

October-December 2021



Gender Content Monitoring in Selected Media Outlets of Bangladesh

SOUTH
ASIA
CENTER
FOR
**media in
development**
promoting information and media literacy in south asia

**FREE
PRESS
UNLIMITED**



PRIMED
PROTECTING INDEPENDENT MEDIA
FOR EFFECTIVE DEVELOPMENT



A quarterly bulletin for internal circulation

February, 2022
(Bilingual)

Edited by

Syed Kamrul Hasan
Afia Sultana
Sushmita Chakraborty
Saidul Islam

Published by



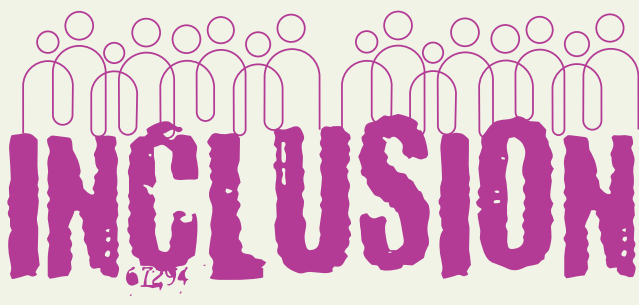
South Asia Center for Media in
Development (SACMID)

House: 4/2, Iqbal Road, Block: A
Mohammadpur I Dhaka-1207 I
Bangladesh

Telephone
+88 02 9185165, +88 02 9185167

www.sacmid.asia

Supported by
Free Press Unlimited under
PRIMED Consortium



Introduction and objectives

The United Nations recognized the media monitoring as a tool for promoting gender equality in media, PRIMED project has also identified it as one of the main point of action under its 'Inclusion' theme. PRIMED (Protecting Independent Media for Effective Development) is a global project under a global consortium of BBC Media Action, Free Press Unlimited, International Media Support and Media Development Investment Fund, supported by FCDO.

South Asia Center for Media in Development (SACMID) is the local partner of FPU in Bangladesh

in PRIMED project, working to monitor the news of some selected media houses on regular basis. The main objective of this monitoring is to investigate how different media of Bangladesh represent men and women in their news content. SACMID has been engaged in PRIMED project from April 2021. Analysis, dissemination and Publication of the findings from media content monitoring on quarterly basis is part of the task. 'INCLUSION' is the summary product of the findings published as a bi-lingual bulletin in every quarter.

SACMID's previous work clearly shows that women are portrayed as the victims of sexual or physical violence in media and the contents. From our experience of daily monitoring of the contents in selected media houses of Bangladesh, we can see that a disproportion between male and female representation in all types (print, electronic, online) of media prevails. As media shapes our outlook and influence our daily lives, these contents do not play the expected role in reforming our traditional mindset. Only a very few news highlight the role of women with a positive image in their contents. In a recent roundtable discussion with media professionals and related stakeholders a few of the root causes have been identified. The discussants identified two as prime causes behind this disparity situation: i) lack of gender orientation of media professionals and ii) absence of any gender representation guideline. Therefore, apart from media content monitoring SACMID is also working on capacity building of the journalists and awareness raising of the concerned media-house authorities at a later stage of the project. The goal of all the interventions is to improve gender sensitivity among Bangladeshi media outlets and to increase the gender diversity of their content.

Methodology and Sampling

SACMID has followed a gender monitoring tool that has been developed through month long consultation with FPU and on the basis of existing Gender Media Monitoring international tools which constitutes 16-19 variables. For sampling three media houses have been taken from PRIMED short -list pre-selected for its intervention. Later, SACMID has chosen three more outlets as non-PRIMED category, those are not directly covered within the PRIMED project activities. This will help to measure any changes in contents between the two categories of media outlets after a certain period of PRIMED project intervention.

BANGLADESH



Bangla Tribune

Three Days a Week
6 Topmost Read Story
each day

JagoNews24

Jamuna Television

Three Days a Week
Prime time news, first
5 minutes and last 7
minutes

Bangla Vision

Gramer Kagoj

Three Days a Week
6 News each day, randomly
selected from first and last
page

Dainik Purbanchal

Major Findings



Reporting is dominated by Male Journalist

1467 news items have been monitored in this three-month monitoring time. Among them 385 news items were reported by male, and only 50 news items were reported by female. Rest of 1032 the reports do not have byline. Female contribution is visible in 3.5% and male contribution is visible in 26.5% stories. In 1st quarterly report 383 news items were reported by male, and only 41 news items were reported by female, rest of the reports didn't have byline. Which indicates, there is no significant change identified in this two reporting period as a whole.



But women are more visible in presenting news

69.9 % presenters of television are female, which was 63.89% in first quarter. In first quarter from 238 stories of Jamuna Television, 135 was female presenter and 103 were male presenter, where the second quarter showing that, among the 264 presenters 197 presenters are female in Jamuna Television.



Women have been rarely found as Experts or spokespersons

Total 46 expert opinion has been taken where they played role as main character of the news. Only 6 of them are female; 13% of experts are women where 87% are men. In first quarter also, number of female experts were 6.

Out of 1467 stories, 592 spokespersons were identified as lead character of the news. Among them 21.8% are women and 78.2% are men. Women participation as spoke person increased noticeably. In first quarter 12.61% were women and 87.39% were men.



When women are first persons in stories, in most of the cases they are portrayed as victims

37.5% news stories showed women as 'Victim' when they are 'Subject' of the news where 15.5% men are victim of the news when they are 'Subject' of the news. This was 58.06% for women and 38.31% for men in last quarter.



Women have been Identified by their male family member

Some stories referred family relationship of a respective person, like- 'daughter of', 'wife of'. Mostly women were defined in terms of their familial relationships. Out of 1467 stories, total 1241 lead character have been found from 6 different media outlets; where 28.3% women of total women have been identified by their family role, and 10.32% of total man identified

by their family, it was quite same in first quarterly report, previously it was 30.2% of women and 8.86% men who have been given family role.



Voice of women is significantly lower than men

A total 415 opinions have been taken from lead characters of the news story from newspaper and Online portal, among them 19.8% are from women and 80.2% are from men. The scenario was the same in the 1st quarter, where female voice was in 20.53% stories and man in 79.47% stories. The similar scenario has been found in TV news ,where 17.7% voxpup were from female and 82.37% were from male interviewees.



Challenging Stereotypes is still neglected

Only 1.91 news among 1467 news challenged the stereotypes.

Across the study it was observed that only 21 news on PRIMED media outlets challenged stereotypes (Gramer Kagoj-11, Bangla Tribune-4, Jamuna Television 6). Which was 8 in previous report (Gramer Kagoj-1, Bangla Tribune-0, Jamuna Television 7)

Difference between two quarterly reports

First Quarterly Report (July -September 2021)	Second Quarterly Report (October-December 2021)	Observation
Gender of Reporter Female-41 news Male-383 news	Gender of Reporter Female-50 news Male-385 news	No significant change identified between the two reporting periods
Presenters of television Female - 63.89%	Presenters of television Female - 69.9 %	Female participation slightly increased
First person in the news Female – 311 news Male - 835 news	First person in the news Female – 350 news Male - 891 news	Both male and female increased, no significant difference identified
Portraying women and men as Victim (Subject of the news) Female – 58.06% Male – 38.31%	Portraying women and men as Victim (Subject of the news) Female – 37.5% Male – 15.5%	Portraying women as Victim' decreased in second quarter
Number of experts Female – 6 Male-31	Number of experts Female - 6 Total 46 expert opinion has been taken Female; 13% Male - 87%	Number of Women experts remain same
Number of Spokesperson Female - 12.61% Male - 87.39%	Number of Spokesperson Female - 21.8% Male - 78.2%	Number of women Spokesperson has increased
Voice of people Female - 20.53% Male - 79.47%	Voice of people Female - 19.8% Male - 80.2%	No significant change identified in this two reporting period
Family role Female - 30.2% Male - 8.86%	Family role Female - 28.3% Male - 10.32%	No significant change identified

Further Analysis

Some stories demand details analysis, whether the story challenges assumptions about women's roles and their responsibilities, or men's roles and their responsibilities; Whether the story respects the human dignity and rights of the people in it; Whether the headline reflects the essence of the story fairly or whether it conveys stereotypes; Whether the images illustrate the content of the story fairly or whether they convey stereotypes; Whether the language is overtly sexist or gender-biased.

1

In one news from a sample outlet, the woman has been presented as victim while the woman has made her own identity by escaping from the trap of deception despite enduring torture. Even she handed over the fraud to the police and fought back. This news could be presented in such way as to challenges the stereotype of society but in the headline and story the woman has been shown as helpless.

2

Another news is basically an integrated version of the events that took place in 2021, in one event reporter used personal footage of convicted women blurring the man's face who is in the footage, but in another story reporter used a footage of convicted men where women's faced is not blurred.

3

Sometimes journalists draw attention by using the word 'woman' or 'female' in the headline, even not using women could make any sense. Like this news from Gramer Kagoj says, 'Women leader Runu died' word like 'men leader' or 'male leader' never been seen. Another news of Gramer Kagoj used some insensitive word such as 'Abandoned by husband' but we did not find any news about a husband being abandoned by his wife.

4

The footage of housewife rape had been mentioned, though authority had blurred the footage. But the footage was insensitive and it was an unethical practice of showing insensitive footage. Moreover, this story could be produce without a footage of a person being raped.

5

Manipulative headlines with woman's name has become a frequent practice in our country. A news wrote the headline as - 'Truck seized with Phensidyl consignment in Jessore, four arrested including women'. This news explained that maximum accused were male in that story, but they used manipulative headline to attract the audience attraction.

6

Garments are a unisex place. But as a garment worker only the plight of women has been mentioned and no men sufferings have been referred in one news.

7

A story is about the person who finally won after facing so many difficulties in life, but in headline is trivializing saying 'Awami league nominated candidate lost to third gender candidate'.

বাংলা ভাষান্তর

ভূমিকা ও লক্ষ্য

জেভার সমতা প্রচারের হাতিয়ার হিসেবে মিডিয়া পর্যবেক্ষণের গুরুত্ব জাতিসংঘ কর্তৃক আনুষ্ঠানিকভাবে স্বীকৃত হয়েছে। প্রাইমড প্রকল্প এটিকে তার 'ইনক্লুশন' থিমের অধীনে একটি প্রধান কর্মসূচি হিসাবে চিহ্নিত করেছে। প্রাইমড (প্রোটেক্টিং ইন্ডিপেনডেন্ট মিডিয়া ফর ইফেক্টিভ ডেভেলপমেন্ট) হলো বিবিসি মিডিয়া অ্যাকশন, ফ্রি প্রেস আনলিমিটেড, ইন্টারন্যাশনাল মিডিয়া সাপোর্ট এবং মিডিয়া ডেভেলপমেন্ট ইনভেস্টমেন্ট ফান্ডের সহযোগিতায় গ্লোবাল কনসোর্টিয়ামের অধীনে একটি বৈশ্বিক প্রকল্প, যা এফসিডিওর অনুদানে পরিচালিত হচ্ছে।

প্রাইমড প্রকল্পের অধীনে বাংলাদেশে ফ্রি প্রেস আনলিমিটেড (এফপিইউ) - এর স্থানীয় অংশীদার হিসাবে সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভেলপমেন্ট (সাকমিড) কয়েকটি নির্বাচিত মিডিয়া হাউসের খবর নিয়মিত পর্যবেক্ষণ ও বিশ্লেষণ করছে। এই পর্যবেক্ষণের মূল উদ্দেশ্য হল বাংলাদেশের বিভিন্ন মিডিয়া কীভাবে তাদের সংবাদের বিষয়বস্তুতে নারী ও পুরুষের প্রতিনিধিত্ব করে বা জেভারকে উপস্থাপন করে তা খতিয়ে দেখা। সাকমিড ২০২১ সালের এপ্রিল মাসে প্রাইমড প্রকল্পে যুক্ত হয়ে এই কর্মসূচি নিয়ে কাজ শুরু করে। ত্রৈমাসিক ভিত্তিতে মিডিয়ায় প্রচারিত সংবাদের আধেয় পর্যবেক্ষণের ফলাফল বিশ্লেষণ, প্রচার এবং প্রকাশ করা এই কর্মকান্ডের অংশ। 'ইনক্লুশন' হল প্রাপ্ত ফলাফলের সারাংশ হিসেবে প্রতি তিন মাস অন্তর প্রকাশিত একটি দ্বি-ভাষিক বুলেটিন।

সাকমিডের ইতোমধ্যে প্রাপ্ত ফলাফল বিশ্লেষণ করলে দেখা যায় যে, আমাদের গণমাধ্যমে নারীদের শারীরিক সহিংসতার শিকার হিসেবে অধিক চিত্রিত করা হয়েছে; যেগুলো বেশিরভাগ সময় পুরুষ পাঠকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য তৈরি করা হয়। বাংলাদেশের কয়েকটি নির্বাচিত মিডিয়া হাউসের বিষয়বস্তুগুলোর দৈনিক পর্যবেক্ষণের মাধ্যমে আমরা দেখতে পাই যে দেশের সকল ধরনের (প্রিন্ট, ইলেকট্রনিক, অনলাইন) গণমাধ্যমে পুরুষ এবং নারীর উপস্থাপনের মধ্যে একটি অসমতা বিরাজ করছে। যেহেতু গণমাধ্যম আমাদের দৃষ্টিভঙ্গি গঠন করে এবং আমাদের দৈনন্দিন জীবনকে প্রভাবিত করে, তাই নারী পুরুষের মধ্যকার অসমতা বিষয়ক সংবাদ আমাদের পরম্পরাগত মানসিকতার সংস্কারে প্রত্যাশিত ভূমিকা পালন করে না। অল্প কয়েকটি মাত্র গণমাধ্যম তাদের আধেয়ের মধ্যে ইতিবাচকভাবে নারীদের ভূমিকা তুলে ধরে, যদিও তা আংশিক-মাত্র। ঢাকায় সম্প্রতি আয়োজিত একটি গোলটেবিল আলোচনায় গণমাধ্যম বিষয়ক পেশাদার এবং সংশ্লিষ্ট স্টেকহোল্ডারদের সাথে আলোচনা করে কয়েকটি মূল কারণ চিহ্নিত করা সম্ভব হয়েছে। আলোচকরা এই বৈষম্যমূলক পরিস্থিতির পিছনে দুটি প্রধান কারণ চিহ্নিত করেছেন: ১) গণমাধ্যম বিষয়ক পেশাদারদের জেভার বিষয়ে সচেতনতা এবং এসংক্রান্ত আধেয় বিশ্লেষণে দক্ষতার অভাব এবং ২) সংবাদে জেভারকে পর্যবেক্ষণ ও বিশ্লেষণ করার জন্য উপযুক্ত কোন নির্দেশিকার অনুপস্থিতি। গণমাধ্যমের আধেয় পর্যবেক্ষণ ছাড়াও সাকমিড সাংবাদিকদের সক্ষমতা বৃদ্ধি এবং সংশ্লিষ্ট মিডিয়া-হাউস কর্তৃপক্ষের সচেতনতা বৃদ্ধিতেও কাজ করছে। এসকল কার্যক্রমের মূল লক্ষ্য হল গণমাধ্যমে কর্মরত পেশাজীবীদের মধ্যে জেভার সংবেদনশীলতা উন্নত করা এবং গণমাধ্যমের সংবাদ ও অন্যান্য বিষয়বস্তুর মধ্যে জেভার বিষয়ক বৈচিত্র্য বাড়িয়ে তোলা।

গবেষণা পদ্ধতি ও নমুনা

গবেষণা পদ্ধতি ও নমুনা

পদ্ধতিগতভাবে গণমাধ্যমের সংবাদ ও বিষয়বস্তু পর্যবেক্ষণের জন্য সাকমিড জেডার মনিটরিং টুলস অনুসরণ করেছে। বিদ্যমান জেডার মিডিয়া মনিটরিং-এর আন্তর্জাতিক উপকরণের ভিত্তিতে, এফপিইউ-এর সাথে পরামর্শের মাধ্যমে সাকমিড এই মনিটরিং টুলস গ্রণয়ন করেছে। এতে পর্যবেক্ষণের জন্য ১৬-১৯টি ভেরিয়েবল রাখা হয়েছে। নমুনার জন্য প্রাইমডের সংক্ষিপ্ত তালিকা থেকে তিনটি মিডিয়া হাউস নেওয়া হয়েছে যেগুলো আগেই বাছাই করা হয়েছিল। পরবর্তী সময়ে সাকমিড আরও তিনটি আউটলেটকে নন-প্রাইমড ক্যাটাগরি হিসেবে বেছে নেয়, যেগুলো সরাসরি প্রাইমড প্রকল্পের কার্যক্রমের মধ্যে অন্তর্ভুক্ত নয়। এর মাধ্যমে প্রকল্প বাস্তবায়নের একটি নির্দিষ্ট সময়ের পরে মিডিয়া আউটলেটগুলির দুটি ধরনের মধ্যে আধেয়ের কোনও পরিবর্তন এসেছে কিনা তা পরিমাপ করা সহজতর হবে।

প্রাপ্ত ফলাফল

সংবাদ প্রতিবেদনে পুরুষ সাংবাদিকের সংখ্যার প্রাধান্য

৩ মাসে সর্বমোট ১৪৬৭টি সংবাদ পর্যবেক্ষণ করা হয়েছে। যার মধ্যে ৩৮৫টি সংবাদ পুরুষ সাংবাদিক ও ৫০টি সংবাদ নারী সাংবাদিকগণ প্রস্তুত করেছেন। ১০৩২টি সংবাদ প্রতিবেদকের নাম বা বাইলাইন ছাড়াই প্রকাশিত হয়েছে। অর্থাৎ ৩.৫% সংবাদে নারী সাংবাদিকের অবদান ও ২৬.৫% সংবাদে পুরুষ সাংবাদিকের অবদান দৃশ্যমান।

প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে দেখা গিয়েছিলো ৩৮৩টি সংবাদ প্রতিবেদন পুরুষ সাংবাদিক ও ৪১টি সংবাদ প্রতিবেদন নারী সাংবাদিক দ্বারা প্রস্তুত করা হয়েছিলো এবং বাকি প্রতিবেদনগুলোতে কোনো বাইলাইনই ছিল না।

তিন মাসের ব্যবধানে তৈরি করা দুটি ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে প্রাপ্ত ফলাফলে যেকোনো তাৎপর্যপূর্ণ পরিবর্তন আসেনি, এই পরিসংখ্যান সেটিই নির্দেশ করে।

উপস্থাপনার ক্ষেত্রে দেখা গেছে নারীদের প্রাধান্য

দুটি টেলিভিশন চ্যানেলেরই ৬৯.৯% সংবাদ উপস্থাপক নারী। প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে যার হার ছিল ৬৩.৮৯%। প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে যমুনা টেলিভিশন থেকে মোট ২৩৮টি সংবাদ বাছাই করা হয়েছিলো, যার মধ্যে ১৩৫টি সংবাদে নারী উপস্থাপক ও ১০৩টি সংবাদে পুরুষ উপস্থাপকদেও দেখা গিয়েছিলো। অপরদিকে দ্বিতীয় ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে দেখা যায় যমুনা টেলিভিশনে ২৬৪টি সংবাদেও উপস্থাপকের মধ্যে ১৯৭টি সংবাদের উপস্থাপক নারী।

মুখপাত্র হিসেবে নারীর উপস্থিতি সীমিত

যারা সংবাদের প্রধান ব্যক্তি হিসেবে চিত্রিত হয়েছেন, তাদের মধ্যে ‘বিশেষজ্ঞ’ হিসেবে মোট ৪৬ জন ব্যক্তির মতামত নেয়া হয়েছে। যার মধ্যে কেবল ৬ জন নারী। অর্থাৎ ১৩ শতাংশ বিশেষজ্ঞ নারী যেখানে ৮৭ শতাংশ বিশেষজ্ঞ পুরুষ। প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনেও মাত্র ৬ জন নারী বিশেষজ্ঞ পাওয়া গিয়েছিলো। ১৪৬৭টি সংবাদের মধ্যে ৫৯২ জন মুখপাত্র সংবাদে প্রধান ব্যক্তি হিসেবে ভূমিকা পালন করেছেন। যার মধ্যে ২১.৮ শতাংশ নারী ও ৭৮.২ শতাংশ পুরুষ। তবে মুখপাত্র হিসেবে নারীর অংশগ্রহণ প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনের তুলনায় দ্বিতীয় ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে উল্লেখযোগ্য হারে বৃদ্ধি পেয়েছে। প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে ১২.৬১% নারী ও ৮৭.৩৯% পুরুষ মুখপাত্র পাওয়া গিয়েছিলো।

নারীরা যখন সংবাদে প্রধান ব্যক্তি হন তখন তাদের ঘটনার ভুক্তভোগী হিসেবে চিত্রিত করা হয়

৩৭.৫% সংবাদে দেখা যায় নারীদের ঘটনার ‘ভুক্তভোগী’ হিসেবে দেখানো হয়েছে যখন তারা সেই সব সংবাদে প্রধান ব্যক্তি হিসেবে চিত্রিত হয়েছেন। অপরদিকে সংবাদের প্রধান ব্যক্তি হিসেবে ১৫.৫% পুরুষদের ঘটনার ‘ভুক্তভোগী’ হিসেবে উপস্থাপন করা হয়েছে। আগের ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে ৫৮.০৬ শতাংশ নারী ও ৩৮.৩১ শতাংশ পুরুষকে ঘটনার ‘ভুক্তভোগী’ হিসেবে উপস্থাপন করা হয়েছিলো।

নারীদের তাদের পরিবারের পুরুষ সদস্যদের দ্বারা পরিচিত করানো হয়

কিছু সংবাদে দেখা যায় নারীদের তাদের পরিবারের সদস্যদের দ্বারা পরিচিত করানো হয় যেমনঃ অমুকের স্ত্রী, অমুকের কন্যা। ৬টি গণমাধ্যমের ১৪৬৭টি আধেয়ের মধ্যে ১২৬১টির প্রধান চরিত্র বিশ্লেষণের পর দেখা যায় এর ২৮.৩ শতাংশ নারী এবং ১০.৩২ শতাংশ পুরুষ তাদের পরিবারের সদস্যদের দ্বারা পরিচিত হয়েছেন। প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনেও প্রায় একই চিত্র দেখা গিয়েছিল। সেখানে ৩০.২% নারী ও ৮.৮৬% পুরুষ তাদের পরিবারের পুরুষ সদস্যদের দ্বারা পরিচিত হয়েছিলেন।

সংবাদে মোট মতামতের এক পঞ্চমাংশ নারীর কাছ থেকে নেওয়া হয়েছে

সংবাদের প্রধান ব্যক্তি হিসেবে সংবাদপত্র ও অনলাইন মাধ্যম থেকে মোট ৪১৫টি মতামত গ্রহণ করা হয়েছে। যার মধ্যে ১৯.৮% নারী এবং ৮০.২% পুরুষের মতামত পাওয়া গেছে।

যদিও প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনেও দৃশ্যপট প্রায় একই ছিল। সেখানে দেখা গিয়েছিলো সংবাদে ২০.৫৩ শতাংশ নারী ও ৭৯.৪৭ শতাংশ পুরুষ মতামত প্রদান করেছিলো। টেলিভিশন সংবাদের ক্ষেত্রে প্রায় একই চিত্র পাওয়া গেছে, যেখানে নারী ও পুরুষের মতামত নেওয়া হয়েছে যথাক্রমে ১৭.৭% এবং ৮২.৩৭%।

দুটি ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনের মধ্যকার তুলনা

প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন (জুলাই -সেপ্টেম্বর ২০২১)	দ্বিতীয় ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন (অক্টোবর -ডিসেম্বর ২০২১)	পর্যবেক্ষণ
(বাইলাইনে) প্রতিবেদকের জেডার নারী-৪১টি সংবাদ পুরুষ ৩৮৩টি সংবাদ টেলিভিশন সংবাদ উপস্থাপক নারী ৬৩.৮৯%	(বাইলাইনে) প্রতিবেদকের জেডার নারী-৫০টি সংবাদ পুরুষ ৩৮৫টি সংবাদ টেলিভিশন সংবাদ উপস্থাপক নারী ৬৯.৯ %	দুটি প্রতিবেদনের মধ্যে তেমন কোনো উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন আসেনি নারী উপস্থাপকের হার সামান্য বৃদ্ধি পেয়েছে
সংবাদে প্রধান ব্যক্তি নারী ৩১১টি সংবাদ পুরুষ ৮৩৫টি সংবাদ	সংবাদে প্রধান ব্যক্তি নারী ৩৫০টি সংবাদ পুরুষ - ৮৯১টি সংবাদ	সংবাদে প্রধান ব্যক্তি হিসেবেও পুরুষের সংখ্যা উভয়ক্ষেত্রেই বৃদ্ধি পেয়েছে।
নারী ও পুরুষকে ভুক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ৫৮.০৬% পুরুষ ৩৮.৩১%	নারী ও পুরুষকে ভুক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ৩৭.৫% পুরুষ ১৫.৫%	নারীদের ভুক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন
বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ৬ পুরুষ ৩১	বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ৬ মোট ৪৬ জন বিশেষজ্ঞের মতামত পাওয়া গেছে। নারী - ১৩% পুরুষ- ৮৭%	নারী বিশেষজ্ঞের সংখ্যা দুটি ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে একই আছে
মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ১২.৬১% পুরুষ ৮৭.৩৯%	মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ২১.৮% পুরুষ ৭৮.২%	নারী মুখপাত্রের সংখ্যা বৃদ্ধি পেয়েছে
জনগণের কণ্ঠস্বরে জেডার-এর প্রতিফলন নারী - ২০.৫৩% পুরুষ - ৭৯.৪৭%	জনগণের কণ্ঠস্বরে জেডার-এর প্রতিফলন নারী - ১৯.৮% পুরুষ - ৮০.২%	দুইটি ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনের মধ্যে তেমন উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন আসেনি
পারিবারিক ভূমিকা নারী - ৩০.২% পুরুষ - ৮.৮৬%	পারিবারিক ভূমিকা নারী - ২৮.৩% পুরুষ - ১০.৩২%	তেমন উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন দেখা যায়নি

সনাতনী চিন্তাধারাকে প্রশ্ন করার চর্চা এখনও যথেষ্ট নয়

মোট ১৪৬৭ টি সংবাদের মধ্যে কেবল ১.৯% সংবাদ সনাতনী চিন্তাধারাকে চ্যালেঞ্জ করেছে।

৬টি গণমাধ্যম থেকে প্রাপ্ত মোট ২১টি সংবাদ আমাদের চারপাশে থাকা কিছু সনাতনী চিন্তাধারাকে সরাসরি চ্যালেঞ্জ করে। এর মধ্যে ঢাকার বাইরে থেকে প্রকাশিত দৈনিক গ্রামের কাগজ থেকে পাওয়া গেছে ১১টি সংবাদ, বাংলা ট্রিবিউন থেকে ৪টি সংবাদ ও যমুনা টেলিভিশন থেকে পাওয়া গেছে ৬টি সংবাদ।

প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনে মোট ৮টি সংবাদ পাওয়া গিয়েছিলো, যেগুলো সমাজের সনাতনী ধারণাগুলোকে চ্যালেঞ্জ করে। এর মধ্যে গ্রামের কাগজ থেকে পাওয়া গিয়েছিলো ১টি সংবাদ, ও যমুনা টেলিভিশন থেকে পাওয়া গিয়েছিলো ৭টি সংবাদ। সনাতনী ধারণাকে চ্যালেঞ্জ করে এমন কোন সংবাদ বাংলা ট্রিবিউন থেকে পাওয়া যায়নি।

কিছু সংবাদের গভীর বিশ্লেষণ

কিছু কিছু সংবাদ আরও গভীর বিশ্লেষণের দাবী রাখে বলে আমাদের কাছে প্রতীয়মান হয়েছে। এর মাধ্যমে আমাদের সমাজে ও সংসারে নারী পুরুষের ভূমিকা ও দায়িত্ব সংক্রান্ত যেসব ধারণা রয়েছে এ-জাতীয় সংবাদে সেগুলোকে চ্যালেঞ্জ করা হয়েছে কিনা তা দেখা হয়। সংবাদটিতে মানুষকে কতটুকু মর্যাদা দেওয়া হচ্ছে এবং তার অধিকারের প্রতি সম্মান প্রদর্শন করা হচ্ছে কিনা সেগুলোও দেখা হয়। এছাড়াও সংবাদের শিরোনামের দিকেও বিশেষ দৃষ্টি দেওয়া হয়। শিরোনামটি সংবাদের সারমর্মকে প্রকাশ করে কিনা কিংবা সমাজে চালু-থাকা সনাতনী ধারণাগুলোকে সমর্থন করছে নাকি সেগুলোকে চ্যালেঞ্জ করছে তার দিকেও নজর দেওয়া হয়। গভীরভাবে বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে সংবাদে ছবির ভূমিকাও গুরুত্বপূর্ণ। ছবিটি সংবাদের মূলভাব সঠিক ভাবে প্রকাশ করছে নাকি সনাতনী চিন্তাভাবনাকে সমর্থন করছে এটিও যাচাই করা হয়। এই সংবাদগুলোতে ভাষার ব্যবহার গুরুত্বের সাথে যাচাই করা হয়েছে। ভাষা কী প্রকাশ্যে কোনো জেডারকে পক্ষপাত করে লেখা হয়েছে নাকি নিরপেক্ষভাবে লেখা হয়েছে সেটির দিকেও লক্ষ্য রাখা হয়েছে।



টেলিভিশনে সম্প্রচারিত একটি সংবাদের বিশ্লেষণে দেখা যায়, একজন নারী নির্যাতনকে মোকাবেলা করে প্রতারণার ফাঁদ থেকে মুক্ত হয়ে নিজের পরিচয় তৈরি করেছেন। তা সত্ত্বেও নারীটিকে ভুক্তভোগী হিসেবে সংবাদে উপস্থাপন করা হয়েছে। নারীটি হার মানেননি, উপরন্তু প্রতারকদের পুলিশের কাছে ধরিয়েও দিয়েছেন। সম্পূর্ণ গল্পটিই নারীর বিজয়ের গল্প। কিন্তু সংবাদের শিরোনামে ও আধেয়ের ভেতরে তাকালে দেখা যায় নারীটিকে একজন অসহায় নারী হিসেবেই চিত্রায়ণ করা হয়েছে।

২

২০২১ সালে ঘটে যাওয়া বিভিন্ন ঘটনার সমন্বিত রূপ নিয়ে টেলিভিশনে একটি সংবাদ প্রকাশ করা হয়েছে। সেই সংবাদের একটি ঘটনায় প্রতিবেদক একজন দোষী সাব্যস্ত নারীর ব্যক্তিগত ফুটেজ ব্যবহার করেছেন। সেই সংবাদে ফুটেজে থাকা অন্যান্য পুরুষের মুখ ঝাপসা করে দেয়া হয়েছে। ঐ প্রতিবেদনের আরেকটি গল্পে দেখা গেছে প্রতিবেদক একজন দোষী সাব্যস্ত পুরুষের ফুটেজ ব্যবহার করেছেন কিন্তু সেই সংবাদে ফুটেজে থাকা অন্যান্য নারীর মুখ ঝাপসা করে দেননি।

৩

অনেকসময় সাংবাদিকেরা সংবাদের শিরোনামে ‘নারী’ শব্দটি যোগ করে দৃষ্টি আকর্ষণের চেষ্টা করেন। যা আসলে কোনো অর্থই বহন করে না। সংবাদপত্রে প্রকাশিত একটি সংবাদের শিরোনামের দিকে তাকালে দেখা যায় ‘নারী’ শব্দ যোগ করা হয়েছে। যেমনঃ ‘নারী নেত্রী রুণু মারা গেছেন’, অথচ পুরুষের ক্ষেত্রে ‘পুরুষ নেতা’ শব্দটি ব্যবহার করা হয় না। আবার সংবাদের শিরোনামে অসংবেদনশীল শব্দের ব্যবহারও নিত্য চর্চা হয়ে দাঁড়িয়েছে। আরেকটি সংবাদের দিকে তাকালে দেখা যায় শিরোনামে ‘স্বামী পরিত্যক্তা’ শব্দ ব্যবহার করা হয়েছে। কিন্তু একজন স্ত্রী তার স্বামীকে পরিত্যাগ করেছেন এমন সংবাদ আমাদের চোখে পড়ে না।

৪

একটি সংবাদে ধর্ষণের শিকার একজন গৃহবধুর ফুটেজ ব্যবহার করা হয়েছে। যদিও কর্তৃপক্ষ ফুটেজটি ঝাপসা করে দিয়েছে কিন্তু এ জাতীয় সংবাদে অসংবেদনশীল ফুটেজ ব্যবহার করা এক ধরনের নীতিহীন চর্চা। সংবাদটি কোনো রকমের ফুটেজ ব্যবহার না করেও প্রকাশ করা যেতো, কিন্তু তা করা হয়নি।

৫

নারীর নাম ব্যবহার করে চটকদার শিরোনাম তৈরি করাও একটি নৈমিত্তিক চর্চা হয়ে দাঁড়িয়েছে। সংবাদপত্রে প্রকাশিত শিরোনামে দেখা যায়, ‘যশোরে ফেস্টিভলের চালান সহট্রাক জন্ম, নারীসহ আটক চার’। অথচ পুরো সংবাদ পড়লে দেখা যাবে ঘটনার সাথে যুক্ত অধিকাংশ অভিযুক্তই পুরুষ। কিন্তু তারা ‘নারী’ শব্দটি দর্শক আকৃষ্ট করার জন্য ব্যবহার করেছে।

৬

গার্মেন্টস একটি ইউনিসেক্স প্রতিষ্ঠান অর্থাৎ সেখানে নারী পুরুষ উভয়েই সমান ভূমিকা পালন করে। কিন্তু একটি সংবাদে শুধু নারীর দুর্দশার কথাই উল্লেখ করা হয়েছে। অথচ অই একই ঘটনায় যে পুরুষও ভুক্তভোগী তা উল্লেখ করা হয়নি।



কিছুদিন আগেই একজন তৃতীয় লিঙ্গের প্রার্থী নির্বাচনে জয়ী হয়েছিলেন। জীবনের নানাবিধ প্রতিকূলতার মুখোমুখি হয়ে ব্যক্তিটি নির্বাচনে জয় লাভ করেছিলেন, অথচ শিরোনামে তুচ্ছার্থকভাবে লেখা হয়েছে, ‘আওয়ামী লীগ মনোনীত প্রার্থী তৃতীয় লিঙ্গের কাছে পরাজিত হয়েছে’।

সুপারিশ

প্রাপ্ত ফলাফল অনুসারে প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদনের মতো এবারের প্রতিবেদনেও প্রায় একই সুপারিশ থাকবে। যেগুলো মূলত গণমাধ্যমের বিভিন্ন আউটলেট ও অন্যান্য সহযোগীদের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য তৈরি করা হয়েছে। সেগুলো নিম্নে দেওয়া হলো-

প্রতিবেদন তৈরিতে নারীদের অংশগ্রহণ বাড়ানো যেতে পারে এবং সংবাদপত্র ও অনলাইন নিউজ পোর্টালগুলোতে বাইলাইন ব্যবহারের অনুশীলন আরও বাড়ানো উচিত।

যে সব ক্ষেত্রে নারী বিশেষজ্ঞ আছে, সেখানে নারী বিশেষজ্ঞের মতামত নেওয়ার জন্য সাংবাদিকদের উৎসাহিত করা যেতে পারে। এক্ষেত্রে সাকমিডের নারী বিশেষজ্ঞ ডাইরেক্টরি (কনটাক্ট) কার্যকর হতে পারে।

সংবাদে নারীর কণ্ঠস্বর আরো বাড়াতে হবে। যখন নারী পুরুষ উভয়েই সংবাদ আধেয়ের সাথে সম্পর্কিত, তখন নারীদের মতামত নেওয়া আবশ্যিক।

স্বামী বা পিতার পরিচয় দ্বারা নারীদের চিহ্নিত করার সাধারণ অভ্যাস সাংবাদিকদের ত্যাগ করতে হবে।

সংবাদে অধিক পরিমাণ সনাতনী চিন্তাধারাকে চ্যালেঞ্জ করে এমন গল্প চিত্রিত করা যেতে পারে। যেখানে দেখা যাবে নারী এবং পুরুষ পুরোনো চিন্তাধারা ভেঙ্গে নিজ নিজ ভূমিকা পালন করছেন এবং জীবন ব্যবস্থাপনায় পরস্পরের সহযোগী হয়ে উঠছেন যেমন নারীরা তার পরিবারের আর্থিক দায়িত্ব নিচ্ছেন বা পুরুষরা তার সন্তানদের যত্ন নিচ্ছেন।

গণমাধ্যমে সেই গল্পগুলোকে হাইলাইট করা বা তুলে ধরা উচিত, যেখানে নারীদের সমাজে অনুকরণীয় ভূমিকায় যেমন নেতা, সমাজ পরিবর্তনকারী বা খেলোয়াড় হিসেবে চিত্রিত করা হয়েছে।



A Round Table Dialogue Monitoring Gender Content in Media: Findings and Discussions

was organized by South Asia Center for Media in Development (SACMID) at Press Institute Bangladesh (PIB) on 30 November, 2021, while PIB was the co-organizer of the Dialogue.

The main objective of the program was to present and discuss/reflect how various media of Bangladesh represented gender in their news content.

গোলটেবিল সংলাপ সংবাদে জেন্ডার ভিত্তিক উপস্থাপনা পর্যালোচনা: প্রাপ্ত ফলাফল ও আলোচনা

৩০ নভেম্বর, ২০২১

স্থান:
পিআইবি মিলনায়তন

যৌথ আয়োজক:
সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর
মিডিয়া ইন ডেভলপমেন্ট
(সাকমিড) ও প্রেস ইনস্টিটিউট
বাংলাদেশ (পিআইবি)।