

গণমাধ্যম সাক্ষরতা

বিষয়ক

প্রস্তুত উপকরণ

লেখকবৃন্দ

মামুন আবদুল কাইউম
মো: জাকারিয়া খান
মাহবুবুল হক ভূইয়া
মেহনাজ হক
আশফাকুল আশেকীন
মো: সাইমুম রেজা তালুকদার



গণমাধ্যম সাক্ষরতা বিষয়ক প্রস্তুত উপকরণ

লেখকবৃন্দ

মামুন আবদুল কাইউম

সহকারী অধ্যাপক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়

মো: জাকারিয়া খান

প্রভাষক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়

মেহনাজ হক

প্রভাষক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়

মাহবুবুল হক ভুইয়া

সহকারী প্রভাষক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়

আশফাকুল আশেকীন

শিক্ষক

স্কলাস্টিকা

মো: সাইমুম রেজা তালুকদার

জ্যেষ্ঠ প্রভাষক

আইন বিভাগ

ব্র্যাক বিশ্ববিদ্যালয়

গণমাধ্যম ও তথ্য সাক্ষরতা বিষয়ক প্রস্তাবিত আধেয়

ক্র. নং	বিষয়	লেখকের নাম ও পরিচয়	পৃষ্ঠা নং
১	গণমাধ্যম কি? গণমাধ্যম শিক্ষা বলতে আমরা কি বুঝি? গণমাধ্যম শিক্ষার প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করো।	মামুন আ. কাইউম সহকারী অধ্যাপক গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়।	৪
২	তথ্য যাচাই করার উপায়	মো. জাকারিয়া খান প্রভাষক গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়।	১৪
৩	সংবাদ উপস্থাপনের ক্ষেত্রে বিভিন্ন প্রভাবকের ভূমিকা	মাহবুবুল হক ভুইয়া সহকারী প্রভাষক গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়	২৩
	ইন্টারনেটে তথ্য খোঁজার সহজ উপায়	মামুন আ. কাইউম সহকারী অধ্যাপক গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়। ও ইমরান হোসেন মিলন স্টাফ রিপোর্টার টেকশহর ডটকম	২৯
৪	সংবাদের গুণগত মান যাচাইয়ের উপায়	মেহনাজ হক প্রভাষক গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়	৩২
৫	তথ্যকে কার্যকরভাবে উপস্থাপনের উপায়	আশফাকুল আশেকীন শিক্ষক স্কলাস্টিকা	৪৩
৬	ইন্টারনেট জগতে ঝুঁকিসমূহ এবং ব্যক্তিগত নিরাপত্তা রক্ষার কৌশলসমূহ	মো: সাইমুম রেজা তালুকদার জ্যেষ্ঠ প্রভাষক আইন বিভাগ ব্র্যাক বিশ্ববিদ্যালয়। অ্যাডভোকেট, জজ কোর্ট, ঢাকা।	৫৪

গণমাধ্যম কি?

গণমাধ্যম শিক্ষা বলতে আমরা কি বুঝি?

গণমাধ্যম শিক্ষার প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করো।

মামুন আ. কাইউম

সহকারী অধ্যাপক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

রাজশাহী বিশ্বাবদ্যালয়।

১.১ গণমাধ্যম নিয়ে সাধারণ ধারণা-

গণমাধ্যম শব্দটি খুব পরিচিত হলেও এটিকে মিডিয়া হিসেবেই বেশি লোক চেনে-জানে। গণমাধ্যমকে বলা হয় সমাজের দর্পণ। দেশের শিক্ষা কাঠামো সমাজেরই অংশ। একটি সমাজ গঠনে শিক্ষা-সংস্কৃতির ভূমিকা গুরুত্বপূর্ণ। শিক্ষা-সংস্কৃতি মানুষের ব্যক্তিগত আচরণ ও সামাজিক কর্মকাণ্ডে প্রভাব ফেলে। মানুষের কর্মব্যস্ততা বাড়ার সাথে তাল মিলিয়ে বাড়ছে গণমাধ্যমের ওপর নির্ভরশীলতাও। মানুষের মনে জানার আগ্রহ বাড়ায় শিক্ষা আর তথ্য সরবরাহ করে শিক্ষাকে সমৃদ্ধ করে গণমাধ্যম। আরও পরিষ্কার করে বললে, গণমাধ্যম তথ্য সরবরাহ বা খবর পরিবেশন করে মানুষের জানার আগ্রহ বাড়ায়। গণমাধ্যমের দেখানো চোখে মানুষ সমাজ, দেশ ও বিশ্বকে দেখে। কারণ গণমাধ্যম মানুষ, সমাজকে নিয়ে কাজ করে। প্রথাগতভাবে গণমাধ্যম হলো গণমানুষের মুখপাত্র হিসেবে আচরণ করার কথা। গণমাধ্যমের সাথে যন্ত্র, ব্যাপক জনগোষ্ঠীর দর্শক-শ্রোতা জড়িত। সাধারণত সংবাদপত্র, পত্রিকা, বই, রেডিও, টেলিভিশন এবং চলচ্চিত্রের মাধ্যমে মানুষকে তথ্য, বিনোদন, শিক্ষা দেওয়া হয়।

গণমাধ্যম যোগাযোগের এমন একটি মাধ্যম যা দ্বারা তথ্য ছড়িয়ে ছিটিয়ে থাকা অসংখ্য দর্শক-শ্রোতার কাছে পৌঁছে দেওয়া যায়। প্রযুক্তিগতভাবে ব্যবহৃত সব ধরনের মাধ্যমকে গণমাধ্যম বলা যায়। ধরণভেদে গণমাধ্যম তিন ধরনের হয়ে থাকে। প্রথমত, মুদ্রণ মাধ্যম যেমন-সংবাদপত্র, বই, ম্যাগাজিন। দ্বিতীয়ত, ইলেক্ট্রনিক মাধ্যম, যেমন: রেডিও, টিভি, চলচ্চিত্র। তৃতীয়ত, নিউ মিডিয়া বা নতুন মাধ্যম। নিউ মিডিয়া গণমাধ্যম সংক্রান্ত নতুন ধারণা। যেমন: ফেসবুক, টুইটার ইউটিউব, ইনস্টাগ্রাম ইত্যাদি।

গণমাধ্যম প্রত্যেক মানুষের জীবনে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। অল্প সময়ে মানুষের কাছে অনেক তথ্য উপস্থাপন করে যেকোনো গুরুত্বপূর্ণ বিষয়ে মতামত দেয়। সেই সাথে মানুষের আচরণ, মূল্যবোধ ও দৃষ্টিভঙ্গি গঠন ও পরিবর্তনে ইতিবাচক ভূমিকা পালন করে। গণমাধ্যমের ব্যবহার আমাদের প্রতিদিনের জীবনে এতটা ব্যাপক যে, শহরে বা গ্রামে যেখানেই বাস করি না কেনো, এটি ছাড়া আমরা চলতে পারি না। গণমাধ্যমের গ্রহণযোগ্য দায়িত্বের মধ্যে যেমন আছে সঠিক, নির্ভুল তথ্য প্রদানের মাধ্যমে দায়িত্বশীল আচরণ তেমনি অপরাধ, সহিংসতা বা অসন্তোষ সৃষ্টিকারী তথ্য প্রচার থেকে বিরত থাকাও এর দায়িত্বের মধ্যে পড়ে। গণমাধ্যমে ঘটনা বা তথ্য প্রকাশের ফলে কারো যেমন সম্মান বাড়ে, তেমনি নেতিবাচক ঘটনা প্রকাশ বা প্রচারে সম্মানহানিও হয়ে থাকে। ধরা যাক, প্রত্যন্ত গ্রামের একটি স্কুলের শতভাগ শিক্ষার্থী এসএসসি পরীক্ষায় জিপিএ ৫ পেলে সংবাদ প্রকাশিত হবে। এতে করে স্কুল কর্তৃপক্ষের পাশাপাশি জিপিএ ফাইভ প্রাপ্ত শিক্ষার্থীরাও জাতির কাছে অভিনন্দিত হবে। একইদিকে, শহরের কোনো স্কুলের শিক্ষার্থীরা যদি গ্যাং কালচারে যুক্ত হতে থাকে তাহলে সেটি নিয়েও সংবাদ প্রচারিত হবে। এভাবে স্কুলের পাশাপাশি যুক্ত শিক্ষার্থীদের বিরুদ্ধেও আইনগত ব্যবস্থা নেওয়া হবে। ঘটনাটি জাতির কাছে অপ্রত্যাশিত মনে হবে।

১.২ গণমাধ্যমের ইতিহাস:

ভাষার আবিষ্কারের পূর্বে মানুষ শুধু ইশারা, দেয়াল বা পাথর লিখন, ড্রাম বাজিয়ে বা ধোঁয়া দিয়ে অন্যদের তথ্য দিতো। সাংবাদিকতার ইতিহাস আসলে অনেক পুরানো। বিশ্বের সর্বপ্রথম সংবাদপত্র কোনটি তা নিয়ে বিতর্ক রয়েছে। তবে একথা স্বীকৃত যে, এই পৃথিবীতে সর্বপ্রথম সংবাদপত্র পাশ্চাত্য থেকেই প্রকাশিত হয়েছিল। বিশ্বের প্রথম সংবাদপত্র পাওয়া যায় জুলিয়াস সিজারের আমলে খ্রিস্টপূর্ব ৫০ সালে। সেই সময়ে রোমে এক ধরনের লোক কাজ করতো যারা পরিচিত ছিল সংবাদ লেখক হিসেবে। তারা সাম্রাজ্যের বিভিন্ন জায়গায় ঘুরে ঘুরে প্রতিদিন দিনলিপি সংগ্রহ করতো। সংবাদ লেখকদের প্রতিদিনের কার্যাবলীর ওপর ভিত্তি করে লেখা *Acta-Diurna*-কে রোমের প্রকাশ্য স্থানে স্টেটে রাখার জন্য জুলিয়াস সিজার নির্দেশ দিতেন। এটিকে প্রথম সংবাদপত্র হিসেবে ধরা হলে আজকের দিনের খবরের কাগজের সঙ্গে এর তুলনা করা যায়।

সিজারের পর থেকে প্রায় ১৪৫০ সাল পর্যন্ত সাংবাদিকতার বিকাশ ঘটলেও মুদ্রণযন্ত্রের আবিষ্কার সাংবাদিকতার বিকাশে সবচেয়ে বেশি অবদান রেখেছে। ১৪৫০ সালে জার্মানির মেইনজও শহরে জন্মগ্রহণকারী জোহানেস জেনসফিচ গুটেনবার্গ মুদ্রণযন্ত্র আবিষ্কার করলেন। আর তখন থেকেই ইউরোপের মুদ্রণ ইতিহাসের শুরু।

অনেক লেখকের মতে, বিশ্বের সর্বপ্রথম সংবাদপত্র সম্ভবত বের হয়েছিল ১৬০৯ সালে জার্মানি থেকে। এদিকে, আমেরিকায় ১৬৯০ সালের সেপ্টেম্বর মাসে হ্যারিস 'পাবলিক অক্যারেপেস' নামে একটি পত্রিকা বের করা হয়। এটি চার পৃষ্ঠার মধ্যে তিন

পাতায় দেশী-বিদেশী সংবাদ থাকতো। এক পাতা খালি থাকতো যাতে কেউ চাইলে নিজের কথা যোগ করতে পারে। এতো গেলো পশ্চিমা বিশ্বে সাংবাদিকতা বিকাশের সংক্ষিপ্ত ইতিহাস। যদিও আমাদের উপমহাদেশে সাংবাদিকতার বিকাশ আঠারো শতক থেকে শুরু হয়। এ উপমহাদেশে সাংবাদিকতার বিকাশের ক্ষেত্রে জেমস অগাস্টাস হিকি'র অবদান অনস্বীকার্য। এদেশের প্রথম প্রাতিষ্ঠানিক সংবাদপত্র চালু করেন জেমস অগাস্টাস হিকি। হিকির 'বেঙ্গল গেজেট' হচ্ছে ভারতীয় উপমহাদেশের প্রথম সংবাদপত্র। এটি হিকির গেজেট নামেও পরিচিত ছিল। ১৭৮০ সালের ২৯ জানুয়ারি শনিবার কোলকাতা থেকে প্রকাশিত হলো ভারতের প্রথম মুদ্রিত সংবাদপত্র 'বেঙ্গল গেজেট' বা 'ক্যালকাটা জেনারেল অ্যাডভার্টাইজার' নামে। জেমস অগাস্টাস হিকি সম্পাদিত বলে সাধারণত এটি 'হিকির গেজেট' বলেই সমধিক পরিচিত।

হিকির গেজেট প্রকাশের সমসাময়িককালে আরো বেশকিছু সংবাদপত্র প্রকাশিত হয়েছে। সেগুলোর মধ্যে ইন্ডিয়া গেজেট, বেঙ্গল জার্নাল, দি ক্যালকাটা গেজেট, ক্যালকাটা কুরিয়র, বেঙ্গল হরকরা অন্যতম। এছাড়া মাসিক ওরিয়েন্টাল ম্যাগাজিন অফ ক্যালকাটা অ্যামিউজমেন্ট ও ক্যালকাটা ম্যাগাজিন নামে দু'টি ম্যাগাজিনের নামও পাওয়া যায়। অধিকাংশের মতে, শ্রীরামপুরের মিশনারীদের উদ্যোগে জন ক্লার্ক মার্শম্যান সম্পাদিত ১৮১৮ সালের ২৩ মে প্রকাশিত সাপ্তাহিক 'সমাচার দর্পন'ই ছিল প্রথম বাংলা সংবাদপত্র। তবে পূর্ববঙ্গ অর্থাৎ আজকের বাংলাদেশের প্রথম সংবাদপত্র প্রকাশিত হয় ১৮৪৭ সালের আগস্ট-সেপ্টেম্বর মাসে রংপুর থেকে। পত্রিকাটির নাম ছিল 'রঙ্গপুর বার্তাবহ'। এটি ছিল সাপ্তাহিক পত্রিকা। ধীরে ধীরে টেলিফোন, টেলিগ্রাফ, বেতার, টেলিভিশন, স্যাটেলাইট, ইন্টারনেট আবিষ্কার হওয়ায় গণমাধ্যম জগতে বিপ্লব সৃষ্টি হয়। বাংলাদেশে প্রথম রেডিও সম্প্রচার শুরু হয় ১৯৩৯ সালে আর টিভি সম্প্রচার শুরু হয় ১৯৬৪ সালে। বর্তমানে বাংলাদেশে দৈনিক, পাক্ষিক, মাসিক মিলিয়ে সর্বমোট প্রকাশিত পত্রিকার সংখ্যা তিন হাজারের বেশি। এর সাথে যুক্ত হয়েছে অনুমোদনপ্রাপ্ত ৪৬টি টেলিভিশন চ্যানেল, ১৮টি কমিউনিটি রেডিও (নির্দিষ্ট অঞ্চলের মধ্যে সীমাবদ্ধ) এবং বেশকিছু এফএম ও অনলাইন রেডিও।

১.৩ নিউ মিডিয়া :

নিউ মিডিয়া যোগাযোগ পদ্ধতির একটি নতুন ধারা। বিভিন্ন ইলেক্ট্রনিক যন্ত্রপাতি ও অ্যাপ'স ব্যবহার করে ডিজিটাল অডিও, ভিডিও এবং ছবি ইন্টারনেটের মাধ্যমে দর্শক-শ্রোতার কাছে প্রচার ও প্রকাশ করে। কম্পিউটার, ইন্টারনেট ও মোবাইল ফোন একসাথে নিউ মিডিয়ার কাজ করে। ইন্টারনেট ব্যবহার করে ই-মেইল, বিভিন্ন সামাজিক যোগাযোগ সাইট ও ওয়েবসাইটসমূহ ইন্টারনেটভিত্তিক রেডিও ও টেলিভিশনের মাধ্যমে তথ্য পৌঁছানো সহজ হয়। নিউ মিডিয়া এখন চরম বাস্তবতা। নিউ মিডিয়ার কারণে অনেক প্রাচীন তথ্য, ছবি, ভিডিও সংরক্ষণ সহজ হয়। আগে যেখানে ডাক বা সরাসরি যোগাযোগের জন্য দিনের পর দিন পার হতো, আজ সেসব তথ্য কম্পিউটারে লিখে, ই-মেইল বা স্ক্যান করে অল্প সময়ের মধ্যে যাকে খুশি তার কাছে পাঠানো যায়। বিশ বছর আগেও একদিনের সংবাদপত্র অন্যদিন পৌঁছতো এবং আমাদের তা পড়তে হতো। এখন ঘটনা ঘটার সাথে সাথেই সংবাদপত্র, অনলাইন, টেলিভিশন চ্যানেলে চলে যাচ্ছে এবং আমরা আপডেট তথ্য পেয়ে যাচ্ছি। সেই সাথে ইন্টারনেটের মাধ্যমে বিভিন্ন ওয়েবসাইট ও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে চলে যায়। আমাদের পাঠক-দর্শক বিবেচনায় গণমাধ্যমের সংখ্যা তুলনামূলক বেশি। এখানে অনুষ্ঠান বা সংবাদের মাধ্যমে টিকে থাকার প্রতিযোগিতাও বেড়েছে। বাংলাদেশের সকল সামাজিক ও রাজনৈতিক আন্দোলনে গণমাধ্যমের যে অবদান ছিল তা অনস্বীকার্য। স্বাধীন বাংলা বেতার কেন্দ্র যেমন মহান মুক্তিযুদ্ধে অবদান রেখেছিল তেমনি এখনও অনেক গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে গণমাধ্যম। সমাজের যাবতীয় অসঙ্গতি-অনাচার তুলে ধরছে গণমাধ্যম। কিন্তু বেশিরভাগ গণমাধ্যম এখন ব্যবসায়িক হওয়ায় বিজ্ঞাপনের আধিক্য, গ্রামের সংবাদ না থাকা, গণমাধ্যমের সাথে পাঠক-দর্শকের সরাসরি যোগাযোগ না থাকা, তাদের ব্যস্ততার কারণে সবসময় গণমাধ্যমের অনুষ্ঠান বা সংবাদ উপভোগ কঠিন হয়ে যাচ্ছে। এদিক বিবেচনায় ডিজিটাল বিভিন্ন মাধ্যমে (অনলাইন মিডিয়াসহ) সামাজিক সম্পর্কজাল নেটওয়ার্কগুলো সমস্যাগুলো থেকে বের করে আনার চেষ্টা করছে। শুধু দেশীয় গণমাধ্যমের অনুষ্ঠান নয়, খোঁজ (সার্চ) করে অন্য দেশেরও অনুষ্ঠান উপভোগ সম্ভব হচ্ছে। গুগল করে এখন অনেক অজানা তথ্য যেমন জানা যাচ্ছে, ইউটিউবে সেগুলোর ভিডিও পাওয়া যাচ্ছে। অনেক সময় গণমাধ্যমগুলো যা দায়সারা উপস্থাপন করে, সেগুলোকে ভালো কাভারেজ দেয় সামাজিক ও ডিজিটাল মাধ্যমগুলো। নিউ মিডিয়ার সঠিক ব্যবহার নিশ্চিত করার মাধ্যমে সমাজকে আরো গতিশীল এবং মঙ্গলময় করা সম্ভব। আবার কোনো গণমাধ্যম যদি গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা কাভার না করে বা স্বাধীন মতামতের অধিকারকে ক্ষুণ্ণ করলেও মানুষ সেগুলো ডিজিটাল মাধ্যমে প্রকাশ করতে পারে। সেক্ষেত্রেও দেশের বিদ্যমান আইন মেনে চলতে হয়। চাইলেও এমন কিছু প্রকাশ করা যায় না যা আমাদের সাম্প্রদায়িক সম্প্রীতি নষ্ট করে। অনেক অপরাধমূলক কর্মকাণ্ডও যখন গণমাধ্যমে প্রকাশিত হয় না, সেগুলোর ভিডিও

নিউ মিডিয়ায় প্রকাশ করে আলোড়ন উঠে। সেখান থেকে পরে গণমাধ্যমে রিপোর্ট হয়। এদিক বিবেচনায় ডিজিটাল এ মাধ্যমগুলোকে মুক্ত সাংবাদিকতার অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ অংশ মনে করা যায়।

১.৪ গণমাধ্যম ও নিউমিডিয়ার পার্থক্যসমূহ-

গণমাধ্যম	নিউ মিডিয়া
১. গণমাধ্যম বলতে প্রিন্ট, ইলেক্ট্রনিক ও নিউ মিডিয়াগুলোকে বুঝায়।	১. নিউ মিডিয়া হলো গণমাধ্যমের একটি বিশেষায়িত শাখা।
২. গণমাধ্যমের তথ্য নিয়ে বিভ্রান্তি সৃষ্টি হয় কম। জনস্বার্থ নিয়ে কাজ করতে হয় বলে অসমর্থিত বা ভুল খবর সত্যিকার গণমাধ্যমে কম প্রচারিত হয়।	২. নিউ মিডিয়ায় তথ্য বিকৃতির সুযোগ অনেক বেশি থাকে। নিউ মিডিয়ার মাধ্যমে যে কেউ কোনো প্রশিক্ষণ ছাড়াই তথ্য প্রদান শুরু করায় এমনটি হতে পারে।
৩. প্রিন্ট ও ইলেক্ট্রনিক মাধ্যমে তথ্য প্রচার ও প্রকাশের ক্ষেত্রে সব সময় কম্পিউটার নেটওয়ার্ক ও ইন্টারনেট সংযোগের প্রয়োজন হয় না।	৩. ইন্টারনেট সংযোগ ও কম্পিউটার নেটওয়ার্ক ছাড়া নিউ মিডিয়া কোনো বার্তা প্রচার ও প্রকাশ করা যায় না।
৪. রেডিও, টিভি ও সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপন প্রচার ও প্রকাশ করা হয়।	৪. নিউ মিডিয়ায় বিজ্ঞাপন না বরং ডিজিটাল মার্কেটিং করা হয়।
৫. গণমাধ্যমে প্রকাশিত তথ্য সম্পর্কে দর্শক-শ্রোতা তৎক্ষণাৎ সাড়া প্রদান করতে পারে না।	৫. নিউ মিডিয়ায় বার্তা প্রচারের সাথে সাথে দর্শক-শ্রোতা তাদের মতামত জানাতে পারে।

১.৫ ব্যক্তি জীবনে গণমাধ্যমের প্রয়োজনীয়তা-

গণমাধ্যম আধুনিক সমাজের একটি অপরিহার্য অংশ। এসব মাধ্যম মানুষের তথ্য, শিক্ষা, বিনোদনসহ নানাধর্মী চাহিদা মেটায়। গণমাধ্যম জনগণকে প্রভাবিত করে, বিভিন্ন বিষয়ে সচেতন করে এবং স্বপ্ন দেখায়। মানুষ তাদের জীবনের বিভিন্ন দিক নির্দেশনা পায়। সামাজিক জীবনের নানা সমস্যা সমাধানে গণমাধ্যম সহযোগী হাতিয়ার হিসেবে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

গণমাধ্যম আছে বলেই পৃথিবীর কোথায় কি ঘটছে আমরা তা মুহূর্তেই জানতে পারছি। বহু দূরে থেকেও সব কিছুই যেন ঘটছে আমাদের চোখের সামনে-এমন উপলব্ধি হচ্ছে গণমাধ্যমের কারণে। গণমাধ্যম মানুষকে যেকোনো বিষয়ে দিক নির্দেশনা দিতে পারে। আবার ভুল ও বিকৃত তথ্য দিয়ে সমাজে বিশৃঙ্খলা ও নৈরাজ্য সৃষ্টি করতে পারে। খুব সামান্য একটি বিষয়কেও গণমাধ্যম তার উপস্থাপনের মাধ্যমে বড় করে তুলতে পারে। সমাজের নতুন প্রবণতাগুলো বিশ্লেষণ করতে পারে। সমাজের উঁচু শ্রেণি থেকে প্রান্তিক জনগোষ্ঠীর কথা শোনে, দেখে এবং জনগণকে শোনার, দেখার ও পড়ার ব্যবস্থা করে দেয়। সমাজের সর্বস্তরের মানুষের চিন্তা, চেতনা এবং মূল্যবোধ নির্মাণের ক্ষেত্রে রয়েছে গণমাধ্যমের প্রভাব। তাই জীবন ও সমাজের সাথে গণমাধ্যম ওতপ্রোতভাবে মিশে আছে।

গণমাধ্যম আমাদের অনেক যৌক্তিক জিনিস শেখায় আবার অনেক যৌক্তিকতাকে অবমূল্যায়নও করে থাকে। খেয়াল করলে দেখা যাবে, শুধুমাত্র ব্যবসায়িক লাভের দৃষ্টিভঙ্গি থেকে নিত্য-নতুন ফ্যাশন, বিশ্বায়িত পণ্যের ব্যবহার, মিডিয়া হিরো তৈরিতে গণমাধ্যম ভূমিকা রাখে। শিশুরা তাদের প্রিয় তারকাদের অনুসরণ করতে শিখে গণমাধ্যম থেকে। শিশুদের আচরণ পরিবর্তনেও ব্যাপক ভূমিকা পালন করতে পারে গণমাধ্যম। ধরা যাক, একজন শিশু যখন বারবার একটি জামা, সাইকেল বা কোচিংয়ের বিজ্ঞাপন দেখে তখন তার মনে হতে পারে যে, এগুলো জীবনের জন্য খুবই প্রয়োজন এবং না পেলে হয়তো সে পিছিয়ে পড়বে, যা আদৌ সত্য নয়। কিন্তু এভাবে গণমাধ্যম একটা বিজ্ঞাপন বারবার প্রচার ও প্রকাশ করার ফলে সমাজ ও ব্যক্তি জীবনে তা

একটি অপরিহার্য বিষয়ে প্রতিষ্ঠা লাভ করেছে। এর পেছনে বিজ্ঞাপন ও প্রভাবশালীদের থেকে প্রাপ্ত সুবিধাকে দায়ী করা যায়। বিশ্বের অনেক দেশেই গণমাধ্যম বহুজাতিক কোম্পানির মালিকানায় গণমাধ্যম থাকায় সেগুলো জনস্বার্থের চেয়ে সেসব প্রতিষ্ঠান বা মালিকের উদ্দেশ্য সাধনে কাজ করেছে। আবার ছোট ছোট গণমাধ্যমগুলো বড় বড় কোম্পানির কাছে দায়বদ্ধ।

১.৬ গণমাধ্যম শিক্ষার প্রয়োজনীয়তা-

আমাদের দেশে অনুমোদিত টেলিভিশন চ্যানেলের সংখ্যা ৪৬টি, যার মধ্যে চব্বিশ ঘণ্টার সংবাদ চ্যানেল, কার্টুন বা খেলার চ্যানেলসহ বিশেষত্ব এনেছে। ২০১৮ সালের হিসেবে তিন হাজারের বেশি সংবাদপত্র, রাষ্ট্রীয় এবং বেসরকারি ব্যবস্থাপনার এফএম ব্রাণ্ডের রেডিও ও কমিউনিটি রেডিও রয়েছে। প্রথাগত সংবাদপত্র টেলিভিশন চ্যানেলের পাশাপাশি শুরু হয়েছে অনলাইন ভার্সন এবং সেগুলোতে প্রকাশিত সংবাদও মাঝে মাঝে আলোড়ন তুলছে ভার্সুয়াল জগতে (আইবিআরএএফ, ২০১৭)। সর্বশেষ মিডিয়া সার্ভের তথ্য (২০১৬) অনুসারে, দেশের শহরাঞ্চলে ৯১ শতাংশ এবং গ্রামাঞ্চলের ৬৭ শতাংশ মানুষ টেলিভিশন দেখে আর ৪০ শতাংশ মানুষ সপ্তাহে অন্তত একবার সংবাদপত্র পড়ে এবং ১৫ শতাংশ নিয়মিত রেডিও শোনে (কামরাল এবং অন্যরা, ২০১৮)। দেশে প্রায় শতভাগ বিদ্যুৎ নিশ্চিত, স্বল্প খরচে এবং গতির কারণে ইন্টারনেটে প্রবেশগম্যতা অনেক অনেক বেড়েছে। আজ থেকে পনের বছর আগেও শুধু সমাজের এলিট শ্রেণির মানুষ ল্যাপটপ ব্যবহার করতো, আর ইন্টারনেট ব্যবহারের হারও ছিল অনেক কম। এখন ছোট ছোট শিশুরাও ইউটিউবের কার্টুন ও রাইমস্ নির্ভর জীবন শুরু করেছে এবং পরবর্তীতে এক প্রকার নেশায় পরিণত হচ্ছে। তথ্য প্রযুক্তির এই উৎকর্ষতা ব্যবহারকারীদের আপাতদৃষ্টিতে স্বস্তি, বিনোদনের ব্যবস্থা মনে হলেও এর ক্ষতিরও কিছু শঙ্কা তৈরি হয়েছে। 'অতি তথ্য প্রাচুর্যতা'-এর ব্যবহারকারীদের সঠিকপথে পরিচালিত করতে ব্যর্থ হচ্ছে। বিশেষ করে গণমাধ্যমের ব্যবসা এবং রাজনীতি নির্ভরতার কারণে কোনো কোনো সংবাদের সঠিক ও বস্তুনিষ্ঠতা (যেটা যেভাবে ঘটেছে) সত্যিকার অর্থে সতেন পাঠককে ভাবায়। গণমাধ্যমের অনুষ্ঠানে মাঝে মাঝেই নৈতিকতার বিষয়টি লঙ্ঘিত হয় যা ব্যক্তি ও প্রতিষ্ঠানের ক্ষতি করে। বিশেষ করে তরুণ সমাজ আপত্তিকর অনুষ্ঠানের প্রতিই বেশি মনোযোগী হয়ে উঠেছে এবং সেভাবে জীবন পরিচালিত করার ঝুঁকিতে রয়েছে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে পণ্যকে আকৃষ্ট করতে গিয়ে সংস্কৃতি, নারীর অধিকারকে অনেকক্ষেত্রেই ভুলভাবে তুলে ধরা হচ্ছে, এক ধরনের ভুল বার্তা দিচ্ছে। অনেক সময় মিডিয়ার মাধ্যমে কোনো কোনো অপরাধে অভিযুক্ত ব্যক্তির বিচারও করা হচ্ছে। কিন্তু দেশের বিদ্যমান আইনে বিচারাধীন কোনো বিষয়ে এমন কিছু করা উচিত নয় যা বিচারকার্যকে প্রভাবিত করবে। যতক্ষণ পর্যন্ত কাউকে আদালত দোষী সাব্যস্ত না করেছে, ততক্ষণ কাউকে অপরাধী বলা বা বানাতে গণমাধ্যম পারে না।

গণমাধ্যম আচরণ পরিবর্তন করে- গণমাধ্যম কোনো একটি তথ্য প্রচার ও প্রকাশ করার মাধ্যমে আমাদের আচরণ পরিবর্তন করতে চায়। যেমন: কোনো ধর্মীয় বিষয়ে বিভ্রান্তিমূলক তথ্য দেওয়ার মাধ্যমে সমাজে সহিংসতা বৃদ্ধি পায় আবার টেলিভিশনে বিভিন্ন সহিংসতামূলক অনুষ্ঠান দেখানোর মাধ্যমে শিশুদের মধ্যে নেতিবাচক প্রভাব পড়ে আর তারা সহিংস হয়ে উঠে। গণমাধ্যমগুলো এখন গতিশীল মাধ্যমে রূপ নিয়েছে। ল্যাপটপ, আইপ্যাড, মোবাইল ফোনেই সংবাদ, ছবি ও ভিডিও আদান-প্রদান হয়। তারবিহীন প্রযুক্তি আসায় সময় ও স্থানের বাধা অতিক্রম করে মানুষ ঘরে কিংবা সমুদ্রে যেখানেই থাকুক না কেন, গণমাধ্যমের সঙ্গে থাকে। একইসঙ্গে পৃথিবীর যেকোনো দেশের প্রচলিত গণমাধ্যমগুলো অনলাইনে পাওয়া যাচ্ছে। এমনকি পৃথিবীর বিভিন্ন দেশে এমন কিছু গণমাধ্যম গড়ে উঠেছে যারা সম্পূর্ণরূপে দর্শক-পাঠকের পাঠানো তথ্য-উপাত্তের উপর নির্ভর করেছে। এ কথা বলার অপেক্ষা রাখে না যে, উল্লেখযোগ্য সংখ্যক শিশু-কিশোর এবং তরুণ মিডিয়া ও সোশ্যাল মিডিয়ার ভোক্তা। আজকের বাস্তবতায় এ দুই ধরনের মিডিয়ার মধ্যে পার্থক্য করা প্রায় অসম্ভব হয়ে দাঁড়িয়েছে। টেলিভিশন ও সংবাদপত্রের অনুষ্ঠানগুলো সহজেই সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠান বা ব্যবহারকারীরা শেয়ার করেছে। পৃথিবীর যে কোনো প্রান্তের একজন মানুষ সহজেই এসব মাধ্যমের সাথে যুক্ত হয়ে বন্ধু তৈরি করতে পারছে। প্রতিনিয়ত মানুষ বিভিন্ন বই ও গণমাধ্যম ও ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মের মাধ্যমে বিনোদন, শিক্ষা বা তথ্য পাচ্ছে। কিন্তু সেসব তথ্য বিশ্লেষণ ও ভাল-মন্দ বিবেচনা এখন অত্যাবশ্যকীয় হয়ে দাঁড়িয়েছে। আমাদের মতো উন্নয়নশীল দেশেও গণমাধ্যমের প্রভাবের কারণে কোনটি মিথ্যা বা অর্ধসত্য আর কোনটি সত্য তা নির্ণয় করা কঠিন হয়ে পড়েছে। তাই গণমাধ্যমের তথ্য যেন কারও উপর নেতিবাচক প্রভাব না ফেলে বা তারা যেন নেতিবাচক উপস্থাপনের বলি না হয় তাই গণমাধ্যম শিক্ষার কোনো বিকল্প নেই।

আমাদের সমাজে তথ্যকেন্দ্রিক বেশকিছু প্রপঞ্চ সম্প্রতি ব্যবহার হয়ে আসছে। এই আলোচনার সুবিধার্থে সেগুলো আলোচনার দাবি রাখে। যেমন:

১.৭ ফ্যাক্ট বা বাস্তবতা:

ফ্যাক্ট এর সাধারণ অর্থ সত্য নয় বরং সত্য না মিথ্যা তা যাচাই করা। অতএব বলা যায়, ফ্যাক্ট হলো কোন ঘটনার বস্তুনিষ্ঠ উপস্থাপন যা সমাজে সত্য বলে তথ্য প্রমাণের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠিত। বস্তুনিষ্ঠ মানে যে ঘটনা যেভাবে ঘটে তা সেভাবেই প্রকাশ বা প্রচার করা। বাস্তবতার কয়েকটি বৈশিষ্ট্য এমন-

- ক). বাস্তবতা হলো সত্যনিষ্ঠ
- খ). এটি বেশিরভাগ ক্ষেত্রে আবিষ্কার নির্ভর
- গ). এটি বিস্তারিত ব্যাখ্যা দেয়
- ঘ). প্রমাণ করা সম্ভব।
- ঙ). নিরপেক্ষ শব্দে উপস্থাপন করা হয়।

ট্রুথ ও ফ্যাক্টের মধ্যে কিছু পার্থক্য নিম্নরূপ-

ট্রুথ	ফ্যাক্ট
ট্রুথ হলো কোনো তথ্য সরাসরি সত্য, বস্তুনিষ্ঠ ও পরিমিত নাও হতে পারে।	ফ্যাক্ট হলো কোনো তথ্যের সরাসরি সত্য, বস্তুনিষ্ঠ ও পরিমিত উপস্থাপন।
কোনো বিষয়কে সাধারণভাবে গ্রহণ করা। যেমন- $২=১+১$ নয় বরং $২=৬-৪$, $২=২\times ১$ আবার $২=২+০$	সত্যকে প্রমাণ করতে হয়। যেমন- $১+১=২$

১.৮ অপিনিয়ন বা মতামত:

মতামতের অর্থ হলো, মত ও অমত, মিল ও অমিল এবং সত্য ও মিথ্যা ইত্যাদি। সাধারণভাবে বলা যায়, সমাজে ঘটে যাওয়া কোনো বিষয় সম্পর্কে গণমানুষের ধারণা। মতামতের কিছু সাধারণ বৈশিষ্ট্য রয়েছে। যেমন:

- ক). মতামত বিষয়নিষ্ঠ
- খ). মতামত হলো সৃষ্টিনির্ভর
- গ). বাস্তবতার ধারণা দিতে পারে
- ঘ). সবসময় প্রমাণ করা সম্ভব নয়
- ঙ). পক্ষপাতমূলক ভাষায় উপস্থাপন করা হয়।

বাস্তবতা ও মতামতের মধ্যে পার্থক্য নিচের ছকে আরো পরিষ্কার করা হলো-

বাস্তবতা	মতামত
ভেড়ার লোম আছে।	ভেড়ার লোম চমৎকার।
এলআরবি আইয়ুব বাচ্চুর একটি ব্যান্ড।	এলআরবি'র আইয়ুব বাচ্চু স্মরণীয় গান গেয়েছিল।
স্কুলের শেষ পিকনিক ছিল ২২ ডিসেম্বর।	২২ ডিসেম্বর বছরের সবচেয়ে মজার দিন ছিল।

১.৯ ট্রুথ বা সত্যতা:

ট্রুথ বা সত্য অর্থ খাঁটি, সঠিক, নির্ভুল, বাস্তব, যথার্থ, আসল ইত্যাদি। সাধারণত; শব্দ, প্রতীক, চিন্তাধারা এবং বিশ্বাসবোধ নিয়ে ব্যক্তি কিংবা পুরো সমাজের মাধ্যমে সত্যকে জনসমক্ষে তুলে ধরা হয়। আর ট্রুথ বা সত্যতা হলো, বিভিন্ন তথ্য, সংবাদ, ঘটনা ও

বাস্তবতা সম্পর্কে সঠিক ধারণা। আমরা যেহেতু সকল ঘটনার সাক্ষী হতে পারি না, সুতরাং গণমাধ্যম বা ডিজিটাল মাধ্যমের ব্যবহারে সচেতন থেকে ঘটনার সত্যতা নিশ্চিত হতে হয়। ধরা যাক, ফেসবুকে কেউ কোনো ঘটনা বা সংবাদ শেয়ার করলো যা খুব বেশি আলোড়ন তুলছে তাহলে সচেতন মানুষ হিসেবে আমাদের দায়িত্ব হচ্ছে একটু নিশ্চিত হওয়া। সাথে সাথে বিশ্বাস না করে কে বা কারা ঘটনাটি শেয়ার করেছে তাদের সম্পর্কে জানা এমনকি কাছের ঘটনা হলে জড়িতদের থেকেও জেনে নেওয়া সম্ভব। খুব বেশি সন্দেহ হলে গুগলে সার্চ দিয়ে ঘটনাটি আরো প্রতিষ্ঠিত কোনো গণমাধ্যমে প্রকাশিত হয়েছে কিনা তা যাচাই করা প্রয়োজন। সত্যতা নিশ্চিত না হয়ে আমাদের কোনো কিছু শেয়ার করা উচিত নয়।

তথ্য (Information):

একজন ব্যক্তি অন্যজনের কাছে ভাবের আদান-প্রদানে যে মূলভাব, সারকথা বা সারাংশ প্রকাশ করেন সেটিই হল তথ্য। তথ্যের অর্থ থাকতে হবে। ব্যক্তিগত মনের ভাব এবং সমাজের প্রয়োজনে অস্পর্শ উপাদানকেই তথ্য বলে। তথ্যকে আমরা সংবাদ, খবর হিসেবেও বলে শনাক্ত করে থাকি। তবে মাথায় রাখা জরুরী যে, সকল তথ্যই খবর নয়। খবর হতে হলে তথ্যকে গণমাধ্যমে প্রকাশিত বা পরিবেশিত হতে হবে। তথ্য ধারণাটি যোগাযোগ, জ্ঞান, উপস্থাপন ইত্যাদিও সাথে জড়িত।

ভুল তথ্য (Misinformation):

সাধারণত অনিচ্ছাকৃত ভুল করা তথ্যকে Misinformation বলা হয়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, কেউ লিখতে চেয়েছেন- 'তুলি অসুস্থ আঁকাকে দেখতে গিয়েছিল'। কিন্তু ভুলবশত 'দ' শব্দটি কম্পিউটার কম্পোজ না হওয়ায় তা হয়ে গেল- 'তুলি অসুস্থ আঁকাকে থেকে গিয়েছিল'। অনিচ্ছাকৃত ভুল তথ্যকে বিভ্রান্তিকর তথ্যও বলা হয়। অনেক সময় না বুঝে অনেকেই অনেক তথ্য শেয়ার দিয়ে থাকেন কিন্তু এ ব্যাপারে সচেতন থাকেন না। এসব ক্ষেত্রে মানুষ ভুল তথ্য শোনার পর প্রায় বিশ্বাস করে এবং অন্যের সাথে ভাগাভাগি করে। যেমন: শিক্ষার্থীদের কেউ বলল আজ আর ক্লাস হবে না সেটা ভালভাবে যাচাই না করেই সবাইকে জানিয়ে দেওয়াটাই ভুল তথ্য। অনেক সময় কোনো শিক্ষক যদি বলেন, 'আজকে মনে হয়/সম্ভবত তোমাদের ক্লাস হবে না'- কে 'আজ তোমাদের ক্লাস হবে না' হিসেবে ঘোষণা করলেও তা হবে ভুল তথ্য।

অপতথ্য (Disinformation)

ইচ্ছাকৃতভাবে কোনো ভুল তথ্য যখন মানুষের মাঝে ছড়িয়ে দেওয়া হয় তখন সেগুলোকে অপতথ্য বা Disinformation বলা হয়। সমাজের মানুষের মধ্যে কোন্দল, অপ্রীতিকর ঘটনা বা বিতর্ক সৃষ্টি করাই এটার মূল উদ্দেশ্য। অনেক সময় রাজনৈতিক বা অন্য কোনো উদ্দেশ্যেও কারও নামে মানহানিকর কিছু ছড়িয়ে দিতে এসব করা হয়। সম্প্রতি ভোলায় যে সহিংসতায় কিছু মানুষ নিহত হয়েছেন, তেমনি নাসিরনগর, রংপুরের পাগলাপীর বা রামুর বৌদ্ধ মন্দিরে হামলায়ও এমন বিভ্রান্তিকর তথ্য প্রদান করা হয়েছিল। খুবই সম্প্রতি এফডিসির নির্বাচনে ভোট গণনা শেষের আগেই ফেসবুকে মৌসুমীকে জয়ী ঘোষণা প্রচার হলে অনেক মানুষ অভিনন্দন জানিয়েছিলেন। কিন্তু পরে ভোট গণনার পর দেখা গেল তিনি সভাপতি পদে হেরেছেন।

অনেক সময় ইচ্ছাকৃতভাবে অথবা অনিচ্ছাকৃত ভুল তথ্য বিভিন্ন সামাজিক মাধ্যমে ভাইরাল করা হয়েছে এবং হচ্ছে। ইচ্ছা বা অনিচ্ছাকৃত যা-ই হোক না কেন ভুল তথ্য পরিবেশন একটি অপরাধ বলেই গণ্য হবে। যেমন- ২০১৮ সালে নিরাপদ সড়ক আন্দোলনে গুজব ও বিভ্রান্তিকর তথ্য ছড়িয়ে ধ্বংসাত্মক কার্যক্রমের উস্কানিদাতা হিসেবে ২৮টি ফেসবুক ও টুইটার আইডি শনাক্ত ও মামলা করেছে পুলিশের সাইবার ক্রাইম বিভাগ। এছাড়াও সেসময় বেশি ভাইরাল হওয়া অভিনেত্রী কাজী নওশার ভিডিও-তে ধানমন্ডির জিগাতলায় দুইজনকে মেরে ফেলার গুজব প্রচারিত হয় যার সত্যতা না পাওয়ায় তার বিরুদ্ধে আইনগত ব্যবস্থাও নেওয়া হয়েছে। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে সত্য-মিথ্যা যাচাই করা অনেক সময় কঠিন হয়ে দাঁড়ায়। যেমন: বিশেষ উদ্দেশ্য নিয়ে ফেসবুকে তিব্বতের ভূমিকম্পে নিহতদের ছবি ব্যবহার করে সেগুলো বার্মায় মুসলমানদের হত্যার ছবি হিসেবে চালানো হয়েছিল।



বলা যায়, গণমাধ্যম ও অন্যান্য ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহারের ভাল ও মন্দ দুটো দিকই রয়েছে। ডিনামাইটের আবিষ্কারক আলফ্রেড নোবেল ডিনামাইটকে ইতিবাচকভাবে কাজে লাগিয়েছিলেন। কিন্তু এর বিধ্বংসী কার্যক্রমও রয়েছে। গণমাধ্যম ও ডিজিটাল মাধ্যমগুলো ব্যবহারে সতর্কতার পাশাপাশি তা যেনো নেশায় পরিণত না হয় সেদিকে খেয়াল রাখাটা জরুরী। আবার গণমাধ্যম বা ডিজিটাল মাধ্যমের সবকিছুই বিশ্বাস না করে সন্দেহজনক হলে তা যাচাই-বাছাই করাটাও জরুরী।

১.১০ হাফ ট্রুথ:

হাফ ট্রুথ বা অর্ধ-সত্য বিষয়ে সত্য-মিথ্যার সংমিশ্রণ থাকে অথবা কিছু সত্য বিষয় তুলে ধরা হলেও পূর্ণাঙ্গ বিষয়টি উপস্থাপন করা হয় না। যদি কোনো কিছুকে সত্য বলা হয় তখন বক্তার কথাই সত্য বা সে সত্য কথা বলেছে। আবার, কোনো কিছুকে অসত্য বললে বা বিকৃত করলে তখন তা মিথ্যার পর্যায়ে উপনীত হয়। সাম্প্রতিক সময়ে টেলিভিশনে একটি বিজ্ঞাপন দেখা যাচ্ছে। বিজ্ঞাপনটিতে 'মাছ ভেসে উঠা'-কে 'লাশ ভেসে উঠা', 'দাঁত ভেঙ্গে যাওয়াকে বাঁধ ভেঙ্গে যাওয়া' হিসেবে গুজব ছড়িয়ে বড় ক্ষতি দেখানো হয়েছে। কখনো কখনো মিথ্যা এবং অর্ধসত্য একই ধরনের হয়ে থাকে। ধরা যাক, সরকার জেএসসি ও পিএসসি পরীক্ষার সময় কোচিং বন্ধ করেছে। এ কাজের পেছনে সরকারের কিছ সৎ উদ্দেশ্য রয়েছে সেটি সরকার জনগণকে জানালেও যদি এমনভাবে প্রচার বা প্রকাশ হয় যে, সরকার কোচিং বন্ধ করেছে। তাহলে মনে হতে পারে- সরকার কোচিং আর চালু করতে দেবে না- যা সত্য নয়। সত্য কথা হলো- সরকার পরীক্ষা চলাকালীন কোচিং সেন্টারগুলো বন্ধ রেখেছে। বিষয়টা দাঁড়ালো-কোনো কিছু ভেসে উঠেছে এটা ঠিক কিন্তু তা লاش নয়, কোনো কিছ ভেঙ্গেছে তা ঠিক কিন্তু তা বাধ নয়, আর সরকার কোচিং বন্ধ করেছে তা ঠিক কিন্তু সবসময়ের জন্য নয়, পরীক্ষা চলাকালীন।

১.১১ গুজব:

গুজব ‘ভুল তথ্য’ এবং ‘অসঙ্গত তথ্য’ এই দুই বোঝাতে ব্যবহৃত হয়ে থাকে। ‘ভুল তথ্য’ বলতে মিথ্যা ও বানোয়াট তথ্যকে বুঝায় এবং ‘অসঙ্গত তথ্য’ বলতে বুঝায় ইচ্ছাকৃতভাবে ভ্রান্ত তথ্য উপস্থাপন করা। গুজব হলো আমেরিকান ইংরেজিতে rumor বা ব্রিটিশ ইংরেজিতে rumour অর্থ হলো, জনসাধারণের সঙ্গে সম্পর্কিত যেকোনো বিষয়, ঘটনা বা ব্যক্তি নিয়ে মুখে মুখে প্রচারিত কোন বর্ণনা বা গল্প। সামাজিক বিজ্ঞানের ভাষায়, গুজব হলো এমন কোনো বিবৃতি যা অল্প সময়ের মধ্যে অথবা কখনই নিশ্চিত করা সম্ভব হয় না। রাজনীতিতে গুজব বরাবর একটি গুরুত্বপূর্ণ কৌশল হিসেবে ব্যবহৃত হয়। এক্ষেত্রে প্রতিপক্ষ সম্পর্কে ইতিবাচক গুজবের পরিবর্তে নেতিবাচক গুজব সর্বদা অধিক কার্যকর হয়। অনেক পণ্ডিতের মতে, গুজব হলো প্রচারণার একটি উপসেট মাত্র। যেমন: সাম্প্রতিক সময়ে একশ টাকার নতুন নোট চালুর গুজব ফেসবুকে পাওয়া গিয়েছিল। প্রধানমন্ত্রী শেখ হাসিনার ছবিযুক্ত একশ টাকার নোটের ছবিটি ফেসবুকে কয়েকটি আইডি মাধ্যমে ভাইরাল হয়েছিল। পরে বাংলাদেশ ব্যাংক এক বিজ্ঞপ্তিতে জানায় যে, সেটি ছিল গুজব।

সামাজিক যোগাযোগমাধ্যম ফেসবুকে ভাইরাল হওয়া বাংলাদেশ ব্যাংকের ইস্যু করা ১০০ টাকা মূল্যমানের নতুন নোটের ছবি নিয়ে জনমনে বিভ্রান্তি সৃষ্টি হয়েছে। প্রধানমন্ত্রী শেখ হাসিনার ছবিযুক্ত ১০০ টাকার ওই নোটের আরেক পিঠে রয়েছে বঙ্গবন্ধু স্যাটেলাইটের ছবি। বাংলাদেশ ব্যাংক নোটের বিষয়টি তুলে ধরে নিশ্চিত করেছে। কেন্দ্রীয় ব্যাংক জানিয়েছে, শেখ হাসিনার ছবিযুক্ত কোনো নোট তারা ছাড়েনি। এ ধরনের নোট ছাড়ার কোনো সিদ্ধান্তও নেই তাদের। বাংলাদেশ ব্যাংকের পক্ষ থেকে বলা হয়েছে, সাম্প্রতিক সময়ে সামাজিক যোগাযোগমাধ্যম ফেসবুকে ১০০ টাকা মূল্যমানের নতুন মুদ্রিত নোটের ছবি পাওয়া যাচ্ছে। এ নোটের সম্মুখভাগের বাঁ পাশে প্রধানমন্ত্রী শেখ হাসিনা এবং পেছনভাগে বঙ্গবন্ধু স্যাটেলাইটের ছবি রয়েছে। ফেসবুকের কতিপয় আইডির মাধ্যমে এ তথ্য ছড়ানো হয়েছে, যা অনেক গণ্যমান্য ব্যক্তি শেয়ার করছেন। বাংলাদেশ ব্যাংক এ ধরনের ছবি সংবেদিত কোনো প্রকার নোট মুদ্রণের উদ্যোগ নেয়নি। জনমনে বিভ্রান্তি সৃষ্টিকারী এ ধরনের নোটের ছবি ফেসবুকসহ অন্যান্য সামাজিক যোগাযোগমাধ্যমে প্রচার না করার জন্য সবাইকে অনুরোধ জানিয়েছে কেন্দ্রীয় ব্যাংক। বিভ্রান্তি সৃষ্টিকারী ব্যক্তিদের শনাক্ত করে তাদের বিরুদ্ধে আইনগত ব্যবস্থা নেওয়ার লক্ষ্যে আইনশৃঙ্খলা রক্ষাকারী বাহিনীকে যথামত ব্যবস্থা গ্রহণের জন্য বলা হয়েছে বলে বাংলাদেশ ব্যাংকের বিজ্ঞপ্তিতে উল্লেখ করা হয়েছে।



সূত্র- বাংলাদেশ প্রতিদিন।

আবার পদ্মা সেতুতে মানুষের মাথা লাগার গুজব ফেসবুকে ছড়িয়ে পড়লে সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষ বিজ্ঞপ্তি প্রকাশ করে গুজবের বিষয়ে সাধারণ মানুষকে সচেতন করে। আবার পদ্মা সেতুতে মানুষের মাথা দরকার এমন গুজবের সময় শিশুদের ধরে নিয়ে মাথা কাটা হচ্ছে এমন গুজবও ফেসবুকে আসতে শুরু করে। ‘ছেলেধরা’ গুজব ছড়িয়ে পড়লে সারা দেশে শুরু হয় ছেলেধরা সন্দেহে গণপিটুনি। গণপিটুনিতে সারাদেশে অনেকে নিহতও হয়েছেন। পরে এ নিয়ে সতর্কবার্তা জারি এবং গুজব ছড়ানোয় জড়িতদের গ্রেফতারও করা হয়।

১.১২ প্রোগাণ্ডা বা উদ্দেশ্যপ্রণোদিত প্রচারণা:

ঐতিহাসিকভাবে ‘প্রোগাণ্ডা’ শব্দটি একটি নিরপেক্ষ শব্দ হিসেবে পরিচিত হলেও বিংশ শতকে ‘প্রোগাণ্ডা’ শব্দটি প্ররোচক অর্থে নেওয়া হয়েছে। প্রোগাণ্ডা বার্তা সকলের কাছে পৌঁছে দেওয়ার জন্য বিভিন্ন ধরনের মাধ্যম ব্যবহার করা হয়। মাধ্যমের ধরন নতুন নতুন প্রযুক্তির উদ্ভবের সাথে সাথে পরিবর্তিত হয়ে যায়। তাই সময়ের পরিবর্তনের সাথে সাথে চিত্রকর্ম, কার্টুন, পোস্টার, পুস্তিকা, চলচ্চিত্র, রেডিও সম্প্রচার, টিভি সম্প্রচার ও ওয়েবসাইটকে উদ্দেশ্য প্রণোদিত প্রচারণার মাধ্যম হিসেবে ব্যবহার করা হয়েছে। উদ্দেশ্য প্রণোদিত প্রচারণা সাধারণত আংশিক সত্য বা আংশিক মিথ্যাকে প্রচার করে। জনগণের আচরণ ও দৃষ্টিভঙ্গিতে কাজিত পরিবর্তন না আসা পর্যন্ত উদ্দেশ্য প্রণোদিত প্রচারণার পুনরাবৃত্তি ঘটানো হয় এবং সব ধরনের প্রচার মাধ্যম ব্যবহার করা হয়। বক্তৃতা, প্রচারপত্র, পোস্টার, সংবাদপত্রে বিবৃতি, চলচ্চিত্র, ব্যক্তিগত ক্যানভাসিং, সংবাদ সম্মেলন, রেডিও-টেলিভিশনে প্রচার, সেমিনার, সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যম, অনলাইন রেডিও, ব্লগ, স্কুদে বার্তা ইত্যাদি উদ্দেশ্য প্রণোদিত প্রচারণা বিস্তারের অন্যতম মাধ্যম। ঐতিহাসিক প্রোগাণ্ডার একটি উদাহরণ হলো, ভারতের ‘গুডে’ সিনেমা যেখানে বাংলাদেশের মুক্তিযুদ্ধকে ভুলভাবে উপস্থাপন করে একে ‘ভারত-পাকিস্তানের তৃতীয় যুদ্ধ’ হিসেবে দেখানো হয়েছে। জার্মানির চ্যাসেলার হিটলারের তথ্যমন্ত্রী গোয়েবলসের একটি উক্তি এক্ষেত্রে অবিস্মরণীয় হয়ে থাকবে- ‘একটি মিথ্যাকে সত্য বলে প্রচার করতে হলে সেটিকে বারবার প্রচার করতে হবে।’

- রায়, সুধাংশু শেখর (১৯৯৪)। সাংবাদিকতা : সাংবাদিক ও সংবাদপত্র। ঢাকা: ধলেশ্বরী
- ইসলাম, এস. আমিনুল (২০০৪)। উন্নয়নচিন্তার পালাবদল। ঢাকা: দিব্যপ্রকাশ।
- ফেরদৌসী, ড. হেলেনা এবং আলম, আশরাফুল (২০১৩), ইতিবাচক সামাজিক পরিবর্তন ও গণমাধ্যম: একটি ভূমিকাকেন্দ্রিক পর্যালোচনা, জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়, জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয় সামাজিক বিজ্ঞান জার্নাল। ভলিউম-১, নং: ১-২, পৃষ্ঠা ৪৩-৫৫।
- দৈনিক ইত্তেফাক, ০৫ আগস্ট, ২০১৮।
- নিরীক্ষা, ২১১ তম সংখ্যা, বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট।
- রায়, সুধাংশু শেখর, ১৯৯৫, রিপোর্টিং, বাংলা একাডেমি, ঢাকা।
- খন্দকার, রফিকুল ইসলাম, ১৯৯৯, খবর লেখা ও সম্পাদনা, পিআইবি, ঢাকা।
- ধর, সুব্রত শংকর, ১৯৮৫, বাংলাদেশের সংবাদপত্র, বাংলা একাডেমি, ঢাকা।
- চট্টোপাধ্যায়, ড. পার্থ (১৯৮৮), বাংলা সংবাদপত্র ও বাঙালির নবজাগরণ, কলকাতা, ভারত।
- মোসলেম, সীমা. (সম্পাদিত), ২০০৩, বাংলাদেশের সংবাদপত্রের ইতিহাস, পিআইবি, ঢাকা।
- Natarajan, S., 1991, *A History of the Press in India*, Asia Publishing House, 1st Edition, Bombay, India.
- Parthasarathy, Rangaswami, 1995, *Journalism in India*, Sterling Publishers Pvt. Ltd., New Delhi, India.
- Schramm, W. L. (1964). *Mass media and national development: the role of information in the developing countries*. Stanford: Stanford University Press.

তথ্য যাচাই করা উপায়

মো. জাকারিয়া খান

প্রভাষক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়।

এই অধ্যায় শেষে আমরা:

তথ্য সম্পর্কে বিশদ ধারণা লাভ করতে পারবো;
প্রাত্যহিক জীবনে তথ্যের কাজ ও প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা করতে পারবো;
সঠিক ও ভুল তথ্য চিহ্নিত করার কৌশল আয়ত্ত করতে পারবো;
অনলাইনে ভুল তথ্য যাচাই করতে পারবো।

তথ্য সম্পর্কিত প্রাথমিক ধারণা

তথ্য হলো কোনো নির্দিষ্ট বিষয়ে ধারণা প্রদানকারী যে কোনো প্রকার বার্তা যার মাধ্যমে উক্ত বিষয় সম্পর্কে নতুন করে কিছু জানা যায়। উদাহরণস্বরূপ বাংলাদেশের আর্থ-সামাজিক অবস্থা সম্পর্কিত কোনো তথ্যের কথা বলা যায়। ধরা যাক, বাংলাদেশের মাথাপিছু আয় ১ হাজার নয়শত নয় মার্কিন ডলার বা এক লক্ষ ৬৩ হাজার টাকা প্রায়। এটি একটি তথ্য; কারণ এর মাধ্যমে তুমি গড়ে বাংলাদেশের প্রতিটি মানুষের বার্ষিক আয় সম্পর্কে জানতে পেরেছ। এই তথ্য তোমার আগে জানা ছিল না। তথ্য পাওয়ার জন্য ব্যবহৃত এই বার্তা লিখিতই হতে হবে এমন কোনো শর্ত নেই; বরং মানুষের মুখের কথা, কোনো লেখা, কোনো ছবি, অডিও বা ভিডিও কিংবা অন্য কোনো উপায়ে বার্তা পাওয়া সম্ভব। তথ্যের মূলকথা হচ্ছে, কোনো বিষয়ে নতুন করে জ্ঞান লাভ। ধরা যাক, বিশ্বকাপ ক্রিকেটে নির্দিষ্ট কোনো দিনের খেলায় অসাধারণ নৈপুণ্যের কারণে বাংলাদেশের খেলোয়াড় সাকিব আল হাসান ‘ম্যান অব দ্য ম্যাচ’ নির্বাচিত হয়েছেন। সাকিবের ‘ম্যান অব দ্য ম্যাচ’ নির্বাচিত হওয়া একটি তথ্য। এই তথ্যটি তুমি খেলা শেষ হওয়ার পরপরই পুরস্কার প্রদান পর্ব চলাকালে টেলিভিশনে সরাসরি দেখতে পারবে। আবার খেলা শেষের কিছুক্ষণ পর অনলাইন সংবাদ পত্রের মাধ্যমে জানতে পারবে। অথবা টেলিভিশনে খেলাধুলার সংবাদ প্রচারের সময়ও সে বিষয়ে অবহিত হতে পারো অথবা পরের দিন কোনো বন্ধুর কাছেও অবগত হতে পারো। যেই প্রক্রিয়াতেই তুমি সাকিবের ‘ম্যান অব দ্য ম্যাচ’ হওয়ার বিষয়টি অবগত হয়ে থাকো না কেন সেটি তোমার জানাশোনা বৃদ্ধি করেছে। এভাবে পৃথিবীতে প্রতিনিয়ত কোনো না কোনো ঘটনা ঘটছে যার সবকিছু সম্পর্কে আমাদের পক্ষে খোঁজ খবর রাখা সম্ভব নয়; আবার সব তথ্য জানা আমাদের জন্য অত্যাবশ্যকও নয়। দৈনন্দিন জীবনের প্রয়োজন অনুসারেই আমরা দরকারি তথ্যের দ্বারস্থ হই। দরকারি নয় এমন তথ্য আমাদের চোখ এড়িয়ে যাবে-এটাই স্বাভাবিক। ‘তথ্য অধিকার আইন-২০০৯’ অনুসারে তথ্য হচ্ছে, ‘কোনো কর্তৃপক্ষের গঠন, কাঠামো ও দাপ্তরিক কর্মকাণ্ড সংক্রান্ত যে কোনো স্মারক, বই, নকশা, মানচিত্র, চুক্তি, তথ্য-উপাত্ত, লগ বই, আদেশ, বিজ্ঞপ্তি, দলিল, নমুনা, পত্র, প্রতিবেদন, হিসাব বিবরণী, প্রকল্প প্রস্তাব, আলোকচিত্র, অডিও, ভিডিও, অংকিতচিত্র, ফিল্ম, ইলেক্ট্রনিক প্রক্রিয়ায় প্রস্তুতকৃত যে কোনো ইনস্ট্রুমেন্ট, যান্ত্রিকভাবে পঠনযোগ্য দলিলাদি এবং ভৌতিক গঠন ও বৈশিষ্ট্য নির্বিশেষে অন্য যে কোনো তথ্যবহ বস্তু বা উহাদের প্রতিলিপি’। তোমরা জানো যে, কোনো আইনকে যথাসম্ভব স্পষ্ট হতে হয়; অস্পষ্টতা থাকা আইনের একটি দুর্বলতা হিসেবে বিবেচিত হয়। এজন্যই আইনে ‘তথ্য’ বলতে এমন সব বিষয়কেও নির্দেশ করা হয়েছে যা এখনই তোমাদের পক্ষে বোঝা হয়তো সহজ হবে না। তবে বড়ো হলে তোমাদের সবাই এসব বিষয় সম্পর্কে অল্প-বিস্তর ধারণা লাভ করবে বলে আশা করা যায়। এক কথায় বলা চলে, তথ্য হলো আমাদের দৈনন্দিন জীবনে চলার পথের সাহায্যকারী জ্ঞান। তথ্য ছাড়া আমাদের এক মুহূর্তও চলা সম্ভব নয়। ধরো, তুমি বাসা থেকে বের হয়ে স্কুলে যাবে। আকাশ মেঘলা থাকায় বৃষ্টির সম্ভাবনা রয়েছে বলে তুমি ছাতা নিয়ে স্কুলে রওনা হয়েছ। আকাশ মেঘলা থাকলে বৃষ্টি হতে পারে এই সম্ভাবনার কথা তোমাকে কে বলেছে? মনে মনে নিশ্চয়ই হাসছো! হাসির মতো একটা প্রশ্নও বটে। কারণ, ছোটবেলা থেকে মনের অবচেতনেই তুমি এই জ্ঞান লাভ করেছ। মেঘলা আকাশ দেখে বৃষ্টির সম্ভাবনা বিষয়টি তাই অবচেতন মনই তোমাকে জানিয়েছে; অন্য কেউ বলে দেয়নি। দেখা যাচ্ছে, পূর্ব অভিজ্ঞতার কারণে তুমি নিজে থেকেই অনেক কিছু বুঝতে পারো। তবে অভিজ্ঞতাও যে তোমাকে সব সময় সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সাহায্য করবে- এমন নয়। মাঝেমাঝে ভুল হয়ে যাওয়া তাই বিচিত্র নয়। মনে করো, ওই দিন ছাতা নিয়ে স্কুলে গেলে এবং স্কুল ছুটি শেষে বাড়ি ফিরে আসলে কিন্তু বৃষ্টি হলো না। তাহলে তুমি যে মনে মনে বৃষ্টির আশঙ্কা করছিলে তা কি সত্যি প্রমাণিত হলো? উত্তর: না। অর্থাৎ তুমি মেঘলা আকাশ দেখে বৃষ্টি হতে পারে বলে যেই সম্ভাবনার কথা ভাবছিলে তা সত্যি হয়নি। এবার তথ্য এবং সম্ভাবনার মধ্যে পার্থক্য বিষয়ে আলোচনা করা যাক। এরইমধ্যে তুমি জেনেছ যে, তথ্য হলো এমন কোনো বার্তা যার মাধ্যমে নতুন জ্ঞান লাভ হয়। আর সম্ভাবনা হচ্ছে এমন কোনো ঘটনা বা বিষয় যা হবে বলে মনে করা হচ্ছে কিন্তু এখনো সেটি ঘটেনি। মনে করো, তোমার স্কুলের বার্ষিক ক্রিড়া প্রতিযোগিতা হওয়ার তারিখ নির্ধারিত হয়েছে আগামীকাল। এটি একটি সম্ভাবনা যা ঘটে যাওয়ার পর একটি তথ্য হিসেবে বিবেচিত হবে। কিন্তু প্রতিকূল আবহাওয়া কিংবা অন্য কোনো কারণে প্রতিযোগিতাটি নাও অনুষ্ঠিত হতে পারে। এক্ষেত্রে ‘আগামীকাল প্রতিযোগিতাটি অনুষ্ঠিত হবে’- এটি যেমন

তথ্য আবার 'প্রতিকূল আবহাওয়ার কারণে প্রতিযোগিতাটি অনুষ্ঠিত হলো না'- সেটিও এক প্রকার তথ্য। তোমার কোনো বন্ধু প্রতিযোগিতার দিন স্কুলে যেতে পারলো না। তাই সে প্রতিযোগিতা অনুষ্ঠিত না হওয়ার তথ্যটি জানে না। যেহেতু প্রতিযোগিতাটি নির্দিষ্ট দিনে অনুষ্ঠিত হওয়ার কথা ছিল এবং ওই নির্দিষ্ট দিন স্কুলে না আসার কারণে সে পূর্ববর্তী তথ্য অনুসারে তোমার অন্য কোনো বন্ধুকে বলে দিতে পারে যে, প্রতিযোগিতাটি অনুষ্ঠিত হয়েছে। এক্ষেত্রে তথ্যটি সঠিক হলো না। এভাবে তোমাদের জানা সব তথ্য সঠিক হতে পারে আবার নাও হতে পারে। প্রশ্ন হচ্ছে, তথ্যটি সঠিক না ভুল তা বুঝবে কীভাবে? এ বিষয়ে অধ্যায়ের পরবর্তী অংশে আলোচনা করা হবে।

তথ্যের উৎস

পূর্বের আলোচনা থেকে তোমরা নিশ্চয়ই বুঝতে পেরেছ যে, দৈনন্দিন জীবনে প্রাপ্ত সব তথ্য সঠিক নাও হতে পারে। তথ্য সঠিক নাকি ভুল তা জানার আগে তথ্যের উৎস সম্পর্কে জানতে হবে। যার কাছ থেকে বা যেই মাধ্যম থেকে তথ্য পাওয়া যায় তাকে তথ্যের উৎস বলে। আমরা তথ্য পেতে পারি নানাবিধ উৎস থেকে। মোটাদাগে বললে, তথ্যের রয়েছে মানবীয় সূত্র এবং অমানবীয় সূত্র। কোনো মানুষের কাছ থেকে কোনো তথ্য পেলে আমরা সেটাকে তথ্যের মানবীয় উৎস বা সূত্র বলতে পারি। আর মানুষ ব্যতীত অন্য যেকোনো উৎস থেকে তথ্য পেলে আমরা সেটাকে তথ্যের অমানবীয় উৎস বা সূত্র বলতে পারি। উদাহরণ দিলে বিষয়টি পরিষ্কার হবে। ধরা যাক, আজ তুমি স্কুলে যাওনি এবং বিকালে স্কুলের কোনো বড় ভাই বা আপুর কাছ থেকে জানতে পারলে 'আগামীকাল সোমবার তোমাদের স্কুল বন্ধ থাকবে'। ফলে সোমবার তুমি স্কুলে গেলে না। মঙ্গলবার স্কুলে গিয়ে জানলে যে গতকাল অর্থাৎ সোমবার স্কুল খোলা ছিল। ফলে ইচ্ছে থাকা সত্ত্বেও ভুল তথ্যের কারণে তুমি একদিন স্কুলের পড়াশোনা থেকে বঞ্চিত হয়েছ। একে বলা যেতে পাও, ভুল তথ্যের মাসুল। তোমার স্কুল বন্ধ থাকা সম্পর্কিত তথ্যের ওই উৎস ছিল তথ্যের মানবীয় সূত্র বা উৎস। তোমার ওই আপু বা ভাইয়া হলো তথ্যের মানবীয় সূত্র। এর বাইরে যতো ধরনের উৎস থেকেই তথ্য পাও না কেন তা তথ্যের অমানবীয় সূত্র বা উৎস বলে বিবেচিত হবে। যেমন: তোমার উপজেলায় এবার 'জুনিয়র স্কুল সার্টিফিকেট' পরীক্ষায় জিপিএ-৫ পেয়েছে ১০ হাজার জন। এই তথ্যটি তুমি স্থানীয় কোনো সংবাদপত্রের মাধ্যমে জানতে পারো কিংবা উপজেলা শিক্ষা অফিসের ওয়েবসাইট থেকেও জানতে পারো। কিংবা কোনো শিক্ষক বা তোমাদের কোনো বন্ধু অথবা এলাকার শিক্ষানুরাগী ব্যক্তি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে এই তথ্যটি জানতে পারেন। অতএব, তথ্যের কয়েকটি উৎস হলো:

ক. মানবীয় উৎস, যেমন: পরিবারে সদস্য, প্রতিবেশী, শিক্ষক, বন্ধু-বান্ধব ইত্যাদি।

খ. অমানবীয় উৎস, তথ্য প্রাপ্তির অমানবীয় উৎস আবার নানাবিধ ধরনের হতে পারে। যেমন-

১. গণমাধ্যম তথা মুদ্রিত ও অনলাইন সংবাদপত্র, রেডিও, টেলিভিশন, ছবি, সিসিটিভি ফুটেজ ইত্যাদি।

২. সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম তথা ফেসবুক, ইউটিউব, টুইটার ইত্যাদি।

৩. গণবিজ্ঞপ্তি তথা কোনো নির্দিষ্ট বিষয়ে কর্তৃপক্ষীয় ভাষ্য।

তথ্যের অমানবীয় উৎসের তালিকা করে শেষ করা যাবে না। তথ্যের প্রতিটি অমানবীয় উৎসের মূলে আবার কোনো না কোনো মানবীয় উৎস বিদ্যমান। যেমন: ওয়েবসাইট কিংবা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম। একটি ওয়েবসাইট কিংবা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের অ্যাকাউন্ট বা চ্যানেলে সাধারণত কোনো না কোনো মানুষই তথ্য আপলোড করে থাকেন। বিশেষ ক্ষেত্রে ওয়েবসাইটে রোবট দ্বারাও তথ্য তৈরি এবং আপলোড করা হয়। তবে সেটি বিশেষ ক্ষেত্র; আমরা এখানে তথ্যের সাধারণ অমানবীয় উৎস নিয়ে আলোচনাতেই সীমাবদ্ধ থাকবো। উপরের ক্লাসে তোমরা এ বিষয়ে আরও বিশদ ধারণা লাভ করবে। মানবীয় কিংবা অমানবীয় যেই মাধ্যমেই তথ্য জানানো হোক না কেন তা কিন্তু ভুল হতে পারে। ভুল তথ্যের জন্য আমাদের ছোট থেকে বড় যেকোনো প্রকার ক্ষতির সম্ভবনা রয়েছে। উপরে তোমার বন্ধুর কাছ থেকে প্রাপ্ত যে কাল্পনিক ভুল তথ্যের কথা বলা হয়েছে তাতেও কিন্তু তোমার স্কুল উপস্থিত না হওয়ার মতো ক্ষতি হওয়া সম্ভব। যেকোনো তথ্য সঠিক না ভুল তা কয়েকটি বিষয়ের ওপর নির্ভর করে।

তথ্যের সঠিকতা নিরূপন

তথ্যের সঠিকতা যেসব বিষয়ের ওপর নির্ভরশীল তার মধ্যে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হলো তথ্যের উৎস। তথ্য যেই উৎস বা সূত্র থেকে আসে তার সঠিকতা ও বিশ্বাসযোগ্যতার ওপর সেই তথ্যের সঠিকতা ও বিশ্বাসযোগ্যতা নির্ভরশীল। তথ্যের মানবীয় উৎস হিসেবে যাদেরকে বিবেচনা করা হয় তাদের মধ্যে রয়েছেন সামাজিকভাবে প্রতিষ্ঠিত কোনো ব্যক্তি যার পূর্ববর্তী কার্যক্রমের কারণে তাকে লোকে বিশ্বাসযোগ্য বলে বিবেচনা করেন। যেমন: তোমার এলাকার কোনো শিক্ষক বা সাংবাদিক যিনি সবসময়

দেশ-বিদেশের হালনাগাদ তথ্য সম্পর্কে ওয়াকিবহাল থাকেন। অমানবীয় উৎস হলে প্রথমেই দেখতে হবে সেটি কোন ধরনের মাধ্যম। গণমাধ্যমে যথেষ্ট যাচাই-বাছাই প্রক্রিয়ার মাধ্যমেই একটি তথ্য প্রকাশিত বা প্রচারিত হয়। তাই গণমাধ্যম থেকে প্রাপ্ত তথ্যের সঠিকতা তুলনামূলক বেশি হয়ে থাকে। তবে গণমাধ্যমে প্রকাশিত বা প্রচারিত হলেই তথ্য শতভাগ সঠিক হবে এমন কোনো নিশ্চয়তা নেই। সেক্ষেত্রে গণমাধ্যমটির খ্যাতি কিংবা বিশ্বাসযোগ্যতার ইতিহাস জড়িত হয়ে পড়ে। প্রতিষ্ঠিত গণমাধ্যম তথ্যের বিশ্বাসযোগ্যতা ও সঠিকতার মানদণ্ড হিসেবে বিবেচিত হয়। মূলকথা হলো, গণমাধ্যম যেহেতু একটা প্রাতিষ্ঠানিক কাঠামোর মধ্য দিয়ে পরিচালিত হয় তাই এখান থেকে প্রাপ্ত তথ্যের সঠিকতা তুলনামূলক বেশি। বর্তমানে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম তথ্যের বিকল্প উৎস হিসেবে ব্যাপকমাত্রায় গুরুত্ব পেয়ে থাকে। তবে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে তথ্য যেহেতু যাচাই বাছাইয়ের কোনো বাধ্যবাধকতা নেই তাই ফেসবুক, টুইটার, ইউটিউব কিংবা অন্য কোনো ধরনের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের তথ্য নিয়ে শতভাগ নিশ্চিত হওয়ার সুযোগ নেই। আবার প্রতিষ্ঠিত কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান যখন সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কোনো তথ্য প্রদান করে তখন সেটিও অন্যান্য উৎস থেকে বেশি নির্ভুল হয়ে থাকে। মোটকথা, তথ্য সঠিক না ভুল তা নিরূপনের একক কোনো পছন্দ বা পদ্ধতি উদ্ভাবন করা প্রায় অসম্ভব। তবে কিছু বিষয় বিবেচনায় রাখলে ভুল তথ্য দ্বারা বিভ্রান্ত হওয়ার সম্ভাবনা কমিয়ে আনা যায়। এর মধ্যে সর্বপ্রথমে আসে তথ্যের উৎসের বিশ্বাসযোগ্যতা। এরপর দেখা যেতে পারে তথ্যের বিষয়। সাধারণত যেসব বিষয়ে সমাজের মানুষ স্পর্শকাতর মনোভাব পোষণ করে থাকে সেই বিষয়গুলো নিয়ে ভুল তথ্য ছড়ানোর সম্ভাবনা বেশি। যেমন: ১. ধর্ম বা বর্ণভিত্তিক আবেগ নিয়ে তৈরি কোনো ভুল তথ্য যা আসলে গুজব; ২. রাজনীতি সংশ্লিষ্ট কোনো ভুল তথ্য যা আসলে এক ধরনের প্রোপাগান্ডা বা প্রচারণা। প্রোপাগান্ডা বা প্রচারণা হলো এক প্রকার তথ্য যাতে সত্যের সঙ্গে মিথ্যার মিশেল থাকতে পারে কিংবা পুরোটাই মিথ্যা হতে পারে; কিন্তু এমনভাবে উপস্থাপন করা হয় যাতে বিষয়টি যে মিথ্যা তা তুলিয়ে না দেখলে বোঝা শক্ত। রাজনৈতিক প্রোপাগান্ডা বা প্রচারণা কোনো ব্যক্তি বা দলের পক্ষে কিংবা বিপক্ষে হতে পারে। এছাড়া অবিশ্বাস্য কোনো কল্পকাহিনীকে ভিত্তি করেও ভুল তথ্য ছড়াতে পারে। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমকে কেন্দ্র করেই আমাদের সমাজে ভুল তথ্য বা গুজব ছড়িয়ে পরার ঘটনা বেশি। এদেশের গ্রামীণ সমাজে প্রচলিত একটি কুসংস্কার হলো- বড় কোনো নদীতে সেতু নির্মাণের জন্য নদীর অশরীরী আত্মাকে সন্তুষ্ট করার জন্য ছোট শিশুদের মাথা উপহার হিসেবে দিতে হয়। এটি নিতান্তই একটি কুসংস্কার এবং মূর্খ মানুষের অন্ধবিশ্বাস। অথচ ‘পদ্মা সেতুতে মানুষের মাথা লাগবে’-এমন গুজব বিশ্বাস করে দেশের বিভিন্ন স্থানে গণপিটুনিতে মানুষ হত্যার ঘটনা ঘটেছে। তাই গণমাধ্যম কিংবা সামাজিক মাধ্যমে কোনো তথ্য পেলেই তা বিশ্বাস করার কোনো যৌক্তিকতা নেই। আবার এমনও হতে পারে যে তথ্যের কিছু অংশ সত্য কিন্তু কিছু অংশ মিথ্যা। তুমি হয়তো সত্য অংশ সম্পর্কে আগেই জানতে কিন্তু পরবর্তীতে তাতে মিথ্যা তথ্য মিশিয়ে দেওয়া হয়েছে। মনে করো, তোমার পাশের গ্রামের সবচেয়ে বড়ো পুকুরের পানির রঙ একদিন সকালে পরিবর্তন হয়ে গেল। তুমি নিজেই পানির রঙ পরিবর্তনের বিষয়টি দেখেছ তাই এর সত্যতা নিয়ে তোমার কোনো সন্দেহ নেই। পরদিন স্কুলে গিয়ে তুমি জানতে পারলে পুকুরটির পানি পান করার ফলে মানুষের নানাবিধ রোগ-বলাই সেরে যাচ্ছে। যেহেতু পুকুরটির পানির রঙ পরিবর্তনের বিষয়টি তুমি নিজেই দেখেছ তাই পরবর্তী তথ্যের সঠিকতা নিয়ে তোমার মনে প্রশ্ন নেই। অথচ তথ্যটি ডাहा মিথ্যা; একদল স্বার্থান্বেষী লোক হয়তো গুজব রটিয়ে তা লোকজনকে বিশ্বাস করাচ্ছে। তাই যেকোনো পরিস্থিতিতে তথ্যের সঠিকতা নিয়ে দ্বিতীয়বার ভাবতে হবে এবং প্রশ্নের উদয় হলেই তা যাচাই করে দেখার চেষ্টা করতে হবে। কোনো চমকপ্রদ তথ্য দেখেই তা বিশ্বাস করে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে শেয়ার করা উচিত হবে না কিংবা নিজে থেকে যাচাই না করে তা অন্যের কাছে বলে বেড়ানোও ঠিক নয়। এ বিষয়ে প্রতিষ্ঠিত গণমাধ্যমে কি বলা হচ্ছে তা জানার জন্য অপেক্ষা করা উচিত।

তথ্য যাচাইয়ের উপায়

অনলাইন এমন একটি পরিসর যেখানে তুমি কাকে বিশ্বাস করবে আর কাকে বিশ্বাস করবে না-সে বিষয়ে সিদ্ধান্ত নেওয়া খুবই কঠিন কাজ। কারণ, অনলাইনে যেসব মাধ্যম থেকে তুমি তথ্য পেয়ে থাকো তাদের কাউকেই হয়তো তুমি চিনো না। ফলে তাদের বিশ্বাসযোগ্যতা নিয়ে তোমার মনে সন্দেহ থেকে যাওয়াই স্বাভাবিক। কতিপয় ভুইফোড় অনলাইন পোর্টাল সাংবাদিকতার নামে যেসব তথ্য অনলাইনে ছড়িয়ে থাকে তা বেশিরভাগ সময়ই বিশ্বাসযোগ্য হয় না। ফেসবুক কিংবা অন্য কোনো সামাজিক মাধ্যমে বেশি শেয়ারের আশায় এসব তথ্যকথিত গণমাধ্যমে সাধারণ ঘটনার অতিরঞ্জিত কিংবা প্রয়োজনীয় নয় এমন সব তথ্যে ঠাসা বিষয়াবলী উপস্থাপন করার চেষ্টা দেখা যায়। এতে করে সংশ্লিষ্ট অনলাইন পোর্টালটির কিছু আর্থিক লাভ রয়েছে। কোনো খবর ছবি ভিডিও বা অন্য কোনো আধেয় অনলাইনে যত বেশি শেয়ার হয় তত বেশি পাঠক/দর্শক বা অডিয়েন্সের কাছে তা পৌঁছানো সম্ভব হয়।

যেকোনো তথ্যের সঠিকতা নিয়ে প্রশ্ন উঠলে কতগুলো পদ্ধতি অবলম্বন করে তা যাচাই করা সম্ভব। মানবীয় উৎস থেকে প্রাপ্ত তথ্য যাচাইয়ের উপায় দুই ধরনের। যিনি তথ্যটি প্রদান করেছেন তার বিশ্বাসযোগ্যতা এবং তিনি যেই সূত্রের বরাতে তথ্যটি প্রদান করেছেন সেই সূত্রের বিশ্বাসযোগ্যতা যাচাই করতে হবে। অনেক সময় এমন হতে পারে যে, যিনি তথ্যটি তোমাকে জানাচ্ছেন তিনি নিজেই ভুল তথ্য দ্বারা বিভ্রান্ত হয়েছেন। তাই তার বিশ্বাসযোগ্যতা নিয়ে প্রশ্ন না থাকলেও তথ্যটি যাচাইয়ের প্রয়োজন রয়েছে। এমন পরিস্থিতিতে অন্য কোনো মানবীয় সূত্র বা উৎসই হতে পারে তথ্যটি যাচাইয়ের প্রথম ক্ষেত্র। যে বিষয়ের তথ্য সেই বিষয়ে জানাশোনা আছে এমন ব্যক্তি তথ্যটির সঠিকতা সম্পর্কে তোমাকে সাহায্য করতে পারেন। অমানবীয় উৎস থেকে প্রাপ্ত তথ্যের সঠিকতা যাচাইয়ের প্রক্রিয়াটি অনেক জটিল। অনেক সময় এসব তথ্যের সঠিকতা যাচাই করা দুরূহও বটে। তবে কিছু বিষয় মাথায় রাখলে ভুল তথ্য দ্বারা বিভ্রান্ত হওয়ার সম্ভাবনা কমে যায়। গণমাধ্যম বা সামাজিক মাধ্যমে যেকোনো ধরনের তথ্য যাচাই করতে তথ্যটির উৎস বিবেচনা করতে হবে। মনে করো, ফেসবুকে একটি ফটোগ্রাফ কিংবা ভিডিও ভাইরাল হয়েছে। এক্ষেত্রে ফটোগ্রাফ কিংবা ভিডিওটি একটি তথ্য যার সত্যতা নির্ণয় করতে হবে। প্রথমেই দেখতে হবে, ছবিটির ফটোগ্রাফার কিংবা ভিডিওটি কে ধারণ করেছেন? তার বক্তব্য এ বিষয়ে সত্যাসত্য নির্ণয়ের প্রথম পর্যায়। ফটোগ্রাফার কিংবা ভিডিও ধারণকারীকে পাওয়া সম্ভব না হলে যিনি তথ্যটি সামাজিক মাধ্যমে আপলোড করেছেন তার মতামত জানতে হবে। তার বিশ্বাসযোগ্যতাও এখানে তথ্যটির সঠিকতার সঙ্গে জড়িত। এভাবে ছবি, ভিডিও বা খবর যাই হোক না কেন তা ভাসা-ভাসা ভাবে নয় বরং তলিয়ে দেখতে হবে। তথ্যটির সমর্থনে অন্য কোনো তথ্য আছে কি না তা দেখা যেতে পারে। সামাজিক বা গণমাধ্যমে তথ্যটি আপলোডের তারিখ মিলিয়ে দেখতে হবে। কৌতুক করার জন্য তথ্যটি আপলোড করা হয়েছে কি না নিশ্চিত হতে হবে। কিছু কিছু ওয়েবসাইট আছে যেখানে শুধু মজা করার জন্য কিছু বিষয়ে অতিরঞ্জিত বা বানোয়াট কিছু বলা হয়। এসব ওয়েবসাইট সম্পর্কে না জেনে তা বিশ্বাস করা ঠিক হবে না। আবার অনেক সময় গণমাধ্যমেও কৌতুক করার জন্য ক্ষতিকর নয় এমন কোনো তথ্য আসতে পারে। তবে এক্ষেত্রে উপরের দিকে ছোট করে বিষয়টি যে কৌতুক তা নিশ্চিত করা হয়। অনেকের চোখই তা এড়িয়ে যায়। ফলে বিভ্রান্তি তৈরি হয়। তথ্যটি কি কারো প্রতি বিদ্বেষ বা কারো পক্ষে যাচ্ছে? এই প্রশ্ন করতে হবে এবং এ বিষয়ে জানাশোনা আছে এমন কারো কাছ থেকে নিশ্চিত হতে হবে। একই তথ্য একাধিক গণমাধ্যম কিংবা সামাজিক মাধ্যমে নানা ভাবে উপস্থাপিত হলে তখনই তথ্যটির সঠিকতা কিংবা দুর্বলতা বিষয়ে সিদ্ধান্ত না নিয়ে অপেক্ষা করতে হবে। অতিরিক্ত বিস্ময় জাগানিয়া তথ্য বেশি করে যাচাই করতে হবে। ফেক বা ভুয়া ওয়েবসাইট শনাক্ত করতে এর ঠিকানা সঠিক কি না তা যাচাই করতে হবে। একটি ওয়েবসাইটের আদলে আরেকটি ভুয়া ওয়েবসাইট তৈরি করা অসম্ভব কোনো কাজ নয়। তবে ওয়েবসাইটটির ঠিকানা বা ইউআরএল (ইউনিফায়েড রিসোর্স লোকের) অবশ্যই ভুয়া হয় না।



উপরের স্ক্রিনশটটি খেয়াল করলে ইউআরএল বিষয়টি বোঝা সহজ হবে। ওয়েবসাইটটি সঠিক কি না তা জানতে ইউআরএলটি সঠিক কি-না তা যাচাই করতে হবে।

এতোক্ষণ ইন্টারনেটে প্রাপ্ত তথ্যের সত্যতা নিশ্চিত হতে করণীয় সম্পর্কে আলোচনা করা হলো। এবার আসা যাক সামাজিক মাধ্যমে তথ্য শেয়ার বিষয়ে; যেকোনো লিংক, স্ক্রিনশট, ছবি, অডিও/ভিডিও সামাজিক মাধ্যমে শেয়ার করার আগে-

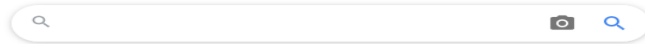
১. লিংকটি সম্পূর্ণ পড়ে নিতে হবে; দেখতে হবে তাতে সন্দেহজনক কোনো কিছু আছে কি না। স্ক্রিনশট, ছবি বা অডিও/ভিডিও হলে সেটি আসল কি না দেখতে হবে। এক্ষেত্রে আর্টিকেল বা নিউজটি কোন ওয়েবসাইট থেকে নেওয়া তা দেখতে হবে। ছবি, স্ক্রিনশট বা অডিও/ভিডিও সম্পাদনা করে তৈরি করা হয়েছে কি না জেনে নিতে হবে।
২. ওয়েবসাইটের সত্যতা জানার জন্য ইউআরএল বা ঠিকানা দেখে নেওয়া ছাড়াও ওয়েবসাইটের 'কন্টাক্ট আস' অংশে মনোযোগ দিয়ে দেখ। ভুয়া ওয়েবসাইট হলে এখানে পর্যাপ্ত তথ্য পাবে না। ওয়েবসাইটের নাম, লোগো এসব খেয়াল করতে হবে।

৩. রিপোর্ট বা আর্টিকেল কোন ব্যক্তির নামে আসলে (অর্থাৎ বাই লাইন হলে) ওই ব্যক্তি সম্পর্কে খোঁজ-খবর নিন। কারণ তার বিশ্বাসযোগ্যতার ওপর আর্টিকেলের বিশ্বাসযোগ্যতা নির্ভর করবে। ভুইফোড় কোনো ব্যক্তির কোনো দাবি নিশ্চয়ই তুমি বিশ্বাস করবে না!
৪. আর্টিকেলটি খুঁটিয়ে খুঁটিয়ে পড়ো; মনোযোগী পাঠকের চোখেই ভুল বা অসঙ্গতি ধরা পড়বে।
৫. আর্টিকেল, অডিও/ভিডিওতে যেসব সূত্রের বরাতে কোনো দাবি করা হয়েছে সেসব সূত্রের সত্যতা নিশ্চিত হও। বাংলাদেশে নির্বাচনের সময় ছড়ানো অধিকাংশ ভুয়া সংবাদেই যেসব সংস্থা বা ওয়েবসাইটের বরাত দেওয়া হয়েছে বাস্তবে তার কোনো অস্তিত্বই নেই।
৬. ওয়েবসাইটটিতে দেখানো বিজ্ঞাপন হতে পারে তার সত্যতা নির্ণয়ের অন্যতম মাপকাঠি। বেশিরভাগ ভুয়া ওয়েবসাইটে এমন সব বিজ্ঞাপন থাকে যা ঠিক স্বাভাবিক নয়। যৌনতা, ব্যবসায়িক বিরাট লাভের আশ্বাস ইত্যাদি লোভনীয় বিজ্ঞাপন থাকে।



এখানে ক্লিক করলে পপ-আপ উইন্ডোতে তা ওপেন হয়। ভুয়া ওয়েবসাইটে এমন পপ-আপ উইন্ডো বারবার ‘শো’ করে থাকে। এটি ওয়েবসাইটটি আসল নাকি ভুয়া তা বোঝার অন্যতম মাপকাঠি।

৭. যেসব সংবাদের শিরোনামে আশ্চর্যবোধক চিহ্ন থাকে সেগুলো ভিন্ন সূত্র থেকে যাচাই কর।
৮. গুগলে ছবির ‘রিভার্স সার্চ’ করে এর সত্যতা নিশ্চিত হতে পারো। গুগলে ছবির সত্যতা নির্ণয় করার বিভিন্ন পদ্ধতি রয়েছে। তোমার ডেস্কটপ কম্পিউটার থেকে সহজেই নিচের পদ্ধতি অনুসারে যেকোনো ছবির সত্যতা যাচাই করতে পারো।



গুগল ইমেজ লিঙ্কে যাও। সেখানে ২টা অপশন পাবে; একটি Paste Image URL আর একটি Upload an Image যেকোনো একটি বেছে নিতে পারো। যদি ছবিটা অনলাইনে কোথাও থাকে তবে সেটার ইউআরএলটা Paste Image URL এ দিলেই গুগল কাজক্ষত তথ্য দিবে। যদি ছবিটি তোমার কম্পিউটারে সেইভ করা থাকে তবে Upload an Image এ ক্লিক করে তা আপলোড করে নিবে। এভাবে শুধু গুগল নয় অন্যান্য সার্চ ইঞ্জিনের মাধ্যমেও তুমি যেকোনো ছবির সত্যতা সম্পর্কে নিজেই যাচাই করতে পারবে।

৯. ভুইফোড় অনলাইন পোর্টালের খবর শেয়ার করার আগে কিছু বিষয়ে ভাবতে হবে। যেমন:

- ক. সংবাদটি প্রকাশের তারিখ ও স্থান যাচাই;
- খ. শিরোনাম দেখেই শেয়ার নয়, ভেতরে কি আছে তা দেখতে হবে;
- গ. মতামতটি আসলে কার, নিশ্চিত হতে হবে;
- ঘ. একই সংবাদ অন্য গণমাধ্যমগুলো কিভাবে দিচ্ছে তা যাচাই করতে হবে;
- ঙ. সংবাদ-এর নিচে ‘কমেন্ট’ সেকশন একটু দেখে নেওয়া যেতে পারে। এতে করে অন্য পাঠক কিভাবে সংবাদটি মূল্যায়ন করছে তা জানা সম্ভব হবে;
- চ. ছবি অথবা ভিডিওটি গ্রাফিক্স কিংবা অন্য অডিও জুড়ে দিয়ে সম্পাদনা করা হয়েছে কি-না নিশ্চিত হতে হবে;

- ছ. যে প্রতিষ্ঠান কিংবা ব্যক্তির নামে সংবাদ তার কোনো বক্তব্য আছে কি-না দেখতে হবে;
- জ. সংবাদটি সাম্প্রতিক আলোচিত বিষয়ের সাথে সম্পর্কিত নাকি পূর্বের কোনো সংবাদ ইচ্ছাকৃতভাবে বেশি শেয়ার পাওয়ার আশায় বর্তমান প্রেক্ষাপটে আবার প্রচার করা হচ্ছে?
- ঝ. শুধুমাত্র মজা করে সংবাদটি প্রচার করা হয়েছে কি-না?
- ঞ. ভিডিওর সাথে যে বর্ণনা দেওয়া হচ্ছে কিংবা ছবির সাথে যে ক্যাপশন দেওয়া হচ্ছে তার সাথে ভিডিওর/ছবির মিল আছে কি-না। ভিডিওতে দৃশ্যমান পোস্টার, সাইনবোর্ড, মানুষের কথার আঞ্চলিকতার আভাস, গাড়ির নাম্বার প্লেট, দোকানের নাম ইত্যাদি দেখে স্থান সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া যেতে পারে।

দলগত কাজ

শিক্ষক শ্রেণিকক্ষে কিছু ভূয়া ছবি, স্ক্রিনশট, ভিডিও দিয়ে শিক্ষার্থীদের কয়েকটি দলে বিভক্ত করবেন এবং তাদেরকে সেগুলোর সঠিকতা যাচাই করতে বলবেন।

গণমাধ্যম ও সামাজিক মাধ্যমে তথ্যের সঠিকতা যাচাইয়ের জন্য কিছু সঠিক ও ভূয়া ওয়েবসাইটের ঠিকানা দিয়ে তাদেরকে সেগুলো নির্ণয় করতে বলবেন।

ফটোগ্রাফ, ভিডিও, অডিও সম্পাদনা করা সম্ভব এমন কিছু সফটওয়্যার বা কৌশল সম্পর্কে শিক্ষার্থীদের বাস্তব ধারণা দিবেন।

নমুনা প্রশ্ন (বহুনির্বাচনী)

- নিচের কোনটি তথ্য নয়-
 - সারাদেশে ৪০ মিলিমিটার বৃষ্টিপাত হয়েছে।
 - আধুনিক অর্থশাস্ত্রের জনক অ্যাডাম স্মিথ।
 - মালদ্বীপের বিপক্ষে ৬-০ গোলের জয় পেল বাংলাদেশ।
 - ‘সকালে উঠিয়া আমি মনে মনে বলি সারাদিন আমি যেন ভালো হয়ে চলি’।
- সামাজিক মাধ্যমে পাওয়া যেকোনো তথ্য আমরা-
 - বিশ্বাস করবো।
 - অবিশ্বাস করবো।
 - যাচাই করবো।
 - তথ্যকে সঠিক মনে করে অন্যকে জানাবো।
- অনলাইনে তথ্য যাচাইয়ের জন্য প্রয়োজন-
 - তথ্য যাচাইয়ের মানসিকতা।
 - তথ্য যাচাইয়ের পদ্ধতি সম্পর্কে ধারণা।
 - তথ্যের সঠিকতা বিষয়ে প্রাথমিক জ্ঞান।
 - উপরের সবগুলো।

নিচের অনুচ্ছেদটি পড় এবং সংশ্লিষ্ট প্রশ্নের উত্তর দাও:

সামাজিক মাধ্যমে নাফির একটি নিজস্ব অ্যাকাউন্ট আছে। সে নিয়মিত সেখান থেকে কিছু তথ্য পায়। একদিন সে ফেসবুক টাইমলাইনে ভারতের রানু মণ্ডলকে নিয়ে একটি খবরের লিংক দেখতে পেল। যাতে দাবি করা হয়েছে বিখ্যাত বলিউড তারকা সালমান খান রানু মণ্ডল নামে এক নারীকে ৫৫ লাখ টাকার ফ্ল্যাট উপহার দিয়েছেন। নাফি এর আগে ফেসবুকে রানু মণ্ডলের কণ্ঠে লতা মুঙ্গেশকরের বিখ্যাত গান ‘তেরি মেরি কাহানি’ শুনেছে। কলকাতার রানাঘাট স্টেশনে বসে রানু মণ্ডলের গাওয়া গানটি ফেসবুকে ভাইরাল হয়েছিল।

প্রশ্ন:

- ফেইক নিউজ কি?
- ফেইসবুকে সন্দেহজনক কোনো তথ্য পেলে কিভাবে যাচাই করা উচিত?
- উদ্দীপকে বর্ণিত ঘটনাটি অবলম্বনে আমাদের সমাজে গুজব ছড়িয়ে পরার ধারা সংক্ষেপে আলোচনা কর।

কেইস স্টাডি-১

ভূয়া ওয়েবসাইট চেনার উপায়: প্রথম আলো কেইস

একাদশ জাতীয় সংসদ নির্বাচনের আগে বাংলাদেশের একাধিক মুদ্রণ ও অনলাইন গণমাধ্যমের ওয়েবসাইট ক্লোন করে ভূয়া তথ্য ছড়ানো হয়েছিল। দৈনিক প্রথম আলোর ওয়েবসাইটের মতো হুবহু একটি ওয়েবসাইট তৈরি করে ভূয়া তথ্য বা সংবাদ ছড়ানো হয়েছিল। প্রথম আলোর ওয়েবসাইটটির আদলে যেই ভূয়া ওয়েবসাইট তৈরি করা হয়েছিল তার কয়েকটি বিষয় লক্ষণীয়। যেমন:

১. ওয়েবসাইটের ঠিকানায় সামান্য অদল বদল ছিল। যেমন: Prothomalo.com Prothomaalo.com
২. সূক্ষ্মভাবে লক্ষ্য করলে ওয়েবসাইটের টেমপ্লেট বা নকশায় কিছু পার্থক্য চোখে পরে। যেমন: প্রথম আলোর আদলে তৈরি ভূয়া ওয়েবসাইটের বাম পাশে সার্চ অপশন, মধ্যখানে প্রথম আলোর লোগো এবং ডান পাশে মেনু বার ছিল। আসল ওয়েবসাইটে বাম পাশে মেনু বার, মধ্যখানে প্রথম আলোর লোগো এবং ডান পাশে উপরে নিচে তিনটি ডট চিহ্ন আছে।
৩. প্রথম আলোর মাস্টহেডের নীচেই নির্বাচিত, সবচেয়ে, এলাকার খবর, আমার খবর, ছবি, ভিডিও, অনলাইন ভোট নামে বিভিন্ন সাব পেইজে যাওয়ার অপশন আছে যা ভূয়া সাইটে নেই।
৪. অ্যাপস দিয়ে প্রথম আলো লগইন করার পর জ্বল করে একেবারে নিচে গেলে সম্পাদক বা প্রকাশকের নাম, ঠিকানা, পত্রিকা প্রকাশের স্থান, ফোন ও ফ্যাক্স নাম্বার, ইমেইল ইত্যাদি তথ্য থাকে না। ভূয়া সাইটে এসব ছিল। বেশিরভাগ সংবাদে ক্লিক করলে সেটি প্রদর্শিত হয় না; বরং রিডিপেইজ হয়ে আগের মূল পাতা বা হোম পেইজে চলে আসে।
৫. প্রথম আলোর ক্ষেত্রে একটিমাত্র সংবাদকে টার্গেট করা হয়েছিল। ‘কামাল রাষ্ট্রপতি! তারেক রহমান হচ্ছেন প্রধানমন্ত্রী!’ শিরোনামের ওই সংবাদ ছাড়া বাকি সংবাদগুলোতে ক্লিক করলে রিডিপেইজ হয়ে মূল পেইজে ফেরত আসছিল।
৬. বেশিরভাগ সংবাদই ছিল পুরনো যদিও সেগুলোতে ক্লিক করলে রিডিপেইজ হয়ে মূল পাতাতেই ফেরত আসছিল।
৭. প্রথম আলো কর্তৃপক্ষ ‘প্রথম আলোর আদলে ভূয়া সাইট’ শিরোনামে পাঠকদের সতর্ক করে অনলাইনে সংবাদ দেওয়ার দেড় ঘণ্টার মধ্যে সংবাদটি প্রায় হুবহু কপি পেস্ট করে ভূয়া সাইটেও আপ করা হয়। তবে সেখানে মূল ওয়েবসাইটের মতোই সংবাদের শেষে ‘প্রথম আলোর যেকোনো খবর পড়তে ক্লিক করুন: <http://prothomaalo.com/>’ লিখে মূলত ভূয়া সাইটটির ঠিকানাই দেওয়া হয়। তখন অবশ্য রাষ্ট্রপতি ও প্রধানমন্ত্রী বিষয়ক আগের শিরোনামটি ভূয়া সাইট থেকে সরিয়ে নেওয়া হয়।
৮. ভূয়া ওয়েবসাইটটিতেও কমেন্ট অপশন ছিল অর্থাৎ সবকিছুই আগে থেকে পরিকল্পনামাফিক করা হয়েছে। প্রথম আলোর ভূয়া ওয়েবসাইট বিষয়ক সংবাদ ২.২৭ মিনিটে ভূয়া সাইটটিতে আপ করা হয়। আধা ঘণ্টার মধ্যেই সেখানে ৩০টির বেশি কমেন্ট পরে। সেখানে একজন ‘এটা অরিজিনাল প্রথম আলো নয়। সবাই কমেন্ট করতে সতর্ক থাকুন’ লিখে কমেন্ট করলে অন্যজন আবার এর পাল্টা কমেন্ট করে লিখেন ‘মাথায় গিয়ারস্টিক আলে নাকি’।
৯. ভূয়া সাইটটির বিজ্ঞাপন, সার্কুলেশন, পবিত্র হজ্জ, দূর পরবাস, উত্তর আমেরিকা, মোবাইলের ছবির পাশে ২২২১, ট্রাস্ট, প্রতিচিন্তা, কিশোর আলো, abc রেডিও, বন্ধুসভা’র ঠিকানা হাইপারলিংক করা ছিল। এসবে ক্লিক করলে কোনো কোনো সময় নতুন ট্যাব অপেন হয়ে প্রথম আলোর মূল সাইটের সঙ্গে হাইপারলিংকড করা প্রতিচিন্তা বা অন্যান্য পেইজে পৌঁছে যাচ্ছিলেন পাঠক। তাই বিষয়টা খুবই বিভ্রান্তিকর ছিল। তবে সবগুলো হাইপারলিংক ঠিকঠাক কাজ করছিল না।
১০. একেবারে নিচের দিকে দেওয়া প্রচ্ছদ, ফিচার, জীবনযাপন, বিজ্ঞাপন ও প্রযুক্তিসহ নানাবিধ সাব-টপিকে ক্লিক করলে রিডিপেইজ হয়ে ভূয়া সাইটের হোম পেইজেই আসছিল।
১১. তবে মূল সাইটের ডান পাশের ইংলিশ ভার্সনে ক্লিক করলে কিন্তু প্রথম আলোর হাইপারলিংকড করা আসল সাইটে যাচ্ছিল। অর্থাৎ প্রথম আলোর সঙ্গে হাইপারলিংকড করা আছে এমন সব পেইজের আসল ঠিকানাতেই যাওয়া যাচ্ছিল কিন্তু মূল প্রথম আলোর সাব-টপিক, যেমন: আন্তর্জাতিক সংবাদ, ফিচার, ছবি ইত্যাদিকে ক্লিক করলে প্রথম আলোর মূল সাইটেও যাচ্ছিল না কিংবা ভূয়া অন্য কোনো সাইটেও যাচ্ছিল না। রিডিপেইজ হয়ে ভূয়া সাইটের হোম পেইজেই আসছিল।

১২. মূল প্রথম আলোতে লোগোর নিচে ঢাকা, শনিবার, ১৭ নভেম্বর ২০১৮। তারিখ লেখা ছিল; ভুয়া সাইটে এমন ছিল না।
১৩. ভুয়া সাইটের ডান দিকের সার্চ অপশন কাজ করছিল না।
১৪. <http://prothomaalo.com/news/cat/15> এটি ভুয়া সাইটের রিডিरेক্ট করার পরের অ্যাড্রেস। উপরের বিনোদন, ফিচার, আন্তর্জাতিক সংবাদ এসব সাব-টপিকে ক্লিক করলে সার্চ ইঞ্জিনের অ্যাড্রেস বাসে ওই অ্যাড্রেস লেখা উঠে একটি খালি পৃষ্ঠা দেখাচ্ছিল। এর মাধ্যমে অবশ্য অন্য কোনো পেইজে যাচ্ছিল না কিংবা ভুয়া সাইটের হোম পেইজেও আসছিল না।

সংবাদ উপস্থাপনের ক্ষেত্রে বিভিন্ন প্রভাবকের ভূমিকা

মাহবুবুল হক ভূইয়া

সহকারি প্রভাষক
গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ
কুমিল্লা বিশ্ববিদ্যালয়

মানুষের প্রাত্যহিক জীবনে অন্যান্য মৌলিক চাহিদার পাশাপাশি সংবাদও একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। মানুষ তার প্রতিদিনের জীবন, চারপাশ, রাজনীতি, অর্থনীতি, খেলাধুলা, বিনোদন ইত্যাদি সম্বন্ধে তরতাজা তথ্য জানতে চায়। মূলত মানুষের জানার এ চাহিদা থেকেই সংবাদের উৎপত্তি। সংবাদমাধ্যমও তার উৎপত্তির আদিকাল থেকেই মানুষের চাহিদার দিকে বিবেচনা করেই সংবাদ নির্বাচন ও তার ধরন নির্ধারণ করেছে। তবে সময়ের পরিবর্তনের পাশাপাশি সংবাদ নির্বাচন ও ধরনের ক্ষেত্রে পরিবর্তন এসেছে। তার অনেক কিছু মানুষের রুচি ও চাহিদার পরিবর্তনকে মাথায় রেখে পরিবর্তন হয়েছে। তবে সময়ের সঙ্গে সঙ্গে সংবাদের উপর ভোক্তার রুচি ও চাহিদার প্রভাবের পাশাপাশি আরও কিছু প্রভাব তৈরি হয়েছে। যেগুলো মূলত সংবাদ ভোক্তা সংশ্লিষ্ট নয়, বরং সংবাদ ও সংবাদ প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট। এ প্রভাবগুলোও সংবাদ উপস্থাপনের ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব তৈরি করে।

সংবাদ:

সংবাদের নানা ধরনের সংজ্ঞা রয়েছে। তবে সাধারণত যে তথ্য জানার জন্য মানুষের মধ্যে আগ্রহ আছে, সে তথ্য সংবাদপত্র, টেলিভিশন, ইন্টারনেট কিংবা অন্য কোনো মাধ্যমে প্রচার করা হয় তাকে সংবাদ বলে। সংবাদের মূল উদ্দেশ্য হলো মানুষকে কোনো বিষয় সম্বন্ধে জানানো। এছাড়াও মানুষকে বিনোদন প্রদান, কোনো বিষয়ে ব্যাখ্যা প্রদান করা কিংবা মানুষকে কোনো বিষয় সম্পর্কে প্রভাবিত করাও সংবাদের কার্যাবলীর মধ্যে পরে।

সংবাদের ওপর প্রভাব কি?

মানুষ সাধারণত বিশ্বস্ত ও বস্তুনিষ্ঠ তথ্যের জন্য গণমাধ্যমের উপর নির্ভর করে। গণমাধ্যমেরও তার আধেয়ের মাধ্যমে মানুষকে প্রভাবিত করার ক্ষমতা রয়েছে। অনেক ক্ষেত্রে গণমাধ্যমে জনস্বার্থের জন্য সংবাদ প্রচারিত হলেও সেটির কারণে পক্ষ-বিপক্ষ তৈরি হয়। ফলে সাধারণত সংবাদ যাদের বিপক্ষে যায় তারা সংবাদকে প্রভাবিত করতে চায়। সাধারণত কোনো সংবাদ কারও বিপক্ষে গেলে সংবাদ প্রচারকারী প্রতিষ্ঠান, সাংবাদিকের উপর প্রভাব তৈরি করার চেষ্টা করা হয়। সাধারণত সাংবাদিকদের হুমকি প্রদান, প্রলোভন দেখানো, মালিকপক্ষকে প্রভাবিত করা, বিজ্ঞাপনের উৎস নিয়ন্ত্রণ, সংবাদের উৎস নিয়ন্ত্রণ ইত্যাদি বিভিন্নভাবে সংবাদের উপর প্রভাব তৈরি করা হয়।

সংবাদের ওপর বিভিন্ন ধরনের প্রভাবকের ভূমিকা:

সংবাদ উপস্থাপনার ক্ষেত্রে সাধারণত যে যে প্রভাবকগুলো প্রভাব বিস্তার করে সেগুলো নিম্নরূপ:

মালিকানার প্রভাব: সংবাদ প্রতিষ্ঠানের মালিকানার ধরন সাংবাদিকদের উপর গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব বিস্তার করে। পৃথিবী ব্যাপি সংবাদ প্রতিষ্ঠানের মালিকানার ক্ষেত্রে একটি বড় অংশ ধনী ও প্রভাবশালী প্রতিষ্ঠানকে দেখা যায়। এ ধরনের প্রতিষ্ঠানগুলো সাধারণত মুনাফা আহরণ এবং নিজেদের সুরক্ষার জন্য গণমাধ্যম প্রতিষ্ঠান পরিচালন করে। ফলে অধিকাংশ ক্ষেত্রেই তারা নিজ স্বার্থ অনুযায়ী সংবাদ প্রচার করতে সংবাদ প্রতিষ্ঠানকে প্রভাবিত করে। ফলে সংবাদ নির্বাচন ও ধরন নির্ধারণের ক্ষেত্রে মালিকানার প্রভাব পড়ে। পাশাপাশি সংবাদ প্রতিষ্ঠানের মালিকপক্ষ সাধারণত তাদের নিজেদের এবং ব্যবসায়িক স্বার্থ সংশ্লিষ্ট কারও বিপক্ষে যায়, এমন সংবাদ প্রচারে বাধা তৈরি করে এবং সংবাদ পরিবেশনার ধরন নির্ধারণে প্রভাব তৈরি করে।

বিজ্ঞাপনের প্রভাব: গণমাধ্যমের যেসব কার্যাবলী রয়েছে, তার মধ্যে একটি বিজ্ঞাপন প্রচার করা। এর মাধ্যমে গণমাধ্যম তার পাঠক-দর্শককে বিভিন্ন পণ্য ও সেবা সম্পর্কে ধারণা প্রদান করে। আবার যেসব বিষয় সংবাদে উপর প্রভাব বিস্তার করে তার মধ্যে বিজ্ঞাপন অন্যতম। কারণ, গণমাধ্যম বিজ্ঞাপন প্রচারের মাধ্যমে যে অর্থ উপার্জন করে সেটি তার আয়ের সবচেয়ে বড় উৎস। এ আয়ের মাধ্যমেই গণমাধ্যম তার কর্মীদের বেতন দেয় এবং গণমাধ্যম পরিচালনা সংশ্লিষ্ট অন্যান্য ব্যয় নির্বাহ করে। ফলে গণমাধ্যমের ওপর বিজ্ঞাপনের গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব রয়েছে।

গণমাধ্যম সাধারণত দুই ধরনের উৎস থেকে বিজ্ঞাপন পেয়ে থাকে।

- ✓ সরকারি উৎস: এ উৎস থেকে গণমাধ্যম সরকারি বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের বিজ্ঞাপন পেয়ে থাকে।
- ✓ বেসরকারি উৎস: বেসরকারি বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের পণ্য, সেবা ইত্যাদির বিজ্ঞাপন।

গণমাধ্যম কর্মীদের বেতন প্রদান, গণমাধ্যমের অন্যান্য আনুষঙ্গিক ব্যয়, মালিকপক্ষের মুনাফা ইত্যাদি সবকিছু নির্বাহে গণমাধ্যমকে বিজ্ঞাপনের উপর নির্ভর করতে হয়। ফলে বিজ্ঞাপন প্রদানকারী পক্ষের, বিপক্ষে যেতে পারে, গণমাধ্যম সাধারণত এমন সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে সতর্কতা অবলম্বন করে। অনেক ক্ষেত্রে সংবাদ প্রকাশ থেকে বিরত থাকে। পাশাপাশি বিজ্ঞাপন প্রদানকারী পক্ষ কোনো কোনো ক্ষেত্রে তাদের পক্ষে সংবাদ প্রচার করতে এবং তাদের বিপক্ষে যায় এমন ক্ষেত্রে বিজ্ঞাপন প্রচার থেকে বিরত থাকতে প্রভাবিত করতে পারে। এভাবে বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে সংবাদ উপস্থাপনার ক্ষেত্রে প্রভাব তৈরি হয়।

রাজনৈতিক প্রভাব: গণমাধ্যমের উপর তথা সংবাদের ওপর রাজনৈতিক প্রভাব নানাভাবে তৈরি হতে পারে। পৃথিবীর অনেক দেশেই রাষ্ট্র গণমাধ্যমের লাইসেন্স প্রদান করে। অনেক ক্ষেত্রে রাজনৈতিক বিবেচনায় লাইসেন্স ও মালিকানা প্রদান করা হয়। ফলে গণমাধ্যম মালিকপক্ষের রাজনৈতিক আদর্শ দ্বারা প্রভাবিত হয়। অর্থাৎ রাজনৈতিকভাবে সংশ্লিষ্ট মালিকের স্বার্থে আঘাত করতে পারে, পাশাপাশি মালিক যে পক্ষের রাজনীতির সঙ্গে জড়িত; এমন সংবাদ প্রচার থেকে গণমাধ্যম বিরত থাকে। আবার অনেক ক্ষেত্রে কোনো কোনো গণমাধ্যমকে নির্দিষ্ট কোনো রাজনৈতিক মতাদর্শের সমর্থনে নিয়োজিত থাকতে দেখা যায়। সেসব ক্ষেত্রেও গণমাধ্যমের সংবাদ প্রচারের রাজনৈতিক পক্ষ-বিপক্ষের প্রভাব পড়ে। আবার কখনো কখনো ক্ষমতাসীন ব্যক্তি, রাজনীতিবিদ কিংবা রাজনৈতিক দলও সরাসরি গণমাধ্যমের নানা ধরনের বিধি নিষেধ আরোপ করে। এভাবেও গণমাধ্যমের সংবাদ প্রচারে রাজনৈতিক প্রভাব পরিলক্ষিত হয়।

রাষ্ট্রীয় প্রভাব: রাষ্ট্র প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে গণমাধ্যমের সংবাদ প্রভাবের উপর প্রভাব বিস্তার করতে পারে। গণমাধ্যমের লাইসেন্স প্রদান, ভর্তুকি প্রদান, সেন্সরশীপসহ ইত্যাদি বিভিন্ন কারণে সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে রাষ্ট্রীয় প্রভাব পড়ে। সাধারণত রাষ্ট্র কর্তৃক নিয়োজিত কোনো প্রতিষ্ঠান গণমাধ্যমের লাইসেন্স প্রদান করে, আবার রাষ্ট্র চাইলে এটি বাতিলও করতে পারে। অর্থাৎ পৃথিবীর অনেক দেশেই গণমাধ্যম পরিচালনার অনুমিত প্রদান ও বাতিলের ক্ষমতা রাষ্ট্রের হাতে থাকে। ফলে রাষ্ট্র কিংবা সরকারের স্বার্থের বিপক্ষে যায় এমন সংবাদ প্রচার করলে গণমাধ্যমকে রাষ্ট্রের বিরাগভাজন হতে হয়। এর ফলে গণমাধ্যম প্রায়ই রাষ্ট্র কিংবা সরকারের বিপক্ষে যায় এমন সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে সতর্কতা অবলম্বন করে। এ ধরনের সতর্কতার ফলে সংবাদের বস্তুনিষ্ঠতা লঙ্ঘিত হয়। আবার কোনো কোনো সময়ে গণমাধ্যমকে তার ব্যয় নির্বাহের জন্য রাষ্ট্রের ভর্তুকি এবং বিভিন্ন গণমাধ্যম উপকরণ আমদানির জন্য রাষ্ট্রের শুল্ক মওকুফের সুবিধা নিতে হয়। রাষ্ট্রের তরফ থেকে এ ধরনের সুবিধার উপর নির্ভর করতে হয় বলে গণমাধ্যমের সংবাদ প্রচারের উপর রাষ্ট্রের প্রভাব পড়ে। এছাড়াও রাষ্ট্র কখনো কখনো গণমাধ্যমের উপর সেন্সরশীপ

আরোপ করে। অর্থাৎ কোনো নির্দিষ্ট সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে নিষেধাজ্ঞা আরোপ করে কিংবা দিকনির্দেশনা প্রদান করে। ফলে গণমাধ্যম নিরপেক্ষতা ও বস্তুনিষ্ঠতা বজায় রেখে সংবাদ প্রচার করতে পারে না।

শিক্ষা ও দক্ষতার প্রভাব: সাংবাদিকদের ব্যক্তিগত শিক্ষা ও দক্ষতা সংবাদের উপর প্রভাব তৈরি করতে পারে। শিক্ষা ব্যক্তি মানুষের জীবনে মূল্যবোধ তৈরি করে। যে মূল্যবোধের প্রভাব মানুষের কর্মজীবনেও পড়ে। সাংবাদিকতাও এর বাইরে নয়। সংবাদকর্মীদের মূল্যবোধ উঁচু হলে তারা অনৈতিক অনুশীলন থেকে বিরত থাকে এবং দুর্নীতিমুক্ত থেকে নিরপেক্ষভাবে সংবাদ উপস্থাপন করতে পারে।

শিক্ষার পাশাপাশি দক্ষতাও বস্তুনিষ্ঠ ও নিরপেক্ষভাবে সংবাদ পরিবেশনার জন্য অন্যতম অনুষঙ্গ। সাংবাদিকতা বিষয়ে উচ্চ শিক্ষিতরা ছাড়াও অন্যান্য বিষয়ে শিক্ষিতরাও সাংবাদিকতায় যুক্ত হতে পারে। এছাড়া সাংবাদিকতা বিষয়ে শিক্ষিতদের ক্ষেত্রেও বিভিন্ন বিষয়ে প্রশিক্ষণের প্রয়োজনীয়তা রয়েছে। কিন্তু অনেক সময়েই দেখা যায় যে, সংবাদকর্মীরা গণমাধ্যম প্রতিষ্ঠান থেকে পর্যাপ্ত প্রশিক্ষণ পান না। ফলে তার প্রভাব সংবাদ প্রক্রিয়াকরণেও পড়ে। শিক্ষা ও দক্ষতার অভাবে সংবাদকর্মীরা সংবাদের বস্তুনিষ্ঠতা ও নিরপেক্ষতা রক্ষা করতে পারে না। এ দুইয়ের অভাবে সংবাদ নির্বাচন, সংবাদের ধরন নির্ধারণে সাংবাদিক কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের পক্ষপাতিত্ব করতে পারে। সুতরাং সংবাদ উপস্থাপনার জন্য শিক্ষা ও প্রশিক্ষণের ব্যাপারটিও গুরুত্বপূর্ণ।

সেন্সরশীপের ভূমিকা: সেন্সরশীপের মাধ্যমে সংবাদ প্রকাশে বিধিনিষেধ আরোপ করা হয়। কখনো কখনো এ বিধিনিষেধ রাষ্ট্রের পক্ষ থেকে আরোপ করা হয়, কখনো কখনো সংবাদ প্রতিষ্ঠান ও ব্যক্তির নিজের তরফ থেকেও সেন্সরশীপ তৈরি হতে পারে। রাষ্ট্র সাধারণত রাষ্ট্র ও সরকারের নীতির বিপক্ষে যায় এমন বিষয়ে সংবাদ প্রকাশে বিধিনিষেধ আরোপ করে। সংবাদ প্রতিষ্ঠান রাজনীতি, মালিকানা, বিজ্ঞাপনের চাপ ইত্যাদি বিভিন্ন কারণে নিজেদেরকে কোনো নির্দিষ্ট সংবাদ প্রচার থেকে বিরত রাখে অথবা একইভাবে ব্যক্তিও অর্থের প্রলোভন, হুমকি ইত্যাদি নানা কারণে নিজেকে কোনো সংবাদ প্রচার থেকে বিরত রাখতে পারে।

হামলা, হুমকি, ব্যক্তিগত ক্ষতির প্রভাব: তথ্য অনুসন্ধানের সময় কিংবা সংবাদ প্রচারের প্রভাবে সংবাদকর্মীরা হামলা কিংবা ব্যক্তিগত ক্ষতির শিকার হতে পারে। বিভিন্ন কারণে সাংবাদিকেরা সংবাদ, তথ্য সংগ্রহ কিংবা সংবাদ প্রচারে বিরত থাকতে হতে পারে। অনেক সময়ই কোনো সংবাদ কারও বিপক্ষে গেলে সাংবাদিকদেরকে শারীরিক ও মানসিক হুমকির স্বীকার হতে হয়। ফলে সাংবাদিকেরা নিজেদের ক্ষতি হতে পারে এমন সংবাদ প্রকাশ থেকে বিরত থাকে। এর ফলে সংবাদের বস্তুনিষ্ঠতা ক্ষতিগ্রস্ত হয়। বিশেষত জেলা, উপজেলার মতো মফস্বল পর্যায়ে সাংবাদিক ও সংশ্লিষ্ট পক্ষকে একটি ছোট পরিধির মধ্যে অবস্থান করতে হয় বলে এ ধরনের প্রভাব বেশি তৈরি হয়।

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম, অসত্য তথ্যের ভূমিকা: সাম্প্রতিক বছরগুলোতে সংবাদসূত্রের যেসব চিরাচরিত উৎস ছিল সেখানে বেশ উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন এসেছে। সংবাদসূত্র বা সংবাদ উৎস হিসেবে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমও বেশ গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠেছে। গণমাধ্যমের আধেয় নির্ধারণেও সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখছে। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কারণে অনেক সময় মূলধারার গণমাধ্যমের উপর কোনো সংবাদ প্রচারের ক্ষেত্রে জনমত তৈরি হতে পারে। এসব ক্ষেত্রে সংবাদ বাছাইয়ের ক্ষেত্রে সাংবাদিকদের সতর্কতা অবলম্বন করতে হয়। কারণ যাচাই-বাছাইয়ের বালাই নেই বলেই, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে প্রায়ই অসত্য তথ্য প্রচারিত হয়।

ইলেকট্রনিক, প্রিন্ট ও অনলাইন মিডিয়ায় সংবাদ প্রক্রিয়াকরণের পার্থক্য: প্রিন্ট মিডিয়া বলতে আমরা সাধারণত সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন ইত্যাদিকে বুঝি। আবার ইলেকট্রনিক মিডিয়া বলতে সাধারণত টেলিভিশন ও রেডিওকে বোঝায়। অনলাইন মিডিয়া বলতে সাধারণত ইন্টারনেটভিত্তিক সংবাদ পোর্টালকে বোঝায়। মাধ্যমের ভিন্নতার কারণে ইলেকট্রনিক, প্রিন্ট ও অনলাইন মিডিয়ায় মৌলিক বিষয়গুলো এক হলেও সংবাদের ধরন, বাছাই ও প্রক্রিয়াকরণে পার্থক্য রয়েছে। ইলেকট্রনিক ও অনলাইন মাধ্যমে তাৎক্ষণিকতা বজায় রাজা বা দ্রুত সংবাদ প্রচার করা গুরুত্বপূর্ণ। প্রিন্ট মিডিয়ার ক্ষেত্রে তাৎক্ষণিকতার ধারণা এ দুই মাধ্যমের মতো নয়। আরও কিছু বৈশিষ্ট্যগত পার্থক্যের কারণে এসব মাধ্যমের প্রক্রিয়াকরণে পার্থক্য রয়েছে। নিম্নে ছকের মাধ্যমে সেগুলো তুলে ধরা হলো।

বিষয়	ইলেকট্রনিক মিডিয়া	প্রিন্ট মিডিয়া	অনলাইন মিডিয়া
প্রক্রিয়াকরণ	ইলেকট্রনিক মিডিয়ার প্রধান দুটি ধরন টেলিভিশন ও রেডিওর সঙ্গে অন্যান্য মিডিয়ার প্রধান দুটি পার্থক্য হলো দৃশ্য/চিত্র ও শব্দের ক্ষেত্রে। টেলিভিশনের জন্য সংবাদ সংশ্লিষ্ট দৃশ্য/ভিডিওচিত্র সংগ্রহ করা গুরুত্বপূর্ণ। টেলিভিশনের জন্য সংবাদ সংগ্রহের জন্য প্রথমত একজন প্রতিবেদক এবং ভিডিও জার্নালিস্টকে নিয়োজিত করেন। প্রতিবেদক অফিসের নির্দেশনা অনুযায়ী ও ঘটনা বিবেচনায় প্রয়োজনীয় চিত্র, সাক্ষাৎকার ইত্যাদি সংগ্রহ করে অফিসে নিয়ে আসেন। অতঃপর অফিসে নির্ধারিত ভিডিও প্যানেলে সংবাদ স্টোরি অনুযায়ী সংগৃহীত ভিডিওগুলো সম্পাদনা করা হয়। পাশাপাশি প্রতিবেদককে সংবাদ অনুযায়ী ঘটনার বর্ণনা দিতে হয়। পরবর্তী ধাপে সংবাদটিকে সম্পাদনা দল (নিউজ এডিটর/নিউজরুম এডিটরের সমন্বয়ে) কর্তৃক সংবাদটিতে প্রয়োজনীয় সম্পাদনা করা হয়। এভাবেই সংবাদটি প্রচারের জন্য প্রস্তুত করা হয়। রেডিওর ক্ষেত্রে এ প্রক্রিয়াকরণ প্রক্রিয়া প্রায় কাছাকাছি। শুধুমাত্র মাধ্যমের ভিন্নতার	ইলেকট্রনিক মিডিয়া ও প্রিন্ট মিডিয়ার সংবাদ সংগ্রহ ও প্রক্রিয়াকরণের জায়গাগুলো প্রায় কাছাকাছি। প্রিন্ট মিডিয়ায় সংবাদ সংগ্রহের জন্য সাধারণত কোনো প্রতিবেদককে দায়িত্ব দেওয়া হয়। অনেক ঘটনায় ঘটনার বর্ণনার পাশাপাশি ছবির প্রয়োজন হয়, সেক্ষেত্রে প্রতিবেদকের সঙ্গে কোনো ফটো সাংবাদিককেও পাঠানো হয়। প্রতিবেদক ঘটনাস্থল থেকে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করে অফিসে এসে প্রয়োজন অনুযায়ী সংবাদটি লিখেন। অতঃপর সহসম্পাদক কিংবা সম্পাদনা দলের সদস্যরা এটিতে প্রয়োজনীয় সম্পাদনা করেন। অতঃপর	অনলাইন মিডিয়ার সঙ্গে অন্যান্য মিডিয়ার মূল পার্থক্যের জায়গা হলো তাৎক্ষণিকতা। সংবাদ ভোক্তারা সাধারণত কোনো ঘটনা সম্পর্কে তাৎক্ষণিকভাবে জানার জন্য অনলাইন মিডিয়ার উপর নির্ভর করেন। অনলাইন মিডিয়ায় সংবাদ সংগ্রহের জন্য সাধারণত কোনো প্রতিবেদককে দায়িত্ব দেওয়া হয়। অনেক ঘটনায় ঘটনার বর্ণনার পাশাপাশি ছবির প্রয়োজন, সেক্ষেত্রে প্রতিবেদকের সঙ্গে কোনো ফটো সাংবাদিককেও পাঠানো হয়। কখনো কখনো প্রতিবেদককে নিজেই ঘটনাস্থল থেকে ছবি সংগ্রহ করতে হয়। প্রতিবেদক ঘটনাস্থল থেকে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ

	<p>कारणे भिडिओ चिद्रेर परिबर्ते संवदनेर चरहिदर अनुयरी शुधुमरत घटनर शद धरण करर हर एबं से अनुयरी घटनर वर्णनर प्रदन करर हर ।</p>	<p>संवदतिर प्रयोजनीय ट्रिटेमेंट निर्धारण करर हर, अर्थां संवदति कोन पृष्ठाय यरवे, कोथाय यरवे इत्यादि । एडरवे प्रिन्ट मिडियर जन्य संवद प्रक्रियकरण करर हर ।</p>	<p>करे अफिसे एसे प्रयोजन अनुयरी संवदति लिखेन अथरवे प्रयोजनीय स्फेद्रे घटनास्थल थेकेइ संवदति लिखे पार्ठान किंवर मोरवईले फोने प्रेरण करेन । अतपर सहसम्पदक किंवर सम्पदनर दलेर सदस्यगण कर्तृक प्रयोजनीय सम्पदनर शेसे संवदति संवद पोर्टीले पोस्ट करर हर ।</p>
डेडलाइन	<p>घटनर संक्षिप्त विवरण ब्रेकिंग निडज वर टिकरर हिसेवे प्रचारेर जन्य तार्क्षणीकडरवे दिते हर । विसुतरित संवदनेर जन्य निर्धारित बुलेटिनेर आगे प्रसुत करते हर ।</p>	<p>सरधरणत प्रिन्ट मिडियर परेर दिनेर जन्य संवद प्रसुत करते हर । फले आगेरदिन कोनो एकरि निर्दिष्ट समयेर मधे संवदति निर्धारित डेस्क वर वरक्तिर कखे जमर दिते हर ।</p>	<p>सरधरणत निर्धारित डेडलाइनेर चेये 'यत द्रत संभव' संवद प्रचारे गुरुतु देओयर हर । धीरे धीरे सेटिके हलनरगद करर हर । तवे विशेष प्रतिवेदनेर स्फेद्रे डेडलाइन थरकते पारे ।</p>
लाईव करडररेज/सररसरि सम्प्रचार	संभव	संभव नय	संभव नय ।
संवद हलनरगद	वरवर करते हर	निर्दिष्ट कयेकवर करर यर	वरवर करते हर

ইন্টারনেটে তথ্য খোঁজার সহজ উপায়

মামুন আ. কাইউম

সহকারী অধ্যাপক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ
রাজশাহী বিশ্বাবদ্যালয়।

ও

ইমরান হোসেন মিলন

স্টাফ রিপোর্টার

টেকশহর ডটকম

পড়াশুনা বা নতুন কোনো বিষয়ে আমাদের পাকাপোক্ত ধারণা পেতে অনেকগুলো সার্চ ইঞ্জিন চালু রয়েছে। অনেক সময় উপস্থিত বক্তৃতা, ক্লাসের পড়াশুনা বা বিতর্কের প্রস্তুতির জন্যও কোনো নির্দিষ্ট বিষয়ে তথ্যের প্রয়োজন হতে পারে। অনেকেই আবার ক্লাসের পড়াশুনার পাশাপাশি সেসব বিষয়ে বিস্তারিত জ্ঞান আহরণও করতে চাইতে পারেন। এসব ক্ষেত্রে তথ্যপ্রযুক্তি ও ইন্টারনেটের অভাবনীয় উন্নতির কারণে প্রয়োজনীয় তথ্য পাওয়া এখন অনেকটাই সময়ের ব্যাপার মাত্র। ওয়েব জগতে প্রবেশ করে মুহূর্তের মধ্যে কোনো কিছু সম্পর্কে হাজারো তথ্য জানা সম্ভব। সার্চের ক্ষেত্রে এখন পর্যন্ত একাধিপত্য গুগলের। অজানাকে সামনে তুলে ধরতে এ সার্চ ইঞ্জিনটির প্রতিযোগী পাওয়া কঠিন। এক্ষেত্রে বাংলা বা ইংরেজি তথ্য খুঁজতে হলে সংশ্লিষ্ট ভাষায়ও সার্চ দেওয়া যায়। বাংলায় সার্চ করতে হলে কম্পিউটার বা মোবাইল ফোনে অত্র ফন্ট ইস্টল থাকতে হয়।

তবে গুগলে কোনো তথ্য সার্চ করার ক্ষেত্রে সাধারণত এক-দুটি উপায়েই বেশি চেষ্টা করা হয়। তবে আরও কিছু উপায় রয়েছে, যেগুলো ব্যবহার করে কাজিত ফলাফল পাওয়া যেতে পারে।

প্রযুক্তি বিষয়ক বিভিন্ন গবেষণা প্রতিষ্ঠান বলছে, ৯৬ শতাংশ ব্যক্তি জানে না গুগলে ঠিক কত উপায়ে প্রয়োজনীয় তথ্যের খোঁজ করা যায়। কেউ তার সার্চের (খোঁজার) দক্ষতা বাড়াতে চাইলে কয়েকটি টেকনিক সম্পর্কে জানা আবশ্যিক।

বিকল্প ১০ উপায়ে গুগলে তথ্য সার্চ করে নিজেকে দক্ষ করে তুলতে চাইলে তাকে একটু ভিন্ন চিন্তা করতে হবে। চিন্তাগুলো এমন-

ক. ইউনিক ও নির্দিষ্ট টার্ম ব্যবহার

আমরা সাধারণত কোনো তথ্য গুগলে খুঁজতে গেলে একেবারে জনপ্রিয় শব্দ বা শব্দগুচ্ছ দিয়ে সার্চ করি। তখন দেখা যায়, হাজার হাজার বা লাখ লাখ ওই সম্পর্কিত তথ্য বা ফাইল চোখের সামনে হাজির হয়। আমরা 'e-y ডলফিন' লিখে সার্চ দিলে কমপক্ষে ২৪ লাখ ৪০ হাজার রেজাল্ট সামনে এসে হাজির হবে। অথচ আপনার যে তথ্যটি আসলেই প্রয়োজন সেটি পাচ্ছেন না। এসব ক্ষেত্রে ইউনিক ও নির্দিষ্ট টার্ম ব্যবহারে সঠিক তথ্যটি পাওয়া সম্ভব।

উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, কেউ যদি বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমানকে খুঁজতে চান তাহলে শুধু 'মুজিবুর রহমান' লিখলে অনেক ফলাফল আসবে। কিন্তু যদি 'বঙ্গবন্ধু' লিখে সার্চ করেন তাহলে সঠিক ফলাফল আসবে।

খ. (-) মাইনাস চিহ্ন দিয়ে সার্চ

কখনো কি চিন্তা করেছেন, একটি চিহ্ন আপনার সার্চের দক্ষতা বাড়িয়ে দিতে পারে। শুধু সার্চের দক্ষতা নয়, বরং সেই সম্পর্কিত ফলাফলেও আমূল পরিবর্তন এনে সঠিক ফলাফল আমাদের সামনে এনে দিতে পারে এই মাইনাস চিহ্নটি। যেমন: সাধারণভাবে Caterpillar শব্দটি সার্চ করলে যে ফলাফল পাওয়া যাবে, তার সঙ্গে যদি Caterpillar –Inc সার্চ করেন তাহলে সেই ফলাফল আরও সুনির্দিষ্ট হবে।

গ. হয় এটা, নয় ওটা

আমরা অনেক তথ্য সার্চের চেষ্টা করি যেগুলোর ক্ষেত্রে খুব নিশ্চিতভাবে কি-ওয়ার্ড বলতে পারি না। মানে অনেকটা দ্বিধাবিভক্ত অবস্থা থেকে এসব তথ্য বা কোনো নাম সার্চ দিয়ে থাকি। এটা কোনো সমস্যা নয়। খুব সহজে সেগুলোর প্রয়োজনীয় বিকল্প খুঁজে পেতে কিছু চিহ্ন দিয়ে খোঁজ করা যায়। সেক্ষেত্রে উদ্ধৃতি চিহ্ন (“”) ব্যবহার করে সার্চ দেওয়া যায়। উদ্ধৃতি চিহ্নের পাশাপাশি 'অথবা' বা ইংরেজিতে or বিকল্প হিসেবে ব্যবহার করলে সার্চের ফলাফল আপনার নাগালে আসতে পারে।

ঘ. প্রতিশব্দ ব্যবহার

প্রায় প্রতিটি ভাষার জন্যই শব্দ ভাঙার পরিপূর্ণ হয়েছে প্রতিশব্দের কারণে। ইংরেজির বেলাতেও এটি প্রযোজ্য। তাই অনলাইনে কোনো কিছু খুঁজতে গেলে প্রতিশব্দ একটি ভালো উপায় হতে পারে। এ কারণে গুগলে কোনো কিছু প্রথমবারে খুঁজে না পেলে সেখানে এমন প্রতিশব্দ দিয়ে খুঁজলে সহজে পাওয়া যাবে। এক্ষেত্রে অবশ্য শব্দটি লিখে (.) ব্রাকেটের ভিতরে এমন চিহ্ন ব্যবহার করলে তা দ্রুত পাওয়া সম্ভব। যেমন : “healthy~food”.

ঙ. ওয়েবসাইট ধরে খোঁজা

আমরা অনেকেই আছি ইন্টারনেট ঘাঁটতে ঘাঁটতে কোনো ওয়েবসাইটে হয়তো কখনো মজার প্রবন্ধ বা নিবন্ধ চোখে পড়ে। পরে সেটি তুমি বন্ধুদের সঙ্গে শেয়ার করতে চাও। তখন সহজে ও খুব দ্রুততম সময়ে সেটি পেতে চাইলে নিচের টিপস ব্যবহার করতে পারো। এ জন্য সার্চ অপশনে গিয়ে ওয়েবসাইটের নাম এবং তার সঙ্গে ওই প্রবন্ধ বা নিবন্ধের কোনো মূল শব্দ যোগ

করলে খুব দ্রুত এবং সরাসরি পাওয়া সম্ভব। যেমন : কেউ প্রথম আলো পত্রিকার সংশ্লিষ্ট কোনো নিবন্ধ পড়তে হলে Prothom-alo আবরার হত্যায় সরাসরি যুক্ত ১১ জন লিখে সার্চ দিতে হয়।

চ. তারকা চিহ্ন দিয়ে সার্চ

অনেক সময় মানুষের সব স্মৃতি ঠিকঠাক মনে থাকে না। সহজ একটি বিষয়ও সহজেই মনে রাখা যায় না। তখন কোনো একটি শব্দ বা শব্দগুচ্ছ দিয়ে সার্চ করলেই হয়তো যা চাওয়া হচ্ছে, সেটি পাওয়া সম্ভব। অথচ সেটা মনে করতে না পারায় তাৎক্ষণিকভাবে প্রয়োজন মেটানো যায় না। এসব ক্ষেত্রে ওই শব্দ বা শব্দগুচ্ছের স্থানে একটি তারকা চিহ্ন দিয়ে সার্চ দিলে তা সহজেই পাওয়া যেতে পারে।

চ. যখন অনেক শব্দ ভুলে যাওয়া হয়

অনেক সময় দেখা যায়, কোনো কিছু খুঁজতে গেলে অনেক শব্দ ভুলে যেতে হয়। কোনো ভাবেই সেগুলো মনে করতে না পারলে ওই বিষয়ের শুরু ও শেষের শব্দ মনে করা যায় কিনা। তাহলেই দেখা যাবে, আকাঙ্ক্ষিত বিষয় বা আধেয়টি পেতে কোনো সমস্যাই হচ্ছে না। সে শব্দগুলো দিয়ে এমন করে সার্চ দিলেই কাজ সফল হবে। যেমন : “I wandered AROUND(4) cloud.”

ছ. সময়কাল ধরে

ইতিহাসের অনেক কিছু প্রতিনিয়ত প্রয়োজন হয়। অনেক সময় দেখা যায়, আমাদের এমন কিছু দরকার পড়ে যগুলো কোনো নির্দিষ্ট সময়কালে ঘটেছে। এক্ষেত্রে সার্চের প্রশ্ন হিসেবে সেই সময়কাল উল্লেখ করা যেতে পারে। তখন দুটি সময়কালের মাঝে তিনটি ডট চিহ্ন দিতে হবে। যেমন : 1899...1920

জ. ইউআরএল বা টাইটেল দিয়ে

কোনো প্রবন্ধ/নিবন্ধ/লেখা খুঁজতে হলে সেটির টাইটেল বা ওয়েবসাইট ঠিকানা দিয়েও সার্চ করা যেতে পারে। তবে সার্চের আগে সেই আর্টিকেলের টাইটেল ও ইউআরএলে কোনো স্পেস (গ্যাপ) রাখা যাবে না এবং মাঝে একটি কোলন চিহ্ন দিতে হবে। যেমন : intitle:husky

ঝ. একই মতো ওয়েবসাইট দিয়ে

ওয়েবসাইটে ওই নামের সঙ্গে মিল আছে এমন কোনো সাইট খুঁজতে ‘রিলেটেড’ লিখে কোলন ব্যবহার করা যেতে পারে। এক্ষেত্রে যে ধরনের সাইট খুঁজতে চাওয়া হয়-সেটার নাম লিখতে হয়। দেখা যাবে, তা চোখের সামনে চলে এসেছে। যেমন: Related:nike.com। তবে এক্ষেত্রেও কোনো শব্দের মাঝে স্পেস দেওয়া যাবে না।

ট. শব্দগুচ্ছ দিয়ে সার্চ

কোনো কিছু সার্চ করতে গিয়ে কোনো কোটেশন মার্ক ছাড়া শুধু শব্দগুচ্ছ দিয়ে সার্চ দিলে তা খুব সহজেই এবং কার্যকরভাবে পাওয়া যায়। এভাবে সার্চ দিলে রিলেটেড অনেক কিছুই পাওয়া যাবে। কিন্তু সেসব শব্দগুচ্ছ যদি কোটেশন মার্ক বা কোটেশন চিহ্ন দেওয়া হয় তবে শুধু ওই একটিই দেখাবে। এভাবে কোনো গান বা কবিতার একটি লাইন থেকেই পুরোটা খুঁজে বের করা সম্ভব হয়। যেমন : ‘খোকন খোকন ডাক পাড়ি’।

ঠ. গুরুত্বহীন শব্দ দিয়ে সার্চ

অনেক সময় গুরুত্বহীন অনেক শব্দই হয়ে উঠতে পারে গুরুত্বপূর্ণ। তাই কোনো কিছু খুঁজতে গিয়ে সেসব শব্দ দিয়ে সার্চ করলে প্রয়োজনীয় বিষয় সহজেই পাওয়া সম্ভব হয়। এক্ষেত্রে অবশ্য বিয়োগ চিহ্ন ব্যবহার করা যেতে পারে। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, অনেক সময় কিছু আকর্ষণীয় বইয়ের সাইট খুঁজতে চান অনেকেই। সেক্ষেত্রে এভাবে interesting books-buy লিখে সার্চ দিলেই প্রয়োজনীয় বিষয়গুলো পাওয়া যেতে পারে।

সংবাদের গুণগত মান যাচাইয়ের উপায়

মেহনাজ হক

প্রভাষক

গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ

জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়

সংবাদের গুণগত মান যাচাইয়ের উপায়

সংবাদ কি, সংবাদের গুণগত মানের প্রয়োজনীয়তা:

সংবাদ শব্দটি প্রচলিত থারণা মোতাবেক ইংরেজি শব্দ NEWS থেকে এসেছে। News অর্থ Something is New. মানে নতুন কিছু। আভিধানিক অর্থে সংবাদ হলো কোনো সাম্প্রতিক ঘটনা বা প্রস্তাব সম্পর্কিত বিবরণ। আর আমাদের জীবনে প্রতিদিন অনেক নতুন ঘটনা ঘটে। যেমন, কোনো গ্রামে হয়ত নিম্নোক্ত ঘটনাগুলো ঘটেছে:

- গ্রামের একটি মেয়ে কলেজ শেষে বিশ্ববিদ্যালয়ে ভর্তি হয়
- ২৫ বছরের যুবক ২০ বছরের যুবতীকে বিয়ে করে অথবা ৭২ বছরের বৃদ্ধ ১২ বছরের শিশুকে বিয়ে করে।
- গাড়ির ধাক্কায় বাছুর নিহত হয়।

এমন নানাবিধ ঘটনার মাঝে কোন ঘটনা সংবাদ হিসেবে অধিক গুরুত্ব পাবে তা নির্ণয় করা প্রয়োজন।

হারিসন এবং জনসন এর দি কমপ্লিট রিপোর্টার (The complete Reporter) বইয়ে সংবাদের সংজ্ঞা দিয়েছেন এভাবে News is an account of event, or a fact or opinion which interest people. অর্থাৎ সংবাদ হচ্ছে একটি ঘটনা, বিষয় বা মতামতের বিবরণী যার প্রতি জনগণের আগ্রহ আছে।

তারা আরো লিখেছেন, Anything that enough people want to read is news, provided is not violate the canon of good taste and the laws of libel. অর্থাৎ সংবাদ হচ্ছে এমন কিছু যা জনগণ পড়ার জন্য ব্যাকুল হয়ে ওঠে। তবে সেই বিষয়গুলো অবশ্যই শালীন হবে এবং মানহানি আইন লঙ্ঘন করবে না।

থমসন ফাউন্ডেশনের মতে, “সংবাদ কখনো সহজে উদঘাটিত হয় না। সংবাদ হচ্ছে এমন কিছু যা মানুষ লুকিয়ে রাখতে চায়, বাকি সবটাই বিজ্ঞাপন”। আর সাধারণ মানুষ যেন মানসম্মত বিষয়ে আগ্রহী হয়ে ওঠে তাই সংবাদের গুণগত মান যাচাই আবশ্যিক।

সংবাদের মান যাচাইয়ের উপায়:

সংবাদ হবে মানুষকেন্দ্রিক, মানুষের প্রয়োজনে এবং মানুষের আগ্রহকে উপজীব্য করে। তাই জন কাড়ুনি বলেছেন, সংবাদ= ঘটনা + মানুষ + পাঠকের আগ্রহ। সংবাদ যেহেতু মানুষের সাথে সম্পর্কিত আর মানুষের কাছে একটি তথ্যসূত্র তাই সংবাদ লেখার সময়-এর মানদণ্ডের কথা মাথায় রাখা প্রয়োজন। কিন্তু যেহেতু সাংবাদিকরা তাদের দৃষ্টিকোণ থেকে নানা সংবাদ তৈরি করেন আবার অনেক সময় ডেডলাইনের চাপের মাঝেও সংবাদ তৈরি করেন, ফলে সংবাদে অনেক রকম ভুল হয়। যেমন: সংবাদের প্রয়োজনীয় অংশটি বাদ পড়ে যাওয়া, বক্তব্যের মাঝে মানহানিকর অথবা ভুল তথ্য প্রদান এমনকি সংবাদটি লেখার সময় কাঠামো অনুসরণ না করা। তাই সংবাদকে মানসম্মতভাবে উপস্থাপনের জন্য সংবাদের তথ্যসমূহকে বস্তুনিষ্ঠ, নির্ভুল ও যথাযথ প্রমাণসহ উপস্থাপন করা প্রয়োজন। এসবের পাশাপাশি সংবাদের মান নানাবিধ দিক থেকে পর্যালোচনা করা যায়:

১. সংবাদের উপাদানের আলোকে
২. সংবাদ সূত্রের আলোকে
৩. সংবাদের লেখনীর আলোকে
৪. সবাদের শিরোনামের আলোকে

- সংবাদের উপাদানের আলোকে

সংবাদের উপাদান বলতে মূলত কিছু বিশেষ বিষয়কে বোঝানো হয় যার জন্য কোনো ঘটনা সংবাদ হয়ে ওঠে। আর ‘সংবাদ’ হলো কোনো ঘটনার বর্ণনা, যে ঘটনার প্রতি মানুষের আগ্রহ রয়েছে। আমাদের চারপাশে যেসব ঘটনা প্রতিনিয়ত ঘটে চলেছে তার সবগুলোই সংবাদ হয় না। যেমন ‘কুকুর মানুষকে কামড়ালে সংবাদ হয় না, কিন্তু মানুষ কুকুরকে কামড়ালে সংবাদ হবে’ তবে, সংবাদ সম্পর্কে আরো ভালোভাবে উপলব্ধি করতে হলে, জানতে হবে কি কি উপাদান থাকলে একটা ঘটনা সংবাদ হয়ে উঠবে।

সময়োপযোগিতা:

সময় সংবাদের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। সময় চলে গেলে কোনো সংবাদ প্রচার বা প্রকাশ করা অনপযোগী হয়ে পড়ে। শনিবার এসএসসির রেজাল্ট প্রকাশিত হলে শনিবারই তার খবর দিতে হবে। সোমবার তা প্রচারিত হলে তা আর ভাল সংবাদ হবে না। এ কারণে সংবাদকে সর্বাধিক পচনশীল পণ্য বলা হয়। বর্তমানে অনলাইন মিডিয়ার যুগে সংবাদের তাৎক্ষণিকতার গুরুত্ব আরও বেড়ে গেছে। কোথাও কিছু ঘটলেই আমরা দ্রুত অনলাইন মিডিয়া বা সম্প্রচার মাধ্যমের দারস্থ হই। যারা প্রথমে সংবাদ সম্প্রচার করে তাদের কাছেই সংবাদ জানার চেষ্টা করি। এমনকি অনেকে মোবাইলে ব্রেকিং নিউজ এ্যাপও চালু করে। কেবলমাত্র সময়ের সংবাদ সময়ে পাবার জন্য।

নৈকট্য:

সম্প্রতি নোবেল শান্তি পুরস্কারে ভূষিত হয় ইথিওপিয়ার প্রধানমন্ত্রী। সংবাদটি ইথিওপিয়ার সংবাদ মাধ্যমের মূল আকর্ষণ হলেও আমাদের জন্য নয়। কারণ হলো ভৌগলিক ও মনস্তাত্ত্বিক দূরত্ব। মানুষ তার আশেপাশে ঘটে যাওয়া ঘটনা অথবা তার সাথে সম্পর্কিত বিষয় সম্পর্কে জানতে বেশি আগ্রহী থাকে। যেমন: আবরার হত্যাকাণ্ড বাংলাদেশের প্রত্যেক মানুষের জন্য গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ হলেও যারা বুয়েটে পড়ে কিংবা তাদের পরিচিত কেউ বুয়েটের সাথে সম্পর্কিত হলে তাদের জন্য অধিক গুরুত্ববহ হয়ে ওঠে।

তাৎপর্য:

তাৎপর্যতার বিবেচনায় নিছক সাধারণ একটি ঘটনা মহামূল্যবান হয়ে উঠতে পারে। যেমন মস্তীসভায় ব্যাপক রদবদল একটি গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ তবে এই রদবদলের ঘটনাটি আরও গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠবে যদি সামনে নির্বাচন থাকে। কারণ নির্বাচন থাকলে রদবদলের পেছনে আরও কারণ লুকিয়ে থাকতে পারে যা নিয়ে অনুসন্ধানী প্রতিবেদনও করা যায়।

নতুনত্ব:

সংবাদ মানেই নতুন কিছু। গরু দিয়ে হালচাষ নতুন কিছু নয় কিন্তু যেখানে গরু নেই সেখানে গরুর বদলে মোটরসাইকেল দিয়ে যদি কেউ চাষ করে তবে তা সংবাদ। কারণ এর মধ্যে নতুনত্ব আছে।

আকার ও ব্যাপ্তি:

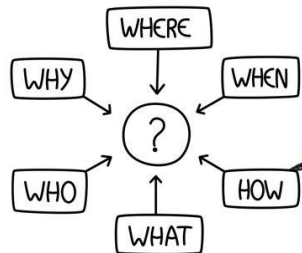
যে কোনো ঘটনার আকার ও ব্যাপ্তি সংবাদের গুরুত্ব নির্ধারণে ভূমিকা রাখে। যেমন: ৯/১১ এই ঘটনাটি প্রতি বছরই প্রায় সমান গুরুত্ব দিয়ে ছাপানো হয়। কারণ ২০০১ সালের ১১ ই সেপ্টেম্বর আমেরিকার আকাশছোঁয়া টুইন টাওয়ার মুহূর্তের মধ্যে ক্ষুদ্রাকার প্লেনের আঘাতে মাটির সাথে মিশে যায়। আর এই বিশালাকার স্থাপত্য ধ্বংসের ঘটনার পাশাপাশি এর সাথে সারা বিশ্বের অর্থনীতি ও ব্যাপক জন ও মানসম্পদের ক্ষতি জড়িত ছিল। এখানে একই সাথে একটি বড় স্থাপনায় জঙ্গি হামলার পাশাপাশি সেখানে অনেক মানুষের প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ ক্ষতি ও সর্বোপরি এই দুর্ঘটনার কারণে সারা বিশ্বের অর্থনীতি ব্যাপকভাবে প্রভাবিত হয়েছে। তাই এই ঘটনার আকার-ব্যাপ্তি ঘটনাকে সংবাদে পরিণত করেছে।

- সংবাদের লেখনীর আলোকে:

লেখনীর দৃষ্টিকোণ থেকে সংবাদের মান যাচাই করতে গেলে আমাদের দুইটি বিষয় মনে রাখতে হবে।

প্রথমত, সংবাদ লেখার ক্ষেত্রে ষড়-ক বা ৫ ডাব্লিউ ১ এইচ-এর প্রয়োগ করে সংবাদ লেখা।

দ্বিতীয়ত, সংবাদে লিখনের প্রচলিত কাঠামো ব্যবহার করে সংবাদ লেখা।



১. ৫ ডাব্লিউ ১ এইচ এর প্রয়োগ

সংবাদ হলো কিছু তথ্যের সমাহার। পাঠক সাধারণত কোনো সংবাদ পড়ার সময় মোট ছয়টি প্রশ্নের জবাব খোঁজেন। যেমন: কে, কি, কখন, কোথায়, কেন ও কেমন করে। ছয়টি প্রশ্নের প্রতিটি ‘ক’ দিয়ে শুরু বলে একে ষড়-ক নামেও অভিহিত করা যায়। এদের ইংরেজি প্রতিশব্দের আদি অক্ষর যথাক্রমে ৫ টি ‘ডব্লিউ’ এবং একটি ‘এইচ’ হওয়ায় এদের বলা হয় ফাইভ ডব্লিউ ওয়ান এইচ। যেমন: তুমি হয়তো বাঙালি জাতির পিতা বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমানের জন্ম দিবস উপলক্ষে একটি প্রতিবেদন তৈরি করবে। তাহলে এর ষড় ক যুক্ত সূচনা বা লিড বা ইন্ট্রো হতে পারে এমন:

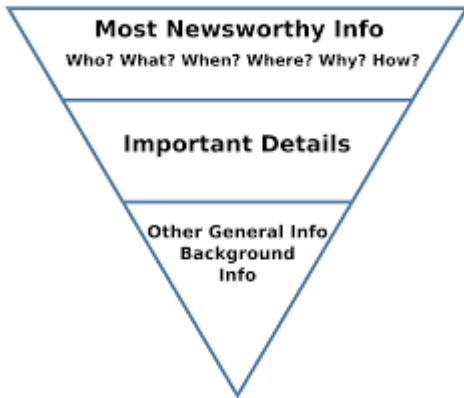
‘বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমান (কে), বাংলাদেশের স্বাধীনতার স্থপতি ও বাঙালি জাতির পিতা (কি) ১৯২০ সালের ১৭ মার্চ (কখন) গোপালগঞ্জ জেলার টুঙ্গিপাড়া গ্রামে (কোথায়) জন্মগ্রহণ করেন। বাংলাদেশের ভাষা আন্দোলন, স্বাধীনতা আন্দোলন ও স্বাধীনতা অর্জনে তাঁর ভূমিকা অবিস্মরণীয় (কেন)। ১৯৫২ সালের ভাষা আন্দোলন থেকে ১৯৫৪-এর নির্বাচন, ১৯৬৬-এর ছয় দফা থেকে ১৯৬৯-এর গণঅভ্যুত্থান, ১৯৭০-এর সাধারণ নির্বাচন থেকে ১৯৭১ সালের ৭ মার্চ এবং তৎপরবর্তী ২৫ মার্চ দিবাগত রাতে স্বাধীনতার ঘোষণার মাধ্যমে তিনি বাঙালি জাতির জন্য একটি জাতিরাজ্য বাংলাদেশের উদ্ভব ঘটাতে নেতৃত্ব প্রদান করেন (কিভাবে)।’

প্রতিবেদন রচনার ক্ষেত্রে ষড়-ক এর ধারাবাহিকতা রক্ষা করতে হবে এমন কোনো বাধ্যবাধকতা নাই। কোনো প্রতিবেদন রচনা করতে নাটকীয় ভাব আনতে কখনো এক বা একাধিক ক-এর উপর পৃথক গুরুত্ব দেওয়া হতে পারে। মোট কথা হলো পাঠকের জানার আগ্রহ আছে এমন সকল প্রশ্নের উত্তর প্রতিবেদনে থাকতে হবে এবং এর মাধ্যমে ঘটনার পেছনের ঘটনা তুলে ধরতে হবে। সংবাদের অন্তিমের স্বার্থেই এটি জরুরি।

২. সংবাদ লিখন কাঠামো

Inverted Pyramid Structure (উল্টো পিরামিড কাঠামো)

সংবাদ লেখার সবচেয়ে জনপ্রিয় ও বহুল ব্যবহৃত কাঠামো। এ কাঠামোতে প্রথমেই খবরের মূল কথা বা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ অংশটি বলে দিতে হয়। তারপর ঘটনার মূল ঘটনা বা সূচনাকে অনুসরণ করে পরবর্তী সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বিষয়টি তুলে ধরতে হয়। এরপর পর্যায়ক্রমে কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্য গুলো দিতে হবে। শেষে গিয়ে সংবাদটির সবচেয়ে কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্য দিয়ে সংবাদটি শেষ করতে হবে।



বিংশ শতাব্দীর শুরুর দিকে পত্রিকার খবর লেখা হতো ঘটনার শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত কোনো ধারাবাহিক ঘটনার বর্ণনা করে। বিশেষ করে ঘটনার সহায়ক তথ্য ছিল অনুপস্থিত। খবরে লেখকের মন্তব্যও করা হতো। কিন্তু ধীরে-ধীরে সে অবস্থা বদলেছে। মূলত দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের পর সংবাদপত্রে প্রচলিত হয় উল্টোপিরামিড সংবাদ কাঠামো। এর প্রতিপাদ্য বিষয় হচ্ছে মূল বক্তব্য খবরের প্রারম্ভে দেয়া হবে। সূচনা হবে সারমর্মভিত্তিক। গুরুত্বের ক্রমানুসারে তথ্যগুলো আসবে। আপাতদৃষ্টিতে একটি খবরের তিনটি পর্ব।

১. সংবাদ শিরোনাম

২. সংবাদ সূচনা

৩. অবয়ব

উল্টোপিরামিড সংবাদে মূল্যবান কথাগুলো খবরের প্রথম কয়েক প্যারায় দেওয়ার কারণে শেষের দিকে পাঠকের আগ্রহ হ্রাস পায়। এ ধরনের খবরে চলমান বিষয়ই জোরালো হয়ে উঠে। কম গুরুত্বপূর্ণ বিষয় অনেক সময় পাঠক না পড়েই রেখে দেয়।

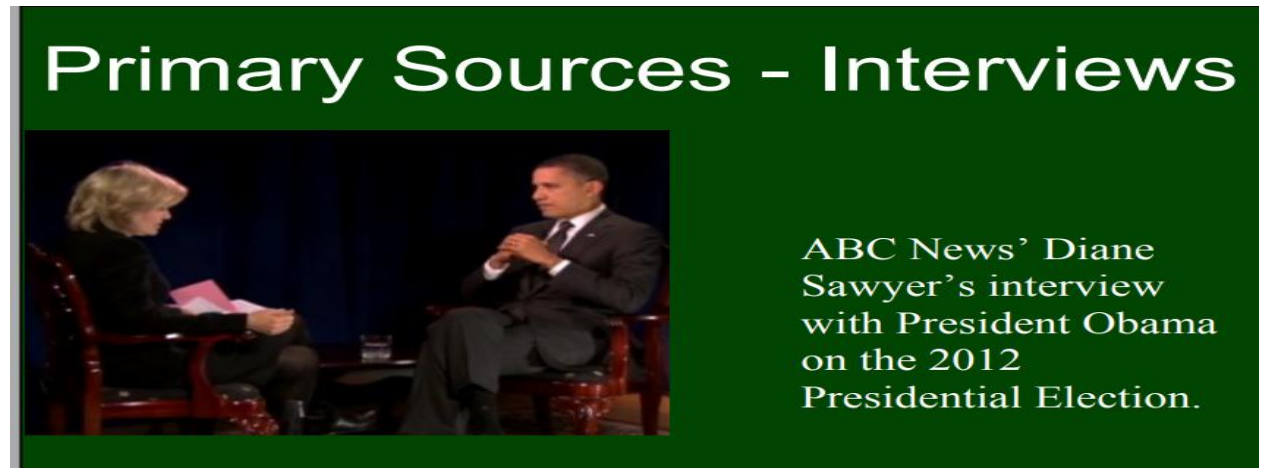
- সংবাদের উৎসের আলোকে

‘সাংবাদিকের প্রধান বিবেচ্য বিষয় হলো সত্যতা। দেশ ও দেশের মানুষ সুফল পায় যদি সত্যটি প্রকাশ পায়।’ কথাগুলো বললেন ভারতের ইংরেজি দৈনিক ইন্ডিয়ান এক্সপ্রেস-এর প্রধান সম্পাদক রাজ কমল বা। আর এই সত্য তুলে ধরার জন্য সাংবাদিককে তার তথ্যের উৎস সম্পর্কে যথাযথ ধারণা রাখা প্রয়োজন। সংবাদ সংগ্রহের জন্য রয়েছে অনেক উৎস তা হলো: (১) পুলিশ (২) হাসপাতাল (৩) ফায়ার ব্রিগেড (৪) বিমান বন্দর (৫) নদী বন্দর (৬) রেলওয়ে স্টেশন (৭) কাস্টম অফিস (৮) মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ অফিসসহ সরকারি ও বেসরকারি সকল প্রতিষ্ঠান (৯) ঘটনার প্রত্যক্ষদর্শী (১০) প্রেসনোট (১১) প্রেস রিলিজ (১২) হ্যান্ড আউট (১৩) সামাজিক সংগঠন (১৪) জেলা প্রশাসন (১৫) উপজেলা প্রশাসন (১৬) ইউনিয়ন পরিষদ (১৭) বিভিন্ন শিক্ষা প্রতিষ্ঠান (১৮) বিজিবি (১৯) স্থল বন্দর (২০) এনজিওসহ সমাজের ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তিও হতে পারে সংবাদের সোর্স ও উৎস।

সোর্স কেন গুরুত্বপূর্ণ:

প্রতিদিন চারদিকে অসংখ্য ঘটনা ঘটে, কিন্তু সব ঘটনাই সংবাদ নয়। সংবাদের উপাদান যেসব ঘটনায় থাকে সেগুলো সংবাদ হয়, বাকিগুলো শুধুই ঘটনা। আর কিছু আছে রটনা বা গুজব। গুজবে ডালাপালার মতো শাখা-প্রশাখা গজায়, মানুষকে বিভ্রান্ত করে। গুজবের বিষয়ে খুবই সতর্ক থাকতে হয় একজন সাংবাদিককে।

যখন একজন সাংবাদিক একটি সংবাদ তৈরি করবেন তখন তাকে সব যাচাই করে নিতে হয়। সংবাদ তৈরির আগেই ঘটনার সত্য-মিথ্যাসহ-এর বিভিন্ন দিক বিশ্লেষণ করে দেখা প্রয়োজন। গুজবের ফাঁদে বা ভুল তথ্যের চোরাবালিতে রিপোর্টার কখনও পা দেবেন না। আগে তিনি খোঁজখবর নেবেন। সত্যমিথ্যা যাচাই করবেন। প্রয়োজনে অন্যান্য সোর্স- থানা, পুলিশ বা ঘটনাস্থলের কাছাকাছি যার অবস্থান তার কাছ থেকে খবর নেবেন। বারবার ক্রসচেক করতে হবে। এতে ভুল হবার সম্ভাবনা কমে যায়। ক্রসচেকের মাধ্যমে একজন রিপোর্টার তার রিপোর্টের সত্যতার বিষয়টি নিশ্চিত করার মাধ্যমে নিজের পেশাদারিত্বকে সব সংশয়ের ঊর্ধ্বে রাখবেন। এটা একই সাথে রিপোর্টার এবং তার প্রতিষ্ঠানের ইতিবাচক ভাবমূর্তিকে অক্ষুণ্ন রাখার অন্যতম সহায়ক শক্তি। কেননা ভুলবশত যেকোনো নিরপরাধ ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সম্মানহানির দায় রিপোর্টার এড়াতে পারে না। সেকারণে বিভিন্ন সূত্রের সাথে কথা বলে তিনি প্রকৃত ঘটনা বা বিষয় জানার চেষ্টা করবেন। এক্ষেত্রে সোর্স প্রধানত দুই প্রকার প্রাইমারি সোর্স : যাদের সাথে ঘটনার সরাসরি সম্পর্ক থাকে তাকে প্রাইমারি সোর্স হিসেবে অভিহিত করা যায়। যেমন: প্রত্যক্ষদর্শী।



সেকেভোরি সোর্স: যাদের সাথে ঘটনার সরাসরি সম্পর্ক থাকে না তাকে সেকেভোরি সোর্স হিসেবে অভিহিত করা যায়। এসব উৎসের সাথে ঘটনার সরাসরি সম্পর্ক থাকে না তবে ঘটনার বিশ্লেষণে এসব উৎস থেকে আগত তথ্য প্রয়োজনীয় হয়ে পড়ে। যেমন: বিশেষজ্ঞ, বাংলাদেশে জলবায়ু পরিবর্তন হচ্ছে এ বিষয়ে সংবাদ করার সময় যারা এ বিষয়ে গবেষণা করছে তাদের সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা প্রয়োজন, কারণ তাদের কাছে এ বিষয়ে বিস্তারিত তথ্য পাওয়া যাবে।

■ সংবাদের শিরোনামের আলোকে

শিরোনাম হলো সংবাদের মূল আকর্ষণ। পত্রিকার প্রধান প্রধান শিরোনাম যদি সুন্দর না হয়, চৌকস না হয়, অর্থবহ না হয়, কৌতূহলোদ্দীপক না হয়, সংক্ষিপ্ত না হয় তাহলে ধরে নেওয়া যায়, সংবাদ যতই ভাল হোক না কেন তা পাঠক আকর্ষণ করতে পারবে না। কারণ এই শিরোনামই শেষ পর্যন্ত পাঠককে সংবাদের ভেতরে টেনে নিয়ে যায়। বলা যেতে পারে, সংবাদের অলিখিত বিজ্ঞাপন-ই হল শিরোনাম। একটা সময় হয়তো পাঠক সংবাদটি ভুলে যেতে পারেন, কিন্তু ভাল শিরোনামের রেশটি রয়ে যায় যুগযুগ ধরে।

ভাষা আন্দোলনের সময় দৈনিক মিল্লাতের শিরোনাম ছিল "এত লাশ যায় কোথায়?" এই শিরোনামের রেশটি এই একবিংশ শতকেও যে রয়ে গেছে তারই নজীর মেলে ২০১২ সালের তাজরীন ফ্যাশনস-এ আঙুনে শতাধিক লাশের খবরের শিরোনামে 'এত লাশ রাখবো কোথায়!'

শিরোনাম সংবাদের একটা অংশ। যা লেখা অত সহজ না। সাধারণ পাঠক পত্রিকায় যে সংবাদের শিরোনাম দেখেন, খুবই সহজ সরল মনে হয় তাদের কাছে। কিন্তু একটি সুন্দর চৌকস শিরোনাম লেখা কঠিন কাজ। শিরোনাম যত সংক্ষিপ্ত হয়, সেটি তত চৌকস হয়। এর হরফগুলো তখন বড় করে ছাপা যায়। শিরোনামের শব্দসংখ্যা বেশি হলে হরফগুলো ছোট হয় এবং সেটি ঝুলে পড়ে। ফলে এটি আবেদন হারায়। একটি স্বার্থক শিরোনাম রচনার জন্য কতগুলো বিষয় নজর রাখতে হয়।

১. মূল বক্তব্যের ভিত্তিতে

প্রতিটি সংবাদের একটি মূল বিষয় থাকে। একটি সংবাদে অনেক বিষয় আলোচনা করা হলেও একটা মূল বিষয় থাকবে সংবাদ শিরোনামে। মূল বিষয়কে ফোকাস করে রচনা করতে হবে।

২. কাহিনীর সাথে সঙ্গতিপূর্ণ:

সংবাদের শিরোনাম মূল গল্পের সাথে সঙ্গতিপূর্ণ হবে। সংবাদ শিরোনাম পাঠ করেই যেন পাঠক সংবাদটি সম্পর্কে ধারণা অর্জন করতে পারে এবং কিছু জানতে পারে। পাঠক এমনটা কখনোই প্রত্যাশা করে না যে আপনি সংবাদে যা লিখবেন তা শিরোনামে নেই।

৩. আকর্ষণীয়:

এটা একটা সংবাদ শিরোনামের অন্যতম প্রধান গুণ। শিরোনাম দিয়েই পাঠককে প্রথমত সংবাদের প্রতি আগ্রহী করে তুলতে হবে। শিরোনাম আকর্ষণীয় না হলে পাঠক যদি সংবাদ পাঠে আগ্রহী না হয়, তাহলে মূল খবরে কি ভালোমন্দ আছে তা আপনি কাউকে জানাতেই পারলেন না। তবে আকর্ষণীয় করতে গিয়ে চটকদার শিরোনাম ব্যবহার করা যাবে না। যেমন: অপু-বাপ্পীর বিবাহ; শিরোনাম দেখে মনে হচ্ছে তাদের বিবাহ কিন্তু সংবাদ পড়ে দেখা গেল তাদের পরের সিনেমার নাম হলো বিবাহ। এগুলো সংবাদের গ্রহণযোগ্যতা হ্রাস করে। বরং এমন শিরোনাম দিতে হবে যেন তা পড়ে পাঠকের মূল ঘটনা জানার আগ্রহ হয়। যেমন: অপরাধ প্রমাণিত: সাকিব নিষিদ্ধ- এমন শিরোনাম আমাদের সাকিবের কি হয়েছে জানতে আগ্রহী করে তুলবে।

৪. সহজ, সরল ও সাবলীল

শিরোনাম হতে হবে সহজ ও সরল যাতে করে পাঠক একবার পড়েই শিরোনামের ভাবার্থ বুঝতে পারে এবং সংবাদ সম্পর্কেও একটা ধারণা পেতে পারে। জটিল শিরোনাম রচনা করে বাহাদুরী দেখাতে চাইলে মূল উদ্দেশ্যই ব্যাহত হতে পারে।

৫. সংক্ষিপ্ত

শিরোনাম হতে হবে সংক্ষিপ্ত। যতোটা সংক্ষিপ্ত শিরোনাম রচনা করা যায় ততই উত্তম। তবে সংক্ষিপ্ত করতে গিয়ে কখনো অর্থহীন শিরোনাম রচনা করা উচিত নয়।

৬. নির্ভুল

অবশ্যই শিরোনাম হবে নির্ভুল। একটি সংবাদের শুরুতেই যদি ভুল থাকে। তাহলে সংবাদ, সাংবাদিক ও সংবাদপত্র তিন বিষয়ের প্রতি পাঠকের নেতিবাচক ধারণা তৈরি হবে।

৭. পুনরাবৃত্তি বর্জিত

একটি শিরোনামের ভেতর একটি শব্দের বার বার ব্যবহার শিরোনামের স্বাভাবিক সৌন্দর্যকে ব্যহত করতে পারে। এজন্য শিরোনাম রচনার সময় এ বিষয়ে সচেতন দৃষ্টি রাখতে হবে।

৯. ঐতিহাসিক বর্তমান কালে :

শিরোনাম লিখতে হয় ঐতিহাসিক বর্তমান কালে। ব্যতিক্রমও হতে পারে। কিন্তু বেশির ভাগ ক্ষেত্রে এটাই প্রচলিত। যেমন “প্রধানমন্ত্রী গতকাল গোপালগঞ্জ সফর করেছেন” এটা না লিখে লিখা হয় “প্রধানমন্ত্রীর গোপালগঞ্জ সফর” এটাই শিরোনাম লেখার বহুল প্রচলিত পদ্ধতি।

❖ অনলাইন ও সামাজিক যোগাযোগমাধ্যমে প্রচারিত সংবাদের গুণগত মান যাচাই:



এই ছবিতে দেখা যাচ্ছে, ৫ই মে হেফাজতের হাজার হাজার কর্মী, মাদ্রাসার শিক্ষক ও শিক্ষার্থী শাপলা চত্বরে অবস্থান নিয়েছিলেন। তারপর দীর্ঘদিন শাপলা চত্বরে নিহতের সংখ্যা নিয়ে বিতর্ক। ২০১৩ সালের ৫ই মে ঢাকার শাপলা চত্বরে জড়ো হয়েছিলেন কওমি মাদ্রাসা ভিত্তিক সংগঠন হেফাজতে ইসলামের হাজার হাজার সমর্থক। ভোর থেকে ঢাকার প্রবেশপথগুলো দখলে নিয়েছিলো হেফাজতে ইসলামের সমর্থকরা। সেদিন শাপলা চত্বর রণক্ষেত্রে রূপ নিয়েছিলো। পরদিন ভোর নাগাদ পুরো মতিঝিল এলাকাকে মনে হয়েছিল যুদ্ধ বিধ্বস্ত একটি অঞ্চল। রাতের বেলায় হাজার হাজার র‍্যাব, পুলিশ, বিজিবির মিলিত অভিযানে খালি করে ফেলা হয় শাপলা চত্বর। শত শত রাউন্ড গুলি, সাউন্ড খেনেডের শব্দ, কাঁদানে গ্যাস আর আলোর ঝলকানি মিলে সেদিন রাতে তৈরি হয়েছিলো এক বিভীষিকাময় পরিবেশ। আর মৃতের সংখ্যা নিয়ে অনলাইনে বিতর্কের কোনো সীমা ছিল না, কিন্তু এসব তথ্যের কোনো যথাযথ তথ্য প্রমাণ উক্ত সংবাদগুলোতে ছিল না।

বর্তমান সময়ে গণমাধ্যমের সংবাদ আধেয় নির্ধারণে সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রয়েছে। বিগত সময়ে অনেক ঘটনার ক্ষেত্রেই দেখা গেছে যে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সংবাদ প্রকাশে অগ্রণী ভূমিকা রাখছে। সেক্ষেত্রে অনেক সময় গুজব, ভুয়া সংবাদ, অসম্পূর্ণ, ভুল তথ্য সমৃদ্ধ সংবাদ প্রচারিত হয়। অনলাইনে সংবাদের পাঠক বাড়ানোর জন্য শিরোনামে অনেক সময় চমক আনতে হয়। এতে পাঠক সংবাদটি পড়তে আগ্রহী হন। তাই সংবাদে অহরহই প্রতারণামূলক শিরোনাম দেওয়া হয়।

যেমন, ‘গাজাসহ শাহরুখ খান গ্রেফতার’। সংবাদের ভেতরে গিয়ে দেখা যায়, এই শাহরুখ আসলে সেই শাহরুখ নন। নারায়ণগঞ্জের অখ্যাত এক মাদক বিক্রেতা শাহরুখ। এই উদাহরণ অনলাইন পত্রিকার হলেও মূলধারা বা প্রভাবশালী পত্র-

পত্রিকাতেও এমন শিরোনাম চোখে পড়ছে ইদানিং। শোবিজ অঙ্গন নিয়েই মূলত বেশি প্রতারণামূলক সংবাদ শিরোনাম হয়। যেমন: ‘সন্তানের মা হলেন নায়িকা অমুক’। খবরের ভেতরে দেখা যায়, সিনেমায় তিনি মা হয়েছেন।

গোটা দুনিয়াতেই সাংবাদিকতার চরিত্রে একটা গুরুতর পালাবদল ঘটে গেছে। সত্য প্রকাশের দায়িত্ব থেকে ক্রমাগত সরে গিয়েছে। তার মানে এই নয় যে পাঠক নিতান্ত অসহায়। এসব প্রবণতা অনেক পাঠকই ঠিকঠাক ধরতে পারেন। ফলে ওই মাধ্যমের ব্যাপারে তিনি সতর্কও থাকতে পারেন। আর এই প্রবণতা প্রকট আকার ধারণ করার আগে তথ্য যাচাই করার নিয়মগুলো জানতে হবে। নিশ্চিত না হয়ে কোনো সংবাদ প্রচার করা উচিত নয়। খুব সাম্প্রতিককালে ‘ফ্যাক্ট চেকিং’ বলে একটি উদ্যোগ শুরু হয়েছে। ‘ফ্যাক্ট চেকিং’ বা তথ্য যাচাইকে অনেকটা কাউন্টার জার্নালিজম বা প্রতিসাংবাদিকতা বলা যায়। এটি মূলত একটি অনলাইনভিত্তিক উদ্যোগ, যেখানে সংবাদমাধ্যমে প্রচারিত তথ্যের সংগতি যাচাই করা হয়। ভুয়া বা বানোয়াট সংবাদ, সংবাদের সঙ্গে বানোয়াট ছবি বা ভিডিও, দায়িত্বহীন বক্তব্য ইত্যাদি বিষয়কে এখানে যাচাই-বাছাইয়ের মাধ্যমে-এর সত্যতা নিরূপণ করা হয়। সামাজিক মাধ্যমনির্ভর দুনিয়ায় এ রকম বানোয়াট খবর প্রচারে ভয়াবহ পরিণতি হয়। মিয়ানমারের রোহিঙ্গা নির্যাতনের ছবি বা ভিডিও যখন ভারতের বলে চালিয়ে দেওয়া হয়, ভারতের কোনো একটি নির্যাতনের ভিডিও যখন বাংলাদেশের মুসলিম নির্যাতনের ভিডিও বলে ফেসবুকে প্রচার করা হয়, তখন তা থেকে দাঙ্গার মতো ভয়াবহ পরিস্থিতির উদ্ভব হচ্ছে, তা আমরা সবাই জানি। ভুয়া খবর ছড়ানোর ছয়টি পদ্ধতি বিশ্লেষণ করা হবে এবং ধাপে ধাপে সেগুলোর সত্যতা যাচাইয়ের নির্দেশনা দেওয়া হবে:

১. ছবিতে কারসাজি - গুগল রিভার্স সার্চ-এর মত টুল ব্যবহার করে সহজে ছবি যাচাই।
২. বানোয়াট ভিডিও - এই ধাপে রয়েছে গভীরভাবে ভিডিও পর্যবেক্ষণ এবং আসল ভিডিও খুঁজে বের করা।
৩. সত্যের বিকৃত উপস্থাপন বিভ্রান্তিকর শিরোনামের দিকে খেয়াল রাখা, স্বীকৃত তথ্যের আকারে মতামত উপস্থাপন করা, বিকৃত, কাল্পনিক তথ্য এবং সত্য এড়িয়ে যাওয়াসহ খুঁটিনাটি।
৪. নকল ও কাল্পনিক বিশেষজ্ঞ, ভুয়া বক্তব্য - তাদের পরিচয় এবং বক্তব্য যাচাই করতে হবে। তাই বক্তব্য প্রদানকারীর পুরো পরিচয় স্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে।
৫. গণমাধ্যমের অপব্যবহার - মূলধারার গণমাধ্যম উদ্ধৃত করে মিথ্যা দাবির দিকে খেয়াল রাখা।

ফটোশপ সফটওয়্যারের কারিগরি কিংবা অনলাইনে প্রকাশিত সংবাদ-প্রতিবেদনটির উৎস কোড সম্পাদনা করে ভুয়া খবরের স্ক্রিনশট সহজেই বানানো যায়। বিশেষ গোষ্ঠীর উদ্দেশ্য পূরণে এসব ডিজিটাল মিথ্যা কেবলমাত্র ফেসবুকে সংবাদ শিরোনাম পড়া জনগোষ্ঠীকে বিভ্রান্ত করতে যথেষ্ট। এমন বিভ্রান্তিকর সংবাদ ছড়ানোর আগে সত্যতা যাচাইয়ের পরামর্শ দিয়ে এই বিশেষজ্ঞ বলেন, ‘ফেসবুকে পাওয়া প্রতিবেদন শেয়ার করার আগে সরাসরি গণমাধ্যমের অনলাইন সাইটে ভিজিট করা ভালো। মূল পত্রিকার ওয়েবসাইটের ডোমেইন নামের কাছাকাছি নাম দিয়ে ‘প্রথম আলু’, ‘কালার কণ্ঠ’ এরকম ডোমেইন চালানো হয়। অনেক সময় অসচেতন ফেসবুক ব্যবহারকারী ওই ডোমেইন না দেখেই আসল প্রথম আলো, কালার কণ্ঠ ভেবে শেয়ার দিয়ে দেয়।’



১৪ অক্টোবর দৈনিক প্রথম আলো, দ্য ডেইলি স্টার, দৈনিক সমকালসহ কয়েকটি পত্রিকার নামে ফেসবুকে ছড়ানো ভুয়া স্ক্রিনশটগুলো শেয়ার করার আগে সে সম্পর্কে সত্যতা যাচাই করে নেওয়া প্রয়োজন। কিন্তু বেশিরভাগ পাঠক সামাজিক মাধ্যমে পাওয়া এসব খবর দেখে চিনতে পারেন না কোনটি আসল, আর কোনটি নকল।

তাই ফেইক ওয়েবসাইট চেনার কয়েকটি উপায়:

১. বিশ্বস্ত ওয়েবসাইট মনে রাখুন

ইন্টারনেট দুনিয়ায় কখনোই একনামে দুইটি ওয়েবসাইট হতে পারে না। সুতরাং আসল ওয়েবসাইটের সঙ্গে নামের বা ইউআরএল (ইউনিফর্ম রিসোর্স লোকেটর) পার্থক্য থাকবে।

যেমন : প্রথম আলোর ওয়েবসাইট prothomalo.com হলেও, ভুয়া ওয়েবসাইটের ঠিকানায় একটি অতিরিক্ত a যোগ করা হয়েছে, যেমন prothomaalo.com। সুতরাং আপনার বিশ্বস্ত সংবাদ প্রতিষ্ঠানটি ইউআরএল বা নামটি মনে রাখুন অথবা ওয়েব ব্রাউজারে বুকমার্কিং করে রাখুন।

২. ডোমেইনটির দিকে তাকান?

আপনার সামাজিক মাধ্যমের ফিডে যদি পরিচিত সংবাদ মাধ্যম থেকে এমন খবর দেখতে পান, যা তাদের সাথে ঠিক খাপ খায় না, অথবা বাস্তবের সঙ্গে মিল নেই, তখন আপনার সতর্ক হওয়ার দরকার আছে।

WHOIS LOOKUP



bbc-bangla.com is already registered*

Domain Name: BBC-BANGLA.COM
Registry Domain ID: 2326909331_DOMAIN_COM-VRSN
Registrar WHOIS Server: whois.PublicDomainRegistry.com
Registrar URL: <http://www.publicdomainregistry.com>
Updated Date: 2018-11-04T13:20:40Z
Creation Date: 2018-10-28T13:53:51Z
Registry Expiry Date: 2019-10-28T13:53:51Z
Registrar: PDR Ltd. d/b/a PublicDomainRegistry.com
Registrar IANA ID: 303
Registrar Abuse Contact Email: abuse-contact@publicdomainregistry.com
Registrar Abuse Contact Phone: +1.2013775952
Domain Status: clientTransferProhibited <https://icann.org/epp#clientTransferProhibited>
Name Server: NS1.NAME.COM
Name Server: NS2.NAME.COM
DNSSEC: unsigned
URL of the ICANN Whois Inaccuracy Complaint Form: <https://www.icann.org/wicf/>
>>> Last update of whois database: 2018-11-15T08:32:08Z <<<

For more information on Whois status codes, please visit <https://icann.org/epp>

এই ছবিতে দেখা যাচ্ছে, বিবিসি নিউজ বাংলার নামে এই ভুয়া ওয়েবসাইটটির ডোমেইন কেনা হয়েছে অক্টোবরের শেষ সপ্তাহে।

৩. ICANN - এর সাইটে গিয়ে চেক করুন

বিশ্বের ওয়েবসাইট ঠিকানার বিষয়াদি দেখভাল করে থাকে আইক্যান (ICANN)। কোনো ওয়েবসাইট নিয়ে আপনার সন্দেহ হলে, আইক্যানের ডোমেইন অনুসন্ধান পাতায় গিয়ে তাদের ওয়েবসাইট ঠিকানাটি লিখে দিন বা পেস্ট করুন। <https://whois.icann.org/en> এই পাতায় গিয়ে দেখতে পাবেন, ওয়েবসাইটটি কবে তৈরি হয়েছে, কে তৈরি করেছে। সাধারণত ভুয়া নির্মাতাদের পরিচয় লুকানো থাকে। কিন্তু আপনার পরিচিত সংবাদ মাধ্যমটি পুরনো হলে তাদের ওয়েবসাইটও হবে পুরনো।

দলগত কাজ

শিক্ষক শ্রেণিকক্ষে কিছু সংবাদ দিয়ে শিক্ষার্থীদের কয়েকটি দলে বিভক্ত করবেন এবং তাদেরকে সেগুলোর গুণগত মান যাচাই করতে বলবেন

নিম্নোক্ত সংবাদের ফ্যাক্ট চেক কর,

ব্রাহ্মণবাড়িয়ার নাসিরনগর উপজেলার হরিপুর ইউনিয়নের হরিণবেড় গ্রামের রসরাজ দাস নামের জেলে পরিবারের এক যুবকের বিরুদ্ধে ফেসবুকে ধর্ম অবমাননার ছবি পোস্টের অভিযোগ তুলে ২০১৬ সালের ২৯ অক্টোবর তাকে পিটিয়ে পুলিশে দেয় এক দল যুবক। পরদিন মাইকিং করে উপজেলা সদরে পৃথক দুটি প্রতিবাদ সমাবেশ আহ্বান করা হয়। সমাবেশে অংশগ্রহণকারীরা নাসিরনগর সদরে হিন্দুদের মন্দির ও বাড়িঘরে হামলা চালায়।

নিম্নোক্ত সংবাদের উপাদানগুলো উল্লেখ কর,

শিশু জান্নাতীর মৃত্যুর ঘটনায় বাড়ির গৃহকর্ত্রী রোকসানাকে হেফাজতে নিয়েছে পুলিশ।

রাজধানীর মোহাম্মদপুরে এক শিশু গৃহকর্ত্রীর অস্বাভাবিক মৃত্যু হয়েছে। জান্নাতী (১২) নামের ওই গৃহকর্ত্রীর শরীরের বিভিন্ন স্থানে আঘাতের চিহ্ন রয়েছে।

এ ঘটনায় ওই বাড়ির গৃহকর্ত্রী রোকসানা পারভীনকে জিজ্ঞাসাবাদের জন্য পুলিশ হেফাজতে নিয়েছে।

জান্নাতী যে বাসায় কাজ করত সেটি পানি উন্নয়ন বোর্ডের নির্বাহী প্রকৌশলী সাঈদ আহমেদের। চাকরি সূত্রে সাঈদ যখন বগুড়ায় ছিলেন, তখন আট বছর বয়সে জান্নাতী ওই বাড়িতে কাজ নেয়। এরপর সাঈদের পরিবার ঢাকায় চলে এলে জান্নাতীও তাদের সঙ্গে ঢাকায় আসে। সাঈদ বর্তমানে পিরোজপুর পানি উন্নয়ন বোর্ডের নির্বাহী প্রকৌশলী।

স্যার সৈয়দ রোডের ৬/৫/এ নম্বর ভবনের একতলায় সাঈদ আহমেদ পরিবার নিয়ে থাকেন। আজ বিকেলে ওই বাড়ির গৃহকর্ত্রী সাঈদ আহমেদ বাসায় ছিলেন। তাঁর সঙ্গে কথা বলতে চাইলে ভবনের নিরাপত্তারক্ষী আল আমিন বলেন, ‘তিনি (সাঈদ) তাড়ায় আছেন। কথা বলতে পারবেন না।’

জান্নাতীর বাবা জানু মোল্লা প্রথম আলোকে বলেন, গত মঙ্গলবার ভোরে ফোনে তাঁকে জানানো হয় তাঁর মেয়ে অসুস্থ। দেখতে চাইলে যেন তাড়াতাড়ি ঢাকায় আসেন। খবর পেয়ে ঢাকায় এসে দেখেন মেয়ে মারা গেছে। তিনি বলেন, মেয়ের গায়ে তিনি অনেক দাগ দেখেছেন।

জানু মোল্লা বলেন, তাঁর বাড়ি বগুড়ার গাবতলী।

মোহাম্মদপুর থানার ভারপ্রাপ্ত কর্মকর্ত্রী জি জি বিশ্বাস বলেন, মঙ্গলবার রাত সোয়া ১২টায় সোহরাওয়ার্দী মেডিকেল কলেজ থেকে ফোনে জানানো হয়, এক দম্পতি একটি মেয়েকে মৃত অবস্থায় জরুরি বিভাগে নিয়ে এসেছেন।

পরে পুলিশ হাসপাতালে গিয়ে সুরতহাল করে ও ময়নাতদন্ত করতে বলে।

সোহরাওয়ার্দী হাসপাতালের ফরেনসিক মেডিসিন বিভাগের প্রধান সেলিম রেজা বলেন, মেয়েটির শরীরের বিভিন্ন জায়গায় ভেঁতা কিছু দিয়ে আঘাত করার চিহ্ন রয়েছে। তিনি বলেন, অভ্যন্তরীণ রক্তক্ষরণে শিশুটির মৃত্যু হয়ে থাকতে পারে।

তথ্যকে কার্যকরভাবে উপস্থাপনের উপায়

আশফাকুল আশেকীন
শিক্ষক
স্কলাস্টিক

ভূমিকা

বর্তমানে মানুষের জীবনযাপনে তথ্য এক অপরিহার্য বিষয়। প্রতিনিয়ত অতি দ্রুত বদলে যাচ্ছে তথ্য প্রবাহের প্রেক্ষাপট। বিষয় বৈচিত্র্যের দিক দিয়ে তথ্যের সামগ্রিকতা বিশ্ব-ব্রহ্মাণ্ডের মতোই সুবিশাল। এই ব্যপকতার সাথে তথ্যের আদান-প্রদানেও এসেছে যুগান্তকারী পরিবর্তন, ইন্টারনেটের কল্যাণে আজ প্রায় প্রতিটি মানুষের হাতের নাগালে চলে এসেছে বিশ্বের প্রায় সকল তথ্য। তাই অনস্বীকার্যভাবেই তথ্যের প্রভাব বদলে দিয়েছে জীবনের গতি। নিত্যদিনের বিভিন্ন প্রয়োজন থেকে শুরু করে সমাজ, শিল্প, বিজ্ঞান ও প্রযুক্তি, রাজনীতি, বিনোদন ইত্যাদি যাবতীয় সকল বিষয় অবিচ্ছেদ্যভাবে জড়িয়ে রয়েছে একে অপরের সঙ্গে। তাই তথ্য সকল প্রকার যোগাযোগ প্রক্রিয়ায় সুপ্ত বীজের মতো বিরাজমান।

তথ্য কি?

তথ্য শব্দটির আভিধানিক অর্থ হলো যথার্থতা, সত্যতা, প্রকৃত অবস্থা বা ব্যাপার’। অর্থগুলো লক্ষ্য করলে দেখা যায় তথ্যের সাথে সত্যতা বা ‘সত্য’ ধারণাটির সম্পর্ক রয়েছে, অর্থাৎ যেকোনো তথ্যের মাঝে সত্যতা থাকাটা বাঞ্ছনীয়। এক্ষেত্রে সত্য বলতে আমরা ফ্যাক্ট বা আসল ঘটনা বিবেচনা করতে পারি। অনেক ক্ষেত্রেই তথ্য এবং জ্ঞানকে এক করে দেখা হয়, তবে তথ্যসম্ভারের কারণে মানুষের জ্ঞান বৃদ্ধি পায়। উপাত্ত হলো মূল তথ্যের উপাদান, উপাত্তকে প্রক্রিয়াজাত করণের মাধ্যমে তথ্যের সৃষ্টি। যেমন: ধরা যাক বাংলাদেশের সর্বমোট শিক্ষাপ্রতিষ্ঠান গণনা করে একটি সংখ্যা পাওয়া গেল, সেই সংখ্যাকে বিশ্লেষণ করে আমরা দেশের শিক্ষাব্যবস্থা সম্পর্কে একটি তথ্য পেতে পারি।

সংবাদ কি?

সাধারণভাবে আমরা মনে করতে পারি যে, সংবাদপত্রগুলোতে যা ছাপা হয় বা প্রকাশিত হয় তাই সংবাদ। তবে সংবাদের সাথে প্রকাশ হওয়া ব্যাপারটি যুক্ত। সংবাদের আভিধানিক অর্থ হলো খবর, সমাচার, বার্তা, শারীরিক ও বৈষয়িক অবস্থা, পরস্পর কথোপকথন। তবে তথ্যকে প্রকাশ করলেই তা সংবাদ হয়ে যায় না, এর সঙ্গে দর্শকের বা শ্রোতার একটি বড় ভূমিকা রয়েছে, অর্থাৎ তথ্যকে সংবাদ হয়ে উঠতে হলে একজন বক্তা এবং কমপক্ষে একজন দর্শক-শ্রোতা বা পাঠক থাকতে হবে। কিন্তু কোনো তথ্য সংবাদ হবার যোগ্য সেটিও নির্ণয় করার বিষয়। ইংরেজিতে News শব্দটি কম্পাসের প্রতিটি পয়েন্ট North, East, West ও South এর আদ্যক্ষর নিয়ে গঠিত অর্থাৎ সংবাদের উপযোগী ঘটনার বিস্তৃতি উত্তর, দক্ষিণ, পূর্ব, পশ্চিম দিগন্ত পর্যন্ত ছড়ানো। সংবাদ মানেই নতুন কোন কিছু। এক্ষেত্রে সংবাদকে ইংরেজি New শব্দটির বহুবচন News বিবেচনা করা যায়। ‘যে ঘটনার সংবাদমূল্য রয়েছে তা নিশ্চিতরূপেই সংবাদপত্রে প্রকাশিত হবার দাবি রাখে। কোনো ঘটনার এই সংবাদমূল্যের পেছনে নিশ্চিতরূপেই মানব স্বার্থ (Human Interest) ও আকর্ষণ (Interest) উপাদান হিসেবে কাজ করে’^২। প্রেসিডেন্ট বা প্রধানমন্ত্রীর দৈনন্দিন ভাষণ যতই গুরুত্বপূর্ণ হোক না কেন যেকোনো এলাকায় অগ্নিকাণ্ডে শতাধিক মানুষের মৃত্যুর খবর অধিকাংশ পাঠককে বেশি আগ্রহী করে। তাই বলা যায়, সংবাদ হচ্ছে কোনো ঘটনা, বিষয় বা পরিস্থিতির সময়োচিত বিবরণী।

তথ্য ও সংবাদের পার্থক্য

উপরের প্রেক্ষিত দুটি বিবেচনা করলে তথ্য এবং সংবাদের মধ্যকার পার্থক্য বোঝা যায়। এগুলো হলো এক. সব তথ্যই সংবাদ হবার যোগ্য নয়। দুই. তথ্যকে সংবাদ হতে হলে তার সাথে মানব স্বার্থ এবং আকর্ষণ যুক্ত থাকতে হবে। তিন. তথ্যকে সংবাদ হয়ে উঠতে গেলে তা প্রকাশিত হতে হবে দর্শক-শ্রোতা বা পাঠকের সামনে। তথ্য হলো সংবাদের কাঁচামাল। অতএব তথ্যের ওপর নির্ভর করেই সংবাদপত্র প্রকাশিত হয়ে থাকে। সংবাদের সাধারণ বিষয়গুলো হলো যুদ্ধ, সরকার, রাজনীতি, শিক্ষা, স্বাস্থ্য, পরিবেশ, অর্থনীতি, ব্যবসা, ফ্যাশন, বিনোদন ও ক্রীড়া বিষয়ক ঘটনা, এছাড়াও অদ্ভূত বা অস্বাভাবিক ঘটনা এর অন্তর্ভুক্ত।

তথ্যকে কার্যকরভাবে উপস্থাপনের উপায় সম্পর্কে জানা অত্যন্ত জরুরী। সোশ্যাল মিডিয়ার কল্যাণে ইন্টারনেট লভ্যতা আছে এমন যে কেউ যেকোনো তথ্য প্রচার করতে পারে, বর্তমানে এই তথ্য প্রবাহকে সিটিজেন জার্নালিজমও বলা হয়। এক্ষেত্রে যেকোনো ব্যক্তি লাইভ স্ট্রিমিং, ছবি, ভিডিও কিংবা কোনো স্ট্যাটাস লিখে সংবাদ প্রণেতা হয়ে যেতে পারেন। আর এজন্য কোনো প্রাতিষ্ঠানিক দায়বদ্ধতাও কাজ করে না। কিন্তু উপস্থাপনের যথেষ্ট ধারণা না থাকার কারণে অনেকেই যে তথ্যটি উপস্থাপন করতে ইচ্ছুক তা উপস্থাপন করতে পারেন না। তথ্য উপস্থাপনের কিছু সাধারণ ধারণা তাই জানা থাকা প্রয়োজন।

কোনো তথ্য উপস্থাপনের ক্ষেত্রে একটি ঘটনার ব্যাপারে একজন পাঠকের মনে বিভিন্ন প্রশ্নের উদয় হতে পারে। এই প্রশ্নগুলোকে ষড় 'ক' অর্থাৎ 'কি, কখন, কেন, কোথায়, কে এবং কিভাবে' এর মাধ্যমে উল্লেখ করা যায়। সাধারণত সংবাদ রিপোর্টে এই ষড় 'ক'-এর সন্নিবেশ যদি থাকে তবে তাকে আমরা সম্পূর্ণ সংবাদ বলবো।

সংবাদের সূচনা অনুচ্ছেদেই এই ছয়টি প্রশ্নের উত্তর দর্শক-শ্রোতা এবং পাঠকের জন্য গুছিয়ে বলতে হবে। এরপর ধারাবাহিক ঘটনাক্রম উপযুক্ত সূত্রের সমন্বয়ে তথ্যকে উপস্থাপন করতে হয়। নিচে আরো বিশদভাবে বিষয়টি নিয়ে আলোচনা করা হলো।

সংবাদের বৈশিষ্ট্যসমূহ

একটি সংবাদ ঘটনার বিবরণী বা রিপোর্ট তৈরিতে কিছু বিষয় অবশ্যই মাথায় রাখা জরুরী, সংবাদের বৈশিষ্ট্য না জানা থাকলে রিপোর্টটি তার সংবাদমূল্য হারাতে পারে।

১. সংবাদটি হতে হবে সত্য নির্ভর। যে তথ্য মনগড়া নয়, সে তথ্য সত্যনিষ্ঠ আর সংবাদ তথ্য নির্ভর, কল্পনা প্রসূত নয়।
২. সংবাদ হবে নির্ভুল ও যথার্থ। সংবাদে কোনো সন্দেহের অবকাশ নেই। গুজব কখনো সংবাদ নয়।
৩. সংবাদ হবে সহজ, সরল ও সংক্ষিপ্ত। সহজ করে বলাটাই সংবাদের বৈশিষ্ট্য। সংবাদের পাঠক ৯ (নয়) বছরের শিশু থেকে নব্বই বছরের বৃদ্ধ এবং এই পাঠকদের শিক্ষার মানদণ্ডও সমান নয়।
৪. সংবাদ হবে সুস্বপ্নম। সংবাদ ঘটনার যেসব তথ্যগুলো যতটুকু গুরুত্ব পাবার দাবি রাখে সেটি তুলে ধরতে পারলেই সংবাদ রিপোর্টটি পূর্ণাঙ্গ ও ভারসাম্যপূর্ণ হবে। কোনো সংবাদ ঘটনায় যদি পক্ষ-বিপক্ষ থাকে তাহলে তাদের উভয়ের বক্তব্যই তুলে ধরতে হবে। তাদের বক্তব্য শুনেই পাঠক বা শ্রোতা ঘটনাটি সম্পর্কে একটা স্বচ্ছ ধারণা নিজেরাই গড়ে নিতে পারবে। অর্থাৎ সংবাদ হবে পক্ষপাতহীন।
৫. সংবাদ হবে বস্তুনিষ্ঠ। যেভাবে ঘটনা ঘটেছে হুবহু সেভাবে ঘটনা বা পরিস্থিতি বর্ণনাই হচ্ছে বস্তুনিষ্ঠতা। সাংবাদিক ঘটনাকে খালি চোখে দেখার চেষ্টা করবেন, সেটি কখনোই কল্পনার রঙে রঞ্জিত হবে না।
৬. সংবাদ হবে সময়োচিত। কথায় আছে সংবাদ হচ্ছে পচনশীল দ্রব্য। কোনো সংবাদ ঘটনা মানুষের আগ্রহ সজীব থাকার মধ্যেই প্রকাশিত না হলে অনেকক্ষেত্রেই তার আর কোনো সংবাদমূল্য থাকে না। কিছু কিছু ঘটনা আছে যা মানুষ তাৎক্ষণিকভাবেই জানতে চায়। অতএব তরতাজা থাকতেই তা শ্রোতা-দর্শকের কাছে পৌঁছে দিতে হবে।

৭. সংবাদ হবে আপেক্ষিক। এটি হলো ঘটনার সঙ্গে ঘটনা, বিষয়ের সঙ্গে বিষয় বা কোনো সূত্রের সাথে সূত্রের সম্পর্কের ব্যাপার। কোনো পাঠকের জীবনযাত্রার সঙ্গে যে সংবাদ জড়িত, সেই সংবাদই তাকে সবচেয়ে বেশি আকৃষ্ট করবে।
৮. সংবাদ হবে রুচিশীল। যেকোনো সংবাদ রিপোর্টকেই হতে হবে রুচিশীল ও শোভন। সেটা ভাষা বা প্রকাশিত ছবি যেকোনো ক্ষেত্রেই হোক। যেমন: কোন হত্যাকাণ্ডের ভয়াল ছবি কিংবা নির্মমভাবে নিহত হবার ছবি ছাপানো যাবে না। সংবাদ বিবরণীতে অশোভন কথাবার্তা বা গালিগালাজ কখনোই কাম্য নয়। সংবাদ সবসময়েই হবে রুচিপূর্ণ।

সংবাদের শ্রেণীবিভাগ

সংবাদের প্রধানত দুটি শ্রেণি রয়েছে। একটি ভৌগলিক আরেকটি প্রকৃতিগত। অঞ্চলভেদে যেসব সংবাদ আসে সেগুলো 'ভৌগলিক' আর যেসব সংবাদ সংঘটিত কোনো ঘটনা, বিষয়, ভাব বা পরিস্থিতির চরিত্র অনুযায়ী যেভাবে প্রকাশিত হবার দাবি রাখে সেগুলোই 'প্রকৃতিগত' সংবাদ।

সংবাদের ভৌগলিক শ্রেণিবিভাগ পাঁচ প্রকার।

১. শহর বা স্থানীয় সংবাদ
২. জেলা বা মফস্বল সংবাদ
৩. আঞ্চলিক সংবাদ
৪. জাতীয় সংবাদ
৫. বিদেশি বা আন্তর্জাতিক সংবাদ

সংবাদের প্রকৃতিগত বা চারিত্রিক শ্রেণী বিভাগগুলো হলো:

১. চরম বা পরম সংবাদ (Absolute News)
২. তরতাজা বা গুরু সংবাদ (Hard News)
৩. কোমল সংবাদ বা লঘু সংবাদ (Soft News)
৪. স্থানিক সংবাদ বা স্পট নিউজ (Spot News)

এছাড়া সংবাদের উপস্থাপন বা পরিবেশনগত শ্রেণিবিভাগ রয়েছে, সেগুলো হলো:

১. সাদামাটা বা সরল সংবাদ (Straight News)
২. বস্তুনিষ্ঠ সংবাদ (Objective News)
৩. ব্যাখ্যামূলক সংবাদ (Interpretative News)
৪. মন্যুয়ী বা মন্তব্যশ্রয়ী সংবাদ (Subjective News)
৫. মতামত (Opinion)

সংবাদের উপাদানসমূহ

উপরের আলোচনা থেকে সংবাদের উপাদানগুলো সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায়। এগুলো হলো স্থানিকতা বা ভৌগলিকতা, গুরুত্ববহতা বা (Prominence), সময়োপযোগিতা, অস্বাভাবিকতা, ঘটনার প্রভাব বা ফলাফল, দ্বন্দ্ব, মানব স্বার্থ, চূড়ান্ত বিষয়, কেলেংকারী, প্রভাব।^৪

সংবাদে ক্ষেত্রে স্থানিকতা বা ভৌগলিকতা গুরুত্বপূর্ণ, কোনো স্থানে ঘটে যাওয়া একটি ঘটনা সেই স্থানের পাঠক বা শ্রোতাকে যত আকৃষ্ট করবে অন্য এলাকায় সেটি পাঠকের আগ্রহ তৈরি করতে নাও পারে। যেমন থাইল্যান্ডে একদল কিশোর সুড়ঙ্গ আটকে পড়ার ঘটনা বাংলাদেশের পাঠকের উৎসুকতার কারণ হবে না।

একজন বিখ্যাত ব্যক্তিত্ব, কোনো নামকরা জায়গা বা গুরুত্বপূর্ণ অনুষ্ঠানের খবর পাঠক ততটা পরিচিত নয় এরকম খবরের চেয়ে বেশি গুরুত্ব পাবে। তোমার স্কুলে কোনো অতিথি বক্তার আগমনের ঘটনা সারাদেশের মানুষের আগ্রহের কারণ হবে না যতক্ষণ না সেই বক্তা সাকিব আল হাসানের মতো কেউ কিংবা সরকারের গুরুত্বপূর্ণ কেউ হচ্ছেন।

দর্শক/পাঠক/শ্রোতা কি? প্রকারভেদ ও সংক্ষিপ্ত বর্ণনা।

দর্শক, পাঠক বা শ্রোতাকে ইংরেজিতে বলা হয় ‘অডিয়েন্স’। অডিয়েন্স বলতে এমন কিছু দর্শক শ্রোতাকে বোঝায় যারা নির্দিষ্ট লক্ষ্যে নির্দিষ্ট স্থানে সমবেত হয় আবার অন্যভাবে বলা যায় দর্শক শ্রোতা হলো এমন কিছু লোকের সমষ্টি যাদেরকে উদ্দেশ্য করে বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়।

দর্শক-শ্রোতা বা পাঠক কে?

একজন বক্তার সফলতা বা ব্যর্থতা নির্ভর করে দর্শক-শ্রোতা বা পাঠকের উপর। বার্তার প্রেরণ এবং গ্রহণ এ দু’য়ের সমন্বয়ে কার্যকর যোগাযোগ হয়। এজন্য বক্তাকে তার শ্রোতার সামগ্রিক দিক বিবেচনা করে বক্তব্য উপস্থাপন করতে হয়। যোগাযোগের মূল উপাদান হলো-এর দর্শক-শ্রোতা ও পাঠক। অর্থাৎ যাদেরকে উদ্দেশ্য করে মানুষ বক্তব্য উপস্থাপন করে তারাই অডিয়েন্স বা দর্শক-শ্রোতা।

মূলত পাঁচ ধরনের শ্রোতা বা দর্শক-পাঠক রয়েছেন। এগুলো হলো সাধারণ, বাধ্য, নির্বাচিত, সচেতন ও সংঘবদ্ধ দর্শক-শ্রোতা। সাধারণ দর্শক-শ্রোতা তারাই যারা অনিয়মিত, তাদেরকে পূর্ব থেকে আহ্বান করা হয় না অর্থাৎ অনানুষ্ঠানিকভাবে তারা একত্রিত হন। যেমন: রাস্তাঘাটে হকার বা সাপের খেলার দর্শক। বাধ্য দর্শক-শ্রোতাদের বক্তার বক্তব্যে কোনো পছন্দ অপছন্দ থাকে না। এরা অনেকাংশেই বক্তার বক্তব্য শুনতে বাধ্য। যেমন: কোনো ক্লাব বা সংগঠনের সদস্য। নির্বাচিত শ্রোতার হলে কোনো একটি সাধারণ উদ্দেশ্য নিয়ে সমবেত হওয়া অডিয়েন্স। যাদের ওই নির্দিষ্ট বিষয়ের উপর কৌতূহল থাকে। যেমন: কোনো প্রেস কনফারেন্সে নির্বাচিত সাংবাদিকগণ। সচেতন শ্রোতা বলতে যারা স্বেচ্ছা প্রণোদিত হয়ে বক্তার বক্তব্য শোনার জন্য সমবেত দর্শকমণ্ডলীকে বোঝায়। তারা বক্তার বক্তব্য আগ্রহ ও উদ্দীপনা নিয়ে শোনে এবং সে অনুযায়ী কাজ করতে প্রস্তুত থাকেন। সংঘবদ্ধ দর্শক-শ্রোতার হলে বিভিন্ন ধরনের রাজনৈতিক, ধর্মভিত্তিক ও সামাজিক দলের সাথে যুক্ত দর্শক। এছাড়াও দর্শক-শ্রোতার বৈশিষ্ট্যের উপর ভিত্তি করে আরও তিন ধরনের দর্শক-শ্রোতা রয়েছে। এগুলো হলো নিরপেক্ষ দর্শক-শ্রোতা, বিরূপভাবাপন্ন দর্শক-শ্রোতা, সহনশীল দর্শক-শ্রোতা। যারা বক্তার বক্তব্যের বিষয়ে উদাসীন এবং বক্তব্যের আধেয় সম্পর্কে তাদের কোনো আগ্রহ থাকে না তারা নিরপেক্ষ দর্শক-শ্রোতা, যারা বক্তার কথা শুনলেও বক্তা ও দর্শক-শ্রোতার মাঝে মৌলিক কিছু অসম্মতি দেখতে পান কিংবা মাঝে মাঝে রাগান্বিত হয়ে ওঠেন তারা বিরূপভাবাপন্ন এবং যারা শুরু থেকে বক্তার মতামতের সাথে একাত্মতা প্রকাশ করেন, এই ধরনের দর্শক-শ্রোতার সহনশীল দর্শক-শ্রোতা।

বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়া বা সামাজিক গণমাধ্যমের কল্যাণে প্রতিটি ব্যক্তিরই অগণিত দর্শক-শ্রোতা অর্জনের সুযোগ রয়েছে। বিভিন্ন সোশ্যাল মিডিয়ায় যার একটি অ্যাকাউন্ট আছে তার সঙ্গে যুক্ত পরিচিতজন এমনকি অনেক অপরিচিত মানুষও তার

উপস্থাপিত তথ্যের দর্শক-শ্রোতা। এক্ষেত্রে সোশ্যাল সাইটগুলোর দর্শক-শ্রোতা নিয়ন্ত্রণের একটি পদ্ধতি বা সুযোগ থাকে, তা হলো কোনো ব্যক্তি চাইলে তিনি তার তথ্যসমূহ নির্দিষ্ট সংখ্যক দর্শক-শ্রোতাকে (অনলি ফ্রেন্ডস) জানাতে পারেন আবার তিনি তথ্যকে সেই সাইটের সকল দর্শক-শ্রোতার (পাবলিক) জন্য উন্মুক্ত রাখতে পারেন।

প্রতিবেদন বা রিপোর্টের কাঠামো

সাধারণত সংবাদ কাহিনী তৈরি করা হয় সাধারণ দর্শক-শ্রোতা বা পাঠককে আকৃষ্ট করার জন্য। তাদের নিত্যদিনের জীবনযাত্রা, চিন্তাভাবনা ও চাহিদা মেটানোর উপযোগী করে লেখা হয় সংবাদ প্রতিবেদন। বৈচিত্র্য ও নতুনত্ব হচ্ছে সংবাদ প্রতিবেদনের মূল উপাদান। সংবাদ কাহিনী বা বিবরণ দ্রুত কোনো ঘটনাকে (সত্য ঘটনা) বর্ণনা করে।

সব ধরনের সংবাদ কাহিনীর নির্মাণ কাঠামোই প্রায় এক। এর মূলত তিনটি মূল অংশ, সেগুলো হলো:

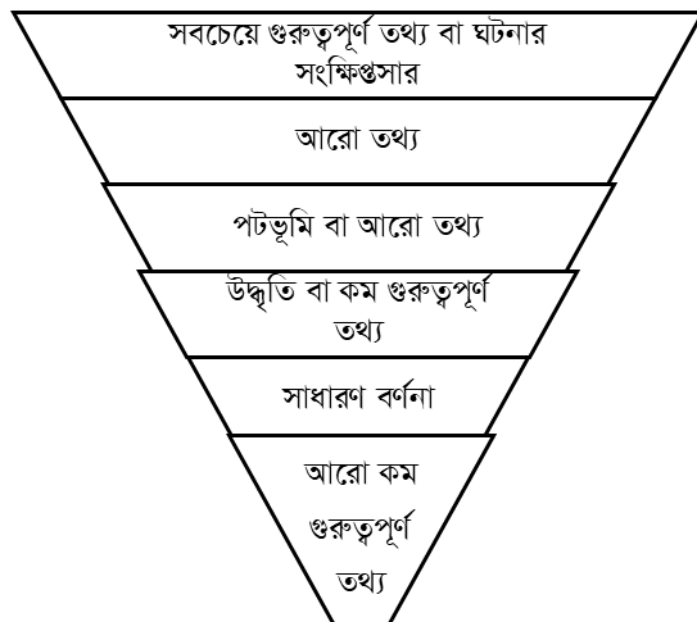
এক. শিরোনাম (Headline)

দুই. সংবাদ সূচনা বা প্রথম অনুচ্ছেদ বা সংবাদ শীর্ষ (Intro or Lead)

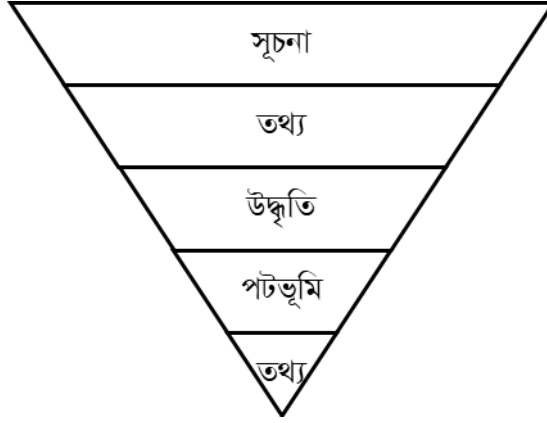
তিন. অবশিষ্টাংশ (Remaining Part)

সংবাদপত্রে সবার আগে সংবাদের শিরোনাম আমাদের চোখে পড়ে। শিরোনাম হচ্ছে সংবাদের মূল ঘটনার সংক্ষিপ্ত রূপ। শিরোনাম তাৎক্ষণিকভাবে বলে দেয় সংবাদ বিবরণীতে কি বিষয় বিবৃত হয়েছে। সংবাদ সূচনা বা প্রথম অনুচ্ছেদ বা সংবাদশীর্ষ লিখতে কম শব্দে খুব সহজ করে বর্ণনা করা হয়। সূচনায় ষড় 'ক'-এর সন্নিবেশ থাকলে তবে তাকে আমরা সম্পূর্ণ সংবাদশীর্ষ বলবো। শিরোনাম ও সংবাদশীর্ষের শেষে পাঠক সংবাদকাহিনীর বাকি অংশে চোখ বুলিয়ে যান। একজন রিপোর্টার পর্যায়ক্রমিক এই মডেলে তার সংবাদ কাহিনী সাজান। তিনি তার সংবাদ কাহিনীর জন্য প্রথমেই সর্বাপেক্ষা গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা বা বিষয় বাছাই করে নেন। তারপর পর্যায়ক্রমে ঘটনার গুরুত্বানুসারে ঘটনাটির বিশদ বিবরণ সাজিয়ে যান এবং ধারাবাহিকভাবে সবচেয়ে কম গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার মধ্য দিয়ে রিপোর্টের পরিসমাপ্তি ঘটে। সংবাদ মূল্য বা গুরুত্বের দ্বারা নিয়ন্ত্রিত হয়ে সংবাদ কাহিনীটিকে একটি কাঠামোয় সাজালে এটি উল্টো পিরামিডের আকার ধারণ করে।

উল্টো পিরামিড কাঠামোর সংবাদ কাহিনী নির্মাণের ছক নিম্নরূপ:



এই কাঠামোটিকে আরো সহজভাবে দেখানো যেতে পারে:



কাঠামোয় বর্ণিত উদ্ধৃতি বা পটভূমি ব্যবহারের এটি একটি সাধারণ নিয়ম। এগুলোর ব্যবহার ঘটনার প্রেক্ষিতের ওপর নির্ভর করে। একটি সাধারণ রিপোর্টের কাঠামো কিভাবে নির্মাণ করা উচিত সেটা রিপোর্টারের সিদ্ধান্ত। পিরামিডের ভিত্তি হলো রিপোর্টের ভিত্তি। সেই জন্য তা উল্টোভাবে আসছে।

পরিশেষে একথা বলা যায়, একটি সংবাদ বিবরণী তখনই পূর্ণাঙ্গ বলে বিবেচিত হবে যখন সংবাদ বিষয়টির সব গুরুত্বপূর্ণ বা সম্ভাবনাপূর্ণ দৃষ্টিকোণ ওই গল্পে সংযোজিত থাকবে এবং পাঠকের দিক থেকে সম্ভাব্য সকল প্রশ্নের জবাব থাকবে।

একটি পূর্ণাঙ্গ সংবাদের উদাহরণ

সিরাজগঞ্জে সড়ক দুর্ঘটনায় ভ্যানচালকের মৃত্যু

সিরাজগঞ্জের কামারখন্দ উপজেলায় ট্রাকচাপায় শফিকুল ইসলাম (৩৩) নামে এক ভ্যানচালকের মৃত্যু হয়েছে। এ সময় আহত হয় আরো ৩ জন।

আজ শনিবার দুপুরে বঙ্গবন্ধু সেতু পশ্চিম সংযোগ মহাসড়কে বাগবাড়ী এলাকায় এ দুর্ঘটনা ঘটে। নিহত শফিকুল ইসলাম জেলার বেলকুচি উপজেলার ক্ষিদ্দমাটিয়া গ্রামের আব্দুল খালেকের ছেলে।

বঙ্গবন্ধু সেতু পশ্চিম থানার ভারপ্রাপ্ত কর্মকর্তা সৈয়দ শহিদ আলম জানান, দুপুরে বাগবাড়ী এলাকা থেকে যাত্রী নিয়ে মহাসড়ক পার হচ্ছিলেন শফিকুল। এ সময় একটি ট্রাক তাকে চাপা দিয়ে পালিয়ে যায়। স্থানীয়রা তাকে গুরুতর আহতাবস্থায় উদ্ধার করে সিরাজগঞ্জ ২৫০ শয্যার বঙ্গমাতা শেখ ফজিলাতুন্নেছা মুজিব জেনারেল হাসপাতালে নিয়ে ভর্তি করে। সেখানে চিকিৎসারীন অবস্থায় তার মৃত্যু হয়।

ক্যাপশন

মূলত পত্রিকায় কোনো ছবি ছাপা হলে সে ছবি সম্পর্কে বর্ণনামূলক এক বা দুই লাইন ভাষ্যকে ক্যাপশন বলা হয়। এটি সাধারণত ছবির নিচে ছাপা থাকে। বর্তমানে প্রিন্ট এবং ইন্টারনেটভিত্তিক মিডিয়াগুলোতে ছবি, ভিডিও কিংবা অ্যানিমেশনের ছবির নিচে ক্যাপশন দেওয়া থাকে। এটি পড়ে পাঠক বুঝতে পারেন ভিডিওটি বা ছবিটি কি বিষয়ের। স্মার্ট ফোনের সৌজন্যে

এবং অত্যন্ত প্রতিযোগিতামূলক মিডিয়া বাজার হওয়ার কারণে বিভিন্ন ওয়েবসাইটে অসংখ্য ভিডিও ও ছবি সহজলভ্য হয়ে গেছে। এগুলোতে ক্যাপশন শীর্ষ সংবাদের ভূমিকা পালন করে। নিচে একটি ক্যাপশনের উদাহরণ দেওয়া হলো:



নেপালি আরোহী নির্মল পূর্জা বিশ্বের সর্বোচ্চ ১৪ শৃঙ্গে ওঠার সময়ের রেকর্ড ভেঙেছেন। ছবি: এএফপি

ছবি বা ভিডিও-তে ক্যাপশন খুবই গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়, এটি ছাড়া যেকোনো ছবি নাম, পরিচয়হীন। সংবাদপত্রে ছবির ব্যবহার ঘটনার প্রামাণ্য দলিল হিসেবে কাজ করে, ক্যাপশন সেই ছবিটির যথার্থতা বর্ণনা করে। যেহেতু একটি ছবি বা ভিডিও কোনো ঘটমান বাস্তবতার নির্বাচিত কিছু অংশকে তুলে ধরে, অনেক ক্ষেত্রে ছবিটির বর্ণনা কিংবা ক্যাপশন না উল্লেখ করলে সেটি দর্শকের মনে সম্পূর্ণ উল্টো প্রতিক্রিয়া তৈরি করতে পারে। লাইভ ভিডিওর ক্ষেত্রেও ক্যাপশন দেওয়া জরুরী, না হলে তথ্যটি দর্শকের কোনো উপকারে আসবে না বরং বিভ্রান্তি ছড়াবে।

ছবি বা ভিডিওর সাথে সংবাদের ধারাবাহিকতা

সংবাদে অনেকসময় দীর্ঘ বর্ণনার একঘেঁয়েমি দূর করে ছবি বা ভিডিও। কিন্তু এগুলো ব্যবহারের মূল উদ্দেশ্য হলো সংবাদের প্রামাণ্যতা সংরক্ষণ। কোনো লিখিত ঘটনার বা সংবাদ পাঠকের বর্ণনা সম্প্রচারের একটি পর্যায়ে পাঠক বা দর্শকের মনে সেই ঘটনাটি দেখার চাহিদার জোগান দেয় ছবি বা ভিডিও। সংবাদে বর্ণনার দীর্ঘসূত্রতা কমিয়ে আনতে সাহায্য করে অল্প কয়েক সেকেন্ডের ভিডিও বা একটি ছবি। আর ছবি বা ভিডিও ব্যবহারের ফলে গণমাধ্যমে সংবাদের গ্রহণযোগ্যতা আরও বৃদ্ধি পেয়েছে।

সামাজিক গণমাধ্যমে দায়িত্বশীল আচরণের প্রয়োজন

সামাজিক গণমাধ্যম বা সোশ্যাল মিডিয়াগুলোতে নেহাত মজার ছলে কিংবা ব্যক্তিগত সমস্যার জের ধরে গুজব রটিয়ে মানুষকে বিভ্রান্ত ও অহেতুক হয়রানি করার ঘটনা অহরহ ঘটছে। অনেকেই তাদের ব্যক্তিগত তথ্য এসব মাধ্যমে আদান-প্রদান করেন। কখনো রাগের মাথায়, কখনো বা খুব আবেগপ্রবণ হয়ে আমরা ফেসবুকে এমন কিছু পোস্ট করে ফেলি, যা পরবর্তীতে বিপদ ডেকে আনতে পারে।

ফেসবুক, টুইটার, ইনস্টাগ্রাম হলো এমন ধরনের সোশ্যাল সাইট যেখানে একবার একটা কিছু পোস্ট করলে তা মুহূর্তের মধ্যে ছড়িয়ে পড়তে পারে। সোশ্যাল মিডিয়ায় কিছু শেয়ার করার আগে জানতে হবে আমরা কি শেয়ার করবো আর কি শেয়ার করবো

না। কারো ছবি আপলোড দেয়ার সময় তার অনুমতি না নেওয়া এমন কোনো ছবি পোস্ট না করা যা দেখলে কেউ বিব্রতবোধ করতে পারে, মজা করার জন্য কোনো ব্যক্তি বা গোষ্ঠীকে হয়ে প্রতিপন্ন করা, ভাষার ব্যবহারে সতর্কতা অবলম্বন না করা ইত্যাদি বিভিন্ন বিষয় সম্পর্কে একজন ব্যবহারকারীকে সচেতন থাকতে হবে। সোশ্যাল মিডিয়াতে কারো দেওয়া কোনো তথ্য শেয়ার করার সময় অবশ্যই সেই তথ্যের উৎস সম্পর্কে নিশ্চিত হতে হবে। রাজনৈতিক কোনো বিষয় নিয়ে মন্তব্য করার আগে সত্যতা যাচাই করতে হবে, ভুল তথ্য শেয়ার করলে ফলাফল হিতে বিপরীত হতে পারে। আমাদের কখনোই সোশ্যাল মিডিয়া সাইটগুলোতে অন্য ধর্মকে কটাক্ষ করে স্ট্যাটাস বা ছবি দেওয়া উচিত না। কেননা এইসব ঘটনাকে কেন্দ্র করে অনেক বড় বিপর্যয় ঘটে যেতে পারে। কয়েক বছর আগে রামুর বৌদ্ধবিহারে সাম্প্রদায়িক হামলার ঘটনা একটি সোশ্যাল মিডিয়া কর্তৃক উস্কানিমূলক পোস্টের ফলাফল।

সংবাদের গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধিতে তথ্যসূত্রের ব্যবহার

সংবাদকে গ্রহণযোগ্য করে তুলবার দায়িত্ব সাংবাদিক এবং সহসম্পাদকের। নিজের মনগড়া বা ভাবনাপ্রসূত কোনো কথা তারা লিখবেন না। সংবাদ সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের উক্তি, দলিল দস্তাবেজ, বিশেষজ্ঞের মতামত এগুলো সংবাদের প্রামাণ্য ও বিশ্বাসযোগ্যতার জন্য অপরিহার্য। কোনো দুর্ঘটনার খবরে একজন প্রত্যক্ষদর্শী ব্যক্তির সাক্ষাৎকার অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, এর ফলে পাঠক বা দর্শক দুর্ঘটনার ভয়াবহতা অনুধাবন করতে সক্ষম হন। এছাড়া কোনো পরিসংখ্যানভিত্তিক উপাত্ত, বিশেষজ্ঞের লিখিত বক্তব্য অথবা প্রকাশনার উদ্ধৃতি ব্যবহারের সময় উপযুক্ত তথ্যসূত্র ব্যবহার করা বাঞ্ছনীয়। কোনো ওয়েবসাইট থেকে তথ্য সংগ্রহ করলে সেই সাইটের লিখক কিংবা সূত্র উল্লেখ করতে হয়। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমগুলোতে বিভ্রান্তি সৃষ্টিকারী মহল বা চক্র তথ্যসূত্র ছাড়াই বিভিন্ন ধরনের গুজব ছড়িয়ে জনমনে উৎকণ্ঠা সৃষ্টি করে, ধর্মীয় অনুভূতিতে আঘাত হেনে সাম্প্রদায়িক সৌহার্দ্য বিনষ্ট করে। ফলে মানুষের সামাজিক নিরাপত্তা, সংহতি হুমকির মুখে পড়ছে এবং বিশৃঙ্খলা সৃষ্টির আশঙ্কা তৈরি করছে। বাংলাদেশের নিরীহ জনমানুষের গণমাধ্যম সাক্ষরতার অভাব বা অজ্ঞতার কারণে এইসকল প্ররোচনামূলক তথ্য বা সংবাদ ব্যবহার করে তারা তাদের স্বার্থ হাসিল করছে।

মেধাস্বত্ব আইন

মেধাস্বত্বের ইংরেজি পরিভাষা হলো কপিরাইট। আক্ষরিক অর্থে কোনো মৌলিক সৃষ্টির ‘অনুলিপি তৈরির অধিকার’ আইনের মাধ্যমে সংরক্ষিত করার প্রক্রিয়াকে মেধাস্বত্ব আইন বলা হয়। একে © চিহ্নের মাধ্যমে প্রকাশ করা হয়।

মেধাস্বত্ব সাধারণত দুই শাখায় বিভক্ত : ‘ইন্ডাস্ট্রিয়াল’ প্রপার্টি বা শিল্প-সম্পত্তি এবং কপিরাইট বা গ্রন্থ-স্বত্ব। বিশ্ব মেধাস্বত্ব সংস্থা বা ওয়ার্ল্ড ইন্টেলেকচুয়াল প্রপার্টি অর্গানাইজেশন (ওয়াইপো) ১৯৬৭ সালের ১৪ জুলাই তারিখে স্টকহোমে গৃহীত একটি কনভেনশনে নিম্নলিখিত বিষয়াবলীকে মেধাস্বত্বের আওতাধীন বলে ঘোষণা করেছে: ১. শিল্প-সাহিত্য ও বিজ্ঞান-কর্ম ২. শিল্পী, ফোনোগ্রাম ও বেতারের অনুষ্ঠানাদি ৩. সব মানবিক সাধনা থেকে অর্জিত আবিষ্কার ৪. বৈজ্ঞানিক আবিষ্কার ৫. শিল্পসংক্রান্ত নকশা বা ডিজাইন ৬. ট্রেডমার্কস, সার্ভিস মার্কস, বাণিজ্যিক নাম ও পদবি ৭. অবৈধ প্রতিযোগিতার বিরুদ্ধে সংরক্ষণমূলক ব্যবস্থা এবং ৮. মেধা-মননের কর্মসম্পত্তি শিল্প, বিজ্ঞান, সাহিত্য ও নান্দনিক ক্ষেত্রে যাবতীয় সৃষ্টি।^৬

কপিরাইট দ্বারা মেধাসম্পদের ওপর প্রণেতার নৈতিক ও আর্থিক অধিকার প্রতিষ্ঠিত হয়। ফলে ওই মেধাসম্পদ বিভিন্ন পন্থায় পুনরুৎপাদন, বিক্রয়, বাজারজাতকরণ, লাইসেন্স প্রদান এবং জনসমক্ষে প্রদর্শনীর ক্ষেত্রে প্রণেতা বা সৃজনশীল ব্যক্তি একচ্ছত্র অধিকার লাভ করেন। মেধাসম্পদের আইনগত স্বীকৃতি প্রদান, উত্তরাধিকারসূত্রে মালিকানা নিশ্চিতকরণ এবং এই আধুনিক যুগে

পাইরেসি, ডিজিটাল প্ল্যাটফর্মে কপিরাইট সংরক্ষণ, রয়্যালটি আদায় এবং ব্রডকাস্টিং অর্গানাইজেশন থেকে ট্রান্সমিশন এবং রিট্রান্সমিশন সঠিকভাবে নিশ্চিতকরণে অতিগুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে।^১

কপিরাইট রেজিস্ট্রেশনের আওতার মধ্যে যে বিষয়গুলো রয়েছে, সেগুলো হচ্ছে; সাহিত্য, কম্পিউটার সফটওয়্যার, মোবাইল অ্যাপস, কম্পিউটার গেম, সংগীত, রেকর্ড (অডিও-ভিডিও), ই-মেইল, ওয়েবসাইট, সোশ্যাল মিডিয়া, বেতার ও টেলিভিশন সম্প্রচার, চলচ্চিত্র, নাটক, স্থাপত্যনকশা, কার্টুন, চার্ট, ফটোগ্রাফ, বিজ্ঞাপন (ভিডিও, অডিও, পোস্টার, বিলবোর্ডসহ অন্যান্য), স্লোগান, থিম সং, ফেসবুক ফ্যানপেজ এবং বিভিন্ন ধরনের শিল্পকর্মসহ অন্যান্য।^২

বাংলাদেশের কপিরাইট আইনের আওতায় লেখকের বা স্রষ্টার জীবনকাল এবং পরবর্তী সর্বোচ্চ ষাট বছর মেয়াদ পর্যন্ত প্যাটেন্ট বা স্বত্ব প্রদান করা হয়। ‘শুধুমাত্র প্যাটেন্ট না থাকায় মার্কিনের বহু আগে রেডিও আবিষ্কার করেও এই যন্ত্রটির আবিষ্কারক হতে পারেননি স্যার জগদীশ চন্দ্র বসু। এমন অধিকার প্রতিষ্ঠার জন্য প্রচলিত দুটি আন্তর্জাতিক আইন হলো- ইন্টেলেকচুয়াল প্রপার্টি রাইট-আইপিআর ও ইন্টেলেকচুয়াল প্রপার্টি প্রটেকশন বা আইপিপি। বিধি অনুযায়ী প্রত্যেকটি দেশে সুনির্দিষ্ট আইন এবং তদারকি কার্যক্রম পরিচালনার জন্য একটি প্রতিষ্ঠান থাকে যা নতুন উদ্ভাবিত বস্তুর উপর ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের স্বত্ব প্রতিষ্ঠা করে।’^৩

শেষাংশ

তথ্যপ্রযুক্তির অবাধ প্রবাহ এবং ব্যবহারের ফলে মানুষের জীবনমান যেমন অভাবনীয় দ্রুততায় উন্নত হচ্ছে তেমনি এর অতিসুলভ এবং যথেষ্ট ব্যবহার সমাজকে বিপদগ্রস্ত করছে বিভিন্নভাবে। গণমাধ্যম ব্যবহারকারী প্রতিটি ব্যক্তির দায়িত্বশীলতার পরিচয় দেওয়া বাঞ্ছনীয়। আগামী পৃথিবীর আধুনিক নাগরিক হয়ে উঠতে গণমাধ্যম স্বাক্ষর হওয়াটা যেমন জরুরী তেমনি তথ্য প্রকাশের ক্ষেত্রে সতর্কতা অবলম্বন করা একটি নাগরিক দায়িত্বও বটে।

তথ্যসূত্র:

১. বাংলা একাডেমি ব্যবহারিক বাংলা অভিধান, জানুয়ারি ২০১০, পৃষ্ঠা ৫৩৬।
২. সাংবাদিকতা সাংবাদিক ও সংবাদপত্র, রায় সুধাংশু শেখর, ম্যাসলাইন মিডিয়া সেন্টার।
৩. প্রাণ্ডক্ত।
৪. <https://www.axiapr.com/blog/elements-of-news>
৫. <https://www.kalerkantho.com/online/country-news/2019/10/26/831441>
৬. <https://opinion.bdnews24.com/bangla/archives/7909>
৭. <https://www.prothomalo.com/opinion/article/1590287>
৮. প্রাণ্ডক্ত।
৯. <http://suprobhat.com/%E0%A6%AE%E0%A7%87%E0%A6%A7%E0%A6%BE%E0%A6%B8%E0%A7%8D%E0%A6%AC%E0%A4%E0%A7%8D%E0%A6%AC-%E0%A6%86%E0%A6%87%E0%A6%A8/>

পাঠ অনুশীলন

১. সাম্প্রতিক ঘটে যাওয়া একটি বন্যায় তোমার এলাকার কি পরিমাণ ক্ষতি হয়েছে তা নিয়ে একটি প্রতিবেদন লেখ।
২. মেধাস্বত্ব/কপিরাইট আইনের প্রয়োজনীয়তা নিয়ে প্রবন্ধ লেখ।
৩. সংবাদ কি? তথ্য ও সংবাদের পার্থক্য বুঝিয়ে লেখ।



৪. নিচে একটি ছবি দেওয়া হলো, এর উপযুক্ত ক্যাপশন কি হতে পারে?

৬. একটি সংবাদের কাঠামো উদাহরণসহ বর্ণনা কর।
৭. তোমার স্কুলের লাইব্রেরি নিয়ে ভিডিও প্রতিবেদন তৈরি করো।
৮. তোমাদের এলাকায় অবস্থানরত মুক্তিযোদ্ধার সাক্ষাৎকারভিত্তিক প্রতিবেদন লেখ।

শ্রেণিকক্ষ অনুশীলন

১. ছাত্র-ছাত্রীরা কেউ সাংবাদিক এর ভূমিকায় অভিনয় করে একটি ঘটনার তাৎক্ষণিক সংবাদ প্রতিবেদন বর্ণনা করবে।
২. একজন প্রত্যক্ষদর্শীর ভূমিকা অভিনয় করে কোনো দুর্ঘটনার বর্ণনা করবে একজন সাংবাদিকের সামনে।

শূণ্যস্থান পূরণ করো

ফেইসবুক, টুইটার, ইনস্টাগ্রাম হলো এমন ধরনের.....যেখানে একবার একটা কিছু পোস্ট করলে তা মধ্যে ছড়িয়ে পড়তে পারে। কারো ছবি আপলোড দেওয়ার সময় তার না নেওয়া অন্যায্য।
সোশ্যাল মিডিয়াতে কারো দেওয়া কোনো তথ্য শেয়ার করার সময় অবশ্যই সেই তথ্যের সম্পর্কে নিশ্চিত হতে হবে।
রাজনৈতিক কোনো বিষয় নিয়ে করার আগে সত্যতা যাচাই করতে হবে।

ইন্টারনেট জগতে ঝুঁকিসমূহ এবং ব্যক্তিগত নিরাপত্তা রক্ষার কৌশলসমূহ

মোঃ সাইমুম রেজা তালুকদার
জ্যেষ্ঠ প্রভাষক, আইন বিভাগ, ব্র্যাক বিশ্ববিদ্যালয়
এডভোকেট, জজ কোর্ট, ঢাকা

ঘটনা একঃ লামিয়া (ছদ্মনাম) সবসময় ফেসবুকে বিভিন্ন চটকদার লিঙ্কে, যেমন “বৃদ্ধকালে আপনার চেহারা কেমন হবে?”, “আপনার রাশিফল জেনে নিন”, “আপনি দেখতে কোন তারকার মতন”, “আপনার মৃত্যু কখন হবে?”, “জেনে নিন বিশ্বের সাতটি রহস্যময় স্থানের নাম” ইত্যাদিতে ক্লিক করে। এই ক্লিক এর মাধ্যমে লামিয়ার ফোন ও ল্যাপটপে হ্যাকারদের তৈরি করা ম্যালওয়্যার প্রবেশ করে লামিয়ার সমস্ত গোপনীয় তথ্য হ্যাকারদের কাছে চলে যায়। হঠাৎ একদিন লামিয়ার কাছে একটি ভুয়া ফেসবুক আইডি থেকে মেসেঞ্জারে যোগাযোগ করে লামিয়ার একটি স্পর্শকাতর ছবি দেখিয়ে লামিয়ার কাছে বিকাশে বিশ হাজার টাকা চায়, অন্যথায় হ্যাকার লামিয়ার ছবি ইন্টারনেটে ছড়িয়ে দিবে বলে হুমকি দেয়। উপায়সূত্র না দেখে লামিয়া বন্ধু বান্ধবের কাছ থেকে ধার-দেনা করে হ্যাকারকে বিকাশে টাকা পাঠায়।

ঘটনা দুইঃ কিশোরকে তার মামা একটি নতুন মোবাইল ফোন কিনে দিয়েছে। নতুন ফোন দিয়ে কিশোর কয়েকদিন হলো ইমেইল ও সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করা শিখেছে। কিন্তু কিশোর সহজে পাসওয়ার্ড মনে রাখতে পারে না। তাই কিশোর তার মোবাইল ফোন নাম্বার টাই পাসওয়ার্ড হিসেবে রাখলো এবং পাসওয়ার্ড সুরক্ষিত রাখতে কোন টু ফ্ল্যাক্টর অথরাইজেশন, ইমেইল ও এসএমএস নোটিফিকেশন পছন্দ অনুসরণ করেনি। ফলাফল একদিন কিশোর শপিংমলে কোনো এক অরক্ষিত পাবলিক ওয়াইফাই ব্যবহার করতে গেলে কোনো এক হ্যাকার তার ফোনে অনুপ্রবেশ করে কিশোরের ইমেইল হ্যাক করে সেই ইমেইল দিয়ে ফেসবুক একাউন্ট খুলে সেই ফেসবুক আইডি দিয়ে ধর্মীয় উস্কানিমূলক বক্তব্য ছড়াল। ফলাফল কিশোরের এলাকায় সাম্প্রদায়িক দাঙ্গা ছড়িয়ে পড়লো।

ঘটনা তিনঃ মিজানুর (ছদ্মনাম) নিজেকে দেশ ও জাতি সম্পর্কে অনেক সচেতন ভাবে এবং প্রায়শই অনলাইনে রাষ্ট্র বিরোধী ও উস্কানিমূলক কথাবার্তা প্রচার করে অথবা অন্যদের রাষ্ট্র বিরোধী ও উস্কানিমূলক প্রচারণা তার নিজের সোশ্যাল মিডিয়া আইডিতে শেয়ার দেয়। এভাবে আস্তে আস্তে সে উগ্রবাদী মতাদর্শের দিকে ঝুঁকে পরে এবং একসময় ধর্মের নামে সন্ত্রাসী হামলায় অংশগ্রহণ করে।

ঘটনা চারঃ ফিরোজ, তামিম, আহনাফ, শামিম, রাবেয়া, মিথিলা, সারিকা ও অনিন্দিতা ভালো বন্ধু। একদিন শ্রেণী কক্ষে তুচ্ছ বিষয়ে তাদের সাথে সহপাঠী শাবাবের কথা কাটাকাটি ও উত্তপ্ত বাকবিতণ্ডা হয়। ফলাফল তারা সবাই অনলাইনে শাবাবের নামে কুৎসা রটানো, বন্ধুদের ফেসবুক গ্রুপে গালিগালাজ এবং তাকে নিয়ে হাসি ঠাট্টা শুরু করলো। ফলাফল শাবাব ফেসবুক আইডি বন্ধ করে দিলো এবং ক্লাসে ঠিক মতন আসা বন্ধ করে দিলো।

ঘটনা পাঁচঃ রিফাতের (ছদ্মনাম) সাথে আরিফার (ছদ্মনাম) তিন বছরের ভালবাসার সম্পর্ক। কিন্তু কোন এক কারণে তাদের এ সম্পর্ক ভেঙে যায়। সম্পর্ক চলমান থাকার সময় রিফাতের এবং আরিফা হোয়াটসএপের মাধ্যমে নিজের অনেক স্পর্শকাতর ছবি একজন আর এক জনের সাথে আদান প্রদান করে। পরবর্তীতে সম্পর্ক ভেঙে গেলে আরিফ প্রতিশোধ পরায়ন হয়ে আরিফাকে সামাজিকভাবে হেয় প্রতিপন্ন করতে আরিফার

সেই স্পর্শকাতর ছবিগুলো সামাজিক মাধ্যমে ফেক আইডি খুলে আরিফার বন্ধু- বান্ধবী এবং আত্মীয় স্বজনদের কাছে ছড়িয়ে দেয়। ফলাফল আরিফা আত্মহত্যা করে।

ঘটনা ছয়ঃ আকাশ একটি বিদেশি অনলাইন শপিং পোর্টাল থেকে গৃহসজ্জার সামগ্রী অর্ডার দেয়। অর্ডার দেওয়ার সময় সেখানে তার ক্রেডিট কার্ডের সমস্ত তথ্য দিয়ে ফর্ম পূরণ করে। কিন্তু পরে দেখা গেলো তার ক্রেডিট কার্ড থেকে আরও বেশী টাকা উত্তোলিত হয়েছে এবং শেষমেষ তার পণ্যটিও বুঝে পায়নি। এভাবে সংঘবদ্ধ হ্যাকার গোষ্ঠী তার ক্রেডিট কার্ডের সমস্ত তথ্য হাতিয়ে নেয়।

উপরোক্ত সকল আচরণই কিন্তু অন্যান্য মূলক আচরণ এবং সাইবার অপরাধ। প্রথম ঘটনায় লামিয়ার বিরুদ্ধে করা হ্যাকিং ও পর্নোগ্রাফি। দ্বিতীয় ঘটনাটি রেভেঞ্জ পর্ন। তৃতীয় ঘটনাটি হ্যাকিং, অনলাইন উগ্রবাদ সংক্রান্ত। চতুর্থ ঘটনাটি অনলাইন উগ্রবাদ ও সন্ত্রাসবাদ। পঞ্চম ঘটনাটি সাইবার বুলিং এর আওতায় পরে। ষষ্ঠ ঘটনাটি অনলাইনে আর্থিক প্রতারণা সংক্রান্ত। এ সকল অপরাধসমূহ তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আইন ২০০৬, সন্ত্রাসবাদ বিরোধী আইন ২০০৯, পর্নোগ্রাফি নিয়ন্ত্রন আইন ২০১২ এবং ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন ২০১৮ অনুযায়ী দণ্ডযোগ্য অপরাধ।

বর্তমানে আমাদের জীবন ইন্টারনেটের মাধ্যমে অনলাইন জগতে ওতপ্রোত ভাবে জড়িত। আমাদের জীবনের এমন কোনো দিক নেই যা অনলাইন জগতের সাথে সম্পর্কযুক্ত নয়। তথ্য আদান প্রদান থেকে শুরু করে অনলাইনে শিক্ষা প্রদান, ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড পরিচালনা, সভা সংগঠনের কার্যক্রম, সরাসরি খবর সম্প্রচার, জনসচেতনতামূলক কর্মকাণ্ড প্রচার ইত্যাদি সবই অনলাইনে করা যায় আজকাল। বলা হয়ে থাকে ইন্টারনেট ইলেক্ট্রনিক ও প্রিন্ট মিডিয়াকে একসাথে করে মানুষকে শুধুমাত্র তথ্য প্রবাহের সাথে সংযুক্ত করেনি, আজকাল বিভিন্ন প্রযুক্তিকে ইন্টারনেটের কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তার সাথে সংযুক্ত করে চতুর্থ শিল্প বিপ্লব এনেছে। এর ফলে আজকাল বিভিন্ন প্রযুক্তিগত মেশিন নিজে নিজেই স্বিধান্ত নিতে সক্ষম, যেমন স্মার্ট রেফ্রিজারেটর মুহূর্তে এসএমএস করে জানিয়ে দিবে ভেতরে কোন খাবার পচে গিয়েছে কিনা, স্মার্ট ক্যামেরা চেহারা সনাক্তকরন প্রযুক্তির সাহায্যে অপরাধীকে সনাক্ত করবে, অন্ধ ব্যক্তি কথা বলার মাধ্যমে কম্পিউটারে টাইপ করতে পারবে ও অনলাইন থেকে পণ্য অর্ডার করতে পারবে, কৃত্রিম স্যাটেলাইট স্ক্যান করে বলে দিতে পারবে কোন এলাকায় কোন ধরনের ব্যাকটেরিয়ার প্রকোপ বেশি, মনুষ্যবিহীন গাড়ি নিজে নিজেই রাস্তা দিয়ে চলতে পারবে ইত্যাদি। মোদাকথা আমাদের অফলাইন এবং অনলাইন জীবনের মধ্যে ব্যবধান ঘুচিয়ে দিয়েছে ইন্টারনেট। একারণেই জাতিসংঘ যে ১৭ টি ‘টেকসই উন্নয়ন লক্ষ্যমাত্রা’ নির্ধারণ করেছে, তার ৯ নম্বর লক্ষ্যমাত্রা হল উন্নয়নকে ত্বরান্বিত করতে আরও বেশী আইসিটি নির্ভর টেকসই যোগাযোগ। শুধু এটাই নয়, ২০১৬ সালে জাতিসংঘের মানবাধিকার বিষয়ক কমিটি তার এক রিপোর্টে বলেছে যে “যে সকল অধিকারসমূহ মানুষ অফলাইনে ভোগ করে তার সবগুলো অনলাইনেও নিশ্চিত করতে হবে”। উপরোক্ত নিতিমালা এবং গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশের সংবিধানের আলোকে অনলাইনে আমাদের নিম্নোক্ত অধিকারসমূহ আছে-

- অনলাইনে অন্যের মতামতকে শ্রদ্ধা করা ও গুরুত্ব দেওয়া
- অনলাইনে মতামত প্রকাশের অধিকার

- অনলাইনে আত্মপরিচয় লাভের অধিকার
- অনলাইনে চিন্তা ও বিবেকের স্বাধীনতা
- অনলাইনে ব্যক্তিগত গোপনীয়তার অধিকার
- অনলাইনে তথ্য লাভের অধিকার
- অনলাইনে সভা সংগঠন করার অধিকার
- সকল ধরনের সহিংসতা থেকে অনলাইনে সুরক্ষার অধিকার
- অনলাইনে সামাজিক নিরাপত্তা লাভের অধিকার
- অনলাইনে শিক্ষা লাভের অধিকার
- অনলাইনে যৌন হয়রানি ও অন্যান্য যে কোনো ধরনের সহিংসতা থেকে সুরক্ষা
- অনলাইনে সমতা বিধান ও বঞ্চনার শিকার না হওয়া
- অনলাইনে শিশুদের সর্বোত্তম স্বার্থকে প্রাধান্য দেওয়া
- রাষ্ট্রের প্রচলিত আইনসমূহের আলোকে অনলাইনে অন্যান্য সুরক্ষা লাভের অধিকার

কিন্তু অনলাইনে আমাদের উপরোক্ত অধিকারসমূহ থাকা সত্ত্বেও ইন্টারনেটে আমরা বিভিন্ন ধরনের ও মাত্রার ঝুঁকির শিকার যেগুলোর মধ্যে পাঁচটি উদাহরণ উপরে বর্ণনা করা হয়েছে। যে কোন বয়সের যে কেউই উপরোক্ত ঝুঁকিগুলোর শিকার হতে পারে। তবে জাতিসংঘের অপরাধ এবং মাদক সংক্রান্ত সংস্থার রিপোর্ট মতে মহিলা এবং শিশুরা এসমস্ত অনলাইন ঝুঁকিগুলোর সব থেকে বেশী শিকার। ২০১৯ সালে প্রকাশিত ইউনেস্কোর রিপোর্ট মতে বাংলাদেশে বর্তমানে প্রতিদিন প্রায় ৪০০ শিশু সাইবার অপরাধের শিকার। সাইবার অপরাধের আন্তর্জাতিকভাবে স্বীকৃত সুস্পষ্ট কোন সংজ্ঞা নেই। সারা বিশ্বের বিভিন্ন দেশে এর সংজ্ঞা ভিন্ন ভিন্ন রকম। সাধারণভাবে সাইবার অপরাধ বলতে বোঝায় কম্পিউটার ও কোন ধরনের ডিজিটাল ডিভাইস এবং ইন্টারনেট ব্যবহার করে সাইবার জগতে কোন ধরণের প্রচলিত, অপ্রচলিত ও নতুন ধরণের অপরাধ সংঘটন। কাউন্সিল অব ইউরোপ এর প্রণীত বুদাপেস্ট কনভেনশন ২০০১ অনুযায়ী সাইবার অপরাধের সংজ্ঞা নিম্নরূপভাবে দেয়া যায়-

১। কম্পিউটার ও ইন্টারনেট ব্যবহার করে নতুন ধরণের অপরাধ সংঘটন করা। উদাহরণস্বরূপ- ফিশিং কৌশল ব্যবহার করে কোন একটি ব্যাংক একাউন্টের নিয়ন্ত্রণ নিয়ে রক্ষিত টাকা অন্য একাউন্টে অনলাইনে স্থানান্তর করা।

২। প্রচলিত অপরাধসমূহ নতুন মাধ্যমে (যেমন- কম্পিউটার ও ইন্টারনেট) সংঘটন করা। উদাহরণস্বরূপ- অনলাইনে আপত্তিকর ছবি ছড়িয়ে দেয়ার ভয় দেখিয়ে বিকাশের মাধ্যমে চাঁদাবাজি।

৩। ইন্টারনেটের সাথে সংযুক্ত কম্পিউটারসহ যে কোন ডিজিটাল ডিভাইস এর ডাটা ও সিস্টেমের গোপনীয়তা, সহজ প্রাপ্যতা এবং বিশ্বাসযোগ্যতা খর্ব করা। উদাহরণস্বরূপ- জাতীয় পরিচয়পত্রের সার্ভারে ম্যালওয়্যার প্রবেশ করিয়ে সার্ভারে সংরক্ষিত নাগরিকদের ব্যক্তিগত তথ্য হাতিয়ে নেওয়া এবং কিছু নির্দিষ্ট ব্যক্তির তথ্য বদলে ফেলা।

এছাড়াও বিভিন্ন দেশের আইনানুসারে সাইবার অপরাধের বিভিন্ন প্রকার সংজ্ঞা থাকতে পারে। নিম্নে আন্তর্জাতিকভাবে প্রচলিত কিছু সাইবার অপরাধের সংজ্ঞা প্রদান করা হলঃ

- ১। **সাইবার বুলিং (Cyber bullying):** আইসিটি প্রযুক্তি ব্যবহার করে কাউকে লক্ষ্য করে একটি নির্দিষ্ট প্রকারে তার প্রতি অনলাইনে সহিংস আচরণ করা, তাকে হয়রানি করা ও তাকে সামাজিকভাবে আলাদা করা ইত্যাদি;
- ২। **সাইবার হয়রানি (Cyber harassment):** কাউকে উত্ত্যক্ত ও হয়রানী করার উদ্দেশ্যে অনলাইনে এক বা একাধিক ব্যক্তি কর্তৃক উক্ত ব্যক্তির বিরুদ্ধে অনলাইনে হয়রানিমূলক আচরণ করা;
- ৩। **সাইবার ইনটিমিডেশন (Cyber intimidation):** অনলাইনে কাউকে ভয় ভীতি প্রদর্শন;
- ৪। **সাইবার সন্ত্রাস (Cyber terrorism):** অনলাইনে প্রচারিত কোন উগ্রবাদী মতাদর্শে উদ্বুদ্ধ হয়ে অনলাইন অথবা ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহার করে সন্ত্রাসী কার্যকলাপ সংঘটন করা;
- ৫। **সাইবার স্টকিং (Cyber stalking):** অনলাইন মাধ্যমকে ব্যবহার করে ক্রমাগত কোন ব্যক্তির অবস্থান, চলাফেরা, গতিবিধি ইত্যাদি পর্যবেক্ষণ করা যা হয়রানীর পর্যায়ে পড়ে;
- ৬। **সেক্সটিং (Sexting):** এসএমএস, ফেসবুক মেসেঞ্জার, হোয়াটসএপ, ভাইবার, ইমো ইত্যাদি মেসেজ আদান প্রদান করার মাধ্যমে যৌন উত্তেজক ছবি, ভিডিও, টেক্সট ইত্যাদি আদান পদান করা;
- ৭। **সেক্সটরশন (Sextortion):** যৌন উত্তেজক ছবি, ভিডিও, টেক্সটসহ কোন ব্যক্তি সম্পর্কে সংবেদনশীল তথ্য ইত্যাদি অনলাইনে ছড়িয়ে দেওয়ার হুমকি দিয়ে আর্থিক বা অন্য কোন ধরনের সুবিধা নেওয়া;
- ৮। **রেভেঞ্জ পর্ন (Revenge porn):** প্রতিশোধ নেওয়ার উদ্দেশ্যে কোন ব্যক্তি কর্তৃক অন্য কোন ব্যক্তির নগ্ন অথবা আপত্তিকর অথবা যৌন উত্তেজক ছবি বা ভিডিও অনলাইনে ছড়িয়ে দেওয়া;
- ৯। **অনলাইন গ্রুমিং (Online grooming):** অনলাইনে কোন ব্যক্তিকে, বিশেষত শিশুদের, বিভিন্ন প্রলোভনের মাধ্যমে ফুঁসলিয়ে-ফাঁসলিয়ে যৌন উত্তেজক ছবি, ভিডিও, টেক্সট ইত্যাদি উৎপন্ন ও আদান প্রদান করা, তাদেরকে সন্ত্রাসী কর্মকাণ্ড সহ অন্যান্য অপরাধের সাথে জড়িত হতে প্রলুব্ধ করা;
- ১০। **অনলাইনে প্রতারণা (Online fraud):** পরিচয় গোপন রেখে অথবা ভুয়া পরিচয় তৈরি করে অথবা অন্যের পরিচয় ব্যবহার করে কোন অসৎ উদ্দেশ্যে অনলাইনে কোন ব্যক্তির সাথে সম্পর্ক স্থাপন এবং পরবর্তীতে কোন ধরনের প্রতারণা সাধন করে ওই ব্যক্তির শারীরিক, মানসিক, আর্থিক ক্ষতি সাধন করা।

১১। অনলাইন পর্নোগ্রাফি (Online pornography): বানিজ্যিক বিপণনের মাধ্যমে লাভ করার উদ্দেশ্যে যৌন উত্তেজক ছবি, ভিডিও, টেক্সট ইত্যাদি উৎপন্ন, ধারণ ও রেকর্ড করা, পরিচালনা, প্রযোজনা, আদান-প্রদান, সংরক্ষণ ইত্যাদি;

১২। অনলাইনে যৌন হয়রানী (Sexual harassment online):

বাংলাদেশ মহিলা আইনজীবী সমিতির জনস্বার্থে দায়ের করা মামলার প্রেক্ষিতে (*রিট পিটিশন নং ৫৯১৬/২০০৮*) মহামান্য হাইকোর্ট ১৪ মে ২০০৯ সালে একটি নির্দেশনামূলক নীতিমালা প্রদান করেন যেখানে যৌন হয়রানির কিছু সুনির্দিষ্ট সংজ্ঞা প্রদান করা হয়েছে। যদিও রায়টিতে অনলাইনে যৌন নির্যাতন নিয়ে সরাসরি কিছু বলা হয়নি, কিন্তু রায়ে উল্লিখিত যৌন নির্যাতন সমূহ কেউ অনলাইনে করলে সেটাকে পর্নোগ্রাফি নিয়ন্ত্রন আইন ২০১২, শিশু আইন ২০১৩ এবং ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন ২০১৮ অনুযায়ী সাইবার অপরাধ হিসেবে গন্য করা সম্ভব। (পরিশিষ্ট ২ দেখুন)

তদুপরি পরিশিষ্ট ১ এ তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আইন ২০০৬, সন্ত্রাসবাদ বিরোধী আইন ২০০৯, পর্নোগ্রাফি নিয়ন্ত্রন আইন ২০১২, শিশু আইন ২০১৩ এবং ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন ২০১৮ অনুযায়ী বিভিন্ন প্রকার সাইবার অপরাধের সংজ্ঞা ও শাস্তি উল্লেখ করা হয়েছে। পরিশিষ্ট ২ এ অনলাইনে যৌন হয়রানীর ধারণা প্রদান করা হয়েছে।

অতএব আমাদেরকের অনলাইনে উপরোক্ত অপরাধমূলক আচরণসমূহ থেকে বিরত থাকতে হবে এবং অন্যদেরকেও এগুলো সম্পর্কে সচেতন করতে হবে। নিম্নে উপরোক্ত সাইবার অপরাধসমূহ প্রতিকারে করণীয় দেয়া হলোঃ

- ১। উপরোক্ত অপরাধসমূহ সম্পর্কে নিজে ও অন্যকে সচেতন করা;
- ২। উপরোক্ত অপরাধসমূহ সংঘটন না করা;
- ৩। নিজে সাইবার অপরাধের শিকার হলে সর্বপ্রথম পরিবারের সদস্যদের জানানো। মনে রাখতে হবে পরিবারের সদস্যরাই সবচেয়ে বড় শুভাকাঙ্ক্ষী ও সব থেকে কাছের বন্ধু;
- ৪। শিক্ষা প্রতিস্থানে সাইবার অপরাধের শিকার হলে প্রতিষ্ঠানের শৃঙ্খলা রক্ষা সংশ্লিষ্ট শিক্ষকদের জানাতে হবে;
- ৫। সাইবার অপরাধের ধরণ ও মাত্রা গুরুতর হলে পরিবারের সদস্যদের সহায়তায় সংশ্লিষ্ট এলাকার পুলিশ থানায় জেনারেল ডায়েরি (জিডি) অথবা এফআইআর দাখিল করতে হবে;
- ৬। প্রয়োজনে আইনজীবীর সাথে পরামর্শ করে সাইবার অপরাধীর বিরুদ্ধে প্রয়োজনীয় আইনী ব্যবস্থা গ্রহণ/ মামলা দায়ের করতে হবে;

তবে সাইবার অপরাধ প্রতিকারের চাইতে প্রতিরোধ উত্তম। সাইবার অপরাধ প্রতিরোধের জন্য এবং অনলাইনে নিজেকে সুরক্ষিত রাখার জন্য নিম্নুক্ত পস্থাগুলো অনুসরণ করতে হবে-

অনলাইনে যে কাজগুলো করা যাবে নাঃ

- ১। কোন অবস্থাতেই নিজের পুরো নাম, জন্ম তারিখ ও সাল, ঠিকানা, পিতা মাতার নাম, ফোন নম্বর, ইমেইল আইডি ইত্যাদি অনলাইনে পাবলিক করা যাবে না;
- ২। কোন অবস্থাতেই নিজের পাসপোর্টের স্ক্যান কপি, পাসপোর্টে যে কোন ধরনের ভিসার ছবি, ন্যাশনাল আইডি কার্ডের কপিসহ অন্য যে আইডি কার্ডের স্ক্যান কপি অথবা ছবি অনলাইনে পাবলিক করা যাবে না;
- ৩। কোন অবস্থাতেই নিজের বিভিন্ন অনলাইন একাউন্টের পাসওয়ার্ড কাউকে দেওয়া যাবে না;
- ৪। খুব প্রয়োজন না হলে পাবলিক ওয়াই ফাই ব্যবহার করা যাবে না;
- ৫। অনলাইনে সুপরিচিত ও বিশ্বস্ত নয় এমন কোন ওয়েবসাইট বা মোবাইল এপ থেকে কিছু ডাউনলোড করা, লিঙ্ক শেয়ার করা বা লিংকে ক্লিক করা যাবে না যা আমাদের কম্পিউটার বা মোবাইল ফোনের কন্টাক্ট লিস্ট, ফটো গ্যালারিতে প্রবেশ করার অনুমতি চায় অথবা কম্পিউটার বা মোবাইল ফোনের ক্যামেরা দিয়ে ছবি তোলায় অনুমতি চায়;
- ৬। কোন ধরনের পর্নোগ্রাফি, সন্ত্রাসবাদী ও উগ্রবাদী বিষয়বস্তু প্রচারকারী ওয়েবসাইটে প্রবেশ করা যাবে না;
- ৭। অনলাইনে অবৈধ কোনো কিছু ক্রয় ও বিক্রয় করা যাবে না, বিশেষত ডার্ক ওয়েব থেকে কোনো কিছু অবৈধ কেনা কাটা করা যাবে না;
- ৮। অনলাইনে আর্থিক লেনদেনের ক্ষেত্রে কখনই একাউন্টের গোপন পিন নম্বর ও পাসওয়ার্ড কাউকে দেওয়া যাবে না;
- ৯। তথ্যের যাচাই বাছাই না করে কোন ধরনের গুজব অনলাইনে প্রদর্শন ও আদান প্রদান করা যাবে না;
- ১০। কারোর পাঠানো কোন ধরনের লিংকে না বুঝে ক্লিক করা বা লগ ইন করা যাবে না;
- ১১। ফ্রি সফটওয়্যার এর ক্রয়ক ভার্শন না নামানোই উত্তম।

অনলাইনে করণীয় চর্চাসমূহ:

- ১। সর্বাবস্থায় অক্ষর, সংখ্যা, বিশেষ চিহ্ন ইত্যাদির সমন্বয়ে শক্তিশালী পাসওয়ার্ড ব্যবহার করতে হবে;
- ২। অনলাইনে বিভিন্ন একাউন্টের নিরাপত্তায় এসএমএস ও ইমেইল নোটিফিকেশন, টু ফ্যাক্টর অথেনটিকেশন, একই ডিভাইস থেকে লগইন করা ইত্যাদি অনুসরণ করতে হবে;
- ৩। অনলাইনে আর্থিক লেনদেনের ক্ষেত্রে যতদূর সম্ভব একাউন্ট নম্বর ও একাউন্টের নাম গোপন রাখতে হবে;
- ৪। অপরিচিত কারও পাঠানো ইমেইল ফাইল ডাউনলোড না করা অথবা ইমেইলে লিংকে ক্লিক না করা;

৫। অনলাইনে নিরাপদ, জনপ্রিয়, বিশ্বস্ত ওয়েবসাইট গুলোতে গিয়ে বিভিন্ন তথ্য অনুসন্ধান করতে হবে। মনে রাখতে চটকদার, মশলাদার, নাটকীয় তথ্য উপাত্ত সমৃদ্ধ ওয়েবসাইট গুলো প্রায়শই গ্রাহকদের ব্যক্তিগত তথ্য হাতিয়ে নেয়;

৬। ফেসবুক সহ সোশ্যাল মিডিয়া আইডিগুলো অবশ্যই ইমেইল আইডি দিয়ে খুলতে হবে যাতে কেউ হ্যাক করার চেষ্টা করলে ইমেইল এ নোটিফিকেশন আসলে সতর্ক হওয়া যায়। ফেসবুকে Two Factor Authentication এবং Get Alerts about unrecognized logins অপশনগুলো অবশ্যই অন রাখতে হবে। ৫ জন Trusted Contact ফেসবুকে এড করে রাখতে হবে যাতে প্রয়োজনে সেই আইডিগুলো দ্বারা নিজের হ্যাক হয়ে যাওয়া আইডি উদ্ধার করা যায়;

৭। যে ইমেইল আইডি দিয়ে সোশ্যাল মিডিয়ায় বিভিন্ন আইডি খোলা হবে, সেই ইমেইলেও Two Factor Authentication অন রাখতে হবে;

৮। কোন কারণে সোশ্যাল মিডিয়ার আইডি হ্যাক হয়ে গেলে ৭২ ঘণ্টার মধ্যে যে ইমেইল আইডি দিয়ে সোশ্যাল মিডিয়ার আইডি খোলা হয়েছে তা পুনরুদ্ধার করতে হবে। ৭২ ঘণ্টার মধ্যে উদ্ধার করা না গেলে ভোটার আইডি কার্ড অথবা পাসপোর্টের ফটোকপি সংশ্লিষ্ট সোশ্যাল মিডিয়াতে জমা দিয়ে উদ্ধার করতে হবে;

৯। কোন কারণে যদি সন্দেহ হয় যে সোশ্যাল মিডিয়ার আইডি অন্য কারও দ্বারা হ্যাক হয়ে গিয়েছে, অথবা আইডি হ্যাক করে কেউ টাকা দাবি করছে, তাহলে দেরি না করে যত দ্রুত সম্ভব সংশ্লিষ্ট পুলিশ থানায় জিডি অথবা এফআইআর দায়ের করতে হবে। প্রয়োজনে আইনজীবীর সহায়তা নিয়ে সাইবার ট্রাইব্যুনালে সরাসরি অভিযোগ দায়ের করতে হবে;

১০। অনলাইনে অন্যের ব্যক্তিগত গোপনীয়তা রক্ষা করতে হবে। ব্যক্তিগত পরিসরে অনুমতি ছাড়াই কাউকে প্রবেশ করতে দেওয়া যাবে না;

১১। অনলাইন নানান মতের, পথের, পেশার, বিশ্বাসের মানুষের সম্মিলন স্থল। তাই অনলাইনে অন্যের মতামতকে শ্রদ্ধা করতে হবে; পরমতসহিষ্ণুতা প্রদর্শন করতে হবে।

সর্বোপরি অনলাইনে আমাদেরকে দায়িত্বশীল আচরণ করতে হবে। ঝোঁকের বশে আবেগতরিত হয়ে অনলাইনে কোন কিছু বলা বা করা যাবে না, কোন কিছু ছড়ানো যাবে না। সবাই সবার প্রতি শ্রদ্ধাশীল থেকে অনলাইনে সহাবস্থান করতে হবে। এবং অনলাইনে অন্যের ব্যক্তিগত পরিসরে অযাচিত ও অনাকাঙ্খিতভাবে প্রবেশ করা যাবে না।

পরিশিষ্ট ১

তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আইন ২০০৬ এ সাইবার অপরাধের দণ্ড

ধারা	সংশ্লিষ্ট বিধান	শাস্তি
৬১	নিয়ন্ত্রক, সরকারী বা ঐচ্ছিকভাবে ইলেক্ট্রনিক গেজেটে প্রজ্ঞাপন দ্বারা, কোন কম্পিউটার, কম্পিউটার সিস্টেম বা কম্পিউটার নেটওয়ার্ককে একটি সংরক্ষিত সিস্টেম হিসাবে ঘোষণা করা সত্ত্বেও যদি কোন ব্যক্তি উক্ত সংরক্ষিত কম্পিউটার, সিস্টেম বা নেটওয়ার্কে অননুমোদিতভাবে প্রবেশ	সর্বোচ্চ চৌদ্দ বৎসর পর্যন্ত কারাদণ্ড এবং/অথবা ১০,০০,০০০ (দশ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৬৩	এই আইন বা আপাততঃ বলবত্ অন্য কোন আইনে ভিন্নরূপ কোন কিছু না থাকিলে, কোন ব্যক্তি যদি এই আইন বা তদধীন প্রণীত বিধি বা প্রবিধানের কোন বিধানের অধীন কোন ইলেক্ট্রনিক রেকর্ড, বই, রেজিস্টার, পত্রযোগাযোগ, তথ্য, দলিল বা অন্য কোন বিষয়বস্তুতে প্রবেশাধিকার প্রাপ্ত হইয়া, সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির সম্মতি ব্যতিরেকে, কোন ইলেক্ট্রনিক রেকর্ড, বই, রেজিস্টার, পত্রযোগাযোগ, তথ্য, দলিল বা অন্য কোন বিষয়বস্তু অন্য কোন ব্যক্তির নিকট প্রকাশ করেন, তাহা হইলে তাহার এই কার্য হইবে একটি অপরাধ	সর্বোচ্চ দুই বৎসর পর্যন্ত কারাদণ্ড এবং/অথবা ২,০০,০০০ (দুই লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
*এই আইনে যৌন হয়রানি সংক্রান্ত ৫৪, ৫৫, ৫৬, ৫৭ এবং ৬৬ ধারাসমূহ ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন ২০১৮ দ্বারা বিলুপ্ত ঘোষিত হয়েছে		

সন্ত্রাস বিরোধী আইন ২০০৯ এ সাইবার অপরাধের দণ্ড

ধারা	সংশ্লিষ্ট বিধান	শাস্তি
৯(২), ৯(৩)	যদি কোন ব্যক্তি কোন নিষিদ্ধ সত্তার(ব্যক্তি বা সংগঠন) জন্য সমর্থন চাহিয়া অথবা উহার কর্মকাণ্ডকে সক্রিয় করিবার উদ্দেশ্যে কোন সভায় বক্তৃতা করেন অথবা রেডিও, টেলিভিশন অথবা কোন মুদ্রণ বা ইলেকট্রনিক মাধ্যমে কোন তথ্য সম্প্রচার করেন, তাহা হইলে তিনি অপরাধ সংঘটন করিবেন।	অনধিক সাত বৎসর ও অন্যান্য দুই বৎসর পর্যন্ত যে কোন মেয়াদের কারাদণ্ডে এবং ক্ষেত্র বিশেষে ইহার অতিরিক্ত অর্থদণ্ড।

পর্নোগ্রাফি নিয়ন্ত্রণ আইন ২০১২ এ সাইবার অপরাধের দণ্ড

ধারা	সংশ্লিষ্ট বিধান	শাস্তি
৮(১)	কোন ব্যক্তি পর্নোগ্রাফি উৎপাদন করিলে বা উৎপাদন করিবার জন্য অংশগ্রহণকারী সংগ্রহ করিয়া চুক্তিপত্র করিলে অথবা কোন নারী, পুরুষ বা শিশুকে অংশগ্রহণ করিতে বাধ্য করিলে অথবা কোন নারী, পুরুষ বা শিশুকে কোন প্রলোভনে অংশগ্রহণ করাইয়া তাহার জ্ঞাতে বা অজ্ঞাতে স্থির চিত্র, ভিডিও চিত্র বা চলচ্চিত্র ধারণ করিলে	সর্বোচ্চ ৭ (সাত) বৎসর পর্যন্ত সশ্রম কারাদণ্ড এবং ২,০০,০০০ (দুই লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৮(২)	কোন ব্যক্তি পর্নোগ্রাফির মাধ্যমে অন্য কোন ব্যক্তির সামাজিক বা ব্যক্তি মর্যাদা হানি করিলে বা ভয়ভীতির মাধ্যমে অর্থ আদায় বা অন্য কোন সুবিধা আদায় বা কোন ব্যক্তির জ্ঞাতে বা অজ্ঞাতে ধারণকৃত কোন পর্নোগ্রাফির মাধ্যমে উক্ত ব্যক্তিকে মানসিক নির্যাতন করিলে	সর্বোচ্চ ৫ (পাঁচ) বৎসর পর্যন্ত সশ্রম কারাদণ্ড এবং ২,০০,০০০ (দুই লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৮(৩)	কোন ব্যক্তি ইন্টারনেট বা ওয়েবসাইট বা মোবাইল ফোন বা অন্য কোন ইলেকট্রনিক ডিভাইসের মাধ্যমে পর্নোগ্রাফি সরবরাহ করিলে	সর্বোচ্চ ৫ (পাঁচ) বৎসর পর্যন্ত সশ্রম কারাদণ্ড এবং ২,০০,০০০ (দুই লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৮(৪)	কোন ব্যক্তি পর্নোগ্রাফি প্রদর্শনের মাধ্যমে গণউপদ্রব সৃষ্টি করিলে	সর্বোচ্চ ২ (দুই) বৎসর পর্যন্ত সশ্রম কারাদণ্ড এবং ১,০০,০০০ (এক লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৮(৫)	কোন ব্যক্তি — (ক) পর্নোগ্রাফি বিক্রয়, ভাড়া, বিতরণ, সরবরাহ, প্রকাশ্যে প্রদর্শন বা যে কোন প্রকারে প্রচার করিলে অথবা উক্ত সকল বা যে কোন উদ্দেশ্যে প্রস্তুত, উৎপাদন, পরিবহন বা সংরক্ষণ করিলে; অথবা (খ) কোন পর্নোগ্রাফি প্রাপ্তি স্থান সম্পর্কে কোন প্রকারের বিজ্ঞাপন প্রচার করিলে; অথবা (গ) এই উপ-ধারার অধীন অপরাধ বলিয়া চিহ্নিত কোন কার্য সংঘটনের উদ্যোগ গ্রহণ করিলে;	সর্বোচ্চ ২ (দুই) বৎসর সশ্রম কারাদণ্ড এবং ১,০০,০০০ (এক লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৮(৬)	কোন ব্যক্তি কোন শিশুকে ব্যবহার করিয়া পর্নোগ্রাফি উৎপাদন, বিতরণ, মুদ্রণ ও প্রকাশনা অথবা শিশু পর্নোগ্রাফি বিক্রয়, সরবরাহ বা প্রদর্শন অথবা কোন শিশু পর্নোগ্রাফি বিজ্ঞাপন প্রচার করিলে	সর্বোচ্চ ১০ (দশ) বৎসর পর্যন্ত সশ্রম কারাদণ্ড এবং ৫,০০,০০০ (পাঁচ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড

শিশু আইন ২০১৩ এ সাইবার অপরাধের দণ্ড

ধারা	সংশ্লিষ্ট বিধান	শাস্তি
৮১	এই আইনের অধীন বিচারাধীন কোন মামলা বা বিচার কার্যক্রম সম্পর্কে প্রিন্ট বা ইলেকট্রনিক মাধ্যম অথবা ইন্টারনেটের মাধ্যমে কোন শিশুর স্বার্থের পরিপন্থী এমন কোন প্রতিবেদন, ছবি বা তথ্য প্রকাশ করা যাইবে না, যাহার দ্বারা শিশুটিকে প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে শনাক্ত করা যায়।	উক্ত অপরাধের জন্য সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি অনধিক ১ (এক) বৎসর কারাদণ্ড অথবা অনধিক ৫০ (পঞ্চাশ) হাজার টাকা অর্থদণ্ড অথবা উভয় দণ্ডে দণ্ডিত হইবেন

ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন ২০১৮ এ সাইবার অপরাধের দণ্ড

ধারা	সংশ্লিষ্ট বিধান	শাস্তি
১৮	কম্পিউটার, ডিজিটাল ডিভাইস, কম্পিউটার সিস্টেম, ইত্যাদিতে বে-আইনি প্রবেশ	সর্বোচ্চ তিন বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ১০,০০,০০০ (দশ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
২৪	পরিচয় প্রতারণা বা ছদ্মবেশ ধারণ	সর্বোচ্চ সাত বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ১০,০০,০০০ (দশ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
২৫	আক্রমণাত্মক, মিথ্যা বা ভীতি প্রদর্শক, তথ্য-উপাত্ত প্রেরণ, প্রকাশ, ইত্যাদি	সর্বোচ্চ পাঁচ বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ১০,০০,০০০ (দশ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
২৬	অনুমতি ব্যতীত পরিচিতি, তথ্য সংগ্রহ, ব্যবহার ইত্যাদি	সর্বোচ্চ পাঁচ বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ৫,০০,০০০ (পাঁচ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
২৯	অনলাইনে মানহানিকর তথ্য প্রকাশ, প্রচার ইত্যাদি	সর্বোচ্চ পাঁচ বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ৫,০০,০০০ (পাঁচ লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৩৩	বে-আইনিভাবে তথ্য-উপাত্ত ধারণ, স্থানান্তর, ইত্যাদি	সর্বোচ্চ সাত বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ১৫,০০,০০০ (পনের লক্ষ) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৩৪	হ্যাকিং দ্বারা কৃত অপরাধ	সর্বোচ্চ চৌদ্দ বৎসর কারাদণ্ড এবং/অথবা সর্বোচ্চ ১০,০০,০০০ (এক কোটি) টাকা পর্যন্ত অর্থদণ্ড
৩৫	অপরাধ সংঘটনে সহায়তা ও উহার দণ্ড	অপরাধ সংঘটনে সহায়তা করিবার ক্ষেত্রে, মূল অপরাধটির জন্য যে দণ্ড নির্ধারিত রহিয়াছে, কোনো ব্যক্তি সেই দণ্ডেই দণ্ডিত হইবেন

পরিশিষ্ট ২

মহামান্য হাইকোর্টের নির্দেশনা মোতাবেক নিম্নলিখিত কাজগুলো যৌন হয়রানি হিসেবে গণ্য হবে:

- ক) অনাকাঙ্ক্ষিত যৌন আবেদনমূলক আচরণ (সরাসরি কিংবা ইঙ্গিতে) যেমন, শারীরিক স্পর্শ বা এ ধরনের প্রচেষ্টা;
- খ) প্রাতিষ্ঠানিক এবং পেশাগত ক্ষমতা ব্যবহার করে কারও সঙ্গে যৌন সম্পর্ক স্থাপনের চেষ্টা করা;
- গ) যৌন হয়রানি বা নিপীড়নমূলক উক্তি;
- ঘ) যৌন সুযোগ লাভের জন্য অবৈধ আবেদন;
- ঙ) পর্ণোগ্রাফি দেখানো;
- চ) যৌন আবেদনমূলক মন্তব্য বা ভঙ্গি;
- ছ) অশালীন ভঙ্গি, যৌন নির্যাতনমূলক ভাষা বা মন্তব্যের মাধ্যমে উত্ত্যক্ত করা, কাউকে অনুসরণ করা বা পেছন পেছন যাওয়া, যৌন ইঙ্গিতমূলক ভাষা ব্যবহার করে ঠাট্টা বা উপহাস করা;
- জ) চিঠি, টেলিফোন, মোবাইল, এসএমএস, ছবি, নোটিশ, কার্টুন, বেঞ্চ, চেয়ার-টেবিল, নোটিশ বোর্ড, অফিস, ফ্যাক্টরি, শ্রেণীকক্ষ, বাথরুমের দেয়ালে যৌন ইঙ্গিতমূলক অপমানজনক কিছু লেখা;
- ঝ) ব্ল্যাকমেইল অথবা চরিত্র হননের উদ্দেশ্যে স্থির বা ভিডিও চিত্র ধারণ করা;
- ঞ) যৌন হয়রানির কারণে খেলাধুলা , সাংস্কৃতিক, প্রাতিষ্ঠানিক এবং শিক্ষাগত কার্যক্রমে অংশগ্রহণ থেকে বিরত থাকতে বাধ্য করা;
- ট) প্রেমনিবেদন করে প্রত্যাখ্যাত হয়ে হুকি দেয়া বা চাপ প্রয়োগ করা;
- ঠ) ভয় দেখিয়ে বা মিথ্যা আশ্বাস দিয়ে বা প্রতারণার মাধ্যমে যৌন সম্পর্ক স্থাপন বা স্থাপনে চেষ্টা করা।

শ্রেণীকক্ষে অনুশীলন

১। দলবদ্ধ আলোচনা- ৪ জন করে একটি দল হবে। সম্ভব হলে দুই জন মেয়ে ও দুই জন ছেলে প্রতিটি দলে থাকবে। এভাবে পুরো শ্রেণীকে কয়েকটি দলে বিভক্ত করা হবে। এবার প্রতিটি দলকে উপরে আলোচিত সাইবার অপরাধের সংজ্ঞাগুলো থেকে একটি করে সংজ্ঞা নিয়ে কাজ করতে বলা হবে। প্রতিটি দল তাদের জন্য নির্ধারিত সাইবার অপরাধ থেকে বাঁচার জন্য ৪টি করে করণীয় উপায় নিজেদের মধ্যে ১৫ মিনিট আলোচনা করে ঠিক করবে। তারপর সবগুলো দল তাদের সুপারিশকৃত সমাধানসমূহ ফ্লিপ চার্টে লিখে পুরো শ্রেণীকক্ষকে প্রদর্শন করবে। শিক্ষক চাইলে সেই সুপারিশসমূহ নিয়ে শ্রেণী কক্ষের সবার সাথে আরও আলোচনা করতে পারে।

২। শ্রেণী কক্ষে কুইজ- শিক্ষক একটি করে সাইবার অপরাধ শ্রেণীকক্ষের ব্ল্যাক বোর্ডে লিখবে। শিক্ষার্থীদেরকে একটি করে ছোট চিরকুট দেওয়া হবে। সেই চিরকুটে শিক্ষার্থীরা উক্ত সাইবার অপরাধের জন্য প্রযোজ্য আইনে উল্লিখিত শাস্তির পরিমাণ ও মাত্রা লিখবে এবং শিক্ষককে জমা দিবে। উত্তরগুলোর মধ্য থেকে সঠিক উত্তরদাতাদের বাছাই করে পরবর্তী পর্ব একইভাবে শুরু করবেন। এভাবে বার বার করে শিক্ষক সঠিক উত্তরদাতাদের মধ্য থেকে প্রথম, দ্বিতীয় ও তৃতীয় স্থান অর্জনকারীদের পুরস্কৃত করবেন।

৩। পোস্টার অংকন- অনলাইনে কোন কোন কাজ করবো এবং কোন কোন ঝুঁকিপূর্ণ কাজ করবো না সেই স্লোগানগুলো নিয়ে প্রতিটি শিক্ষার্থী একটি করে পোস্টার অংকন করবে। শিক্ষক পোস্টারের ভাষ্য, অঙ্কনের মান, সৌন্দর্য ইত্যাদি বিবেচনা করে প্রথম, দ্বিতীয় ও তৃতীয় স্থান অর্জনকারীদের পুরস্কৃত করবেন।

৪। শ্রেণীকক্ষে অভিনয়ঃ উপরে উল্লিখিত সাইবার অপরাধসমূহ ও অনলাইনে নিরাপদ থাকার জন্য করণীয় ও বর্জনীয় দিকসমূহের আলোকে শিক্ষার্থীরা শ্রেণীকক্ষে অথবা বিদ্যালয়ের মূল মিলনায়তনে শিক্ষামূলক নাটক মঞ্চস্থ করতে পারেন।

পরীক্ষায় মূল্যায়নের জন্য প্রশ্নাবলী

১। বিবৃতিমূলক প্রশ্নঃ

- ক। সাইবার অপরাধ বলতে কি বোঝ? পাঁচটি সাইবার অপরাধের সংজ্ঞা দাও।
- খ। কোন কাজগুলো ইন্টারনেটে করলে তা “অনলাইন যৌন হয়রানী” হিসেবে বিবেচিত হবে? মহামান্য হাইকোর্টের রায়ের আলোকে আলোচনা কর।
- গ। বাংলাদেশের কোন কোন আইনে সাইবার অপরাধের শাস্তি উল্লেখ আছে?
- ঘ। সাইবার অপরাধ প্রতিরোধে তোমার করণীয় কি আলোচনা কর।
- ঙ। সাইবার জগতে ব্যক্তিগত নিরাপত্তা রক্ষায় বর্জনীয় কাজগুলো কি কি?
- চ। অনলাইনে আমাদের অধিকারগুলো কি কি?
- ছ। অনলাইনে পাসওয়ার্ড সুরক্ষিত রাখার উপায়সমূহ কি কি?
- জ। এই অধ্যায়ে যে আইনগুলোর সম্পর্কে বলা হয়েছে সেগুলোর নাম বল।
- ঝ। আমাদের বর্তমান জীবনযাপনের সাথে সাইবার জগতের সম্পর্ক আলোচনা কর।
- ঞ। চতুর্থ শিল্প বিপ্লবের প্রভাব কি?
- ট। সাইবার অপরাধের প্রকারভেদ আলোচনা কর।
- ঠ। সাইবার জগতে বিচরণের ক্ষেত্রে আমাদের কোন অন বিষয়গুলো চর্চা করা উচিত?
- ড। চতুর্থ শিল্প বিপ্লব বলতে কি বোঝ?

২। নৈর্ব্যক্তিক প্রশ্নঃ

ক। নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর হ্যা অথবা না তে দাও

- ১। কাউকে অনলাইনে অযাচিতভাবে বিরক্ত করা সাইবার অপরাধ (উত্তর- হ্যা)
- ২। অনলাইনে কারও সম্পর্কে যা ইচ্ছা তা বলা যায়। (উত্তর- না)
- ৩। আমি চাইলেই আমার বন্ধুর মোবাইল ফোনটি হাতে নিয়ে সেটার ভেতর রাখা ব্যক্তিগত তথ্য ও ছবি দেখতে পারি, এতে কোন অপরাধ হয় না। (উত্তর- না)
- ৪। অনলাইনে অর্ধসত্য কথা লেখা যায়। (উত্তর- না)
- ৫। অনলাইনে ফেক আইডি খুলে নিজের পরিচিতি গোপন করে অন্যদের সাথে ইচ্ছামত চ্যাট করাতে কোন দোষের কিছু নেই। (উত্তর- না)
- ৬। অনলাইনে অপরিচিত কোন ব্যক্তির দেওয়া কোন লিংকে ক্লিক অথবা পাঠানো কোন কিছু ডাউনলোড করা কখনই উচিত নয়। (উত্তর- হ্যা)

খ। সঠিক উত্তরটি নির্বাচন কর-

১। ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন কত সালের?

ক। ২০১১ খ। ২০১৭ গ। ২০১৬ ঘ। ২০১৮

২। অনলাইন মাধ্যমে নিচের কোনটা করা যায়?

ক। খবর সম্প্রচার খ। শিক্ষা প্রদান গ। ব্যবসায়িক কার্যক্রম ঘ। সবগুলোই

৩। ইন্টারনেটের সাথে নিচের কোনটি সংযুক্ত হওয়ার ফলে চতুর্থ শিল্প বিপ্লব এসেছে?

ক। ফেসবুক খ। কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা গ। ফোর জি ঘ। সবগুলোই

৪। অনলাইন ও অফলাইন জীবনের মধ্যে ব্যবধান ঘুচিয়ে দিয়েছে কে?

ক। কম্পিউটার খ। ইন্টারনেট গ। টুইটার । স্মার্ট মোবাইল সেট

৫। বর্তমানে বাংলাদেশে প্রতিদিন কতজন শিশু সাইবার অপরাধের শিকার?

ক। ৬৭৫ খ। ২০১ গ। ১৬ ঘ। ৪০০

৬। জাতিসংঘের এর মত লক্ষ্যমাত্রা কয়টি?

ক। ৫ খ। ২০ গ। ১৭ ঘ। ৪

৭। অনলাইনে কাউকে ভয়ভীতি প্রদর্শন কে কি বলা হয়?

ক। সাইবার বুলিং খ। সাইবার ইনটিমিডেশন গ। সাইবার স্টকিং ঘ। সাইবার হয়রানি

৮। নিচের কোন অধিকারটি আমরা অনলাইনে পেতে পারি না?

ক। অনলাইন সমতা খ। অনলাইনে যা ইচ্ছা তাই লেখা গ। অনলাইনে তথ্য লাভ ঘ।

অনলাইনে সহিংসতা থেকে সুরক্ষা

৯। সাইবার অপরাধের শিকার সাধারণত কারা বেশি হয়?

ক। নারী খ। শিশু গ। তরুণ ঘ। ক ও খ

১০। সাইবার অপরাধের শিকার হলে সাহায্যের জন্য সর্বপ্রথম কাদের জানানো উচিত?

ক। বন্ধু-বান্ধবীদের খ। পরিবারের সদস্যদের গ। পুলিশকে ঘ। শিক্ষকদের