)।

তবে দর্শকদের একাংশের এই বিমুখতারও কারণ আছে। কারণগুলি হল ঃ

(ক) মান্ধাতা আমলের ভঙ্গিতে অনুষ্ঠান উপস্থিত করা

(খ) ছবি ছাড়া শুধু কথা বলে যাওয়া

(গ) সব কিছুকেই একটু বাঁকা চোখে দেখার প্রবণতা

(ঘ) বড় বড় ভাবগম্ভীর আদর্শবাদী কথা শোনানো, যার বাস্তব প্রয়োগ নেই বললেই চলে

এর অনিবার্য পরিণতি হল, দর্শকের বিমুখতা। ওই মুহূর্তে টেলিভিশনের অনুষ্ঠান তুচ্ছ জ্ঞান করায় তিনি এমন জায়গায় চলে গেছেন, যখন টেলিভিশনের দিকে তাকিয়ে তার স্বগতোক্তি, 'তুমি যতই বলে যাও আমি কিছুই শুনছি না'।

এই অবস্থা কাটাতে নানা মুনির নানা মত আছে। জ্ঞাপন বা কমিউনিকেশন বিশেষজ্ঞ ক্লার্ক. ই. বেক (Clerk E. Beck) বলেছেন ঃ নিজেকে এমনভাবে বিনয়ের সঙ্গে পর্দায় হাজির করুন, যেন আপনি যেটুকু জানেন, তা অতি সামান্য। শুধু অনুষ্ঠানটিতে একটি নতুন দৃষ্টিকোণ হাজির করার চেষ্টা করছেন মাত্র। অভিজ্ঞতা জানান, অত্যন্ত বিনয়ের সঙ্গে। কোনোরকম ঔদ্ধত্য বা সবজান্তার ভঙ্গিতে নয়। আবার ক্লিফোর্ড ওয়েসল (Clifford Oywsle) বলেছেন ঃ সরস ভঙ্গিতে শুরু করুন, পরে দর্শককে বুঝতে দিন, আপনি আসলে যা বলতে যাচ্ছেন, তা দর্শক জানেন।

ল্যাটিন শব্দ 'Hostilis' থেকেই এসেছে Hostile। 'Hostilis' শব্দের অর্থ শত্রু (Enemy)। এই শ্রেণীভুক্ত দর্শকরা আগাগোড়াই উপস্থাপক (Anchor), তার ভাবনা এবং অনুষ্ঠানের বিরোধিত করেন। অথবা নীরবে সুইচ ঘুরিয়ে অন্য চ্যানেলে চলে যান, কিংবা টেলিভিশন সেটটি বন্ধ করে দেন।

কিন্তু কেন দর্শক এমন শত্রুভাবাপন্ন হয়ে পড়েন। এর অনেকগুলি কারণের মধ্যে রয়েছে ঃ

(ক) যদি পর্দায় হাজির হয়ে আপনি অনেক কায়দাকানুন করেন, অথচ আপনি কী বলতে কী করতে চান স্পট নয় কিছুই।

(খ) যদি উপস্থাপনার মধ্যে যুক্তিসিদ্ধ বলে কিছু না থাকে

(গ) যা বলা হচ্ছে, তার আড়ালে যদি অন্য কোনো মতলব থাকে, যা দর্শক সহজেই আন্দাজ করতে পারেন,

(ঘ) যখন কোনো দর্শকের স্বার্থে আঘাত লাগে

(ঙ) যখন জনগোষ্ঠীগত বিভেদ দৃষ্টান্তসহ চোখে আঙুল দিয়ে দেখানো হয়

তবেই দর্শক শত্রুভাবাপন্ন এবং বৃহত্তর অর্থে চ্যানেল বিরোধী হয়ে পড়েন।

এই অবস্থা থেকেও মুক্তির উপায় খুঁজতে হবে। বিরুদ্ধভাব থেকে সরে এসে দর্শক যাতে অনুষ্ঠান ও টেলিভিশনের চ্যানেলে নিজেকে পুরোপুরি সমর্পণ করেন, সেদিকে দৃষ্টি দিতে হবে। যেহেতু টেলিভিশন দৃশ্যমাধ্যম, তাই মন জয় করা ছবি দিয়েই দর্শকের মানসিকতার বদল ঘটাতে হবে। দর্শক যাতে আপনাকে সম্পূর্ণ বিশ্বাস করেন, আপনি যাতে আস্থার পাত্র হয়ে উঠতে পারেন, সেকথা মাথায় রেখেই অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা ও তার উপস্থাপনার কথা ভাবতে হবে।

ল্যাটিন শব্দ 'Credere' থেকেই এসেছে Credent (প্রবল বিশ্বাস)। প্রায়শই এমন অবস্থা হয়, আপনার ওপর দর্শকের প্রচণ্ড বিশ্বাস জন্মে গেল। এমন ক্ষেত্রে উপস্থাপকের দায়িত্ব আরও বেড়ে যায়। দর্শকদের এই বিশ্বাস ও অতিরিক্ত আস্থার চাপে আপনার অনুষ্ঠানের মান নেমে যাবার আশঙ্কা আছে। এই আশঙ্কা যাতে সত্যি না হয়, সেদিকে নজর রাখতে হবে। এখানেই সম্প্রচারকের সব সময়েই আত্মবিশ্লেষণে মনোযোগী হওয়া উচিত।

গ্রীক শব্দ 'Krinein'-এর অর্থ বিচারবুদ্ধি (Critical) প্রয়োগ করে খুঁটিয়ে দেখা। মনে রাখতে হবে, দর্শক যা দেখছেন, তা তিনি তাঁর তীক্ষ্ণ বিচারবুদ্ধি প্রয়োগ করে দেখছেন। যা বলা হচ্ছে, যা দেখানো হচ্ছে। যেভাবে অনুষ্ঠান হাজির করা হচ্ছে—তার মূল্য, বিশ্বস্ততা, বিজ্ঞানভিত্তিক যুক্তি দিয়েই দর্শক অনুষ্ঠানটির ভালোমন্দ গ্রহণ করছেন। সুতরাং এই দর্শকগোষ্ঠীকে উপেক্ষা করা যাবে না কোনোমতেই।

শুরুতেই আমরা বলেছিলাম, যে কোনো অনুষ্ঠানের লক্ষ্য হল দর্শক। দর্শককে উপেক্ষা করে কোনো অনুষ্ঠান হতে পারে না। মিডিয়া জগতের কথাই হল দর্শকের চোখ আটকে রাখো পর্দায়। প্রত্যেকটি অনুষ্ঠানের নির্দিষ্ট লক্ষ্য থাকবে, কোন ধরনের দর্শক সেই অনুষ্ঠান দেখবেন তার একটা স্বষ্ট ছবি সম্প্রচারকদের কাছে থাকতে হবে। বেসরকারি চ্যানেলগুলি কেব্‌ল-এর মাধ্যমে কোন অঞ্চলে কতদূর ছড়িয়ে আছে, সেখানে কতজন টেলিভিশন দেখেন, কী ধরনের দর্শক তারা, তার সর্বশেষ একটা হিসেব অনুষ্ঠান-সম্প্রচারক বা চ্যানেল কর্তৃপক্ষের কাছে থাকতে হবে।

১০.৮ সারাংশ

সংবাদপত্র পাঠক চায়, বেতার শ্রোতা চায়, টেলিভিশন চায় দর্শক। ঘুরিয়ে বললে বলা যায়, বিক্রেতা ক্রেতা চায়। গভীরে গিয়ে অঙ্ক কষলে টেলিভিশন চ্যানেল ও দর্শকের মধ্যে ক্রেতা-বিক্রেতার সম্পর্কই এসে যায়। বিদেশে, বিশেষ করে উন্নত দেশে টেলিভিশন পরিষেবা, কার্যত ক্রেতা বিক্রেতার সম্পর্কে পৌঁছেছে। তাই দর্শকের মনজয়ের জন্য চলছে নানা কৌশল। অভিজ্ঞতার নিরিখে মিডিয়া বিশেষজ্ঞরা দর্শকদের মন জয়ের নানা প্রক্রিয়ার কথা বলেছেন। মূলত দর্শক সমাজ বিমুখ। নিরুৎসাহী অনিচ্ছুক—এটা ধরে নিয়ে দর্শক টানার প্রক্রিয়া স্থির করতে হবে। নানা রুচির নানা মেজাজের দর্শককে জেনে অনুষ্ঠান সাজাতে হবে। কোন অনুষ্ঠানের কোথায় কেমন দুর্বলতা তা কাটিয়ে উঠতে হবে। এজন্য কোন অনুষ্ঠানের লক্ষ্য কারা (Target), কোন অঞ্চলে দর্শক কেমন (Receiver), কোন অনুষ্ঠানের কেমন প্রভাব (Impact), এবং কোন্ আঙ্গিকে কোন প্রক্রিয়ায় (Method) অনুষ্ঠান পরিবেশন করলে দর্শক বিপুল সাড়া দেবেন, তা জানার জন্য প্রতিদিন নিজেদের অনুষ্ঠান সম্পর্কে বিশ্লেষণ করতে হবে।

১০.৯ অনুশীলনী

১। প্রাইম টাইম কাকে বলে?

২। টেলিভিশনের দর্শককে খুশি করতে বা তাদের মন জয় করতে কী কী ব্যবস্থা নেওয়া প্রয়োজন?

৩। দর্শকদের একাংশ অনিচ্ছুক বা বিমুখ থাকেন কেন?

৪। TRIM বা 'লগপপ' কাকে বলে। দর্শক-বিচারে এই TRIM-এর উপযোগিতা কী?

১০.১০ গ্রন্থপঞ্জী

- Here is the News : Rangaswami Parthasarathi
- Contemporary Television, Eastern Perspective : David French / Michael Richards

একক ১১ □ বিশ্লেষণের নানা রূপ, জ্ঞাপক বিষয়ক সতর্কতা

গঠন

১১.১ উদ্দেশ্য

১১.২ প্রস্তাবনা

১১.৩ বিশ্লেষণের পথেই এগোতে হবে

    ১১.৩.১ কেমন হবে বিশ্লেষণের প্রক্রিয়া

    ১১.৩.২ স্যোট বিশ্লেষণের সঙ্গে জ্ঞাপনের সম্পর্ক

১১.৪ বিশ্লেষণের পরেও যা মনে রাখতে হবে

১১.৫ আগামী দিনের চ্যালেঞ্জ নিতেই হবে

১১.৬ সারাংশ

১১.৭ অনুশীলনী

১১.৮ গ্রন্থপঞ্জী

১১.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- বিশ্লেষণের পদ্ধতিগুলি জানা যাবে, যার সাহায্যে নিজের মানোন্নয়ন সম্ভব।
- দৃষ্টান্তসহ বিশ্লেষণের বিভিন্ন দিক সম্পর্কে একটা ধারণা হবে।
- বিশ্লেষণের বাইরেও টেলিভিশন সম্প্রচারক হিসেবে যে-বিষয়গুলি সব সময় মনে রাখতে হবে, সে সম্পর্কেও জানা যাবে।

১১.২ প্রস্তাবনা

বিশ্লেষণ একটি নিরন্তর চলমান প্রক্রিয়া। বিশ্লেষণ থেমে গেলে চলাও থেমে যেতে বাধ্য। বিজ্ঞান-ভিত্তিক বিশ্লেষণ যেকোনো ব্যক্তি ও সংগঠন, শিল্পী ও শিল্প-পরিচালক, টেলিভিশনের উপস্থাপক ও প্রযোজক সকলকেই উন্নতির শিখরে পৌঁছে দিতে পারে। সামগ্রিক বিচারে 'উন্নতি' শব্দটিও আপেক্ষিক। কারণ কোনো এক সময়ে, কোনো একদিন, কোনো একটি মাত্র অনুষ্ঠানে, একটি মাত্র ভাষণে বিপুল সংখ্যকের প্রশংসা অর্জন একমাত্র লক্ষ্য নয়। মনে রাখতে হবে, চারপাশে আছে আরও প্রতিযোগী, অথবা অনুষ্ঠানকে আরও ঝকঝকে আরও দ্রুত রূপায়ণের স্বার্থে আসছে নতুন প্রযুক্তি—এ সবের প্রেক্ষিতে বিচার করলে একজন ব্যক্তি বা সংগঠনের মুহূর্তের সাফল্য শেষ কথা নয়। এখানেই নিজেদের কাজ, সাফল্য, ব্যর্থতা, যোগ্যতা সব কিছুকেই বিশ্লেষণের কাঠগড়ায় দাঁড় করাতে হবে সর্বক্ষণ, তবেই নিজেকে ভেঙে নতুন করে সাজাবার, অর্থাৎ দর্শকের কাছে গ্রহণযোগ্য করে তোলার জন্য নিজেকেই নিজে নতুন করে নির্মাণ করতে থাকব আমরা।

১১.৩ বিশ্লেষণের পথেই এগোতে হবে

যেকোনো কাজেই নিজেকে পরিমাপ করা এবং সঠিকভাবে নিজেকে বিশ্লেষণ করতে জানার গুরুত্ব অপরিসীম। বলা যেতে পারে, সঠিক আত্ম-বিশ্লেষণ উন্নতির বড় চাবিকাঠি। আধুনিক পরিচালন ব্যবস্থায় ইংরেজিতে একটি শব্দ খুবই চালু। তা হল SWOT Analysis। আলোচনা এবং উচ্চারণের সুবিধের জন্য আমরা 'স্যোট বিশ্লেষণ' বলেই উল্লেখ করব।

এই বিশ্লেষণে চারটি বিষয়ের ওপর জোর দেওয়া হয়।

স্যোট (SWOT)

(ক) S = Strength (শক্তি বা ক্ষমতা)

(খ) W = Weakness (দুর্বলতা বা অক্ষমতা)

(গ) O = Opportunities (সুযোগ)

(ঘ) T = Threats (বাধা বা অসুবিধা)

কোনো একটি কাজ সম্পাদনের প্রেক্ষিতে নিজেকে বিশ্লেষণ করে জানার চেষ্টা করতে হবে। ওই নির্দিষ্ট কাজটা করতে কতখানি শক্তি আপনার আছে, আপনার দুর্বলতা কোথায় এবং কতটুকু, সুযোগই বা কতখানি, কাজটি করার ক্ষেত্রে কোনদিকে কেমন বাধা বা সমস্যা দেখা দিতে পারে—সে সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা করে নেবার জন্যই এই বিশ্লেষণ।

কোন কাজটা আপনি কতখানি ভাল পারেন, কতটা আপনি একাই নিখুঁতভাবে সম্পন্ন করতে সক্ষম, তাই বুঝতে সাহায্য করবে আপনি প্রকৃতই ওই কাজে কতটা শক্তিমান। আর কাজটা করতে গিয়ে বড় সুযোগগুলি কী কী, জানতে পারলেই আপনি মনোবল এবং আস্থা অর্জনের একটা স্তরে পৌঁছোতে পারলেন। বাকী রইল দুর্বলতা এবং বাধা। এই ক্ষেত্রগুলি সঠিক চিহ্নিত করতে পারলে আপনি বুঝতে পারবেন, এগুলি কাটিয়ে ওঠার জন্য আপনাকে কী কী ব্যবস্থা নিতে হবে। নিজে কতটা অনুশীলন করে, উদ্যোগী হয়ে দুর্বলতা দূর করতে পারবেন, কোন পদ্ধতি অবলম্বন করলে বাধাগুলি একে একে দূর হয়ে যেতে পারে—সে সম্পর্কে একটা স্পষ্ট ধারণা করে নিলে, শক্তি ও সুযোগের পাশাপাশি দুর্বলতা সত্ত্বেও আপনি অতিরিক্ত আস্থা ও আত্মবিশ্বাস অর্জন করতে পারবেন। কারণ দুর্বলতা ও সম্ভাব্য সঙ্কটের পথ পেরিয়ে যাবার একটা কর্মসূচী আপনি তৈরি করে ফেলেছেন। প্রসঙ্গত বলে রাখি, আধুনিক পরিচালন প্রশিক্ষণের পাঠক্রমে (Management Course) এই 'স্যোট বিশ্লষণের' ওপর বিশেষ জোর দেওয়া হয়। টেলিভিশনের একটি চ্যানেল পরিচালনা থেকে শুরু করে অনুষ্ঠান পরিবেশন, এমনকী উপস্থাপনার কাজ (Anchoring)—সব ক্ষেত্রেই 'স্যোট বিশ্লেষণ' খুব জরুরি।

এই বিশ্লেষণ সার্থক করতে হলে নিজেকেই নিজে কতকগুলি প্রশ্নের মুখোমুখি দাঁড় করাতে হবে। প্রশ্নগুলি এই রকম ঃ

শক্তি (Strength)

- আপনার সুবিধাগুলো কী কী?
- কোন কাজটা আপনি ভালো পারেন?
- অন্যরা আপনাকে কোন কোন ক্ষেত্রে কতটা শক্তিশালী মনে করে?

এখানে অতি বিনয় বা আবেগের কোনো স্থান নেই। সম্পূর্ণ বাস্তব দৃষ্টি নিয়ে বিচার করতে হবে। যদি সাধারণভাবে এক নজরে আপনি প্রশ্নের উত্তর সঠিক ধরতে না পারেন। তাহলে আপনি আপনার বৈশিষ্ট্যগুলি একটা লিখিত তালিকা করুন। দেখবেন, তার মধ্যে কিছু শক্তির দিক আপনি পাবেন।

দুর্বলতা (Weakness)

- দুর্বলতাগুলির মধ্যে কোনগুলো আপনার পক্ষে কাটিয়ে ওঠা সম্ভব?
- দুর্বলতার মধ্যে কোনগুলি সবচেয়ে বেশি খারাপ?
- কোন দুর্বলতাগুলি এড়িয়ে চলা উচিত?

এক্ষেত্রে অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিকভাবে বিশ্লেষণ করতে হবে। দেখতে হবে, কোনগুলো আপনি আপনার দুর্বলতা বলে মনে করেন, অন্যরাই বা কোন কোন ক্ষেত্রে আপনাকে দুর্বল মনে করেন। আপনার কোনো প্রতিযোগী কি এক্ষেত্রে আপনার থেকে ভালো কাজ করছে? এই বিশ্লেষণের রূঢ় বাস্তব দৃষ্টিভঙ্গী নিতে হবে। অপ্রিয় সত্য হলেও তার মুখোমুখি হতে হবে।

সুযোগ (Opportunities)

- কী কী ভালো সুযোগ আপনার সামনে আছে।
- এই সুযোগের সুবাদে কী কী ভাল ইঙ্গিত বা লক্ষণ দেখতে পাচ্ছেন?

যে সুযোগ সামনে আসতে পারে সেগুলি অনেকটা এইরকম :

- প্রযুক্তির পরিবর্তন এবং বড় ও স্থানীয় বাজারেও পরিবর্তন
- এই নির্দিষ্ট কাজকে কেন্দ্র করে সরকারের নীতিরও পরিবর্তন
- সামাজিক বিন্যাস, জনসংখ্যার এলাকাভিত্তিক বিস্তার, জীবনধারার পরিবর্তন প্রভৃতি
- অনুকূল স্থানীয় ঘটনাবলী

বাধা (Threats)

- কী রকম বাধার মুখোমুখি হচ্ছেন আপনি?
- আপনার প্রতিযোগীরা কোথায় অবস্থান করছে?
- কাজ, পরিষেবা ও উৎপাদন যেমন দরকার—সে ক্ষেত্রে কি কোনো পরিবর্তন ঘটছে?
- পরিবর্তিত প্রযুক্তি কি আপনার পক্ষে বাধা?
- আপনি কি ঋণের ভারে জর্জরিত, অর্থের যোগানও কি সমস্যা?

১১.৩.১ কেমন হবে বিশ্লেষণের প্রক্রিয়া

এই 'স্যোট বিশ্লেষণ' আপনি যেমন নিজের ক্ষেত্রে প্রয়োগ করছেন, তেমনি আপনি তা আপনার প্রতিযোগীর ক্ষেত্রে প্রয়োগ করে দেখতে পারেন। এতে অনেকরকম বৈশিষ্ট্য ও তথ্য বেরিয়ে আসবে, যা সামনে রেখে আপনি উপকৃত হতে পারেন।

উদাহরণ :

একটি ছোট পরামর্শদাতা সংস্থার (Consultancy Business) নিরিখে স্যোট বিশ্লেষণ করা যেতে পারে :

শক্তি (Strength)

- আমরা যে কোনো বিষয়েই সহজে দ্রুত সাড়া দিতে পারি। কারণ আমাদের কাজে কোনো লাল ফিতের বাঁধন নেই। পদে-পদে উঁচুতলার অনুমতির দরকার হয় না।
- আমরা ক্রেতার দিকে খুব ভালোভাবে নজর দিতে পারি। এখন আমাদের কাজের চাপ কম, তাই বেশি সময় দিতে পারি ক্রেতাদের জন্য।
- আমাদের প্রধান পরামর্শদাতার (Lead Consultant) বাজারে সুনাম যথেষ্ট

- আমাদের বিপণন (Marketing) বিশেষ কাজে দিচ্ছে না মনে হলে আমরা যে কোনো সময়ে দ্রুত আমাদের বিপণননীতি পরিবর্তন করতে পারি।
- আমাদের বিভিন্ন খাতে খরচ অনেক কম। তাই ক্রেতাকে অনেক বেশি সুযোগ দিতে পারি।

দুর্বলতা (Weakness)

- আমাদের কোম্পানীর এখন কোনো বাজার নেই, সুনামও নেই।
  আমাদের কর্মী সংখ্যা কম, অনেক ক্ষেত্রে তাদের দক্ষতাও উঁচুমানের নয়।
- আমাদের কোনো দক্ষ কর্মী অসুস্থ হয়ে পড়লে বা কাজ ছেড়ে দিলে যথেষ্ট অসুবিধের মধ্যে পড়তে হবে।
- প্রথম দিকে আমাদের টাকার যোগান বেশ অনিশ্চিত।

সুযোগ (Opportunity)

- আমাদের ব্যবসা বাড়ছে, ভবিষ্যতে সাফল্যের সম্ভাবনাও দেখা দিচ্ছে
- আমাদের স্থানীয় কর্তৃপক্ষ চান, যেখানেই যতটা সম্ভব আমাদের ব্যবসা বাড়ুক।
- আমাদের প্রতিযোগীরা তাড়াতাড়ি নতুন প্রযুক্তি আয়ত্ত করে কাজে লাগাতে পারবে না।

বাধা (Threats)

- নতুন যে প্রযুক্তি আসছে, আমরা কি আয়ত্ত করতে পারব না?
- বাজারে ইতিমধ্যেই আমরা যতটা জায়গা করে নিয়েছি, কোনো বড় প্রতিযোগী তাদের নীতির পরিবর্তন ঘটিয়ে আমাদের অবস্থানকে দুর্বল করে দিতে পারে

এই অবস্থায় পরামর্শদাতা সংস্থাকে দ্রুত পরিস্থিতি মোকাবিলায় সিদ্ধান্ত নিতে হবে। স্থানীয়ভাবে ব্যবসায় যাতে উন্নতমানের পরিষেবা দেওয়া যায়, সেই দিকে নজর দিতে হবে। স্থানীয়ভাবে কিছু নির্দিষ্ট প্রকাশনার মধ্যেই বিপণন সীমাবদ্ধ রাখা যেতে পারে। তবে লক্ষ্য হল বৃহত্তর বাজারে প্রবেশ। যেখানে যতখানি সম্ভব আধুনিক প্রযুক্তিকে কাজে লাগাতে হবে।

পরামর্শদাতা সংস্থাকে সামনে রেখে যে দৃষ্টান্তটি দেওয়া হল, তা একটা টেলিভিশন চ্যানেলের ক্ষেত্রেও সুপ্রযুক্ত। শুধু শক্তি, দুর্বলতা, সুযোগ ও বাধার ক্ষেত্রে বিষয় বা শব্দগুলি বদলে যাবে মাত্র। এই 'স্যোট বিশ্লেষণ কোনো সংস্থাকে সামান্য জায়গা থেকে অসামান্য সম্ভাবনায় পৌঁছে দিতে পারে।

১১.৩.২ স্যোট বিশ্লেষণের সঙ্গে জ্ঞাপনের সম্পর্ক

স্যোট বিশ্লেষণ যেমন টেলিভিশনে কাজের গুণমানকে উন্নত করতে পারে। এই বিশ্লেষণই একজন সম্প্রচারক বা সম্প্রচারকর্মীকে উদ্যমী করে তুলতে পারে। চ্যালেঞ্জ নিতে শেখাতে পারে। তবে বারেবারেই মনে রাখতে হবে নিজের নিজের সংস্থার, নিজের চ্যানেলের অবস্থান এই মুহূর্তে কোথায় দাঁড়িয়ে আছে। অমনোযোগী উদাসীন হলেই অন্য চ্যানেল সেই অবকাশে এগিয়ে যেতে পারে।

এইখানেই আবার ফিরে আসতে হয় কমিউনিকেশন বা জ্ঞাপনের বিষয়ে। জ্ঞাপন বিশেষজ্ঞ মার্শাল ম্যাকলুহান বলেছিলেন, মাধ্যমই কার্যত বার্তার কাজ করে। ইলেকট্রনিক যুগে টেলিভিশন সর্বগ্রাসী। কথাটা খারাপ অর্থে বলেননি। বলতে চেয়েছেন টেলিভিশনের প্রভাব সর্বব্যাপী। কিন্তু কমিউনিকেশন বা জ্ঞাপনের ক্ষেত্রে এই মাধ্যমের জন্য মুল কয়েকটি বিষয় মনে রাখা খুব দরকার। টেলিভিশনের মতো বৈদ্যুতিন মাধ্যমে 'জ্ঞাপন'

সম্পূর্ণ করতে গেলে চারটি বিষয়ে জোর দিতে হবে :

- তথ্যজ্ঞাপন (Informing)
- বিষয়টি গ্রহণযোগ্য করে তোলা (Convincing)
- গ্রহণযোগ্যতা বাড়ানোর জন্য উপায় উদ্ভাবন (Reinforcing)
- কাজটি সম্পাদন (Action)

এই অবশ্য কর্তব্যগুলির দিকে যদি আমরা নজর দিই, তাহলে মনে হতে পারে, এসব সঠিকভাবে রূপায়িত করতে কোনো সমস্যা দেখা দেবে না তো? সেইজন্যই সমস্যাগুলি এড়াতে সাবধানতা অবলম্বনের পরামর্শ দেওয়া হয়েছে।

টেলিভিশনের মতো মাধ্যমটির সাহায্য নিয়ে দর্শকের কাছে আমাদের প্রতিপাদ্য পৌঁছে দেওয়ার ও তা দর্শকের প্রণিধানযোগ্য করার জন্য যে-উপায়গুলি চিহ্নিত করা হয়েছে, তার পাশাপশি প্রয়োগ সম্পর্কে আমরা যদি কিছু পরামর্শ রাখি, তাহলে জ্ঞাপনের কাজটা আরও নিখুঁত নিশ্ছিদ্র হতে পারে। এই উপায় এবং তার প্রয়োগ সম্পর্কে সাবধানতার একটা মাপকাঠি আমাদের সামনে রাখা ভালো। যেমন,

	উপায়	সাবধনতা
১। তথ্যজ্ঞাপন (Informing)	ভূমিকা, পূর্বসূত্র, বাস্তব ঘটনা-ভিত্তিক তথ্যাবলী, পরিসংখ্যান ও উদাহরণ দিয়ে বিষয়টি উপস্থিত করা যেতে পারে।	প্রতিপাদ্য বিষয় হতে হবে সংক্ষিপ্ত, স্পষ্ট। দর্শকের অনীহা কাটিয়ে ওঠার জন্য সজাগ থাকতে হবে।
২। বিষয়টি গ্রহণযোগ্য করে তোলা (Convincing)	মোক্ষম, জোরালো দৃষ্টান্ত উপস্থিত করতে হবে প্রতিপাদ্য বিষয়ের সমর্থনে। বিশ্বস্ত, নির্ভরযোগ্য সূত্রের উদ্ধৃতি, মন্তব্য ব্যবহার করা দরকার। যুক্তিসংগত, সহজগ্রাহ্য পরিসংখ্যানের সাহায্য নিতে হবে, প্রকৃত বিশ্বাসযোগ্য দৃশ্যাবলী হাজির করতে হবে।	উদ্দিষ্ট গ্রাহক পছন্দ করবেন না, এমন আপত্তিকর সব কিছু বর্জন, গ্রাহক বা দর্শকের প্রতি কখনো শ্রদ্ধা না হারানো, প্রতিপাদ্য বিষয়টি অত্যন্ত যত্ন নিয়ে সাজাতে হবে, তা যেন সুগ্রথিত মনে হয়।
৩। গ্রহণযোগ্যতা বাড়ানোর জন্য উপায় উদ্ভাবন (Reinforcing)	সহজেই বশীভূত করা যায় এমন গল্পের সহায়তা, বিভিন্ন ক্ষেত্রে সাফল্য ও প্রচলিত আদর্শ এবং লক্ষ্য তাদের সামনে তুলে ধরা।	বিষয়টি হতে হবে সরল, পরিমিত এবং প্রাসঙ্গিক। অতিনাটকীয়তা বা উচ্চারণ ও উপস্থাপনার সবরকম জড়তা বর্জন করতে হবে। নীরস বৈচিত্র্যহীন মামুলি এবং একঘেয়েমি এড়াতে হবে। তোষামুদে বা কাউকে উদ্দেশ্যপ্রণোদিতভাবে খুশি করার মনোভাব বর্জনীয়।

	উপায়	সাবধনতা
৪। কাজটি সম্পাদন (Action)	প্রত্যক্ষ বিবরণ, সমস্যাটি সঠিকভাবে তুলে ধরা। গ্রাহক বা দর্শকের অংশগ্রহণের সুযোগ, দর্শকের মধ্যে আগ্রহ সৃষ্টির জন্য তাকে কৌতূহলের মধ্যে রাখা।	শত্রুভাবাপন্ন বা জটিল গ্রাহকদের কোনোভাবে কাজে না লাগানো। বরং বিচারবোধ সম্পন্ন (Critical) গ্রাহককে গুরুত্ব দেওয়া ভালো। কোনো ক্ষেত্রেই বাড়াবাড়ি বা বিষয়টি তরল করে দেওয়া বাঞ্ছনীয় নয়। গ্রাহকের মধ্যে যাতে অনীহা বা শত্রুভাব না জাগে সেদিকে নজর রাখা।

১১.৪ বিশ্লেষণের পরেও যা মনে রাখতে হবে

দৃশ্য-প্রধান মাধ্যমে জ্ঞাপনের উপায় এবং সাবধানতার বিষয়গুলি সঠিকভাবে প্রয়োগ করতে পারলে সাফল্য আসবেই। এই কথাগুলি প্রধানত মনে রাখলেই কমিউনিকেশন বা জ্ঞাপনের কাজ পরিপূর্ণ হতে পারে। দৃশ্যমাধ্যম আরও কিছু ক্ষেত্রে নিশ্চয়তা চাই। সেগুলি এইরকম ঃ

এক. শ্রবণযোগ্য এবং দর্শনযোগ্য

দুই. সকলের কাছে প্রণিধানযোগ্য

তিন. যতদূর সম্ভব সহজ ও সরল

চার. সঙ্গে সঙ্গে অনুধাবনযোগ্য

পাঁচ. আঙ্গিক, ভঙ্গি এবং সঠিক সঙ্গতি

ছয়. মূল ভাবনার সঙ্গে দৃশ্যাবলীর সুসম্পর্ক

সাত. প্রাণবন্ত উপস্থাপনা ও পরিবেশনার

উপরোক্ত এই বিষয়গুলি সম্পর্কে সুনিশ্চিত হলে জ্ঞাপনের সার্থকতা সম্পর্কেও নিশ্চিত হওয়া সম্ভব।

১১.৫ আগামী দিনের চ্যালেঞ্জ নিতেই হবে

টেলিভিশনে জ্ঞাপনের সার্থকতা সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়ার কথা বারে বারে উঠছে কেন? কারণ প্রতিযোগিতার মাঝে দর্শককেই সবার উপরে আসন দিতে হবে। আমাদের দেশে এত যে জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক টিভি চ্যানেলগুলি রয়েছে, সাধারণভাবে তাদের প্রযোজনার মান বেশ উন্নত। এত উন্নতি সত্ত্বেও কার কোথায় অপূর্ণতা রয়েছে, তা খুঁজে বের করতে হবে। সঠিক বিশ্লেষণ করলে দেখা যাবে, এখনও অনেক চ্যানেলেই স্থানীয় সংস্কৃতি ও মানুষের জীবনধারা সঠিকভাবে প্রতিফলিত হয় না। তবে একথাও ঠিক সব চ্যানেলই দর্শকদের টেলিভিশন-শিক্ষিত করে তুলতে পেরেছে। তবু বিভিন্ন চ্যানেলে আঞ্চলিক জীবনযাত্রা প্রতিফলনের এখনও যথেষ্ট সুযোগ রয়েছে।

বাজারে টিকে থাকতে একটা চ্যানেলের মূল লক্ষ্য কী হওয়া উচিত? প্রথমত, মেনে নিতে হবে, সংখ্যা বেশি হলেই শেষ পর্যন্ত সব চ্যানেল টিকে থাকবে তা মনে করার কোনো কারণ নেই। কিন্তু তার মধ্যে নিজের চ্যানেলকে বাঁচিয়ে রাখতেই হবে। দ্বিতীয়ত, একটি চ্যানেলের অস্তিত্ব নির্ভর করে তার ব্যবসায়িক মানসিকতার

ওপর। তৃতীয়ত, আয়-ব্যায়ের সঙ্গতি রাখার লক্ষ্য নিয়েই প্রথম দিন থেকে কাজ শুরু করতে হবে। চতুর্থত, আধুনিক প্রযুক্তির পূর্ণ সহায়তা নিয়ে সীমিত খরচে অনুষ্ঠান প্রস্তুত করার কথা ভাবতে হবে। পঞ্চমত, অনুষ্ঠানের জনপ্রিয়তার স্বার্থে তারকাদের হাজির করা যেতেই পারে, তবে অনুষ্ঠানের মূল ভাব বা বিষয়কে জলাঞ্জলি দিয়ে নয়।

নতুন নতুন দৃষ্টিকোণ নিয়ে নতুন নতুন বিষয় হাজির করতে হবে। হালকা চাল চটুল ভঙ্গি যেন চ্যানেলকে গ্রাস না করে। অনুষ্ঠানের চমৎকারিত্ব আর গভীরতা দিয়ে যেন চ্যানেলকে চেনা যায়। দর্শক যেন মনে করতে পারেন: এই চ্যানেল আমার, আমার একান্ত আপন, যেন নিজের সন্তানের মতো।

আমরা এর আগের এককে দর্শক-সমীক্ষা ও এই এককের শুরুতে স্যোট বিশ্লেষণে যে বিষয়গুলির ওপর গুরুত্ব দিতে চেয়েছি, সেই একই বিশ্লেষণ পদ্ধতিকে কাজে লাগিয়ে একটি নির্দিষ্ট অনুষ্ঠান বা একজন প্রযোজক, একজন সঞ্চালক, এমনকী একটি চ্যানেলের ধারাবাহিক সাফল্য সম্ভব।

মনে রাখতে হবে, আগামী দিনে বলতে প্রতিদিনই মিডিয়া প্রচণ্ড চ্যালেঞ্জের সম্মুখীন। এতে সমস্যা জটিলতা বাড়বে বই কমবে না। কিন্তু তার ভেতর দিয়েই পথ করে নিতে হবে। হঠাৎই এসে যেতে পারে, সাধারণ টেলিভিশন সেটে ও মোবাইল ফোনে ৫ হাজারেও বেশি ইন্টার অ্যাকটিভ (দর্শকের সঙ্গে সরাসরি কথা বলার) ভিডিও। তখন হয়তো শুধুমাত্র সেইসব চ্যানেলেই আকৃষ্ট হবেন দর্শক, যেখানে তাদের সরাসরি অংশগ্রহণের সুযোগ আছে। তখন কি অন্যসব চ্যানেলের মৃত্যু ঘটবে? নাকি সময়ের উপযোগী হয়ে উঠতে হবে তাদেরও। এই খানেই প্রতি মুহূর্তে বিশ্লেষণ এবং নিজেদের মান আরও উন্নত করা, সময়োপযোগী এবং প্রযুক্তির উপযুক্ত করে তোলাই হল প্রধান কাজ।

আগামী দিনে মিডিয়ার নব নব বিস্ফোরণের কথা শুনলে মনে হবে, এ কাজ অসম্ভব। কিন্তু দৃঢ়তা এবং আত্মবিশ্বাস থাকলে সম্ভব। এজন্য ভাবনাকে ঘুরিয়ে, দাঁড় করাতে হবে, ভাবতে হবে ঃ

- এখন যেখানে কাজ করছি, এখানেই আছে ভবিষ্যতের ভিত্
- আমরা কি অনাগত সময়কে সঠিকভাবে দেখতে পাচ্ছি? নতুন দিনের প্রযুক্তি সম্পর্কে কি যথেষ্ট আমরা জানি?
- যদি না জানি, তবে জানার জন্য তৈরি এবং এখন থেকেই প্রস্তুতি নিতে হবে
- এখনই আমাদের হাতে আঞ্চলিক টেলিভিশন চ্যানেল আছে, সেখানে এখনই শুরু হয়ে যেতে পারে দর্শকদের সঙ্গে সরাসরি সম্পর্কের ইন্টার অ্যাকটিভ অনুষ্ঠান।
- তীব্র উচ্চাকাঙ্ক্ষী হতেই হবে
- স্থানীয় পর্যায়ে সমস্যা অনেক, তার সমাধানেও প্রস্তুত করা যেতে পারে,
- সীমিত খরচে কাজ করার কৌশল জানতে হবে

১১.৬ সারাংশ

আত্মবিশ্লেষণই উন্নতির পথ। একথা টেলিভিশনের সম্প্রচার কর্মীদের মনে রাখা জরুরি। দ্রুত বদলে যাওয়ার সময়ের সঙ্গে পাল্লা দিতে হবে। এই বিশ্লেষণের জন্য চাই নিজের শক্তি, দুর্বলতা, সুযোগ এবং বাধার দিকগুলি সঠিকভাবে নিরূপণ করা। একে পরিচালন বিশেষজ্ঞরা (Management experts) বলেছেন স্যোট বিশ্লেষণ (SWOT Analysis)। কতকগুলি অনিবার্য প্রশ্নের সূত্র ধরে অগ্রসর হতে হয় এই বিশ্লেষণে। সঠিক প্রশ্ন এবং তার সঠিক উত্তর খোঁজা, নির্মম হলেও বাস্তব পরিস্থিতির মুখোমুখি নিজেকে দাঁড় করানো প্রয়োজন। টেলিভিশনের অন্তিম লক্ষ্য দর্শকের কাছে পৌঁছোনো। দর্শকদের সেই জ্ঞাপনের বা তাদের সঙ্গে সরাসরি

সম্পর্ক স্থাপনের কাজ কীভাবে সার্থক করে তোলা সম্ভব, তারও উপায় উদ্ভাবনে কতকগুলি দিকে বিশেষ নজর দেওয়া দরকার। তথ্যজ্ঞাপন, বিষয়টি গ্রহণযোগ্য করে তোলা, গ্রহণযোগ্যতা কীভাবে আরও বাড়ানো যায়, সেদিকে নজর দেওয়া, কাজটি সম্পাদনের জন্য কী কী পদক্ষেপ নেওয়া দরকার—সঠিক বিশ্লেষণের মধ্যে দিয়ে সে-ব্যাপারে নিশ্চিত হতে হবে। মনে রাখার দরকার, টেলিভিশন এমন একটি মাধ্যম, যার প্রযুক্তিগত পরিবর্তন, সম্প্রচারকর্মী হিসেবে আপনার কাছেও পরিবর্তন দাবি করে। চ্যালেঞ্জ জানবার জন্য আপনাকে যথেষ্ট উপযুক্ত হয়ে উঠতে হবে। প্রসঙ্গত বলা ভাল, ইংরেজিতে 'স্যোট' (SWOT) শব্দটির অর্থ কঠোর অধ্যয়ন।

১১.৭ অনুশীলনী

১। টেলিভিশন কেন আমাদের কাছে ক্রমাগত মানসিকতার পরিবর্তন দাবি করে?

২। স্যোট (SWOT) বিশ্লেষণ কী? টেলিভিশন সম্প্রচারের ক্ষেত্রে এই বিশ্লেষণের উপযোগিতা কী? উদাহরণ সহযোগে ব্যাখ্যা করুন। মূল পাঠে না থাকলেও আপনার অভিজ্ঞতা ও ধারণা থেকে টেলিভিশনের দৃষ্টান্ত দিয়েই বিষয়টি বুঝিয়ে দিন।

৩। টেলিভিশনে জ্ঞাপনের (Communication) ক্ষেত্রে অবশ্য পালনীয় উপায়গুলি কী কী? এসব ক্ষেত্রে কী সাবধানতা অবলম্বন করা দরকার?

১১.৮ গ্রন্থপঞ্জী

- Understanding Media : The extenson of Man : Marshall Mcluhan
- Communicating : Concepts and Skills : Robert Shuter

একক ১২ □ দেখার পরেও দেখা রেডিওর ভাষা, টেলিভিশনের ভাষা

গঠন

১২.১ উদ্দেশ্য
১২.২ প্রস্তাবনা
১২.৩ দেখার পরেও দেখা (Looking Beyond obvious)
১২.৪ সহজ কথার বিকল্প নেই
১২.৫ বলার ভাষা, শোনার ভাষা
১২.৬ সরল, তরল, কঠিন ভাষা
১২.৭ সহজ ভাষায় উদাহরণ
১২.৭.১ রেডিও-র সংবাদের ভাষা
১২.৭.২ ছোটো বাক্য লেখার কৌশল
১২.৭.৩ টেলিভিশনের ভাষা কেমন
১২.৭.৪ টেলিভিশন সংবাদের দৃষ্টান্ত
১২.৮ সারাংশ
১২.৯ অনুশীলনী
১২.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- রেডিও-টেলিভিশনে প্রযোজক সাংবাদিকদের দূরদৃষ্টি ও গভীর দৃষ্টির উপযোগিতা বিষয়ে জানা যাবে,
- রেডিও টেলিভিশনে সহজ ও কথ্যভাষার প্রয়োগ, তার প্রয়োজন এবং আয়ত্ত করার কৌশল সম্পর্কে বিস্তারিত জানা যাবে।
- দুটি বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সংবাদ কীভাবে সহজভঙ্গিতে উপস্থিত করা সম্ভব, দুটি মাধ্যমের জন্য লিখন-ভঙ্গির পার্থক্য উদাহরণসহ এই এককে আলোচনা করা হয়েছে।

১২.১ প্রস্তাবনা

যিনি দেখতে জানেন, তিনিই এগিয়ে যাবেন। সময়কে যিনি ধরতে জানেন, ঘটনার সীমা ছাড়িয়ে তার তাৎপর্যকে যিনি বুঝতে পারেন, তার দেখা পৌঁছোতে পারে অনেক দূর। রেডিও টেলিভিশনে এই দেখার তাৎপর্য অনেক। দৃষ্টিসীমার বাইরেও যিনি দূরকে দেখতে জানেন, তার পরিকল্পনাও এগিয়ে থাকবে অনেকখানি। একদিন টেলিভিশনও আবিষ্কৃত হয়েছিল, দেখার ওপারে দেখার স্বপ্ন, আকাঙ্ক্ষা ও মেধা থেকেই। বিজ্ঞাপনের যেকোনো আবিষ্কারের পেছনেই রয়েছে মেধা দিয়ে দূরকে দেখা।

রেডিও ও টেলিভিশনে কথ্য, সহজ, আঁটোসাঁটো ঝরঝরে ভাষার কোনো বিকল্প নেই। এই দুটি মাধ্যমেরই

কাজ শ্রোতা ও দর্শকের সঙ্গে বন্ধুত্ব গড়ে তোলা। মনের কথা খুলে বলতে গেলে জট-পাকানো কথায় কাজ হয় না। সহজ কথাতেই প্রাণের পরশ মেলে। এই সহজ ভাষা আয়ত্ত করার কৌশলগুলি অভ্যাসের মধ্যে নিয়ে আসতে হবে। রেডিও ও টেলিভিশনের নিয়মিত শ্রোতা হয়ে বুঝতে কোন্ অনুষ্ঠান, কোন্ সংবাদ কী কী কারণে কেন ভাল লাগলো। বিশ্লেষণ সঠিক হয়ে, অনুশীলন কোনো পথে কেমনভাবে করতে হবে, তা নিজেই বুঝতে পারবেন। কঠোর পরিশ্রম দিয়ে সাধারণ স্তর থেকে সাফল্যের শীর্ষে পৌঁছোনো সম্ভব।

ভাষা ব্যবহার যেন এমন না হয়, যা বিশেষ এক শ্রেণীকেই বুঝতে সাহায্য করে। 'ভাষা এমন কথা বলে, (যেন) বোঝে রে সকলে।' সেই কারণে চলতি কথ্য শব্দের পাশাপাশি, নিরপেক্ষ শব্দ ব্যবহারের দিকেও নজর রাখার দরকার। যে-কোনো অনুষ্ঠান বা সংবাদ যেমন হতে হবে নিরপেক্ষ, তেমনি 'নিরপেক্ষ শব্দ' ব্যবহারেও মনযোগী হতে হবে। যদি নিজের দেশের সঙ্গেও কোনো প্রতিবেশি রাষ্ট্রের যুদ্ধ বা সংঘর্ষ বাঁধে—সেক্ষেত্রে সংবাদে 'আমরা এবং 'তারা' ব্যবহারের সুযোগ নেই। ১৯৫৬ সালে সুয়েজ সংকটের সময়ে এবং ১৯৮২ সালে স্কটল্যান্ড যুদ্ধের সময়েও বি বি সি এমন পক্ষপাতমূলক শব্দ ব্যবহার করেনি। বাক্স্বাধীনতা বা গণতন্ত্রের কথা মনে রেখেই এ ব্যাপারে সতর্ক থাকা দরকার।

রেডিও ও টেলিভিশনের ভাষা আয়ত্ত করা রীতিমত অনুশীলনের বিষয়। অনুশীলনের জন্য কঠোর পরিশ্রমের মানসিকতা চাই। সাধারণ আর পাঁচজন শ্রোতা বা দর্শকের মতো নয়, একজন পেশাদারের কান ও চোখ দিয়ে নিজেকে রেডিও ও টেলিভিশনের একজন সম্প্রচারক মনে করে নিয়মিত অনুষ্ঠান শোনা ও দেখার অভ্যাস গড়ে তুলতে হবে। যে অনুষ্ঠান যেমনভাবে পরিবেশিত হল, তা আরও কতটা উন্নত আকর্ষক ভঙ্গিতে আপনি উপস্থিত করতে পারেন—স্বেচ্ছায় সেই দায়িত্ব নিয়েই অনুশীলন চালাতে হবে।

১২.৩ দেখার পরেও দেখা

আমরা সামনে যা দেখি, তাই-ই আমাদের একমাত্র দেখা? চেখের দৃষ্টি যতদূর যায়, ততদূর তো দেখতে পাই অবশ্যই, কিন্তু যেখানে চোখের দৃষ্টি যায় না, সেখানকার কিছু কি আমরা দেখতে পাই? আপনারা বলতেই পারেন, চোখের দষ্টিসীমা ছাড়িয়ে আর যখন দেখা যায় না তখন আমাদের আন্দাজ করে নিতে হয়। কিন্তু এই আন্দাজ করার পেছনেও কি বুদ্ধি বা মেধার প্রয়োজন নেই?

চোখ মেলে তাকালেই দেখতে পাচ্ছি একটা গাছ। ওটা যে জামগাছ তাও বুঝতে পারছি। একটু বেশি নজর করলেই দেখতে পাচ্ছি গাছের ডালে কয়েকটা পাখির উড়ে বেড়ানো। আরও দেখতে পাচ্ছি, পাখিগুলোর গায়ের রঙ কালো-হলুদ। চোখের দৃষ্টি গাছের ওপার চালিয়ে দেবার চেষ্টা করলে, দেখতে পেলাম, গাছের পেছনে একটা বাড়ি, জানালাটা খোলা। খোলা জানালা দিয়ে দৃষ্টি চালিয়ে দিলাম আরও। দেখতে পেলাম ঘরের ভেতর টেলিভিশন চলছে। দেখলাম টেলিভিশনের পর্দায় ছবি নড়ছে। তারপর আরও দূরে দষ্টি দিতে গিয়ে দেখা যাচ্ছে দেয়াল, অর্থাৎ আর কিছুই দেখা যাচ্ছে না। এইভাবে অনুমান বা আন্দাজ করে নেওয়া ছাড়া আর কোনো উপায় নেই। কিন্তু এই আন্দাজ তো সত্যি নাও হতে পারে; আবার হতেও পারে।

প্রশ্ন উঠতেই পারে, যা চোখে দেখা যাচ্ছে না, তাকে নিয়ে আন্দাজ করে মরার দরকারটাই বা কী? ওই অনুমান বা আন্দাজ কোন কাজে লাগবে? আপাতদৃষ্টিতে কাজে লাগবে বলে মনে হয় না। কিন্তু কোনো বিশেষ পরিস্থিতিতে আবার কাজে লাগতেও তো পারে! দেয়ালটার ওপাশে কোনো ঝুলবারান্দা আছে কিনা—তা দেখতে পাওয়ার কোনো উপায় নেই। কিন্তু ঝুলবারান্দা থাকলে মন্দ হয় না। কারণ ঘরের ভেতরে বসে কথা বলার চাইতে ঝুলবারান্দায় বসে আড্ডার মজাই আলাদা। এই ঝুলবারান্দা অনুসন্ধানের পেছনে এক্ষুনি কোনো জরুরি কারণ না থাকলেও যদি মনে করি, এটা জানা দরকার অথচ চারপাশে কারও কাছ থেকেই তথ্যটা জানার

কোনো উপায় নেই, তাহলে কি আমরা হাল ছেড়ে দেবো? যদি ঘরের দেয়াল বা টিভি সেটটার দিকে আমরা ভালো করে নজর রাখি, তাহলে হয়তো ওই ঘরের লোকের যাতায়াতে, আনাগোনায়, তাদের ছায়াপাতে চলার ধরনে বারান্দা সত্যিই আছে কিনা তা ধরা পড়তেও পারে। অথবা যাকে আমরা বারান্দা মনে করছি, তা আসলে পাশেরই একটি ঘর কিনা—সেজন্য আরও ভাল করে নজর করা দরকার। অর্থাৎ অনুসন্ধানে পাওয়া এক একটা সূত্র যোগ-বিয়োগ করতে করতে একটা সিদ্ধান্তে পৌঁছোনো সম্ভব হতে পারে, যা আন্দাজ বা অনুমান ছাড়িয়ে বাস্তবের অনেক কাছাকাছি পৌঁছোতে পারে।

বলতে চাইছি এটাই, যা আমরা অনুমান বা আন্দাজ বলে মনে করি, সেখানেও বুদ্ধি ও মেধা প্রয়োগের প্রয়োজন হয়। কারণ আন্দাজটা থাক, এটা মনে মনে কেউই চান না। অনুসন্ধানী চোখ ও মেধা দিয়ে যার তথাকথিত 'আন্দাজ' অতিক্রম করার ক্ষমতা যতখানি, তার দেখার মেধা ততখানি প্রসারিত।

এই মেধাসম্পন্ন দৃষ্টি প্রয়োজন হয় সব মাধ্যমের সাংবাদিকদের। এই দেখা-কে আমরা বলতে পারি, **দেখার ওপারে দেখা (Looking Beyond obvious)**। শুধু সাংবাদিক কেন? চিত্রকর, শিল্পী, কবি, সাহিত্যিক (সম্ভবত সব পেশাতেই) সকলের এই 'দেখা' 'অন্তদৃষ্টি'র অভিধা পেয়েছে। সাংবাদিকদের ক্ষেত্রে হয়তো 'ষষ্ঠ ইন্দ্রিয়ের' (Sixth Sense) সক্রিয়তা কথাটি বেশি রকম চালু। বাণিজ্যিক সংস্থা বা দেশের প্রশাসকের ক্ষেত্রে 'দূরদৃষ্টি' (Farsightedness) শব্দটি প্রযোজ্য।

এখন দেখা যাক, টেলিভিশনের সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে এই 'দেখার ওপারে দেখার' গুরুত্ব কতখানি। সহজেই ধরে নেওয়া যায়, সামনে যা দেখতে পাচ্ছি, তাকেও ছাড়িয়েও দেখতে পাওয়ার অর্থ এগিয়ে থাকা। এই এগিয়ে থাকা নির্দিষ্ট কাজকেই এগিয়ে নিতে সাহায্য করে। এমনকী যা কেউ ভাবেননি, 'দেখা'-র গুণে তেমন বাস্তব জরুরি ঘটনার মুখোমুখি দাঁড় করিয়ে দেওয়া যায় দর্শককে।

যেমন চোখের সামনে দেখতে পাচ্ছি একটা দুর্ঘটনা। সব প্রচার-সাংবাদিকরাই দুর্ঘটনার মর্মান্তিক চিত্রটা দেখতে পাচ্ছেন। এই দুর্ঘটনার একটা পূর্ণাঙ্গ রিপোর্ট টেলিভিশনে সম্প্রচার করা যেতেই পারে। কিন্তু সব টেলিভিশন চ্যানেলেই কি দুর্ঘটনাটি একইভাবে দেখানো হয় বা দেখানো হবে? এই পার্থক্য ঘটে কেন?—সচিত্র সংবাদটি উপস্থাপনার সঙ্গে যারা যুক্ত, অর্থাৎ রিপোর্টার থেকে বার্তা সম্পাদক (News Editor) পর্যন্ত সকলের দেখার সঙ্গে আরেকটি চ্যানেলের সাংবাদিকদের দেখার তারতম্যের জন্যই ঘটছে। দুর্ঘটনাটা চোখের সামনে ঘটনা কিন্তু এই দুর্ঘটনার সূত্রেই এমন কিছু প্রাসঙ্গিক বিষয় সামনে আনা যায়, যার গুণে সংবাদটি হয়ে উঠতে পারে আরও আকর্ষণীয়।

ধরা যাক, দুর্ঘটনাটি ঘটলো, পথ-নিরপত্তা সপ্তাহে। তার মানে নিরাপত্তা সপ্তাহেও (যে সময়ে পথ চলায়, গাড়ি চালানোয় অথবা যানবাহন নিয়ন্ত্রণে আর বেশি সতর্কতা স্বাভাবিক) পথ নিরাপদ রাখা গেল না। অথবা এই সপ্তাহেই ঘটেছে অনেকগুলি বড় দুর্ঘটনা। এর সঙ্গে আজকের দুর্ঘটনাটি যুক্ত হল। এমন দৃষ্টিকোণ থেকে আজকের দুর্ঘটনাটির তাৎপর্য খুঁজতে গেলেই এই সংবাদে একটা নতুন মাত্রা যুক্ত হতে পারে। এই মাত্রা যোগ করার জন্যই ট্রাফিক পুলিশের পদস্থ অফিসারের সাক্ষাৎকার, সাধারণভাবে পথ নিরাপত্তা সম্পর্কে জনমনে প্রতিক্রিয়া সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে আজকের এই দুর্ঘটনার সঙ্গে যুক্ত করলে খবরের গুরুত্ব অন্যভাবে বেড়ে যায়। নিতান্তই দুর্ঘটনাকে ছাড়িয়ে তার তাৎপর্য অন্যভাবে দেখা, অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ—এমন দেখার চোখ থাকা চাই।

অথবা যেদিন এই দুর্ঘটনা ঘটল, সেইদিনই কলকাতা শহরের যানবাহন নিয়ন্ত্রণ-সমস্যা নিয়ে বিদেশ থেকে আগত কোনো বিশেষজ্ঞের সঙ্গে পুলিশ কর্তৃপক্ষের আলোচনা চলছে। এই দুটি ঘটনা পাশাপাশি রেখেও দুর্ঘটনার সংবাদটি পরিবেশনে বিশেষ মাত্রা যোগ করা যেতে পারে। এখানে দুর্ঘটনাটি নিতান্তই দুর্ঘটনা হিসেবে না দেখে তাকে আরও একটি বড় প্রেক্ষিতে দেখা হচ্ছে। এই দেখাটা হল, দেখার ওপারেও গভীর দৃষ্টিতে দেখা।

দৃষ্টান্ত অন্যভাবেও হাজির করা যেতে পারে। ধরা যাক, প্রধানমন্ত্রী আজ শহরে আসছেন। তিনি যোগ দিতে আসছেন, শিল্পবাণিজ্য বিষয়ক একটি সম্মেলনে। সুতরাং প্রথম সাক্ষাতেই বেশিরভাগ সাংবাদিকরা শিল্প-বাণিজ্য বিষয়ে তাঁকে প্রশ্ন করতে পারেন। কিন্তু চলতি খবরের একেবারে বাইরে গিয়ে যদি প্রধানমন্ত্রীকে একজন সাংবাদিক 'অযোধ্যায় রামমন্দির' নিয়ে কোনো প্রশ্ন করেন, তাহলে হয়তো প্রধানমন্ত্রীর প্রতিক্রিয়া সেদিনের অন্যতম বড় সংবাদ হয়ে উঠতে পারে। এটাওতো অধিকাংশের দেখার বাইরে আরেক রকম করে দেখার সুফল। তাই কোনো ঘটনার অনুষঙ্গে আরও অজস্র যেসব ঘটনাস্রোত মিশে থাকে, তার থেকেই সূত্র মেলে আলোড়নসৃষ্টিকারী অনেক খবরের। আপাত দৃষ্টিতে কোনো সাধারণ সংবাদকে অসাধারণ সংবাদের পর্যায়ে উন্নীত করা সম্ভব। প্রচলিত চিন্তাস্রোতের বাইরে গিয়ে, অভিজ্ঞতা পারিপার্শ্বিক ঘটনাবলী এবং গভীর জীবনবোধ দিয়ে কোনো ঘটনাকে দেখতে জানলে, দেখার শক্তি অনেকদূর প্রসারিত হতে পারে। একজন সাংবাদিক, মুখ্য সাংবাদিক, বার্তা সম্পাদক—সকলের ক্ষেত্রেই একথা সত্য। একটা যে কোনো অনুষ্ঠানের পরিকল্পনা থেকে শুরু করে সংবাদ পর্যন্ত এই '**গভীর দেখা**'-র গুরুত্ব অপরিসীম। একটি ঘটনার সূত্রে আর কী ঘটতে পারে, সেই ঘটনার কী পরিণতি হতে পারে, তার কী ছিল অতীত, ভবিষ্যতই বা কতদূর, কেমনই বা তার বর্তমান তাৎপর্য—সব কিছুই ধরা পড়তে পারে, আপাত দেখাকে ছাড়িয়ে দূরকে দেখতে পাওয়ার ক্ষমতায়। দেখার পরেও যে দেখতে জানে, এগিয়ে যাবেই সে সমুখ পানে।

১২.৪ সহজ কথার বিকল্প নেই

লেখক আর্নেস্ট হেমিংওয়ে প্রথম জীবনে কিছুদিন সাংবাদিকতা করেছিলেন মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের 'কানসাস সিটি স্টার' পত্রিকায়। সাংবাদিকতা ছেড়ে দেবারও কুড়ি বছর পরে তাকে জিজ্ঞেস করা হয়েছিল, কেমন করে কোন্ নিয়মে তিনি লেখা আয়ত্ত করেছিলেন। হেমিংওয়ের উত্তর ছিল একটাই। স্টার পত্রিকার 'স্টাইল শীটে' যে-কথাটা লেখা ছিল, সেটাই আসল কথা বলে ধরে নিয়েছিলেন। সেই স্টাইল শীটে লেখা ছিল ঃ 'ছোটো বাক্য লেখো, ছোটো অনুচ্ছেদ (Paragraph) লেখো। জোরালো সতেজ ইংরেজি লেখো। আর লেখার স্রোত চলুক, নেতিবাচক নয় ইতিবাচক ভঙ্গিতে'। বহু বছর আগে কলম্বিয়া ব্রডকাস্টিং সার্ভিসের (CBS) রেডিও-র সংবাদকর্তা পল হোয়াইট সহজ ভঙ্গিতে ও ভাষায় শুধু আসল তথ্যটুকু জানাবার কথা বলেছেন।

আমরা আগেও বলেছি, রেডিও কানে শোনার মাধ্যম। আর টেলিভিশন দেখা এবং শোনা। রেডিও-য় যে ভাষা আমরা শুনতে চাইব, তা হল কানে শোনার ভাষা। সুতরাং লেখাও হতে হবে কানে শোনার লেখা (Writing for the ear)। আর টেলিভিশনে কথা বলবে ছবি। কিন্তু সঙ্গে অবশ্যই কথা থাকবে, তা ছবির সমর্থনে ছবির ভূমিকা হিসেবে এবং অতিরিক্ত তথ্য জানাবার প্রয়োজনে। যে কথা ছবির মাধ্যমে জানানো যাচ্ছে না, তারই জন্য প্রয়োজনীয় কথাটুকু সংযোজিত হবে টেলিভিশনের ক্ষেত্রে। টেলিভিশনে ছবির আড়াল থেকে যে-কণ্ঠ ভেসে আসে, সেখানেও চাই কথার পরিমিত প্রয়োগ। এই জন্যই বলা হয়, টেলিভিশনে কম কথা বলার, এমনকী অনেক জায়গায় কম কথা বলার শিল্পকে আয়ত্ত করতে হবে একজন সম্প্রচারকের।

আগে রেডিও-র ভাষা প্রসঙ্গে আসি—

(ক) রেডিও-তে চাই কথ্যভঙ্গি, মুখোমুখি কথা বলার ভাষা, কারণ এর প্রভাব তাৎক্ষণিক।

(খ) মনে রাখতে হবে, রেডিও সংবাদপত্র নয়। সংবাদপত্রে আমরা একবারে একটি দীর্ঘ বাক্য পড়তে পারি এবং বুঝতে পারি। যৌগিক বাক্য, জটিল বাক্য—সবরকম মিশ্রণের বাক্যও বুঝতে অসুবিধা হয় না। যদি একবার পড়ে বুঝতে অসুবিধেও হয়, সেক্ষেত্রে বাক্যটি আবার পড়ার সুযোগ রয়েছে। কিন্তু রেডিও-য় সেই সুযোগ নেই। তাই বড় বাক্যের ঝুঁকি নেওয়া বিপজ্জনক। বাক্য বড় হলে, একটানে শুনতে গিয়ে বাক্যের

ভেতরের অনেক গুরুত্বপূর্ণ তথ্য শ্রোতা হারিয়ে ফেলতে পারেন। তাই বাক্য ছোটো হতেই হবে। রেডিও-য় এই ছোটো বাক্যের আরো সুবিধে কী কী?

(১) সংবাদ পাঠক বা কোনো অনুষ্ঠানের উপস্থাপক, যিনিই ওই বাক্য শ্রোতার জন্য পরিবেশন করবেন, শ্রোতা একবার শুনেই তার অর্থ স্পষ্ট বুঝতে পারবেন।

(২) শব্দের মাধ্যমে ছবি আঁকা (Painting picture verbally) অথবা রেডিও-য় যা বলা হচ্ছে, ছবির মতো তাকে চোখের সামনে ভাসিয়ে তোলা সম্ভব ছোটো বাক্যের মাধ্যমেই।

(৩) এমন অবস্থাও অনেক সময় হয়, যখন রেডিও-য় উপস্থাপক বা সংবাদ পাঠক কোনো একটি লেখা বা সংবাদ অনুশীলন করারই সুযোগ পাননি। সংবাদটি এসেছে শেষ মুহূর্তে। অথচ সেই জরুরি সংবাদটি তখন পরিবেশন করতেই হবে। হয়তো এরকম সময়ে স্টুডিও-য় খবর পড়া চলছে। এরই ফাঁকে তার হাতে নতুন পাতাটি তুলে দেওয়া হল। বাক্য ছোটো হলে, সঠিক অর্থেই লেখাটি বা সংবাদটি শ্রোতার কাছে নির্ভুল ভাবে পৌঁছে দেওয়া সম্ভব। কিন্তু বাক্য দীর্ঘ ও জটিল হলে, পাঠকের কাছেই তার অর্থ স্পষ্ট না-ও হতে পারে, শ্রোতার কাছেও তা পৌছোনো ব্যর্থ হবে। পড়ার সময়ে সংবাদ পাঠকের ঝোঁকের (Stress) তফাৎ-এর জন্য উল্টো অর্থ হয়ে যেতে পারে। সংবাদপাঠক বা সম্প্রচারক পড়তে গিয়ে হোঁচট খেতে পারেন। ছোটো বাক্যে এসব ঝুঁকি থাকে না।

(গ) আমরা যখন সংবাদপত্রের জন্য লিখি, অথবা কোনো প্রবন্ধ (বইয়ের জন্য) লিখি—তখন মুখোমুখি কথা বলার ভাষা অপরিহার্য নয়। কারণ শেষ পর্যন্ত যে পাঠকের কাছে সেই লেখা পৌঁছোবে, সেই পাঠক একা এবং একমাত্র। তিনি অর্থ বুঝে নিজের ভঙ্গিতে পড়তে পারেন। কোনো জায়গায় অর্থ স্পষ্ট না হলে আবার পড়তে পারেন। কিন্তু রেডিও-য় একই ভঙ্গিতে পড়া একই সময়ে নানা মেজাজের নানা পেশার, নানা গোষ্ঠীর এবং উচ্চশিক্ষিত থেকে শুরু করে নিরক্ষর পর্যন্ত সকলের কাছে সমানভাবে পৌঁছে যেতে হবে। মনে রাখতে হবে, একটি বাড়িতে রেডিও-র সামনে শ্রোতা হয়তো একজন বা দুজন। আসলে দিকে দিকে ওই একটি অনুষ্ঠানেরই হয়তো লক্ষ লক্ষ শ্রোতা। এরই জন্য প্রয়োজন হয় সম্পচারের বিশেষ ভাষার।

তাই রেডিও-র ভাষা দাবি করে ঃ

- কথ্য ভাষা
- সেই ভাষার তাৎক্ষণিক প্রভাব-শক্তি
- মুখোমুখি কথা বলার ভঙ্গি
- একবার শুনেই যেন সম্পূর্ণ অর্থ স্পষ্ট হয়
- ধ্বনিই যেন প্রথম ও শেষ কথা হয়ে ওঠে।

রেডিও-র ভাষা হবে সরল অবশ্যই, কিন্তু তরল নয়। ভাষা যাতে লঘু না হয়ে পড়ে, এক একটি শব্দের যে ভার আছে তার যে নিহিত শক্তি আছে, সেই শক্তিতেই বলার ভাষা বা কানে শোনার ভাষা বলীয়ান হয়ে ওঠে। এই জন্যই বলা হয় শব্দের ভাণ্ডার (Vocabulery) যার যত বেশি এবং তার অনায়াস ও যথার্থ প্রয়োগ ক্ষমতা যার যতখানি, তিনিই ক্রমাগত অভ্যাস ও অনুশীলনে আয়ত্ত করতে পারবেন সম্প্রচারের ভাষা।

১২.৫ বলার ভাষা শোনার ভাষা

সহজ কথা সহজে লেখা আয়ত্ত করা আমাদের পক্ষে অনেক সময়েই কঠিন হয়, তার একটা বড় কারণ আমাদের অনেকদিনের উল্টো অভ্যাস। স্কুলের ছাত্রাবস্থা থেকে আমরা যা কিছু শিখেছি, তা একজন পাঠকের

জন্য। তিনি হচ্ছে পরীক্ষক। লেখা পড়ে বিচার করা তার কাজ। লেখা শুনে নয়। সুতরাং শোনার ভাষা আমাদের লেখায় অনিবার্য ছিল না। শ্রোতার ভাষা এমনিতেই যদি কারও সহজাত হয়ে থাকে, সে কথা আলাদা। কিন্তু যা কিছু আমরা লিখেছি, একজন পাঠকের জন্য, অর্থাৎ পরীক্ষককে খুশি করার জন্য।

শিক্ষক বা পরীক্ষকের জন্য লেখাতেও ভাষার গুণগত মান (ভাষার সারল্য তো নয়ই) সবসময় বিচার্য হয়নি। একমাত্র 'বাংলা' পরীক্ষার ক্ষেত্রে হয়তো কিছুটা বিচার্য হয়েছে। কিন্তু সেখানেও বানান বা অন্যান্য ব্যাকরণগত ভুলই অগ্রাধিকার পেয়েছে, ছোটো বাক্য বা ভাষার অনায়াস সরলতা নয়। বিজ্ঞান বা ভূগোল বিষয়ে উত্তরপত্রে পরীক্ষকের কাছে ভাষা বিচার্য হয়নি কখনোই। সম্প্রচারের ভাষা তাই একমাত্র একজন পাঠকের জন্য, একই সঙ্গে লক্ষ লক্ষ শ্রোতার জন্য।

এইখানে কবি সুভাষ মুখোপাধ্যায়ের কথা বিশেষভাবে মনে রাখার মতো ঃ (রেডিও-য়) 'লেখকের মুখপাত্র পাঠক। লেখক আড়ালে। সামনে পাঠক। পাঠককে উতরোতে গেলে লেখককেই হাল ধরতে হবে। চাই ছোটো ছোটো বাক্য। যাতে শ্রোতারা চট করে ধরতে পারে। কে কী কবে কোথায়—সহজ কথায় স্পষ্ট করে যেন তার হদিশ মেলে'। (সংবাদের ভাষা/ সুভাষ মুখোপাধ্যায়)। একবার লক্ষ্য করুন, কবিও যে আমাদের এই পরামর্শ দিয়েছেন, তাও লিখেছেন কতখানি সরল সংক্ষিপ্ত ও সহজ কথ্য ভাষায়। এটাই সুভাষ মুখোপাধ্যায়ের ভাষা প্রয়োগের চমৎকার অনায়াস কৌশল। বেতারে পড়া হবে, একথা মনে করে তিনি কিন্তু লেখেননি। লিখেছেন, প্রবন্ধটি একটি গ্রন্থে ছাপার জন্য। তার মানে শ্রোতার জন্য না লিখলেও, নিতান্তই পাঠকের জন্য লেখাও সহজ অনায়াস হলে তার আবেদন অনেক বেশি। আবার বইয়ের জন্য এই প্রবন্ধের অংশ বেতারেরও যথোপযুক্ত।

রেডিও-র ভাষা সম্পর্কে অনেকগুলো ভুল ধারণা ভেঙে দিতে চেয়েছেন কবি ঃ 'ছোটো হলে মিশ্র বা যৌগিক বাক্যেও তেমন অসুবিধে হওয়ার কথা নয়। এমনকী সরলবাক্যও যদি বেশি ডালপালা ছড়ানো হয়, তাহলে এক নিঃশ্বাসে বলে গেলেও শ্রোতাদের পক্ষে তাল সামলানো কঠিন হয়। এক্ষেত্রে আমাদের আটপৌরে কথা বলার ধরণটাকেই বাক্য গঠনের কাজে লাগানো উচিত নয় কি? উদ্দেশ্য আর বিধেয় নিয়ে হয় সম্পূর্ণ বাক্য। কিন্তু অনেক সময়েই হয় শুধু উদ্দেশ্য নয়, শুধু বিধেয় দিয়েই আমরা গোটা ভাব ফুটিয়ে তুলি।.........

এমন মাথার দিব্যি দেওয়া ঠিক নয় যে, জটিল বাক্য এড়াতেই হবে। কেউ যদি সামনে সরল বাক্য আউড়ে যায়, বক্তার একঘেয়েমিতে শ্রোতার হাই না উঠে পারবে না। আসল কথা হল কোনো বাক্য অযথা টেনে লম্বা না করা। কেননা সেক্ষেত্রে শ্রোতা আগে পরের যোগসূত্রের খেই হারিয়ে ফেলতে পারে। খেয়াল না রাখলে বিশেষণ অব্যয় অসমাপিকা ক্রিয়া জুড়ে জুড়ে এমনকী সরল বাক্যকেও যে কেউ অনর্থক প্যাঁচালো করে তুলতে পারে।

'যাকে রাখো সেই রাখে', 'টাকা মাটি মাটি টাকা', 'যে-দিন যায়, সে-দিন ভালো'—এর প্রত্যেকটা বাক্যই জটিল। কাজেই জটিল বাক্যকে ঝেঁটিয়ে বিদেয় করার কোনো যৌক্তিকতা নেই। যে কোনো বাক্যই এমনভাবে বেঁধেছেন বলা উচিত, যাতে শ্রোতার ধরবার সুবিধে হয়।"

১২.৬ সরল, তরল, কঠিন ভাষা

রেডিও-য় কেন ছোটো বাক্য দরকার। আবার ছোটো বাক্য মানেই ব্যাকরণসম্মত সরল বাক্য হতেই হবে জটিল বাক্য মাত্রেই বর্জন করতে হবে—এমন ধারণা যে ঠিক নয়—সে সম্পর্কে কিছুটা বুঝিয়ে বলা গেল। এবারে আমরা দেখতে পারি, সরলের নামে তরল বাক্য কেন বর্জনীয়। চটুল শব্দে বিষয়ের গাম্ভীর্য, মাধ্যমের প্রতি বিশ্বস্ততা টলে যায়। যেমন রেডিও-য় কথা বলার মধ্যে এমন বাক্য যদি থাকে ঃ "মুখ্যমন্ত্রী জনসাধারণের সঙ্গে এমন **'ইয়ারকি'** না করলেই পারতেন।" যদি 'ইয়ারকি'-র পরিবর্তে 'রসিকতা' শব্দটি ব্যবহার করা হয় তাহলে বাক্যটির যথাযথ গাম্ভীর্য ফুটে ওঠে।

মনে রাখা দরকার, গাম্ভীর্য মানেই দারুণ গুরুগম্ভীর, কষ্টোচ্চারিত, সংস্কৃত ঘেঁষা শব্দের প্রয়োগ বোঝায় না। যেমন, 'মানুষ **কিংকর্তব্যবিমূঢ়** হয়ে পড়েছেন'। এই বাক্যের পরিবর্তে অনায়াসেই বলা যেতে পারে, 'মানুষটি দিশেহারা হয়ে পড়েছেন' অথবা 'মানুষটি কী করবেন বুঝতে পারছেন না।' একটি বাক্যে **দ্রুত, শীঘ্র, তাড়াতাড়ি, অবিলম্বে, জলদি**-র মধ্যে যে কোনো একটি শব্দ ব্যবহার হতে পারে। কিন্তু কোন শব্দটির ব্যবহার সঠিক হবে, তা নির্ধারিত হবে বিষয় এবং বাক্যের আগে পরে কী ও কেমন শব্দের ব্যবহার হয়েছে তার ওপর।

অভিধান হাতের কাছে রাখলেই সহজ শব্দের স্রোত চলে আসবে লেখায়, এমনটা মনে করার কোনো কারণ নেই। সহজ লেখায় আগ্রহী ও মনযোগী হওয়াটা জরুরী। সহজ শব্দের অনায়াস ব্যবহারের জন্য অভ্যাস গড়ে তুলতে হবে। বাড়াতে হবে কথ্য চলতি সহজ শব্দের ভাণ্ডার। তবেই 'প্রয়াস'-এর পরিবর্তে 'চেষ্টা' 'প্রেরণ'-এর জায়গায় 'পাঠানো', 'সূচনার' বদলে 'চালু করা' শব্দগুলি বেশিরকম প্রয়োগের মধ্যে এসে পড়বে। যিনি 'প্রয়াস' শব্দটি জানেন, তিনি 'চেষ্টা' শব্দটি জানেন না—এমন হতে পারে না। কিন্তু কথা বলার অভ্যাসের মধ্যে সহজ শব্দের প্রয়োগ হলে লেখাতেও তা এসে পড়বে।

মনে রাখতে হবে রেডিও-র ভাষা কোনো বাগ্মীর ভাষা নয়। অত্যন্ত ঘরোয়া মুখোমুখি কথোকপথনের ভাষা। কোনো কোনো অনুষ্ঠানের ভাষায় একটু পোশাকি ভঙ্গি থাকতেও পারে। কিন্তু বেশিরকম পোশাকি ভঙ্গি হলে শ্রোতাকে কাছে টানা যাবে না। আর একটি সমস্যাও আছে। রেডিও-র সাংবাদিক যখন খবর লেখেন, তখন তিনিও অনেক সময় দুষ্ট প্রভাবের শিকার হয়ে পড়েন। মন্ত্রীর কথা বা তাঁর লিখিত কোনো বিবৃতি থেকে সংবাদ লেখার সময় ভাষায় তার প্রভাব পড়তে পারে। অনেক সময়ে এই বিবৃতি ইংরেজিতেও লেখা থাকে। সেই ইংরেজি অনুসরণে বাংলায় লেখার সময়, তারও একটা জটিল প্রভাব পড়ে, অনেক সময়েই বাক্য তার নিজস্ব স্বাচ্ছন্দ্য হারায়। ফলে লেখকের সহজতাও পারিপার্শ্বের প্রভাবে কঠিন হয়ে পড়তে চায়। এখানেও সেই একই কথা, সহজের জন্য অভ্যাস বাড়ালে কঠিন তেমন আঘাত করতে পারে না।

১২.৭ সহজ ভাষায় উদাহরণ

রেডিও-র ভাষা সহজ—তা যাচাইয়ের জন্য কয়েকটি বিষয়ে মনোযোগী হওয়া দরকার।

- যা লিখলেন, তা নিজে জোরে জোরে পড়ুন, দেখুন কানে শোনার পক্ষে লেখাটি কতটা স্বচ্ছন্দ।

○ যদি তা বলার পক্ষে সহজ না হয়

○ যদি তা শুনতে কোনো কারণে অদ্ভুত (Strange) লাগে

○ যদি বাক্যটার অর্থ স্পষ্ট না হয়।

○ যদি বাগাড়ম্বর মনে হয়

○ যদি বেশিরকম জটিল মনে হয়

—তাহলে অবশ্যই বাক্যটি পরিবর্তন করুন অথবা নতুন করে লিখুন।

রেডিও-য় যেহেতু ছবি নেই, তাই আমরা বলি, কথা যেন ছবি আঁকতে পারে। কথা বা শব্দে ছবি আঁকার কথা মনে হলেই আমাদের প্রথমে মনে পড়ে অবনীন্দ্রনাথ ঠাকুরের কথা।

'দেবঋষি যোগে বসেছিলেন। নালক—সে একটি ছোটো ছেলে—ঋষির সেবা করছিল। অন্ধকার বর্ধনের বন, অন্ধকার বটগাছ-তলা, অন্ধকার এপার-গঙ্গা, ওপার-গঙ্গা। নিশুতি রাতে কালো আকাশে তারা ফুটেছে, বাতাস ঘুমিয়ে আছে, জলে ঢেউ উঠছে না, গাছে পাতা নড়ছে না। এমন সময় অন্ধকারে আলো ফুটল—ফুল যেমন করে ফোটে, চাঁদ যেমন করে ওঠে—একটু, একটু, আরো একটু। সমস্ত পৃথিবী দুলে উঠলো—পদ্মপাতার জল যেমন দুলতে থাকে—এদিক-সেদিক, এ-ধার, ওধার, সে-ধার।"

(নালক)

পড়লেই মনে হয়, কেউ যেন কানের কাছে গুনগুনিয়ে শুনিয়ে যাচ্ছেন, শব্দের মালা গেঁথে হাতে যেন একটা ছবি উপহার দিচ্ছেন। এমন ভঙ্গি রেডিও-র খুব উপযোগী। রেডিও-য় প্রচারিত কোনো একদিনের একটি কথিকার উদাহরণ দেওয়া যেতে পারে ঃ

''এক একটা শব্দ আছে, দেখতে শুনতে নিরীহ, কিন্তু বুকের ভেতর হাজারো হাতির শক্তি। এমনি একটি শব্দ— ছোটো, সরল, কেমন সলজ্জ ভীতু ভীতু দেখতে, —বাঁচা শব্দটা। অথচ দেখুন, আমাদের যা কিছু তা ওই শব্দটিকে ঘিরেই—বাঁচা। দু-অক্ষরের এই ছোট্ট শব্দটাই যেন হারকিউলিসের মতো কাঁধে বহন করে নিয়ে চলেছে আমাদের সভ্যতাকে। কী প্রচণ্ড শক্তিই না ধরে এই শব্দটি।.....'

(প্রণবেশ সেন/ সংবাদ পরিক্রমা)

১২.৭.১ রেডিও-য় সংবাদের ভাষা

রেডিও-য় অন্য রচনার ক্ষেত্রেও যদি মূল নীতিটি মেনে চলা যায়, তবে শ্রোতার কাছে পৌঁছোনো যায় সহজেই। সংবাদের ক্ষেত্রেও তা সম্ভব। যেমন, নতুন দিল্লী থেকে প্রচারিত বাংলা সংবাদে সেদিন শোনা গেল ঃ

'অযোধ্যায় ধ্বংস করা কাঠামোর নীচে মন্দিরের অস্তিত্ব আছে কিনা, তা খুঁজে বের করতে আজ দ্বিতীয় দিনেও খননের কাজ কঠোর নিরাপত্তার মধ্যে দিয়ে চলেছে। সংশ্লিষ্ট দলগুলির প্রতিনিধিদল, বনবিভাগ এবং প্রশাসনিক আধিকারিকদের উপস্থিতিতে খনের কাজ আজ সকাল ১০টায় শুরু হয়। বিশেষত আগামিকাল মহরমের দিনটির বিবেচনায় কোনোরকম অপ্রীতিকর ঘটনা এড়ানোর উদ্দেশ্যে মন্দির নগরীতে সি.আর.পি.এফ. এবং পি.এ.সি.-র অতিরিক্ত বাহিনী মোতায়েন রয়েছে।'

(দুপুর ১টা ৩০ মিঃ/ ১৩.০৩.০৩)

এই সংবাদটিতে ৫৫টি শব্দ আছে। বাক্য রয়েছে তিনটি। সহজেই অনুমেয়, কম করে অন্তত একটি বাক্যে ১৮টি শব্দ আছে। প্রথম বাক্যটিতে ২৩টি শব্দ আছে। কিন্তু আমরা এতক্ষণ সহজ সরল সংক্ষিপ্ত সরাসরি যে ধরনের ভাষার কথা বলে এসেছি, তার উপরোক্ত সংবাদের ভাষার গড়নের কি মিল আছে? এই ভাষা কি সত্যিই বেতারোপযোগী? একবারেই সব শ্রোতা সংবাদের সব তথ্য, সম্পূর্ণ অর্থ বুঝে যাবেন তো? বাক্যগুলি আরো সংক্ষিপ্ত সরাসরি করা যায় না কি? বাক্যে কি যথাযথ কথ্য চলতি শব্দ ব্যবহার করা হয়েছে?—এইসব প্রশ্নের উত্তরে যদি উপরোক্ত সংবাদটি আমাদের খুশি করতে না পারে, তাহলে আমরা কীভাবে তা রেডিও-র সংবাদের উপযোগী করে নিতে পারি? তেমন সম্ভব কিনা তা আমরা চেষ্টা করে দেখতে পারি ঃ

''অযোধ্যায় খনন কাজ দ্বিতীয় দিনেও চলছে। আজও সেখানে নিরাপত্তা কঠোর। বিভিন্ন রাজনৈতিক দলের প্রতিনিধি, বনবিভাগ, প্রশাসনের কর্তাব্যক্তিরা হাজির আছেন। আগামীকাল মহরমের দিনে অপ্রীতিকর ঘটনা এড়াতে সবরকম ব্যবস্থা নেওয়া হয়েছে। মোতায়েন রয়েছে সি.আর.পি.এফ ও পি.এ.সি-র অতিরিক্ত বাহিনী। অযোধ্যায় মন্দিরের অস্তিত্ব ছিল কিনা তা খতিয়ে দেখতেই গতকাল শুরু হয়েছে খননকাজ।"

নতুন করে লেখা এই সংবাদে মোট শব্দ সংখ্যা ৪৬। বাক্য ৬টি সব তথ্যই অন্তর্ভুক্ত হয়েছে। একমাত্র 'দ্বিতীয় দিনের খনন কাজ যে সকাল ১০টায় শুরু হয়েছে'—তার উল্লেখ নেই। বিচার করে দেখুন, খনন কাজ সকাল ১০টায়, না ১১টায় শুরু হয়েছে—তা সামগ্রিক সংবাদটির বিচারে কতটা জরুরী? এমনকী 'অযোধ্যায় মন্দিরের অস্তিত্ব ছিল কীনা তা খতিয়ে দেখার জন্যই খনন'—এই বাক্যটি না থাকলেও মূল সংবাদের কিছু যায় আসে না। কারণ, এই খননের উদ্দেশ্য ইতিমধ্যেই শ্রোতারা জেনে গেছেন। তবুও একজন শ্রোতা নাও জানতে পারেন ধরে নিয়ে ওই বাক্যটি অন্তর্ভুক্ত করা হল। আবার ভেবে দেখলে সংবাদের এই পরিবর্তিত ভাষ্যটি হয়তো আরও ভালোভাবে সাজানো যেতে পারে।

সংবাদটি এই সহজতর ভঙ্গিতে লেখার সুবাদে 'সংশ্লিষ্ট দলগুলির প্রতিনিধিদল' 'প্রশাসনিক আধিকারিক', 'মহরমের দিনটির বিবেচনায় কোনোরকম অপ্রীতিকর ঘটনা' প্রভৃতি শব্দবন্ধনের জড়তা থেকে মুক্ত হওয়া গেল। শুধু তাই নয়, নতুন দিল্লী থেকে প্রচারিত সংবাদের একটি বাক্যে যেখানে সর্বাধিক ২৩টি ও ন্যূনতম ১৮টি শব্দ ছিল পরিবর্তিত সংবাদ ভাষ্যে রয়েছে একটি বাক্যে সবচেয়ে বেশি ১২টি শব্দ, সবচেয়ে কম ৫টি শব্দ।

১২.৭.২ ছোটো বাক্য লেখার কৌশল

এখন এই সংক্ষিপ্ত বাক্য গঠনের উপায় কী? উপায় একটাই। তা হল, একটি বাক্যে একটি বা দুটির বেশি তথ্যের ভার না চাপানো। অর্থাৎ একটি তথ্য, একটি বাক্য (One information one sentence)। যেমন "অযোধ্যায় খননকাজ দ্বিতীয় দিনেও চলছে"—এই বাক্যে নতুন তথ্য বলতে একটি। তাহলে 'দ্বিতীয় দিন', —অযোধ্যায় খননকাজের" কথা আগের দিনই শ্রোতারা জেনে গেছেন। তবু কোনো ঘটনা জানাতে কী (What), কোথায় (Where), কবে (When), কেন (Why), কে বা কারা (Who), এবং কীভাবে (How) —এই প্রশ্নগুলি একটি দুটি বা অন্তত প্রথম বাক্যে থাকা উচিত, নইলে সংবাদটিই অর্থবহ হবে না। এখানে প্রথম বাক্যে তাই অযোধ্যায় (কোথায়), খননকাজ (কী)—এর পাশে একটি নতুন তথ্য দেওয়া হয়েছে। মনে রাখতে হবে রেডিও ও টেলিভিশনে (ইদানীং সংবাদপত্রেও) প্রথম বাক্যেই কী কোথায় কবে কেন—সব তথ্যের একসঙ্গে সমাবেশ ঘটানোর প্রয়োজন নেই। এমনটা করতে গেলেই বাক্য বড়ো হয়ে যাবে। এইসব কথা ভেবেই বলা হয়েছে, বাক্য ছোটো করতে গেলে তথ্যের ভার কমাতে হবে।

১২.৭.৩ টেলিভিশনের ভাষা কেমন

সহজ ভঙ্গি, সংক্ষিপ্ত বাক্য, শুধু দরকারী কথাটুকু বলার বিষয়ে রেডিও-র সঙ্গে টেলিভিশনের কোনো বিরোধ নেই। কিন্তু যে-মাধ্যমে ছবিই বেশি বলবে, সেখানে কথার ভার হালকা করতেই হবে। চীনাদের মধ্যে একটি কথা চালু আছে ঃ 'দশ হাজার শব্দের বিকল্প হতে পারে একটি ছবি'।

আমরা টেলিভিশনের কাছে শুধুমাত্র সর্বশেষ খবরটাই আশা করি না। সেই খবরও আমরা পেয়ে যেতে পারি রেডিও থেকে। আমরা শুধুমাত্র স্থানীয়, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ জানার জন্যই শুধু টেলিভিশন পছন্দ করি তা নয়। কারণ একাজটাও রেডিও করতে পারে, সংবাদপত্র করতে পারে আরও বিস্তারিতভাবে। আমরা টেলিভিশন দেখতে বেশিরকম আগ্রহী কারণ, এই মাধ্যমটি আমাদের সোজা ঘটনাস্থলে নিয়ে যায়। সংবাদের মোড়কে আমরা ঘটনার জীবন্ত ছবি দেখতে পাই। এইখানেই জীবন্ত ছবির পাশে একজন টেলিভিশন সাংবাদিক ততটুকুই বলবেন, যা ছবি তুলে ধরতে পারছে না। দুর্বল এবং অসঙ্গতিপূর্ণ লেখা টেলিভিশনে ছবির গুরুত্বকে নষ্ট করে দিতে পারে। এর উল্টোটাও হতে পারে। ভালো মানের লিখিত বিবরণ (Narration) কোনো সংবাদচিত্রের দুর্বলতাও ঢেকে দিতে পারে।

ঘটনাস্থলের ছবি এসে যথাসময়ে পৌঁছবে, এমন নাও হতে পারে। সেক্ষেত্রে গ্রাফিক্স নকশা (Graphic) দিয়েও ছবির তাৎক্ষণিক অভাব কিছুটা পূরণ করা যেতে পারে। (এর আগেও এই বিষয়টি আলোচনা করা হয়েছে)। তবে এক্ষেত্রে লক্ষ্য রাখতে হবে, সংবাদের লিখিত ভাষ্যে যেন অপ্রয়োজনীয় তথ্যের অবতারণা না হয়, গ্রাফিক্স নক্শা ও লিখিত ভাষ্যের মধ্যে যেন পুনরাবৃত্তির জটিলতা না থাকে।

টেলিভিশনে সংবাদচিত্রের সঙ্গে সামঞ্জস্য রেখে লিখতে হলে সাংবাদিককে তিনটি নিয়মের কথা অনন্ত মনে রাখতে হবে ঃ

(ক) লিখিত রিপোর্টে প্রদর্শিত ছবির পুঙ্খানুপুঙ্খ বর্ণনার কোনো প্রয়োজন নেই।

(খ) কথাকে এমনভাবে সাজাতে হবে, তা যেন শুধুমাত্র ছবির সূত্র ধরিয়ে দেয়।

(গ) ভাষার প্রয়োগ হবে এমন, দর্শককে যেন সহজেই ঘটনার মাঝে নিয়ে যাওয়া যায়। দর্শককে ঘটনাস্থলের ছবি দেখানোর আগে সংক্ষিপ্ত আকারে ঘটনাটির মূল সূত্র ধরিয়ে দেওয়া যেতে পারে। টেলিভিশনে আপনার সংবাদ দেখার যে অভিজ্ঞতা, তার কথা ভাবুন। দেখেছেন নিশ্চয়ই প্রতিটি সংবাদ ছবিসহ বিস্তারিত দেখানোর আগে সংবাদ পরিবেশক (News Anchor) সেই সংবাদেরই একটু ভূমিকা করে দেন। একেই বলে সংবাদের সূত্র ধরিয়ে দেওয়া, যাতে দর্শকের ওই সংবাদের ভেতরে ঢুকতে কোনো অসুবিধে না হয়। অথবা সংবাদে কোন্ বিষয়টিকে জোর দিতে চাওয়া হচ্ছে তা স্পষ্ট হয়ে যায়। সংবাদ পরিবেশক যে-অংশটুকু বলেন (পড়েন), তাকেই বলা হয় পরিবেশকের কপি (Anchor's Copy)। সংবাদ পরিবেশক যতটুকু পড়লেন, এর পরেই ঘটনার চলমান ছবির সঙ্গে শোনা যাচ্ছে অন্য একটি কণ্ঠস্বর (হতে পারে তা সংশ্লিষ্ট সাংবাদিকের কণ্ঠ বা অন্য কারও)। এই কণ্ঠস্বরে মোড়া সচিত্র সংবাদকে বলা হয় ভয়েস্‌ড-ওভার স্টোরি (Voiced over Story)। সাংবাদিকদের জগতে বহুদিন থেকেই এক একটি সংবাদকে বলা হয় স্টোরি (Story)। এক একটি সংবাদকে যেভাবে সাজিয়ে পরিবেশন করা হয়, তাকে বলা হয় প্যাকেজ (Package)। সংবাদ পরিবেশকের পাঠ্য অংশই হোক, আর রিপোর্টারের কণ্ঠে বিবরণই হোক—সব মিলিয়ে সংবাদটি যেন কথায় ছবিতে, এমনকী ঘটনাস্থলের ধ্বনিতে (ambience) পরস্পরের পরিপূরক হয়ে ওঠে।

১২.৭.৪ টেলিভিশনে সংবাদের দৃষ্টান্ত

এক টেলিভিশন সংবাদের লিখিত রূপ ঃ

'পশ্চিমবঙ্গ বিধানসভায় আজ ধানতলা ও কোচবিহারে ধর্ষণের ঘটনা নিয়ে বিবৃতি দিলেন মুখ্যমন্ত্রী। তিনি জানিয়ে দিলেন দুটি ঘটনায় কতজন গ্রেপ্তার হয়েছে। কিন্তু শেষ পর্যন্ত বিরোধী সদস্যদের দাবিতে মুখ্যমন্ত্রী বুদ্ধদেব ভট্টাচার্য জানাতে বাধ্য হলেন, ধৃত ব্যক্তিদের মধ্যে কতজন কোন দলের।'

(উপরোক্ত এই অংশটুকু পড়বেন সংবাদ পরিবেশক। এর পরেই আসবে ছবি, ঘটনার আরও বিবরণ শোনা যাবে অন্য কণ্ঠে। এই গুরুত্বপূর্ণ অংশটুকুও লিখতে হবে ওই খবর সংগ্রহের সঙ্গে যুক্ত সাংবাদিককেই। তিনি ঘটনার বিবরণ দেওয়া ছাড়াও ঘটনার সমর্থনে ২/১ জন ব্যক্তির প্রতিক্রিয়া অথবা মন্তব্য যুক্ত করতে পারেন। এই টুকরো প্রতিক্রিয়া বা মন্তব্যগুলোকে বলা হয় 'সাউণ্ড বাইট' (Sound Bytes)। এছাড়া সাংবাদিক নিজে প্রয়োজন মনে করলে ঘটনাস্থলে দাঁড়িয়েই কিছু জরুরি তথ্য রাখছেন—এমন একটা ছোটো অংশ থাকতে পারে। তাকে বলা হয় সংশ্লিষ্ট সাংবাদিকের 'পীস টু ক্যামেরা' (Piece to Camera\ PTC)। অর্থাৎ ক্যামেরার মুখোমুখি হয়ে কিছু বলা, যা কার্যত দর্শককেই মুখোমুখি বলার সামিল। এর ফলে ঘটনাস্থলটি আরও জীবন্ত হয়ে ওঠে। ছবিতে বৈচিত্র্যও বাড়ে। সরাসরি সাংবাদিকের মুখ থেকে ঘটনাস্থলের একটা প্রাণবন্ত চিত্র বা ঘটনা সম্পর্কে তাঁর অনুভূতির কথা জানা যায়।

এখন নীচে বিধানসভার সংবাদটির বাকী নমুনাংশ লেখা হচ্ছে। এই অংশটি কার্যত সংবাদ পরিবেশকের পাঠের জন্য নির্দিষ্ট প্রথমাংশের পরেই লেখা হয়েছে বলে ধরে নিতে হবে। অর্থাৎ কতটুকু সংবাদ পরিবেশকের কতটুকু অংশ সাংবাদিকের নিজের কণ্ঠে, তার সঙ্গে কতটুকুই বা যুক্ত হবে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিদের সচিত্র (ধ্বনিসহ), বক্তব্য (অর্থাৎ সাউণ্ড বাইট), এবং ভয়েসড্ ওভার অংশের কোথায় সংস্থাপিত হবে পর্দায় হাজির হয়ে সাংবাদিকের নিজস্ব ভাষ্য (অর্থাৎ পি টি সি)—তারও উল্লেখ থাকবে।) ঃ

বিধানসভায় আজ আবার উঠেছিল, ধানতলা কোচবিহারে ধর্ষণ-প্রসঙ্গ। মুখ্যমন্ত্রী বুদ্ধদেব ভট্টাচার্য জানালেন, দুটি ঘটনায় এ পর্যন্ত মোট ১২জনকে গ্রেপ্তার করেছে পুলিশ। শুধু এইটুকুতেই খুশি হননি

বিরোধী তৃণমূল কংগ্রেস ও কংগ্রেস। তারা জোরালো দাবি তুললেন ঃ শুধু গ্রেপ্তারের পরিসংখ্যান দিলে হবে না। কোন দলের কতজন গ্রেপ্তার হয়েছে, তাও জানাতে হবে। মুখ্যমন্ত্রী জানান ধৃতদের মধ্যে ৭ জন সিপিএম, ৩ জন তৃণমূল ও ২ জন কংগ্রেস। এই পরিসংখ্যানেই বিরোধী দুই দলের সদস্যরাই ক্ষুব্ধ হয়ে ওঠেন। বামফ্রন্টের মুখ্যসচেতক লক্ষ্মী দে বলেন, মুখ্যমন্ত্রী গায়ে পড়ে ধৃতদের সম্পর্কে বিস্তারিত জানাতে চাননি।

(সাউণ্ড বাইট/ একটু বিস্তৃত আকারে লক্ষ্মী দে-র বক্তব্য)

বিরোধী দলের নেতা পঙ্কজ বন্দ্যোপাধ্যায় সরাসরি অভিযোগ করলেন, সরকারের দোষ ঢাকতে গিয়ে মুখ্যমন্ত্রী এরকম বিবৃতি দিলেন।

(সাউণ্ড বাইট/ একটু বিস্তৃত আকারে পঙ্কজ বন্দ্যোপাধ্যায়ের বক্তব্য)

কংগ্রেসের মুখ্য সচেতক আব্দুল মান্নান বল্লেন, কংগ্রেসের কেউ এই ঘটনায় জড়িত নেই। মুখ্যমন্ত্রীর বিবৃতির বিরুদ্ধে তারা স্বাধিকারভঙ্গের প্রস্তাব আনবেন।

(সাউণ্ড বাইট/ আব্দুল মান্নানের বক্তব্যের নির্বাচিত অংশ)

এরপরেও মুখ্যমন্ত্রীর বক্তব্য সমর্থন করেন লক্ষ্মী দে।

(সাউণ্ড বাইট/ লক্ষ্মী দে-র আর কিছুটা প্রাসঙ্গিক অংশ)

(পি.টি.সি অর্থাৎ সাংবাদিক সরাসরি ক্যামেরার মুখোমুখি)

মুখ্যমন্ত্রী বুদ্ধদেব ভট্টাচার্য সভায় বিবৃতি দেবার পর এ বিষয়ে সাংবাদিকদের আর কিছু বলেন নি। কোচবিহারের ঘটনায় ক্ষুব্ধ রাজ্যের মন্ত্রী কমল গুহ আজ সভায় ছিলেন না। কংগ্রেস ও তৃণমূল কংগ্রেস শেষ পর্যন্ত সত্যিই সরকারের বিরুদ্ধে স্বাধিকারভঙ্গের নোটিশ দেন কিনা—তার ছবিটা আগামীকাল আরও কিছুটা স্পষ্ট হবে।—খবর এখন-এর জন্য বিধানসভা প্রাঙ্গণ থেকে পার্থ বন্দ্যোপাধ্যায়।

টেলিভিশন সংবাদের লিখিত অংশের এই নমুনাটি পড়েই যে সবটা পুরোপুরি অনুধাবন করা যাবে—তা হয়তো নয়। কিন্তু এই রকম নমুনা পাশে রেখে নিয়মিত বিভিন্ন চ্যানেলের সংবাদের দিকে চোখ রাখলে ক্রমেই ধারণা স্পষ্ট হবে। রেডিও ও টেলিভিশনের সংবাদ টেপে রেকর্ড করে খাতায় তার পূর্ণ বয়ানটি লিখে অনুধাবন ও নিজে থেকে অনুশীলনের চেষ্টা করলে সংবাদের ভাষা ও উপস্থাপনা বিষয়ে ধারণা আরও পরিষ্কার হবে। শুধুমাত্র পঠিত-বিদ্যা-নির্ভর শিক্ষাই যথেষ্ট নয়।

১২.৮ সারাংশ

আপনি যা দেখেন, চক্ষুষ্মান সকলেই তাই দেখেন। কিন্তু দেখার ওপারে সুদূরকে দেখতে পান না সকলে। রেডিও টেলিভিশনে এমন দেখার (Looking beyond obvious) গুরুত্ব অসামান্য। একই সঙ্গে গুরুত্বপূর্ণ ভাষার সঠিক ব্যবহার। রেডিও কথা বলার মাধ্যম। কিন্তু অতিকথন এড়িয়ে পরিমিত কথা বলাও একটি শিল্প। এই জন্য সম্প্রচারক একজন শিল্পীও। তাকে সবসময়েই উদ্ভাবনী শক্তিতে ভরপুর থাকতে হয়। ক্রমাগত অনুশীলনের জন্য নিজেকে মেলে রাখাই সম্প্রচারকের বড় কাজ। এখানে সম্প্রচারক বলতে শুধু উপস্থাপক বা পরিবেশকদের বোঝাতে চাইছি না, রেডিও টেলিভিশনে সংবাদ ও অন্যান্য অনুষ্ঠান যোজনায় যারাই জড়িত—সকলেরই দায়িত্ব মাধ্যমের ভাষাটিকে আয়ত্ত করা। রেডিওয় পরিমিত কথা বলা, টেলিভিশনে ছবি যেহেতু বেশি কথা বলে, তাই তার সঙ্গে সঙ্গতি রাখতে কম কথা বলার কৌশলটিও মুঠোর মধ্যে আনতে হবে। দুই মিডিয়ার ভাষাই আয়ত্ত করতে সাধারণভাবে কিছু প্রক্রিয়ার কথা বলা হলেও একজন উদীয়মান সম্প্রচারককে নিজের অবস্থান বুঝে সঠিক অনুশীলনের প্রক্রিয়া নিজেকেই উদ্ভাবন করতে হবে।

১২.৯ অনুশীলনী

১। 'দেখার ওপারে দেখা' বলতে কী বোঝায়, তা বিশ্লেষণ করুন।

২। রেডিও টেলিভিশনে 'দেখার ওপারে দেখার' গুরুত্ব কী? —উদাহরণ দিয়ে ব্যাখ্যা করুন।

৩। রেডিও ও টেলিভিশনে সহজ কথ্য ভাষার ওপর জোর দেওয়া হয় কেন? এই দুটি মাধ্যমে ভাষা ব্যবহারের পার্থক্য কতটা?

৪। ছোটো বাক্য লেখার উপায় কী? সহজ লেখা সহজ হয় না কেন?

৫। রেডিও ও টেলিভিশনের সংবাদের আদর্শ ভাষা কেমন হবে, উদাহরণ দিয়ে বোঝান। (পাঠ্যাংশের উদাহরণ না দিয়ে নিজের থেকে অন্য উদাহরণ দিন। (রেডিও ও টেলিভিশনে আমরা যে-ভাষা সাধারণত শুনি, সবসময়েই তাকে আদর্শ না মনে করে নিজের চিন্তা প্রয়োগ করুন। শ্রোতা ও দর্শক হয়েও নিজেকে বিচারকের আসনে বসিয়ে প্রত্যেকটি অনুষ্ঠান ও সংবাদ বিশ্লেষণ করুন।)

১২.১০ গ্রন্থপঞ্জী

- How to write News for Broadcast and Print Media : David Dary.
- Broadcast Journalism Basic Principles : S. C. Bhatt
- সম্প্রচারের ভাষা, প্রণবেশ সেনের স্মৃতিতে ঃ ভবেশ দাশ ও সংযুক্তা সিংহ সম্পাদিত।

একক ১৩☐ অ-বাচনিক জ্ঞাপন

গঠন

১৩.১ উদ্দেশ্য

১৩.২ প্রস্তাবনা

১৩.৩ অ-বাচনিক জ্ঞাপন কী

১৩.৪ টেলিভিশন ও রেডিও-য় অ-বাচনিক জ্ঞাপন কীভাবে কাজ করে

১৩.৫ সারাংশ

১৩.৬ অনুশীলনী

১৩.৭ গ্রন্থপঞ্জী

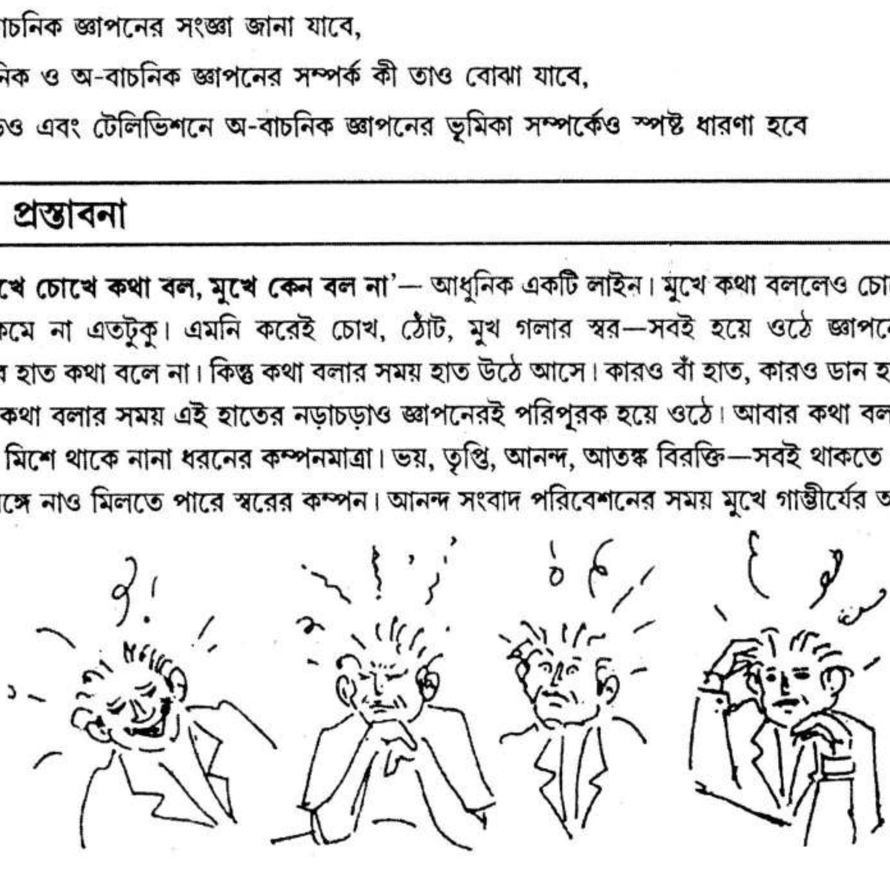
১২.১ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে ঃ

- অ-বাচনিক জ্ঞাপনের সংজ্ঞা জানা যাবে,
- বাচনিক ও অ-বাচনিক জ্ঞাপনের সম্পর্ক কী তাও বোঝা যাবে,
- রেডিও এবং টেলিভিশনে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের ভূমিকা সম্পর্কেও স্পষ্ট ধারণা হবে

১৩.২ প্রস্তাবনা

'চোখে চোখে কথা বল, মুখে কেন বল না'— আধুনিক একটি লাইন। মুখে কথা বললেও চোখের ভাষার গুরুত্ব কমে না এতটুকু। এমনি করেই চোখ, ঠোঁট, মুখ গলার স্বর—সবই হয়ে ওঠে জ্ঞাপনের মাধ্যম। আমাদের হাত কথা বলে না। কিন্তু কথা বলার সময় হাত উঠে আসে। কারও বাঁ হাত, কারও ডান হাত—অথবা দুটোই। কথা বলার সময় এই হাতের নড়াচড়াও জ্ঞাপনেরই পরিপূরক হয়ে ওঠে। আবার কথা বলার সময়েও কণ্ঠস্বরে মিশে থাকে নানা ধরনের কম্পনমাত্রা। ভয়, তৃপ্তি, আনন্দ, আতঙ্ক বিরক্তি—সবই থাকতে পারে। বলা কথার সঙ্গে নাও মিলতে পারে স্বরের কম্পন। আনন্দ সংবাদ পরিবেশনের সময় মুখে গাম্ভীর্যের আভাস, ভুরু



কোঁচকানো অবস্থায় থাকলে একটি দৃশ্য দুরকম তথ্যের আভাস দিচ্ছে। মুখ থেকে নিঃসৃত হচ্ছে আনন্দ সংবাদ, আবার তারই মুখাবয়ব আভাস দিচ্ছে অস্থিরতা ও বিরক্তির। এই দ্বন্দ্বে সার্থক জ্ঞাপনের কাজ ব্যাহত হয়। রেডিও-য় টেলিভিশনে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের প্রভাব অনেক। যেমন দর্শককে ধন্যবাদ জানানোর মধ্যে আন্তরিকতার ছোঁয়া থাকতে পারে, নাও পারে। 'অনুষ্ঠান প্রচারে বিঘ্ন ঘটায় দুঃখিত' বলার মধ্যে (দুঃখ না ফুটলেও) কখনো বেপরোয়া সুরও ফুটে উঠতে পারে। দুঃখ প্রকাশের সঙ্গে বেপরোয়াপনার দ্বন্দ্ব ঘুচিয়ে (এটা পোশাকে, শরীর-ভাষায়, সাজসজ্জায়, রূপারোপে, পরিবেশ ও পটভূমি নির্বাচনে) বাচনিক ও অ-বাচনিকের মধ্যে মৈত্রী স্থাপনই গণ-জ্ঞাপনের বড় শর্ত।

১৩.৩ অ-বাচনিক জ্ঞাপন কী

আমরা কথা বলে মনের ভাব প্রকাশ করি। অর্থাৎ জ্ঞাপনের প্রধান বাহক হল কথা। কিন্তু কথা ছাড়া কাউকে কিছু জ্ঞাপনের আর কোনো উপায় কি নেই? মানুষ কথা বলতে পারে তাই সে জানাতে পারে। কিন্তু যেসব প্রাণী কথা বলতে পারে না, তারা কি কোনোভাবেই জ্ঞাপনের কাজ করতে পারে না? এমনকী সংশ্লিষ্ট প্রাণীদের একান্ত নিজস্ব জগৎ বাদ দিলেও, একটা কুকুর যখন তার প্রভুর কাছে ঘোরাফেরা করে, তখন কোনো সময়েই কি সে কিছু জানাতে চায় না? তার খিদে পেলে সে কি কোনোভাবেই তার খিদে প্রকাশ করতে পারে না? শুধু জল পিপাসা পেলে কি তা প্রকাশ করতে কুকুরের বিশেষ কোনো ভঙ্গি নেই? শব্দ বা ধ্বনি ছাড়া তার আচরণে জ্ঞাপনের কোনো ভাষাই কি আমরা দেখতে পাই না। তাহলে ঘরের পোষা কুকুরটির লেজ নাড়ে কেন? কেন সে গায়ের ওপর লাফিয়ে ওঠে? এর অর্থ নীরবতার মধ্যেও ভাষার প্রকাশ আছে, জ্ঞাপনের ইচ্ছে আছে এবং তার একটি প্রচলিত ভঙ্গিও আছে। এক একটি ভাবপ্রকাশে একটি অবলা প্রাণী এক একরকম ভঙ্গি অনুসরণ করে। কিছু নির্দিষ্ট সময় ধরে ক্রমাগত এই ভঙ্গি দিয়ে সে বুঝিয়ে দেয় কোন ভঙ্গির অর্থ কী।

তাহলে কথা বলে আমরা অপরকে যা কিছু জ্ঞাপন করি, তাকে বলতে পারি বাচনিক জ্ঞাপন (Verbal Communication)। আর **'অনেক কথা যাও যে বলে কোনো কথা না বলে'**—তাকে বলতে পারি অবাচনিক জ্ঞাপন (Non-verbal Communication)। এই অ-বাচনিক জ্ঞাপনের প্রকাশ অনেক রকম। স্থানকাল পাত্রেও তার ভেদ আছে।

অ-বাচনিক জ্ঞাপনকে আমরা প্রধানত দু-ভাগে ভাগ করতে পারি। একটি হল ব্যক্তিতে ব্যক্তিতে জ্ঞাপনের ক্ষেত্রে এবং আর একটি পরিবেশগত অবাচনিক জ্ঞাপন। ব্যক্তিগত স্তরের অ-বাচনিক জ্ঞাপন সম্ভব হয়, কথা না বলেও কোনো ব্যক্তির অঙ্গভঙ্গি, আকার ইঙ্গিত এবং ভাবভঙ্গি প্রকাশের মধ্যে দিয়ে। এই অঙ্গভঙ্গি বা আকার ইঙ্গিতের মধ্যে কোনটির অর্থ কী—তা বুঝে নেওয়ার মধ্যে দিয়েই সম্ভব হয় অ-বাচনিক ভাষার আদান প্রদান। এই অ-বাচনিক জ্ঞাপনের সবচেয়ে বড় উদাহরণ মূকাভিনয়, নির্বাক অভিনয়, এবং ধ্বনি ও আবহ বাদ দিলে নাচকেও এর অন্তর্ভুক্ত করা যায়। তিনটে ক্ষেত্রেই কথা বলে শরীর, তার নানা ভাঁজ ও তরঙ্গ। হাত, পা, মুখ, ঠোঁট, চোখ, চোখের মণি—সবই কথা বলে। কান্না, দুঃখ, গ্লানি, অপমান, আনন্দ, উচ্ছ্বাস, রাগ, অভিমান, বিদ্রোহ সবই শরীরের অঙ্গভঙ্গিতে প্রকাশ করা সম্ভব। অনেক সময়ে সরব বা বাচনিক জ্ঞাপনের চাইতে নীরব বা অ-বাচনিক জ্ঞাপনের শক্তি, প্রভাব-ক্ষমতা অনেক বেশি। অন্যভাবে বলতে গেলে, এই বাচনিক জ্ঞাপনের মধ্যে পড়ছে, কোনো কিছুর গতি (Kinetics), স্পর্শেন্দ্রিয় সংক্রান্ত (Tactility), শারীরিক উপস্থিতি (Body Appearance), অঙ্গভঙ্গি (Posture), ভাবভঙ্গি (Gesture) এবং স্বরমিশ্রিত ভাব (Para linguistics)। অন্যান্য অ-বাচনিক জ্ঞাপনের দিকগুলি বুঝতে কোনো অসুবিধে নেই। তবে স্বরমিশ্রিত ভাবের মধ্যে দিয়ে অ-বাচনিক জ্ঞাপন কীভাবে ঘটছে—এই প্রশ্ন জাগতেই পারে।

স্বর মিশ্রিত ভাব হল কোনো কথা বা কথার প্রতিক্রিয়ায় কণ্ঠস্বরের তাৎক্ষণিক বিশিষ্টতা। ভয় পেয়ে চীৎকার করে ওঠা, আস্তে করে ডাকা, ফিসফিস করে বলা—উচ্চারিত ধ্বনি ছাড়াও নীরবে অতিরিক্ত আরও কিছু জ্ঞাপন করে। মুখে একজন বলছেন 'আমি ভয় পাইনি' কিন্তু ভয়ের ভাবটি তার কণ্ঠস্বরে স্পষ্ট। ফিসফিস করে বলাতে বোঝা যাচ্ছে, সে গোপনে কিছু জানাতে চায়। এসব ক্ষেত্রে স্বর-চরিত্রও অ-বাচনিক জ্ঞাপনের কাজ করে।

আর আছে পরিবেশগত বা পারিপার্শ্বিক ও অনুষঙ্গ-ভিত্তিক অ-বাচনিক জ্ঞাপন। যেমন একটি বাড়ি, বাড়ির কাঠামো ও তার অভ্যন্তরীণ সাজসজ্জা, যেখানে, অর্থাৎ যে-পরিবেশে দাঁড়িয়ে একজন মানুষ কথা বলছে—সেই পরিবেশ বা পটভূমি অর্থাৎ ঘরের দেয়াল, দেয়ালে টাঙানো ছবি, বাগান, বাগানের ফুল, গাছটির ডালপালার বিস্তার—সবই কিছু জ্ঞাপন করতে চায়। কোনো মোগল সম্রাটের বাড়ি আর কোনো প্রাচীন মন্দিরের অ-বাচনিক জ্ঞাপন ভিন্ন ভিন্ন। যেহেতু আমরা বাচনিক এবং অ-বাচনিক দুরকম জ্ঞাপনের সাহায্য নিয়েই চলি, তাই কখনো একটি অপরটির পরিপূরক, কখনো বিরোধী, কখনো বিরক্তিকর ও বর্জনীয়।

১৩.৪ টেলিভিশন ও রেডিও-য় অ-বাচনিক জ্ঞাপন কীভাবে কাজ করে

এখন প্রশ্ন উঠতে পারে, মিডিয়ার ক্ষেত্রে বা সম্প্রচারের ক্ষেত্রে, বিশেষ করে টেলিভিশনের ক্ষেত্রে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের (Non-verbal communication) বিষয়টি এত গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠছে কেন? বলাই বাহুল্য রেডিও-র মতো টেলিভিশন সম্পূর্ণটাই কথা বা ধ্বনি-নির্ভর নয়। বরং বলা যেতে পারে, পুরোটাই ছবি। টেলিভিশনের পর্দায় যে-মানুষটি কথা বলে চলেছেন, তিনিও ছবি হিসেবেই আমাদের সামনে হাজির। ঘরের জানালা-দরজায় কী রঙের পর্দা হবে—তা নির্ধারণের মধ্যে দিয়ে আমরা যেমন কিছু জ্ঞাপন করতে চাই, তেমনি টেলিভিশনে যিনি কথা বলছেন, যাকে আমরা পর্দায় দেখতে পাচ্ছি, তার আশপাশে কী থাকবে, তা আয়তনে কত ছোটো বা বড়ো, কেমন হবে তার রঙ, সেই রঙ অনুষ্ঠান বা বক্তা যা বলছেন তার বিষয়বস্তুর সঙ্গে কতটা সামঞ্জস্যপূর্ণ অথবা ওই রঙ দর্শককে অতিরিক্ত কিছু জ্ঞাপন করছে কিনা (যা অনুষ্ঠানটির উদ্দেশ্য)—সবই বিবেচনার বিষয়।

ধরা যাক, একজন সংবাদ পরিবেশক, বিপুল গয়নাগাটি পরে, কপালে বৃহৎ লাল টিপ দিয়ে, চুলের দুপাশের লতি সামনের দিকে ঝুলিয়ে দিয়েছেন। এ-ও এক ধরনের অ-বাচনিক জ্ঞাপন। যা সংবাদ পরিবেশনের নিহিত মেজাজে একেবারেই মানানসই নয়। কিন্তু উল্টোটা যদি ঘটে, সাজের বাহুল্য নেই, পোশাকের বাহার সংবাদ ও তার পরিবেশনাকেও ছাপিয়ে যাচ্ছে না—তবে সেটাও অ-বাচনিক জ্ঞাপন। কিন্তু অনেক সঙ্গতিপূর্ণ ও সামঞ্জস্যপূর্ণ। এমন অ-বাচনিক জ্ঞাপনের জন্যও বিশেষ পরিকল্পনা নিতে হয়। তাই আমরা যা কিছু উপস্থাপন করছি (বাচনিকভাবে) শুধু তাই-ই জ্ঞাপনকে সম্পূর্ণ সার্থক করে না। হাত, পা, মুখ, চোখ—এ সবের গতি, সব কিছুর শারীরিক প্রকাশ একটা সুচারু ছন্দে এক বিন্দুতে মিললে জ্ঞাপন সার্থক হয়। তাই টেলিভিশনে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের গুরুত্ব অসামান্য। এক্ষেত্রেও পরিমিতি বোধ যার যত বেশি, কমিউনিকেশন বা জ্ঞাপনে সে তত বেশি সার্থক হবে।

টেলিভিশনে একজন পরিবেশক বলতে পারেন, বিষয়ের ওপর দখল আছে, কণ্ঠস্বর চমৎকার—কিন্তু তিনি যে পোশাক পরে উপস্থিত হয়েছেন, অথবা মাঝে মাঝে কথা বলতে বলতে মুখটা এমনভাবে ঘুরিয়ে নিচ্ছেন, অথবা টেবিলের ওপর একটা বেমানান ফুলদানির জন্য জ্ঞাপন বাধাপ্রাপ্ত হতেই পারে।

ভুলে গেলে চলবে না, টেলিভিশন একটি সংবেদনশীল মাধ্যম। তাই পর্দায় অ-বাচনিক জ্ঞাপনের সূত্রে যদি বিকৃতি ও বিচ্যুতি এসে পড়ে, তবে সমগ্র অনুষ্ঠানটি পূর্ণতা পাবে না। এই কারণে কোনো অনুষ্ঠানে কলা কুশলীরা কেমন পোশাক পরবেন, কেমন ভঙ্গিতে বসবেন, মঞ্চ কেমন থাকবে, চেয়ার কেমন হবে, কোথায়

কখন কেমন হবে আলোর ব্যবহার—এইসব অ-বাচনিক জ্ঞাপনের বিষয়গুলি সম্পর্কে সুনির্দিষ্ট নির্দেশ থাকে।

আমরা যদি আলাদা করে ভাবি টেলিভিশনের একজন ক্যামেরাম্যানের কথা। অবাচনিক জ্ঞাপনের বিষয়টি সম্পর্কে তার পর্যাপ্ত জ্ঞান থাকলে, তিনিও কোনো ঘটনাস্থলে গিয়ে সঠিক দৃশ্য নির্বাচন, এবং কোন ভঙ্গিতে কেমন লেন্সে ছবি তুললে দৃশ্যটি আরও বেশি অর্থবহ হয়ে উঠতে পারে, তা বুঝতে পারবেন।

রেডিও দৃশ্য মাধ্যম নয়। মনেই হতে পারে, এই মাধ্যমে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের ভূমিকা নেই। কিন্তু ভাবুন, স্বরমিশ্রিত ভাবের কথা (Paralinguistics)। একজন ঘোষিকা হঠাৎই কোনো ব্যক্তিগত কারণে ক্ষুব্ধ। তিনি পরিবেশন করতে চলেছেন একটি গানের অনুষ্ঠান। কিন্তু ঘোষণার সঙ্গে যদি মিশে যায়, তার ক্ষোভের সুর, শ্রোতা চিহ্নিত করতে না পারলেও, স্বাভাবিক কণ্ঠের ঘোষণা আর ক্ষুব্ধ কণ্ঠের ঘোষণায় কি কোনো পার্থক্যই থাকবে না?—এইভাবে বাচনিক জ্ঞাপনের সঙ্গে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের এক সংঘাত তৈরি হয়। বঞ্চিত হন শ্রোতা। শ্রোতার সঙ্গে ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক তৈরি যে সম্প্রচারকের কাজ—সেই কাজ এতে ব্যাহত হয় না কি?

এমনটা ঘটতেও পারে, টেলিভিশনের ক্ষেত্রে উপস্থাপক কোনো কারণে উত্তেজিত, অথবা স্টুডিও-র ভেতরেই অনুষ্ঠান চলাকালীন তার কোনো ভুলের জন্য তিনি অস্বস্তি বোধ করছেন,—তিনি হয়তো উপস্থাপনার কাজ চালিয়ে যাচ্ছেন, কিন্তু তার চোখে মুখে ফুটে উঠছে অস্বস্তিকর ছবি। এখানেও তৈরি হচ্ছে বাচনিক এবং অ-বাচনিক জ্ঞাপনের সংঘাত। অথচ সংঘাত না ঘটলে সুন্দর সহাবস্থানে অনুষ্ঠানটি অসামান্য মাত্রা পেয়ে যেতে পারে। এই কারণেই জ্ঞাপনের সব দিকগুলি সম্পর্কে সচেতন থাকা খুব দরকার।

১৩.৫ সারাংশ

আধুনিক গানের একটি লাইন আছে—'কথা কিছু কিছু বুঝে নিতে হয়, সে তো মুখে বলা যায় না।' কিন্তু বলা বাণীর সঙ্গে না-বলা বাণীর সম্পর্ক যদি পরিমিত হয় তবে জ্ঞাপনের কাজটি সার্থক হতে পারে। টেলিভিশন যেহেতু দৃশ্যমাধ্যম, তাই কমিউনিকেশন বা জ্ঞাপনের কাজ সার্থক করতে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের উদ্দেশ্যগুলির পরিমিত ও সঠিক প্রয়োগ দরকার। যেখানে বাচনিক জ্ঞাপনের কোনো ভূমিকাই নেই (Verbal Communication) সেখানে অ-বাচনিক জ্ঞাপনের (Non-verbal communication) ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠতে পারে। অ-বাচনিক জ্ঞাপন প্রধানত দু'ভাগে ভাগ করা যেতে পারে। একটি হল, ব্যক্তির স্বরে অ-বাচনিক জ্ঞাপন, আর একটি পরিবেশ ও পারিপার্শ্বিক অ-বাচনিক জ্ঞাপন। টেলিভিশনের মতো দৃশ্যমাধ্যমে দুটির গুরুত্বপূর্ণ অপরিসীম।

১৩.৬ অনুশীলনী

১। অ-বাচনিক জ্ঞাপন কী? এই জ্ঞাপনকে কয় ভাগে ভাগ করা যায়?

২। অ-বাচনিক জ্ঞাপনের তাৎপর্য টেলিভিশনে কতখানি? উদাহরণসহ বুঝিয়ে দিন।

৩। বাচনিক জ্ঞাপন এবং অ-বাচনিক জ্ঞাপনে সংঘাত ঘটলে কী রকম বিপর্যয় ঘটতে পারে—টেলিভিশন ও রেডিও দুটি মাধ্যমের ক্ষেত্রেই তা উদাহরণসহ বুঝিয়ে দিন।

১৩.৭ গ্রন্থপঞ্জী

- Non-verbal communication in Human Interaction : Mark Knapp
- Communicating concepts and Skills : Robert Shutter.

একক ১৪ □ বৈদ্যুতিন গণমাধ্যমের ইতিহাস

গঠন

১৪.১ প্রস্তাবনা

১৪.২ বেতার ব্যবস্থার আবিষ্কার ও প্রসার

১৪.৩ ভারতবর্ষে বেতার সম্প্রসারণের ইতিহাস

১৪.৩.১ ইণ্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী

১৪.৩.২ সরকারি অধিগ্রহণ—অল ইণ্ডিয়া রেডিও

১৪.৩.৩ দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ পরবর্তী যুগ

১৪.৩.৪ স্বাধীনোত্তর ভারতে রেডিওর প্রসার

১৪.৪ আকাশবাণীর অনুষ্ঠানের বিষয় প্রকরণ

১৪.৪.১ বিবিধ ভারতী

১৪.৪.২ এফ. এম. চ্যানেল

১৪.৪.৩ বেসরকারি চ্যানেল

১৪.৫ বৈদ্যুতিন মাধ্যমে সংবাদ প্রচার

১৪.৬ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের বৈশিষ্ট্য

১৪.৭ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সংবাদের উপাদান

১৪.৮ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের বিশ্বাসযোগ্যতা

১৪.৯ অনুশীলনী

১৪.১০ গ্রন্থপঞ্জি

১৪.১ প্রস্তাবনা

বেতারের আবিষ্কার ঘটে উনবিংশ শতাব্দীর শেষ দশকে, ১৮৯৬ সালে। ইতালীর বৈজ্ঞানিক মার্কনি বেতার আবিষ্কারের 'পেটেন্ট' নিয়ে নেন এবং রেডিওর জনক হিসাবে স্বীকৃতি লাভ করেন। তবে, ঐ একই সময়ে ভারতীয় বিজ্ঞানী জগদীশ চন্দ্র বসু বেতার তরঙ্গ নিয়ে উল্লেখযোগ্য গবেষণায় রত ছিলেন। ইউরোপ এবং আমেরিকায় গত শতাব্দীর প্রথম দিকে বেতারের ব্যাপক প্রচলন ঘটে এবং ধীরে ধীরে ভারতেও এর সম্প্রসারণ ঘটে। ১৯২৭ সালের ২৩শে জুলাই মুম্বাই শহরে 'ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী'র উদ্যোগে ভারতে প্রথম রেডিও ষ্টেশন চালু হয়। স্বাধীনোত্তরকালে দেশব্যাপী সমগ্র দেশে বহু সংখ্যক রেডিও স্টেশন স্থাপিত হয়।

১৪.২ বেতার ব্যবস্থার আবিষ্কার ও প্রসার

সংবাদ মাধ্যমের সর্বশেষ সংযোজন হল বৈদ্যুতিন মাধ্যম। এই মাধ্যমের বয়স একশো বছরের মতো। ঊনবিংশ শতাব্দীর শেষদিকে ইতালিয় বৈজ্ঞানিক সিঙ্গলিয়েলমে মার্কনি তাঁর পূর্ববর্তী দুই বিখ্যাত গবেষক ব্রিটিশ গণিতজ্ঞ ক্লার্ক ম্যাক্সওয়েল এবং জার্মান পদার্থবিদ্ হাইনরিখ হার্জের বেতার তরঙ্গের অস্তিত্ব সম্পর্কীয় প্রাথমিক কাজ নিয়ে আরো উন্নত গবেষণায় রপ্ত হন। একই সময়ে ভারতীয় বিজ্ঞানী ডঃ জগদীশ চন্দ্র বসুও বেতার তরঙ্গ নিয়ে নিরন্তর সাধনায় রত ছিলেন। ১৯০১ সালে মার্কনি আতলান্তিক মহাসাগরের দুই প্রান্তের মধ্যে বেতার যোগাযোগের সাফল্য দেখান। সেই সাথে তিনি রেডিও বা বেতার আবিষ্কারের জন্য মার্কনিকে নোবেল পুরস্কারে ভূষিত করা হয়। এইভাবে রেডিওর জনক হিসাবে সিঙ্গলিয়েলমে মার্কনির নাম প্রতিষ্ঠিত হয়। যদিও, আমাদের বিজ্ঞানী জগদীশ চন্দ্র বসুও এ বিষয়ে যথেষ্ট কৃতিত্বের পরিচয় রাখেন।

বেতারের যুগান্তকারী আবিষ্কারের সাথে সাথে পৃথিবীতে যোগাযোগ ব্যবস্থায় এক নতুন বিপ্লব ঘটে। বিংশ শতাব্দীর প্রথম দুই দশকে ধীরে ধীরে ইউরোপ এবং মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের বিভিন্ন জায়গায় রেডিও-স্টেশন বা বেতার-কেন্দ্র স্থাপিত হতে থাকে। বেতার ব্যবস্থার উপযোগিতা সম্পর্কে পৃথিবীর মানুষ বিশেষভাবে সজাগ হন ১৯১২ সালে, তখন সুবিশাল জাহাজ 'টাইটনিক' আতলান্তিক মহাসাগরে দুর্ঘটনায় পড়ে। ডুবন্ত ঐ জাহাজ থেকে বারে বারে বিপদ-বার্তা বেতারের মাধ্যমে বিভিন্ন স্থানে পাঠানো হয়। এই বার্তা পাওয়ার পরই 'টাইটনিকে'র যাত্রীদের উদ্ধার করার জন্য একাধিক জলযান ডুবন্ত জাহাজের কাছে যেতে সমর্থ হয়। পৃথিবীর মানুষ সেদিন থেকেই বেতারকে নতুন যুগের প্রতীক হিসাবে গ্রহণ করে।

সমুদ্রে চলাচলকারী জাহাজ, পুলিস-মিলিটারি সব বিভিন্ন আবশ্যিক ক্ষেত্রে বেতারের ব্যবহার চালু হওয়ার সাথে সাথে মানুষের মধ্যে বিনোদনের সহায়ক রূপে বেতার বা রেডিওকে ধীরে ধীরে কাজে লাগান হয়। রেডিরও মাধ্যমে গান, বাজনা, নাটক ও সংবাদ প্রচারের ব্যবস্থাও বাড়তে থাকে।

১৪.৩ ভারতবর্ষের বেতার সম্প্রসারণের ইতিহাস

আমাদের দেশে সংগঠিতভাবে বেতার সম্প্রসারণের শুরু হয় ১৯২৭ সালে। তার আগে অবশ্য কিছু কিছু উৎসাহী মানুষ রেডিও ক্লাব স্থাপন করে বেতার নিয়ে কিছু কিছু পরীক্ষা-নিরিক্ষা চালান। এইভাবে, ১৯২৩ সালের নভেম্বর মাসে কলকাতায় রেডিও ক্লাব গঠিত হয়। পরের বছরেই এই ধরণের ক্লাব গড়ে ওঠে মাদ্রাজ (বর্তমানে চেন্নাই) এবং বোম্বে (অধুনা মুম্বাই) শহরে। তবে, এগুলি সবই ছিল ব্যক্তিগত এবং অপেশাদারি প্রয়াস।

১৪.৩.১ ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী

এদেশে পেশাদারী এবং সংগঠিত বেতার সম্প্রসারণের সূচনা করে ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী নামে একটি বেসরকারি সংস্থা। ১৯২৭ সালের ২৩শে জুলাই মুম্বাই শহরে দেশের প্রথম রেডিও স্টেশনের উদ্বোধন হয়। ইংরেজ শাসনের সর্বময় কর্তা ভাইসরয় লর্ড আরউইন উদ্বোধনী অনুষ্ঠানে উপস্থিত ছিলেন। আরউইন

তাঁর বক্তৃতায় বলেন, 'ভারতের মতো একটি বিরাট দেশে মানুষের বিনোদন এবং শিক্ষার সহায়ক হিসাবে বেতার সম্প্রচার আশির্বাদরূপে কাজ করবে। এর সম্ভাবনা ব্যাপক যদিও এই মুহূর্তে আমরা এর বিরাট সম্ভাবনা সম্পর্কে পরিপূর্ণভাবে অবহিত নই।" আরউইনের এই ভবিষ্যতবাণী প্রকৃত পক্ষেই যথার্থ ছিল।

মুম্বাই কেন্দ্র চালু হওয়ার একমাস পরেই ১৯২৭-এর ২৬শে আগস্ট কলকাতায় ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানীর দ্বিতীয় বেতার কেন্দ্র চালু হয়। এইভাবে ভারতবর্ষের মানুষ বিশেষ করে কলকাতা এবং মুম্বাই-এর শহরবাসীরা প্রত্যক্ষ কর বিজ্ঞানের নতুন সৃষ্টি বেতারের কি অত্যাশ্চর্য ক্ষমতা।

কাজ শুরু করার কিছুদিন পরেই ব্রডকাস্টিং কোম্পানী আর্থিক সঙ্কটের মধ্যে পড়ে। সামান্য কয়েক হাজার রেডিও সেটের মালিকের কাছে পাওয়া 'লাইসেন্স ফি' বাবদ টাকা আদায় করে বেতার কেন্দ্র চালু রাখা সম্ভব হলনা। বেতার কোম্পানীটি আর্থিক সঙ্কটে নিমজ্জিত হয়। ১৯৩০ সালের জুন মাসে ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী পুরোপুরিভাবে বন্ধ হয়। এইভাবে, ভারতের প্রথম বেতার সম্প্রসারণের উদ্যোগ অচিরেই বিপন্ন হয়ে পড়ে।

১৪.৩.১ সরকারি অধিগ্রহণ—অল ইন্ডিয়া রেডিও

বেসরকারি রেডিও কেন্দ্র দুটি বন্ধ হওয়ার সাথে সাথে শহরবাসী এবং সাধারণ মানুষের মধ্যে ক্ষোভের সৃষ্টি হল। তাঁরা বারে বারে তদানীন্তন ব্রিটিশ সরকারের কাছে বেতার সম্প্রসারণ পুনরায় চালু করার জন্য দাবি জানাতে থাকে। অবশেষে, সরকার নড়ে চড়ে বসলো, নতুন আইন মোতাবেক ১৯৩০ এর এপ্রিল থেকে ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী সরকারি অধিগ্রহণের পর বি.বি.সি কে ভারতের সম্প্রসারণের চালু করার দায়িত্ব দেওয়া হল।

১৯৩২-এ ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং সার্ভিস নামে নতুন সম্প্রসারণ ব্যবস্থা চালু হয়। ধীরে ধীরে জন্ম নিল অল ইন্ডিয়া রেডিও। এর দায়িত্ব বর্তালো বি.বি.সি থেকে আসা বেতার অনুষ্ঠানের অত্যন্ত দক্ষ ব্যক্তিত্ব লায়োনেল ফিল্ডেন-র ওপর। অসম্ভব অধ্যবসায় এবং যোগ্যতাকে কাজে লাগিয়ে ফিল্ডেন সাহেব স্বল্প সময়ে ভারতবর্ষের বেতার সম্প্রসারণ ব্যবস্থাকে এক নজর কাড়া স্তরে দাঁড় করাতে সক্ষম হন।

১৪.৩.৩ দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ পরবর্তী যুগ

ত্রিশের দশকের শেষে এবং চল্লিশ দশকের প্রথমে ইউরোপে যুদ্ধের মেঘ জমতে থাকে। হিটলার পোলান্ড আক্রমণ করে। এবং কিছুদিনের মধ্যেই ইউরোপের বিভিন্ন দেশ দুটি গোষ্ঠীতে ভাগ হয়ে যায়। অচিরেই যুদ্ধ বিশ্ব যুদ্ধের রূপ নেয়। জাপানের অক্ষবাহিনীতে যোগদান যুদ্ধ পরিস্থিতি নতুন রূপ নিল।

যুদ্ধের মেঘ ইউরোপ অতিক্রম করে এশিয়া এবং দূর প্রাচ্যে ছড়িয়ে পড়ে। ভারতবর্ষের শাসক ব্রিটিশ শক্তি জাপানী আগ্রাসনের আশঙ্কায় সন্ত্রস্ত হয়ে ওঠে। অন্যদিকে দেশের অভ্যন্তরে কংগ্রেসের আন্দোলন ক্রমশই জোরদার হওয়ার পরিপ্রেক্ষিতে সরকারের সঙ্গে সাধারণ মানুষের দূরত্ব বেড়ে যায়। এই অবস্থায় জনমনে সরকারের প্রতি আস্থা সৃষ্টি করা এবং যুদ্ধের প্রস্তুতি সম্পর্কে সাধারণ মানুষকে অবহিত করা অত্যন্ত জরুরী হিসাবে দেখা দিল। কিন্তু এই দুরূহ কাজ কিভাবে সম্ভব? সংবাদপত্রের প্রচার দেশের সার্বিক জনসংখ্যার তুলনায় খুবই সীমিত। সাক্ষর মানুষের সংখ্যা তখন খুবই কম। এছাড়া, দূর-দুর্গম সীমান্ত এলাকায় সংবাদ-পত্র পৌঁছে দেওয়া খুবই কঠিন। স্বভাবতই নবতম প্রযুক্তি রেডিওকে এই কাজে লাগানো সবথেকে ফলপ্রসূ হবে বলে ব্রিটিশ সরকার মনে করে। এই চিন্তাকে দ্রুত রূপায়িত করতে শুরু হল বেতারের ব্যাপক সম্প্রসারণ।

অল ইন্ডিয়া রেডিওর সংবাদ বিভাগকে সক্রিয় এবং পেশাদারী করার জন্য সর্বতোভাবে চেষ্টা চললো। শুধু ভারতীয় ভাষায় নয় বিদেশী শ্রোতাদের উপযোগী করে বর্হিভারতে অল ইন্ডিয়া রেডিওর অনুষ্ঠান সম্প্রসারণের ব্যবস্থা হল।

এইভাবে ধীরে ধীরে আমাদের দেশে বেতার সম্প্রসারণ নতুন পর্যায়ে পৌঁছয়। ১৯৪৭-এ ভারত যখন স্বাধীন হয় তখন দেশে ছিল সবমিলিয়ে ৬টি বেতার কেন্দ্র। এগুলি হল ঃ দিল্লি, কলকাতা, বোম্বাই, চেন্নাই, লক্ষ্ণৌ এবং ত্রিচুরাপল্লী।

- **করদ রাজ্যে বেতার কেন্দ্র**

ব্রিটিশ সরকারের আওতাধীন ৬টি বেতার কেন্দ্র ছাড়াও স্বাধীনতার আগে ভারতবর্ষের একাধিক করদ রাজ্যের শাসকগণ তাঁদের নিজ নিজ এলাকায় নিজস্ব বেতার কেন্দ্র স্থাপন করেছেন। সরকারী তথ্যে দেখা গেছে, মহীশূর, হায়দ্রাবাদ, ত্রিবাঙ্কুর এবং ঔরঙ্গাবাদে এই ধরণের বেতার সম্প্রসারণ চালু ছিল। মহীশূরের রাজা তাঁর নিজস্ব বেতার কেন্দ্রটির ভারতীয় নাম দেওয়ার জন্য কবিগুরু রবীন্দ্রনাথ ঠাকুরের শরণাপন্ন হন। রাজার চিঠি পেয়ে রবীন্দ্রনাথ ১৯৩৫ সালে একটি ছোট কবিতা লিখে রেডিওর নতুন নাম দিলেন 'আকাশবানী'।

স্বাধীনতার পর ১৯৫৭ সালে তৎকালীন তথ্য ও বেতারমন্ত্রী বি. ভি. কেশকার ঘোষণা করেন, রবি ঠাকুরের দেওয়া নামকেই সরকার স্বীকৃতি দেবে। সেদিন থেকে 'অল ইন্ডিয়া রেডিও' নতুন নামে অর্থাৎ 'আকাশবাণী' হিসেবে পরিচিত।

১৪.৩.৪ স্বাধীনোত্তর ভারতে রেডিওর প্রসার

স্বাধীনতার পরই ভারতে নির্বাচিত সরকার দেশের আর্থিক এবং সামাজিক বিকাশের দিকে নজর দেয়। শুরু হয় পঞ্চ-বার্ষিকী পরিকল্পনা। দেশের মানুষকে সরকারের বিভিন্ন ধরনের কল্যাণমূলক কাজকর্ম সম্পর্কে অবহিত করার জন্য বেতারের ব্যাপক প্রসারের কর্মসূচী গ্রহণ করা হয়। চালু হল দেশের বিভিন্ন স্থানে নতুন নতুন বেতারকেন্দ্র। গত শতকের শেষে দেশের প্রায় ৯৮ শতাংশ মানুষকে বর্তমানে রেডিও-সম্প্রসারণের আওতায় আনা সম্ভব হয়েছে। বর্তমানে ছোট বড় মিলিয়ে দুশোরও বেশি বেতার-কেন্দ্র ভারতের সর্বত্র ছড়িয়ে রয়েছে।

১৪.৪ আকাশবাণীর অনুষ্ঠানের বিষয় প্রকরণ

মূলত তিন ধরনের অনুষ্ঠান আকাশবাণীতে সম্প্রসারিত হয়। এরমধ্যে সব থেকে বড়ো অংশ হল সঙ্গীত। সমগ্র অনুষ্ঠানের ৪০ শতাংশ। এরপর আসে কথিকা। এরমধ্যে নাটক-ও অন্তর্ভুক্ত। আকাশবাণীর সমগ্র অনুষ্ঠানের ৩৭ শতাংশ এই তালিকাভুক্ত। সংবাদ এবং সাময়িকী সংক্রান্ত অনুষ্ঠান আকাশবাণীর অন্যতম একটি বড়ো এলাকা জুড়ে রয়েছে। মোট অনুষ্ঠান-সময়ের প্রায় ২৩ শতাংশ এই বিভাগের মধ্যে পড়ে।

১৪.৪.১ বিবিধ ভারতী

৫০-এর দশকের শেষদিকে আকাশবাণী সম্পূর্ণভাবে একটি বিনোদন-চ্যানেল "বিবিধ ভারতী" চালু করে। সাথে সাথেই এর জনপ্রিয়তা বেড়ে যায় বহুগুণ। বর্তমানে দেশের ৩৬টি আকাশবাণী কেন্দ্র থেকে বিবিধভারতীর

বাণিজ্যিক পরিষেবা সম্প্রসারিত হয়। বিবিধ ভারতী থেকে বিজ্ঞাপন বাবদ বাৎসরিক আয় প্রায় ১ শো কোটি টাকার মতো।

১৪.৪.২ এফ. এম. চ্যানেল

টেলিভিশনের প্রসারণের দরুণ ৭০ এবং ৮০'র দশকে আকাশবাণীর জনপ্রিয়তার ভাটা পড়ে। প্রতিকারে এফ. এম বা ফ্রিকোয়েন্সি মড্ডুইলেশন নামে চ্যানেল আকাশবাণীর অনুষ্ঠান প্রচারের কাজে লাগানো হয়। এফ. এম. প্রযুক্তির বেশ কয়েকটি ইতিবাচক দিক রয়েছে। প্রথমত এই চ্যানেলে মিটার-ব্যান্ড অনেকটা বড় জুড়ে থাকার ফলে রেডিও সেটে এই অনুষ্ঠান সুন্দরভাবে ধরা যায়। শ্রবণ এতো পরিষ্কার থাকার দরুন এফ. এম. প্রোগ্রামে কোনোরকম বিঘ্ন সাধারণভাবে দেখা যায় না। দ্বিতীয় সুবিধা হল এফ. এম. অনুষ্ঠান সম্প্রসারণের মধ্যেই শ্রোতা সোজাসুজি টেলিফোন মাধ্যমে স্টুডিওর সঙ্গে যোগাযোগ স্থাপনে সক্ষম হয়। এর ফলে, শ্রোতা এবং অনুষ্ঠান উপস্থাপকের মধ্যে একটা আদান প্রদানের সম্পর্ক গড়ে ওঠে। এই কারণেই এফ.এমের জনপ্রিয়তা এখন তুঙ্গে।

১৪.৪.৩ বেসরকারি চ্যানেল

আকাশবাণীর নিজস্ব এফ. এম. চ্যানেলগুলি ছাড়াও সাম্প্রতিকালে কেন্দ্রীয় সরকারের তথ্য ও বেতার মন্ত্রকের নতুন নীতি অনুযায়ী এফ. এম. চ্যানেল অনুষ্ঠান সম্প্রসারণে বেসরকারি অংশগ্রহণকে স্বাগত জানানো হয়েছে। ইতিমধ্যেই বেশ কয়েকটি বড়ো শহরে বেসরকারি এফ. এম. চ্যানেলে অনুষ্ঠান প্রচার শুরু হয়েছে।

১৪.৫ বৈদ্যুতিন মাধ্যমে সংবাদ প্রচার

সংবাদ মাধ্যমের ক্ষেত্রে সর্বশেষ সংযোজন বৈদ্যুতিন সংবাদ প্রচার। গত শতাব্দীর প্রথম দিকে রেডিও বা বেতার যন্ত্রের আবিষ্কারের মধ্যে দিয়ে এই বৈদ্যুতিন মাধ্যমের আবির্ভাব ঘটে। বিংশ শতাব্দীর মাঝামাঝি পর্যন্ত রেডিও-ই এক্ষেত্রে একচ্ছত্র আধিপত্য বজায় রেখেছিল। কিন্তু টেলিভিশনের আবিষ্কারের সাথে সাথে বৈদ্যুতিন সংবাদ মাধ্যম এক নতুন যুগের দ্বারপ্রান্তে পৌঁছয়। এতদিন রেডিও বা বেতার ছিল শুধুমাত্র 'ধ্বনি মাধ্যম'। টেলিভিশন নিয়ে এখন নতুন বার্তা, শ্রবণ এবং দর্শন—দুই একসঙ্গে। বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সর্বশেষ সযোজন হল 'ইন্টার-নেট'।

১৪.৬ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের বৈশিষ্ট্য

বৈদ্যুতিন মাধ্যমের বিশেষ বৈশিষ্ট্যগলি হল ঃ-

১। শ্রোতা বা দর্শক ঘরে বসেই এগুলি শুনতে বা দেখতে পারে। সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনের মতো এতে বাহক হিসাবে এতে তৃতীয় ব্যক্তির প্রয়োজন হয়না।

২। দেশের যে কোন স্থান বা প্রান্ত থেকে স্মৃতিগোচর বা দৃষ্টিগোচর করা সম্ভব।

৩। বৈদ্যুতিন মাধ্যমে অনুষ্ঠান বাছাই করার বহুলাংশে সুযোগ রয়েছে। সামান্য সময়ে বিনা আয়াসে 'এক চ্যালেন' বা 'ব্যাণ্ড' থেকে অন্য 'চ্যালেন' বা 'ব্যান্ডে' যাওয়া সম্ভব।

৪। একটি রেডিও বা টেলিভিসন সেট কেনার জন্য এককালীন কিছু বিনিয়োগ করার পর বৈদ্যুতিন মাধ্যমে কোন লাগাতার খরচের প্রয়োজন হয়না। বিদ্যুত বা বাটারীর জন্য সামান্য কিছু খরচ করলেই বৈদ্যুতিন মাধমের পরিষেবা পাওয়া সম্ভব।

৫। রেডিও এবং বিশেষ করে টেলিভিসন ঘটনাস্থল থেকে সোজাসুজি ছবি এবং সাংবাদিকের নিজস্ব বিবরণ শ্রোতা বা দর্শকের কাছে পৌঁছে দেয়। ফলে, একধরনের "রিয়েলিটি এফেক্ট" বা বাস্তব প্রতিফলনের পরিবেশ সৃষ্টি হয়।

৬। বৈদ্যুতিন মাধ্যমই 'গ্লোবাল ভিলেজ' বা 'ভুবন গ্রামে'র পরিচয় নির্ধারিত করেছে। পৃথিবীর যেকোন প্রান্তে ঘটে যাওয়া ঘটনার অনুরূপ বিবরণ/বিশ্লেষণ তাৎক্ষনিকভাবে আমাদের আপন ঘরে উপস্থিত করে বৈদ্যুতিন মাধ্যম।

১৪.৭ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের সংবাদের বিভিন্ন উপাদান

যে কোন সংবাদ পরিবেশনে সঠিক এবং তথ্য নির্ভরতা একান্ত ভাবেই প্রয়োজন। বেতার সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে এই নীতি আরো বিশেষভাবে প্রযোজ্য। সাধারণভাবে বলা হয়ে থাকে ৪টি বিশেষ উপাদান সংবাদের ভিত্তি, এগুলি হল—

১. বস্তুমুখীনতা (Objectivity)

২. নিরপেক্ষতা (Unbiased)

৩. ভারসাম্য (Balance)

৪. যথার্থতা (Accuracy)

এগুলির মিলনে যে বৃহত্তর সত্যটি বেরিয়ে আসে তা হল **বিশ্বাসযোগ্যতা (Credibility)**।

এবারে বিভিন্ন উপাদান নিয়ে বিশদ আলোচনা করা যাক।

১. **বস্তুমুখীনতা ঃ** যে কোন বিষয়ের ওপর আলোকপাত করার সময় একজন বেতার সাংবাদিককে ঘটনা বা বক্তব্যের প্রকৃত তথ্য পরিবেশন করা প্রয়োজন। এখানে ব্যক্তি-ভাবনা, মতাদর্শ বা চিন্তার প্রতিফলনের অবকাশ নেই।

২. **নিরপেক্ষতা ঃ** বেতার সংবাদে নিরপেক্ষতার স্থানটি খুবই উঁচুতে। যেহেতু বেতারের সংবাদ পরিবেশিত হয় তাৎক্ষণিক, তাই ইথার তরঙ্গে যে বক্তব্য প্রচারিত হয়ে যায় তা শ্রোতার কাছে একইসঙ্গে কর্ণে এবং মস্তিষ্কে ধাক্কা দেয়। এইভাবে বলা কথা স্মৃতিতে স্থান নেয়। স্বাভাবিকভাবেই নিরপেক্ষতা না থাকলে সংবাদ পক্ষপাতদুষ্ট হয়ে পড়ে। এবং শ্রোতার কাছে সেই সংবাদ পৌছে গেলে তার মানসিকতাও সেইভাবে গড়ে ওঠা। একবার পক্ষপাতদুষ্ট কোন বিষয় চিন্তার গভীরে চলে গেলে তা থেকে বহু অনর্থ ঘটার সম্ভাবনা রয়েছে। এই কারণেই সংবাদে নিরপেক্ষতা রাখা জরুরী।

৩. **ভারসাম্য ঃ** ভারসাম্য বজায় থাকলেই সংবাদের নিরপেক্ষতা আসে এই ভারসাম্য আনার উপায় হল উভয়পক্ষ বা বহুপক্ষের মতকে স্থান দেওয়া। বিষয়টি সহজ করার জন্য এখানে দুটি উদাহরণ তুলে দেওয়া হল।

নমুনা-সমীক্ষা (কেস-স্টাডি)

(ক) একটি কারখানায় শ্রমবিরোধ চলছে। বিরোধকে কেন্দ্র করে একদিন শ্রমিকরা এমন কিছু কাজ করলো যা আপাতদৃষ্টিতে গ্রহণযোগ্য নয়। এই ঘটনার বিবরণ দিতে গিয়ে কোন সাংবাদিক তার প্রতিবেদনে শুধুমাত্র শ্রমিকদের অসন্তোষকে উপজীব্য করেই মালিকপক্ষের বক্তব্যকে প্রাধান্য দেন, সেক্ষেত্রে ভারসাম্য নষ্ট হওয়ার সম্ভাবনা যথেষ্ট। শুধু মালিকপক্ষ নয়, শ্রমিকদের বক্তব্য সংবাদে স্থান পাওয়া উচিত ছিল।

নমুনা-সমীক্ষা

(খ) দেখা গেল, শহরের একটি বড় এলাকায় রান্নার গ্যাস সরবরাহ বন্ধ হয়ে গেছে। অস্বাভাবিক অবস্থা। বেতার সংবাদে প্রচারিত হল এল.পি.জি ডিস্ট্রিবিউটর বা পরিবেশকদের খামখেয়ালীপনায় গ্যাস সরবরাহের বিঘ্নের কারণ। সংবাদে আই.ও.সি বা ইন্ডিয়ান অয়েল কর্পোরেশনের মুখপাত্রকে সূত্র হিসাবে উদ্ধৃত করা হয়। পরদিন ডিস্ট্রিবিউটরদের দোকানে দোকানে গ্রাহকদের ভীড়। হৈ চৈ, বাদ-প্রতিবাদ, উত্তেজক পরিস্থিতি, দোকান ভাঙ্গচুর শুরু হয়ে গেছে। অথচ খবরে যা প্রচারিত হয়েছে প্রকৃত ঘটনা অন্যরকম। ডিস্ট্রিবিউটর নয়, কর্মবিরতির আন্দোলনে নেমেছে ভ্যানে করে সিলিন্ডার বহন করে যারা ঘরে ঘরে পৌঁছে দেয় সেই এল.পি.জি সরবরাহকারী শ্রমিক সংগঠন। এক্ষেত্রে, বেতার-সাংবাদিক শুধুমাত্র আই.ও.সি-র মুখপাত্রের সঙ্গে কথা বলেছিলেন। কিন্তু এল.পি.জি ডিস্ট্রিবিউটারদের সম্পূর্ণভাবে উপেক্ষা করা হয়েছিল। ফলে, সংবাদে ভারসাম্যতা রক্ষা হয়নি।

৪. **যথার্থতা ঃ** বেতার-সংবাদ কখনোই অনুমান সাপেক্ষ হতে পারেনা। অন্যের মুখে শোনা অথবা ব্যক্তিগত অনুমানকে নির্ভর করে বেতারে সংবাদ প্রচার অত্যন্ত গর্হিত কাজ বলে গণ্য হয়। পারদর্শীতার সঙ্গে তথ্যভিত্তিক যথার্থ বা যথাযথ সংবাদ পরিবেশনই প্রথম এবং প্রধান লক্ষ্য হওয়া উচিত ছিল। এরই সঙ্গে মনে রাখতে হবে অত্যন্ত দ্রুততার সঙ্গে সংবাদ পৌঁছে দিতে হবে জনগণের কাছে। কারণ, রেডিও বা বেতারকে বলা হয় সর্বাদিক দ্রুতগামী গণমাধ্যম। অবশ্যই এটা দুরূহ কাজ। এই দায়িত্ব পালনে একজন বেতার সাংবাদিককে অত্যন্ত ক্ষিপ্রতার সঙ্গে সংবাদের উৎসে পৌঁছে যেতে হবে। এবং নির্ভরশীল সূত্র থেকে প্রকৃত তথ্য সংগ্রহ করা হবে তাঁর কাজ। প্রয়োজনে, সংবাদের সূত্র উদ্ধৃত করা যেতে পারে। সম্ভব হলে, কোন সরকারি আধিকারিক অথবা দায়িত্বশীল কোন ব্যক্তির নাম ও পদমর্যাদা ব্যবহার করা যায়। অনেক সময়ে অবশ্য দেখা যায় সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি নাম প্রকাশে অনিচ্ছুক। এমন ক্ষেত্রে, নির্ভরশীল সূত্রের উদ্ধৃতি দিয়ে সংবাদদাতা তাঁর নিজের নামে খবরটি পাঠাতে পারেন।

এইভাবে, বস্তুমুখীনতা, নিরপেক্ষতা, ভারসাম্য এবং যথার্থতা—এই একক উপাদানগুলি মিলে একটি নতুন মাত্রা সংবাদে এনে দেয়। এর নাম বিশ্বাসযোগ্যতা। গণিতের প্রেক্ষিতে বিষয়টিকে এইভাবে সাজানো যেতে পারে ঃ

বস্তুমুখীনতা + নিরপেক্ষতা + ভারসাম্য + যথার্থতা = বিশ্বাসযোগ্যতা

বিশ্বাসযোগ্যতা ঃ

যে কোন সংবাদ এবং সংবাদ কেন্দ্রিক অনুষ্ঠানে সবথেকে বড় সম্পদ হল—বিশ্বাসযোগ্যতা। বহু পরীক্ষার মধ্যে দিয়ে এই গুণটি অর্জন করা সম্ভব। শ্রোতা, পাঠক বা দর্শকের কাছে গ্রহণীয় না করতে পারলে কখনোই সংবাদ পরিবেশনের সাফল্য আসবে না। তাই সংবাদ প্রচার সংস্থাকে বিশ্বাসযোগ্য করতে হলে নিরলস এবং নিরন্তর প্রয়াস চালাতেই হবে।

১৪.৮ বৈদ্যুতিন মাধ্যমের বিশ্বাসযোগ্যতা

যেকোন বৈদ্যুতিন মাধ্যমে বিশ্বাসযোগ্যতা বিশেষ করে প্রযোজ্য। এর কারণ সহজেই অনুমেয়। রেডিও বা টি.ভি.তে শ্রোতা বা দর্শক যা 'শোনে' বা 'দেখে' তাকে তারা প্রকৃত সত্য বলেই গ্রহণ করে। শ্রোতা বা দর্শকের মনে এক ধরনের বিশ্বাস জন্মে যায়—বৈদ্যুতিন মাধ্যম মিথ্যা বলে না (এই প্রসঙ্গে বিশিষ্ট গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞ মার্শাল ম্যাকলুহানের বিখ্যাত উক্তি "Media is the Message" স্মর্তব্য)। এই সুনাম বা Goodwill কে মূলধন হিসাবে রক্ষা করাই সংবাদ-সংগঠনের প্রথম এবং প্রধান কর্তব্য।

বিশ্বাসযোগ্যতা অর্জনের পথে নিম্নবর্ণিত বিষয়গুলির ওপর বিশেষ নজর দিতে হবে ঃ—

(ক) সংবাদ বা সংবাদ কেন্দ্রিক অনুষ্ঠানে ভুল তথ্য পরিবেশন না করা

(খ) বিকৃত সংবাদ না দেওয়া।

(গ) সঠিক সংবাদ পৌঁছতে শ্রোতার কাছে পৌঁছতে যেন দেরি না হয়।

১৪.৯ অনুশীলনী

১। ১৫০টি শব্দের মধ্যে উত্তর দিন।

(ক) বেতারের আবিষ্কার কীভাবে হয়?

(খ) ভারতবর্ষে বেতার প্রসার কীভাবে ঘটে?

(গ) অল ইন্ডিয়া রেডিওর গঠন এবং দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধ পরবর্তী সময়ে ভারতে রেডিওর সম্প্রসারণ কিভাবে এগোয়?

(ঘ) বৈদ্যুতিন মাধ্যমের কি কি বৈশিষ্ট্য?

(ঙ) বৈদ্যুতিন সংবাদ বুলেটিনে ভারসাম্য বজায় রাখার প্রয়োজন কেন?

২। সংক্ষেপে উত্তর দিন (৫০টি শব্দে)।

(ক) মার্কনী কিভাবে বেতার আবিষ্কার করেন?

(খ) ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী ভারতে সংগঠিত বেতার ব্যবস্থা কিভাবে গড়ে তোলে?

(গ) করদ রাজ্যে বেতার কেন্দ্র গড়ে উঠলো কিভাবে?

(ঘ) রেডিওর এফ. এম. চ্যানেল সম্পর্কে কি জানেন?

(ঙ) বৈদ্যুতিন মাধ্যম সংবাদের উপাদান কি কি?

৩। দু-একটি বাক্যে উত্তর দিন ঃ

(ক) টাইটনিক জাহাজ ডুবে যাওয়ার খবর কিভাবে সাধারণ মানুষ জানতে পারে?

(খ) ইন্ডিয়ান ব্রডকাস্টিং কোম্পানী কখন কোথায় ভারতে প্রথম বেতার কেন্দ্র চালু করে?

(গ) আকাশবাণীতে কি কি ধরনের অনুষ্ঠান হয়?

(ঘ) "বস্তুনিষ্ঠতা" বলতে কি বোঝায়?

৪। সঠিক উত্তরটি চিহ্নিত করুন ঃ—

(ক) রেডিওর আবিষ্কারক হলেন—

(i) ক্লার্ক ম্যাক্সওয়েল

(ii) জগদীশ চন্দ্র বসু

(iii) সিঙ্গলিয়েনল মার্কনি

(iv) হাইনরিখ হার্জ

(খ) ভারতবর্ষের প্রথম সংগঠিত বেতার ব্যবস্থা চালু হয়—

(i) ১৯০১

(ii) ১৯১২

(iii) ১৯২৩

(iv) ১৯২৭

(গ) বিবিধ ভারতী বলতে বোঝায়—

(i) একটি দেশের নাম

(ii) আকাশবাণীর বিনোদন চ্যানেল

(iii) সিনেমার গান

(iv) একটি চলচিত্রের নাম

১৪.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১. This is All India Radio—U.L.Baruah.

২. Broadcasting in India—P.C. Chatterjee.

৩. Broadcasting News—Richart & Wiston.

৪. আকাশবাণীর দিনগুলি—পরিমল গোস্বামী।

একক ১৫ ❒ রেডিও অনুষ্ঠান প্রযোজনা

গঠন

১৫.১ প্রস্তাবনা

১৫.২ প্রযোজনার খুঁটিনাটি

১৫.২.১ এডিটিং বা সম্পাদনা

১৫.৩ সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচার

১৫.৩.১ ক্রীড়াঙ্গন অনুষ্ঠান

১৫.৪ খবর ও সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান

১৫.৪.১ বিভিন্ন ধরনের সংবাদ

১৫.৪.২ মুখ্য সংবাদ বুলেটিন

১৫.৪.৩ সংক্ষিপ্ত সংবাদ

১৫.৪.৪ হেডলাইন বুলেটিন

১৫.৪.৫ নিউজ রীল

১৫.৪.৬ সংবাদভিত্তিক সাক্ষাৎকার/ আলোচনা অনুষ্ঠান

১৫.৫ শ্রোতা সমীক্ষা

১৫.৫.১ অনুষ্ঠান গ্রহণযোগ্যতার মান নির্ণয়

১৫.৫.২ শ্রোতার মর্জি

১৫.৬ মাইক্রোফোন ও তার ব্যবহার

১৫.৬.১ স্টুডিও মাইক্রোফোন

১৫.৬.২ ওমনি মাইক্রোফোন

১৫.৬.৩ ওয়ান ডাইমেনসনাল মাইক্রোফোন

১৫.৬.৪ গান মাইক্রোফোন

১৫.৬.৫ টেবলটপ মাইক্রোফোন

১৫.৬.৬ ল্যাপেল মাইক্রোফোন

১৫.৬.৭ ওয়ারলেস মাইক্রোফোন

১৫.৭ শব্দানুষঙ্গ

১৫.৮ অনুশীলনী

১৫.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১৫.৩ প্রস্তাবনা

রেডিওতে বিভিন্ন ধরনের অনুষ্ঠান প্রযোজনা হয়। এগুলি মূলত দুটি ভাগে ভাগ করা যায়।

(এক) বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান

(দুই) তথ্যভিত্তিক অনুষ্ঠান

বিনোদন অনুষ্ঠানের মধ্যে রয়েছে সঙ্গীত, নাটক এবং ক্রীড়াঙ্গন। অন্যদিকে, তথ্যভিত্তিক অনুষ্ঠানে সবথেকে বড় এলাকা হল সংবাদ এবং সাময়িক ঘটনাবলীর পর্যালোচনা।

এছাড়াও কৃষি, স্বাস্থ্য এবং শিক্ষামূলক অনুষ্ঠানগুলিও এই পর্যায়ের অর্ন্তভক্ত।

১৫.২ প্রযোজনার খুঁটিনাটি

যেকোন অনুষ্ঠান প্রযোজনার আগে তার প্রকৃত কাঠামো নিয়ে প্রাথমিকভাবে চিন্তাভাবনা করা দরকার। যদি বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান হয় সেক্ষেত্রে অনুষ্ঠান প্রযোজনার প্রকৃত সময় এবং তার কি শিরোনাম হবে সেটা প্রাথমিকভাবে ঠিক করে নিতে হবে। সঙ্গীতানুষ্ঠানের ক্ষেত্রে প্রযোজককে শিল্পী বাছাই করা এবং অনুষ্ঠানে শিল্পীর সহযোগী হিসাবে কারা কাজ করবেন সেগুলি বাছাই করে নেওয়ার পর বিন্যাসের দিকে নজর দেওয়া প্রয়োজন। ধরা যাক্, কোন একটি বিশেষ দিন, স্বাধীনতা দিবস, রবীন্দ্রজয়ন্তী, পয়লা বৈশাখ ইত্যাদিকে কেন্দ্র করে যদি একটি অনুষ্ঠান প্রচার করতে হয় সেক্ষেত্রে ঐ দিনটির তাৎপর্য এবং প্রাসঙ্গিকতাকে সামনে রেখে সামগ্রিক অনুষ্ঠানটির রূপ কি হবে আগেভাগে তা ঠিক করে নিতে হবে। এর জন্য শিল্পী নির্বাচন করা, গান বাছাই এবং আবহ সঙ্গীত বা 'Back Ground Music' কি হবে সেগুলি নিয়ে স্বচ্ছ ধারণা তৈরি করা প্রয়োজন। এসব প্রাথমিক পরিকল্পনা স্থির হওয়ার পর একটি নির্দিষ্ট দিনে অংশগ্রহণকারী সকলকে নিয়ে প্রযোজকের বৈঠকে বসা দরকার। সেখানে অনুষ্ঠান প্রযোজনাপর্বে অনুষ্ঠানটির সম্পূর্ণ নক্সা সকলের সামনে তুলে ধরার পর রেকডিং এর নির্দিষ্ট দিনটি স্থির করে নিতে হবে। পূর্ব নির্ধারিত দিনে অংশগ্রহণকারী সকলকে নিয়ে স্টুডিয়োতে অনুষ্ঠান রেকডিং করার কাজটি সম্পন্ন করতে হবে।

১৫.২.১ এডিটিং বা সম্পাদনা

রেকডিং এর পরের পর্ব হল এডিটিং বা সম্পাদনা। এই পর্বে প্রযোজক সম্পাদনার কাজে অভিজ্ঞ সহযোগীদের নিয়ে 'এডিট কনসোলের' সামনে বসবেন। অনুষ্ঠানের স্ক্রিপটি সামনে রেখে রের্কড করা ক্যাসেট থেকে অপ্রয়োজনীয় অংশ বর্জন করবেন। এবং প্রয়োজনে যদি কোন অতিরিক্ত আবহ সঙ্গীত অনুষ্ঠানের মধ্যে অন্তর্ভুক্ত করতে চান সেক্ষেত্রে 'এডিট টেবিলে' ডাবিং পদ্ধতিতে তা করতে পারা যায়। এইভাবে পূণাঙ্গ অনুষ্ঠানের চূড়ান্ত রূপটি তৈরি হওয়ার পর নির্দিষ্ট দিনে, নির্দিষ্ট সময়ে ঐ অনুষ্ঠানটি প্রচার করা হয়। বলা বাহুল্য আজকের দিনে সাধারণভাবে সব অনুষ্ঠানই আগেভাবে রেকডিং, এডিটিং, ডাবিং ইত্যাদির কাজ সম্পূর্ণ করে অনুষ্ঠানটি টেপ-বন্ধ করা হয়। এবং সময়মতো স্টুডিয়োতে তা বাজানো হয়।

১৫.৩ লাইভ প্রোগ্রাম বা সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচার

আজকের দিনেও রেডিওতে কোন একটি বিশেষ ক্ষেত্রে স্টুডিয়োতে 'Live Programme' বা সরাসরি অনুষ্ঠান করা হয়ে থাকে। সেক্ষেত্রে পুরানো দিনের মতো শিল্পীরা স্টুডিয়োতে এসে অনুষ্ঠানে অংশ নেন। এই ধরণের সরাসরি অনুষ্ঠান প্রচারে বিশেষ সতর্কতা দরকার। তাই অনুশীলন করে রাখা একান্তভাবে প্রয়োজন। কারণ এতে ভুলত্রুটি হলে সোজাসুজি সেটা প্রচারে যাবে।

সঙ্গীত বা নাটক ছাড়া শিক্ষা বা অন্যান্য তথ্যমূলক অনুষ্ঠানে বেশিরভাগটাই আলোচনা-বৈঠকের মধ্যে সীমাবদ্ধ থাকে। এসব অনুষ্ঠান দুভাবে করা যায়।

(এক) বিশেষজ্ঞকে এনে তাঁকে এককভাবে কথা বলার সুযোগ দেওয়া।

(দুই) বিশেষজ্ঞের সঙ্গে দ্বিতীয় কোন ব্যক্তিকে সামনে রেখে প্রশ্ন উত্তরের মাধ্যমে আলোচনা আসরের আয়োজন করা।

এক্ষেত্রে বিশেষজ্ঞের সাক্ষাৎকার যিনি নেবেন বিষয় সম্পর্কে তাঁকে সম্পূর্ণভাবে অবহিত হতে হবে। প্রশ্নমালা আগেভাগে তৈরী করাই ভালো।

১৫.৩.১ ক্রীড়াঙ্গন অনুষ্ঠান

প্রায়শই রেডিওতে ক্রীড়াঙ্গন অনুষ্ঠানে মাঠ থেকে খেলার ধারাবিবরণী প্রচার করা হয়। এই ধরণের অনুষ্ঠানে প্রযোজকের খুব একটা ভূমিকা নেই। ধারাবিবরণীর জন্য লোক ঠিক করে তাঁকে সোজাসুজি খেলার মাঠে নিয়ে যেতে হয়। সেখান থেকে সে ধারাভাষ্য দেবেন এবং সরাসরি তা বেতারে প্রচারিত হবে। অবশ্য এজন্য প্রয়োজনীয় কারিগরী প্রস্তুতি আগেভাগেই নিতে হবে।

১৫.৪ খবর ও সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠান

রেডিওর সার্বিক অনুষ্ঠানে একটা বড়ো অংশ খবর। প্রকৃত পক্ষে রেডিওই প্রথম ইলেকট্রনিক মাধ্যম যেখানে খবর প্রচারিত হয়। এবং অতি অল্প সময়ের মধ্যে জনপ্রিয়তা অর্জন করে। অন্যান্য সংবাদ প্রতিষ্ঠানগুলির মতোই রেডিও সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে মূলত তিনটি আলাদা আলাদা বিভাগ রয়েছে। যেমন,

(এক) সংবাদ সংগ্রহ (Reporting)

(দুই) সম্পাদনা (Editing)

(তিন) সংবাদ পরিবেশন (Presentation)

রিপোর্টার বা সংবাদিক বিভিন্ন জায়গা থেকে সংবাদ সংগ্রহ করে। তারপর বেতার কেন্দ্রে সংবাদ লিখে তা জমা দিতে হয়। টেলিফোনেও এই সংবাদ বেতার কেন্দ্রে পাঠানো যায়।

সাংবাদিকদের এই সংবাদ কপিগুলো সম্পাদকের হাতে পৌঁছয়। সংবাদ বুলেটিনের গুরুত্ব অনুযায়ী সম্পাদক

সাংবাদিকের প্রেরিত সংবাদগুলি প্রয়োজনে পরিমার্জন করেন। সম্পাদকের দায়িত্বে একটি বুলেটিনের সমগ্র চেহারাটি তৈরী হয়। সর্বশেষ পর্যায়ে আসে সংবাদ পাঠকের ভূমিকা। সংবাদ পাঠক বা সংবাদ পাঠিকা (News Reader) সংবাদ কপিগুলি বারবার পড়ে নিয়ে সমগ্র বুলেটিনটি স্টুডিয়োতে নিয়ে যান। এবং সেখান থেকে মাইক্রোফোনের সামনে বসে সংবাদ পাঠ করেন।

১৫.৪.১ বিভিন্ন ধরনের সংবাদ

সংবাদকে বিভিন্ন আঙ্গিকে পরিবেশন করা যায়। যেকোন বড় বেতার কেন্দ্রের সংবাদ বিভাগ নানা ধরনের অনুষ্ঠান প্রচারের ব্যবস্থা করে। প্রথমেই সংবাদ বুলেটিনের প্রকার ভেদ নিয়ে আলোচনা করা যাক।

সাধারণভাবে দুই ধরণের বুলেটিন হয়।

(এক) মুখ্য সংবাদ বুলেটিন

(দুই) সংক্ষিপ্ত সংবাদ বুলেটিন

১৫.৪.২ মুখ্য সংবাদ বুলেটিন

এই ধরনের বুলেটিন দিনে দুই কি তিনবার প্রচারিত হয়। এগুলির সময় সীমা দশ মিনিট থেকে পনের মিনিট কোথাও কোথাও বা আরো বেশি সময় ধরে প্রচারিত হয়ে থাকে। এ বুলেটিনগুলিতে প্রধান প্রধান সংবাদ তো থাকেই তার সাথে দিনের সামগ্রিক ঘটনাবলীর বিবরণ তুলে ধরা হয়। মুখ্য বুলেটিনগুলির মধ্যে সংবাদ পাঠক ছাড়াও সংবাদদাতাদের কণ্ঠস্বর সম্বলিত "Voice-capsul" অর্ন্তভুক্ত করা হয়। কখনো কখনো স্টুডিয়োতে উপস্থিত থেকে অথবা "Phone-in" র মাধ্যমে ঐ দিনের কোন একটি বিশেষ ঘটনার সাথে সম্পৃক্ত বা সংশ্লিষ্ট কোন বিশেষ ব্যক্তিত্বের মতামতও সংবাদের ভেতরে প্রচার করা যেতে পারে। একটা বিষয় মনে রাখা দরকার এই ধরণের মুখ্য বুলেটিনগুলি এমন সময় প্রচার করতে হবে যখন শ্রোতারা কিছুটা অবসর সময় পান যাতে মুখ্য সংবাদ বুলেটিন শোনবার সুযোগ থাকে।

১৫.৪.৩ সংক্ষিপ্ত সংবাদ

একটি নির্দিষ্ট সময় অন্তর সারা দিন ধরে সংক্ষিপ্ত সংবাদ প্রচার করা যেতে পারে। এই ধরনের বুলেটিনের সময়সীমা তিন থেকে পাঁচ মিনিটের মধ্যে আবদ্ধ থাকে। বুলেটিনের আগে পর্যন্ত বড়ো বড়ো কি ঘটনা ঘটলো সেগুলি শ্রোতাকে জানিয়ে দেওয়ার জন্য এই ধরনের বুলেটিন দিনভর প্রচার করা যেতে পারে। এখানে সাধারণভাবে সংবাদপাঠক অথবা পাঠিকারাই সমগ্র বুলেটিনটি পড়ে দেন।

১৫.৪.৪ হেডলাইন বুলেটিন

মুখ্য এবং সংক্ষিপ্ত বুলেটিন ছাড়া কোন কোন বেতার কেন্দ্র সারাদিনে বহুবার হেডলাইন বুলেটিন প্রচার করে। এগুলির সময়সীমা কখনোই দু-মিনিটের বেশি হয়না। সংবাদ নির্যাসই হেডলাইন বুলেটিনের লক্ষ্য। ব্যস্ত শ্রোতাকে প্রধান প্রধান ঘটনাবলীর চুম্বক পরিচয়ই এর মূল উদ্দেশ্য।

১৫.৪.৫ নিউজ রীল

কিছু কিছু বেতার কেন্দ্র শ্রোতাদের কাছে সংবাদের অর্ন্তনিহিত অর্থ তুলে ধরার জন্য নিউজ রীল (News Reel) অনুষ্ঠান প্রচার করে। এই অনুষ্ঠানে মূল সংবাদের সাথে সাধারণ মানুষের মতামত এবং ঘটনার অর্ন্ততদন্ত তুলে ধরা হয়। স্বভাবতই নিউজ-রীল অনুষ্ঠানে সাংবাদিক, সম্পাদক এবং পাঠক ছাড়াও সংবাদ প্রযোজকের গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রয়েছে। কারণ ঘটনাস্থল থেকে নিয়ে আসা রেকর্ড করা বিষয়বস্তুগুলি স্টুডিওতে এনে তার পরিমার্জনের বিশেষ প্রয়োজন।

১৫.৪.৬ সংবাদভিত্তিক সাক্ষাৎকার/ আলোচনা অনুষ্ঠান

সমকালীন ঘটনাবলীর ওপর সংবাদ বিভাগ সপ্তাহের কোন নির্দিষ্ট দিনে অথবা প্রতিদিন এই ধরনের অনুষ্ঠান করে। সাধারণভাবে কোন একটি বিশেষ ধরনের ঘটনার ওপরে আলোচনার অনুষ্ঠান হয়। এ সব ক্ষেত্রে দুই বা তিনজন অংশগ্রহণকারী স্টুডিয়োতে এসে আলোচনায় বসেন। এদের মধ্যে একজন সঞ্চালকের (Moderator) দায়িত্ব পালন করেন। তিনি বেতার সংস্থার নিজস্ব ব্যক্তি হতে পারেন। বা বাইরে থেকেও আসতে পারেন। সঞ্চালকের ওপরই আলোচনা অনুষ্ঠানটি মনোগ্রাহী করার দায়িত্ব থাকে। বিভিন্নভাবে প্রশ্ন করে তিনি আলোচনায় অংশগ্রহণকারী বিশিষ্ট ব্যক্তির কাছ থেকে বিষয় বা ঘটনার পুঙ্খানুপুঙ্খ তথ্যাদি আদায় করে নেন। এক্ষেত্রে সঞ্চালককে নজর রাখতে হয় নির্দিষ্ট প্রশ্ন বা উত্তর যেন সাক্ষাৎকারের সিংহভাগ নিয়ে না নেয়। শ্রোতার কৌতুহল ধরে রাখাই হবে তাঁর প্রধান লক্ষ্য।

- **শ্রোতার কাছে পৌঁছনো ঃ**

যেকোন সংবাদ প্রচার মাধ্যমের মূল লক্ষ্য হল তাদের শ্রোতা, দর্শক অথবা পাঠকের প্রয়োজন অনুসারে সংবাদ বা অন্যান্য অনুষ্ঠান প্রচার করা। রেডিয়োর ক্ষেত্রেও এর কোন হেরফের নেই। যেকোন বেতার কেন্দ্রই তার শ্রোতার দিকে তাকিয়ে অনুষ্ঠান পরিবেশন করে। শ্রোতার কাছে অনুষ্ঠান গ্রহণযোগ্য হয় কিনা সেটাই বড় পরীক্ষা। এখন প্রশ্ন হল এই শ্রোতা কারা। সব বেতার কেন্দ্রের সব অনুষ্ঠান কী শ্রোতারা শুনবেন? এমন কী কোন বাধ্যবাধকতা আছে?

১৫.৫ শ্রোতা সমীক্ষা

এই প্রশ্নের উত্তর পাওয়া যেতে পারে প্রকৃত শ্রোতা সমীক্ষার মাধ্যমে। আজকের প্রতিযোগিতার দিনে একইসঙ্গে বহু মাধ্যমের আগমনের দরুণ শ্রোতা-সমীক্ষার বিষয়টি বিশেষভাবে গুরুত্ব পাচ্ছে। শ্রোতা-সমীক্ষা বৈজ্ঞানিক পদ্ধতিতে নিরূপিত করা সম্ভব। এক্ষেত্রে বিশেষ কিছু বিষয়ের ওপর লক্ষ্য রেখে সমীক্ষা চালানো হয়। এই বিষয়গুলির মধ্যে আছে ঃ—

(ক) অনুষ্ঠান কাদের উদ্দেশ্যে প্রচার করা হচ্ছে, তাঁদের বয়স, শিক্ষাগত যোগ্যতা, আর্থ সামাজিক পরিমণ্ডল, কোন পেশায় নিযুক্ত, মাসিক আয় কতো এবং কোন্ কোন্ বিষয়ের ওপর তাদের ভালোলাগা বা না লাগা নির্ভর করছে।

নির্দিষ্ট শ্রোতার মধ্যে পুরুষ বা নারী শ্রেণীভেদ করা প্রয়োজন।

(খ) উপরোক্ত বিষয়গুলির ওপর প্রকৃত তথ্যদি যোগাড় করার পর অনুষ্ঠানের বিষয়বস্তু নির্বাচন বা তার প্রকাশভঙ্গি, বিন্যাস এবং দিনের কোন্ সময়ে সেটি প্রচার করলে নির্দিষ্ট শ্রোতৃমণ্ডলীর কাছে পৌঁছে যেতে পারে তা অনুধাবন করা সম্ভব।

১৫.৫.১ অনুষ্ঠান গ্রহণযোগ্যতার মান নির্ণয়

সমীক্ষালব্ধ তথ্যাদির ওপর ভিত্তি করে একটি অনুষ্ঠান পরিকল্পনা এবং প্রযোজনার পর তা প্রচার করা হয়। প্রচারিত অনুষ্ঠান নির্দিষ্ট শ্রোতার কাছে কতটা গ্রহণযোগ্য হল তা বিচার করার জন্য নমুনা সমীক্ষা করা হয়। জনপ্রিয়তার নমুনা সমীক্ষাকেই "Rating" বলা হয়। কত শতাংশ মানুষ নির্দিষ্ট অনুষ্ঠান শুনছেন বা আগ্রহ দেখাচ্ছেন তার ওপরই নির্ভর করবে অনুষ্ঠানটির জনপ্রিয়তা। এই জনপ্রিয়তার হারকে আধুনিক গণমাধ্যমে বিশেষ স্থান দেওয়া হয়। এর প্রধান কারণ হল এই হার বা 'রেটিং' ভিত্তি করেই বিজ্ঞাপনদাতারা বিজ্ঞাপন দেওয়ার ব্যাপারে আগ্রহী হন। অন্যভাবে, বলতে গেলে 'রেটিং' যেহেতু জনপ্রিয়তার নিরিখ তাই গণমাধ্যমের বাঁচা মরা নির্ভর করে এর ওঠানামার ওপরই।

১৫.৫.২ শ্রোতার মর্জি

একটি অনুষ্ঠান শ্রোতার কাছে পৌঁছে দেওয়া এবং নির্দিষ্ট শ্রোতার কাছে তাকে গ্রহণীয় করে তোলার ক্ষেত্রে শ্রোতার মর্জির একটি বিশেষ জায়গা রয়েছে। তাদের ব্যক্তিগত এবং সমষ্টিগত ভালো লাগা না লাগার মানসিকতার ওপর নজর রাখা দরকার। মনে করা যাক, রেডিয়োর দ্বিপ্রহরিক অনুষ্ঠানে শ্রোতাদের বড় অংশ হল মহিলা, বিশেষ করে গৃহবধূ। স্বাভাবিকভাবেই এই সময়টা তাঁদের একটু ফুরসৎ মেলে রেডিও শোনার। কিন্তু ঐ বিশ্রামের সময় কোন গুরুগম্ভীর বিষয় নিয়ে আলোচনা করলে ঐ মহিলাদের কাছে হয়ত তা পছন্দসই নাও হতে পারে। স্বভাবতই শ্রোতার মর্জি-মাফিক অনুষ্ঠান বেশী করে প্রচারের দিকে লক্ষ্য দিতে হবে। সেইসঙ্গে শ্রোতার দৈনন্দিন জীবনের সমস্যা সমাধানেও সেগুলির উপযোগিতা থাকা উচিত। আসল কথা হল পরিবেশন এমন হবে যা শ্রোতার মনে উৎসাহ যোগাবে, অনীহা নয়।

১৫.৬ মাইক্রোফোন ও তার ব্যবহার

যেকোন বৈদ্যুতিন মাধ্যমের অনুষ্ঠান প্রচারে মাইক্রোফোনের ব্যবহার অবশ্যম্ভাবী। ১৮৭৫ সালে বৈজ্ঞানিক জে.পি.রেইজ মাইক্রোফোন আবিষ্কার করে শব্দশক্তিকে বিদ্যুৎশক্তিতে রূপান্তরিত করার উপায় উদ্ভাবনে সমর্থ হন। রেইজের আবিষ্কৃত এই যন্ত্রটি পরবর্তীকালে বিভিন্ন বৈজ্ঞানিক ও প্রযুক্তিবিদের হাত ধরে উন্নত থেকে আরো উন্নততর স্তরে পৌঁছয়। সাম্প্রতিককালে মাইক্রোফোন প্রযুক্তির বিস্ময়কর অগ্রগতি ঘটেছে. স্বরগ্রামকে বহু উচ্চক্ষমতায় তুলে নেওয়া ছাড়াও অনুষ্ঠান পরিবেশের সঙ্গে সঙ্গতি রেখে বহু ধরনের মাইক্রোফোনের ব্যবহার করা সম্ভব হয়েছে।

রেডিয়োর স্টুডিয়োর অভ্যন্তরে এবং বাইরে অনুষ্ঠান প্রচার এবং রেকডিংয়ের জন্য বহু ধরনের মাইক্রোফোন ব্যবহৃত হয়। সব থেকে বেশি ব্যবহৃত মাইক্রোফোনগুলির মধ্যে রয়েছে—

(১) স্টুডিও মাইক্রোফোন (Studio Microphone)

(২) ওমনি মাইক্রোফোন (Omni Microphone)

(৩) ওয়ান ডাইমেনসনাল মাইক্রোফোন (One diamensenal Microphone)

(৪) গান মাইক্রোফোন (Gun Microphone)

(৫) টেবলটপ মাইক্রোফোন (Table Top Microphone)

(৬) ল্যাপেল মাইক্রোফোন (Laple Microphone)

(৭) ওয়ারলেস্ মাইক্রোফোন (Wireless)

১৫.৬.১ স্টুডিয়ো মাইক্রোফোন

এই মাইক্রোফোনটির ব্যবহার বহুদিন ধরে চলে আসছে। স্ট্যান্ডে অথবা টেবিলের ওপরে একে স্থাপন করে নানা ধরণের অনুষ্ঠানে এর ব্যবহার সম্ভব। তবে, এই মাইক্রোফোন বাইরে নিয়ে যাওয়া সম্ভব নয়।

১৫.৬.২ ওমনি মাইক্রোফোন

স্টুডিয়োর ভেতরে এই ধরনের মাইক্রোফোন স্থাপন করলে তিন/চার দিক থেকে আসা স্বর এবং শব্দ মাইক্রোফোনে ধরা পড়ে।

১৫.৬.৩ ওয়ান ডাইমেনসনাল মাইক্রোফোন

এক্ষেত্রে মাইক্রোফোনে মাত্র একজনের স্বর ধরা পড়বে। স্টুডিয়োর বাইরে এসে সংবাদ সংগ্রহের কাজে এই মাইক্রোফোন বিশেষভাবে কাজে লাগে। কারণ চতুপার্শ্বের শব্দের আগমনকে প্রতিহত করা এই মাইক্রোফোনেই সম্ভব।

১৫.৬.৪ গান মাইক্রোফোন

বিশেষ ধরনের এই মাইক্রোফোন মাঠেঘাটে কাজ করার জন্য বিশেষ উপযোগী। সাধারণভাবে ধাতু দিয়ে তৈরি এই মাইক্রোফোনের গঠনশৈলী এমনভাবে করা হয় যাতে ধাক্কা বা আঘাতে এর খুব বেশী ক্ষতি হয়না। খুব ভিড়ের মধ্যে অথবা প্রতিকূল পরিবেশের মধ্যে কাজ করার জন্য এটি অত্যন্ত উপযোগী।

১৫.৬.৫ টেবলটপ মাইক্রোফোন

নোতুন ধরনের এই মাইক্রোফোনের ব্যবহার ক্রমশই বাড়ছে। টেবিলের ওপরে স্ট্যান্ডে স্থাপন করে একে এক জায়গায় স্থায়ীভাবে রাখা যায়। অথবা স্ট্যান্ড থেকে আলাদা করে বিভিন্ন জায়গায় নিয়ে যাওয়া সম্ভব।

১৫.৬.৬ ল্যাপেল মাইক্রোফোন

বক্তা এবং মাইক্রোফোনের মধ্যে দূরত্ব দূর করতে সমর্থ এই মাইক্রোফোন জামার কলার, পকেট বা শরীরের যে কোন অংশের সঙ্গে লাগিয়ে দিলে বোঝাই যায়না এর অবস্থানটি। বক্তাকেও মাইক্রোফোনের সামনে নিবিষ্ট করার প্রয়োজন নেই। চলাফেরা এবং কাজকর্মের সাথে সাথে Laplel মাইক্রোফোনে কথা বলা সম্ভব।

১৫.৬.৭ ওয়ারলেস মাইক্রোফোন

তার বিহীন এই মাইক্রোফোনগুলির ব্যবহার দিনে দিনে বাড়ছে। মাইক্রোফোনের সাথে সুইচ থাকায় একে প্রয়োজন অনুযায়ী ব্যবহারকারীরা ব্যবহার করতে পারেন। স্টেজের ওপর অনুষ্ঠান প্রচারে এর উপযোগিতা অত্যন্ত ব্যাপক। রেডিওর ক্ষেত্রে এই প্রয়োজন তেমনভাবে নেই।

মাইক্রোফোনকে কিভাবে ব্যবহার করতে হয় মাইক্রোফোনের সাথে তার নির্দেশিকা দেওয়া থাকে। তবে সাধারণভাবে সংবাদ পাঠক বা ঘোষকের মুখ মাইক্রোফোন থেকে কিছুটা দুরে রাখা প্রয়োজন। অন্যথায় আধুনিক উন্নত মাইক্রোফোনে নিঃশ্বাস নেওয়া এবং ছাড়ার শব্দ ধরা পড়ে যাবে। স্বরগ্রামকে যদি খুব নীচু রাখার প্রয়োজন হয় সেক্ষেত্রে দূরত্ব কিছুটা কমানো যায়। তেমনিভাবে স্বরকে উচ্চগ্রামে রাখলে দূরত্ব একটু বাড়ানো যেতে পারে।

১৫.৭ শব্দানুষঙ্গ

রেডিও ধ্বনি মাধ্যম। স্বাভাবিকভাবেই বেতারের অনুষ্ঠানকে মনোগ্রাহী এবং জনপ্রিয় করার জন্য নানা ধরনের ধ্বনিকে আবহসঙ্গীত হিসাবে মূল অনুষ্ঠানের মধ্যে নিয়ে এসে পরিবেশ-উপযোগী করার প্রয়োজন রয়েছে। এই প্রক্রিয়ার মধ্যে দিয়ে সৃষ্টিশীল অনুষ্ঠান প্রচার সম্ভব। অনেক সময় বহু ধরনের ধ্বনি, যন্ত্রানুষঙ্গ অথবা সঙ্গীতকে অনুষ্ঠানের 'সিকোয়েন্স' অনুযায়ী ব্যবহার করা হয়। এতে অনুষ্ঠানটি শ্রোতার কাছে আরো বাস্তবমুখী ও উপভোগ্য হয়ে ওঠে।

১৫.৮ অনুশীলনী

১। ১৫০টি শব্দের মধ্যে উত্তর দিন ঃ—

(ক) রেডিও অনুষ্ঠান প্রযোজনার খুঁটিনাটি কি কি?

(খ) "লাইভ প্রোগ্রাম" কাকে বলে?

(গ) রেডিওর অনুষ্ঠান সম্পাদনা বা এডিটিং কিভাবে হয়?

(ঘ) খবর এবং সংবাদভিত্তিক অনুষ্ঠানে কি কি বিভাগ রয়েছে এবং তাদের কাজ কি?

(ঙ) মাইক্রোফোন কত ধরনের এবং তাদের ব্যবহার কিভাবে হয়?

২। সংক্ষেপে উত্তর দিন (৫০টি শব্দে) ঃ—

(ক) বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান কাকে বলে?

(খ) ক্রীড়াঙ্গন অনুষ্ঠান বলতে কি বোঝেন?

(গ) হেডলাইন বুলেটিন কাকে বলে?

(ঘ) শ্রোতা সমীক্ষার প্রয়োজন কেন?

(ঙ) মাইক্রোফোন কত ধরনের হয়?

৩। দু-একটি বাক্যে উত্তর দিন ঃ—

(ক) রেডিওর অনুষ্ঠান মূলত ক'ভাগে বিভক্ত? কি কি?

(খ) "লাইভ প্রোগ্রামে" কি ধরনের সতর্কতা অবলম্বন করা উচিত?

(গ) সংবাদ প্রচারের জন্য তিনটি আলাদা বিভাগ রয়েছে, সেগুলি কি কি?

(ঘ) "ভয়েস ক্যাপসুল" বলতে কি বোঝেন?

৪। (ক) সঠিক উত্তরটি চিহ্নিত করুন ঃ—

হেডলাইন বুলেটিন বলতে বোঝা যায়

(i) ১৫ মিনিটের মুখ্য বুলেটিন

(ii) ৫ মিনিটের সংক্ষিপ্ত বুলেটিন

(iii) প্রধান ঘটনাবলীর চুম্বক পরিচয়

(iv) আলোচনা অনুষ্ঠান

(খ) মাইক্রোফোনের আবিষ্কারক

(i) রাইট ভ্রাতৃদ্বয়

(ii) আলেকজান্ডার গ্রাহাম বেল

(iii) জে. পি. রেইজ্

(iv) টমাস আলফা এডিসন

১৫.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১ Media in 21st Century—Sri Vastav.

২ Radio News Manual—Asia Pacific Broadcast Association

৩ Radio Production Technique—Jay Hopper.

একক ১৬ ☐ বেতার সম্প্রাসারণে আচরণ বিধি ও নিয়মনীতি

গঠন

১৬.১ প্রস্তাবনা

১৬.২ বেতার সম্প্রসারণের নিয়মনীতি

১৬.৩ আকাশবাণীর আচরণ বিধি

১৬.৪ পার্থসারথী কমিটি

১৬.৫ দাঙ্গা ও বিশৃঙ্খলার ক্ষেত্রে বেতারের ভূমিকা

১৬.৬ অপরাধ ও যৌনতার ক্ষেত্রে বেতারের ভূমিকা

১৬.৭ অনুষ্ঠান প্রযোজনার সহায় সম্পদ ও তার ব্যবহার

১৬.৮ বেতার সাংবাদিকের গুণাবলী

১৬.৯ অনুশীলনী

১৬.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১৬.১ প্রস্তাবনা

ভারতীয় বাক্ স্বাধীনতাকে মৌলিক অধিকারের আওতায় আনা হলেও, সংবাদ মাধ্যমে বিশেষ করে বেতার সম্প্রসারণে এই স্বাধীনতাকে স্বেচ্ছাচার হিসাবে কখনো গ্রহণ করা হয়নি। রেডিরও অনুষ্ঠান সরাসরি মানুষের কাছে পৌঁছয়, এই পরিপ্রেক্ষিতকে সামনে রেখে বিভিন্ন সময় বেতার সম্প্রসারণের ক্ষেত্রে কিছু নিয়মনীতি তৈরি করা হয়। ১৯৬৭ সালে আকাশবাণী প্রথম লিখিত আচরণবিধি তৈরি হয়। এরপর বিভিন্ন সময়ে আরো কিছু কিছু বিশেষ ধরনের আচরণবিধি সংযোজিত হয়। এগুলির মধ্যে সাম্প্রদায়িক দাঙ্গা, অপরাধ, যৌনতা এবং নির্বাচনী প্রচারের জন্য বিশেষ ধরনের নিয়মনীতি গ্রন্থিত হয়।

১৬.২ বেতার সম্প্রসারণের নিয়মনীতি

ভারতের সংবিধানে ১৯(১) ক-র ধারায় বাক্ স্বাধীনতাকে নাগরিকদের মৌলিক অধিকার হিসাবে স্বীকৃতি দেওয়া হয়েছে। এই পরিপ্রেক্ষিতকে সামনে রেখেই পরবর্তী সময় দেশের সর্ব্বোচ আদালত সুপ্রিম কোর্ট একাধিক রায়ের মাধ্যমে মত প্রকাশের স্বাধীনতাকে সংবাদ পত্রের স্বাধীনতা হিসাবে প্রতিষ্ঠিত করেছে। কিন্তু স্বাধীনতা মানেই স্বেচ্ছাচার নয়, তাই সংবাদ মাধ্যমের স্বাধীনতার ক্ষেত্রেও কিছু বাধ্যবাধকতা থাকে এবং দেশের কিছু কিছু আইন লঙ্ঘন করা সংবাদ মাধ্যমের পক্ষেও সম্ভব নয়। যেমন, ব্যক্তি মানুষের নিজস্ব জীবনের গোপনীয়তা রক্ষা করার যে অধিকার রয়েছে সংবাদ মাধ্যমকে তা স্বীকার করে নিতেই হবে।

অন্যদিকে, রাষ্ট্রের স্বাধীনতা এবং সর্বোভৌমত্ব রক্ষার ক্ষেত্রে সংবাদ মাধ্যমের মত প্রকাশের সীমাবদ্ধতা রয়েছে। এছাড়া, দেশের আইনসভা বা বিচার সভা সম্পর্কে কোন কটূক্তি বা অবমাননাকর মন্তব্য আইন লঙ্ঘনের প্রয়াস হিসাবে দেখা হয়।

এইসব বাধ্যবাধকতা বেতার বা রেডিওর ক্ষেত্রে বিশেষভাবে প্রযোজ্য। তাছাড়া, ভারতবর্ষে গত প্রায় ৭৫ বছর ধরে বেতার মাধ্যমের একচেটিয়া অধিকার সরকারের হাতেই ছিল। তাই দেশের আইনকে সামনে রেখে বা অন্যান্য বিষয় বিচার বিবেচনার পর বেতারের সংবাদ এবং সংবাদ কেন্দ্রিক অন্যান্য অনুষ্ঠান প্রচারে বিশেষ কিছু নিয়ম এবং আচরণবিধি আরোপিত হয়েছে।

১৬.৩ আকাশবাণীর আচরণবিধি

সরকারিভাবে ১৯৬৭ সালে আকাশবাণীর অনুষ্ঠান প্রচার নিয়ে একটি আচরণবিধি তৈরি করা হয়। প্রকাশিত এই আচরণবিধিতে ৯টি বিষয়ের ওপর জোর দেওয়া হয়েছে। এতে, পরিষ্কারভাবে বলা হয়েছে বিশেষ কিছু ক্ষেত্রে আকাশবাণীর কোন অনুষ্ঠানে বিরূপ মন্তব্য করা যাবে না।

এগুলি হল :

(১) কোন বন্ধু ভাবাপন্ন রাষ্ট্রের বিরুদ্ধে কিছু বলা যাবে না।

(২) কোন ধর্ম বা সম্প্রদায়কে আক্রমণ করে কোন কিছু প্রচার চলবে না।

(৩) অশালীন বা মানহানিকর কোন মন্তব্য প্রচার করা যাবে না।

(৪) হিংসার উস্কানি অথবা আইনশৃঙ্খলা বিঘ্নিত হতে পারে এধরণের কোন মন্তব্য আকাশবাণীর অনুষ্ঠানে প্রচার করা যাবে না।

(৫) আদালত অবমাননাকর যেকোন ধরণের প্রচার আকাশবাণীতে নিষিদ্ধ।

(৬) রাষ্ট্রপতি, রাজ্যপাল এবং বিচারপতিদের বিরুদ্ধে কুৎসা প্রচার করা যাবে না।

(৭) স্বীকৃত কোন রাজনৈতিক দলের নাম করে তার বিরুদ্ধে আক্রমণাত্মক কোন প্রচার বন্ধ রাখতে হবে।

(৮) দেশের কোন রাজ্য অথবা কেন্দ্রের বিরুদ্ধে শত্রুতামূলক প্রচার চলবে না।

(৯) সংবিধানকে অপমান করা এবং হিংসার মাধ্যমে সংবিধান পরিবর্তনে যে কোন ধরনের প্রয়াসে আকাশবাণী মদত দেবে না। তবে, সংবিধান মোতাবেক কোন পরিবর্তন (যেমন, নির্বাচনের মাধ্যমে নতুন সরকার গঠন) সম্পর্কে বলা যাবে।

(১০) একমাত্র প্রধানমন্ত্রীর জাতীয় ত্রান তহবিল ছাড়া অন্য কোন তহবিলের জন্য আবেদন জানাতে বেতার মাধ্যমকে ব্যবহার করা যাবে না। এবং প্রধানমন্ত্রীর এই ত্রাণ তহবিল প্রাকৃতিক বিপর্যয় (বন্যা, ভূমিকম্প বা ভয়াবহ খরার) ক্ষেত্রেই খোলা যেতে পারে। এছাড়া, বৈদেশিক আক্রমণের ক্ষেত্রেও প্রধানমন্ত্রীর ত্রান তহবিলে আর্থিক সাহায্য দেওয়ার আবেদন প্রচার করা যাবে।

(১১) কোন ব্যক্তি বা সংগঠন সম্পর্কে এমন কিছু প্রচার আকাশবাণীর মাধ্যমে করা যাবে না যা ব্যক্তি বা সংগঠনের সংকীর্ণ স্বার্থ সিদ্ধির সহায়ক হবে।

(১২) কোন বাণিজ্যিক বা ব্যবসায়িক সংগঠনের উৎপাদিত বস্তুর নাম এমনভাবে বেতারে প্রচার করা যাবে না যা বিজ্ঞাপন হিসাবে চিহ্নিত হতে পারে।

১২ দফায় এই নিয়মবিধিকে সামনে রেখেই পরবর্তীকালে শুধু আকাশবাণী নয় সমস্ত সংবাদ মাধ্যমের জন্য জাতীয় আচরণবিধি তৈরি করা হয়। এই আচরণবিধিকে ভিত্তি করেই ভারতের ''প্রেস কাউন্সিল'' ও বিভিন্ন সময় নীতি নির্দেশিকা প্রকাশ করে।

১৬.৪ পার্থসারথী কমিটি

১৯৬৭ সালের এই আচরণবিধি গৃহীত হওয়ার পরে বেতার মাধ্যমের জন্য ১৯৮০ সালে শ্রী জি. পার্থসারথীর নেতৃত্বে কেন্দ্রীয় তথ্য ও বেচার মন্ত্রক একটি কমিটি গঠন করে। এই উপদেষ্টা কমিটিকে দায়িত্ব দেওয়া হয় সরকারি গণমাধ্যমের জন্য একটি "Guide-Line" বা নীতি নির্দেশিকা তৈরি করার। পার্থসারথী কমিটি সমাজের বিভিন্ন স্তরের বিশিষ ব্যক্তিবর্গের মতামত ছাড়াও গণমাধ্যমের সঙ্গে যুক্ত নামজাদা ব্যক্তিত্বের সঙ্গে সমগ্র বিষয় নিয়ে আলোচনার পর ১৯৮২ সালের মে মাসে সরকারের আওতাভুক্ত বৈদ্যুতিন গণমাধ্যমের (আকাশবাণী ও দূরদর্শন) জন্য একটি নীতি নির্দেশিকা প্রকাশ করে। প্রধানত সংবাদ ভিত্তিক অনুষ্ঠানের জন্যই এই নির্দেশিকা তৈরি করা হয়। এই নির্দেশিকায় নিম্নলিখিত বিষয়গুলির ওপর জোর দেওয়া হয়েছে।

(১) সংবাদ এবং মতামতের মধ্যে যে পার্থক্য রয়েছে সে সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা রাখতে হবে। সংবাদ প্রচারে মতামতের স্থান কখনোই প্রাধান্য পাবে না। বেতারে সংবাদ প্রচারে তথ্যনিষ্ঠ বিষয়ের ওপর গুরুত্ব দিতে হবে। সংবাদে সম্পাদকের নিজস্ব মত কোনভাবেই স্থান পাবে না।

(২) বেতারে সংবাদ প্রচারে সংবাদের নিজস্ব গুরুত্বটিই একমাত্র বিবেচ্য হবে।

(৩) একটি সংবাদকে বেতারে প্রচারের আগে তার সংগ্রহ ও সম্পাদনার কাজে সর্বাধিক পেশাদারী মনোভাব দেখাতে হবে। এবং সংবাদের উপস্থাপনার ক্ষেত্রে নির্দিষ্ট লক্ষ্যের শ্রোতাদের কাছে তাকে গ্রহণীয় করে তোলার ওপরই নজর দিতে হবে।

(৪) অথ্যনিষ্ঠ ও বস্তুনিষ্ঠ সংবাদ পরিবেশনের সাথে সাথে দেশের বিভিন্ন স্থানের শ্রোতাদের কাছে সংবাদের পরিপ্রেক্ষিতকে ভালোভাবে তুলে ধরতে হবে।

(৫) সরকারি বেতার মাধ্যম কখনোই অনুমান বা কল্পনানির্ভর সংবাদ প্রচার করবে না। ঘটনার সত্যতা যাচাই করার জন্য আকাশবাণী নিজস্ব সূত্রকেই অগ্রাধিকার দেবে।

(৬) বেতার মাধ্যমে সংবাদ প্রচারে উন্নয়নমূলক সংবাদকে বিশেষ গুরুত্ব দিতে হবে।

(৭) সংবাদপত্রে যেভাবে খবর প্রচার হয় সরকারি বেতার মাধ্যম তা অনুসরণ করবে না। নিজস্ব মাধ্যমের উপযোগী করেই সংবাদ সংগ্রহ, নির্বাচন এবং উপস্থাপনা করতে হবে।

(৮) দেশের মৌলিক বৈশিষ্ট্য এবং জাতীয় স্বার্থকে রক্ষা করেই বেতারের সংবাদ প্রতিবেদন তৈরি করতে হবে। এই মৌলিক বিষয়গুলি হল ঃ সার্বভৌমত্ব, জাতীয় ঐক্য, ধর্ম নিরপেক্ষতা, জনজীবনে শান্তিশৃঙ্খলা রক্ষা, সংসদ, বিভিন্ন রাজ্যের বিধানসভা এবং বিচার ব্যবস্থার সম্মান ও মর্যাদা রক্ষা।

(৯) সরকারি নীতি সম্পর্কে প্রধানমন্ত্রী বা অন্য মন্ত্রীদের বক্তব্য যাতে জনগণের কাছে সঠিকভাবে পৌঁছতে পারে সেজন্য আকাশবাণীর সংবাদের যথাযথ উল্লেখ থাকা প্রয়োজন। তবে, ব্যক্তি থেকে

তথ্যকেই বেশি গুরুত্ব দিতে হবে। এছাড়া, সরকারের গৃহীত নীতির সমালোচনা করে যে মত বিরোধীরা ব্যক্ত করবে, সংবাদে তাও প্রকাশ করা দরকার।

(১০) কোন বড় রাজনৈতিক বিতর্কের সময় বেতার মাধ্যমে বিভিন্ন পারস্পরিক মতকে স্থান দিতে হবে।

(১১) আন্তর্জাতিক ঘটনা সম্পর্কে জনগনকে অবহিত করার প্রয়োজনকে সামনে রেখে সংবাদে গুরুত্বপূর্ণ আর্ন্তজাতিক ঘটনাবলীর উল্লেখ থাকা প্রয়োজন। এক্ষেত্রে প্রতিবেশী দেশগুলিতে যেসব ঘটনা ঘটছে সেগুলিকে বিশেষ গুরুত্ব দিতে হবে। আর্ন্তজাতিক খবর প্রচারের সময় এইসব ঘটনাবলী সম্পর্কে ভারতের মতামত ছাড়াও উন্নয়নশীল এবং জোট নিরপেক্ষ দেশগুলির দৃষ্টিভঙ্গিও তুলে ধরা প্রয়োজন।

১৬.৫ দাঙ্গা, বিশৃঙ্খলার ক্ষেত্রে বেতারের ভূমিকা

দেশের কোন একটি অঞ্চলে বড় ধরনের দাঙ্গা বা বিশৃঙ্খলার ঘটনা ঘটলে সরকারি বেতার মাধ্যমে তা প্রচার কিভাবে হবে তা নিয়েও পার্থসারথী কমিটি কিছু নিয়মনীতি স্থির করে। এ সম্পর্কে নির্দেশিকায় বলা হয়েছে—

(ক) এই ধরনের ঘটনা ঘটলে বেতার মাধ্যমে সংবাদ পরিবেশনের মূল লক্ষ্য হবে পরিস্থিতি কিভাবে সামাল দেওয়া যায় এবং সেইসঙ্গে বিবাদমান সম্প্রদায় ও গোষ্ঠীর মধ্যে সৌহার্দ্য আত্মপ্রত্যয় গড়ে তোলার ওপরও গুরুত্ব দিতে হবে।

(খ) যদিও সংবাদ প্রচারে প্রকৃত ঘটনাকে বিকৃত করা হবে না, তবে দাঙ্গা, হিংসার ঘটনাবলীকে খুব বড়ো করে প্রতিভাত করা উচিত নয়।

(গ) সাম্প্রদায়িক দাঙ্গার ক্ষেত্রে আলাদা করে কোন সম্প্রদায়ের নাম উল্লেখ করা যাবে না।

(ঘ) সংঘর্ষের ক্ষেত্রে নিহতের সংখ্যা প্রচারের আগে তার যথার্থতা যাচাই করে সংবাদ প্রচার করতে হবে। এবং সেক্ষেত্রে নির্ভরযোগ্য সূত্রকেই উদ্ধৃত করতে হবে।

(ঙ) এই ধরনের ঘটনার প্রতিবেদন করার সময় লক্ষ্য রাখতে হবে যাতে জনগণের মধ্যে কোন আতঙ্ক বা ভীতি না ছড়ায়।

(চ) কোন ধর্ম বা সম্প্রদায়কে আঘাত করে কোন সংবাদ প্রচার করা যাবে না।

১৬.৬ অপরাধ ও যৌনতার ক্ষেত্রে বেতারের ভূমিকা

অপরাধ এবং যৌন সম্পর্কের বিষয়গুলি সরকারি মাধ্যমে কতটা স্থান পাবে তা নিয়েও কিছু নির্দেশিকা আছে। প্রথমে পার্থসারথী কমিটি এবং পরবর্তীকালে বেতার কর্তৃপক্ষ কিছু কিছু নিয়মাবলী করছে। এগুলি হল ঃ

(১) যদি জনস্বার্থে প্রয়োজন না হয় সেক্ষেত্রে যৌনতা এবং অপরাধজনিত খবর বেতার মাধ্যমে প্রচার করার প্রয়োজন নেই। কারণ এই ধরণের সংবাদ পরিবারিক সম্পর্কের প্রতিকূল হয়ে দাঁড়ায়।

(২) সমাজের বিভিন্ন ক্ষেত্রে বিশিষ্ট ব্যক্তির অপরাধ বা যৌন আচরণ নিয়ে বেতারে সংবাদ প্রচার করতে বিশেষ সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে। কারণ এইসব ঘটনার অতিরঞ্জিত প্রতিফলন নৈতিকতা বিরোধী।

(৩) মহিলাদের ওপরে অত্যাচারের ঘটনা বেতার সংবাদে বড়ো করে দেখানো যাবে না।

(৪) গোষ্ঠী এবং শ্রেণী হিসাবে মহিলাদের বিরুদ্ধে যায় এমন কোন সংবাদকে গুরুত্ব দেওয়া যাবে না।

(৫) মানুষের ব্যক্তি জীবনের অধিকার এবং গোপনীয়তা রক্ষার বিষয়টিকে গুরুত্ব দিতে হবে।

এই সার্বিক আচরণবিধি ছাড়া বিভিন্ন সময়ে বিভিন্ন ঘটনা নিয়ে বেতার প্রচার কীভাবে হবে সেই সম্পর্কে আকাশবাণী কর্তৃপক্ষ নীতি নির্দেশিকা প্রচার করে থাকে।

নির্বাচনী প্রচারে বিশেষ নিয়মাবলী লোকসভা এবং বিধানসভা নির্বাচনে বেতার প্রচারের ক্ষেত্রে কী নীতি গ্রহণ করা হবে, সে সম্পর্কে আকাশবাণী কিছু স্থায়ী নির্দেশিকা রয়েছে। এর উল্লেখযোগ্য দিকগুলি হল :

(১) আকাশবাণীর যেসব কর্মী নির্বাচনী ও অন্যান্য অনুষ্ঠানে জড়িত থাকবেন তাঁদের প্রত্যেককেই জনপ্রতিনিধিত্ব আইনের বিস্তারিত নিয়মাবলী সম্পর্কে সম্যক অবহিত থাকতে হবে।

(২) নির্বাচন কমিশন এবং রাজ্যের মুখ্য নির্বাচনী আধিকারিকদের সঙ্গে প্রত্যক্ষ যোগাযোগ রেখে কাজ করতে হবে। এবং তাঁদের পরামর্শমতো প্রচার কাজে নিম্নলিখিত বিষয়গুলি তুলে ধরতে হবে।

(ক) নির্বাচনে ভোটারদের দায়িত্ব এবং কর্তব্য সম্পর্কে সচেতন করে তোলা।

(খ) প্রতিটি ভোটার যাতে তার গণতান্ত্রিক অধিকার প্রয়োগ করে তার জন্য উৎসাহিত করা।

(গ) বেতার প্রচারের মাধ্যমে এমন একটি জনমত গড়ে তুলতে হবে যার মাধ্যমে অবাধ এবং সুষ্ঠু নির্বাচন করা সম্ভব হয়।

(ঘ) সমাজের দুর্বলতর শ্রেণী এবং সংখ্যালঘু সম্প্রদায়ের মানুষদের মনে এমন একটি প্রত্যয় গড়ে তোলার প্রয়াস নিতে হবে যাতে তারা বুঝতে পারে ভোটের সময়ে এবং পরে তাদের নিরাপত্তা সুরক্ষিত থাকবে।

(ঙ) নির্বাচনে ভোট দেওয়ার নিয়মকানুন এবং পদ্ধতি সম্পর্কে ভোটারকে সচেতন করা।

(চ) নির্বাচন কর্তৃপক্ষ শান্তিপূর্ণ নির্বাচন করতে যেসব ব্যবস্থা নিচ্ছেন সেগুলি সম্পর্কে ভোটারদের সচেতন করে তোলা যাতে ভোটারদের মনে ভয় এবং শঙ্কা দূর হয়।

(৩) নির্বাচনের আগে মুখ্য নির্বাচনী কমিশনার এবং রাজ্যগুলির মুখ্য নির্বাচনী আধিকারিকের বক্তব্য বেতারের মাধ্যমে প্রচার করার ব্যবস্থা নিতে হবে। সাধারণ অনুষ্ঠান ছাড়াও এজন্য বিশেষ অনুষ্ঠানের ব্যবস্থাও করা যেতে পারে।

(৪) নির্বাচন যেসব খবর বেতার মাধ্যমে প্রচার হবে সেগুলিকে যথাসম্ভব বস্তুনিষ্ঠ, নিরপেক্ষ এবং তথ্য নির্ভর করা প্রয়োজন।

(৫) কোন রাজনৈতিক দলের পৃষ্ঠপোষকতা বা অর্থানুকূল্যে কোন অনুষ্ঠান বেতারে করা যাবে না।

(৬) যদি কোন সঙ্গীত শিল্পী বা অভিনেতা নির্বাচনে প্রার্থী হন সেক্ষেত্রে ঐ সঙ্গীত শিল্পীর গানের ক্যাসেট এবং চিত্রাভিনেতা/ অভিনেত্রীর নাটক বা ছবির গান প্রচার করা যাবে না।

(৭) নির্বাচনের সঙ্গে প্রত্যক্ষ সম্পর্ক রয়েছে এজাতীয় কোন অনুষ্ঠানে যদি প্রধানমন্ত্রী, মুখ্যমন্ত্রী অথবা কোন মন্ত্রী যোগ দেন সেক্ষেত্রে ঐ অনুষ্ঠানের সংবাদ প্রচার করা যাবে না। তবে, মন্ত্রীরা যদি সরকারি কোন কাজে যান সেক্ষেত্রে এই বাধা আরোপিত হবে না।

১৬.৭ অনুষ্ঠান প্রযোজনার সহায় সম্পদ ও তার প্রকৃত ব্যবহার

যে কোন গণমাধ্যমে অনুষ্ঠান পরিকল্পনা, প্রযোজনা এবং উপস্থাপনার জন্য অর্থের প্রয়োজন। তাই প্রথম থেকেই সামগ্রিক খরচের বিষয়টি মনে রাখা প্রয়োজন এবং সেভাবেই বাজেট তৈরি করতে হবে। এরপর আর্থিক বরাদ্দ স্থির হলে সমগ্র অনুষ্ঠান তৈরির "Blue Print" বা নীল নক্সা করা দরকার। বেতার মাধ্যমেও ঐ ধারা অবলম্বন করতে হয়। ধরা যাক্ সংবাদের কথা। এক্ষেত্রে সংবাদ সংগ্রাহক দল বা "Reporting Team" সদা সতর্ক রাখা দরকার। শহরের ভেতরে কজন কাজ করবে এবং শহরের বাইরে দূরের ঘটনাবলী সম্পর্কে তাৎক্ষণিক সংবাদ প্রতিবেদনের জন্য যথাযথ লোকবল প্রস্তুত রাখা দরকার। এরই সাথে সাথে পরিকাঠামোগত সুযোগসুবিধাও নিশ্চিত করতে হবে। এরমধ্যে রয়েছে যানবাহন, সংবাদ আদান-প্রদানের ব্যবস্থা করা। এর জন্য প্রয়োজনীয় টেলিযোগাযোগ ব্যবস্থা এর সর্বোপরি স্টুডিওতে এনে তার প্রচার সুনিশ্চিত করা বিশেষ জরুরী। এসব কাজগুলির পেছনে একটি নিটোল "Planning" বা পরিকল্পনা প্রয়োজন। এবং তাকে রূপ দিতে যথাযথ মানব সম্পদ হাতের কাছে রাখতে হবে। মোদ্দা কথা হল প্রকৃত সহায় সম্বল এবং লোকবল কতটা আছে তাকে সামনে রেখেই কাজে এগোতে হবে।

১৬.৮ বেতার সাংবাদিকের গুণাবলী

একজন ভালো এবং পেশাদারী সাংবাদিকের কি গুণাবলী থাকা প্রয়োজন এবং কিভাবে তিনি একজন দক্ষ সাংবাদিক হয়ে উঠবেন? এই প্রশ্নের উত্তর এককথায় দেওয়া সহজ নয়। তবে, বহুবছর আগে জর্জ ওয়ারেন তাঁর "Modern News Reporting" বইয়ে সাংবাদিকের প্রয়োজনীয় গুণাবলীর একটি তালিকা তৈরি করেছিলেন, তাতে বলা হয়েছে প্রকৃত একজন দক্ষ সাংবাদিক নিম্নলিখিত গুণাবলীর অধিকারী হলেন ঃ

(১) প্রখর দৃষ্টি ও শ্রবণ শক্তি।

(২) বলিষ্ঠ স্বাস্থ্য এবং সাহস।

(৩) যথার্থ এবং নিখুঁত সৃষ্টিতে ঐকান্তিক আগ্রহ।

(৪) দেশের মানুষ সম্পর্কে আগ্রহ।

(৫) জটিল বিষয় অনুধাবনের যোগ্যতা।

(৬) পড়াশোনার বিস্তৃত পটভূমি।

(৭) ভাষার দক্ষতা।

(৮) খুঁটিনাটি তথ্য জানার জন্য আকাঙ্খা।

উপরিউক্ত গুণাবলীর মধ্যে প্রথমেই রয়েছে দৃষ্টি এবং শ্রবণশক্তির প্রবণতা। অনেকে বলেন, একজন ভালো সাংবাদিকের চরিত্র হওয়া উচিত শিকারী কুকুরের মতো। কুকুর যেমন গন্ধ শুঁকে অপরাধ এবং অপরাধীর সন্ধান দিতে পারে, একজন সাংবাদিকও সেইভাবে বুদ্ধি ও যুক্তির নিরিখে অনেক কিছুই আগেভাগে উপলব্ধি করতে পারেন। ঘটনাবলীর সামঞ্জস্য বিধানে তাঁর কিছু পারদর্শিতা থাকা প্রয়োজন। সমস্যার গভীরে ঢুকে নিজস্ব দক্ষতা, বুদ্ধিমত্তা, এবং কাণ্ডজ্ঞান প্রয়োগ করে বাস্তব সত্যকে টেনে বের করাই সাংবাদিকের প্রকৃত কাজ। এবং এই কাজ করতে হবে বস্তুনিষ্ঠ এবং পক্ষপাতহীন মনোভাব নিয়ে। এই প্রসঙ্গে "ম্যাঞ্চেষ্টার গার্ডিয়ান" পত্রিকার বিখ্যাত সম্পাদক সি. পি. স্কটের মূল্যবান মন্তব্য বিশেষভাবে স্মরণ করা যেতে পারে। তিনি বলেছেন, "সাংবাদিকের প্রথম কাজ হবে তার সংবাদ প্রতিবেদন যাতে কলুষিত না হয়। একটি সংবাদে কি আছে বা কি নেই সে বিষয়ে সংবাদ লেখার সময় সাংবাদিককে অবশ্যই নজর রাখতে হবে। কোন ক্ষেত্রেই যেন আসল সত্য কলঙ্কিত না হয়। সত্য তথ্য পবিত্র। এর রদবদল কোনভাবেই চলবে না।" বহুবছর পেরিয়ে গেলেও স্কটের এই মন্তব্য আজো প্রাসঙ্গিক। বিশেষত বেতার সাংবাদিকের পক্ষে। কান এবং চোখ সতত খাড়া রেখেই তাকে কাজ করতে হবে। সংবাদ প্রতিবেদককে জনসাধারণের প্রতি কর্তব্যপালনে বিশ্বস্ত হতে হবে। একাধারে ভালো পাঠক, শ্রোতা, লেখক, ছাড়াও একজন মিশুক মানুষ হতে হবে। যেহেতু বেতার মাধ্যম সর্বাপেক্ষা গতিশীল তাই, সময়ের ওপরে সতত চোখ থাকবে। এই গুণটি বেতার সাংবাদিকের থাকা অবশ্যই জরুরী। অতি স্বল্প সময়ে সঠিক খবরটি সাধারণের কাছে পৌঁছে দেওয়া তার প্রথম এবং প্রধান কর্তব্য। সময় "Time" —সংবাদের সবচাইতে গুরুত্বপূর্ণ উপাদান—এই বহু কল্পিত মন্তব্য সবথেকে বেশি প্রযোজ্য একজন বেতার সাংবাদিকের কাছে। এই প্রসঙ্গে অবশ্য বিশিষ্ট ব্রিটিশ জননেতা ডিজরেলির উক্তিও বিশেষভাবে প্রযোজ্য। তিনি বলেছিলেন, "সময় সংবাদের পক্ষে অত্যন্ত মূল্যবান, কিন্তু সংবাদের সত্যতা তার থেকেও বেশি দামি"।

১৬.৯ অনুশীলনী

১। ১৫০টি শব্দের মধ্যে উত্তর দিন ঃ—

(ক) আকাশবাণীর আচরণবিধি বলতে কি বোঝা যায়?

(খ) "পার্থসারথী কমিটি"র প্রতিবেদনে মূল বিষয়গুলি কি ছিলো?

(গ) লোকসভা এবং বিধানসভার নির্বাচনে বেতার প্রচারের ক্ষেত্রে কি নীতি গ্রহণ করা হয়?

(ঘ) বেতার সাংবাদিকের কোন্ কোন্ গুণ থাকা উচিত?

২। সংক্ষেপে উত্তর দিন (৫০টি শব্দে) ঃ—

(ক) আকাশবাণীতে কোন্ ত্রাণ তহবিলে অর্থ সংগ্রহের প্রচার করা যায়?

(খ) পার্থসারথী কমিটি কি কাজের জন্য নিয়োজিত হয়েছিল?

(গ) কোন্ কোন্ জাতীয় স্বার্থকে রক্ষা করে বেতারে সংবাদ প্রচার করা যাবে?

(ঘ) মহিলাদের ওপর অত্যাচারের ঘটনা বেতারে কিভাবে বলা যেতে পারে?

(ঙ) নির্বাচনের আগে বেতার কর্তৃপক্ষ কাদের কথা প্রচার করবে?

৩। দু-একটি বাক্যে উত্তর দিন ঃ—

(ক) সংবিধানের কোন্ ধারায় বাক্ স্বাধীনতাকে মৌলিক অধিকারের স্বীকৃতি দেওয়া হয়েছে?

(খ) আকাশবাণীর প্রচারে কোন্ কোন্ মর্যাদা-সম্পন্ন ব্যক্তির কুৎসা প্রচার করা যাবে না?

(গ) পার্থসারথী কমিটির প্রধান দায়িত্ব কি ছিল?

(ঘ) রিপোটিং টীম বলতে কি বোঝায়?

৪। (ক) সঠিক উত্তরটি চিহ্নিত করুন ঃ—

আকাশবাণীর আচরণ বিধি তৈরি করার জন্য প্রথম কমিটি হয় ঃ

(i) ১৮৯৬

(ii) ১৯২৭

(iii) ১৯৬৭

(iv) ২০০১

(খ) "মর্ডান নিউজ রিপোটিং"-এর লেখক হলেন ঃ

(i) এ. জে.পি. টেলর

(ii) জর্জ ওয়ারেন

(iii) ওয়ালটেয়ার লিপম্যান

(iv) জেমন রেস্টন

১৬.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১. B. B. C. Style Book—

২. A. I. R. News Style Book

৩. Autobiography of A Broadcaster—P. C. Chatterjee

৪. Broadcasting and the people—Mehra Masani.

(চতুর্থ পত্র—ক)

একক ১ □ কম্পিউটার ও তার বিভিন্ন অংশ—ধারণা

গঠন

১.০ উদ্দেশ্য

১.১ প্রস্তাবনা

১.২ কম্পিউটারের আবিষ্কার ও প্রথম কম্পিউটার

১.৩ কম্পিউটারের ধারাবাহিকতা (generation)

১.৩.১ প্রথম অবস্থা

১.৩.২ দ্বিতীয় অবস্থা

১.৩.৩ তৃতীয় অবস্থা

১.৩.৪ চতুর্থ অবস্থা

১.৩.৫ পঞ্চম অবস্থা

১.৪ কম্পিউটার ব্যবহারের বিশেষ সুবিধা

১.৪.১ গতি

১.৪.২ সংরক্ষণ ক্ষমতা

১.৪.৩ কার্য ক্ষমতা

১.৪.৪ নির্ভুলতা

১.৪.৫ প্রয়োগ

১.৫ কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশ

১.৫.১ ইন্‌পুট অংশ

১.৫.২ আউটপুট অংশ

১.৫.৩ সিস্টেম ইউনিট প্রসেসর

১.৫.৪ মেমোরি ইউনিট

১.৬ সারাংশ

১.৭ অনুশীলনী

১.৮ উত্তর সংকেত

১.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- কম্পিউটার কবে কে প্রথম তৈরী করেছিলেন
- প্রাথমিক অবস্থা থেকে কিভাবে কম্পিউটার বর্তমান অবস্থায় এল
- কম্পিউটারের কোন অংশ কি প্রয়োজনে কিভাবে কাজ করে
- কম্পিউটার ব্যবহার করার প্রয়োজনীয়তা

১.১ প্রস্তাবনা

কম্পিউটার কি?

আজ বহুবছর হয়ে গেলো কম্পিউটারের আবিষ্কার হয়েছে, তবু বিভিন্ন মানুষ এর সম্পর্কে বিভিন্ন অদ্ভুত ধারণা পোষণ করেন যেমন অনেকে মনে করেন কম্পিউটার অল্প সময়ে শুধুমাত্র কিছু যোগ, বিয়োগ, গুণ ও ভাগ করতে পারে আবার অনেকে মনে করেন এ খুব বুদ্ধিমান একটি যন্ত্র যা কখনও ভুল করতে পারে না। কিন্তু এর কোনটাই সম্পূর্ণ সত্য নয়। কম্পিউটার এমনই একটি ইলেকট্রনিক যন্ত্র যা দীর্ঘক্ষণ কাজ করতে পারে, আক্ষরিক-গাণিতিক এবং সাংকেতিক সমস্ত রকম নির্দেশাবলী নিয়ে কাজ করতে পারে। এর মানুষের মত মস্তিষ্ক নেই তবে এরও একটা নিজস্ব 'Brain' আছে যা ধারাবাহিক কিছু নির্দেশাবলীর উপর নির্ভর করে সবরকম কাজ করে এবং মানুষ যদি তাকে ভুল তথ্য দেয় তবে সেও বাধ্য হয় ভুল তথ্য উপস্থাপন করবে।

কেন কম্পিউটার শেখা প্রয়োজন ঃ

আজ, প্রচণ্ড ব্যস্ততার সময়ে মানুষ চায় অনেক বড়ো এবং গুরুত্বপূর্ণ কাজ অনেক অল্প সময়ে সঠিকভাবে সম্পন্ন করতে এবং এটা একমাত্র সম্ভব কম্পিউটারের সাহায্যে। আজ যেকোন স্টেশন্ থেকে যেকোন স্থানের টিকিট অনেক অল্প সময়ের মধ্যে পাওয়া সম্ভব, তাও কম্পিউটারের সাহায্যে। আজ একজন জার্নালিস্ট সংগৃহীত তথ্যকে অনেক সুন্দর ও মনোগ্রাহী করে অনেক অল্প সময়ে পাঠকের কাছে পৌঁছে দিতে পারে। তবু এটা মনে রাখা প্রয়োজন যে কম্পিউটারকে সঠিক নির্দেশ দিলেই সঠিক ফল পাওয়া সম্ভব।

১.২ কম্পিউটারের আিষ্কার ও প্রথম কম্পিউটার

চীন দেশে আজ থেকে হাজার কয়েক বছর আগে একটা গণনা কার্যে সহায়ক যন্ত্র তৈরী হয়েছিল যার নাম ছিল অ্যাবাকাস (Abacus)। এই যন্ত্রে কতগুলো রড ও তাতে লাগানো বেশ কয়েকটি বলের সাহায্যে গণনা করা হতো। এই যন্ত্রটি বড়ো বড়ো যোগ করতে পারলেও দ্রুত গুণ করার জন্য খুব একটা সুবিধার ছিল না। তখন ১৬১৪ সালে গণিতজ্ঞ জন নেপিয়ার দশটা লম্বা লম্বা হাড়ের তৈরী আয়তক্ষেত্রাকার রডের ওপর খোদাই

করা একটি সংখ্যার টেবিল ব্যবহার করে সহজে গুণ করা শুরু করলেন। এরপর স্লাইডরুল, পাসকালের যন্ত্রগণক, লেবনিজের স্টেপট্ রেকনার পদ্ধতি হয়ে ১৮৩৩ সালে ব্রিটিশ গণিতজ্ঞ চার্লস ব্যাবেজ (Charles Babbage) প্রথম যন্ত্রগণকে স্মৃতি ভাণ্ডার তৈরী করতে পারলেন। একেই ব্যাবেজের অ্যানালিটিকাল ইঞ্জিন বলা হয়। যখন অঙ্ক করার দরকার হতো তখন অ্যানালিটিক্যাল মেশিনকে একটি যান্ত্রিক আবর্ত বা লুপ প্রোগ্রামে পরিচালনা করা হতো যেটা বর্তমানের আধুনিক কম্পিউটার প্রোগ্রামে ব্যবহার করা হয়। এইজন্য ব্যাবেজকে কম্পিউটারের জনক বলা হয়। পরে ডক্টর হারমান্ হলেরিধ ১৮৮৭ সালে প্রথম আধুনিক কম্পিউটারের ন্যায় যন্ত্র তৈরী করে ছয় সপ্তাহে আদমসুমারীর সমস্ত তথ্য লিপিবদ্ধ করে ফেলেন। তাঁর কোম্পানীই পরে IBM (International Business Machine) নামে পরিচিত হয়।

প্রথম কম্পিউটার হিসাবে আত্মপ্রকাশ করে ENIAC (Electronic Numerical Integrator & Calculator) ১৯৪৬ সালে। এরপর বা আগে-পরে আসে (EDSAC (Electronic Delay Storage Autometic Computer), EDVAC ইত্যাদি।

১.৩ কম্পিউটারের ধারাবাহিকতা (Generation)

প্রথম যান্ত্রিক কম্পিউটারের পর বিজ্ঞান ও প্রযুক্তির উন্নতির সঙ্গে সঙ্গে কম্পিউটারও ধীরে ধীরে উন্নত হতে শুরু করে এবং তার ব্যবহারের ব্যাপকতাও বাড়তে থাকে। বিভিন্ন ক্রমপর্যায় যার মধ্য দিয়ে কম্পিউটার তার প্রাথমিক অবস্থা থেকে বর্তমান আধুনিক অবস্থায় এসে পৌচেছে তাকেই কম্পিউটারের ধারাবাহিকতা (generation) বলা হয়। একে মোটামুটি পাঁচটি স্তরে ভাগ করা যায়।

১.৩.১ প্রথম অবস্থা (1st Generation)

এই সময় (–1946) কম্পিউটারের ভেতর প্রধান কার্যকারী অংশ হিসাবে ছিল ভ্যাকুয়াম টিউব। ENIAC, EDSAC, EDVAC এই সময়ে কম্পিউটার। এর বেশ কিছু ত্রুটি ছিল—

(ক) আকারে অনেক বড়ো।

(খ) কাজ শুরু করতে অনেক সময় লাগতো।

(গ) সঞ্চিত বৈদ্যুতিক শক্তির ক্ষয় বেশী ছিলো।

১.৩.২ দ্বিতীয় অবস্থা (2nd Generation)

এই সময় ভ্যাকুয়াম টিউবের বদলে সেমিকন্ডাক্টর (Semiconductor) বা অর্দ্ধপরিবাহী (জারমেনিয়াম বা সিলিকন ধরণের) ট্রানজিস্টার ব্যবহার করা হল। একটি ট্রনজিস্টার একটি ভ্যাকুয়াম টিউবের তুলনায় আকারে অনেক ছোট এং ভ্যাকুয়াম টিউবের ত্রুটিগুলি সাধারণভাবে এর মধ্যে নেই কিন্তু একটি ট্রানজিস্টার কম্পিউটারের যাবতীয় কাজ করতে পারে না ফলে অনেক ট্রানজিস্টারের প্রয়োজন হল এবং 'সামগ্রিক আকারের' সমস্যা রয়েই গেল।

১.৩.৩ তৃতীয় অবস্থা (3rd Generation)

এই সময় একটি বিশেষ প্রক্রিয়ায় (ফটোলিথোগ্রাফিক) একটি সিলিকন (Si)-এর চাদরের (Wafer) উপর সমস্ত প্রয়োজনীয় ট্রানজিস্টার এবং তার সাহায্যকারী অংশগুলো প্রসেস্ করে একটি একদম ছোট আকৃতির যন্ত্রাংশ তৈরী করা হল যাকে বলা হল I.C. Chip বা Integrated Circuit Chip। সেই সময় একটা চিপের মধ্যে ১০টা ট্রানজিস্টার রাখা থাকত।

তৃতীয় অবস্থার 14 PIN এর IC

১.২.৪ চতুর্থ অবস্থা (4th Generation)

কম্পিউটারের এই পর্যায়কে বেশ কয়েকটি স্তরে ভাগ করা যায়।

(ক) Medium Scale Integration (MSI)—এতে ১০-১০০টা ট্রানজিস্টার একটা চিপে রাখা হত।

(খ) Large Scale Integration (LSI)—এতে ১০০-১০০০টা ট্রানজিস্টার একটা চিপে রাখা হত।

(গ) Very Large Scale Integration (VLSI)—এতে ১০০০-১০০০০টা ট্রানজিস্টার একটা চিপে রাখা হত।

(ঘ) Super Large Scale Integration (SLSI)—এতে ১০০০০-১ লাখ বা তার বেশী ট্রানজিস্টার একটা চিপে রাখা হত। ১ লাখ বা তার বেশী ট্রানজিস্টার সমেত চিপকে বলা হত মাইক্রো প্রসেসর (Micro processor)।

১.৩.৫ পঞ্চম অধ্যায় (5th Generation)

সাধারণতঃ ভুল বা ঠিক তথ্যকে আলাদা করার ক্ষমতা কম্পিউটারের নেই তবে জাপানের বেশ কয়েকজন প্রযুক্তিবিদের গবেষণার ফলে একটি নতুন ধরনের যুক্তি কাঠামো তৈরী করা হয়েছিল যাকে বলা হয় কৃত্রিম বুদ্ধি (Artificial Intelligence)। এই যুক্তি কাঠামো যদি চিপের ভেতর সংযুক্ত করা যায় তবে কম্পিউটার খানিকটা বিচারবুদ্ধির অধিকারী হবে। এই ধরণের কম্পিউটারকে পঞ্চম অবস্থার কম্পিউটার বলা হয়।

১.৪ কম্পিউটার ব্যবহারের বিশেষ সুবিধা

আধুনিক যুগে কম্পিউটার শিক্ষা, চাকরী, ব্যবসা এমনকি দৈনন্দিন জীবনের সঙ্গেও ভীষণভাবে জড়িয়ে পড়েছে এর বিশেষ কিছু সুবিধার জন্য। এই সুবিধাগুলি নীচে বর্ণনা করা হলো—

১.৪.১ গতি

কম্পিউটার মানুষ এমনকি অনেক উন্নত ক্যালকুলেটার বা গণনাযন্ত্রের থেকে অনেক দ্রুত সঠিক কাজ সম্পন্ন করতে পারে। সাধারণ হিসাবে এক সেকেন্ডে দশ লক্ষেরও বেশী নির্দেশ পালন বা হিসাব সম্পন্ন করতে পারে।

১.৪.২ সংরক্ষণ ক্ষমতা

কম্পিউটার যে কোন তথ্যকে নির্ভুলভাবে দীর্ঘ সময় ধরে তার মস্তিষ্কে সংরক্ষণ করতে পারে যা human fatigue-এর জন্য মানুষের পক্ষে সম্ভব হয় না। আবার প্রয়োজনে সঞ্চিত তথ্য থেকে বিশেষ তথ্যকে সঠিকভাবে পুনরুদ্ধার করা সম্ভব।

১.৪.৩ কার্য ক্ষমতা

কম্পিউটার যন্ত্রঘটিত গোলযোগ ছাড়া দীর্ঘক্ষণ টানা কাজ করে যেতে পারে এবং কম্পিউটার চালক যদি সঠিক তথ্য দিয়ে থাকে তবে কম্পিউটার কখনও ভুল পরিবেশন করে না।

১.৪.৪ নির্ভুলতা

অনেকে এই ধারণা পোষণ করেন যে কম্পিউটার মানেই নির্ভুল তথ্যের প্রকাশ। এটা কিন্তু সর্ব অবস্থায় সত্য নয়। কম্পিউটার চালক যদি ভুল তথ্য (Garbage in-GI) দেয় তবে কিন্তু কম্পিউটারও ভুল ফল (Garbage out-GO) প্রকাশ করবে অন্যথায় সে অত্যন্ত দ্রুত সঠিক তথ্য উপস্থাপন করবে।

১.৪.৫ প্রয়োগ

আজ বিভিন্ন স্তরে কম্পিউটারের বহুল প্রয়োগ দেখা যায় যেমন—

(ক) জার্নালিজম্ এ সংগৃহীত তথ্যকে ক্রমানুযায়ী এবং আকর্ষক রূপে সাজিয়ে কম্পিউটারের সাহায্যে শব্দ ও গতিযুক্ত চিত্রের সংযোজনে উপস্থাপন করা সম্ভব।

(খ) আবহাওয়ার ভবিষ্যত ধারণা দেওয়ার জন্য ব্যবহার করা হয়।

(গ) মহাকাশ গবেষণার ক্ষেত্রে ব্যবহার করা হয়।

এছাড়া শিক্ষা ও অন্যান্য ক্ষেত্রে এর ব্যাপক ব্যবহার তো রয়েছে।

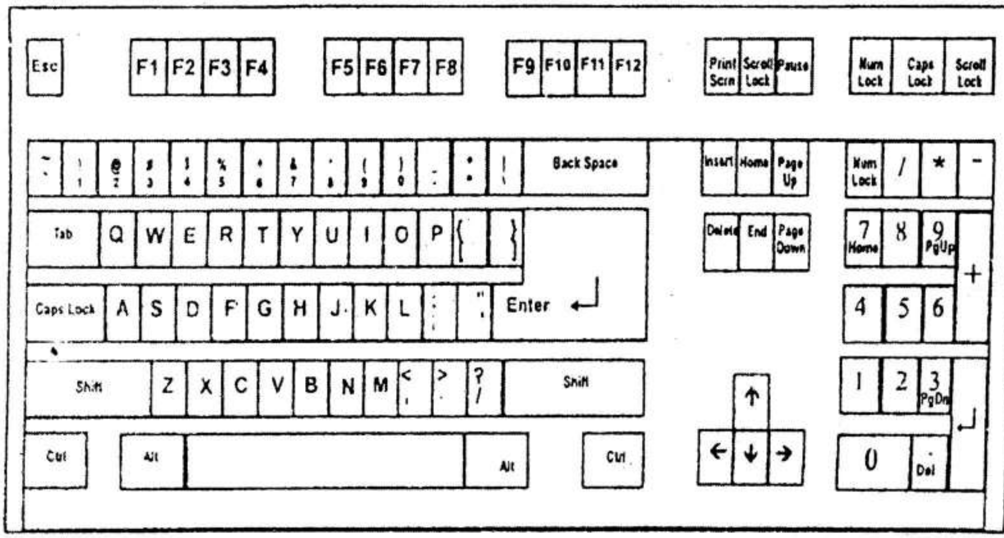
১.৫ কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশ

১.৫.১ ইনপুট অংশ

এই অংশটি কম্পিউটার চালকের সঙ্গে কম্পিউটার মস্তিষ্কের একটা সংযোগ স্থাপন করে।

● কি-বোর্ড (Keyboard)

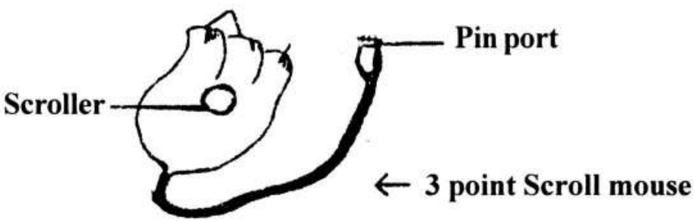
এই যন্ত্রাংশটি তারের সাহায্যে কম্পিউটারের সিস্টেম ইউনিটের সঙ্গে যুক্ত থাকে। এর ওপর কিছু নিউমেরিক কি আছে যার সাহায্যে বিভিন্ন সংখ্যাকে সিস্টেম ইউনিটে প্রবেশ করানো হয়। কিছু আলফানিউমেরিক কি আছে যার সাহায্যে বিভিন্ন অক্ষর যেমন 'A', 'B', ইত্যাদি প্রবেশ করানো হয়। কিছু সিম্বল্ কি আছে যার সাহায্যে বিভিন্ন সিম্বল যেমন '?', '!', '{' ইত্যাদি প্রবেশ করানো হয়।



কি-বোর্ড (Keybord)

● মাউস (Mouse)

আমরা কম্পিউটারের যে স্ক্রিনে লেখা বা ছবি দেখি তাতে একটি ক্ষুদ্র আলোকোজ্জ্বল অংশ থাকে, তাকে বলে কার্সার্ (Cursor)। মাউস নামক এই ইন্পুট অংশটি, যা সিস্টেম ইউনিটের সঙ্গে তার বা Port দিয়ে যুক্ত থাকে, কার্সারকে স্ক্রিনের যেকোনো অংশে নিয়ে যেতে ও সেখানে প্রয়োজনীয় কাজ করতে সাহায্য করে। 'Windows walkthrough' (পরে বিশদ আলোচনায় জানা যাবে) নামক একটি অত্যন্ত জরুরী কাজে মাউস খুব সাহায্য করে।



● জয়স্টিক্ (Joystick)

এটি গাড়ীর ব্রেক হ্যান্ডেলের মতো একটি ইনপুট অংশ যার সাহায্যে কোনো গতিচিত্রে দিক পরিবর্তন করা বা গতি বাড়ানো সম্ভব হয়। এটি Video games খেলার জন্য ব্যবহার করা হয়।

- **লাইট পেন (Light Pen)**

এটি একটি লেসার লাইট পেন যার সাহায্যে সরাসরি স্ক্রিনের ওপর দাগ টানা বা লেখা যায়। এই দাগ বা লেখা ক্ষণস্থায়ী, খানিকটা সময় পরে স্ক্রিনে দাগ বা লেখা আর দেখা যায় না, T.V.-তে খেলা দেখানোর সময় বল যখন 'সিলি' বা 'গালি' বা 'পয়েন্ট' দিয়ে বাউন্ডারীর দিকে চলে যায় তখন সেটা দেখানোর জন্য এই ইনপুট অংশটি ব্যবহার করা হয়।

- **ভয়েস্ ইনপুট (Voice Input)**

কোন ধরনের টাইপিং না করে শুধু তথ্যগুলি মুখে বলে গেলে automatic তথ্যগুলি ভয়েস্ ইনপুটের সাহায্যে access হয়ে যায় এবং text হিসাবে নির্দিষ্ট স্থানে লেখা হয়ে যায়। Office-xp নামক Software-এ এই ধরনের সুবিধা পাওয়া যায়। বিদেশে এই ধরনের ইনপুট অংশ শিক্ষা ও বিনোদনের জন্য ব্যবহার হয়।

- **M.I.C.R**

এই ধরনের ইনপুট অংশের পুরো নাম হল 'ম্যাগ্‌নেটিক্ ইন্‌ক্ ক্যারেক্‌টার'। এই ধরনের বিশেষ কালির সাহায্যে কিছু তথ্য লিখলে কম্পিউটার আলোক তরঙ্গের সাহায্যে তাকে সহজেই সনাক্ত করতে পারে। ব্যাঙ্কের চেকে চেক্ নাম্বার এই ধরনের কালিতে লেখা হয় এবং পরীক্ষা করলে কম্পিউটার তাকে কার্যকারী চেক্ হিসাবে চিহ্নিত করে।

- **O.M.R./O.C.R**

এর পুরো নাম হল 'অপ্‌টিকাল মার্ক রিডার'/'অপ্‌টিকাল ক্যারেক্‌টার রিডার'। সাধারণ মাল্টিপ্‌ল্ চয়েসের অব্‌জেক্‌টিভ্ টাইপ পরীক্ষায় H.B. পেন্সিল দিয়ে সঠিক উত্তর মার্ক করলে কম্পিউটার তাকে সঠিকভাবে সনাক্ত করতে পারে।

- **স্ক্যানার (Scanner)**

এটি এমনই একটি ইন্‌পুট অংশ যার সাহায্যে লেখা, সই, ছবি ইত্যাদি সবই আলোকতরঙ্গের মাধ্যমে ছবি বা Bitmap হিসাবে কম্পিউটারে প্রবেশ ও সংরক্ষণ করা যায়। যেকোন সই সঠিক না জাল, যে কোন চেক্ সঠিক না জাল তা স্ক্যানারের সাহায্যে তোলা ছবির সঠিক তুলনা করে নির্ণয় করা সম্ভব।

১.৫.২ আউটপুট অংশ

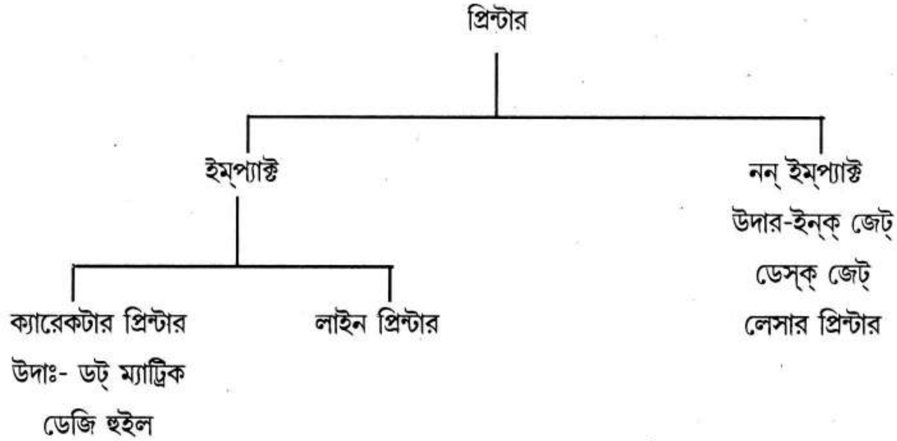
এই অংশের সাহায্যে কম্পিউটার চালকের দেওয়া তথ্যের পূর্ণ বিচার বিশ্লেষণের পর প্রাপ্ত অন্তিম তথ্যকে দেখা যায় বা পাতায় তার মুদ্রণ সম্ভব হয়।

- **মনিটর**

এই আউটপুট অংশ T.V. স্ক্রীনের মত। কম্পিউটারের তথ্য উজ্জ্বল ও স্পষ্টভাবে এই স্ক্রিনে দেখা যায়, তাকে পরিবর্তন করা যায় অর্থাৎ এর সাহায্যে কম্পিউটার চালকের সামনে তথ্য, ছবি ইত্যাদির একটা সঠিক দৃশ্যপট তৈরী হয়।

● প্রিন্টার

এই আউটপুট অংশে মনিটরে দেখা তথ্য বা ছবির একটি মুদ্রিত রূপ ছাপার অক্ষরে কাগজে ফুটিয়ে তোলা যায়। এর প্রকারভেদ নীচে উল্লেখ করা হলো—



এদের মধ্যে ডেজী হুইল্ সবচেয়ে শ্লথগতির প্রিন্টার। ডট্ম্যাট্রিক্স-এ মুদ্রিত তথ্যের গুণ মোটামুটি ভালো এবং খরচও কম। ডেস্ক্ জেট্ প্রিন্টার এবং সর্বোপরি লেসার প্রিন্টারের গুণ সবচেয়ে ভালো তবে খরচ সাপেক্ষ।

১.৫.৩ সিস্টেম ইউনিট

এটি কম্পিউটারের এমনই একটি অংশ যার মধ্যে কম্পিউটারের যাবতীয় কাজ যথা কাজের প্রকৃতি নির্ণয়, কাজ সম্পন্ন করা, কাজের ফল কিভাবে উপস্থাপন করা হবে তা সঠিকভাবে নিরূপণ করা হয়।

প্রসেসর

I.C. Chip যুক্ত প্রসেসর অংশই কম্পিউটারের প্রধান মস্তিষ্ক হিসাবে বিবেচিত হয়। এটি আগত তথ্যের সঠিক মান ও প্রকৃতি নির্ধারণ করে তার পুনর্বিন্যাস ও হিসাবনিকেশ সঠিকভাবে সম্পন্ন করে ও প্রাপ্ত তথ্য বা ফলকে মনিটর বা প্রিন্টারে সাহায্যে দেখিয়ে থাকে ও তথ্যের সংরক্ষণের চেষ্টা করে।

১.৫.৪ মেমোরি ইউনিট

কম্পিউটারের মধ্যে বা থেকে প্রাপ্ত তথ্যকে ভবিষ্যতে ব্যবহারের উপযোগী করে সঞ্চয় করার জন্য এই ইউনিট কাজে লাগে।

● **আভ্যন্তরীণ অঞ্চল**

কম্পিউটারের আভ্যন্তরীণ মেমোরি অংশ দু'রকমের—(ক) প্রধান অঞ্চল, (খ) পরবর্তী অঞ্চল। প্রধান অঞ্চল হল যেখানে মেমোরি ইউনিট হিসাবে I.C. Chip ব্যবহার করা হয়।

আভ্যন্তরীণ প্রধান অঞ্চল

ROM	RAM
(Read Only Memory)	(Random Access Memory)
(শুধু পড়া যায় মেমোরিতে সাধারণভাবে কিছু লেখা যায় না)	(ক্ষণস্থায়ী মস্তিষ্ক যাতে লেখা ও পড়া দু'টিই সম্ভব)

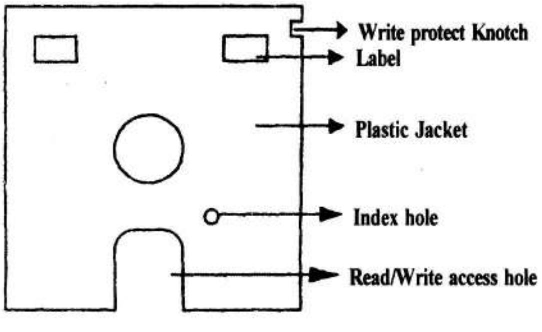
আভ্যন্তরীণ পরবর্তী মেমোরি অঞ্চল হল Chip ইউনিট ছাড়া অন্য মেমোরি অংশ যা কম্পিউটারের ভেতর প্রথম থেকে নির্দিষ্ট করা থাকে, যেমন হার্ড ডিস্ক।

● **বহিরাগত অঞ্চল**

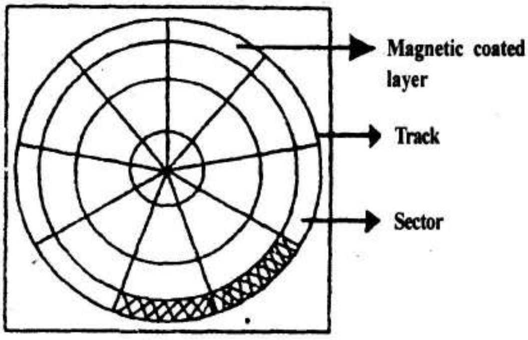
এটি এমনই একটি মেমোরি অঞ্চল যা সিস্টেম ইউনিটের সঙ্গে যুক্ত 'dive' নামক একটি বিশেষ অংশ দিয়ে বাইরে থেকে প্রবেশ করানো হয়। এর ক্ষমতা পরিবর্তন করা যায়।
যেমন—(ক) ফ্লপি ডিস্ক, (খ) সি ডি রম ইত্যাদি।

● **ফ্লপি ডিস্ক**

এটি খয়েরী রঙের ম্যাগনেটিক কোটিং (coating) যুক্ত বৃত্তাকার সংস্থা যার উভয় তলেই লেখা বা recording করা সম্ভব। এই সংস্থাটি মোটামুটি ৮০টি সমকেন্দ্রিক বৃত্তে বিভক্ত, যাদের Track বলা হয়। এই Track গুলি আবার কতগুলি খণ্ডে বিভক্ত যাদের sector বলা হয়। এই ডিস্ক থেকে যেকোন ধারাবাহিকতায় (Randomly) লেখা বা পড়া সম্ভব। ধুলা এর খুব বড়ো শত্রু, আবার চালকের অসংযত ব্যবহার একে সহজেই নষ্ট করে দিতে পারে।



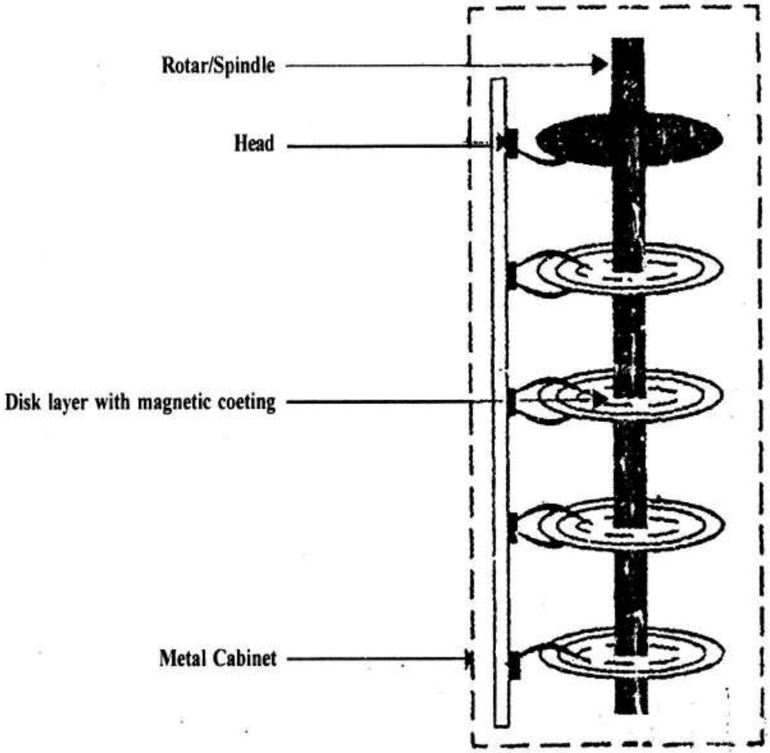
ফ্লপি ডিস্কের বর্হিচিত্র



ফ্লপি ডিস্কের অন্তঃচিত্র

● হার্ড ডিস্ক

এটি সিস্টেম ইউনিটের ভেতরে অবস্থিত একটি নির্দিষ্ট মেমোরি ইউনিট। এতে ফ্লপি ডিস্কের প্লেটের মতো অনেকগুলো ম্যাগনেটিক্ Coated প্লেট একটি রডের ওপর আটকানো থাকে যারা ঐ রডকে অবলম্বন করে ঘুরতে থাকে এবং দ্রুত লেখা বা পড়ায় সাহায্য করে। এরা লোহা জাতীয় আস্তরণে ঢাকা থাকে কাজেই ফ্লপি ডিস্কের থেকে অনেক বেশী তথ্যকে অনেক সুরক্ষিত অবস্থায় রাখে।



হার্ড ডিস্কের অন্তঃচিত্র

● সি ডি রম

এটি একটি স্বচ্ছ-উজ্জ্বল ডিস্ক প্লেট যাতে একই জায়গায় হার্ড ডিস্ক ও ফ্লপি ডিস্কের থেকে বেশী Track থাকে এবং বেশী তথ্য সংরক্ষণ করা যায়। এতে আলোক তরঙ্গের সাহায্যে লেখা ও পড়া হয়। সি.ডি. রমে একেবারে যে জায়গায় লেখা হয় সেখানটায় আর পরিবর্তন করা সম্ভব নয়, তবে বারংবার লেখা ও পড়ার উপযোগী 'CD R/W'-ও পাওয়া যায়।

১.৬ সারাংশ

মানুষের দ্রুত কাজ করবার, নির্ভুলভাবে দীর্ঘক্ষণ কাজ করবার এবং অনেক তথ্যকে একইভাবে দীর্ঘদিন মনে রাখবার প্রয়োজনে ধীরে ধীরে প্রযুক্তিগত উন্নতির সাহায্যে কম্পিউটারের জন্ম হল। এইভাবে

কম্পিউটারের প্রধান অংশও ধীরে ধীরে ডায়োড ভাল্ব থেকে এসে পৌঁছাল I.C. chip বা Microprocessor-এ। ফলে কম্পিউটারের আকারও ধীরে ধীরে ছোট হতে থাকল। কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশগুলো ধীরে ধীরে উন্নত হতে থাকল। ফ্লপি ডিস্কের থেকে বেশী ক্ষমতা যুক্ত মেমোরি এল হার্ড ডিস্ক এবং তারপর CD ROM। বাস্তবের বিভিন্ন ক্ষেত্রেও এর অবশ্য প্রয়োগ বেড়ে গেল, কোথায় না কম্পিউটারের প্রয়োজন হল পড়াশুনায়, রিসার্চে আবহাওয়া দপ্তরে এবং অন্যান্য ক্ষেত্রে।

১.৭ অনুশীলনী

i) শূন্যস্থান পূরণ করুন :

(ক) চীনদেশের গণনা সহায়ক যন্ত্র হল ——।

(খ) অ্যানালিটিকাল ইঞ্জিনে ছিল —— তৈরী প্রথম ——।

(গ) —— কোম্পানীর —— আধুনিক কম্পিউটারের জনক।

(ঘ) দ্বিতীয় জেনারেশন কম্পিউটারের প্রধান অংশ সেমিকন্ডাকটর ——।

(ঙ) —— স্তরে মাইক্রোপ্রসেসরে প্রথম —— ট্রানজিস্টার ছিল।

(চ) মাউস —— কে স্ক্রীনের যেকোন জায়গায় নিয়ে যায়।

(ছ) চেক্ একটা —— সিস্টেম।

(জ) ফ্লপি ডিস্ক থেকে তথ্যকে —— পড়া যায়।

(ঝ) সি.ডি.রম-এর —— ক্ষমতা ও তথ্য আহরণের —— ফ্লপি বা হার্ড ডিস্কের থেকে বেশী।

ii) সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন—

(ক) কম্পিউটার অন্যান্য ইলেকট্রনিক যন্ত্রের তুলনায় কেন সুবিধাজনক?

(খ) কম্পিউটার জেনারেশন বলতে কি বোঝায়? প্রথম জেনারেশন ও চতুর্থ জেনারেশন মেশিনের তফাৎ কোথায়?

(গ) কম্পিউটারে কি কি মেমোরি অংশ ব্যবহার হয়? RAM-এর সুবিধা ও অসুবিধাগুলি কি কি?

(ঘ) ফ্লপি ডিস্ক, হার্ড ডিস্ক, ও সি.ডি. রম-এর ব্যবহার তুলনামূলকভাবে আলোচনা করুন।

১.৮ উত্তর সংকেত

i) (ক) পর্যায় ১.২

(খ) পর্যায় ১.২

(গ) পর্যায় ১.২

(ঘ) পর্যায় ১.৩.২

(ঙ) পর্যায় ১.৩.৪

(চ) পর্যায় ১.৫.১

(ছ) পর্যায় ১.৫.১

(জ) পর্যায় ১.৫.৪

(ঝ) পর্যায় ১.৫.৪

ii) (ক) পর্যায় ১.৪

(খ) পর্যায় ১.৩

(গ) পর্যায় ১.৫.৪

(ঘ) পর্যায় ১.৫.৪, ১.৫.৪, ১.৫.৪

১.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১) Computer Fundamental by V. Rajaraman

২) Computer Fundarnental by Sinha—BPB Publication

৩) কম্পিউটার ও প্রোগ্রামিং— সৌম্য মিত্র

৪) Introduction to Computers Fundamental of Computer Science by N. Subramanium.

একক ২ □ কম্পিউটারের চলন পদ্ধতি ও তার প্রয়োজনীয় তথ্য

গঠন

২.০ উদ্দেশ্য

২.১ প্রস্তাবনা

২.২ কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশের অবস্থান ও তাদের মধ্যে সম্পর্ক

২.৩ কাঁচা তথ্য ও পরিশোধিত প্রয়োগ নির্ভর তথ্য **(Data & Information)**

২.৪ বাইনারী ও **ASCH** তত্ত্ব

  ২.৪.১ প্রয়োজনীয় বিষয়

  ২.৪.২ দশমিক থেকে বাইনারী ও বিপরীত

  ২.৪.৩ বাইনারী যোগ

  ২.৪.৪ **ASCH** তত্ত্ব

২.৫ সারাংশ

২.৬ অনুশীলনী

২.৭ উত্তর সংকেত

২.৮ গ্রন্থপঞ্জী

২.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

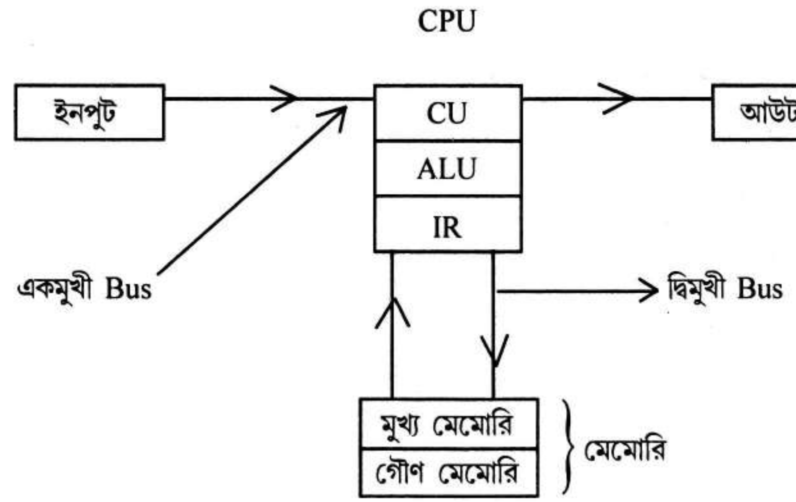
- কম্পিউটারের কোন অংশ কার সঙ্গে যুক্ত এবং কিভাবে তাদের মধ্যে তথ্যের আদানপ্রদান হয়।
- কম্পিউটার চালক কি ধরণের তথ্য দেয় এবং কি ধরণের তথ্য দর্শক বা ব্যবহারকারী ফেরৎ পায়।
- বাইনারী তত্ত্ব কি, কেমনভাবে একটি দশমিক সংখ্যাকে বাইনারীতে পরিবর্তন করা হয় এবং যেকোন অক্ষর ও সংখ্যাকে **ASCH** তত্ত্ব দিয়ে কম্পিউটার চিনতে পারে।

২.১ প্রস্তাবনা

শুধু কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশ সম্পর্কে জানলেই হবে না, এরা কিভাবে পরস্পরের সঙ্গে যুক্ত সেটাও জানতে হবে। চালক বা ব্যবহারকারী সাধারণ ইংরাজী বা বাংলা ভাষায় তার তথ্যকে কম্পিউটারের মধ্যে প্রবেশ করায় কিন্তু কম্পিউটারের ভেতর একটি 'যুক্তিকাঠামো' থাকে যার সাহায্যে সেটা কম্পিউটারের

বোধগম্য ভাষায় পরিবর্তন হয়ে গিয়ে চালক নির্দেশিত কাজ করে আবার পুনরায় তথ্যকে ব্যবহারকারীর ভাষায় পরিবর্তন করে তাকে ফেরৎ দেয়।

২.২ কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশের অবস্থান ও তাদের মধ্যে সম্পর্ক



কম্পিউটার যন্ত্রাংশের কাঠামোর রেখাচিত্র

কাঠামোগত দিক থেকে কম্পিউটারের সমগ্র অংশকে চারটি ভাগে ভাগ করা যায়।

(ক) ইনপুট অংশ

(খ) সিস্টেম অংশ

(গ) মেমোরি অংশ

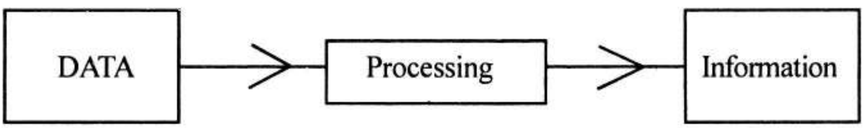
(ঘ) আউটপুট অংশ।

এই চারটি অংশ পরস্পরের সঙ্গে একগুচ্ছ তার (insulated) দিয়ে যুক্ত থাকে। এই তারগুলোকে 'বাস' (Bus) বলা হয়। ইনপুট অংশের সঙ্গে সিস্টেম অংশ বা সিস্টেম অংশের সঙ্গে আউটপুট অংশ একমুখী (Unidirectional) তার দিয়ে যুক্ত থাকে কিন্তু সিস্টেম অংশের সঙ্গে মেমোরি অংশ দ্বিমুখী (Bidirectional) তার দিয়ে যুক্ত থাকে। তথ্য ইনপুট থেকে বাসের সাহায্যে প্রথম সিস্টেমের যে অংশে এসে পৌঁছায় তাকে বলে কন্ট্রোল ইউনিট (CU)। যদি তাতে গণনা বা হিসেব সংক্রান্ত তথ্য থাকে তবে কন্ট্রোল ইউনিট তাকে 'বাইনারী' নামক একটি ভাষায় পরিবর্তন করে সিস্টেমের যে অংশে পাঠায় তাকে বলে এরিয়মেটিক এবং লজিক ইউনিট (ALU)। গণনার প্রয়োজনে সাময়িক কোণ সংরক্ষণের প্রয়োজন হলে সিস্টেমের ইন্টারনাল রেজিস্টার নামক অংশটি ব্যবহার করা হয়। গণনার শেষে প্রাপ্ত ফল আবার চলে আসে কন্ট্রোল ইউনিটে এবং 'বাইনারী' ভাষা থেকে তাকে আবার 'দশমিক' ভাষায় পরিবর্তন করে আউটপুট ইউনিটে বাসের সাহায্যে পাঠান হয়। যদি প্রয়োজন হয় তবে কন্ট্রোল ইউনিট, প্রাপ্ত ফলকে মেমোরি অংশে পাঠায় সংরক্ষণের জন্য।

ভবিষ্যতে, প্রয়োজন হলে দ্বিমুখী বাসের সাহায্যে সেই সংরক্ষিত তথ্যকে আবার কন্ট্রোল ইউনিটে নিয়ে আসা যায়।

২.৩ কাঁচা তথ্য ও পরিশোধিত, প্রয়োগ নির্ভর তথ্য (Data & Information)

বাজার থেকে শাকসব্জী কিনে নিয়ে এসেই যেমন তাকে কাঁচা খাওয়া যায় না। রান্না করে তরকারী বানিয়ে খেতে হয়, ঠিক তেমনি চালক যখন কিছু তথ্য নিয়ে একটি বিশেষ প্রয়োজন নির্ভর কাজ করতে চায় তখন সংগৃহীত তথ্য, যাকে বলে কাঁচা তথ্য (Data), কম্পিউটার সিস্টেমের যুক্তি কাঠামোর (logical structure) মধ্য দিয়ে পরিশোধিত বা পরিমার্জিত হয়ে প্রয়োজন বা প্রয়োগ নির্ভর তথ্য (Information)-এ পরিবর্তিত হয়। এই প্রয়োগ নির্ভর তথ্য চালককে চিন্তা করতে বা সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করে। কাঁচা তথ্যকে ইনপুট ইউনিটের সাহায্যে সিস্টেম অংশে পাঠানো হয় সেখান থেকে প্রয়োগ নির্ভর তথ্য তৈরী হয়ে আউটপুট ইউনিটে দেখার জন্য পাঠানো হয়। যেমন কম্পিউটার ব্যবহারকারী ২,+, ৩ কি বোর্ড থেকে দিলেও Postfix পদ্ধতিতে ২, ৩, + এই কাঁচা তথ্য কি-বোর্ড থেকে সিস্টেম বা প্রসেসিং ইউনিট গ্রহণ করল সেখানে ২+৩=৫ তৈরী হল, এবং এই '৫'-কে আউটপুট ইউনিটে পাঠানো হল। এখানে ২, ৩ হল কাঁচা তথ্য, '+' প্রসেসিং টুল্ এবং ৫ হল প্রয়োগ নির্ভর তথ্য বা Information।



২.৪ বাইনারী ও ASCII তত্ত্ব

একজন চালক বা ব্যবহারকারী ইনপুট অংশ থেকে ইংরাজী, বাংলা ভাষায় অথবা দশমিক অঙ্কে কাঁচা তথ্য সিস্টেম অংশে পাঠাতে পারে কিন্তু সিস্টেম অংশ ইংরাজী বাংলা তথ্যকে 'মেসিন্ কোর্ড' বা ASCII তথ্যে এবং দশমিক অঙ্ককে বাইনারী অঙ্কে পরিবর্তন করে নিয়ে তারপর কাজ করে।

২.৪.১ প্রয়োজনীয় বিষয়

বাইনারী অঙ্কে শুধুমাত্র দুটি সংখ্যা সম্ভব—'θ' এবং 'I'। বাকী সমস্ত এই সংখ্যা দুটি সংখ্যার সাহায্যে প্রকাশ করা হয়। যেমন "12" মানে বাইনারীতে "11θθ"। এই প্রতিটি "I" বা "θ" কে বলা হয় বিট্ (Bit)। I বাইট = 8 বিট্স্; 1 নিব্ল্ = 4 বিট্স্।

এক কিলোবাইট্ 1024 বাইট্ (2^{10} বাইট্)

এক মেগাবাইট্ (MB) = 1024 কিলোবাইট্ (KB) (2^{20} বাইট্)

এক গিগাবাইট্ (GB) = 1024 মেগাবাইট্ (2^{30} বাইট্)

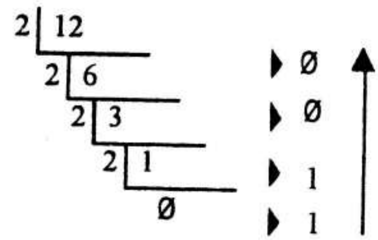
ফ্লপি ডিস্কের সংরক্ষণ ক্ষমতা মেগাবাইটে হিসাব করা হয়। যেমন $5\frac{1}{4}$ ইঞ্চি ফ্লপি ডিস্কে |1.22MB তথ্য

ও $3\frac{1}{2}$ ইঞ্চি ফ্লপি 144MB তথ্যকে ধরে রাখতে পারে।

একটি সি. ডি. রম 650 MB বা 750 MB তথ্যকে ধরে রাখতে পারে।

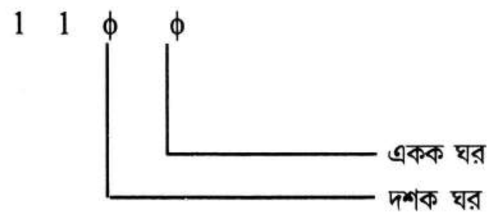
২.৪.২ দশমিক থেকে বাইনারী ও বিপরীত

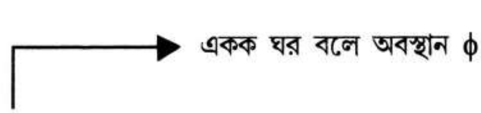
দশমিক অঙ্কে (0 থেকে 9) 10টা সংখ্যা সম্ভব, তাই এর বেস্ 10 আবার বাইনারী অঙ্কে (ϕ, 1) 2টা সংখ্যা সম্ভব, তাই এর বেস্ 2। এবার কোন দশমিক সংখ্যাকে ক্রমান্বয়ে যদি 2 দিয়ে ভাগ করে যাওয়া হয় যতক্ষণ না ভাগফল 0 হয়, তবে ভাগশেষগুলিকে শেষ থেকে প্রথমে ক্রমপর্যায়ে পড়লে বাইনারী সংখ্যা পাওয়া যায়। যেমন—দশমিক সংখ্যা 12।



∴ **বাইনারী সংখ্যা 11ØØ**

এবার বিপরীত প্রক্রিয়া করলে →





∴ দশমিক অঙ্ক পাওয়া যায় → $\phi \times 2^0 + \phi \times 2^1 + 1 \times 2^2 + 1 \times 2^3$

$= 0 + 0 + 4 + 8$

$= 12$

২.৪.৩ বাইনারী যোগ

ধরা যাক্ দুটো বাইনারী সংখ্যা নেওয়া হল—

(ক) 11ϕϕ + ϕ11 (যোগ পদ্ধতি)

প্রথমে দুটি সংখ্যার বিট সংখ্যা সমান করে নিতে হবে।

$$
\begin{array}{r}
\therefore 1\ 1\ \phi\ \phi \\
+\ \phi\ \phi\ 1\ 1 \\
\hline
1\ 1\ 1\ 1
\end{array}
$$
→ এটাই হবে উত্তর

(খ) 11ϕϕ + 1111

এখন দশমিক পদ্ধতিতে 1+1=2; "2"-কে বাইনারীতে পরিবর্তন করলে হয় 1ϕ1 ∴ 1 এবং 1-কে বাইনারীতে যোগ করলে হবে 1ϕ.

$$
\begin{array}{lr}
 & 1 \\
\therefore & 1\ 1\ \phi\ \phi \\
+ & 1\ 1\ 1\ 1 \\
\hline
 & 1\ 1\ \phi\ 1
\end{array}
$$
→ উত্তর

বিয়োগ, গুণ, ভাগ সব যোগের অবলম্বনে করা হয়।

২.৪.৪. ASCII তত্ত্ব

"ASCII" পুরো কথা হলো American Standard Code of Information Interchange। কি-বোর্ড থেকে প্রবেশ করানো সমস্ত অক্ষর, সংখ্যা বা চিহ্নকে কম্পিউটারের Standard logic এক একটি বিশেষ সংখ্যা হিসাবে চিহ্নিত করে।

যেমন A → 65 (ASCII Code), B → 66 .... Z → 90

a → 97 b → 98 .... Z → 122

"Space" → 32 "RETURN" → 13

২.৫ সারাংশ

কম্পিউটারের বিভিন্ন অংশ যেমন ইনপুট ডিভাইস্, আউটপুট ডিভাইস্ CPU এবং মেমোরির বিভিন্ন অংশ পরস্পরের সঙ্গে Bus দিয়ে যুক্ত থাকে। এই অংশগুলোর মধ্যে CPU-এর CU বা কন্ট্রোল ইউনিট কম্পিউটারের যাবতীয় কাজকে কন্ট্রোল বা ম্যানেজ করে। ইনপুট ডিভাইস থেকে ডেসিমাল নাম্বার সিস্টেমে যে সংখ্যা প্রবেশ

করে কন্ট্রোল ইউনিটে তা বাইনারী সংখ্যায় পরিণত হয়। ডেসিমাল সংখ্যাকে ক্রমাগত ২ দিয়ে ভাগ করে ভাগশেষগুলোকে শেষ থেকে শুরু অবধি পাঠ করলে বাইনারী সংখ্যা পাওয়া যায়। এই পদ্ধতিতে যোগ-বিয়োগ বা গুণ-ভাগও করা যায়। কম্পিউটারের ইংরাজি অক্ষরগুলোকে ASCII-এর মান অনুযায়ী মেসিনের অক্ষরে পরিবর্তন করে কাজ করা হয়।

২.৬ অনুশীলনী

i) শূন্যস্থান পূরণ করুন :

(ক) মেমোরির সঙ্গে যুক্ত BUS ———

(খ) ডেসিমাল পদ্ধতি ——— ইউনিটে ——— ভাষায় পরিবর্তিত হয়ে যায়।

(গ) Data + ——— = Information

(ঘ) 700 MB = 700 × ——— × ——— বাইট্।

(ঙ) 15 দশমিক পদ্ধতি = ——— বাইনারী পদ্ধতিতে।

(চ) American Standard Code of Information ——— পদ্ধতিতে D ———

ii) সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন ঃ—

(ক) কম্পিউটার সিস্টেম CPU-এর প্রধান কাজ কি কি?

(খ) মেমোরির সঙ্গে যুক্ত BUS দ্বিমুখী কিন্তু আউটপুট ইউনিটের সঙ্গে যুক্ত BUS একমুখী কেন?

(গ) Data এবং Information-এর মধ্যে সম্পর্ক কি?

(ঘ) বাইনারী পদ্ধতির ক্ষুদ্রতম সংখ্যাকে কি বলে? একটি CD ROM-এর সাধারণ ধারণ ক্ষমতাকে Bit-এ প্রকাশ করুণ।

(ঙ) 1101 + 011-এর উত্তর কত হবে?

(চ) 13 + 15 = 28 এই আঙ্কিক হিসাবকে বাইনারী পদ্ধতিতে প্রকাশ করুন।

(ছ) ASCII Coding কি?

২.৭ উত্তর সংকেত

i) (ক) পর্যায় ২.২

(খ) পর্যায় ২.২

(গ) পর্যায় ২.৩

(ঘ) পর্যায় ২.৪.১, ২.৪.২

(ঙ) পর্যায় ২.৪.১, ২.৪.২

(চ) পর্যায় ২.৪.৪

(ii) (ক) পর্যায় ২.২

(খ) পর্যায় ২.২

(গ) পর্যায় ২.৩

(ঘ) পর্যায় ২.৪

(ঙ) পর্যায় ২.৪.৩

(চ) পর্যায় ২.৪.২, ২.৪.৩

(ছ) পর্যায় ২.৪.৪

২.৮ গ্রন্থপঞ্জী

- একক ১-এ বর্ণিত বা উল্লিখিত গ্রন্থসমূহে এই এককের তথ্যও পাওয়া যাবে।

(১) Computer Architecture by Moris Manno

(২) Digital Computer Fundamental by T.C. Bartee

একক ৩ □ অপারেটিং সিস্টেম ও প্রোগ্রামিং এর ভাষা—ধারণা

গঠন

৩.০ উদ্দেশ্য

৩.১ প্রস্তাবনা

৩.২ অপারেটিং সিস্টেম কি ও কখন প্রয়োজন

৩.২.১ কত রকম অপারেটিং সিস্টেম, উদাহরণ।

৩.৩ **MS-DOS**-সাধারণ ধারণা

৩.৩.১ ফাইল

৩.৩.২ কিভাবে ফাইল খোঁজা হয়

৩.৩.৩ কম্যান্ড্স্ (**Commands**)

৩.৩.৪ ব্যাচ্ প্রসেস্

৩.৪ উইনডোজ্-৯৫/'৯৮ (**Windows 95/98**)

৩.৪.১ কিছু দরকারী পরিচিতি

৩.৫ প্রোগ্রাম ও তার নির্মাণ পদ্ধতি

৩.৬ সারাংশ

৩.৭ অনুশীলনী

৩.৮ উত্তর সংকেত

৩.৯ গ্রন্থপঞ্জী

৩.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- কম্পিউটার চালনা ও ম্যানেজ করার জন্য অপারেটিং সিস্টেম নামক কি ধরনের তথ্য প্রয়োজন।
- কত রকম অপারেটিং সিস্টেম কখন ব্যবহার করা যায়।
- **MS-DOS** সম্পর্কে একটি প্রাথমিক ধারণা।

- **Windows '95/'98** সম্পর্কে একটি প্রাথমিক ধারণা।
- প্রোগ্রাম কি ও কিভাবে তাকে তৈরী করা হয়।

৩.১ প্রস্তাবনা

আগেই জানা গেছে কম্পিউটারের নিজস্ব কোন মস্তিষ্ক নেই, চালকের তথ্য ও যুক্তি কাঠামোকে অনুসরণ করে কম্পিউটার চলে। কাজেই তার চালনাকে কন্ট্রোল করার জন্য বিশেষ কিছু নির্দেশনামা প্রয়োজন থাকে যাকে অপারেটিং সিস্টেম বলে। এতে বেশ কিছু যুক্তিকে একটি কাঠামোর ক্রমপর্যায়ে সাজানো থাকে। এই সজ্জার জন্য অন্য এক ধরনের যুক্তিশৈলী প্রয়োজন যাকে প্রোগ্রাম বলে। অনেক ধরনের অপারেটিং সিস্টেমের মধ্যে MS-DOS. Windows '95/'98 সর্বাপেক্ষা বেশী ব্যবহৃত হয়।

৩.২ অপারেটিং সিস্টেম কী ও কখন প্রয়োজন

অপারেটিং সিস্টেম এমনই কিছু নির্দেশনামা যা একটি নির্দিষ্ট যুক্তি-কাঠামোর মধ্যে থেকে কম্পিউটারের সামগ্রিক কাজকে কন্ট্রোল ও ম্যানেজ করে। কম্পিউটার অপারেটিং সিস্টেমের প্রাথমিক অংশ ROM-এ লেখা থাকে যাকে বলা হয় BIOS বা BASIC Input Output System| যা অপারেটিং সিস্টেমের পরবর্তী কাজগুলোকে guide করে। কম্পিউটার পরিচালিত কাজের প্রাক্‌মুহূর্তে BIOS পর্যায়ের পর অপারেটিং সিস্টেম নিম্নলিখিত কাজগুলি সম্পাদন করে

(ক) কি ধরণের ইনপুট অংশ বা আউটপুট অংশ ব্যবহার করা হয়েছে তা চেক্ করা।

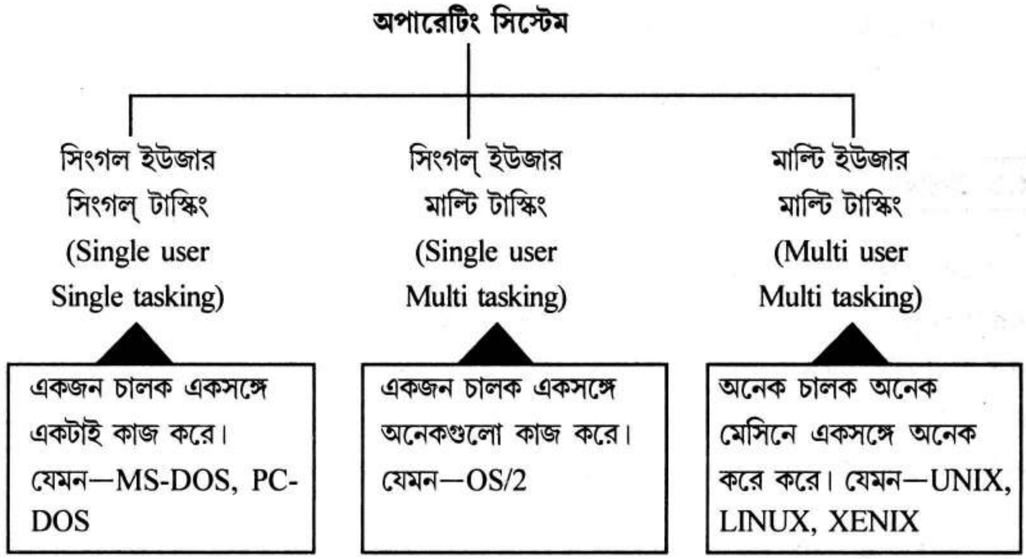
(খ) ডিস্কে বা মেমোরিতে বিষয় বা তথ্য সংরক্ষণ করার জন্য যতটা জায়গা প্রয়োজন, ততটা জায়গা আছে কিনা চেক্ করা।

(গ) চালক ও কম্পিউটার মস্তিস্কের মধ্যে একটা সহজ সম্পর্ক তৈরি করা।

মেসিন অপারেট করার আগে এই অপারেটিং সিস্টেমের তথ্যকে হার্ড-ডিস্ক বা সিডি রম্ বা ফ্লপি ডিস্ক থেকে সম্পূর্ণভাবে আভ্যন্তরীণ প্রধান অঞ্চল RAM-এ প্রথমে লোড্ করে নেওয়া হয়। এই পদ্ধতিকে বুটিং (Booting) বলা হয়। এই পদ্ধতি সঠিকভাবে কার্যকরী হলে তবেই কম্পিউটার নিয়ে বিভিন্ন রকম কাজ করা সম্ভব।

৩.২.১ কত রকম অপারেটিং সিস্টেম, উদাহরণ

বিভিন্ন ধরনের চালক ও বিভিন্ন ধরনের মেসিনকে মাথায় রেখে বিভিন্ন ধরনের অপারেটিং সিস্টেম ব্যবহার করা হয়।



৩.৩ MS-DOS—সাধারণ ধারণা

MS-DOS বা Microsoft Disk Operating System, Microsoft কোম্পানীর তৈরী সবচেয়ে বেশী ব্যবহৃত সিংগল ইউজার সিংগল্ টাস্কিং অপারেটিং সিস্টেম। যে কোন ধরণের কম্পিউটার মেশিনে প্রধান অপারেটিং সিস্টেম হিসাবে এক ব্যবহার করা যায়।

৩.৩.১ ফাইল

কম্পিউটার মেমোরির যে অংশে কম্পিউটার চালকের বা মেসিনের প্রয়োজনীয় তথ্য ভবিষ্যতের জন্য সংরক্ষিত থাকে তাকে ফাইল (File) বলা হয়। প্রতিটি ফাইলের একটা মান দিতে হয় যাতে সেই নাম ধরে ভবিষ্যতে তাকে ডাকা যায়। একটা ফাইলকে সবচেয়ে বেশী ১১টা অক্ষর দিয়ে নামকরণ করা যায় যার মধ্যে ৮টা অক্ষর প্রাথমিক নাম ও সবচেয়ে বেশী ৩টা অক্ষর এক্সটেন্শনের জন্য। এই এক্সটেন্শন দিয়ে জানা যায় ফাইলটা কি ধরণের। যেমন MS-DOS অপারেটিং সিস্টেমকে সঠিকভাবে মেসিন বুটিং (Booting) এর জন্য ব্যবহার করতে গেলে নিম্নলিখিত তিনটি ফাইল অবশ্যই প্রয়োজন।

(ক) IO (i) SYS (ii) [i ⇒ প্রাথমিক নাম
(Input Outpur)

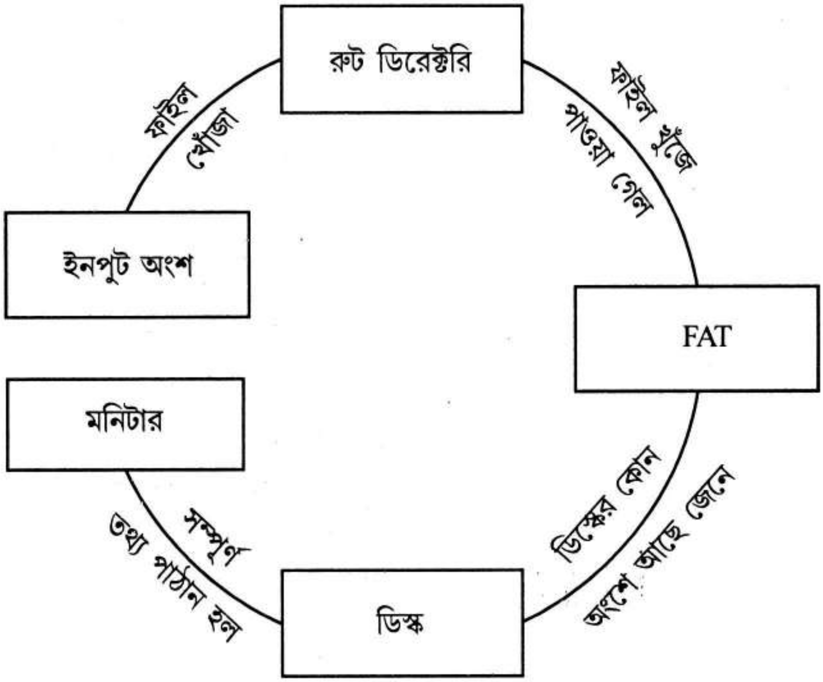
ii ⇒ এক্সটেনশন
(System file)]

(খ) MS DOS. SYS

(গ) COMMAND.COM

৩.৩.২ কিভাবে ফাইল খোঁজা হয়

MS-DOS-এ যখন একটি ফাইল তৈরী করা হয় তখন তার নাম, সে কতটা জায়গা নিচ্ছে, কোন তারিখে বানান হচ্ছে এগুলো যে যুক্তি কাঠামোতে লেখা হয় তাকে বলে রুট্ ডিরেক্টরি এন্ট্রি (Root directory Entry) এবং সেই ফাইলের তথ্যের বিভিন্ন অংশ ডিস্কের যে যে অংশে লেখা হয় তা ক্রমানুযায়ী যে যুক্তি কাঠামোর মধ্যে লেখা থাকে তাকে FAT বা File allocation table বলা হয়। কাজেই কোন ফাইল খোঁজার দরকার হলে অপারেটিং সিস্টেম প্রথমেই রুট ডিরেক্টরি এন্ট্রি থেকে দেখে নেয় ফাইলটা আছে কিনা তারপর তার বিভিন্ন অংশ ডিস্কের কোথায় কোথায় আছে সেটা FAT থেকে জেনে নিয়ে ডিস্ক থেকে তথ্যটা মনিটারে দেখায়।



৩.৩.৩ কম্যান্ডস্ (Commands)

এগুলি এমন কিছু তথ্য যা আগেই অপারেটিং সিস্টেমের মধ্যে লেখা থাকে যাদের ব্যবহার করে চালক ও কম্পিউটার মেমোরির মধ্যে সম্পর্ক স্থাপন করে একটা নির্দিষ্ট আউটপুট পাওয়া যায়।

কম্যান্ডস্ দু'ধরনের—(অ) আভ্যন্তরীণ, (আ) বহিরাগত। আভ্যন্তরীণ কমান্ডস্ বুটিং-এর সঙ্গে সঙ্গে ডিস্ক থেকে RAM-এ লোড্ হয়ে যায়, আর বহিরাগত কম্যান্ডস্ ডিস্কেই থাকে, প্রয়োজনে ব্যবহার করা যায়।

কিছু প্রধান কম্যান্ডসের উদাহরণ দেওয়া হল—

(ক) Data— (অ) এই কম্যান্ডের সাহায্যে তারিখ দেখা যায় ও পরিবর্তন করা যায়।

(খ) Time— (অ) এই কম্যান্ডের সাহায্যে সময় দেখা যায় ও পরিবর্তন করা যায়।

(গ) Dir— (অ) এই কম্যান্ডের সাহায্যে ডিস্কে কতগুলো, কি কি ফাইল আছে এবং মেমোরিতে ফাইলগুলো কতটা জায়গা নিয়েছে সেগুলো জানা যায়।

সাধারণতঃ A drive— ফ্লপি ডিস্কের জন্য।

C drive— হার্ড ডিস্কের জন্য।

F drive— সি.ডি. রমের জন্য।

Dir C এই কম্যান্ড C drive-এর ফাইলগুলো details দেখায়।

(ঘ) Type < filename >— (অ) এই কম্যান্ড, যে ফাইলের নাম উল্লেখ করা হয়েছে তার ভেতরের তথ্যকে মনিটরে দেখায়।

(ঙ) Copy Con < filename >— (অ) ফাইল তৈরী করা যায়।

(চ) Del < filename >— (অ) ফাইলকে মুছে ফেলা যায়।

(ছ) Copy*.* A.— (অ) এখান "*" কে বলা হয় গ্লোবাল ক্যারেক্টর বা ওয়াইল্ড কার্ড। যখন ফাইলের নাম জানা না থাকে তখন সব ফাইলকে বোঝাতে "*" ব্যবহার করা হয়। এই কম্যান্ড সব ফাইলকে A drive-এ কপি করে দেবে।

(জ) CHKDSK A. (অ) এই কম্যান্ড A drive-এর ডিস্ককে চেক্ করে বলে দেবে সেখানে কোন ত্রুটি বা অসুবিধা আছে কিনা।

(ঝ) .md < directoryname>— ফাইল রাখার জন্য ঘর বানায়।

(ঞ) .cd<directoryname>— ফাইল রাখার ঘরে প্রবেশ করে।

৩.৩.৩ ব্যাচ্ প্রসেস্

অনেকগুলো কম্যান্ডস্ যেগুলোকে পর পর কাজ করানোর প্রয়োজন সেগুলোকে একটা ফাইলে লিখে যদি ফাইলটাকে BAT (BATCH) এক্সটেনশন দিয়ে সংরক্ষিত করা হয় তবে ফাইলটাকে রান করালেই কম্যান্ডস্গুলো পরপর কজ করবে। এই পদ্ধতিকেই ব্যাচ্ প্রসেস্ বলা হয়। নীচে এর একটা উদাহরণ দেওয়া হল—

```
C:\>  Copy Con Student bat
      @ ECHO OFF          ⇒  কোন কম্যান্ডসের সিনট্যাক্স দেখাবে না কিন্তু কাজ করবে।
      data
      time
      TypeExam. dat
      Pause               ⇒  সাময়িক অপেক্ষা করানোর জন্য
      dir
      ^ Z                 ⇒  সেভ করে বেরিয়ে আসার জন্য
C:\>Student               ⇒  ব্যাচ্ ফাইলটা বার করার জন্য।
```

৩.৪ উইনডোজ '৯৫/'৯৮ (Windows '95 / '98)

উইনডোজ- '৯৫/'৯৮ মাইক্রোসফ্ট্ কোম্পানীর তৈরী একটা খুব সহজ ব্যবহারযোগ্য অপারেটিং সিস্টেম যাতে কি-বোর্ড ও মাউস এই দু'ধরণের ইনপুট ডিভাইস ব্যবহার করা যায়। এই অপারেটিং সিস্টেমে চালকের ব্যবহারযোগ্য স্ক্রীনে যা যা কাজ করা যাবে সেগুলো সবই ছোট ছোট ছবি হিসাবে সেট্ করা থাকে, এগুলিকে আইকন্ (Icon) বলা হয়। মাউস্‌কে একবার Press বা ক্লিক্ করে এগুলিকে Choose করে দেখা, অন্য জায়গায় সরিয়ে নিয়ে যাওয়া কাজ বন্ধ করা ইত্যাদি করা যায় এবং মাউস্‌কে দু'বার Press করে বা ডাব্‌ল্ ক্লিক করে আইকন্ অনুসারী কাজটা করা যায়। সাধারণতঃ চালকের ব্যবহারযোগ্য যে স্ক্রীন উইনডোজ দেয় তাকে ডেস্কটপ (Desktop) বলা হয়। এই উইনডোজ থেকে প্রয়োজন মতো MS-DOS-এ প্রবেশ করা যায় বা MS-DOS-এর কাজও করা যায়।

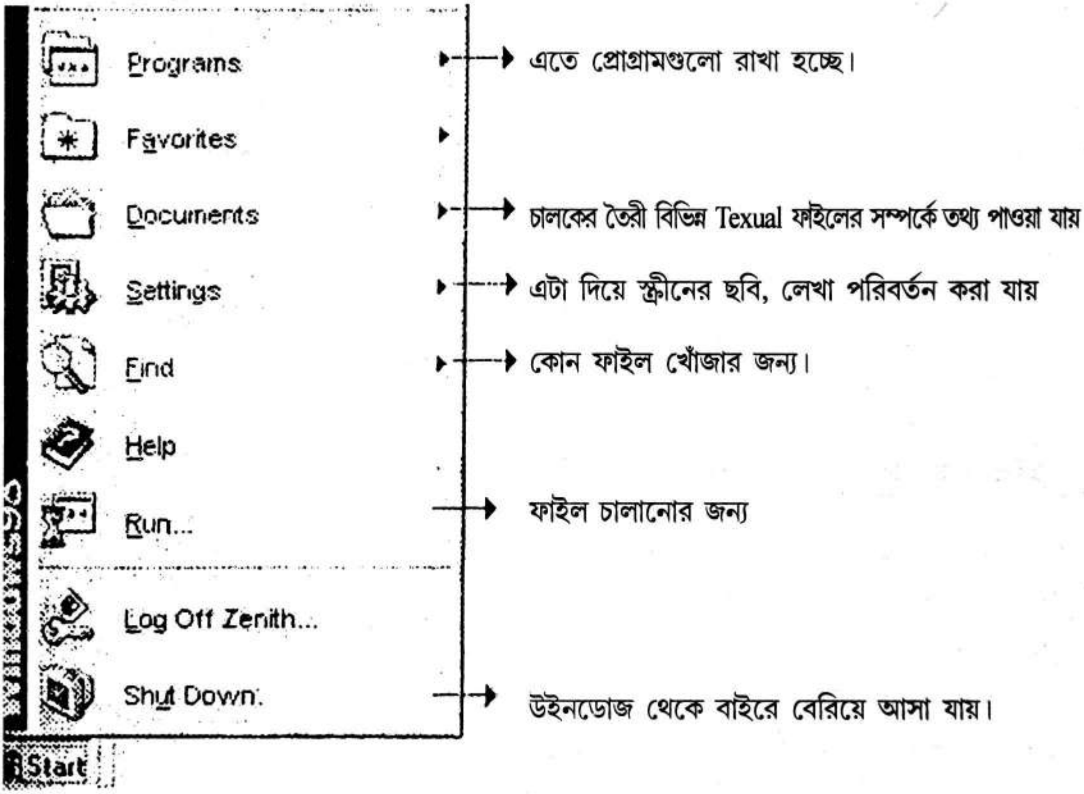
৩.৪.১ কিছু দরকারী পরিচিতি

উইনডোজের কিছু কিছু মেনু বা টারমিনোলজি নিয়ে নীচে আলোচনা করা হলো—

(ক) উইনডোজের ডেস্কটপের প্রধান ICON গুলো মেনু হিসাবে।

- My COMPUTER → Windows-এর কোন ফাইল কোথায় কিভাবে আছে জানা যায়।
- My BRIEFCASE → চালকের তথ্যগুলো কোথায় আছে।
- Recycle Bin → চালকের delete করা ফাইল বা প্রসেসগুলি এখানে সঞ্চিত থাকে।
- Internet Explorer → ইন্টারনেটে বিভিন্ন প্রসেস্ এরিয়াতে এখানে যাওয়া যায় বা খোঁজা যায়।

(খ) স্টার্ট Button ক্লিক্ করলে আবার অন্যরকম একটি মেনু পাওয়া যায়।



(গ) **টাস্কবার**—উইনডোজ '৯৮, ডেস্কটপের নীচে যে অংশ থাকে তাকে টাস্কবার বলে। এটি শুরু করার জন্য ক্লিক করা হয় এবং অ্যাপলিকেশন সাজানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।

(ঘ) **ফাইলের নামকরণ**—যে সব ফাইলের নামকরণ হবে তাকে Choose করে মাউসের রাইট্ ক্লিক করে নূতন নাম দিতে হবে।

(ঙ) **ফাইলের অপসারণ**—যে সব ফাইলগুলো অপসারণ করতে হবে সেগুলোকে পছন্দ করতে হবে, ফাইল মেনু হতে ডিলিট্ (Delete) পছন্দ করতে হবে।

(চ) **নূতন ফোল্ডার গঠন**—এখানে ফোল্ডার মানে একটি সাবডিরেক্টরি বা গ্রুপ্ প্রসেস্। প্রথমে প্রাথমিক ফোল্ডারটি পছন্দ করতে হবে তারপর ফাইল মেনু থেকে প্রথমে নিউ (New) পছন্দ করে তারপর ফোল্ডার পছন্দ করতে হবে।

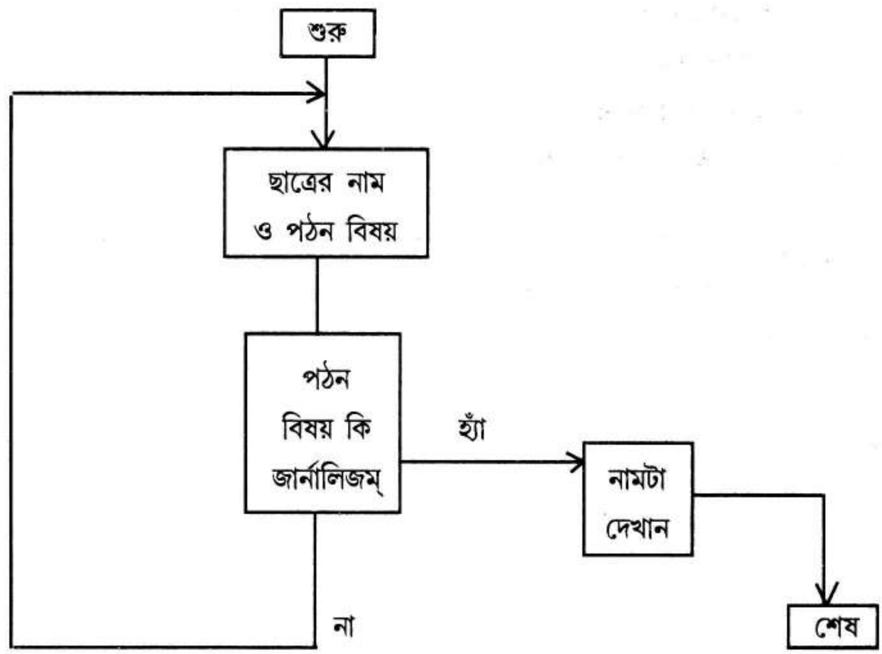
৩.৫ প্রোগ্রাম ও তার নির্মাণ পদ্ধতি

একটি নির্দিষ্ট উদ্দেশ্যকে মাথায় রেখে বিভিন্ন প্রয়োজনীয় যুক্তিগুলোকে যদি পরপর সাজিয়ে কাজ করানো হয় তবে তাকে প্রোগ্রাম বলে। প্রোগ্রামকে বিচার করার দু'টি পদ্ধতি আছে—

(ক) লাইন ধরে ধরে (Interpreter type)

(খ) একসঙ্গে সমস্তটা (Compiler type)

প্রোগ্রাম নির্মাণে যে যুক্তি কাঠামোর সজ্জা ব্যবহৃত হয় তাকে ফ্লো-চার্টের মাধ্যমে দেখানো হল—



এই প্রোগ্রামকে কম্পিউটারে লেখার জন্য তিন রকম ভাষায় যেকোন একটি ভাষা ব্যবহার করা হয়।

কম্পিউটার ভাষা (Language)

হাইলেভেল
(High level)
অনেকটা ইংরাজী
ভাষায় লেখার মতো
উদা. 'BASIC', 'C',
'FORTRAN', 'VISUAL
BASIC' ইত্যাদি

মিড্‌ল্ লেভেল
(Middle level)
খানিকটা ইংরেজী ভাষার
মতো এবং খানিকটা
মেসিনের ভাষার মতো
উদা. Assembly
Language

লো লেভেল
(Low level)
এটা পুরোপুরি
মেসিনের ভাষার মতো

৩.৬ সারাংশ

কোন কম্পিউটার মেসিনকে দিয়ে কাজ করাতে গেলে কিছু প্রয়োজনীয় তথ্য বা মেসিনের সমস্ত কাজকে কন্ট্রোল করার জন্য দরকার তাকে আগেই RAM-এ Load করে দিতে হবে। একেই অপারেটিং সিস্টেম বলে। এই ধরনের অপারেটিং সিস্টেমের যেমন MS-DOS-এর বিভিন্ন Command-এর সাহায্যে বিভিন্ন রকম কাজ করা যায়। আবার Command মনে না রেখেও Windows '98-এর মতো অপারেটিং সিস্টেমে বিভিন্ন ছবি বা icon এর ওপর একটা ক্লিক বা ডাব্ল্ ক্লিক্ করেও কাজ করা যায়। আবার যখন ব্যবহারকারী তার যে কোন প্রয়োজন অনুযায়ী কাজ করতে চায় তখন হাইলেভেল, মিড্ল্লেভেল বা লো লেভেল্ যে কোন ভাষায় প্রোগ্রাম লিখে কাজ করতে পারে।

৩.৭ অনুশীলনী

i) **শূন্যস্থান পূরণ করুন :**

(ক) Windows '98 একটি ———।

(খ) ——— কে RAM-এ ——— করাকে বলে ———।

(গ) LINUX হল ——— এবং ——— অপারেটিং সিস্টেম।

(ঘ) File-এর Primary name-এ সর্বাপেক্ষা ——— টা অক্ষর থাকতে পারে।

(ঙ) Root Directory ——— ও ——— Allocation table MS——— এরই অংশ।

(চ) C: drive-এ থাকা অবস্থায় তার সব File A: drive এ Copy করার Command হল Copy ——— ———।

ii) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন—**

(ক) অপারেটিং সিস্টেম বলতে কি বোঝেন, উদাহরণ সহ আলোচনা করুন।

(খ) Flow-Chart রেখাচিত্রের সাহায্যে বুঝিয়ে বলুন কিভাবে MS-DOS-এ ফাইল খোঁজা হয়।

(গ) MS-DOS-এর কম্যান্ডস্গুলি উল্লেখ করুন যা দিয়ে নীচের কাজগুলি পরপর করা যায়—

(১) ফাইল তৈরী করুন যার নাম Netaji dat

(২) ফাইলে কি লিখলেন স্ক্রীনে দেখান্।

(৩) ফাইলটা A: তে Copy করুন।

(৪) ফাইলটা C: তে মুছে ফেলুন।

(ঘ) Win '98 কিভাবে নতুন ফোল্ডার তৈরী করবেন।

(ঙ) কম্পিউটার প্রোগ্রাম কি?

৩.৮ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৩.১

(খ) পর্যায় ৩.২

(গ) পর্যায় ৩.২.১

(ঘ) পর্যায় ৩.৩.১

(ঙ) পর্যায় ৩.৩.২

(চ) পর্যায় ৩.৩.৩

(ছ) পর্যায় ৩.৪

(ii) (ক) পর্যায় ৩.২, ৩.২.১

(খ) পর্যায় ৩.৩.২

(গ) পর্যায় ৩.৩.৩

(ঘ) পর্যায় ৩.৪.১

(ঙ) পর্যায় ৩.৫

৩.৯ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Operating Systems by Ritchie—BPE Publication

(২) Operating System design by C.J. Date

(৩) DOS 6.0 & 6.2 Instant Reference by Thomas—BPB

(৪) Windows '98 Instant Reference—BPB

একক ৪ □ নেটওয়ার্ক কী ও কীভাবে কাজ করে

গঠন

৪.০ উদ্দেশ্য

৪.১ প্রস্তাবনা

৪.২ নেটওয়ার্ক কতরকমের হতে পারে

৪.৩.১ লোকাল নেটওয়ার্ক (LAN)

৪.৩.২ ওয়াইড্ এরিয়া নেটওয়ার্ক (WAN)

৪.৪ নেটওয়ার্ক মাধ্যম

৪.৪.১ তারযুক্ত মাধ্যম

৪.৪.২ তারবিহীন মাধ্যম (Wireless)

৪.৪.৩ ফাইবার অপটিক্স্ মাধ্যম

৪.৫ ল্যাবরেটরী ও স্টাডি রুমে নেটওয়ার্ক ও তার সফ্‌ট্‌ওয়্যার

৪.৬ সারাংশ

৪.৭ অনুশীলনী

৪.৮ উত্তর সংকেত

৪.৯ গ্রন্থপঞ্জী

৪.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- নেটওয়ার্ক বলতে কি বোঝায়
- কেন বর্তমানে নেটওয়ার্কের প্রচুর ব্যবহার
- কতধরণের নেটওয়ার্ক বিভিন্ন প্রয়োজনে ব্যবহৃত হয়
- **LAN/WAN** সম্পর্কে ধারণা

- নেটওয়ার্ক মাধ্যম সম্পর্ক
- ল্যাবরেটরী বা ছোট অঞ্চলে এর ব্যবহার

৪.১ প্রস্তাবনা

বর্তমানে ভাব-শব্দ ইত্যাদি কোন কিছু আদান প্রদানের এক্ষত্রেই নেটওয়ার্কের নাম উচ্চারণ করা হয়। স্পষ্টতঃ দেখা যায় যে একজন আর একজনের কাছে না গিয়েও তার সঙ্গে কথা বলছে বা চিঠির আদান-প্রদান করছে, এই সবই নেটওয়ার্কের জন্য। নেটওয়ার্কের দৌলতেই আমেরিকা বা জার্মানির কোন ঘটনা বা বস্তুকে সেইমুহূর্তেই কলকাতায় বসে দেখা বা মতামত প্রকাশ সম্ভব—এসবই প্রমাণ করে যে নেটওয়ার্ক এমনই একটি ব্যবস্থা যা সমগ্র বিশ্বকে একসূত্রে গেঁথে ঘরের দরজায় হাজির করেছে।

৪.২ নেটওয়ার্ক কী ও কেন

নেটওয়ার্ক আসলে যোগাযোগ ব্যবস্থা স্থাপনের পদ্ধতি গত নাম এবং যখন কম্পিউটারকে এর প্রধান সংযোগ হিসাবে ব্যবহার করা হয় তখন তাকে কম্পিউটার নেটওয়ার্ক বলা হয়। ১৯৭৫ সাল থেকে কম্পিউটার নেটওয়ার্ক তৈরী করার গবেষণা শুরু হয় প্রথমে আমেরিকায় ও পরে অন্য দেশে। প্রায় কুড়ি বছর পর একে সাধারণের উপযোগী করে গড়ে তোলা সম্ভব হয়েছে। টেলিফোন নেটওয়ার্কের সাহায্যে মানুষের কথা এক প্রান্ত থেকে আর এক প্রান্তে পাঠানো সম্ভব। আবার কম্পিউটার নেটওয়ার্কের সাহায্যে সহজেই মেমোরিতে রাখা তথ্য, ছবি ইত্যাদিকে টেলিফোনের তারের সাহায্যে যে কোন দূরত্বে পাঠান সম্ভব। কম্পিউটার নেটওয়ার্ক একটি সুবিধাজনক যোগাযোগ ব্যবস্থা কারণ—

(ক) Resource Sharing — যে স্থান থেকে তথ্য বা Resource কে গ্রহণ করা প্রয়োজন সেই স্থান নিকটবর্তী না হলেও অতি সহজে এবং অত্যন্ত অল্প সময়ে সেই তথ্যকে কম্পিউটারের মাধ্যমে গ্রহণ বা ব্যবহার করা সম্ভব।

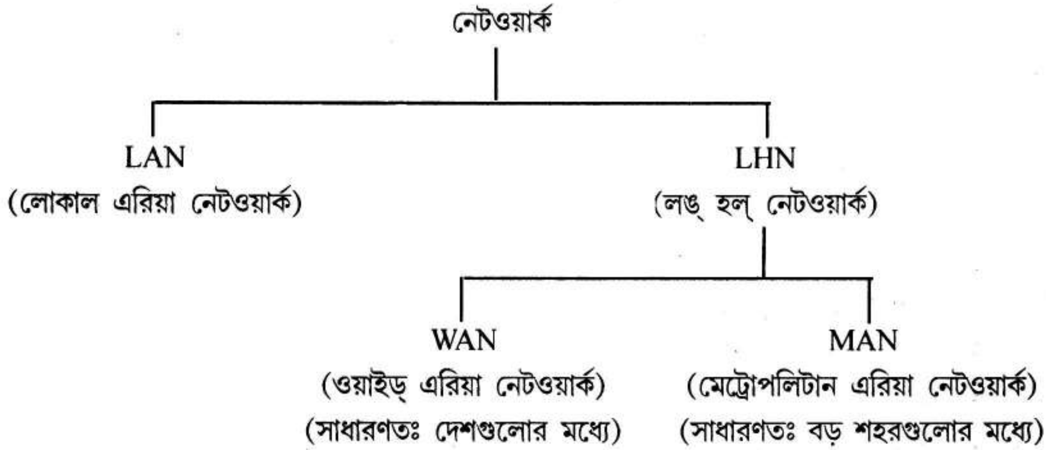
(খ) উচ্চমানের নির্ভরতা— কোন একটি তথ্য, ডাটা বা চিঠিকে নেটওয়ার্কে যুক্ত একাধিক কম্পিউটারে হয়ত কপি করে নেওয়া হয়েছে এবং সেক্ষেত্রে কোন একটি মেসিন যদি খারাপ হয়ে যায় বা কার্যকরী ব্যবস্থায় না থাকে তবে অন্য মেসিনের সংগৃহীত তথ্য দিয়ে কাজ করা সম্ভব। কাজেই তথ্যের নিরাপত্তা বজায় থাকছেই।

(গ) কম খরচে তথ্য বিনিময় — যেখানে তথ্য বা চিঠি ডাকব্যবস্থার মাধ্যমে বা ক্যুরিয়ার ব্যবস্থা ও অন্য ব্যবস্থার মাধ্যমে পাঠাতে প্রচুর খরচ হয় সেখানে অনেক কম খরচে একই তথ্য বা চিঠিকে সংগ্রহ করা ও সঠিক স্থানে তাকে প্রেরণ করা সম্ভব।

(ঘ) বিস্তৃত যোগাযোগ ব্যবস্থা — এই ব্যবস্থায় একই খরচে, একই পদ্ধতিতে বিভিন্ন লোককে একই সময়ে বিভিন্ন দূরত্বে তথ্য প্রেরণ করা সম্ভব।

৪.৩ নেটওয়ার্ক কত রকমের হতে পারে

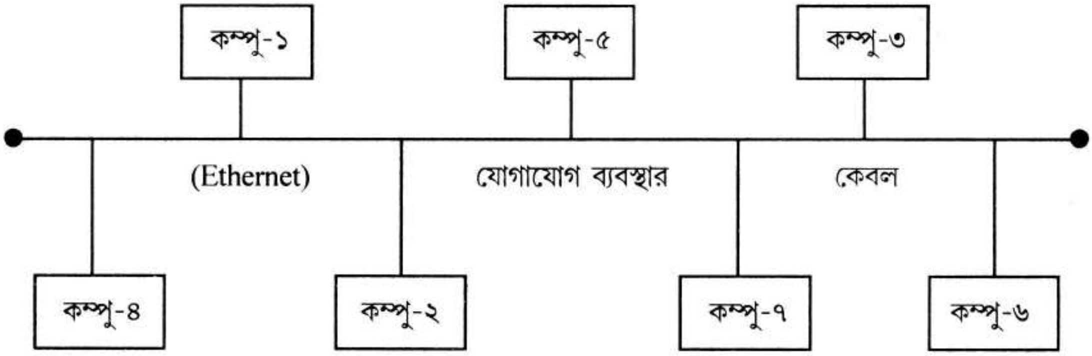
নেটওয়ার্ক ব্যবস্থা তথা আদান প্রদানের একটি সহজ ও দ্রুত মাধ্যম। কাজেই এই ব্যবস্থা দূরত্ব নির্ভর। প্রেরক (Sender) ও সংগ্রাহক (Receiver)-এর মধ্যবর্তী দূরত্বের ওপর নির্ভর করে নেটওয়ার্ক অনেক রকম হতে পারে।



লোকাল এরিয়া নেটওয়ার্ক (LAN)

৪.৩.১ লোকাল নেটওয়ার্ক

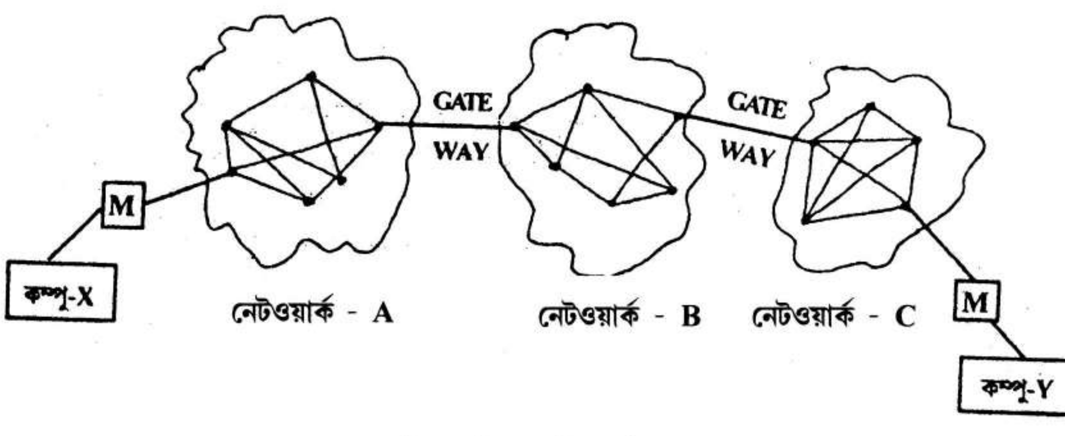
লোকাল এরিয়া নেটওয়ার্ক (LAN) সাধারণতঃ অল্প দূরত্বের যোগাযোগের জন্য ব্যবহৃত নেটওয়ার্ক। একটি ঘরের মধ্যে বা এক বাড়ির মধ্যে অবস্থিত সব কম্পিউটারগুলোকে যখন একটি যোগাযোগকারী কেবল্-এর (Ethemet Cable) সঙ্গে যুক্ত করা হয় তখন তৈরী হয় LAN বা লোকাল এরিয়া নেটওয়ার্ক। সাধারণভাবে LAN-এ যুক্ত দু'টি কম্পিউটারের দূরত্ব ৫০০ মিটারের বেশি রাখা হয় না তবে বিশেষ ব্যবস্থা নিয়ে যেমন রিপিটার (repeater) বা সুইচ হাব্ (Switch hub) ব্যবহার করে LAN-এর দূরত্ব ২.৫ কিলোমিটার পর্যন্ত বিস্তৃত করা যায়। অফিসে, স্কুলে, কারখানায় LAN-এর ব্যবহার করা হয় যাকে কোন এক কম্পিউটারে সঞ্চিত তথ্য বা প্রোগ্রাম অন্য এক কম্পিউটারে নিয়ে আসা বা আদানপ্রদান করে কাজ করা যায়। যেমন ব্যাঙ্কের কাউন্টারে রাখা কম্পিউটার, Server-এ রক্ষিত তথ্য আদান প্রদান করে গ্রাহক পরিষেবায় সাহায্য করতে পারে। Server হচ্ছে এমনই এক বিশেষ উচ্চক্ষমতাসম্পন্ন কম্পিউটার যেখানে সবার প্রয়োজনীয় তথ্যভাণ্ডার সঞ্চিত থাকে।



লোকাল এরিয়া নেটওয়ার্ক (LAN)

৪.৩.২ ওয়াইড্ এরিয়া নেটওয়ার্ক (WAN)

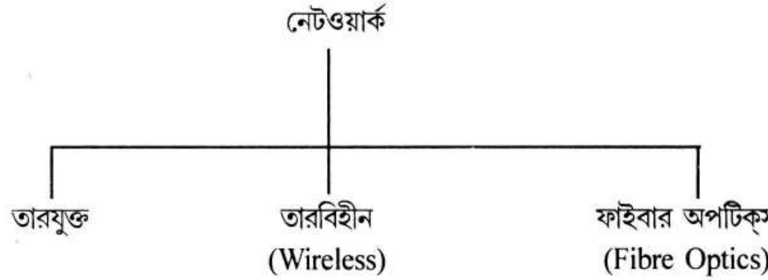
যখন একটি কম্পিউটার অনেক দূরের (২০ কি.মি. বা ১৫০০ কি.মি.) কোন কম্পিউটারের সঙ্গে যোগাযোগ করতে চাইবে তখন দরকার হবে WAN-এর। টেলিফোন নেটওয়ার্ককেই WAN-এর যোগাযোগের কাজে ব্যবহার করা হয়ে থাকে। টেলিফোনের জায়গায় কম্পিউটার যুক্ত করে অনেক দূরের কম্পিউটারের সঙ্গে যোগাযোগ করা যায় টেলিফোন নেটওয়ার্ক এর মাধ্যমেই। যেমন একটি টেলিফোন অন্য যে কোন টেলিফোনের সঙ্গে সঠিক নাম্বার ডায়াল (Dial) করে কথা বলতে পারে তেমনই WAN-এ যুক্ত একটি কম্পিউটার আর একটি কম্পিউটারের সঙ্গে তথ্য আদান প্রদান করতে পারে এক বিশেষ ধরনের ঠিকানা (Nework Address) টাইপ করে। আর এক ধরনের WAN আছে যা বিভিন্ন বড় বড় শহর (Metropolitan City)-এর মধ্যে যোগাযোগ ব্যবস্থা তৈরী করে তাকে MAN বলা হয়। দুটি নেটওয়ার্কের মধ্যে, যারা ভিন্ন নিয়মাবলী (Protocol) মেনে চলে, যোগাযোগ রক্ষা করে গেটওয়ে (Gateway) নামক সংযোজক।



ওয়াইড্ এরিয়া নেটওয়ার্ক (WAN)

৪.৪ নেটওয়ার্ক মাধ্যম

নেটওয়ার্ক ব্যবস্থায় যখন তথ্য বা চিত্র সংকেত হিসাবে একটি কম্পিউটার থেকে অপর একটি কম্পিউটারে যায় তখন তথ্য সংকেতকে একটা মাধ্যম অবলম্বনে প্রবাহিত হতে হয়। দূরত্ব, তথ্য তরঙ্গের কম্পাঙ্ক ও তথ্যের প্রকৃতি নির্ভর করে নেটওয়ার্ক মাধ্যমগুলি হল—



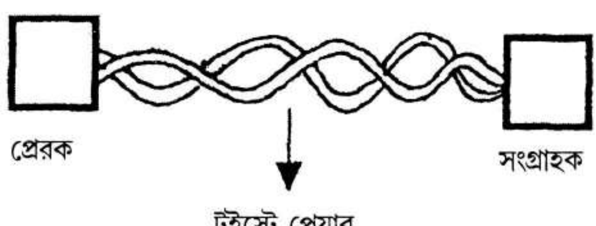
৪.৪.১ তারযুক্ত মাধ্যম

তারযুক্ত মাধ্যম সাধারণতঃ দু'ধরনের হয় যেমন—

(ক) টুইস্টেড্ পেয়ার (Twisted pair)

(খ) কো-এক্সিয়াল কেবেল (Co-axial Cable)

টুইস্টেড পেয়ার মাধ্যমে দু'টো ইনসুলেটেড্ কপার তার (১ মি.মি. মোটা) হেলিকাল বা ক্রিস ক্রস্ প্যাটার্নে থেকে দুই বা তার থেকে বেশী কম্পিউটারকে যুক্ত করে এক যোগাযোগ ব্যবহার মাধ্যম তৈরী করে। এই ধরণের মাধ্যম এনালগ্ বা ডিজিটাল্ যেকোন প্রবাহের জন্যই ব্যবহার করা যায় এবং পার্টির দৈর্ঘ্য (Band width) তারের প্রস্থ এবং দূরত্বের ওপর নির্ভরশীল।



কো-এক্সিয়াল কেব্‌লে একটা শক্ত কপার তারকে প্রধান অংশ (Core) হিসাবে ব্যবহার করা হয়। এর চারদিকে Teflon বা PVC ইত্যাদি ইন্‌সুলেটিং মেটিরিয়াল দিয়ে পাক দেওয়া থাকে। এই ইন্‌সুলেটার একটা চোঙাকৃতি কন্ডাক্‌টারের মধ্যে রাখা থাকে যার ওপর অপ্রয়োজনীয় শব্দ আটকানোর জন্য একটা তারজালির আস্তরণ থাকে। এই ধরনের মাধ্যম উচ্চ পার্টি দৈর্ঘ্য (High bandwidth) যোগাযোগ ব্যবস্থার জন্য কার্যকরী। সাধারণতঃ 50 ohm কেবল্ ও 75 ohm কেবল্ এই দু'ধরনের কেবল্ ব্যবহার করা হয়।

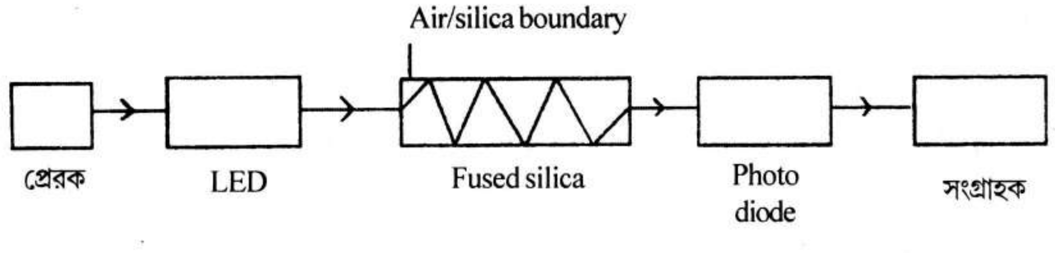
কো-এক্সিয়াল কেবল্

৪.৪.২ তারবিহীন মাধ্যম

এক্ষেত্রে বাতাস এবং যোগাযোগ স্থাপনকারী স্যাটেলাইট মাধ্যম হিসাবে কাজ করে। এই ধরণের যোগাযোগ ব্যবস্থায় ব্যবহৃত Signal কে Microwaves বলা হয়। তবে বহুদূরবর্তী স্থানে এর সাহায্যে Signal বা তথ্য পাঠাতে গেলে অনেক সময় attenuation বা মাধ্যম দ্বারা শোষণের ফলে তীব্রতা কমে যায়। তখন Repeater ব্যবহার করে আবার তীব্রতা পুরানো অবস্থায় ফিরিয়ে আনার চেষ্টা করা হয়। মাইক্রোওয়েভ্ সাধারণতঃ দীর্ঘ পটি। দৈর্ঘ্য যথা 40 থেকে 110 GH_2-এর জন্য প্রায় 16 Giga bps বেগে তথ্য সম্প্রসারণ করতে পারে। যাতে গ্রহণ করা দুর্বল সিগ্নাল ও ছেড়ে দেওয়া শক্তিশালী সিগ্নাল Overlap না করে যায়। তার জন্য এই ব্যবস্থায় Transponder নামক একটি বিশেষ ইলেকট্রনিক ইউনিট ব্যবহার করা হয় যা Sattelite-এর ওপর বসানো থাকে।

৪.৪.৩ ফাইবার অপটিক্স্ মাধ্যম

এখানে আলোক তরঙ্গকে প্রধান সিগ্নাল হিসাবে ব্যবহার করা হয়। যেহেতু চোখে দেখা আলোক তরঙ্গের কম্পাঙ্ক মোটামুটি $10^8 Mh_2$ হয় কাজেই এই ধরণের যোগাযোগ ব্যবস্থায় পার্টি দৈর্ঘ্য অনেক বড়ো হয়। এই ব্যবস্থায় পাতলা Si-এর তন্তুকে fuse করা হয় উচ্চ তাপমাত্রায় তার গুচ্ছ তৈরী করে তাকে একটা উচ্চতাপ সহন ক্ষমতাযুক্ত গ্লাস বাল্বের মধ্যে প্রবেশ করিয়ে আটকে দেওয়া হয়। একেই অপ্টিকাল ফাইবার কেব্ল্ বলা হয়। সিগ্নালকে প্রথমে LED বা Light Emitting diode-এর ওপর ফেলে আলোক তরঙ্গ তৈরী করা হয় যা অপ্টিকাল ফাইবারে আপতিত হয়ে পুনঃপুনঃ আভ্যন্তরীণ পূর্ণ প্রতিফলনের ফলে উচ্চ তীব্রতাযুক্ত হয়ে যায় অতঃপর তাকে Photodiode-এর ওপর ফেলা হয় ফলে সে আবার সিগ্নাল রূপান্তরিত হয়ে Receiver-এর কাছে পৌছায়। এতে তরঙ্গের গুণ বৃদ্ধি পায় এবং তরঙ্গ শক্তির অপচয় খুব কম হয়।



ফাইবার অপটিক্স্ মাধ্যম

৪.৫ ল্যাবরেটরী ও স্টাডিরুমে নেটওয়ার্ক ও তার সফটওয়্যার

ল্যাবরেটরী বা স্টাডি রুমে সাধারণতঃ ছোট Server-client model-এ নেটওয়ার্ক তৈরী করা হয়। এক্ষেত্রে অল্প অল্প দূরত্বের মধ্যে অবস্থিত কম্পিউটারগুলোর মধ্যে LAN type নেটওয়ার্ক তৈরী করা হয় যেখানে একটা প্রধান মেসিন বা Server থাকবে এবং তার সঙ্গে Ethernet protocol-এর সাহায্যে hubsconnecter দিয়ে অন্যান্য নির্ভরশীল মেসিনগুলো যুক্ত থাকবে। যেকোন মেসিনে বসে চালক যেকোন তথ্য আহরণ বা যে কোন কাজ সম্পন্ন করতে পারবে এবং Server-এর চালকও কোন্ মেসিনে কখন কতটা কাজ হচ্ছে সে সম্পর্কে একটা সম্যক ধারণা করতে পারবে। এই ব্যবস্থাকে চালানোর জন্য প্রধান অপারেটিং সিস্টেম হিসাবে লাগে MS-DOS বা UNIX এবং এর উপর Novell Netware বা UNIX wate-কে লোড্ করে কাজ করা হয়।

৪.৬ সারাংশ

বিভিন্ন জায়গার সঙ্গে অন্যান্য বিভিন্ন জায়গার যোগাযোগ তৈরী করার জন্য নেটওয়ার্ক ব্যবস্থার খুব প্রয়োজন। এই ব্যবস্থায় কোন একস্থান থেকে অন্য স্থানে না গিয়েও যেকোন তথ্য, চিঠি বা বার্তা পাঠান সম্ভব। প্রয়োজন অনুযায়ী এবং দূরত্ব অনুযায়ী নেটওয়ার্ক ব্যবস্থাও যেমন বিভিন্ন রকম LAN, WAN আবার নেটওয়ার্ক মাধ্যমও বিভিন্ন রকম— যেমন টুইস্টেট্ পেয়ার, কো-এক্সিয়াল কেবল্ বা ফাইবার অটিকস্। স্বল্প পরিসরের নেটওয়ার্ক বা LAN-এ যেমন টুইস্টেট্ পেয়ার বা কো-এক্সিয়াল কেবল্ ব্যবহার করা যায় কিন্তু দূরবর্তী নেটওয়ার্ক বা WAN এ ফাইবার অপটিকস্ মাধ্যম ব্যবহার করাই সুবিধাজনক।

৪.৭ অনুশীলনী

i) **শূন্যস্থান পূরণ করুন :**

(ক) কম্পিউটার নেটওয়ার্ক তৈরীর গবেষণা শুরু হয় ———।

(খ) নেটওয়ার্ক ——— ও ——— এর মধ্যেকার দূরত্বের ওপর নির্ভর করে।

(গ) MAN হল ——— ——— নেটওয়ার্ক।

(ঘ) LAN সিস্টেম দু'টি কম্পিউটারের মধ্যে দূরত্ব সাধারণতঃ সর্বাপেক্ষা ———।

(ঙ) ভিন্ন ——— এর দু'টি নেটওয়ার্কের মধ্যে যোগাযোগ রক্ষা করে ———।

(চ) Bandwidth তারের ——— ও দূরত্বের ওপর নির্ভরশীল।

(ছ) Microwave ——— থেকে ——— Ghz-এর জন্য প্রায় ——— Giga——— বেগে তথা সম্প্রসারণ করে।

(জ) অন্যান্য মেসিন, প্রধান মেসিনের সঙ্গে ——— Connecter দিয়ে যুক্ত থাকে।

ii) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) নেটওয়ার্ক কি? কম্পিউটার চালিত নেটওয়ার্কের সুবিধাগুলি কি কি?

(খ) LAN ও WAN—কোন ধরনের নেটওয়ার্ক কোন পরিস্থিতিতে কিভাবে ব্যবহৃত হয়।

(গ) তারযুক্ত ও তারবিহীন মাধ্যমের সুবিধা ও অসুবিধা কি কি?

(ঘ) 75 ohm এর Co-oxial cable-এর তুলনায় ফাইবার অপটিকস মাধ্যম Microwave যোগাযোগ ব্যবস্থায় প্রয়োজনীয় কেন?

(ঙ) ল্যাবরেটরী বা স্টাডি সেন্টারে কি ধরনে নেটওয়ার্ক ব্যবস্থা থাকা প্রয়োজন?

৪.৮ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৪.২

(খ) পর্যায় ৪.৩

(গ) পর্যায় ৪.৩

(ঘ) পর্যায় ৪.৩.১

(ঙ) পর্যায় ৪.৩.২

(চ) পর্যায় ৪.৪.১

(ছ) পর্যায় ৪.৪.২

(জ) পর্যায় ৪.৫

(ii) (ক) পর্যায় ৪.২

(খ) পর্যায় ৪.৩

(গ) পর্যায় ৪.৪

(ঘ) পর্যায় ৪.৪

(ঙ) পর্যায় ৪.৫

৪.৯ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Network and Communication by Andrew Tannenbaum

(২) Networking Complete by Sybex—BPB Publication

একক ৫ □ ইন্টারনেট ব্যবহার ও প্রয়োজনীয় তথ্যের অন্বেষণ

গঠন

৫.০ উদ্দেশ্য

৫.১ প্রস্তাবনা

৫.২ নেটওয়ার্কের শ্রেণীবিভাগ

৫.৩ ইন্টারনেট কী

৫.৪ আন্তর্জালে তথ্যের সন্ধান (Surfing the internet)

৫.৫ বিশ্বজোড়া তথ্য জাল (Worldwide web)

৫.৬ সারাংশ

৫.৭ অনুশীলনী

৫.৮ উত্তর সংকেত

৫.৯ গ্রন্থপঞ্জী

৫.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- দূরত্ব অনুযায়ী কতরকমের নেটওয়ার্ক হয়
- ইন্টারনেট বলতে কি ধরনের কম্পিউটার পরিষেবা বোঝায়
- বিশ্বজোড়া তথ্য জাল বলতে কতটা দূরত্বের মধ্যে কি ধরনের তথ্যের আদান-প্রদান বোঝায়
- কিভাবে ইন্টারনেটের সাহায্যে এক বা একাধিক তথ্যের অনুসন্ধান করা যায়।

৫.১ প্রস্তাবনা

আজ ইন্টারনেট সমগ্র বিশ্বকে একটাই বন্ধনে বেঁধে ঘরের দরজায় হাজির করেছে। দেশ-বিদেশের সমস্ত খবর বা তথ্য আজ অল্প কিছু সময়ের মধ্যেই মানুষের কাছে পৌঁছে যাচ্ছে। সমস্ত পৃথিবী জুড়ে সর্বত্র ইন্টারনেটের এই তথ্যজাল ছড়ানো রয়েছে। যখন যে তথ্যের প্রয়োজন তাকে খোঁজবার জন্য সঠিক পথ উল্লেখ করে যদি সঠিক

login name বা password দেওয়া হয় তবে সেই তথ্যের অংশে প্রবেশ করা সম্ভব হয়। তথ্যকে মেমোরিতে রাখা যায় বা হার্ড কপি বের করে নেওয়া যায়।

৫.২ নেটওয়ার্কের শ্রেণীবিভাগ

নেটওয়ার্কে সে সমস্ত কম্পিউটার অংশগ্রহণ করে তাদের ওয়ার্ক স্টেশন (Work Station) বলা হয়। ওয়ার্ক স্টেশনগুলোর মধ্যেকার দূরত্বের উপর নির্ভর করে নেটওয়ার্কের দু'টি ভাগ করা যায়—

(ক) ইন্টারনেট— দেশের বিভিন্ন প্রান্তে অবস্থিত কম্পিউটারগুলোর মধ্যে এবং দেশের ও বিদেশের বিভিন্ন প্রান্তে অবস্থিত কম্পিউটারগুলোর মধ্যে তৈরী হওয়া যোগাযোগ ব্যবস্থাকে ইন্টারনেট বলা হয়।

(খ) ইন্ট্রানেট (Intranet)—শুধুমাত্র দেশের বিভিন্ন প্রান্তের কম্পিউটারগুলোর মধ্যে যে যোগাযোগ ব্যবস্থা তৈরী করা হয় তাকে ইন্ট্রানেট (Intranet) বলা হয়।

৫.৩ ইন্টারনেট কী?

বিভিন্ন প্রোটোকলের ছোট ছোট নেটওয়ার্ক যুক্ত হয়ে তৈরী হয় ইন্টারনেটওয়ার্ক বা ইন্টারনেটের। ইন্টারনেটের মাধ্যমে বাড়িতে বা স্কুলে রাখা কম্পিউটারও পৃথিবীর যে কোন কম্পিউটারের সঙ্গে যোগাযোগ করতে পারে। তবে কম্পিউটারকে বাড়ির বা স্কুলের টেলিফোন লাইনের সঙ্গে যুক্ত করতে হবে মোডেম (MODEM) নামক ইলেকট্রনিক যন্ত্রের মাধ্যমে এবং ডায়াল করে ইন্টারনেট পরিষেবা সংস্থার [Internet Service Provider (ISP)] Server-এর সঙ্গে লগ-ইন (Login) অর্থাৎ অনুমতি নিয়ে সংযোগ ব্যবস্থা স্থাপন করা হয়। তবে বর্তমানে কিছু প্রাইভেট পরিষেবায় Software-এর মাধ্যমে টেলিফোন লাইন ছাড়াও ইন্টারনেট ব্যবস্থা সম্ভব। ভারতে বিদেশ সঞ্চার নিগম্ লিমিটেড (VSNL) ইন্টারনেট পরিষেবা সংস্থা (ISP) হিসাবে বিশেষ স্থান দখল করে আছে। এছাড়াও ভারতে DISHNET, CALTIGER, BSNL, SATYAM ON LINE ইত্যাদি ইন্টারনেট্ সংস্থাও ভালো পরিবেষা দেয়। VSNL Webmail Service-এর শেষে লেখা থাকে Login ও Password। ওখানে অনুমতিপ্রাপ্ত গ্রাহকের নাম ও পাসওয়ার্ড লিখে go-চিহ্নে মাউস্ ক্লিক্ করলেই E-mail server-এ প্রবেশ করা যাচ্ছে এবং সেখানে জমে থাকা চিঠির লিস্ট দেখতে পাওয়া যাবে। লিস্টে লেখা থাকে কটা চিঠি Inbox-এ পড়ে আছে, কোন চিঠি কি বিষয়ে কে পাঠিয়েছে ও কবে চিঠিটি Inbox-এ জমা পড়েছে। চিঠির সঙ্গে অন্য লেখা বা ছবি জুড়ে দেওয়া যায়— যাদের বলে attachment। চিঠির সঙ্গে attachment আছে কিনা তাও বুঝতে পারা যাবে ক্লপ চিহ্ন দেখে। চিঠিটা পড়ার পর মুছে ফেলার জন্য Delete Selected Messages বোতাম দেওয়া আছে। যে চিঠিটা মুছে ফেলা হবে তার পাশে '✓' চিহ্ন দিয়ে বোতামটিতে ক্লিক করলেই চিঠিটাকে আর দেখা যাবে না, যদি না মুছে ফেলার আগে চিঠিটিকে ফাইল (file) আকারে Save করা হয়।

ব্রাউজার যখন ইন্টারনেট Server-এর সঙ্গে তথা আদান প্রদান করে তখন দরকার পড়ে এইসব প্রোটোকল বা নিয়মবিধির। ftp বা file transfer protocol-এর দরকার পড়ে যখন কোনো ডাটা ফাইল বা প্রোগ্রাম ফাইল

ftp-server এর কাছ থেকে download করার প্রয়োজন হয়। আরও অনেক ইন্টারনেট প্রোটোকল আছে— তবে http ও ftpই খুব বেশী ব্যবহৃত হয়। file বা accessary upload করতেও FTP এর প্রয়োজন হয়। E-mail-এর দু'টি প্রচলিত প্রোটোকল pop/pop-post office protocol এবং Simple Mail Transfer Protocol (SMTP)।

৫.৪ আন্তর্জালে তথ্যের সন্ধান (Surfing the Internet)

ইন্টারনেটের সাহায্যে জানার বিষয় খুঁজে নেওয়া যায় খুব সহজেই Search Engine-এর মাধ্যমে। এখানে অনেকসময় Search Engine-কে দেখানো যায় Power Search লেখার নীচে Enter your search বাক্স দিয়ে। এই বাক্সের মধ্যে জানার বিষয়—ধরা যাক 'West Bengal' টাইপ করে yahoo পাশে 'go' চিহ্নে মাউস ক্লিক করলেই West Bengal বিষয়ে যেখানে যত Website (তথ্য ভাণ্ডার সঞ্চিত আছে এমন সব Server-এর নাম) আছে, যা yahoo নামক Search Engine খুঁজে পেয়েছে, তা ফুটে উঠবে মনিটরে। yahoo ছাড়াও অনেক Search Engine আছে যেমন Lycos, Altavista, Metacrawler, infoseek ইত্যাদি।

আন্তর্জালের মাধ্যমে বিশ্ব ব্যাপ্ত তথ্যজালে তথ্যের সন্ধান করতে হলে অনুসন্ধানীর তিনটি জিনিস অতি আবশ্যক।

(১) প্রথমেই প্রয়োজন একটি PC যার মধ্যে বসানো থাকবে যে কোন একটি আধুনিক অপারেটিং সিস্টেম-Windows '98, UNIX ইত্যাদি।

(২) দ্বিতীয় প্রয়োজন Internet-এর সঙ্গে যুক্ত হওয়া যার মধ্য দিয়ে ইপ্সিত তথ্য, তথ্য সন্ধানীর কম্পিউটারে এসে পৌঁছাবে। এই যুক্ত হওয়ার জন্য দরকার একটি মোডেম।

৫.৫ বিশ্বজোড়া তথ্য জাল (World Wide Web)

তথ্যজাল (Web) থাকে www বা World Wide Web-নামে পরিচিত করায় CERN নামক গবেষণা সংস্থা ১৯৮৯ সালে। বিভিন্ন জায়গায় ছড়ানো তথ্যকে লিঙ্ক (Link) করার জন্য গড়ে ওঠে এক কম্পিউটারের ভাষা যা আজ HTML (Hyper Tax Markup Language) নামে পরিচিত। HTML ভাষার সুবিধা হচ্ছে যে বিশ্বজোড়া তথ্যের পাতা (web-page) গুলোকে জোড়া লাগানো যায় খুব সহজেই। ওয়েব পাতা (web page) কম্পিউটারের মাধ্যমে দেখার জন্য দরকার হয় ব্রাউজার (browser) নামে এক প্রোগ্রামের। Internet Explorer ও Netscape হচ্ছে দুটি খুব জনপ্রিয় ব্রাউজার (যার সাহায্যে web-page পড়া যায়) প্রোগ্রাম। ব্রাউজারের সাহায্যে এক Web-page থেকে অন্য আর এক Web-page-এ চলে যাওয়া যায় Hyperlink-এ ক্লিক করে, আবার ফিরেও আসা যায় পুরাতন পাতায়, Back বোতামে ক্লিক করে।

ব্রাউজার যে কোন ইন্টারনেট Server এর সঙ্গে যোগাযোগ করতে পারে যদি Server টির ঠিকানা জানা থাকে। এই ঠিকানা Uniform Resource Locator (URL) নামে চিহ্নিত করা হয়। যেমন—http://

internet.vsnl.com ইন্টারনেটে সঞ্চিত সকল web তথ্যের URL আলাদা আলাদা। URL এ প্রদর্শিত, নামের সঠিক ঠিকানা (IP address) জানা থাকে Domain Name Server (DNS) নামের বিশেষ কম্পিউটারে। VSNL এর URL থেকে DNS খুঁজে বার করতে পারবে internet vsnl.com-এর সঠিক IP ঠিকানা যা নেটওয়ার্ক যোগাযোগের জন্য বিশেষ প্রয়োজন। URL-এর প্রথম অংশ http (hyper text transfer protocol) নির্দেশ করছে যে ব্রাউজার ইন্টারনেট Server টির কাছ থেকে এক বিশেষ ধরনের অর্থাৎ http পরিষেবার জন্য অনুরোধ পাঠাচ্ছে। Server টিও http প্রোটোকল মেনেই যথাযথ উত্তর পাঠাবে। http প্রোটোকল ছাড়াও ftp আর একটি বিশেষ সফ্‌টওয়ার 'ট্রান্সমিশন কন্ট্রোল প্রোটোকল (TCP)/ইন্টারনেট্ প্রোটোকল (IP)'। তথ্য সন্ধানীর কম্পিউটারকে মোডেমের সাহায্যে আন্তর্জালে সংযোগ করিয়ে দেওয়ার জন্য আন্তর্জাল সহায়ক সংস্থা (Internet Service Provider) আছে যারা টাকার বিনিময়ে একটা একাউন্ট খুলে দেবেন। প্রয়োজন একটি বিশেষ ফস্‌টওয়ারের যার সহায়তায় মক্কেল (Client) কম্পিউটার থেকে তথ্য অনুসন্ধানী সঙ্কেত আন্তর্জালের মাধ্যমে বিশ্ব ব্যাপ্ত তথ্যজালে প্রবেশ করে তথ্যজালের ব্যক্তির (Website) ঠিকানা (URL) অনুযায়ী ইঙ্গিত তথ্য খুঁজে খুঁজে বের করে নিয়ে অনুসন্ধানীর কম্পিউটারে যোগান দেবে।

বিশ্ব ব্যাপ্ত তথ্যজালের মূল বৈশিষ্ট্যই হলো এক তথ্যের সঙ্গে অপর আরেকটি সংশ্লিষ্ট তথ্যের অতিযুক্ততা (Hyperlink)। তথ্যজালে রক্ষিত তথ্যগুলোর পারস্পরিক এই অতিযুক্ততাকে কাজে লাগিয়ে বিভিন্ন সেবক কম্পিউটারে রক্ষিত নথিগুলোকে ধারাবাহিক ভাবেই যুক্ত করা হয়। লেখার মধ্যে কোন শব্দের তলায় Underline করলে বোঝা যাবে যে শব্দগুলি hyperlinked এবং কারসার ওদের তলায় নিয়ে এসে ক্লিক করলেই শব্দটির ওয়েব সাইটে চলে যাওয়া সম্ভব।

৫.৬ সারাংশ

ইন্টারনেট বিভিন্ন অঞ্চলের সঙ্গে অন্যান্য বিভিন্ন অঞ্চলের সহজ ও দ্রুত যোগাযোগ ব্যবস্থা। এর সাহায্যে বিভিন্ন অফিসের মধ্যে বা স্কুল-কলেজ-বিশ্ববিদ্যালয়ের মধ্যে যোগাযোগ স্থাপন করা যায় বা তথ্যজাল বিস্তার করা যায়। এর জন্য প্রয়োজন ইন্টারনেট সার্‌ভিস্ প্রোভাইডার (ISP), MODEM এবং অবশ্যই net surfing engine যেমন yahoo। এর সাহায্যে বিশ্বের কোন এক জায়গায় মানুষ অন্য যে কোন প্রান্তের মানুষের সঙ্গে তথ্য, mail ভাবের আদান-প্রদান করতে পারে।

৫.৭ অনুশীলনী

i) **শূন্যস্থান পূরণ করুন :**

(ক) নেটওয়ার্কে অংশগ্রহণকারী কম্পিউটারকে বলে ———।

(খ) টেলিফোন লাইনের সঙ্গে কম্পিউটার যুক্ত হয় ——— এর সাহায্যে।

(গ) ইন্টারনেট ——— সংস্থা যোগাযোগ ব্যবস্থা স্থাপন করে।

(ঘ) প্রাপকের অনুপস্থিতিতে চিঠি ——— এ জমা থাকে।

(ঙ) Server-এর ঠিকানা ——— ——— ——— নামে চিহ্নিত করা হয়।

(চ) একটি তথ্যের সঙ্গে অন্য তথ্যের অতিযুক্ততাকে ——— বলে।

(ii) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) ইন্টারনেট ও ইন্ট্রানেটের পার্থক্য কি?

(খ) কিভাবে ইন্টারনেট পরিষেবা ব্যবহার করতে হয়?

(গ) নেট্ Surfing কি?

(ঘ) www-এর ধারণা অনুযায়ী তথ্য প্রদান প্রক্রিয়া ও web-page-এর ধারণা ব্যক্ত করুন।

৫.৮ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৫.২

(খ) পর্যায় ৫.৩

(গ) পর্যায় ৫.৩

(ঘ) পর্যায় ৫.৩

(ঙ) পর্যয় ৫.৫

(চ) পর্যায় ৫.৫

(ii) (ক) পর্যায় ৫.২

(খ) পর্যায় ৫.৩

(গ) পর্যায় ৫.৪

(ঘ) পর্যায় ৫.৫

৫.৯ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Internet Complete by Sybex—BPB Publication

(২) ABC of Internet by Crumlish—BPB Publication.

একক ৬ □ ই-মেল, F.T.P., ওয়েব পেজ তৈরী কী ও কীভাবে

গঠন

৬.০ উদ্দেশ্য

৬.১ প্রস্তাবনা

৬.২ বৈদ্যুতিন ডাক (E-mail)

৬.২.১ বৈদ্যুতিন ডাক কী

৬.২.২ বৈদ্যুতিন ডাকের ঠিকানা (E-mail Address)

৬.২.৩ বৈদ্যুতিন ডাক বাক্স (Mail Box)

৬.২.৪ বৈদ্যুতিক ডাক দেখা এবং পাঠানোর ব্যবস্থাপনা

৬.৩ F.T.P.—একটি ধারণা

৬.৪ তথ্য সাজানো ও তথ্যজাল পর্যবেক্ষণ (Web designing & web browser)

৬.৪.১ তথ্যজালের ব্যাপ্তিতে ইতস্ততঃ ঘুরে বেড়ানো (Moving around in a Web Site)

৬.৪.২ তথ্যজালের কাঠামো (Web format)

৬.৪.৩ তথ্যজালের পৃষ্ঠা (Web page)

৬.৪.৪ তথ্যজালের পৃষ্ঠার সংরক্ষণ, ছাপান এবং ডাউন লোডিং

৬.৫ সারাংশ

৬.৬ অনুশীলনী

৬.৭ উত্তর সংকেত

৬.৮ গ্রন্থপঞ্জী

৬.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- বৈদ্যুতিন ডাক কি, কিভাবে কাজ করে।
- বৈদ্যুতিন ডাকের জন্য কিভাবে ঠিকানা লিখতে হয় এবং প্রেরিত চিঠি কিভাবে, কখন ডাকবাক্সে জমা থাকে।
- ফাইল ট্রান্সফার প্রোটোকলের গুরুত্ব কি?
- তথ্যজাল সাজানো, পর্যবেক্ষণ কিভাবে হয়।

৬.১ প্রস্তাবনা

বৈদ্যুতিন ডাক একটি অত্যন্ত উন্নতমানের দ্রুত ও সহজ যোগাযোগ ব্যবস্থা। এখন জানতে হবে কিভাবে এই ব্যবস্থা কাজ করে বা ম্যানুয়াল পদ্ধতির থেকে কোন অবস্থায়, কিভাবে এই ব্যবস্থা একটি সহজতর ও উন্নততর পরিষেবার জন্ম দিয়েছে। আবার মজার কথা হলো যে যাকে বৈদ্যুতিন ডাক পাঠানো হচ্ছে, সে যদি সেইসময় মেশিন Operate না করে তবে ডাকটি Mail Box-এ জমা হয়, পরে কোনো সময় Mail Box থেকে তাকে পাঠ করা সম্ভব। এই বৈদ্যুতিন ডাক FTP বা ফাইল ট্রান্সফার প্রোটোকল পদ্ধতিতে কাজ করে। নিজের পছন্দমতো তথ্য সাজিয়ে তাকে বিশ্বের দরবারে পৌঁছে দেবার পদ্ধতি হল তথ্যজাল সৃষ্টি ও ব্যবহার।

৬.২ বৈদ্যুতিন ডাক (E-mail)

যখন দু'টি কম্পিউটার একই রীতিনীতি (Protocol) মেনে চলে তখন সেই দু'টি কম্পিউটার পরস্পরের সঙ্গে যোগাযোগ করে তথ্য আদান-প্রদান করতে পারে। এই একই রীতিনীতি (TCP/IP) মেনে চলার কায়দাটাই বৈদ্যুতিন ডাক এর প্রাথমিক ভিত্তি। আর দু'টি কম্পিউটারের মধ্যবর্তী সংযোগকারী যোগাযোগ ব্যবস্থাপনা (Communication Inter Structure) তথা আন্তর্যুক্ত বৈদ্যুতিন জালই হচ্ছে বৈদ্যুতিন ডাকের বাস্তবায়নের প্রধান স্তম্ভ। এই দু'টোর যৌথ ব্যবস্থাপনার মধ্য দিয়েই বৈদ্যুতিন ডাকের প্রকাশ ও প্রসার।

৬.২.১ বৈদ্যুতিন ডাক কী?

বৈদ্যুতিন ডাক ব্যবস্থা এমনি এক সার্বিক বৈদ্যুতিন পরিকাঠামো যেখানে বৈদ্যুতিন ডাকের বিষয়বস্তু মুহূর্তের মধ্যে পৃথিবীর এক প্রান্ত থেকে অপর প্রান্তে অতি সহজেই যে কোন ব্যক্তিকে পাঠানো যায় এবং প্রাপকের ঠিকানায় সঞ্চিত করে রাখা যায় প্রাপকের সুবিধামতো সময়ে দেখার জন্য। পূর্বে যা আংশিকভাবে সম্ভব হতো শুধুমাত্র ডাক বিভাগের ডাক ও তার-এর সাহায্যে। সেখানে ডাক বিভাগের প্রচলিত রীতি ও সময় ইত্যাদির উপর কোন নিয়ন্ত্রণ থাকে না। প্রাপক যে কোন স্থান থেকেই যখন খুশি যে কোন বৈদ্যুতিন জালে যুক্ত কম্পিউটারের মাধ্যমে তার ডাক দেখে নিতে পারেন সেটা তার নিজের কম্পিউটারেই হোক্ বা যে কোন সাইবার কাফে কম্পিউটারই হোক। বৈদ্যুতিন জালের মাধ্যমে ডাক পাঠানোর জন্য প্রেরকের কম্পিউটারে যেমনি বিশেষ রীতিনীতি (FTP/IP) প্রবর্তন করা হয়েছে, তেমনি তৈরী হয়েছে বিশেষ সফ্‌টওয়ার যেমন 'Simple Mail Transfer Protocol' (SMTP). Netscape Messenger ইত্যাদি আবার প্রাপকের কম্পিউটারের জন্যও তৈরী হয়েছে বিশেষ রীতিনীতি যুক্ত সফ্‌টওয়ার যেমন Post Office Protocol 4 (POP3)।

৬.২.২ বৈদ্যুতিন ডাকের ঠিকানা (E-mail Address)

বৈদ্যুতিন ডাকের ঠিকানা অনেকটাই তথ্যজালের ঠিকানা URLএর মতো। বৈদ্যুতিন ডাকের বেলায়ও অনুরূপ রীতিনীতি মানা হয় যেমন ghosh@ralph.cs. binghamton.edu, এখানে এই অংশটুকু একটি অতিথি সেবক কম্পিউটার (Host Server)-এর সম্পূর্ণ ঠিকানা। এই নামে যোগ্য ডোমেইন্ এই একটি এবং অদ্বিতীয়।

৬.২.৩ বৈদ্যুতিন ডাক বাক্স (Mail Box)

বৈদ্যুতিন ডাকের ঠিকানায় দুটোভাগ @ চিহ্নটি দিয়ে পৃথক করা আছে। @ চিহ্নটির ডানদিকের অংশ ralph.cs.bringham.edu হচ্ছে ডোমেইন এবং সাবডোমেইনের নাম অর্থাৎ ডাকটি শেষ পর্যায়ে পৌঁছানোর পর যে সেবক কম্পিউটারে সঞ্চিত হয়ে থাকবে সেই কম্পিউটারের ঠিকানা তথা সেই কম্পিউটারে পৌঁছানোর ক্রমো পথ বিন্যাস। বৈদ্যুতিন ডাক ব্যবহারকারীর নাম অনুসারে অতিথি সেবক কম্পিউটারে আবন্টিত অংশকে বৈদ্যুতিন ডাক বাক্স বলা হয়। এবং ব্যবহারকারী প্রস্তুত না থাকলে প্রেরিত চিঠি এতে জমা থাকে ভবিষ্যতের জন্য।

৬.২.৪ বৈদ্যুতিন ডাক দেখা এবং পাঠানোর ব্যবস্থাপনা

বৈদ্যুতিন ডাকের বিষয়বস্তু প্রথমেই দেখে নিয়ে তার গুরুত্ব অনুসারে ব্যবস্থাপনাই যুক্তিযুক্ত, তাই বৈদ্যুতিন ডাকে আসা সব চিঠিগুলো সূচীপত্র অনুসারে একে একে দেখে নিতে হয় এবং গুরুত্ব বুঝে চিঠিটির অনুলিপি নেওয়ার অথবা জরুরী কিনা বুঝে সঙ্গে সঙ্গে উত্তর দেওয়ার ব্যবস্থাপনা করা হয়।

আন্তর্যুক্ত বৈদ্যুতিন জালের সংযোগকারী সহায়ক সংস্থার সঙ্গে দু'ভাবে যুক্ত হওয়া যায়—(১) কম্পিউটারটি চালানোর পর মূষিক এর সাহায্যে 'start'-এ গেলে প্রোগ্রাম মেনু খুলে যাবে এবং সেখানে যে সংযোগকারী সহায়ক সংস্থা বসানো হয়েছে যেমন VSNL, Caltiger, Satyam On line ইত্যাদি তার নীচে কার্সার নিয়ে মূষিকের সাহায্যে দু'বার ক্লিক করলেই ঐ সংযোগকারী সংস্থার একটি বিশেষ পৃষ্ঠা খুলে যাবে। ঐ পৃষ্ঠায় কতগুলি শূন্যস্থান পূরণ করতে হবে—

USER ID [ ] Password [ ]

Internet Service Provider Ph. No. [ ]

(২) কম্পিউটারে যদি সহায়ক সংস্থার যে কোন একটি চিত্র লেখ (Icon) তৈরী হয়ে থাকে তবে তাতে দু'বার ক্লিক করলেই একই কাজ হবে।

অতঃপর বৈদ্যুতিন ডাক পৃষ্ঠায় Compose Option-এ ক্লিক করলে নিচের বয়ানে একটি পৃষ্ঠা খুলে যাবে যাকে ভর্তি করে, Save করে পাঠিয়ে দিতে হবে।

Subject [ ] To [ ]

CC [ ] BCC [ ]

Text [ ]

attach [ ] Send [ ]

৬.৩ F.T.P.— একটি ধারণা

ইন্টারনেটে এমন অনেক ফাইল আছে যেগুলো সাধারণভাবে যে কেউ (Public) দেখতে বা access করতে পারে— পাব্লিক্ ডোমেন্ (Domain) এবং Shareware programs, বই, ছবি, শব্দ ইত্যাদি। এই সমস্ত ফাইলগুলোকে সংযোগকারী সহায়ক সংস্থা (Service Provider)-এর সিস্টেমে নিয়ে আসা বা Transfer করা হয় যে প্রোগ্রামের সাহায্যে তাকে বলা হয় FTP বা File Transfer Protocol. ডাইরেক্টরী বা মেল্ মেসেজের ক্ষেত্রে বলা যায় 'ftp to such and such a computer to find this file'—এর মানে হল FTP সিস্টেমকে ব্যবহার করে ফাইলটাকে Transfer করা। এখন প্রশ্ন হচ্ছে কখন FTP প্রয়োগ করা খুব প্রয়োজন। অনেক সিস্টেমই ব্যবহারকারীকে ব্যস্ত সময়ে যেকোন জায়গায় digging around করতে দিতে যায় না, free সময়ে access করতে দিতে চায় এক্ষেত্রে FTP Site এই ব্যবস্থায় ব্যবহার করা হয়। সাধারণতঃ সংযোগকারী সহায়ক সংস্থার মেনু সিস্টেম করা থাকে যাতে FTP কে সহজে কাজ করানো যায়। একে Gopher বলা হয়।

৬.৪ তথ্য সাজানো ও তথ্যজাল পর্যবেক্ষণ

বিশ্ব-ব্যাপ্ত-তথ্যজাল (World-Wide-Web) একটি পরস্পর সংশ্লিষ্ট বহু 'সেবক কম্পিউটার' এ (Server Computer) নিবদ্ধ সুবিশাল তথ্য ভাণ্ডার যেখান থেকে বহু সেবক কম্পিউটারে রক্ষিত তথ্য এবং নথি আন্তর্জালের মাধ্যমে একদিকে যেমনি আন্তর্জাল যুক্ত কম্পিউটার ব্যবহারকারী সংগ্রহ করতে পারেন অপরদিকে তেমনি নির্দিষ্ট রীতিনীতি মেনে ব্যবহারকারী সৃষ্ট যেকোন তথ্য এবং নির্দিষ্ট সেবক কম্পিউটারের ঠিকানায় অপরের ব্যবহারের জন্য সঞ্চিত করে রাখতে পারেন। তথ্যজাল পর্যবেক্ষক সফ্টওয়ার (Web Browser—উদাঃ Netscape Navigator. Internet Explorer) দিয়ে শুধু পাঠ্যাংশ ছাড়াও তথ্যজালে সংশ্লিষ্ট সেবক (Server)_ কম্পিউটারে সঞ্চিত ধ্বনি সহযোগে তথ্যচিত্র তথা বহু মাধ্যমে (Multimedia) সৃষ্ট তথ্য ও সংবাদ মক্কেল (Client) কম্পিউটারের মাধ্যমে পরিবেশন সহজসাধ্য হল।

৬.৪.১ তথ্যজালের ব্যাপ্তিতে ইতস্ততঃ ঘুরে বেড়ানো

বিশ্ব ব্যাপ্ত তথ্যজালের মূল বৈশিষ্ট্যই হলো এক তথ্যের সঙ্গে অপর আরেকটি সংশ্লিষ্ট তথ্যের অতিযুক্ততা (Hyperlink)। তথ্যজালে রক্ষিত তথ্যগুলোর পারস্পরিক এই অতিযুক্ততাকে কাজে লাগিয়ে বিভিন্ন সেবক কম্পিউটারে রক্ষিত নথিগুলোকে ধারাবাহিকভাবে যুক্ত করা যায়। আবার এই অতিযুক্ততাকে ব্যবহার করে একই দলিলের বিভিন্ন অধ্যায়ে বা অনুচ্ছেদে সরাসরি পৌঁছানো যায়। ধরা যাক Netscape Editor-এ একটি বাক্যে লেখা রয়েছে যার দু'টি শব্দের তলায় Underline করা আছে। এই দাগ বুঝিয়ে দিচ্ছে যে এই শব্দ দু'টি তথ্যজালে 'অতিযুক্ত' (hyperlinked)। এদের যেকোন একটাতে ক্লিক করলেই ঐ শব্দের তথ্য নথির (Data file) স্ববিশিষ্ট পৃষ্ঠায় (Home page)-এ নিয়ে যাবে। স্থানীয় অঞ্চলে চাকরি খোঁজার জন্য 'অতিযুক্ত' আছে এমন যে কোন চাকরি বিষয়ক তথ্যজালের 'স্ববিশিষ্ট পৃষ্ঠায়' পৌঁছালে পর বিভিন্ন স্থানে বিভিন্ন সংস্থার নিয়োগ কর্তার বিজ্ঞাপিত চাকরীর সন্ধান পাওয়া যাবে। অতিযুক্ত শব্দগুলির তলায় কার্সার্ নিয়ে গিয়ে ক্লিক্ করে ইঙ্গিত চাকরির পাতায় পৌঁছান যাবে।

৬.৪.২ তথ্যজালের কাঠামো (Web Format)

তথ্যজালে সংশ্লিষ্ট সেবক কম্পিউটার থেকে যে কোন নথি বারে বারে স্থানান্তর (Transfer) করা যায়। নথির সূচীপত্র থেকে কাঙ্ক্ষিত নথিটিকে তার নামের শেষে সংযোজিত অংশ (Extension) এবং সাঙ্কেতিক চিহ্ন থেকে চিনে নেওয়া যায়। বেশিরভাগ সংযোজিত অংশই তিন অক্ষর দিয়েই তৈরী। তথ্যজালের নথিগুলো নিম্নোক্ত সমবৈশিষ্ট্য যে কোন শ্রেণীর মধ্যে পড়বে।

(১) তথ্যজালের নথিগুলো HTML-এ লেখা এবং সংযোজিত অংশ হবে html অথবা htm (html-Hyper Text Markup Language)। HTML সফ্টওয়ারের এক ধরনের ভাষা।

(২) ছবির নথিগুলোর কাঠামো হবে হয় GIF (.gif) অথবা JPEG (.jpeg)

(৩) বহু মাধ্যমে সৃষ্ট (Multimedia) নথি থাকবে।

(৪) পাঠ্যাংশে (text) নথিগুলো সহজ ASCII code এ লেখা এবং সংযোজিত অংশ থাকবে text.

৬.৪.৩ তথ্যজালের পৃষ্ঠা (Web Page)

তথ্যজালের পৃষ্ঠা অতি সরল একটি বিশেষ নথি যা নাকি HTML-এ লেখা। তথ্যজালে পৃষ্ঠা প্রকাশ (publish) করা মানে হলো html-এ লেখা পৃষ্ঠাটিকে আন্তর্জালে সংশ্লিষ্ট কোন htp সেবক কম্পিউটারে নির্দিষ্ট ঠিকানায় সঞ্চিত করে রাখা যাতে করে বিশ্বের যে কেউ যে কোন স্থান থেকে ঐ নির্দিষ্ট ঠিকানা খোঁজ করলেই ঐ পৃষ্ঠায় রক্ষিত তথ্য সহজেই পেতে পারেন। বেশিরভাগ তথ্যজাল পৃষ্ঠা http সেবক কম্পিউটারে রাখা হয়। কেউ কেউ Gopher বা FTP সেবক কম্পিউটারেও রাখে। তথ্যজালের পৃষ্ঠা অনেক প্রকারের হতে পারে। যেমন—

(১) ব্যক্তিগত তথ্যজালের স্ববিশিষ্ট পৃষ্ঠায় (Home Page) ব্যক্তি বিশেষের শখ, শখের পেশা, কৌতূহল, সংক্ষিপ্ত জীবনপঞ্জী প্রভৃতি বর্ণিত থাকে বিশেষভাবে কৌতূহলী দর্শকের দৃষ্টি আকর্ষণ করানোর জন্য।

(২) ব্যবসাগত তথ্যজালের স্ববিশিষ্ট পৃষ্ঠায় ব্যবসা এবং ঐ ব্যবসায়ীর উৎপাদিত পণ্য এবং গুণগত মান ইত্যাদির সূচিপত্র থাকে। ব্যবসাগত বিশদ বিবরণ ছোট বইয়ের মতো সবই পৃষ্ঠার পর পৃষ্ঠায় লেখা থাকে এমনকি ক্রেতাকে পণ্য বিক্রয়ের বা সেবামূলক কাজের ব্যবস্থাও বলা থাকে।

(৩) তথ্যজালের পথনির্দেশ সংবলিত বিশদ তথ্য যেমন Yahoo. Satyam ইত্যাদি এবং তথ্যজালে অন্যান্য বিশেষ বিশেষ শ্রেণীগত সূচীপত্র প্রভৃতি দেওয়া থাকে।

৬.৪.৪ তথ্যজালের পৃষ্ঠার সংরক্ষণ, ছাপান এবং ডাউন লোডিং

বিশ্বব্যাপ্ত তথ্যজালের সন্ধান করার জন্য অনুসন্ধানকারীর কম্পিউটারকে সাজিয়ে নিতে হবে। এবার কম্পিউটারটিকে চালালে (Power on) তর প্রদর্শন পর্দায় অমনি অমনি (Default) ভেসে উঠবে কতকগুলি ছোট ছোট চিত্র লেখ (graphical icon)। এরপর My Computer → Dial up Network →|<internet service provider icon > → > Double click → ভেসে উঠবে ⇒

User name [ ] Password [ ] দূরভাষ নম্বর [ ] → Connect Start Programme ⇒ আন্তর্জাল যুক্ত → তথ্যজাল পর্যবেক্ষণ সফ্‌টওয়ার → Browser → তথ্যজালের ঠিকানা URL লিখতে হবে → ইঙ্গিত তথ্যের স্ববিশিষ্ট পৃষ্ঠা → Save as ⇒ তথ্য পৃষ্ঠাটি সংরক্ষিত হবে বা Print নির্দেশ দিলে তথ্যপৃষ্ঠাটি ছাপিয়ে নেওয়া যায়।

৬.৫ সারাংশ

চিঠি লিখে ডাকবাক্সে ফেলা বা পিওন মারফৎ সেই চিঠি সঠিক জায়গায় পৌঁছতে যে সময় লাগে তার থেকে অনেক দ্রুত ইলেকট্রনিক মেল বন্ধন বা E-mail-এর সাহায্যে সুরক্ষিত তথ্য যথাস্থানে পৌঁছায় আবার প্রাপকের অনুপস্থিতিতে তা Inbox-এ সঞ্চিত থাকে। World wide web ব্যবস্থায় প্রত্যেক সিস্টেমের জন্য নির্দিষ্ট কাঠামোর Web page বানানো থাকে। সব Web page access করার অনুমতি সবার থাকে না। তবে FTP প্রোটোকলের সাহায্যে সাধারণ অনুমতিযুক্ত সব Web Page কেই Service provider সিস্টেমে এনে ব্যবহার করা যায়।

৬.৬ অনুশীলনী

i) **শূন্যস্থান পূরণ করুন :**

(ক) দু'টি কম্পিউটারের মধ্যবর্তী যোগাযোগ ব্যবস্থাকে বলে আন্তর্যুক্ত ——— ———।

(খ) প্রাপকের কম্পিউটারের জন্য প্রয়োজনীয় সফ্‌ট্‌ওয়্যার হল ——— ——— ———।

(গ) সংযোগকারী সহায়ক সংস্থার মেনুকে ——— বলে।

(ঘ) তথ্যজালের নথিগুলো Hypertext —— —— এ লেখা।

(ঙ) ব্যক্তিগত তথ্যজালের ——— Page-এ ব্যক্তির জীবনপঞ্জী লেখা থাকে।

(ii) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) E-mail কি ও কিভাবে E-mail বা তার accessory পাঠানো যায়?

(খ) ডাক বাক্স কি?

(গ) FTP বা gopher কিভাবে internet access কে সাহায্য করে?

(ঘ) তথ্যজালের কাঠামো উল্লেখ করে তথ্যজাল পর্যবেক্ষণ সম্বন্ধে আলোচনা করুন।

(ঙ) কেমনভাবে তথ্যজালের পৃষ্ঠা সংরক্ষণ বা ছাপান হয়?

৬.৭ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৬.২

(খ) পর্যায় ৬.২.১

(গ) পর্যায় ৬.৩

(ঘ) পর্যায় ৬.৪.২

(ঙ) পর্যায় ৬.৪.৩

(ii) (ক) পর্যায় ৬.২

(খ) পর্যায় ৬.২.৩

(গ) পর্যায় ৬.৩

(ঘ) পর্যায় ৬.৪

(ঙ) পর্যায় ৬.৪.৪

৬.৮ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Internet and Web page design by Murarka—BPB Publication

একক ৭ □ নন্‌লিনিয়ার এডিটিং (Premiere)—প্রাথমিক ধারণা

গঠন

৭.০ উদ্দেশ্য

৭.১ প্রস্তাবনা (এডিটিং ও প্রিমিয়ার সম্বন্ধে ধারণা)

৭.২ প্রিমিয়ারে প্রোজেক্ট নিয়ে কাজ

৭.২.১ কিভাবে প্রোজেক্ট শুরু করা হয়

৭.২.২ প্রোজেক্ট সেটিং ঠিক করা

৭.২.৩ সেভিং ও অটোসেভিং

৭.২.৪ প্রোজেক্ট খোলা যায় কিভাবে

৭.৩ শর্ট-কাট কি ব্যবহার

৭.৪ ভিডিও এডিটিং

৭.৪.১ মনিটর উইন্‌ডো ব্যবহার

৭.৪.২ টাইমলাইন উইন্‌ডো ব্যবহার

৭.৪.৩ এডিটিং এর শুরু ও আউটপুট

৭.৪.৪ মার্কার ব্যবহার

৭.৪.৫ ভিডিও প্রোগ্রাম এডিটিং

৭.৪.৬ ভিডিও প্রোগ্রাম প্রিভিউ

৭.৫ এ্যাডিং ট্রান্‌সিশন্‌

৭.৫.১ ট্রান্‌সিশন্‌ প্যালেটের ব্যবহার

৭.৫.২ ট্রান্‌সিশন্‌ তৈরী

৭.৫.৩ ট্রান্‌সিশন্‌ সেটিং-এর পরিবর্তন

৭.৬ অডিং মিক্সিং

৭.৬.১ প্রিমিয়ারে অডিও প্রসেসিং

৭.৬.২ Gain ঠিক করা

৭.৬.৩ ফেডিং ও ক্রশ্‌ ফেডিং

৭.৬.৪ প্যানিং

৭.৬.৫ অডিও ক্লিপস্ দেখা

৭.৬.৬ অডিও ফিল্টার

৭.৭ সারাংশ

৭.৮ অনুশীলনী

৭.৯ উত্তর সংকেত

৭.১০ গ্রন্থপঞ্জী

৭.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- ননলিনিয়ার এডিটিং কি ও কিভাবে এর জন্য প্রিমিয়ার প্রয়োজন
- প্রিমিয়ার সফ্‌ট্‌ওয়্যার কেন এডিটিং এ গুরুত্বপূর্ণ
- ভিডিও এটিডিং কি
- ট্রান্‌সিশন্ কিভাবে ভিডিও বা ক্লিপে অ্যাড্ করা যায়
- কিভাবে প্রিমিয়ারে অডিও মিক্সিং করা যায়

৭.১ প্রস্তাবনা (এডিটিং ও প্রিমিয়ার সম্বন্ধে ধারণা

নন্‌লিনিয়ার এডিটিং বলতে বোঝায় কোন recorded live information যা ভিডিও এবং অডিও সমন্বয়ে তৈরী হয়েছে তাকে বিভিন্নভাবে প্রয়োজন অনুসারে পরিবর্তন করা। অনেক সময় আবার দেখা যায় যে শুধু ভিডিওটাই পরিষ্কারভাবে প্রয়োজন রেকর্ডিং হয়েছে কিন্তু অডিও খুব দুর্বল তখন Presentation-এর quality ভালো করার জন্য অডিও ট্র্যাক ঠিক করা বা নতুন কোন অডিও তাতে যোগ করার প্রয়োজন। এই সমস্তকিছুই খুব সহজে ও সুন্দরভাবে করা সম্ভব Adobe Premiere সফ্‌ট্‌ওয়্যারের সাহায্যে। কাজেই কম্পিউটারের এই সফ্‌ট্‌ওয়্যারে কিভাবে এগুলো করা যায় সে সম্বন্ধে একটা প্রাথমিক ধারণা তৈরী করা প্রয়োজন।

Adobe Premiere সাধারণতঃ Windows '95, '98 বা NT4 যে কোন basic অপারেটিং সিস্টেমের উপরই কাজ করে। এতে কেবলমাত্র title দেওয়ার জন্য Font ব্যবহার করা হয়। এর জন্য ATM (Adobe Type Manager) চালানোর কোন প্রয়োজন হয় না। এটা digital video নিয়ে কাজ করার জন্য খুব প্রয়োজন। Premiere নিজে নিজেই 'Quick Time'কে Install করে নেয় যা Video কে তাড়াতাড়ি চালাতে খুব সাহায্য করে।

এছাড়াও Premiere. 'Indeo' নামক প্রোগ্রামকেও Install করে নেয় যা খুব তাড়াতাড়ি Videoকে Compress করে দেয় এবং Microsoft Directshow এবং Media Player ও এর মধ্যেই থাকে যা Video বা Audio কে সঠিকভাবে চালোনোর জন্য খুব উপযোগী। সুতরাং প্রিমিয়ার সফ্ট্ওয়্যার Capture, এডিট্ এবং ভিডিও চালকের জন্য একটা Compact সফ্ট্ওয়্যার।

৭.২ প্রিমিয়ারে প্রোজেক্ট নিয়ে কাজ

৭.২.১ কীভাবে প্রোজেক্ট শুরু করা হয়

প্রোজেক্ট হল আসলে একটি একক প্রিমিয়ার file যার মধ্যে কোন Videio প্রোগ্রামকে সংরক্ষিত করা হয়। একটা Video প্রোগ্রাম অনেকগুলো Clip বা Video clip এর সমন্বয়ে তৈরী হয়। প্রোজেক্টে এই সমস্ত Clip এর Reference এবং প্রয়োজনীয় তথ্য রাখা থাকে। যদি Video তে কোন ট্রান্সিশন্ বা effect থাকে তবে তার তথ্যও রাখা থাকে। প্রোজেক্টের মধ্যে, যে কোন clip কে মুছে ফেলা যায়, নতুন Clip যোগ করা যায়, Clip গুলোর Viodeo তে Position বা স্থান পরিবর্তন করা যায় এবং প্রোজেক্টের বাইরে লাইব্রেরীতেও Clip গুলো সংরক্ষণ করা যায়। তাহলে নতুন প্রোজেক্ট শুরু করার পর্যায়গুলো বলা যাক্—

(ক) প্রিমিয়ার শুরু করুন এবং File পছন্দ করুন > New > Project

(খ) নীচের পর্যায়দুটির যেকোন একটা পছন্দ করুন—

(i) প্রোজেক্টের নির্দিষ্ট Setting পছন্দ করুন।

(ii) যদি মনে হয় যে প্রিমিয়ারের নিজস্ব Setting গুলোর কোনোটা পছন্দ করবেন তবে 'Load'.এ ক্লিক্ করুন, যেকোন item পছন্দ করুন প্রাপ্ত প্রোজেক্ট Setting গুলোর মধ্যে থেকে তারপর 'Ok'।

(গ) প্রোজেক্ট Setting dialog box-এর 'Ok'তে ক্লিক্ করে বন্ধ করুন।

৭.২.২ প্রোজেক্ট সেটিং ঠিক করা

প্রোজেক্ট শুরু করার সময় প্রোজেক্ট Setting এর ৫টা বিভাগ থেকে নিজের পছন্দমতো Setting গুলো বেছে নিতে হবে।

(ক) General Setting— এক্ষেত্রে Video প্রোগ্রামের প্রধান ধর্মগুলো Control করতে হবে যেমন Video process, সময় নির্ধারণ করা এবং পরিবর্তন করার জায়গাটাকে নির্দিষ্ট করা।

(খ) Video Setting—যদি 'Timeline' অর্থাৎ যে Window তে Video প্রোগ্রাম এডিট্ করা হয় সেখান থেকে Video টা চালনা করা হয় তবে frame-এর আকার, ছবির Quality এবং Compression Setting কি হবে তা এখান থেকে ঠিক করা হয়।

(গ) Audio Setting—'Timeline' থেকে audio চালানোর সময় frame সম্পর্কিত ধর্মগুলো কি রকম থাকবে সেটা এই বিভাগে ঠিক করতে হয়।

(ঘ) Keyframe and Rendering—'Timeline' থেকে Video চালানোর সময় frame সম্পর্কিত ধর্মগুলো এই বিভাগ থেকে পরিবর্তন করা যায় যা Video Setting-এর সঙ্গে কাজ করে।

(ঙ) Capture Setting—এই বিভাগ থেকে ঠিক করা যায় কিভাবে ডেক্ (Deck) যে ক্যামেরা থেকে সরাসরি Video বা Audio প্রিমিয়ারের সাহায্যে হার্ড-ডিস্কে পাঠানো বা সংরক্ষণ করা যায়।

প্রিমিয়ার প্রিভিউ (Preview) ফাইল তৈরী করে প্রোজেক্টে Setting-এর উপর অবলম্বন করে বা প্রসেস্ সময় কমিয়ে তাড়াতাড়ি Export করতে সাহায্য করে।

৭.২.৩ সেভিং এবং অটোসেভিং

প্রোজেক্ট সেভ্ করার জন্য নিম্নলিখিত পর্যায়গুলোর যেকোন একটা ব্যবহার করুন—

(ক) পছন্দ করুন File > Save → OK

(খ) নতুন নামে সেভ্ করার জন্য এবং নতুন Copy তে কাজ Continue করার জন্য File > Save as → OK.

(গ) নতুন নামে সেভ্ করার জন্য এবং পুরানো Copy তে কাজ Continue করার জন্য File > Save a copy → OK.

প্রোজেক্ট অটোসেভ্ করার জন্য নিম্নলিখিত পর্যায়গুলো ব্যবহার করুন—

(ক) পছন্দ করুন File > Preferences > Autosave / Undo

(খ) নীচের যেকোন একটি পর্যায়ের কাজ করে 'OK'তে ক্লিক্ করুন।

  (i) অটো সেভ্ সেক্শনে পছন্দ করুন 'Automatically Save Projects' তারপর কতক্ষণ পরপর প্রিমিয়ার প্রোজেক্টকে Save করবে সেটা উল্লেখ করুন।

  (ii) প্রোজেক্ট আর্কাইভ্ সেক্শনে সমস্ত প্রোজেক্ট মিলিয়ে কটা প্রোজেক্ট ফাইল প্রোজেক্ট আরকাইভ্ ফোল্ডারে Save হবে উল্লেখ করুন। যেমন যদি আপনি শেষ ৫টা ফাইল প্রোজেক্টের সংরক্ষণ করতে চান তাহলে '৫' টাইপ করুন।

৭.২.৪ প্রোজেক্ট খোলা যায় কীভাবে

যে প্রোজেক্টটি খুলতে চান সেটা ছাড়া অন্য প্রোজেক্ট খোলা থাকলে, তাকে বন্ধ করুন।

(i) তারপর পছন্দ করুন File > Open

(ii) খুঁজে বার করুন এবং double Click করুন প্রোজেক্ট আরকাইভ্ ফোল্ডারের সেই ফোল্ডারে যাতে প্রিমিয়ার আছে।

(iii) একটা প্রোজেক্ট পছন্দ করুন এবং তারপর 'OK' তে ক্লিক্ করুন।

৭.৩ শর্টকাট Key ব্যবহার

প্রিমিয়ারে খুব তাড়াতাড়ি কাজ করার জন্য বিভিন্ন Option-এর জন্য বিভিন্ন শর্টকাট্ 'কি' ব্যবহার করা হয়।

(i) Capturing Video— (ব্যবহৃত হয় Movie Capture এবং Stop Motion)

রেকর্ড	—	G	প্রথম অপসান্ ফিল্ডে ফোকাস্	—	Esc
স্টপ্	—	S	পরবর্তী অপসান্ ফিল্ডে ফোকাস্	—	Tab
ফাস্টফরোওয়ার্ড	—	F			
রিওয়াইন্ড	—	R			

(ii) Capturing Stop motion Video

রেকর্ড	—	G
স্টপ্	—	S

এক থেকে নয়টা ফ্রেম্ ক্যাপচারের জন্য — Alt + (1 থেকে 9 যেকোন সংখ্যা)

দশম ফ্রেম্টা ক্যাপচারের জন্য — 0

সদ্য ব্যবহৃত ফ্রেম মুছে ফেলার জন্য — Delete

প্রিভিউ করার জন্য মনিটর, Timeline এবং Movie Capture Windows এ—

প্রিভিউ — Enter (মুভি Capture Windows তে থাকে না)

প্লে — Spacebar + L or ~ (tilda)

In point থেকে — Alt + ↑ + ~

Out point এ প্লে

দ্রুত প্লে-এর জন্য — টাইপ করুন L বা — বারবার প্রয়োজন অনুযায়ী

স্টপ্ — Spacebar অথবা K

View কে Edit করার জন্য Trim View

মনিটর View ও Trim View-এর মধ্যে যাওয়া আসা— ^ + T

আগের Edit point-এ যাবার জন্য— ^ + ↑ + ←

পরের Edit point-এ যাবার জন্য — ^ + ↑ + →

Edit line-এর বাঁদিকে একটা frame, Trim করার জন্য— ←

Audio track-এ যাওয়া আসার জন্য

Pan - Alt + নীল pan control-কে টানুন

Precise fade — লাল fade control কে টানুন, তারপর ↑, তারপর টানার কাজটা করে চলুন।

Precise fade —Alt + নীল pan control কে টানুন, তারপর ↑, তারপর টানার কাজটা করে চলুন।

৭.৪ ভিডিও এডিটিং

প্রিমিয়ার সফ্‌ট্‌ওয়্যারের মাধ্যমে যেকোন ভিডিও ছবিকে ডাকা, পরিবর্তন করা, clip এর স্থান পরিবর্তন করানো, Save করা ইত্যাদি সম্ভব, মনিটর উইন্‌ডো বা টাইম্‌লাইন উইন্‌ডোর মাধ্যমে।

৭.৪.১ মনিটর উইন্‌ডোর ব্যবহার

মনিটর উইন্‌ডো আলাদা আলাদা clip frame দেখায় এবং তারপর ভিডিও প্রোগ্রামটা দেখায়। মনিটর উইনডো, মনিটরকে দুটো অংশে ভাগ করে, একটা অংশ সোর্স (Source) বা সোর্স Clip-এর জন্য এবং অন্য অংশ প্রোগ্রাম বা এডিটেড্ ভিডিওর জন্য। এটা সিস্টেমের Default Setting ধরে কাজ করে। আবার ভিডিওকে নিজের সুবিধামতো Trim করার জন্য Trim view তে যেতে হবে।

৭.৪.২ টাইমলাইন উইন্‌ডোর ব্যবহার

টাইমলাইন, প্রোগ্রামের একটা সময়নির্ভর উপস্থাপনা যেখানে পছন্দ করা, সাজানো পরিবর্তন করা প্রভৃতি সবই সম্ভব হয় যে কোনো ভিডিও প্রোগ্রামের যেকোন সোর্স (Source) clip-এর ওপর। টাইমলাইন চিত্র সহযোগে বুঝিয়ে দেয় যে ভিডিও প্রোগ্রামটির মধ্যে ক'টা clip, কোন clip কতক্ষণ চলবে বা তার সঙ্গে অন্যান্য clip গুলোর সম্পর্কই বা কি।

৭.৪.৩ এডিটিং এর শুরু ও আউটপুট

বেশিরভাগ Clip গুলোই Capture-এর সময় শুরুতে ও শেষে বেশ কিছুটা বেশী পরিসর রাখা হয় যাতে ভবিষ্যতে এডিট করা যায়। সঠিকমাত্রায় এডিটিং-এর পর যথাযথ শুরু ও শেষটা মার্ক করা খুব গুরুত্বপূর্ণ। কোন Clip-এর ঠিক শুরুটা 'In point' দিয়ে যাকে ভিডিও প্রোগ্রামের প্রথম ফ্রেম বলা হয়, ও ঠিক যেশটা 'Out point' দিয়ে, যাকে ভিডিও প্রোগ্রামের শেষ ফ্রেম বলা হয়, মার্ক করা হয়।

৭.৪.৪ মার্কার ব্যবহার

মার্কার পদ্ধতির সাহায্যে সহজেই বিশেষ বিশেষ অংশগুলিকে চিহ্নিত করা যায়। এটা Clip গুলোকে সাজানোর জন্যও ব্যবহার করা যায়। Time line এবং প্রতিটা Clip 0 থেকে 9 মোট 10টা মার্কার Position ঠিক করতে

পারে। যদি Source View-এর Clip অথবা Clip Window তে মার্কার যোগ করা হয় তবে মস্টার Clip যে মার্কার আছে সেটাও যুক্ত হয়ে যায়। যদি Time line or Program View-তে মার্কার যোগ করা হয় তবে Timeline ও Program View দুটিতেই তাকে দেখা যায়।

৭.৪.৫ ভিডিও প্রোগ্রাম এডিটিং

মনিটার উইন্ডোর যেকোন প্রোগ্রামকে এডিট্ করা যায় সোর্স (Souce) এবং প্রোগ্রাম কন্ট্রোলার-ব্যবহার করে তার সমস্ত টাইমকোডের জন্য অথবা ভিসুয়ালি একে Timeline-এ Edit করা যায়। সময়নির্ভর এডিটিং Timeline এ বেশ সহজসাধ্য যেখানে শুরু ও শেষ বিন্দু এবং প্রোগ্রামের পরিসরকে ক্লিক্ বা ড্র্যাগ্ করেই করা যায়।

৭.৪.৬ ভিডিও প্রোগ্রাম প্রিভিউ

প্রিভিউ-এর সাহায্যে এডিট্ করার সময় প্রোগ্রামের কার্যকারিতাও পরীক্ষা করা যায়। পুরো ভিডিও প্রোগ্রামটা export না করে খানিকটা অথবা পুরো ভিডিও প্রোগ্রামটা প্রিভিউ করা যায়। মনিটর প্রোগ্রাম ভিউতে, ভিউকে দেখান যায় যেকোন যথাযথ (Compatible) মনিটরে। ট্রানজিশন, ফিল্টার, এফেক্টস্ প্রিভিউয়ের প্রসেসিং সময় বাড়িয়ে দেয়।

৭.৫ এ্যাডিং ট্রানসিশন্

সবচেয়ে সহজতম ট্রান্সিশন্ হল 'কাট্' যেখানে কোন ক্লিপের শেষ ফ্রেম, পরবর্তী ক্লিপের প্রথম ফ্রেম হবে। এই 'কাট' শব্দটা এসেছে ফিল্ম এডিটিং থেকে যেখানে 'কাট্' মানে হল দু'টো ক্লিপকে যুক্ত করে একটা শট্ তৈরী হয়। যেমন ধরা যাক একটা Clip ধীরে ধীরে পরিবর্তিত হয়ে যাচ্ছে যার দ্বিতীয় অবস্থায় নতুন একটা ছবি প্রবেশ করান হল যেটা প্রথম ছবিটার দ্বিতীয় অবস্থা থেকে একই সঙ্গে পরিবর্তিত হয়ে শেষে গিয়ে প্রথম ছবিটা dissolve হয়ে গেল এবং একমাত্র প্রথম ছবিটাই Exist করছে। Premiete-এ এরকম ট্রানসিশন্ খুব সহজেই করা যায়।

৭.৫.১ ট্রানসিশন্ প্যালেটের ব্যবহার

প্রিমিয়ারে মোটামুটি ৭৫টা ট্রানসিশন্ আছে যেটা ট্রানসিশন্ প্যালেট থেকে নেওয়া যায়। প্যালেটে Icon গুলো পথ দেখিয়ে দেয় যে কিভাবে ট্রানসিশন্ হবে। এই Icon গুলোকে animate করা যায়।

৭.৫.২ ট্রানসিশন্ তৈরী

একটি ট্রানসিশন্ যুক্ত করার জন্য এইটাকে দুটো Clip-এর মধ্যেকার টাইমলাইন উইন্ডোর মধ্যে বসাতে হবে। কোন ভিডিও ট্র্যাকের সঙ্গে ট্রানসিশন্ যুক্ত করা যায় যখন ট্র্যাকটা সংক্ষিপ্ত (Collapsed) বা বিস্তারিত

(Expanded) উপায়ে উপস্থাপন করা হয়েছে। দুই বা ততোধিক ট্রানসিশন্‌কে পরপর একসাথে রাখার জন্য ট্রানসিশন্‌গুলোকে পাশাপাশি রাখা যায় যেখানে Clipগুলো Overlap করেছে।

৭.৫.৩ ট্রানসিশন্ সেটিং-এর পরিবর্তন

ট্রানসিশন্ সেটিং-এর পরিবর্তন নীচের পর্যায়গুলো অবলম্বন করা যায়—

(১) ট্রানসিশন্ সেটিং এর ডায়ালগ্ বক্স নীচের যে কোন একভাবে খোলা যায়—

(ক) ভিডিও প্রোগ্রামের ট্রানসিশন্ এবং টাইমলাইনে ট্রানসিশন্-এর পরিবর্তন একটি বিশেষ ক্ষেত্রে ঘটাবার জন্য ট্রানসিশনে ডাব্‌ল্ ক্লিক্ অথবা ট্রানসিশন্ সিলেক্ট করে পছন্দ করতে হবে Clip > Transition Setting.

(খ) ট্রানসিশনের ডিফল্ট সেটিং কোন একটি বিশেষ ক্ষেত্রের জন্য বা ভবিষ্যৎ প্রোজেক্টের জন্য পরিবর্তন করার জন্য ট্রানসিশন্ প্যালেটে ডাব্‌ল্ ক্লিক অথবা ট্রানসিশন্ Select করে প্যালেট মেনু থেকে মাস্টার ট্রানসিশন্ সেটিং পছন্দ করতে হবে।

(১) তারপর নীচের যেকোন একটি সেটিং ঠিক করে OK তে ক্লিক করতে হবে।

(ক) Clip এর শুরু ও শেষ ফ্রেম দেখার জন্য 'Show Actual Sources' কে পছন্দ করতে হবে।

(খ) ট্রানসিশনের শুরু ও শেষটা কেমন দেখতে হবে সেটা ঠিক করার জন্য 'Start and End Sliders' কে পছন্দ করতে হবে।

(গ) Optional border-এর দৈর্ঘ্য ঠিক করার জন্য 'Border slider' ধরে drag করতে হবে।

(ঘ) বর্ডার কালার পছন্দ করার জন্য কালার সুইচে ক্লিক করতে হবে, তারপর কালার সিলেক্‌শন্ উইন্‌ডো থেকে কালার পছন্দ করে 'OK' তে Click করতে হবে।

৭.৬ অডিও মিক্সিং

কিভাবে ভিডিওর সঙ্গে অডিওকে যুক্ত বা পরিবর্তন করা যায় সেটাও প্রিমিয়ারের জ্ঞাতব্য বিষয়।

৭.৬.১ প্রিমিয়ারে অডিও প্রসেসিং

একটি অডিও এফেক্ট একটি ক্লিপে বিভিন্নভাবে যোগ করা যায়—(ক) টাইমলাইনে অডিও ট্র্যাক্ adjust করে, (খ) কোন সিলেক্‌টেড্ ক্লিপের জন্য মেনু কম্যান্ড পছন্দ করে, (গ) একটি অডিও ফিল্টার প্রয়োগ করে।

৭.৬.২ Gain ঠিক করা

প্রিমিয়ারে একটি ক্লিপের জন্য সমানভাবে সব অংশে Gain ঠিক করার জন্য নিম্নলিখিত পর্যায়গুলি মেনে চলতে হবে—

(ক) টাইমলাইনে একটি অডিও ক্লিপ Select করতে হবে এবং পছন্দ করতে হবে Clip > Audio > gain.

(খ) নীচের যেকোন একটি কাজ করতে হবে—

(i) Gain Value টাইপ করুন, 100% এর ওপর যেকোন Value clip-কে অনেক বড়ো করে দেয় এবং 100% এর তলায় gain value clip কে অনেক ছোট করে দেখায়।

(ii) 'Normalire' এ Click করুন প্রিমিয়ারের autometic gain value তে কাজ করার জন্য।

(গ) এবার 'OK' তে ক্লিক করুন।

৭.৬.৩ ফেডিং ও ক্রশ ফেডিং

অডিও ট্র্যাককে শুরু থেকে শেষ বা শেষ থেকে শুরু ক্রমশ ফেড্ বা হালকা করে দেওয়া যায়। রেড্ ফেডার বা 'Rubber band', Clip চলার সময় যেকোন বিন্দুতে সঠিক gain adjust করতে সাহায্য করে। ফেডারে একটি হ্যান্ডেল্ তৈরী করে বিন্দুতে gain adjust করে হবে সেই বিন্দুটিকে ঠিক করা যায়। একটা অডিও ক্লিপ দু'টো হ্যান্ডেলকে যুক্ত রাখে, একটা ক্লিপের শুরুতে এবং অপরটি ক্লিপের শেষে।

৭.৬.৪ প্যানিং

একটি মোনোফোনিক্ অডিও ক্লিপকে প্যান করা হয় যাতে তার অবস্থানটা বাম ও ডান স্টিরিও চ্যানেলের মধ্যে থাকে। প্যানকে যেকোনভাবে পরিবর্তন করা যায় Clip-এর Duration-এর মধ্যে। এটা করা যায় হ্যান্ডেলকে যুক্ত করে বা টেনে এবং যা করা যায় "ব্লু প্যান কন্ট্রোল" এর ওপর।

৭.৬.৫ অডিও ক্লিপস্ দেখা

নিম্নের বিভিন্ন পর্যায়ের সাহায্যে অডিও ক্লিপ দেখা যায়—

(১) টাইমলাইনে অডিও Waveform দেখার জন্য অডিও ট্র্যাকের নামের পাশে যে triangle আছে তাকে ক্লিক করতে হবে।

(২) যদি টাইমলাইনে না থাকে তবে Clip টা timeline-এ যুক্ত করে তারপর (১) নং পর্যায়টা করতে হবে।

(৩) নিজের Window তে audio clip দেখার জন্য এবং এটা টাইমলাইনে থাকে তবে 'Alt' press করতে হবে যখন Clip-এ ডাবল্ ক্লিক করা হচ্ছে।

৭.৬.৬ অডিও ফিল্টার

অডিও সিস্টেমে কোন ত্রুটি দূর করার জন্য বা তাকে উন্নত করার জন্য অডিও ফিল্টার ব্যবহার করা হয়। এটা নিম্নলিখিত উপায়ে ব্যবহার করা যায়।

(১) টাইমলাইনে অডিও ক্লিপকে পছন্দ করুন।

(২) পছন্দ করুন Clip>Filters

(৩) Filter dialog box-এ যে Filter পছন্দ তাতে ক্লিক্ করতে হবে।

(৪) এবার 'Add' বা নির্দিষ্ট option পছন্দ করতে হবে।

৭.৭ সারাংশ

প্রিমিয়ার সফ্‌ট্‌ওয়্যার সাধারণতঃ নন্‌লিনিয়ার এডিটিং অর্থাৎ ভিডিও বা অডিও এডিটিং এর জন্য ব্যবহার করা যায় যেমন কোন স্টীল ছবিকে গতি দেওয়া যায় আবার Motion transmition যেমন আস্তে থেকে ক্রমশ দ্রুত বা Colour effect ও দেওয়া যায়। কোন শুধু recorded video-এর সঙ্গে অডিও মিক্সিং এর প্রয়োজন হলে সফ্‌ট্‌ওয়্যার ব্যবহার করা হয় বা অডিও ফিল্টারও প্রয়োজন মতো ব্যবহার করা সম্ভব।

৭.৮ অনুশীলনী

i) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) কোন একটি প্রিমিয়ার প্রোজেক্টে ভিডিও এডিটিং কিভাবে করা যায়।

(খ) কোন ভিডিওতে কিভাবে ট্রানসিশন্ এফেক্ট আনা যায়?

(গ) অডিও মিক্সিং-এর পদ্ধতি আলোচনা করুন।

৭.৮ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৭.২, ৭.৪

(খ) পর্যায় ৭.৫

(গ) পর্যায় ৭.৬

৭.১০ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Adobe Premiere 5.0 - Classroom in a book by Adobe—Techmedia.

একক ৮ □ কম্পিউটার গ্রাফিক্স (ফটোশপ্)— Basics

গঠন

৮.০ উদ্দেশ্য

৮.১ প্রস্তাবনা

৮.২ ফটোশপে টুলবক্স কীভাবে ব্যবহার করা যায়

৮.৩ ফটোশপে অপশন্ বার কীভাবে ব্যবহার করা যায়

৮.৪ ফটোশপের স্ক্রীন পরিচিতি (উইন্‌ডোজের জন্য)

৮.৫ ফটোশপের মেনু পরিচিতি

৮.৬ কেমনভাবে নতুন ইমেজ তৈরি করা যায়

৮.৭ ফটোশপে কোনো তৈরি ইমেজ ডাকা

৮.৮ কোন EPS, PDF অথবা Adobe illustrator ইমেজকে ফটোশপের ইমেজের ওপর বসানো

৮.৯ ইমেজকে ভেঙ্গে দেওয়া

৮.১০ সারাংশ

৮.১১ অনুশীলনী

৮.১২ উত্তর সংকেত

৮.১৩ গ্রন্থপঞ্জী

৮.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- কম্পিউটার গ্রাফিক্স কি এবং তাতে ফটোশপকে কিভাবে ব্যবহার করা যাবে
- ফটোশপে বিভিন্ন অপশান, টুল বা তার স্ক্রীনকে কিভাবে ডিজাইনার বা ইমেজ মেকার হিসাবে ব্যবহার করা যায়
- কেমনভাবে ফটোশপে নতুন ইমেজ তৈরী করা যায় বা অন্য কোন ইমেজকে ফটোশপের ইমেজের ওপর নিয়ে আসা যায়
- আবার এটাও জানা যাবে যে কেমনভাবে একটা পূর্ণ ইমেজকে ভেঙ্গে দিয়ে কোলাজ ইমেজ তৈরী করা যায়।

৮.১ প্রস্তাবনা

গ্রাফিক্স মানে প্রয়োজন মতো ছবি তৈরী করা তাকে সঠিকভাবে উপস্থাপন করা অথবা ছবি বা তোলা Photo কে নিজের প্রয়োজনমতো পরিবর্তন বা Edit করা, রঙ দেওয়া বা সরানো, Title দেওয়া এবং সেভ করে উপযুক্ত পাতায় (Photo paper/Art Paper) প্রিন্ট করা। এই কাজগুলোর ক্ষেত্রে ফটোশপ সফ্‌ট্‌ওয়্যার ডিজাইনারকে খুব সাহায্য করে তবে এর বিভিন্ন সাহায্যকারী tool বা অপশানকে ভালো করে বুঝে নিতে হবে তবেই এর সাহায্যে গ্রাফিক্সের কাজ সহজে, সুন্দরভাবে ও তাড়াতাড়ি হবে। এখানে প্রধানত, উইন্‌ডোজ ফটোশপ (ver 7.0) এর ওপর নির্ভর করে আলোচনা করা হয়েছে তবে এর lower version গুলোর জন্যও প্রযোজ্য।

৮.২ ফটোশপে টুলবাক্স কীভাবে ব্যবহার করা যায়

টুল টিপ্‌স ঃ পয়েন্টারটাকে যেকোন টুল icon এর কাছে নিয়ে যান, প্রেস্‌ বা ক্লিক করবেন না তাহলে টুলের নাম বা তার শর্টকাট কী জানতে পেরে যাবেন। একইভাবে প্যালেট্‌ বা অপ্‌সান্‌ বার এর কাজগুলো সম্বন্ধে জানা যাবে।

অথবা Edit এর Show Tool Tips > preferences > general পর পর পছন্দ করলেও এই feature কাজ করান যাবে।

টুলবক্স ঃ কোন টুল পছন্দ করার জন্য তার icon যদি visible থাকে তবে তাতে গিয়ে একবার ক্লিক করতে হবে। অতঃপর ছোট '▶' (arrowhead) এ ক্লিক করে তার পরবর্তী টুল অপ্‌শান্‌ popout palette থেকে পছন্দ করতে হবে।

নীচে টুলবক্সের বিভিন্ন অপ্‌শান্‌ সম্বন্ধে বলা হল প্রতিটার পাশে তার শর্টকাট কী ব্র্যাকেটে দেওয়া হল যা Shift + কী ব্যবহার করলেই কাজ করবে—

1. Rectangular marquee (M)
   (এটা রেক্‌ট্যাংগুলার শেপে যেকোন ইমেজ বা তার অংশগুলোকে Select করে) ▶
   - Elliptical Marquee Tool (এটা Ovel শেপে Selection করে)
   - Single Row Marquee Tool (এটা I-pixel-high Selection করে)
   - Single Col Marquee Tool (এটা I-pixel-wide Selection করে)

2. Lasso (L)
(এটা freehand selection করে)

- Polygon Lasso Tool
(এটা পলিগন্ Shape-এ Selection করে)
- Magnetic Lasso Tool
(এটা Snap-to freehand Selection করে)

3. Crop (C)
(Canvas এর খানিকটা অংশ Crop করে)

4. Clone Stamp (S)
(এটা ইমেজগুলোর clone বা ডুপ্লিকেট্ তৈরী করে)

5. Eraser (E)
(Pixel মুছে দেয়)

- Background Eraser Tool
(এটা Sample Color মুছে ফেলে (Transparent করে দেয়)
- Magic Eraser Tool
(area পছন্দ করে click করলেই কালার মুছে ফেলে)

6. Blue (R)
(ছবি বা Pixel এর edge গুলোকে Sharp করে দেয়)

7. Path Selection (A)
(এটা পথ পছন্দ করে)

8. Pen (P)
(Curved বা সরলরেখা আঁকতে সাহায্য করে)

9. Move (V)
(কোন Layer, পছন্দ করা অংশ স্থান পরিবর্তন করতে সাহায্য করে)

৮.৩ ফটোশপে অপ্শান বার কীভাবে ব্যবহার করা যায়

প্রত্যেক টুলের Settings পছন্দ করার জন্য অপ্শান বার ব্যবহার করা হয় (যেমন Opacity, Flow, blending mode)। বারের অপ্শান পরিবর্তন হয় কোন অপ্শানটা এই মুহূর্তে পছন্দ করা হচ্ছে তার ওপর নির্ভর করে। কোন একটি অপ্শানের জন্য অপ্শান বারকে স্ক্রীনের অন্য কোন অংশে নিয়ে যাওয়া যায় যেমন প্যালেটের ক্ষেত্রে, অপ্শান বারকে টেনে স্ক্রীনের অন্য জায়গায় বসান যায়। ওর বাঁদিকের কোণায় Double Click করে অপ্শান বারকে বন্ধ বা খোলা করা যায়।

এছাড়া নিম্নলিখিত বিষয়গুলিও অপ্শান বারের সাহায্যে করা সম্ভব—

(i) Brush-arrowhead এ Click করে Brush preset picker কে খোলা বা চালু করা সম্ভব।

(ii) Rectangular Marquee tool-এ ক্লিক করে ছবির যেকোন অংশকে প্রয়োজনমতো মার্ক করতে সাহায্য করে।

(iii) Gradient tool পছন্দ করে ইমেজে রঙের একটা ক্রমপর্যায়ের শেড্ বা ধারাবাহিকতা তৈরী করা যায়।

(iv) Pen tool freehand অথবা বিভিন্ন রকমের বিশেষ ছবি আঁকতে সাহায্য করে।

(v) Type tool ব্যবহার করে যেকোন রকমের Text বা title বিভিন্ন রকমের ডিজাইনে লেখা যায়।

৮.৪ ফটোশপের স্ক্রীন পরিচিতি (উইন্ডোজের জন্য)

উইন্ডোজের ক্ষেত্রে ফটোশপের স্ক্রীনের মূল প্রয়োজনীয় অংশগুলো কতগুলো অংশে ভাগ করা যায়।

(১) **Application (or Document) control menu box**—এখানকার যে যে Command আছে অর্থাৎ যা যা করা যায় সেগুলো হল Restore, Move, Size, Minimize, Maximize এবং Close.

(২) **Application (or Document) minimize button**—document কে ছোট করে taskbar-এ একটা icon-এ পরিবর্তন করে দেওয়ার জন্য Applicaton minimize button এ Click করতে হবে। আবার taskbar এর icon-এ click করলেই এটা পুরানো অবস্থায় ফিরে যাবে।

(৩) **Application (or Document) maximize/retore button**—যদি Application অথবা Document Maximize button-এ click করা হয় তবে Window কে সর্বাপেক্ষা বড় যতটা করা যায়, ততটা করা সম্ভব। আবার Restore button-এ Click করে পুরানো অবস্থায় নিয়ে যাওয়া যায়। যখন Window normal বা restored অবস্থায় থাকে তখন Restore button maximize button এ পরিবর্তিত হয়ে যায়।

(৪) **Application (or Document) close button**—এটা Application বা Image কে বন্ধ করে দেয়।

৮.৫ ফটোশপের মেনু পরিচিতি

ফটোশপের মেনুগুলো নিম্নরূপ ঃ

(১) **File menu**—এই মেনু Command ব্যবহার করা হয় create, open, close, save, place, scan, import, export অথবা ইমেজ প্রিন্ট্ করার জন্য। এছাড়াও ইমেজ খোঁজবার জন্য, workgroup ম্যানেজ করা ইত্যাদির জন্য File menu ব্যবহার করা যায়।

(২) **Image menu**—Mode submenu একটা ইমেজকে f-ইমেজ (Color) Mode-এ পরিবর্তন করে দেয়। Adjustment Command একটা ইমেজের hue, saturation, brightness অথবা Contrast কে পরিবর্তন করে। Image Size Command ইমেজের file-size, আকার, resolution পরিবর্তন করে। Canvas size ইমেজের Canvas size বাড়াতে বা কমাতে সাহায্য করে।

(৩) **Edit menu**—যে কোন ইমেজকে পরিবর্তন করার সমস্ত Command গুলো এই মেনুতে পাওয়া যায়। যেমন copy, transform এবং paste imagery Image-এ কোন Colour দিয়ে fill করা যায় বা stroke দেওয়া যায়। Brush shape, pattem ও Shade তৈরী বা পরিবর্তন করা যায়।

(৪) **Layer Menu**—এই মেনু Command Layer Create, duplicate, delete করতে পারে, মাস্ক্ যোগ করতে পারে, সাজাতে, দুটো Layer কে যুক্ত করতে পারে।

(৫) **Filter Menu**—এই মেনুতে image editing এর অনেক function রাখা আছে। Extract Command Complex Silhouettes তৈরী করতে ব্যবহার করা যায়। Pattem maker, seamless pattern তৈরী করার জন্য ব্যবহৃত হয়।

৮.৬ কেমনভাবে নতুন ইমেজ তৈরী করা যায়

নতুন Image তৈরী করার জন্য নীচের পর্যায়গুলি মেনে চলতে হবে—

(১) পছন্দ করুন File > New

(২) field-এর একটা নাম দিন।

(৩) Image এর width ও height উল্লেখ করুন।

(৪) ছবিটা শেষে যে output device-এ দেখা হবে তার resolution অনুযায়ী resolution set করতে হবে।

(৫) Image mode পছন্দ করুন mode pop-up menu থেকে। এক্ষেত্রে Image mode কে অন্য mode-এ পরিবর্তনও করা যায়।

(৬) Contents এ click করে Image এর Background colour set বা পরিবর্তন করা যায়।

(৭) এবার 'OK' তে Click করলে একটা Image window পাওয়া যাবে।

৮.৭ ফটোশপে কোন তৈরি ইমেজকে ডাকা

কোন তৈরী ইমেজকে ফটোশপের মধ্যে ডাকতে গেলে নীচের পর্যায়গুলি মেনে চলতে হবে—

(১) পছন্দ করুন File > Open

(২) যে file টা প্রয়োজন তার path টা উল্লেখ করতে হবে। পছন্দ করুন (বিশেষ format-এর জন্য) file type/show drop-down menu বা পছন্দ করুন All formats / All documents.

(৩) Click করুন filename-এর ওপর তারপর Open-এর ওপর Click করুন।

অথবা Filename এর ওপর ডাব্‌ল্‌ ক্লিক করুন।

৮.৮ কোন EPS, PDF অথবা Adobe illustrator ইমেজকে Photoshop-এর উপর বসানো

কোন EPS, PDF অথবা Adobe illustrator ইমেজকে Photoshop-এর ওপর বসানোর জন্য নিম্নের পদ্ধতিগুলো অনুসরণ করতে হবে—

(১) একটি Photoshop ইমেজকে Open করুন।

(২) পছন্দ করুন File > place

(৩) যে file টা open করতে চান সেটা খুঁজে নিয়ে ক্লিক্ করুন। PDF place করার জন্য যাতে অনেকগুলো page আছে তার থেকে একটা Page পছন্দ করে 'OK' তে ক্লিক করুন।

(৪) 'place'-এ ক্লিক্ করুন, তাহলে 'Image window' তে একটা box চলে আসবে।

(৫) placed image কে resize করার জন্য bounding box-এর handle কে drag করতে হবে এবং 'shift-drag' করতে হবে resize এর সময় placed image-এর proportion রাখার জন্য।

(৬) এছাড়াও ছবিকে move বা rotate করা যায়।

(৭) placed image কে accept করার জন্য Enter/Return এ ক্লিক করতে হবে বা bounding box-এর ভেতরে Double click করতে হবে। যদি কোন image কে মুছে ফেলতে হয় তবে render (বা ছবিকে shed দেওয়া) করার আগে 'ESC' key press করতে হবে বা bounding box-এর ভেতর Double click করতে হবে।

৮.৯ ইমেজকে ভেঙ্গে দেওয়া

Placed image কে ভেঙ্গে একটু অন্যরকম করে দেওয়ার জন্য বা অন্য impression আনার জন্য নিম্নের পদ্ধতিগুলো অনুসরণ করতে হবে।

(১) একটি layer বা image layer-এর একটি অংশকে পছন্দ করুন।

(২) পছন্দ করুন Filter > liquify (ctrl-shift-x/cmd-shift-x) dialog box কে resize করা যায়। যদি rectangular selection করা হয়ে থাকে তবে শুধু Selected অংশটাই dialog box-এর মধ্যে আসবে। যদি Selection non rectangular হয় বা feathered হয় এবং view option এ frozen area check করা হয়ে থাকে তবে layer এর unselected অংশটা 'masked' হয়ে থাকবে।

(৩) Tool অপশান অংশে Enter করুন বা পছন্দ করুন Brush size (1-600 pixels) এবং পছন্দ করুন Brush pressure (1-100%)-এটা যে rate এ distortion প্রয়োগ করা হবে ছবির ওপর তার জন্য। এই Setting টা সব Liquify tool-এই প্রয়োগ হবে।

(৪) যদি সমস্ত frozen অংশগুলো 'thaw' করতে হয় এবং unfrozen অংশগুলোকে freeze করতে হয় তবে freeze area'তে ক্লিক করে পছন্দ করতে হবে 'Invert'।

(৫) 'Turbulence tool' (A)-pixels গুলো জড়ো করে এবং একটা কাঁপা কাঁপা মতো Image তৈরী করে।

(৬) Twirl clockwise (R) বা Twirl anti clockwise (z)— যতক্ষণ মাউস এর button চেপে থাকা হবে বা তাকে drag করা হবে ততক্ষণ pixels গুলোকে ঘুরিয়ে যাবে।

৮.১০ সারাংশ

ফটোশপের সাহায্যে যেকোন ছবি বা ইমেজকে ডেকে এনে তাকে প্রয়োজন মতো পরিবর্তন করা যায়। প্রয়োজন মতো ছবির কোনো অংশকে বাদ দেওয়া যায়, Colour effect পরিবর্তন করা যায়। কোন অংশকে মার্ক করা যায়, আবার ইমেজকে ভেঙ্গে অন্য কোন ইমেজে পরিবর্তন করা যায়। কাজেই ব্যবহারিক প্রয়োজনে ফটোশপ ছবির বিভিন্ন representation করতে পারে।

৮.১১ অনুশীলনী

i) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) Magic Eraser tool ও Pen tool কি কি কাজ করে?

(খ) Image menu এর কাজ কি?

(গ) কোন EPS বা PDF ইমেজকে Photoshop-এ কিভাবে ব্যবহার করা যায়?

(ঘ) কোন একটি ইমেজকে ভেঙ্গে একটু অন্যরকম করতে গেলে Photoshop কিভাবে সাহায্য করে?

৮.১২ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৮.২

(খ) পর্যায় ৮.৫

(গ) পর্যায় ৮.৮

(ঘ) পর্যায় ৮.৯

৮.১৩ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Photoshop 6.0 complete by sybex

(২) Visual quickstart guide Photoshop 7 for windows

by Weimann Lourekas

— Peachpit press

একক ৯ □ শব্দ রেকডিং ও সংরক্ষিত শব্দ প্রয়োজন অনুযায়ী পরিবর্তন

গঠন

৯.০ উদ্দেশ্য

৯.১ প্রস্তাবনা

৯.২ বিভিন্ন সফ্‌ট্‌ওয়্যার যারা শব্দ রেকর্ড করতে পারে— ধারণা

৯.৩ **Nero-Wave Editor কীভাবে কাজ করে**

৯.৩.১ **কীভাবে Sound recording করা হয়**

৯.৩.২ **কীভাবে recorded Sound Edit করা যায়**

৯.৩.৩ **Sound file তৈরি করা ও Play করা**

৯.৪ সারাংশ

৯.৫ অনুশীলনী

৯.৬ উত্তর সংকেত

৯.৭ গ্রন্থপঞ্জী

৯.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- শব্দ রেকডিং কি ও কম্পিউটারের সাহায্যে কিভাবে করা যায়।
- কি কি ধরণের সফ্‌ট্‌ওয়্যার শব্দ রেকডিং এর জন্য ব্যবহার করা যায়।
- রেকর্ডেড শব্দকে Background change করে echo যোগ করে বা অন্য কিভাবে পরিবর্তন করা যায়।
- Nero wave editor কিভাবে একই সঙ্গে রেকর্ডিং ও পরিবর্তনে সাহায্য করে এবং তার বিভিন্ন অপ্‌শানগুলো কি কি?

৯.১ প্রস্তাবনা

শব্দ রেকডিং এখন জার্নালিস্টদের পক্ষে, Media-এর লোকেদের পক্ষে বা অন্যান্য ক্ষেত্রে ভীষণ প্রয়োজন।

যেমন বিশেষ কোন লোকের কোন কথা বা তথ্য বা বিশেষজ্ঞের Lecture এগুলোকে Computer এর সাহায্যে রেকর্ড করলে তাকে যেকোন সময়ে playback করানো check করা বা editing করা অনেক সহজে হয়। যেমন রেকর্ডিং এর সময় হয়ত voice-sound আস্তে ছিল পরে রেকর্ডিং software-এর মাধ্যমে তাকে প্রয়োজনীয় decibel-এ বাড়িয়ে নেওয়া সম্ভব আবার হয়ত রেকর্ডিং এর সময় কোন অংশে বেশ কিছুটা Noise এসে গেছে তবে পরে তাকে 'cut' করে বা কেটে দিয়ে বাকী রেকর্ডেড অংশকে ঠিকঠাক রাখা যায়।

৯.২ বিভিন্ন সফ্‌ট্‌ওয়্যার যারা শব্দ রেকর্ড করতে পারে— ধারণা

শব্দ রেকর্ডিং সাধারণতঃ আলাদা Computer microphone (with cord বা cordless) এর সাহায্যে করা হয় যা CPU এর পেছনে 'audio in' point এর সঙ্গে লাগানো থাকে তবে তাকে store বা save করার জন্য (file হিসাবে) এবং Edit করার জন্য Software এর প্রয়োজন। এই file গুলো .AVI, .MP3 ইত্যাদি বিভিন্ন format এ সঞ্চিত হয়। শব্দ recording করার জন্য বিভিন্ন Software যেমন WINAMP, WIN MEDIA-PLAYER, MUSIC JUKE BOX, REAL-ONE PLAYER, NERO-WAVE EDITOR ইত্যাদি বিভিন্ন Software ব্যবহৃত হয় কিন্তু Editing করার জন্য MUSICJUKE BOX বা Nero-Wave-editor ব্যবহার করা যায় যার মধ্যে NERO-WAVE-EDITOR-এর সাহায্যে সহজে ও যেকোনভাবে Editing করা সম্ভব।

৯.৩ Nero-Wave editor কিভাবে কাজ করে

Nero-wave editor শব্দ রেকর্ডিং, editing, noise reduction এবং play back-এর জন্য ব্যবহৃত খুব সহজ ব্যবহারোপযোগী সফ্‌ট্‌ওয়্যার। এটা CD-writer-এর Device driver-এর সঙ্গে পাওয়া যায়।

৯.৩.১ কীভাবে Sound Recording করা হয়

(১) প্রথমে Ahead Nero অপশান থেকে Nero Wave editor পছন্দ ও ক্লিক্ করুন।

(২) File এর New পছন্দ করুন।

(৩) Screen এর নীচের দিকে ⊡ → যে লাল Button আছে যার tool tip text বলে দিচ্ছে যে সেটা record (Ctrl+R) button, তার ওপর ক্লিক করে 'OK' তে ক্লিক করতে হবে।

(৪) এরপর Microphone ঠিক মতো লাগানো আছে কিনা বা কাজ করছে কিনা Check করে নিন।

(৫) O Overwrite existing record

⊙ insert into record

→ নতুন recording এর জন্য দ্বিতীয় অপশানটায় ক্লিক্ করুন।

(৬) এরপর Recording control-এ গিয়ে ⊡ → লাল Button এ click করলেই recording চালু। এবার আপনি গান বা অন্য কিছু Microphone-এর সামনে করুন এবং হয়ে গেলে 'OK' তে ক্লিক করুন, আপনি Zoom Screen এ বিভিন্ন শব্দাংশ frequency spectrum হিসাবে দেখতে পারেন।

৯.৩.২ কিভাবে Recorded sound edit করা যায়

Recorded Sound-কে বিভিন্ন কারণে edit করার প্রয়োজন হয় যেমন Sound enhance বা বাড়ানোর জন্য, echo তৈরী করার জন্য, বড় room বা ছোট রুমের উপযোগী করে তোলার জন্য, নতুন গান add করতে বা কিছু বাদ দেওয়ার জন্য।

- **Tools এবং Effects**

Tools থেকে equaliser change করে বা Dynamic correction করে শব্দকে উন্নত করা যায়। আবার effect থেকে Flayer যোগ করে, শব্দ থেকে moisture effect সরিয়ে শব্দের Dry effect বাড়ানো যায়। আবার একজনের শব্দকে chorus effect বা অনেকের একসঙ্গে করা শব্দের effect-কে যেমন 'Honkytonk' বা 'Warm chorus' এ পরিবর্তন করা যায়।

- **কিছু অংশ বাদ দেওয়া বা যুক্ত করা**

Zoom Screen এ recorded Sound এর যে frequency specturm পাওয়া যায় তার যে অংশটা প্রয়োজন নেই সেটা Mouse দিয়ে পছন্দ করে বা Highlight করে edit → cut পছন্দ করলেই সেটা মুছে যাবে। আবার দুটো recorded sound এর frequency spectrum-কে একটার মধ্যে আর একটা insert করে নতুন শব্দ তৈরী করা যায়।

- **Volume change, Reverb করা এবং Room size অনুযায়ী শব্দ edit করা**

(১) Volume থেকে পছন্দ করুন volume change তারপর 30db থেকে +30db-এর মধ্যে যে decibel এর শব্দ প্রয়োজন পছন্দ করে 'OK' তে ক্লিক করুন।

(২) শব্দটা ক্রমশ fade করে বা হালকা করার প্রয়োজন হয় তবে 'fade out' পছন্দ করতে হবে আবার শুরুতে যদি শব্দকে হালকা করার প্রয়োজন হয় তবে 'fade in' পছন্দ করতে হবে।

(৩) Reverb অপশান থেকে Preset-এর List থেকে 'Church', 'Large hall', 'Concert room'. 'Small room', ইত্যাদির যেকোন অপশান্ পছন্দ করলে শব্দ সেই space বা ঘরের মতো পরিবর্তন হয়ে যাবে।

(৪) এছাড়া Room Size যাতে শব্দটা উপযোগী তাও নির্দিষ্ট করে দেওয়া যায়।

- **Noise reduction**

অনেক সময় recording এর সময় কিছু Metalic বা hissing sound original শব্দের সঙ্গে record হয়ে যায় যা শব্দের গুণমান নষ্ট করে। তবে Noise reduction অপশানের 'Metalize' বা 'Reduce hiss' পছন্দ করে তারপর 'OK' তে ক্লিক্ করতে হবে।

৯.৩.৩ Sound file তৈরি করা ও Play করা

Sound recording ও প্রয়োজন মতো editing হয়ে গেলে File এর Save পছন্দ করে একটা নাম দিয়ে

'OK' তে ক্লিক করতে হবে। তারপর 'Audio' অপশান থেকে 'Play all' পছন্দ করলে পুরোটাই play হবে আর Mouse দিয়ে Choose করে তারপর 'Audio' থেকে Play Selection Choose করলে পছন্দ করা অংশটাই শুধু Play হবে।

৯.৪ সারাংশ

বিভিন্ন সময়ে বিভিন্ন শব্দ, যে কোন গান, seminar talk, lecture বা কারুর কথা ভবিষ্যতের প্রয়োজনে সংরক্ষণ করতে হয় আবার সংরক্ষণ পদ্ধতির কিছু যান্ত্রিক ত্রুটির জন্য অনেক সময় recording এ কিছু noise distortion পাওয়া যায়। কাজেই ত্রুটিমুক্ত শব্দ Store বা কারুর গলার শব্দের frequency কে অন্য frequency তে পরিবর্তন করার জন্য বিভিন্ন Software-এর প্রয়োজন। এক্ষেত্রে Winamp, Windows media player ইত্যাদি পাওয়া গেলেও recording ও editing-এর জন্য Music Juke box এবং সর্বোপরি Nero wave editor খুব কার্যকরী যাতে frequency সুবিধামতো cut বা paste করা যায়, echo দেওয়া যায় আবার Background শব্দও add করা যায়।

৯.৫ অনুশীলনী

i) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) কি ধরণের সফ্ট্ওয়্যার শব্দ রেকর্ডিং বা এডিটিং-এর জন্য ব্যবহার করা হয়?

(খ) কিভাবে Sound recording করা হয়?

(গ) Room Size অনুযায়ী শব্দের frequency কিভাবে পরিবর্তিত হয়?

(ঘ) Noise কমানো যায় কিভাবে?

৯.৬ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ৯.২

(খ) পর্যায় ৯.৩.১

(গ) পর্যায় ৯.৩.২.৩

(ঘ) পর্যায় ৯.৩.২.৪

৯.৭ গ্রন্থপঞ্জী

Sound recording এর যেকোন বই, যদি সম্ভব হয় BPB বা Techmedia publication-এর।

একক ১০ □ প্রয়োজনীয় তথ্যের সুন্দর উপস্থাপনা (ও এডিটিং)— PAGEMAKER

গঠন

১০.০ উদ্দেশ্য

১০.১ প্রস্তাবনা

১০.২ প্রয়োজনীয় নির্দেশ

১০.২.১ কী বোর্ড শর্টকাট

১০.২.২ বিশেষ মাউস

১০.৩ পেজ মেকার পরিচিতি

১০.৩.১ পেজ লে-আউট

১০.৩.২ টেক্সট্ প্রস্তুতি

১০.৩.৩ বারে বারে **Save** করার প্রয়োজন

১০.৪ রোড টেস্টিং পেজমেকার

১০.৪.১ নতুন পাব্লিকেশন্ তৈরি করা ও প্রিন্ট্ করা

১০.৪.২ পেজ তৈরি করা

১০.৪.৩ টেক্সট্ কে প্লেস্ করা

১০.৪.৪ গ্রাফিক্স কে প্লেস্ করা

১০.৪.৫ হেড্‌লাইন দেওয়া

১০.৫ ফাইল অপারেশন্ ও পেজ ডিজাইন

১০.৫.১ তৈরি পাব্লিকেশন খোলা

১০.৫.২ পাব্লিকেশন **Save** করা

১০.৫.৩ মাস্টার পেজ

১০.৫.৪ মার্জিন্ কলম্, রুলার

১০.৬ স্টাইল

১০.৬.১ টেক্সট্ স্টাইল ও প্যারাগ্রাফ স্টাইল

১০.৬.২ বুলেট্‌স্‌

১০.৬.৩ রোটেটিং টেক্সট্‌

১০.৭ সারাংশ

১০.৮ অনুশীলনী

১০.৯ উত্তর সংকেত

১০.১০ গ্রন্থপঞ্জী

১০.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- তথ্যকে কীভাবে প্রয়োজন অনুসারে সাজানো যায় ও পরিবর্তন করা যায়
- কীভাবে pagemaker সফ্‌ট্‌ওয়্যার ব্যবহার করে তথ্যকে সাজানো যায়
- কোন পুরানো publication কে নতুনভাবে সাজানো যায়
- কিভাবে টেক্সটে গ্রাফিক্সকে বসানো যায়
- Related documents তৈরি করা, Save করা বা প্রিন্ট করা যায়
- Special character বা বুলেট Character কে কীভাবে ব্যবহার করা যায়

১০.১ প্রস্তাবনা

শুধু কম্পিউটারের মেমরীতে তথ্য সংরক্ষণ করলেই চলবে না। প্রয়োজন অনুযায়ী তাকে সাজাতে হবে। তথ্যের প্রয়োজনে, তার ব্যাখ্যার প্রয়োজনে বা documentation এর প্রয়োজনে বিভিন্ন ছবি বা graphics, text এর সঙ্গে যুক্ত করতে হবে। আবার বিভিন্ন system এর layout অনুযায়ী আলাদারকম ভাবে text বা graphics কে সাজাতে হয় যেমন খবরের কাগজে লেখা বা ছবির উপস্থাপনা এরকম আবার বইতে বা অন্য কোথাও তার উপস্থাপনা আলাদা রকমের। এই সমস্ত কাজের জন্য Pagemaker Software এবং তার সাহায্যকারী tool গুলো অত্যন্ত প্রয়োজনীয়। তবে এদের ব্যবহার ও ক্ষেত্র অনুযায়ী তার সঠিক প্রয়োগকে রপ্ত করা প্রয়োজন।

১০.২ প্রয়োজনীয় নির্দেশ

১০.২.১ কী বোর্ড শর্টকাট

লেখা বা সাজানোর প্রবাহকে undisturbed রেখে কিছু প্রয়োজনীয় কাজ দ্রুত সারার জন্য কী বোর্ড শর্টকাটের খুব প্রয়োজন।

F5 বা Ctrl+Shift+Spacebar	→	বিশেষ উজ্জ্বল text কে স্বাভাবিক style-এ পরিবর্তন করে।
F6 বা Ctrl+Shift+B	→	উজ্জ্বল text (highlighted) কে Bold করে।
F7 বা Ctrl+Shift+I	→	Highlighted text কে Italics-এ পরিণত করে।
F8 বা Ctrl+Shift+U	→	Highlighted text কে Underline করে দেয়।
F9	→	Pointer Select করে আগের ও এখানকার Selected tool-এর মধ্যে যাতায়াত করতে সাহায্য করে।
Ctrl+Shift+C	→	Highlighted text কে Centre করে।
Ctrl+Shift+J	→	Highlighted text কে Justify করে।
Ctrl+Shift+L	→	Highlighted text কে Left-এ পাঠায়।
Ctrl+Shift+R	→	Highlighted text কে Right-এ পাঠায়।
Ctrl+Shift+3	→	Master Page অবলম্বনে সব Page এ Page number insert করার জন্য ব্যবহার হয়।

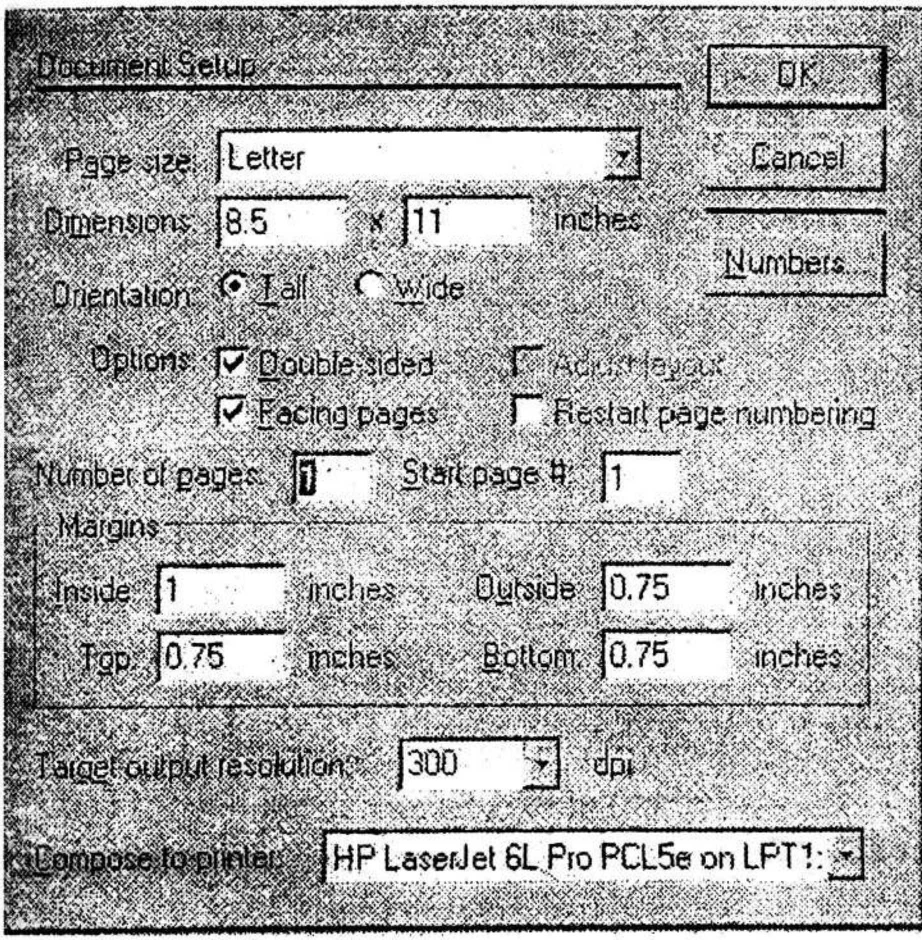
১০.২.২ বিশেষ মাউস কন্ট্রোল

(Alt) drag	→	Publication window কে যে কোন direction এ টেনে নেওয়ার জন্য এবং cursor কে 'grabber' hand এ পরিবর্তন করার জন্য ব্যবহার করা হয়।
Click the right mouse button	→	Page display size কে 'Actual size' থেকে 'Fit in window' তে পরিবর্তন করে।

১০.৩ পেজমেকার পরিচিতি

১০.৩.১ পেজ লে-আউট

পেজমেকার পাব্লিকেশন্ এডিটিং ইত্যাদিকে সুবিধামতো করার জন্য ছাপানোর সমস্ত অংশগুলোর মধ্যে সম্পর্ক স্থাপন করে স্ক্রীনে যেমন দেখাচ্ছে সেরকমভাবে প্রিন্ট্ করে দেয়। সাধারণতঃ পাব্লিশার্সদের প্রয়োজনে ছাপাখানা থেকে বই বা লেখা যা ছাপা হবে তার dummy বা mock design করা হয় pagemaker-এ। এতে পেজ্‌সাইজ, নাম্বার অফ্ কলম্ (column), heading fonts, body-text fonts, position of illustration বা অন্যান্য সব design একইরকম থাকে যাতে printing এ সুবিধা হয় (ordinary press printing বা offset printing)।



১০.৩.২ টেক্সট্ প্রস্তুতি

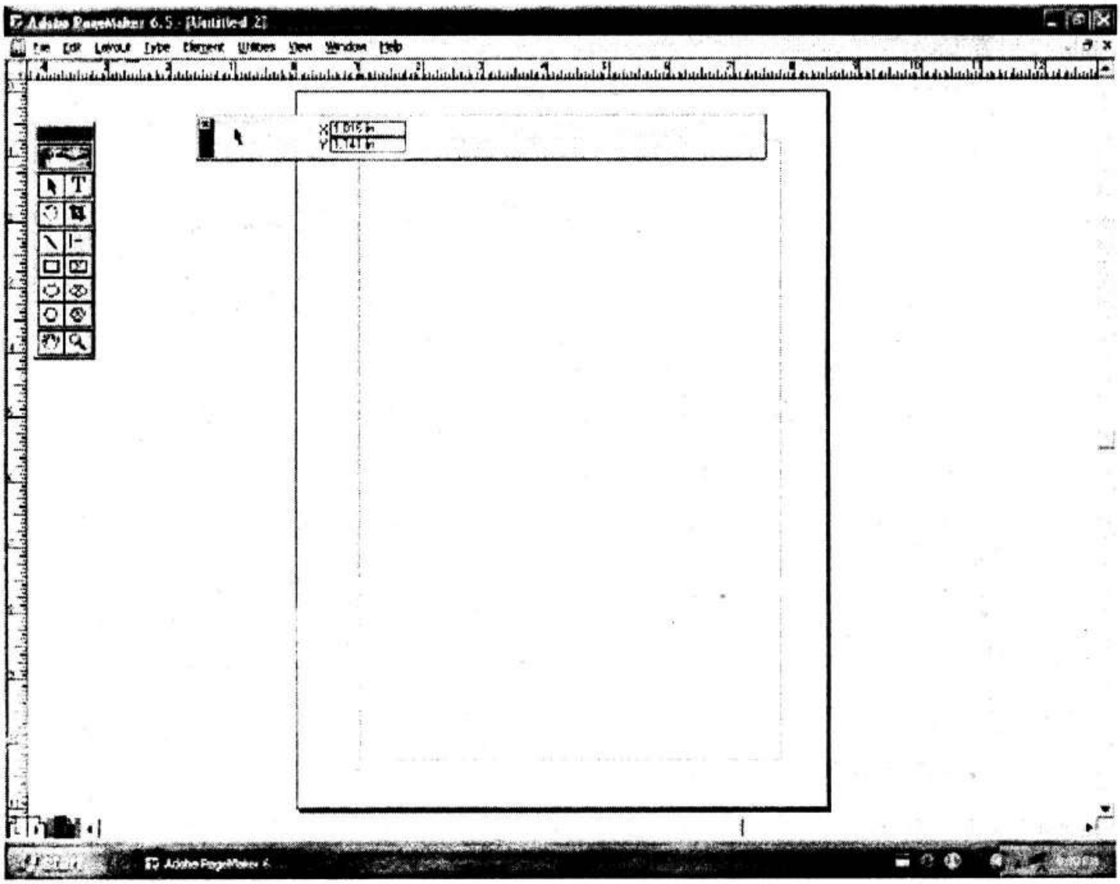
MS-WORD বা অন্য কোথাও লেখা অনেক বড়ো text কে সহজেই pagemaker text editor-এ সরাসরি place করা যায়, বানান check করা যায়, গ্রামার ঠিক করা যায় আবার publication এর প্রয়োজন অনুযায়ী সাজানো যায়।

তিনটে Style-এ কিভাবে যেকোন word processor থেকে Page Maker-এ text import করা যায় তা নীচে বলা হল—

<Heading> IMPORTING STYLES

<Subhead> Using Tags বা Tags ব্যবহার করে

<Body text> পেজ মেকার 1st tag যে Style বলা হয়েছে সেই ট্যাগ্ ঐ Paragraph ও পরবর্তী Paragraph গুলিতে দেবে যতক্ষণ না নতুন Tag-এর কথা বলা হয়। 'formatting of imported text' থেকে Pagemaker- নতুন Style ও লেখাতে apply করতে পারে।



Layout view window এর ছবি

১০.৩.৩ বারে বারে Save করার প্রয়োজন

কম্পিউটার সবসময় সঠিক কাজ করে না, তার উপর কোন অসুবিধার জন্য কম্পিউটার হঠাৎ Lock বা hang হয়ে যেতে পারে ফলে কোনো text এর Design Set করে দেওয়ার পর যদি মেসিন hang হয়ে যায় তবে সমস্ত Designই আবার নতুন করে করতে হবে। এই জন্য কিছুটা করে লেখা বা importing বা disigning হয়ে গেলেই File-এর 'Save' Option এ গিয়ে ক্লিক্ করে বা '^S' করে File name দিয়ে তাকে Save করতে হবে এবং পরে মাঝে মাঝেই resave করে নিতে হবে।

১০.৪ রোড্ টেস্টিং পেজমেকার

এখানে বর্ণিত বিভিন্ন রকমের পদ্ধতি বা Step এর সাহায্যে পেজমেকার access করা যায় বা On-line help থেকেও Step শেখা যায়। নির্দিষ্ট পদ্ধতিতে One-page Publication তৈরী ও print করা যায় যাতে একটা main heading ও লেখাটাকে দুটো Column-এ ভাগ করে দেখা যায়।

১০.৪.১ নতুন পাব্‌লিকেশন তৈরি করা ও প্রিন্ট্ করা

পাবলিকেশনের লেখার Font বা অন্যান্য design প্রিন্টার অনুযায়ী হওয়া উচিৎ। সুতরাং Page Setup করার আগে সঠিক প্রিন্টার Selection করে নিতে হবে। সেটা 'Offline'এ থাকুক বা 'Online'এ থাকুক এবং এই 'Printer selection' 'Windows print manager' এর Set up এর সঙ্গে এক হওয়া দরকার।

পর্যায়—

(১) ফাইল মেনু পছন্দ করুন।

(২) 'New' পছন্দ করুন 'Page set up dialog box' এর জন্য।

(৩) 'Compose to printer drop down' list box থেকে ঐ পাব্‌লিকেশনের জন্য যে Printer প্রয়োজন তাকে পছন্দ করুন।

১০.৪.২ পেজ তৈরি করা

পেজ তৈরী করার জন্য 'পেজ Set up dialog box' খুলে রেখে প্রথমেই তার বিভিন্ন Choice-এর দিকে ভালো করে চোখ রেখে তারপর প্রয়োজন মতো Choice-এ ক্লিক্ করতে হবে বা Tab key এর সাহায্যে একটা Choice থেকে অন্যটায় যেতে হবে। Choice-এর সাহায্যে পরিবর্তনগুলি নিম্নলিখিত পদ্ধতি অনুযায়ী করা যেতে পারে—

(a) 'Page drop down list box'-এর "↑" তে ক্লিক্ করতে হবে। Choiceগুলো থেকে 'legal' পছন্দ করতে হবে এবং দেখা যাবে পেজ ডাইমেন্‌শন্ টেক্সট বক্সের ডাইমেন্‌শন্ নিজে নিজেই পরিবর্তিত হয়।

(b) সেকেন্ড পেজের ডাইমেনশন্ টেক্সট্ বক্সের ডানদিকে Point করতে হবে। দেখা যাবে যে Point 'I' এর Shape এ পরিবর্তিত হয়ে গেছে। তারপর সঠিক Position-এ বসানোর জন্য ক্লিক্ করতে হবে।

(c) কী বোর্ড arrow key এর সাহায্য নিয়ে insertion point কে সরাতে হবে। 'Start page number', 'Number of pages', 'Margin Size' এর জন্য একই পদ্ধতি টেক্সট্ বক্সে প্রয়োগ করতে হবে।

১০.৪.৩ টেক্সট্‌কে প্লেস্ করা

(১) Layout/Autoflow কে পছন্দ করতে হবে যদি Autoflow কম্যান্ডে check mark next না থাকে।

(২) যদি টেক্সটা hard disk এ না থাকে floppy disk থেকে নিতে হয় তবে তাকে floppy drive এ প্রবেশ করতে হবে।

(৩) File/ Place পছন্দ করতে হবে যাতে Place document dialog box খুলে যায়।

(৪) Directory list box থেকে A : বা C : অন্য drive এবং directory পছন্দ করে সঠিক file কে পছন্দ করে নিতে হবে।

(৫) এরপর প্রয়োজন অনুযায়ী dialog box-এর নিম্নলিখিত অপশানগুলোর যেকোন একটি বা অনেকগুলোকে পছন্দ করতে হবে।

Place :

- As new story
- Replacing entire story
- Insetting text

Options :

- ◻ Retain format
- ◻ Convert quotes
- ◻ Read tags
- ◻ Retain cropping data

(৬) অতঃপর document layout এর যেখানে place করতে হবে সেখানে mouse নিয়ে গিয়ে ক্লিক্ করতে হবে।

যখন টেক্সটি place করা হয় তখন pagemaker document এর আসল format ও font কে বজায় রাখার চেষ্টা করে না হলে font কে match করানোর চেষ্টা করে PANOSE system এর সাহায্যে।

১০.৪.৪ গ্রাফিক্সকে প্লেস্ করা

(১) পেজকে Scroll করতে হবে যতক্ষণ না ডানদিকে কলম্ এর শেষ অংশটা দেখা যায়। যদি কলম্টা পুরোপুরি text দিয়ে file করা থাকে তবে Size টা ছোট করে দিয়ে কলম্ এর তলায় জায়গা খালি করতে হবে যতক্ষণ না খালি অংশটা মোটামুটি Square হয়।

(২) টুলবাক্স থেকে 'Rectangular drawing tool' কে পছন্দ করতে হবে। Cursor টা পরিবর্তন হয়ে হবে 'at', '+' টাকে ডানহাতের কলম্এর শূন্যস্থানের বাঁদিকের ওপরে প্লেস্ করতে হবে এবং টেনে নিয়ে যেতে হবে কলম্ এর তলায় ডানদিকে। যে বাক্সটা টানতে হবে সেটা রঙ ছাড়া হবে (default setting)-এর enabled state বাউন্ডারি লাইনের কাছে ৮টা ছোট বাক্স দিয়ে বোঝান হবে।

(৩) টুলবাক্স থেকে Pointer টুল পছন্দ করতে হবে, এবার যে বাক্সটা আঁকা হয়েছিল সেটা disabled হয়ে যাবে। তখন boundary line-এ ক্লিক্ করে তাকে enable করতে হবে।

(৪) Element/line পছন্দ করতে হবে যা sidebar মেনু কে দেখাবে। Square এর ওপর effect বোঝার জন্য '6pt' এর ওপর click করতে হবে।

(৫) Graphics enabled থাকলে Element/fill কে পছন্দ করতে হবে আর একটা Sidebar menu কে খোলার জন্য। তলার প্যানেলে (grid pattern) এ ক্লিক করে এই pattern দিয়ে গ্রাফিক্সটা fill করতে হবে।

১০.৪.৫ হেডলাইন দেওয়া

(১) Layout / view / fit in window পছন্দ করতে হবে।

(২) যদি rular দেখা না যায় তাহলে Layout/Guides এবং ruler/Rulers পছন্দ করতে হবে।

(৩) top ruler-এর যেকোন জায়গায় point করে একটা horizontal dashed line টানতে হবে, তলায় টেনে যেতে হবে যতক্ষণ না Left slave cursor I' তে থাকে। দ্বিতীয় horizontal ruler guide কে 0.75″ তে বসাতে হবে।

(৪) Text tool কে পছন্দ করতে হবে তারপর Crossbar কে 0.75″ ruler guide এর ওপর বসাতে হবে যাতে এটা ঠিক প্রথম কলম্ এর বাঁদিকে কলম্ এর ঠিক ওপরে থাকে। তারপর Left mouse button ধরে রেখে একটা text block কে 1″ ruler guide এ টেনে আনতে হবে যাতে এটা দ্বিতীয় কলম্ এর ডানহাতের কলম্ guide-এর ওপর থাকে।

(৫) Text block এর উপরের Left hand corner এ যখন insertion point blaking state এ থাকবে তখন বড় হাতের heading লিখতে হবে।

(৬) Text cursor কে নতুন text-এর যেকোন জায়গায় বসিয়ে তিনবার ক্লিক্ করলেই text highlight হয়ে যাবে।

(৭) এরপর Size বা alignment, Type option এ গিয়ে adjust করা যাবে।

১০.৫ ফাইল অপারেশন্ ও পেজ ডিজাইন

১০.৫.১ তৈরি পাব্লিকেশন খোলা

(১) পছন্দ করুন—File/open-open publication dialog box পাওয়া যাবে।

(২) ফাইল হার্ড-ডিস্কে থাকলে হার্ড-ডিস্ক ড্রাইভ C: বা D: পছন্দ করুন অথবা floppy disk থেকে কোন ফাইল খুলতে গেলে A: পছন্দ করুন তারপর নির্দিষ্ট ডাইরেক্টরী থেকে নির্দিষ্ট ফাইল পছন্দ করুন। ফাইলটা নিজে থেকে Load হয়ে যাবে এবং Title bar-এ পাব্লিকেশনে নামটা দেখা যাবে।

১০.৫.২ পাব্লিকেশন্ Save করা

পাব্লিকেশন Save করার দু'রকম উদ্দেশ্য হতে পারে, নতুন কোন পাব্লিকেশন্কে নতুন নাম দিয়ে Save করা অথবা পুরানো পাব্লিকেশন্কেই Edit করে একইনামে Save করা। পদ্ধতি—

(১) Save publication dialog box খোলার জন্য পছন্দ করুন File/Save as যে directory তে Save করার প্রয়োজন তার উপর Double click করুন। এরপর 'Filename' এ নতুন নাম দিন।

(২) 'OK' তে Click করুন।

File name এর সঙ্গে extension, PM5. Pagemaker নিজে নিজেই বসিয়ে দেবে।

যদি পুরানো Publication edit করার পর পুনরায় Save করার প্রয়োজন হয় তবে 'Save' তে Click করলেই চলবে।

১০.৫.৩ মাস্টার পেজ্

Screen এর পেজ্ বা document এর নীচের বাঁদিকে তাকালে দেখা যাবে দু'টো মাস্টার পেজ্ Icon 'L' Left এর জন্য এবং 'R' Right-এর জন্য। যেকোন Icon এ ক্লিক্ করলে বা 'go to page' dialog boxএর সাহায্যে মাস্টার পেজ্ পছন্দ করা সম্ভব। Layout menu তে মাস্টার item command দেখা গেলে মাস্টার পেজে যা রাখা হবে বা লেখা হবে বা যে ruler guide থাকবে সেটা বাকী সব পাতায় একই রকমভাবে পাওয়া যাবে। এক্ষেত্রে বিশেষ কোন পাতায় মাস্টার পেজের কোন item মুছে ফেলার জন্য প্রথমে মাস্টার পেজ কে Layout menu এর command জায়গা থেকে সরিয়ে দিলে সেটি করা সম্ভব।

১০.৫.৪ মার্জিন, কলম্, রুলার

পেজ Set up-এ মার্জিন তৈরী করলে সেটা বাকী সব পাতাতেই পুনরাবৃত্তি হয় (repeat হয়) এবং সেখানে কোন পরিবর্তনের প্রভাব সমস্ত পাবলিকেশনেই পড়ে। Column Setting মাস্টার পেজে না করলে শুধু সামনের পাতা ছাড়া অন্য কোন পাতায় পুনরাবৃত্তি হয় না।

যদি Layout/Guides এবং rulers থেকে ruler পছন্দ করা হয় তবে সব পেজেই সেরকমভাবে পাওয়া যাবে। ক্ষণস্থায়ী পরিবর্তন (Temporary change) Control palette থেকে বা Key board-এর সাহায্যে করা যায়। পেজমেকারে default সব ইঞ্চিতে মাপা হয়।

১০.৬ স্টাইল

স্টাইল মানে লেখা বা documentation এর অক্ষরগুলোর আকার, pattern ইত্যাদি পরিবর্তন করা বা লেখাকে paragraph আকারে প্রকাশ করা বা format করা ইত্যাদি।

১০.৬.১ টেক্সট্ স্টাইল ও প্যারাগ্রাফ স্টাইল

টেক্সট্ স্টাইল পরিবর্তন করার জন্য নীচের পর্যায়গুলি অনুসরণ করতে হবে—

(১) টেক্সট্ tool পছন্দ করতে হবে তারপর heading কে highlight করতে হবে।

(২) 'Type specification' dialog box খোলার জন্য Type/Type Specification পছন্দ করতে হবে।

(৩) পরে Font drop-down list box থেকে 'Sans Serif' font বা অন্য কোন font পছন্দ করতে হবে।

(৪) পরে heading highlighted থাকা অবস্থায় Type/Size পছন্দ করতে হবে এবং পরে '24' বা অন্য কোন Size এর ওপর ক্লিক্ করতে হবে।

প্যারাগ্রাফ স্টাইলে Indens set করার জন্য 'Paragraph Specification' dialog box পছন্দ করতে হবে বা 'Indents/tools' dialog box পছন্দ করতে হবে।

যদি দু'টো কলম্এ document টা ভাগ করা না থাকে তাহলে Layout/column guide পছন্দ করে দু'টো Column এবং default spacing পছন্দ করতে হবে।

এছাড়াও paragraph এর অন্যান্য বিভিন্ন option গুলোও পছন্দ করা যায়।

১০.৬.২ বুলেট্স্

কোন লাইন বা টেক্সট্কে আলাদা করে চিহ্নিত করার জন্য তার আগে কিছু বিশেষ Symbol দিতে হয়। এদেরকে বুলেট্স্ বলা হয়। এদের জন্য নীচের পর্যায়গুলো অনুসরণ করতে হবে—

(১) Insertion point টা প্রথম প্যারাগ্রাফের শুরুতে বসাতে হবে অথবা ctrl+shift+8

(২) যদি প্রয়োজন হয় Layout/view থেকে actual size পছন্দ করতে হবে bullet পরিষ্কারভাবে দেখার জন্য।

(৩) প্রথম paragraph কে highlight করে তারপর indents/tabs dialog box পছন্দ করতে হবে।

(৪) (Shift) এবং drag করতে হবে নীচের Left indent icon 0-5″. 'OK' তে ক্লিক্ করতে হবে।

(৫) Insertion point bullet এবং প্রথম অক্ষরের মধ্যে রেখে "Tab" press করতে হবে এবং text-এর বাইরে গিয়ে ক্লিক্ করতে হবে।

১০.৬.৩ রোটেটিং টেক্সট্

টেক্সট্কে লিখে বিভিন্ন কোন ঘুরিয়ে তাকে একটা নির্দিষ্ট স্থানে place করার জন্য নিম্নলিখিত পদ্ধতিগুলো অনুসরণ করতে হবে।

(১) Layout view থেকে সমস্ত text block মুছে ফেলতে হবে।

(২) text tool পছন্দ করে insertion point প্রথম Column এর যেকোন জায়গায় বসাতে হবে।

(৩) যে text টা রোটেট্ করতে হবে সেটা লিখতে হবে।

(৪) Pointer tool দিয়ে text block পছন্দ করতে হবে।

(৫) রোটেটিং টুল পছন্দ করতে হবে এবং যার চারদিকে রোটেট্ করতে হবে সেই position টা পছন্দ করতে হবে।

(৬) একটা arm কে click এবং drag করে রোটেশনাল position কে lever করে রোটেট্ করতে হবে।

১০.৭ সারাংশ

যেকোন Text কে বা graphics কে Pagemaker একটা Standard page Layout-এর মধ্যে এনে তাকে Modify বা edit করে যাতে সেটা যেরকম চাওয়া হয়েছে সেরকম representation-এর মতো হয়। এর সাহায্যে টেক্সট্ স্টাইল পরিবর্তন করা যায়। বুলেট্স্ দেওয়া যায়। টেক্সট্কে রোটেট্ করা যা আবার পুরো টেক্সট্কে প্যারাগ্রাফে ভেঙ্গেও লেখা যায় অর্থাৎ desk top publishing এ একটা লেখাকে publish করার জন্য যে উপযুক্ত format প্রয়োজন সেই format-এ একে পরিবর্তন করা সম্ভব।

১০.৮ অনুশীলনী

i) **সংক্ষিপ্ত উত্তর দিন :**

(ক) Page maker এর পেজ সেট্ আপ্ বলতে কি বোঝায়?

(খ) কিভাবে পেজ্ তৈরী করা হয়?

(গ) মাস্টার পেজ্ কি?

(ঘ) কিভাবে বুলেট্স্ দেওয়া হয়?

(ঙ) কেমনভাবে প্রয়োজন মতো টেক্সট্কে রোটেট্ করা যায়?

১০.৯ উত্তর সংকেত

(i) (ক) পর্যায় ১০.৩.১

(খ) পর্যায় ১০.৪.২

(গ) পর্যায় ১০.৫.৩

(ঘ) পর্যায় ১০.৬.২

(ঙ) পর্যায় ১০.৬.৩

১০.১০ গ্রন্থপঞ্জী

(১) Mastering Pagemaker 6.0 for Win '95 by Altman.

(২) Learn pagemaker 5.0 for Windows in a day by Hughes.

(চতুর্থ পত্র—খ)

একক ১ □ ভারতীয় সংবিধানের প্রাথমিক ধারণা

গঠন

১.০ উদ্দেশ্য
১.১ প্রস্তাবনা
১.২ ভারতীয় সংবিধানের বৈশিষ্ট্য
১.৩ মৌলিক অধিকার ও মৌলিক কর্তব্য
১.৪ বাক্-স্বাধীনতার অধিকার
১.৫ তথ্যের অধিকার
১.৬ জরুরি অবস্থা ও গণমাধ্যমের ওপর তার প্রভাব
১.৭ সারাংশ
১.৮ অনুশীলনী
১.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- ভারতের সংবিধানের মূলগত বৈশিষ্ট্য;
- মৌলিক অধিকারের পরিধি;
- বাক্-স্বাধীনতার ক্ষেত্র;
- তথ্যের অধিকারের পরিসীমা;
- জরুরি অবস্থা এবং তার প্রভাব (প্রেসের পরিপ্রেক্ষিতে)

১.১ প্রস্তাবনা

গণতান্ত্রিক পরিকাঠামোর ওপর ভিত্তি করে রচিত সংবিধানই ভারতের শাসনতান্ত্রিক নিয়ন্তা। ভারতের নাগরিক এবং প্রেসের কার্যক্ষেত্রের পরিসীমার সূত্রও এই সংবিধান। এমনকী বাক্-স্বাধীনতার অধিকার, তথ্যের অধিকারের মত গুরুত্বপূর্ণ ধারণারও শিকড় সংবিধানেই আবদ্ধ। গণমাধ্যমের দায়িত্ব এবং অধিকারের ধারণাগুলিও সংবিধান থেকেই শক্তি সংগ্রহ করে। এই কারণেই গণমাধ্যমের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গেরও সংবিধান সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা থাকা আবশ্যক।

১.২ ভারতীয় সংবিধানের বৈশিষ্ট্য

১৯৪৭ সালে ভারতবর্ষ স্বাধীন হওয়ার পর ১৯৪৯ সালে ভারতীয় সংবিধান রচিত হয়। ১৯৫০ সালের ২৬ নভেম্বর এই সংবিধান ভারতীয় গণতন্ত্রের মূল স্তম্ভ হিসাবে গৃহীত হয়। তবে এই সংবিধানের কিছু বৈশিষ্ট্য

অন্যান্য দেশের সংবিধানের তুলনায় একে অনন্য করে তুলেছে। প্রসঙ্গত উল্লেখযোগ্য, ১৯৪৯ সালে সংবিধান প্রণয়নের পর থেকে ১৯৯২ সালের সেপ্টেম্বর পর্যন্ত ৭১ বার সংবিধান সংশোধন করা হয়েছে এবং তার ফলে মূল সংবিধানের থেকে বর্তমান সংবিধান বহু বিষয়েই পৃথক। সংক্ষেপে ভারতীয় সংবিধানের বৈশিষ্ট্যগুলি নীচে আলোচনা করা হলো :

১। বৃহত্তম সংবিধান— ভারতের সংবিধান পৃথিবীর বৃহত্তম এবং সর্বাপেক্ষা পুঙ্খানুপুঙ্খ ব্যাখ্যাকারী সংবিধান হিসেবে বৈশিষ্ট্য অর্জন করেছে। বিভিন্ন দেশের সংবিধান পর্যালোচনা করে এবং বিভ্রান্তি দূর করার জন্য বিশেষভাবে ব্যাখ্যা করার ফলে সংবিধানের আকার বেড়ে গেছে।

শুধুমাত্র দেশশাসনের মৌলিক নীতিই নয়, প্রশাসনিক রীতিও এই সংবিধান উল্লিখিত হয়েছে। বহু ভাষাভাষী এবং বিভিন্ন জাতিবিশিষ্ট দেশ হওয়ায় বিশেষ সমস্যাগুলি নিয়েও বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হয়েছে। এছাড়াও কেন্দ্রীয় সংবিধানের পাশাপাশি প্রতিটি রাজ্যের সংবিধানও নিবদ্ধ করা হয়েছে। এর ফলেও সংবিধানের আয়তন বৃদ্ধি পেয়েছে।

২। যুক্তরাষ্ট্রীয় সম্পর্কের ব্যাখ্যা—ভারতীয় সংবিধান কেন্দ্রের সঙ্গে রাজ্যগুলির সম্পর্ক এবং রাজ্যগুলির পারস্পরিক সম্পর্ক বিস্তৃতভাবে ব্যাখ্যা করা হয়েছে। বিভিন্ন রাজ্যের মধ্যে সমন্বয় ও বিরোধ নিষ্পত্তির ব্যাপারেও বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।

৩। কঠোরতার চেয়ে নমনীয়তা বেশি—ভারতীয় সংবিধানের অন্যতম উল্লেখযোগ্য বৈশিষ্ট্য তার নমনীয়তা। সংবিধানের কয়েকটি উপধারা সংশোধনের ক্ষেত্রে রাজ্য বিধানসভাগুলির অর্ধেকের সমর্থন যথেষ্ট। অন্যান্য ক্ষেত্রে সংসদে উপস্থিত ও ভোটদানকারী সদস্যদের ন্যূনতম দুই-তৃতীয়াংশের সংখ্যাধিক্যে সংবিধান পরিবর্তন সম্ভব। শুধুমাত্র সংবিধান সংশোধনের ক্ষেত্রেই নয়, কোনো ধারায় কোন অভাব অনুভূত হলে তা পূরণ করার ক্ষমতাও ভারতীয় সংবিধানে প্রদান করা হয়েছে।

৪। সংবিধানে সংসদীয় সার্বভৌমত্বের সমন্বয় সাধন— আমেরিকা যুক্তরাষ্ট্রের সংবিধানের মূল কথা 'মৌলিক বিধি' এবং ইংল্যাণ্ডের অলিখিত সংবিধানের মূল কথা 'সংসদীয় সার্বভৌমত্বের' সিদ্ধান্তের মিলন ঘটেছে ভারতীয় সংবিধানে।

৫। সংবিধানে প্রচলিত প্রথার ভূমিকা— যে সব বিষয়ে সংবিধানে পরিষ্কারভাবে আলোচনা করা হয়নি অথবা সংবিধানে ঘোষিত নীতি বাস্তবে প্রয়োগের ক্ষেত্রে যদি কোন অভাব অনুভূত হয়, তবে সেক্ষেত্রে প্রচলিত প্রথার ওপর নির্ভর করে রাষ্ট্রশাসন করা যেতে পারে।

৬। মৌলিক অধিকার ও সংবিধানিক প্রতিকার— ভারতীয় সংবিধানে নাগরিকদের ছ'টি মৌলিক অধিকার প্রদান করা হয়েছে। এগুলি হলো ঃ

১) সাম্যের অধিকার
২) বিশেষ স্বাধীনতার অধিকার
৩) শোষণের বিরুদ্ধে অধিকার
৪) ধর্মের স্বাধীনতার অধিকার
৫) সংস্কৃতি ও শিক্ষা সম্বন্ধীয় অধিকার
৬) সাংবিধানিক প্রতিকারের অধিকার

আদালতের সাহায্যে সাংবিধানিক প্রতিকারের মাধ্যমে এই অধিকারগুলি বলবৎ করা যেতে পারে।

৭। **বিচারিক পর্যালোচনা ও সংসদীয় সর্বোচ্চতার মধ্যে আপস**—ভারতীয় সংবিধানে 'বিচারিক পর্যালোচনায়' ক্ষমতাবান এবং স্বাধীন বিচারকবর্গকে স্বীকৃতি দেওয়া হয়েছে। তবে সংসদীয় সার্বভৌমত্ব, এবং বিচারিক পর্যালোচনার সমন্বয়ও সাধিত হয়েছে। বিধানমণ্ডলের ক্ষমতাবহির্ভূত কোন বিধিকে আদালত যেমন অসাংবিধানিক বলে বর্ণনা করতে পারে, ঠিক তেমনই যদি দেখা যায় যে বিচারকবর্গ অবাঞ্ছিতভাবে অত্যধিক হস্তক্ষেপ করছে তবে কেন্দ্রীয় সংসদ যাতে সংবিধানের বেশীর ভাগ অংশ বিশেষ সংখ্যাধিক্যে সংশোধন করতে পারে তার ব্যবস্থা করা হয়েছে। এইভাবে এই দুটি সর্বোচ্চ ক্ষমতার মেলবন্ধন ঘটানো হয়েছে।

৮। **মৌলিক অধিকার বিধানমণ্ডলের ন্যায়সম্মত নিয়ন্ত্রণের অধীন**—ভারতীয় সংবিধানে মৌলিক অধিকার স্বীকৃত হলেও রাষ্ট্রের নিরাপত্তা, অখণ্ডতা ও রাষ্ট্রের কল্যাণের স্বার্থে এই অধিকার প্রত্যাহার করা হতে পারে। আবার কতগুলি নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে আদালতের সংরক্ষণের আশা না করে মৌলিক অধিকারগুলি সংবিধানের শর্ত অনুযায়ী বিধানমণ্ডলের নিয়ন্ত্রণে আনা হয়েছে।

৯। **সংবিধানে সামাজিক সমানতা নিশ্চিত করা হয়েছে**—শুধুমাত্র রাজনৈতিক ও বিবিধ সাম্যই নয়, ভারতীয় সংবিধানে প্রতিটি নাগরিকের সামাজিক সমানতা ও স্বীকৃত ও প্রত্যাভূত হয়েছে। অর্থাৎ ধর্ম বর্ণ জাতি লিঙ্গ ও জন্মস্থানের ভিত্তিতে পার্থক্য সৃষ্টি করে রাষ্ট্র কোনো নাগরিককে চাকরি থেকে বঞ্চিত করতে পারবে না এবং সর্বজনীন স্থানে প্রবেশ করা বা সুযোগসুবিধা ভোগ করা থেকে বঞ্চিত করতে পারবে না।

১০। **মৌলিক কর্তব্য দ্বারা মৌলিক অধিকার নিয়ন্ত্রণ**—মূল সংবিধানে উল্লিখিত না হলেও ১৯৭৬ সালের ৪২তম সংশোধনের মাধ্যমে মৌলিক অধিকারগুলিকে সীমিত করার জন্য মৌলিক কর্তব্য যোগ করা হয়েছে। তবে এই কর্তব্যগুলি আদালতের সাহায্যে প্রবর্তন করা যায় না।

১১। **সাম্প্রদায়িক প্রতিনিধিত্ব ছাড়া সর্বজনীন ভোটাধিকার**—ভারতীয় উপমহাদেশে জাতি ধর্ম বর্ণ নির্বিশেষে প্রতিটি প্রাপ্তবয়স্ক নাগরিকের ভোটাধিকার স্বীকৃত হয়েছে। সংসদীয় গণতন্ত্রে নির্বাচনের সময় প্রতিটি ভারতীয় নাগরিক তার ভোটাধিকার প্রয়োগে সক্ষম।

১২। **সংসদীয় শাসনপদ্ধতির সঙ্গে নির্বাচিত রাষ্ট্রপতি**—ভারতীয় শাসনতন্ত্র মূলত প্রধানমন্ত্রী এবং তাঁর মন্ত্রিসভার সাহায্যে পরিচালিত হলেও নিয়মতান্ত্রিক শাসকপ্রধান হিসাবে নির্বাচিত রাষ্ট্রপতির ভূমিকা স্বীকৃত হয়েছে। তবে মন্ত্রিপরিষদের পরামর্শ অনুসারে তিনি কাজ করেন এবং একমাত্র ইমপিচমেন্ট পদ্ধতির সাহায্যে তাঁকে পদ থেকে অপসারিত করা যায়।

১৩। **ঐকিক ভিত্তিসহ যুক্তরাষ্ট্রীয় পদ্ধতি**—ভারতীয় শাসনতন্ত্র যুক্তরাষ্ট্রীয় পদ্ধতিতে পরিচালিত হলেও কেন্দ্রীয় সরকারের হাতে অধিক ক্ষমতা অর্পণ করা হয়েছে। জরুরি অবস্থার সময় রাজ্যগুলির ক্ষমতা গ্রহণ করে যুক্তরাষ্ট্রীয় পদ্ধতিকে একক শক্তি বা শাসক হিসাবে গড়ে তোলার ক্ষমতা ভারতীয় সংবিধানে প্রদান করা হয়েছে।

১৪। **দেশীয় রাজ্যগুলির সংযুক্তি**—ব্রিটিশ শাসিত ভারতের প্রায় ৫৫২টি দেশীয় রাজ্যকে অবশিষ্ট ভারতের সঙ্গে সংযুক্ত করে ভারতবর্ষকে একটি অখণ্ডরূপ দান করা হয়। সম্পূর্ণ ভারতবর্ষে একই শাসনব্যবস্থা প্রযোজ্য হয়।

ভারতবর্ষের সংবিধান পৃথিবীর বিভিন্ন দেশের সংবিধানের সেরা নির্যাস নিয়ে তৈরী হলেও সংবিধান বিশেষজ্ঞদের মতে এই সংবিধানে মূলত ব্রিটেন, আমেরিকা ও আয়ারল্যান্ডের সংবিধানের বৈশিষ্ট্য বেশি দেখতে

পাওয়া যায়। তবে সংবিধানের রচয়িতাদের গুণে এই সংবিধান পৃথিবীর বৃহত্তম ও অন্যতম সেরা সংবিধানে পরিণত হয়েছে।

১.৩ মৌলিক অধিকার

প্রখ্যাত সংবিধান বিশেষজ্ঞ ডঃ দুর্গাদাস বসুর মতে রাষ্ট্রের সংবিধান কর্তৃক স্বীকৃত ও রক্ষিত অধিকারই মৌলিক অধিকার। ভারতীয় সংবিধানের তৃতীয় অংশে ভারতীয়নাগরিকদের মৌলিক অধিকারগুলি লিপিবদ্ধ আছে। এই অধিকার মূলত ছয় প্রকার।

- সাম্যের অধিকার
- স্বাধীনতার অধিকার
- শোষণের বিরুদ্ধে অধিকার
- ধর্মীয় স্বাধীনতার অধিকার
- সংস্কৃতি ও শিক্ষাবিষয়ক অধিকার
- সাংবিধানিক প্রতিবিধানের অধিকার

পূর্বে সম্পত্তির অধিকারও মৌলিক অধিকার রূপে স্বীকৃত ছিল। ১৯৭৮ সালে ৪৪তম সংবিধান সংশোধনের পর তা আর মৌলিক অধিকার রূপে গণ্য হয় না।

সংবিধান স্বীকৃত মৌলিক অধিকারগুলি ভারতের বহুত্ববাদী সমাজ ও গণতান্ত্রিক শাসন কাঠামোর গুরুত্বপূর্ণ স্তম্ভরূপে পরিগণিত হয়। কিন্তু মৌলিক অধিকারগুলি নিরঙ্কুশ নয়। নিম্নলিখিত ক্ষেত্রগুলিতে মৌলিক অধিকারসমূহের ওপর বাধানিষেধ আরোপিত হয়েছে।

- রাষ্ট্রীয় নিরাপত্তা
- বৈদেশিক রাষ্ট্রের সঙ্গে মৈত্রীমূলক সম্পর্ক
- শান্তি-শৃঙ্খলা ভঙ্গ
- আদালত অবমাননা
- মানহানি
- অপরাধ বা অপরাধমূলক কাজে প্ররোচনা দেওয়া
- অশালীনতা ও অসদাচার।

এছাড়াও জরুরি অবস্থা, সামরিক শাসন জারি থাকলেও মৌলিক অধিকারগুলি নিয়ন্ত্রিত বা খর্বিত হতে পারে।

ভারতীয় নাগরিকদের মৌলিক কর্তব্য

অধিকার এবং কর্তব্য পরস্পরের পরিপূরক। মূল সংবিধানে মৌলিক অধিকারের প্রশ্ন উল্লিখিত হলেও নাগরিকদের মৌলিক কর্তব্য বিষয়ে কোনো আলোচনা ছিল না। ১৯৭৬ সালে ৪২তম সংবিধান সংশোধনীতে সংবিধানের চতুর্থ অংশে নাগরিকদের দশটি মৌলিক কর্তব্য সংযুক্ত হয়েছে। সেগুলি হলো ঃ

- সংবিধানকে মান্য করা এবং সাংবিধানিক আদর্শ ও প্রতিষ্ঠানসমূহ, জাতীয় পতাকা এবং জাতীয় সঙ্গীতের প্রতি শ্রদ্ধা প্রদর্শন,
- স্বাধীনতা সংগ্রামের মহান আদর্শকে সংরক্ষণ ও অনুসরণ,
- ভারতের সার্বভৌমত্ব, ঐক্য ও সংহতিকে সমর্থন ও সংরক্ষণ,
- দেশরক্ষা ও জাতীয় সেবামূলক কাজে অংশগ্রহণ,
- ধর্মীয়, ভাষাগত, আঞ্চলিক ও জাতিগত ভিন্নতার ঊর্ধ্বে উঠে ভারতীয় জনগণের মধ্যে ঐক্য, ভ্রাতৃত্বের বিকাশ ঘটানো এবং নারীর পক্ষে অমর্যাদাকর প্রথাসমূহ বর্জন,
- ভারতের মিশ্র সংস্কৃতির গৌরবময় ঐতিহ্যকে সম্মান প্রদান ও সংরক্ষণ,
- বনভূমি, হ্রদ, নদনদী, বন্যপ্রাণী ও পরিবেশ সংরক্ষণ ও উন্নয়ন এবং জীবিত প্রাণীদের প্রতি মমত্ব প্রদর্শন,
- বিজ্ঞান সম্মত মানসিকতা, মানবিকতা, অনুসন্ধিৎসা ও সংস্কারসূচক দৃষ্টিভঙ্গীর প্রসারসাধন,
- সরকারী সম্পত্তির সংরক্ষণ ও হিংসা বর্জন,
- সমস্ত রকম ব্যক্তিগত ও যৌথ কর্মোদ্যোগকে উন্নত মান প্রদান করার উদ্দেশ্যে বিভিন্ন কার্যকলাপের উৎকর্ষ সাধন।

ভারতীয় নাগরিকদের মৌলিক কর্তব্যগুলি রাষ্ট্র পরিচালনার নির্দেশাত্মক নীতিসমূহের সঙ্গে সংযুক্ত। ফলে এগুলি পালন করার কোন আইনগত বাধ্য-বাধকতা নেই। তাই এগুলি অমান্য করলে আদালতে প্রতিকারও সম্ভব নয়। কারণ নির্দেশাত্মক নীতিগুলি আদালত কর্তৃক বলবৎ করা যায় না। এগুলি কেবল নাগরিকদের সদিচ্ছার প্রকাশ বলেই চিহ্নিত করা যায়।

১.৪ বাক্-স্বাধীনতার অধিকার

সংবিধান প্রদত্ত মৌলিক অধিকার সমূহের মধ্যে স্বাধীনতার অধিকার আছে তা আমরা আগেই দেখেছি। সংবিধানের ১৯-২২ নং ধারায় এই অধিকার উল্লিখিত। ১৯(১)-ক ধারায় বাক্-স্বাধীনতা ও মতামত প্রকাশের অধিকার সুনির্দিষ্ট করা হয়েছে। এটি গণতান্ত্রিক সমাজের পক্ষে একটি অপরিহার্য অঙ্গ। এই অধিকারানুসারে ভারতের প্রতিটি নাগরিক নিজ নিজ ধ্যান-ধারণা, বিশ্বাস, আদর্শ অনুযায়ী মতামত প্রকাশ করতে পারেন। এই মতামত লিখিত বা মৌখিক উভয় প্রকারই হতে পারে। চিঠিপত্র, পত্র-পত্রিকা, পুস্তক-পুস্তিকা, সংবাদপত্র বা অন্যান্য গণমাধ্যম, সভা-সমিতি, বিতর্ক ইত্যাদির মাধ্যমে মতামত প্রকাশ করা হয়ে থাকে। সরকারী বিভিন্ন কাজকে বা সামাজিক গুরুত্বপূর্ণ বিষয়গুলি জনমানসে তুলে ধরা সংবাদপত্র তথা গণমাধ্যমগুলির প্রয়োজনীয় কাজ। মতামত গড়ে তোলার ক্ষেত্রে এটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ স্তর। প্রসঙ্গত উল্লেখ্য, মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের মত ভারতের সংবিধানে প্রেসের স্বাধীনতা মৌলিক অধিকারের অন্তর্ভুক্ত নয়। তবে বিভিন্ন সংবিধান বিশেষজ্ঞের মতে এটি বাক্-স্বাধীনতার অধিকারের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট। ১৯৫০ সালে দুটি মামলার রায়ে সুপ্রিম কোর্টও একই মত ব্যক্ত করে।

ভারতীয় সংবিধানে ১৯(২) ধারায় বাক্-স্বাধীনতা ও মতামত প্রকাশের অধিকারের ওপর কতগুলি বিধিনিষেধ আরোপ করা হয়েছে। এগুলি হলো ঃ

- ভারতের সার্বভৌমিত্ব ও সংহতি রক্ষা,
- রাষ্ট্রীয় নিরাপত্তা রক্ষা,
- বৈদেশিক রাষ্ট্রের সঙ্গে মৈত্রীমূলক সম্পর্ক রক্ষা,
- দেশে শান্তি-শৃঙ্খলা রক্ষা,
- শ্লীলতা ও নৈতিকতা রক্ষা,
- আদালত-অবমাননা না করা,
- মানহানি না করা,
- অপরাধমূলক কাজে প্ররোচনা না দেওয়া।

এছাড়া পূর্বেই উল্লিখিত হয়েছে যে জরুরি অবস্থা বা সামরিক শাসন জারি থাকলে মৌলিক অধিকার খর্বিত হয়।

১.৫ তথ্যের অধিকার

তথ্যের অধিকার বলতে তথ্য চাওয়া, পাওয়া এবং প্রদান করার অধিকারকেই বোঝানো হয়। ১৯৪৮ সালে মানবাধিকার সম্পর্কিত সংযুক্ত রাষ্ট্রের নির্দেশাবলীতে বলা হয় সকল মানুষেরই মতামত গ্রহণ এবং তা প্রদান করার অধিকার আছে। এরই অন্তর্ভুক্ত হল কোন মধ্যস্থতা বা প্রভাব ব্যতীত মতামত গ্রহণের পরিবেশ এবং তথ্য চাওয়া, পাওয়া এবং প্রদান করার অধিকার।

আমাদের দেশে তথ্যের অধিকার সংবিধানসম্মত। কিন্তু প্রেসের স্বাধীনতার মতই এটিও সরাসরি উল্লিখিত নেই। কিন্তু সংবিধান বিশেষজ্ঞরা মনে করেন এটিও বাক্স্বাধীনতা ও মতামত প্রকাশের অধিকারের অবিচ্ছেদ্য অংশ। বিভিন্ন মামলার শুনানিতে আদালতও একই বক্তব্য প্রকাশ করেছে। এর যুক্তিও সহজবোধ্য। যথাযথ তথ্যের যোগান ব্যতীত কোন মানুষের পক্ষে নির্ভুল মতপ্রকাশ সম্ভব নয়। মতপ্রকাশের অধিকারের সঙ্গে প্রেসের স্বাধীনতা সম্পর্কিত। তথ্যের অধিকার এবং প্রেসের স্বাধীনতা এদিক থেকে পরস্পর সম্পর্কিত। অপরপক্ষে এই দুই অধিকারই গণতান্ত্রিক সমাজ কাঠামোয় অপরিহার্য উপাদান।

তথ্যের অধিকারের দুটি স্তর আছে। একটি তথ্য জানানোর অধিকার এবং অপরটি তথ্য জানার অধিকার।

তথ্য প্রকৃতপক্ষে মানুষকে শক্তিশালী, শিক্ষিত করার সম্পদ। এতে গণতন্ত্রও বিকাশলাভ করে। মতামত প্রকাশের স্বচ্ছতা গণতান্ত্রিক সমাজের প্রাথমিক শর্ত। তথ্যের সমান্তরাল ধারা ব্যতীত তা বাস্তবিকভাবেই সম্ভব নয়। তথ্যের একমুখী ধারা কখনোই গণতন্ত্রকে পুষ্ট করে না। তথ্যের দ্বিমুখী ধারা মানুষের জানার পরিধি, সচেতনতা বৃদ্ধি করে। সঠিক তথ্যে সমৃদ্ধ হলে তবেই বাক্-স্বাধীনতা এবং মতামত প্রকাশের মৌলিক অধিকার যথাযথভাবে প্রযুক্ত হতে পারে। আমাদের দেশের মত গণতান্ত্রিক শাসন কাঠামোতে দেশের নাগরকিরাই তাঁদের নির্বাচিত প্রতিনিধিদের মাধ্যমে শাসন পরিচালনা করেন। এক্ষেত্রেও সঠিক তথ্য জানা না থাকলে নির্বাচনে

জনগণের রায় গণতন্ত্রকে সঠিক অর্থে সমৃদ্ধ করবে না। সরকারের পক্ষ থেকেও যদি তথ্যের স্বচ্ছ প্রবাহ চালু না রাখা হয় তবে তাও গণতন্ত্রের চরিত্রকে খর্ব করবে। দ্বিতীয় প্রেস কমিশন এ বিষয়ে বিস্তারিত আলোচনা করে সরকারী গোপনীয়তা আইন ১৯২৩-এর কিছু পরিমার্জন সুপারিশ করেছিল। এক্ষেত্রে কমিশনের দৃষ্টিভঙ্গী ছিল নাগরিকের তথ্য জানার অধিকারকে আরো মর্যাদা দেওয়া।

১৯৯৬ সালে ভারতের প্রেস কাউন্সিল তথ্যের অধিকার সংক্রান্ত একটি খসড়া বিল প্রস্তাব করে দেশব্যাপী বিতর্ক আহ্বান করে। এর মাধ্যমে কাউন্সিল সরকারেরও দৃষ্টি আকর্ষণ করতে চেয়েছিল। ১৯৯৭ সালে তথ্যের অধিকার বিল (Right to Information Bill 1997) যৌথভাবে প্রস্তুত করে প্রেস কাউন্সিল এবং ন্যাশনাল ইনস্টিটিউট অফ রুরাল ডেভলপমেন্ট (NIRD)। এই বিলে প্রস্তাব করা হয়েছে যাতে রাষ্ট্রীয় সংস্থা তাদের কার্যাবলীর সমস্ত তথ্য যথাযথভাবে সংরক্ষণ করে। কোন ব্যক্তি লিখিতভাবে কোন তথ্য চাইলে রাষ্ট্রীয় সংস্থার কর্তৃপক্ষকে তার উত্তর লিখিতভাবে দিতে হবে। এমনকি কোন কারণে উত্তর দিতে না চাইলে তাও লিখিতভাবে জানাতে হবে। তথ্যের অধিকার সুরক্ষিত হচ্ছে কিনা তা নজরদারি করার জন্য কেন্দ্রীয়ভাবে ন্যাশনাল কাউন্সিল ফর ফ্রিডম অফ ইনফরমেশন গঠন করার প্রস্তাব এই বিলে আছে। রাজ্য সরকারগুলিকে প্রয়োজনবোধ রাজ্যস্তরে স্টেট কাউন্সিল ফর ফ্রিডম অফ ইনফরমেশন গঠন করার ক্ষমতা দেবার কথাও এই বিলে উল্লিখিত আছে। বিলটি এখনও আইনে পরিণত হয়নি। পরিশেষে বলা যায়, তথ্যের অধিকার যেমন দ্বিমুখী তেমনই তার শিকড় প্রোথিত আছে সরকার এবং জনগণ দুপক্ষেরই চেতনার ওপর। সঠিক তথ্য জ্ঞাপন যেমন সরকার তথা কর্তৃপক্ষের দায়িত্ব, তেমনই সঠিক তথ্য পাওয়া নাগরিকের স্বীকৃত অধিকার। গণমাধ্যমের বস্তুনিরপেক্ষ চরিত্রও এক্ষেত্রে অত্যন্ত প্রয়োজনীয়। এসবের সমন্বয়েই তথ্যের অধিকার এক সঠিক আঙ্গিক লাভ করতে পারে।

প্রসঙ্গত উল্লেখ্য, অতি সম্প্রতি ২০০২ সালে কেন্দ্রীয় সরকার তথ্যের অধিকার সংক্রান্ত আইন জারি করেছে। এর ফলে সরকারী প্রতিষ্ঠান থেকে সাধারণ নাগরিককে তথ্য সংগ্রহের বিধিবদ্ধ অধিকার প্রদান করা হয়েছে। যদিও বাক্-স্বাধীনতা প্রয়োগের মতো তথ্যের অধিকারও কিছু নিয়ন্ত্রণ সাপেক্ষ। তাছাড়া, বেসরকারী প্রতিষ্ঠান থেকেও নাগরিকদের তথ্য সংগ্রহের অধিকার এই আইন দেয়নি।

১.৬ জরুরি অবস্থা এবং গণমাধ্যমের ওপর তার প্রভাব

'জরুরি অবস্থা' বলতে এমন অবস্থা বোঝায় যেখানে যুদ্ধ বা বহিরাক্রমণ বা সশস্ত্র বিদ্রোহের কারণে দেশের বা তার কোন অংশের নিরাপত্তা বিপন্ন হয়েছে। সংবিধান অনুসারে এমতাবস্থাতে রাষ্ট্রপতি 'জরুরি অবস্থা' ঘোষণা করতে পারেন। রাষ্ট্রপতির মনে এ সম্বন্ধে স্থির ধারণা হলে বা এমত পরিস্থিতি সৃষ্টি হতে পারে এই ধারণা হলেও তিনি জরুরি অবস্থা জারি করতে পারেন। তবে কেন্দ্রীয় মন্ত্রিসভা রাষ্ট্রপতির কাছে এ বিষয়ে লিখিত সুপারিশ করলে তবেই তিনি 'জরুরি অবস্থা' জারি করতে পারেন।

রাষ্ট্রপতি সাধারণত তিন প্রকার জরুরি অবস্থা ঘোষণা করতে পারেন : (১) জাতীয় জরুরি অবস্থা অর্থাৎ যুদ্ধ, বর্হিশত্রুর আক্রমণ বা সশস্ত্র বিদ্রোহের ফলে; (২) রাজ্যে রাষ্ট্রপতির শাসন অর্থাৎ রাজ্যে সাংবিধানিক বিধি-ব্যবস্থা ভেঙে যাবার ফলে; এবং (৩) অর্থনৈতিক জরুরি অবস্থা।

সংবিধানের ৩৫২ ধারা অনুযায়ী জাতীয় জরুরি অবস্থা প্রথম জারি হয়েছিল ১৯৬২ সালে চীন-ভারত সীমান্ত সংঘর্ষের সময়। ১৯৭১ সালে বাংলাদেশ যুদ্ধের সময় এই ব্যবস্থা দ্বিতীয়বার কার্যকর হয়। ১৯৭৫ সালে তৎকালীন প্রধানমন্ত্রী ইন্দিরা গান্ধীর সুপারিশক্রমে 'আভ্যন্তরীণ সুরক্ষার ক্ষেত্রে গভীর বিপদের' কারণে ৩৫২ ধারা বলে জরুরি অবস্থা জারি করা হয়। রাজ্যে রাষ্ট্রপতি শাসন প্রথম জারি হয় ১৯৫১ সালে।

তারপর থেকে ৭০ বারেরও বেশি এই ব্যবস্থা কার্যকর করা হয়েছে। তবে আর্থিক জরুরি অবস্থা ঘোষণা করার নজির এখনও নেই।

জরুরি অবস্থার ফলাফল সম্পর্কে প্রথমেই বলা যেতে পারে, এই অবস্থায় কেন্দ্রের নির্বাহিকবৃন্দ এবং কেন্দ্রীয় বিধানমণ্ডল অসাধারণ ক্ষমতালাভ করে। নির্বাহিক, বিধানিক, আর্থিক অবস্থা ছাড়াও মৌলিক অধিকারের ক্ষেত্রটিও এই অবস্থায় সঙ্কুচিত হয়।

জরুরি অবস্থা জারি থাকাকালীন রাষ্ট্র অনুচ্ছেদ ১৯ কর্তৃক আরোপিত নিয়ন্ত্রণ থেকে মুক্ত হয়ে যায়। অর্থাৎ এই অবস্থায় ১৯ অনুচ্ছেদে প্রদত্ত ৬টি স্বাধীনতা— বাক্ স্বাধীনতা ও মতপ্রকাশের স্বাধীনতা, সমাবেশের স্বাধীনতা, সম্মিলনের স্বাধীনতা, চলাচলের স্বাধীনতা, অধিবাস বা স্থায়ীভাবে বসবাসের স্বাধীনতা এবং বৃত্তি, পেশা, বাণিজ্য ও ব্যবসার স্বাধীনতা প্রযোজ্য হয় না। খুব সহজেই বোধগম্য হয় যে এই অবস্থায় প্রেসের স্বাধীনতাও খর্ব হতে বাধ্য।

১৯৭৫ সালে জারি হওয়া জরুরি অবস্থায় প্রেসের বিরুদ্ধে নানারকম দমনমূলক ব্যবস্থা গৃহীত হয়েছিল। বিরোধী রাজনৈতিক দলগুলির বক্তব্য নিয়ে সংবাদপত্রগুলি বাড়াবাড়ি করছে এই অভিযোগে জারি করা হয় 'প্রেস সেন্সরশিপ'। এই ব্যবস্থায় কোন সংবাদপ্রকাশের পূর্বে দায়িত্বপ্রাপ্ত কেন্দ্রীয় আধিকারিকের সম্মতি জোগাড় করতে হত। তদানীন্তন সমস্ত সংবাদপত্র দেখলে দেখা যাবে বহু না-ছাপা অংশ। ঐগুলি আসলে কেন্দ্রীয় আধিকারিকের অনুনোমোদিত। এই সময়ে 'প্রেস কাউন্সিল আইন'ও বাতিল করা হয়েছিল। এমনকি ভারতের তৎকালীন চারটি সংবাদসংস্থা পি টি আই, ইউ এন আই, হিন্দুস্তান সমাচার এবং সমাচার ভারতীয় একীকরণ ঘটিয়ে গড়া হয় একটি সংবাদ সংস্থা 'সমাচার'। এই সময়ে বহুক্ষেত্রে সংসদ এবং বিভিন্ন রাজ্য বিধানসভার কার্যাবলীও সংবাদপত্রে প্রকাশে বাধা ছিল। ৫১ জন সাংবাদিক ও চিত্র সাংবাদিকের অনুমোদন কেন্দ্রীয় সরকার বাতিল করে দেয়। ৭ জন বিদেশী সাংবাদিককে ভারত থেকে বিতাড়ন করা হয়।

১.৭ সারাংশ

এই এককে আমরা সংক্ষেপে ভারতীয় সংবিধানের মূল বৈশিষ্ট্যগুলি আলোচনা করেছি। আমাদের আলোচনার মূল পরিপ্রেক্ষিত হল গণমাধ্যমের সঙ্গে সংবিধানের সম্পর্ক। সংবিধান প্রদত্ত যে নাগরিক অধিকারগুলি সরাসরি বিধিবদ্ধ সেগুলিই প্রকৃতপক্ষে বাক্-স্বাধীনতা বা তথ্যের অধিকারের মত গুরুত্বপূর্ণ ধারণার ভিত্তি। নাগরিক অধিকারের সঙ্গে নাগরিক দায়িত্বের সম্পর্ক যে পরস্পরের পরিপূরক, তাও এই এককে আলোচিত হয়েছে। গণমাধ্যমের ওপর স্বৈরতান্ত্রিক হস্তক্ষেপ এবং তার বাস্তব চিত্রও এই এককে বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হয়েছে।

১.৮ অনুশীলনী

১। **দীর্ঘ উত্তরের প্রশ্ন :**

(ক) ভারতীয় সংবিধানের বৈশিষ্ট্যগুলি আলোচনা করুন।

(খ) মৌলিক অধিকার কাকে বলে? মৌলিক অধিকার বলতে কোন্ কোন্ অধিকার বোঝায়? এই অধিকার কি নিরঙ্কুশ?

(গ) তথ্যের অধিকার বলতে কি বোঝায়? এটি কি সংবিধানসম্মত? এর প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করুন।

(ঘ) জরুরী অবস্থা বলতে কি বোঝায়? ভারতবর্ষের প্রেক্ষাপটে গণমাধ্যমের ওপর তার প্রভাব আলোচনা করুন।

২। **টীকা লেখার জন্য :**

(ক) মৌলিক অধিকার, (খ) মৌলিক কর্তব্য, (গ) বাক্-স্বাধীনতার অধিকার।

১.৯ গ্রন্থপঞ্জী

১। Introduction to the Constitution of India—D. D. Basu.

২। ভারতের শাসনব্যবস্থা ও রাজনীতি—সত্যসাধন চক্রবর্তী।

৩। ভারতীয় শাসনব্যবস্থা ও রাজনীতির রূপরেখা— নিতাই প্রামাণিক।

একক ২ ❑ প্রেস আইন

গঠন

২.০ উদ্দেশ্য
২.১ প্রস্তাবনা
২.২ প্রেস আইন
২.৩ ভারতবর্ষে প্রেস আইনের ইতিহাস
২.৪ কিছু গুরুত্বপূর্ণ প্রেস আইনের তালিকা
২.৫ সংবাদপত্র এবং পুস্তকের নিবন্ধীকরণ আইন, ১৮৬৭
২.৬ সরকারী গোপনীয়তা আইন, ১৯২৩
২.৭ কর্মরত সাংবাদিক ও অন্য সংবাদপত্র কর্মচারীদের বা কর্মীদের (চাকরির শর্ত) এবং বিভিন্ন বিধানবলী আইন, ১৯৫৫
২.৮ আদালত অবমাননা আইন, ১৯৭১
২.৯ অশ্লীলতা প্রতিরোধক আইন
২.১০ রচনাস্বত্ব আইন, ১৯৫৭
২.১১ মানহানি আইন
২.১২ সংসদীয় সংবাদ পরিবেশন এবং প্রেসের ভূমিকা
২.১৩ কেবল্ টিভি নিয়ন্ত্রণ আইন, ১৯৯৫
২.১৪ তথ্যপ্রযুক্তি আইন, ২০০০
২.১৫ সারাংশ
২.১৬ অনুশীলনী
২.১৭ গ্রন্থপঞ্জী

২.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- ভারতবর্ষের প্রেস আইন সম্পর্কে ধারণা;
- উল্লেখযোগ্য আইনগুলি সম্পর্কে বিশদ ধারণা;
- স্বাস্থ্যকর সাংবাদিকতার স্বার্থে আইনের পরিসীমা;
- ঐতিহাসিক প্রেক্ষিতে আধুনিক মিডিয়ার উল্লেখযোগ্য আইনের সম্পর্কে ধারণা।

২.১ প্রস্তাবনা

এই এককটি ভারতের প্রেস আইন সম্পর্কিত। প্রেস আইন সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণায় আমাদের আলেচনায় সূত্রপাত। ভারতবর্ষে প্রেস আইনের বিবর্তন এবং উল্লেখযোগ্য প্রেস আইনগুলি বিশদে আলোচিত হয়েছে।

ভারতীয় দণ্ডবিধির (Indian Penal Code) অন্তর্গত মানহানি আইনটিও বিশদে আলোচিত হয়েছে। কেবল্ টিভি এবং তথ্যপ্রযুকিত আইনের নির্যাসও ধারণার পরিচ্ছন্নতার জন্য এই এককে আলোচিত হয়েছে।

২.২ প্রেস আইন

প্রখ্যাত সংবিধান বিশেষজ্ঞ ডঃ দুর্গাদাস বসুর মতে, প্রেস আইন একটি বিশেষ আইন। মুদ্রিত বিষয়বস্তুর মুদ্রণ এবং প্রকাশনার সঙ্গে জড়িত ব্যক্তিবর্গ এবং মুদ্রণ প্রতিষ্ঠানের প্রতি একান্তভাবে নির্দিষ্ট ও নির্দেশিত এই আইন। যে সকল ব্যক্তি মুদ্রিত বিষয়বস্তুর মুদ্রণ এবং প্রকাশনার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট নন, তাঁরা এই আইনের আওতাভুক্ত নন। ঐতিহাসিকদের মতে, প্রেসের স্বাধীনতার জন্য আন্দোলন কিছু বিশেষ আইনের বিরুদ্ধে প্রতিবাদ জানিয়ে শুরু হয়েছিল। এই আইনগুলির মধ্যে ছিল প্রেস এমারজেন্সি পাওয়ার অ্যাক্ট, ১৯৩১; দ্য প্রেস (অবজেকশনেবল ম্যাটার) অ্যাক্ট, ১৯৫১; দ্য প্রিভেনশন অফ অবজেকশনেবল ম্যাটার অ্যাক্ট, ১৯৭৬। এই আইনগুলি কোনটিরই আজ আর অস্তিত্ব নেই। ১৯৭৭ সালের এপ্রিল মাসে প্রিভেনশন অফ পাবলিকেশন অফ অবজেকশনেবল ম্যাটার (রিপিল) অ্যাক্ট প্রয়োগের মাধ্যমে জনতা সরকার ১৯৭৬ সালের আইনটি বাতিল করে।

বর্তমানে কোন দমনমূলক কেন্দ্রীয় আইন না থাকলেও কিছু নির্দিষ্ট নিয়ন্ত্রক পদক্ষেপ নেওয়া হয়েছে। যেমন প্রেস অ্যান্ড রেজিস্ট্রেশন অফ বুকস্ অ্যাক্ট, ১৮৭৬-র অস্তিত্ব রয়েছে, ঠিক তেমনই, ওয়ার্কিং জার্নালিস্টস অ্যাক্টের মত ইতিবাচক আইনও সৃষ্টি করা হয়েছে, যার মাধ্যমে প্রেসের বিভিন্ন স্তরের নির্দিষ্ট কর্মচারীরা তাঁদের অবস্থায় উন্নতি ঘটাতে পারেন। এর পাশাপাশি কিছু ফৌজদারী আইনও (Criminal laws) রয়েছে, যা প্রেসের সঙ্গে সরাসরি যুক্ত ব্যক্তি অথবা জড়িত নয়, এমন কোন ব্যক্তি, সব ধরনের অপরাধীর ক্ষেত্রেই প্রযোজ্য। সংক্ষেপে বলা যেতে পারে প্রেসের সঙ্গে সম্পর্কিত আইনই প্রেসের আইন। বর্তমানে এই কেন্দ্রীয় আইনের সংখ্যা দুডজনের বেশি।

২.৩ ভারতবর্ষে প্রেস আইনের ইতিহাস

ভারতবর্ষে প্রেস আইনের ইতিহাস এমনকী ভারতবর্ষে প্রথম সংবাদপত্র প্রকাশের সময়ের চেয়েও পুরানো। উইলিয়াম বোল্ডস্ নামে ইস্ট ইন্ডিয়া কোম্পানির একজন কর্মচারীকে কেবলমাত্র সংবাদপত্র প্রকাশের ইচ্ছাপ্রকাশ করার জন্য ভারত ছেড়ে ইউরোপে চলে যেতে নির্দেশ দেওয়া হয় ১৭৭৬ খ্রীষ্টাব্দে। এর ঠিক চারবছর পর ভারতবর্ষে প্রকাশিত হয় প্রথম সংবাদপত্র 'বেঙ্গল গেজেট' বা 'ক্যালকাটা জেনারেল অ্যাডভারটাইসার'। জেমস্ অগাস্টাস হিকি সেই পত্রিকা চালু করেন। কিন্তু কিছুদিনের মধ্যেই তাঁর প্রকাশিত খবর তৎকালীন গভর্নর জেনারেল ওয়ারেন হেস্টিংসের রোষানলে পড়ে। শেষ পর্যন্ত হিকি তাঁর কাগজ বন্ধ করে দিতে বাধ্য হন।

১৯৭৫ সালে ভারতের ইতিহাসে প্রথম প্রেস সেন্সরশিপের ঘটনা ঘটে। 'মাদ্রাস গেজেট' নামের সংবাদপত্রের সম্পাদককে মিলিটারি সেক্রেটারির সঙ্গে দেখা করে ছাপার পূর্বে সমস্ত সরকারি বিধি মেনে চলার প্রমাণ দাখিল করতে বলা হয়।

১৭৯৯ সালে লর্ড ওয়েলেসলি প্রথম প্রেস নিয়ন্ত্রণ আইনের প্রবর্তন করেন। এই আইনে প্রতিটি সংবাদপত্রে প্রকাশক মুদ্রক এবং সম্পাদকের নাম মুদ্রিত থাকা বাধ্যতামূলক ছিল। এছাড়াও ছাপার আগে বিষয়বস্তু সেক্রেটারির মাধ্যমে সরকারকে জানাতে বলা হয়। এছাড়াও রবিবার কোন সংবাদপত্র প্রকাশনা বন্ধ করা হয়।

আবার ১৮২৩ সালে তৎকালীন গভর্নর জেনারেল জন অ্যাডাম প্রেসের ওপর লাইসেন্স ধার্য করেন। তাঁর জারি করা অর্ডিন্যানস্ অনুযায়ী, ব্যবসায়িক বিষয় ছাড়া যে কোন বিষয় ছাপার জন্য লাইসেন্স অবশ্য প্রয়োজনীয় বলে ঘোষিত হয়। ছাপার আগে সমস্ত বিষয়বস্তু সরকারের থেকে পাশ করিয়ে নিতে হত। এই ঘোষণার বিচ্যুতির শাস্তি ছিল কঠোর। ১৮৩৫ সালে তৎকালীন গর্ভনর জেনারেল চার্লস মেটকাফ এই আইনকে অনেক শিথিল করেন। তিনি কেবল সংবাদপত্রে মুদ্রকের ঠিকানা এবং প্রকাশনার স্থান উল্লেখ বাধ্যতামূলক রাখেন।

১৮৫৭ সালে মহাবিদ্রোহ দেখা দিলে তৎকালীন গভর্নর জেনারেল লর্ড ক্যানিং পুনরায় লাইসেন্স প্রথা চালু করেন। এই ঘোষণায় কেবল সংবাদপত্রই নয় বই এবং সমস্ত প্রকার প্রকাশনা যুক্ত ছিল।

১৮৬০ সালে ভারতীয় দণ্ডবিধির (ইণ্ডিয়ান পিনাল কোর্ড) প্রবর্তন হয়। বর্তমানে প্রযোজ্য সবচেয়ে পুরোনো আইন প্রেস অ্যান্ড রেজিস্ট্রেশন অফ বুকস্ অ্যাক্ট প্রবর্তিত হয় ১৮৬৭ সালে। ১৮৭৮ সালে প্রবর্তিত হয় ভার্নাকুলার প্রেস অ্যাক্ট। দেশীয় ভাষায় প্রকাশিত সংবাদপত্রগুলির জনমানসে তীব্র প্রভাব দেখে সন্ত্রস্ত ইংরেজ সরকার এই আইন প্রবর্তন করে। এই আইন বলে আদালতের নির্দেশ ছাড়াই পুলিশ সরকারী নির্দেশে যে কোন সংবাদপত্র অফিসে তল্লাসি চালাতে পারত। সার্চ ওয়ারেন্টের ক্ষমতাও সরকারকেই দেওয়া হয়েছিল। এই আইনের বিরুদ্ধে ভারতবর্ষব্যাপী এবং ইংলণ্ডেও কিয়দংশ প্রতিক্রিয়া হওয়ায় ১৮৮১ সালে এই আইন বাতিল করা হয়।

কোড অফ ক্রিমিনাল প্রসিডিওর বা ফৌজদারি দণ্ডসংহিতা পুরোপুরি জারি হয় ১৮৯৮ সালে। এই আইনবলে সরকারকে তল্লাশি করা বা প্রকাশনা বাজেয়াপ্ত করার অধিকার দেওয়া হয়।

এরপর ১৯০৮ সালে সংবাদপত্র নিয়ন্ত্রণে নিউজ পেপারস্ (ইনসাইটমেন্ট টু অফেন্সেস) অ্যাক্ট নামে একটি আইন প্রবর্তিত হয়। এই আইনে বলা হয় যদি কোন সংবাদপত্র হিংসাত্মক ঘটনা, খুন, দাঙ্গা ইত্যাদিতে প্ররোচনা দেয় তবে ওই আইন বলে ম্যাজিস্ট্রেট ছাপাখানা বন্ধ করে দিতে পারবেন। এই আইনকে সামনে রেখেই ১৯১০ সালে জারি হয় আরো কঠোর আইন-ভারতীয় সংবাদপত্র আইন বা ইন্ডিয়ান প্রেস অ্যাক্ট। এই আইনে বলা হয়, সংবাদপত্র প্রকাশের আগে সরকারের কাছে কিছু অর্থ আমানত হিসাবে রাখতে হবে এবং আইন মানা না হলে সেই অর্থ বাজেয়াপ্ত হবে। ১৯১৩ ও ১৯১৪ সালে এই আইনকে আরো কঠোরভাবে সংশোধন করা হয়। ১৯২১ সালে এই আইন রদ করা হয়।

এরপরের ১৯২৩ সালে প্রবর্তিত হয় অফিসিয়াল সিক্রেটস্ অ্যাক্ট বা সরকারী গোপনীয়তা আইন। এই আইনেরও মুখ্য উদ্দেশ্য ছিল সংবাদপত্র দমন। ১৯৩১ সালে অসহযোগ আন্দোলন তীব্র হয়ে ওঠার পর ব্রিটিশ সরকার সংবাদপত্র নিয়ন্ত্রণে অর্ডিন্যান্স জারি করে। পরে ১৯৩৫ সালে এটিই আইনে পরিণত হয়। ১৯৩১ সালে জারি করা হয় সংবাদপত্র (জরুরি ক্ষমতা) আইন। এই আইনের পাশাপাশি ভারত রক্ষা আইন বলে সংবাদপত্রের বিরুদ্ধে ব্যবস্থা নেবার আরো বেশি ক্ষমতা সরকারের হাতে ন্যস্ত হয়।

স্বাধীনতা উত্তর ভারতে প্রেস আইনের ইতিহাস মূলত স্বাধীন এবং নিরপেক্ষ প্রেস পরিচালনার সহায়ক ব্যবস্থা গড়ে তোলার জন্য নির্দেশিত। ১৯৫০ সালে সংবিধান গৃহীত হবার দুবছরের মধ্যেই ১৯৫২ সালে প্রথম প্রেস

কমিশন গঠিত হয়। এর অন্যতম উদ্দেশ্য ছিল প্রেসের স্বাধীনতা এবং সেই অনুসারে আইনের সংশোধন। তার সুপারিশ অনুসারে ১৯৫৫ সালে 'ওয়ার্কিং জার্নালিস্টস্ অ্যান্ড আদার নিউজপেপার এমপ্লইজ্ (কনডিশানস্ অফ সার্ভিস) অ্যান্ড মিসেলেনিয়াস প্রভিশানস্ অ্যাক্ট' প্রবর্তিত হয়। এর মূল লক্ষ্য হল সাংবাদিকদের জীবনযাত্রার মানোন্নয়ন। প্রথম প্রেস কমিশনেরই সুপারিশ অনুযায়ী প্রেসের স্বাধীনতা সুরক্ষিত করা এবং সংবাদপত্র ও সংবাদ সংস্থার মানোন্নয়নের যুগপৎ দায়িত্ব পালনে প্রেস কাউন্সিল গঠন করার জন্য ১৯৬৫ সালে প্রেস কাউন্সিল অ্যাক্ট প্রবর্তন করা হয়। ১৯৭৬ সালে জরুরী অবস্থার সময় এই আইন রদ করা হয়। পরে ১৯৭৮ সালে এই আইন পুনপ্রবর্তিত হয়।

১৯৫৬ সালে পার্লামেন্টারি প্রসিডিংস (প্রোটেকশান অফ পাবলিকেশন) অ্যাক্ট জারি হয়। এর উদ্দেশ্য ছিল সংসদের কার্যাবলীর সুষ্ঠ এবং সঠিক সংবাদ প্রকাশ। ১৯৫৭ সালে সৃষ্টিশীল কাজের রচনাসত্ব সুরক্ষিত করার জন্য কপিরাইট অ্যাক্ট জারি হয়। বিচারব্যবস্থার পক্ষে দায়িত্বজ্ঞানহীন সাংবাদিকতা যাতে সমস্যা সৃষ্টি না করে সেই কারণে ১৯৭১ সালে আদালত অবমাননা আইন বা কনটেম্পট অফ কোর্ট অ্যাক্ট প্রবর্তিত হয়।

ভারতের প্রেস ১৯৭৫ সালে জরুরী অবস্থার সম্মুখীন হয়। এই অবস্থা প্রায় দুবছর জারি ছিল। এই সময় প্রেসের স্বাধীনতা লুপ্ত হয়েছিল। প্রেসের স্বাধীনতা সংক্রান্ত বহু আইন এই সময় বাতিল হয়েছিল। প্রেস সেন্সরশিপের মুখোমুখি হয়েছিল। এই অবস্থার পর অভিজ্ঞতার ভারতীয় সাংবাদিকতা জগত সম্পর্কে পর্যালোচনার জন্য দ্বিতীয় আইন সংশোধনের প্রস্তাব করেছিল।

ভারতবর্ষে প্রেস আইনের ইতিহাস মোটামুটি এভাবেই বিবর্তিত হয়েছে।

২.৪ কিছু গুরুত্বপূর্ণ প্রেস আইনের তালিকা

- দ্য প্রেস অ্যান্ড রেজিস্ট্রেশন অফ বুকস্ অ্যাক্ট, ১৮৬৭
- দ্য ইন্ডিয়ান টেলিগ্রাফ অ্যাক্ট, ১৮৯৮
- অফিসিয়াল সিক্রেটস্ অ্যাক্ট, ১৯২৩
- দ্য ডেলিভারি অফ বুকস্ অ্যান্ড নিউজ পেপারস্ (পাবলিক লাইব্রেরিস্) অ্যাক্ট, ১৯৫৪
- দ্য ড্রাগস্ অ্যান্ড ম্যাজিক রিমেডিস (অবজেকশনেবল্ অ্যাডভাটাইজমেন্টস্) অ্যাক্ট, ১৯৫৪
- দ্য ওয়ার্কিং জার্নালিস্টস্ অ্যান্ড আদার নিউজপেপারস্ এমপ্লয়িস্ (কণ্ডিশনস্ অফ সার্ভিস) অ্যান্ড মিসেলেনিয়াস প্রভিশনস্ অ্যাক্ট, ১৯৫৫
- দ্য ইয়ং পারসনস্ (হার্মফুল পাবলিকেশনস্) অ্যাক্ট, ১৯৫৬
- দ্য কপিরাইট অ্যাক্ট, ১৯৫৭
- চিল্ডরেন অ্যাক্ট, ১৯৫৭
- দ্য আনলফুল অ্যাকটিভিটিস্ (প্রিভেনশন) অ্যাক্ট, ১৯৬৭
- দ্য কনটেম্পট অফ কোর্টস্ অ্যাক্ট, ১৯৭১
- দ্য প্রেস কাউন্সিল অ্যাক্ট, ১৯৭৮
- ইনডিসেন্ট রিপ্রেজেন্টেশন অফ (উওমেন) প্রহিবিশন অ্যাক্ট, ১৯৮৬

উপরোক্ত প্রেস আইনগুলির মধ্যে গুরুত্বপূর্ণ আইনগুলি পরে বিশদে আলোচনা করা হয়েছে।

এছাড়াও ভারতীয় দণ্ডবিধি, ১৮৬০-এর প্রেস সংক্রান্ত কয়েকটি প্রাসঙ্গিক বিধিব্যবস্থার সংক্ষিপ্ত রূপরেখা নীচে উল্লিখিত হল :

ধারা ১২৪— কোন আইনসম্মত ক্ষমতা প্রয়োগ করার সময় চাপ সৃষ্টি করতে রাষ্ট্রপতি ও রাজ্যপালকে যুক্তিজালে আক্রমণ করা।

ধারা ১৫৩এ— ধর্ম, জাত, জন্মস্থান, বাসস্থান, ভাষা ইত্যাদির উপর ভিত্তি করে বিভিন্ন জনগোষ্ঠীর মধ্যে ঘৃণা জাগিয়ে তুলে সম্প্রীতিরক্ষায় প্রতিকূলতা সৃষ্টি করা।

ধারা ১৫৩বি— জাতীয় সংহতির পক্ষে হানিকর অভিযোগ, দাবি তুলে ধরা।

ধারা ১৭১জি—নির্বাচন সম্পর্কে মিথ্যা বিবৃতি দেওয়া।

ধারা ২২৮— বিচারকার্যক্রমে (Judical Proceeding) উপস্থিত সরকারি কর্মচারীকে বাধাদান অথবা ইচ্ছাকৃতভাবে অপমান করা।

ধারা ২৯২— অশ্লীল পত্র পত্রিকা, বই ইত্যাদি বিক্রি করা।

ধারা ২৯৩—অল্পবয়স্ক ছেলেমেয়েদের কাছে অশ্লীল জিনিসপত্র বিক্রি করা।

ধারা ২৯৪এ— লটারি অফিস চালানো।

ধারা ২৯৫এ— পরিকল্পনামাফিক বিদ্বেষপূর্ণ প্রচার চালিয়ে একটি শ্রেণীর ধর্ম বা ধর্মীয় বিশ্বাসের অবমাননা করে তাঁদের অনুভূতিকে খেপিয়ে তোলার চেষ্টা।

ধারা ২৯৯— নির্বিচার গণহত্যা অথবা দোষাবহ নরহত্যা (Culpable Homicide).

ধারা ৪৯৯— মানহানি।

ধারা ৫০০— মানহানির কারণে শাস্তি দেওয়া।

ধারা ৫০১— মানহানিকর সম্ভাবনাযুক্ত কিছু ছাপানো বা উৎকীর্ণ (engraving) করা।

ধারা ৫০২—মানহানিকর বিষয়বস্তু আছে এমন মুদ্রিত বা উৎকীর্ণ (engraved) কোন কিছু বিক্রি করা।

ধারা ৫০৫—

(১) এমন কোন বিবৃতি যা সামগ্রিকভাবে মানুষের মধ্যে অনৈক্য ও বিবাদের সম্ভাবনাকে উসকে দেয়।

(২) এমন কথা বা বিবৃতি যা বিভিন্ন শ্রেণীর মধ্যে শত্রুতা, ঘৃণা ও অবিশ্বাস জাগিয়ে তোলে বা বাড়িয়ে দিতে পারে।

(৩) উপধারা (২) অনুযায়ী কোন উপাসনাস্থলে অপরাধ সঙ্ঘটিত করা।

২.৫ সংবাদপত্র এবং পুস্তকের নিবন্ধীকরণ আইন, ১৯৬৭

সংবাদপত্র জগতের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট আইনগুলির মধ্যে যে প্রাচীনতম আইনটি এখনও প্রয়োগ করা হয়, তা হল সংবাদপত্র এবং পুস্তকের নিবন্ধীকরণ আইন। ১৮৬৭ সালে এই আইন প্রণীত হয়। সংবাদপত্র প্রকাশনা এবং ছাপাখানা পরিচালনায় নিয়মের ক্ষেত্রে এটি মৌলিক আইন হিসেবে স্বীকৃত।

যদিও কোন সংবাদপত্র শুরু করা এবং চালু রাখার জন্য কোন লাইসেন্স বা অনুমতির প্রয়োজন হয় না, তবুও এই আইনের নির্দেশ না মেনে কোন সংবাদপত্রই প্রকাশ করা যায় না। সংবাদপত্র প্রকাশের আগে নির্দিষ্ট প্রথায় জেলাশাসক, প্রেসিডেন্সি অথবা সাব-ডিভিশনাল ম্যাজিস্ট্রেটের কাছে ঘোষণা করতে হয়। অনুরূপভাবে ছাপাখানা শুরু করার আগেও সংশ্লিষ্ট ঘোষণা করতে হয়।

এই আইনের ৩নং ধারা অনুযায়ী ভারতের মধ্যে প্রকাশিত প্রতিটি পুস্তক অথবা সংবাদপত্রে পাঠযোগ্যভাবে মুদ্রকের নাম, মুদ্রণের স্থান, প্রকাশকের নাম এবং প্রকাশনার স্থান মুদ্রণ করতে হবে।

কোন সংবাদপত্র বা পুস্তক মুদ্রণের জন্য ছাপাখানা স্থাপন করতে হলে স্থানটির বর্ণনা দিয়ে জেলাশাসক, প্রেসিডেন্সি বা সাব-ডিভিশনাল ম্যাজিস্ট্রেটের কাছে একটি ঘোষণা করতে হবে।

ছাপাখানার স্থান পরিবর্তিত হলে প্রত্যেকবারই ঘোষণা করা জরুরী। কিন্তু যদি একই ম্যাজিস্ট্রেটের অধীনে পরিবর্তিত নতুন স্থানটির অবস্থিতি হয়, ছাপাখানার মালিক যদি একই হন এবং পরিবর্তনের মেয়াদ ৬০ দিনের কম হয়, তবে নতুন কোন ঘোষণার দরকার পড়ে না। সেক্ষেত্রে, স্থান পরিবর্তনের ২৪ ঘন্টার মধ্যে জানানোই যথেষ্ট।

একটি সংবাদপত্র প্রকাশের জন্য দুটি শর্তপূরণ করা জরুরী। প্রথমত, সংবাদপত্রের প্রতিটি কপিতে পরিষ্কারভাবে সম্পাদকের নাম উল্লেখ করতে হবে। দ্বিতীয়ত, যে জেলাশাসক, প্রেসিডেন্সি বা সাব-ডিভিশনাল ম্যাজিস্ট্রেটের অধীনস্থ অঞ্চলে সংবাদপত্রটি প্রকাশিত হবে, তাঁর কাছে নিম্নলিখিত বিষয়গুলি উল্লেখ করে একটি ঘোষণা করতে হবে : (ক) মুদ্রক এবং প্রকাশকের নাম, (খ) মুদ্রণ এবং প্রকাশনার স্থান, (গ) সংবাদপত্রের নাম, ভাষা এবং প্রকাশকাল। মুদ্রক এবং প্রকাশক নিজে অথবা কোন অনুমতি প্রাপ্ত প্রতিনিধির মাধ্যমে এই ঘোষণা করবেন। যদি মুদ্রক বা প্রকাশক সংবাদপত্রের মালিক না হন, তবে ঘোষণাটিতে মালিকের নাম উল্লেখ করতে হবে। কিন্তু শুধুমাত্র ঘোষণা করলেই সংবাদপত্র প্রকাশের কাজ শুরু করা যায় না। উক্ত বা সংশ্লিষ্ট ম্যাজিস্ট্রেট সম্মতি দেবার পরই প্রকাশনা শুরু করা সম্ভব।

নাম, ভাষা অথবা প্রকাশকাল যতবার পরিবর্তিত হবে ততবার নতুন ঘোষণা করতে হবে। অনুরূপভাবে, সংবাদপত্রের মালিকানা বা প্রকাশনা ও মুদ্রণের স্থান বদল হলে নতুন ঘোষণা করতে হয়। যদি স্থানের পরিবর্তন ৩০ দিনের কম সময়ের জন্য হয়, তবে ম্যাজিস্ট্রেটকে একটি বিবৃতি দেওয়াই যথেষ্ট। যদি মুদ্রক বা প্রকাশক ৯০ দিনের বেশী সময়ের জন্য দেশের বাইরে যান অথবা অন্য কোন কারণে ৯০ দিনের বেশী সময়ের জন্য তাঁর দায়িত্ব পালনে অসমর্থ হন, তবে নতুন করে ঘোষণা করতে হয়।

দেশের স্বাভাবিক নাগরিক নন অথবা অপ্রাপ্তবয়স্ক এমন, কারুর পক্ষে কোন ঘোষণা করা অথবা সংবাদপত্র সম্পাদনা করা সম্ভব নয়। যদি আইন অনুযায়ী ঘোষণা করা হয় এবং একই রাজ্যে একই নামে বা একই ভাষায় কোন পত্রিকা না থাকে, তবে জেলাশাসক ঘোষণাটিকে গ্রহণ করতে বাধ্য থাকেন, তবে প্রকাশের অনুমতি দেবার আগে সংবাদপত্রের রেজিস্ট্রার অফ্ নিউজপেপার ফর ইন্ডিয়া-এর কাছ থেকে অন্য কোন পত্রিকার অস্তিত্ব সম্পর্কে ম্যাজিস্ট্রেটকে অনুসন্ধান করতে হয়।

এই অনুমতি প্রদান কোন বিচারবিভাগীয় কাজ নয়, এটি একটি প্রশাসনিক পদক্ষেপ এবং কোনরকম স্বেচ্ছাচারিতা ব্যতীত ম্যাজিস্ট্রেট এই দায়িত্ব পালনে বাধ্য থাকেন।

অনুমতি পাওয়ার পর একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে সংবাদপত্র/পত্রিকা অবশ্যই শুরু করতে হয়। যে সংবাদপত্র সপ্তাহে বা তার বেশিবার প্রকাশিত হবে বলে ঘোষিত হয়েছে, তাদের ছয় সপ্তাহের মধ্যে প্রকাশনা শুরু করতে হবে। অন্যান্য সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে এই সময়সীমা তিন মাস। অর্থাৎ দৈনিক বা সাপ্তাহিক সংবাপত্র অতি অবশ্যই ছয় সপ্তাহের মধ্যে প্রকাশনা শুরু করতে হবে এবং পাক্ষিক, মাসিক বা ত্রৈমাসিক পত্রিকা তিন মাসের মধ্যে প্রকাশনা শুরু করতে পারে।

অনিয়মিত প্রকাশনার জন্য ম্যাজিস্ট্রেট ঘোষণা বাতিল করতে পারেন এবং প্রকাশনা বন্ধ করার নির্দেশ দিতে পারেন। যদি কোন সংবাদপত্র ঘোষণা অনুযায়ী নির্দিষ্ট সংখ্যার অর্ধেক সংখ্যারও কম প্রকাশে সক্ষম হয়, তবে তার প্রকাশনা বন্ধ হয়ে যাবে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, তিন মাসের মধ্যে কোন দৈনিক, ত্রি-সাপ্তাহিক, দ্বি-সাপ্তাহিক বা পাক্ষিক সংবাদপত্র যদি নির্দিষ্ট সংখ্যার অর্ধেক লক্ষ্যমাত্রা পূরণ করতে না পারে তবে সে সংবাদপত্রের প্রকাশনা বন্ধ হয়ে যাবে। আবার শুরু করার আগে নতুন একটি ঘোষণা করতে হবে।

এই আইন অনুযায়ী, সংবাদপত্রের প্রতিটি সংস্করণের দুটি কপি এবং প্রতিটি বইয়ের তিনটি কপি নির্দিষ্ট প্রথায় সরকারের কাছে বিনামূল্যে পাঠাতে হবে।

সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিকে নির্দিষ্ট কারণ দেখানোর সুযোগ দেওয়ার পর ম্যাজিস্ট্রেট নিম্নলিখিত বিষয়গুলিতে সন্তুষ্ট হলে ঘোষণাটি বাতিল করতে পারেন। বিষয়গুলি হল ঃ

(ক) এই আইন বা নিয়ম না মেনে সংবাদপত্রটি প্রাকশিত হচ্ছে, অথবা

(খ) একই ভাষা বা একই রাজ্যে অস্তিত্বশীল কোন সংবাদপত্রের একই নাম বা এক ধরনের নামে কোন সংবাদপত্র আছে, অথবা

(গ) প্রকাশক অথবা মুদ্রকের মৃত্যু হয়েছে, অথবা

(ঘ) কোন তথ্য গোপন করে ঘোষণাটি করা হয়েছে,

প্রেস অ্যান্ড রেজিস্ট্রেশন অ্যাপেলেট বোর্ডের কাছে ম্যাজিস্ট্রেটের সিদ্ধান্তকে চ্যালেঞ্জ জানানো যেতে পারে। এই বোর্ডে একজন চেয়ারম্যান ও ভারতীয় প্রেস কাউন্সিলের মনোনীত একজন সদস্য থাকেন।

শাস্তি ঃ

যদি কোন সংবাদপত্র অথবা পুস্তকে মুদ্রক এবং প্রকাশকের নাম পরিষ্কার ও পাঠযোগ্যভাবে ছাপা না হয় এবং মুদ্রণ অথবা প্রকাশনার স্থান যদি পরিষ্কারভাবে উল্লিখিত না হয়, তবে মুদ্রক অথবা প্রকাশকের দুহাজার টাকা পর্যন্ত জরিমানা হতে পারে অথবা ৬ মাসের জেল হতে পারে অথবা দুটি শাস্তিই হতে পারে। ঘোষণা ছাড়া কোন ছাপাখানা চালু রাখা হলে অথবা নিয়মবিরুদ্ধভাবে সম্পাদনা, মুদ্রণ অথবা প্রকাশনার কাজ হলে একই শাস্তি হতে পারে। উপরন্তু, শাস্তির সঙ্গে সঙ্গে ম্যাজিস্ট্রেট সংবাদপত্রের ঘোষণা বাতিল করে দিতে পারেন।

সংবাদপত্রের কপি সরবরাহের নীতি লঙ্ঘিত হলে প্রত্যেকবারের জন্য ৩০ টাকা জরিমানা হবে। কোন পুস্তকের ক্ষেত্রে এই অপরাধের জন্য বইয়ের কপির মূল্যের সমান জরিমানা করা হতে পারে।

২.৬ সরকারী গোপনীয়তা আইন, ১৯২৩

সরকারী গোপনীয়তা রক্ষার জন্য সৃষ্ট আইনগুলি সুদৃঢ় ও সংশোধন করার জন্য সরকারী গোপনীয়তা আইন ১৯২৩ সালে প্রচলিত হয়। আইনটি প্রবর্তনের সময়কাল থেকেই স্পষ্ট যে এই আইন প্রকৃতপক্ষে প্রেসের গতিবিধি নিয়ন্ত্রণের উদ্দেশ্যেই প্রবর্তিত। পরবর্তীকালে স্বাধীন ভারতবর্ষে এই আইন বলবৎ রাখা বিতর্কের ঊর্ধ্বে ছিল না। দ্বিতীয় প্রেস কমিশনেও এই আইন সংশোধনের প্রয়োজনীয়তা উল্লিখিত হয়েছে। তথ্যপ্রযুক্তি আইন ২০০০-এও এর পরিমার্জনের প্রয়োজনীয়তা আলোচিত হয়েছে। এই আইন গোটা ভারতবর্ষে প্রযোজ্য এবং সরকারী কর্মচারী ও ভারতের বাইরে বসবাসকারী ভারতীয়দের জন্য সমানভাবে কার্যকর। রাষ্ট্রের নিরাপত্তা রক্ষার কারণেই এই বিশেষ আইনের উদ্ভব।

গুপ্তচরবৃত্তির দণ্ড

৩নং ধারা— যদি কোন ব্যক্তি রাষ্ট্রের নিরাপত্তা বা স্বার্থবিঘ্নকর কোন উদ্দেশ্যে কোন সংরক্ষিত স্থানে প্রবেশ করে বা প্রবেশ করার চেষ্টা করে; অথবা কোন নকশা, পরিকল্পনা, মডেল বা ছাঁচ, মন্তব্য বা টীকা তৈরী করে, যা প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে দেশের শত্রুদের কাছে প্রয়োজনীয় বলে গণ্য হয়; অথবা এই ধরনের নকশা, পরিকল্পনা, ছাঁচ, টীকা ইত্যাদি সংগ্রহ করে অথবা প্রকাশ করে অথবা কোন ব্যক্তির কাছে গোপন সরকারী সঙ্কেত বা সাঙ্কেতিক চিহ্ন জ্ঞাপন করে অথবা দেশের সার্বভৌমত্ব ও সংহতির পক্ষে ক্ষতিকারক, এমনকি অন্যান্য দেশের সঙ্গে বন্ধুত্বপূর্ণ সম্পর্কের পক্ষে ক্ষতিকর কোন তথ্য শত্রুর হাতে তুলে দেয়, তবে তা শাস্তিযোগ্য অপরাধ হবে। যদি এই অপরাধ ভারতীয় স্থলবাহিনী, নৌবাহিনী অথবা বিমানবাহিনী সংক্রান্ত হয়, বা খনি, খনিজ ক্ষেত্র, কারখানা, বন্দর, শিবির, জাহাজ, স্টেশন অথবা রাষ্ট্রসংক্রান্ত হয়, সেক্ষেত্রে ১৪ বছরের জেল হবে এবং অন্যান্য ক্ষেত্রে কারাদণ্ডের মেয়াদ হবে ৩ বছর।

রাষ্ট্রের নিরাপত্তা সংক্রান্ত অপরাধ ঃ

৪নং ধারা— (১) যদি কোন ব্যক্তি কোন বিদেশী প্রতিনিধির সঙ্গে ভারত অথবা ভারতের বাইরে যোগাযোগ করার চেষ্টা করে এবং শত্রুপক্ষের কাছে প্রয়োজনীয়, রাষ্ট্রের নিরাপত্তা হানিকর কোন তথ্য তাদের হাতে তুলে দেয়, তবে তার অপরাধ ৩নং ধারায় স্বীকৃত হবে।

(২) কোন পূর্বনির্ধারিত উপায় ও ধারণা ছাড়াই এই অপরাধ নিম্নলিখিত ক্ষেত্রগুলিতে প্রমাণিত হতে পারে—

(ক) কোন বিদেশী প্রতিনিধির সঙ্গে সম্পর্ক স্থাপনের ক্ষেত্রে কোন ব্যক্তি যদি

(১) ভারত বা ভারতের বাইরে তার সঙ্গে যোগাযোগ করে বা তার বাসস্থানে যাতায়াত করে;

(২) ভারত বা ভারতের বাইরে, তার নাম অথবা ঠিকানা, অথবা অন্য কোন ধরনের তথ্য যদি বিদেশী প্রতিনিধির অধিকারে থাকে অথবা সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির কাছে পাওয়া যায়;

(খ) বিদেশী প্রতিনিধি বা গুপ্তচর বলতে বিদেশী কোন ব্যক্তি দ্বারা নিযুক্ত কোন ব্যক্তিকে বোঝানো, যে প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে রাষ্ট্রের স্বার্থ ও নিরাপত্তায় আঘাত হানতে উদ্যোগী অথবা বিদেশী রাষ্ট্রের স্বার্থে ভারতবর্ষের ভেতরে বা বাইরে এই ধরনের ক্ষতিকর কাজ সম্পাদন করেছে;

(গ) ভারত অথবা ভারতের বাইরে যে কোন ঠিকানায় বিদেশী প্রতিনিধির বসবাসের, যোগাযোগ রক্ষা করার এবং ব্যবসা চালানোর যথেষ্ট প্রমাণ পাওয়া যায়। সেই ঠিকানায় যোগাযোগ করার অর্থ সরকারী গোপনীয়তা আইন লঙ্ঘন করা।

তথ্যের ভুল জ্ঞাপন ইত্যাদি ঃ

৫নং ধারা— যদি কোন ব্যক্তির অধিকারে কোনও সরকারী গোপন নথিপত্র, নকশা, পরিকল্পনা, তথ্য ইত্যাদি থাকে, যেগুলি সাধারণের পক্ষে নিষিদ্ধ এলাকা সংক্রান্ত অথবা যেগুলি প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে ভারতবর্ষের সার্বভৌমত্ব ও সংহতির পক্ষে ক্ষতিকর এবং শত্রুর হাতে অস্ত্র হয়ে উঠতে পারে, অথবা বিদেশী রাষ্ট্রের সঙ্গে বন্ধুত্বপূর্ণ সম্পর্কের পক্ষে ক্ষতিকর হতে পারে, তা এই আইনের আওতাভুক্ত হবে। সরকারের অনুমোদিত কোন ব্যক্তি ব্যতীত অন্য কোন ব্যক্তিকে ইচ্ছাকৃতভাবে এই তথ্য জ্ঞাপন করা হলে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি এই ধারায় অপরাধী বলে গণ্য হবেন।

এই ধারায় অপরাধ প্রমাণিত হলে তিন বছরের কারাদণ্ড অথবা জরিমানা বা উভয় শাস্তিই প্রযোজ্য হতে পারে।

সরকারী উর্দির অনধিকার ব্যবহার, মিথ্যা নথি পেশ, জালিয়াতি, মিথ্যা বর্ণনামূলক রিপোর্ট ইত্যাদি ঃ

৬নং ধারা— কোন সংরক্ষিত এলাকায় প্রবেশ করা অথবা অন্য কোন ব্যক্তিকে প্রবেশ করতে সাহায্য করার জন্য কোন ব্যক্তি যদি

(ক) সেনাবাহিনী, নৌবাহিনী, বিমানবাহিনী, পুলিশ অথবা অন্যান্য সরকারী উর্দি ব্যবহার করে অথবা নিজেকে এই সকল ক্ষেত্রের প্রতিনিধি বলে দাবি করে; অথবা

(খ) মৌখিক বা লিখিতভাবে কোন মিথ্যা নির্দেশ বা আবেদন অথবা তথ্যের স্বাক্ষর করে; অথবা

(গ) পাসপোর্ট অথবা ভারতীয় সৈন্যবাহিনীর তিনটি বিভাগের বা পুলিশের অনুমতি পত্র, শংসাপত্র অথবা অন্যান্য প্রমাণপত্র পরিবর্তন বা জালিয়াতি করে; অথবা

(ঘ) নিজেকে কর্তৃপক্ষ কর্তৃক অনুমোদিত ব্যক্তিরূপে দাবী করে অথবা গোপন সরকারী সঙ্কেতের অপব্যবহার করে; অথবা

(ঙ) সরকারী বিভাগের স্ট্যাম্প, সিলমোহর ইত্যাদি জনগণকে প্রবঞ্চনা করার জন্য ব্যবহার করে, তবে সই সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি এই ধারায় অপরাধী বলে স্বীকৃত হবে।

এক্ষেত্রে তিন বছরের কারাদণ্ড বা জরিমানা অথবা দুটি শাস্তিই প্রযোজ্য হতে পারে।

পুলিশ অথবা সেনাবাহিনীর কার্যকলাপে অনধিকার চর্চা ঃ

৭নং ধারা— (১) কোন নিষিদ্ধ বা সংরক্ষিত এলাকার কাছে জ্ঞাতসারে কোন পুলিশ, প্রহরী, পাহারাদার বা অনুরূপ কোন ব্যক্তিকে বাধাদান বা ভুল পথে পরিচালিত করলে তা হবে এই ধারার উল্লঙ্ঘন।

(২) এই ধারা লঙ্ঘন করলে অভিযুক্ত ব্যক্তি তিন বছর পর্যন্ত কারাদণ্ডে দণ্ডিত হতে পারে, অথবা তার আর্থিক জরিমানা হতে পারে অথবা দুটি শাস্তিই একত্রে প্রযোজ্য হতে পারে।

কৃত অপরাধ সংক্রান্ত তথ্য জ্ঞাপন কর্তব্য ঃ

৮নং ধারা— (১) পুলিশের উচ্চপদস্থ কর্মচারী, যেমন সুপারিনটেণ্ডেন্ট বা অন্যান্য আধিকারিকগণ (যাঁর পদ ইনস্পেক্টরের নীচে নয়), যাঁরা নগরপাল অথবা ইনস্পেক্টর-জেনারেলের দ্বারা ক্ষমতাপ্রদত্ত, অথবা তাঁদের পক্ষে অথবা সেনাবাহিনীর কোন সদস্য যেমন প্রহরী, পাহারাদার, ইত্যাদি কোন অপরাধ বা সন্দেহজনক অপরাধ সম্পর্কে কোন তথ্য দাবী করলে, তা নিজস্ব খরচে সুবিধামত স্থানে ও সুবিধামত সময়ে পৌঁছে দেওয়া প্রতিটি ব্যক্তির কর্তব্য।

(২) কোন ব্যক্তি এই তথ্য দিতে ব্যর্থ হলে, তার তিন বছরের কারাদণ্ড বা আর্থিক জরিমানা অথবা উভয় দণ্ডই হতে পারে।

অপরাধের প্রচেষ্টা বা অপরাধে প্ররোচনা দেওয়া ঃ

৯নং ধারা— যদি কোন ব্যক্তি অপরাধ সম্পাদনের চেষ্টা করে অথবা দুষ্কর্মে সাহায্য করে অথবা তা চাপা দেওয়ার চেষ্টা করে, তবে সে এই ধারায় অপরাধী বলে গণ্য হবে। কৃত অপরাধের জন্য যে শাস্তি প্রাপ্য সেই একই শাস্তি তার হবে।

গুপ্তচরকে আশ্রয় দেওয়া ঃ

১০নং ধারা— যদি কোন ব্যক্তি জ্ঞাতসারে কোন অপরাধী বা সন্দেহভাজন ব্যক্তিকে আশ্রয় দেয় অথবা তার অধিকারে থাকা কোন বাড়ীতে এই ধরনের ব্যক্তিদের একত্রিত হওয়ার সুযোগ দেয়, তবে সে এই ধারা অনুযায়ী শাস্তিযোগ্য অপরাধী বলে গণ্য হবে।

এক্ষেত্রেও তিন বছরের কারাদণ্ড বা আর্থিক জরিমানা অথবা দুটিই প্রযোজ্য হতে পারে।

এই সকল মামলার শুনানির ক্ষেত্রে আদালত জনসাধারণের উপস্থিতি বিশেষ ক্ষমতাবলে নিষিদ্ধ করতে পারে, কিন্তু দণ্ডাদেশ ঘোষণা জনসমক্ষে করাই বিধেয়।

২.৭ কর্মরত সাংবাদিক ও অন্য সংবাদপত্র কর্মচারীদের বা কর্মীদের (চাকরির শর্ত) এবং বিধি বিধানাবলী আইন-১৯৫৫

সারা ভারতে কর্মরত সাংবাদিক ও সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে নিযুক্ত অন্যান্য কর্মীদের চাকরির কোন কোন শর্ত নিয়ন্ত্রণের জন্য এই আইন ১৯৫৫ সালে রচিত হয়। এই আইন অনুযায়ী—

'সংবাদপত্র' বলতে প্রকাশ্য সংবাদ বা প্রকাশ্য সংবাদের উপর মন্তব্য সম্বলিত কোন ছাপা সামরিক পত্রকে বোঝানো হবে এবং প্রয়োজনে কেন্দ্রীয় সরকার দ্বারা সরকারী গেজেটে প্রজ্ঞাপিত হতে পারে এমন মুদ্রিত সাময়িক পত্রের কোন শ্রেণীকেও বোঝানো হবে।

'সংবাদপত্র কর্মচারী' বলতে কোন কর্মরত সাংবাদিক এবং সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে বা প্রতিষ্ঠান সম্বন্ধে কাজ করার জন্য নিযুক্ত অন্য কোন ব্যক্তিকে বোঝানো হবে।

'সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠান'-এর অর্থ এক বা একাধিক সংবাদপত্র উৎপাদন বা প্রকাশ করার জন্য বা কোন সংবাদসংস্থা বা সংঘ চালানোর জন্য কোন ব্যক্তির বা একাধিক ব্যক্তির তথ্য গোষ্ঠীর কর্তৃত্বাধীন নিগমবদ্ধ বা অ-নিগমবদ্ধ কোন প্রতিষ্ঠান।

'অ-সাংবাদিক সংবাদপত্র কর্মচারী' বলতে যে সকল ব্যক্তিকে বোঝানো হবে, তাঁরা নিম্নলিখিত পর্যায়গুলির অন্তর্ভুক্ত নন—

১। একজন কর্মরত সাংবাদিক, বা

২। প্রধানত পরিচালনা সংক্রান্ত বা প্রশাসনিক পদে কর্মরত ব্যক্তি, বা,

৩। তত্ত্বাবধানকারী পদে নিযুক্ত কোন ব্যক্তি যিনি তাঁর কর্তব্যের খাতিরে বা ন্যস্ত ক্ষমতার ফলে মূলত পরিচালনা সংক্রান্ত কোন ধরনের কাজকর্ম নির্বাহ করেন।

'কর্মরত সাংবাদিক' বলতে এমন কোন ব্যক্তিকে বোঝাবে যিনি ব্যক্তিগতভাবে প্রধানত একজন সাংবাদিক এবং সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে বা প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে নিযুক্ত এবং এর দ্বারা কোন সম্পাদক, প্রধান সম্পাদকীয় প্রবন্ধ লেখক, বার্তা সম্পাদক, সহ-সম্পাদক, রচনা লেখক, কপি টেস্টার, প্রতিবেদক, সংবাদদাতা, ব্যঙ্গচিত্রী, সংবাদ আলোকচিত্রী ও প্রুফ রিডারকে বোঝাবে।

অনুতোষিক (Gratuity) প্রদান ঃ

(১) যে ক্ষেত্রে—

(ক) এই আইন প্রচলনের আগে বা পরে কোন কর্মরত সাংবাদিক, যিনি কমপক্ষে তিন বছর কোন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে একটানা কাজ করছেন, এবং—

(১) নিয়মানুবর্তিতা ব্যতীত অন্য কোন কারণে যদি নিয়োগকর্তা কর্তৃক ঐ চাকরির ছেদ ঘটানো হয়ে থাকে, বা (২) অবসর গ্রহণের বয়স হওয়ার ফলে তিনি যদি অবসরগ্রহণ করে থাকেন, বা

(খ) এই আইন প্রচলনের আগে বা পরে যদি কোন কর্মরত সাংবাদিক কমপক্ষে একটানা দশ বছর কোন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে কাজ করে থাকেন এবং যদি তিনি বিবেকের নির্দেশ ছাড়া অন্য কোন কারণে ঐ প্রতিষ্ঠানের চাকরি থেকে ১৯৬১ সালের পয়লা জুলাই বা তার পরে স্বেচ্ছাবসর গ্রহণ করে থাকেন, বা

(গ) এই আইন প্রচলনের আগে বা পরে যদি কোন কর্মরত সাংবাদিক কমপক্ষে একটানা তিন বছর কোন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে চাকরি করে থাকেন এবং যদি তিনি ঐ প্রতিষ্ঠানের চাকরি থেকে ১৯৬১ সালের পয়লা জুলাই বা তার পরে স্বেচ্ছাবসর গ্রহণ করে থাকেন, বা

(ঘ) কোন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে চাকরিরত অবস্থায় কোন কর্মরত সাংবাদিক মারা যান;

তবে কর্মরত সাংবাদিক বা তাঁর মৃত্যু হয়ে থাকলে, তাঁর মনোনীত ব্যক্তি বা ব্যক্তিগণ বা যদি কর্মরত সাংবাদিকের মৃত্যুকালে তাঁর কোন মনোনয়ন না থাকে, তাহলে বিশেষ ক্ষেত্রে তাঁর পরিবারকে শিল্প বিরোধ আইন, ১৯৪৭ অনুযায়ী উদ্ভূত কোন সুবিধা বা অধিকারের ক্ষতি না করে, ঐ চাকরির ছেদ, অবসর গ্রহণ, পদত্যাগ বা মৃত্যুতে ঐ প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে তাঁর নিয়োগকর্তা কর্তৃক অনুতোষিক দেওয়া হবে। প্রত্যেক সম্পূর্ণ কর্মবর্ষের জন্য বা ছমাসের বেশি বা তার কোন অংশের জন্য পনেরো দিনের গড় বেতনের সমান হারে তার হিসাব হবে। তবে দশ বছর ধরে কর্মরত সাংবাদিকের ক্ষেত্রে তাঁকে দেয় অনুতোষিকের মোট পরিমাণ সাড়ে বারো মাসের গড় বেতনের বেশি হবে না।

কাজের সময় ঃ

(১) এই আইন অনুযায়ী রচিত নিয়মাবলী সাপেক্ষে কোন কর্মরত সাংবাদিক কোন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে প্রতি চার সপ্তাহের ভেতর খাওয়ার সময় বাদে মোট একশ চুয়াল্লিশ ঘণ্টার বেশী কাজ করতে বলা হবে না বা করতে দেওয়া হবে না।

(২) প্রত্যেক কর্মরত সাংবাদিকের পর পর সাতদিন কাজের পর কমপক্ষে একটানা চব্বিশ ঘণ্টার বিশ্রাম দেওয়া হবে এবং রাত দশটা থেকে সকাল ছটা পর্যন্ত সময়ও এর অন্তর্ভুক্ত হবে।

এই ধারায় বর্ণিত 'সপ্তাহ' বলতে বোঝানো হবে শনিবারের মাঝরাত থেকে শুরু হয়ে সাতদিন সময়।

ছুটি ঃ

নির্দিষ্ট বা নৈমিত্তিক বা অন্য কোন ধরনের ছুটির ক্ষতি না করে প্রত্যেক কর্মরত সাংবাদিক (১) কর্তব্যরত দিনগুলির জন্য কমপক্ষে ১/১১ ভাগ দিনের পূর্ণ বেতন অর্জিত ছুটি পেতে পারেন।

(২) চাকরির সময়ে চিকিৎসকের শংসাপত্রের ওপর ভিত্তি করে কমপক্ষে ১/১৮ ভাগ দিনের জন্য অর্ধ-বেতন ছুটি পেতে পারেন।

বেতন হার স্থির বা সংশোধন করা ঃ

(১) নির্দিষ্ট ব্যবস্থা অনুযায়ী কেন্দ্রীয় সরকার

(ক) কর্মরত সাংবাদিকদের সম্পর্কের বেতনের হার স্থির করবে,

(খ) যথাসময়ে বা নির্দিষ্ট বিরতির পরে এই ধারা অনুযায়ী বা কর্মরত সাংবাদিকদের (বেতনহার স্থির করার) আইন, ১৯৫৮-এর ৬নং ধারা অনুযায়ী নির্দিষ্ট হারে বেতনহার সংশোধন করতে পারবে।

২। কর্মরত সাংবাদিকদের সম্পর্কে নির্দিষ্ট সময়সীমা অনুযায়ী কাজ করা বা চুক্তির ভিত্তিতে কাজ করার জন্য কেন্দ্রীয় সরকার বেতনের হার স্থির বা সংশোধন করতে পারে।

বেতনের হার স্থির বা সংশোধন করার পদ্ধতি ঃ

এই আইন অনুযায়ী কেন্দ্রীয় সরকার প্রয়োজনমত একটি বেতন পর্ষদ গঠন করবে যাতে—

(ক) সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানগুলির মালিকদের প্রতিনিধিত্ব করার মত দুজন ব্যক্তি থাকবেন;

(খ) কর্মরত সাংবাদিকদের প্রতিনিধিত্ব করার মত দুজন ব্যক্তি থাকবেন;

(গ) তিনজন নির্দলীয় ব্যক্তি থাকবেন, এঁদের মধ্যে একজন সুপ্রীম কোর্ট বা হাইকোর্টের প্রাক্তন বিচারপতি হবেন এবং উক্ত পর্ষদের সভাপতি হিসেবে সরকার কর্তৃক নিযুক্ত এক ব্যক্তি থাকবেন।

তবে কেন্দ্রীয় সরকার প্রয়াজন মনে করলে পর্ষদের সঙ্গে পরামর্শ করার পর সরকারী গেজেটে প্রজ্ঞাপনের সাহায্যে কর্মরত সাংবাদিকদের অন্তর্বর্তী বেতনহার স্থির করতে পারে।

২.৮ আদালত অবমাননা আইন, ১৯৭১

সরকারের তিনটি বাহুর মধ্যে অন্যতম প্রধান শাখা হল বিচার বিভাগ। তারা আইনের ব্যাখ্যা ও বিশ্লেষণ করে থাকে। এর নিরপেক্ষতার ওপর সকলের যাতে বিশ্বাস থাকে, এবং দেশ ও সমাজের স্বার্থে যাতে বিচারব্যবস্থা অনুসৃত হয়, তার জন্য এই বিভাগের স্বাধীনতা বিশেষ প্রয়োজন। তাদের কাজে হস্তক্ষেপ করা বা প্রভাবান্বিত করা শাস্তিযোগ্য অপরাধ বলে গণ্য হবে। মুখ্যত, এই কারণেই আদালত অবমাননা আইন প্রণয়ন করা হয়েছে।

এই আইনের ২নং ধারা অনুযায়ী দুই ধরণের অবমাননা আছে— (১) দেওয়ানী অবমাননা ও (২) ফৌজদারী অবমাননা।

দেওয়ানী অবমাননা—কোনো আদালতের বিচার, রায়, আদেশ, নির্দেশ ইত্যাদির বা আদালতকে দেওয়া কোনো মুচলেকার স্বেচ্ছালঙ্ঘনকে দেওয়ানী অবমাননা বলা হয়।

ফৌজদারী অবমাননা—কোনো আদালতকে অপমান করা, কোন আইনগত কার্যবিবরণী (Proceedings) বা

বিচার প্রয়োগের পথে বাধা দেওয়া অথবা হস্তক্ষেপ করা এবং তা প্রকাশ ও প্রচার করাকে ফৌজদারী অবমাননা বলা হয়।

এই আইনটি সারা ভারতে প্রযোজ্য।

আদালত অবমাননা আইনের সংজ্ঞা ঃ

এই আইন অনুযায়ী,

(১) আদালত অবমাননা বলতে দেওয়ানী বা ফৌজদারী অবমাননা বোঝানো হবে;

(২) 'দেওয়ানী অবমাননা' বলতে কোনো বিচার, রায়, নির্দেশ, আদেশ বা কোন আদালতের অন্য কোন কাজকে স্বেচ্ছায় অমান্য করা বা কোনো আদালতের অন্য কোন কাজকে স্বেচ্ছায় অমান্য করা বা কোনো আদালতকে দেওয়া কোন প্রতিশ্রুতি স্বেচ্ছায় লঙ্ঘন করা বোঝানো হবে;

(২) 'ফৌজদারী অবমাননা' বললে বোঝানো হবে লিখিত বা কথ্যরূপে, সংকেত বা দৃশ্য প্রতিরূপের সাহায্যে কোন বিষয় প্রকাশ করা বা অন্য কোন কাজ করা, যা

(ক) কোন আদালতের কলঙ্ক রটনাকারী বা রটনাপ্রবণ, অথবা অধিকার খর্বকারী বা অধিকার খর্ব করতে পারে; অথবা

(খ) কোন বিধিসম্মত কার্যনির্বাহের যথাযথ ধারার ক্ষতি করে বা ধারায় হস্তক্ষেপ করে বা হস্তক্ষেপ করতে পারে; বা

(গ) অন্য কোন পদ্ধতিতে ন্যায়বিচারের পথে বাধার সৃষ্টি করে বা বাধা দেওয়ার চেষ্টা করে।

(৪) 'হাইকোর্ট' বলতে কোন রাজ্য বা কেন্দ্রশাসিত অঞ্চলের হাইকোর্টকে বোঝাবে এবং কোন কেন্দ্রশাসিত অঞ্চলের কোন বিচারবিষয়ক অধ্যক্ষের আদালতকে অন্তর্ভুক্ত করবে।

আদালত অবমাননার ব্যতিক্রম ঃ

নিম্নলিখিত ক্ষেত্রগুলির কার্যকলাপ আদালত অবমাননা বলে গণ্য হবে না—

(১) কোন বিষয়ের নিরপরাধ প্রকাশ ও পরিবেশন;

(২) বিচারসংক্রান্ত কার্য-বিবরণীর পক্ষপাতহীন ও যথাযথ প্রতিবেদন;

(৩) বিচারসংক্রান্ত আইনের নিরপেক্ষ সমালোচনা করা;

(৪) নিম্নতর আদালতের অগ্রাধিকারিকের বিরুদ্ধে সরল বিশ্বাসে কোন বিবৃত প্রকাশ করা;

(৫) বিচারকের ঘরে বা অপ্রকাশ্যভাবে অনুষ্ঠিত কোন কার্যবিবরণীর সম্পর্কে তথ্য প্রকাশ করলে তা কিছু ক্ষেত্রে আদালত অবমাননা বলে পরিগণিত হয় না।

আদালত অবমাননার শাস্তি ঃ

কোন আদালতের অবমাননা করলে ছ'মাস পর্যন্ত কারাদণ্ড বা দুহাজার টাকা জরিমানা অথবা দুটি শাস্তিই একসঙ্গে হতে পারে।

তবে অভিযুক্ত ব্যক্তি ক্ষমাপ্রার্থনা করলে আদালত যদি সন্তুষ্ট হয়, তবে তিনি অব্যাহতি পেতে পারেন বা শাস্তি মুকুবও হতে পারে।

বিশেষ বিশেষ ক্ষেত্রে আদালত অবমাননা শাস্তিযোগ্য অপরাধ নয় ঃ

সমসাময়িক কালে প্রচলিত কোন উল্লেখ থাকলেও আদালত যদি মনে করে যে ন্যায়বিচারের যথাযথ ধারায় এটি হস্তক্ষেপ করছে না, তবে কোন আদালত এই আইন অনুযায়ী আদালত অবমাননার জন্য শাস্তি প্রয়োগ করবে না।

প্রসঙ্গত উল্লেখ্য, যে তারিখে আদালত অবমাননা হয়েছে বলে অভিযোগ করা হয় তার এক বছরের মধ্যে ব্যবস্থা গ্রহণ করতে হয়।

২.৯ অশ্লীলতা প্রতিরোধক আইন

অশ্লীলতা প্রতিরোধক আইন বলে সরাসরি কোন আইন না থাকলেও 'যুবকবৃন্দের (ক্ষতিকর প্রকাশনা) আইন ১৯৫৬' এবং 'মহিলাদের অশোভন প্রতিনিধিত্ব (নিষিদ্ধকরণ) আইন ১৯৮৬' এই দুটি আইনের সমন্বয়ে সংবাদমাধ্যমে অশ্লীলতা প্রচার করা নিবারণ করা যায়।

যুবকবৃন্দের (ক্ষতিকর প্রকাশনা) আইন ১৯৫৬

এই আইনের প্রধান উদ্দেশ্য হল যুবকবৃন্দের পক্ষে ক্ষতিকর কোন প্রকাশনার প্রচার নিয়ন্ত্রণ করা। এই আইনে আতঙ্কজাগানো কমিকস্ ছাড়াও

(ক) অপরাধ সংক্রান্ত লেখা বা ছবি, অথবা

(খ) প্রবল হিংসা বা নৃশংসতা সংক্রান্ত লেখা বা ছবি, অথবা

(গ) প্রতিক্রিয়া হয় এমন ঘটনার লেখা বা ছবির দ্বারা শিশু বা যুবকদের কলুষিত করে অথবা যা পড়ে তারা অপরাধ, হিংষা, নৃশংসতা ইত্যাদি কাজে প্ররোচিত হয় এমন ক্ষতিকর প্রকাশনা (সংবাদপত্র সহ) মুদ্রণ, বিক্রয় বা প্রচার নিয়ন্ত্রণের ব্যবস্থা আছে।

রাজ্য সরকার ক্ষতিকর প্রকাশনাগুলি বাজেয়াপ্ত করতে ক্ষমতাপ্রদত্ত। ক্ষতিকর প্রকাশনা মুদ্রণ, বিক্রয় ইত্যাদির জন্য আর্থিক জরিমানা সহ বা ব্যতীত ছমাস পর্যন্ত কারাদণ্ড হতে পারে।

মহিলাদের অশোভন প্রতিনিধিত্ব (নিষিদ্ধকরণ) আইন ১৯৮৬

এই আইনে বিজ্ঞাপন বা অন্য প্রকাশনায় মহিলাদের অশোভন উপস্থাপনা নিষিদ্ধ করা হয়েছে। মহিলাদের অশোভন প্রতিনিধিত্ব বলতে বোঝায় যে কোন প্রক্রিয়ায় নারী শরীরের বা শরীরের কোন বিশেষ অংশের এমন উপস্থাপনা যা অশোভন বা মহিলাদের পক্ষে অবমাননাকর অথবা জনরুচির ক্ষেত্রে ক্ষতিকর।

এই আইনের ৩নং ধারায় উল্লিখিত আছে যে কোন ভাবে মহিলাদের অশোভন প্রতিনিধিত্ব হয় এমন বিজ্ঞাপন প্রকাশ করা নিষিদ্ধ। এই আইনেরই ৪নং ধারায় যে কোনভাবে মহিলাদের অশোভন প্রতিনিধিত্ব হয় এমন বই বা কাগজ প্রকাশনা অথবা ডাকযোগে তা পাঠানো নিষিদ্ধ করা হয়েছে।

এই আইনের ৬নং ধারায় উল্লিখিত আছে যে এই আইনের অবমাননার প্রথম অপরাধের শাস্তি দুবছর পর্যন্ত কারাদণ্ড এবং দুহাজার টাকা পর্যন্ত আর্থিক জরিমানা। পরবর্তী অপরাধের ক্ষেত্রে কারাদণ্ডের মেয়াদ ছমাস থেকে পাঁচবছরের মধ্যে এবং আর্থিক জরিমানার পরিমাণ দশহাজার টাকা থেকে একলক্ষ টাকার মধ্যে হতে পারে।

এই দুটি আইন ছাড়াও ভারতীয় দণ্ডবিধির ধারা ২৯২ এবং ২৯৩-এ অশ্লীলতা প্রচার করা সম্পর্কে প্রাসঙ্গিক বিধিব্যবস্থার উল্লেখ আছে। ধারা ২৯২ এবং ২৯৩-এ অশ্লীলতা প্রচার করা সম্পর্কে প্রাসঙ্গিক বিধিব্যবস্থার উল্লেখ

আছে। ধারা ২৯২ অশ্লীল পত্রপত্রিকা, বই ইত্যাদি বিক্রি নিয়ন্ত্রণ সম্পর্কে প্রযোজ্য এবং ধারা ২৯৩ অল্পবয়স্ক ছেলেমেয়েদের কাছে অশ্লীল দ্রব্যাদি বিক্রি নিয়ন্ত্রণের জন্য প্রযোজ্য।

২.১০ কপিরাইট বা রচনাস্বত্ব আইন, ১৯৫৭

সাহিত্য, নাটক চলচ্চিত্র বা সঙ্গীত বৌদ্ধিক সম্পদ। এগুলিকে যথেচ্ছভাবে পুনর্মুদ্রণ বা তার থেকে সাহিত্যিক চৌর্য প্রতিরোধ করতেই ১৯৫৭ সালে কপিরাইট আইনের প্রবর্তন করা হয়।

এই আইনের উদ্দেশ্য দ্বিবিধ। প্রথমত, মূল রচনাটিকে সংরক্ষণ করা তথা রচনার যথাযোগ্য মূল্য নিশ্চিত করা। দ্বিতীয়ত, রচনাটির সম্প্রসারণের প্রয়োজনে আইনে অনাবশ্যক কাঠিন্য বর্জন করা হয়েছে। কপিরাইট এমন এক অধিকার যা কোন ব্যক্তি বৌদ্ধিক পরিশ্রমের ফলে অর্জন করেন। তাই কপিরাইট আইনের প্রথম লক্ষ্য হল যাতে অন্য কোন ব্যক্তি সেই পরিশ্রমের সুফল অনভিপ্রেতভাবে ভোগ না করেন।

এই আইন অনুসারে কপিরাইটের অধিকারীর নিম্নলিখিত ক্ষেত্রগুলিতে এককভাবে অধিকার থাকবে ঃ—

- যে কোন ক্ষেত্রে রচনা বা সৃষ্টির পুনর্প্রকাশ;
- রচনাটির পুনর্মুদ্রণ;
- সৃষ্টিটিকে জনসমক্ষে প্রদর্শন;
- সৃষ্টি বা রচনার প্রযোজনা, প্রকাশ এবং অনুবাদ।

আন্তর্জাতিক কপিরাইট অনুসারে কোন ব্যক্তির মৃত্যুর পর পঞ্চাশ বছর কপিরাইট বলবৎ থাকে।

শুধুমাত্র প্রকাশিত রচনার ক্ষেত্রেই নয়, অপ্রকাশিত রচনার ক্ষেত্রেও কপিরাইট আইন প্রযুক্ত হতে পারে। ১৯১১ সালে ইংলন্ডে এই আইন চালু হয়। ভারতীয় ধারার ১৩(১) (ক) অনুযায়ী কোন সাহিত্য, শিল্প, নাটক বা সঙ্গীত ধর্মী কোন মৌলিক সৃষ্টি অপ্রকাশিত হলেও তা কপিরাইটের আওতায় পড়বে। ১৯৮৪ সালের কপিরাইট আইনের সংশোধনের পর থেকে অপ্রকাশিত রচনা, অনুবাদ বা এরূপ সৃষ্টির পুনর্প্রকাশের জন্য লাইসেন্স বা অনুমতি প্রথার প্রচলন করা হয়েছে।

কপিরাইট আইন ভঙ্গকারীকে এক বছর পর্যন্ত কারাদণ্ড, বা আর্থিক জরিমানা, বা উভয়ই শাস্তি হিসেবে ধার্য করা হতে পারে।

২.১১ মানহানি আইন

ভারতীয় দণ্ডবিধির অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ এবং স্পর্শকাতর বিষয় মানহানি আইন। যখন কোন সংবাদমাধ্যমে কোন ব্যক্তি, গোষ্ঠী কিংবা কোন সংস্থার বিরুদ্ধে মানহানিকর কোন মন্তব্য বা বক্তব্য প্রকাশ বা প্রচার করা হয়, তখন যদি সেই ব্যক্তি, গোষ্ঠী কিংবা সংস্থা আদালতের শরণাপন্ন হন, তবে তা মানহানি আইনের বিচারাধীন বলে গণ্য হবে। ভারতীয় সংবিধানে বাক্ স্বাধীনতাকে মৌলিক অধিকারের অন্তভুক্ত করা হয়েছে এবং এই অধিকার হিসেবে গ্রাহ্য কোন ব্যক্তি বা বিষয়কে প্রকাশ অথবা প্রচার করতে পারে। কিন্তু নীতিগত এবং আইনগত দিক থেকে এই সংবাদগুলিকে সত্য বলে প্রমাণ করার দায়িত্ব সংশ্লিষ্ট সংবাদ মাধ্যমের, যদি কোন সংবাদ মাধ্যম এই দায়িত্ব পালনে ব্যর্থ হয়, তাহলে সেই সংবাদমাধ্যমটি মানহানি মামলায় বিচারাধীন বলে গণ্য হবে।

ভারতীয় আইনে মানহানি মামলার সংজ্ঞায় বলা হয়েছে, কোন সংবাদমাধ্যমে প্রকাশিত বা প্রচারিত কোন মন্তব্য যখন বেশীরভাগ মানুষের কাছে মানহানিকর বলে গণ্য হয়, তখনই তা মানহানি মামলার অন্তর্ভুক্ত হয়ে থাকে। তবে ভারতীয় সংবিধানে গৃহীত মৌলিক অধিকারগুলির মধ্যে মর্যাদাহানিকর শব্দ বা মন্তব্য কোন্‌গুলি তা নির্দিষ্ট করে না দেওয়ায় মানহানি মামলা অনেক সময়ই জটিল হয়ে পড়ে। এই জটিলতা কাটাতে ভারতীয় ফৌজদারি আইনের ৪৯৯ ধারায় কিছুটা আলোকপাত করা হয়েছে। এই আইনে বলা হয়েছে—

(১) কোনও ব্যক্তির ব্যক্তিগত জীবন নিয়ে সংবাদ পরিবেশন করলে তা মানহানি আইনের আওতাভুক্ত হতে পারে,

(২) যে ব্যক্তি জনসমক্ষে আসতে চান না তাঁকে প্রচারমাধ্যমে জোর করে তুলে ধরলে তাও মানহানি মামলার অন্তর্ভুক্ত হতে পারে, এবং

(৩) সংশ্লিষ্ট সংবাদের সঙ্গে প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে জড়িত নন অথচ তাঁকে সংবাদের অন্যতম চরিত্র হিসেবে প্রকাশ করা বা প্রচার করা হয়েছে এরকম ক্ষেত্রেও মানহানির মামলা হতে পারে।

বিভিন্ন প্রকারের মানহানি ঃ

মানহানি দু প্রকারের ঃ (১) কথিত ও (২) লিখিত। কথিত মানহানিকে 'লাইবেল' বলা হয় এবং লিখিত মানহানি 'স্ল্যাণ্ডার' হিসেবে পরিচিত। দুধরণের মানহানিই ভারতীয় দণ্ডবিধির একই ধারার অন্তর্ভুক্ত শাস্তিযোগ্য অপরাধ।

মানহানি দেওয়ানী এবং ফৌজদারী—দুধরনেরই হতে পারে। আমাদের দেশে দেওয়ানী মানহানি নির্দিষ্ট ভাবে লেখা নেই।

মানহানির ফৌজদারী আইন ভারতীয় দণ্ডবিধির ৪৯৯ থেকে ৫০২ ধারার অন্তর্ভুক্ত এবং দীর্ঘ ও বিস্তারিত। যদি কথিত শব্দ মানহানি হয়, তবে তার বিরুদ্ধে দেওয়ানী ব্যবস্থা নেওয়া যায় না। তবে সংবাদমাধ্যম মুদ্রিত এবং লিখিত বলে একমাত্র 'লাইবেল' ঘটতে পারে। তবে দেওয়ানী ও ফৌজদারী মানহানির মধ্যে মূল পার্থক্য ক্ষতিপূরণের ক্ষেত্রে। দেওয়ানী মানহানির মূল উদ্দেশ্য যেখানে ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তিকে ক্ষতিপূরণ দেওয়া, সেক্ষেত্রে ফৌজদারী আইনের মূল শাস্তি অপরাধীকে জরিমানা অথবা কারাদণ্ড অথবা দুটি শাস্তির মাধ্যমে দণ্ড দেওয়া।

দেওয়ানী মানহানির ক্ষেত্রে উদ্দেশ্য অপ্রাসঙ্গিক বক্তব্যের সভ্যতাই মানহানির দেওয়ানী মামলায় আত্মরক্ষার ক্ষেত্রে মুখ্য।

ফৌজদারী আইনে উদ্দেশ্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এই আইনে সরল বিশ্বাস আত্মরক্ষার অন্যতম উপায়। তবে সত্য এখানে রক্ষকের ভূমিকা গ্রহণ করতে পারে না। তবে ভারতীয় দণ্ডবিধির ৪৯৯ ধারায় এর ব্যতিক্রম রয়েছে। জনস্বার্থে মানহানিকর প্রকাশনাটি প্রকাশিত হয়েছিল, তা প্রমাণ করাও জরুরী।

এই দুই ধরনের প্রতিবিধান একে অপরের বিকল্প নয়, বরং পরিপূরক। প্রভাবিত ব্যক্তি একই সঙ্গে দেওয়ানী অভিযোগ আনতে ও ফৌজদারী আদালতে মামলা দায়ের করতে পারেন। এমনকি ৪৯৯ ধারা অনুযায়ী কোন অভিযুক্ত ব্যক্তি ফৌজদারী আদালতে দণ্ডিত হলেও দেওয়ানী মামলায় তার বিরুদ্ধে ব্যবস্থা গ্রহণ করা যেতে পারে।

মানহানি আইনের চারটি ব্যাখ্যা এবং দশটি ব্যতিক্রম আছে।

ব্যাখ্যা ১ ঃ যদি কোন মৃত ব্যক্তির সম্পর্কে কোন অভিযোগ বা অপমানকর মন্তব্য করা হয় এবং তার ক্ষতিকর প্রভাব সেই ব্যক্তির পরিবার বা নিকট আত্মীয়দের ওপর পড়ে, তবে তা মানহানি হবে।

ব্যাখ্যা ২ ঃ যদি কোন বিশেষ কোম্পানী, সংস্থা বা গোষ্ঠী অথবা একটি বিশেষ শ্রেণী সম্পর্কে অভিযোগ বা অপমানকর মন্তব্য করা হয়, তবে তা মানহানি হবে।

ব্যাখ্যা ৩ ঃ যদি কোন বিদ্রূপাত্মক বা তির্যক অভিব্যক্তি কারুর মর্যাদাহানি করে, তবে তা মানহানি হবে।

ব্যাখ্যা ৪ ঃ যদি কোন অভিযোগের ফলে কোন ব্যক্তির নৈতিক চরিত্র প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে ক্ষতিগ্রস্ত হয়, এবং তা তার জাতি অথবা পেশাকে প্রভাবান্বিত করে এবং তার কৃতিত্বকে খাটো করে এবং তার অবস্থান সমাজের চোখে বিরাগভাজন এবং মর্যাদাহানিকর হয়, তবে তা মানহানি হবে।

তবে মানহানি আইনের ক্ষেত্রে দশটি ব্যতিক্রম আছে এবং মানহানি মামলার প্রতিরোধে দশটি ব্যতিক্রম প্রযোজ্য।

(১) যদি কোন সংবাদ সত্য হয় এবং জনস্বার্থে প্রকাশিত হয়, যদিও জনস্বার্থ শব্দটি প্রশ্নাতীত নয়।

(২) কোন সরকারী কর্মচারীর কাজকর্ম নিয়ে সরল বিশ্বাসে যদি কোনও মতামত প্রকাশ করা হয়,

(৩) জনস্বার্থে গুরুত্বপূর্ণ কোন প্রশ্ন বা বিতর্কিত বিষয়ে যদি কোনও মতামত সরল বিশ্বাসী কোন ব্যক্তিকে আঘাত করে;

(৪) আদালতে বিচারাধীন কোন মামলার প্রতিবেদনে যদি পুরোপুরি সত্য প্রকাশিত হয়;

(৫) কোন মামলার রায় সম্পর্কে সরল বিশ্বাসে দেওয়া কোনও মতামত প্রকাশ বা প্রচার করা হলে;

(৬) জনগণের দরবারে প্রেরিত কোন বিষয় সম্পর্কে প্রকাশিত বা প্রচারিত কোনও মতামত;

(৭) এক ব্যক্তির সম্পর্কে অন্য কোন ব্যক্তির দেওয়া মতামত প্রচার বা প্রকাশিত হলে;

(৮) জনস্বার্থে অথবা সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির ব্যক্তিস্বার্থে প্রকাশিত বা প্রচারিত কোন মন্তব্য;

(৯) আইনের চোখে অপরাধী হিসেবে গণ্য এমন কোন ব্যক্তি সম্পর্কে সরল বিশ্বাসে কোনও মতামত প্রদান করা হলে; এবং

(১০) জনস্বার্থে কোন সতর্কীকরণ মন্তব্য প্রকাশিত বা প্রচারিত হলে তা মানহানি আইনের অন্তর্ভুক্ত হবে না।

মানহানির অভিযোগে মামলা দায়ের করা হলে চারটি বিষয়ে অত্যন্ত সুস্পষ্টভাবে প্রমাণ হাজির করতে হবে। এগুলি হল—

(১) প্রকাশিত সংবাদটি প্রকৃতই মর্যাদাহানিকর কি না;

(২) সংবাদটি অভিযোগকারীর বিরুদ্ধেই প্রচারিত বা প্রকাশিত কি না;

(৩) মর্যাদাহানিকর সংবাদটি প্রকৃতই 'প্রকাশিত' কি না;

(৪) প্রকাশিত সংবাদটি মিথ্যা কি না।

মানহানির মামলায় বিচারক যদি অভিযোগকারীর অভিযোগগুলি সত্য এবং আইনগত সিদ্ধ বলে মনে করেন, তাহলে তিনি অভিযুক্তের বিরুদ্ধে উপযুক্ত জরিমানা করতে পারেন। এই জরিমানা অধিকাংশ ক্ষেত্রেই আর্থিক ক্ষতিপূরণ হিসেবে দেওয়া হয়ে থাকে। তবে, এক্ষেত্রে অভিযোগকারী সমাজের কোন স্তর বিন্যাসের অন্তর্ভুক্ত এবং সমাজে তাঁর প্রভাব প্রতিপত্তি বিচার্য।

২.১২ সংসদীয় সংবাদ পরিবেশন এবং প্রেসের ভূমিকা

সংসদীয় সংবাদ পরিবেশন প্রকৃতপক্ষে সংসদীয় আইন মেনে সংসদ তথা রাজ্য বিধানসভার কার্যবিবরণী পাঠকের কাছে তুলে ধরা। সংসদের সঙ্গে সংবাদমাধ্যমের সম্পর্ক আসলে গণতন্ত্রের জন্য মানুষের আগ্রহ কারণ সংসদে মুক্ত আলোচনার পরিবেশ মতপ্রকাশের অধিকারেরই ক্ষেত্র এবং স্বভাবতই তার সঙ্গে প্রেসের স্বাধীনতাও সম্পর্কিত।

সংসদীয় কার্যবিবরণী প্রকাশ করার জন্য প্রেসের কোন আইনগত বা সংসদীয় ক্ষমতা নেই। প্রেস এই সংবাদ প্রকাশ করতে পারে বিশেষ সুবিধা হিসেবে। সংসদ বা বিধানসভা চাইলেই সংবাদ প্রতিবেদকের সভা-চলাকালীন প্রবেশ নিয়ন্ত্রণ করতে পারে। সংসদে আলোচনার যে অংশ স্পিকার কার্যবিবরণী থেকে বাদ দেন সেই অংশটিও সংবাদে প্রকাশ করা যায় না। দ্বিতীয়ত, সংবাদ মাধ্যমে সংসদীয় কার্যবিবরণীর খবর প্রকাশিত হলেও তার যাবতীয় দায়ভার সংবাদ মাধ্যমের মালিক, সম্পাদক, মুদ্রক বা প্রকাশকের উপরই বর্তায়। এক্ষেত্রে কোন ভুল সংবাদ ছাপার ফলে এই ব্যক্তিরা মানহানির মত আইনভঙ্গের আওতায়ও পড়তে পারেন।

১৯৫৬ সালে ব্রিটেনের আইনের আদলে পার্লামেন্টারি প্রসিডিংস্ (প্রোটেকশন অফ পাবলিকেশন) অ্যাক্ট চালু হয়। এতে বলা হয় প্রকাশিত সংবাদ (ক) সত্য হতে হবে, (খ) জনস্বার্থ সংশ্লিষ্ট হতে হবে, (গ) বিদ্বেষমূলক হবে না। কিন্তু জরুরি অবস্থা চলাকালীন এই আইন বাতিল করা হয়। স্পষ্টতই এর দ্বারা সংবাদ মাধ্যমের সংসদীয় খবর প্রচারের অধিকার সঙ্কুচিত হয়। পরবর্তীকালে মোরারজি দেশাই-এর নেতৃত্বাধীন জনতাদল সরকার ১৯৭৭ সালে আইনটি আবার চালু করেন। এটিই বর্তমানে চালু আছে।

কোন সাংবাদিক বা সম্পাদক সংসদীয় সংবাদ পরিবেশনের এই নীতিগুলি অতিক্রম করলে তার শাস্তিবিধান করা হয়। এক্ষেত্রে কারাদণ্ড, সতর্কীকরণ, ভর্ৎসনা করা বা তিরস্কার করা হতে পারে। আবার অনেক ক্ষেত্রে শাস্তিস্বরূপ অভিযুক্ত সাংবাদিকের সংসদীয় খবর 'কভার' করার অধিকারও কেড়ে নেওয়া হতে পারে। তাঁকে ক্ষমাপ্রার্থনা করে তা সংবাদপত্রে প্রকাশ করতেও নির্দেশ দেওয়া হতে পারে। তবে এক্ষেত্রে কোন আর্থিক জরিমানা করার প্রতিবিধান নেই।

২.১৩ কেবল্ টিভি নিয়ন্ত্রণ আইন, ১৯৯৫

১৯৮০-র দশকের মাঝামাঝি থেকে ভারতবর্ষে কেবল্ টিভির আবির্ভাব। প্রথম দিকে ভারতীয় কেবল্ মূলত ভিডিও ভিত্তিক থাকলেও নয়ের দশকের গোড়া থেকে স্যাটেলাইট টিভি চ্যানেলের আবির্ভাবের সঙ্গে সঙ্গে গুণগতভাবে তা এক ভিন্ন স্তরে উত্তরিত হয়। সেই সময় থেকেই এই সম্প্রচার ব্যবস্থা সম্পর্কে সরকারী চিন্তাভাবনার সূত্রপাত। স্পষ্টত বোঝা যায় কেবল্ টিভির মাধ্যমে বিদেশী স্যাটেলাইটের সম্প্রসারিত অনুষ্ঠান দেশীয় আইনের পরিধি, সামাজিক-রাজনৈতিক-সাংস্কৃতিক ক্ষেত্রে কী প্রভাব সৃষ্টি করতে পারে তাই ছিল এসময়ের আলোচনার মূলসূত্র। পরবর্তী ক্ষেত্রে কেবল্ টিভির উত্তরোত্তর সম্প্রসারণ এই বিষয়টিকে আইনের আওতায় আনার প্রয়োজনীয়তা আরো বাড়িয়ে তোলে। ১৯৯৩ সালের ৩রা আগস্ট 'কেবল্ টেলিভিশন নেটওয়ার্কস্ (রেগুলেশন) বিল ১৯৯৩' রাজ্যসভায় পেশ করা হয়। কিন্তু বিলটি পাশ করানো যায়নি। ১৯৯৪ সালের ২৯ সেপ্টেম্বর কেন্দ্রীয় সরকার 'কেবল্ টিভি নেপওয়ার্কস্ (রেগুলেশন) অর্ডিন্যান্স' জারি করে। পরে তা সংসদে পাশ করিয়ে নেওয়া হয় ১৯৯৫ সালের মার্চ মাসে।

এই আইনের ফলে সমস্ত কেবল, অপারেটরকে তাদের নাম, অনুষ্ঠান, কোড, বিজ্ঞাপন কোড নথিভুক্ত করতে হয়। তাদের এ সংক্রান্ত একটি রেজিস্টারও ব্যবহার করতে হয়। বিদেশী চ্যানেলগুলি সম্প্রচারের পাশাপাশি দূরদর্শনের দুটি চ্যানেল প্রদর্শন বাধ্যতামূলক করা হয়। এছাড়াও কেবল টিভি ব্যবসায় ৪৯ শতাংশ পর্যন্ত শেয়ার বিদেশী মালিকানায় রাখার সুযোগ এই আইনে দেওয়া হয়েছে।

অতি সম্প্রতি ২০০২ সালে কেন্দ্রীয় সরকার কেবল্ টিভি আইনের নতুন সংশোধনী এনেছে। এর ফলে গ্রাহকদের পছন্দ মতো চ্যানেল দেখার ব্যবস্থা করা কেবল্ অপারেটরের ক্ষেত্রে বাধ্যতামূলক করা হয়েছে।

২.১৪ তথ্যপ্রযুক্তি আইন, ২০০০

তথ্যপ্রযুক্তির কোন ভৌগোলিক সীমা নেই। সেই কারণেই একে আইনের পরিধিতে বাঁধা এক কঠিন চ্যালেঞ্জ। সাইবার জগতকে আইনের সীমায় আনার অর্থ ইন্টারনেট ব্যবহারকারীদের চিহ্নিত করার প্রক্রিয়া। এই প্রক্রিয়া বিশেষ প্রয়োজনীয়। নচেৎ সাইবার জগতের বড়ো সমস্যা সূত্রের অস্পষ্টতা এবং ছদ্ম-অবস্থান দূর করা অসম্ভব।

তথ্যপ্রযুক্তি আইনে এই সমস্যাগুলিকে দূর করা যা অন্ততপক্ষে কমানোর জন্য কতগুলি ব্যবস্থা গ্রহণ করার কথা বলা হয়েছে। প্রথমত, ইন্টারনেট ব্যবহারকারীর ডিজিটাল সাক্ষর প্রামাণ্য রূপে কার্যকরী করার কথা বলা হয়েছে। এতে সূত্রের অস্পষ্টতা দূর হবার সম্ভাবনা অনেক বাড়বে।

দ্বিতীয়ত, বৈদ্যুতিন রেকর্ডের বিষয়বস্তুকে প্রামাণ্যরূপে চিহ্নিত করার ব্যবস্থা গ্রহণ করার কথা বলা হয়েছে। এতেও বিষয়বস্তুর সূত্রের বা বিষয়বস্তুর অস্পষ্টতা হ্রাস পেতে পারে।

ইন্টারনেটের মাধ্যমে তথাকথিত আলাপচারিতার (Chart) মাধ্যমে তথ্য গো[illegible]ন করে বা পরিচয় গোপন করে নানাবিধ অপরাধ সংগঠিত হয়ে থাকে। এই সম্ভাবনাকে হ্রাস করার বিষয়ও এই আইনে আলোচিত হয়েছে।

দ্বিতীয় প্রেস কমিশনের মত এই আইনেও 'সরকারী গোপনীয়তা আইন'-এর পরিমার্জনের কথা বলা হয়েছে। তথ্যপ্রযুক্তির ক্ষেত্রে তথ্যের নিরবিচ্ছিন্ন প্রবাহই যেখানে মূল প্রতিপাদ্য সেখানে তথ্য গোপন করার ক্ষেত্রকে আরো সঙ্কুচিত করার জন্যই এই প্রস্তাব।

ইন্টারনেট ব্যবহারের মাধ্যমে সঙ্গীত এবং মুদ্রণ জগতে অনেক বিষয়বস্তুই সহজে 'কপি' করা যায়। তার ফলে এই সংক্রান্ত যে কোন কাজ পুনর্প্রকাশ বা পুনর্মুদ্রণ অত্যন্ত সহজ। এই ব্যবস্থাকে সঠিকভাবে ব্যবহার করার জন্য 'রচনাস্বত্ব আইন'-এরও পরিমার্জনের কথা এই আইনে বলা যায়।

পরিশেষে বলা যায়, তথ্যপ্রযুক্তির আধুনিকতম ব্যবস্থাকে নিশ্চিতভাবে অগ্রগতির পক্ষে ব্যবহার করাই এই আইনের লক্ষ্য।

২.১৫ সারাংশ

এই এককে আমরা দেখেছি প্রেসের যথোচিত ব্যবহারের প্রয়াজনে প্রেস আইন সম্পর্কে ধারণা কতটা জরুরী। এই এককের পাঠশেষে উল্লেখযোগ্য আইনগুলির পরিধি সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা সাংবাদিকতার কাজকে অনেকাংশেই সম্পূর্ণ করবে, আত্মবিশ্বাস বৃদ্ধি করবে।

২.১৬ অনুশীলনী

১। দীর্ঘ উত্তরের প্রশ্ন ঃ

(ক) ভারতবর্ষে প্রেস আইনের বিবর্তন আলোচনা করুন।

(খ) সংবাদপত্র এবং পুস্তকের নিবন্ধীকরণ আইনটি আলোচনা করুন। এই আইন উল্লঙ্ঘনের শাস্তি কি?

(গ) সরকারী গৌপনীয়তা আইনের বিভিন্ন দিক আলোচনা করুন।

(ঘ) কর্মরত সাংবাদিক আইনের বিভিন্ন নির্দেশাবলী আলোচনা করুন।

(ঙ) আদালত অবমাননা আইনের নির্দেশাবলী ব্যাখ্যা করুন। এই আইনের উল্লঙ্ঘনের শাস্তি কি?

(চ) অশ্লীলতা প্রতিরোধক আইনগুলি আলোচনা করুন।

(ছ) মানহানি আইনের বিভিন্ন দিকগুলি আলোচনা করুন।

২। টীকা লেখার জন্য ঃ

(ক) প্রেস আইন, (খ) রচনাস্বত্ব আইন, (গ) সংসদীয় সংবাদ পরিবেশন, (ঘ) কেবল্ টিভি আইন, (ঙ) তথ্যপ্রযুক্তি আইন।

২.১৭ গ্রন্থপঞ্জী

১। Law of The Press — Dr. D. D. Basu.

২। History of Press, Press Laws and Communication—B. N. Ahuja.

৩। ভারতের প্রেস আইন—বংশী মান্না

৪। প্রেস আইন— কমল ভট্টাচার্য

৫। বিষয় সাংবাদিকতা—ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়

একক ৩ □ গণমাধ্যমের নীতিমালা

গঠন

৩.০ উদ্দেশ্য
৩.১ প্রস্তাবনা
৩.২ আইন এবং নীতি
৩.৩ সাংবাদিকতার নীতিমালা
৩.৪ গোপনীয়তার অধিকার
৩.৫ প্রেসের স্বাধীনতা এবং মৌলিক অধিকার
৩.৬ প্রেসের স্বাধীনতা ও বিশ্বাসযোগ্যতা
৩.৭ প্রথম প্রেস কমিশন
৩.৮ দ্বিতীয় প্রেস কমিশন
৩.৯ ভারতের প্রেস কাউন্সিল
৩.১০ ভারতের প্রেস কাউন্সিল প্রস্তাবিত সাংবাদিকতার আচরণ সম্পর্কিত নিয়ম-কানুন
৩.১১ বিশেষ কয়েকটি বিষয় সম্পর্কে প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশিকা
৩.১২ বেতার ও দূরদর্শন অনুষ্ঠানের নীতিমালা
৩.১৩ সারাংশ
৩.১৪ অনুশীলনী
৩.১৫ গ্রন্থপঞ্জী

৩.০ উদ্দেশ্য

এই এককটি পাঠ করলে জানা যাবে—

- প্রেসের স্বাধীনতার ক্ষেত্র;
- সাংবাদিকতার নৈতিক অবস্থান;
- প্রেস কমিশনগুলির সুপারিশ;
- প্রেস কাউন্সিলের ভূমিকা এবং তার সুপারিশ;
- শ্রাব্য এবং দৃশ্যশ্রাব্য মাধ্যমের অনুষ্ঠানের নৈতিক অবস্থান।

৩.১ প্রস্তাবনা

পূর্ববর্তী এককে আইনের আলোচনার শেষই প্রকৃথপক্ষে এই এককের সূচনা নির্দেশ করে। বলা হয়, যেখানে আইন শেষ সেখান থেকেই নৈতিকতার অবস্থান শুরু। বাক্-স্বাধীনতার অধিকার পূর্বে আলোচিত হয়েছে। কিন্তু গোপনীয়তার অধিকার সম্পর্কে আলোচনা ব্যতীত তার প্রকৃত ক্ষেত্র নির্দিষ্ট করা যায় না। প্রেসের স্বাধীনতা এবং

তার নৈতিক অবস্থান সম্পর্কে আলোচনা গতিপ্রকৃতি এখানে আলোচিত। প্রেস কমিশনের সুপারিশগুলিও এই এককে যথোপযুক্ত গুরুত্বের সঙ্গে আলোচিত। ভারতের সাংবাদিকতার নীতিমালা সম্পর্কে আলোচনায় ভারতের প্রেস কাউন্সিলের প্রসঙ্গ অবশ্যম্ভাবী। সাংবাদিকের নীতিমালা সম্পর্কে প্রেস কাউন্সিলের সুপারিশও এখানে বিস্তারিতভাবে আলোচিত হয়েছে।

৩.২ আইন এবং নীতি

আইন এবং নীতি পরস্পরের পরিপূরক। আপাত দৃষ্টিতে যেখানে আইন শেষ সেখান থেকেই নীতির সূত্রপাত। আইন যেখানে বাধ্য-বাধকতার, নীতি সেখানে চেতনা ও উপলব্ধির বহিঃপ্রকাশ। আইন যেখানে প্রতিপালনের অন্যথায় শাস্তির হুঁশিয়ারি, নীতি সেখানে আত্মনিয়ন্ত্রণের এক ঋজু অবস্থান। একটা সমাজে আইন দ্বারা সমস্ত অনিয়ম খণ্ডন করা সম্ভব নয়। বিশেষত গণতান্ত্রিক পরিকাঠামোয় যেখানে জনগণই শাসনের মূল ভিত্তি সেখানে নৈতিকতার গুরুত্ব অপরিসীম হতে বাধ্য। আইন যেখানে অধিক ক্ষেত্রেই দুর্লঙ্ঘ্য, নীতি সেখানে আর্থ-সামাজিক- রাজনৈতিক সংস্কৃতির সম্পর্কের অভিঘাতে তৈরি হওয়া এক আদর্শ বিধি। নীতি তাই সামাজিক প্রেক্ষিতে পরিবর্তনশীল।

ভারতবর্ষে প্রেস আইন এবং প্রেস সংক্রান্ত নীতিমালার প্রসঙ্গে আলোচনার ক্ষেত্রেও মূল পরিপ্রেক্ষিতটা এরকমই। প্রেস সংক্রান্ত অন্যায়, অনিয়ম প্রতিরোধ করা এবং দেশের সর্বাঙ্গীন অগ্রতির ক্ষেত্রে প্রেসকে ব্যবহার করার দৃষ্টিভঙ্গী থেকেই এ সংক্রান্ত আইন প্রণয়ন। কিন্তু কী হবে প্রেসের প্রতিপাদ্য? কেমন করে তা পরিবেশিত হবে? কোথায়ই বা নিয়ন্ত্রিত হতে হবে সাংবাদিককে— এই নিয়েই সাংবাদিকতা সংক্রান্ত নীতি। এগুলি বিভিন্ন দায়িত্বশীল প্রতিষ্ঠান বা কর্তৃপক্ষ কর্তৃক নির্দেশিত হয়। কিন্তু এগুলি মেনে চলা নির্ভর করে সাংবাদিক তথা সংবাদ মাধ্যমের বিচারবোধের ওপর। আত্মনিয়ন্ত্রণের প্রশ্নটাই এখানে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ। আইনের বাধ্য-বাধ্যকতা নয়, আত্মনিয়ন্ত্রণ এবং বিচারবোধই তাই নৈতিকতার মূল কথা।

৩.৩ সাংবাদিকতার নীতিমালা

ঊনিশ শতকের বিশ দশকের শুরু থেকেই সাংবাদিকতায় নৈতিকতার প্রশ্ন নিয়ে আলোচনার সূত্রপাত। বিভিন্ন দেশে এসময় সাংবাদিকতায় বস্তুনিরপেক্ষতা, নিরপেক্ষতা, সভ্যতা ইত্যাদির প্রয়োজনীয়তা নিয়ে আলাপ-আলোচনা শুরু হয়েছিল। ১৯৭৭ সালে ইউনেসকো নিযুক্ত সিন ম্যাকব্রাইডের নেতৃত্বাধীন ম্যাকব্রাইড কমিশন ১৯৮০ সালে প্রকাশিত তার 'মেনি ভয়েসেস ওয়ান ওয়ার্ল্ড' শীর্ষক রিপোর্টে উল্লেখ করেছে যে সমস্ত সাংবাদিকই তাঁর নিজে বিশ্বাসের প্রতি দায়বদ্ধ, কিন্তু জনগণের প্রতি দায়িত্বের প্রশ্নেও তিনি একইভাবে দায়বদ্ধ। এই রিপোর্টে সাংবাদিকের দায়িত্ব নিম্নলিখিতভাবে বর্ণিত ঃ

(১) মাধ্যম এবং সংস্থার সঙ্গে যুক্তিভিত্তিক দায়িত্ব;

(২) জনগণ এবং সামগ্রিকভাবে সমাজের প্রতি দায়িত্ব;

(৩) আইনের প্রতি দায়বদ্ধ থাকার দায়িত্ব; এবং

(৪) মানবিক মূল্যবোধের নিরিখে আন্তর্জাতিক জনসমুদায়ের প্রতি দায়িত্ব।

যে কোন নীতিগত অবস্থান যেমন দায়িত্ববোধ থেকে গড়ে ওঠে সাংবাদিকতার নীতিমালাও তেমনি সাংবাদিকের দায়বদ্ধতা তথা দায়িত্ববোধের দৃষ্টিভঙ্গী থেকে প্রস্তুত হয়েছে। সাংবাদিকতার নীতিমালা নিম্নলিখিত বিষয়গুলির উপর মূলত নির্ভরশীল ঃ

(১) তথ্যজ্ঞাপনের স্বাধীনতা নিশ্চিত করা;

(২) তথ্যের সূত্র অন্বেষণের স্বাধীনতা;

(৩) বস্তুনিরপেক্ষতা, যথার্থতা, সত্যতা ও ঘটনার যথার্থ বিবরণ;

(৪) জনসাধারণের প্রতি দায়িত্ব; জাতীয়, জাতিগত ও ধর্মীয় ভিত্তিতে জনসাধারণের অধিকার এবং শান্তিরক্ষার প্রতি দায়িত্ব;

(৫) একতা এবং স্বাধীনতার প্রতি সহমর্মিতা;

(৬) প্রত্যুত্তর দেওয়া এবং সংশোধন করা;

(৭) পেশাগত গোপনীয়তা রক্ষা করা; এবং

(৮) বিভিন্ন দেশের সাংস্কৃতিক, সামাজিক ও জাতিগত ভাবনার প্রতি মমত্ববোধ।

ম্যাকব্রাইড কমিশনের রিপোর্টে বলা হয়েছে ঃ 'পেশাগত নৈতিকতার সুযোগ নৈতিক নিয়মাবলীর চেয়ে অনেক প্রশস্ত। স্বাধীনতা এবং দায়িত্ববোধের মধ্যে ভারসাম্য রক্ষার বিভাজনরেখা কেবলমাত্র একজন সাংবাদিকের সচেতন সিদ্ধান্তের উপরই নির্ভর করে না, মাধ্যমের অভ্যাস এবং সাধারণ সামাজিক পরিবেশও এক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ।'

ম্যাকব্রাইড কমিশনের মতে কিছু ক্ষেত্রে জাতীয় এবং আঞ্চলিক ক্ষেত্রে সাংবাদিকতার নীতিমালা নিরুপিত হওয়া উচিত— কিন্তু এক্ষেত্রে পেশার সঙ্গে সম্পর্কিত বিশেষজ্ঞরা সরকারী হস্তক্ষেপ ছাড়াই সে কাজ করবেন। ম্যাকব্রাইড কমিশনের মতে সাংবাদিকতার নীতিমালা প্রণয়নের লক্ষ্য হবে নিম্নরূপ ঃ

(১) পাঠক, দর্শক, শ্রোতা অথবা জনসাধারণকে সুরক্ষিত রাখা;

(২) সংবাদ তথা মতামত পরিবেশনের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট সকলকে সুরক্ষিত রাখা;

(৩) যে কোন প্রকাশিত বা প্রচারিত সংবাদের ক্ষেত্রে আইনের চোখে নৈতিকভাবে দায়বদ্ধ থাকেন সম্পাদক। তাঁকে সহায়তা করাও নীতিমালার উদ্দেশ্য;

(৪) মালিক, অংশীদার এবং সরকারের দায়িত্ব চিহ্নিত করা; এবং

(৫) বিজ্ঞাপনদাতাদের বিভিন্ন বিষয় নির্দিষ্ট করা।

ভারতীয় সাংবাদিকতার নীতিমালার ক্ষেত্রেও এই বিষয়গুলি গুরুত্বপূর্ণ। প্রথম প্রেস কমিশন (১৯৫২-'৫৪) প্রেস কাউন্সিলের একটি কাজ হিসেবে সাংবাদিকতার আচরণবিধি প্রণয়নকে নির্দিষ্ট করেছিলেন। দ্বিতীয় প্রেস কমিশন (১৯৭৮-'৮২) ভারত, আমেরিকা ও ব্রিটেনে এই সংক্রান্ত পদক্ষেপের একটি তালিকাও প্রস্তুত করেছিলেন। দ্য অল ইন্ডিয়া নিউজপেপার এডিটরস্ কনফারেন্স ১৯৫৩ সালে সম্পাদকদের জন্য ও সাংবাদিকদের জন্য দুটি পৃথক নীতিমালা ও নির্দেশমালা ও নির্দেশাবলী প্রস্তুত করেছিল। দ্য ন্যাশনাল ইউনিয়ন অফ জার্নালিস্টস্ ১৯৮১ সালে এবং অল ইন্ডিয়া স্মল অ্যান্ড মিডিয়াম নিউজপেপারস্ অ্যাসোসিয়েশন ১৯৭৫ সালে একটি নীতিমালা প্রস্তুত করেছিল। এছাড়াও ১৭ জন সম্পাদকের একটি কমিটি ১৯৭৬ সালে সাংবাদিকদের আচরণবিধি সংক্রান্ত একটি রিপোর্ট রাজ্যসভায় পেশ করেন। দ্বিতীয় প্রেস কমিশন সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে কোন নির্দিষ্ট নীতিমালা সমর্থন করেননি, কিন্তু প্রেস কাউন্সিলের বিষয়ভিত্তিকভাবে এই নীতিমালা

প্রণয়নে সহমত ছিলেন। ভারতবর্ষে সংবাদমাধ্যম সংক্রান্ত বিভিন্ন সংস্থা ও প্রতিষ্ঠানের নির্ধারিত আচরণ-বিধিগুলির মধ্যে উদ্দেশ্যগত সাযুজ্য আছে। প্রতিটি ক্ষেত্রেই প্রেসের জনকল্যাণকর চরিত্র রক্ষাকে গুরুত্ব দেওয়া হয়েছে। কোন ক্ষেত্রেই এই বিষয়টিকে নিছক নীতি রূপে দেখা হয়নি এবং পেশাগত দক্ষতা বৃদ্ধিতে এবং শিল্প (industry) রূপে গড়ে ওঠা সাংবাদিকতার ক্ষেত্রকে সাংবাদিকতার মূল লক্ষ্যের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ রাখার জন্য অবশ্য প্রয়োজনীয় বিষয়রূপেই দেখা হয়েছে।

কোন সংবাদমাধ্যম নীতি থেকে বিচ্যুত হলে প্রেস কাউন্সিল তাদের সতর্ক বা ভর্ৎসনা করতে পারে। শাস্তি দেবার যথোপযুক্ত ক্ষমতা প্রেস কাউন্সিলের নেই। এই কারণে নীতিমালার বাস্তবিক প্রয়োগ নির্ভর করে সাংবাদিক তথা নির্দিষ্ট মাধ্যমের আত্মনিয়ন্ত্রণ তথা শুভবুদ্ধির উপর। সমস্ত আলোচনা থেকেই দেখা যাচ্ছে জনস্বার্থের রক্ষাই হল নীতিমালা প্রণয়নের মূল কথা এবং জনস্বার্থের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ থাকাই গণমাধ্যমের স্থায়িত্বের শর্ত। সম্প্রতি দ্য প্রেস ইনস্টিউট অফ ইন্ডিয়া ভারতীয় গণমাধ্যমের পেশাগত এবং নৈতিক অধঃপতন নিয়ে চিন্তা ব্যক্ত করেছেন। ভারতের প্রেস কাউন্সিল মুদ্রণ মাধ্যমের সাংবাদিকদের জন্য একটি আচরণবিধি প্রণয়ন করেছেন। তাতে ভারতীয় প্রেক্ষিতে সাংবাদিকতার নৈতিকতা নিয়ে বিস্তারিত আলোচনা আছে।

৩.৪ গোপনীয়তার অধিকার

গোপনীয়তার অধিকার সংবিধানের ২১নং ধারায় সংরক্ষিত করা হয়েছে। এই ধারায় সুস্পষ্টভাবে বলা হয়েছে, কোন মানুষই তার নিজস্ব জীবন বা ব্যক্তিগত স্বাধীনতা থেকে বঞ্চিত হবেন না। এক্ষেত্রে একমাত্র সীমা হল আইনের ভিত্তি। ১৯৭৮ সালে একটি মামলায় বিচারপতি বি.এন. ভগবতী বলেন ব্যক্তিস্বাধীনতা শব্দটি পরিধিতে বিশাল এবং তা এমন বহু অধিকারের সমন্বয়ে গঠিত যা সম্মিলিতভাবে ব্যক্তিস্বাধীনতার জন্ম দেয়। ব্যক্তিস্বাধীনতা মানুষকে সম্ভ্রান্ত করে এবং পছন্দমতো নিজের জীবনযাপন করতে উদ্বুদ্ধ করে। সৃজনশীলতা, উত্তরণ, স্বাধিকার এবং মানসিক স্বাস্থ্যের পক্ষে ব্যক্তিস্বাধীনতা বিশেষ প্রয়োজনীয়। এই দৃষ্টিভঙ্গী থেকেই সংবিধানে গোপনীয়তার অধিকার সুরক্ষিত আছে।

এছাড়াও বিভিন্ন মামলায় বিচারপতির দেওয়া রায় থেকেও গোপনীয়তার অধিকার সুস্পষ্টভাবে প্রতিষ্ঠিত হয়। এছাড়া ভারতীয় দণ্ডবিধির মানহানি ধারাতেও ব্যক্তিমানুষের গোপনীয়তার অধিকার মর্যাদার সঙ্গে সুরক্ষিত আছে। বিভিন্ন ক্ষেত্রে কোন মানুষের ব্যক্তিগত জীবন মিডিয়ায় প্রকাশ পেলে ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তি এই ধারাতেই তা চ্যালেঞ্জ করতে পারেন। আবার একথাও ঠিক যে বিখ্যাত ব্যক্তিদের জীবন নিয়ে সাধারণ মানুষের আগ্রহ থাকবেই। সেক্ষেত্রে তাঁরা সাধারণের ন্যায় নিরুপদ্রব ব্যক্তিগত জীবন আশাও করতে পারেন না। দ্রষ্টব্যের বিষয় এই ঘটনাগুলি অনেক ক্ষেত্রেই মানহানির আওতায় পড়ে না। কিন্তু নজর রাখা প্রয়োজন যাতে এই ঘটনাগুলির প্রকাশ নৈতিকতা বা শালীনতার ক্ষেত্রে কোন খারাপ নজির না সৃষ্টি করে।

এখানেই সংবাদ প্রকাশের অধিকার এবং গোপনীয়তার অধিকারের মধ্যে সংঘাত। যদিও মুক্ত তথা দায়িত্বশীল সমাজব্যবস্থায় দুটিরই প্রয়োজন অনস্বীকার্য। একদিকে বিখ্যাত ব্যক্তিদের গোপনীয়তার অধিকার, অন্যদিকে তার প্রতি সাধারণের আগ্রহের কারণে তার সংবাদমূল্য এই খবর প্রকাশে সবচেয়ে বড় আকর্ষণ। এক্ষেত্রেই সংবাদমাধ্যম তথা সাংবাদিকদের দায়িত্বশীলতা তথা আত্মনিয়ন্ত্রণের প্রশ্নটি সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ। কেবলমাত্র

সামাজিক প্রেক্ষাপটে গুরুত্বপূর্ণ ঘটনাই যদি সংবাদমাধ্যমে প্রকাশিত হয় তবে গোপনীয়তার অধিকার লঙ্ঘিত হয়না। কারণ কোন অধিকারই সর্বান্তকরণে নিরঙ্কুশ নয়। দেশের বা সমাজের পক্ষে ক্ষতিকর কোন ঘটনা সত্য অনুসন্ধানে উদ্ঘাটিত হলে গোপনীয়তার অধিকারের যুক্তি সেক্ষেত্রে অবশ্যই প্রাথমিক হবে না।

৩.৫ প্রেস স্বাধীনতা ও মৌলিক অধিকার

ভারতবর্ষের সংবিধানে প্রেসের স্বাধীনতা সংক্রান্ত কোন সরাসরি নির্দেশ নেই। যদিও সম্প্রতি সংবিধান সংশোধন কমিটি প্রেস স্বাধীনতাকে মৌলিক অধিকার হিসেবে সংযুক্ত করার প্রস্তাব করেছেন, কিন্তু অদূর ভবিষ্যতে এই প্রস্তাব বাস্তবায়িত হবার সম্ভাবনা দেখা যাচ্ছে না। ভারতের সংবিধানের ১৯(১) (ক) ধারায় সকল নাগরিকের মতপ্রকাশের অধিকার সুনিশ্চিত করা হয়েছে। এর মধ্যে উল্লেখযোগ্য ঃ

(১) নিজ অনুভূতি জনমানসে প্রকাশ করার অধিকার অথবা তথ্য ও নিজ ভাবনা প্রকাশের অধিকার।

(২) যে কোন আইনসিদ্ধ মাধ্যম দ্বারা অন্যদের ভাবনা ও তথ্যাদি জানার অধিকার।

এই ধারার দ্বারাই সম্পদাক ও সাংবাদিকরা সংবাদপত্র তথা জনজীবনের সঙ্গে সংযুক্ত যে কোন তথ্য, মতামত প্রকাশ করতে পারেন এবং জনসাধারণের তা পাবার অধিকার আছে। সংযুক্ত রাষ্ট্রের মানবাধিকার সংক্রান্ত নির্দেশেও একথা জোরের সঙ্গে উল্লিখিত আছে। ১৯৫০ সালে দুটি মামলার রায়ে সুপ্রিম কোর্ট উল্লেখ করেছেন প্রেসের স্বাধীনতা মতপ্রকাশের অধিকারের অপরিহার্য অংশ। এভাবেই প্রেস স্বাধীনতা জনসাধারণের মৌলিক অধিকারের সঙ্গে সম্পর্কিত। এই অধিকারের বলেই তথ্য এবং মতামতের মুদ্রণ ও প্রকাশ সম্ভব এবং এই পদ্ধতিতে রাষ্ট্র বা কর্তৃপক্ষের কোন হস্তক্ষেপ অবাঞ্ছিত।

তবে সংবাদপত্রে বা গণমাধ্যমে কোন কিছু প্রকাশ করার অধিকার শর্তনিরপেক্ষ নয়। জনস্বার্থ সুরক্ষিত হচ্ছে কিনা সেটিই সবচেয়ে বড় প্রশ্ন; এছাড়াও ব্যক্তিগত গোপনীয়তার অধিকার এখানে গুরুত্বপূর্ণ।

সংবিধানের ১৯(২) ধারায় জনস্বার্থের অধিকার সুনিশ্চিত করা হয়েছে যদিও সেক্ষেত্রে মতপ্রকাশের অধিকারের ক্ষেত্রে কিছু যৌক্তিক সীমাবদ্ধতা উল্লিখিত আছে। এক্ষেত্রে নিম্নলিখিত বিষয়গুলি বিবেচনা করা হয়, যাতে এগুলি না ক্ষতিগ্রস্ত হয়।

(১) রাষ্ট্রের সার্বভৌমত্ব এবং সংহতি

(২) রাষ্ট্রের নিরাপত্তা

(৩) বিদেশী রাষ্ট্রের সঙ্গে বন্ধুত্বমূলক সম্পর্ক

(৪) জনশৃঙ্খলা

(৫) নৈতিকতা ও শোভনতা

(৬) আদালত অবমাননা

(৭) মানহানি এবং

(৮) অপরাধে প্ররোচনা।

সংবিধানের ২১ ধারায় ব্যক্তিগত গোপনীয়তার অধিকার মৌলিক এবং আইনসিদ্ধ অধিকার রূপে নিশ্চিত

করা হয়েছে। সংবিধানে উল্লিখিত আছে, 'কেবলমাত্র আইনসিদ্ধ পদ্ধতি ছাড়া কোন ব্যক্তিই তাঁর ব্যক্তিগত জীবন ও স্বাধীনতা থেকে বঞ্চিত হবেন না।' ১৯৭৮ সালে বিচারপতি পি.এন. ভগবতী 'ব্যক্তিগত স্বাধীনতা' শব্দের ব্যাখ্যা করে বলেন এটির সীমা ব্যাপক এবং এটি বিভিন্ন অধিকারের সমন্বয়। এটি ব্যক্তিমানুষকে নিজের ইচ্ছায় জীবনযাপন করার অধিকার দেয়। এটি সৃজনশীলতা, বেড়ে ওঠা, স্বয়ংশাসন, এবং মানসিক স্বাস্থ্য বিকাশের ক্ষেত্রেও জরুরী।

গোপনীয়তার অধিকার ভারতীয় বিচারধারায় মানহানির সঙ্গেও সম্পর্কিত। মানহানি হল মৌখিক বা মুদ্রিত শব্দ কিংবা দৃশ্যমান উপস্থিত (অঙ্কন, ছবি, কার্টুন, প্রভৃতি) দ্বারা কোন ব্যক্তির সম্মানহানি ঘটানো। কোন বিখ্যাত ব্যক্তির ব্যক্তিগত জীবনের কাহিনী প্রকাশ এই ধারায় অভিযুক্ত হতে পারে। কিন্তু একথাও বহু আলোচিত যে বিখ্যাত ব্যক্তিরা অখ্যাত ব্যক্তির মত গোপনীয়তা আশাও করতে পারেন না। কারণ খবরের শিরোনামে তাঁরাই থাকেন। বহুক্ষেত্রেই জনস্বার্থে এবং জনগণের ইচ্ছাকে চরিতার্থ করতে এই ধরনের সংবাদ প্রকাশিত হয়। সেই কারণেই রাজনৈতিক কেচ্ছা বহুক্ষেত্রেই মানহানির আওতায় পড়ে না। কিন্তু এক্ষেত্রেও শালীনতার সীমা অতিক্রম করা উচিত নয়। প্রকাশিত সংবাদটিও সঠিক হওয়া বাঞ্ছনীয়।

স্পষ্টতই প্রকাশের অধিকার এবং গোপনীয়তার অধিকারের মধ্যে একটি দ্বন্দ্ব আছে। দুটিই মুক্ত সমাজ-ব্যবস্থায় গুরুত্বপূর্ণ। এই দুয়ের মধ্যে সঠিক ভারসাম্যই একটি সঠিক অবস্থান বলে চিহ্নিত হতে পারে। জনস্বার্থের সঙ্গে সঙ্গতিপূর্ণ কোন খরবই গোপন হতে পারে না। প্রেসের স্বাধীনতার প্রয়োজনীয়তা যেমন প্রেস কমিশনের রিপোর্টে আলোচিত হয়েছে। তেমনি এই অধিকার যথোপযুক্তভাবে প্রযুক্ত হচ্ছে কিনা তা দেখার জন্য প্রেস কাউন্সিলের মত সংস্থা তৈরি হয়েছে। আভ্যন্তরীণ জরুরী অবস্থার সময় এই স্বাধীনতা খর্ব হয়েছিল। জরুরী অবস্থা পরবর্তী যুগে তাত্ত্বিকভাবে প্রেসের স্বাধীনতা সুরক্ষিত থাকলেও পুঁজির কেন্দ্রীভবন, শর্তসাপেক্ষ এবং শর্তভিত্তিক সাংবাদিক নিয়োগ, বড় সংবাদমাধ্যমগুলির একচেটিয়া উপস্থিতি ও তাদের সম্পাদকীয়করণ এবং সম্প্রতি ঘোষিত বিদেশী পুঁজির বিনিয়োগ বাস্তবক্ষেত্রে 'জনস্বার্থ' কতটা সুরক্ষিত করছে বা করবে তা সর্বাংশে তর্কাতীত নয়।

৩.৬ প্রেসের স্বাধীনতা ও বিশ্বাসযোগ্যতা

গণমাধ্যম মানুষের দৃষ্টির সম্প্রসারণ ঘটিয়েছে। মানুষের দিগন্তরেখাকে তা আরো দীর্ঘায়িত করেছে। গণমাধ্যমের মূল কাজ হল তথ্যপ্রদান, শিক্ষাপ্রদান, বিনোদন প্রদান এবং মানুষের মনে বিশ্বাস উৎপাদন করা। স্বভাবতই কোন ঘটনা সংবাদ মাধ্যমে প্রচারিত হবার অর্থ ঘটনাটি সম্পর্কে পাঠক বা দর্শক মহলে ঘটনাটি সম্পর্কে একটা বিশ্বাসযোগ্যতার বাতাবরণ তৈরী হওয়া। একইসঙ্গে সংবাদ মাধ্যমের ওপর এর ফলে দায়িত্বও ন্যস্ত হয়। সেই দায়িত্ব হল বস্তুনিরপেক্ষ সংবাদ পরিবেশনের। কিন্তু বাস্তব হল সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে নানারকম চটকদারী পন্থা ব্যবহৃত হচ্ছে। সম্পাদকীয় নীতির ঘেরাটোপে সংবাদের বস্তুনিরপেক্ষতা বহু ক্ষেত্রেই খণ্ডিত হচ্ছে। জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক উভয় ক্ষেত্রেই এ সম্পর্কে বহু আলোচনা হয়েছে। আমাদের দেশের ক্ষেত্রে যেকথা বিশেষভাবে উল্লেখযোগ্য তা হল, সাংবাদিকতা আগে ছিল ব্রত কিন্তু সময়ের বিবর্তনের সঙ্গে সঙ্গে তা এখন শিল্পে পরিণত হয়েছে। সংবাদ সেখানে পণ্য। বিজ্ঞাপনদাতারা অধিকাংশ ক্ষেত্রেই তার গতিপ্রকৃতি

নির্ণায়ক। সংবাদ মাধ্যমের নিরপেক্ষ চরিত্র বহুক্ষেত্রেই অলীক কল্পনা বলে মনে করা হচ্ছে। ১৮৫৫ সালে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে স্যামুয়েল বাওলেস বেশ কয়েকটি প্রবন্ধে উল্লেখ করেছিলেন সাংবাদিকতা মূলত দুধরণের। প্রথমটি ঘটনামূলক সংবাদ পরিবেশন এবং অপরটি হল মতামতধর্মী রচনা। বলা বাহুল্য প্রথম ক্ষেত্রেই বস্তুনিরপেক্ষতার ধারণা প্রযোজ্য। এই ধরণের সংবাদ পরিবেশনের মূল নীতি সমস্ত ঘটনা পাঠক বা দর্শকের কাছে হাজির করে তার সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করা। তার সিদ্ধান্তকে প্রভাবিত করা নয়। সেটা বাওলেসের মতানুসারে দ্বিতীয় ধারার সাংবাদিকতার উপজীব্য। কিন্তু আজকের সাংবাদিকতা বহুক্ষেত্রেই ব্যাখ্যামূলক। দৃশ্য-শ্রাব্য মাধ্যমের উপস্থিতির ফলে সংবাদপত্রের রচনাও এখন অনেক বাখ্যামূলক। কিন্তু এক্ষেত্রেও বস্তুনিরপেক্ষভাবে ব্যাখ্যা করলে পাঠক বা দর্শক এবং সংবাদমাধ্যমের মধ্যে একটি সুস্থ বোঝাপড়া গড়ে ওঠে।

সংবাদ মাধ্যমের প্রতি বিশ্বাসযোগ্যতাই প্রকৃতপক্ষে মাধ্যমের প্রতি পাঠক বা দর্শকদের ধারণার বহিঃপ্রকাশ। অনেকক্ষেত্রে জনরুচির দোহাই দিয়েও অনৈতিক সাংবাদিকতা করা হয়ে থাকে। সম্পাদকীয় নীতির প্রভাব এমনকী Hard News বা কড়া খবর-এও এসে পড়ে। কিন্তু মতামতধর্মী সাংবাদিকতার অর্থ পূর্বগৃহীত সিদ্ধান্ত চাপিয়ে দেওয়া নয়। এ প্রসঙ্গে বহু প্রতিষ্ঠান চিন্তা ব্যক্ত করেছে। প্রেস কাউন্সিল, অল ইন্ডিয়া নিউজপেপার এডিটরস্ কনফারেন্সের মত প্রতিষ্ঠান বা সংস্থা এ প্রসঙ্গে তাদের নির্দেশাবলী জারি করেছেন। প্রেস কমিশনেও 'জনকল্যাণমুখী' প্রেস গঠনের স্বপ্ন ব্যক্ত হয়েছে। কিন্তু এক্ষেত্রে যেহেতু নির্দিষ্ট কোন আইন নেই তাই সাংবাদিক, সম্পাদক তথা সংবাদ মাধ্যমের আত্মনিয়ন্ত্রণই সর্বাপেক্ষা গুরুত্বপূর্ণ।

সংবাদমাধ্যম এখন শিল্প। কিন্তু জনকল্যাণের সঙ্গে ব্যবসার এক্ষেত্রে কোন বিরোধ নেই। বিরোধ যদি থাকে তবে তা হৃদয়হীন মুনাফা অর্জনের প্রবৃত্তির সঙ্গে। দায়িত্বশীল তথা দূরদর্শী ব্যবসায়ী কখনও তাঁর পণ্যের মান নিম্নমুখী করেন না। সংবাদ মাধ্যমের ব্যবসায়িক কর্তৃপক্ষের কাছে সেটাই প্রত্যাশা। আসলে এই industry অন্য ব্যবসার থেকে পৃথক— সাংবাদিকতা ব্যবসা হলেও তার জনকল্যাণমুখী সত্তা বিসর্জন দেওয়া একমাত্র সাংবাদিকতার প্রাণবায়ু নিয়ন্ত্রিত করার সঙ্গেই সমার্থক।

৩.৭ প্রথম প্রেস কমিশন

স্বাধীনতার পর ভারতীয় সংবাদ মাধ্যমের সমস্যা এবং সম্ভাবনা খতিয়ে দেখার জন্য প্রথম প্রেস কমিশন গঠিত হয় ভারতের সংবিধান গৃহীত হবার দু বছরের মধ্যেই। এই কমিশনের লক্ষ্য ছিল স্বাধীনতার পর ভারতীয় সংবাদপত্র এবং সংবাদ সংস্থাগুলি নতুন আর্থ-সামাজিক প্রেক্ষাপটে কেমনভাবে বিকশিত হবে তার পথ-নির্দেশ নির্ধারণ।

১৯৫২ সালের সেপ্টেম্বর মাসে নেহরু সরকার প্রথম প্রেস কমিশন নিযুক্ত করেন। কমিশন অফ এনকোয়ারি অ্যাক্ট অনুসারে এই কমিশন গঠিত হয়। প্রায় দুবছর পরে ১৯৫৪ সালের জুলাই মাসে কমিশন তার রিপোর্ট সরকারকে জমা দেন।

জাস্টিস জি.এস. রাজাধ্যক্ষ প্রথম প্রেস কমিশনের সভাপতিরূপে নিযুক্ত হন। আরো দশজন সদস্যের মধ্যে উল্লেখযোগ্য ছিলেন ডঃ জাকির হুসেন, আচার্য নরেন্দ্র দেব, চলপতি রাও, জে. নটরাজন প্রমুখ। কেন্দ্রীয় সরকার কমিশনের কার্যাবলীর জন্য যে সীমানা নির্ধারণ করেছিলেন তা নিম্নরূপ ঃ

(১) ছোট, বড় সংবাদপত্র, সাময়িক পত্র, সংবাদ সংস্থা এবং ফিচার সিন্ডিকেটগুলির নিয়ন্ত্রণ; পরিচালনাব্যবস্থা, মালিকানা এবং অর্থনৈতিক পরিকাঠামো;

(২) একচেটিয়া এবং পরস্পর সংযুক্ত মালিকানার গতিপ্রকৃতি এবং সঠিক খবর ও স্বচ্ছ মতামত পরিবেশনে তার প্রভাব;

(৩) স্বাস্থ্যকর সাংবাদিকতার উপর কোম্পানি বা ব্যবসার নিয়ন্ত্রণ, বিজ্ঞাপন বিতরণ এবং অন্যান্য বাহ্যিক প্রভাব;

(৪) সাংবাদিক নিয়োগ এবং তাদের প্রশিক্ষণের পদ্ধতি;

(৫) নিউজপ্রিন্ট সরবরাহ এবং মুদ্রণ যন্ত্রাদির অবস্থা;

(৬) সাংবাদিকতার উচ্চ-মান নিশ্চিত করার জন্য যন্ত্রাদি, সরকার এবং প্রেসের মধ্যে যোগাযোগ; প্রেস পরামর্শদাতা কমিটিগুলির কার্যাবলী এবং সম্পাদক ও কর্মরত সাংবাদিকদের সংগঠন; এবং

(৭) প্রেসের স্বাধীনতা এবং সেই অনুসারে আইনের সংশোধন।

সাংবাদিকদের সংগঠন, সংবাদপত্র মালিক, সম্পাদকদের কাছ থেকে নির্দিষ্ট প্রশ্নের লিখিত উত্তর নেবার পাশাপাশি কমিশন পাঠকদের কিছু অংশের মধ্যে সমীক্ষা চালিয়েছিল। বিজ্ঞানসম্মতভাবে পরিচালিত এই সমীক্ষা থেকে কমিশন যে সুপারিশগুলি করেছিল তার মূল বিষয়বস্তু নিম্নরূপ ঃ

(১) প্রেস রেজিস্ট্রার পদে একজন আধিকারিককে নিয়োগ করা প্রয়োজন যিনি সংবাদপত্র জগতের নির্ভুল তথ্যাদি ও পরিসংখ্যান সংগ্রহের দায়িত্বে থাকবেন;

(২) একটি প্রেস কাউন্সিল গঠন করা প্রয়োজন;

(৩) সংবাদপত্রে পুঁজি বিনিয়োগ এবং কর্মচারী নিয়োগ উভয়ক্ষেত্রেই কেবলমাত্র ভারতীয় নাগরিকরাই বিবেচিত হবেন। বিদেশী সংবাদপত্রের ভারতীয় সংস্করণ প্রকাশের যেকোন উদ্যোগকেও নিরুৎসাহিত করা হয়।

(৪) কর্মরত সাংবাদিকদের অর্থনৈতিক অবস্থা উন্নত করার প্রস্তাব করা হয়।

(৫) ভারতীয় প্রেসের মালিকানার ক্ষেত্রে কেন্দ্রীভবন প্রতিরোধ করার জন্য পদক্ষেপ গ্রহণের সুপারিশ করা হয়।

(৬) সংবাদপত্রের কর্মীদের পরিচালনগত নিয়ন্ত্রণ থাকবে সম্পাদকের হাতে এবং সম্পদকীয় কর্মী নিয়োগের ক্ষেত্রে তাঁর সিদ্ধান্তকে সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দেওয়া উচিত।

(৭) সংবাদপত্রের পৃষ্ঠাসংখ্যার ভিত্তিতে মূল্য নির্ধারণ করা। বিজ্ঞাপন ৪০%-র বেশি হওয়া উচিত নয়।

এই সুপারিশগুলির বাস্তবায়নে গঠিত হয় ভারতের প্রেস কাউন্সিল, প্রণীত হয় প্রেস রেজিস্ট্রারের পদ এবং প্রবর্তিত হয় ওয়ার্কিং জার্নালিস্টস্ অ্যাক্ট।

৩.৮ দ্বিতীয় প্রেস কমিশন

দ্বিতীয় প্রেস কমিশন গঠিত হয় ১৯৭৮ সালের মে মাসে। প্রথম প্রেস কমিশনের সুপারিশের পর এবং ১৯৭৫-৭৬ সালের জরুরী অবস্থার সময়ের পর ভারতীয় প্রেসের অবস্থা চিহ্নিত করতেই এই কমিশন গঠন করা হয়েছিল। জরুরী অবস্থার ভয়াবহতার পর প্রেসের স্বাধীনতার ক্ষেত্রকে পুনর্গঠনের দিশা দেওয়াই ছিল এই

কমিশনের মূল লক্ষ্য। ১৯৭৭ সালে ক্ষমতায় এসেছিল মোরারজি দেশাই-এর নেতৃত্বাধীন জনতা পার্টি। সেই সরকারই সুপ্রিম কোর্টের অবসরপ্রাপ্ত বিচারপতি জাস্টিস পি.কে. গোস্বামীর সভাপতিত্বে দ্বিতীয় প্রেস কমিশন গঠন করে। কিন্তু ১৯৮০ সালে ইন্দিরা গান্ধী সরকারে পুনরায় ফিরে এসে এই কমিশন পুনর্গঠন করেন। সুপ্রিম কোর্টের অবসরপ্রাপ্ত বিচারপতি জাস্টিস কে. কে. ম্যাথিউ এই পুর্নগঠিত কমিশনের সভাপতি হন। শুধু তিনি নন দ্বিতীয় প্রেস কমিশনের সমস্ত সদস্যই পরিবর্তিত হন। এক্ষেত্রেও কমিশনকে কিছু নির্দিষ্ট বিষয় অনুসন্ধান করতে বলা হয়। এর বিশেষ কিছু ক্ষেত্র নীচে আলোচিত হল ঃ

(১) উন্নয়নশীল এবং গণতান্ত্রিক সমাজে প্রেসের ভূমিকা;

(২) বাক্ স্বাধীনতা ও মতপ্রকাশের স্বাধীনতা সুরক্ষিত করতে বর্তমান সাংবিধানিক প্রতিশ্রুতিগুলি যথেষ্ট কিনা;

(৩) নাগরিকদের গোপনীয়তার অধিকার সংবিধান ও আইনের চোখে সুরক্ষিত কিনা;

(৪) অর্থনৈতিক ও রাজনৈতিক চাপ এবং মালিক ও পরিচালকমণ্ডলীর চাপের কাছে প্রেসকে সুরক্ষা দেওয়া;

(৫) প্রেসের দায়িত্বশীল ভূমিকা, বিশেষত উন্নয়নশীল নীতিগুলির ক্ষেত্রে;

(৬) বিজ্ঞাপনের প্রভাব;

(৭) ছোট এবং মাঝারি সংবাদপত্রগুলির বৃদ্ধি;

(৮) নতুন আন্তর্জাতিক তথ্য দুনিয়ায় সংবাদমূল্য;

(৯) সাংবাদিকদের প্রশিক্ষণ এবং সাংবাদিকতা ও গণজ্ঞাপন বিষয়ে গবেষণা ইত্যাদি।

দ্বিতীয় প্রেস কমিশন ১৯৮২ সালের এপ্রিল মাসে তাঁদের রিপোর্ট কেন্দ্রীয় সরকারে কাছে জমা দেন। কমিশনের মূল সুপারিশগুলি ছিল নিম্নরূপ :

(১) প্রেসকে গঠনমূলক সমালোচকের ভূমিকা পালন করতে হবে। গণতান্ত্রিক সমাজব্যবস্থায় স্বাধীন সংবাদমাধ্যম হবে সামাজিকভাবে সচেতন ও উদ্যমী;

(২) সংবাদপত্রের সম্পাদকের অবস্থার উন্নতি প্রয়োজন;

(৩) প্রেস হবে সামাজিক দায়বদ্ধ এবং জনগণের কাছে দায়বদ্ধ;

(৪) ১৯২৩ সালের সরকারী গোপনীয়তা আইন সংশোধিত হওয়া প্রয়োজন যাতে সংবাদমাধ্যম জনগণকে আরো সরকারী তথ্যাদি জানাতে পারে;

(৫) ক্ষুদ্র ও মাঝারি সংবাদপত্রের স্বার্থ দেখার জন্য সংবাদপত্র উন্নয়ন কমিশন গঠন করা উচিত;

(৬) প্রেস ইনফরমেশন ব্যুরো বা পি.আই.বি.-র পুনর্বিন্যাস প্রয়োজন;

(৭) সামাজিক ও অর্থনৈতিক সমস্যার উপর যথার্থ ফলো-আপ সহ তদন্তমূলক সাংবাদিকতাকে স্বাগত জানানো হয়;

(৮) জাতীয় স্বার্থে নিতান্ত প্রয়োজন ছাড়া প্রি-সেন্সরশিপ ব্যবহৃত হবে না;

(৯) সংবাদপত্র মালিকদের অন্য ব্যবসায়িক স্বার্থ না থাকা উচিত;

(১০) উন্নয়নমূলক সংবাদ গুরুত্বসহকারে ছাপাতে হবে;

(১১) সাংবাদিকতা শিক্ষার ক্ষেত্রে বিশ্ববিদ্যালয়ের পাঠক্রমের সমস্যাকে সনাক্ত করে সমস্যা দূর করতে হবে। এই পাঠক্রমের উদ্দেশ্য কেবল নৈপুণ্য বৃদ্ধি নয়, সাংবাদিকতার মূল্যবোধ সম্পর্কে শিক্ষাও।

৩.৯ ভারতের প্রেস কাউন্সিল

ভারতের প্রেস কাউন্সিল হল আধা-বিচারবিভাগীয় একটি স্বয়ংশাসিত সংস্থা। এর লক্ষ্য হল প্রেসের স্বাধীনতা সুরক্ষিত করা এবং দেশের সংবাদপত্র ও সংবাদমাধ্যমগুলির মানোন্নয়নে কাজ করা এই কাউন্সিল সংবাদপত্র ও সংবাদমাধ্যমের অসদাচরণ, অথবা সাংবাদিকতার নীতিভঙ্গ করার জন্য সেন্সর, সতর্ক কিংবা মৃদু ভর্ৎসনা করার জন্য ক্ষমতাপ্রদত্ত।

ভারতের প্রথম প্রেস কমিশন (১৯৫২-৫৪) তার রিপোর্টে প্রেস কাউন্সিল গঠনের সুপারিশ করেছিলেন। এই সুপারিশের কিছুদিনের মধ্যেই ১৯৬৫ সালে ভারতের প্রেস কাউন্সিল আইন বলবৎ হয়। ভারতের প্রথম কাউন্সিল স্থাপিত হয় ১৯৬৬ সালের জুলাই মাসে। জাস্টিস আর. আর. মুধোলকর ছিলেন তার সভাপতি। কিন্তু অভ্যন্তরীণ জরুরী অবস্থা চলাকালীন ১৯৭৫ সালে নতুন করে ভারতের প্রেস কাউন্সিল আইন প্রণয়ন করেন। ১৯৭৯ সালের মার্চ মাসে সেই আইনের ক্ষমতাবলে প্রেস কাউন্সিল পুনরায় কাজ শুরু করে। সেই সময় জাস্টিস এ. এন. গ্রোভার ভারতের প্রেস কাউন্সিলের সভাপতি নিযুক্ত হন। দুটি প্রেস কাউন্সিল আইনের মধ্যে মূলগত প্রভেদ দুটি। প্রথমত, দ্বিতীয় আইনটিতে সংবাদ সংস্থাগুলিকে প্রেস কাউন্সিলের আওতায় আনা হয়েছে। দ্বিতীয়ত, প্রথম প্রেস কাউন্সিল আইনে উল্লেখ ছিল কাউন্সিল কোন সাংবাদিককে তাঁর ব্যক্তিগত সূত্রের নাম জানাতে বাধ্য করতে পারে। কিন্তু দ্বিতীয় প্রেস কাউন্সিল আইনে এই প্রথা বাতিল করা হয়।

ভারতের প্রেস কাউন্সিল সভাপতি এবং আরো ২৮ জন সদস্যের সমন্বয়ে গঠিত। সাধারণভাবে সুপ্রিম কোর্টের অবসরপ্রাপ্ত বিচারপতিরাই এর সভাপতি নিযুক্ত হন। সভাপতি নিয়োগ করেন রাজ্যসভার সভাপতি, লোকসভার স্পিকার এবং ভারতের প্রেস কাউন্সিলের অন্যান্য সদস্য দ্বারা মনোনীত প্রতিনিধি সদস্য নিয়ে গঠিত কমিটি। কাউন্সিলের বাকি ২৮ জনের মধ্যে ২০ জন বিভিন্ন সংবাদপত্র বা সংবাদমাধ্যমের প্রতিনিধিত্ব করেন। এঁরা কর্মরত সাংবাদিক, কর্মরত সম্পাদক, মালিকপক্ষের বিভিন্ন সংগঠনের পাঠানো নামের ভিত্তিতে মনোনীত হন। কাউন্সিলের সভাপতি এবং সদস্যদের কার্যকালের মেয়াদ তিনবছর।

মুদ্রণ মাধ্যমের মানোন্নয়ন এবং প্রেস স্বাধীনতার রক্ষার দ্বিমুখী দায়িত্ব ভারতের প্রেস কাউন্সিলের। আপাত-বিচারালয় সংক্রান্ত হবার ফলে কাউন্সিল শমন পাঠাতে পারে এবং সাক্ষী-পরীক্ষা করতে পারে। প্রেস কাউন্সিল সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র, সংবাদ সংস্থা, সাংবাদিক বা সংবাদপত্র/সাময়িকপত্রের মালিকদের বিরুদ্ধে অভিযোগ খতিয়ে দেখতে পারে। তদন্ত শেষে কমিশন দোষীদের সেন্সর, সতর্ক বা ভর্ৎসনা করতে পারে। প্রেস স্বাধীনতা প্রশ্নচিত্তের মুখোমুখি হলে কাউন্সিল সরকারকেও ভর্ৎসনা করতে পারে। কিন্তু ভারতের প্রেস কাউন্সিলের শাস্তিমূলক কোন ব্যবস্থা নেবার ক্ষমতা নেই। অবশ্য কাউন্সিলকে আর একটি বিচারসভা বানানো এর গঠনের উদ্দেশ্যর সঙ্গেও সঙ্গতিপূর্ণ নয়। এর উদ্দেশ্য ছিল সাংবাদিকতার নীতি ও মূল্যবোধকে বিকশিত করা। এই উদ্দেশ্যেই ভারতের প্রেস কাউন্সিল সাংবাদিকদের আচরণবিধি সংক্রান্ত গুরুত্বপূর্ণ নথিও প্রকাশ করেছে।

৩.১০ ভারতের প্রেস কাউন্সিল প্রস্তাবিত সাংবাদিকদের আচরণ-সম্পর্কিত নিয়ম-কানুন

আদর্শ ও নীতি ঃ

সাংবাদিকতার মৌলিক উদ্দেশ্য হল জনস্বার্থ সংশ্লিষ্ট বিষয়ে সৎ, সঠিক, পক্ষপাতহীন, নম্র ও শোভন

পদ্ধতিতে জনসাধারণকে সংবাদ, মতামত, মন্তব্য ও তথ্য পরিবেশন করা। এই উদ্দেশ্যে সারা বিশ্বে স্বীকৃত কতকগুলি সুনির্দিষ্ট নিয়ম-কানুন সংবাদপত্রগুলির মেনে চলা উচিত। প্রতিটি ঘটনার পরিবর্তিত পরিস্থিতি অনুযায়ী যথাযথ উপলব্ধি ও অভিযোজন সহকারে এই নীতি নির্দেশিকাগুলি প্রয়োগ করলে একজন সাংবাদিকের তার আচরণ স্ব-নিয়ন্ত্রিত করার কাজে সুবিধা হবে।

যথার্থতা ও সততা ঃ

(১) সংবাদপত্রের অযথার্থ, ভিত্তিহীন, অশোভন, বিভ্রান্তিকর অথবা বিকৃত বিষয়বস্তু মুদ্রণ পরিহার করা উচিত। মূল ঘটনা বা বিষয়ের সমস্ত দিক সংবাদ-প্রতিবেদনে তুলে ধরা উচিত। অযৌক্তিক গুজব ও অনুমানকে প্রকৃত ঘটনা হিসেবে প্রকাশ করা উচিত নয়।

প্রাক্-মুদ্রণ সত্যতা প্রতিপাদন ঃ

(২) কোনও নাগরিকের বিরুদ্ধে জনস্বার্থ ও কল্যাণবিষয়ক অভিযোগ বা মন্তব্যাদি-সম্পর্কিত কোনও প্রতিবেদন অথবা নিবন্ধ পেলে অন্যান্য নির্ভরযোগ্য সূত্র ছাড়াও সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি বা সংগঠনের সে বিষয়ে বক্তব্য, মন্তব্য অথবা প্রতিক্রিয়া জেনে নিয়ে যথাযথ সতর্কতা ও মনোযোগের সঙ্গে সেগুলি সত্যতা যাচাই করতে হবে ও যেখানে যেমন প্রয়োজন হবে, সেইমত ওই প্রতিবেদনের উপযুক্ত সংশোধন করতে হবে। এই সত্যতা যাচাই-এর ক্ষেত্রে ঠিকমতো সাড়া না পেলে ওই প্রতিবেদনের সঙ্গে সেই মর্মে একটি পাদটীকা জুড়ে দিতে হবে।

মানহানিকর লেখার বিরুদ্ধে সতর্কতা ঃ

(৩) কোনও ব্যক্তি বা সংগঠনের বিরুদ্ধে মানহানিকর বা কুৎসামূলক কোন কিছু সংবাদপত্রের ছাপা উচিত নয় যতক্ষণ না তা যথাযথ সতর্কতার সঙ্গে যাচাই এর পর যথার্থ এবং জনসাধারণের মঙ্গলের কারণ বলে বিশ্বাসযোগ্যতা হবে।

(৪) জনস্বার্থবাহী নয় এমন ক্ষেত্রে কোনও সাধারণ নাগরিকের বিরুদ্ধে অমর্যাদাকর, অশ্লীল গালিগালাজপূর্ণ ও মানহানিকর বিষয় সত্য হলেও ছাপানো নিরাপদ নয়।

(৫) কোন মৃত ব্যক্তির বিরুদ্ধে জনস্বার্থবাহী কোনও বিরল ঘটনা ব্যতীত কুৎসামূলক কোন ব্যক্তিগত মন্তব্য ছাপা উচিত নয় যেহেতু মৃত ব্যক্তি ওই সব মন্তব্যের বিরোধিতা বা সেগুলিকে অস্বীকার করতে পারে না।

(৬) কোন ব্যক্তির সাম্প্রতিক কার্যাবলী প্রসঙ্গে কোনও তির্যক মন্তব্য করতে গিয়ে সংবাদপত্রের কোন নাগরিকের আপত্তিকর অতীত আচরণের ওপর নির্ভর করা উচিত নয়। যদি জনকল্যাণের জন্য ওই ধরনের প্রসঙ্গ উত্থাপনের প্রয়োজন হয় তবে ওই ব্যক্তির ওইসব প্রতিকূল কাজকর্মের জন্য সংবাদ ছাপার পূর্বে ওই ব্যাপারে কী পদক্ষেপ নেওয়া হয়েছে সে বিষয়ে প্রয়োজনে সংবাদপত্রকে সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষের কাছ থেকে খোঁজ-খবর নিতে হবে।

(৭) সন্দেহভাজন কাজকর্মে লিপ্ত নাগরিক এবং বিতর্কিত চরিত্রের ব্যক্তিদের সম্পর্কে পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে জনস্বার্থে কাজ করা সংবাদপত্রের কর্তব্য, অভিপ্রায় এবং অধিকারবিশেষ। তবে ওইসব ব্যক্তিকে 'প্রতারক', অথবা খুনী প্রভৃতি বলে চিহ্নিত করে নিজস্ব মতামত বা সিদ্ধান্ত টানার মতো ঝুকি গ্রহণের সময় সংবাদপত্রগুলিকে দায়িত্বশীল সাংবাদিকের ন্যায় সংযত হতে হবে ও যথাযথ সর্তকতা অবলম্বন করতে হবে। একজনকে দোষী চিহ্নিত করার ক্ষেত্রে মৌলিক নীতি হল যে তার বিরুদ্ধে যেসব অভিযোগ রয়েছে সেগুলি বাস্তব প্রমাণের মাধ্যমে,

অভিযুক্তের অসৎ চরিত্রের ভিত্তিতে নয়; প্রতিপাদন করতে হবে। খবর প্রকাশ করার উৎসাহে সংবাদপত্রের তার বিষয়ে যথাযথ সতর্কতা অবলম্বন ও শোভন মন্তব্য করার নৈতিক সীমা লঙ্ঘন করা উচিত নয়।

(৮) যেখানে প্রকাশিত সংবাদটি স্ববিরোধী ও সরাসরি অভিযোগকারীর সুনাম বিপন্ন করবে সেক্ষেত্রে প্রতিবাদীর দায়িত্ব হবে সততার সঙ্গে ও জনস্বার্থে তারা যে মন্তব্য করেছে তা যে যথার্থ তা প্রমাণ করে দেখানো।

পদস্থ সরকারি ব্যক্তিদের কার্যাবলী ও আচরণ সম্পর্কে মন্তব্য করার ব্যাপারে সংবাদপত্রের অধিকার সীমা ঃ

(৯) সরকার, স্থানীয় কর্তৃপক্ষ ও সরকারি ক্ষমতা প্রয়োগকারি অন্যান্য সংস্থা/প্রতিষ্ঠান তাদের সরকারি কর্তব্য নির্বাহের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট কাজকর্ম ও আচরণের জন্য ক্ষতিগ্রস্ত হলে সে ব্যাপারে তারা কোনও মামলা চালাতে পারে না যতক্ষণ না পদস্থ ব্যক্তি প্রতিপাদন করে যে প্রকাশিত সংবাদটিতে বেপরোয়াভাবে সত্যকে উপেক্ষা করা হয়েছে। অবশ্য বিচারব্যবস্থার আদালত অবমাননার জন্য শাস্তি দেওয়ার ক্ষমতা আছে ও ভারতের সংবিধানের অনুচ্ছেদ ১০৫ ও ১৯৪ বলে সংসদ ও বিধানসভাগুলির অধিকার সুরক্ষিত। অতএব বিচারব্যবস্থা ও ওইসব আইনসভা এই নিয়মের ব্যতিক্রম।

(১০) অনুসন্ধানকারি সরকারি পদস্থ ব্যক্তিদের সম্বন্ধে এমন কোনও সংবাদ অথবা মন্তব্য/তথ্য ছাপা উচিত নয় যাতে কোনও অপরাধ করা অথবা অপরাধ রোধ বা চিহ্নিতকরণে অথবা অপরাধীর বিরুদ্ধে আইনি ব্যবস্থা নেওয়ার পথে বাধা সৃষ্টির প্রবণতা দেখা দিতে পারে। অনুসন্ধানকারি সংস্থারও অনুরূপভাবে ওই ধরনের তথ্য বা বিভ্রান্তির তথ্য প্রকাশে মদতদান করা উচিত নয়।

(১১) সরকারী গোপনীয়তা আইন, ১৯২৩ অথবা অনুরূপ আইন অথবা সংস্থানগুলির সংবাদপত্র বা প্রচারমাধ্যমগুলিকে সমানভাবে নিয়ন্ত্রণ করার আইনি ক্ষমতা আছে যদিও রাজ্য অথবা তার পদস্থ কর্মীদের সংবাদপত্র/প্রচারমাধ্যমের ওপর নিষেধাজ্ঞা বা প্রাক্-নিয়ন্ত্রণ আরোপের ক্ষমতা প্রদানকারি কোন আইন নেই।

(১২) ব্যঙ্গচিত্র এবং উত্তম কৌতুক-উদ্রেককারী উপহাসের বিষয় খবরের একটি বিশেষ বিভাগে প্রকাশ করতে হবে যাতে সেগুলি আরও উদার দৃষ্টিভঙ্গিতে উপভোগ করা যায়।

গোপনীয়তা রক্ষার অধিকার ঃ

(১৩) নিছক বিকৃত বা অস্বাস্থ্যকর কৌতূহলের বশবর্তী হয়ে সংবাদপত্র কোনও ব্যক্তির গোপনীয় বিষয়ে অনধিকার প্রবেশ বা হস্তক্ষেপ করতে পারবে না, যদি না সেই গোপনীয়তা রক্ষার কারণে প্রকৃত জনস্বার্থ বিঘ্নিত হয়। সুতরাং, যাই হোক না কেন, একবার কোনও বিষয় সরকারি লেখার অন্তর্ভুক্ত হলে গোপনীয়তা রক্ষার অধিকার আর থাকে না এবং সংবাদপত্রসহ বিভিন্ন মাধ্যম বৈধ বিষয় বিচারে জনসাধারণের কাছে তা নিজস্ব মতামতসহ প্রকাশ করতে পারে।

ব্যাখ্যা ঃ কোনও ব্যক্তির গৃহ, পরিবার, ধর্ম, স্বাস্থ্য, যৌনতা, ব্যক্তিগত জীবন ও জীবনের নানা ঘটনা গোপনীয় বিষয়ের অন্তর্ভুক্ত যদি না ক্ষেত্রবিশেষে এই সকল বিষয়ের মধ্যে কোনও একটির সঙ্গে জনস্বার্থের বিরোধ বাধে।

(১৪) পরিচিত সম্পর্কিত সতর্কতা ঃ মহিলাদের ধর্ষণ বা অপহরণ বা শিশুদের উপর যৌন অত্যাচার সংক্রান্ত অপরাধ বিষয়ে বা কোনও স্ত্রীলোকের সতীত্ব, ব্যক্তিগত চরিত্র বা গোপনীয় বিষয় সম্পর্কে সন্দেহ বা প্রশ্ন উত্থাপন

করে প্রতিবেদন প্রকাশের সময় ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তিদের নাম, ছবি বা অন্যান্য বিবরণ যা থেকে তাঁদের পরিচয় পাওয়া সম্ভব তা প্রকাশ করা যাবে না।

(১৫) যৌন উৎপীড়ন বা বলপূর্বক বিবাহ বা অবৈধ যৌন সঙ্গম থেকে জাত শিশুদের পরিচয় দেওয়া বা ছবি তোলা যাবে না।

সাক্ষাৎকার এবং দূরভাষের কথোপকথন নথিভুক্তকরণ ঃ

(১৬) কোনও ব্যক্তির অজ্ঞাতে বা বিনা অনুমতিতে সংবাদপত্র তাঁর কথোপকথনে টেপরেকর্ড করতে পারবে না যদি না ক্ষেত্র বিশেষে সেই নথিভুক্তকরণ সাংবাদিককে তাঁর বিরুদ্ধে আইনি পদক্ষেপ গ্রহণের হাত থেকে রক্ষা করা অথবা অন্য কোনও সমুদ্দেশ্যমূলক কারণের জন্য প্রয়োজন হয়।

(১৭) সাংবাদিকদের সঙ্গে কথোপকথনের সময় কোনও ব্যক্তি যদি কারও সম্পর্কে আপত্তিকর উক্তি বা বিশেষণ প্রয়োগ করে থাকেন তবে সংবাদপত্রে প্রকাশের আগে তা বাদ দিয়ে দিতে হবে।

(১৮) চিত্র গ্রহণের মাধ্যমে ব্যক্তিগত দুঃখ প্রকাশের বিভিন্ন মুহূর্তে অনধিকার প্রবেশ বর্জনীয়। তবে বৃহত্তর জনস্বার্থে—দুর্ঘটনা বা প্রাকৃতিক দুর্যোগে ক্ষতিগ্রস্তদের ছবি প্রকাশ করা যেতে পারে।

ধারণা, মন্তব্য এবং প্রকৃত ঘটনা ঃ

(১৯) কোনও ধারণা, অনুমান বা মন্তব্যকে প্রকৃত তথ্য বলে চালানো বা সেই সম্বন্ধে অতিশয়োক্তি করা সংবাদপত্রের উচিত নয়। সংবাদে সঠিকভাবে এই সমস্ত আন্দাজ, অনুমান বা মন্তব্যের পরিষ্কার উল্লেখ থাকা দরকার।

অপরাধী সন্দেহে কোনও ব্যক্তির বিরুদ্ধে সংবাদ প্রকাশ পরিহার্য ঃ

(২০) অপরাধকারী ব্যক্তির সঙ্গে সম্পর্কযুক্ত লোকজনের বিরুদ্ধে সন্দেহ করে সংবাদ প্রকাশ করা চলবে না। কোনও অপরাধে অভিযুক্ত বা দোষী সাব্যস্ত ব্যক্তির পরিবার, আত্মীয়-পরিজন বা তাঁর সঙ্গে সম্পর্কযুক্ত লোকজন সম্পূর্ণ নির্দোষ এবং তাঁদের নামোল্লেখ অভিযোগের বিষয়ের সঙ্গে প্রাসঙ্গিক না হলে তাঁদের নাম প্রকাশ করা বা পরিচয় দেওয়া উচিত নয়।

(২১) বিতর্ক বা বিবাদের ক্ষেত্রে সংবাদপত্রের কোনও একটি পক্ষের বক্তব্যের সঙ্গে নিজেকে অবিচ্ছেদ্যভাবে যুক্ত করা বা সেই বক্তব্যকে সর্বসমক্ষে তুলে ধরা সাংবাদিকতার আদর্শবিরোধী।

সংশোধন ঃ

(২২) যখন কোনও তথ্যঘটিত ভ্রম বা ভ্রান্তি ধরা পড়ে বা তার বিশ্বাসযোগ্য প্রমাণ পাওয়া যায় তখন সংবাদপত্রে অবিলম্বে যথাযথ স্পষ্টতার সঙ্গে সংশোধনী প্রকাশ করা উচিত এবং গুরুতর ত্রুটির ক্ষেত্রে ক্ষমাপ্রার্থনা বা দুঃখপ্রকাশ করা উচিত।

উত্তরদানের অধিকার ঃ

(২৩) কোন ব্যক্তির প্রতি সন্দেহ প্রকাশ করে সংবাদ প্রকাশের ফলে তিনি যদি ক্ষতিগ্রস্ত, মর্মাহত বা উদ্বিগ্ন বোধ করেন তবে সম্পাদকের কাছে পত্র বা চিরকুটের আকারে প্রেরিত প্রতিবাদ / উত্তর / ব্যাখ্যা বা প্রত্যুত্তর অবিলম্বে, যথাযথ, স্পষ্টতার সঙ্গে, সম্পূর্ণভাবে বা উপযুক্ত সম্পাদনার পর, বিনা ব্যয়ে সংবাদপত্রে ছাপানো উচিত। যদি প্রতিবাদ/উত্তর/ব্যাখ্যা বা প্রত্যুত্তরের সত্যতা বা তথ্যঘটিত যাথার্থ্য নিয়ে সম্পাদকের সন্দেহ থাকে তবে প্রকাশিত অংশের শেষে পৃথকভাবে সংক্ষিপ্ত সম্পাদকীয় মন্তব্য যোগ করে সেই সত্যতা নিয়ে সন্দেহ প্রকাশ

করার স্বাধীনতা সম্পাদকের থাকবে। উপযুক্ত ক্ষেত্রে যথাযথ বিবেচনা এবং সাবধানতার সঙ্গে এই সুবিধা সযত্নে কাজে লাগাতে হবে।

(২৪) কিন্তু যেখানে উত্তর/প্রতিবাদ বা প্রত্যুত্তর প্রেস কাউন্সিলের ইচ্ছানুসারে প্রকাশ করা হয়, সেখানে সেই মর্মে সংক্ষিপ্ত সম্পাদকীয় মন্তব্য সংযোজন করতে হবে।

(২৫) সাংবাদিক সম্মেলনের মাধ্যমে প্রত্যুত্তরের অধিকার দাবি করা যায় না, কারণ কোনও সম্মেলনের সংবাদ প্রকাশ করা-না-করা সম্পাদকের বিবেচনামূলক ক্ষমতার মধ্যে অন্তর্ভুক্ত।

(২৬) জনস্বার্থের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট কোনও বিষয় সম্পর্কে পাঠকদের সবকিছু জানার অধিকার সংবাদপত্রের স্বাধীনতার মধ্যে অন্তর্ভুক্ত। তাই সংবাদপত্রের যে সংবাদ প্রকাশ করা হয়েছে তা সত্য শুধু এই বিবেচনা করে সম্পাদক কোনও উত্তর বা প্রত্যুত্তর ছাপতে অস্বীকার করতে পারবেন না। অর্থাৎ কোনও বিচার্য বিষয়কে পাঠকদের বিচার-বিবেচনার উপর ছেড়ে দিতে হবে। কোনও পাঠকের প্রতি নিন্দা প্রকাশ করাও সম্পাদকের পক্ষে শোভনীয় নয়।

সম্পাদকের কাছে চিঠি ঃ

(২৭) সম্পাদকের সংবাদপত্রের কলমে কোনও বিতর্কিত বিষয়ের উপর পাঠকদের চিঠিপত্র প্রকাশের সিদ্ধান্ত নিলে গৃহীত সমস্ত চিঠিপত্র ছাপতে বাধ্য নন। কিছু চিঠি নির্বাচন করে সম্পূর্ণ বা সারাংশ প্রকাশ করার অধিকার তাঁর আছে। তবে চিঠি নির্বাচন করে প্রকাশ করার সময় প্রকাশিত বিষয় যাতে একপেশে না হয়ে বিতর্কের মূল বিষয়ের পক্ষে ও বিপক্ষে প্রদত্ত মতামতের মধ্যে উপযুক্ত ভারসাম্য বজায় রাখে তা নিশ্চিত করার জন্য তাঁকে অবশ্যই সততার সঙ্গে প্রয়াস চালিয়ে যেতে হবে।

(২৮) কোনও বিতর্কিত বিষয়ে দুই পক্ষের উত্তর-প্রত্যুত্তরের পালা চলতেই থাকলে, চালু কলমটি কোন পর্যায়ে বন্ধ করে দেওয়া হবে সে সম্পর্কে সম্পাদকের সিদ্ধান্ত নেওয়ার স্বাধীনতা আছে।

অশ্লীলতা ও অমার্জিত ভাষা পরিহার্য ঃ

(২৯) সংবাদপত্র/সাংবাদিকদের অশ্লীল, কুরুচিপূর্ণ অথবা সুস্থ জনরুচির পক্ষে ক্ষতিকারক কোনও বিষয় প্রকাশ করা উচিত নয়।

(৩০) কোনও কোনও বিজ্ঞাপনে নগ্ন বা অশালীন ভঙ্গিমায় নারীদেহ প্রদর্শন পুরুষের কামুকতাকে এমনভাবে উসকে দেয়, যেখানে নারীই একটি পণ্য হয়ে ওঠে। কুরুচিপূর্ণ এবং এই ধরণের কোনও বিজ্ঞাপন সংবাদপত্রগুলির প্রকাশ করা উচিত নয়।

(৩১) নিম্নোক্ত তিনটি পরীক্ষার মাধ্যমে কোনও ছবি অশ্লীল কিনা তা নির্ণয় করা যেতে পারে ঃ

১। এটি কি অশোভন ও কুরুচিপূর্ণ?

২। এটি কি নিছকই একটা পণ্যের নমুনা?

৩। এই ছবি ছাপার উদ্দেশ্য কি শুধুমাত্র বয়ঃসন্ধিক্ষণের ছেলেমেয়েদের যৌন কৌতূকহলকে সুড়সুড়ি দেওয়া? কাদের মধ্যে এই ছবি প্রচারের উদ্দেশ্য রয়েছে? কথান্তরে, এটা কি সংকীর্ণ ব্যবসায়িক মুনাফার ন্য একটা অস্বাস্থ্যকর প্রয়াসমাত্র?

সংশ্লিষ্ট অন্যান্য বিবেচ্য বিষয় হল ঃ ছবিটি পত্রিকার মুদ্রিত বিষয়বস্তুর সঙ্গে প্রাসঙ্গিক কিনা। অর্থাৎ এর প্রকাশন শিল্প, চিত্রাঙ্কন, ঔষধ, যৌন-বিষয়ক গবেষণা ও উন্নয়ন এতদ্‌সংক্রান্ত সামাজিক বা জনজীবনের কোনও গুরুত্বপূর্ণ উদ্দেশ্য সিদ্ধ করে কিনা।

হিংসাকে বড় করে না দেখানো ঃ

(৩২) সংবাদপত্র/সাংবাদিকরা হিংসাত্মক ঘটনা, সশস্ত্র ডাকাতি ও সন্ত্রাসবাদী কার্যকলাপকে এমনভাবে উপস্থাপিত করবেন না যা অপরাধীদের কাজকর্ম, কোনও ঘোষণা বা মৃত্যুকে জনমানসে মহিমান্বিত করে তুলতে পারে।

সামাজিক অনাচারগুলিকে মহিমান্বিত করে তুলে ধরা উচিত নয় ঃ

(৩৩) যে সব লেখায় সতীপ্রধান বা কুরুচিপূর্ণ আড়ম্বরসর্বস্ব অনুষ্ঠানের মতো সামাজিক অনাচারগুলিকে উৎসাহিত ও গরিমাদীপ্ত করে তোলার প্রচ্ছন্ন প্রয়াস থেকে সেগুলির সংবাদপত্রে ঠাঁই পাওয়া উচিত নয়।

সাম্প্রদায়িক বিরোধ/সংঘর্ষ-সংক্রান্ত সংবাদ প্রচার সম্পর্কে ঃ

(৩৪) সাম্প্রদায়িক অথবা ধর্মীয় বিরোধ/সংঘর্ষ-সংক্রান্ত সংবাদ, মতামত অথবা মন্তব্যগুলি উপযুক্ত সত্যতা নির্ধারণের পর প্রকাশ করা উচিত। এই ধরনের সংবাদ যথাযথ সতর্কতা ও নিয়ন্ত্রণের সঙ্গে এমনভাবে পরিবেশন করা উচিত যাতে সাম্প্রদায়িক প্রীতি, সৌহার্দ্য ও শান্তির পরিবেশ অটুট থাকতে পারে। উত্তেজক, প্ররোচনামূলক ও ভীতিপ্রদ শিরোনামগুলি ব্যবহার না করাই যুক্তিযুক্ত। সাম্প্রদায়িক হিংসা বা ধ্বংসাত্মক কার্যকলাপের সংবাদ এমনভাবে পরিবেশন করা উচিত যাতে রাষ্ট্রের আইন-শৃঙ্খলা ব্যস্থার প্রতি মানুষের অনাস্থা জাগানোর প্রয়াস না থাকে। সাম্প্রদায়িক দাঙ্গার বলি যারা তাদের সম্প্রদায়ভিত্তিক সংখ্যা বা দাঙ্গার ঘটনাটিকে এমনভাবে তুলে ধরা উচিত নয় যা (সাম্প্রদায়িক বা ধর্মীয়) ভাবাবেগকে তাতিয়ে তুলে উত্তেজনা বাড়িয়ে বা সংশ্লিষ্ট সম্প্রদায় বা ধর্মীয় গোষ্ঠীগুলির মধ্যেকার অসদ্ভাবকে তীব্রতর করে তুলে সামগ্রিকভাবে পরিস্থিতির স্থিতিশীলতাকে নষ্ট করে দিতে পারে।

উত্তেজক/প্ররোচনামূলক শিরোনাম পরিহার্য—মুদ্রিত বিষয়ের সঙ্গে শিরোনামের যেন সাযুজ্য থাকে

(৩৫) সাধারণভাবে এবং বিশেষ করে সাম্প্রদায়িক বিরোধ বা সংঘর্ষের ক্ষেত্রে—

(ক) প্ররোচনামূলক ও উত্তেজক শিরোনাম বর্জনীয়

(খ) শিরোনামে যেন মুদ্রিত বিষয়ের আভাস তথা উভয়ের মধ্যে সঙ্গতি থাকে।

(গ) কোনও শিরোনামে অভিযোগ বিবৃত হলে অভিযোগকারী ব্যক্তি অথবা উৎসকে চিহ্নিত করা উচিত, অন্ততপক্ষে তা উদ্ধৃতি চিহ্নের মধ্যে রাখা উচিত।

জাতি, ধর্ম অথবা সম্প্রদায়ের উল্লেখ প্রসঙ্গে ঃ

(৩৬) সাধারণত কোনও ব্যক্তি অথবা বিশেষ কোনও শ্রেণীর, জাতগত পরিচয়ের উল্লেখ না করাই ভাল—বিশেষ করে যখন এর মাধ্যমে এমন কিছু ধারণা, আচরণ বা অভ্যাসের জন্ম হয় যা সেই জাতের পক্ষে ক্ষতিকর।

(৩৭) সংবাদপত্রগুলির 'তফসিলি জাতি' অথবা 'হরিজন' শব্দগুলি ব্যবহার না করাই ভাল কারণ এতে কিছু মানুষের আপত্তি আছে।

(৩৮) অভিযুক্ত অথবা উৎপীড়িত কারুরই জাত অথবা সম্প্রদায় উল্লেখনীয় নয়, কারণ অপরাধ সংঘটন অথবা অপরাধী সনাক্তকরণ বা মামলার ব্যাপারে এ সবের কোনও ভূমিকা নেই।

(৩৯) সংবাদপত্রে এমন কোনও অলীক কাহিনী প্রকাশ করা উচিত নয় যা ধর্মীয় চরিত্রগুলিকে সাহিত্যধর্মিতার

আচরণবিধির চপল স্খলনের মাধ্যমে বিকৃতভাবে উপস্থাপিত করে সমাজের বৃহদংশের ধর্মীয় অনুভূতিকে আহত করে যাদের মধ্যে ওই চরিত্রগুলি অত্যন্ত শ্রদ্ধেয়, সুনীতিপরায়ণ ও মহিমান্বিতের ভূমিকায় প্রতিষ্ঠিত।

(৪০) ধর্মগুরু, ভবিষ্যদ্‌দ্রষ্টা অথবা দেবদেবীর নাম বাণিজ্যিক স্বার্থে কাজে লাগানো সাংবাদিকতার নীতিধর্মের তথা সুরুচির পরিপন্থী।

প্রাকৃতিক বিপর্যয়ের প্রতিবেদন প্রসঙ্গে :

(৪১) মহামারী ও প্রাকৃতিক বিপর্যয়-সংক্রান্ত তথ্য ও পরিসংখ্যান নির্ভরযোগ্য সূত্র থেকে পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে পরীক্ষিত হওয়া দরকার। এগুলি যথাযথ সংযমের সঙ্গে এমনভাবে প্রকাশ করতে হবে যাতে স্পর্শকাতরতা ও অতিরঞ্জনের কোনও অবকাশ না থাকে অথবা অনুমাননির্ভর ও অপরীক্ষিত তথ্যও না থাকে।

প্রধান জাতীয় স্বার্থ :

(৪২) সংবাদপত্রের আত্মনিয়ন্ত্রণের বিষয় হিসাবে কোনও সংবাদ, বিবৃতি অথবা তথ্য যা রাষ্ট্র ও সমাজের প্রধানতম স্বার্থকে অথবা ব্যক্তির অধিকারকে বিপন্ন বা ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে (যে সব ক্ষেত্রে ভারতীয় সংবিধানের ১৯নং অনুচ্ছেদের ২নং ধারার অধীনে বাক্‌স্বাধীনতা ও মতপ্রকাশের স্বাধীনতার অধিকারের উপর আইন মোতাবেক সঙ্গত নিয়ন্ত্রণ আরোপ করা যায়) সেগুলি পরিবেশনের সময় উপযুক্ত সংযম ও সতর্কতা অবলম্বন করা উচিত।

(৪৩) ভ্রান্ত/অযথার্থ মানচিত্রের প্রকাশনা গুরুতর অপরাধ, এ ক্ষেত্রে কোনও অজুহাত গ্রাহ্য হবে না। কারণ এটি দেশের ভৌগোলিক অখণ্ডতাকে (territorial integrity) প্রতিকূলভাবে প্রভাবিত করে। এ ক্ষেত্রে অবিলম্বে দুঃখপ্রকাশ করে ওই মানচিত্র প্রত্যাহার করে নিতে হবে।

সংবাদপত্র কূটনৈতিক ছাড়ের (Immunity) অপব্যবহারকে উন্মোচিত করতে পারে :

(৪৪) ভারত এবং বিদেশি রাষ্ট্রগুলির মধ্যে সহযোগিতা, বন্ধুত্বপূর্ণ সম্পর্ক এবং উন্নততর বোঝাপড়ার সেতুবন্ধ তৈরির ব্যাপারে প্রচারমাধ্যমগুলিকে প্রতিটি সম্ভবপর প্রয়াস চালাতে হবে। একই সঙ্গে কূটনৈতিক ছাড়ের কোনও অপব্যবহার অথবা অবৈধ সুযোগ নেওয়ার ঘটনাকে উন্মোচিত করাও তার অবশ্য কর্তব্য।

অনুসন্ধানমূলক সাংবাদিকতা, আদর্শ ও প্রক্রিয়ার :

(৪৫) 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 (খ) 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 উপরে 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 ঝটিতি 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 পূর্ব মুহূর্ত পর্যন্ত যতটা সম্ভব পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে পরীক্ষা করে দেখতে হবে।

৫। সংবাদপত্রগুলির তথ্যের সততা ও যথার্থতা নির্ণয়ের জন্য কঠোর নির্দেশ থাকা উচিত। তদন্তের রায়গুলিকে বিষয়গতভাবে পরিবেশন করা উচিত, অতিরঞ্জন বা বিকৃত ব্যতিরেকে।

৬। সাংবাদিকের তদন্তাধীন বিষয় অথবা প্রশ্নটি নিয়ে এমনভাবে এগোনো উচিত নয়, যাতে তিনি নিজেই অভিযোক্তা 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 আলাদা আলাদাভাবে বিবৃত করা উচিত যার মধ্যে থাকবে না কোনও একতরফা সিদ্ধান্ত বা পক্ষপাতদুষ্ট মন্তব্য। প্রতিবেদনটি সুরে অন্তর্বস্তুতে হওয়া উচিত পরিমিত, শোভন ও মর্যাদাপূর্ণ, ঠিক এমনটি হওয়া উচিত তার ভাষাও। কখনোই অপ্রয়োজনীয়ভাবে আক্রমণাত্মক, কণ্টকাকীর্ণ, বিদ্রূপাত্মক এবং ভর্ৎসনামূলক 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 এমন হওয়া উচিত নয় এবং সেই ব্যক্তি যার অভিযোগে বর্ণিত অপরাধমূলক কাজকর্ম এবং অশোভন আচরণ তদন্তাধীন রয়েছে 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 সন্দেহাতীতভবে 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 তথা 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 হিসাবে গ্রহণ করা যেতে পারে।

গোপনীয়তার মর্যাদা রক্ষা করতে হবে ঃ

(৪৬) গোপন কোনও সূত্র থেকে তথ্য পেলে গোপনীয়তার মর্যাদা রক্ষা করতে হবে। কোনও সাংবাদিককে প্রেস কাউন্সিল এই ধরনের সূত্র প্রকাশে বাধ্য করতে পারে না। তবে কোনও সাংবাদিক যদি তাঁর বিরুদ্ধে কোনও অভিযোগকে কার্যকরীভাবে প্রহিত করার প্রয়োজনে প্রতিবিধান প্রক্রিয়ায় কাউন্সিলের সামনে স্বেচ্ছায় এই সূত্র উন্মোচন করেন তবে তাকে সাংবাদিকতার নৈতিক আচরণবিধির উল্লঙ্ঘন বলা যাবে না। সংবাদপত্রের কোনও গোপন সূত্র থেকে পাওয়া বিষয় উন্মোচিত করা উচিত নয়— এই বিধিটি নিম্নোক্ত ক্ষেত্রসমূহে প্রযোজ্য নয়।

(ক) সূত্রের সম্মতি পরবর্তীকালে পাওয়া যাচ্ছে, অথবা—

(খ) সম্পাদক একটি উপযুক্ত পাদটীকার মাধ্যমে বিষয়টি পরিষ্কার করে দিয়েছেন যে যেহেতু জনস্বার্থেই কয়েকটি বিষয়ের প্রকাশনা, তাই বিচারাধীন তথ্যটি সংবাদপত্রে অপ্রকাশিতব্য হলেও, প্রকাশ করা হচ্ছে।

বিচারবিভাগীয় কাজকর্মের সমালোচনার ক্ষেত্রে সতর্কতা ঃ

(৪৭) যখন কোনও রুদ্ধদ্বারকক্ষে আদালত বসে বা ভিন্নভাবে চালিত হয় একমাত্র সে ক্ষেত্র ছাড়া, সংবাদপত্রগুলির অবাধ অধিকার রয়েছে বিচারাধীন মামলাগুলির প্রতিবেদন সৎ, যথাযথ ও যুক্তিসঙ্গতভাবে পেশ করার। কিন্তু সংবাদপত্রগুলির তেমন কিছু প্রকাশ করা উচিত নয়—

—যা প্রত্যক্ষত নির্দিষ্ট বিচারবিভাগীয় প্রশাসনকে গুরুতরভাবে বাধা দেওয়ার, প্রতিবন্ধকতা সৃষ্টি করার অথবা ক্ষতি করার মতো বিপজ্জনক।

—যা বিচারাধীন বিষয়গুলি সংক্রান্ত ধারাবিবরণী বা বিতর্ক আকারে অথবা সংবাদপত্রের নিজস্ব সিদ্ধান্ত, অনুমান, মতামত বা মন্তব্য আকারে থাকে এবং আদালতের কাজকর্ম সম্পর্কে যে সব বিবৃতি সংবাদপত্রের ঔদ্ধত্য প্রকাশ করে।

—যা কোনও অভিযুক্ত বিচারধীন ব্যক্তির ব্যক্তিগত চরিত্র-সংক্রান্ত

কোন ধৃত ও অভিযুক্ত ব্যক্তির সম্পর্কে আদালতে মামলা চলাকালীন, সতর্কতার কারণে, কোনও সংবাদপত্রের তদন্তের মাধ্যমে সংগৃহীত সাক্ষ্য প্রকাশ করা, সেই মামলার বিষয়ে মন্তব্য করা অথবা অভিযুক্ত ব্যক্তির কোনও স্বীকারোক্তিকে প্রকাশ করা উচিত নয়। এ ব্যাপারে তাদের কোনও মন্তব্য বা মূল্যায়ন করার এক্তিয়ার নেই।

(৪৮) জনকল্যাণের উদ্দেশ্যে, জনস্বার্থে সংবাদপত্র কোনও বিচার-সংক্রান্ত কাজের অথবা আদালতের কোনও রায়ের যুক্তিসঙ্গত সমালোচনা করতে পারে। কিন্তু তাদের বিচার বা তার কাজ সম্পর্কে কোনও অমার্জিত কৌতুক বা কুৎসা রটনা, কোনও দুরভিসন্ধি খোঁজা বা বিচারকের প্রতি ব্যক্তিগত পক্ষপাত দেখানো উচিত নয়।

আদালত বা গোটা বিচারব্যবস্থার প্রতি কলঙ্কারোপ অথবা কোনও বিচারকের বিরুদ্ধে দক্ষতা ও সততার অভাবের অভিযোগ করাও অনুচিত।

(৪৯) সতর্কতার কারণে, সংবাদপত্রের অন্যায্য ও অনধিকার সমালোচনা পরিহার করে চলা উচিত। কারণ এই ধরনের সমালোচনার ফলে পরোক্ষভাবে বিচারকের প্রতি এমন অভিযোগের আঙুল তোলা হতে পারে যে তিনি বিচার চলাকালীন বহিঃস্থ কোনও প্রভাবের কাছে নতিস্বীকার করেছেন। যদিও এই ধরনের সমালোচনা ফৌজদারি আদালত অবমাননার অপরাধ বলে গণ্য হয়, তথাপি এটা করা সঙ্গত নয়।

সংবাদপত্রগুলিকে স্থূল বাণিজ্যিক দৃষ্টিভঙ্গি এড়িয়ে চলতে হবে ঃ

(৫০) সমস্ত রকমের বৈধ উপায়ে সংবাদপত্রগুলি তাদের আর্থিক সক্ষমতাকে সুনিশ্চিত, উন্নত অথবা শক্তিশালী করার অধিকারী, কিন্তু তাদের নিছক স্থূল ব্যবসায়িক মনোভাব পোষণ করা অথবা এমনভাবে প্রতিদ্বন্দ্বীদের সঙ্গে অশোভন বিবেকহীন ব্যবসায়িক প্রতিযোগিতায় নামা উচিত নয় যা উচ্চ বৃত্তিগত মানের এবং সুস্থরুচির পরিপন্থী।

(৫১) লুটে নেওয়ার দৃষ্টিভঙ্গি নিয়ে সংবাদপত্রগুলির মধ্যে দাম নিয়ে অথবা ব্যবসায়িক প্রতিযোগিতার জন্য যখন ছাপার অক্ষরে যুদ্ধ শুরু হয় ও তা কিছু সময় চালিয়েও নিয়ে যাওয়া হয়, তখন একে অপরের পণ্য নিয়ে তাচ্ছিল্য শুরু করে এবং ক্রমে তা অসাধু ব্যবসায়ের রূপ পরিগ্রহ করতে শুরু করে। এ সব কিছু সাংবাদিকতানীতির পরিপন্থী। কখন এটি এরকম একটি অনৈতিক চরিত্র পাবে তা প্রতিটি স্বতন্ত্র ক্ষেত্রের পারিপার্শ্বিকতার উপর নির্ভরশীল।

সাহিত্যিক চৌর্য ঃ

(৫২) সূত্রকে স্বীকৃতি না দিয়ে, অন্যের লেখা বা চিন্তাধারা নিজের বলে চালিয়ে দেওয়া, সাংবাদিকতার নৈতিক সততার প্রতি এক অপরাধ।

সংবাদের অননুমোদিত প্রকাশ ঃ

(৫৩) অন্যান্য সংবাদপত্র থেকে খবর তুলে নিয়ে সেগুলি নিজেদের বলে চালিয়ে দেওয়ার অভ্যাস সাংবাদিকতার উচ্চ মানের অনুপযুক্ত। এই কাজের অনৈতিকতাকে দূর করতে হলে 'বিনানুমতিতে সংবাদ তুলে দেওয়া' সংবাদপত্রটিকে প্রতিবেদনের সূত্রটি যথাযথভাবে স্বীকার করতে হবে। ফিচার, প্রবন্ধের অবস্থান 'সংবাদের' থেকে আলাদা। ফিচার, নিবন্ধ ইত্যাদি অনুমতি/যথাযথ স্বীকৃতি ব্যতীত তুলে দেওয়া যায় না।

(৫৪) বেআইনি ঘোষিত কোনও পুস্তকের ক্ষতিকর অংশ বা উদ্ধৃতি কোনও আকারেই সংবাদপত্রগুলি পুনরায় ছাপতে পারবে না।

না চাইতেই পাঠানো বিষয়গুলি ফেরত না দেওয়া প্রসঙ্গে ঃ

(৫৫) প্রকাশের জন্য বিবেচনার্থে পাঠানো কোনও অপ্রার্থিত বিষয় কোন পত্রিকা ফেরত দিতে বাধ্য নয়। তবে সেই লেখার সঙ্গে যদি ডাকটিকিটযুক্ত খাম থাকে, তবে তা ফেরত পাঠানোর জন্য পত্রিকাটির সর্বপ্রকারে চেষ্টা চালানো উচিত।

বিজ্ঞাপন ঃ

(৫৬) ব্যবসায়িক বিজ্ঞাপনগুলিও সামাজিক, অর্থনৈতিক বা রাজনৈতিক তথ্যের মতোই তথ্যবিশেষ। অধিকন্তু, বিজ্ঞাপনগুলি দৃষ্টিভঙ্গি ও জীবনধারাকে পরিচালিত করে, অন্তত অন্য ধরনের তথ্য ও মন্তব্য এ ব্যাপারে যতটা প্রভাবিত করে ততটুকু তো বটেই। সাংবাদিকতার ধর্ম অনুযায়ী, বিজ্ঞাপন ও সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় বিষয়গুলির মধ্যে পরিষ্কার ফারাক থাকতে হবে।

(৫৭) সামগ্রিকভাবে সমাজের পক্ষে ক্ষতিকারক অথবা কোনও সম্প্রদায় বা সমাজের কোনও অংশের ধর্মীয় আবেগে আঘাত হানে এমন কোনও কিছু সংবাদপত্রে প্রকাশ করবে না।

(৫৮) ড্রাগস্ অ্যান্ড ম্যাজিকাল রিমেডিস্ (অবজেকশনেবল্ অ্যাডভারটাইজমেন্ট) অ্যাক্ট, ১৯৫৪-এর কোনও সংস্থানকে লঙ্ঘন করে এমন বিজ্ঞাপন বাতিল করতে হবে।

(৫৯) বেআইনি ও বিধি-বহির্ভূত অথবা সুস্থরুচি ও সাংবাদিকতার নীতি ও আদর্শের পরিপন্থী কোনও বিজ্ঞাপন সংবাদপত্রে ছাপা যাবে না।

(৬০) বিজ্ঞাপন ছাপার সময় প্রাপ্ত টাকার পরিমাণ নির্দিষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে। সেটা এই জন্য যে, সাধারণত প্রচলিত হার অনুযায়ীই বিজ্ঞাপন ছাপানো উচিত কারণ প্রচলিত বিজ্ঞাপন হারের অতিরিক্ত অর্থ নিলে যতটা বেশি অর্থ নেওয়া হবে সংশ্লিষ্ট কাগজটিকে ততখানিই বেশি ভরর্তুকি দিতে হবে।

(৬১) নকল বিজ্ঞাপন— অর্থাৎ যে বিজ্ঞাপনগুলির জন্য বিজ্ঞাপকেরা পয়সা দেন নি অথবা তাঁদের দ্বারা অনুমোদিত নয়, এমন বিজ্ঞাপন ছাপানোর অর্থ সাংবাদিকতার নীতি লঙ্ঘন করা।

(৬২) সাংবাদিকতার নীতি বিষয়ক আরও একটি ব্যাপার হচ্ছে ইচ্ছাকৃতভাবে সংবাদপত্রের সকল কপিতে বিজ্ঞাপন না ছাপানো। পেশাগতভাবেও এটি এক বড় ধরনের নিয়মবিরুদ্ধ কাজ।

(৬৩) ছাপানোর জন্য পাওয়া বিজ্ঞাপন কোন ধরনের তা নির্ণয় করার ব্যাপারে সংবাদপত্রের বিজ্ঞাপন দপ্তর এবং সম্পাদকীয় দপ্তরের মধ্যে যথাযথ সতর্কতা এবং সংযোগের অভাব যেন না থাকে।

(৬৪) কোনও বিজ্ঞাপন গ্রহণ অথবা বাতিল করার ক্ষেত্রে— বিশেষত শোভনতা ও শালীনতার সীমাবর্তী অথবা সীমা ছাড়িয়েছে এমন বিজ্ঞাপনের ক্ষেত্রে সম্পাদকেরা জোর করে হলেও শেষ কথা বলার অধিকারটুকু নিজের কাছেই রাখবেন।

(৬৫) বিজ্ঞাপন-সহ খবরের কাগজে প্রকাশিত সকল বিষয়ের দায়িত্ব সম্পাদকের। যদি কেউ দায়িত্ব নিতে অস্বীকার করেন তবে তা স্পষ্ট করে অনেক আগেই বলে নেওয়া উচিত।

৩.১১ বিশেষ কয়েকটি বিষয় সম্পর্কে প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশিকা

সাম্প্রদায়িক বিশৃঙ্খলার পরে সংবাদপত্রগুলির কী ভূমিকা হবে সে সম্বন্ধে প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশিকা ঃ

১৯৬৯

ভারতবর্ষের রাজনৈতিক জীবনের অবিচ্ছেদ্য অঙ্গস্বরূপ বিভিন্ন সম্প্রদায় ও ধর্মীয় গোষ্ঠীর মধ্যে সৌহার্দ্যপূর্ণ ও সমন্বয়পূর্ণ সম্পর্কের প্রয়োজন আছে বলেই সঠিক ভাবধারায় মানুষকে শিক্ষিত করে তোলা ও জনমত গঠন সংবাদপত্রের একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা আছে— এ কথাটাকে স্বীকার করে নিয়েই ভারতের প্রেস কাউন্সিল মনে করেন যে, যদি সাম্প্রদায়িকভাবে স্পর্শকাতর বিষয়গুলির উপর প্রতিবেদন ও মন্তব্য করতে গিয়ে কোনও সংবাদপত্র নির্দিষ্ট নিয়ম ও মান বজায় রেখে চলতে না পারে, তবে সংবাদপত্রের মহান উদ্দেশ্যও যেমন খর্ব হবে, তেমনই সাম্প্রদায়িক ঐক্য ও সংহতিও বিনষ্ট হবে ও অখণ্ডতা ব্যাহত হবে। খুব বিস্তারিত আলোচনায় না গেলেও নীচের কয়েকটি বিষয়কে কাউন্সিল সাংবাদিকতার নীতি ও আদর্শের পরিপন্থী বলে মনে করেন।

(১) সাম্প্রদায়িকতার সঙ্গে সম্পর্কযুক্ত কোনও তথ্যকে বিকৃত বা অতিরঞ্জিত করা অথবা কোনও অপরীক্ষিত

গুজবকে অথবা ভিত্তিহীন ধারণা বা সিদ্ধান্তকে প্রকৃত তথ্যরূপে প্রতিষ্ঠিত করা এবং ওই ধরনের তথ্যের উপর ভিত্তি করে নিজে মন্তব্য করা।

(২) কোনও খবর বা মতামত পরিবেশনের ক্ষেত্রে মাত্রাধিক অথবা অসংযমী ভাষা প্রয়োগ— তা এমনকী সাহিত্যধর্মী আতিশয্য বা অলঙ্কার প্রয়োগ বা জোর দিয়ে কিছু বলার খাতিরেও নয়।

(৩) প্রকৃত বা মিথ্যা— যে কোনও অভিযোগ প্রতিকারের অছিলায় হিংসাকে প্ররোচিত করা অথবা প্রশ্রয় দেওয়া।

(৪) শান্তিপূর্ণ, বৈধ ও আইনসঙ্গতভাবে কোনও অভাব-অভিযোগের মীমাংসা হোক— সেই উদ্দেশ্যে প্রকৃত অভিযোগগুলির দিকে দৃষ্টি আকর্ষণ করানোই যখন সংবাদপত্রের যথার্থ দায়িত্ব, তখন মস্তিষ্কপ্রসূত কোনও অভিযোগ খাড়া করা অথবা প্রকৃতপক্ষে কম গুরুত্বপূর্ণ অভিযোগকে বড়ো করে দেখানো শুধু যে অন্যায় তাই-ই নয়, তা সাংবাদিকতার নীতিবিরুদ্ধও বটে। কারণ এর ফলে সাম্প্রদায়িক বিদ্বেষ বাড়ে, বিশৃঙ্খলা ত্বরান্বিত হয়।

(৫) কোনও সম্প্রদায় অথবা ব্যক্তিবিশেষের উপর কুৎসামূলক ও অন্যায় আক্রমণ— বিশেষত যখন শুধুমাত্র কোনও বিশেষ সম্প্রদায় বা বিশেষ জাতিভুক্ত হওয়ার দরুণ তার বা তাদের উপর এই আক্রমণ শানানো হয়।

(৬) বিভিন্ন সম্প্রদায়ের মানুষ জড়িত আছেন এমন ঘটনাকে মিথ্যা সাম্প্রদায়িক রূপ দেওয়া।

(৭) বিভিন্ন সম্প্রদায়ের মধ্যে সন্দিগ্ধতা বাড়ায় অথবা সাম্প্রদায়িক বিদ্বেষ ও দুরভিসন্ধির জন্ম দেয় এমন বিষয়ের উপর জোর দেওয়া।

(৮) আসলে মিথ্যা কিন্তু বিপজ্জনক খবর ছাপানো কিংবা কোনও খবর বা অন্য কিছু সম্বন্ধে প্ররোচনামূলক মন্তব্য করা, যার ফলে বিভিন্ন সাম্প্রদায়িক অথবা আঞ্চলিক বা ভাষাগত গোষ্ঠীর মধ্যে সম্পর্ক তিক্ত হতে পারে।

(৯) প্রকৃত ঘটনাকে বাড়িয়ে স্পর্শকাতর করে তোলা এবং শীর্ষ শিরোনামে অথবা বড় বড় অক্ষরে সাজিয়ে এমন খবর পরিবেশন করা, যাতে সাম্প্রদায়িক সম্প্রীতি ক্ষুণ্ণ হয়।

(১০) বিভিন্ন ধর্ম অথবা বিশ্বাস অথবা ধর্মপ্রবর্তকদের সম্পর্কে অসম্মানজনক, মর্যাদাহানিকর অথবা অপমানজনক মন্তব্য করা অথবা তাদের সঙ্গে ওই ধরনের কোনও কিছুর সম্পর্ক নির্দেশ করা।

সাম্প্রদায়িক বিশৃঙ্খলার পরিপ্রেক্ষিতে রাজ্য সরকার ও সংবাদপত্রের ভূমিকা

কী হওয়া উচিত সে সম্বন্ধে প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশিকা

১৯৯১

(১) অস্থিরতা, ধ্বংস ও মৃত্যুর কারণ হতে পারে এমন সাম্প্রদায়িক লেখার উপর কড়া নজর রাখার দায়িত্ব রাজ্য সরকারের বহন করা উচিত।

(২) দোষী সংবাদপত্র অথবা সম্পাদকের বিরুদ্ধে সরকারকে কখনও কখনও ব্যবস্থা নিতে হতে পারে। কিন্তু তা কখনোই আইনের সীমা লঙ্ঘন করবে না। যদি কোনও সাংবাদিক গ্রেপ্তার হন অথবা তল্লাশি এবং আটক করা যদি জরুরি হয়, তবে প্রেস কাউন্সিলকে ২৪ থেকে ৪৮ ঘণ্টার মধ্যে তা জানিয়ে ব্যবস্থা গ্রহণের এক সপ্তাহের মধ্যে এ সম্বন্ধে বিস্তারিতভাবে লিখে জানানো একটি সুষ্ঠু প্রথা।

(৩) কোনও অবস্থাতেই বিজ্ঞাপন কম করে দেওয়া, সাংবাদিকদের পরিচয়পত্র বাতিল করা, নিউজপ্রিন্টের কোটা বা অন্যান্য সুবিধা বাতিল করার মতো প্রতিশোধমূলক কোনও কাজ কর্তৃপক্ষ করবেন না।

(৪) সংবাদপত্রগুলিকে প্ররোচনামূলক এবং রোমাঞ্চকর শিরোনাম ব্যবহার করা থেকে বিরত থাকতে হবে।

(৫) শিরোনামের মধ্যে নীচে মুদ্রিত খবরের বিষয়বস্তু যেন প্রতিফলিত হয়।

(৬) যদি মৃতের সঠিক সংখ্যা নিয়ে সন্দেহ থাকে অথবা বিভিন্ন উৎস থেকে পাওয়া সংখ্যাগুলির মধ্যে আকাশ-পাতাল পার্থক্য থাকে, তবে শিরোনামে তা কম করে দেখানোই ভাল।

(৭) শিরোনামে যদি কোনও বিবৃত অভিযোগ ছাপা হয়, তবে যে ব্যক্তি বা সংস্থা সেই উক্তি করেছেন তার উল্লেখ থাকতে হবে অথবা অভিযোগটিকে অন্তত উদ্ধৃতি চিহ্ন-সংবলিত হতে হবে।

(৮) কোনরকম মন্তব্য অথবা মূল্যায়ন ছাড়াই সংবাদ প্রতিবেদনে ছাপা উচিত।

(৯) কোনও দলীয় স্বার্থ চরিতার্থ করার উদ্দেশ্যে অথবা দলীয় স্বার্থের দ্বারা পরিচালিত হয়ে সংবাদ পরিবেশন করা উচিত নয়, এমনকী নিরপেক্ষতার প্রশ্ন যেন পাঠকের মনেও না আসে সে ব্যাপারে যত্ন নিতে হবে।

(১০) সংবাদ লেখার ক্ষেত্রে যে ভাষা ব্যবহার করা হবে তাতে যেন সংযম বজায় থাকে এবং বিভিন্ন সম্প্রদায় ও গোষ্ঠীর মধ্যে সদ্ভাব বজায় রাখার ব্যাপারে তা যেন সহায়ক হয়।

(১১) ভুল সংশোধনের ক্ষেত্রে বিলম্ব না করে যথাযথ গুরুত্বসহকারে তা প্রকাশ করতে হবে এবং গুরুতর ক্ষেত্রে দুঃখ প্রকাশও করতে হবে।

(১২) উপরি-উক্ত নিয়ম-নির্দেশ সাংবাদিকরা যেন আত্মস্থ করতে পারেন সেই উদ্দেশ্যে চাকুরিকালীন প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা হলে প্রেস কাউন্সিল সর্বতোভাবে সাহায্য করবে।

জানুয়ারি ২১-২২, ১৯৯৩-এ রাম জন্মভূমি-বাবরি মসজিদ বিতর্কের পর সংবাদপত্রগুলিকে দেওয়া প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশিকা—

সাংবাদিকতা সংক্রান্ত নিম্নলিখিত ত্রুটি ও নীতি-বিগর্হিত কাজকর্ম সম্পর্কে সতর্কতা বিষয়ে নির্দেশিকা ঃ

(১) সাম্প্রদায়িক কোনও তথ্য বা ঘটনাকে বিকৃত বা অতিরঞ্জিত করা বা কোনও গুজব, ভিত্তিহীন সন্দেহ বা সিদ্ধান্তকে যাচাই না করেই সত্য ও সঠিক বলে চালানো এবং ওই ধরনের তথ্যের উপর ভিত্তি করে নিজের মন্তব্য প্রতিষ্ঠা করা।

(২) কোনও কবর অথবা মতামত পরিবেশনের ক্ষেত্রে মাত্রাধিক অথবা অসংযমী ভাষা প্রয়োগ— তা এমনকী সাহিত্যধর্মী আতিশয্য অথবা অলঙ্কার প্রয়োগ বা জোর দিয়ে কিছু বলার খাতিরেও নয়।

(৩) প্রকৃত বা মিথ্যা— যে কোনও অভিযোগ প্রতিকারের অছিলায় হিংসাকে প্ররোচিত করা অথবা প্রশ্রয় দেওয়া।

(৪) শান্তিপূর্ণ, বৈধ ও আইনসঙ্গতভাবে কোনও অভাব-অভিযোগের মীমাংসা হোক— এ কথা মনে রেখে প্রকৃত অভিযোগগুলির দিকে দৃষ্টি আকর্ষণ করানোই যখন সংবাদপত্রের যথার্থ দায়িত্ব, তখন মস্তিষ্কপ্রসূত কোনও অভিযোগ খাড়া করা অথবা প্রকৃতপক্ষে কম গুরুত্বপূর্ণ অভিযোগকে বড় করে দেখানো শুধু যে অন্যায় তা-ই নয়, তা সাংবাদিকতার নীতিবিরুদ্ধও বটে। কারণ এর ফলে সাম্প্রদায়িক বিদ্বেষ বাড়ে, বিশৃঙ্খলা ত্বরান্বিত হয়।

(৫) কোনও সম্প্রদায় অথবা ব্যক্তিবিশেষের উপর কুৎসামূলক ও অন্যায় আক্রমণ– বিশেষত যখন শুধুমাত্র কোনও বিশেষ সম্প্রদায় বা বিশেষ জাতিভুক্ত হওয়ার জন্য তার বা তাদের উপর এই আক্রমণ শানানো হয়।

(৬) বিভিন্ন সম্প্রদায়ের মানুষ জড়িত আছেন এমন ঘটনাকে মিথ্যা সাম্প্রদায়িক রূপ দেওয়া।

(৭) বিভিন্ন সম্প্রদায়ের মধ্যে সন্দিগ্ধতা বাড়ায় না অথবা সাম্প্রদায়িক বিদ্বেষ ও দুরভিসন্ধির জন্ম দেয় না এমন বিষয়ের উপর জোর দেওয়া।

(৮) আসলে মিথ্যা কিন্তু বিপজ্জনক খবর ছাপানো কিংবা কোনও খবর বা অন্য কিছু সম্বন্ধে প্ররোচনামূলক মন্তব্য করা— যার ফলে বিভিন্ন সাম্প্রদায়িক অথবা আঞ্চলিক বা ভাষাগত গোষ্ঠীর মধ্যে তিক্ততা সৃষ্টি হতে পারে।

(৯) প্রকৃত ঘটনাকে বাড়িয়ে স্পর্শকাতর করে তোলা এবং শীর্ষ শিরোনামে অথবা বড় বড় অক্ষরে সাজিয়ে এমন খবর পরিবেশন করা, যাতে সাম্প্রদায়িক সম্প্রীতি ক্ষুণ্ণ হতে পারে।

(১০) বিভিন্ন ধর্ম অথবা বিশ্বাস অথবা ধর্মপ্রবর্তকদের সম্পর্কে অসম্মানজনক, মর্যাদাহানিকর অথবা অপমানজনক মন্তব্য করা অথবা তাদের সঙ্গে ওই ধরনের কোনওকিছুর সম্পর্ক স্থাপন করা।

৩.১২ বেতার ও দূরদর্শন অনুষ্ঠানের নীতিমালা

ভারতবর্ষের বর্তমান সম্প্রচার নীতির অনেকটাই ১৯৭০ সালে নির্মিত বেতার সম্প্রচারের নীতিমালার উপর নির্ভরশীল। এই নীতিমালায় উল্লিখিত আছে অল ইণ্ডিয়া রেডিও নিম্নলিখিত দৃষ্টিভঙ্গীর অনুষ্ঠান প্রচার করবে না ঃ

১। বন্ধুত্বপূর্ণ রাষ্ট্রগুলি সমালোচনা;

২। ধর্ম বা সম্প্রদায়ের উপর আক্রমণ;

৩। কুরুচিকর বা মানহানিকর;

৪। হিংসার প্ররোচনা বা শান্তি বিঘ্নিত হতে পারে;

৫। আদালত অবমাননাকর;

৬। রাষ্ট্রপতি, রাজ্যপাল বা বিচারব্যবস্থার বিরুদ্ধে কুৎসা;

৭। বিশেষ রাজনৈকি দলের বিরুদ্ধে আক্রমণ;

৮। কোন রাজ্য বা কেন্দ্রের শত্রুতাপূর্ণ সমালোচনা; অথবা

৯। সংবিধান অবমাননাকর।

সম্প্রচারের নীতিমালায় কোন ব্যক্তি ব্যক্তিগত প্রচার বা কোন সংস্থার বাণিজ্যিক লাভ প্রচার করা নিষিদ্ধ।

এই নীতিমালায় কোন বন্ধুত্বপূর্ণ সরকার, কোন রাজনৈতিক দল, কেন্দ্রীয় বা কোন রাজ্য সরকারের বিরুদ্ধে ব্যক্তিগত আক্রোশপূর্ণ ও বিদ্বেষপূর্ণ অনুষ্ঠান প্রচারে আপত্তি উল্লিখিত থাকলে এঁদেরই গৃহীত কোন নীতি বা কোন বিশেষ বিষয়ে যুক্তি ও তথ্যনিষ্ঠ সমালোচনায় কোন নিষেধাজ্ঞা নেই।

দূরদর্শন, কেবল্ বা উপগ্রহ টেলিভিশনের কোন স্বতন্ত্র নীতিমালা না থাকলেও তারা অল ইন্ডিয়া রেডিও-র নীতিমালাকেই অনুসরণ করে। এছাড়াও কেন্দ্রীয় সরকারের এ সংক্রান্ত বিভিন্ন নির্দেশাবলী আছে। এ প্রসঙ্গে বেতার ও দূরদর্শনের বিজ্ঞাপন সংক্রান্ত এবং দূরদর্শনের বাণিজ্যিক বিজ্ঞাপন সংক্রান্ত কেন্দ্রীয় সরকারী নীতিমালা

উল্লেখযোগ্য। স্বাভাবিকভাবেই এই নীতিমালায় বিভিন্ন প্রেস আইনের প্রতি দায়বদ্ধ থাকার পাশাপাশি দেশের আর্থ-সামাজিক-সাংস্কৃতিক প্রেক্ষাপটের বিষয়টিও বিবেচনার কথা আলোচিত হয়েছে।

ভারতবর্ষের বেতার এবং দূরদর্শন প্রবর্তিত হয়েছিল মূলত শিক্ষা এবং বিনোদনমূলক অনুষ্ঠান সম্প্রচারের উদ্দেশ্যে। 'জনকল্যাণ' ছিল এক্ষেত্রে মূল ঘোষিত নীতি। কিন্তু বাস্তবে দেখা যায় এই দুই গণমাধ্যমই বিভিন্ন ক্ষেত্রে সরকারের প্রচারযন্ত্রে পরিণত হয়েছে। বেতার এবং দূরদর্শনে সংবাদ সম্প্রচারের নীতি মুদ্রণ মাধ্যমে সংবাদ প্রচারের নীতির মতোই। এক্ষেত্রেও সঠিক তথ্য সম্প্রচার, শোভনতা বজায় রাখা, গোপনীয়তার অধিকারকে মর্যাদা দেওয়া, বিভিন্ন সম্প্রদায়ের আচার-আচরণকে সম্মান করা, অপরাধমূলক ঘটনা ও সাম্প্রদায়িক সঙ্ঘাতের সংবাদ প্রচারে আত্মনিয়ন্ত্রণ, সংবাদসূত্রের গোপনীয়তা রক্ষা ইত্যাদি মূল নীতি রক্ষা করা বাঞ্ছনীয়।

একথা ঠিক প্রস্তাবিত নীতিমালার সঙ্গে বাস্তবের তফাত আছে। কিন্তু এই নীতিমালা প্রস্তাবিত নির্দেশিকা মাত্র। আসলে নৈতিকতা নির্ভর করে সাংবাদিক ও সংবাদমাধ্যমের পরিচালকবর্গের আত্মনিয়ন্ত্রণই এ বিষয়ে মূল নির্ধারক। এই নীতি সঠিকভাবে অনুসৃত হচ্ছে কিনা তা তদারকি করার জন্য প্রেস কাউন্সিলের আদলে একটি মিডিয়া কাউন্সিল গঠনের প্রস্তাবও আছে। কিন্তু সেক্ষেত্রেও সংবাদ প্রযোজকদের আত্ম-উপলব্ধির কোন বিকল্প নেই।

জনকল্যাণমুখী চরিত্রই আসলে আমাদের মতো উন্নয়নশীল দেশের সংবাদমাধ্যমের কেন্দ্রীয় চরিত্র। এর অন্যথায় মাধ্যম যেমন তার সামাজিক উপযোগিতা হারাবে, তেমনি মাধ্যমের প্রভাব তথা তার প্রতি মানুষের আস্থাও হ্রাস পাবে। ১৯৯৪ সালে একটি মামলায় সুপ্রিম কোর্ট রায় দেয় 'বায়ুতরঙ্গ জনগণের সম্পত্তি'। এই মূল সত্যটি মাথায় রাখলে বেতার এবং দূরদর্শনের সংবাদ তথা অনুষ্ঠান সম্প্রচারের নীতিমালার উপযোগিতা স্পষ্টতর হয়।

৩.১৩ সারাংশ

আইন এবং নীতির সমন্বয়েই নৈতিক অবস্থানের চরিত্র নির্ধারিত হয়। আইনের পরিধির সীমারেখা, বিশ্বব্যাপী বিভিন্ন কমিশনের আলোচনার নির্যাস থেকেই অন্যান্য শাখার মতো সাংবাদিকতার নীতিমালা সম্পর্কে ধারণা গড়ে ওঠে। কিন্তু আইনের মত এই নীতিগত অবস্থান মানার ক্ষেত্রে বাধ্য-বাধকতা থাকে না। তাই এই বিষয়টি মূলত আত্ম-নিয়ন্ত্রিত। নীতিগত ধারণাকে তা বিশ্বাসের সঙ্গে মিলিয়ে ব্যবহার করতে হয়। গণমাধ্যমের স্বাধীনতার সঙ্গে সংবিধানের সম্পর্ক, প্রেস কমিশনগুলির সুপারিশ সমস্ত প্রয়োজনীয় বিষয়ই এই এককে আলোচিত। প্রেস কমিশনগুলির আলোচনার ক্ষেত্র ছিল মুদ্রণ মাধ্যম। কিন্তু আজকের দৃশ্য-শ্রাব্য মাধ্যমের যুগে দৃশ্য-শ্রাব্য মাধ্যমের অনুষ্ঠানের নীতিমালার সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণাও তাই এই এককে সংযুক্ত হয়েছে।

৩.১৪ অনুশীলনী

১। দীর্ঘ উত্তরের প্রশ্ন ঃ

(ক) সাংবাদিকতার নীতিমালার বিভিন্ন বিষয়বস্তু আলোচনা করুন।

(খ) প্রেস স্বাধীনতা কি মৌলিক অধিকারের অন্তর্গত? এ প্রসঙ্গে যুক্তিসহ আলোচনা করুন।

(গ) 'প্রেসের স্বাধীনতা ও বিশ্বাসযোগ্যতা সাংবাদিকতার অবিচ্ছেদ্য অঙ্গ'— আলোচনা করুন।

(ঘ) প্রথম প্রেস কমিশন কবে গঠিত হয়? এর কার্যাবলীর সীমানা কি ছিল? কমিশনের মূল সুপারিশগুলি আলোচনা করুন।

(ঙ) দ্বিতীয় প্রেস কমিশনের কার্যক্ষেত্রের সীমানা এবং মূল সুপারিশগুলি আলোচনা করুন।

(চ) সাংবাদিকদের আচরণ সম্পর্কে প্রেস কাউন্সিলের প্রস্তাবের নির্যাস আলোচনা করুন।

(ছ) সাম্প্রদায়িক বিশৃঙ্খলার পরে সাংবাদিকদের ভূমিকা সংক্রান্ত প্রেস কাউন্সিলের নির্দেশাবলী আলোচনা করুন।

(জ) বেতার এবং দূরদর্শন অনুষ্ঠানের নীতিমালা আলোচনা করুন।

২। টীকা লেখার জন্য ঃ

(ক) আইন এবং নীতি, (খ) গোপনীয়তার অধিকার, (গ) ভারতের প্রেস কাউন্সিল।

৩.১৫ গ্রন্থপঞ্জী

১। Story of Press, Press Laws and Communications — B. N. Ahuja.

২। সাংবাদিকদের জন্য আচরণবিধি— ভারতের প্রেস কাউন্সিল

৩। Mass Communication in India—Keval J. Kumar

৪। বিষয় সাংবাদিকতা— ডঃ পার্থ চট্টোপাধ্যায়।