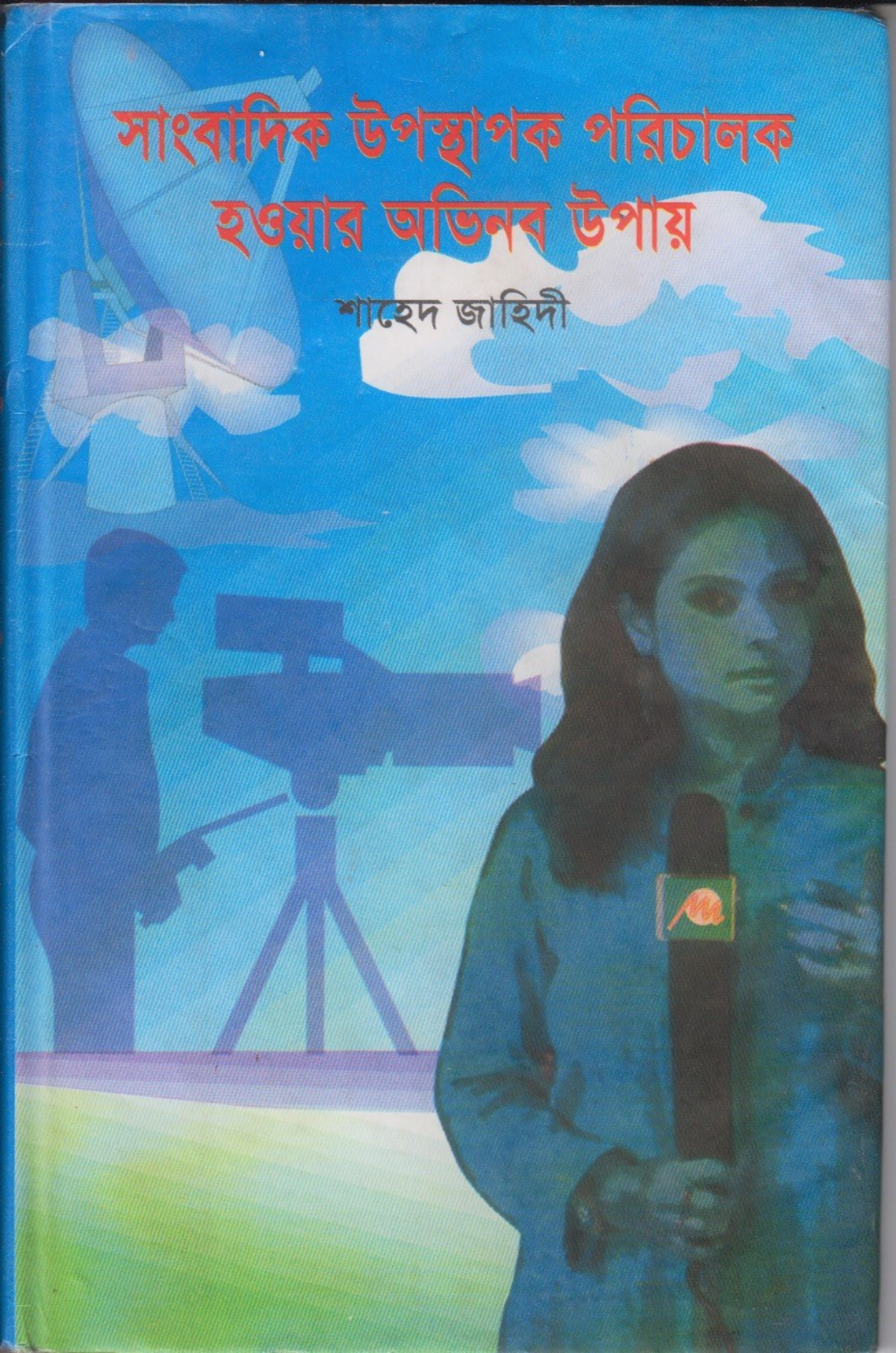
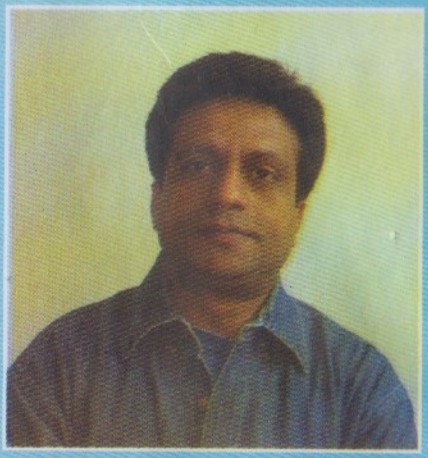
সাংবাদিক উপস্থাপক পরিচালক হওয়ার অভিনব উপায়

শাহেদ জাহিদী





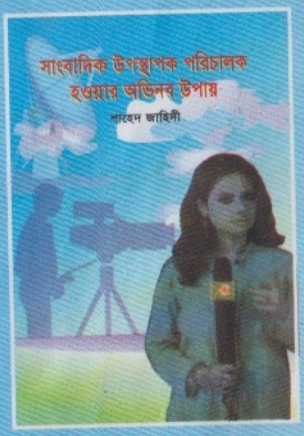
প্রকৃতিগতভাবেই তিনি একজন শিল্পী। বলেন বেশ গুছিয়ে। সহজ সরলভাবে। লেখালেখি, সাংবাদিকতা, আবৃত্তি, অভিনয়, অনুষ্ঠান ও তথ্যচিত্র নির্মান-- বিচরণ নানা আঙিনায়। জন্ম এই রাজধানী শহরে। পড়াশুনা ইতিহাস এবং গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতায়। পেশাগত জীবনে যুক্ত থেকেছেন জনকণ্ঠ, ইউনাইটেড নিউজ অব বাংলাদেশ, বিডিনিউজ টুয়েন্টিফোর ডটকম, লন্ডনভিত্তিক চ্যানেল এস, ভারতভিত্তিক তারা নিউজ এবং বৈশাখী টেলিভিশনে। কাজ করেছেন আইন, অর্থনীতি, রাজনীতিসহ বিভিন্ন বিটে।

মিডিয়া স্টাডিজ অ্যান্ড জার্নালিজম এর তিনি প্রশিক্ষক। কাজ করছেন মিউজিক অ্যান্ড মুভি থেরাপি নিয়েও। সংস্কৃতি-সংযোগ-সৃজন নেটওয়ার্ক--*মিডিয়া মিউজ*'র প্রধান উদ্যোক্তা। সংস্কৃতি ও বিনোদন সাময়িকি আনন্দ আনলিমিটেড'র সম্পাদক।

বিশেষ আগ্রহের বিষয় চলচ্চিত্র। দেশের একটি টিভি চ্যানেলের জন্য বেশ ক'টি ডকুমেন্টারি বানিয়েছেন। পতেঙ্গা, সাফারি পার্ক, ইকো পার্ক, কক্সবাজার. সেন্টমার্টিন, এবং ছেড়াদ্বীপ নিয়ে। স্বপ্ন দেখেন বদলে যাওয়া সমাজের এবং নতুন দিনের ছবি নির্মাণের।

ই-মেইল ঃ shahed_zahidi@yahoo.com

প্রচ্ছদ : রফিকুল ইসলাম দুলাল
আলোকচিত্র : সিফাত ফারহান নিলয়



ক্যারিয়ার ক্ষেত্র হিসেবে মিডিয়া এখন যথেষ্টই উর্বর। দিনকে দিন প্রসারও ঘটছে এর। কাজের সুযোগ বাড়ছে সাংবাদিকতা, পারফরমিং আর্টস এবং আনুষঙ্গিক আর সব জায়গায়। ইলেকট্রনিক মাধ্যম বিশেষ করে টেলিভিশনে যোগ দেয়ার ব্যাপারে তারুণ্যের বিশেষ ঝোঁক লক্ষণীয়। আগ্রহ আছে শিশু-কিশোরদেরও। প্রজন্মের এই আগ্রহকে পুঁজি করে গজিয়ে উঠেছে নাম সর্বস্ব কত না ট্রেনিং সেন্টার! এতে বিভ্রান্ত এবং প্রতারিত হচ্ছেন অনেকেই। এদের জন্য চাই যথাযথ গাইড লাইন। সেই প্রয়োজনের তাগিদেই এই পরিবেশনা।

পাঠ্যবই যখন এবং যাদের কাছে বোরিং, সেক্ষেত্রে ফড়িং সুখ এনে দেবে এই প্রকাশনা। আড্ডা, আলাপন, গল্প, নাটকীয়তা, রম্য, গান, কবিতা, ছড়া, জোক্স-- নানান মশলার এটি ককটেল। একচুয়ালি ভিজুয়ালি লেখা। পড়তে গেলে দেখতে পাবেন। শব্দে শব্দে লুকিয়ে আছে ছবি।

মিডিয়ায় অনাগত- নবাগত এবং তথাকথিত বা স্বঘোষিত সিনিয়রদের জন্য এটি দাওয়াই। গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতায় একাডেমিক শিক্ষা এবং মিডিয়া জগত ও এর বিচিত্র বাসিন্দাদের উল্টে পাল্টে দেখবার অভিজ্ঞতার আলোয় সংশোধিত এবং উজ্জ্বল আগামীর এটি আকাঙ্খা পত্র।

সাংবাদিকতা, উপস্থাপনা, ক্যামেরা, অভিনয় এবং প্রযোজনা-পরিচালনায় আগ্রহীদের জন্য এটি তাবিজ-কবজ। বয়স নির্বিশেষে আধুনিক এবং ব্যস্ত পাঠক-দর্শক উভয়েরই জন্য রিলিফ। যান্ত্রিক জীবনযাত্রায় ইঁদুর দৌড় এবং সময় স্বল্পতা বিবেচনায় স্লিম ফিগারের এই উপস্থাপনা।

সাংবাদিক উপস্থাপক পরিচালক হওয়ার অভিনব উপায়

সাংবাদিক উপস্থাপক পরিচালক হওয়ার অভিনব উপায়

www.pathagar.com

www.pathagar.com

সাংবাদিক উপস্থাপক পরিচালক হওয়ার অভিনব উপায়

শাহেদ জাহিদী

Centre for Advanced Media
(CAM)
Book No...36....

মিজান পাবলিশার্স

www.pathagar.com

প্রকাশক
লায়ন আ. ন. ম. মিজানুর রহমান পাটওয়ারী এমজেএফ
মিজান পাবলিশার্স
৩৮/৪ বাংলাবাজার (তৃতীয় তলা), ঢাকা-১১০০
ফোন ৭১১২৩৯১, ৭১১১৪৩৬, ৭১১১৬৪২
মোবাইল ০১৫৫২৩৯১৩৪১, ০১৭১১ ৪০০২১৮
ফ্যাক্স ০৮৮ ০২ ৭১১২৩৯১
প্রকাশকাল ঃ একুশে বইমেলা - ২০০৮

স্বত্ব
লেখক

প্রচ্ছদ
রফিকুল ইসলাম দুলাল

বর্ণবিন্যাস
মিডিয়া মিউজ

মুদ্রণ
লাভলী প্রিন্টার্স এন্ড প্যাকেজিং ইন্ডাস্ট্রিজ (প্রাঃ) লিমিটেড
২৪ শ্রীশ দাস লেন, ঢাকা-১১০০
ফোন ৭১১২৩৯৫

মূল্য
১০০ টাকা মাত্র

ISBN
984-70050-00045

Sangbadik Uposthapak Parichalak Haoar Auvinabo Upay (How To Be Journalist Presenter Director with Novelty) : Written by Shahed Zahidi
Published by: Lion A. N. M. Mizanur Rahman Patoary MJF
Mizan Publishers, 38/4 Banglabazar (2nd Floor), Dhaka-1100
Printed by : Lovely Printers & Packaging Industries (Pvt) Limited
24 Srish Das Lane. Dhaka-1100

www.pathagar.com

উৎসর্গ

ক. দুই নিউজ বসকে

১. পেশাগত জীবনের শুরুতে যে আপনি স্বীকার করেছেন ভালো কাজ জানি। তারপরও পুরস্কার হিসেবে দিয়েছেন 'অবসর'

২. টেলিভিশন মাধ্যমে যিনি 'আবর্জনা' বলে আমার দরিয়া পাড়ের ফুটেজ ছুঁড়ে ফেলে দিতে চেয়েছেন, আটকে রেখেছেন আইডি কার্ড, কখনো 'ওএসডি'-কখনো বদলি করেছেন বিভাগান্তরে, সবকিছু টেম্পোরারি জেনেও

খ. সুদর্শন এক সাংবাদিক নেতাকে

যে আপনি মিডিয়ায় জায়গা দেবেন বলে অনেক ঘুরিয়েছেন। শেষমেষ জানিয়ে দিলেন, 'সম্ভব না। তবে কাজ একটা দিতে পারেন বটে। এবং সেটি আপনার গ্রামের বাড়িতে, বাপ দাদার জমি জিরাতে'

www.pathagar.com

সাংবাদিকতা এবং টেলিভিশন-সিনেমা থেকে শুরু করে মিডিয়া ও পারফরমিং আর্টস এর যে কোন শাখায় আগ্রহীদের জন্য। বয়স-পেশা-অবস্থান নির্বিশেষে যে কারো উপযোগী। মিডিয়া জগত নিয়ে যদি আপনার আগ্রহ নাও থাকে, এটি হাতে নেবার পর থেকেই দেখবেন অন্য একজন হয়ে গেছেন। অজানা, অভাবিত তথ্যগুলো নাড়া দেবেই। আর মিডিয়ায় অনাগত-নবাগত এবং তথাকথিত বা স্বঘোষিত সিনিয়রদের জন্য এটি হচ্ছে দাওয়াই।

www.pathagar.com

ভূমিকার বদলে....

ভূমিকার নামে বাগাড়ম্বর করে জায়গা নষ্ট করার দরকার কি? বরং কিছু কাজের কথা শোনানো যাক। ওপার বাংলার সাংবাদিকতার দিকপাল ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায়ের একটি কথা আমার খুব পছন্দ। তিনি বলেন, সাংবাদিকতার টেক্সট বইগুলো পুড়িয়ে না ফেললে সাংবাদিকতা শেখা যায় না। স্বদেশে-বিদেশে নানা মাস্টারের কাছ থেকে পাঠ নিয়ে এব্যাপারে তিনি যথেষ্ট বিভ্রান্ত হয়েছেন বলে মনে করেন।
শুধু সাংবাদিকতা কেন, সাহিত্য-চলচ্চিত্র-শিল্পকলা এবং মিডিয়ার যে কোনও ক্ষেত্রে টেক্সট বই কোনও কাজে লাগবার নয়, যদি না অন্তরে ও চেতনায় এর জন্য কোন তাগিদ-তাড়ণা না থাকে।

এটিকে সে অর্থে বই ভাববার কোনই কারণ নেই। কারণ পাঠ্যবই যখন এবং যাদের কাছে বোরিং, সেক্ষেত্রে ফড়িং সুখ এনে দেবে এই প্রকাশনা। আড্ডা, আলাপন, গল্প, নাটকীয়তা, রম্য, গান, কবিতা, ছড়া নানান মশলার এটি এক ককটেল। একচুয়ালি ভিজুয়ালি লেখা। পড়তে গেলে দেখতে পাবেন। শব্দে শব্দে লুকিয়ে আছে ছবি। বাক্যের পর বাক্যের পর দেখতে থাকুন ছবিগুলো। আর এটিকে যদি বই বলতেই হয়, বলবো তথ্য + আনন্দ = তথ্যানন্দমূলক বই। AN INFOTAINMENT BOOK.

www.pathagar.com

www.pathagar.com

টেক ওয়ান

মিডিয়ার হাতছানি : এসো নবীন

ক্যারিয়ার ক্ষেত্র হিসেবে মিডিয়া এখন যথেষ্টই উর্বর। দিনকে দিন প্রসারও ঘটছে এর। কাজের সুযোগ বাড়ছে সাংবাদিকতা, পারফরমিং আর্টস এবং আনুষঙ্গিক আর সব জায়গায়। ইলেকট্রনিক মাধ্যম বিশেষ করে টেলিভিশনে যোগ দেয়ার ব্যাপারে তারুণ্যের বিশেষ ঝোঁক লক্ষণীয়। আগ্রহ আছে শিশু-কিশোরদেরও। অথচ এর জন্য সহায়ক ও আস্থা রাখার মতো কাউন্সেলিং নেই বললেই চলে। বরং প্রজন্মের এই আগ্রহকে পুঁজি করে গজিয়ে উঠেছে নাম সর্বস্ব কত না ট্রেনিং সেন্টার। এতে বিভ্রান্ত এবং প্রতারিত হচ্ছেন অনেকেই। স্বপ্ন ভঙ্গের যন্ত্রনায় জর্জরিত হচ্ছেন সবুজ বসন্তের কত না হৃদয়। এদের জন্য চাই যথাযথ গাইড লাইন। আর সেই প্রয়োজনের তাগিদেই এই পরিবেশনা।

গণ যোগাযোগ ও সাংবাদিকতায় একাডেমিক শিক্ষা এবং সংবাদ ও মিডিয়া জগত এবং এর বিচিত্র বাসিন্দাদের উল্টে পাল্টে দেখবার অভিজ্ঞতার আলোয় সংশোধিত এবং উজ্জ্বল আগামীর এটি আকাঙ্খা পত্র।

কোন কিছুই ঠিক ঠাক চলছে না মিডিয়ায়। মুরুব্বীরা এর জন্য সার্বিক সামাজিক অস্থিরতার কথা বলে দায় এড়াতে চান। তাহলে সাধারণ যে কারোও সঙ্গে মিডিয়াজনের তফাৎ রইলো কই? সমস্যা আসলে অন্যখানে। কোনও ব্যাপারেই সুষ্ঠু কোনও মানদন্ড আজও অধরা রয়ে গেছে মিডিয়ায়। চাই ঢালাও পরিবর্তন। তাই মিথ্যা প্রলোভন বা কথার ফানুস নয়। তারুণ্যের কাছে নিরেট গদ্যময় সুরতহাল রিপোর্ট তুলে ধরা দরকার মিডিয়া সম্পর্কে। এখানে বিরাজিত কালচার শোধন করে আগামীর পরিবর্তিত পরিচ্ছন্ন আঙিনার স্বপ্ন বাস্তবায়নের কারিগরতো তারাই।

গত শতকের আখেরি দশকেও মিডিয়ায়, বিশেষ করে সাংবাদিকতায় যোগ দেয়ার জন্য এতটা তাগিদ লক্ষ করা যায় নি। সন্তানের সাংবাদিক হবার আগ্রহ দেখলে আঁতকে উঠেছেন অভিভাবকরা। ঝুঁকির চাইতেও বড় চিন্তার কারণ ছিলো--আর্থিক অনিশ্চয়তা। আটের দশকে 'কেমন পাত্র চাই' ধরণের শিরোনামে জনপ্রিয় একটি সাপ্তাহিকের সমীক্ষায় দেখা যায়, চাহিদা সম্পন্ন পাত্রের কোটায় সাংবাদিকের ঠাঁই নাই। আর এখন পাত্রী শ্রেণী স্বয়ং হাজির টিভি পর্দায়, রেডিওতে, কাগজে। কিছুটা হলেও পরিবর্তনের ছোঁয়া লাগায় এবং টিভি চ্যানেলের সংখ্যা বাড়ায় মধ্যশ্রেণীর তারুণ্যের অংশগ্রহণ বাড়ছে সিনেমা-নাটক-মডেলিং-উপস্থাপনায়। আর এক ছোট পর্দার এমনি বড় শক্তি--

www.pathagar.com

সাংবাদিকতা থেকে শুরু করে শিল্প-সংস্কৃতি-বিনোদনের সব শাখাকেই সগৌরবে ধারণ করে চলেছে এই মাধ্যমটি। এমনকি প্রিন্ট মিডিয়া অর্থাৎ সংবাদ পত্রের জন্যও এক বড় ভরসার জায়গা টেলিভিশন। প্রতিদিন সংবাদ ভিত্তিক টক শো, কাগজের বরাত দিয়ে খবর পরিবেশনের মধ্য দিয়ে দারুণ সহায়ক ভূমিকা রাখছে টিভি।
সেক্ষেত্রে এই মাধ্যমটিকে বেশি গুরুত্ব না দিয়ে উপায় কি? তাই এই তাবিজ-কবজ সাংবাদিকতা, উপস্থাপনা, ক্যামেরা, অভিনয় এবং প্রযোজনা-পরিচালনায় আগ্রহীদের জন্য।

আধুনিক পাঠক বেজায় ব্যস্ত, বড় অস্থিরও। সময় কই, যা তা বই পড়ে সময় নষ্ট করবার। অনেকেই আবার পাঠক থেকে দর্শকে পরিণত হয়ে গেছেন। কেনো? সে ব্যাখ্যায় যাবার দরকার মনে করছি না। তবে বিশ্বাস করি? কেউ টিভি পর্দায় বেশি চোখ রাখবেন, নাকি বইয়ের পাতায়--সেটি তার একান্তই নিজের ব্যাপার। বলা হয়ে থাকে, পর্দা নয় বই-ই পারে মানুষের চিন্তার দিগন্ত প্রসারিত করতে। কিন্তু বইটা সেরকম হতে তো হবে।
এই পরিবেশনা বয়স নির্বিশেষে আধুনিক এবং ব্যস্ত পাঠক-দর্শক উভয়েরই জন্য। যান্ত্রিক জীবন যাত্রায় ইঁদুর দৌড় এবং সময় স্বল্পতা বিবেচনায় এটি উপস্থাপিত হলো স্লিম ফিগারে। তবে মিডিয়া নিয়ে বলবার আছে অনেক। এটি সে প্রয়াসের নমুনা মাত্র। পাঠক-দর্শকের সমাদর পেলে অনুপ্রাণিত হবো পরবর্তী পরিবেশনায়।

www.pathagar.com

মিডিয়া : খেলায় খেলায় যুদ্ধ

একটি মজার তথ্য দিয়ে শুরু করা যাক। বুলগেরিয়ায় একটি সংবাদ অনুষ্ঠানের নাম ছিলো 'দ্য নেকেড ট্রুথ'। ধরণটা ছিলো এ রকম-- খবরের শিরোনাম দেখানোর সময় উপস্থাপিকা একে একে খুলে ফেলছেন তার পরনের কাপড়। বে-রসিক রাষ্ট্রীয় নজরদারি সংস্থার নিষেধাজ্ঞায় তিন বছরের মাথায় বন্ধ হয়ে যায় রাতের ওই পরিবেশনা।

গত শতকের শেষ দিককার নজির এটি। দর্শকের চোখ কেড়ে নিতে এমনি উন্মাদনা চলছে পাশ্চাত্যের মিডিয়ায়। আমেরিকায় মিডিয়ার তীব্র প্রতিযোগিতার শুরু ১৯৪০ এর দশকে। বিশ্বজুড়েই কি প্রিন্ট, কি ইলেকট্রনিক- উভয় ক্ষেত্রেই এখন এই প্রতিদ্বন্দ্বিতা রীতিমতো মরণপণ।

বাংলাদেশে নতুন শতাব্দির শুরু থেকেই শুরু হয়েছে মিডিয়া যুদ্ধের। এ লড়াই জমেও উঠছে বেশ। আধুনিক, স্মার্ট পাঠক--দর্শক--শ্রোতা তা ই বেছে নিতে পারছে তার চাওয়া মতো রিলিফ--তথ্য, বিনোদন কিংবা অভিনব কিছু।

দেশে দেশে নির্বাচনকে কেন্দ্র করে মিডিয়া যুদ্ধ জমে ওঠে বেশ। আর এ লড়াই পরিচালনার সবচে' উর্বর জায়গা হচ্ছে টেলিভিশন। বাংলাদেশে গত কয়েক বছরে বেসরকারি টিভি চ্যানেলের বিকাশ ঘটায় আবহ গড়ে উঠেছে মিডিয়া ক্যাম্পেইনের।

এ ভূ-খন্ডের প্রধান সামাজিক উৎসব ঈদুল ফিতরকে কেন্দ্র করে বছর বছর প্রিন্ট ও ইলেকট্রনিক উভয় মাধ্যমে যুদ্ধ বেশ জমে উঠতে দেখা যায়। সংবাদ পত্র, সংবাদ ম্যাগাজিন এবং বিনোদন, ফ্যামিলি ও লাইফ স্টাইল বিষয়ক পত্রিকাগুলো এখন বিরাট পরীক্ষার মুখোমুখি।

প্রতিদ্বন্দ্বিতা এমনই রূপ নিয়েছে যে, ঈদ বেশ কয়েক মাস দূরে থাকতেই শুরু করতে হয় এ সংক্রান্ত ভাবনা-চিন্তা, কর্ম তৎপরতা। পারলে রোজার আগেই ছেপে ফেলা হচ্ছে ঈদ সংখ্যা। টিভি চ্যানেলগুলো ব্যস্ত হয়ে ওঠে বিশেষ অনুষ্ঠান, টেলি ফিল্ম, ফিকশন নির্মাণে। এখনতো ফিচার ফিল্মও বানাচ্ছে টিভি চ্যানেলগুলো। ছোট পর্দায় বড় ছবি ধারণের এই প্রক্রিয়া শুরু করে চ্যানেল আই। এরই জের ধরে অন্যান্য চ্যানেল থেকেও বের হয়ে আসছে ভালো ভালো ছবি।

সাম্প্রতিক বছরগুলোতে একাধীক কয়েকজন ফিল্ম নির্মাতার এগিয়ে আসার মধ্য দিয়ে সিনেমা ইন্ডাষ্ট্রিতেও বইতে শুরু করেছে পরিবর্তনের হাওয়া। প্রতিযোগিতা চলছে ভালো (সুস্থতা, বাণিজ্য- উভয় অর্থেই) ছবি বানানোরও। আমাদের সিনেমা, বিজ্ঞাপন চিত্র ভালোই স্বীকৃতি - সমাদর পেতে শুরু করেছে বিশ্ব পরিমন্ডলে। বিগত কয়েক বছরে ঈদের ছবির মিছিলে শরিক হয় ভালো কিছু ছবি।

www.pathagar.com

লড়াইয়ে শামিল দৈনিক পত্রিকাগুলো ম্যাগাজিন আকারে বের করছে ঈদ সংখ্যা। অস্তিত্বের সংকট ওভার কাম করতে ম্যাগাজিনগুলোর ঈদ সংখ্যা বের হচ্ছে নতুনত্ব সংযোজনের প্রয়াস নিয়ে। কাগজগুলো প্রধান হাতিয়ার খবরের পাশাপাশি শান দিয়ে চলেছে কলাম, ফিচার ইত্যাদি। বের করছে ম্যাগাজিন। একটি কাগজতো প্রতিদিনই প্রসব করছে বিষয় ভিত্তিক ম্যাগাজিন।

অনেকেরই ধারণা, প্রিন্ট মিডিয়ার জন্য ইলেকট্রনিক মিডিয়া হুমকি স্বরূপ। এতো এতো টিভি চ্যানেলের আবির্ভাবে কমে যাবে দৈনিক পত্রিকার চাহিদা। কিন্তু বিশ্বজুড়ে এ শংকার অসারত্ব ইতোমধ্যেই প্রমাণিত।

নিজ দেশেই চোখ ফেরানো যাক--টিভি চ্যানেল যেমন বাড়ছে, সেই সঙ্গে বাড়ছে সংবাদ পত্রের (গ্রহণযোগ্য) সংখ্যাও। বরং চ্যানেলগুলোর সংবাদ ও সাংবাদিকতা কেন্দ্রিক নানান আয়োজনের কারণে সংবাদপত্র আদৃত হচ্ছে আরও বেশি মাত্রায়। এর প্রমাণ মেলে নতুন নতুন খবরের কাগজ জন্ম নেয়ায়। যেমন 'সমকাল', 'আমাদের সময়'র আবির্ভাব এবং ঝলসে ওঠায় প্রিন্ট মিডিয়ার দাপটেরই স্বাক্ষর মেলে।

অভিনবত্ব দিয়ে যে চরম প্রতিযোগিতার মধ্যেও উজ্জ্বল অবস্থানে উঠে আসা সম্ভব, তার উজ্জ্বল উদাহরণ 'আমাদের সময়' এবং এর নেপথ্য নায়কেরা। এক্সপেরিমেন্টাল কাগজও বলা যেতে পারে এটিকে।

আজকাল দৈনিকগুলো যেভাবে পাল্লা দিয়ে বিষয় বৈচিত্র্যে সাজুগুজু হয়ে আসছে, তাতে ম্যাগাজিনগুলো কঠিন বাস্তবতার মুখোমুখি বটে। তবে এও সত্য, সৃজনশীলতা, চমৎকারিত্ব ও অভিনবত্ব ধারণ করতে পারলে এ সংকট কোন সংকটই নয়। তাইতো নতুন নতুন ম্যাগ'র প্রসবও অব্যাহতই আছে। এ অবস্থায় ম্যাগগুলোর জন্য ভালো কিছু উপহার দেবার তাগিদ সৃষ্টি হয়েছে, যা নিঃসন্দেহে শুভ লক্ষণ।

নিউজ, ভিউজ এর সাথে পাঠককে রিলিফ দেয়ার প্রতিযোগিতা চলছে প্রধান প্রধান কাগজগুলোর মধ্যে। ফিচার পাতাগুলোকে বৈচিত্র্যময়, বর্ণাঢ্য করে তোলার পাশাপাশি বিষয় ভিত্তিক ম্যাগ বের করছে দৈনিকগুলো।

এক্ষেত্রে বিশেষ উল্লেখ্য, প্রথম আলোর স্যাটায়ার ম্যাগাজিন, সমকালের সাহিত্য ম্যাগ 'কালের খেয়া'। আবার দৌড়ে টিকতে না পেরে কোন কোন কাগজের বাড়তি আয়োজন গুটিয়ে ফেলার নজিরও আছে। যেমনঃ 'জনকণ্ঠ পাক্ষিক'।

জনসাধারণকে নানা সংকটে দিক নির্দেশনা, সহায়তা প্রদানের দায়িত্ব পালনে এগিয়ে আসছে সংবাদপত্র। এক্ষেত্রে 'ডেইলি স্টার', 'প্রথম আলো'র অগ্রণী ভূমিকা স্বীকারে কার্পণ্য করা অনুচিত।

টিভি মাধ্যমে সংবাদ এবং ফিকশন এখন দর্শক চাহিদার শীর্ষে। তাই এ দুটো ক্ষেত্র সমৃদ্ধ করতে উঠে পড়ে লেগেছে চ্যানেলগুলো। 'একুশে টেলিভিশন' এক্ষেত্রে দিশারির ভূমিকার দাবি করতেই পারে।

বর্তমানে দৌড়ে শামিল চ্যানেলগুলো তা ই বাধ্য অগ্নি পরীক্ষার বিষয়টি আমলে নিতে। দেশে জরুরী অবস্থাকালীন মিডিয়ায় ছন্দ পতন এসেছে সত্য। তবে এ অবস্থা সাময়িক বলেই মনে করেন
মিডিয়া বিশেষজ্ঞরা।

www.pathagar.com

সহজ কথাটি সহজে বলার দক্ষতা চাই

সৌন্দর্যের জয় সবখানে। মানুষ সাহস এবং সৌন্দর্য--দু'এরই পুজারী। আর সাংবাদিকতায় এই দুই দস্তু্য স সম্বল করতে পারেন যিনি, সাফল্য তাকে ধরা না দিয়ে যায় কই? সাংবাদিকের সাহস-সৌন্দর্য থাকা চাই চলায়, বলায়, লেখনিতে। আজকের প্রতিযোগিতামূলক বাস্তবতায় সত্যের সৈনিকের স্মার্টনেসের বিকল্প নেই।

প্রথমত, কোন রকম নয়, খুব ভালো বলতে এবং লিখতে জানতে হবে তাকে। কি চাই সহজ করে বলবার নৈপুন্য। কেউ আঁতকে উঠে বলতেই পারেন, এটি কোন ব্যাপার! উহু, যতো সহজে রিঅ্যাক্ট করছেন, সহজ করে বলাটা আসলে ততই কঠিন। তাইতো স্বয়ং কবিগুরুকে বলতে হয়-সহজ কথা যায় না বলা সহজে। আসলে সহজতা-স্বাভাবিকতার মাঝেই বাস করে শিল্পমান।

হ্যাঁ, শিল্প হয়ে ওঠে মুখের কথাও। সুন্দর সোজা সাপ্টা করে বলাটাই যে শিল্প। সেক্ষেত্রে ভালো বলতে পারেন, কথায় কারুকাজ আছে --এমন যে কাউকে শিল্পী বলে স্বীকার করে নিতে কার্পণ্য দেখানো অনুচিত। যে জন কথা-বার্তায় স্মার্ট, নান্দনিক নিশ্চয়ই তিনি সৃষ্টিশীল, রোমান্টিক, কল্পনা শক্তিসম্পন্ন। লেখালেখি-আবৃত্তি-অভিনয় ইত্যাদির কোনটাই হয়তো তিনি করেন না। তবে ইচ্ছা করলেই কোন না কোন মাধ্যমে রাখতে পারেন প্রতিভার স্বাক্ষর।

অবশ্য সুন্দর করে বলাটাই আবৃত্তি। সেক্ষেত্রে যিনি কথাবার্তায় পরিপাটি, সপ্রতিভ অবশ্যই তিনি আবৃত্তি শিল্পী। দু'জন মানুষকে খুব কাছাকাছি আনার পেছনে কথাশিল্প বিরাট, কখনো কখনো প্রধান ভূমিকা রাখে। আর দুজনই যদি দারুণ বলতে পারেন, তাহলেতো কথাই নেই। দুই শিল্পীর কথোপকথনের খেলাও জমে বেশ। আর তখনই কেউ একজন গেয়ে উঠতে পারেন, 'বেদনা মধুর হয়ে যায় তুমি যদি দাও। মুখের কথা হয় যে গান তুমি যদি গাও'। শুভঙ্কর আর নন্দিনীর কথোপকথনকে ক্যামন কাব্যিক রূপই না দিলেন পুর্নেন্দু পত্রী। হোক না তা কাল্পনিক। নান্দনিক যোগাযোগের নমুনা তো।

অগোছালো পারিপাট্যহীন লেখা যেমন বিরক্তির জন্ম দেয়, তেমনি অপ্রতিভ বাচনভঙ্গিও।

রেডিও-টিভিতে যিনি কাজ করবেন এবং বিশেষ করে যার ভয়েজ দিতে হয়, স্ট্যান্ডার্ড উচ্চারণ এবং বাক ভঙ্গি অবশ্যই রপ্ত থাকা চাই তার।

www.pathagar.com

আমাদের ইলেকট্রনিক মিডিয়ায় স্বদল ও স্বজনপ্রীতি, আঞ্চলিকতা, তদবির ইত্যাদি দুষ্ট প্রবণতার তোড়ে মান বজায় রাখার বিষয়টি চাপা পড়ে থাকে বেশিরভাগ ক্ষেত্রে। যখন ভিজ্যুয়াল মিডিয়া বলতে শুধুই ছিলো বিটিভি, এই ব্যাপারগুলো সহ্য করা গেছে, উপায় ছিলো না বলে। কিন্তু এখন এই যে এতো চ্যানেল, তারপরও কত না ভুল উচ্চারণ আর আনস্মার্ট বাক ভঙ্গির অভিজ্ঞতা নিতে হচ্ছে। এইসব নেতিবাচকতার মিছিল এতোটাই জোরদার, যিনি শুদ্ধ করে কথা বলতে পারেন, বিপদে পড়তে হয় তাকেই। এবং তার জন্য অবস্থা আরও নাজুক হয়ে ওঠে, যখন তার বস ভুল বা আঞ্চলিক উচ্চারণ সমস্যায় আক্রান্ত। এদের কাছে শেখা তো দূরের কথা, কখনো কখনো ভুলটাকে মেনে নিয়েই কাজ চালিয়ে যেতে হয়, বস যে! কখনো না বুঝে কখনোবা গোয়ার্তুমি করে ভুল মেনে নিতে বাধ্য করেন এরা।

জাহাজের ক্যাপ্টেনই যদি হয় অসুস্থ, গোটা টীমের কী দশা বুঝুন। তদবির সূত্রে অযোগ্য, দুষ্ট কিংবা ক্ষতিকর কারও নিউজ টীমের হেড বনে যাবার নজির বিশ্বের আর কোথাও আছে কিনা জানা নেই। বিশেষ করে রেডিও-টিভি, যেখানে মেধা ও সৃজনশীলতার সঙ্গে সঙ্গে তাৎক্ষণিকতা, দ্রুতি, সৌন্দর্য--অতি আবশ্যিক শর্ত। এ সংক্রান্ত একটি গল্প না শোনালেই নয়। ঢাকায় একটি টিভি চ্যানেলের হেড অব নিউজ বনে গেলেন (কিছু দিনের জন্য হলেও) চাটগাঁর আঞ্চলিক ভাষায় কথা বলতে বাধ্য এক রিপোর্টার। দায়িত্ব বাগিয়ে নিয়েছেন, বিষয়টা এপর্যন্ত থাকলে সমস্যা ছিলো না হয়তো। সংবাদকর্মীরা বিপদে পড়লেন, যখন তিনি উচ্চারণের মাস্টারি করতে বা ভুল ধরতে শুরু করলেন। বুঝুন ব্যাপারটা। পুলিশ হয়ে যাচ্ছে *ফুলিশ*! (অবশ্য ইংরেজী বুলেটিনের বেলায় ওর অজান্তেই এটি স্মার্ট উচ্চারণ বটে)

সামাজিক জীবনে ব্যাপারটা হয়তো মেনে নেয়া চলে। তাই বলে পর্দায়! সরল সত্য হচ্ছে, যিনি আঞ্চলিক উচ্চারণে অভ্যস্ত, নিজের ভুল ঠাহর করতে পারেন না অনেক সময়। যেমন নোয়াখালীর এক ছাত্রকে সালোক সংশ্লেষণ ও শ্বসনের পার্থক্য বোঝাতে গিয়ে ধাক্কা খেলেন শিক্ষক।

ঃ ছার, ফাইত্তক্কটা ঠিক বুইজতাম ফারলাম না

- শোন, ঠিক করে বলো, শব্দটা ফাইত্তক্ক না, পার্থক্য

এবার খুব বিজ্ঞের মতো হেসে ছাত্রের জবাব

স্যার, আই তো ফাইত্তক্কই বলি, আইন্যেই না ফাইত্তক্ক শোনেন।

নিজেকে চিনে নিতে ব্যর্থ এমনই অনেক সংবাদকর্মী ছড়িয়ে আছে আমাদের মিডিয়ায়। এই ধরণেরই কারো কারো আবার গুরু দায়িত্ব বাগিয়ে নেয়ার নজিরও আছে এদেশে। চাটগাঁর ওই নিউজ বসের কথাই ধরা যাক না। এক সময় সিনেমার নায়ক হবার জন্য বিভিন্ন প্রযোজনা প্রতিষ্ঠানের দুয়ারে ঘুরে বেড়িয়েছেন। সে যাত্রায় ব্যর্থ হয়ে পরে নাম লেখান সাংবাদিকতায়। আসলে আমাদের এখানে ব্যাপারটা এমন দাঁড়িয়ে গেছে যে,

www.pathagar.com

অন্য কোনও কাজ না পেয়ে সংবাদ জগতে ঢুকে পড়াটাকে কোন ব্যাপারই মনে করেন না অনেকেই।

আমাদের শিক্ষিত সমাজে উঁচু আসনের অনেক মানুষের মধ্যেই আঞ্চলিক ও অশুদ্ধ উচ্চারণ এবং উদ্ভট বাচনভঙ্গি লক্ষণীয়। এ নিয়ে আবার কাউকে কাউকে 'দেশ'প্রেমের বড়াই করে হাস্যকর পরিতৃপ্তির ঢেকুর তুলতেও দেখা যায়। এদের কাছে নিজ গ্রাম হচ্ছে দেশ, আঞ্চলিক ভাষা--মাতৃভাষা। ইচ্ছে করেই ভাষার শুদ্ধতা প্রশ্নে এরা উদাসীন। আঞ্চলিক ভাষাকে এরা যেমন গুরুত্ব দেয়, তেমনি বাংলাদেশ বাদ দিয়ে নিজের 'দ্যাশ' (গ্রাম)কে বড় করে দেখে। দেশি মানুষ খুঁজে পেলে আটখানা হয় খুশিতে। আবার ভয়ঙ্কর শত্রুতা করতেও কুণ্ঠিত হয় না কখনো কখনো।

যাই হোক। প্রসঙ্গ আমাদের কথাশিল্প নিয়ে। একজন সাহিত্য শিল্পী নিঃসন্দেহে কথার যাদুকর। বড় মাপের একজন লেখক হয়তো মুখে অত কথা বলেন না। কিন্তু তার লেখা আবিষ্ট করে রাখে পাঠককে। এবং অবশ্যই তিনি কথার কারুশিল্পী। মুখে না বলে বলছেন কলম দিয়ে। তুলনামূলকভাবে এর গুরুত্ব অবশ্যই বেশি। প্রকাশের শক্তিমত্তা প্রতিফলিত হচ্ছে লেখায়।

কারো কারো লেখা মানেতো শুধুই লেখা নয়। ভেসে ওঠে দৃশ্য। নাড়া দেয় চিন্তা-চেতনাকে। লেখার যাদু পাঠককে টেনে নেয় পৃষ্ঠার পর পৃষ্ঠায়। শেষ পর্যন্ত। তারপরও আক্ষেপ ঝরে পড়ে, শেষ হয়ে গেলো! এইতো সার্থক শিল্প, ইনিইতো সফল স্রষ্টা।

সাংবাদিকতাও এক অর্থে শিল্প মাধ্যম। এটি দ্রুত লয়ের সাহিত্য।

শুধু সাংবাদিকতা কেনো, যে কোনও লেখালেখির বেলায় সহজ করে বলাটাই আর্ট। বড় এক পরীক্ষা এটি। সহজ-সাদামাটা পরিবেশনাতেই ফুটে ওঠে সৌন্দর্য।

সহজ করে যিনি বলতে পারছেন, সাফল্য তাকে ধরা না দিয়ে যায় কই?

সংবাদ বা প্রতিবেদন লেখার যাদু কৌশল হচ্ছে একটি যুতসই ইন্ট্রো বা লীড বা সূচনা সৃষ্টি। জন হোহেনবার্গ যেমন বলেন, THERE IS NOTHING LIKE A GOOD BEGINNING FOR A STORY. JOURNALISM STRESSES IT. WRITERS STRIVE FOR IT. EDITORS DEMAND IT.

রিপোর্ট বা স্টোরি লেখার শুরুতেই পাঠকের জন্য কৌতূহলোদ্দীপক, মনোরঞ্জক সূচনা চাই। যেটি পাঠককে টেনে নিয়ে যাবে লেখার বাদবাকি অংশে।

LEWIS CARROL এর ALICE IN WONDERLAND বই এর ভাষায়, BEGIN AT THE BEGINNING আর কি। এখানে ২৫ থেকে ৩০ শব্দে গোটা স্টোরির SYNOPSIS চাই। হবে SHARP, SIMPLE, CATCHY. রিপোর্টার নানাভাবে লিখতে পারেন তার লেখার সূচনা। সম্পাদকের উচিৎ একে স্বাগত জানানো।

থমসন ফাউন্ডেশনের সাংবাদিকতা শিক্ষকদের মন্তব্য, সূচনায় পাঠক মনকে সফলভাবে আকৃষ্ট করার পর রিপোর্টারের দায়িত্ব হচ্ছে তাকে হাত ধরে নিয়ে যাওয়া। স্বকীয়

www.pathagar.com

শৈলীতে স্টোরি তৈরির পর সেটি যুতসই একটি শিরোনামের দাবি রাখে। রেডিও-টিভি সংবাদে যেটিকে বলে টপলাইন। এটি হচ্ছে SHOWCASE OF THE STORY. তাই এটি বানানোর জন্য চাই মুন্সিয়ানা। একজন সৃজনশীল ঝানু সম্পাদকই পারেন এই শীর্ষ পংক্তি তৈরির মধ্য দিয়ে পাঠক-দর্শককে বিহবল করতে।

সহজ-সুন্দর পরিবেশনার সুবাদেই পাঠক-দর্শকের সঙ্গে গড়ে উঠতে পারে যুতসই যোগাযোগ। যে কোন শিল্প সৃষ্টিরই লক্ষ হচ্ছে দর্শক। হোক সাহিত্য, চলচ্চিত্র, সাংবাদিকতা, অভিনয় কিংবা চারুশিল্প--সেটি কতোটা যোগাযোগ সক্ষম সেটি নিশ্চয়ই বিবেচ্য হওয়া দরকার। যে কোন ক্ষেত্রেই লেখা বা পরিবেশনা মুখের কথার মতো বা এর যতো কাছাকাছি হবে, ততই হবে সফল-সুন্দর এবং যোগাযোগে সক্ষম। ছোট ছোট বাক্যই আসলে বেশি শক্তি ধারণ করে।

আপনি প্রিন্ট কি ইলেকট্রনিক যে মাধ্যমই কাজ করুন না কেনো, কাজের সফলতার জন্য জরুরী যুতসই যোগাযোগ কৌশলের প্রয়োগ। যার মধ্যে EMPATHY যতো প্রখর, সাফল্যও আসবে তার ততে বেশি। এটি হচ্ছে অন্যের জায়গায় নিজেকে দেখার শক্তি। সৃজনশীলতা আর কল্পনাপ্রবণতার পাশাপাশি মানুষের প্রতি যার মধ্যে SYMPATHY যতো বেশি কাজ করবে EMPATHY ও ততই জোরালো হবে তার।

www.pathagar.com

অনুসন্ধানী চোখ : মিডিয়া যার সন্ধানে

সাংবাদিকতায় দুটি চোখই যথেষ্ট নয়। দেখবার সামর্থ চাই এর বাইরেও। আর সাধারণের নজর যেখানে গিয়ে আটকে যায়, অনুসন্ধানী সাংবাদিকের দেখার শুরু আসলে সেখান থেকেই। এর জন্য দরকার গভীর পর্যবেক্ষণ ক্ষমতা। তৃতীয় নয়ন বা ইনটুইশন যার যতো বেশি প্রখর, সাফল্যও তার আসতে বাধ্য এই শক্তির সাথে পাল্লা দিয়ে।

আমেরিকায় ওয়াটারগেট কেলেংকারি ফাঁস হবার কথাই ধরুণ না। যেজন্য গদি হারাতে হলো নিক্সনকে। সে তো সাংবাদিকতারই সুবাদে। এমন অঘটন ঘটন পটিয়সী সাংবাদিকইতো সময়ের চাওয়া, সমাজের কাঙ্খিত।

যুগে যুগে রাষ্ট্রযন্ত্রের ত্রুটি-বিচ্যুতি, সমাজের নানা ক্ষেত্রে অনিয়ম -দুর্নীতি তুলে ধরতে অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার গূরুত্বের কথা বলে শেষ করার মতো নয়।

অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার শক্তিমত্তার প্রমাণ মেলে ইতিহাসে বিভিন্ন সময়ে ক্ষমতার দূর্গ ভেঙ্গে পড়া, রাজনৈতিক পট পরিবর্তন, বড় মাপের কোন হিরোর জিরো পরিণতি, ষড়যন্ত্র বা নাশকতার পরিকল্পনা ভেস্তে যাওয়া বা সনাক্তের ঘটনায়।

কয়েক বছর আগে ভারতের অনলাইন বার্তা সংস্থা তেহেলকা ডটকম দেশটির শীর্ষস্থানীয় সামরিক ও রাজনৈতিক ব্যক্তিদের অস্ত্র কেনাবেচার তথ্য ফাঁস করে দিয়ে দারুণ তোলপাড় সৃষ্টি করে। ফলে পদত্যাগে বাধ্য হন বেশ ক'জন কেন্দ্রীয় নেতা। পরবর্তীতে পররাষ্ট্রমন্ত্রীর দায়িত্ব থেকে নটবরের পদত্যাগও অনুসন্ধানী সাংবাদিকতারই ফল। মূলত একজন রিপোর্টারের বড়ত্ব মাপা চলে তার অনুসন্ধানের নৈপুন্য থেকে।

আমাদের মতো চরম দুর্নীতিপ্রবণ দেশে অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার প্রয়োজন আরো বেশি। অথচ এখানে সে অর্থে অনুসন্ধানী কাজ হয়ে থাকে কালে ভদ্রে।

দেশে জঙ্গিবাদের উত্থান, বোমা হামলা, নাশকতা এতোটা প্রকট হয়ে উঠতো না, যদি সময়মতো এব্যাপারে তদন্ত চলতো। এখানে আত্মঘাতি বোমা হামলার মতো ঘটনাই বলে দেয়, সাংবাদিকদের জন্য কাজ দেখানোর উর্বর জমিন তৈরি হয়েছিলো বেশ আগে থেকেই।

অনুসন্ধানী সাংবাদিকতায় আগ্রহীদের জন্য প্রেরণার উৎস হয়ে আছেন ওয়াটারগেট রিপোর্টের নায়ক উডওয়ার্ড এবং বার্ণস্টেইন, তেহেলকার অনিরুদ্ধ বহাল, বিজয়

www.pathagar.com

সিনহা প্রমূখ। বুদ্ধিমত্তার মিশেলে নাটকীয় বৈশিষ্ট্যের অধিকারী সাংবাদিক ভালো অনুসন্ধানী রিপোর্ট উপহার দিতে পারেন বলে আমার বিশ্বাস। অস্ত্র কেলেংকারি উদ্‌ঘাটনে তেহেলকা যা করেছে তাতে থ্রিল, ড্রামা, সাসপেন্স, ক্লাইমেক্স--সবই মেলে। এখানে সাংবাদিককে অভিনয় করতে হয়েছে ঘুষদাতার ভূমিকায়। অনেকেই প্রশ্ন তোলেন, গোপন ক্যামেরায় তাদের ভিডিও ছবি ধারণের বিষয়ে। এ প্রসঙ্গে তেহেলকার তদন্ত সম্পাদক অনিরুদ্ধ এবং বিশেষ প্রতিনিধি ম্যাথু স্যামুয়েল এর ভাষ্য, 'পথ যেটিই হোক কাজটা যে আমরা করতে পেরেছি, সেটিই বড় কথা। অস্ত্র কেলেংকারির তথ্য ফাঁস করাটাই যে ছিলো আমাদের টার্গেট। আর এর জন্য গোপন ক্যামেরা ব্যবহার করাটাকে আপত্তিকর মনে করি না আমরা'।

বেশ ঝুঁকি নিয়ে এই তদন্ত কাজ সম্পন্ন করতে হয় অনিরুদ্ধ ও স্যামুয়েলকে। পদে পদে ভয় ছিলো ধরা পড়ার। এর জন্য মুখে দাড়ি রেখেছিলেন অনিরুদ্ধ। অতপর তার নিজেরাই খবর হয়ে উঠলেন, ফাটাফাটি খবরের জন্ম দিতে গিয়ে।

তেহেলকার সাংবাদিকদের কম কসরত করতে হয়নি এমন একটি সত্য উদঘাটনে লেগে থাকতে হয়েছে দিনের পর দিন। যোগাযোগ রাখতে হয়েছে জনে জনে। শেষ পর্যন্ত আসল পরিচয় যখন প্রকাশ হবার দশা, তখনই তারা সিদ্ধান্তে পৌঁছান, সংবাদ সম্মেলন করে সব ফাঁস করে দেবার। এই যাত্রায় ধারণ করা ১০০ ঘন্টার ভিডিও ছবিকে কেটে ছেটে মাত্র চার ঘন্টায় আনেন তারা। তৈরি হয়ে যায় তোলপাড় করা এক তথ্যচিত্র।

বুঝতে কারোই অসুবিধা হবার কথা নয়, ভারতে অস্ত্র কেনাবেচা নিয়ে দুর্নীতি দীর্ঘদিন থেকেই চলে আসছিলো। রাজিব গান্ধির আমলে বোফর্স কেলেংকারির তদন্ত শেষতক যদিও পূর্ণতা পায় নি, কম ঝাঁকি দেয় নি সে ঘটনাটিও। ভারতের বাজপেয়ি সরকারের ভেতরের দুর্নীতির অনেক খবর সম্পর্কেই অবগত ছিলো তেহেলকা। বিশেষ করে প্রতিরক্ষা মন্ত্রক সংক্রান্ত যে সব পুকুর চুরির ঘটনা ঘটছিলো, সে সব প্রকাশ করে দেয়ার জন্য নিশপিশ করছিলো তাদের হাত। অপেক্ষায় ছিলো তারা, যুতসই কৌশল ও মওকার। শেষতক নিজেদের পরিচয় গোপন রেখে, ছদ্মবেশ নিয়ে যেভাবে তারা সত্য উদঘাটন করলো, সুদক্ষ অভিনয় শিল্পীও বুঝি এর কাছে হার মানতে বাধ্য।

অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার ইতিহাসে তেহেলকা তেলেসমাতি বিরাট এক অধ্যায় হয়ে থাকছে নিঃসন্দেহে। অনিরুদ্ধ বহাল তদন্ত প্রতিবেদনে হাত পাকিয়েছেন আরোও আগেই। ক্রিকেটে ম্যাচ গড়াপেটার খবর তিনিই প্রথম ফাঁস করেন আউটলুক পত্রিকায়, ১৯৯৭ সালে।

আসলেই তেহেলকা আমাদের বুঝিয়ে দিয়েছে --পথ যেটিই হোক, গোমর ফাঁস করে দিয়ে কাজের কাজই করেছেন তারা। কখনো কখনো মুখোস পরতে হয়, মুখোস খসানোরই প্রয়োজনে।

www.pathagar.com

ইন্টারভিউ যখন আর্ট

যে কোন কিছু সম্পর্কে জানতে মানুষে-মানুষে যোগাযোগ, আলাপ কিংবা কথোপকথন দরকার। একজন সাংবাদিককে কোন ব্যক্তি, বিষয় বা ঘটনা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহে সাধারণ এই উপায়েরই অবলম্বন করতে হয়। তবে যুতসই সাক্ষাৎকার প্রতিবেদন তৈরির জন্য চাই বিশেষ মানসিক শক্তি আর কৌশল। যথাযথ সাক্ষাৎকার তাই একটি শিল্পকর্ম।

মিডিয়া এক্সপার্টদের কথায় Interview is fundamentally a process of social interaction. তাদের বিশ্লেষণে 'Of all forms of journalistic writing interview is perhaps the most polished, most entertaining and at the same time most difficult. তাই সাক্ষাৎকার নেয়ার জন্য দরকার অনুশীলন, প্রয়োজনীয় প্রস্তুতি।

বিশ্বজুড়ে এখন ইলেকট্রনিক সাংবাদিকতার ব্যাপক প্রসার। পরিবেশিত হচ্ছে তাৎক্ষণিক ও সরাসরি সাক্ষাৎকার। তাই সাংবাদিকের মেধা, দক্ষতা ও সৃজনশীলতারও পরীক্ষা হয়ে যাচ্ছে সঙ্গে-সঙ্গেই। তবে ধরেই নেয়া হয় A good reporter is also a good interviewer. সাক্ষাৎকারগ্রহণকারীকে অবশ্যই হতে হবে আত্মবিশ্বাসী, দৃঢ়চেতা, তথ্যানুসন্ধানী, কৌতূহলী এবং সৃষ্টিশীল। আর যে রিপোর্টারের অন্তর্দৃষ্টি যত প্রখর, তার স্টোরিও হবে ততই মনোজ্ঞ। বিশ্বখ্যাত সাংবাদিক ওরিয়ানা ফ্যালাচি'র 'Interview with History' র তাই এমন কদর। বিশ্বের ১৪ রাষ্ট্রনায়কের সাক্ষাৎকার নিয়ে বইটি প্রকাশিত হয় ১৯৭৪-এ।

সাক্ষাৎকারের ধরন

কি প্রিন্ট, কি ইলেকট্রনিক– উভয় মাধ্যমেই রিপোর্টারকে সাক্ষাৎকার নিতে হয় নানা ধরনের। যেমন–

(ক) সংবাদ সাক্ষাৎকার : ঘটে গেছে বা ঘটতে যাচ্ছে এমন ইস্যুভিত্তিক সাক্ষাৎকার। এখানে সাক্ষাৎকারদাতা সংবাদ-সূত্র মাত্র।

(খ) ব্যক্তিত্ব সাক্ষাৎকার: এখানে ব্যক্তিত্বই বড় কথা। তুলনামূলক জটিল এই কাজটি রিপোর্টারের সৃজনশীলতা গুণে হয়ে ওঠে উপভোগ্য।

www.pathagar.com

(গ) গোষ্ঠী সাক্ষাৎকার : বিশেষ ইস্যুতে জনে-জনে প্রশ্ন করে মত সংগ্রহ করা হয়। এর থেকে মূলসুর তুলে ধরেন সাংবাদিক। একে সিম্পোজিয়াম ইন্টারভিউও বলে। এছাড়া প্যানেল আলোচনা, ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশনও এ ধরনেরই।

(ঘ) সংবাদ সম্মেলন : যখন বিশিষ্ট ব্যক্তি/সংগঠন/প্রতিষ্ঠান তাদের বক্তব্য জানাতে মিডিয়া কর্মীদের কোথাও আমন্ত্রণ জানায়। আয়োজক পক্ষের লিখিত ভাষ্য শেষে থাকে প্রশ্নোত্তর পর্ব। তাই রেডিমেড তথ্য পেশ করা হলেও নতুন কিছু বের করে আনার সুযোগ থাকে।

(ঙ) প্রেসব্রিফিং : যেখানে নির্দিষ্ট ইস্যুতে ব্যক্তি/প্রতিষ্ঠানের এক তরফা বক্তব্য পেশ করা হয়। প্রশ্নোত্তরের সুযোগ না থাকায় একে সাক্ষাৎকার শ্রেণীভুক্ত না করাই ভাল।

রেডিও ও টিভি মাধ্যমে সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীকে টেকনিকের সঙ্গে-সঙ্গে টেকনোলজি নিয়েও ভাবতে হয়। স্টুডিও আলোচনা বা সাক্ষাৎকার আবার ভিন্নতর। টিভি রিপোর্টে দু'রকম সাক্ষাৎকার দরকার হয়।

০১. **সিংক/বাইট :** রিপোর্টের বিষয় সংশ্লিষ্ট কর্তাব্যক্তির বক্তব্যের সুনির্বাচিত অংশকে বলে সাউন্ড বাইট বা সিংক। একে Talking Headও বলা হয়। প্রতি সিংক ২৫ সেকেন্ডে সীমিত রাখা উচিত। গুরুত্বপূর্ণ কোন ইস্যুতে বিশেষজ্ঞ এবং বিরোধমূলক বিষয়ে পক্ষ-বিপক্ষের বাইট নিতে হয়।

০২. **ভক্সপপ :** কোন ইস্যুতে সমাজের নানা বয়স-পেশা-শ্রেণীর মানুষের ভাষ্যই Voxpop. এটি Voice of the people বা জনভাষ্যের সংক্ষেপ। জনঘনিষ্ঠ কোন রিপোর্ট বা ফিচার স্টোরির জন্য এর দরকার হয়।

কেন সাক্ষাৎকার

রিপোর্ট তথ্যবহুল ও প্রাণবন্ত করার জন্যই সাক্ষাৎকার। প্রাঞ্জ তথ্য সমর্থনের জন্যও দরকার হয় আলাপের। ঘটনার পূর্বাভাস বা সম্ভাব্য পরিণতি সম্পর্কে আগাম ধারণা মেলে সাক্ষাৎকারে। জটিল বা বিতর্কিত বিষয়ে বিশেষজ্ঞ মত দরকার হয়। বিশিষ্টজনের জীবনাচরণ/অভিজ্ঞতার সঙ্গে পাঠক/দর্শক পরিচিত হয় সাক্ষাৎকার সুবাদে। জীবনযাত্রায় নানা সমস্যার স্বরূপ এবং সমাধানের উপায় দেখানোর জন্য জরুরি হয়ে ওঠে সাক্ষাৎকার। বিশেষ করে টেলিভিশন সাক্ষাৎকারে দর্শক কাঙ্ক্ষিত ব্যক্তির খুব কাছাকাছি যাবার সুযোগ পায়। আর লাইভ সাক্ষাৎকারে ফোনে কথা বলার সুযোগ হলে তো কথাই নেই।

সাক্ষাৎকার প্রতিবেদন : যা করা দরকার

রিপোর্টিং সাবজেক্ট এবং সাক্ষাৎকারদাতা সম্পর্কে যত বেশি সম্ভব জেনে নেয়া। তা না হলে অপেশাদারিত্বের পরিচয় দেয়া হবে। সাক্ষাৎকার দাতার নিজ মত প্রচারের বাহন হতে হবে রিপোর্টারকে।

www.pathagar.com

গবেষণা বা ঘাঁটাঘাঁটির জন্য আর্কাইভ, ইন্টারনেট ব্যবহার করা যেতে পারে, বিষয়টি সম্পর্কে জানে, এমন লোকজনের সাথে কথা বলা যেতে পারে।

কি-কি প্রশ্ন– তার একটা চেকলিস্ট তৈরি করা দরকার।

কি নিয়ে স্টোরি– সে ব্যাপারে সাক্ষাৎকারদাতাকে আগেভাগেই বুঝিয়ে নেয়া দরকার। এতে আলাপ নির্দিষ্ট পথেই এগোবে। 'অফ দ্য রেকর্ড' যেহেতু কাজে লাগবে না, এটি বর্জন করাই ভাল। 'অফ' কে 'অন'-এ আনতে ইন্টারভিউ পার্টনারকে প্রভাবিত করার চেষ্টা চালাতে হয়। কাজ না হলে ভিন্ন উপায়ে ফের প্রশ্ন করে তথ্য আদায় করতে হবে।

সুনির্দিষ্ট এবং চিন্তা জাগানিয়া প্রশ্ন করা চাই। বোকামি মার্কা প্রশ্ন হলে উত্তরও মিলবে সেরকমই।

কিছু অস্পষ্ট মনে হলে 'বুঝতে পারছি না' বলতে পিছ পা হবার কোন কারণ নেই। ব্যাখ্যা আদায় করে নিতে হবে।

'কেন' জাতীয় প্রশ্ন করা উচিত। আর যে প্রশ্নের উত্তর 'হ্যাঁ বা না' হয়, তা বর্জনীয়। প্রশ্ন হওয়া চাই ছোট। পরিষ্কার বক্তব্য না জুটলে একই প্রশ্ন ভিন্নভাবে একাধিকবার করতে হবে। ঠিক প্রশ্নটি করতে হয় ঠিক সময়ে।

হালকা প্রশ্ন দিয়ে আলাপ জমিয়ে সময় বুঝে কঠিন/বিতর্কিত ইস্যুতে যেতে হয়।

Silence is golden. অযথা কথা না বলে শুনে যাবার ধৈর্য থাকা চাই। সময় থাকলে এবং বুঝতে সমস্যা না হলে খামাকা ইন্টারভিউ পার্টনারকে থামিয়ে দেয়া অনুচিত। সফল সাক্ষাৎকারের জন্য প্রশ্নের মতোই গুরুত্ব বহন করে শোনার মানসিকতা।

চাই সততা। কোন কিছু না লুকিয়ে ইন্টারভিউ পার্টনারকে স্টোরির ধরন সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা দেয়া উচিত। এতে বরং বেশি সহায়তা পাওয়া যেতে পারে।

স্টোরি যত তাড়াতাড়ি সম্ভব তৈরি করে ফেলতে হবে। মনে সব তথ্য তাজা থাকাবস্থায় কাজটা সেরে ফেললে, ফল ভাল হয়।

যে ব্যাপারে সতর্ক থাকতে হবে

সাক্ষাৎকারদাতা অনেক সময় ক্ষেপে যেতে পারেন, বেঁকে বসতে পারেন, অশোভন আচরণ করতে পারেন, এমনকি বিভ্রান্ত করারও চেষ্টা চালাতে পারেন। এমন মুহূর্তে বুদ্ধির খেল খেলতে হবে। প্রয়োজনে অভিনয় করে যেতে হয়।

যেমন : মিডিয়াকে গালমন্দ করা, রিপোর্টারের যোগ্যতা নিয়ে বিদ্রুপ। এ অবস্থায় শান্ত থেকে কাজটা এগিয়ে নিতে হবে। কোন প্রশ্ন নিয়ে বাজে প্রতিক্রিয়া দেখালে, কেন/কিভাবে এ প্রশ্ন উঠল আর কেনই বা এর জবাব জরুরি– তার ব্যাখ্যা দিতে হবে। কোন-কোন ইন্টারভিউ পার্টনার রিপোর্টারকে পালটা প্রশ্ন করেন। সে ক্ষেত্রে এই বলে জবাব দেয়া যেতে পারে, পাঠক/দর্শক এ ব্যাপারে অবশ্যই আপনার মত জানতেই বেশি আগ্রহী।

www.pathagar.com

প্রশ্ন পাশ কাটাতে কেউ-কেউ অন্য রাস্তায় চলে যেতে পারে। এ অবস্থায় কথা শুনে যেতে হয়। হুট করে দরকারি কোন তথ্য মিলতেও পারে। আর তা না হলে, বিনয়ের সঙ্গে লাইনে ফিরিয়ে আনতে হবে। বলা যেতে পারে, "বেশ ইন্টারেস্টিং ..... তবে ....."।

হ্যাঁ/না মার্কা জবাব এড়াতে 'কেন এমনটি মনে করছেন' বা 'একটু ব্যাখ্যা দিলে ভাল হয়'– এ জাতীয় কথা বলা যেতে পারে। এক শব্দে উত্তর দেয়া যায়– এমন প্রশ্নই করা ঠিক নয়।

বিজ্ঞান/অর্থনীতি বিষয়ক জারগন ব্যবহার করতে পারেন বিশেষজ্ঞরা। এ ক্ষেত্রে পাঠক/দর্শকের সুবিধার জন্য সাদামাটা ভাষা ব্যবহারের জন্য বলতে হবে।

কেউ মিথ্যা বললে, বাধা না দিয়ে আরও ডিটেইলে যেতে বলুন। পূর্ণদৈর্ঘ্য মিথ্যাচারের পর যুক্তি দিয়ে সেটি নাকচেরও রাস্তা যায় খুলে।

মন্তব্য করা থেকে বিরত থাকার পথ বেছে নেয় অনেকেই। এসব ক্ষেত্রে বলা যেতে পারে, "অনেকের সাথেই কথা হয়েছে, আসলটা জানা দরকার"। কর্তাব্যক্তিকে এই বলে বোঝাতে হয়, "কিছু বলার নেই"– এটি কাগজে ছাপা হলে/পর্দায় দেখানো হলে বাজে লাগবে।

কথা বলতে না চেয়ে কেউ ফোন কেটে দিতে পারে, মুখের ওপর বন্ধ হতে পারে দরজা। এসবে দমে গেলে চলবে না। মানুষ পরিবর্তনশীল, সিদ্ধান্ত বদলে যায়। লেগে থাকতে হবে। একজন কথা বলতে নারাজ, তো অন্য সূত্রের খোঁজে নামতে হবে। কোন কর্তার অফিসে সেক্রেটারি বা অন্য কোন কর্মীর সাথে খাতির জমানো যেতে পারে। এমনিভাবে সোর্স যত বাড়বে, কাজও তত ভাল হবে।

শেষে

সাক্ষাৎকারের পরিবেশ, গতি, অবাক তথ্য উদঘাটন এবং একটি ভাল প্রতিবেদন উপহার–সবই নির্ভর করে রিপোর্টারের দক্ষতার ওপর। এ কাজের কাণ্ডারির জন্য তত্ত্বজ্ঞানের চাইতে বেশি দরকার সাধারণ মানবিক বুদ্ধিমত্তা, সেই সঙ্গে সৃজনশীলতা আর তাৎক্ষণিক মাথা খাটানোর ক্ষমতা। একই বিষয়ে সাক্ষাৎকার রিপোর্টারের মানসিক শক্তি আর ব্যক্তিত্বগুণে আলাদা হতে বাধ্য। বিশেষ জোর দেয়া দরকার চর্চার ওপরও। সর্বোপরি, যার তৃতীয় নয়ন যত বেশি প্রখর ও দূরদর্শী, তার স্টোরিও হবে ততই অনন্য। ভিন্ন স্বাদের।

www.pathagar.com

রেডিও-টিভি সাংবাদিকের স্ক্রিপ্ট

'বন্ধু, কি খবর বল? কতদিন দেখা হয় নি!'

গানের এই কলিতে জানবার আকুতি আছে। আর তা হচ্ছে তথ্য। ব্যক্তিগত, পারিবারিক, সামাজিক, রাজনৈতিক– যে সংক্রান্তই হোক না কেন।

প্রশ্নকর্তাকে তার বন্ধু মুখে-মুখে খবরটুকু কিভাবে জানান দেবেন, সেটি নির্ভর করছে তার বলবার ধরনের ওপর। যা কিনা জনে-জনে আলাদা হতেই পারে। তবে খুব সংক্ষেপে শুরুতে আসল খবরটা জানিয়ে দেয়াটাই হচ্ছে মুন্সিয়ানা। ব্যক্তিজীবনে এ ব্যাপারে তেমন তাগিদ না থাকে থাকুক, সাংবাদিকতায় এ প্রয়োজনের কোনই বিকল্প নেই। বিশেষ করে ইলেকট্রনিক (বেতার-টিভি) সাংবাদিকতায় ঝটপট মোদ্দা কথা বলে দেয়াটা কোন কৃতিত্ব নয়, বরং অবশ্য করণীয়। তাই এ মাধ্যমে স্ক্রিপ্ট হতে হয় ঝরঝরে, নির্মেদ। লিখতে হয় অতি সতর্কতার সঙ্গে।

ইলেকট্রনিক মাধ্যমের কাছে দর্শক-শ্রোতা গানের ওই বন্ধুর মতোই খবর শুনতে চায়। এই চাওয়াটা প্রেজেন্টারের কাছে, রিপোর্টারের কাছে, নিউজ রুম এডিটরের কাছে! তো, খবর বলে যেতে হয় বলে, অবশ্যই তা হওয়া চাই মুখের কথার মতো। বেশির ভাগ মানুষ সচরাচর যেভাবে কথা বলেন আর কি। একটি সংবাদ বুলেটিনের সিংহ ভাগই থাকে প্রেজেন্টারের কণ্ঠে। নিউজ পারসনের ভয়েসওভার শুধু প্যাকেজ স্টোরিতে যুক্ত হলেও স্ক্রিপ্টতো আর প্রেজেন্টার লেখেন না, লিখতে হয় তাদেরকেই। তাই এ কাজটি করবার সময় কোন বন্ধু বা প্রিয়জনের দৃশ্যকল্প ভাল কাজ দিতে পারে। খবর জানতে চাওয়া বন্ধুকে বলছি ... ভাবতে-ভাবতে লিখে ফেললে সেটি যতটা সম্ভব মুখের কথার কাছাকাছি হবে। রেডিও'র তুলনায় টিভি সাংবাদিককে স্ক্রিপ্টিং-এর বেলায় অধিক সংযমী হতে হয়। ক্যামেরাওয়ার্ক অর্থাৎ ফুটেজে যা-যা পরিষ্কার বোঝা যাচ্ছে, সেটি আর বলবার দরকার নেই। সংবাদপত্রের ছবির ক্যাপশনের কথাই ধরুন না। "ছবিতে দেখা যাচ্ছে"– এমন বাক্য ব্যবহার কেবল বাহুল্যই নয়, নির্বুদ্ধিতার প্রকাশ। টেলিভিশন মাধ্যমেও "আপনারা দেখতে পাচ্ছেন, দাউ-দাউ করে আগুন জ্বলছে" "ইট-পাটকেল ছড়িয়ে ছিটিয়ে আছে রাস্তায়" এ জাতীয় উচ্চারণ রিপোর্টারের কথার দেউলিয়াত্বই ফুটিয়ে তোলে। অথচ হামেশাই এমন পিটিসি চোখে পড়ছে। স্পটে ক্যামেরার সামনে অনেক সময় তাড়াহুড়ো করে কথা ধারণ করতে হয়। কখনও-

www.pathagar.com

কখনও লাইভ কাভার করতে হয় প্রতিকূল পরিস্থিতিতে। তাই এসব ক্ষেত্রে তেমন লাইভলি রিপোর্টারকেই অ্যাসাইন করা উচিত। আর হাস্যকর কিছু (ছবি প্লাস ভয়েজওভার) ধারণ করে আনা হলে এডিট প্যানেলেই তা কতল করে দেয়া ভাল।

স্পট থেকে ফেরার পর টিভি রিপোর্টার স্ক্রিপ্ট লিখবার আগে ছবিগুলো একবার দেখে নিলে ভাল করবেন। একটি শটলিস্ট তৈরি করা যেতে পারে। ক্যামেরায় যে কথা বলা হয়ে যাচ্ছে, তার বাইরের আনুষঙ্গিক শব্দমালা দিয়েই তৈরি হয় যুতসই রিপোর্ট। বিদেশী আইটেমের বেলায় ক্রিয়েটিভ কাজ উপহার দেয়ার সুযোগতো আরও বেশি। এপিটিএন কিংবা অন্য যে FEED আমাদের স্টেশনগুলো কাজে লাগাচ্ছে– সেখানেতো বাছাই করা যত শট, আর তৈরি স্ক্রিপ্ট। তো, এর সঙ্গে নতুন মাত্রা জুড়ে দিতে পারলে আইটেমও হবে ফাটাফাটি!

টেলিভিশনের জন্য একটি প্যাকেজ স্টোরির কথাই ধরা যাক। শুরুতেই ভেবে নেয়া যেতে পারে মূল খবর এক কথায় কিভাবে বলব। যাকে বলা হয় Top Line. শিরোনাম হিসেবে প্রেজেন্টার যেটি উচ্চারণ করবেন। আইটেমটি খুব গুরুত্বপূর্ণ হয়ে থাকলে এই Top Line, Scroll বা Ticker হিসেবেও কাজে লাগানো যেতে পারে। টিকার হচ্ছে পর্দায় ডান থেকে বামে চলমান রেখায় সংবাদ সংক্ষেপ।

এরপর ভাবুন Link বা Anchor নিয়ে। সংবাদপত্রের Intro বা Lead অর্থাৎ সূচনা পর্বের মতো আর কি। এই অংশটুকু প্রেজেন্টার বলবেন। এখানে মোদ্দা কথা জানিয়ে দিন। হওয়া চাই Sharp, Simple and Catchy. Story'র Outline বা Gist বলে কথা।

এবার আসুন Story'র Body-তে। আপনার আনা ফুটেজ বা ভিডিও ছবির ব্যবহার শুরু হচ্ছে এখান থেকেই। সেই সঙ্গে আপনার কণ্ঠও শুনবে ভিউয়ার্স। তাই কপির বামে ভিজ্যুয়ালস্ বা ছবির বর্ণনা এবং ডানে ভয়েজ ওভার অর্থাৎ আপনি যা বলবেন তারজন্য সারি তৈরি করে ফেলুন। বর্ণনার সঙ্গে-সঙ্গে পর্দায় কি ছবি ভেসে উঠবে তা উল্লেখ করুন। Sound Byte (বক্তব্য বা বিবৃতি বা সাক্ষাৎকার) এবং PTC (ক্যামেরা রিপোর্টারের ভাষ্য) দেয়ার থাকলে Voice Over অংশে কত শব্দ ব্যবহার করতে পারছেন তার একটা হিসেব কষে ফেলুন।

মনে রাখবেন, আপনার স্টোরি হবে দেড় থেকে দু'মিনিট ব্যাপ্তির। আপনি খুব দ্রুত না কি থেমে-থেমে পড়বেন, সেটি আপনার নিজস্ব। তবে অবশ্যই কথা যেন স্পষ্ট বোঝা যায়। সেকেন্ডে গড়পড়তা তিন শব্দ ঠাঁই পেয়ে থাকে। অর্থাৎ দু'মিনিটের (১২০ সেকেন্ড) স্টোরিতে শব্দ রাখা যেতে পারে ৩৬০টি। ধরা যাক, আপনার স্টোরিতে দু'জনের বক্তব্যের সার (Sound Byte) ব্যবহার করবেন। আর PTC ও আছে। প্রতিটি ২০ সেকেন্ড করে ধরলে তিন অংশ বাবদ ৬০ সে. অর্থাৎ এক মিনিট বাদ দিয়ে

www.pathagar.com

স্ক্রিপ্ট সাজাতে হবে দেড়, দু'মিনিট সময়সীমা মাথায় রেখে। বুঝতেই পারছেন, বাক্য ব্যবহারে কেমন সতর্কতা দরকার!

কপি এডিটর বা নিউজ এডিটর কেটে-ছেঁটে সাইজ করে দেবেন– এমন আশায় না থেকে নিজেই চেষ্টা করুন স্ট্যান্ডার্ড স্টোরি বানাতে। অত সময় কোথায়? এরপরতো কপি এডিটিং ঝটপট সেরে আপনাকে বসতে হবে ভিডিও এডিটরের সঙ্গে– এডিট প্যানেলে। সব মানুষ, সহজে বুঝে নেবে– এমন স্ক্রিপ্ট চাই। তুলে আনুন আড্ডা, আসর, আলাপচারিতার শব্দমালা।

লেখার শুরুতে আসল খবরটা শুরুতেই জানিয়ে দেয়ার তাগিদ ব্যক্তিজীবনে তেমন একটা নেই বলে উল্লেখ করা হয়েছে। আসলেই কি তাই? উহু। যিনি আধুনিক, সময়ের সঙ্গে চলতে যার আগ্রহ, অবশ্যই তার বেলায় প্রযোজ্য নয় এ কথাটি। তথ্যপ্রযুক্তির বিকাশের এ যুগে সময় নষ্ট করার সময় কোথায়? মোবাইল-ইন্টারনেট সংস্কৃতির এই ঝাপটায় কর্মী যে কোন মানুষকেই চলতে হয় ক্ষিপ্রতায়। 'ঝটপট আসল কথাটা বলে ফেলো। সময় নেই। তাছাড়া ডিসকানেক্ট হবার শংকাও যে আছে।'– এমনই বাস্তবতায় দাঁড়িয়ে রেডিও-টিভি'র দর্শক-শ্রোতা মুহূর্তের মধ্যে জেনে নিতে চায় সবশেষ খবর। নির্মেদ তথ্য। এই সত্য মাথায় রেখে স্ক্রিপ্ট লিখতে হয় ইলেকট্রনিক সাংবাদিককে। অতি দ্রুত লাগসই শব্দ প্রয়োগে তৈরি করতে হয় চুম্বক নিউজ স্টোরি। চ্যানেল বেড়ে যাওয়ায় যুদ্ধ এখন যাদুকরী কিছু দেখানোর।

ইলেকট্রনিক মিডিয়ার এই যুদ্ধ-যুদ্ধ খেলায় স্টেশন ক্যাপটেন অর্থাৎ নিউজ বসদের ঘুমও গেছে হারাম হয়ে। কে কত ভাল করবেন, কে কত ভিউয়ার্স টানবেন– এনিয়ে শেষ নেই উৎকণ্ঠার। এ অবস্থার মধ্যেও ভাষা চিত্রের যাদুকরী কেরামতি যে দেখাতে পারবেন; মাঠ থাকবে তারই দখলে।

আমাদের প্রধান-প্রধান টিভি চ্যানেলগুলোর ভাষাগত দৈন্য মাঝে-মাঝেই খুব প্রকট হয়ে উঠতে দেখা যায়। এই যেমন জনপ্রিয় একটি চ্যানেলে হঠাৎ করেই একদিন শোনা গেল "দ্রব্যমূল্যের দামের ঊর্ধ্বগতি"। আরেকটি চ্যানেলতো হামেশাই "অন্যান্য নেতৃবৃন্দ" এবং এ জাতীয় আরও দ্বিত্ব ব্যবহার করছে।

পুরনো দিনের গৎবাধা বাক্য ব্যবহার করতে দেখা যায় অনেককেই। এই যেমন, আবহাওয়ার খবর দিতে গিয়ে এখনো অনেকেই 'বঙ্গোপসাগর ও তৎসংলগ্ন এলাকা'তেই পড়ে থাকেন।

ঘটনার বিবরণে প্রকাশ, খোঁজ নিয়ে জানা গেছে, যতদূর জানা যায়, তিনি পূণর্ব্যক্ত করে বলেন--এই জাতীয় প্রয়োগ ইলেকট্রনিক সাংবদিকের বেলায় অপরাধেরই শামিল। অপ্রয়োজনীয় ও হাস্যকর কথা বর্জন করতেই হবে।

www.pathagar.com

খবর যথাযথভাবে বলে যাওয়ার স্বার্থে আমরা উচ্চারণ যেভাবে করি, স্ক্রিপ্টে সেভাবে লেখা ভাল। যেমনঃ নোতুন, দ্যাখা, অ্যাকদিন ইত্যাদি।

আর উচ্চারণেই যদি আপনার সমস্যা থাকে, তাহলে স্ক্রিপ্টের ভুল-শুদ্ধে কি যায় আসে! যেমনঃ কোন-কোন বিপোর্টারের মুখে রাজধানী হয়ে যায় রাজদানি, বানভাসিকে বলতে শুনি ভানবাসি। ভুল উচ্চারণে কিংবা আঞ্চলিক টানে রিপোর্ট পরিবেশিত হলে, সে লজ্জা শুধুই কি রিপোর্টারের? নিউজ বস, এক্সিকিউটিভ নিউজ প্রডিউসার তথা স্টেশন কর্তৃপক্ষ এ সংক্রান্ত মানদণ্ড কড়াকড়িভাবে মেনে না চললে, পরিণতিও তেমনই হতে বাধ্য। কোন টিভি চ্যানেলের বাঁচা-মরা নির্ভর করছে সুপরিবেশিত সংবাদ বুলেটিনের ওপর।

www.pathagar.com

ভুল নিয়ে চুলচেরা...

তুমি যে-সব ভুল করতে সেগুলো খুবই মারাত্মক ছিলো। তোমার কথায় ছিলো গেঁয়ো টান, অনেকগুলো শব্দের করতে ভুল উচ্চারণ: 'প্রমথ চৌধুরী'কে তুমি বলতে 'প্রথম চৌধুরী';'জনৈক' উচ্চারণ করতে গিয়ে সর্বদাই 'জৈনিক' বলে ফেলতে। এমনি বহুতর ভয়াবহ ভুলে-ভরা ছিলো তোমার ব্যক্তিগত অভিধান।

কবি তার কৈশোরে মারাত্মক ওইসব ভুলের নায়িকাকে বড়ো-বেশি ভালোবেসে ফেলেছিলেন।

তাই বলে সাংবাদিকের এমনতরো কিংবা আরও মজাদার ভুল দর্শক-শ্রোতা-পাঠক ভালোবাসা দূরে থাক, ক্ষমার চোখে দেখবে এমনটি ভাববারও কারণ নেই। ওরকম ভুল রোমান্সের রাজ্যে যত মধুর, সংবাদ জগতে ততই তেতো। অথচ আমাদের মিডিয়ায় হরহামেশাই চোখে পড়ে কত না ভুল!

সাধারণ পাঠক-দর্শক-শ্রোতা যেসব ভুল দেখেন, তার বাইরে ভুরি ভুরি ভুলের কাফেলা চলে মিডিয়ার অন্দর মহলে। কপি এডিটর, নিউজ এডিটর অর্থাৎ গুরু দায়িত্বে থাকা কুশলিদের নজরদারিতে সে সব সংশোধিত, পরিমার্জিত হয়ে পরিবেশিত হয়ে থাকে। তারপরও কখনো অজান্তে, কখনো আনাড়িপনায় ভুলগুলো রয়ে যায়।

ভাষা ব্যবহারে বরাবরই খুব অমনোযোগী কবির ওই কৈশোরিক 'ভালোবাসা' পরীক্ষার খাতায় সর্বদাই সাধু ও চলতির দূষণীয় মিশ্রণ ঘটাতো। 'শোকাভিভূত' বলতে গিয়ে বলে ফেলতো 'শোকভূত'। এ আহলাদ বড় বেলায় খাটে না। মিডিয়ায়তো নয়ই। কি প্রিন্ট, কি ইলেকট্রনিক -সব জায়গাতেই এ জাতীয় ভুলের পাঁকে ডুবে থাকা কর্মী পরিত্যাজ্য।

আরেকটি মজার ব্যাপার হলো, কাগজে কোন শ্রীমানের ভুল না হয় সংশোধন করা গেলো, কিন্তু রেডিও-টিভিতে যার ভয়েজ যাবে, তিনি যদি হন মিস্টার বা মিজ ভুল -- তাহলে?

বিশেষ করে টিভি মাধ্যমে কোন কোন রিপোর্টার কোন দ্বিধা ছাড়াই যেভাবে বিকৃত উচ্চারণ ছড়িয়ে চলেছেন, তাতে শুধু কি কাতর, পাথর হবার দশা! এদের কণ্ঠে

www.pathagar.com

রাজধানী হয়ে যায় 'রাজদানি', তেমনি শুনতে হয় মজজিদ (মসজিদ), বুরে (ভোরে), অ্যামপি (এমপি), কুটি (কোটি), ক্যান্দ্র (কেন্দ্র), বুমিকা (ভূমিকা), এসথানিয় (স্থানীয়), স্যাবা (সেবা) অ্যাবং (এবং) পজযন্ত (পর্যন্ত)...। এ মিছিল যে শেষ হবার নয়।

ভুল। সেতো ভুলই। সাংবাদিকের টুক-টাক ভুল হতেই পারে। যেহেতু তিনিও মানুষ। কিন্তু 'মানুষ মাত্রেই ভুল করে' কিংবা 'আ গ্রেট ম্যান ক্যান মেইক আ গ্রেট মিসটেক'-এ জাতীয় অজুহাত দেখিয়ে সংবাদকর্মীকে ভুলের পাঁকে হাবুডবু খেলে চলে না। কাজ করতে হয় বিশেষ সতর্কতায়। কারণ ছাপার অক্ষর পাঠকের কাছে বেদবাক্যের মতো। ইলেকট্রনিক মিডিয়ায় ভুলের কারণে ঘটে যেতে পারে বিরাট অঘটন।

আমাদের মিডিয়ায় অনেকেই আছেন --এক ধরণের ভ্রান্তি বিলাসে আক্রান্ত। কেউ আছেন, নিজে ভুল করতে পারেন বলে মনেই করেন না। কী সর্বনাশা কনফিডেন্স! একবার একজনকে জিজ্ঞেস করা হয়েছিলো, ডিকশনারি ব্যবহার করো না কেনো? জবাবে জানানো হলো, কিছু ভুল হচ্ছে বলে তো মনে হয় না । তাই।

সব জানা হয়ে গেছে, শেখা হয়ে গেছে--মানসিক গঠনই যার এমন, তাকে নিয়ে কি করা?

আবার অনেকেই আছেন-- ভুল কী করবেন, পুরোটাই যে ভুল। তথ্যের ভুল, শব্দ-বাক্যের ভুল, উচ্চারণের ভুল। এদের কেউ ঝরে যান। কেউ টিকে থাকেন তদবিরে। খুটির জোরে এমন কৃতি সন্তানদের বড় চেয়ার নিয়ে বহাল তবিয়তে থাকতেও দেখেছি কোথাও কোথাও। অন্য কোথাও কাজ করতে পারছে না, তো এদেরকে মিডিয়ায় পাঠিয়ে দিতে পছন্দ করেন এই সমাজের জ্যাক'রা। দুঃখজনক হচ্ছে, এই জাতীয় এক্সপেরিমেন্টের ভার নিতে হয়, বেশিরভাগ সময় ডেস্ককে। অথচ কাগজের 'লাস্ট চেক পোস্ট' এটি। অমুককে দিয়ে কাজ হচ্ছে না বলে জানালে ওপর থেকে বলা হয়, শিখিয়ে নিন। বুঝুন ব্যাপারটা! কত কী আপদ-বালাই সামাল দিতে হয় নেপথ্য নায়কদের।

একবার এক কাগজে বাজেট ঘোষণার পরদিন ভীষণ উদ্বিগ্ন হয়ে বসে আছেন এক সাব এডিটর। পরিসংখ্যানগত বিরাট ভুল গেছে তার হাত দিয়ে। কাজে মন দিতে পারছেন না একদম। তাকে সান্ত্বনা দিতে এগিয়ে এলেন শিফট এডিটর বা পালা প্রধান, 'ঘাবড়াবেন না, সংবাদে থাকতে আমি মেজর মেজর ভুল করেছি।'

ভুল হলে দু অক্ষরে 'সরি' বলে পার পাওয়া যেতে পারে। কিন্তু দেখতে হবে ভুলটা কি ধরণের। এমন অনেক ভুল আছে, যার জন্য উল্টো আপনাকেই শুনতে হতে পারে 'সরি'।

তাই সরি বলবেন বলে ভুল করে যাবেন এমন উদাসীনতা ঝেড়ে বরং মনোযোগ দিন সতর্কতা অবলম্বনে।

www.pathagar.com

নিজের ওপর বেহুদা আস্থা না রেখে বরং সন্দেহপ্রবণ হলে আখেরে লাভ আছে।
একবার এক ছাত্র পরীক্ষায় পাস না করায় কিছুটা গরম হয়ে গেলেন সংশ্লিষ্ট শিক্ষকের কাছে।
–স্যার আমাকে আনঅ্যালাও করলেন কেনো?
: এ কারণেই তোমাকে ডিজঅ্যালাও করেছি, শিক্ষকের ঝটপট জবাব।
রিপোর্টার, সাব এডিটর, নিউজরুম এডিটরদের কথা না হয় বাদই দিলাম। নিউজ বস'রা কতটা সতর্ক ভুল নিয়ে? অবাক হতে হয় প্রতিষ্ঠিত চ্যানেলের নিউজ বুলেটিনে যখন শুনি, দ্রব্যমূল্যের *দামের* ঊর্ধগতি, আরো *অনেক* নেতৃবৃন্দ (হবে আরো অনেক নেতা) অন্যান্য নেতৃবৃন্দের মধ্যে (হবে অন্য নেতাদের মধ্যে বা অন্যান্য নেতার মধ্যে) ইত্যাদি।
বিভিন্ন টিভি চ্যানেল ঘিরে সংবাদ বিষয়ক টক শো'র একটি সিন্ডিকেটও এখন আলোচনার বিষয়। এসব শো'তে অনেক নামজাদা সাংবাদিকের অংশগ্রহণ লক্ষণীয়। তারা কথা বলেন, জাতীয় বড় বড় ইস্যু নিয়ে। ওদিকে দর্শক-শ্রোতারা যে তাদের কারো কারো উচ্চারণ ও বাকভঙ্গি নিয়ে আপত্তির কথা তুলছে, সে দিকটায়ও কান পাতা দরকার নয় কি? মাধ্যমটা টেলিভিশন বলে কথা। এখানে শখ পূরণের আহলাদ চলতে পারে না। দেশবাসীর কাছে নিজেকে তুলে ধরার আগে তাকাতে হয় নিজের দিকে। কিন্তু বাংলাদেশের মতো উন্নয়নশীল একটি দেশে 'প্রভাব যার পর্দা তার', এটিই হয়তো মেনে নিতে হবে।
আমাদের মিডিয়ায় মুরব্বীদের ভুল নিয়ে কথা বলাটাও ঝুঁকির কাজ বটে! কর্ম জীবনের শুরুতেই বিপাকে পড়েছি সিনিয়রের সাথে বন্ধুসুলভ শেয়ারিংয়ে যেয়ে। তিনি নিউজ এডিটর। নিউজের হেডলাইন করলেন, হকার্সদের ধর্মঘট।
বললাম দু'বার বহুবচন হয়ে গেলা না ...ভাই। হতে পারে 'হকার্স ধর্মঘট' বা 'হকারদের ধর্মঘট'। প্রথমে রক্তচক্ষু, পরে আরো বড় কিছু জুটলো, আমার এই 'ভুল'র জন্য। বুঝুন এবার, মিডিয়ায় কতরকম ভুলই না হতে পারে। এবং ক্যারিয়ারের স্বার্থে অবশ্যই এ ধরনের 'ভুল' করবেন না।
কিছু শব্দ আছে, যার ভুল প্রয়োগ চলে আসছে দিনের পর দিন। যেমনঃ ফলশ্রুতিতে। শুনবার ব্যাপার নেই এমন সব জায়গাতেই দেখবেন এটি ব্যবহৃত হচ্ছে। বরং 'ফলে' বলা হলে সোজ এবং ছোট হলো না কি?
সংবাদ জগতে বয়স নির্বিশেষে সাংবাদিক-আলোচক-বুদ্ধিজীবির মুখে মুখে শুনি মিডিয়াগুলো, ইলেকট্রনিক্স মিডিয়া। বলি মিডিয়া শব্দটাই যে বহুবচন, এর এক বচন মিডিয়াম। অথচ মিডিয়াম উচ্চারণে কেন জানি অভ্যস্থ হতে নারাজ আমরা। আর ইলেকট্রনিক্স নয়, হবে ইলেকট্রনিক মিডিয়া।

www.pathagar.com

কাগজে কাজ করার জন্য খুব ভালো ইংরেজি জানার দরকার পড়ে কি? অথচ অনেকেরই দেখি, ইংরেজি টেক্সট দেখলে গলদঘর্ম দশা। অনেক রিপোর্টারকে দেখেছি, ডেস্কের কর্মীদের অবজ্ঞা করতে, আবার ইংরেজী টেক্সট বুঝিয়ে দেয়ার জন্য তাদেরই কাছে ধর্ণা দিতে। বাংলা কাগজে সাব এডিটরদের প্রতিদিনকার অন্যতম কাজ ইংরেজী টেক্সট থেকে তথ্য নিয়ে আইটেম তৈরি করা। এর জন্য শব্দভান্ডার খুব যে সমৃদ্ধ হতে হয় তা কিন্তু নয়। তাছাড়া সবসময় দেশ বিদেশের খবরের সাথে আপডেটেড থাকলে অনেক অজানা শব্দের অর্থ এমনিতেই জানা হয়ে যায়। এরজন্য কমনসেন্সটুকুই যথেষ্ট। তারপরও ডেস্কে আসা অনেকেরই দেখি নাকানি চুবানি অবস্থা। তা হবেই বা না কেন। দেখা যায়, চাকরি করতে আসা আনকোরা অনেককেই পাঠিয়ে দেয়া হয় ডেস্কে। গুরুত্বপূর্ণ এই সেকশনকে ট্রেনিং সেন্টার বানিয়ে আবার যখন পুরোদস্তর প্রফেশনাল কাজ চাওয়া হয়, বিপত্তি বাধে তখনই। ভুলের মাত্রা যায় বেড়ে। কাজ যেটুকু হয়, তাও নিচু মানের।

শুনেছি এক সাব এডিটর বঙ্গোপসাগরএ 'ডিপ্রেশন' বলতে বুঝেছেন, গভীর 'হতাশা' বিরাজ করছে সেখানে। বাইরের কোন এক দেশে কয়েকজন মন্ত্রী 'ফায়ারড', এমন বার্তা পেয়ে আরেক সাব এডিটরতো ওদের মেরেই ফেলছিলেন। লিখলেন, 'গুলি করে হত্যা'র খবর। পরে নিউজ এডিটর বড় ঘটনা বলে যথাযথ ট্রিটমেন্টের চিন্তায় মূল কপি দেখতে চেয়েছিলেন বলে রক্ষা। এমনিতরো আনাড়ির হাতে পুলিশ পেট্রোলের বাংলা হয়ে যায় রাস্তায় পুলিশের পেট্রোল ঢালা'র খবর।

এতো গেলো জুনিয়রদের গল্প। বর্তমানে বন্ধ একটি ট্যাবলয়েডের স্বয়ং নিউজ এডিটরের কান্ড কম মজার নয়। ভুল হোক, শুদ্ধ হোক কথায় কথায় ইংরেজী ফুটাতে জুরি নেই তার। একবার কী একটা দরকারে ফরম পুরণ করছিলেন তিনি। বিবাহিত বোঝাতে (MARITAL STATUS এর ঘর) লিখলেন MARIT. কোথাও কোথাও দায়িত্বশীল পদে এমনি মেধাবীরা বসে আছেন!

অবশ্য সান্ত্বনা পাওয়া যেতে পারে বড় মাপের সৃষ্টিশীল কারো কারো বড় ধরণের কিছু ভুলের দিকে চোখ রেখে। এই যেমন রবি ঠাকুরের মতো গুরু 'সঞ্চয়িতা' বলে অর্থহীন একটা চিহ্ন রেখে গেলেন ছাপার অক্ষরে। কী এক খেয়ালে গাইলেন তিনি 'ভেঙ্গে মোর ঘরের *চাবি* (!) নিয়ে যাবি কে আমারে'।

শামসুর রাহমানের মতো কবি প্রতিভার লেখনিতেও যে উঠে এসেছে 'সুন্দরীতমা'। বড় কবির ভুল বলে কথা! অতঃপর আজকের ব্যান্ড তারকার সুরেলা কণ্ঠ এবং তারপর বিজ্ঞাপনচিত্রের জিঙ্গেলের সুবাদে এটি এখন বহুল উচ্চারিত ভুল ।

www.pathagar.com

ভাষা প্রয়োগের ম্যাজিক কৌশল

সময়টা এখন তীব্র প্রতিযোগিতার। এই যুদ্ধ যেমন এক পত্রিকা বা চ্যানেলের সঙ্গে আরেকটার, তেমনি এক সংবাদকর্মীর সঙ্গে আরেকজনের। টীমের অন্য সংবাদকর্মীদের সাথে প্রতিদ্বন্দ্বিতাকে ইতিবাচক অর্থেই দেখুন। 'যোগ্যতমের জয়' এই সত্য মেনে নিন। চটপট ঝরঝরে তথ্য যোগান দেয়ার সাথে ঝরঝরে ভাষায় সেটি পরিবেশনে চাই অনুপম স্টাইল। তাহলে আর পায় কে আপনাকে।

প্রিন্ট, ইলেকট্রনিক যে মাধ্যমেই কাজ করুণ না কেন, সব পাঠক-দর্শক-শ্রোতার কাছে নিজেকে পৌঁছানোর নোর প্রয়োজনের দিকটি মাথায় রাখুন। বয়স-শিক্ষা-অবস্থান নির্বিশেষে সবার সাথে কথা বলার সহজ কমন ভঙ্গিটি রপ্ত করুণ। শব্দ-বাক্য সেভাবে সাজান। এগুলো নিয়ে খেলবার সুযোগতো আপনারই। শব্দ নিয়ে খেলায় সেরা বলতে হবে বিবিসিকে। ফলো করতে অসুবিধা কি? ভুলেও ক্লিশেস (CLICHES) এর ধারে কাছে যাবেন না। এগুলো ব্যাড জার্ণালিজমের লক্ষণ। ও হ্যাঁ, এককথায় CLICHES হচ্ছে আনস্মার্ট টার্মের প্রয়োগ। এই যেমন পচা, কর্কশ, অপ্রচলিত শব্দ।

এগুলো এড়াতে পারলেন না তো গেলেন।

স্ক্রিপ্টিংএ চাই স্মার্টনেস। কিভাবে রপ্ত করবেন? চারপাশের চেনাজানা মানুষগুলোর দিকেই তাকান না। কাউকে না কাউকে ঠিকই পেয়ে যাবেন-- যিনি কথার জাদুকর। মন্ত্রমুগ্ধ হয়ে মানুষ যার কথা শোনে। তেমনি লিখতে বসে ভাববেন না, লিখছেন। ওই জাদুকরের মতো করেই আপনি আপনার খুব কাছের কাউকে কিছু বলছেন--এমন দৃশ্যকল্প ভালো কাজ দিতে পারে। কাউকে কিছু বলা এবং কাগজে কলমে লেখালেখি ব্যাপারটা এক কাতারে নিয়ে আসুন, ভালো কাজ দেবে।

বলবেন না	বলুন
০১. অবহিত করা	জানানো
০২. অনুধাবন করা	বুঝতে পারা
০৩. বিক্ষোভ প্রদর্শন করেছে	বিক্ষোভ করেছে/দেখিয়েছে
০৪. শ্রদ্ধা প্রদর্শন করেছে	শ্রদ্ধা জানিয়েছে/দেখিয়েছে

www.pathagar.com

	বলবেন না	বলুন
০৫.	জ্ঞাপন করেছে	জানিয়েছে
০৬.	উপলব্ধি করা	বুঝতে পারা/বোঝা
০৭.	পৃথক	আলাদা
০৮.	বিভিন্ন প্রকার	নানারকম
০৯.	ব্যবধান	পার্থক্য/বেশকম
১০.	আহ্বান করা	ডাকা
১১.	নিরূপণ/নির্ধারণ করা	ঠিক করা
১২.	প্রদান করা	দেয়া
১৩.	গ্রহণ করা	নেয়া
১৪.	স্বীকৃতিস্বরূপ	স্বীকৃতি হিসেবে
১৫.	সাক্ষাৎ করা	দেখা করা
১৬.	অনুসন্ধান করা	খোঁজ করা
১৭.	অগ্রসরমান	এগিয়ে থাকা
১৮.	পশ্চাৎপদ	পিছিয়ে থাকা
১৯.	উদ্বোধন করা	চালু করা
২০.	দরিদ্র	গরিব
২১.	সংগ্রহ	যোগাড়
২২.	সম্মুখীন হওয়া	মুখে পড়া/সামনে পড়া
২৩.	সমবেত হওয়া	মিলিত হওয়া/জড়ো হওয়া
২৪.	উদ্বৃত্ত	বাড়তি
২৫.	হ্রাস বৃদ্ধি	কমা-বাড়া
২৬.	সরু	চিকন
২৭.	অতিক্রম করা	পার হওয়া
২৮.	প্রত্যাবর্তন	ফেরা
২৯.	অপেক্ষমাণ	অপেক্ষায় থাকা
৩০.	মেয়াদোত্তীর্ণ	মেয়াদ পার হয়ে গেছে
৩১.	যত্রতত্র	যেখানে-সেখানে
৩২.	অনুশোচনা	আফসোস
৩৩.	অপহৃত	অপহরণ হওয়া
৩৪.	নিহত হওয়া	মারা যাওয়া
৩৫.	মৃত্যু হয়	মারা যায়
৩৬.	ক্রয়-বিক্রয়	কেনা-বেচা

www.pathagar.com

	বলবেন না	বলুন
৩৭.	ক্ষতি	লোকসান
৩৮.	উর্ধ্বে ওঠে	উপরে ওঠে
৩৯.	বিরাজমান	বিরাজ করছে, চলছে
৪০.	অধিক মুনাফা	বেশি লাভ
৪১.	অধিকাংশ	বেশির ভাগ
৪২.	স্থান	জায়গা
৪৩.	নির্ভেজাল	খাঁটি
৪৪.	প্রয়োজন	দরকার
৪৫.	অত্যাবশ্যকীয়	যা ছাড়া চলে না
৪৬.	ভোটাধিকার প্রয়োগ করা	ভোট দেয়া
৪৭.	অতিরিক্ত	বাড়তি
৪৮.	কঠোর হস্তে	শক্ত হাতে
৪৯.	অনুষ্ঠিতব্য	হতে যাচ্ছে/অনুষ্ঠিত হতে যাওয়া
৫০.	ব্যবস্থা গ্রহণ করা	ব্যবস্থা নেয়া
৫১.	প্রস্তুত/প্রণয়ন	তৈরি
৫২.	যোগদান করা	যোগ দেয়া
৫৩.	নেতৃবৃন্দ	নেতারা
৫৪.	ব্যর্থ হয়েছে	পারে নি
৫৫.	সম্পন্ন	শেষ
৫৬.	সূচনা	শুরু
৫৭.	ফলশ্রুতিতে	ফলে
৫৮.	নিক্ষেপ করা	ছুঁড়ে মারা
৫৯.	উদ্ধারকৃত	উদ্ধার করা
৬০.	ব্যাহত হওয়া	বাধা পাওয়া
৬১.	অব্যাহত থাকা	চলতে থাকা
৬২.	অব্যাহত রাখা	চালিয়ে যাওয়া
৬৩.	প্রকার	ধরন/রকম
৬৪.	ব্যবধান ঘোচানো	পার্থক্য কমানো
৬৫.	দৃষ্টান্ত স্থাপন করা	উদাহরণ তৈরি করা
৬৬.	অসহনীয়	অসহ্য/যা সহ্য করা যায় না
৬৭.	আস্থা স্থাপন করা	আস্থা রাখা/ভরসা করা
৬৮.	নিমজ্জিত	ডুবে থাকা

www.pathagar.com

	বলবেন না	বলুন
৬৯.	অতুলনীয়	যার তুলনা হয় না
৭০.	মৃদু	সামান্য
৭১.	বৃহৎ-ক্ষুদ্র	বড়-ছোট
৭২.	খাদ্য	খাবার
৭৩.	সামগ্রী/দ্রব্য	জিনিস
৭৪.	প্রত্যেক দিন	রোজ
৭৫.	অভ্যন্তরে	ভেতরে
৭৬.	ক্ষোভ প্রকাশ করা	ক্ষোভ জানানো
৭৭.	সম্পৃক্ত	জড়িত
৭৮.	দ্রুত	তাড়াতাড়ি/জলদি
৭৯.	অভিন্ন	একই রকম
৮০.	নিরসন করা	দূর করা/সমাধান করা
৮১.	দুর্ঘটনা কবলিত	দুর্ঘটনায় পড়া
৮২.	পরিবর্তন	বদল
৮৩.	অস্বীকৃতি জানিয়েছে	অস্বীকার করেছে
৮৪.	সমাপ্ত	শেষ
৮৫.	অপারগতা/অক্ষমতা প্রকাশ	করতে পারবেন না তা জানানো
৮৬.	পুনর্ব্যক্ত করেন	আবারো বলেন
৮৭.	বিতরণ	বিলি
৮৮.	প্রেরণ	পাঠানো
৮৯.	উপর্যুপরি	পরপর/একের পর এক
৯০.	প্রলম্বিত	চলতে থাকা
৯১.	অনবরত	না থেমে
৯২.	আচ্ছাদিত	ঢাকা
৯৩.	উন্মুক্ত	খোলা
৯৪.	প্রস্তুত	তৈরি
৯৫.	আনাগোনা	আসা যাওয়া
৯৬.	অচিরেই	খুব শিগগিরই
৯৭.	দৈর্ঘ্য-প্রস্থ	লম্বায়-পাশে
৯৮.	অনড় অবস্থানে থাকা	অবস্থান না বদলানো
৯৯.	কৌশল প্রয়োগ করা	কৌশল খাটানো
১০০.	পরবর্তীতে	পরে

www.pathagar.com

বলবেন না	বলুন
১০১. প্রতিরোধ	ঠেকানো
১০২. অন্যথায়	নইলে
১০৩. পন্থা অবলম্বন	পথ বেছে নেয়া
১০৪. আতঙ্ক সৃষ্টি	ভয় দেখানো
১০৫. তদারকি	দেখাশোনা/দেখভাল
১০৬. আশাবাদ ব্যক্ত/প্রকাশ	আশা করা
১০৭. অভিমত ব্যক্ত করা	মত দেয়া
১০৮. পরিদর্শন করা	ঘুরে দেখা
১০৯. বিচ্ছিন্ন	আলাদা
১১০. প্রত্যক্ষদর্শী	যিনি দেখেছেন
১১১. তল্লাশি	খোঁজাখুঁজি
১১২. সম্পর্কচ্ছেদ করা	সম্পর্ক চুকিয়ে ফেলা
১১৩. পলায়ন	পালানো
১১৪. সংশয়	ভয়
১১৫. চার্জশিট	অভিযোগপত্র
১১৬. পৃথকীকরণ	আলাদা করা
১১৭. সৌন্দর্যবর্ধন	সৌন্দর্য বাড়ানো
১১৮. ক্রমেই/ক্রমশ	আস্তে-আস্তে
১১৯. সক্ষম/অক্ষম হওয়া	পারা/না পারা
১২০. একাত্মতা প্রকাশ	একমত হওয়া
১২১. অগত্যা	উপায় না দেখে
১২২. অবান্তর	বাজে
১২৩. অভাবনীয়	যা ভাবা হয় নি
১২৪. নির্ঝঞ্ঝাট	কোন ঝামেলা নেই
১২৫. অবাঞ্ছিত	যা আশা করা যায় নি
১২৬. অনাবশ্যক	যা দরকার নেই
১২৭. সর্বস্ব	সবকিছু
১২৮. শোকে মুহ্যমান	শোকে কাতর
১২৯. প্রত্যাহার করা	তুলে নেয়া
১৩০. অবকাশ নেই	সুযোগ নেই
১৩১. বিনা বেতনে/অবৈতনিক	বেতন ছাড়া
১৩২. আতঙ্ক	ভয়
১৩৩. পুঞ্জিভূত	জমে থাকা
১৩৪. বহিঃপ্রকাশ ঘটা	বেরিয়ে পড়া

www.pathagar.com

Don't Say	Say
01. ADEQUATE	ENOUGH
02. ALLEVIATE	EASE
03. ANTICIPATE	EXPECT
04. AFFLUENT	RICH
05. ASCERTAIN	FIND OUT
06. ASSIST	HELP
07. ATTEMPT	TRY
08. BACKLASH	REACTION
09. BLAZE	FIRE
10. CEASE	STOP
11. COMMENCE	START/ BEGIN
12. CONCLUDE	END
13. CO OPERATE	HELP
14. CURRENTLY	NEW
15. CONSISTS OF	IS
16. DECEASED	DEAD
17. DONATE	GIVE
18. DRACONIAN	SEVERE/ HARSH
19. ENDEAVOUR	TRY
20. EXCESS (IN, OF)	MORE THAN
21. EXCEEDINGLY	VERY
22. EXPENSE	COST
23. FINALISE	FINISH/ COMPLETE
24. FACILITATE	MAKE EASY
25. GATHERED	MET
26. GIVE RISE TO	CAUSE
27. INCORPORATE	INCLUDE
28. INFORM	TELL
29. INITIATE	START/ BEGIN
30. INQUIRE	ASK
31. MANUFACTURE	MAKE
32. NECESSITATE	NEED TO FORCE

www.pathagar.com

Don't Say	Say
33.OUSTED	EXPELLED/ DEPOSED
34. PRESENTLY	NOW
35. PRIOR TO	BEFORE
36. PURCHASE	BUY
37. REITERATE	REPEAT
38. RELINQUISH	GIVE UP
39. REQUIRE	NEED
40. REQUEST	ASK FOR
41. RESIDENCE	HOME
42. SOCCER	FOOTBALL
43. STEP UP	INCREASE
44. STOCKPILE	STOCK
45. SUBSEQUENTLY	LATER
46. SUCCOUR	HELP
47. SUCCUMB TO	DIED
48. SUFFICIENT	ENOUGH
49. TERMINATE	END/ STOP
50.TRANSPORTATION	TRANSPORT
51. TRANSMIT	SEND
52. UNDERPRIVILEGED	POOR
53. UPGRADE	IMPROVE
54. UTILIZE	USE
55. VESSEL	SHIP
56. VALUED AT	WORTH

www.pathagar.com

টিভি রিপোর্টার ও অন্যান্য টিম মেম্বারের টিপ্‌স

তেল সম্পদ হাতিয়ে নেয়ার জন্য আমেরিকা ও তার দোসররা ২০০৩ সালের ২০ মার্চ ইরাক আক্রমণ করে। অজুহাত ছিল --ইরাক পারমাণবিক অস্ত্র উৎপাদন করছে।

ইরাকে ইঙ্গ-মার্কিন হামলাকালীন বিবিসি দর্শক মাত্রই রাগি ওমরের সঙ্গে পরিচিত। চাপিয়ে দেয়া ওই যুদ্ধে বিশ্ব জনমত নিজেদের পক্ষে রাখার জন্য পশ্চিমা সংবাদ মাধ্যমগুলোকেও ব্যবহার করা হয়। মার্কিন-ব্রিটিশ বাহিনীর ছত্রছায়ায় থেকে সিএনএন এবং বিবিসি সরাসরি যুদ্ধের সংবাদ পরিবেশন করে। রণাঙ্গন থেকে সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে কৌশল, বুদ্ধিমত্তা ও বাকপটুতার কারণে রাগি ওমরের পরিবেশনা তখন ছিল অনন্য। প্রাতিষ্ঠানিক পলিসির মধ্যে থেকেও যে স্বকীয় স্টাইলে সংবাদ পরিবেশন সম্ভব, তা-ই দেখিয়েছেন মিশরীয় ওই সংবাদকর্মী। টেলিভিশন তথা ভিজ্যুয়াল সাংবাদিকতায় এমনই স্মার্টনেস দরকার।

স্ট্যান্ডার্ড টিভি সাংবাদিককে অবশ্যই হতে হবে ক্ষিপ্রতাসম্পন্ন। বসে-বসে ভাববার সময় যে নেই, নির্দিষ্ট কিছু সময় পর্বে, কখনওবা তাৎক্ষণিকভাবে জানিয়ে দিতে হয় মোদ্দা খবর। আজকের টিভি নিউজ মানেই ইন্সট্যান্ট। লাইভ। ট্রান্সপারেন্ট। আমেরিকার একটি চ্যানেলের শ্লোগানই হচ্ছে 'নিউজ ইন টু মিনিটস'। কাভার কাজে ব্যস্ত ছয় হেলিকপ্টার। বুঝুন, ক্যামন ব্যয়বহুল!

প্রিন্ট মিডিয়ায় সাংবাদিককে যখন বাংলা, ইংরেজি কিংবা অন্য কোন ভাষা নিয়ে কাজ করতে হয়, তখন টিভি সাংবাদিকের আলাদা করে খেলবার পারদর্শিতা থাকতে হয় ভিজ্যুয়াল ল্যাংগুয়েজ নিয়ে। শুদ্ধ বানান লেখার চাইতে বেশি ভাবতে হয় বরং যথাযথ উচ্চারণ নিয়ে। খবরের কাগজ কিংবা এজেন্সি'র সংবাদকর্মীর তুলনায় তাই বেশি রকম চাপ সামাল দিতে হয় টিভি সাংবাদিককে। বলা হয়ে থাকে, ভিজ্যুয়াল সাংবাদিকতার আশি ভাগই প্রযুক্তি। সৃজনশীলতার প্রয়োগে দারুণ সব কাজ দেখানোর সুযোগ আছে এ মাধ্যমে। যে যত বেশি টেকনিক প্রয়োগ করতে পারবেন, তার কাজও হবে ততই চমকপ্রদ।

দেশে এখন বহু টিভি চ্যানেল। সে সুবাদে প্রতিদিনই মাইক্রোফোন হাতে সংবাদের সন্ধানে বিভিন্ন স্থানে ছড়িয়ে থাকছে একদল সংবাদকর্মী। কিন্তু পরিতাপের বিষয়, মানসম্পন্ন সাংবাদিকতা বা রিপোর্টিং হচ্ছে খুব কম ক্ষেত্রেই। এ মাধ্যমে রিপোর্টার

www.pathagar.com

হিসেবে ঝলসে উঠতে পেরেছেন ক'জনা? প্রিন্ট মিডিয়ায় নিছক তথ্য সংগ্রহকারী হলেই যেমন সাংবাদিক হিসেবে জায়গা করে নেয়া চলে না। ইলেকট্রনিক বা ভিজ্যুয়াল মিডিয়ায়ও তেমনই শুধু সিংক বা বাইট (বক্তব্য, বিবৃতি বা সাক্ষাৎকারের সুনির্বাচিত অংশ) সংগ্রহ করলেই চলে না। এদেশে টিভি রিপোর্টাররা বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই বাইট সংগ্রাহক ছাড়া কিছু নন। এমন দু'একজনের অপরিপক্ব, হাস্যকর কীর্তিকলাপই কোন টিভি চ্যানেলের ইমেজ ধসের জন্য যথেষ্ট।

রিপোর্টার হিসেবে মাঠে নেমে কেউ যদি নিছক বাইট সংগ্রাহকের কাজ ছাড়া কিছুই (সাংবাদিকতা) দেখাতে না পারলো, বরং নিজেকে জাহির করতে ক্যামেরার সামনে কিছু একটা বলে দিলো (যাকে বলে Piece to Camera-PTC), শেষতক তৃপ্তির ঢেকুর তুলে চ্যানেলের নাম প্লাস নিজের নাম (যাকে বলে PAY OFF) উচ্চারণ করলো-- তাতে কিন্তু ওই প্রতিষ্ঠানেরই বদনাম। টিভি সাংবাদিক হতে আসা কারও-কারও মধ্যে পারফরমার কিংবা আরও পরিষ্কার অর্থে 'স্টার' হয়ে ওঠার বাতিক লক্ষণীয়।

এ সংক্রান্ত দায় এড়াতে পারবেন না সংশ্লিষ্ট চ্যানেল কর্তৃপক্ষ। বিশেষ করে ভিজ্যুয়াল সাংবাদিকতা অন্য কোন কাজকর্মে সুবিধা না করতে পারা লোকজনের আশ্রয় কেন্দ্র হবার নয়। চেষ্টা-তদবির করে সুযোগ করে নেবার জায়গা নয় এ মাধ্যম। অথচ আমাদের এখানে হামেশাই এমনটি হচ্ছে। এ সংক্রান্ত ট্রেনিং কেন্দ্রগুলোও যতটা না শেখানোর জন্য, তারচেয়ে বেশি বাণিজ্য স্বার্থের। সব মিলিয়ে ফল যে আশাব্যঞ্জক নয়, তা সচেতন যে কোন সংবাদপ্রেমীই বুঝতে পারেন।

এভাবে বলার যথেষ্ট কারণ আছে বৈ কি। সংবাদকর্মী হবার বদলে celebrity, নিদেন পক্ষে বিশিষ্ট ব্যক্তি তথা পরিচিত মুখ হয়ে উঠতে মরিয়া আমাদের টিভি রিপোর্টাররা। খ্যাতি প্রত্যাশী অর্বাচীন এই সংবাদকর্মীরা এ যাবৎ কম কাণ্ড তো ঘটায় নি! এ সংক্রান্ত কিছু নমুনা এবং তার পেছনের কারণ আবিষ্কারের আগে চলুন রাগি ওমরের কাছেই ফেরা যাক। আসলে ভিজ্যুয়াল সাংবাদিকতার জন্য এমন রাগী তারুণ্যই দরকার। ইরাক অধ্যায় বলছে, যুদ্ধ বিগ্রহের মতো দুর্যোগ-দুর্বিপাক কিংবা অন্যান্য ক্রান্তিকালীন সংবাদ পরিবেশনে চাই বুকের পাটা।

স্মরণ করা যাক, এদেশেরও এক সংবাদকর্মী ইরাক 'যুদ্ধ' কভারে গিয়েছিলেন। ঢাকা'র একটি টিভি চ্যানেলে পরপর বেশ ক'দিন ওর পরিবেশনা স্বাভাবিক কারণেই তাই মনোযোগ কেড়েছে।

কিন্তু শেষমেষ ভীত সন্ত্রস্ত এই 'যুদ্ধ সংবাদদাতা' যেভাবে কাঁদো কাঁদো স্বরে পরিবারের সদস্যদের দোয়া চেয়ে বসলেন, তাতে 'সাংবাদিক' শব্দটাকে ভীষণ পচিয়ে দেয়া হয়েছে বলে আমি মনে করি। নিজেকে আপাদমস্তক অ্যামেচার (আনস্মার্টতো বটেই)

www.pathagar.com

বানিয়ে ছাড়লেন তিনি এই আচরণে। তাছাড়া চাটগাঁর আঞ্চলিক উচ্চারণ ও মফিজ মার্কা বাচনভঙ্গি বড় ম্লান করে দিয়েছে ওর পরিবেশনা।

ইরাকে সংবাদ যুদ্ধে অংশ নেয়া বাংলাদেশীর উদাহরণ টানলাম এই কারণে যে, টিভি সাংবাদিককে অবশ্যই হতে হবে বলীয়ান, মনের দিক থেকে। জঙ্গি হানা, ভবন ধস, অগ্নিকান্ড, জলোচ্ছ্বাস --কত কী লাইভ কাভার করতে হতে পারে তাকে। ফাঁস হবার অপেক্ষায় থাকে কত না দুনীতি-কেলেংকারি। তাইতো থাকা চাই কৌতূহলী মন, অনুসন্ধানী চোখ। আর অবশ্যই 'নোজ ফর নিউজ'।

কেউ যদি ভেবে থাকেন, টিভি সাংবাদিকতা কোন ব্যাপারই না। লিখতে হয় কম। বিষয়ের গভীরে যেতে হয় না। টার্গেটের মুখ দিয়ে বলিয়ে নিলেই হলো। উপরন্তু সুযোগ আছে ক্যামেরার সামনে বলার ইত্যাদি। তাহলে তিনি বাস করছেন নিতান্তই বোকার স্বর্গে। কারণ ছোট পরিসরে মোদ্দা কথা জানাতে হয় বলে, বড় পরীক্ষারই শামিল এটি। সিন্ধুকে 'বিন্দু' বানানোর জন্য জানতে হয় ম্যাজিক। কারও 'বাইট' নেয়া কিংবা 'পিটিসি' দেয়ার জন্য দরকার মুন্সিয়ানা।

'থিংকিং, দেন ইংকিং'। প্রিন্ট মিডিয়ার সাংবাদিককে লিখবার আগে ভেবে নিতে হয়। টিভি সাংবাদিককে ভাবতে তো হয় বটেই। তবে তা ভিজ্যুয়ালি। দৃশ্যকল্প তৈরির ক্ষমতা যার যত প্রখর, স্টোরিও হবে তার ততটা ফলদায়ক।

WRITE LIKE YOU TALK। এ কথাটা প্রিন্ট মিডিয়ার চাইতেও বেশি প্রযোজ্য ইলেকট্রনিক মিডিয়ার বেলায়। রেডিও-টিভি'র দর্শক-শ্রোতা খবর পড়ছেন না, শুনছেন-দেখছেন। তাই এখানে স্ক্রিপ্ট লিখতে হয় একেবারেই বলার মতো করে। লেখার সময় মনে-মনে পড়ে দেখুন– স্টোরিটা বলতে বা শুনতে কেমন লাগছে। মুখের কথার যত কাছাকাছি হবে, ততই দারুণ হবে আপনার পরিবেশনা।

মাথায় রাখুন ক্যামেরায় আনা ছবির কথা। একটি ছবি হাজার শব্দের চেয়েও শক্তিশালী। প্রিন্ট মিডিয়ায় স্থির চিত্র নিয়েই এ কথা উচ্চারিত হয়ে থাকে। সে ক্ষেত্রে ভিডিও চিত্রের ক্ষমতা নিশ্চয়ই আরও বেশি। ছবি মারফত যে বক্তব্য প্রকাশ পাচ্ছে, তার বাইরের কিছুই কেবল টিভি সাংবাদিককে বলতে হয়। অল্প যেটুকুই বলতে হচ্ছে, বলুন ছোট-ছোট বাক্যে। ইংরেজ কবি Robert southey যেমন বলেন, Words are like sun beams, The more they condensed, The Deeper they burn.

Sound Byte প্রসঙ্গে ফেরা যাক। টিভি রিপোর্টের প্রয়োজনে নেয়া সাক্ষাৎকারের বাছাই করা যে অংশ বা অংশগুলো রিপোর্টে ব্যবহৃত হয়, তা-ই হচ্ছে Byte। দেড় থেকে দু'মিনিট ব্যাপ্তির রিপোর্টের প্রতিটি Byte-এর সময়সীমা ২০ থেকে ২৫ সেকেন্ড হওয়া দরকার। রিপোর্টে লাগসই বাইট যত বেশি ঠাঁই পাবে, ততই সমৃদ্ধ হবে পরিবেশনা। আবার যে প্রতিবেদক শুধু বাইট সংগ্রহের মধ্যেই সীমিত রাখতে চান তার

www.pathagar.com

দৌড়-ঝাঁপ কিংবা এর বেশিকিছু ভাববার জোর নেই যার, রিপোর্টও হবে তার তেমনই নড়বড়ে। মাইক্রোফোন হাতে থাকলে আলাদা খাতির বা গুরুত্ব পাওয়া যায় বলে এই কাজের প্রতি তারুণ্যের ঝোঁকও এখন বেশ বেড়েছে।

সাংবাদিকতার উপাদান নেই, এমন কারও হাতে টিভি চ্যানেলের মাইক্রোফোন তুলে দেয়ার পরিণতি কি হতে পারে, সে অভিজ্ঞতা নিশ্চয়ই এতদিনে আমাদের মিডিয়াঙ্গনে ঢের হয়েছে। স্পটে এমনকি টিভি পর্দায় প্রায়ই দেখা যায়, বাইট কালেক্টর কোন বিশেষ ব্যক্তির মুখের সামনে মাইক্রোফোন ঠেকিয়ে বলছেন, 'কিছু বলুন'।

এই রাজধানীতেই একবার একটি ভবন ধসে পড়লে কোন-কোন টিভি রিপোর্টারের কাণ্ড চোখে ঠেকে। ধ্বংসস্তূপে চাপা পড়া কোন মানুষকে যদি জিজ্ঞেস করা হয়, 'কেমন লাগছে'? মনের দুঃখে ওই লোকের মরে যাবার আর বাকি কি থাকে?

এক মহিলা বাইট কালেক্টর একটি সংবাদ সম্মেলনের শেষে স্পটে হাজির হয়ে কি কাণ্ডই না করে বসলেন। সম্মেলন শেষ করে বেরিয়ে পড়ার সময় আয়োজকদের দিকে মাইক তাক করে 'সাংবাদিক'-এর প্রশ্ন, 'আজকের মিটিং-এ কি সিদ্ধান্ত হলো?'

বাংলাদেশ ব্যাংকে এসে এক মহিলা রিপোর্টারতো কলমানি মার্কেট খুঁজে হয়রান। গভর্ণরের প্রটোকল অফিসারের কাছে তার জিজ্ঞাসা– আচ্ছা, কলমানি মার্কেটটা কোথায়? একটু দেখিয়ে দেবেন?

এমন সব হাস্যকর কাণ্ডকীর্তি ঘটত না, যদি ইলেকট্রনিক মিডিয়ায় সংবাদকর্মী নেয়ার বেলায় কোন মানদন্ড থাকত, যদি থাকতো যথাযথ প্রশিক্ষণের ব্যবস্থা। যদি না কাজ করতো সাংবাদিক হবার আগে রাতারাতি তারকা হয়ে ওঠার তাড়না তথা অসুস্থতা।

টিভি হচ্ছে পুরোদস্তুর টীম এফোর্ট। বলা হয়ে থাকে 'ইউ ক্যান মেক অর ব্রেক'। এ এক নেশা।

প্রথম দফায় রিপোর্টার-ক্যামেরাপারসন-গাড়িচালক পারস্পরিক সুসঙ্গতি থাকা চাই। পরে রিপোর্টারের সঙ্গে কপি ও ভিডিও এডিটর, বার্তা প্রযোজক এমনকি অফিস সহকারীর ছন্দোময় সমন্বয় থাকা দরকার। টিভি মাধ্যমে সবস্তরের কর্মীর মধ্যে কমন যে জিনিসটা থাকা চাই, সেটি হলো– নিউজ সেন্স। ছবি তুলতে চাই ইএনজি (ইলেকট্রনিক নিউজ গ্যাদারিং) ক্যামেরাপারসন। লোকেশনে যাবার আগে রিপোর্টার ছবির চাহিদার কথা জানাবেন ক্যামেরাপারসনকে। নিউজ সেন্স সম্পন্ন ক্যামেরাপারসন চট করেই বুঝে নেবেন ছবির প্রয়োজন সম্পর্কে। পরে এডিট প্যানেলে বসে স্টোরি নামানোর সময়ও রিপোর্টার শট লিস্ট সম্পর্কে জানাবেন ভিডিও এডিটরকে। এডিটর নিউজ সেন্স সম্পন্ন হলে তৈরি হবে যুতসই আইটেম। স্টোরি এমনভাবে এডিট হওয়া চাই যাতে ভয়েসওভার ছাড়াও সাজানো ছবি একটা গল্প বলবে।

স্টোরি শুরু হবে ওয়াইড বা মাস্টার শট দিয়ে। একে এস্টাবলিশমেন্ট শটও বলে। স্টোরি শেষ করা যেতে পারে দ্বিতীয় সেরা লং শটটি দিয়ে। ভিজ্যুয়াল রিপোর্টের জন্য

www.pathagar.com

আরেকটি দরকারি উপাদান হচ্ছে ন্যাচারাল বা অ্যামবিয়েন্ট সাউন্ড। ছবির সাথে যথাযথ মাত্রায় সারফেইস নয়েজের সংযোগ থাকা চাই।

ক্যামেরার সামনে মুখর হবার লোভ সামলাতে নারাজ আমাদের বেশির ভাগ রিপোর্টার। প্রয়োজন নেই, অথচ নিজেকে জাহিরের জন্য এ ধরনের পিটিসি'র ব্যবহার বরং রিপোর্টারকে আরও ক্ষুদ্র করে তোলে। নিউজ এডিটরের সঙ্গে আলাপ করে পিটিসি লাগবে কি লাগবে না–এটি নিশ্চিত হয়ে স্টোরি তৈরি করবেন রিপোর্টার। পিটিসি যাচ্ছে না, কিংবা রিপোর্টটি 'প্যাকেজ' না হয়ে 'উভ' হচ্ছে বলে মন খারাপ করা নিরর্থক। সহজ কথায় Package মানে যে স্টোরিতে রিপোর্টারের পর্দা উপস্থিতি থাকে– চেহারা না হোক অন্তত কণ্ঠে। OOV হচ্ছে Out Of Vision– যেখানে রিপোর্টার উধাও, প্রেজেন্টার খবর বলে যাবেন দৃশ্যের পেছনে থেকে।

টিভি সাংবাদিকতায় বাজিমাত করতে চাইলে তত্ত্বকথার চাইতে জরুরি হচ্ছে প্র্যাকটিকাল চর্চা। সেই সঙ্গে উত্তম কিছু আয়ত্ত করবার তাড়না। সবার আগে ভিত্তি হিসেবে চাই সৃজনশীল ও কৌতূহলী মন। একাগ্রতা ও নিষ্ঠা নিয়ে কাজে জড়িয়ে থাকলে নতুন কিছু, অভিনব কিছু উপহার পেতে পারেন দর্শক-শ্রোতা। চমক দেখানোর এমন সুযোগ ইলেকট্রনিক মিডিয়ার মতো আর আছে কোথায়?

www.pathagar.com

রিপোর্টার যখন ক্যামেরার সামনে

টিভি সাংবাদিকতায় বিশেষ বিশেষ সময়ে রিপোর্টারকে দাঁড়াতে হয় ক্যামেরার সামনে। পর্দা উপস্থিতির মধ্য দিয়ে রিপোর্টার যখন কোন ঘটনা বা বিষয়ের বিশেষ দিক নিয়ে বলেন বা আইটেমের ইতি টানেন, তাকে বলা হয় PTC. ক্যামেরায় তাকিয়ে এই কাজ সারতে হয় বলে, একে Stand Upও বলে। আর আইটেমের শেষে রিপোর্টারের নাম ও অবস্থানের উল্লেখই হলো Pay Off.

কয়েকবার রিহার্সেল দিয়ে পিটিসি তৈরির চাইতে স্বাভাবিক, স্বতস্ফূর্ততায় তৈরি পিটিসি বেশি সৌন্দর্য আর শক্তিকে ধরণ করে। তাই কোন একটি রিপোর্ট করতে গিয়ে হাতে যথেষ্ট সময় থাকলেও ঝটপট পিটিসি দেয়ার অভ্যাস করা ভালো। মনে মনে লাইভ চলছে ধরে নিতে পারলে লাগসই পিটিসি তৈরির যোগ্যতাসম্পন্ন হয়ে উঠতে পারেন। খুব গুছিয়ে বলতে হবে-- অযথাই এমন টেনশন করবেন না। বরং স্বাভাবিকতাই এখানে মূল চাওয়া।

পিটিসিঃ রিপোর্টের স্বার্থে, রিপোর্টারের নয়

রিপোর্টারকে অবশ্যই মনে রাখতে হবে, রিপোর্টের প্রয়োজনেই তার এই পিটিসি, নিজেকে দেখাবার জন্য নয়। রিপোর্ট দাবি করছে না, অথচ ক্যামেরার দিকে চোখ রেখে একটু কিছু বলে দিলাম-এমন মানসিকতা ঝেড়ে ফেলতে হবে। আরোপিত, অসংলগ্ন, যাচ্ছেতাই পিটিসি রিপোর্টটিকে কেবল দুর্বলই করে না, সংশ্লিষ্ট রিপোর্টার তথা গোটা নিউজটিম বা স্টেশনকে হাস্যকর বানিয়ে ছাড়ে।

কেন PTC

ক. রিপোর্টারের স্পট উপস্থিতি বোঝাতে;

খ. স্পট সম্পর্কে ধারণা দিতে;

গ. কোন ঘটনার সবশেষ তথ্য তুলে ধরতে। আগে দেখানো কোন স্টোরির আপডেট করতে।

পিটিসি দেবার মতো না হলে কিংবা উপায় না থাকলে স্পটে রিপোর্টার খবর সংগ্রহ করছেন, মানুষের সঙ্গে কথা বলছেন– এসব ছবি দেখিয়েও স্পটে রিপোর্টারের উপস্থিতি প্রমাণ করা চলে।

www.pathagar.com

পিটিসি'র বক্তব্য

ক. স্টোরির মূল বিষয়ের তথ্যভিত্তিক ব্যাখ্যা। মন্তব্য হলে চলবে না।

খ. স্টোরিতে ঠাঁই পায় নি, এমন তথ্য।

গ. স্টোরিতে দেয়া তথ্যের আলোকে কোন পূর্বাভাস।

ঘ. ছবি তোলা যায় না এমন বিষয়ের (যেমনঃ আদালত, জেলের অভ্যন্তর, গোপন বৈঠক) তথ্য।

ঙ. মিস হওয়া ছবি বা তথ্য সংক্রান্ত।

চ. ক্যামেরায় কথা বলেন না, এমন লোকের ভাষ্য।

ছ. দু'টি বিষয় বা স্পটের সংযোগ ঘটাতে।

করণীয়

পিটিসি'র বক্তব্য হচ্ছে রিপোর্টারের স্বতঃস্ফূর্ত বা ন্যাচারাল। বলতে হবে ক্যামেরার দিকে তাকিয়ে। ব্যাপ্তি ২০ থেকে ৩০ সেকেন্ড।

ধরন

শেষ, মধ্য, শুরু– নানাভাবে পিটিসি দেয়া যেতে পারে। এটি নির্ভর করবে রিপোর্টারের মেধার ওপর। রিপোর্টিং আইটেমের ওপর। হেঁটে-বসে-দাঁড়িয়ে এবং নানান ক্যামেরা অ্যাঙ্গেলে দেয়া চলে পিটিসি। একজন টিভি রিপোর্টারের মান বুঝে নিতে চাইলে তার পিটিসি দেখাই যথেষ্ট। যুতসই পিটিসি'র সুবাদে কোন সংবাদকর্মী আদায় করে নিতে পারেন তার বিশিষ্ট আসনটি।

www.pathagar.com

সাংবাদিকতার সীমানা সংকট এবং সংস্কৃতি

আমাদের শিল্প সংস্কৃতি এবং গণমাধ্যমে এ সংক্রান্ত উপস্থাপনা পরিবেশন নিয়ে বিশেষ ভাবনা-চিন্তার প্রয়োজন দেখা দিয়েছে। বাংলাদেশের সাংস্কৃতিক ঐতিহ্য যথেষ্টই গৌরবোজ্জল। এর সঙ্গে আধুনিকতার মিশেলে কী এক ঐশ্বর্যময় ঠিকানা হতে পারতো! সেখানে পৌঁছাতে পারছি কই আমরা? এ দায় গণমাধ্যমের, গণমাধ্যম কর্মীদের। সংস্কৃতি নিয়ে লেখালেখির গুরুত্বের কথা বলাই বাহুল্য। আমাদের দেশে সংস্কৃতি সাংবাদিকতা বলে আলাদা বলয় গড়ে উঠেছে ঠিকই, কিন্তু তাতে সংস্কৃতির কল্যাণ কতটা কী হচ্ছে ভেবে দেখা দরকার।

সংস্কৃতি বলতে কোনও জাতি কিংবা জনগোষ্ঠির গোটা জীবনধারা বোঝায়। সামগ্রিক আর্থিক জীবন থেকে শুরু করে ললিতকলা, আচরণ সবই এর আওতায়। CULTURE IS WHAT WE ARE. তা যদি মানি, তাহলে সাংবাদিকতা মানেই তো সংস্কৃতি সাংবাদিকতা। আর রাজনীতি-অর্থনীতি-সাহিত্য-বিজ্ঞান সবইতো সংস্কৃতি সাংবাদিকের এরিয়া। কিন্তু প্রকৃত পরিসরে সংস্কৃতিকে ধারণে অনভ্যস্ত আমাদের মিডিয়া। এখানে সংস্কৃতির সীমানায় নাচ-গান-নাটক-যাত্রাপালা-চলচ্চিত্র-চিত্রকলা এবং টেনেটুনে বিজ্ঞানেরও ঠাঁই হতে পারে।

গন্ডিবদ্ধ উপরন্ত অবহেলিত শাখা বানিয়ে রাখা হয়েছে সংস্কৃতি সাংবাদিকতাকে। দেশের দৈনিক খবরের কাগজগুলোতে এখন কালচারাল রিপোর্টিং বলে ভিন্ন **Beat**ও লক্ষ্যণীয়। কিন্তু এই **Beat**কর্মীদের দেখা হয় ভিন্ন চোখে। বছরের পর বছর প্রথম শ্রেণীর একাধিক দৈনিক এবং বার্তা সংস্থায় কাজ করেও দীর্ঘশ্বাস ফেলতে দেখেছি এক অগ্রসর তরুণ রিপোর্টারকে। বলতে শুনেছি, কালচারাল **Beat** করি বলে অফিসে তেমন গোনায় ধরা হয় না। বেশ কিছু অনুসন্ধানী রিপোর্ট উপহার দিয়ে, স্বীকৃতি ছিনিয়ে নিয়ে এমনই হতাশায় হাবুডুবু আমার ওই বন্ধু। তাকে মেইন স্ট্রীম বা মূল স্রোতের সাংবাদিক মানতে নারাজ আমাদের মিডিয়াজনেরা। সেক্ষেত্রে যারা বিনোদন বা ফ্যান ম্যাগাজিনে কিংবা দৈনিকের নির্দিষ্ট এই বিভাগে কাজ করেন, ক্যামন আছেন তারা? আসলে এ অবস্থার জন্য সংবাদ প্রকাশ বা পরিবেশন ব্যবস্থা এবং কাঠামোই দায়ী। প্রথমত এর দায়িত্বে যিনি বা যারা থাকেন, কাজ কতটা সুসমন্বিতভাবে এবং যথাযথ মানদন্ডে হবে, তা দেখবার দায়তো তাদের। একটি স্মার্ট মিডিয়া হাউসের

www.pathagar.com

সম্পাদক বা বার্তা পরিচালক ঠিক ঠিক বুঝে নিতে পারেন, কাকে দিয়ে কোন কাজ বা কি কি কাজ আদায় করা সম্ভব। এমন কারো সঙ্গে কাজের সুযোগ হলে এবং সংশ্লিষ্ট সংবাদকর্মী নিষ্ঠাবান হলে ঠিক ঠিক ক্যারিয়ার গুছিয়ে নেয়া সম্ভব। ছন্দোময়, মেধাদীপ্ত, সৃষ্টিশীল টীম ওয়ার্কও সম্ভব এমন হাউসেই। কিন্তু অত্যন্ত পরিতাপের বিষয়, ঢাকায় এমনটি খুব কম ক্ষেত্রেই লক্ষ্যযোগ্য।

দুঃখজনক হলেও সত্য, আমাদের এখানে সৃজনশীল সাংবাদিকতার সুযোগ বড় সীমিত। কেউ একজন যত এক্সক্লুসিভ রিপোর্টই তৈরি করুন না কেন, সেটি যে ছাপা হবেই তার নিশ্চয়তা কোথায়? কখনো বাধা মালিক পক্ষ, কখনো নিউজ বসের মর্জি, আবার কখনো বা কোন সিনিয়র কিংবা সহকর্মীর ঈর্ষাকাতরতা।

রিপোর্টারদের বিট বন্টন করে দেবেন সেতো ভালো কথা, যদি তা কাজের সুবিধার জন্য হয়। কিন্তু তার মানে কি এই, এক বিটের সাংবাদিক আরেক বিটের ফাটাফাটি তথ্য পেয়েও সে বিষয়ে রিপোর্ট করতে পারবেন না? হামেশাই দেখা যায়, ভিন্ন বিটে কিছু করতে চাইলে নিউজ বস বলে বসছেন, এটি কে করতে বলেছে? বা এ নিয়ে তোমাকে ভাবতে হবে না। যেমন ক্রাইম বিটের বাইরের কোন রিপোর্টারের কাছে অপরাধ জগতের যত গরম খবরই থাক না কেন, অফিসকে জানালে বলা হবে, ক্রাইম রিপোর্টারের সঙ্গে কথা বলো। এমনিভাবে বিশেষ বিশেষ সংবাদ এলাকার মনোপলি দিয়ে দেয়া হচ্ছে নির্দিষ্ট কাউকে। আবার দেখা যায়, সংবাদ টীমের সঙ্গে ফিচার কিংবা সাপ্তাহিক পাতার সমন্বয় নেই। যে কারণে একইদিনে ফ্রন্ট পেইজে কোনও বিশেষ (যেমন: অপরাধ, অর্থনীতি, সংস্কৃতি বা বিনোদন) রিপোর্ট ছাপা হয়েছে, আবার ভেতরের পাতায়ও একই তথ্যাদি নিয়ে তৈরি আইটেম গেছে। আজকাল দৈনিকে কত না ফিচার পাতা থাকছে, বাহারী বিষয়ক। এক বা একাধিক ম্যাগাজিনও প্রসব করছে। এসব বিভাগের পারস্পারিক যোগাযোগহীনতার কারণে দেখা যায়, আইটেমের ক্র্যাশ ঘটছে ঘন ঘন। একটি সফল হাউসের জন্য এই সমন্বয় সাধারণ শর্তের মধ্যেই পড়ে। প্রচলিত এই অবস্থার কারণে একজন সংবাদকর্মীর জানবার, বুঝবার, চর্চার পরিধি সংকুচিত হয়ে থাকছে না কি?

একটি ট্যাবলয়েডের নবীন এক রিপোর্টারের কথাই ধরা যাক। প্রায়ই তাকে বলতে শোনা যায়-আমি অর্থনৈতিক রিপোর্টার! এখানেই শেষ নয়, ভিন্ন বিটের খবর পড়াও না-কি তিনি বন্ধ করে দিয়েছেন অর্থনীতিতে ভালো করার স্বার্থে। এভাবে একেকটি কুয়ো তৈরি করে দিয়ে সংবাদকর্মীকে তার ব্যাঙ বানিয়ে রাখা ঠিক হচ্ছে কি? আবার এমন প্রশ্নও তোলা যেতে পারে, ইচ্ছা থাকলে কি এই গণ্ডি পেরুনো অসম্ভব? মোটেই না। নিজেকে ঠিকমতো প্রকাশ করতে পারলে, ইচ্ছাশক্তি জোরালো হলে ঠিকই কাজের পরিধি বাড়িয়ে নেয়া সম্ভব। এটি নির্ভর করবে হাউসে এবং হাউসের বাইরে নিজে

www.pathagar.com

তুলে ধরার ওপর, লাগসই কৌশল প্রয়োগের ওপর। বাকিটা ভাগ্য। ভালো কিংবা মন্দ।

সংস্কৃতি সাংবাদিকতার কথায় ফেরা যাক। কেউ যদি নিজেকে সংস্কৃতি সাংবাদিক বলতে স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করেন কিংবা হাউস যদি এই বিশেষায়নে যান, সেক্ষেত্রে সব বিষয়ের জন্যই তার কলম কাজে লাগাতে দেয়া প্রয়োজন। ব্যবসা-বাণিজ্য থেকে শুরু করে যাত্রাপালা, এমনিক তথ্য-প্রযুক্তি --সব বিষয়েই তার দখল থাকা দরকার। কিন্তু বাস্তবে, কর্মযুদ্ধে, সংস্কৃতি সাংবাদিকতার সীমানা সংকট চলছে। এই বিট বলতে বোঝানো হচ্ছে সিনেমা, টিভি, ললিত কলা। যেটি আসলে বিনোদন সাংবাদিকতা বলে আলাদা করা যেতে পারে। আর সে প্রয়োজনকেই বা ছোট করে দেখবার সুযোগ কোথায়? আমাদের শো বিজনেস এখন যথেষ্টই রমরমা। ব্যাপক প্রসার ঘটেছে টিভি চ্যানেলের। সে সুবাদে অডিও ভিজ্যুয়াল কাজ যেমন বেড়েছে, পারফরমারদের অংশগ্রহণ তথা পর্দা উপস্থিতিও বেড়ে গেছে বহু গুণে। তার মানে এ সংক্রান্ত খবর, ফিচার, রিভিউ- ইত্যাদির প্রয়োজনও দেখা দিয়েছে বেশ। যে কারণে দৈনিকগুলো সাপ্তাহিক ফিচার পাতা ছাড়াও প্রতিদিনই আয়োজন রাখছে বিনোদন পসরার। এছাড়া বিনোদন বা ফ্যান ম্যাগাজিন তো আছেই।

প্রশ্ন তোলা যেতে পারে, এই ফ্যান সাংবাদিকার ধরণ নিয়ে। সিনেমা কিংবা টিভির তারকা-ভক্তদের জন্য কিংবা আরো পরিস্কার অর্থে বাণিজ্যিক স্বার্থে এ ধরনের ম্যাগাজিন কিংবা বিনোদন পাতা বের করা হলেও এখানে ডেপথ রিপোর্ট করার সুযোগ কি একেবারেই নেই? কিন্তু সেরকমটি হচ্ছে কোথায়? ম্যাগাজিন বা কাগজের নির্ধারিত এই স্পেস জুড়ে থাকে হালকা বা চটুল বয়ান, শুটিং সংবাদ, সিনেমা-নাটক-টেলিফিল্মের গল্প সংক্ষেপ, গুঞ্জন, অনুষ্ঠানসুচি আর বিশেষ করে পারফরমারদের নিয়ে প্রতিবেদন বা ফিচার। পাঠক চায়, তাই এগুলোতে থাকবেই। তাছাড়া সব পত্রিকাতো এভাবেই দিচ্ছে। এ জাতীয় অজুহাত আমি তুলতেই পারি। কিন্তু এমন সব পরিবেশনাই যদি মেধার মিশেলে, সৃজনশীলতার মোড়কে পরিবেশন করা যায়, মন্দ কি? আপনার পরিবেশনার স্টাইল বা স্বাতন্ত্র্যে অন্যরা নড়েচড়ে বসবে। পাঠক বন্ধুরা বলবে, বাহ্ । এটি কম কিসে? তাছাড়া পাঠক-দর্শকদের পছন্দকে প্রভাবিত করবার, রুচি চোখা করে দেয়ার, অন্তরের চোখ বাড়িয়ে দেয়ার কোনও দায়-দায়িত্ব কি থাকতে নেই? শুধু বিনোদন বিটের কুয়োর ব্যাঙ হবেন কেন? এই জমিনে দাঁড়িয়েই নিজ দর্শন কাজে লাগিয়ে দিক নির্দেশনামূলক লেখালেখি করতে পারেন আপনিও। চালু অর্থে সাংস্কৃতিক সাংবাদিক বলতে কিন্তু আপনাকেই বোঝানো হচ্ছে। প্রচলিত মিডিয়া ব্যবস্থায় আপনি যদি বিটবন্দি হয়েও পড়েন, মেধার প্রভায় ঠিকই খবর হয়ে যাবে, আপনি কোন মাপের এবং কি কি পারেন।

www.pathagar.com

সংস্কৃতি সাংবাদিক পরিচয়ে কেউ যদি কেবল পারফরমারদের পারপাজ সার্ভ করে কাটাতে থাকেন, নিজের পায়ে কুড়াল মারছেন তিনি। সাংবাদিকতায় ক্যারিয়ার গড়েত না চাইলে বলবার কিছু নেই। তবে জানবেন, আপনি যা করছেন, সাংবাদিকের নয়, এটি প্রেস এজেন্টের কাজ। সাংবাদিকতার নামে কেউ কোন তারকার পিআরও, পিএস, পিএ'র ভূমিকায় নামলে, সে বড় পরিতাপের বিষয় নিশ্চয়ই। পেশাগত প্রয়োজনে বিনোদন জগতের চানাচুর খবর লিখতে হয় লিখুন। সঙ্গে সঙ্গে তাড়না এবং তাগিদ থাকা চাই, অনুসন্ধানমুলক কিংবা ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন তৈরির। মন্তব্য প্রতিবেদন এমনকি ভুল-ত্রুটি, অনিয়ম-অসঙ্গতি নিয়ে পর্যালোচনামূলক লেখালেখির অভ্যাস করুন। বিষয়ের গভীরে হাতড়িয়ে তৈরি করতে পারেন নির্দেশনামূলক নিবন্ধ। এতে সাংবাদিকতার ভিত শক্তই হবে। দাঁড়াবে আপন আইডেন্টিটি। শিল্প সংস্কৃতি-সিনেমা জগতের কত কী দুর্নীতি থাকতে পারে উন্মোচন অপেক্ষায়। তদন্ত রিপোর্ট করতে পারেন আপনি। শো'বিজ আরেক অর্থেতো অর্থনীতির বিষয়। সেক্ষেত্রে অপরাধ-অর্থনীতি, বাণিজ্য রিপোর্ট করছেন আপনিও। তো মেইন স্ট্রীমের বাইরে থাকছেন কি করে?

সাংস্কৃতিক অঙ্গনের বাইরের কিছু নিয়ে লেখালেখি করতে গিয়ে কখনোই ভাববেন না, সীমানা পেরিয়ে গেছেন। বরং নিজ সীমানা বুঝে নেয়ার ব্যাপার এটি। আমাদের টিভি চ্যানেলগুলো অবশ্য এই সীমানা-সংকটমুক্ত। বিট বিভাজন নেই সে অর্থে। বিভিন্ন বিটে কাজ করার সুযোগ পাচ্ছে একজন রিপোর্টার। তবে কাগজে যাকে সংস্কৃতি সাংবাদিকতা বলা হচ্ছে ভিজ্যুয়াল মিডিয়ায় তা ই বা হচ্ছে কই? সংস্কৃতি সংবাদ বলতে টিভিতে যা পরিবেশিত হয়, সেটি এক অর্থে অনুগ্রোগ্রাম। বিভিন্ন শো' কিংবা অনুষ্ঠান সেভাবেই তুলে ধরে আয়োজকদের এক্সপোজারে সহায়তা দেয়া ছাড়া এ আর কী! অথচ ডেপথ রিপোর্ট দেখানোর যথেষ্টই সুযোগ আছে টিভি চ্যানেলের। সংস্কৃতি সংবাদিকতার সুযোগ কীভাবে কাজে লাগাবেন, গণ্ডিমুক্ত হয়ে, কী করে আপন অবারিত সীমানা বলয় গড়ে নেবেন, সেটি নির্ভর করছে সংশ্লিষ্টজনের দক্ষতারই ওপর। এই যে রাজশাহীর বরেন্দ্র যাদুঘরের কিছু অ্যান্টিক বিদেশে পাঠানো হলো, রাজধানীতে প্রস্তাবিত পরিকল্পিত সংস্কৃতি বলয় কেন গড়ে উঠলো না- এইসব আরো কত কী নিয়েই তো হতে পারে ডেপথ রিপোর্ট। মিডিয়ায় সংস্কৃতিকে যদি সার্বিক জীবনধারা হিসেবে নাও গণ্য করা হয়, তাও এটি হচ্ছে Any Fine Pursuit or Aspect of Life. দুঃখজনক হলো, জীবনের এইসব ললিত ক্ষেত্র নিয়েই বা অর্থপূর্ণ কাজ হচ্ছে কই?

বিশ্বব্যাপী সাংবাদিকতা এখন তুলনামূলকভাবে বিকশিত। তাই অচলায়তন ভেঙ্গে মুক্ত সাংবাদিকতার আবহ গড়ে তোলার এখনই সময়। চাই দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তন। সংবাদ টীমের কান্ডারির ভূমিকায় দেখতে চাই গোঁড়ামিমুক্ত, আধুনিক ও বিজ্ঞানমনস্ক সর্বোপরি তারুণ্যদীপ্ত সুজন। যিনি টীম সাজাবেন মেধার মানদন্ডে। সংকীর্ণ রাজনৈতিক চিন্তা,

www.pathagar.com

আঞ্চলিকতা-আত্মীয়তা গৌণ করে বড় করে দেখবেন সৃজনশীলতাকে। যিনি তোষামোদি না, স্বাগত জানাবেন কাজকে। মূলধারা, উপধারা, বড় বিট, ছোট বিট, রিপোর্টার, ডেস্কম্যান- এইসব বিভাজন তৈরি করে টীমকে ছিন্ন ভিন্ন করে দেবেন না। বরং অনুপ্রাণিত করবেন নতুন আইডিয়া পোষণকারীকে, হতে পারে সে নবিস। আর বিশেষ করে টিভি নিউজ বসদের জন্য তো আছে সৃষ্টিশীলতা দেখানোর অপার সুযোগ। কলমের চেয়ে ক্যামেরার শক্তি নিশ্চয়ই বেশি। মূল হচ্ছে মুন্সিয়ানা। সুদক্ষ আর উদার মনের ক্যাপ্টেনের সঙ্গে বাদবাকি টীম মেম্বাররাও যদি হন তেমনি স্মার্ট, তাহলে তো আর কথাই থাকে না। ব্যাটে বলে মিলন হলে কর্মযজ্ঞও হয়ে উঠবে ছন্দোময়, অর্থপূর্ণ। এমনতরো বাস্তবতা পেলে লেখার শুরুতে উল্লেখ করা ওই রির্পোটারের মতো কাউকে তো আর হা হুতাশ করতে হয় না। বরং একের পর এক উপহার দেয়া সম্ভব দুর্দান্ত সব লেখা বা পরিবেশনা। মিডিয়ায় স্বপ্নের এই বাস্তবতার জন্য খুব কি অপেক্ষা করতে হবে?

www.pathagar.com

সাব এডিটর না কি নিউজ ক্লার্ক

সংবাদ মাধ্যমের 'লাস্ট চেক পোস্ট' বলা হয়ে থাকে নিউজ ডেস্ককে। একজন কপি এডিটর বা সাব এডিটরের গুরুত্ব সহজেই আঁচ করা যেতে পারে এখান থেকে। কিন্তু অত্যন্ত পরিতাপের বিষয়, এদেশের গণমাধ্যমে বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই সাব এডিটরদের স্বাভাবিক আসনটি দেয়া হয় না। সব সময় ইচ্ছাকৃতভাবেই যে এটি করা হয় তা নয়, অনেক ক্ষেত্রে সংশ্লিষ্টদের মূর্খতাও এর জন্য দায়ী।

এই যে সাব এডিটররা অবহেলিত, উপেক্ষিত-- এর জন্য তারা নিজেরাও কি কম দায়ী? পেশাগত জীবনে দেখেছি-- অনেকেই অবচেতনে নিজেকে কেরানি ভাবতেই পছন্দ করেন। শিফট ধরে অফিসে আসা, সময় ধরে ঘরে ফেরা এবং তারপর স্বাভাবিক প্রয়োজনের কাজ (খাওয়া---ঘুম ইত্যাদি) বাদে আর কিছুই না করা। যেন একটা চাকরি দরকার ছিলো, তাই কাগজে কাজ করা আর কি। কাগজ ও সংবাদ সংস্থায় সাব অডিটরদের বেশির ভাগ সময়ই তর্জমায় ব্যস্ত দেখা যায় বলে অনেকেই ভাবতে পারেন, তারা বুঝি অনুবাদক। বলাই বাহুল্য, ভালো ভাষা জ্ঞান হচ্ছে সংবাদ মাধ্যমের অপরিহার্য এই কর্মীর গুণাবলির একটি অংশ মাত্র। কিন্তু বাস্তবতা এমনই পীড়াদায়ক, অনেক সংবাদ মাধ্যমের কর্তারা সাব এডিটরদের নিছক অনুবাদক কিংবা আরও নিরেট অর্থে কেরানি ছাড়া কিছুই মনে করেন না। অসম বাস্তবতার কারণেই রিপোর্টিং এবং ডেস্কের মধ্যে অসুস্থ ব্যবধান লক্ষণীয়, যা কি না কোন মাধ্যমের জন্যই শুভ হবার নয়। কেবল গণমাধ্যম কেন, যে কোন কর্মযজ্ঞের ক্ষেত্রেই সাফল্যের প্রধান শর্তই হচ্ছে টীম স্পিরিট। কর্মীদের মধ্যে সু-সমন্বয়ের কোনই বিকল্প নেই! মিডিয়ায় একজন কর্মীকে পুরোদস্তর সাংবাদিক করে তোলার ক্ষেত্রে ডেস্ক, রিপোর্টিং, ফিচার, এডিটোরিয়াল-- অদল বদল করে কাজ করানো প্রয়োজন, যতটা সম্ভব। বিরাজিত ব্যবস্থায় সাংবাদিকতার ঝুঁকি, কৃতিত্ব, আনন্দ, স্বীকৃতি, নজরানা-- সবগুলা দুয়ার খোলা থাকছে মূলত রিপোর্টারদেরই জন্য। সৃজনশীল সাংবাদিকতায় বিশ্বাসীরা নিশ্চয়ই একমত হবেন যে, একজন সাংবাদিককে অবশ্যই হতে হবে কেরানি মানসিকতা মুক্ত। তেমনি কোন কর্মীকে কেরানি বানিয়ে রাখার কর্তৃপক্ষীয় প্রবণতা প্রতিষ্ঠানের জন্যই ক্ষতিকর। আজকাল কোন কোন সংবাদ মাধ্যমে 'কেরানিবৃত্তির'র গন্ডিমুক্তির প্রক্রিয়া লক্ষ্যণীয়। এক্ষেত্রে সাধুবাদ জানাতে হয় টিভি চ্যানেলগুলোকে, যেখানে কর্মীরা অনেকেই রিপোর্ট,

www.pathagar.com

ডেস্ক--দু'জায়গাতেই বিচরণ করছে। আবার ডেস্কে 'অনুবাদ' নয় রিপোর্ট তৈরি করা হচ্ছে। ডাকসাইটে সাংবাদিক শওকত মাহমুদ মাঝে মধ্যেই স্মরণ করেন, তার 'সংবাদ' অভিজ্ঞতার একটি বিশেষ দিক। 'একটা সময় গেছে যখন সংবাদের রিপোর্টারদেরও কিছুদিনের জন্য ডেস্কে বসতে হতো। এটি আমার কাজের উৎকর্ষ বাড়াতে দারুন সহায়ক হয়েছে', বলেন তিনি। ঠিক এমনিভাবে ডেস্ক কর্মীদেরও রিপোর্টিং অ্যাসাইনমেন্ট দেয়া দরকার পালা করে, সংশ্লিষ্ট সাংবাদিকের পরিপূর্ণতার, প্রতিষ্ঠানের বর্ণিল বিকাশের স্বার্থে। বিভিন্ন সংবাদ মাধ্যমে কান পাতালে বিশেষ করে সাব এডিটরদের হা হুতাশ শোনা যায়। সংঘবদ্ধ হবার ক্ষেত্রেও তাদের তৎপরতা হতাশাজনক। সাব এডিটর্স কাউন্সিলের কার্যক্রম চলছে খুঁড়িয়ে খুঁড়িয়ে। নাই নিজস্ব অফিস। এতোসব দীর্ঘশ্বাসের মধ্যে নির্বাচিত কমিটি সতীর্থদের কল্যাণে তেমন কী ই বা করতে পারছে? প্রশ্ন উঠেছে সাব অডিটরদের সন্তানদের বৃত্তি দেয়া নিয়ে। কারণ যথেষ্টই সঙ্গত। নানান সংকটের শিকার সাব এডিটরদের পেশাগত মান, জীবন মান, কাজের স্বীকৃতি ইত্যাদি বিষয়কে এড়িয়ে তাদের উত্তরসূরিদের কল্যাণ নিশ্চয়ই অগ্রাধিকার পাবার নয়।

তাছাড়া সাব এডিটরদের সিংহভাগই হচ্ছে তরুণ-তরুণী। কথায় কথায় এক সাব এডিটর কাউন্সিল নেতৃত্বের প্রতি উষ্মা প্রকাশ করে বলছিলেন, 'জিনিসপত্রের যা দাম। বেতন বাড়বে দূরের কথা, যা পেতাম তাও যে এখন বন্ধ। এ অবস্থায় আমার মতো অনেক সাব এডিটর বিয়ের কথাই ভাবতে পারছে না। অফিসে থাকি কোণঠাসা হয়ে। ওদিকে কাউন্সিল নেতারা এসবের সুরাহার উদ্যোগ না নিয়ে হাতে গোণা ক'জন মুরুব্বী সাংবাদিকের সন্তানদের বৃত্তি বিলাতে ব্যস্ত। এ নিছক উদ্দেশ্যমূলক, স্বার্থ হাসিলের ব্যাপার।'

সময় এসেছে পরিবর্তনের জন্য শক্ত হয়ে দাঁড়ানোর। চারদিকে মোটা দাগে বিভক্তির এই বাস্তবতায় চাই এমন সংবাদ সংগঠন, কোনও দল বা মহলের লেজুরবৃত্তি নয়, যার কার্যক্রম চলবে পেশার উন্নয়নের জন্য। সেটি হবে দল-মত সবকিছুর উর্ধে কর্মী সাংবাদিকদের প্লাটফর্ম।

www.pathagar.com

সৃষ্টিসুখের সাংবাদিকতা ও সাহিত্য

সংবাদ মাধ্যমের কাজই হচ্ছে সংবাদের প্রকাশ, সম্প্রচার, সরবরাহ। পাঠক নিরেট তথ্য পাবেন এটিই হচ্ছে প্রথম এবং মূল চাওয়া। তবে শক্ত খবরও সৌকর্যমন্ডিত হয়ে উঠতে পারে সংশ্লিষ্ট পরিবেশনকারী ও সম্পাদনাকারীর মুন্সিয়ানায়। সৃজনশীল সাংবাদিকের পরিবেশনা গুণে পাঠক-দর্শক ঘটনা জেনে নেয়ার সাথে সাথে সুযোগ পান শিল্প রসে সিক্ত হবার। এ ধরণের লেখা বা পরিবেশনার ছাপও জীবন্ত থেকে যায় মনের ক্যানভাসে।

সাহিত্যের সঙ্গে সাংবাদিকতার কোন বিরোধ নেই। CONCISE OXFORD DICTIONARY তে LITERATURE এর মানে বলা হয়েছে WRITING WHOSE VALUE LIES IN BEAUTY OF FORM OR EMOTIONAL EFFECT THE BOOKS TREATING OF A SUBJECT. অর্থাৎ যে লেখা মনে ভাব জাগায়, গঠনে যার সৌন্দর্য--তাই সাহিত্য। সাহিত্যের মতো সাংবাদিকতারও উদ্দেশ্য পাঠকের মনে ভাবগত বদল আনা। আর যে পারে, সে অর্থনীতির রিপোর্টেও পারে সৌন্দর্য সৃষ্টি করতে।

'জার্ণালিজম ইজ লিটারেচার ইন আ হারি'। সাংবাদিকতা হচ্ছে দ্রুত লয়ের সাহিত্য। তাই তাড়াহুড়ো এবং তাৎক্ষণিকতার মধ্য দিয়েই দাবি থেকে যায় শিল্প মানের। তবে সাহিত্যিকের মতো শৃঙ্খলমুক্ত নন সাংবাদিক। সাংবাদিকতায় অসংখ্য হিউম্যান স্টোরি লেখা হয়েছে যা সত্য অথচ অসাধারণ মানবিক আবেদনপূর্ণ। আমেরিকায় গে টেলাসি, হেনরি মিনার প্রমূখ সাংবাদিক-সাহিত্যিক 'নিউ জার্ণালিজম' এর রূপকার, যা সাহিত্য ও সাংবাদিকতার ব্যবধান ঘুচিয়ে দেয়।

পাশ্চাত্যে সাংবাদিকতাকে নিছক ঘটনার বিবরণ বলে মানা হয় না। তাইতো প্রতিবেদনকে বলা হচ্ছে স্টোরি। অর্থাৎ গল্প। সে বিবেচনায় এদেশে জার্ণালিস্টিক লেখালেখি তেমন হচ্ছে কই?

একজন সৃজনশীল সাংবাদিক রিপোর্টিং-সম্পাদনা-সম্পাদকীয়, যে শাখাতেই কাজ করুণ না কেন--তাতে তার নিজস্বতার প্রতিফলন থাকবেই। যাকে বলবো স্টাইল। পার্থক্য হচ্ছে, মাঠ পর্যায়ের যোদ্ধা অর্থাৎ রিপোর্টারের নাম চাউর হয়। বাদবাকি কুশীলব অর্থাৎ পেছনের নায়কেরা থেকে যান 'আনসীন, আনসাং'। সুপাঠ্য একটি

www.pathagar.com

প্রতিবেদনের বেলায় অনেকসময়ই তথ্য সমাবেশ বাদে বাদবাকি অবদান সম্পাদনাকারীর। অথচ পুরো কৃতিত্ব নিতে ছাড়েন না রিপোর্টার বাবু। বাইরের স্ট্যান্ডার্ড কাগজে তাই স্টোরি আসলে যিনি তৈরি করেন তার নাম থাকে আইটেমের ওপরে। সংশ্লিষ্ট রিপোর্টার বা রিপোর্টারদের নাম ঠাঁই পায় লেখার শেষে। এদেশে দেরিতে হলেও যৌক্তিক এই ট্রিটমেন্ট চালু হচ্ছে বলেই মনে হয়। বলতে দ্বিধা নেই, আমাদের মুরুব্বী সাংবাদিকদের মধ্যে হাতে গোণা ক'জন মাত্র আছেন, যাদের পরিবেশনায় পাঠক আবিষ্ট হন। ঝরঝরে-পরিপাটি পরিবেশনাগুণে পাঠকের মনোজগতে আসন করে নিয়েছেন মাহফুজ আনাম, মতিউর রহমান, আবেদ খান, শওকত মাহমুদ, মতিউর রহমান চৌধুরী, ইনাম আহমেদ, আমীর খসরু প্রমূখ। আলাদা করে কলাম লেখকদের প্রসঙ্গ টানলে অবশ্যই উল্লেখ করতে হয় সিরাজুল ইসলাম চৌধুরী, নির্মল সেন প্রমূখের নাম। কিন্তু তারপর? এদেশের সংবাদপত্রে লেখার ধারের চাইতে বয়সের ভারের কারণেই গুরুত্ব পেয়ে থাকেন বেশিরভাগ কলাম লেখক। এখনতো অনেকগুলো কাগজ। প্রতিদিন কত না কলাম ছাপা হচ্ছে! এর মধ্যে পাঠককে ধরে রাখবে, টেনে নিয়ে যাবে বিষয়ের গভীরে-এমন লেখা যে বিরল! সৃজনশীল সাংবাদিকতার এমনই কাহিল দশা এদেশে।

একজনের নাম অবশ্য বিশেষভাবে উল্লেখ না করলেই নয়। মিনার মাহমুদ। মুক্তিযুদ্ধ পরবর্তী একটি প্রজন্মকে কী ভীষণ নাড়াই না দিলেন তিনি 'বিচিন্তা' সৃষ্টির মধ্য দিয়ে। অথচ এমন জিনিয়াসকে দেশ ছাড়তে হলো!

শুধু সাংবাদিকতা কেন, যে কোনও লেখালেখি অথবা সম্প্রচারের বেলাতেই সারল্যই যে বড় পরীক্ষা। সহজতা আর স্বাভাবিকতার মধ্যেই ফুটে ওঠে সৌন্দর্য। সহজ কথা যায় না বলা সহজে--রবিঠাকুর কী সহজ করেই না বললেন সহজ এই কথাটি! এমন সরল স্বাভাবিক পরিবেশনকারীর সাফল্য না এসে যায় কই?

সাংবাদিকতায় সফল পরিবেশনার তাবিজ হচ্ছে--'রাইট লাইক য়্যু টক'। ঠিক তাই। যেভাবে কথা বলে থাকেন, ঠিক সেভাবেই লিখুন না। কোনও পরিবেশনা যতো স্বাভাবিক আর সরল--তা মনোগ্রাহী হয় ততই। ছোট ছোট বাক্যই আসলে বড় শক্তির ধারক। ইংরেজ কবি রবার্ট সাউদে যেমন বলেন, 'ওয়ার্ডস আর লাইক সানবীমস। দ্য মোর দে কনডেনসড, দ্য ডীপার দে বার্ণ'। বড় বড় সাহিত্য কর্ম, এমনকি ধর্মগ্রন্থেও এর প্রমাণ মেলে। ছোট ছোট কথায় এবং অল্প পরসরে বড় কথা বলতে পারাটাই যে আর্ট। ভেবে দেখুন, বিশ্বে ক্লাসিক লেখালেখি বলে স্বীকৃত কাজগুলো কিন্তু ঢাউস কলেবরের নয়।

সাংবাদিকতায় সাফল্যের জন্য চাই যুতসই যোগাযোগ কৌশলের প্রয়োগ। পাঠক - দর্শক সাইকোলজি যত আপনার বেশি আয়ত্তে থাকবে, ফীডব্যকও মিলবে তত

www.pathagar.com

পজিটিভ। এমপ্যাথি অর্থৎ অন্যের জায়গায় নিজেকে কল্পনা করার শক্তি তাই অপরিহার্য।

ইলেকট্রনিক (রেডিও-টিভি) সাংবাদিকতার ব্যাপক প্রসারের এই যুগে উচ্চারণ-বাচনভঙ্গিও এখন বিশেষ গুরুত্বের বিষয়। লেখার বেলায় যেমন ভুল বানান, বলার ক্ষেত্রে তেমনি ভুল উচ্চারণ পীড়াদায়ক। আর আঞ্চলিকতার দোষ থাকলে তো সবই গুড়েবালি। যদিও এদেশের মিডিয়ায় এইসব সীমাবদ্ধতার মধ্যেই করে কেটে খাওয়া শুধু নয়, বহাল তবিয়তে আছেন আনেকেই। সে ভিন্ন অংকের ব্যাপার।

প্রতিনিয়ত আমরা সৌকর্যহীন, সৌন্দর্যহীন পরিবেশনাই বেশি লক্ষ করছি মিডিয়ায়। তবে এ অবস্থা বেশিদিন চলবে বলে মনে হয় না। সাংবাদিকতা এখন দারুন প্রতিযোগিতার বিষয়। তাই বদলে যেতে বাধ্য দৃশ্যপট। সৃষ্টিশীল -মেধাবীরাই টিকে থাকবে শেষতক।

www.pathagar.com

মেদবহুল বিশেষ সংখ্যা বনাম.....

সংবাদপত্র--ম্যাগাজিনের বিশেষ সংখ্যা সংস্কৃতি দিনে দিনে জমজমাট হয়ে উঠছে। গত কয়েক বছর ধরেই ঈদ সংখ্যার সংখ্যাধিক্য লক্ষ্যণীয়। তবে এও সত্য, পরিমান প্রসারের সাথে পাল্লা দিয়েই কমেছে মান। এতো সব বিশেষ সংখ্যার মধ্যে বিশেষত্ব বর্জিত সংখ্যার ছড়াছড়িই বেশি।

বিশেষ বিশেষ উপলক্ষে বিশেষ সংখ্যা প্রকাশের রেয়াজ চালু আছে বেশ আগে থেকেই। ওপার বাংলায় প্রধান সামাজিক উৎসব দূর্গা পুজা কেন্দ্রিক শারদীয় সংখ্যা প্রকাশের ধুম পড়ে। দুই বাংলার বাঙালি পাঠক মাত্রের কাছেই সমান আদৃত কোলকাতার বিশেষ বিশেষ কিছু বিশেষ সংখ্যা। এপার বাংলার সবচে' বড় সামাজিক উৎসব ঈদুল ফিতরকে কেন্দ্র করেও পালা চলে বিশেষ সংখ্যা প্রকাশের। তবে বিশেষ উল্লেখ্য, তুমুল প্রতিযোগিতার প্রেক্ষিতে ঢাকার কাগজগুলা এখন প্রসব করে চলেছে ম্যাগাজিন আকারের ঢাউস ফিগারের ঈদ সংখ্যা। ফ্যাশন, রূপ চর্চা, রান্না এবং ঈদ আনন্দ টাইটেলেও বিশেষ সংখ্যা করছে বেশ ক'টি পত্রিকা। এ প্রবণতা নোতুন শতাব্দিতে বুঝি আরো বেড়েছে।

কোলকাতার বিশেষ করে আনন্দ বাজার গ্রুপের বিশেষ সংখ্যাগুলোর ঢাকায় বরাবরই বেশ কাটতি। সাম্প্রতিক বছরগুলোতে ঢাকায় এমনিতেই ঈদ সংখ্যা বেশি হওয়ায় এবং দূর্গা পুজা কাছাকাছি সময়ে হওয়ায় বিশেষ সংখ্যার ভার বেড়ে যায় বিশেষ মাত্রায়। স্বাভাবিক কারণেই অগ্রসর পাঠক সুযোগ পেয়েছে 'ভালো' বা 'অভিনব' বা 'অন্যরকম'টি বেছে নেয়ার। হাড্ডাহাড্ডি প্রতিযোগিতার এ বাজারেও যে বিষয়টি অনেককেই হতবাক করেছে, তা হল নামকাওয়াস্তে কয়েকটি 'সংবাদপত্র'র ঢাউস 'বিশেষ' সংখ্যা।

কোলকাতার আনন্দ বাজার গ্রুপের আদলে ঢাকায় এখনও পর্যন্ত গড়ে ওঠেনি বিশাল এবং আধিপত্য বিস্তারকারী কোন মিডিয়া হাউস। ইত্তেফাক পরিবারের সে সম্ভাবনা নষ্ট হয়েছে মূলত পারিবারিক কোন্দলের কারণে। সে তুলনায় বরং ট্রান্সকম পরিবার (স্টার, আলো, ২০০০, আনন্দ ধারা) এখন শক্ত অবস্থানে আছে। হকারদের কাছ থেকে পাওয়া তথ্যানুযায়ী, গত ক'বছরের 'কাটতি ভালো' ঈদ সংখ্যা হচ্ছে 'প্রথম আলো,' 'অন্যদিন', '২০০০'। দ্বিতীয় সারিতে উল্লেখ্য 'আনন্দ ধারা' এবং নতুন ম্যাগ 'আনন্দ আলো'।

www.pathagar.com

এটি অবশ্যই আশা ব্যঞ্জক যে, আমাদের কঠিন এই বাস্তবতায়, যেখানে পিঁয়াজ কিনতে কড়ি গুনতে হয়েছে অস্বাভাবিক, কাগজের পাঠক সেখানে যথেষ্টই সন্তোষজনক। নির্বিশেষে পত্রিকাগুলোর বিশেষ সংখ্যা প্রকাশের তাগিদ এবং ক্রেতা আগ্রহ দু'দিক থেকেই বিষয়টির সত্যতা মেলে।

প্রধান প্রধান দৈনিকগুলো ম্যাগ আকারে ঈদ সংখ্যা প্রকাশ করা ছাড়াও ব্রডশীটেও বের করছে ঈদ, ফ্যাশন, ঈদ আনন্দ ইত্যাদি সংখ্যা।

ঢাউস সংখ্যাগুলোর বেশির ভাগেরই অবশ্য ধারের চাইতে ভারই বেশি।

নাম সর্বস্ব বা আন্ডারগ্রাউন্ডের কোন কোন কাগজও ঢাউস ঢাউস বিশেষ সংখ্যা প্রকাশের গুরু দায়িত্ব পালনে পিছপা হতে নারাজ।

এ ধরণের 'বিশেষ' সংখ্যা সংশ্লিষ্টদের বিশেষ দৈন্যকেই ফুটিয়ে তুলছে। দেখা যায়, কোন কোন কাগজের সাহিত্য সম্পাদক তার পদাধিকার বলে গল্প, কবিতা দু'বিভাগেই নিজ 'সাহিত্য প্রতিভা'র চিহ্ন রাখার সুযোগ ছাড়েন না। এভাবে কাগজের অপচয় করার কি মানে হয়?

অন্যদিকে ২০০০, প্রথম আলো, অন্যদিন এর মতো ম্যাগাজিনগুলোর বিশেষ সংখ্যায় বরাবরই বিষয় বৈচিত্র্য উপহার দেয়ার প্রয়াস লক্ষ্যণীয়।

কোন কোন কাগজে প্রয়াতদের অপ্রকাশিত রচনা প্রকাশের বিষয়টি অবশ্যই কৃতিত্বের। যেমন কোন এক ঈদে ২০০০ এ ডা. লুৎফর রহমানের 'স্বর্গ তোরণ', সমকালে (ব্রডশীট) কায়েস আহমেদের 'ফেরারী বসন্তকে খুঁজে', প্রথম আলোয় (ব্রড শীট) শামসুদ্দিন আবুল কালামের 'সংসার' আবিস্কৃত হয়েছে মনে পড়ে। এটি পাঠকের জন্য অবশ্যই বড় রিলিফ।

শেষে বলবো, বিশেষ সংখ্যার সংখ্যা বর্ধন এবং মান কর্তন কোন পাঠকেরই চাওয়া নয়। বরং স্লিম ফিগারের বৈচিত্র্যময় উপহারই আধুনিকজনের কাঙ্খিত।

www.pathagar.com

নির্বাচনী ভূমিকা: কাঠগড়ায় মিডিয়া

শুরুতেই আমেরিকায় নির্বাচনকালীন মিডিয়া কান্ডের একটি নজির তুলে ধরা যাক। এটিকে ইতিহাসের সব থেকে বড় সংবাদ কেলেংকারি বললে ভুল হবে কি?

মার্কিন নিবাচনের ধারা 'বিশ্লেষণ করে শিকাগো ট্রিবিউন ব্যানার হেডলাইন করলো-- DEWEY DEFEAT TRUMAN (ডিউয়ির কাছে ট্রুম্যানের হার)। কিন্তু ভোটের ফল বেরুলে ট্রুম্যানই হাসলেন শেষ হসি।

হতে পারে আগাম খবর দেবার প্রতিযোগিতায় এগিয়ে থাকতেই সর্বনাশা এই ভুল করে বসেছে শিকাগো ট্রিবিউন। কিন্তু নির্বাচন কেন্দ্রীক মিডিয়ার ইচ্ছাকৃত ভুল নিয়ে কি করা? অনেক ক্ষেত্রেই আস্থা আর বিশ্বাসের মোড়কে পরিবেশনের চেষ্টা চালানো হয় উদ্দেশ্যমূলক তথ্য।

মিডিয়ার প্রভাবিতকরণ বা উদ্বুদ্ধকরণ ভুমিকার পষ্ট প্রকাশ লক্ষ করা যায় নির্বাচন ঘনিয়ে এলে। জাতীয় গূরুত্বপূর্ণ এই পর্বকে কেন্দ্র করে প্রিন্ট, ইলেকট্রনিক সব মাধ্যমের পরিবেশনাতেই প্রতিফলিত হয় নিজস্ব পলিসির। বাস্তবানুগ নয়, এমন সব ফ্যাক্টর কখনো কখনো বড় হয়ে ওঠে মিডিয়া ক্যাম্পেইনের বেলায়।

সংবাদপত্র এবং টিভি চ্যানেলগুলো নির্বাচনী পরিবেশনায় (নাকি প্রচারণায়) নিজ নিজ কৌশলেরই প্রয়োগ ঘটায়। হয়তো দেখা গেলো জনপ্রিয়তার মানদন্ডে এগিয়ে থাকা কোন দল বা প্রার্থী থেকে মুখ ফিরিয়ে নিয়েছে কোন এক মাধ্যম।

কী বিব্রতকর অবস্থা! কোন মাধ্যম আবার প্রোপাগান্ডার পথও বেছে নেয়। কাজ করে গোয়েবলসীয় (মিথ্যাকে বার বার প্রচারের মাধ্যমে সত্য বানিয়ে দেয়া) কায়দায়।

কিন্তু প্রশ্ন উঠেছে, নির্বাচন মৌসুমে বাতাসের বিপরীতে বৈঠা ধরে লক্ষ্যে পৌছানোর ক্ষেত্রে মিডিয়ার সাফল্যের পাল্লা আদৌ ভারি থাকছে কি? নাকি বদনাম কুড়াতে হচ্ছে ভরাডুবির?

আমেরিকা, ব্রিটেন এর মতো 'মুক্ত' মিডিয়ার দেশ থেকে শুরু করে ইন্দোনেশিয়া-ভারত সবখানেই মিডিয়া বাস্তবতা একই রকম। দেখা গেছে, মিডিয়া প্রচারণা-প্রোপাগান্ডায় কাজ হবার নয়। তাই মিডিয়া বিশেষজ্ঞরা মনে করেন, পরিস্থিতি বদলেছে। মিডিয়ার পক্ষে এখন আর সম্ভব না মানুষকে ধোঁকা দেয়া। বাস্তবতা পাশ কাটিয়ে উদ্দেশ্যমূলকভাবে মানুষকে বোকা বানানোর দিন ফুরিয়ে গেছে।

www.pathagar.com

চলতি শতকের শুরুতেই মিডিয়ার এই নাস্তানাবুদ চেহারা পষ্ট হয়ে উঠলো। দেখা গেলো, প্রচারণার উল্টো ফল প্রসবিত হয়েছে ব্রিটেন, ভারত, আমেরিকা এবং ইন্দোনেশিয়ার নির্বাচনে। ব্রিটেনে ব্লেয়ার, আমেরিকায় বুশ, ইন্দোনেশিয়ায় আব্দুর রহমান এবং পশ্চিমবঙ্গে বামফ্রন্ট মিডিয়ার বিরোধিতা অগ্রাহ্য করে ঠিকই পাড়ি দেয় নির্বাচনী বৈতরণী। মিডিয়া আনুকুল্য না পেয়ে বেচারা ব্লেয়ারতো হতাশই হয়ে পড়েছিলেন। দি ইন্ডিপেন্ডেন্টকে দেয়া সাক্ষাতকারে তিনি অভিযোগ করেন, মিডিয়া আসল নির্বাচনী ইস্যুগুলোকে অবহেলা করেছে, কাজ করেছে টোরিদের হাতের পুতুল হিসেবে।

আমেরিকায় আলগোরই হচ্ছেন ক্লিনটনের উত্তরসূরী--কথাটকে সত্য বনানোর জন্য উঠে পড়ে লাগে মিডিয়া। রেফারির শেষ বাঁশিটাও বাজানো হয়েছিলো ডেমোক্রেটদেরই পক্ষে। কিন্তু শেষ হাসি হাসলেন রিপাবলিকান জর্জ ডাব্লিউ বুশ।

পপুলার ভোটে বেশ পিছিয়ে থাকলেও জিতে যান তিনি ইলেকটোরাল ভোটে।

সেবার ইন্দোনেশিয়ায় প্রেসিডেন্ট নির্বাচনে মিডিয়া বরাবর সোচ্চার থেকেছে মেঘবতী সুকর্ণপুত্রীর পক্ষে। কিন্তু হেরে যান তিনি রহমানের কাছে। প্রতিবেশী ভারতের পশ্চিমবঙ্গে নজর দেয়া যাক। বিধানসভা নির্বাচনের সময়টাতে তৃণমূলের মমতার পক্ষে মিডিয়া একতরফা ভূমিকা রাখছে বলে অভিযোগ করে বামফ্রন্ট। কিন্তু মিডিয়ার সুনজরে থেকেও পার পাননি মমতা।

বাংলাদেশে নির্বাচন হয়ে থাকে তত্ত্বাবধায়ক সরকারের অধীনে। তাই এ ব্যাপারে তত্ত্বাবধায়ক ভূমিকা আশা করা হয়ে থাকে মিডিয়ারও। সুষ্ঠু, অবাধ ও নিরপেক্ষ নির্বাচনের স্বার্থে চাই মিডিয়ার টিচিং, সার্ভিলেন্স ও ওয়াচডগ রোল। প্রশ্ন উঠতে পারে, ব্রিটেন, আমেরিকার মতো গণতান্ত্রিক রাষ্ট্রে যদি মিডিয়ার ভূমিকা এতোটা প্রশ্নের মুখে পড়ে, সেক্ষেত্রে আমাদের অবস্থান কোথায়? একটা জায়গায় ভরসা আছে বৈকি। শিক্ষা নেয়া যেতে পারে মিডিয়ার শক্তিমত্তাকে বাস্তবতা বা সত্যের বিপরীতে কাজে লাগানোর পরিণতি থেকে।

স্বচ্ছ গণতান্ত্রিক পরিবেশে নিরপেক্ষ নির্বাচন গণপ্রত্যাশার বিষয়। তেমনি কাম্য মুক্ত মিডিয়াও। সংবাদপত্র-রেডিও-টেলিভিশন যদি হয় স্বচ্ছ, নির্বাচনী বাস্তবতাও অন্য সবকিছুর মতোই মূর্ত হয়ে উঠতে পারে সেখানে। যথাযথভাবে।

www.pathagar.com

ধিক, দলীয় সাংবাদিক

নো ম্যান ইজ অ্যাপলিটিকাল। মানুষ মাত্রই রাজনৈতিক জীব। সম্ভব নয় এর বাইরে থাকা। সমাজ দেহের পরতে পরতেই যে রাজনীতি। একজন সাংবাদিক এই সমাজেরই অংশ। তাদের আলাদা করে দেখতে হয় সচেতন অংশ হিসেবে।

সাধারণ যে কোন নাগরিকের তুলনায় তারা বেশি সচেতন এবং দায়িত্বশীল । তা-ই তো স্বাভাবিক। তবে পেশাগত দায়িত্ব পালনের সময় রাজনৈতিক চিন্তা, দল দুর্বলতা দূরে সরিয়ে রাখবেন, এটি কাম্য।

কিন্তু দুঃখজনক হলেও সত্য, এদেশে সংবাদকর্মীরা মোটা দাগে দুটি রাজনৈতিক শিবিরে বিভক্ত। একদিকে আওয়ামী লীগ প্লাস কিছু বাম ধারার দাবিদার দল, অন্যদিকে বিএনপি, জামাত এবং চরম বাম থেকে ডানে কান্নি খাওয়া লোকজন।

কে কোন দল করবেন, সে তো তার নিজস্ব ব্যাপার। সে অধিকারও অবশ্যই তার আছে। কিন্তু মুশকিল হচ্ছে, এদেশে সাংবাদিকদের একটি বড় অংশই বাড়াবাড়ি রকমের দলবাজি করেন। নির্ভেজাল চিন্তা-চেতনার বিশেষ করে নবীন সাংবাদিকদের জন্য বিরাট বাধা হয়ে দাঁড়ায়, বস গোছের সাংবাদিক যখন অতি মাত্রায় পার্টিজান। তার বিশ্বাসে বিশ্বাসী না হলে, তার দলের কিংবা আরেক অর্থে ব্যক্তি স্বার্থ হাসিলের কাজে ব্যবহৃত না হতে পারলে কী খেসারতই না দিতে হয় অধীনস্তকে। চলে সাইকোলজিক্যাল টর্চার। মুখে 'না' না বলেও কী এক সুচারু কৌশলে ভিকটিমকে বাধ্য করা হয় চাকরি ছাড়তে। এখানে প্রাসঙ্গিক না হলেও কোন কোন নিউজ বস ভয়াবহ রকমের আঞ্চলিকতাবাদে বিশ্বাসী। কাজ কতটা কী জানা আছে --সেটিকে গুরুত্ব না দিয়ে যদি নিজের এলাকার লোক, অমুক প্রভাবশালীর সুপারিশ ইত্যাদিকে বড় করে দেখা হয়, সেক্ষেত্রে ভালো কী আশা করা যায়? অথচ এমন হ-য-ব-র-ল দশাই বিরাজ করছে মিডিয়াঙ্গনে।

কাজের বেলায় একজন সাংবাদিককে হওয়া চাই সবরকম সংকীর্ণতা ও গোড়ামি মুক্ত। সমাজেরই একজন হিসেবে, সচেতন মানুষ হিসেবে তার কিছু বিশ্বাস, বিশেষ দুর্বলতা থাকাটাই স্বাভাবিক। কিন্তু কাজের সঙ্গে এসব গুলিয়ে ফেললে চলে কি করে। দল-মত নির্বিশেষে সবকিছুই তাকে দেখতে হবে সংবাদ মূল্যের মানদন্ডে। কিন্তু দুঃখজনক, আমাদের এখানে সংবাদকর্মীদের একটি বিরাট অংশই এটি মেনে চলতে ব্যর্থ।

www.pathagar.com

সংবাদপত্রে কাজ করতে এসে যারা নিজস্ব ভাবনা-চিন্তা, বিশ্বাস-সমর্থন প্রতিফলনে ব্যতিব্যস্ত, শেষ পর্যন্ত সাংবাদিকতা হয়ে ওঠে কি তাদের কাজ?

সংবাদকে আদর্শের সঙ্গে গুলিয়ে ফেলার একটি গল্প শোনানো যাক। মন্তব্য নিষ্প্রয়োজন। চীনে দেং শিয়াও পেং তখন ক্ষমতায়। তাঁর কোন একটি বক্তব্য খবর হয়ে এলো। দেংএর কথার সঙ্গে কিছুতেই একমত হতে পারছেন না ঢাকার দৈনিক বাংলার একজন সাংবাদিক। সে সময় পালা প্রধানের দায়িত্ব পালন করছেন তিনি। এবং তিনি ছিলেন সোভিয়েত পন্থী। মস্কোয় বৃষ্টি হলে ঢাকায় ছাতা ধরার লোক আর কি। তো স্লাগটা (টেলিপ্রিন্টারে আসা নির্দিষ্ট নিউজ আইটেম) ফেলে দিলেন তিনি। এক পর্যায়ে নিউজ এডিটর জানতে চাইলেন, দেং এর নিউজটা দেখছি না যে, কি করলেন? আদর্শবাদী সাংবাদিকের জবাব, দেং এর এই কথা বলা ঠিক হয় নি। তাই ফেলে দিয়েছি।

বুঝুন ব্যাপারটা!

আওয়ামী লীগ-বিএনপি মোটা দাগে বিভক্ত সাংবাদিকদের কীর্তি কলাপে অবশ্য এমন সারল্যের প্রকাশ নেই। সেক্ষেত্রে বিপদটা আরো বেশি। এরা ভেতরে ভেতরে হলেও ভীষণ মারমুখী। যেন দলের বাইরে আর কিছুই ভাবতে নেই।

আরও মজার ব্যাপার হচ্ছে, এই দুই শিবিরের বাইরে কেউ থাকুক এটি মানতে নারাজ তারা। শ্রেণী স্বার্থে আবার ভীষণ একাট্টা এরাই। কেউ কেউ যে আওয়ামী লীগ এবং বিএনপি-জামাত উভয় শিবিরকেই অপছন্দ করতে পারে, এমনটি বুঝতে খুব কষ্ট হয় এদের। এ ধরণের কিছু শুনলে ক্ষেপে যেতেও দেখা যায় কাউকে কাউকে। ভাবটা এরকম 'এ ক্যামন কথা! এ সাইডে না থাকলে ও সাইডে যাও। কোন পক্ষেই না থাকলে ঝগড়া জমবে কি করে?'

দুই শিবিরকেই পছন্দ না হবার জন্য যে একজন সাংবাদিককে কী রকম খেসারত দিতে হয়, সে কেবল ভুক্তভোগীরই জানা। অবস্থান শক্ত না হওয়া, ক্লাবের মেম্বার না করা, প্রমোশন না হওয়া, ডিমোশন, ওএসডি, মানসিক নির্যাতন, চাকরি চ্যুতি --এর কোনটা না কোনটা মেনে নিতেই হয়। এমন মার্জিনাল, সংখ্যালঘু, দলছুট সংবাদ কর্মীকে হেনস্তা করতে দুই শিবিরই কিন্তু সমান দক্ষ। রাজ্যের বিরক্তি নিয়ে তাকিয়ে থাকে ওদের দিকে। যেন দলাদলির সাংবাদিকতা না করা মানে কোনও কাজের কাজ না করা, কিছুই না করা।

ওদিকে দলবাজি করতে করতে যে পেশার বারোটা বাজানো হচ্ছে, সে দিকে তাকানোর ফুরসত নেই এদের কারো। মাঝে মধ্যে সেমিনার-আলোচনায় দুই পক্ষের নেতাদেরই বলতে শোনা যায়, বিভক্ত ইউনিয়নের কারণে পেশাগত স্বার্থ উদ্ধার হচ্ছে না। এটি স্বীকার করেন তারা। তারপরও নাকি এক হওয়া সম্ভব নয়। কেউ আবার যুক্তি দেখান, সারা দেশের মানুষইতো দুই ভাগ। তাহলে কী সাংবাদিকদের দায় বোধ বলে কিছু থাকবে না?

www.pathagar.com

কয়েক বছর হলো, সাবএডিটরদের একটি সংগঠন দাঁড়িয়েছে। প্রথম প্রথম বলা হলো, দলাদলির জন্য ডিইউজে'র কী অবস্থা! এটি কাজ করবে দলবাজির উর্ধে থেকে। দেখা গেলো, একথা যারা বেশি বলছিলেন, ভেতরে ভেতরে তারা বিতর্কিত একটি দলের হয়ে ছক এঁকে গেছেন। অবস্থা এমন দাড়াঁলো এটিও হয়ে গেল সংখ্যাগরিষ্ঠ দলীয় লোকজনের প্লাটফরম। এর সাধারণ সম্পাদকের দায়িত্বশীলতার নমুনার কথা বলা যাক। দুর্বৃত্তের ধারালো অস্ত্রের আঘাতে গুরুতর জখম সদস্যকে দেখতে যাওয়া কিংবা তার পাশে দাঁড়ানো দূরের কথা। মন্তব্য করা হলো--সে তো আমাদের লাইনের লোক না। কোন সংগঠনের জিএস দল-মত নির্বশেষে সব সদস্যের পাশে দাঁড়াবেন, সাধারণ এই ভদ্রতা এবং দায়িত্বশীলতা আলু-পটলের ব্যবসায়ী কিংবা চাল-ডালের আড়তদার, এমনকি রিকসাচালক ভাইদের সমিতি'র নেতাদেরও নিশ্চয়ই শিখিয়ে দিতে হয় না। যা দরকার তথাকথিত সাংবাদিক নেতাদের বেলায়। এরা নিজ দল আর তরিকার সদস্যদের জন্য শুধু।

রিপোর্টার্স ইউনিটি কিন্তু ঠিকই দলবাজির উর্ধ্বে থেকে রিপোর্টারদের কল্যাণে, ওদের স্বার্থ রক্ষায় কাজ করে যাচ্ছে।

এবার একটি বার্তা সংস্থার বাংলা শাখার দলবাজির কেচ্ছা শোনানো যাক। নামে শান্ত বলে কিছু একটা থাকলেও দলীয় তৎপরতার বেলায় ভীষণ অশান্ত ওই বাবু। তার টীমকে পারলে তিনি দলের শাখা কমিটি বানিয়ে রাখেন আর কি। প্রতিপক্ষ ইউনিয়নের এক নেতার সঙ্গে তার এক কর্মীর যোগাযোগ দেখে ভীষণ টেনশন শুরু হয় তার। সমস্যা দেখা দেয় হার্টের। ওদিকে অমায়িক নির্যাতন চালানো শুরু হয় টার্গেট সংবাদকর্মীর ওপর। অপর এক সহকর্মীর মাধ্যমে জানিয়ে দেয়া হয়, টার্গেট কোন ফোরামের সেটি যেন পরিস্কার করা হয়, তার কাছে। ওদিকে মূল টীমের বিপরীতে বাংলার কর্মীদের বেতন ভাতা যে অশোভন পর্যায়ের, তা নিয়ে মোটেই মাথা ব্যথা নেই বাবুর। অবশ্য ছলে-কৌশলে ইনসেনটিভের মোড়কে নিজের বেতন ঠিকই বাড়িয়ে নিয়েছেন মি. দলবাজ।

এসব অংক যেন বুঝেও বুঝতে নারাজ সহ দলবাজরা। এই যেমন মিয়া ভাই। নিউজের ব্যপারে যতটা না মনোযোগ, তারচে' বেশি সিনসিয়ার তিনি দলকে ক্ষমতায় ফিরিয়ে আনতে। পারলে নিজেরা মিলে ছায়া মন্ত্রিসভাও বানিয়ে ফেলেন আর কি। রাজনৈতিক নেতৃত্ব এবং দলীয় শীর্ষ সাংবাদিক নেতাদের খুশি রাখতে কসরতের শেষ নেই তার। এরই অংশ হিসেবে এক মন্ত্রীর বিরুদ্ধে মনগড়া এক রিপোর্ট ছেড়ে কী ফ্যাসাদেই না পড়লেন মিয়া ভাই। রাজধানীর বাইরের একটি নির্বাচনী এলাকা নিয়ে উদ্দেশ্যমূলক ওই রিপোর্ট সাজানো হয়েছিলো। অথচ মিয়ার কাজটা ছিলো ডেস্কের। বার্তা সংস্থার বরাতে কয়েকটি কাগজে বানোয়াট খবর ছাপা হবার পর খোঁজাখুঁজি শুরু

www.pathagar.com

হয়, কে করলো এটি। ধরা পড়ে কী প্যাদানিই না খেতে হলো সাংবাদিক বাবুকে। চাকরি সে যাত্রায় ঠেকানো গেলো কোন মতে।

ভেবে দেখুন, অতি উৎসাহী দলবাজ সাংবাদিকদেরও এমনি নাকানি চুবানি খেতে হয় সময়ে সময়ে। অনেক সময় দেখা যায়, মূল রাজনৈতিক দলের নেতারা চেনেন না, জানেন না। অথচ দলীয় এইসব 'সংবাদকর্মী' শুধু দলবাজি না, দলের জন্য জানবাজি রাখতেও মরিয়া।

দলীয় নিউজ বসরা দলছুট সংবাদকর্মীদের একঘরে করে রাখতে স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করেন। সুযোগ পেলে উপদেশ বা পরামর্শ দেন, অস্তিত্ব টিকিয়ে রাখতে কোন এক সাইডে ভিড়ে যাবার। বিশ্ববিদ্যালয় জীবনে হলে সিট ধরে রাখার জন্য যেমন প্রভাবশালী ছাত্র সংগঠনের হয়ে কাজ করতে হয় বা অন্তত পরিচয়টুকু নিতে হয়। এখানে তেমনি, অনেক ক্ষেত্রেই। কোন একটা পক্ষে না কি যেতেই হবে। অনেকের বলবার ধরণ এমনই, যেন সামনে যুদ্ধ।

দুই শিবিরের কোথাও না ভেড়ার অর্থ নাকি, কমিউনিটির বাইরে থাকা। আর তার মানে নাকি কিছুই না পাওয়া। সর্বশেষ তত্ত্বাবধায়ক সরকারের মেয়াদকালীন কী এক নাস্তানাবুদ অবস্থাতেই না পরতে হলো প্রধান দুই দলকে! দুর্নীতিবাজ বড় বড় নেতারা যখন শ্রী ঘরে, চলছে অপরাধের বিচার-আচার, তাদের সমর্থক সাংবাদিকদের মনের অবস্থা তখন ক্যামন? রাজনৈতিক দলে যদি সংস্কার হয়, তল্পিবাহক সাংবাদিক সমাজে কেন নয়?

তাহলে কী আশা করা চলে, নোংরা রাজনীতিসহ যাবতীয় সীমাবদ্ধতার সাংবাদিকতার কবর রচিত হচ্ছে? ভাবতে দোষ কী? একদিন না একদিন তো বদল আনতেই হবে। শাব্দিক অর্থেই সূচনা ঘটাতে হবে পেশাদারি সাংবাদিকতার। ধরে রাখতে হবে সে ধারা, সে চর্চা। নবাগতরা না পারে পারুক, পারবে অনাগত তুর্কী তারুণ্য।

www.pathagar.com

পর্দা ছোট ক্ষতি নেই, আকাশতো বড়

বিশ্বজুড়ে টেলিভিশন আজ অবাক শক্তিমত্তাসম্পন্ন গণমাধ্যম। স্যাটেলাইট প্রযুক্তির সুবাদে এটি রূপ নিয়েছে বিষয় বৈচিত্র্যের হাজার দুয়ারী জাদুর বাক্সে। আকাশ সংস্কৃতির দোর্দন্ড দাপট এখন। প্রেক্ষাপট গড়ে উঠেছে কত্তো না চমক দেয়ার।

মিডিয়ার কাজ হচ্ছে টু ইনফর্ম, টু এডুকেট, টু এন্টারটেইন এবং টু মোটিভেট। উন্নত দুনিয়ায় এসব ভূমিকা পালনে যথাযথভাবেই কাজে লাগানো হচ্ছে টেলিভিশনকে। টিভি পর্দা পরিসরে সীমিত হলে কী হবে, আকাশতো সীমাহীন। বলা হয়ে থাকে SMALL SCREEN, BIG WEAPON.

কিন্তু পরিতাপের বিষয়, বিজ্ঞান-প্রযুক্তি আর সৃজনশীলতার এমন উৎকর্ষ পর্বেও এদেশে টিভি মাধ্যম আজো বোকা বাকসের বদনামমুক্ত হতে পারলো না। বেসরকারি চ্যানেলগুলো কিছুটা হলেও নতুনত্ব উপহার দেয়ায় তুলনামূলক বিচারে সরকার নিয়ন্ত্রিত টিভির অন্তঃসারশূন্য, ক্লিষ্ট রূপটাই প্রকট হয়ে উঠছে বেশি করে। রীতিমতো অগ্নি পরীক্ষার শিকার এখন বাংলাদেশ টেলিভিশন। আজকের যুগে টেলিভিশন দর্শককে বোকা বিবেচনা করাটা বিরাট বোকামিরই পরিচায়ক নিঃসন্দেহে। প্রভাবিত করা যেতে পারে, কিন্তু ধোঁকা দেয়ার চেষ্টা অর্থহীন।

জীবনযাত্রা যতো জটিল হচ্ছে, মানুষও হয়ে উঠছে ততোই হিসেবী। চাপের কারণেই অভ্যস্ত হচ্ছে বুঝেশুনে পা ফেলতে, চোখ-কান খোলা রাখতে। ইঁদুর দৌড়ে টিকে থাকতে হবে যে! আর বিদ্যমান অর্থ ও সমাজ ব্যবস্থার স্বাভাবিক অনুষঙ্গ হিসেবেই প্রকট হচ্ছে আত্মকেন্দ্রিকতা, একাকিত্ব। এসব নিঃসঙ্গ মানুষের মন অবসর মুহূর্তে ডুব দিতে চায় সুখ সাগরে। আধুনিক মানুষ তার ঘরে বসেই ছোট পর্দায় চোখ রেখে চলে যেতে পারছেন কতো না চ্যানেলে। মনের মতো করে বিনোদিত হওয়ার সুযোগ এখন তার হাতের মুঠোয়। অনেক অনেক চ্যানেল নাগালে চলে আসায় মানুষের পছন্দ-রুচিবোধ আর প্রয়োজনটাও হয়েছে প্রভাবিত। এ অবস্থায় নামকাওয়াস্তে নিচুমানের অনুষ্ঠানমালা দিয়ে দর্শককে বুঝ দেবে, এমন সাধ্য বিটিভির থাকে কি করে? তাই এতো অসহায় দশায় পড়েছে সরকারি এই প্রচার মাধ্যমটি।

বাংলাদেশ টেলিভিশনের অনুষ্ঠানমান, অব্যবস্থা, দুর্নীতি ইত্যাদি নিয়ে সমালোচনা কিন্তু কম হচ্ছে না। বড় নির্লজ্জ এই মাধ্যমটির এসবে যায় আসে না কিছুই। যথার্থ

www.pathagar.com

গণমাধ্যম হয়ে ওঠার জন্য রেডিও-টিভির সরকারি নিয়ন্ত্রণমুক্তির কোনোই বিকল্প নেই। এটি আজ সর্বস্তরের মানুষের প্রাণের চাওয়া। এরশাদ সরকার বিরোধী আন্দোলন পর্বে এটি ছিলো বিরোধী দলগুলোর নির্বাচনী ওয়াদাভূক্ত। কিন্তু কেউ কথা রাখেনি। বেতার-টিভির স্বশাসন তাই দুরাশার বিষয় এখন। বারবার প্রত্যাশা পোষণ করে বিমুখ হয়ে এবং প্রতিশ্রুতি ভঙ্গের শিকার হয়ে জনগণ এখন বেতার-টিভির স্বায়ত্তশাসন প্রসঙ্গটি হয়তো ভুলেই যেতে বসেছে। অন্য কথায়, সবার হয়তো সয়ে গেছে।

বর্তমান বাস্তবতায় বিষয়টি এখন আর ততোটা পীড়াদায়ক নয়, আগে যেমন ছিলো। কারণ আকাশ সংস্কৃতির ব্যাপক বিস্তারের প্রেক্ষাপটে তথ্য বিনোদনের প্রবাহ হয়ে উঠেছে অবাধ-অনিয়ন্ত্রিত। গড়ে উঠেছে বহু বিকল্প চ্যানেল। হাতের মুঠোয় রিমোট নিয়ে নিজের খুশি মতো বোতাম টিপে ঘুরে আসা যাচ্ছে তথ্য-বিনোদনের মনমতো কতো না ভুবনে। আমাদের মাতৃভাষাভিত্তিক চ্যানেলও এখন অনেকগুলো। এই বাস্তবতায় বিটিভির অগোছালো, অনাধুনিক এবং দায়সারা কার্যক্রম বেশ স্পষ্ট ধরা খেতে শুরু করেছে।

ভিজ্যুয়াল মাধ্যমে খবর পরিবেশনা, অনুষ্ঠান উপস্থাপনা, চলমান জীবনের প্রতিচ্ছবি, আলাপন, আড্ডা, সংগীত, নৃত্য, লাইফ স্টাইল, ফ্যাশন ইত্যাদি কী ভীষণ প্রাণবন্ত ও উপভোগ্যই না করে তোলা যেতে পারে-- বিটিভি বুঝি তা জেনে-বুঝেও নির্লিপ্ত। এর পেছনে প্রধান কারণ হিসেবে চিহ্নিত করা যেতে পারে জবাবদিহিতা ও স্বচ্ছতার অনুপস্থিতিকে। বিটিভি পরিবেশিত অনুষ্ঠানমালা দেখেই আঁচ করা সম্ভব, এর পেছনে সুস্থ-সাবলীল প্রক্রিয়া কাজ করছে না। এমনটি হয়ে এসেছে সব সরকারেরই আমলে। দুর্নীতি, স্বজন-অঞ্চলপ্রীতি, ওপরঅলার ফোন, স্বাক্ষর, চিরকুট, তদবির, সুপারিশ ইত্যাদি বরাবরই ফ্যাক্টর হয়ে আছে জাতীয় এই গণমাধ্যমে।

অনুষ্ঠানমানে বৈচিত্র্য আনার জন্য চালু করা প্যাকেজ কার্যক্রমও এসব আছরমুক্ত নয়। যে কারণে সত্যিকার অর্থে সৌন্দর্য-আধুনিকতা-সৃষ্টিশীলতার নাগাল পাচ্ছে না বিটিভি। অন্য কোনো দেশের নাগরিক তাই এদেশে বসে অন্যান্য চ্যানেল বন্ধ রেখে যদি এক সপ্তাহ কেবল বিটিভি দেখেন, তা হলে বাংলাদেশের শিল্প-সংস্কৃতি-শিক্ষার চিত্র এবং সংশ্লিষ্ট ক্ষেত্রের প্রতিনিধিত্ব নিয়ে রীতিমতো বিভ্রান্তিরই শিকার হবেন। হতবাক হতে হয়, বিটিভিতে অযোগ্য, মেধাহীন, অপদার্থদের দখলদারিত্ব ও দৌরাত্ম্য দেখে।

ছোটপর্দা একই সঙ্গে দেখা এবং শোনার ব্যাপার। দর্শন মানদন্ডে অযোগ্য কারো উপস্থিতি যতোটা অসহ্য ঠেকে, তার চেয়েও যন্ত্রণাদায়ক হয়ে ওঠে শ্রবণ মানদন্ডে অযোগ্যদের পর্দা প্যাঁচাল পর্ব। তাই তো ঘটছে হামেশা। স্মার্টনেস দূরে থাকে, ঠিকমতো কথা বলতে পারেন না, চলতি বাংলা উচ্চারণে অক্ষম এমন বহুজনের উদ্ভট উপস্থিতি ঘটছে বিটিভি পর্দায়। সংশ্লিষ্ট কর্তাব্যক্তিরা অনেক সময় এক্ষেত্রে নিরুপায়। সুযোগ দিতে হবে, তাই দেয়া। এক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ একটি প্রশ্ন তোলা যায় অবশ্য।

www.pathagar.com

হাস্যকর, বিরক্তিকর, যন্ত্রণাদায়ক দোষত্রুটি নিয়েও পর্দায় হাজিরা দেয়া যাদের খায়েশ, তারা কি কোনোদিনই নিজেকে চিনবেন না? নাকি ব্যাপারটা খাসলতগত?

বিটিভিতে রাত সাড়ে এগারোটায় এবং দিনে ও সন্ধ্যায় এমন অনেককেই খবর পড়তে দেখা যায় যাদের উচ্চারণ, বাচনভঙ্গি অস্বাভাবিক। টেলিভিশনের মতো জাতীয় একটি মাধ্যমে অযোগ্য-উদ্ভটদের দিয়ে এই ধরনের এক্সপেরিমেন্ট বা ছেলেখেলা রীতিমতো ধৃষ্টতার শামিল। একথা অস্বীকার করার উপায় নেই, বেসরকারি টিভি চ্যানেলগুলো পরিবর্তনের পথে অল্প করে হলেও এগুচ্ছে। তাছাড়া কিছু সীমাবদ্ধতা-প্রতিবন্ধকতা এদেরও আছে, যা বলার অপেক্ষা রাখে না। কোন কোন চ্যানেলের পরিবেশনাগুলো থেকে আঁচ করা সম্ভব-এদেশে টিভি দর্শকদের দীর্ঘদিনের অপ্রাপ্তি এবং সৌন্দর্য, আধুনিকতা ও নতুনত্বের প্রত্যাশা পূরণে প্রয়াসী এরা। অভিনবত্বের কারণে ইতোমধ্যেই এটিএন বাংলা, চ্যানেল আই, ইটিভি, এনটিভি'র কিছু পরিবেশনা আলোড়ন তুলতে সক্ষম হয়েছে দর্শক-মনোরাজ্যে। অন্যান্য চ্যানেলেও মোটামুটি নাড়া দেয়ার মতো পরিবেশনা কালেভদ্রে লক্ষণীয়। তবে অস্বীকার করার উপায় নেই, এদেশে চ্যানেল আই প্রথমবারের মতো উপস্থাপনায় সৌন্দর্য ও আধুনিকতাকে স্বাগত জানিয়েছে। একের পর এক বাংলা চ্যানেল প্রতিষ্ঠা পাওয়ায় দায় বেড়ে গেছে বিটিভির। আকাশ সংস্কৃতির এই অগ্রযাত্রায় বিটিভি কেন পেছন-মুখী হয়ে থাকবে? খুব সঙ্গত প্রশ্ন এটি।

গণবিচ্ছিন্নতা কাম্য হতে পারে না কখনোই কোনো গণমাধ্যমের ক্ষেত্রে। তাই বিটিভির জন্য যথাযথ ট্রিটমেন্ট এখন অপরিহার্য। দর্শক ধরে রাখতে চাইলে একে রোগমুক্ত এবং যুগোপযোগী করে তোলার কোনো বিকল্প নেই। সংশ্লিষ্টদের মনে রাখতে হবে, যুগটা এখন সৃষ্টিশীল প্রতিযোগিতার। টিভির ছোটপর্দা কেন্দ্রিক কতো না বৈচিত্র্যের মহড়া-মিছিল। কী আশ্চর্য ধারণ ক্ষমতা! সবাই জেনে গেছে, পর্দা ছোট ক্ষতি নেই, আকাশ তো বড়।

www.pathagar.com

খবর উপস্থাপনা: কী চমক

আধুনিক মানুষ তথ্য চায়- প্রতি মুহূর্তে। সব শেষ খবর জানতে চায় পরিপাটিভাবে। পরিবেশিত সংবাদের সাথে চলমান চিত্র নিঃসন্দেহে যথেষ্ট মূল্য ও গুরুত্বের দাবি রাখে। ভিজ্যুয়াল মিডিয়ার সংবাদ উপস্থাপনা তাই দারুণ জনপ্রিয় হয়ে উঠছে দিনে দিনে।

সংবাদ এবং সংবাদ বিষয়ক অনুষ্ঠান নিয়ে টিভি চ্যানেলগুলোর মধ্যে চলছে তুমুল প্রতিদ্বন্দ্বিতা। চাহিদার প্রেক্ষিতে নিউজ প্রেজেন্টার হওয়ার জন্য তারুণ্যের ঝোঁক এখন সুতীব্র। দারুণ প্রেষ্টিজিয়াস জব এটি। এ সংক্রান্ত প্রশিক্ষণ কোর্সেরও আয়োজন চলছে পুরোদমে।

সারা বিশ্বেই এখন ইলেকট্রনিক মিডিয়ায় সংবাদ পরিবেশনার জয় জয়কার। তবে লেখাটির শুরতেই এটি স্বীকার করে নেয়া উচিৎ যে, এদেশে একুশে টেলিভিশন (ইটিভি) সংবাদ উপস্থাপনায় রীতিমতো বৈপ্লবিক অধ্যায়েরই সূচনা করেছে। ইটিভি'র অভিনব নানান আয়োজন, বিশেষ করে এর সংবাদ ঈর্ষনীয় সাফল্য এনে দেয় মাধ্যমটিকে। যে কারণে এর বিশাল জনপ্রিয়তার পাশাপাশি সক্রিয় হয়ে ওঠে বৈরি পক্ষও। শেষ পর্যন্ত প্রতিহিংসার বলি হয়ে গুটিয়ে নিতে হয় বড় মাপের এই ছোট পর্দা। পথের দিশারি এই চ্যানেলের অনুসরণে, অনুকরণে প্রয়াস চলে আরও কিছু চ্যানেল প্রতিষ্ঠার কিংবা তৈরি চ্যানেল ঢেলে সাজানোর। এই পথ বেয়ে চ্যানেল আই, এটিএন বাংলা, এনটিভির পর এসেছে এবং আসছে আরও কিছু চ্যানেল। ফের চালু হয়েছে ইটিভি। কিন্তু সেই ইটিভি পাচ্ছি কই?

নতুন--পুরনো সব চ্যানেলের ক্ষেত্রেই 'খবর' হচ্ছে বিশেষ পরীক্ষা-নিরীক্ষার বিষয়। গড়ে উঠেছে জম্পেশ প্রতিযোগিতার আবহ। ভালো নিউজ প্রেজেন্টারকে নিয়ে চলছে টানা হেঁচড়া।

এ বাস্তবতায় চ্যানেলগুলো অডিয়েন্স আদৃতদের ধরে রাখতে প্রয়াসী হবার পাশাপাশি তৈরি করে নিচ্ছে নতুনদের। তরুণ--তরুণীদের মাঝে ভীষণ আগ্রহ লক্ষ করা যাচ্ছে সংবাদ প্রেজেন্টার হবার।

বন্ধ হয়ে যাবার পর ইটিভি বেশ ক'দফায় আয়োজন করেছে সংবাদ, এবং অনুষ্ঠান সংক্রান্ত প্রশিক্ষণ কোর্সের। যথেষ্ট সাড়াও লক্ষ করা গেছে এতে। এ সংক্রান্ত প্রশিক্ষণ আয়োজন করছে আরও কিছু প্রতিষ্ঠান।

www.pathagar.com

খবর দৃশ্য মাধ্যমে শোনার চাইতেও বেশি হচ্ছে দেখার বিষয়। আর শুনতে হয় চোখ দিয়ে। সেক্ষেত্রে শুদ্ধ উচ্চারণ, বাচনভঙ্গির পাশাপাশি সংশ্লিষ্টজনের স্মার্টনেস, সৌন্দর্যও বিবেচ্য বিষয়। আর এসব কিছু পেরিয়ে নাটকীয় বৈশিষ্ট্যের অধিকারীরাই হয়ে উঠছেন বেশি গ্রহণযোগ্য।

ঢাকায় সংবাদ উপস্থাপনায় আইডল বলতে হবে সামিয়া জামানকে। সত্যি বলতে, প্রথম যখন ইটিভিতে ওর খবর দেখেছি, রীতিমতো ধাক্কা খেতে হয়েছে, ভেবে-- মেয়েটি এদেশের, না কি বাইরের? কারণ তখনো পর্যন্ত বিটিভির রোবট টাইপের পরিবেশনায় দেশবাসী ত্যক্ত-বিরক্ত। সেই থেকে সামিয়া ক্রেজ এখনও চলছে। এখনতো সামিয়ার হেয়ার স্টাইল ফলো করছেন বেশ ক'জন পেজেন্টার। সাধারণের মধ্যেও সংক্রমিত হয়েছে 'সামিয়া কাট'।

পরবর্তীতে খবর জানান দিয়ে তারকা হয়ে উঠেছেন-- শাহনাজ বেগম (একদা শিশু শিল্পী লুনা), শামিম মহবুব, মিশু রহমান, দিমা নেফারতিতি, ফারজানা খান এবং আরো কেউ কেউ।

ভারতের বেশ ক'টি বাংলা চ্যানেলের প্রেজেন্টাররাও এখন জনপ্রিয় এখানেও।

মন্ত্রমুগ্ধের মতো অডিয়েন্সকে পর্দার সামনে টেনে রাখছেন ওরা কী যাদু বলে?

অন্যভাবে, কী করে হবেন গুড পেজেন্টার?

সার্বিক অর্থেই চৌকস হতে হবে আপনাকে। চাই শুদ্ধ উচ্চারণ, বাক ভঙ্গি।

সৌন্দর্যও অপরিহার্য। মোট কথা, আপনি যদি স্মার্ট ও প্রেজেন্টেবল হন, যদি থাকে কনফিডেন্স, এ ভুবন স্বাগত জানায় আপনাকেও।

সামিয়া জামানকে একবার বললাম, আপনিতো এদেশে নিউজ প্রেজেন্টেশনে বিপ্লব ঘটিয়েছেন। জবাবে সেই বিনয়ী হাসি, 'মানুষ আমাকে মনে রেখেছে, এটিই বড় পাওনা'।

শাহনাজের পরিবেশনায় আরেক ধাপ সৌকর্য লক্ষণীয়। পরিবেশিত বার্তার ধরণের সাথে চেহারার এক্সপ্রেশনও তিনি বদলে নিতে যথেষ্টই পারঙ্গম। সৌন্দর্য, শুদ্ধতার সাথে নাটকীয়তার মিশেলে ভীষণ কাঙ্খিত তিনি এখন।

'খবর পরিবেশনার দিনটি মাথায় রেখে সামঞ্জস্যপূর্ণ গেটআপ নেয়ার বিষয়টিও আমি চিন্তায় রাখি', বলেন শাহনাজ। নিউজ প্রেজেন্টারকে সময়, সমাজ, চলতি ঘটনাবলি ইত্যাদি সম্পর্কেও সম্যক অবহিত থাকতে হবে। বুঝতে হবে নিউজ ভ্যালু। ব্যাটে-- বলে মিলে গেলে তীব্র প্রতিযোগিতার এই বাস্তবতায় আপনিও হতে পারেন নিপুন নিউজ পেজেন্টার। হয়ে উঠতে পারেন তারকা। তো হয়ে যাক...

www.pathagar.com

বিটিভির জন্য এক রাশ করুণা

অসুস্থ, অসংলগ্ন, কৃশ, মুমূর্ষু-- নেতিবাচক কত না বিশেষণ প্রয়োগ করা যায় বাংলাদেশ টেলিভিশন (বিটিভি) সম্পর্কে! রসাতলের শেষ সীমায় ঠেকেছে জাতীয় এই সম্প্রচার মাধ্যম। একটি গণমাধ্যম কতটা ভয়াবহ রকম গণবিচ্ছিন্ন হতে পারে, তার জ্বলজ্বলে নমুনা বিটিভি ছাড়া আর কী!

আজকের বিশ্বে তথ্যের প্রবাহ যেখানে বাধাহীন, সেখানে বিটিভির ঢাক ঢাক গুড় গুড় খাসলতে বিরক্তির চাইতেও বেশি উদ্রেক হয় করুণার। কোনও সরকারের আমলেই বিটিভি দলীয় প্রচার যন্ত্র বৈ কিছুই হয়ে উঠতে পারেনি।

অনেক অনেক চ্যানেলের ভিড়ে 'জন্মই যার অজন্ম পাপ' বিটিভির চেহারা এখন বড়ই কাহিল। কখনো কখনো কোনও কোনও অনুষ্ঠান সহনীয় ঠেকে বৈকি, কিন্তু সংবাদ একেবারেই নয়। বিটিভি সংবাদ বস্তুনিষ্ঠ হতে নেই, এটি যেন ধ্রুব সত্য হয়ে দাঁড়িয়েছে। আকাশ সংস্কৃতির ব্যাপক প্রসারের এই বাস্তবতায় বিভিন্ন টিভি চ্যানেলের খবর পরিবেশনা এখন দারুণ জনপ্রিয়। এ নিয়ে চ্যানেলগুলোর মধ্যে চলছে মাত্রা যোগ করার প্রতিযোগিতা।

অথচ বিটিভি 'সাত সাগর পাড়ি দিয়ে যেন সৈকতেই পড়ে' আছে।

অতি গুরুত্বপূর্ণ এবং মূল্যবান একটি সংবাদ এর কেবল গৌণ ট্রিটমেন্টই নয়, সেটি বেমালুম চেপে যাওয়ায় জুরি নেই বিটিভির।

কাউকে মনস্তাত্ত্বিক শাস্তি দেওয়ার একটি বড় হাতিয়ার হতে পারে বিটিভি সংবাদ। যেমন: তাকে বাধ্য করা যেতে পারে এমন 'সংবাদ' শুনতে।

তা ই নয় কি? নিতান্ত শাস্তিমূলক না হলে খবর শোনার জন্য বিটিভি অন করবে কে?

এখন কত না চ্যানেল। তথ্য-বিনোদন-শিক্ষা সঞ্চারণী কত কী আয়োজন! বাংলাদেশ ভারত মিলিয়ে অনেকগুলো চ্যানেলে এখন পরিবেশিত হচ্ছে বাংলা খবর, জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে সংবাদ ভিত্তিক নানা অনুষ্ঠান। কোন চ্যানেল ছেড়ে কোনটায় যাবো- রীতিমতো হিমশিম খাবার দশা! এমন গতিশীলতার বাস্তবতায়ও বিটিভি বরাবরের মতোই স্থবিরতা কবলিত, অথর্ব।

বিটিভির অনুষ্ঠানমালাও মুক্ত হতে পারছে না দলীয়করণ, আত্মীয়করণের ভয়াল ভূতের আছর থেকে। তাতে কী? দর্শকশূণ্য বিটিভি এখন 'বিশ্বজুড়ে' -বস্তুনিষ্ঠতা, আধুনিকতা

www.pathagar.com

বর্জিত, একঘেয়ে অনুষ্ঠানমালা সম্বল করে নির্লজ্জের মতো চালু রাখা হয়েছে বিটিভি ওয়ার্ল্ড।

রাজনৈতিক-ঐতিহাসিক সত্য স্বীকারে অনীহা বজায় রেখেও আমাদের অমূল্য সাংস্কৃতিক ঐতিহ্য নির্ভর পরিবেশনা দিয়েও তাক লাগিয়ে দেয়া যায় বিশ্ববাসীকে। বিটিভির নিয়ন্ত্রক-পরামর্শকরা এইদিকটি নিয়ে ভাবলেও কাজের কাজ কিছু হতো।

শেকড় থেকে বিশাল দূরত্বে অবস্থান করেও বিটিভি অবলীলায় আউড়িয়ে চলছে, 'বাংলাদেশ টেলিভিশন কথা বলে দেশ, মাটি ও মানুষের'। এখান থেকে অবশ্য এটুকু সান্ত্বনা মিলতে পারে যে, বিটিভি অন্তত দায়-দায়িত্ব পালন না করলেও, করা যে উচিত, তা বুঝতে পারছে।

গণমাধ্যম মাত্রেরই কাজ হচ্ছে, টু ইনফর্ম, টু এডুকেট, টু এন্টারটেইন, টু মোটিভেট। অর্থাৎ গণমাধ্যম হচ্ছে গণমানুষের কল্যানের, গণস্বার্থ রক্ষায় অঙ্গীকারাবদ্ধ যোগাযোগ মাধ্যম। বিশ্বজুড়ে টিভি এখন দোর্দন্ড প্রতাপশালী গণমাধ্যম ।

এই মানদন্ডে বিটিভিকে কী করে বলি গণমাধ্যম! এটিও কাজ করছে বটে! ইনফর্ম করছে একপেশে সংবাদ, সরকারি ও দলীয় কর্মকান্ড, এডুকেট করছে মান্ধাতার ও অবৈজ্ঞানিক বিষয়াদি, এন্টারটেইন করছে একঘেয়ে, নামকাওয়াস্তে অনুষ্ঠানমালা, মোটিভেট করছে দলীয় তথা অবৈজ্ঞানিক ধ্যান ধারণা গ্রহণে। সবই চলছে আনস্মার্টলি। সবমিলিয়ে, চাহিদার দিক থেকে বিপন্ন বিটিভির জন্য এক রাশ করুণা ধারা।

www.pathagar.com

ভালো অভিনয়-- নয় অভিনয়

গৌতম ঘোষ বিখ্যাত তো ছিলেনই। আরো বিখ্যাত হয়ে যান মানিক বন্দ্যোপাধ্যায়ের পদ্মা নদীর মাঝি উপন্যাস সেলুলয়েড বন্দি করে। এই সিনেমার অন্যতম প্রধান চরিত্র কপিলা রূপায়ন করেছেন রূপা গাঙ্গুলী। রূপার অভিনয় দক্ষতা এবং গ্ল্যামারের জৌলুস নিয়ে নোতুন করে বলবার কিছু নেই। নামকরা এই শিল্পীর পর্দায় কপিলা হয়ে উঠবার বিষয়টি কিন্তু মোটেই সহজ ছিলো না। গৌতম ঘোষও এমন পরিচালক নন যে, শিল্পীর তারকা খ্যাতির ওপর দিয়ে কাজ চালিয়ে দেবেন। পর্দায় তার চাই কপিলাকে, রূপা গাঙ্গুলীকে নয়। আর সেই কপিলা হয়ে উঠবার জন্য রূপাকে দিনের পর দিন গায়ে সর্ষের তেল মেখে রোদ পোহাতে হয়েছে। পদ্মা পারের হতদরিদ্র একটি মাঝি পরিবারে বেড়ে ওঠা যৌবনবতী, যার গায়ের রং ফর্সা নয়, যার অবয়বে লেগে আছে একইসঙ্গে কমনীয়তা এবং দারিদ্র্যের কষ্টক্লান্তির ছাপ, সেই কপিলা হয়ে উঠবার জন্য ক্যামেরার সামনে দাঁড়াবার আগে কত না কসরত করতে হয়েছে রূপাকে। এই কাহিনী রূপা নিজেই বলেছেন।

আর উদাহরণটি এজন্য টানা যে, সিনেমায় অনেকেই কাজ করেন কিন্তু সকলেই শিল্পী নন। সৃজনশীল নির্মাতা অবশ্যই চান, তার চলচ্চিত্র বা টিভি ফিকশনে জীবনের গল্প সহজ-সাবলীলভাবে তুলে ধরতে।

দর্শককে গল্পের ক্লাইমেক্স পর্যন্ত টেনে রাখার জন্য যে মুন্সিয়ানা দরকার--তা ক'জনার আছে? চলচ্চিত্র বা টিভি ফিকশন যদি শিল্প হয় তাহলে নির্মাতাই এখানে মূল শিল্পী। তার চাওয়া মতো বিচিত্র সব চরিত্রে নিজেকে হারিয়ে ফেলতে হয় অভিনেতা-অভিনেত্রীকে। সত্যজিৎ রায়ের বিভিন্ন চরিত্রে রূপদানকারী মানুষগুলোর কথাই ভাবুন না। এই শিল্পী যথাযথ পারফরমারের খোঁজে দিনের পর দিন অপেক্ষা করেছেন।

হোক সিনেমা বা মেগা সিরিয়াল--গল্পই সবসময় মূল আকর্ষন হবার দাবি রাখে। মানুষ মূলত গল্পপ্রেমী।

তাই ভিজুয়াল মিডিয়ায় গল্প বা ফিকশনের বেলায় চরিত্রগুলো হওয়া চাই জমজমাট। অভিনয় শিল্পীদের পারফরমেন্স তাই যথেষ্টই গূরুত্বের দাবি রাখে। এই যে ঘরে ঘরে ক্যাবল টিভির সুবাদে প্রতিদিন এতো এতো মানুষ কোন একটা কাহিনী দেখার জন্য আগ্রহ নিয়ে বসে থাকছে--এর পেছনে বড় ম্যাজিকটি হলো ভালো অভিনয়।

www.pathagar.com

প্রশ্ন হচ্ছে, কাকে বলবো ভালো অভিনয়? নিঃসন্দেহে তা হচ্ছে জীবনের স্বাভাবিক রূপায়ন। মানুষ নিজের এবং চারপাশের জীবন যাপন নিয়ে বরাবরই কৌতূহলী। বইয়ের পাতায় এবং পর্দায় সেটাই সে দেখতে চায়।

আর জীবনের খেলাঘরের বিচিত্র সব চরিত্র তারাই ভালো ফুটিয়ে তুলতে পারেন, যারা সৃজনশীল, সংবেদনশীল। অন্যের জায়গায় নিজেকে দেখবার ক্ষমতা বা EMPATHY যার যতো বেশি, অভিনয়ে সে ততই সফল। ভালো অভিনয় তাই আসলেই নয় কোন অভিনয়। এর আরেক নাম স্বাভাবিকতা। এটিই শিল্পীর সৃজনশীলতা।

বেশি পেছনে যাবারর দরকার নেই। ঋতুপর্ণ ঘোষের উনিশে এপ্রিলে'র কথাই থরা যাক না। সদ্য ডাক্তারি পাস করা এক তরুণীর জায়গায় কী দুর্দান্ত অভিনয়ই না করলেন দেবশ্রী। বাবার মৃত্যু, মায়ের সাথে দূরত্ব, প্রেমিকের সরে পড়া--ইত্যাদির মনস্তাত্ত্বিক প্রতিক্রিয়া কী নিখুতভাবেই না প্রকাশ পেয়েছে দেবশ্রীর অ্যাপিয়ারেন্সে। দেবদাস শাহরুখের যন্ত্রণার অভিব্যক্তি আমাদের নাড়া না দিয়ে যায় কোথায়? পদ্মানদীর কুবের মাঝি আসাদ এবং হোসেন মিয়া উৎপল দত্তের কাজ কাকে না টেনেছে।

আকাশ সংস্কৃতির সুবাদে বিশ্বজুড়ে এখন দারুণ সক্রমিত যে মাধ্যমটি, তা হচ্ছে ছোট পর্দা। যেটি বড় ছবিকেও ধারণ করছে প্রতাপের সঙ্গে। ঘরে বসে সিনেমা উপভোগ করতে আগ্রহী মানুষের সংখ্যা দ্রুত বাড়ছে। যে কারণে ছবি সম্প্রচারের জন্য দীর্ঘ সময় বরাদ্দ রাখার পরও থাকছে চলচ্চিত্র বিষয়ক ম্যাগাজিন অনুষ্ঠান, টক শো-ইত্যাদির ছড়াছড়ি।

সিনেমা হলগুলোও এখন সাজছে অত্যাধুনিক প্রযুক্তি- উপাদানে। বড় পর্দা, ছোট পর্দা ছাড়াও মঞ্চতো থাকছেই। পর্দাপ্রিয়তা যতই থাকুক না কেন, মঞ্চের আবেদন কখনোই ফুরিয়ে যাবার নয়। অভিনয়ের সাক্ষাত এই পরীক্ষা ক্ষেত্র নিয়ে তাই বাড়ছে এক্সপেরিমেন্টও।

মূলত মঞ্চই হচ্ছে অভিনয় শেখার জায়গা। একজন পারফরমার সহজেই এখান থেকে নিজেকে যাচাই করে নিতে পারে, নিজেকে চিনতে পারে, শাণিত করতে পারে প্রতিভা। মঞ্চের ডাকসাইটেরা সহজেই ডাক পাচ্ছে চলচ্চিত্রে, টেলিভিশনে, বিজ্ঞাপন চিত্রে। তাছাড়া ছোট পর্দার বড়ত্বের এই যুগে চলচ্চিত্র এবং ঝাকানাকা জাতীয় স্টেজ শো ও কনসার্টের মতো মঞ্চ নাটক, যাত্রা পালা ইত্যাদিও ধারণ করছে টিভি মাধ্যম।

এই যে টিভি চ্যানেলগুলোতে মেগা সিরিয়ালের এমন জোয়ার, এর মূলে আছে জীবনের প্রতি মানুষের দুর্নিবার টান। সিনেমা, টিভি, স্টেজ-- সব মাধ্যমেই চলমান জীবনের প্রতিচ্ছবিই হচ্ছে অডিয়েন্সের প্রধান চাওয়া। ফ্যান্টাসি, কল্পকথা, হরর, থ্রীল, আধিভৌতিক -ইত্যাদিও নিশ্চয়ই অন্তরের রিলিফ। এমনকি গল্পপ্রধান মিউজিক ভিডিওগুলোও বেশ জায়গা করে নিচ্ছে। তাইতো ২৪ ঘন্টার মধ্যে সিংহভাগ স্লটই

www.pathagar.com

এখন ফিকশনের দখলে। দর্শক সাইকোলজি বিবেচনায় রেখে টিভি চ্যানেলগুলো গল্পের পসরায় সাজানোর প্রয়াস চলছে পাল্লা দিয়ে।

ভারতের ছবি, টিভি সিরিয়াল এদেশের অডিয়েন্সকে বুঁদ করে রেখেছে ওগুলোর নির্মিতি ও বৈচিত্র্যগুণেই। আমাদের চলচ্চিত্রও এখন অন্ধকার পর্যায় কাটিয়ে উঠতে শুরু করেছে। পুনরুজ্জীবিত হচ্ছে সুস্থ ছবি নির্মানের ধারা। কয়েক বছর আগেও টিভি নাটকের এমন জোয়ার ছিলো না। এখন চ্যানেল যত বাড়ছে, এগুলোর প্রাইম আওয়ারজুড়ে থাকছে ফিকশনেরই আধিক্য। জন চাহিদা বিবেচনায় স্পন্সরদাতারাও এক্ষেত্রেই আগ্রহ দেখান বেশি।

তবে এও সত্য, হুড়োহুড়ির এই বাস্তবতায়, কোয়ালিটি কাজ হচ্ছে হাতে গোণা।

স্বাভাবিক কারণে 'বেটার'কেই গ্রহণ করছে অডিয়েন্স।

ভারতের, বিশেষ করে হিন্দি কিছু সিরিয়াল দেখার ধুম পড়েছে ঘরে ঘরে। বলিউডি ছবির কথাতো বলার অপেক্ষা রাখে না।

অভিনয় গুণে কেউ কেউ হয়ে ওঠেন হার্ট থ্রব, আইডল। একই সঙ্গে অনন্য সাধারণ, আবার খুবই ন্যাচারাল প্রতিভা এটি। এটি আয়ত্ত করার বিষয়, আবার চাইলেই যে কেউ এই প্রতিভার অধিকারী হয়ে উঠতে পারে না।

প্রখ্যাত সাহিত্য শিল্পী শেক্সপীয়র যেমন বলেন- পৃথিবীটাই এক মঞ্চ, নারী- পুরুষেরা যেখানে অভিনেতা-অভিনেত্রী। সে অর্থে সকলেই আমরা পারফরমার। ক্যামেরার বাইরে প্রতিনিয়তইতো চলছে অভিনয়। কেউ কেউ যেমন জোর দিয়েই বলেন, LIFE IS NOTHING BUT ACTING.

কিন্তু মনে দাগ কাটার মতো অভিনয় পারে ক'জনা? মজার ব্যাপার হচ্ছে, নামকরা পারফরমারদের সকলেরই কাজ যেন অতি বাস্তবানুগ, খুবই সাধারণ।

কী এক ইলিউশনে সিনেমা টিভির কোন কোন মুখ হয়ে ওঠে একান্ত আপন। অতীতের হেমা মালিনি, অমিতাভ, শ্রী দেবী থেকে শুরু করে আজকের শাহরুখ, রাণী কত না হৃদয়ের রাজা রাণী।

জীবন এবং চারপাশের ছবিটি ঠিক সে রকম করে ফুটিয়ে তোলাটাই হচ্ছে এখানে মুন্সিয়ানা। যেটি বেশিরভাগ ক্ষেত্রে কুশলি নির্মাতার ওপরই বর্তায়। চলচ্চিত্র যদি শিল্প হয়, সেক্ষেত্রে মূল শিল্পী পরিচালক। তাইতো ববিতা সত্যজিতের 'অনঙ্গ বউ' সেজে, চম্পা গৌতম ঘোষের 'মালা' হয়ে গেঁথে আছেন সিনেমাপ্রেমিদের হৃদয়ে। নিজ মুন্সিয়ানায় অভিনয় করে শিল্পী হয়ে ওঠা নাসির উদ্দিন শাহ, নানা পাটেকর, উৎপল দত্তের মতো অল্প ক'জনার পক্ষেই সম্ভব। বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই নির্মাতার কেরামতিই এখানে মূল নিয়ামক। যে কারণে ঋতু পর্ণের 'উনিশে এপ্রিল'এ আমরা খোঁজ পাই অচেনা এক দেবশ্রীর। মণি রত্নমের নির্দেশনায় 'যুবা' অভিষেক অভিষিক্ত হন যেন অনন্য রূপে। সন্দেহ নেই, মঞ্চই হচ্ছে এই শক্তি আয়ত্তের প্রধান জায়গা। সিনেমা--

www.pathagar.com

টেলিভিশনে যাদের অভিনয় আপনার অন্তর ছুঁয়ে যায়, খোঁজ নিলে জানবেন--তাদের সিংহভাগই মঞ্চ থেকে আসা। আবার এও সত্য, মঞ্চে ওঠা দূরের কথা, অভিনয়ের 'অ' জানা নেই, এমন কেউ কেউ হঠাৎ করেই তাক লাগিয়ে দিচ্ছে কুশলি নির্মাতার হাতে পড়ে। একজন দক্ষ নির্মাতা তার যথাযথ আবিষ্কারকে ঠিক কাঁদামাটির মতো করেই গড়ে তোলেন বিচিত্র আদলে।

তাই সার্বিক বিবেচনায় 'ভালো অভিনয়' সংজ্ঞায়িত করা কঠিন। তবে এটি বেশ বুঝে নিতে পারি আমরা যে কেউ। তাইতো বিশেষ আসনে বসাই কোন কোন পারফরমারকে।

ভালো অভিনয় এক অর্থে কোন অভিনয়ই নয়। জীবনকে, সংশ্লিষ্ট চরিত্রকে ঠিক সে রকম ফুটিয়ে তোলাই হচ্ছে এখানে মূল প্রয়োজন। এর জন্য সুদক্ষ নির্দেশনার পাশাপাশি পারফরমারেরও থাকা চাই ন্যূনতম 'এমপ্যাথি'। অর্থাৎ ভালো অভিনেতা অবশ্যই অনুভূতি প্রবণ, কল্পনা প্রবণ, সৃষ্টিশীল মানুষ। এক অর্থে তাকে অভিনয় করতে হয় না। টার্গেট চরিত্রের মাঝে নিজেকে হারিয়ে ফেলতে হয় মাত্র। যে প্রক্রিয়ায় একজন সঞ্জয় দত্ত হয়ে ওঠেন 'মুন্না ভাই', আসাদুজ্জামান নূর হয়ে যান 'বাকের ভাই'। অভিনতা- অভিনেত্রী মাত্রই শিল্পী নন। যথেষ্ট পারঙ্গমতা গুণেই কেউ কেউ হয়ে ওঠেন অভিনয় শিল্পী।

ভালো অভিনয় মানে যে- নয় অভিনয়, সেটি যে যত বেশি রিয়ালাইজ করতে পারে, তার কাজও হয় ততই হৃদয়গ্রাহী। আজকাল ঢাকার নবীন নির্মাতা- পারফরমারদের মাঝে এই বোধন উদ্বোধন লক্ষ্য করা যাচ্ছে। পরিবর্তনের এই হাওয়ায় আমরা টিভি ফিকশন এবং চলচ্চিত্রেও প্রাণবন্ত কাজ উপহার পাচ্ছি। সালাহউদ্দিন লাভলু, গিয়াসউদ্দিন সেলিম, নুরুল আলম আতিকের মতো নির্মান শিল্পীর পাশাপাশি 'নয় অভিনয়' প্রতিভার শিল্পী হিসেবে ঝলছে উঠছে মীর সাব্বির, তিন্নি, লিটু আনাম, মিলন, দিনারের মতো কেউ-কেউ।

বর্তমান প্রজন্ম নতুন চিন্তা, সৃজন প্রতিভা, সাহস নিয়ে হাল ধরতে যাচ্ছে আমাদের ভিজুয়াল মিডিয়ার। সেক্ষেত্রে এটি আশা করা অমূলক নয়, অচিরেই যুগান্তকারী নির্মান ধারা গড়ে উঠতে যাচ্ছে। এই অঙ্গন মূলতই থাকবে সৃষ্টিশীলদের দখলে।

www.pathagar.com

সৌন্দর্য ও আধুনিকতার সন্ধানে

আমাদের শো বিজনেস বা বিনোদন ব্যবসায় পরিবর্তনের পালা শুরু হয়েছে বটে। কিন্তু সত্যিকারের সৌন্দর্য ও আধুনিকতা আজো রয়ে গেছে অধরা ? কাজে কর্মে কেউ কেউ এখানে নতুনত্ব আনতে প্রয়াসী হচ্ছে না, তা কিন্তু নয়। কিন্তু কাজের কাজ হচ্ছে কই? সৌন্দর্যকে স্বাগত জানাতে গিয়ে অশ্লীলতাকেই আহ্বান করা হচ্ছে। আধুনিকতা অনুদিত হচ্ছে উচ্ছৃঙ্খলতায়।

সামাজিক অস্থিরতার প্রকাশ

ঢাকাই শো বিজের প্রধান প্রবণতাসমূহ হচ্ছে অনুকরণ, মিথ্যাচার, ভনিতা, নখরা, সংকীর্ণতা, প্রতারণা, কাঁদা ছোঁড়াছুড়ি ইত্যাদি। এ ক্ষেত্রে বলা দরকার, বিনোদন ব্যবসা সমাজ কাঠামোর বাইরের কিছু নয়। সেক্ষেত্রে এতে সমাজের সুরত প্রতিফলিত হওয়াটাই স্বাভাবিক। তাইতো বিনোদন বানিজ্যের আয়নায় স্বাভাবিক অবক্ষয়ের ছবিটাকেই দেখতে পাওয়া যায়। আমাদের রাজনৈতিক অস্থিরতা, অশ্লীলতা অর্থনৈতিক দুরবস্থা, দেউলিয়াপনা ইত্যাদি খুব স্বাভাবিক অর্থেই ছায়া ফেলেছে শো বিজ জগতে।

খোলা জানালায়

সংস্কৃতি বলতে একটি জাতির, একটি সমাজের গোটা জীবন ধারাকেই বোঝানো হয়ে থাকে। বিশ্বজুড়ে বাতাস এখন সাংস্কৃতিক সমন্বয়ের। ক্যাবল টিভি, ইন্টারনেট, ওয়েব সাইট ইত্যাদির সুবাদে আমরা এখন পুরোদস্তর গ্লোবাল ভিলেজের বাসিন্দা। তাইতো এখন তুলনামূলক বিচারের পথটা পরিস্কার হয়ে উঠেছে বেশি করে। কোন জনগোষ্ঠীর, কোন ভূখন্ডের সাংস্কৃতিক সুরত বোরকাবন্দি করে রাখবার কোনই উপায় নেই আর। উন্নত সংস্কৃতির পাশাপাশি আমাদের এই জীবনধারার কাহিল দশা বড় পীড়াদায়ক, ভীষণ লজ্জার।

অহংকারের কিছু জায়গা আছে

এখনো পর্যন্ত কাজের কাজ বা মানসম্পন্ন কিছু যদি হয়ে থাকে, হয়েছে তা মঞ্চনাটকের ক্ষেত্রে। আমাদের সংস্কৃতিকর্মী বিশেষ করে নাট্যজনেরা মুক্তিযুদ্ধ উত্তর এই একটি মাত্র ক্ষেত্র নিয়ে রীতিমতো বড়াই করতে পারেন। এর ঠিক বিপরীত চিত্র লক্ষণীয় এদেশের

www.pathagar.com

চলচ্চিত্র শিল্পে। শক্তিশালী এই মাধ্যমটির কী অপপ্রয়োগই না ঘটানো হচ্ছে এদেশে। বিকল্প ধারার কিছু ছবি নিয়ে আমরা গর্ব করতে পারি বটে। এমনকি মেধাবী নির্মাতার সুবাদে পণ্যের বিজ্ঞাপন চিত্রেও উঠে আসছে দিন বদলের কথা। আর তা প্রশংসিত হচ্ছে দেশে বিদেশে।

ছোট পর্দায় মিশ্র হাওয়া

ছোট পর্দায় ক্ষীণলয়ে হলেও পরিবর্তনের সুর ধ্বনিত হচ্ছে। পাশাপাশি এ মাধ্যমে ভর করে সমাজকে কলুষিত করতে উঠে পড়ে লেগেছে কুচক্রী মহল। নোতুন প্রজন্মকে ফাজিল বানাতে মরিয়া হয়ে উঠেছে এরা। নোতুন কিছু গেলানোর নামে কোন রকম বাছ বিচার না করে সমাজের বখাটে-অমার্জিত কিশোর-তরুণদের ভাষা-ভঙ্গি ঠিক সেভাবেই পর্দায় তুলে ধরছেন তথাকথিত জনপ্রিয় কোন কোন নির্মাতা। বহুজাতিক কোম্পানির পৃষ্ঠপোষকতায় এভাবেই যুব সমাজকে উস্কে দেয়া হচ্ছে যাচ্ছেতাই জীবন যাপনে, ইভ টিজিংএ, অপরাধে। আস্কারা পাচ্ছে পেশাদার অপরাধীরা। এতো এতো চ্যানেল হওয়ায় সমাজের নোংরা আবর্জনা উঠে আসছে পর্দায়।

নড়ে চড়ে বিটিভি

অনেক চ্যানেল চালু হবার প্রেক্ষাপটে বিষয় বৈচিত্র্য তালাশের তাড়না বোধ করছে এখন বাংলাদেশ টেলিভিশন। এখনো পর্যন্ত এটি বোকা বাকসোই রয়ে গেছে যদিও। বিটিভির সিংহভাগ পরিবেশনাই সেকেলে এবং নিম্নমানের। অন্য একাধিক চ্যানেল এর নাড়া দেয়ার মতো কিছু অনুষ্ঠানের কারণে চাপে পড়েছে বিটিভি। ছোট পর্দায় প্যাকেজ কার্যক্রমের আওতায় তাক লাগানোর মতো তেমন কিছুই এখনো হয়নি বললেই চলে।

ক্যাটওয়াক করে কদ্দুর এগুলো বাংলাদেশ

হুজুগে হুজুগে গত শতকের শেষভাগে সরগরম হয়ে উঠেছিলো ফ্যাশন পাড়া। বেশিরভাগ ক্ষেত্রেই অতি উৎসাহী, অস্থিরচিত্ত তরুণ তরুণীরা ঝাঁপিয়ে পড়ে এখানে। দেখা গেলো মহল্লায় মহল্লায় কমিউনিটি সেন্টার ভাড়া নিয়ে কিংবা বাসা বাড়ির ছাদে চর্চা চলছে। ক্যাটওয়াকের। অনেকেই নিজেকে পরিচয় দিতে পছন্দ করছে ফ্যাশন মডেল হিসেবে। পারলে কোরিওগ্রাফারও হয়ে উঠতে চায় কেউ কেউ। ঘন ঘন শো'র বন্দোবস্ত হচ্ছে বড় বড় হোটেলে, মিলনায়তনে। বছর দুই তিন যেতে না যেতেই বিশ্রী দিকে টার্ন করে এই প্রবণতা। একের পর এক ফাঁস হতে থাকে নানা রকম প্রতারণা, অপরাধ প্রবণতা, অশ্লীলতা। খুন খারাবির সাথেও জড়িয়ে পড়ে কোন কোন মডেল কন্যা। ন্যক্কারজনক কিছু ঘটনা ঠাঁই করে নেয় সংবাদপত্রের পাতায়। এর একটি হল টিনেজ এক মডেল মেয়েকে বিবস্ত্র করে ছবি তুলেছে তারই মডেল বান্ধবীরা।

www.pathagar.com

এসব জঘন্য কীর্তিকলাপের কারণে ঝিমিয়ে পড়ে ঢাকার ফ্যাশন পট্টি। মধ্যবিত্ত মার্জিত ঘরের মেয়েরা বলতে গেলে মুখ ফিরিয়ে নেয় এই অঙ্গন থেকে। ধস নামে ব্যাঙের ছাতার মতো গজিয়ে ওঠা ফ্যাশন বা মডেলিং এজেন্সিগুলোর বাণিজ্যে। প্রশিক্ষণের নামে প্রতারনার নানান ঘটনাও প্রকাশ পেয়েছে অনেক। শুধু কি তাই, ফ্যাশন শো'র নামে শরীর বা অশ্লীল অঙ্গভঙ্গি প্রদর্শনের ব্যবসায়ও নেমেছে অনেকেই। মাঝে মধ্যেই ঢাকায় এ ধরনের অর্থহীন, অসঙ্গতিপূর্ণ, আপত্তিকর ফ্যাশন শো-র আয়োজন করা হচ্ছে। পোশাক, ডিজাইন বা পণ্যকে উপস্থাপিত করার লক্ষ্যে নয়, শরীর প্রদর্শন করে উপার্জনই মুখ্য এখানে। এতে সমস্যায় পড়েছে সত্যিকারের ফ্যাশন ডিজাইনার, কোরিওগ্রাফার, ফ্যাশন মডেল এবং সর্বোপরি সৎ আয়োজক-উদ্যোক্তারা। কনসার্ট বা কালচারাল শো কে কেন্দ্র করেও চলছে নোংরামি।

বিদেশী তারকা তামাশা

বিদেশী শিল্পী তারকাদের এনে প্রোগ্রাম করার ধুঁয়ো তুলে টাকা পয়সা কামাই করতে তৎপর কোন কোন মহল। এ ধরনের আয়োজন সুষ্ঠু -সুন্দরভাবে হলে কারোই আপত্তি থাকার কথা নয়। কিন্তু যখন শোনা যায়, বাইরের একজন নামকরা শিল্পীকে ঢাকায় এনে হেনস্তা করা হচ্ছে, প্রতিশ্রুত সম্মানী পাচ্ছেন না তিনি; কিংবা আয়োজকরা লাপাত্তা। তখন এই লজ্জা, এই দায় গোটা জাতির ঘাড়ে চাপে না কি? এমনতরো ঘটনাতো অতীতে একাধিকবার ঘটে গেছে। একটি প্রতিষ্ঠান তো বোম্বে সুপারস্টার শাহরুখ খানকে ঢাকায় এনে ছাড়লো তিন তিনবার! প্রতিবারই যদিও এরা কেনা টিকেটগুলো ফিরিয়ে নিতে বাধ্য হয়েছে। এতে অপরিপক্কতাই প্রকাশ পেলো না কি? কি দরকার ছিলো এমন উদ্যোগ নেয়ার?

ব্যান্ডের তালে একি ঘটছে

ব্যান্ড সংগীত ক্রমেই জনপ্রিয় হয়ে উঠছে এদেশে। বিশেষ করে তারুণ্যের অন্তর বেজে ওঠে ব্যান্ডের গানে, সুরের মূর্ছনায়। কিন্তু অপরিকল্পিত কনসার্টের আয়োজন ডেকে আনছে অশুভ বেদনাদায়ক পরিণতি। খোলা ময়দানে এমনতরো অনুষ্ঠানে বহুবার ঘটে গেছে অপ্রীতিকর, এমনকি নাশকতামূলক ঘটনা। দারুন সম্ভাবনাময় এই মাধ্যমটির প্রতি এটি আঘাত নয় কি?

চাই সামাজিক দায়বদ্ধতা

সার্বিক অর্থে শনির দশা চলছে আমাদের শো বিজ জগতে। যদিও সমাজ বাস্তবতা এবং মূলত অর্থনীতিই নিয়ন্ত্রণ করে সব কিছু। সংস্কৃতি-বিনোদন ব্যক্তিত্বরা পারেন মানুষের মনোরাজ্যের সীমানা বাড়িয়ে দিতে, আচরণকে প্রভাবিত করতে। এটি সত্য,

www.pathagar.com

সাধারণ মানুষেরা শো বিজ বাসিন্দাদের দেখে বড় চোখে। বিনোদন তারকারা তাই ভূমিকা রাখতে পারেন সামাজিক সচেতনতা বাড়াতে, মানুষকে উদ্বুদ্ধ করতে।

কিন্তু দুঃখজনক, আমাদের বিখ্যাত নির্মাতা-তারকারা বেশিরভাগই এ ব্যাপারে নির্লিপ্ত। এক বিশিষ্ট পরিচালকের কথাই ধরা যাক না। সমাজের অবিকল ছবিটাই নাকি তিনি দেখাতে চান। আসলে দায়-দায়িত্ব এড়াতেই এমন খোঁড়া যুক্তি।

চারপাশের কার্বন কপি নয় বরং দিন বদলের স্বপ্ন উপহার দেয়াই একজন কমিটেড শিল্পীর অন্তরের আকুতি। এর জন্য চাই সাহস। চাই পরিবর্তনের অঙ্গীকার। চাই সামাজিক দায়বোধ।

প্রমিথিউসের অপেক্ষায়

আমাদের শোবিজ জগতের অন্ধকার ঘোচাতে চাই নতুন শক্তি, নতুন প্রতিভা। নতুনত্ব আমদানির নামে তথাকথিত মেধাবীদের দিন একদিন ফুরিয়ে যেতে বাধ্য তাছাড়া ভয়াবহ এই গ্রহণকালেই তো চাই প্রমিথিউসের আবির্ভাব। আমাদের সাংস্কৃতিক ঐতিহ্যের মশাল আর আধুনিকতা ও নান্দনিকতার মশলা হাতে নিশ্চয়ই ধেয়ে আসছে নতুন দিনের নায়কেরা। হতেওতো পারেন, আপনিও তাদেরই একজন।

www.pathagar.com

সংস্কারের বাইরে যারা

দেশের অবস্থা এখন জরুরী। কত কী ক্ষেত্রেইতো চলছে সংশোধনের পালা। জরুরী ভিত্তিতেই চলছে ধোলাই পর্ব। সংস্কার আর পরিবর্তনের দমকা হাওয়া বইছে। প্রশ্ন তোলা যেতে পারে, এ অবস্থাতেও কি গা বাঁচিয়ে চলার ফুরসত পাচ্ছে না কেউই? অবশ্যই পাচ্ছে। নয়তো মিডিয়া অঙ্গনে, সামাজিক সাংস্কৃতিক সংগঠনের নামে এইসব উল্টা-পাল্টা ঘটছে কি করে?

মিডিয়ায় নজরদারি দরকার

সংবাদপত্র এবং সাংবাদিকতার নাম ভাঙ্গিয়ে অনিয়ম, দুর্নীতি এবং ব্ল্যাকমেইলিং পারলে এখনো চালানো হচ্ছে সমানে। সম্প্রতি যদিও এ সংক্রান্ত কিছু ধরপাকড়ের খবর মিলেছে । শুধু আন্ডারগ্রাউন্ড কাগজ কেনো, গোটা সংবাদপত্র শিল্পেই শুদ্ধি অভিযান দরকার আছে মনে করেন শান্তিপ্রিয় নাগরিক সমাজ। তালিকা করা যেতে পারে এ মাধ্যমের জন্যও। নজরদারি দরকার আছে শিল্প সংস্কৃতি অঙ্গনেও। সামাজিক সাংস্কৃতিক সংগঠনের নামে শুধু যে ব্যবসা বাণিজ্য চলছে তা-ই তো নয়। বারোটা বাজানো হচ্ছে আমাদের সাংস্কৃতিক ঐতিহ্যের, স্বকীয়তার। কালচারাল টাউটরা এখনো সমান তৎপর। চলছে জমজমাট পদক বাণিজ্য।

পদক বৃষ্টি

ভেবে অবাক হই, স্বীকৃতি ব্যাপারটা দিনে দিনে কী করে এতো হালকা হয়ে গেলো! পুরস্কার শব্দটার সঙ্গে সম্পর্ক থাকবার কথা গুণপনার, গুণীর। বিশেষ কোন ক্ষেত্রে অবদানের জন্য পদক, ক্রেস্ট ইত্যাদি সংশ্লিষ্টজনকে অনুপ্রাণিত করবে-- তাইতো হবার কথা। কিন্তু স্বীকৃতির সে অর্থ বুঝি এখন ইতিহাস আর জাদুঘরের উপাদান। আজকাল গুণ নয়, গুনতে পারাটাই পুরস্কার অর্জনের মূলে। অর্থাৎ পয়সা গোণো, পদক নাও। এই শহরে এখন পুরস্কার- পদক- ক্রেস্টের ছাড়াছড়ি। এমনতরো 'সম্মান' আদায়ের জন্য পর্দার পেছনে হামেশাই চলছে দরাদরি আর ধরাধরি। এক সময় পদক ভূমিকা রেখেছে প্রতিভাকে আরও শানিত করতে। আর এখন বিকাশের সম্ভাবনাকে অঙ্কুরেই গলাটিপে মেরে ফেলা হচ্ছে পদক বিলিয়ে, বিক্রি করে। গানের শিল্পীকে স্বরলিপি না শিখতেই হাতে ধরিয়ে দেয়া হচ্ছে পদক। নাচের শিল্পী মুদ্রা ঠিকমতো না শিখতেই কিনে নিচ্ছে পদক। তারপর খুশিতে গদগদ হয়ে স্বজন, প্রতিবেশী, সতীর্থ এবং মিডিয়ার লোকজনকে জানান দিচ্ছে- 'আমিতো পদক পেলাম'।

www.pathagar.com

পুরস্কার যখন তিরস্কার

দিনে দিনে পুরস্কার জিনিসটা রং আর সৌরভ হারিয়ে কী করে 'তিরস্কার' হয়ে গেল! প্রকৃত শিক্ষিত-রুচিশীল-সংস্কৃতিবানরা তা ই মনে করেন। যে কারণে অর্থ লেনদেনের বাইরে পদক বিতরণ অনুষ্ঠানের যৌক্তিকতা দাঁড় করাতে হাতে গোনা যে ক'জনকে উল্টো হাতে পায়ে ধরে পদক নেয়ার জন্য রাজি করানো হয়, তারা থাকছেন অনুপস্থিত, অনুষ্ঠানস্থলে। বেশ ক'টি আয়োজনে এমনটি লক্ষ্য করা গেছে। কখনো কখনো অনুষ্ঠানে এসে হাউ কাউ, হাউ মাউ করতেও দেখা যায় কোন কোন 'প্রতিভা' কে। কেন? অর্থ খরচ করেও যে পদক হাত ছাড়া! কারণ অংক বাড়িয়ে দিয়ে আর কেউ ছিনিয়ে নিয়েছে স্বীকৃতি। অর্থাৎ দু'নম্বরীতেও দু'নম্বরীর নজির রাখছেন কোন কোন পুরস্কার প্রতিষ্ঠান। পদক -ক্রেস্ট ইত্যাদির আত্মকথা লেখা হলে কী সব মজার তথ্যই না মিলবে!

এই যেমনঃ সাদামাটা অর্থে আজকাল দুই দফায় এসবের বেচা কেনা চলছে। প্রথমে প্রস্তুতকারীর সঙ্গে আয়োজক পক্ষের, পরে আয়োজকের সঙ্গে তথাকথিত অর্জনকারী বা চূড়ান্ত ক্রেতার হাঁকাহাঁকি। কিন্তু আপনি পদক কিনলেই যে সেটি অনায়াসে হাতে চলে আসবে, সে নিশ্চয়তা কোথায়? আরো বেশি দামে অন্য কেউ ছিনিয়ে নিতে পারে যে!। আর তা যদি নাও ঘটে, দেখবেন আরেক 'প্রতিভার'র স্বীকৃতি ধরিয়ে দেয়া হয়েছে আপনার হাতে। আয়োজক দোকানিরা বড়ই অস্থির। যার যার পদক তার তার হাতে তুলে দেয়ার মতো শৃঙ্খলাটুকু দেখাতেও ব্যর্থ এরা।

আর এই বাণিজ্যের ধরণটা এমনই, শিল্প সংস্কৃতি অঙ্গনে বিভিন্ন ক্যাটেগরিতে স্বীকৃতির কথা বলে পদক বিলানো হচ্ছে অসংলগ্নভাবে। এমনকি টায়ার -টিউব- প্লাস্টিক -পটলের ব্যবসায়ীকেও । বিরাট অংকের কোনও অর্থদাতার বিশেষ পরিচয় না থাকলে নির্ঘাৎ তিনি পদক পাবেন সমাজ সেবায়! হলফ করে বলতে পারি, বিগত দু'তিন দশকে এইসব দোকানিদের কাছে থেকে সমাজ সেবার স্বীকৃতি পাওয়া রত্নরা বেশিরভাগই এখন জেলখানায়, নয়তো পলাতক।

ব্যবস্থা নেয়া হোক

কত কী সংগঠনের ব্যানারে চলছে পদক বাণিজ্য। আর সেই সঙ্গে কী সব সাংস্কৃতিক সন্ধ্যার আয়োজন! শেকড় সংস্কৃতির ধোঁয়া তুলে কেউ হয়তো পরিবেশন করছে অচেনা-অসংলগ্ন বিকৃত কিছু। সংস্কৃতির খোলা জানালায় বাইরের কিছু ঠিক সেভাবেই এলে, স্বতস্ফূর্তভাবে মূর্ত হলে, আপত্তির পথ কোথায়? কিন্তু তার নামে বিশ্রী নর্দন-কুর্দন আর বিকট চিৎকার চেঁচামেচিতো বরদাশত করা চলে না। পুরস্কার-পদক-ক্রেস্ট-স্বীকৃতি- সন্ধ্যা এই সব শব্দগুলোকে আবারও আপন অর্থে, সেই সৌরভে ফিরিয়ে [illegible]য় না-কি?

www.pathagar.com

কৃতজ্ঞতা

ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায়: প্রেসক্লাব কোলকাতার সাবেক সভাপতি, আনন্দ বাজার পত্রিকার সাবেক বিশেষ সংবাদদাতা, আসাম বিশ্ববিদ্যালয়ের সাংবাদিকতা বিভাগের সাবেক ডীন
অভিজিৎ দাশগুপ্ত, কোলকাতার মিডিয়া এক্সপার্ট
কবি রফিক আজাদ
কবি সমুদ্র গুপ্ত
শওকত মাহমুদ, সভাপতি, জাতীয় প্রেস ক্লাব
নাজমুল আশরাফ, বার্তা প্রধান, চ্যানেল ওয়ান
সরদার ফরিদ আহমদ, যুগ্ম বার্তা সম্পাদক, দিগন্ত টেলিভিশন

সহযোগিতা

সাংবাদিক-কথাসাহিত্যিক ফাইজুস সালেহীন, কবি-সাংবাদিক পুলক হাসান, সাংবাদিক-অভিনেতা-নির্মাতা হাবিবুর রহমান মানিক, আরিফ, জাকি, আনিকা, শাকিব, নিলয় এবং মিডিয়া মিউজ

লেখকের পরবর্তী

মিডিয়ার অন্দর মহল (এক্সক্লুসিভ)
ভিন্ন চোখে দেখা, অন্য রকম লেখা (ফিচার/নিবন্ধ/কলাম)
মিডিয়ার আদুভাই (রম্য)
মফিজ, ফিগারওয়ালী এবং আরো কয়েকজন (গল্প)
সংগীতে-সিনেমায় মুস্কিল আসান (থেরাপি)
ছোটদের বড়দের সকলের (ভিন্ন স্বাদের ছড়া)

www.pathagar.com

সাংবাদিক উপস্থাপক পরিচালক হওয়ার অভিনব উপায়