

INCLUSION

July-October 2022



GENDER CONTENT MONITORING in SELECTED MEDIA OUTLETS



A quarterly bulletin for internal circulation

July-October 2022
(Bilingual)

Edited by

Syed Kamrul Hasan
Saidul Islam
Firoz Mahmud

Published by



South Asia Center for Media in
Development (SACMID)

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

Telephone
+88 02 9185165, +88 02 9185167

www.sacmid.asia

Supported by
Free Press Unlimited under
PRIMED Consortium

ABSTRACT



The fifth quarterly 'Inclusion' of South Asia Center for Media in Development (SACMID) is a summary of the gender media monitoring from 1st July to 31st October 2022. The main objective of this report is to capture findings and experience that has been achieved during implementation of Gender Media Monitoring project. The project has aimed bringing changes in the news stories and to ensure accountability of media outlets and bring gender equality and women's human rights in their contents. A total of 1,844 news items have been monitored during last 4 months, from 1st July to 31th October 2022. According to the findings, women journalists are neglected in every medium. Only the position of news presenter was dominated by female. Female character was less addressed as a spokesperson or expert compared to male personality. Moreover, every media has a common tendency to illustrate male personality more powerful and in maximum news women are represented as victims. It has also been observed that most of the news ignored maternal identity or mother's name. Men and women were identified by their father's name or husband's name. Women voices were noticeably ignored in news. Women direct quotations in newspapers and online portals and women voxpops in television channels were significantly lower than that of men. Among the total news, a poor ratio of news was found that challenges gender stereotypes.

INTRODUCTION



Women are contributing in every sector of Bangladesh including education, healthcare and government jobs. As a developing country, we cannot ignore these contributions of women as they are almost half of the total population of Bangladesh. In order to achieve gender equality, both male and female should treat equally in every sector. As media is the fourth estate of a nation, it is the duty of media to work for achieving women empowerment. But it has been found that, media are rather stabilizing the

common patriarchal norms. The findings of 1st July to 31st October 2022 of South Asia Centre for Media in Development (SACMID) revealed that, there is a clear disproportion of male and female representation in all categories of media. Apart from this, women are usually sketched as the victims of any sexual or physical violence and tools of entertainment. Women are often portrayed according to society's common gender norms. But South Asia Centre for Media in Development (SACMID) is monitoring different media contents of Bangladesh to investigate the representation of men and women in media. By revealing the gender situation of media in Bangladesh, it will help to decrease gender discrimination and also contribute in bringing gender balance in media.

This 'Inclusion' report is a part of the PRIMED¹ (Protecting Independent Media for Effective Development) global project in Bangladesh, where SACMID is the local partner of FPU in Bangladesh, working since April 2021, to improve gender sensitivity among Bangladeshi media outlets and to increase the gender diversity of their contents. Moreover, SACMID is also working on capacity building of the journalists and awareness raising of the concerned media-house authorities.

METHODOLOGY



Considering the resources FPU and SACMID team determined the sample and methodology maintaining research protocol. SACMID has developed a gender monitoring tool through month long consultation with FPU and on the basis of existing Gender Media Monitoring (GMM) tools which constitutes 16-19 variables. For sampling, PRIMED committee has pre-selected three media houses through background research (media-outlet assessment), these are Gramer Kagoj, Bangla Tribune and Jamuna Television. Later SACMID has selected three outlets of the same category as non-PRIMED samples to see whether any changes happen after interventions of PRIMED project. Non-PRIMED media outlets are Dainik Purbanchal, Bangla Vision and Jagonews24.com.

¹PRIMED is a project under a global consortium of BBC Media Action, Free Press Unlimited, International Media Support and Media Development Investment Fund, supported by FCDO.

MEDIA OUTLETS AND THE MONITORING SCHEDULE

সব শাসকের বিশ্ব ডেইলি
গ্রামের কাগজ
The Daily Gramer Kagoj

Gramer Kagoj

দৈনিক পূর্বাঞ্চল
দক্ষিণ-পশ্চিমাঞ্চলের সর্বাধিক প্রচারিত সংবাদপত্র

Dainik Purbanchal

Three days a week 6 news each day, randomly selected from first and last page

NEWSPAPERS

Three days a week 6 topmost read story each day

তাশলা ট্রিবিউন
সর্বশেষ সংবাদ প্রতিদিন

Banglatribune.com

Jago news24.com
কলকাতা-কলকাতা-কলকাতা-কলকাতা

Jagonews24.com

ONLINES

Jamuna|tv

Jamuna Television



Bangla Vision

Three days a week prime time news, first 5 minutes and last 7 minutes

TELEVISIONS

FINDINGS IN SUMMARY

FEMALE REPORTERS ARE NEGLECTED



Among 1844 news items, 63 (12.07%) news items were reported by female reporters, whereas 459 (87.93%) news items were reported by male. Female reporters have increased from the previous quarter. Previously it was 7.64%.

PRESENTERS ARE MOSTLY FEMALE



A total of 490 (78.27%) presenters in televisions are female. Rest of the 136 (21.73%) presenters are male. Female presenters have increased from the previous quarter. Previously it was 71.29%.

WOMEN AS FIRST PERSONS ARE VERY LOW THAN MALE PERSONS



A total of 343 (21.88%) females are the first persons of the news, whereas 1225 (78.12%) men are the first persons. Female first persons have slightly increased from the previous quarter. Previously it was 20.57%.

WOMEN EXPERTS INCREASED



There are 6 (15%) women experts during 1st July to 31st October gender monitoring, whereas male experts are 34 (85%). As there was not a single women expert in the previous quarter, women experts has increased by 100%.

WOMEN SPOKESPERSONS INCREASED



There are 142 (18.09%) women spokespersons in this quarter. On the other hand male spokespersons are 643 (81.91%). Women spokespersons have increased as it was 15.38% in the previous quarter.

WOMEN AS VICTIMS DECREASED



It's a good sign that women victims have decreased in last 4 months, as they were portrayed as victims in 85 (24.78%) news out of 343 news items. Previously it was 25.52%.

WOMEN'S FAMILY ROLE DECREASED



Women are often identified in the news by their familial relationships such as 'wife of someone' or 'daughter of someone' etc. During last 4 months, this situation has been decreased. A total of 73 (21.28%) female were identified/introduced by their family role. Previously it was 22.41%.

TRENDS OF THE 5TH QUARTER

NON-PRIMED MEDIA HAS MORE FEMALE SPOKESPERSONS IN THE NEWS

According to the data of gender monitoring from 1st July to 31st October 2022, the non-PRIMED media outlets has more female spokespersons in the news than PRIMED media outlets. Non-PRIMED media outlet Dainik Purbanchal has 27.25% female spokespersons, and BanglaVision has 21.99% female spokespersons.

On the other hand in terms of expert, Non-PRIMED media outlet BanglaVision has the lowest experts (4.35%) whereas PRIMED media outlet Bangla Tribune has the highest experts (20%).

TRENDS IN FEMALE SPOKESPERSON AND EXPERT

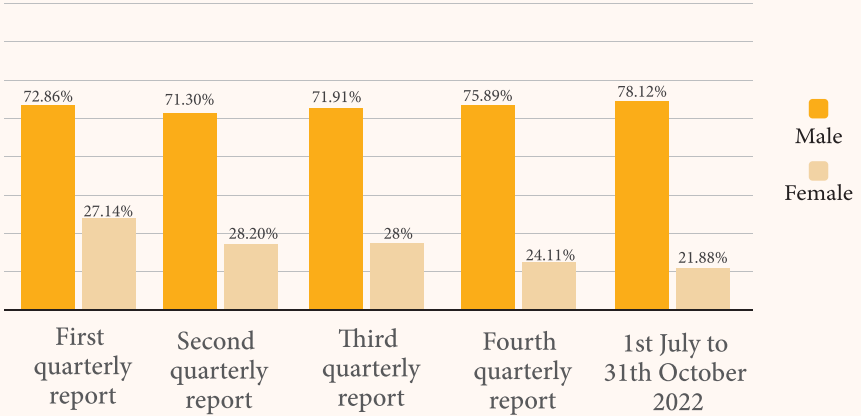
	PRIMED	Non-PRIMED
FEMALE SPOKES PERSONS	8.69%	27.25%
	<i>Gramer Kagoj</i>	<i>Dainik Purbanchal</i>
	15.04%	17.25%
	<i>Bangla Tribune</i>	<i>Jagonews24.com</i>
	19.72%	21.99%
<i>Jamuna Television</i>	<i>BanglaVision</i>	
	PRIMED	Non-PRIMED
FEMALE EXPERTS	6.45%	15.38%
	<i>Gramer Kagoj</i>	<i>Dainik Purbanchal</i>
	20%	15.09%
	<i>Bangla Tribune</i>	<i>Jagonews24.com</i>
	11.36%	4.35%
<i>Jamuna Television</i>	<i>BanglaVision</i>	

NUMBER OF FEMALE FIRST PERSON DECREASED

The number of female first person is decreasing in every quarter. On the contrary, the number of male first person is increasing. The number of female first person was 27.14% in the first quarter, but it becomes 21.88%

in the last four month (1st July to 31st October). On the other hand, male first persons were 72.86% in the first quarter, but it becomes 78.12% in the last four months.

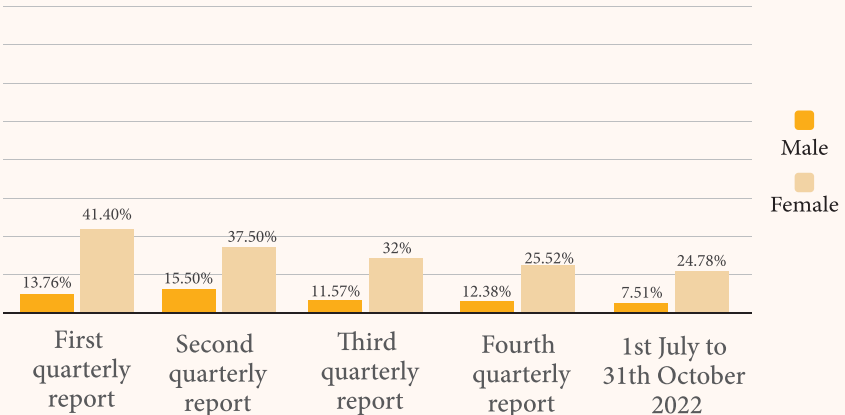
TREND OF SHOWING MALE AND FEMALE FIRST PERSON



WOMEN VICTIMS DECREASED

Generally, when women are the first persons in stories, in most of the cases they are portrayed as victims. But the number of female victims are decreasing in every quarter. This is very positive about women’s appearance in the news stories. Women were victims in 24.78% news stories from 1st July to 31st October 2022. It was 25.52% in the previous Fourth quarterly report.

TREND OF SHOWING MALE AND FEMALE AS VICTIM



DIFFERENCES OBSERVED IN FIVE QUARTERS

FIRST QUARTERLY REPORT (JULY-SEPTEMBER 2021)	SECOND QUARTERLY REPORT	THIRD QUARTERLY REPORT	FOURTH QUARTERLY REPORT	1ST JULY TO 31ST OCTOBER 2022
Gender of reporter Female- 9.67% Male- 90.33%	Gender of reporter Female- 11.49% Male- 88.51%	Gender of reporter Female- 9.09% Male- 90.91%	Gender of reporter Female- 7.64% Male- 92.36%	Gender of reporter Female- 12.07% Male- 87.93%
Gender of presenters Female- 63.89% Male- 36.11%	Gender of presenters Female- 69.9% Male- 30.1%	Gender of presenters Female- 66% Male- 34%	Gender of presenters Female- 71.29% Male- 28.71%	Gender of presenters Female- 78.27% Male- 21.73%
Gender of first person Female- 27.14% Male- 72.86%	Gender of first person Female- 28.20% Male- 71.30%	Gender of first person Female- 28.09% Male- 71.91%	Gender of first person Female- 24.11% Male- 75.89%	Gender of first person Female- 21.88% Male- 78.12%
Number of spokesperson Female- 12.61% Male- 87.39%	Number of spokesperson Female- 21.8% Male- 78.2%	Number of spokesperson Female- 19.63% Male- 80.37%	Number of spokesperson Female- 15.87% Male- 84.13%	Number of spokesperson Female- 18.09% Male- 81.91%
Number of expert Female- 16.22% Male- 83.78%	Number of expert Female- 13% Male- 87%	Number of expert Female- 14.51% Male- 85.48%	Number of expert Female- 0.00% Male- 100%	Number of expert Female- 15% Male- 85%
Victim of the news Female- 41.4% Male- 13.76%	Victim of the news Female- 37.6% Male- 15.5%	Victim of the news Female- 32.26% Male- 11.57%	Victim of the news Female- 25.52% Male- 12.38%	Victim of the news Female- 24.78% Male- 7.51%
Family role Female- 30.2% Male- 8.86%	Family role Female- 28.3% Male- 10.32%	Family role Female- 27.86% Male- 5.48%	Family role Female- 22.41% Male- 10.62%	Family role Female- 21.28% Male- 10.12%
Voice of people Female quotation -20.53% Male quotation-79.47%	Voice of people Female quotation- 19.8% Male quotation-80.2%	Voice of people Female quotation-22.25% Male quotation-77.7%	Voice of people Female quotation-15.33% Male quotation-84.67%	Voice of people Female quotation-17.59% Male quotation-82.41%
Female Voxpop- 21.52% Male Voxpop- 78.48%	Female Voxpop- 18.49% Male Voxpop- 81.51%	Female Voxpop- 23.76% Male Voxpop- 74.24%	Female Voxpop- 21.73% Male Voxpop- 78.27%	Female Voxpop- 17.74% Male Voxpop- 82.26%

SOME NOTEWORTHY STORIES

There are a few news stories that needs more detail analysis in terms of portrayal of women in media. There are some common gender stereotypes in our society that women are the housewives, they are weak and vulnerable. Some news stories break these traditional portrayals of women and some news stories reinforce them.

NEWS THAT BREAKS STEREOTYPES

MAN IDENTIFIED BY HIS WIFE FOR THE FIRST TIME

Non-PRIMED media outlet Dainik Purbanchal has published a news where a man was identified by his wife. This news has challenged gender stereotype as we often see women are identified by her husband. So this is a unique incident where a man had died but he was identified by his wife who was a woman councilor (elected representative).

সাবেক কাউন্সিলর হাসিনা আকরামের স্বামীর ইন্তেকাল

খুলনা সিটি কর্পোরেশনের সংরক্ষিত ১০ আসনের সাবেক কাউন্সিলর হাসিনা আকরামের স্বামী মোঃ আকরাম হোসেন গরুকালা সংকলন সড়কে দুইটি মহাপ্রাণহীণ কলসী স্তম্ভাক্ত হোয়াস্ট শিল্পের বাসভবনে ইন্তেকাল করেছেন (ইন্তাজুল হায়েকুল)। মৃত্যুকালে তাঁর বয়স হয়েছিল ৬৮ বছর। বিভিন্ন বাস্তবায়নিক বিভিন্ন রোগে ভুগছিলেন। মৃত্যুকালে ১ মেসে এবং ১ মেসে, স্ট্রোক অসুখো গরুকালা হোসেন গরুকালা হোসেন স্বামীর কাশেবিয়া জামে মসজিদে নামাজে জানাযা শেষে টুটপাতা কবরস্থানে তাঁর দাফন সম্পন্ন হয়। বিভিন্ন রাজনৈতিক দলের নেতৃবৃন্দের থানামানা ব্যক্তিগত নামাজে

WOMEN ARE THE EXPECTANT OF SOCIAL WELFARE



The picture is a news of PRIMED media outlet Jamuna Television about the expectations of a female footballer. The footballer wants a spacious road in her village. As Bangladesh Women Football Team became champion of the SAF Woman Championship in the month of September 2022,

Jamuna Television took interview of female footballer Rituporna Chakma about her future expectations. She only wants a spacious road in her village for the welfare of her own community.

WOMEN ARE THE ENTREPRENEURS

A news of PRIMED media outlet Gramer Kagoj presenting a woman entrepreneur who is actually a tree lover. In this news, the woman tree lover has created inspiration of entrepreneurship among other tree lovers. She also takes part in many 'agricultural fairs'. There are many positive sides of this report regarding women presentation in news. Firstly, the activities of woman are reported here in detail. Secondly, no family role used to address her. Thirdly, the news got a good treatment as it was reported in the first column of the last page.



NEWS THAT PROMOTES STEREOTYPES

WOMEN ARE THE HOUSEWIVES



The two pictures have portrayed women as housewives and they are suffering for the load shedding. The picture at the left side has shown a woman is using handmade fan to cool herself from the warm weather and picture at the right side has shown a woman is working in a kitchen with a candle in

hand as there is load shedding. The two news are collected from PRIMED media outlet Jamuna Television (left) and Non-PRIMED media outlet Banglavisision (right). Both the news have portrayed man as spokesperson and expert. They have not taken any voxpop from these two women.



CHILD HEATH IS ONLY RELATED WITH WOMEN!



The above news is about child health. PRIMED media outlet Jamuna Television has broadcasted this news. There was not a single man in this news. Only female voxpops have been taken, as if childcare or child health is only related with women.

FEMALE VOICES ARE NEGLECTED

Female voices are being neglected in media. The above news taken from Non-PRIMED media outlet Banglavision is about transportation. A total of 8 male voxpops have been taken in this news. But not a single female voxpop has been taken though there were many females in the visual.



কথোপকথন - ১

‘গণমাধ্যমে নারীর উপস্থাপনা’ বিষয়ে সাকমিড প্রতিনিধির সাথে কথা বলেছেন জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়ের জার্নালিজম এন্ড মিডিয়া স্টাডিজ বিভাগ -এর সহযোগী অধ্যাপক আমিনা ইসলাম এবং যশোর জেলা সদর থেকে প্রকাশিত দৈনিক গ্রামের কাগজ-এর সম্পাদক মবিনুল ইসলাম মবিন। তাদের আলোচনার চূষক অংশ নিচে উদ্ধৃত হলো-



আমিনা ইসলাম

সহযোগী অধ্যাপক
জার্নালিজম এন্ড মিডিয়া স্টাডিজ বিভাগ
জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়

গণমাধ্যম নারীর স্টেরিওটাইপ উপস্থাপনা বন্ধ করতে পারে

সমাজের দর্পণ হিসেবে নারীর অবস্থান একটি সমাজে যেমন গণমাধ্যম ঠিক তেমনই দেখায়। সমাজে প্রচলিত কোন কোন ইস্যু অনেক সময় মিডিয়া স্টেরিওটাইপ/গঁৎবাধা ভাবে প্রকাশ করে। কিন্তু গণমাধ্যম এই গঁৎবাধা উপস্থাপনা বন্ধ করতে পারে, পরিমার্জন করতে পারে। সমাজে যদি নারীর প্রতি স্টেরিওটাইপ ভাবনা, চল বা প্রথা প্রচলিত থেকেও থাকে, গণমাধ্যম সেটি কতখানি উপস্থাপন করবে সেখানে গণমাধ্যমের একটা স্বতন্ত্র ক্ষমতা আছে, ভূমিকা আছে, দায়-দায়িত্ব আছে।

গণমাধ্যমকে সমাজ সংস্কারকের ভূমিকায় দাঁড়াতে হবে

অনেক সময় মনে করা হয়, সহিংসতার শিকার হিসেবে নারীকে দেখালে একটা সহানুভূতির জায়গা পাওয়া যাবে। তবে বিষয়টি নিয়ে ভাবার সময় চলে এসেছে বলে আমি মনে করি। এখানে গণমাধ্যমকে তার সমাজ সংস্কারকের ভূমিকায় দাঁড়াতে হবে।

সংবাদে জেন্ডার ভারসাম্যতা জরুরি

বাস্তবে নারী মুখপাত্র ও নারী বিশেষজ্ঞ আসলেই কম। কারন সমাজে এখনও নারী পুরুষের সমতা সেভাবে প্রতিষ্ঠিত হয়নি। তাই নারী বিশেষজ্ঞ খুঁজে পেতে একজন গণমাধ্যমকর্মীকে আরো একটু বেশী সময় ও পরিশ্রম দিতে হবে। সংবাদে যেমন সকল পক্ষের মতামত/মন্তব্য দিয়ে ব্যালেন্স করা হয়, তেমন তথ্য ও মতামতের উৎস হিসেবে জেন্ডার ভারসাম্যতা থাকাও কিন্তু জরুরি।

গণমাধ্যমের আধেয়তে পরিবর্তন আনতে হবে

গণমাধ্যমের কিছু আধেয় থাকতে পারে, যেমন- কিছু গল্প, কবিতা, গান, মতামত, সংবাদ- বিশ্লেষণ যেগুলোর মাধ্যমে নারী নিজে নিজেকে ক্ষমতাবান মনে করবে, তার আত্মসচেতনতার ক্ষেত্র তৈরী হবে, উপলব্ধির জায়গা তৈরী হবে। নারীর ক্ষমতায়নে গণমাধ্যমের ভূমিকা আছে। গণমাধ্যমে এমন কিছু আধেয় থাকতে হবে যাতে সেই ক্ষমতার জায়গাটি তৈরী হয়।

ক্লাসরুমের শিক্ষা ও ব্যবহারিক জগতের মধ্যে সমন্বয় থাকতে হবে

বাংলাদেশে গণমাধ্যম ও সাংবাদিকতা বিষয়ক বিভাগগুলোর কোর্স কারিকুলাম বা সিলেবাসের মধ্যে জেডার সম্পর্কিত বিষয়গুলো পড়ানো হয়। কিন্তু ক্লাসরুমের পড়া আর ব্যবহারিক জগত, দুটোর সমন্বয় না থাকলে শেখাটা কখনো পরিপূর্ণ হয় না। কোর্স কারিকুলামে আরো একটু বেশী মাত্রায় জেডার ইনক্লুশন দরকার। এক্ষেত্রে একাডেমিয়া ও ইন্ডাস্ট্রির সম্পর্কও বাড়াতে হবে। অনেক সময় কাজ করতে গেলে বলা হয়, ক্লাসে যা শিখে এসেছ তা ভুলে যাও। এই পার্থক্যটিকে কমিয়ে আনতে হবে। এক্ষেত্রে জেডার ইস্যু ও জেডার সেনসিটিভিটির বিষয়গুলো কলেজ থেকেই শিক্ষার্থীদের একটু একটু করে পড়ানো যেতে পারে।

কথোপকথন - ২

মবিনুল ইসলাম মবিন

সম্পাদক
দৈনিক গ্রামের কাগজ



সাকমিডের নমুনায়ন বাড়ানো গেলে ভালো হতো

গণমাধ্যমে নারীর উপস্থাপনা প্রত্যাশিতমাত্রায় জেডারবান্ধব হচ্ছে না। কিন্তু শুরুতেই আমি একটি বিষয় বলতে চাই, আপনাদের পর্যবেক্ষণে সংবাদপত্রের প্রথম ও শেষ পৃষ্ঠা এবং নির্দিষ্ট কিছু দিনের নমুনা সংগ্রহ করা হয়। এই নমুনায়নটিকে আরো একটু বাড়ানো গেলে ভালো হতো। আমরা যখন সাকমিডের পর্যবেক্ষন থেকে গ্রামের কাগজের কিছু ভুল বা দুর্বলতা দেখেছিলাম, সেগুলো নিয়ে আমরা কাজ করেছি।

সকল সেক্টরেই নারী বিশেষজ্ঞ/মুখপাত্র কম

ধরা যাক, কৃষি বিভাগে নারী বিশেষজ্ঞ বা এক্সপার্ট কম। এখন কৃষি বিষয়ে যখন আমি প্রতিবেদন তৈরি করবো তখন নারী বিশেষজ্ঞ পাওয়া বেশ কষ্টকর হবে। সকল সেক্টরেই একই অবস্থা। কিন্তু আমরা চেষ্টা করছি নারীদেরকে প্রাধান্য দেওয়ার জন্য। আমরা সংবাদে নারী-পুরুষ ৫০-৫০ অনুপাতে যাওয়ার জন্য কাজ করছি এবং আমাদের সকল সাংবাদিকই নারীদের বক্তব্য তুলে ধরার চেষ্টা করছে।

নারীর উপস্থাপন বাড়াতে চাইলে নারী গণমাধ্যমকর্মীর সংখ্যা বাড়াতে হবে

ঢাকার বাইরে নারী গণমাধ্যমকর্মী পাওয়া কষ্টসাধ্য। বিভিন্ন কারণে তারা এই পেশায় আসতে চাননা। নারীরা যখন বেশী আসবেন তখন নারীদের বিষয়গুলো একটু বেশী উপস্থাপিত হবে। যেমন- অনেক বিষয় আছে যেখানে একজন পুরুষ সাংবাদিক কাজ করলে সঠিক চিত্রটি উঠে আসবে না। কিন্তু একজন নারী সাংবাদিক যখন ঐ বিটে যাবেন তখন ভুক্তভোগী নারীরা মন খুলে কথা বলবে। এরকম অনেক বিষয় আছে যেখানে নারীর উপস্থাপন বাড়াতে চাইলে আগে বেশি করে নারী কর্মী নিয়োগ দিতে হবে।

নারী গণমাধ্যমকর্মীদের প্রথম প্রতিবন্ধকতা হচ্ছে নিরাপত্তার ইস্যু

নারী গণমাধ্যমকর্মীদের কাজ করার ক্ষেত্রে কিছু প্রতিবন্ধকতা রয়েছে। এক্ষেত্রে প্রথম প্রতিবন্ধকতা হচ্ছে নিরাপত্তার বিষয়টি। একজন নারী রাত দশটায় বাড়িতে ফেরা, বিভিন্ন অ্যাসাইনমেন্ট -এ যাওয়া ইত্যাদি ক্ষেত্রে নিরাপত্তার বিষয়টিতে তিনি পিছিয়ে পড়েন। আমাদের এখানে যারা কাজ করেন আমরা চেষ্টা করি তাদের নিরাপত্তার বিষয়টিতে নিশ্চিত করতে। একটু রাত হলে তাদেরকে বাড়িতে পৌঁছে দেয়া, তাদের পরিবারকে জানানো, গাড়ি পাঠানো ইত্যাদি বিষয় আমরা নিশ্চিত করি। এভাবে বিভিন্ন সুবিধা দেওয়া গেলে নারী গণমাধ্যমকর্মীর সংখ্যা আরো বাড়তে পারে।

আমরা জেন্ডার ব্যালেন্স নিশ্চিত করার চেষ্টা করি

নারীরা আসলে মুখ খুলতে চাননা, কথা বলতে চাননা; তাদের অনগ্রহ অনেক বেশী। মিডিয়ার সামনে বা ক্যামেরার সামনে একজন পুরুষ যতটা স্বতস্কূর্তভাবে কথা বলতে চান, সেখানে নারীরা অনেক জড়তা অনুভব করেন, পরিবার ও সমাজ কি বলবে সেটি নিয়ে ভাবতে থাকেন। এর মধ্য থেকেও আমরা চেষ্টা করি ব্যালেন্স নিশ্চিত করার। সম্প্রতি আমাদের এখানে একটা নির্বাচন হলো। তার উপর করা ভিডিও স্টোরিগুলো দেখলে দেখবেন সেখানে আমরা পুরষের পাশাপাশি নারীর বক্তব্য নিচ্ছি।

স্থানীয়ভাবে জেন্ডারবিষয়ক ট্রেনিং দরকার

গণমাধ্যমকে জেন্ডারবান্ধব করার ক্ষেত্রে গণমাধ্যমেরও কিছু কিছু দুর্বলতা রয়েছে। অনেক বিষয়েই সাংবাদিকদের ট্রেনিং দরকার। আমরা দেখেছি যে জেন্ডারসহ বিভিন্ন বিষয় নিয়ে ট্রেনিং প্রোগ্রামগুলো শুধু ঢাকাকেন্দ্রিক হয়। স্থানীয়ভাবেও এসব ট্রেনিং দরকার।

বাংলাদেশের গণমাধ্যমে নারীর উপস্থাপনা পর্যবেক্ষণ

(জুলাই-অক্টোবর ২০২২)

সারসংক্ষেপ

ইনক্লুশন বুলেটিনের এই পঞ্চম সংখ্যাটি সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভেলপমেন্ট (সাকমিড) এর পরিচালিত জুলাই ০১, ২০২২ থেকে অক্টোবর ৩১, ২০২২ সময়কালের মধ্যে বাংলাদেশের নির্দিষ্ট কিছু গণমাধ্যমের সংবাদ জেভারের ভিত্তিতে পর্যবেক্ষণের সারসংক্ষেপ। ‘জেভার মিডিয়া মনিটরিং’ প্রকল্প বাস্তবায়নের সময় গণমাধ্যমের সংবাদ জেভারের ভিত্তিতে পর্যবেক্ষণের ফলাফল ও অভিজ্ঞতা তুলে ধরা এই উপস্থাপনার উদ্দেশ্য। এই প্রকল্পের লক্ষ্য হচ্ছে গণমাধ্যমে লিঙ্গ সমতা নিশ্চিতকরণ ও নারীর অধিকার সংরক্ষণে গণমাধ্যমের আধেয়তে ইতিবাচক পরিবর্তন আনা। বিগত চার মাস (জুলাই ০১, ২০২২ থেকে অক্টোবর ৩১, ২০২২) সময়কালের মধ্যে বাংলাদেশের ৬টি গণমাধ্যমের ১৮৪৪ টি সংবাদ পর্যবেক্ষণ করা হয়েছে। পর্যবেক্ষণের ফলাফলে দেখা গেছে যে, সকল ধরনের গণমাধ্যমে নারী সাংবাদিকের সংখ্যা পুরুষের তুলনায় কম। কিন্তু উপস্থাপনায় নারীর সংখ্যা বেশী। নারী মুখপাত্র এবং বিশেষজ্ঞ- এর সংখ্যা পুরুষের তুলনায় কম। প্রতিটি গণমাধ্যমের একটি কমন বৈশিষ্ট্য হচ্ছে নারীরা সহিংসতার শিকার হলে গণমাধ্যমে উপস্থাপন করা হচ্ছে। অধিকাংশ সংবাদ- এ চরিত্রগুলোর শুধু বাবার পরিচয় দেয়া হয় এবং মায়ের পরিচয় উপেক্ষা করা হয়। তথ্যের উৎস হিসেবে নারীর মতামত নেওয়ার প্রবণতা সকল ধরনের গণমাধ্যমে কম। সমাজের প্রচলিত ধারণাকে চ্যালেঞ্জ করে এমন সংবাদের সংখ্যাও খুবই কম।

পর্যবেক্ষণ পদ্ধতি, নমুনায়ন ও পর্যবেক্ষণ কার্যক্রমের শিডিউল

জেভার মিডিয়া মনিটরিং-এর আন্তর্জাতিক টুলস বা উপকরণের ভিত্তিতে গণমাধ্যমের সংবাদ ও বিষয়বস্তু পর্যবেক্ষণের জন্য সাকমিড প্রকল্পের শুরু থেকে (এপ্রিল ২০২১) একটি জেভার মিডিয়া মনিটরিং টুলস প্রণয়ন ও অনুসরণ করছে। এতে সংবাদ আধেয় পর্যবেক্ষণের জন্য ১৬-১৯ টি ভেরিয়েবল রাখা হয়েছে। পর্যবেক্ষণের জন্য প্রাইমডের সংক্ষিপ্ত তালিকা থেকে তিনটি ও প্রাইমড প্রকল্পের কার্যক্রমের অন্তর্ভুক্ত নয় এমন তিনটি গণমাধ্যম নির্বাচিত করা হয়েছে।

উল্লেখ্য যে, প্রাইমড (প্রোটেক্টিভ ইন্ডিপেনডেন্ট মিডিয়া ফর ইফেক্টিভ ডেভেলপমেন্ট) 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। সাকমিড নেদারল্যান্ডভিত্তিক গণমাধ্যম উন্নয়ন সংস্থা ফ্রি প্রেস আনলিমিটেড (এফপিইউ) - এর স্থানীয় অংশীদার হিসেবে এপ্রিল-২০২১ থেকে প্রাইমড প্রকল্পে কাজ করছে। এছাড়াও সাকমিড সাংবাদিকদের সক্ষমতা বৃদ্ধি এবং গণমাধ্যম কতৃপক্ষের সচেতনতা বৃদ্ধিতে কাজ করছে।

পর্যবেক্ষণ কাজের সময়সীমা

এই প্রতিবেদনটি গত চার মাসের (জুলাই-অক্টোবর ২০২২) সময়কালের মধ্যে নির্বাচিত গণমাধ্যম থেকে সংগৃহীত সংবাদ আধেয় পর্যবেক্ষণ ও বিশ্লেষণকে ভিত্তি করে প্রস্তুত করা হয়েছে।

নির্বাচিত গণমাধ্যম ও পর্যবেক্ষণের সময়সূচী

অনলাইন পোর্টাল	টেলিভিশন	সংবাদপত্র
 বাংলা টিবিউন (প্রাইমড)	 যমুনা টিভি (প্রাইমড)	 দৈনিক গ্রামের কাগজ (প্রাইমড)
 জাগোনিউজ২৪ (নন-প্রাইমড)	 বাংলা ভিশন (নন-প্রাইমড)	 দৈনিক পূর্বাঞ্চল (নন-প্রাইমড)
প্রতিদিন ৬ টি সংবাদ, সপ্তাহে ৩ দিন	প্রাইম টাইমের প্রথম ৫ মিনিট ও শেষ ৫ মিনিটের সংবাদ, সপ্তাহে তিন দিন	প্রতিদিন ৬ টি সংবাদ, সপ্তাহে ৩ দিন

প্রাপ্ত ফলাফল

নারী প্রতিবেদক উপেক্ষিত



১৮৪৪ টি সংবাদের মধ্যে নামোল্লেখের দিক থেকে, ৬৩ টি (১২.০৭%) সংবাদের প্রতিবেদক ছিল নারী এবং বাকি ৪৫৯ টি (৮৭.৯৩%) সংবাদ-এর প্রতিবেদক ছিল পুরুষ।

সংবাদ উপস্থাপনায় নারীদের প্রাধান্য বেশী



টেলিভিশন - এর ৭৮.২৭% উপস্থাপক ছিল নারী এবং বাকি ২১.৭৩% উপস্থাপক ছিল পুরুষ।

সংবাদ-এ প্রথম ব্যক্তি হিসেবে নারীর সংখ্যা কম



৩৪৩ টি (২১.৮৮%) সংবাদ - এ প্রথম ব্যক্তি হিসেবে নারীকে উপস্থাপন করা হয়েছে যেখানে ১২২৫ টি (৭৮.১২%) সংবাদ-এর প্রথম চরিত্র পুরুষ।

নারী মুখপাত্রের সংখ্যা বেড়েছে



পর্যবেক্ষণ সময়কালের মধ্যে ১৪২ জন (১৮.০৯%) নারী মুখপাত্র এবং ৬৪৩ জন (৮১.৯১%) পুরুষ মুখপাত্র পাওয়া গেছে।

সহিংসতার শিকার হিসেবে নারীর উপস্থাপনা কমেছে



৩৪৩ টি সংবাদের মধ্যে ৮৫ (২৪.৭৮) টি সংবাদে নারীকে সহিংসতার শিকার হিসেবে উপস্থাপিত করা হয়েছে।

নারীদের পুরুষ সদস্য দ্বারা পরিচিত করানোর প্রবণতা কমেছে



সংবাদে নারীদের পুরুষ সদস্য দ্বারা পরিচিত করানো হয় যেমন, 'অমুকের স্ত্রী' অথবা 'অমুকের কন্যা'। ৭৩ টি (২১.২৮%) সংবাদে নারীদের তাদের পুরুষ সদস্যদের মাধ্যমে পরিচিত করানো হয়েছে।

আরো কিছু গুরুত্বপূর্ণ পর্যবেক্ষণ

নন-প্রাইমড সংবাদমাধ্যমে নারী মুখপাত্রের সংখ্যা বেশী

পর্যবেক্ষণের সময়কালের মধ্যে প্রাইমড সংবাদমাধ্যমের তুলনায় নন-প্রাইমড সংবাদমাধ্যমে নারী মুখপাত্রের সংখ্যা বৃদ্ধি পেয়েছে। নন-প্রাইমড সংবাদমাধ্যম দৈনিক পূর্বাঞ্চল- এ ২৭.২৫% এবং বাংলাভিশন- এ ২১.৯৯% নারী মুখপাত্র পাওয়া গেছে।

নন-প্রাইমড সংবাদমাধ্যম বাংলাভিশন- এ সর্বনিম্ন (৪.৩৫%) এবং প্রাইমড সংবাদমাধ্যম বাংলা ট্রিবিউন- এ সর্বোচ্চ সংখ্যক (২০%) নারী বিশেষজ্ঞ পাওয়া গেছে।

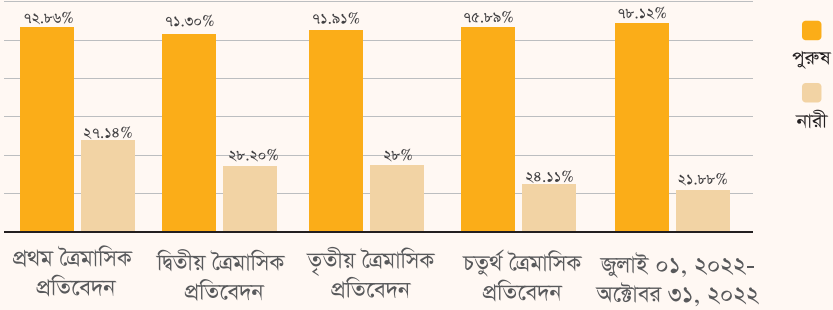
প্রাইমড ও নন-প্রাইমড গণমাধ্যমে নারী মুখপাত্র ও বিশেষজ্ঞ- এর উপস্থাপনা

	প্রাইমড			নন-প্রাইমড		
	থামের কাগজ	বাংলা ট্রিবিউন	যমুনা টিভি	দৈনিক পূর্বাঞ্চল	জাগো নিউজ২৪	বাংলাভিশন
নারী মুখপাত্র	৮.৬৯%	১৫.০৪%	১৯.৭২%	২৭.২৫%	১৭.২৫%	২১.৯৯%
নারী বিশেষজ্ঞ	৬.৪৫%	২০%	১১.৩৬%	১৫.৩৮%	১৫.০৯%	৪.৩৫%

সংবাদে প্রথম ব্যক্তি হিসেবে নারীর উপস্থাপনা কমেছে

সংবাদে প্রথম ব্যক্তি হিসেবে নারীর উপস্থাপনা পুরুষের তুলনায় উল্লেখযোগ্য হারে কম।

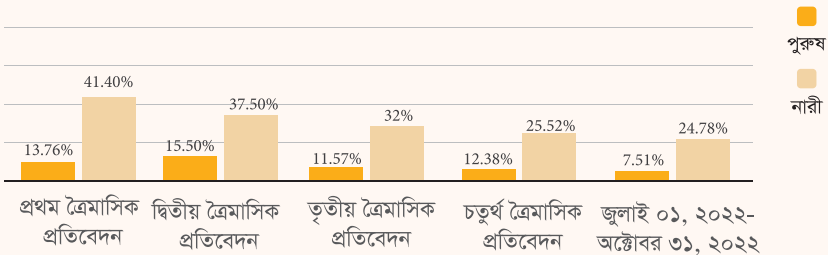
সংবাদে প্রথম ব্যক্তি হিসেবে পুরুষ ও নারীর উপস্থাপনার তুলনা



সহিংসতার শিকার হিসেবে নারীকে উপস্থাপনার প্রবণতা কমেছে

নারী যখন সংবাদের প্রথম ব্যক্তি তখন তাকে ভুক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপনার একটা প্রবণতা লক্ষ করা যায়। কিন্তু নারীকে ভুক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপনার প্রবণতা কমেছে।

সহিংসতার শিকার হিসেবে নারী ও পুরুষের উপস্থাপনার তুলনা



পাঁচটি ত্রৈমাসিক প্রান্তিকে পর্যবেক্ষণের মধ্যকার পার্থক্য

নারী যখন সংবাদের প্রথম ব্যক্তি তখন তাকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপনার একটা প্রবণতা লক্ষ করা যায়। কিন্তু নারীকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপনার প্রবণতা কমছে।

প্রথম ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন	দ্বিতীয় ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন	তৃতীয় ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন	চতুর্থ ত্রৈমাসিক প্রতিবেদন	জুলাই ০১, ২০২২ অক্টোবর ৩১, ২০২২
প্রতিবেদকের জেভার নারী-৯.৬৭% পুরুষ-৯০.৩৩%	প্রতিবেদকের জেভার নারী-১১.৪৯% পুরুষ-৮৮.৫১%	প্রতিবেদকের জেভার নারী-৯.০৯% পুরুষ-৯০.৯১%	প্রতিবেদকের জেভার নারী-৭.৬৪% পুরুষ-৯২.৩৬%	প্রতিবেদকের জেভার নারী-১২.০৭% পুরুষ-৮৭.৯৩%
সংবাদ উপস্থাপক নারী ৬৩.৮৯% পুরুষ ৩৬.১১%	সংবাদ উপস্থাপক নারী ৬৯.৯% পুরুষ ৩০.১%	সংবাদ উপস্থাপক নারী ৬৬% পুরুষ ৩৪%	সংবাদ উপস্থাপক নারী ৭১.২৯% পুরুষ ২৮.৭১%	সংবাদ উপস্থাপক নারী ৭৮.২৭% পুরুষ ২১.৭৩%
সংবাদে প্রথম ব্যক্তি নারী-২৭.১৪% পুরুষ-৭২.৮৬%	সংবাদে প্রথম ব্যক্তি নারী-২৮.২০% পুরুষ-৭১.৮০%	সংবাদে প্রথম ব্যক্তি নারী-২৮.০৯% পুরুষ-৭১.৯১%	সংবাদে প্রথম ব্যক্তি নারী-২৪.১১% পুরুষ-৭৫.৮৯%	সংবাদে প্রথম ব্যক্তি নারী-২১.৮৮% পুরুষ-৭৮.১২%
মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ১২.৬১% পুরুষ ৮৭.৩৯%	মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ২১.৮% পুরুষ ৭৮.২%	মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ১৯.৬৩% পুরুষ ৮০.৩৭%	মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ১৫.৮৭% পুরুষ ৮৪.১৩%	মুখপাত্রের সংখ্যা নারী ১৮.০৯% পুরুষ ৮১.৯১%
বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ১৬.২২% পুরুষ ৮৩.৭৮%	বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ১৩% পুরুষ ৮৭%	বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ১৪.৫১% পুরুষ ৮৫.৪৯%	বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ০% পুরুষ ১০০%	বিশেষজ্ঞের সংখ্যা নারী ১৫% পুরুষ ৮৫%
নারী ও পুরুষকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ৫৮.০৬% পুরুষ ৩৮.৩১%	নারী ও পুরুষকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ৩৭.৫% পুরুষ ১৫.৫%	নারী ও পুরুষকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ৩২.২৬% পুরুষ ১১.৫৭%	নারী ও পুরুষকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ২৫.৫২% পুরুষ ১২.৩৮%	নারী ও পুরুষকে ভূক্তভোগী হিসেবে উপস্থাপন (সংবাদের প্রধান ব্যক্তি) নারী ২৪.৭৮% পুরুষ ৭.৫১%
পারিবারিক ভূমিকা নারী ৩০.২% পুরুষ ৮.৮৬%	পারিবারিক ভূমিকা নারী ২৮.৩% পুরুষ ১০.৩২%	পারিবারিক ভূমিকা নারী ২৭.৮৬% পুরুষ ৫.৪৮%	পারিবারিক ভূমিকা নারী ২২.৪১% পুরুষ ১০.৬২%	পারিবারিক ভূমিকা নারী ২১.২৮% পুরুষ ১০.১২%
মতামত/উদ্ধৃতি নারী ২০.৫৩% পুরুষ ৭৯.৪৭%	মতামত/উদ্ধৃতি নারী ১৯.৮% পুরুষ ৮০.২%	মতামত/উদ্ধৃতি নারী ২২.২৫% পুরুষ ৭৭.৭৫%	মতামত/উদ্ধৃতি নারী ১৫.৩৩% পুরুষ ৮৪.৬৭%	মতামত/উদ্ধৃতি নারী ১৭.৫৯% পুরুষ ৮২.৪১%
নারীর ভঙ্গ-পপ ২১.৫২% পুরুষের ভঙ্গ-পপ ৭৮.৪৮%	নারীর ভঙ্গ-পপ ১৮.৪৯% পুরুষের ভঙ্গ-পপ ৮১.৫১%	নারীর ভঙ্গ-পপ ২৩.৭৬% পুরুষের ভঙ্গ-পপ ৭৪.২৪%	নারীর ভঙ্গ-পপ ২১.৭৩% পুরুষের ভঙ্গ-পপ ৭৮.২৭%	নারীর ভঙ্গ-পপ ১৭.৭৪% পুরুষের ভঙ্গ-পপ ৮২.২৬%

যেসব সংবাদ প্রচলিত জেভার বিষয়ক ধারণাকে আরো উৎসাহিত করে

নারী গৃহবধু



বিদ্যুৎ বিপর্যয়ের কারণে ভোগান্তি বিষয়ে যমুনা টেলিভিশন এবং বাংলাভিশন - এর রিপোর্টে মুখপাত্র এবং বিশেষজ্ঞ হিসেবে পুরুষকে দেখানো এবং তাদের মতামত নেওয়া হয়েছে কিন্তু দুজন নারীকে গৃহবধু হিসেবে দেখানো হয়েছে কিন্তু তাদের কোন উদ্ধৃতি বা মতামত নেওয়া হয়নি।

শিশু স্বাস্থ্য শুধু নারীদের দেখার বিষয় !

যমুনা টেলিভিশনের শিশুর স্বাস্থ্য বিষয়ে একটি প্রতিবেদনে কোন পুরুষের উপস্থাপনা নেই এবং শুধু নারীর উদ্ধৃতি গ্রহণ করা হয়েছে যেন শিশুর স্বাস্থ্য শুধু নারীর একার বিষয়।



নারীর মতামত উপেক্ষিত



নন-প্রাইমড মিডিয়া আউটলেট বাংলাভিশন যোগাযোগ ব্যবস্থা ও ভোগান্তি নিয়ে একটি প্রতিবেদন সম্প্রচার করে যেখানে ৮ জন পুরুষের মতামত/উদ্ধৃতি নেয়া হয়েছে কিন্তু একজনও নারীর মতামত/উদ্ধৃতি নেওয়া হয়নি, যদিও ভিডিও দৃশ্যে নারীর উপস্থাপনা ছিল।

MEET THE EDITOR

SACMID TEAM VISITED
JAGONEWS24.COM
OFFICE



SACMID team visited Jagonews24.com office on September 27, 2022 at 4:00 PM with a view to share Gender Media Monitoring findings, observations, experience and receiving feedback from Jagonews24.com officials which aimed to ensure effective representation of women in Bangladeshi news media. In the discussion, all the participants agreed that gender inequality exist in Bangladeshi media and shared their experiences and observations.