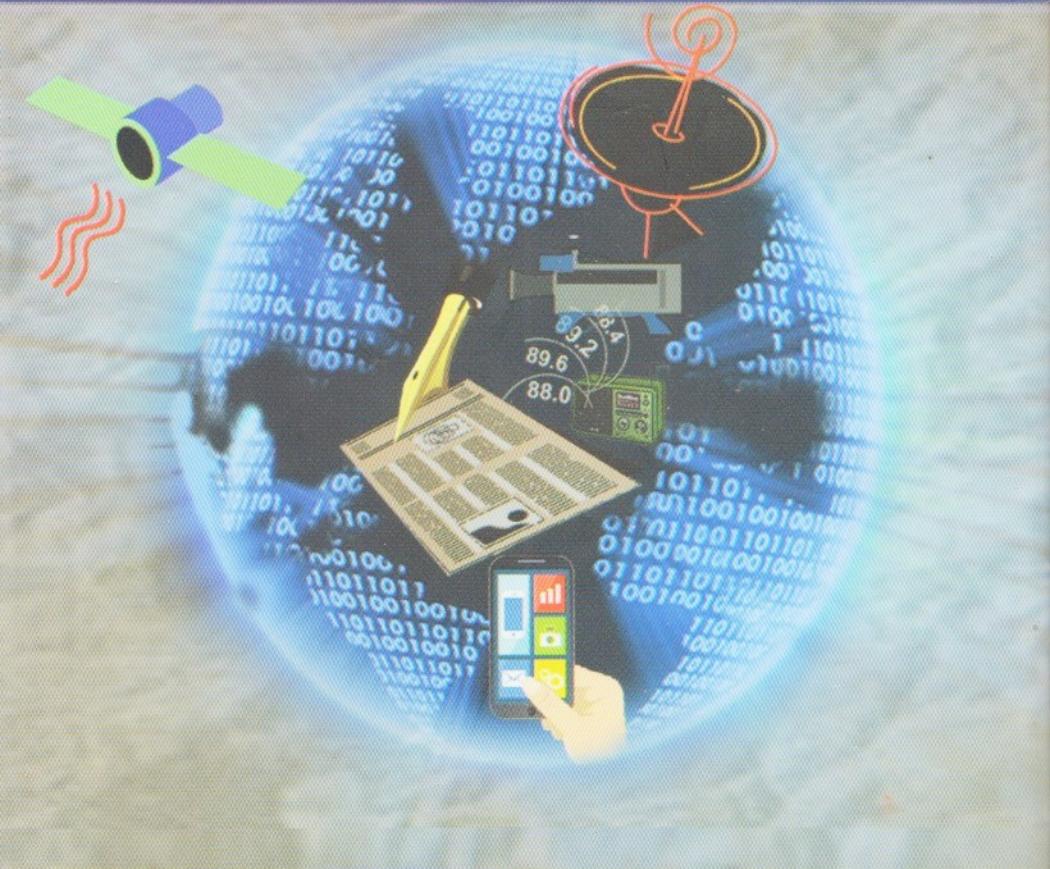


শান্তিদণ্ড

ধর্ম ও কৃষি

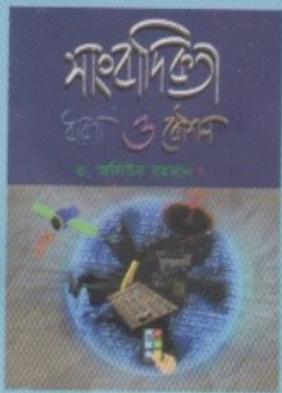
ড. অলিউর রহমান





ড. অলিউর রহমান। জন্য বাগেরহাট জেলার মোড়েলগঞ্জ উপজেলার জামুয়া গ্রামে, ১৫ ডিসেম্বর ১৯৭১ সালে। গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতায় ১৯৯১ সালে স্নাতক সম্মান এবং ১৯৯৪ সালে এম এ ডিপ্রি অর্জন করেন। গণযোগাযোগে বিষয়ে এম ফিল ডিপ্রি লাভ করেন ২০০১ সালে। তথ্য অধিকার আইন বিষয়ক গবেষণায় তিনিই দেশের প্রথম পিএইচ.ডি. গবেষক। “সংবাদকর্মীদের তথ্য অভিগম্যতা: তথ্য অধিকার আইন প্রয়োন্ন পূর্ব” ও পরবর্তী পরিস্থিতি বিশ্লেষণ” শৈর্ষক অভিসন্দর্ভের জন্য ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ থেকে তিনি পিএইচ.ডি ডিপ্রি অর্জন করেন। জার্মানির ইটারন্যাশনাল ইনসিটিউট ফর জার্নালিজম (আইআইজে) থেকে ড. রহমান সাংবাদিকতায় ‘প্রশিক্ষক- প্রশিক্ষণ’ কোর্স সম্পন্ন করেন। ড. অলিউর রহমান ৭ মার্চ ১৯৯৯ সালে বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউটে প্রশিক্ষক পদে যোগদান করেন। পিআইবি’র সিনিয়র প্রশিক্ষক হিসেবে কাজ করেছেন দীর্ঘদিন। তিনি ‘প্রথম আলো’র পর্যালোচনা ও প্রশিক্ষণ বিভাগে এবং জাতিসংঘ উন্নয়ন তহবিল (ইউএনডিপি)-এর এলজি এসপি-এলআইসি প্রকল্পের আইসি কনসালটেন্ট হিসেবে দায়িত্ব পালন করেছেন। তিনি ছিলেন ইনসিটিউট অব ইনোভেটিভ মিডিয়া অ্যান্ড ই-জার্নালিজম (ইমেজ)-এর প্রতিষ্ঠাতা অধ্যক্ষ। বর্তমানে তিনি জার্নালিজম অ্যান্ড ইনফরমেশন রিসার্চ ইনিক ফাউন্ডেশন (জিরাফ)-এর চেয়ারপার্সন এবং তথ্য সেবা বার্তা সংস্থা (টিএসবি)-এর নির্বাহী সম্পাদক। পেশাগত দায়িত্ব পালনের সুবাদে ইউনিসেফ ইউনেস্কো, ইউএনএফপিএ, ইউএনডিপি, কানাডিয়ান সিডা’র সহায়তা পুষ্টিগ্রাজ প্রকল্প সহ বিভিন্ন উন্নয়ন যোগাযোগ ও প্রশিক্ষণ কার্যক্রমে তাঁর গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব পালনের সুযোগ হয়েছে।

সাংবাদিকতা ও গণমাধ্যম বিষয়ের ওপর এপর্যন্ত তাঁর ছয়টি বই প্রকাশিত হয়েছে। বিভিন্ন পত্র-পত্রিকা ও জার্নালে তাঁর প্রকাশিত নিবন্ধের সংখ্যা একশ তেইশ।



সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল গ্রন্থের প্রথম সংক্রণটি চৌদ্দটি অধ্যায়ে বিন্যস্ত ছিলো। বর্তমান বর্ধিত সংক্রণগে বইটি পুনর্বিন্যস্ত হয়েছে একুশটি অধ্যায়ে। এর মধ্যে এক থেকে দশ অধ্যায়ে সাংবাদিকতার মৌলধারণা ও চর্চার অতি জরুরি বিষয়গুলো স্থান পেয়েছে। প্রথম দু'টি অধ্যায়ে রয়েছে সংবাদ, সাংবাদিকতা, সাংবাদিক, সংবাদ চেতনা, সংবাদ মূল্য ইত্যাদি বিষয়ের পরিবেশনা। তৃতীয়, চতুর্থ ও পঞ্চম অধ্যায়ে রয়েছে তথ্য সংগ্রহ ও রিপোর্টিং কলাকৌশলের বহুমাত্রিক দিকের উপস্থাপনা। ছয় ও সাত অধ্যায়ে রয়েছে সংবাদ কাঠামো ও সংবাদ সূচনা বিষয়ক আলোচনা। অধ্যায় আট-এ সংবাদের প্রকারভেদ, অধ্যায় নয়-এ প্রতিবেদন তৈরির নানাদিক এবং অধ্যায় দশ-এ স্থান পেয়েছে সংবাদ সম্পাদনা সম্পর্কিত মৌলিক ধারণাসমূহ।

সংবাদপত্রে লেখালেখির যুৎসই উপায় হিসেবে ‘সংবাদ মিতব্যয় নীতির’ ব্যবহারিক দিকমাত্রাঅধ্যায় এগার-এর মূল উপজীব্য। অধ্যায় বার-এ ফিচার লেখার অ্যাকাডেমিক ধ্যান-ধারণার পাশাপাশি প্রায়োগিক কলাকৌশল বিশদভাবে স্থান পেয়েছে। তের, চৌদ, ও পনের অধ্যায়ে রয়েছে সম্পাদকীয়, উপসম্পাদকীয় ও কলাম লেখার বিভিন্ন দিক। অধ্যায় ষোল ও সতের’র বিষয়বস্তু আলোকচিত্র সাংবাদিকতা ও সম্প্রচার সাংবাদিকতা। সংবাদমাধ্যমের রূপান্তর বাস্তবতায় অধ্যায় আঠার ও উনিশ-এর আলোচনায় ধারাক্রমিকভাবে উঠে এসেছে ওয়েব মাধ্যম ও অনলাইন সাংবাদিকতা এবং নাগরিক সাংবাদিকতা।

অধ্যায় বিশ-এর উপজীব্য সাংবাদিকতার নীতিমালা, আইন ও আচরণবিধি সংজ্ঞান আলোচনা। সংবাদ মাধ্যম

সাংবাদিকতা ধারণা ও কৌশল

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল

সাংবাদিকতা ধারণা ও কৌশল

(দ্বিতীয় বর্ধিত সংস্করণ)

ড. অলিউর রহমান



পালল প্রকাশনী



JIRUF

জার্নালিজম অ্যান্ড ইনফরমেশন রিসার্চ ইউনিভার্সিটি ফাউন্ডেশন

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল

ড. অলিউর রহমান

দ্বিতীয় বর্ধিত সংক্রান্ত (প্রথম পলল সংক্রান্ত)

প্রকাশকাল

ফেব্রুয়ারি ২০১৭

স্বত্ত্ব: লেখক

সম্পাদনা সহযোগী

শ.ই. শামীম, হারলন-অর-রশীদ, শরিফ আহমেদ

প্রচ্ছদ

মোরিন উদ্দীন খালেদ

প্রকাশক

পলল প্রকাশনী

৪৭ (নিচতলা), আজিজ সুপারমার্কেট, শাহবাগ, ঢাকা

ফোন : ০১৭১১৩৬৩০৩০

ও

জার্নালিজম অ্যাড ইনফরমেশন রিসার্চ ইউনিক ফাউন্ডেশন

অক্ষর বিন্যাস

নুরে আলম

মূল্য : ৫০০ টাকা

অনলাইনে দেখুন

www.rokomari.com/palal

অনলাইন পরিবেশক

www.rokomari.com কলনঘর: ১৬২৯৭

৫/৪

SANGBADIKATA : DHARONA O KOWSHAL

(*Journalism : Concepts & Techniques*) by Dr. Aliur Rahman

Publication by Palal Prokashoni, 47 Aziz Super Market, Shahbag,
Dhaka-1000 and Journalism & Information Research Unique Foundation,
Tathyaseba Barta Sangstha (TSB), I/I-E, Block-C, Lalmatia, Dhaka-1207

Published in February 2017

Price : Tk. 500

ISBN-978-984-603-286-4

উৎসর্গ

আমার পরম শ্রদ্ধেয় প্রয়াত শিক্ষকত্রয়—
অধ্যাপক কিউ এ আই এম নুরউদ্দিন
অধ্যাপক ড. মোহাম্মদ তোহিদুল আনোয়ার
ও
অধ্যাপক ড. সিতারা পারভীন

ভূমিকা

ড. অলিউর রহমান রচিত ‘সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল’ নামক বইটি এদেশে সাংবাদিকতা শিক্ষার বর্তমান পর্যায়ে সাংবাদিকতার ছাত্র-ছাত্রী এবং সাংবাদিকতা পেশায় নবীনদের জন্য অত্যন্ত উপকারী হবে বলে আমার কাছে মনে হয়েছে। লেখক পরিশ্রম ও যত্ন সহকারে সাংবাদিকতার অবশ্য-শিক্ষণীয় বিষয়গুলোকে বইটিতে বিন্যস্ত করেছেন। ফলে সাংবাদিকতা সম্পর্কে আগ্রহী যে-কেউ বইটি পড়ে এই পেশা সম্পর্কে একটি স্বচ্ছ ধারণা পাবেন। বিশেষ করে, একুশ শতকে সাংবাদিকতায় ওয়েব মাধ্যম ও অনলাইন সাংবাদিকতা যে নতুন মাত্রা যোগ করেছে বইটির নতুন সংস্করণে লেখক সেগুলো সম্পর্কে ধারণা দিয়ে এবং কৌশল বর্ণনা করে যুগের দাবি পূরণের চেষ্টা করেছেন। ভবিষ্যৎ সংস্করণে অধ্যায়টি আরও বিস্তৃত ও সমৃদ্ধ হবে বলে আশা করি।

বাংলা ভাষায় সাংবাদিকতা বিষয়ের ওপর লেখা বইয়ের সংখ্যা খুবই অপ্রতুল। অর্থচ সাম্প্রতিক সময়ে মুদ্রণ ও অনলাইনে প্রকাশিত বাংলা পত্রপত্রিকার সংখ্যা অত্যন্ত দ্রুতগতিতে বৃদ্ধি পাচ্ছে। কেবল রাজধানীতেই নয়, মফস্বলেও অসংখ্য সংবাদপত্র প্রকাশিত হচ্ছে। তদনুপরি, নতুন নতুন ইলেক্ট্রনিক চ্যানেলেরও আবির্ভাব ঘটছে, যেখানে রীতিমতো পাল্লা দিয়ে চলছে সংবাদ, সংবাদভাষ্য, সংবাদ ও সাম্প্রতিক বিষয়াদি নিয়ে তুমুল আলোচনা। এ দেশের গণমাধ্যমগুলোর প্রধান উপজীব্য যেহেতু রাজনীতি, কাজেই এখনো গণমাধ্যমে সংবাদ প্রচারে রাজনীতিই প্রাধান্য পাচ্ছে। তবে রাজনীতি বহির্ভূত অন্যান্য বিষয় সংক্রান্ত খবর ও ফিচার এখন পাঠকগণ অধিক মাত্রায় আশা করেছেন। অন্যদিকে, নানা সামাজিক, অর্থনৈতিক ও মানবিক বিষয়াদি নিয়ে সাংবাদিকদেরও আগ্রহ ক্রমশ বাড়ছে বলে মনে হয়। এটাকে একটা বড় শুভ লক্ষণ বলা যায়।

এ পরিপ্রেক্ষিতে বইটির বর্ধিত নতুন সংস্করণে রিপোর্টার ও রিপোর্টিং, সাক্ষাৎকার, সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং, প্রতিবেদন তৈরি - প্রভৃতি নতুন অধ্যায় বইটির প্রতি প্রতিবেদক তথা পাঠকদের আকর্ষণ বাড়িয়ে দেবে। এছাড়া ভাষাগত দক্ষতা সম্পর্কে কিছু নতুন বিষয় সংযোজিত হওয়ায় বইটি নতুন লেখকদের জন্য উপকারী হবে বলে আশা করা যায়।

বইটিতে লেখক সংবাদের পাশাপাশি ফিচার লেখার কলাকৌশল নিয়ে বিস্তারিত এবং বেশ সহজ ভাষায় আলোচনা করেছেন। ফিচারের ক্রমবর্ধমান জনপ্রিয়তার নিরিখেই স্মৃতি ফিচার লিখন সংক্রান্ত অধ্যায়টিকে নতুন সংক্রণে কিছুটা আধুনিকায়নের চেষ্টা পরিলক্ষিত হয়েছে। এছাড়া সম্পাদকীয়, উপ-সম্পাদকীয় ও কলাম লিখন বিষয়ে সম্পূর্ণ নতুন তিনটি অধ্যায় যোগ করাও অত্যন্ত যুগোপযোগী ও বাস্তবসম্মত হয়েছে। বিশেষ করে উল্লেখযোগ্য হচ্ছে আলোকচিত্র সাংবাদিকতা ও নাগরিক সাংবাদিকতা নামের আরও দুটি অপরিহার্য ও গুরুত্বপূর্ণ অধ্যায়ের সংযোজন, যা এই বইটিকে পরিপূর্ণ রূপ দিতে সহায় ক হবে।

বইটির শেষদিকে সাংবাদিকতার মীতিমালা, আইন ও আচরণবিধি বিষয়ক একটি গুরুত্বপূর্ণ অধ্যায় রয়েছে। দ্বিতীয় বর্ধিত সংক্রণে এই অধ্যায়টি আরও সুচিপ্রিতভাবে পুনর্লিখিত হওয়ায় এটি আগের চেয়ে সুশৃঙ্খল হয়েছে। সাম্প্রতিক সময়ের চাহিদা অনুযায়ী লেখক সম্প্রচার সাংবাদিকতা তথা বেতার ও টেলিভিশন সাংবাদিকতাকে সংক্ষিপ্ত পরিসরে হলেও বেশ সাবলীলভাবে সংযোজন করেছেন, যা সংশ্লিষ্ট মাধ্যমে কাজ করতে আগ্রহীদের বেশ কাজে লাগবে। বর্তমান সংক্রণের সুবিন্যস্ত অধ্যায় বিভাজন বইটিকে একটি পূর্ণাঙ্গ মাত্রা দিয়েছে। সব মিলিয়ে বইটি একজন আগ্রহী পাঠককে সাংবাদিকতা সম্পর্কে একটি সমৃদ্ধ ধারণা দেবে, আশা করা যায়।

এখানে বলে রাখা ভালো যে, লেখক নিজেও সাংবাদিকতার ছাত্র ছিলেন এবং বর্তমানে গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতার প্রশিক্ষণে নিয়োজিত। লেখায় তাঁর অভিজ্ঞতার ছাপ সুস্পষ্ট। সাংবাদিকতায় প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা প্রদানের ধারণাটি দীর্ঘকাল যাবৎ স্বীকৃত অন্যান্য শিক্ষণীয় বিষয়াদির শিক্ষা প্রত্িয়ার ধারণার তুলনায় অনেকটাই নবীন। তদুপরি সাংবাদিকতা মূলত একটি পেশামূলক শিক্ষা এবং আমরা জানি যে এই পেশার ধরন-ধারণ অনবরত পাল্টে যাচ্ছে। গণমাধ্যম প্রত্িয়ার কারিগরি উন্নতির ধারা সীতিমতো বিশ্বায়কর। পেশার ওপর তার অনিবার্য প্রভাব পড়ছে। ফলে সংবাদকর্মীদের কর্তব্য যেমন বাঢ়ছে, তেমনি তাঁদের কাজের ধারাও পাল্টে যাচ্ছে। ফলে সাংবাদিকতা সংক্রান্ত বইপত্রেও দ্রুতগতিতে আধুনিকায়নের প্রয়োজন জরুরি হয়ে পড়ছে। বলা যায়, বর্তমান সংক্রণে লেখক ড. অলিউর রহমান সময়ের সেই দাবিটি পুরোপুরি পূরণ করতে সক্ষম হয়েছেন।

তবে এতকিছুর পরও সাংবাদিকতায় কিছু কিছু শাশ্বত মৌলিক বিষয় রয়েছে যেগুলো যুগে যুগে একই আসিকে উপস্থাপনের প্রয়োজন পড়বে। এর মধ্যে রয়েছে সাংবাদিকের সংবাদ-জ্ঞান বা নিউজ সেন্স। সংবাদ মূল্য বোঝার জন্য যে মৌলিক দক্ষতা অর্জিত হয় তা-ই হচ্ছে নিউজ সেন্স। অবিশ্বাস্য কারিগরি উন্নতির

বর্তমান প্রক্রিয়ায় নতুন প্রকৌশল ও যন্ত্রপাতি ব্যবহারের দক্ষতা যেমন প্রায় প্রতি মুহূর্তে নতুন করে অর্জন করতে হচ্ছে, তেমনি সেই দক্ষতাকে কাজে লাগানোর জন্য মৌলিক সংবাদ-জ্ঞানকে আরও প্রখর ও তীক্ষ্ণ করা দরকার। বলা বাহুল্য, যন্ত্রপাতি আমাদের সংবাদ-জ্ঞান শেখাতে পারে না, এটি প্রধানত একটি মানসিক অর্জন। এই জ্ঞান অর্জন ব্যতীত কারও সাংবাদিক পদবাচ্য হওয়ার অবকাশ নেই।

ড. অলিউর রহমানের বইটি সাংবাদিকতা বিষয়ে আগ্রহী যে-কাউকে সেই মৌলিক মানসিক দক্ষতা অর্জনের পথে অগ্রসর হওয়ার প্রেরণা যোগাবে। এমনকি একজন সাধারণ পাঠকের মাঝেও বইটি সাংবাদিকতা সম্পর্কে আরও জ্ঞান অর্জনের স্পৃহা জাগাবে বলে বিশ্বাস করি। লেখকের ভাষা সাবলীল ও আকর্ষণীয়। আমি পুস্তকটির বহুল প্রচার কামনা করি।

অধ্যাপক ড. সাখাওয়াত আলী খান
অধ্যাপক (অনারারি)
গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা।

দুঁটি কথা

দেশে সাংবাদিকতার প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা ৫০ বছরেরও বেশি ধরে চলছে; কিন্তু এ বিষয়ে বই-পুস্তক বেরিয়েছে অন্ন সংখ্যক, তা-ও আবার গত দুই দশকে। তাই সাংবাদিকতা বিষয়ে বই বের হলে ভালো লাগে; উৎসাহিত হই। ‘সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল’ বইটি লিখেছেন ড. অলিউর রহমান। ইতিপূর্বে বইটির আরেকটি সংক্ষরণ বেরিয়েছে।

বইটিতে লেখক সাংবাদিকতা বিষয়ে বিভিন্ন বিশ্ববিদ্যালয়ের পাঠ্যক্রম অনুযায়ী ধারাবাহিকভাবে বিষয়গুলো বিস্তারিত আলোচনা করেছেন। অধ্যায় একেকটি বিষয়কে কেন্দ্র করে বিভিন্ন ধারায় আলোচিত হয়েছে; এতে বিষয়ের গভীরতা এবং বিভিন্ন মাত্রা যোগ হয়েছে। সাংবাদিকতা মুগ যুগ ধরে চলে আসলেও নিত্যনতুন ধারা প্রবর্তিত হচ্ছে এবং নতুন প্রযুক্তির কারণে পেশার ধরন-ধারণও পার্টেছে। এই ক্রম-প্রবর্তনশীল ধারার সঙ্গে সংগতি রেখে লেখক এই বইয়ে ধারণা দিতে সক্ষম হয়েছেন।

বইটির আধেয় দেখে অনুমান করা যায়, সাংবাদিকতার বিভিন্ন বিষয়ে লেখক মনোযোগ দিয়েছেন। রিপোর্টিং, সাক্ষাৎকার গ্রহণ, সংবাদ কাঠামো, সূচনা লেখার কৌশল, সম্পাদকীয় লেখা, উপ-সম্পাদকীয়, কলাম লেখা, আলোকচিত্র সাংবাদিকতা, সম্প্রচার সাংবাদিকতা, অনলাইন সাংবাদিকতা, নাগরিক সাংবাদিকতা, ফটো সাংবাদিকতা, সাংবাদিকতার নীতিমালা ইত্যাদি নানা বিষয় এ বইয়ে স্থান পেয়েছে। সাংবাদিকতার মানোন্নয়নে এবং সাংবাদিকতাকে যাঁরা পেশা হিসেবে বেছে নিতে চান, তাঁদের জন্য বইটি যথেষ্ট কাজে লাগবে বলে মনে করি। যাঁরা সাংবাদিকতা বিষয়ে পড়াশুনা করছেন, তাঁরা এই থেকে অনেক কিছু শিখতে পারবেন- এটা আমার বিশ্বাস।

বইটিতে আরও একটি বিশেষ দিক রয়েছে। সেটি হলো— বিভিন্ন বিষয়ে আলোচনার সঙ্গে নয়না ও অনুশীলনী দেওয়া হয়েছে। তত্ত্বীয় আলোচনা তখনই

প্রয়োজনীয় মনে হয় যখন প্রাসঙ্গিক উদাহরণ থেকে তার সংশ্লিষ্ট ধারণা ও অভিজ্ঞতা লাভ করা যায়। এছাড়া বিষয়টি অনুধাবন করার ক্ষেত্রেও নমুনাধর্মী আলোচনার গুরুত্ব অপরিসীম।

গণতন্ত্রের উন্নেশ ঘটাতে ও গণতান্ত্রিক মূল্যবোধ জগতে স্বাধীন সংবাদপত্রের ভূমিকা ব্যাপক। প্রকারাত্তরে সমাজে গণতান্ত্রিক ব্যবস্থাকে ফলপ্রসূ করার লক্ষ্যে স্বাধীন সাংবাদিকতা এবং পেশাদারিত্ব এক গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। একটি দেশের সাংবাদিকতার মান ও সাংবাদিকতার স্বাধীনতা— উভয় থেকেই সেই দেশের গণতান্ত্রিক অবস্থার পরিচয় পওয়া যায়। তাই সাংবাদিকতার মানোন্নয়নে সাংবাদিকতা শিক্ষার বিষয়টি সম্পৃক্ত। ড. অলিউর রহমান লিখিত সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল বইটি এই পেশায় উৎসাহীদেরকে প্রভৃত সাহায্য করবে নিঃসন্দেহে।

সাংবাদিকতা শিক্ষা এবং পেশার উৎকর্ষে এই বইটি বিশেষভাবে সমাদৃত হবে—
এই কামনা করি।

ড. মো. গোলাম রহমান
প্রধান তথ্য কমিশনার
তথ্য কমিশন, বাংলাদেশ

প্রসঙ্গ কথা

সাংবাদিকতা একটি বহুমাত্রিক সামাজিক দায়িত্বশীল পেশা। তথ্যায়ন, বিশ্বায়ন ও স্থানীয়করণের যুগে ‘নয়ামাধ্যম যোগাযোগের’ স্বতঃচল তথ্যপ্রবাহে সম্পৃক্ত থেকে জন-ব্যবস্থাপনায় অভূতপূর্ব অবদান রেখে চলেছেন গণযোগাযোগ ও তথ্যসেবায় অভিজ্ঞ বিশিষ্টজন। আর এই বিশিষ্টজন বলতে সবার আগে যাঁদের অবদানের স্বীকৃতি দিতে হয় তাঁদের একটি বড় অংশেই ভাস্বর সাংবাদিকতার সঙ্গে সম্পৃক্ত মানা দায়িত্বের লোকজন। আর তাই তথ্যসেবা ও সাংবাদিকতায় সম্পৃক্তজনের কল্যাণ-স্মরণে আমার লেখা সাংবাদিকতাঃ ধারণা ও কৌশল- গ্রন্থটির অবতারণা।

বাংলাদেশে গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতার জগৎটি এখন বিশাল ও বিস্তৃত। দেশের প্রায় প্রতিটি জেলা থেকে এখন একাধিক দৈনিক পত্রিকা বের হতে দেখা যায়। কোনো কোনো জেলা ও বিভাগীয় শহরে এর সংখ্যা এক ডজনেরও বেশি। এমনকি উপজেলা পর্যায়েও বর্তমানে সংবাদপত্র প্রকাশের প্রবণতা লক্ষ করা যায়। সরকার নিয়ন্ত্রিত বেতার টেলিভিশন ছাড়াও সম্পূর্ণ স্বাধীন কয়েক’শ সংবাদপত্রের পাশাপাশি অর্ধশতাধিক বেসরকারি টিভি চ্যানেল ও বেতার মাধ্যম নিয়ে এখন সুপরিসর বাংলাদেশের গণমাধ্যম জগৎ।

বর্তমানে দেশের আটটি সুপ্রতিষ্ঠিত পাবলিক বিশ্ববিদ্যালয়ে, এক ডজনেরও বেশি বেসরকারি বিশ্ববিদ্যালয়ে এবং আরও কয়েকটি ইনসিটিউটে সাংবাদিকতার ওপর বিভিন্ন মেয়াদের প্রাতিষ্ঠানিক ও অ্যাকাডেমিক কোর্স চালু রয়েছে। সংগত কারণে সাংবাদিকতার ব্যাপক ব্যবহারিক চর্চার পাশাপাশি অ্যাকাডেমিক অধ্যয়ন-গবেষণারও একটি বিস্তৃত অঙ্গন ইতোমধ্যে গড়ে উঠেছে বাংলাদেশে।

আমরা লক্ষ করছি, নিয়ত পরিবর্তনশীল গণযোগাযোগে ও সাংবাদিকতা নামের সর্বাধুনিক এই ডিসিপ্লিনটির কর্মসূতে বর্তমান প্রজন্মের অসংখ্য তরুণ-তরুণী ক্যারিয়ার গঠনে বিশেষ আগ্রহী হয়ে উঠেছে। কিন্তু তাদের সে প্রয়াস ও প্রত্যাশা পূরণে চাহিদামতো পঠন-পাঠন ও ধারণায়নে বাংলায় এ সংক্রান্ত সহায়ক বইয়ের যথেষ্ট স্বল্পতা রয়েছে।

দীর্ঘদিন ধরে সাংবাদিকতায় মানব সম্পদ উন্নয়ন কার্যক্রমে সম্পৃক্ত থাকার সুবাদে এবং প্রশিক্ষণার্থী, সাংবাদিক ও সাংবাদিকতার ছাত্র-ছাত্রীদের অনুরোধ ও তাগিদক্রমে এক মোড়কে সব বিষয়কে ধারণ করে বাংলায় এ সংক্রান্ত একটি বই লেখার প্রেরণা অনুভব করি প্রায় এক দশক আগে। সাংবাদিকতার প্রাতিষ্ঠানিক

প্রশিক্ষণ ও ব্যবহারিক চর্চাকালে শিক্ষার্থী, শুভার্থী ও সহকর্মীদের নানা প্রশ্নাত্তর জোগাতে গিয়ে এবং কখনো কখনো প্রশিক্ষণ উপকরণ তৈরির সফল চেষ্টার ফসল হিসেবে প্রণয়ন করি বর্তমান মোড়কের ‘সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল’ নামের এই গ্রন্থটি।

সময়স্তরে সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল গ্রন্থটি শিক্ষার্থীগণ যেতাবে গ্রহণ করেছেন এবং বহুজনের অক্তিম ভক্তি ও অভিব্যক্তিতে সিঙ্ক হয়ে, গুরুজনের মতামত ও পরামর্শ ধারণ করে, সাংবাদিকতার নিত্যনতুন ধরন ও ধারণায় ঝুঁক হওয়ার সুযোগ পেয়ে, দেরিতে হলেও বর্তমান কলেবরের বর্ধিত দ্বিতীয় সংক্ররণটি প্রকাশে সক্ষম হয়েছি।

এ বইয়ের সীমিত পরিসরে সাংবাদিকতার মৌলিক বিষয়গুলোকে বিভিন্ন অধ্যায়ে ভাগ করে সেগুলোকে নানা উপ-শিরোনামে শনাক্ত করার চেষ্টা করেছি। একইসঙ্গে আশা করছি, নয়া মাধ্যমনির্ভর নতুন ধারার সাংবাদিকতায় আত্মনিয়োগে আগ্রহী তথ্যকর্মী, শিক্ষানবিশ সাংবাদিক, তরুণ ও ফ্রিল্যান্স সংবাদকর্মী এবং সর্বোপরি, প্রশিক্ষণ ইনসিটিউট ও বিশ্ববিদ্যালয়ের সংশ্লিষ্ট কোর্সসমূহের শিক্ষার্থীগণ এ বইটিকে সাংবাদিকতার প্রথম পাঠ হিসেবে স্বচ্ছন্দে গ্রহণ করবেন।

এই বইটিতে যেসব বিষয়, প্রসঙ্গ ও প্রায়োগিক ধ্যান-ধারণা উপস্থাপিত হয়েছে, সেসব বিষয় নিয়ে সাংবাদিকতার তাত্ত্বিক বিশ্লেষকদের বিশ্লেষণ কোনো কোনো ক্ষেত্রে ভিন্নতর হতেই পারে। তবে, কার্যোপযোগী ধারণায়ন চেষ্টা থেকে ইংরেজি পরিভাষার বাংলা করতে গিয়ে কিছু কিছু ক্ষেত্রে বাংলায় সম্ভাব্য বিকল্প শব্দ ব্যবহার করেছি। আশা করি, নিত্যনতুন মাধ্যমের সঙ্গে নিবিড়ভাবে সম্পৃক্তজন এবং সাংবাদিকতার পথিকৃৎ ও গুরুজন যাঁরা ‘পরিবর্তনের পর্যবেক্ষক’ হিসেবে সক্রিয় রয়েছেন, তাঁদের দেওয়া তথ্য ও পরামর্শ সংযোজন করে পরবর্তী সংক্ররণকে আরও সমৃদ্ধরূপে প্রকাশ করা সহজতর হবে।

বর্তমান গ্রন্থের উৎকর্ষ সাধনে আমার পরম শ্রদ্ধেয় শিক্ষাগুরু অধ্যাপক ড. সাখাওয়াত আলী খান এবং অধ্যাপক ড. মো. গোলাম রহমান-এর কাছে আমি বিশেষভাবে কৃতজ্ঞ। সুযোগ পেলেই বিশেষ কোনো অস্পষ্ট ধারণা স্পষ্ট করার জন্য সময়-অসময়ে আমি তাঁদের কাছে ছুটে গিয়েছি এবং আলোচনা-পর্যালোচনা করে অধ্যয়ন-গবেষণার কাজে আত্মবিশ্বাসী হয়ে উঠেছি। আমার পিএইচ.ডি. ডিপ্লি অর্জনে তাঁদের দু'জনের প্রত্যক্ষ অবদান এককথায় অপরিমেয়। অতীতের ধারাবাহিকতায় বর্তমান গ্রন্থের মানোন্নয়নেও তাঁদের মূল্যবান পরামর্শ ও স্বতঃকৃত দিক-নির্দেশনা পেয়েছি। আর তারই অংশ হিসেবে শত ব্যন্ততার মধ্যেও তাঁরা দৈর্ঘ্য সহকারে বইটির দ্বিতীয় সংক্রণের বর্ধিত কলেবরে নজর বুলিয়ে দিয়েছেন, অনেকগুলো ভুল শুধরে দিয়েছেন। এই বইয়ের জন্য অতি মূল্যবান দুটি ভূমিকা তাঁরা স্বত্ত্বে লিখে দিয়েছেন। তাঁদের কাছে আমার ঝণের কোনো শেষ নেই।

পরিশেষে, আমি এই বইয়ের প্রকাশনার দায়িত্ব গ্রহণের জন্য আন্তরিকভাবে কৃতজ্ঞ পলল প্রকাশনীর প্রিয়ভাজন প্রকাশক খান মাহবুব এবং জার্নালিজম অ্যান্ড ইনফরমেশন রিসার্চ ইউনিক ফাউন্ডেশন-এর নির্বাহী পরিচালক এস এম কাওসার-এর কাছে। বিশেষভাবে কৃতজ্ঞ পলল প্রকাশনীর প্রধান খান মাহবুব-এর কাছে, যিনি যৌথভাবে হলেও বইটি প্রকাশে শুধু তাঁর আগ্রহই প্রকাশ করেননি, বরং গত প্রায় দু'বছর ধরে বইটিকে সমন্বিত করতে নানাভাবে আমাকে প্রেরণা জুগিয়েছেন।

সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল গ্রন্থটি প্রকাশের জন্য নানা পর্যায়ে যাঁরা আমাকে উৎসাহ জুগিয়েছেন এবং স্বতঃস্ফূর্ত সহযোগিতা দিয়েছেন - শ্রদ্ধেয় মালেকা খান, এম খায়রুল করীর, স্বপন কুমার দাস, সেগুফতা নেসার, অজিত কুমার সরকার, আ কা মু রহমত আলী, খুরশীদা রহমান- তাঁদের সবার প্রতি আমি কৃতজ্ঞ।

এছাড়া, সময়সূচিরে বর্তমান গ্রন্থের তথ্য ও পরিবেশনাগত মানোন্নয়নে অবদান রাখার জন্য আমি মোহাম্মদ আব্দুল মাল্লান, হারুন-অর-রশীদ, প্রতীক মাহমুদ, শ. ই. শামীম, সাজেদুল আলম, শরিফ উদ্দিন আহমেদ, ফারহা তাবাসুম, নূরে আলম, বিবেকানন্দ জয়ধর প্রমুখ সহকর্মী ও শুভার্থীদের প্রতি বিশেষভাবে কৃতজ্ঞ।

একইসঙ্গে এই বই প্রকাশের নানাপর্বে কম-বেশি সহযোগিতা দেওয়ার জন্য আমার প্রিয়ভাজন প্রাক্তন শিক্ষার্থী ও শুভার্থীদের মধ্যে নাজিয়া আফরিন, তছলিমা খাতুন, মাহফুজুর রহমান, সাদিক পলাশ, শারমিন শিশিরসহ স্নেহভাজন সাইদুল, ফাইজুল, মরিয়ম প্রমুখকে আমি অশেষ ধন্যবাদ ও কৃতজ্ঞতা জানাই।

সর্বোপরি, বর্তমান গ্রন্থের প্রারম্ভিক প্রকাশকাল থেকে প্রায় একইসঙ্গে বেড়ে ওঠা + আমার আট বছরের কন্যা আলিইয়াহ কুবাইয়াত রহমান, যে আমার লেখক সন্তাকে নিরস্তর উৎসাহ জুগিয়ে চলেছে, তাঁর প্রতিও আমার অশেষ কৃতজ্ঞতা।

পরিশেষে আমার প্রতীতি-প্রত্যাশা, যাঁদের উদ্দেশ্যে আমার এই গ্রন্থ পরিবেশনা-সেসব শিক্ষার্থীর সহায়ক পাঠ্যবই কিংবা সাংবাদিকতায় আগ্রহী তথা নবীন সাংবাদিকদের ক্যারিয়ার সহায়ক পাঠ্যপক্রণ হিসেবে এটি মূল্যায়িত হলে আমার সমৃহশ্রম ও প্রয়াস সার্থক হবে।

ড. অলিউর রহমান

অধ্যক্ষ, জার্নালিজম ইনসিটিউট অব বাংলাদেশ (জেআইবি)

চেয়ারপার্সন, জার্নালিজম অ্যান্ড ইনফরমেশন রিসার্চ ইউনিক ফাউন্ডেশন (জিরাফ)

সূচিপত্র

অধ্যায় এক : একুশ শতকের সাংবাদিকতা	(২৯-৪০)
১.১ একুশ শতকের সাংবাদিকতা	২৯
১.২ সংবাদ ও সাংবাদিকতা : স্বরূপ ও বিশ্বরূপ	৩২
১.২.১. সংবাদ বলতে কী বুঝি?	৩২
১.২.২. সাংবাদিকতা : চলমান জীবনের প্রতিচ্ছবি	৩৩
১.২.৩. সাংবাদিক : কে সে জন?	৩৫
১.৩ একজন আদর্শ সাংবাদিকের যোগ্যতা ও গুণাবলী	৩৬
অধ্যায় দুই : সংবাদ কী কেন কখন কোথায় ও কীভাবে?	(৪১-৫৪)
২.১ সংবাদ সংজ্ঞায়ন	৪১
২.২ সংবাদ চেতনা	৪১
২.৩ সংবাদ মূল্য নির্ধারক বৈশিষ্ট্য	৪৫
২.৪ সংবাদ মূল্য নির্ধারক উপাদান	৪৭
২.৫ সংবাদ গণিত ও সংবাদ রসায়ন	৫২
অধ্যায় তিনি : রিপোর্টার ও রিপোর্টিং	(৫৫-৬৬)
৩.১ রিপোর্টার	৫৫
৩.২ রিপোর্টিং	৫৬
৩.৩ রিপোর্টারের কর্মপদ্ধতি	৫৬
৩.৪ রিপোর্টারদের পদ-পদবি ও কর্মপরিধি	৫৭
৩.৪.১ প্রধান প্রতিবেদকের কাজ কী?	৫৭
৩.৪.২ বিশেষ প্রতিনিধি	৫৮
৩.৪.৩ জ্যেষ্ঠ প্রতিবেদক	৫৯
৩.৪.৪ নিজস্ব প্রতিবেদক	৬০
৩.৪.৫ স্থানীয় প্রতিনিধি	৬১

৩.৫ রিপোর্টিংয়ে করণীয় ও বর্জনীয়	৬২
৩.৬ অনুসন্ধানী ও বিশেষ রিপোর্টঃ কিছু কৌশলগত দিক	৬৩
 অধ্যায় চার : সংবাদের উৎস-সূত্র ও তথ্য সংগ্রহের কলাকৌশল	 (৬৭-৮৮)
৪.১ সংবাদের উৎস-সূত্র	৬৭
৪.১.১ সংবাদক্ষেত্র	৬৭
৪.১.২ সংবাদ সোর্স	৬৮
৪.২ সংবাদের প্রধান প্রধান উৎস সন্ধান	৬৮
৪.৩ সোর্স থেকে তথ্য সংগ্রহের পাঁচটি উপায়	৭০
৪.৪ সোর্সের ধরন ও প্রকরণ	৭১
৪.৫ সোর্সের সঙ্গে রিপোর্টারের সম্পর্ক	৭১
৪.৬ সোর্স পরিচালনায় কার্যকর কিছু নির্দেশনা	৭৩
৪.৭ বেনামা সোর্স সম্পর্কে সতর্ক থাকা	৭৪
৪.৮ সংবাদ সংগ্রহের কৌশলগত বিভিন্ন দিক	৭৫
৪.৯ তথ্য সংগ্রহকালে প্রতিবেদকের নিয়ন্ত্রকার কিছু সীমাবদ্ধতা	৭৬
৪.১০ তথ্য সংগ্রহের চেকলিস্ট	৭৭
৪.১০.১ তথ্যানুসন্ধান চেকলিস্ট : অনুশীলনী - ১	৭৭
৪.১০.২ তথ্যানুসন্ধান চেকলিস্ট : অনুশীলনী - ২	৭৮
৪.১১ গুরুতর দুর্ঘটনার গুরুত্বপূর্ণ সোর্সসমূহ	৭৯
৪.১২ চৌকস রিপোর্টারের সম্ভাব্য একটি সোর্সবুক	৭৯
 অধ্যায় পাঁচ : সাক্ষাত্কার, সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং	 (৮৯-১০০)
৫.১ সাক্ষাত্কার কী ও কেন?	৮৯
৫.২ সাক্ষাত্কার গ্রহণের উদ্দেশ্যসমূহ	৯০
৫.৩ সাক্ষাত্কারের ধরন ও প্রকরণ	৯১
৫.৩.১ সংবাদ সাক্ষাত্কার	৯১
৫.৩.২ ব্যক্তিত্ব সাক্ষাত্কার	৯১
৫.৩.৩ গোষ্ঠী সাক্ষাত্কার	৯২
৫.৩.৪ সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং	৯২
৫.৩.৪.১ সংবাদ সম্মেলন কী-কেন-কীভাবে?	৯২
৫.৩.৪.২ প্রেস ব্রিফিং	৯৩
৫.৩.৫ সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং : সাদৃশ্য-বৈসাদৃশ্য	৯৪

৫.৩.৫.১ সাদৃশ্য	৯৪
৫.৩.৫.২ বৈসাদৃশ্য	৯৪
৫.৪ সাক্ষাত্কার পরিচালনা	৯৫
৫.৪.১ পরিকল্পনা পর্ব	৯৫
৫.৪.২ প্রস্তুতি পর্ব	৯৫
৫.৪.৩ প্রোডাকশন পর্ব	৯৬
৫.৫ সাক্ষাত্কার পরিচালনাঃ করণীয় ও বর্জনীয়	৯৭
 অধ্যায় ছয় : সংবাদ কাঠামো	(১০১-১১১)
৬.১ কেন এই সংবাদ কাঠামো?	১০১
৬.২ উল্টো পিরামিড কাঠামো	১০২
৬.৩ উল্টো পিরামিড কাঠামোর গঠন-প্রকৃতি	১০৩
৬.৩.১ সংবাদ সূচনা	১০৬
৬.৩.২ সূচনা সম্প্রসারণ	১০৬
৬.৩.৩ অবয়ব	১০৭
৬.৪ উল্টো পিরামিড কাঠামোর সুবিধা	১০৯
৬.৫ উল্টো পিরামিড কাঠামোর অসুবিধা	১১০
৬.৬ সারকথা	১১১
 অধ্যায় সাত : সংবাদ সূচনা লেখার কলাকৌশল	(১১২-১২২)
৭.১ সংবাদ সূচনা কী ও কেন?	১১২
৭.২ সংবাদ সূচনা লেখার উদ্দেশ্য	১১২
৭.৩ সংবাদ সূচনায় যেসব বৈশিষ্ট্য থাকা জরুরি	১১৩
৭.৪ সংবাদ সূচনা লিখন কৌশল	১১৪
৭.৫ ‘ষড়-ক’ পদ্ধতিতে সংবাদ সূচনা লেখার কৌশল	১১৬
৭.৬ বিভিন্ন প্রকার সংবাদ সূচনা	১১৭
৭.৬.১ সারমর্ম সূচনা	১১৭
৭.৬.১.১ সারমর্ম সূচনার সুবিধার দিকসমূহ	১১৮
৭.৬.১.২ সারমর্ম সূচনার দুর্বল দিক	১১৮
৭.৬.২ পটভূমিমূলক সূচনা	১১৮
৭.৬.৩ উদ্ভিতিমূলক সূচনা	১১৯
৭.৬.৪ প্রশ্নমূলক সূচনা	১১৯
৭.৬.৫ সংলাপ সূচনা	১১৯

৭.৬.৬ বর্ণনামূলক সূচনা	১২০
৭.৬.৭ কার্তুজ সূচনা	১২০
৭.৬.৮ স্ট্যাকাটো সূচনা	১২০
৭.৬.৯ বৈপরীত্য সূচনা	১২১
৭.৬.১০ অলংকার/রূপকথমী সূচনা	১২১
অধ্যায় আট : সংবাদের ধরন ও প্রকরণ	(১২৩-১৩৮)
৮.১ তথ্যগত শুন্ধতার মানদণ্ড	১২৪
৮.১.১ সত্যনিষ্ঠ সংবাদ	১২৪
৮.১.২ মন্ত্রযী সংবাদ	১২৫
৮.১.২.১ হলদে সংবাদ	১২৬
৮.২ তথ্যানুসন্ধানের গভীরতার মানদণ্ড	১২৬
৮.২.১ উপরিতল সংবাদ	১২৬
৮.২.২ গভীরতর সংবাদ	১২৭
৮.২.২.১ অনুসন্ধানমূলক সংবাদ	১২৯
৮.২.২.২ ব্যাখ্যামূলক সংবাদ	১৩১
৮.৩ সামগ্রিক নমনীয়তার মানদণ্ড	১৩১
৮.৩.১ গুরু সংবাদ	১৩২
৮.৩.২ লঘু সংবাদ	১৩২
৮.৪ একক পরিবেশনাগত মানদণ্ড	১৩২
৮.৪.১ স্কুপ নিউজ	১৩৩
৮.৪.২ এক্সক্লুসিভ নিউজ	১৩৩
৮.৫ নেকট্যের মানদণ্ড	১৩৪
৮.৫.১ স্থানীয় সংবাদ	১৩৪
৮.৫.২ জাতীয় সংবাদ	১৩৫
৮.৫.৩ আন্তর্জাতিক সংবাদ	১৩৫
৮.৬ বিষয়ভিত্তিক মানদণ্ড	১৩৬
অধ্যায় নয় : প্রতিবেদন তৈরি	(১৩৯-১৪৫)
৯.১ সংবাদ প্রতিবেদনের উপাদানসমূহ	১৩৯
৯.১.১ সঠিক ও যথাযথ তথ্য উপস্থাপন	১৩৯
৯.১.২ সংক্ষিপ্ততা, স্বচ্ছতা ও পরিমিতি	১৪০
৯.১.৩ বহুধাপ তথ্য যাচাই	১৪০

৯.১.৪ তথ্যের যথাযথ বরাত দেওয়া	১৪০
৯.১.৫ পূর্ণসজ্ঞতা	১৪০
৯.১.৬ পক্ষপাতশূন্যতা, সার্বিক ভারসাম্য ও অবস্থানের স্বাতন্ত্র্য	১৪০
৯.১.৭ মানবিক পরিপ্রেক্ষিত, সার্বিক দায়িত্বশীলতা ও ন্যায্যতা	১৪১
৯.১.৮ তথ্যদাতা ও সংশ্লিষ্টজনের প্রতি করণীয়	১৪১
৯.১.৯ সত্যনিষ্ঠতা	১৪২
৯.১.১০ সম্পাদকীয় নীতি, সংবাদিকতার নীতিমালা ও বিধি-বিধান	১৪২
৯.২ প্রতিবেদন তৈরি : প্রতিবেদকের ভূমিকা	১৪২
৯.৩ প্রতিবেদন তৈরি : করণীয় ও বর্জনীয়	১৪৩
অধ্যায় দশ : সংবাদ সম্পাদনা	(১৪৬-১৬০)
১০.১ সংবাদ সম্পাদনা অপরিহার্য কেন?	১৪৬
১০.২ সংবাদ সম্পাদনার বিভিন্ন কাজ ও ধাপ	১৪৭
১০.২.১ পরীক্ষণ ও বাছাই	১৪৭
১০.২.২. কাটছাঁট বা সংক্ষিপ্তকরণ	১৪৮
১০.২.৩. ভুল সংশোধন	১৪৮
১০.২.৪. সংবাদ কাঠামো ও তথ্যের স্বচ্ছতা নিশ্চিতকরণ	১৪৯
১০.২.৫. পুনর্লিখন ও সংকলন	১৫০
১০.২.৬. শিরোনাম ও সূচনা লেখা	১৫০
১০.২.৭. নিউজ ট্রিটমেন্ট	১৫১
১০.২.৮. ছবি বাছাই ও ক্যাপশন রচনা	১৫১
১০.২.৯. পৃষ্ঠাসজ্ঞা	১৫১
১০.২.১০. অনুবাদ করা	১৫২
১০.২.১১. প্রক্রিয়া রিডিং	১৫২
১০.২.১২. সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব নীতি অনুসরণ	১৫২
১০.৩ সহ সম্পাদক: সংবাদপত্রের নেপথ্য নায়ক	১৫৩
১০.৪ সহ সম্পাদকের যোগ্যতা ও গুণাবলি	১৫৩
১০.৪. ১. দ্বিমুখী মনন	১৫৪
১০.৪. ২. সংবাদ চেতনা	১৫৪
১০.৪.৩. সংবাদ মূল্য নিরূপণ	১৫৪
১০.৪.৪. সময়ানুবর্তিতা	১৫৫
১০.৪. ৫. অগাধ সাধারণ জ্ঞান	১৫৫

১০.৪.৬. ভাষা জ্ঞান	১৫৫
১০.৪.৭. অখণ্ড মনোযোগ	১৫৫
১০.৪.৮. সাম্প্রতিক ঘটনাবলি সম্পর্কে বিশদ ধারণা	১৫৬
১০.৪.৯. সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতা	১৫৬
১০.৪.১০. সন্দেহ এড়ানো ও নিশ্চিত হওয়ার ক্ষমতা	১৫৬
১০.৪.১১. বন্ধুভাবাপন্ন হওয়া	১৫৭
১০.৪.১২. উদ্যোগী ও সূজনশীল হওয়া	১৫৭
১০.৪.১৩. রুচিবোধ	১৫৭
১০.৪.১৪. শারীরিক সামর্থ্য	১৫৭
১০.৫ সম্পাদনা চিহ্নের ব্যবহার কৌশল	১৫৭
 অধ্যায় এগার : সংবাদপত্রে লেখালেখি, শব্দ-মিতব্যয় নীতি ও ভাষাদক্ষতা	(১৬১-১৮০)
১১.১ কী ও কেন লিখবেন – কীভাবে শুরু করবেন?	১৬১
১১.২ লেখালেখির প্রস্তুতি : কথন, কীভাবে?	১৬৫
১১.৩ কীভাবে লিখবেন? – কিছু নির্দেশনা	১৬৫
১১.৪ বাক্য গঠনে শব্দের দিকমাত্রা	১৬৬
১১.৫ শব্দ-মিতব্যয় নীতি : বাক্য গঠনের দশ নির্দেশিকা	১৬৭
১১.৬ সংবাদ লেখায় শব্দ মিতব্যয় নীতির প্রয়োগ কৌশল	১৬৮
১১.৭ বিশিষ্টার্থক বাংলা শব্দ বা শব্দসমষ্টির প্রয়োগ	১৭০
১১.৮ শব্দ-মিতব্যয় পদ্ধতিতে ইংরেজি শব্দ বা শব্দসমষ্টির প্রয়োগ	১৭৪
 অধ্যায় বার : ফিচার লেখার কলাকৌশল	(১৮১-২২৯)
১২.১ ফিচার কী ও কেন?	১৮১
১২.২ ফিচার : সংবাদপত্রের নিত্যদিনের সরস প্রতিবেদন	১৮১
১২.৩ ফিচারের সংজ্ঞা	১৮৩
১২.৪ ফিচারের উদ্দেশ্য	১৮৪
১২.৫ ফিচারের বৈশিষ্ট্য	১৮৫
১২.৬ ফিচারের সঙ্গে সংবাদ ও অন্যান্য লেখার পার্থক্য	১৮৮
১২.৭ ফিচারের প্রাণ : মানবিক আবেদন	১৯১
১২.৮ ফিচারের ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ’	১৯২
১২.৯ ফিচারের বিষয় ও উৎস অবারিত	১৯৫
১২.১০ ফিচারের বিষয় পরিকল্পনা	২০০

১২.১০.১ ফিচারের বিষয় পরিকল্পনায় ‘ধারণা যাচাই’ ছক	২০০
১২.১০.২ ফিচার পরিকল্পনায় ‘ধারণা বৃক্ষ’	২০১
১২.১০.৩ নারী বিষয়ক ফিচারের ধারণা বৃক্ষ	২০২
১২.১০.৪ শিশু বিষয়ক ফিচারের ধারণা বৃক্ষ	২০৩
১২.১১.ফিচার পরিকল্পনায় আগ্রহের ত্রিবলয়	২০৪
১২.১১.১ সম্পাদকীয় নীতি	২০৪
১২.১১.২ পাঠকের সম্ভাব্য আগ্রহ	২০৪
১২.১১.৩ পাঠকের প্রকৃত আগ্রহ	২০৪
১২.১২ ফিচার কাঠামো	২০৫
১২.১২.১ ফিচার শীর্ষ	২০৫
১২.১২.২ ফিচার সূচনা	২০৬
১২.১২.৩ ফিচার অবয়ব	২০৬
১২.১২.৪ সমাপ্তি	২০৭
১২.১৩ ফিচারের ছয়-ধাপ অনুচ্ছেদ বিন্যাস	২০৯
১২.১৪ ফিচারের প্রকারভেদ	২০৯
১২.১৫ ফিচারের বিভিন্ন প্রকার সূচনা	২১০
১২.১৬ ফিচার লেখার কয়েকটি ফর্মুলা	২১৩
১২.১৬.১ ফর্মুলা - এক	২১৪
১২.১৬.২ ফর্মুলা - দুই	২১৫
১২.১৬.৩ ফর্মুলা - তিন	২১৬
১২.১৭ ফিচার লেখায় আরও কিছু কৌশল	২১৭
১২.১৮ ফিচার পরিকল্পনায় দিবস, সপ্তাহ ছক ও বিশিষ্টজনের জন্য-মৃত্যু তারিখ	২১৮

অধ্যায় তের : সম্পাদকীয় লিখন কৌশল	(২৩০-২৫০)
১৩.১ সম্পাদকীয় কী ও কেন?	২৩০
১৩.২ বিশেষজ্ঞের দৃষ্টিকোণ থেকে সম্পাদকীয়	২৩২
১৩.৩ ঐতিহাসিক পটভূমি	২৩৩
১৩.৪ সম্পাদকীয় পরিবেশনার লক্ষ্যসমূহ	২৩৪
১৩.৫ একনজরে সম্পাদকীয়’র কাজ	২৩৪
১৩.৬ সম্পাদকীয় রচনার বৈশিষ্ট্য	২৩৪
১৩.৭ সম্পাদকীয় প্রকাশের স্থান ও বিভাগ-বৈচিত্র্য	২৩৫
১৩.৮ সম্পাদকীয় লেখার মূলনীতি	২৩৬

১৩.৯ সম্পাদকীয়'র ধরন-প্রকৃতি	২৩৬
১৩.১০ সম্পাদকীয় লিখন: আনুষঙ্গিক প্রস্তুতি	২৩৭
১৩.১১ সম্পাদকীয় রূপরেখা	২৩৮
১৩.১২ সম্পাদকীয় লিখন ধাপসমূহ	২৩৮
১৩.১৩ একটি ভালো সম্পাদকীয় লেখা যায় কীভাবে?	২৩৯
১৩.১৪ সম্পাদকীয় লিখন : অঙ্গ ও অনুষঙ্গ	২৩৯
১৩.১৫ সম্পাদকীয় লেখার কলাকৌশল	২৪০
১৩.১৬ সম্পাদকীয় লিখন: কিছু করণীয়-বর্জনীয়	২৪১
১৩.১৭ সম্পাদকীয় এবং এর পাঠক-প্রভাব	২৪২
১৩.১৮ সম্পাদকীয় লেখক ও সম্পাদকীয় বোর্ড	২৪৩
১৩.১৯ ভালো সম্পাদকীয় লেখকদের কিছু সাফল্যসূত্র	২৪৪
১৩.২০ আকর্ষণীয় সম্পাদকীয় : কিছু দিক-নির্দেশনা	২৪৫
১৩.২০.১ সম্পাদকীয় বিষয় সম্পর্কে পর্যাঙ্গ ধারণা নিন	২৪৫
১৩.২০.২ তথ্য-উপাস্ত তুলে ধরন	২৪৬
১৩.২০.৩. কম লেখা হয়েছে এমন বিষয় বিবেচনায় আনুন	২৪৬
১৩.২০.৪. অতিরিক্ত করবেন না	২৪৬
১৩. ২০.৫. বিপরীত মতামতকে বোঝার চেষ্টা করুন	২৪৬
১৩.২১ সম্পাদকীয় মূল্যায়ন চেকলিস্ট	২৪৬
১৩.২২ সম্পাদকীয় নীতিমালা	২৪৭

অধ্যায় চোদ্দ : উপ-সম্পাদকীয়	(২৫১-২৫৫)
১৪.১ উপ-সম্পাদকীয় কী ও কেন?	২৫১
১৪.২ উপ-সম্পাদকীয়'র বৈশিষ্ট্য	২৫২
১৪.৩ উপ-সম্পাদকীয় লিখন কাঠামো	২৫৩
১৪.৪ উপ-সম্পাদকীয় লিখন কৌশল	২৫৩
১৪.৫ উপ-সম্পাদকীয় লিখন : আরও কিছু রীতি-নীতি-কৌশল	২৫৪

অধ্যায় পনের : কলাম লিখন কলাকৌশল	(২৫৬-২৬২)
১৫.১ কলাম কী ও কেন?	২৫৬
১৫.২ কলামের বৈশিষ্ট্য	২৫৭
১৫.৩ বিভিন্ন ধরনের কলাম	২৫৮
১৫.৪ কলাম-লেখকের গুণ-দক্ষতা-কৌশল	২৫৮

১৫.৫ কলাম লিখন কৌশল	২৫৮
১৫.৬ কলাম লেখার আরও কিছু কৌশলগত দিক	২৬১
অধ্যায় ঘোল : আলোকচিত্র সাংবাদিকতা	(২৬৩-২৭৬)
১৬.১ আলোকচিত্র : ভাষা ও সাংবাদিকতার আদি অনুষঙ্গ	২৬৩
১৬.২ আলোকচিত্র সাংবাদিকতা কী ও কেন?	২৬৫
১৬.৩ আলোকচিত্র সাংবাদিক	২৬৬
১৬.৪ ‘সংবাদচিত্র’ ও ‘সংবাদমূল্য’	২৬৭
১৬.৫ ফটোসাংবাদিকতায় নতুন প্রযুক্তির প্রভাব	২৬৮
১৬.৬ কীভাবে হবেন ফটোসাংবাদিক?	২৬৯
১৬.৭ ফটোসাংবাদিকের প্রাথমিক গুণ ও যোগ্যতা	২৭০
১৬.৮ পেশাদার ফটোসাংবাদিকের প্রত্যাশিত দক্ষতা	২৭০
১৬.৯ আলোকচিত্র সাংবাদিকের দায়িত্ব ও কর্তব্য	২৭১
১৬. ১০ আলোকচিত্র সাংবাদিকতায় ক্যারিয়ার	২৭২
১৬.১০.১ নিজস্ব ফটোসাংবাদিক	২৭৩
১৬.১০.২ ফিল্যুসার ফটোসাংবাদিক	২৭৩
১৬.১০.৩ সামাজিক মাধ্যম, নাগরিক সাংবাদিক ও ফটোসাংবাদিক	২৭৪
১৬.১১ কপিরাইট ও ফটোসাংবাদিকতা	২৭৪
১৬.১২ আলোকচিত্র সাংবাদিকতায় নীতি-নৈতিকতার বিবেচ্য বিষয়	২৭৫
অধ্যায় সতের : সম্প্রচার সাংবাদিকতা	(২৭৭-৩০১)
১৭.১ সম্প্রচার মাধ্যম	২৭৭
১৭.২. আদর্শ গণমাধ্যম হিসেবে বেতার	২৭৮
১৭.২.১ বেতারের ধরন ও প্রকরণ	২৮০
১৭.২.২ সংবাদ মাধ্যম হিসেবে বেতার	২৮১
১৭.২.৩ বেতার প্রতিবেদকের কাজ ও গুণ	২৮৩
১৭.২.৪ বেতার সাক্ষাত্কার	২৮৩
১৭.৩. আদর্শ গণমাধ্যম হিসেবে টেলিভিশন	২৮৫
১৭.৩.১ সংবাদ মাধ্যম হিসেবে টেলিভিশন	২৮৬
১৭.৩.২ টিভি সাংবাদিকের কর্মতৎপরতা	২৮৭
১৭.৩.৩ টিভি সাংবাদিকের যোগ্যতা ও গুণাবলী	২৮৮
১৭.৩.৪ টিভি সাক্ষাত্কার	২৯০

১৭.৩.৮.১ টিভি সাক্ষাৎকারের ধরন	২৯০
১৭.৩.৮.২ টিভি সাক্ষাৎকার গ্রহণ কৌশল	২৯১
১৭.৩.৫ টেলিভিশন সংবাদের নানাদিক	২৯২
১৭.৩.৬ টেলিভিশন সংবাদের ধরন ও প্রকরণ	২৯৪
১৭.৩.৭ টিভি সংবাদ লিখন কৌশল	২৯৫
১৭.৩.৮ টিভি সংবাদ লেখার আরও কিছু নিয়ম-কানুন	৩০০
অধ্যায় আঠার : ওয়েব মাধ্যম ও অনলাইন সাংবাদিকতা	(৩০২-৩১৬)
১৮.১ ওয়েব মিডিয়া: নতুন যুগের সূচনা	৩০২
১৮.২ ওয়েব মাধ্যম: গণমাধ্যমের বৈশ্বিক রূপায়ন	৩০৩
১৮.৩ অনলাইন জার্নালিজম	৩০৪
১৮.৪ নতুন ধারার সংবাদ মাধ্যম: সংক্ষিপ্ত পটভূমি	৩০৫
১৮.৫ অনলাইন সাংবাদিকতার সূচনা ও ক্রমবিকাশ	৩০৬
১৮.৬ ওয়েব নিউজ সাইটগুলো যেভাবে তথ্যসেবা দেয়	৩০৮
১৮.৭ সংবাদ ও অডিয়োনে : নবতর রূপায়ন	৩১০
১৮.৮ অনলাইন সাংবাদিকতার কলাকৌশল	৩১১
১৮.৯ অনলাইন সাংবাদিকের দায়িত্ব ও কর্মতত্ত্ব	৩১৫
অধ্যায় উনিশ : নাগরিক সাংবাদিকতা কী-কেন-কীভাবে?	(৩১৭-৩২৩)
১৯.১ নাগরিক সাংবাদিকতা	৩১৭
১৯.২ নাগরিক সাংবাদিকতা : শুরু হলো যেভাবে	৩১৮
১৯.৩ নাগরিক সাংবাদিকতা কেন?	৩১৯
১৯.৪ প্রশিক্ষণ	৩২০
১৯.৫ সম্পাদকীয় তদারকি	৩২০
১৯.৬ পারিশ্রমিক	৩২১
১৯.৭ অভিন্ন মূল্যবোধ	৩২১
১৯.৮ অভিন্ন মিশন	৩২১
১৯.৯ কাজের গুরুত্ব	৩২১
১৯.১০ নাগরিক সাংবাদিকতা ও সামাজিক দায়বন্ধতা	৩২২
১৯.১১ বাংলাদেশে নাগরিক সাংবাদিকতা	৩২২

অধ্যায় বিশ : সাংবাদিকতার নীতিমালা, আইন ও আচরণবিধি	(৩২৪-৩৫৪)
২০.১ সাংবাদিকতার নীতিমালা ও সামাজিক দায়বদ্ধতা	৩২৪
২০.২ সংবাদক্ষেত্রের স্বাধীনতা	৩২৬
২০.৩. সংবিধানের আলোকে সংবাদক্ষেত্রের স্বাধীনতা	৩২৭
২০.৪. সাংবাদিকতার মূলনীতি	৩২৮
২০.৪.১ পটভূমি	৩২৮
২০.৪.২ উদ্দেশ্য সম্পর্কিত ভাষ্য	৩২৯
২০.৪.৩ সাংবাদিকতার নয়টি মূলনীতি	৩২৯
২০.৪.৩.১ সাংবাদিকতার প্রথম দায়বদ্ধতা সত্ত্বের কাছে	৩২৯
২০.৪.৩.২ সাংবাদিকতার প্রথম আনুগত্য নাগরিকজনের প্রতি	৩৩০
২০.৪.৩.৩ সাংবাদিকতার সারকথা হচ্ছে সুশৃঙ্খল-যাচাই	৩৩০
২০.৪.৩.৪ সাংবাদিকতার চর্চাকারীরা স্বতন্ত্র ও স্বাধীন অবস্থান রক্ষা করবেন	৩৩১
২০.৪.৩.৫ সাংবাদিকতা অবশ্যই হবে ক্ষমতার স্বাধীন পর্যবেক্ষক	৩৩১
২০.৪.৩.৬ সাংবাদিকতা জনসমালোচনা ও আপস-মীমাংসার মধ্যে	৩৩২
২০.৪.৩.৭ সাংবাদিকতা তৎপর্যবহু বিষয়কে প্রাসঙ্গিক করে তুলবে	৩৩২
২০.৪.৩.৮ সাংবাদিকতা সংবাদকে সার্বিক ও সুষম রাখবে	৩৩২
২০.৪.৩.৯ সংবাদকর্মীদের ব্যক্তিগত বিবেক চর্চার সুযোগ দিতে হবে	৩৩৩
২০.৫ সাংবাদিকতার আন্তর্জাতিক দশ নীতিমালা	৩৩৩
২০.৬ সাংবাদিকতার সার্বজনীন নীতিমালা	৩৩৬
২০.৬.১ সাধারণ ও প্রত্যক্ষ নীতিমালা	৩৩৭
২০.৬.১.১ শালীনতাবোধ	৩৩৭
২০.৬.১.২ সত্যনিষ্ঠতা	৩৩৭
২০.৬.১.৩ বিশ্বাসযোগ্যতা	৩৩৮
২০.৬.১.৪ পরিস্থিতিগত পরিমিতিবোধ	৩৩৮
২০.৬.১.৫. তথ্যকে হত্যা না করা	৩৩৮
২০.৬.১.৬. সার্বিক ভারসাম্য রক্ষা	৩৩৮
২০.৬.১.৭ আক্রমণাত্মক মনোভাব বর্জন	৩৩৮
২০.৬.১.৮ ইলদে সাংবাদিকতা বর্জন	৩৩৯
২০.৬.১.৯ নিজস্ব মতামত বর্জন	৩৪০
২০.৬.১.১০ ভুল স্বীকার ও সংশোধনী প্রকাশ	৩৪০
২০.৬.১.১১ প্রতিবাদের সুযোগ দেওয়া	৩৪০
২০.৬.১.১২ সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব নীতিমালা অনুসরণ	৩৪১

২০.৬.১.১৩ মুক্তিযুদ্ধের চেতনা	৩৪১
২০.৬.১.১৪ ছদ্মবেশী বিজ্ঞাপন সম্পর্কে সতর্কতা	৩৪১
২০.৬.২ সমাজকল্যাণমূলক নীতিমালা	৩৪১
২০.৬.২.১ পাঠকের জন্য শিক্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন	৩৪১
২০.৬.২.২ ব্যাপক জনগোষ্ঠীর স্বার্থরক্ষা	৩৪১
২০.৬.২.৩ প্রকৃত সত্য উদঘাটন ও প্রকাশ	৩৪২
২০.৬.২.৪ দুর্নীতিমুক্ত সমাজ নির্মাণে গঠনমূলক কর্তব্য	৩৪২
২০.৬.২.৫ পক্ষপাতাইন সেবার মনোভাব	৩৪২
২০.৬.২.৬ দলীয় রাজনীতির উৎর্ধে অবস্থান	৩৪২
২০.৬.২.৭ দোষী ব্যক্তির আত্মীয় স্বজনদের কথা ভাব	৩৪২
২০.৬.২.৮ অপ্রাপ্ত বয়স্কদের কথা ভাব	৩৪৩
২০.৬.২.৯ দুঃস্থদের প্রতি সহানুভূতি প্রকাশ	৩৪৩
২০.৬.২.১০ ক্ষুদ্র অপরাধীকে আত্মগন্ধির সুযোগ দেওয়া	৩৪৩
২০.৬.২.১১ সার্বজনীন মানবাধিকারের প্রতি শ্রদ্ধাবোধ	৩৪৪
২০.৬.২.১২ জাতি, ধর্ম ও সম্প্রদায়ের প্রতি শ্রদ্ধা	৩৪৪
২০.৬.২.১৩ দেশ ও সমাজ উন্নয়নে গঠনমূলক ভূমিকা	৩৪৪
২০.৬.২.১৪ বহুমুখী জ্ঞান, ধারণা ও বিষয় উপস্থাপন	৩৪৪
২০.৬.২.১৫ জনগণের জানার অধিকার প্রতিষ্ঠা	৩৪৪
২০.৬.৩ অপরাধ ও আইন সংশ্লিষ্ট নীতিমালা	৩৪৫
২০.৬.৩.১ প্রলোভন ও অশুভ চাপের প্রভাবমুক্ত থাকা	৩৪৫
২০.৬.৩.২ একান্ত ব্যক্তিগত ব্যাপারে হস্তক্ষেপ না করা	৩৪৫
২০.৬.৩.৩ অভিযুক্ত ব্যক্তি সম্পর্কে করণীয়	৩৪৫
২০.৬.৩.৪ রাষ্ট্রদ্বারী বজ্ব্য সম্পর্কে সতর্কতা	৩৪৫
২০.৬.৩.৫ আইন আদালতের প্রতি শ্রদ্ধা	৩৪৫
২০.৬.৩.৬ মানহানি সম্পর্কে বিশেষ সতর্কতা	৩৪৬
২০.৬.৩.৭ লেখকসত্ত্ব ও কপিরাইট আইন	৩৪৬
২০.৬.৪ সংবাদসূত্র সংক্রান্ত নীতিমালা	৩৪৬
২০.৬.৪.১ সংবাদ সোর্সকে তথ্য প্রকাশে চাপ না দেওয়া	৩৪৬
২০.৬.৪.২ সংবাদসূত্রের গোপনীয়তা যথাযথভাবে রক্ষা	৩৪৭
২০.৬.৪.৩ সংবাদসূত্রের আস্থা অর্জন	৩৪৭
১৯.৬.৪.৪ উদ্ভূতি ব্যবহারে সতর্কতা	৩৪৭
২০.৬.৪.৫ বিভ্রান্তিকর উক্তি সম্পর্কে সতর্কতা	৩৪৭

২০.৭	সংবাদক্ষেত্র আইনসমূহ	৩৪৭
২০.৮	প্রেস কাউন্সিল আচরণবিধি	৩৪৯
২০.৯	সাংবাদিকের শপথনামা	৩৫২
২০.১০	পত্রিকা প্রকাশকদের শপথনামা	৩৫৩
অধ্যায় একুশ :	সংবাদ পরিভাষা	(৩৫৫-৩৭৩)
	সহায়ক গ্রন্থপঞ্জি	(৩৭৪-৩৮৮)

চিত্র-নমুনা-সারণিসূচি

ক. চিত্রসূচি

চিত্র- ১:	উল্টো পিরামিড সংবাদ কাঠামো	১০৩
চিত্র- ২:	গুরুত্বের ত্রয়োদশ পদ্ধতিতে উল্টো পিরামিড কাঠামোর সংবাদ অবয়ব	১০৪
চিত্র-৩:	বিষয়ভিত্তিক ধারণা বৃক্ষ (১)	২০১
চিত্র-৪:	বিষয়ভিত্তিক ধারণা বৃক্ষ (২)	২০২
চিত্র- ৫:	বিষয়ভিত্তিক ধারণা বৃক্ষ (৩)	২০৩
চিত্র- ৬:	আঘাতের ত্রিবলয়	২০৫
চিত্র- ৭:	ফিচারের পিরামিড কাঠামো	২০৭
চিত্র-৮:	ফিচারের সামগ্রিক কাঠামো পরিকল্পনা	২০৮
চিত্র-৯:	সনাতনী...	৩১২
চিত্র-১০:	একুশ শতকের ডিজিটাল...	৩১২

খ. সংবাদ বিন্যাস অনুশীলনী

অনুশীলনী ১ :	ইউডিসি	১০৫
অনুশীলনী ২ :	কিডনি	১০৮
অনুশীলনী ৩ :	সংবাদ মিতব্যয় পদ্ধতি	১৭৫

গ. সংবাদ ও ফিচার প্রতিবেদনের নমুনাসূচি

সংবাদ নমুনা ১ :	চল্লিশের কম বয়সি...	১২৮
সংবাদ নমুনা ২ :	বাঘ হরিণ হত্যা	১৩০
ফিচার নমুনা ১ :	কানশোনার মুখ	১৮৭

ফিচার নমুনা ২ : শ্রম কেনাবেচার হাট	১৯০
ফিচার নমুনা ৩ : বন থেকে বেরিয়ে এলো	১৯২
ফিচার নমুনা ৪ : কেরামত আলীর শীতের চাদর	১৯৪
ফিচার নমুনা ৫ : ছিলাম এনালগ হয়েছি ডিজিটাল	১৯৮
ঘ. সারণিসূচি	
সারণি ১ : সম্পাদনা চিহ্নের ব্যবহার কৌশল	১৫৯
সারণি ২ : বাক্য গঠনে ‘শব্দ পরিসীমা’	১৬৭
সারণি ৩ : বিশিষ্টার্থক বাংলা শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ নমুনা	১৭৩
সারণি ৪ : ‘শব্দ মিতব্য’ পদ্ধতিতে ইংরেজি শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ নমুনা	১৭৭
সারণি ৫ : ফিচার পরিকল্পনার ‘ধারণা যাচাই’ ছক	২০০



অধ্যায় এক

একুশ শতকের সাংবাদিকতা

"In the 21st century, ... news is transmitted in more ways than ever before – in print, on the air and on the web, with words, images, graphics, sounds and video. But always and in all media, we insist on the highest standards of integrity and ethical behavior when we gather and deliver the news."

—AP News Values & Principles

১.১. একুশ শতকের সাংবাদিকতা

নয়ামাধ্যম যোগাযোগের বর্তমান দুনিয়ায় তথ্যায়ন ও ধারণায়নের একটি কার্যকর ও স্বীকৃত পছা হলো গণমাধ্যমে রিপোর্টিং তথা সাংবাদিকতা। একুশ শতকের সংবাদমাধ্যম রিপোর্টিং প্রবণতা এবং সংবাদ, সাংবাদিকতা ও সাংবাদিক – এসব বিষয়ের প্রাসঙ্গিক ধ্যান-ধারণা নিয়েই তাই বর্তমান গ্রন্থের প্রারম্ভিক অধ্যায়ের অবতারণা।

উদ্ভব ও বিকাশের কালপরিক্রমায় আমাদের দেশের সাংবাদিকতায় একুশ শতকের আগ পর্যন্ত মূলত সংবাদপত্রকেন্দ্রিক রিপোর্টিং তৎপরতাই চোখে পড়ে। স্বাভাবিকভাবেই বর্তমানে এদেশে সাংবাদিকতায় যাঁরা অগ্রপথিক হিসেবে প্রতিষ্ঠিত তাঁদের অধিকাংশই সংবাদপত্রকেন্দ্রিক রিপোর্টার্যের অভিজ্ঞতা নিয়েই এ পর্যন্ত পথ হেঁটেছেন।

তথ্য প্রযুক্তির অভাবনীয় উন্নতি ও উৎকর্ষের সুবাদে একুশ শতকে এসে দ্রুতই বদলে যাচ্ছে মানব সভ্যতার দৃশ্যপট। নতুন সহস্রাদের সাংবাদিকতার ধ্যান-ধারণা এবং চর্চার কলাকৌশলগুলোতেও তাই লক্ষ করা যায় নানা পরিবর্তন।

সাম্প্রতিককালে ইলেকট্রনিক মিডিয়ার নতুন নতুন শাখায় রিপোর্টিং করার অবারিত সুযোগ-সুবিধা ও সম্ভাবনা তৈরি হয়েছে। ‘নিউ মিডিয়া’, ‘নিউ জার্নালিজম’, ‘সাইবার বা অনলাইন জার্নালিজম’, ‘পাবলিক জার্নালিজম’ কিংবা ‘সিটিজেন জার্নালিজম’ – আধুনিক সংবাদমাধ্যম জগতের এসব নিত্য পরিভাষার সঙ্গে আমরা দিনে দিনে কম-বেশি পরিচিত হয়ে উঠছি।

‘তথ্য-সমাজ যুগের’ নাগরিক হিসেবে আমরা তাই গভীর আগ্রহ ও উৎসাহের সঙ্গে লক্ষ করছি যে, সংবাদক্ষেত্রের স্টাফ কিংবা সংবাদমাধ্যমের নিয়োগপ্রাপ্ত নিয়মিত সংবাদকর্মী না হয়েও এখন সচ্ছন্দে সাংবাদিকতা করছে বহু মানুষ।

ইন্টারনেট ব্লগাররা ইতোমধ্যে সাংবাদিকতার ইতিহাসে ‘ব্লগ-জার্নালিজম’ নামে নতুন এক ধরনের সাংবাদিকতার সূচনা করেছেন যা এয়াবৎকালের প্রচলিত সাংবাদিকতার সকল নিয়ম-কানুন ও কলাকৌশলকে আমূল পাল্টে দিয়েছে। ওয়েবমাধ্যম নির্ভর এই ‘ব্লগ-জার্নালিজম’ নাগরিকদের ‘তথ্যক্ষেত্রে প্রবেশে’ তথ্য প্রবাহের স্বাধীনতাকে এমন এক মাত্রা দিয়েছে যা গণমাধ্যম নিয়ন্ত্রণের প্রচলিত প্রবণতাকে ঝুঁকে দিতে সক্ষম হয়েছে।

সর্বাধুনিক তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি ‘সংবাদপত্র’ তথা ‘প্রিন্ট মিডিয়া’র প্রচলিত ধ্যান-ধারণাকে আমূলে পাল্টে দিয়েছে। আর তাই প্রিন্ট ও ইলেকট্রনিক মিডিয়ার বিভাজন-রেখাটি ক্রমশ সঙ্কুচিত হয়ে আসছে। তথ্য-প্রযুক্তির অত্যাধুনিক সব সুযোগ-সুবিধা নিয়ে তথ্য সংগ্রহ থেকে শুরু করে একটি সংবাদপত্র এখন শতভাগ ইলেকট্রনিক পদ্ধতিতে আত্মপ্রকাশের বাস্তবতা অর্জন করেছে। সংগত কারণে সাংবাদিকতার সনাতনী ধ্যান-ধারণা বদলে যাচ্ছে এবং দিনে দিনে পার্থক্য ঘূঁচে যাচ্ছে মুদ্রণ ও ইলেকট্রনিক সংবাদমাধ্যমের সংবাদ সংগ্রহ, সম্পাদনা ও উপস্থাপনাগত কার্যক্রমের নানা কৌশলগত আঙ্গিকের মধ্যে।

বিগত শতকের সংবাদ রিপোর্টিং কার্যক্রম আবর্তিত ছিল কাগজ, কলম, নেটুরুক আর ম্যানুয়াল ক্যামেরানির্ভর। একুশ শতকে এসে তথ্যপ্রযুক্তির সুবাদে সেই রিপোর্টিং কার্যক্রম দ্রুতই বদলে গেছে। কাগজ, কলম, নেট-প্যাড আর সনাতনী ম্যানুয়াল ক্যামেরার বদলে তা হয়ে উঠছে ল্যাপটপ-কম্পিউটার (ডিজিটাল নেটুরুক), ডিজিটাল ক্যামেরা, এমনকি একের পর এক নয়া প্রজন্মের সেলফোন তথা ‘মাল্টিমিডিয়া-ডিভাইস’ সম্বলিত তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি (আইসিটি) মাধ্যমনির্ভর। আর তাই পরিবর্তিত বিশ্বের ‘তথ্য-সমাজ জীবনে’র কাগজ-ছাপাখানাহীন অনলাইন সংবাদপোর্টালের কোনো জুড়ি নেই আজ।

বলা হয়ে থাকে, সাংবাদিকতার বর্তমান যুগ ‘মেড জার্নালিস্টদের’ যুগ। সংগত কারণে এ যুগে সাংবাদিক হওয়া জন্মগতভাবে পাওয়া যোগ্যতাবাহক সহজাত কোনো গুণের অধিকারী হওয়ার মতো কিছু নয়; বরং তা বহুলাংশেই অর্জিত।

অর্থাৎ এ যুগে সাংবাদিক হতে গেলে প্রথমে তাকে আত্মপ্রস্তুতি গ্রহণ করতে হবে; অতঃপর, তাকে তাত্ত্বিক ও ব্যবহারিক উভয় দিকের বিষয়ভিত্তিক ধ্যান-ধারণা অর্জনে যথেষ্ট যত্নবান ও মনোযোগী হতে হবে। পর্যায়ক্রমে প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা ও প্রশিক্ষণ আয়ত্ত করে ব্যবহারিক দক্ষতা অর্জন করে ধাপে ধাপে তাকে এগিয়ে যেতে হবে কাঞ্চিত লক্ষ্যে।

কিন্তু যুগের পর যুগ ধরে সাংবাদিকতার চর্চা আবর্তিত হয়েছে মূলত ‘বর্ণ জার্নালিস্টদের’ তত্ত্বাবধানে। সাংবাদিকতায় ক্যারিয়ার গঠনের ঐতিহাসিক প্রবণতা পর্যালোচনা করলে আমরা লক্ষ করি, বহু গুণ ও যোগ্যতার ধারক বা বাহকরণে জন্মগত প্রতিভা নিয়েই যেন বিগত শতকের এক একজন সাংবাদিক মহিরুহ হিসেবে আপন ভূবনে প্রতিষ্ঠিত হয়েছেন। সাংবাদিকতার ইতিহাসে ‘পথিকৃৎ সাংবাদিক’ হিসেবে আজও তারা আপন মহিমায় ভাস্বর।

আমাদের দেশে এতকাল ফোন, ফ্যাক্স আর ডাক বিভাগের নির্ভরতা ও বিড়ম্বনা মেনে নিয়েই গ্রামীণ বা আঞ্চলিক সংবাদদাতাদের পাঠানো সংবাদ সংগ্রহের ওপর সম্পৃষ্ট থাকতে হতো। কিন্তু বর্তমানে সে অবস্থার অভূতপূর্ব উন্নতি ঘটেছে; এখন কী শহর, কী গ্রাম – সর্বত্রই সাংবাদিকের জীবনে তার পেশাগত দায়িত্ব পালনের সুযোগ-সুবিধা বাড়িয়ে দিতে যুক্ত হয়েছে অত্যাধুনিক টেলিযোগাযোগসহ ওয়েবনির্ভর বহুমাধ্যম যোগাযোগ ব্যবস্থা।

ইলেক্ট্রনিক পদ্ধতিতে সেলফোনের মাধ্যমে প্রায় তাৎক্ষণিকভাবেই এখন কোনো ঘটনার তথ্য ও ছবি গ্রাম বাংলার প্রত্যন্ত অঞ্চল থেকে সংগ্রহ করে পৃথিবীর যেকোনো প্রান্তে পাঠানো সম্ভব হচ্ছে।

একথা আজ তাই নিশ্চিত করে বলা যায় যে, এ যুগের দক্ষ ও স্মার্ট সাংবাদিকের হাতে উঠে এসেছে অত্যাধুনিক সব রিপোর্টিং মাধ্যম ও যন্ত্রোপকরণ, যেমন: ডিজিটাল নেটৰুক-ল্যাপটপ, পকেট পিসি-ট্যাব এবং ডিজিটাল যুক্ত বিবিধ মাধ্যম-উপকরণসহ অবাক করা যত মাল্টিমিডিয়া ডিভাইস। ইতোমধ্যেই এসব তথ্যমাধ্যম ও যন্ত্রোপকরণ প্রচলিতি যোগাযোগ উপকরণ, অর্থাৎ ফোন-ফ্যাক্স-টেলিফোন-এর সন্তানী জায়গাটিকে কয়েক প্রজন্ম এগিয়ে নিয়ে গড়ে তুলেছে ওয়েবক্ষেত্রের বৈশিক এক স্বতঃচল নেটওয়ার্ক।

মাধ্যম পরিবর্তনে বিশ্ববীক্ষণ অভিজ্ঞতার আলোকে বলা যায়, বিশ্বের অপরাপর অংশের সঙ্গে স্যাটেলাইট, ওয়াইফাই কিংবা ফাইবার অপটিক্যাল যোগাযোগ ব্যবস্থার আওতায় বাংলাদেশের প্রতিটি জনপদ সংযুক্ত হলে বর্তমান ডিজিটাল যুগের সুপরিসর ‘ইলেক্ট্রনিক সাংবাদিকতার’ পাশাপাশি অপার সম্ভাবনাময় ওয়েবভিত্তিক নাগরিক সাংবাদিকতায়ও আমরা ক্যারিয়ার গঠনের সুযোগ হিসেবে সফলভাবে কাজে লাগাতে সক্ষম হব।

১.২. সংবাদ ও সাংবাদিকতা : স্বরূপ ও বিশ্বরূপ

১.২.১. সংবাদ বলতে কী বোঝি?

‘সংবাদ’ শব্দটির ইংরেজি প্রতিশব্দ ‘NEWS’ একটি বচনহীন বা বচনোভীরুৎ প্রত্যয়। বাংলায় শব্দটি বিশ্লেষণ করলে দাঁড়ায় সম্ভবাদ= সংবাদ। ‘সম্ভ’ অর্থ সমসাময়িক বা সাম্প্রতিক; আর ‘বাদ’ অর্থ হলো বার্তা, উক্তি, কথন, ভাষণ ইত্যাদি; অর্থাৎ, ‘সংবাদ’ বলতে সাম্প্রতিক বা সমসাময়িক বার্তা বা তথ্য পরিবেশনাকে বোঝায়।

মুহাম্মদ হাবিবুর রহমান সংকলিত বাংলা ভাষার প্রথম যথাশব্দ ভাব-অভিধানে ‘সংবাদ’ শব্দটির প্রতিশব্দ ও ভাব অর্থ হিসেবে যেসব শব্দ স্থান পেয়েছে সেগুলো হচ্ছে: “‘খবর, নিউজ, খবরাখবর, বার্তা, উদ্দেশ, সমাচার, সন্দেশ, বৃত্তান্ত, বিবরণ, খোঁজ, তত্ত্বতালাশ, তথ্যসন্ধান, প্রতিবেদন, বুলেটিন, বিবরণ, রিপোর্ট’” ইত্যাদি। সংবাদ বলতে এখানে মূলত দৈনিক খবরের কাগজ বা সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র, নিউজ এজেন্সি, বেতার বার্তা, রেডিও ও টিভি নিউজকে বোঝানো হয়েছে।

অশোক মুখোপাধ্যায় সংকলিত ‘সংসদ সমার্থ শব্দকোষে’ সংবাদের সমার্থক যেসব শব্দ স্থান পেয়েছে সেগুলো হচ্ছে – খবর, সংবাদ, সমাচার, খবরাখবর, বার্তা, সন্দেশ, বৃত্তান্ত, নিউজ, বিবরণ, তথ্য, খোঁজ, খোঁজখবর, তত্ত্বতালাশ ইত্যাদি। সংবাদ বলতে এখানে বহুমাত্রিক সংবাদকে বোঝানো হয়েছে: যেমন: ক) ‘হাঁড়ির খবর, ভেতরের কথা, গুহ্যসংবাদ, নাড়ী-নক্ষত্র, হাটহদ, গোপন সংবাদ, ক্লুপ’; খ) ‘সুসংবাদ, সুখবর, শুভসংবাদ, ভালো খবর, সুবৃত্তান্ত, কুশলসংবাদ, কুশলবার্তা, মঙ্গলবার্তা, খোশখবর’; গ) ‘দুঃসংবাদ, দুর্বার্তা, খারাপ খবর’; ঘ) ‘ঠিক খবর, পাকা খবর, উড়ো খবর, বাজে খবর, মিথ্যে খবর’; ঙ) ‘তাজা খবর, টাটকা খবর, লেটেস্ট নিউজ’ ইত্যাদি নানারূপ খবরের অস্তিত্ব আমরা লক্ষ করি।

‘সংবাদ-সাহিত্য (News literature)’ ঘেটে সংবাদ বা খবর শব্দটির ইংরেজি প্রত্যয় ‘News’কে বিশ্লেষণ করলে সংবাদ সম্পর্কে আমরা অন্তত তিনি ধরনের অর্থগত দিকমাত্রা পেতে পারি:

এক. সংবাদ হলো উত্তর, দক্ষিণ, পূর্ব, পশ্চিম-এই চার দিকের ব্যাপার; অর্থাৎ, দিকসচেতন মানুষের কাছে দিকসমূহের মধ্যে উল্লিখিত চারদিকের গুরুত্ব সর্বাধিক। সে কারণে, North, East, West, South-এই চারদিকের আদ্যাক্ষর নিয়ে গঠিত ‘News’ শব্দটির মর্মার্থ বিশ্লেষণ করে বলা যায়: সংবাদ হলো আমাদের চারদিক বা চারপাশের গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার সংক্ষিপ্ত তথ্য বিবরণী, যাকে

বলা হয় – ‘Information from these points (North, East, West & South) and all points between’ ; অর্থাৎ, পৃথিবীর চারদিকে গুরুত্বহীন যা কিছু ঘটছে তা-ই সংবাদ ।

দুই. কারও মতে, সংবাদের ইংরেজি প্রতিশব্দ News-এর ‘S’ অক্ষরটি বাদ দিলে পাওয়া যায় ‘New’ শব্দটি । এ দিকটির বিবেচনায় সংবাদ মানে নতুন কিছু; অর্থাৎ নতুন কোনো কিছু বা যা কিছুই নতুন তা-ই হলো সংবাদ (‘News is something new’or ‘what is new is news’) ।

তিনি. আবার সংবাদের ইংরেজি প্রতিশব্দ ‘News’ শব্দটি বচনহীন বা বচনোভীর্ণ প্রত্যয় হলেও কারও যুক্তিতে, ‘New’-এর বহুবচন হিসেবে ধরলে সংবাদ হলো একাধিক মাত্রার নতুন কোনো কিছু; অর্থাৎ সংবাদ হলো বহুমাত্রিক নতুনত্বের সমাহার (‘News is variety of newness’) ।

এবার সংবাদের প্রকৃতি নিয়ে কিছুটা আলোকপাত করা যেতে পারে । কেননা, বৈশিষ্ট্য ও উপাদানগত মানদণ্ডে স্থান-কাল-পাইভেডে সংবাদ ভিন্ন ভিন্ন মাত্রা লাভ করে । এ প্রসঙ্গে ‘Modern News Reporting’ গ্রন্থের প্রণেতা কার্ল ওয়ারেন-এর একটি উক্তি উল্লেখ করলেই বিষয়টি যথেষ্ট স্পষ্ট হবে । তিনি বলেন:

“What is news in Midland may be nonsense in Moscow. What is news to the old may be folly to the young. What is news to a man may be tedium to a woman. What is news to a farmer may be trash to a teacher. What is news to the pauper may be trivia to the prince.

While all news is intended to interest, inform or entertain somebody somewhere- large sections of the public, if possible- no news attracts the attention of everybody everywhere.”

১.২.২. সাংবাদিকতা : চলমান জীবনের প্রতিচ্ছবি

‘সাংবাদিকতা’ শব্দটির ইংরেজি প্রতিশব্দ ‘Journalism’ প্রত্যয়টি উদ্ভৃত হয়েছে ফরাসি ‘Jour’ এবং ইংরেজি ‘Journal’ শব্দ থেকে । ‘Jour’ অর্থ ‘দিন’ এবং ‘Journal’ বলতে দৈনন্দিন ঘটনাবলির সুবিন্যস্ত ও সুনিয়ন্ত্রিত মুদ্রিত উপস্থাপনাকে বোঝায় । জার্নাল শব্দটির সঙ্গে ইজম (-ism) শব্দাংশটি (যার অর্থ অভ্যাস, আচরণ বা বিশ্বাসবোধ সংক্রান্ত ধারণানিচয়) যুক্ত হলে সহজ কথায় ‘জার্নালিজম’ প্রত্যয়টির অর্থ দাঁড়ায় – ‘জার্নাল সংশ্লিষ্ট কার্যক্রম’ ।

‘ওয়েবস্টার’ অভিধানে বলা হয়েছে, “*Journalism...the work of gathering, writing, and publishing or disseminating news, as through newspapers, etc. or by radio and TV*”; ওয়েবস্টারের আন্তর্জাতিক শব্দকোষে ‘সাংবাদিকতা’ বলতে পরিবেশনা, প্রকাশনা অথবা সম্প্রচারের লক্ষ্যে সমসাময়িক বিষয়ের সংগ্রহ ও সম্পাদনা -কে বোঝানো হয়েছে।

মুহাম্মদ হাবিবুর রহমান সংকলিত ‘যথাশব্দ’ ভাব-অভিধানে ‘সাংবাদিকতা’ প্রত্যয়টির প্রতিশব্দ ও সমার্থক হিসেবে যেসব শব্দ উল্লেখ করা হয়েছে সেসবের মধ্যে রয়েছে জার্নালিজম, সংবাদ জগৎ, সংবাদ সংস্থা/প্রতিষ্ঠান, নিউজ এজেন্সি/ব্যুরো, সংবাদমাধ্যম, প্রচারমাধ্যম, মিডিয়া, সম্পাদকতা, প্রেস ইত্যাদি।

মার্কিন সাংবাদিক লেসলি স্টিফেন-এর ভাষ্যমতে, “সাংবাদিকতা হলো বিভিন্ন স্থান থেকে সংবাদ সংগ্রহ করে তা নির্খুতভাবে এবং অন্তর্দৃষ্টি সহকারে এমনভাবে পরিবেশন করা যাতে সত্যটিই প্রকাশিত হয়।”

অন্যদিকে, ডেভিড ওয়েনরাইট তাঁর *Journalism – Made Simple* গ্রন্থের প্রথম অধ্যায়ে সাংবাদিকতার স্বরূপ ও বিশ্বরূপ বর্ণনা করেছেন এভাবে: “*What is Journalism? Journalism is information. It is communication. It is the events of the day distilled into a few words, sounds or pictures, processed by the mechanics of communication to satisfy the human curiosity of a world that is always eager to know what's new.*”

B. N. Ahuja ও S. S. Chhabra তাঁদের *A Concise Course in Reporting for Newspapers-Magazines-Radio & The TV* গ্রন্থের শুরুতেই ‘সাংবাদিকতা’ প্রত্যয়টির কর্মপরিধি সম্পর্কে বলতে গিয়ে উল্লেখ করেছেন: “*The term journalism embraces all the forms in which and through which the news and the comments on the news reach the public. All that happens in the world, if such happenings hold interest for the public, all the thought, action, and ideas which these happenings stimulate become the basic material for the journalist.*”

ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায় সাংবাদিকতা সম্পর্কে নিজস্ব একটি সংজ্ঞা দিয়েছেন এভাবে: “সাংবাদিকতা চলমান জীবনের বাক্যময় প্রতিচ্ছবি, যা কখনও মন্তব্য কখনও বস্তুনিষ্ঠ। সাংবাদিকতা এই প্রতিচ্ছবিকে আপন হৃদয়ে গ্রহণ করে তাকে আবার সাধারণের কাছে ফিরিয়ে দেবার এক জটিল পদ্ধতি। সাংবাদিকতা বস্তুনিষ্ঠ সাহিত্য ও দ্রুতলয়ের ইতিহাসের সংমিশ্রণ। সাংবাদিকতা জীবন, সমাজ ও রাষ্ট্রের গতি-প্রকৃতি বর্ণনার এক প্রকৌশল।”

টাইম ম্যাগাজিনের সাংবাদিক Eric Hodgins-এর ভাষায়, “*Journalism is the conveying of information from here to there with accuracy, insight and dispatch, and in such a manner that the truth is served, and the rightness of things is made slowly, even if not immediately, more evident.*”

সাংবাদিকতা একটি দায়িত্বপূর্ণ কাজ; একটি মহৎ পেশাও বটে। মানুষের তথ্য জানার অধিকার এবং গণমাধ্যমে তথ্য জানানোর দায়বদ্ধতার প্রশ্নে সামাজিক অঙ্গীকার নিয়ে সাংবাদিকতা সমাজ, রাষ্ট্র এমনকি মানবসভ্যতার অঞ্চলিকার প্রতিনিয়ত প্রহরী বা পর্যবেক্ষকের ভূমিকায় প্রতিভাত হয়।

একটি গণতান্ত্রিক পরিবেশে স্বাধীন ও সার্বভৌম রাষ্ট্রীয় কাঠামোয় স্বাধীন সংবাদ মাধ্যমের অনুপস্থিতির কথা ভাবাই যায় না। কেননা, একটি স্বাধীন সার্বভৌম রাষ্ট্র কাঠামোয় গণতন্ত্র ও সংবাদমাধ্যম পরম্পর হাত ধরাধরি করে বিকশিত হয়। সংগত কারণে সাংবাদিকতাকে রাষ্ট্রের চতুর্থ স্তরের (Fourth estate) কার্যক্রম হিসেবে মূল্যায়ন করা হয়। গুরুত্বের বিচারে রাষ্ট্রের আইন, বিচার ও নির্বাহী বিভাগের পরেই সংবাদক্ষেত্রে (Press) স্থান হলেও প্রথমোক্ত তিনটি স্তর এই চতুর্থ স্তর ছাড়া বর্তমান যুগে বহুলাঙ্শে অকার্যকর ও অসম্পূর্ণ। তবে, ‘একুশ শতকের গণধার্যম ভূমিকা’ সংক্রান্ত ডিসকোর্সে অবতীর্ণ হয়ে কোনো কোনো মিডিয়া বিশেষজ্ঞ গণধার্যমের সন্মতনী ভূমিকার চতুর্থ স্তরের পৃষ্ঠা ‘সংবাদক্ষেত্র’ (Press)-কে বর্তমান তথ্যসমাজ যুগের গণতান্ত্রিক রাষ্ট্র কাঠামোয় প্রথম স্তরের (First estate) অর্ধাদায় মূল্যায়নের পক্ষপাতী।

নীতি, বিবেক ও মূল্যবোধতাড়িত উচ্চমার্গীয় পেশা সাংবাদিকতায় রয়েছে সার্বজনীন এক সামাজিক অঙ্গীকার। সেজন্য অপরিসীম দায়িত্বশীল ভূমিকার কারণে স্বাধীন সংবাদক্ষেত্র তথ্য ‘ই-গভর্ন্যাপ’ যুগের সাংবাদিকতায় সততা, স্বচ্ছতা, মানবিক মূল্যবোধ, দেশপ্রেম এবং সর্বোপরি, পেশাদারি মনোভাবের প্রকাশ সর্বোচ্চ ঘাতায় কাঞ্চিত।

১.২.৩. সাংবাদিক : কে সে জন?

সংবাদকে উপজীব্য করে সাংবাদিকতা পেশার সঙ্গে যারা প্রত্যক্ষভাবে জড়িত, এক কথায় তারাই সাংবাদিক। ওয়েবস্টার ডিকশনারিতে সাংবাদিক সম্পর্কে বলা হয়েছে, ‘*Journalist...a person whose occupation is journalism.*’ আবার, জার্নাল শব্দ থেকে ‘জার্নালিজম’ ও ‘জার্নালিস্ট’ শব্দের উৎপত্তিগত সূত্র ধরে বলা যায়, ‘যিনি জার্নাল বিশারদ তিনিই সাংবাদিক’। তবে সাধারণ অর্থে এবং আইনি পরিভাষায় ‘সাংবাদিক’ বলতে এর ইংরেজি সমার্থক প্রতিশব্দ

‘Journalist’-এর ব্যাপক অর্থকেই বোঝানো হয়। যদিও আক্ষরিক অর্থে সাংবাদিক বলতে মূলত ‘রিপোর্টার’-এর কর্মতৎপরতাকেই নির্দেশ করে। তবে ‘Journalist’ ও ‘Reporter’-এর অর্থ-অভিধায় যে সূক্ষ্ম পার্থক্য নিহিত রয়েছে তাকে জন হোহেনবার্গ তাঁর ভাষায় উত্তরণ ঘটিয়েছেন এভাবে : “The very term ‘journalist’ is applied so generally now to the whole field of news communication...”; তবে বৃত্তি বা পেশা হিসেবে সাংবাদিকতার মূল কৃতিত্বের ধারাটি হলো রিপোর্টিং এবং তাঁর কৃতীজন হলো রিপোর্টার। সংগত কারণে বলা যায়, সব রিপোর্টার সাংবাদিক হলেও সব সাংবাদিক রিপোর্টার নয়।

‘সাংবাদিক’ প্রত্যয়টির সমার্থক শব্দগুলো হলো - জার্নালিস্ট, রিপোর্টার, প্রতিবেদক, সংবাদদাতা, নিজস্ব সংবাদদাতা, বিশেষ সংবাদদাতা, সংবাদ প্রতিনিধি, স্টাফ রিপোর্টার, সংবাদবাহী, সংবাদবাহক, খবরদাতা, সমাচারদাতা, কলামিস্ট, ভাষ্যকার প্রভৃতি।

ভারতের বিশিষ্ট সাংবাদিক বহু গ্রন্থের প্রণেতা M V Kamath তাঁর Professional Journalism গ্রন্থের শুরুতেই ‘What, in fact, makes a Journalist ?’ এই প্রশ্নের উত্তর দিতে গিয়ে বলেছেন: “A professional journalist is easily identified: he is on the payroll of a journal; he reports for his paper, or he may write features or editorials or edit copy. He is known by different names: Reporter, Feature Writer, Special Correspondent, Sub-Editor, Assistant Editor, Sports Editor, City Editor, Commercial Editor, News Editor, Editor.”

১৯৭৪ সালে প্রণীত বাংলাদেশ সংবাদপত্র আইনে একজন পেশাদার সাংবাদিককে সংজ্ঞায়িত করা হয়েছে এভাবে: “পেশাদার সাংবাদিক হচ্ছেন একজন সার্বক্ষণিক সাংবাদিক যিনি একটি সংবাদপত্র বা এতদসংক্রান্ত কোনো প্রতিষ্ঠানে কর্মরত... যার অন্তর্ভুক্ত হচ্ছেন সম্পাদক, লিডার, রাইটার (সম্পাদকীয় লেখক), বার্তা সম্পাদক, সহসম্পাদক, ফিচার লেখক, প্রতিবেদক, সংবাদদাতা, অনুলিপি পরীক্ষক (কপি টেস্টার), কার্টুনিস্ট, সংবাদ আলোকচিত্রী, ক্যালিওগ্রাফিস্ট ও প্রফ রিডার (সংবাদ সংশোধক)।”

১.৩. একজন আদর্শ সাংবাদিকের যোগ্যতা ও গুণাবলি

একজন আদর্শ সাংবাদিক হতে গেলে একজন ভালো বা আদর্শ মানুষের যেসব সাধারণ গুণ ও যোগ্যতা থাকা আবশ্যিক সেসবের পাশাপাশি তাঁর মধ্যে থাকবে বিশেষ মাত্রার আরও কিছু প্রজ্ঞা, দক্ষতা ও গুণাবলি। একজন দক্ষ সাংবাদিক একটি সংবাদ ঘটনার নিচক বয়ানকারী নন; তিনি একজন দক্ষ যোগাযোগকারীও বটে। সমাজ-সভ্যতার অগ্রগতিতে, জাতীয় জীবনের কাজিক্ত লক্ষ্য অর্জনে, তথ্য

মানবতা ও বিশ্বশান্তি প্রতিষ্ঠায় এবং মানবাধিকার সুরক্ষায় শান্তিত চেতনার অধিকারী একজন আদর্শ সাংবাদিকের যেসব বিশেষ গুণ ও যোগ্যতা থাকা জরুরি সংক্ষেপে সেগুলো হচ্ছে:

১. প্রাতিষ্ঠানিক ও পেশাগত শিক্ষা ও প্রশিক্ষণ;
২. ভালো সংবাদ অনুধাবনের ক্ষমতা ও সংবাদ গুরুত্বের ধারণা;
৩. পেশাদারিত্বের মনোভাব;
৪. পরিস্থিতিগত পরিমিতিবোধ;
৫. অসাধারণ প্রজ্ঞা ও বুদ্ধিমত্তা;
৬. অফুরন্ত আঘাত, কৌতুহল ও উদ্যম;
৭. বাস্তববাদিতা;
৮. ধৈর্য ও সহনশীলতা;
৯. মিশ্রক ও সদালাপী;
১০. অদম্য সাহসী, আতুবিশ্বাসী ও পরিশ্রমী;
১১. উত্তাবনী ও সৃজনশীল মন;
১২. দেশের প্রচলিত আইন-বিধি-বিধানের ধারণা;
১৩. সাধারণ রচনারীতি ও উত্তম ভাষাজ্ঞান;
১৪. সুশ্রেষ্ঠ, বিশ্বেষক ও অধ্যবসায়ী মন;
১৫. উত্তম স্মৃতি ও কল্পনা শক্তি;
১৬. সততা ও বিশ্বাসযোগ্যতা;
১৭. নিয়মানুবর্তিতা ও সময়সচেতনতা;
১৮. সহানুভূতিশীল মনোভাব;
১৯. স্বনির্ভর, সংবেদনশীল ও বন্ধুবৎসল স্বভাব;
২০. সাংগঠনিক শক্তি ও সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতা;
২১. তীক্ষ্ণ পর্যবেক্ষণ ক্ষমতা;
২২. মার্জিত রচনা ও সম্মোহনী ব্যক্তিত্ববোধ এবং
২৩. সর্বেপরি, একজন সাংবাদিক হবেন স্বচ্ছন্দ, উদার ও ইতিবাচক দৃষ্টিভঙ্গির অধিকারী।

যুক্তরাষ্ট্রের নর্থ-ওয়েস্টার্ন বিশ্ববিদ্যালয়ের সাংবাদিকতার অধ্যাপক কার্টিস ডি ম্যাকডুগালের মতে, একজন যোগ্য সাংবাদিক হিসেবে তিনি তাঁকেই স্বীকৃতি দেবেন যিনি হবেন “বুদ্ধিমান, বন্ধুভাবাপন্ন, কল্পনাশক্তির অধিকারী, যার নার্ভ খুব শক্ত, বাস্তবধর্মী, উত্তাবন ক্ষমতার অধিকারী, কাজে ক্ষিপ্র ও গতিসম্পন্ন, সাহসী, সহনশীল, সাংগঠনিক দক্ষতাসম্পন্ন, ধৈর্যশীল, মানসিক সতর্কতা সম্পন্ন,

সৎ, নিয়মানুবর্তী, জীবনবাদী, বিশ্লেষণী ও পর্যবেক্ষণ ক্ষমতার অধিকারী, কৃটবুদ্ধিসম্পন্ন, রসিক, যেখানে যেমন মানিয়ে চলার ক্ষমতাসম্পন্ন এবং যিনি হবেন উদ্যোগী ও পছন্দনীয় ব্যক্তিত্বসম্পন্ন।”

দ্য টাইমস সম্পাদক উইকহ্যামস্টডের ভাষায়, “একজন আদর্শ সাংবাদিক হচ্ছেন তিনি, যিনি আত্মাকরণ করে নিপুণতা অর্জন করেছেন প্রাচীনের প্রাঞ্জলা, অধিকতর আধুনিকের দর্শন, বৈজ্ঞানিকের জ্ঞান, প্রকৌশলীর যত্নবিদ্যা, তাঁর নিজের ও অন্যান্য সময়ের ইতিহাস, অর্থনীতির মূল শর্তাবলি, সামাজিক-রাজনৈতিক জীবন, চিন্তা-ভাবনা ও তার উপলব্ধি এবং চাহিদা অনুযায়ী তাঁর সরবরাহ আর লক্ষ লক্ষ পাঠকের ইচ্ছা পূরণার্থে নীতিগতভাবে সেগুলোকে জ্ঞাত করা।”

সাংবাদিকতার শিক্ষক ও বিশিষ্ট সাহিত্যিক-গবেষক ড. পার্থ চট্টোপাধ্যায় উল্লিখিত গুণাবলীর পাশাপাশি একজন আদর্শ সাংবাদিকের আরও কিছু গুণের কথা উল্লেখ করেছেন। তাঁর মতে একজন ভালো সাংবাদিকের নিম্নরূপ গুণ-বৈশিষ্ট্য থাকতে হবে:

১. নিরপেক্ষ মানসিকতাসম্পন্ন;
২. প্রথর রাজনৈতিক চেতনাসম্পন্ন, কিন্তু কোনো রাজনৈতিক দলের প্রতি পক্ষপাতকশূন্য;
৩. অসাম্প্রদায়িক মনোভাবাপন্ন;
৪. প্রথর সাহিত্যবোধসম্পন্ন, কিন্তু সাংবাদিকতায় বস্ত্রনিষ্ঠ ও প্রগাঢ় বুৎপত্তিসম্পন্ন;
৫. সর্বোপরি, তিনি হবেন পোশাক-আশাকে বিশেষ যত্নবান ও রুচিশীল ব্যক্তিত্বসম্পন্ন।

উল্লিখিত যোগ্যতা ও গুণাবলীর পাশাপাশি করণীয়-বর্জনীয় কাজ বা দায়িত্ব সম্পাদনে একজন আদর্শ চৌকস সাংবাদিককে যেসব বিষয়ের প্রতি সতর্ক ও যত্নবান হতে হবে তার একটি সাধারণ তালিকা এখানে তুলে ধরা হলো:

১. তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি জ্ঞান ও দক্ষতাসম্পন্ন হতে হবে;
২. সর্বদাই তথ্যসমৃদ্ধ থাকার চেষ্টা করতে হবে;
৩. কাঙ্ক্ষিত তথ্য সংগ্রহে ‘নাছোড়বান্দা’ টাইপের কর্মতৎপরতা থাকতে হবে;
৪. প্রতিনিয়ত নতুন নতুন সোর্স তৈরির জন্য নতুন নতুন মানুষের সঙ্গে পরিচিত হতে হবে;
৫. পর্যবেক্ষকের ভূমিকায় বাস্তব ঘটনা থেকে নির্ভুল ও বস্ত্রনিষ্ঠ তথ্য সংগ্রহ করার পারদর্শিতা অর্জন করতে হবে;

৬. নিজের বিজ্ঞতা ও অঙ্গতা প্রকাশে মাত্রাত্তিরিক্ত বাড়াবাঢ়ি না করার ব্যাপারে সতর্ক থাকতে হবে;
৭. কার্যকর সমানুভূতি (Empathy), প্রশংসা ও সৌজন্যতা প্রকাশে পারঙ্গমতা অর্জন করতে হবে;
৮. সন্দেহবাদী হতে হবে, কিন্তু নিন্দুক হওয়া যাবে না;
৯. যেকোনো সময় অকৃত্তল পরিবেশে বেরিয়ে পড়ার মানসিক ক্ষমতা থাকতে হবে;
১০. সমাজ-সংকৃতি, বাজার-অর্থনীতি, বিদ্যমান রাজনীতি সম্পর্কে প্রথর ধারণা থাকতে হবে;
১১. শব্দ চয়ন, বাক্য গঠন এবং বানানে সার্বক্ষণিক সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে;
১২. মাতৃভাষায় ও ইংরেজিতে স্বচ্ছদ দক্ষতা থাকতে হবে;
১৩. সংবাদ মাধ্যমের নিজস্ব ‘হাউস স্টাইল’ ও সম্পাদনা রীতি অনুসরণ করতে হবে;
১৪. একজন আদর্শ সাংবাদিকের থাকতে হবে সুন্দর ‘সামাজিক অঙ্গীকার’;
১৫. সর্বোপরি, প্রচলিত আইন ও গণমাধ্যম নীতিমালা সম্পর্কে থাকতে হবে সচ্ছ ধারণা।

একজন আদর্শ সাংবাদিকের যোগ্যতা ও গুণাবলির যে তালিকা ও বর্ণনা এখানে উপস্থাপিত হলো তা একান্তই অ্যাকাডেমিক দৃষ্টিকোণ থেকে একটি ধারণায়নের চেষ্টামাত্র; প্রকৃতপক্ষে পুরোপুরি প্রয়োগিক দক্ষতা ও অভিজ্ঞতানির্ভর এই চ্যালেঞ্জিং পেশায় নিয়োজিত একজন পেশাদার সাংবাদিকের গুণ, দক্ষতা ও যোগ্যতা সম্পর্কে যতই বলা হবে তা হবে প্রয়োজনের তুলনায় নিতান্তই কম।

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. অলিউর রহমান, সাংবাদিকতা: ধারণা ও কৌশল (প্রথম সংস্করণ), শ্রাবণ প্রকাশনী, ঢাকা, ২০০৭
২. এফ. ফ্রেসার বড়, সাংবাদিকতা পরিচিতি, ফেরদৌস নিগার হোসেন অনুদিত, বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ২০০১
৩. অশোক মুখোপাধ্যায়, সংসদ সমার্থ শব্দকোষ (২য় সংস্করণ), সাহিত্য সংসদ, কলকাতা, ২০০০
৪. মুহাম্মদ হাবিবুর রহমান, যথাশৰ্ক, ইউনিভার্সিটি প্রেস লিমিটেড, ঢাকা, ২০০৩
৫. পার্থ চট্টোপাধ্যায়, বিষয় সাংবাদিকতা (৫ম সংস্করণ) লিপিকা, কলকাতা, ২০০৩
৬. রোল্যান্ড ই. উলসলে (সম্পাদিত), আধুনিক ভারতে সাংবাদিকতা, আশফাক-উল-আলম অনুদিত, বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ১৯৮১

৭. সুধাংশু শেখর রায়, সাংবাদিকতা সাংবাদিক ও সংবাদপত্র, ধলেশ্বরী প্রকাশনী, ঢাকা, ১৯৯৮
৮. Barbara Alysen et. al, *Reporting in a Multimedia World*, Allen & Unwin, Crown Nest, Australia, 2003
৯. B.N. Ahuja & S. S. Chhabra, *A Concise Course in Reporting for Newspapers-Magazines-Radio & The TV*, Surjeet Publications, Delhi, 2005
১০. B.N. Ahuja & S. S. Chhabra, *A Concise Course in Reporting for Newspapers- Magazines- Radio & The TV*, Surjeet Publications, Delhi, 1990
১১. Bruce D Itule & Doglas A Anderson, *News Writing and Reporting for Today's Media* (Second edition), McGraw-Hill Inc. New York, 1997
১২. Burns Lynette Sheridan, *Understanding Journalism*, Sage Publications, London, 2002
১৩. David B. Guralnik (edited), *Webster's New World Dictionary*, Oxford & IBH Publishing Co. Pvt. Ltd. New Delhi
১৪. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata, 1983
১৫. John Herbert, *Journalism in the Digital Age: Theory and Practice for Broadcast, Print and On-line Media*, Focal Press, Oxford, 2000
১৬. Julian Harriss et. al, *The Complete Reporter*, Macmillan Publishing Company, New York, 1985
১৭. M.V. Kamath, *Professional Journalism* (Reprint), Vikas Publishing House Private Limited, New Delhi, 1993
১৮. Melvin Mencher (1996), *Basic Media Writing* (Fifth edition), Brown & Benchmark Publishers, USA
১৯. Melvin, Mencher, *News Reporting and Writing* (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997
২০. M.V. Kamath, *Professional Journalism* (Reprint), Hakkani Publishers, Dhaka, 1998
২১. Rangaswami Parthasarath, *Basic Journalism* (Reprint). Macmillan India Limited, Madras, 1989

“In a democracy, everyone is a journalist. This is because, in a democracy, everyone has the right to communicate a fact or a point of view, however trivial, however hideous”
– Hargreaves



অধ্যায় দুই

সংবাদ কী কেন কখন কোথায় ও কীভাবে?

“সংবাদকে উপলব্ধি করা যেতে পারে, একে সংজ্ঞানিতে করা কঠিন”
— ফ্রেমস সাখাওয়াত আলী খান

“News is anything that will make people talk”
— Charles A. Dana

২.১. সংবাদ সংজ্ঞায়ন

সংবাদকে সংজ্ঞায়িত করা দুঃসাধ্য প্রয়াস জেনেও কেন তবু সংজ্ঞায়ন চেষ্টা? হ্যাঁ, সুপ্রিয় পাঠক ও শিক্ষার্থীবৃন্দ, এ পর্যায়ের সংজ্ঞায়ন প্রয়াস এই জন্য যে, বিভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে এই সংজ্ঞায়ন চেষ্টা অব্যাহত থাকলে সাংবাদিকতার চিরস্তন শিক্ষার্থী হিসেবে আমাদের জ্ঞান ও ধারণা আরও স্পষ্ট হবে এবং এতে করে ক্রমান্বয়ে সমৃদ্ধ ও সম্প্রসারিত হবে ‘সাংবাদিকতা ডিসিপ্লিনটির’ অধ্যয়ন ও চর্চার পরিসর।

সংবাদ কেন সংবাদ? সে সম্পর্কিত বিস্তারিত বর্ণনা রয়েছে *Professional Journalism* এছে। সাংবাদিকতার বহু শাখায় বহু দেশে কাজ করার অভিজ্ঞতাসম্পন্ন ভারতের বিশিষ্ট সাংবাদিক M V Kamath উল্লিখিত গ্রন্থটিতে What is news? শীর্ষক অধ্যায়ে সংবাদের স্বরূপ ও প্রকৃতি বিশ্লেষণে সহায়ক কিছু সংজ্ঞা জড়ে করেছেন এভাবে:

“News is something revealed.”

“News is something which somebody wants suppressed.”

“News is anything you didn’t know yesterday.”

“News is any event, idea or opinion that is timely, that interests or affects a large number of people in a community and that is capable of being understood by them.”

“News is what the newspaper prints and radio broadcasts.”

“News is a compilation of facts and events of current interest or importance to the readers of the newspaper printing it.”

“Sex, money, crime - that is news.”

“News is anything and everything interesting about life and materials in all their manifestation.”

গণমানুষকে আকর্ষণ করে এমন কিছুই হলো সংবাদ; অর্থাৎ সমাজের ব্যাপক সংখ্যক মানুষের মনে আঘাত সৃষ্টি করতে সক্ষম এমন সবকিছুই সংবাদ। প্রায় একই কথা Ronald E Wolseley আরও কিছুটা স্পষ্ট ও সহজ করে বলেছেন এভাবে: “News is an account of current event, idea or problem that interests people.”

‘News Reporting and Writing’ গ্রন্থে Melvin Mencher উল্লেখ করেন: “News is information about a break from the normal flow of events, an interruption in the expected.”

পরিশেষে, আমরা Melvin Mencher বর্ণিত উক্তিরই সম্প্রসারিত রূপ খুঁজে পাই ঢাকা বিশ্বিদ্যালয়ের গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগের অধ্যাপক ড. সাধাওয়াত আলী খানের উক্তি ও ব্যাখ্যায়। তিনি বলেন, “সংবাদ হলো স্থিতাবস্থার অবসান (News is the breaking of statusquo); এই স্থিতাবস্থা ক্ষুণ্ণ হওয়ার মাত্রা যত বড় হবে সেটা হবে তত বড় সংবাদ।” তবে এটা সংবাদের পূর্ণাঙ্গ সংজ্ঞা নয়। সংবাদের একটি পূর্ণাঙ্গ সংজ্ঞা দেওয়া আদৌ কি সম্ভব? এ প্রসঙ্গে প্রফেসর সাধাওয়াত আলী খানের আরও একটি উক্তি এখানে প্রাসঙ্গিক হবে; প্রফেসর খান বলেন, “সংবাদকে উপলব্ধি করা যায় মাত্র। একে সংজ্ঞায়িত করা কঠিন।”

সংবাদকে তাই সুনির্দিষ্ট কোনো বৈশিষ্ট্য, মানদণ্ড বা কাঠামোয় সীমাবদ্ধ করা সম্ভব নয়; নানামাত্রিক সীমাবদ্ধতার কারণে সার্বজনীনভাবে একে সংজ্ঞায়িত করা একটি দুঃসাধ্য প্রয়াস। তবে শুরুতেই সংবাদ সম্পর্কে অন্তত এতটুকু বলা সম্ভত হবে যে, সংবাদ হবে অবশ্যই মানুষকেন্দ্রিক, মানুষের প্রয়োজনে এবং মানুষের আঘাতকে উপজীব্য করে। বার্নার্ড রক্ষে তেমনই একটি উক্তি করেছেন ‘একটি সংবাদ মানুষের প্রয়োজন কর্তৃত মেটাতে পারছে তা দিয়েই আংশিকভাবে সংবাদের সংজ্ঞা নির্ধারণ করা যেতে পারে’। এ পর্যায়ে সংবাদ সম্পর্কে

বিশেষজ্ঞদের দেওয়া নির্বাচিত আরও কিছু সংজ্ঞা উল্লেখ করে সেসবের আলোকে আমরা একটি সামগ্রিক সংজ্ঞা দাঢ় করানোর চেষ্টা করতে পারি:

১. “সংবাদ = ঘটনা+মানুষ+পাঠকের আগ্রহ” – জন কার্ডুনি ;
২. “সচরাচর ঘটে না এমন কিছুই হলো সংবাদ” – আর পার্থ সারফী ;
৩. “খবর হলো – মানুষ যে সম্পর্কে ভাবে, কথা বলে, দেখে, আলোচনা করে, পরিকল্পনা করে, সে সম্পর্কিত সর্বশেষ, আকর্ষণীয়, গুরুত্বপূর্ণ ও নির্ভুল তথ্যের রেকর্ড” – বাস্টিয়ান, কেস ও বাকেট;
৪. “সমাজের ব্যাপকসংখ্যক মানুষের মনে আগ্রহ সৃষ্টিতে সক্ষম এমন সবকিছুই সংবাদ” – চার্লস এ ডানা ;
৫. “ব্যাপকসংখ্যক মানুষকে আকৃষ্ট করে এমন আশ্চ, আকর্ষণীয়, সময়োপযোগী তথ্য-পরিবেশনা হচ্ছে সংবাদ” – প্রফেসর উইলিয়াম জে ব্রেয়ার ;
৬. “একজন পেশাদার সাংবাদিক তার উদ্দিষ্ট পাঠক-দর্শক-শ্রোতাদের জন্য যেভাবে লিখে এবং যা লিখে সম্ভব হল তাই সংবাদ” – প্রফেসর সাখাওয়াত আলী খান ;
৭. “সংবাদ হচ্ছে এমন কিছু যা আজ আপনি খুঁজে পেলেন অথচ আগে আপনার তা জানা ছিল না” – টার্নার ক্যাটলেজ ;
৮. “সংবাদ হলো দ্বন্দ্ব ও পরিবর্তনের এক সময়ানুক্রমিক সত্যনিষ্ঠ তথ্য বিবরণী” – জন চ্যাসেলর ;
৯. “সাধারণ ঘটনা প্রবাহের মাঝে স্বাভাবিকতা ক্ষুণ্ণকারী, ব্যতিক্রমী ও অপ্রত্যাশিত ঘটনার তথ্য বিবরণী হলো সংবাদ” – মেলভিন মেনচার ;
১০. “সংবাদ কখনও সহজে উদয়াচিত হয় না; সংবাদ হচ্ছে এমনকিছু যা লোকজন লুকোতে চায়- বাকি সবটাই বিজ্ঞাপন” – থমসন ফাউন্ডেশন;
১১. “শুধুমাত্র ঘটনার প্রতিবেদন নয়, উন্নয়নমূলক কার্যক্রমের প্রতিবেদনও সংবাদ” – ম্যাকন্ট্রাইড কমিশন।

জুলিয়ান হ্যারিস, বি কেলি লেইটার ও স্ট্যানলি জনসন তাদের *The Complete Reporter* এলে সংবাদ সংজ্ঞায়নে নিম্নরূপ আরও কিছু গুরুত্বপূর্ণ সংজ্ঞা তুলে ধরেছেন:
“News is anything printable.”

“News is an account of an event, or a fact or an opinion that interests people.”

“A presentation of a report on current events in a newspaper or other periodical or on radio and television.”

“Anything that enough people want to read is news, provided it does not violate the canons of good taste and the laws of libel.”

“Anything that is timely that interests a number of readers, and the best news is that which has the greatest interest for the greatest number of people.”

“News is accurate and timely intelligence of happenings, discoveries, opinions, and matters of any sort that affect or interest the readers.”

“News is everything that happens, the inspiration of happenings, and the result of such happenings.”

“News comprises all current activities of general human interest, and the best news is that which interests the most readers.”

সংবাদের উল্লিখিত সংজ্ঞাগুলো বিশ্লেষণ করলে সংবাদের প্রকৃতি সম্পর্কে আমরা মোটামুটি একটা স্বচ্ছ ধারণা লাভ করি যা আমাদের সংবাদবোধ বা চেতনাকে আরও শাপিত ও সমৃদ্ধ করে। বিশেষজ্ঞদের উপর্যুক্ত সংজ্ঞায়নে সংবাদের প্রকৃতি সম্পর্কে যে সাধারণ লক্ষণগুলো ফুটে উঠেছে সেগুলো সংক্ষেপে নিম্নরূপ :

সংবাদ হচ্ছে এমন কোনো ঘটনার বিবরণ যা নতুন, ব্যতিক্রমি/অস্বাভাবিক, ব্যাপকস্থৎক মানুষকে আকৃষ্ট করে, যা তাৎক্ষণিক/সময়োপযোগী/আশ/সভাব্য, জনস্বার্থ বিষয়ক, উন্নয়ন/অগ্রগতিমূলক, সত্য ও নির্ভুল তথ্যনির্ভর, প্রথম প্রকাশিত/প্রকাশযোগ্য/সম্প্রচারযোগ্য, নীতি-বিধি-আইনসিদ্ধ, জনরচিসম্পন্ন এবং সর্বোপরি, যা গণমাধ্যমে পরিবেশিত হয়।

সংবাদ সম্পর্কিত উল্লিখিত রকমারি সংজ্ঞা ও ধারণার আলোকে এ পর্যায়ে সংবাদের একটি যৌগিক সংজ্ঞা আমি দাঁড় করাতে চাই এভাবে: সংবাদ হলো নীতি-নৈতিকতার আলোকে গণমাধ্যমে পরিবেশনযোগ্য, নতুন, ব্যতিক্রমী, গণমানুষকে আকৃষ্ট করে এমন তাৎক্ষণিক, আশ কিংবা চলতি ঘটনার সত্যনিষ্ঠ তথ্য বিবরণী।

২.২. সংবাদ চেতনা

বিশে হাজারো ঘটনা ঘটছে প্রতি মুহূর্তে; কিন্তু তার সবই সংবাদ নয়। ‘সুনির্দিষ্ট মানদণ্ডে’ নির্বাচিত কিছু বিশেষ ঘটনার প্রকাশযোগ্য তথ্য বিবরণী হলো সংবাদ। এখন প্রশ্ন উঠতে পারে কী সেই মানদণ্ড যার ভিত্তিতে কোনো একটি ঘটনা পরিষ্ক করে সংবাদ চেনা যায়? এর উত্তরও বেশ সহজ। সংবাদমূল্য নিরূপক বিশেষ সে মানদণ্ডটির নাম হলো ‘সংবাদ চেতনা’ (News sense)।

প্রত্যেক সাংবাদিকের সংবাদ সম্পর্কে বিশেষ এক প্রকার বোধ, উপলক্ষি বা চেতনার প্রয়োজন হয়, যাকে আমরা ‘সংবাদ বোধ’ বা ‘সংবাদ চেতনা’ বলে থাকি। এই বোধ বা চেতনার সুবাদে একজন দক্ষ ব্যবসায়ী যেমন তাঁর ব্যবসায়িক সাফল্য ও লাভ-লোকসানের আভাস বৃদ্ধতে পারেন, তেমনি একজন চৌকস সংবাদকর্মী কোনো ঘটনা বা অবস্থা পর্যবেক্ষণ করেই বলতে পারেন কোনটি সংবাদ আর কোনটি সংবাদ নয়। নাইজেরিয়ার সংবাদপত্র ডেইলি সান-এর প্রকাশক ওর্জি উজর কালু’র একটি উক্তি এক্ষেত্রে বিশেষ তাৎপর্যবহ – “A good businessman must have nose for business the same way a journalist has nose for news. In places where people see a lot of obstacles, I see a lot of opportunities. A good businessman sees where others don’t see.”

সংগত কারণে একজন পেশাদার সাংবাদিক খুব ভালো করেই জানেন, কোনটি সংবাদযোগ্য ঘটনা এবং সেটি কেন এবং কত বড় বা ছোট সংবাদ। তিনি আরও জানেন, সংবাদপত্রের কোন পাতায় কত কলাম জুড়ে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার সম্প্রচারক্রমে কত সময় বা ব্যাপ্তি নিয়ে তা পরিবেশিত হতে পারে।

সাংবাদিকমাত্রই এই সংবাদ চেতনার অধিকারী হবেন। তবে সাধারণ মানুষের মনেও চলমান জীবন-জগতের নানা পরিবর্তন সম্পর্কে তথ্যায়িত হওয়ার আগ্রহ থেকে একধরনের সংবাদবোধ বা উপলক্ষি কাজ করে। আর তাইতো চলমান বিশ্বের কোথায় কী ঘটছে সে সম্পর্কে তথ্য ঘাটতির উপলক্ষি থেকে অহরহ লোকজনকে জিজ্ঞাসা করতে শুনি: ‘ভাই ! ... ব্যবর কী?’ অর্থাৎ তথ্যশূন্যতা দ্রুত করে তথ্যসমৃদ্ধ হওয়ার একটি সহজাত প্রবণতা প্রত্যেক মানুষের মধ্যেই নিহিত রয়েছে।

মানবমনের এই সহজাত প্রবণতাকে নিবৃত্ত করতেই সংবাদ সন্ধানে বেরিয়ে পড়েন সাংবাদিক। আর তিনি তাঁর সংবাদ চেতনা দিয়ে বহুরকম যাচাই-বাচাই করে উদ্দিষ্ট পাঠক-দর্শক-শ্রোতাকে তথ্যায়িত করতে জনস্বার্থ সম্পৃক্ত, নিত্যনতুন, ব্যক্তিগতি ও আকর্ষণীয় সব সংবাদ পরিবেশন করে সন্তুষ্টি অর্জন করে থাকেন।

২.৩. সংবাদামূল্য নির্ধারক বৈশিষ্ট্য

সংবাদের কিছু বিশেষত্ব রয়েছে; রয়েছে কিছু অনুষঙ্গ শর্ত বা বৈশিষ্ট্য। অর্থাৎ সংবাদ তৈরিতে এমন কিছু অনুষ্টক বৈশিষ্ট্য রয়েছে যা সংবাদের গুরুত্ব, তাৎপর্য ও মূল্যমান নির্ধারণে কার্যকর ভূমিকা পালন করে থাকে। এগুলোকে সংবাদ মূল্য (News Value) নির্ধারক বৈশিষ্ট্য হিসেবে চিহ্নিত করা হয়।

সংবাদের প্রধান ও প্রাথমিক পর্যায়ের বৈশিষ্ট্যগুলোকে সংক্ষেপে বলা যেতে পারে ‘সংবাদের প্রাথমিক ধারণাসূত্র’ বা ‘ABC’s of news’। এ পর্যায়ে সংবাদের অনুরূপ কিছু বৈশিষ্ট্যের কথা উল্লেখ করা যেতে পারে যা স্থান-কাল-পাত্র ভেদে

সকল ‘সংবাদক্ষেত্রেই’ সমান গুরুত্ববহু। আবার, এই ‘ABC’ নির্দেশক তিনটি হরফে সংবাদের ছয়টি মৌল বৈশিষ্ট্য আরোপ করা যেতে পারে নিম্নরূপে:

A- Accuracy (যথার্থতা)

B- Balance (ভারসাম্য)

B'- Brevity (সংক্ষিপ্ততা)

C- Clarity (স্বচ্ছতা)

C'- Credibility (বিশ্বাসযোগ্যতা)

C"- Condense (নির্যাস)

১. **সংবাদ হবে যথার্থ:** সংবাদ হবে নির্ভুল তথ্যের ভিত্তিতে রচিত, যথার্থ পদ্ধতি ও কাঠামোয় লিখিত এবং যথাযথভাবে উপস্থাপিত তথ্যচিত্র। সংবাদ হবে বাস্তব তথ্য নির্ভর। নির্ভরযোগ্য তথ্য-সূত্রের ভিত্তিতে সংবাদ রচিত হবে। মনে রাখা জরুরি যে, পাঠককে ভুল তথ্য বা আংশিক সত্য জানিয়ে বিভ্রান্ত করার কোনো অধিকার সাংবাদিকের নেই।
২. **সংবাদ হবে ভারসাম্যপূর্ণ:** সংবাদ হবে রিপোর্টারের নিরপেক্ষ দৃষ্টিকোণ থেকে দেখা এবং সংশ্লিষ্ট সকল পক্ষের ভাষ্য বা বক্তব্যসহকারে ব্রহ্মনিষ্ঠ তথ্যের ভিত্তিতে পক্ষপাতমুক্ত লেখা।
৩. **সংবাদ হবে সংক্ষিপ্ত:** সংবাদ হবে সব ধরনের বাহ্যিক বর্জিত, প্রকৃত ও নির্ভেজাল তথ্যের ভিত্তিতে লিখিত সহজ-সরল ও সংক্ষিপ্ত বিবরণী।
৪. **সংবাদ হবে স্বচ্ছতাপূর্ণ:** সংবাদের অন্যতম প্রধান বৈশিষ্ট্য হলো স্বচ্ছতা বা স্পষ্টতা। সংবাদে কোনো প্রকার অস্পষ্টতা ও অপূর্ণতা যেমন থাকবে না, তেমনি অপ্রাসঙ্গিক ও অপ্রয়োজনীয় কোনো তথ্যও সংবাদে স্থান পাবে না। অর্থাৎ, সংবাদ হবে সুস্পষ্ট, ঝরঝরে, নিরেট ও স্বচ্ছতাপূর্ণ।
৫. **সংবাদ হবে বিশ্বাসযোগ্য:** পাঠকমাত্রই সংবাদকে নির্ভরযোগ্য ও বিশ্বাসযোগ্যরূপে দেখতে চায়। নতুনা পাঠক-দর্শক-শ্রোতা (Audience) সংবাদের জন্য অহেতুক সময়, শ্রম ও অর্থ ব্যয় করত না। M.V. Charnley সেকারণেই এ মন্তব্যই করতে পেরেছেন “Most news consumers accept most of the facts the media offer without question.”

বিশ্বাসযোগ্যতা যেকোনো সংবাদমাধ্যমের প্রধান পুঁজি। অনেক দিনের সত্যনিষ্ঠ তথ্যসেবার মধ্য দিয়েই কেবল একটি সংবাদমাধ্যম পাঠকের আস্থা ও বিশ্বাসযোগ্যতা অর্জন করতে সক্ষম হয়। আবার সামান্য অবহেলা বা

অসতর্কতার কারণে গণমাধ্যমের এই অতি মূল্যবান সম্পদ মুহূর্তেই নষ্ট হয়ে যেতে পারে। সংগত কারণে অন্যান্য বৈশিষ্ট্যের পাশাপাশি সংবাদে পুরোপুরি বিশ্বাসযোগ্যতা নিশ্চিত করতে সংবাদকর্মী তথা সংবাদমাধ্যমকে বিশেষ যত্নবান হতে হয়।

৬. **সংবাদ হবে নির্যাসমূলক:** সংবাদ হবে ঘটনার নির্যাস। ‘কনডেঙ্ড মিল্ক’ যেরূপ তরল দূধের ঢুক্ত ঘনত্বকৃপ, সংবাদ রচনার ক্ষেত্রেও ঘটনার বিবরণী হিসেবে তা হবে অনেকটা কনডেঙ্ড প্রকৃতির। সংবাদ মূল্যের মানদণ্ডে এক কথায় যাকে বলা যায় – ‘Concise version of the fact’।
৭. **সংবাদ হবে সত্যনিষ্ঠ:** সংবাদের প্রাথমিক ধারণাসূত্র তথা উল্লিখিত বৈশিষ্ট্যসমূহের (News ABC’s) সমন্বয়ে সংবাদের সর্বাপেক্ষা গুরুত্বপূর্ণ ও অপরিহার্য যে যৌগিক বৈশিষ্ট্যটি নিশ্চিত করা সম্ভব তা হলো সংবাদের সত্যনিষ্ঠতা। তুল করে আমরা অনেকেই এই প্রত্যয়টিকে বাংলায় ‘বস্ত্রনিষ্ঠ’ বলে চিহ্নিত করি। বস্ত্রের প্রতি নয়, সত্যের প্রতি নিষ্ঠতা নিশ্চিত করার মাধ্যমেই আমরা সংবাদকে সত্যনিষ্ঠ করে তুলতে পারি। তবে বহুমাত্রিক ব্যবহারের কারণে সত্যনিষ্ঠ কথাটি অত্যন্ত ব্যাপক ও জটিল দিকমাত্রা নির্দেশ করে। কেননা, সংবাদকে হতে হবে বাস্তব ঘটনার দিক-নিরপেক্ষ ও পক্ষপাতকুক্ত তথ্য বিবরণী। কোনো ঘটনার উপরিতল (Surface level) বাস্তবতায় সর্বদা প্রকৃত সত্যের দেখা নাও মিলতে পারে। ঘটনার আপাত সত্যের নেপথ্যে লুকায়িত থাকতে পারে প্রকৃত সত্য। খবরের পেছনের খবর (‘News behind the news’) এবং আপাত সত্যের বিপরীতে প্রকৃত ও সম্পূর্ণ সত্য তুলে আনাই সত্যনিষ্ঠ সংবাদের প্রধান লক্ষ্য।

তাছাড়া, বাহ্যিক তথ্য ও রিপোর্টারের নিজস্ব বক্তব্য পরিহার করে সংবাদে নৈর্ব্যক্তিকতা (Objectivity) নিশ্চিত করতে হবে। রিপোর্টারের ব্যক্তিগত মতামত ও দৃষ্টিভঙ্গ যুক্ত হলে সে সংবাদ হয়ে পড়ে ‘সাবজেকটিভ’। সত্যনিষ্ঠ ও পেশাদারি সাংবাদিকতায় রিপোর্টারের একান্ত দৃষ্টিভঙ্গ, ব্যক্তিগত মতামত বা নিজস্ব বক্তব্য পরিবেশনের কোনো সুযোগ নেই। সম্পাদকীয় বা মতামত কলামে এই সুযোগের কার্যকর ব্যবহার করা যেতে পারে।

২.৪. সংবাদের মূল্য নির্ধারক উপাদান

সংবাদে রয়েছে বিভিন্ন মাত্রার বেশ কিছু তাৎপর্যবহু ও মূল্য নিরূপক উপাদান। সাধারণত প্রতিটি সংবাদেই একুপ এক বা একাধিক মাত্রার উপাদান সংবাদটির গুরুত্ব ও মূল্যমান নির্ধারণে সহায়তা করে। এতে করে সংবাদটি আদৌ সংবাদ কি না – সংবাদ হলে কতটা গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ এবং তা সংবাদপত্রের দামি জমিনে

কিংবা ইলেকট্রনিক মাধ্যমের সম্প্রচারক্রমে কতটা জায়গা বা পরিসর, সময় বা ব্যাপ্তি নিয়ে প্রকাশিত বা সম্প্রচারিত হওয়ার যোগ্যতা রাখে তা মূল্যায়নে সংবাদক্ষেত্রের সকল পর্যায়ের সংবাদকৰ্মীর সুবিধা হয়। সাংবাদিকবৃন্দ এভাবে সংবাদের উপাদানসমূহ বিশ্লেষণ করে খুব সহজেই এর সংবাদ মূল্য যাচাই করতে পারেন।

পূর্বেকার আলোচনায় সংবাদের প্রকৃতিগত লক্ষণ বা মূল শর্তসমূহ (যাকে অনেকে সংবাদের বৈশিষ্ট্য হিসেবে চিহ্নিত করে থাকেন) উল্লেখ করা হয়েছে। এ পর্যায়ে সংবাদের মূল্য নির্ধারক প্রধান প্রধান উপাদান আলোচনা করা যেতে পারে:

১. **তাৎক্ষণিকতা (Immediacy):** সংবাদ, বিশেষ করে ‘হার্ড নিউজ’-এর ক্ষেত্রে তাৎক্ষণিকতার বৈশিষ্ট্য অপরিহার্য। চূড়ান্তমাত্রার তাৎক্ষণিকতার বৈশিষ্ট্যে হার্ড নিউজ হলো একপ্রকার ‘পরম’, ‘চরম’ বা ‘গরম’ সংবাদ। এক অর্থে সংবাদ হলো সবধরনের পণ্য বা বস্তুর মধ্যে সবচেয়ে তাজা বস্তু। আবার সংবাদ মূল্যের বিচারে তাৎক্ষণিকতার মানদণ্ডে সংবাদ হলো সবচেয়ে পচনশীল তথ্যপণ্য। সংগত কারণে তাৎক্ষণিকতা হলো সংবাদের সর্বাপেক্ষা শক্তিশালী ও অপরিহার্য উপাদান।
২. **নৈকট্য (Proximity):** কাছের ঘটনা মানুষকে বেশি টানে। একইভাবে কাছের মানুষ কিংবা পরিচিত কোনো বস্তু বা স্থান কোনো ঘটনার সঙ্গে জড়িত বা সম্পৃক্ত থাকলে স্বভাবতই তার প্রতি পাঠক বেশি আকর্ষণ বোধ করে। মূলত এ কারণেই সংবাদের উৎপত্তিস্থলের নৈকট্যের ভিত্তিতে সংবাদের প্রতি পাঠকের আগ্রহের মাত্রা কম-বেশি হয়ে থাকে। নৈকট্যের ভিত্তিতে সংবাদের প্রতি পাঠক-দর্শক-শ্রোতার এই আগ্রহ বা আকর্ষণের মাত্রা দু'ভাবে নির্ধারিত হয়:

ক) **ভৌগোলিক নৈকট্য (Geographical Proximity) :** স্থানিক বা ভৌগোলিক দূরত্বের দিক থেকে যে সংবাদটির উৎপত্তিস্থল যত কাছাকাছি হবে সে সংবাদটির প্রতি পাঠকের আগ্রহ তত বেশি হওয়া স্বাভাবিক। রাজধানী ঢাকায় সংঘটিত একটি ঘটনা ঢাকার পাঠকের কাছে সংবাদ হিসেবে যতটুকু গুরুত্ব পাবে, তা কম্বুবাজার বা পঞ্চগড়ের পাঠকের কাছে সমমাত্রায় পাবে না। একইভাবে দূরদেশের কোনো ঘটনা সে দেশের মানুষের কাছে যত বড় সংবাদ হবে তা বাংলাদেশের পাঠকের কাছে হবে না।

খ) **মনস্তাত্ত্বিক নৈকট্য (Psychological Proximity) :** ভৌগোলিক বা স্থানিক বিচারে কাছের ঘটনা বড় সংবাদ এবং দূরের ঘটনা তুলনামূলকভাবে ছোট ও কম গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ- এ নিয়মটি মনস্তাত্ত্বিক

নৈকট্যের বেলায় থাটে না। কখনো কখনো ভৌগোলিক বা স্থানিক বিচারে বহু দূরের ঘটনাও তুলনামূলকভাবে বড় ও গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ হতে পারে। যেমন: আফ্রিকার বেনিন কিংবা কঙ্গোতে বাংলাদেশের সেনা সদস্যদের আত্মাগ্রে ঘটনা আফ্রিকা মহাদেশের যেকোনো দেশের পাঠকের চেয়ে মনস্তাত্ত্বিক নৈকট্যের কারণে বাংলাদেশিদের কাছে বড় ও অধিকতর গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ হয়েছিল। সুতরাং মনস্তাত্ত্বিক নৈকট্যের কারণেও পাঠকের কাছে সংবাদের গুরুত্ব ও আকর্ষণ কম-বেশি হতে পারে। অতি সাধারণ এই দ্বিভাজিত ধারণার বাইরেও অনেক বিষয় থাকতে পারে। উল্লিখিত দু'ধরনের নৈকট্যের বাইরেও কিছু নৈকট্যের মাত্রা থাকতে পারে, যাতে করে পাঠক অনুরূপ মাত্রার খবর পড়তে আগ্রহী হয়ে ওঠেন।

৩. **দ্বন্দ্ব-সংঘাত (Conflict):** যে ঘটনায় দ্বন্দ্ব-সংঘাত বেশি থাকে তা সংবাদ হিসেবে বেশি মূল্য পায়। অপরদিকে যে ঘটনায় বিরোধ বা সংঘাতের মাত্রা কম থাকে তা সংবাদ হিসেবে কম গুরুত্ব পায়। সেকারণে আমরা লক্ষ করি, যুদ্ধ-বিশহ, খেলাধূলা, কিংবা রাজনৈতিক টানাপোড়েনের ঘটনায় দ্বন্দ্ব-সংঘাতের মাত্রা বেশি থাকে বিধায় তুলনামূলকভাবে এসব সংবাদ গণমাধ্যমে অধিকমাত্রায় গুরুত্ব পায়। অতএব, দ্বন্দ্ব-সংঘাত সংবাদের একটি অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ মূল্য নির্ধারক উপাদান।
৪. **আকার (Size):** ঘটনার আকার, আয়তন ও মাত্রা কিংবা পরিমাণ সংবাদের মূল্য নির্ধারক উপাদান হিসেবে একটি শক্তিশালী উপাদান। আমরা লক্ষ করি, দুর্ঘটনার সংবাদে ক্ষয়-ক্ষতির সংখ্যা বা পরিমাণগত মাত্রা গুরুত্বের সঙ্গে বিবেচনায় আনা হয়। আবার কোনো উন্নয়নমূলক সংশ্লিষ্ট মানুষজন ও সম্পদের পরিমাণগত মাত্রার উপর গুরুত্ব দিয়েই সংবাদটি কতবড় হবে এবং তা কতটা ট্রিটমেন্ট পাবে তা নির্ধারণ করা হয়।
৫. **তাৎপর্য (Consequence):** সব ঘটনার প্রভাব, পরিণতি ও গুরুত্ব সমান হয় না। জনজীবনে কোনো ঘটনার প্রভাব বেশি হয়, আবাবু কোনো ঘটনার প্রভাব হয় কম; কোনো ঘটনার প্রভাব ক্ষণস্থায়ী হয়, আবার কোনো ঘটনার প্রভাব হয় দীর্ঘমেয়াদী। ফলে যে ঘটনার প্রভাব-পরিণতি জনজীবনে ব্যাপক ও গভীরভাবে রেখাপাত করে সে সংবাদ তত গুরুত্ব লাভ করে। তাই সংবাদ মাধ্যমের কর্মীবৃন্দ স্বভাবত ঘটনার নানামাত্রিক তাৎপর্য বিশ্লেষণ ও মূল্যায়ন করেই সংবাদ বাছাই ও পরিবেশন করেন।
৬. **প্রখ্যাতি/প্রসিদ্ধি (Prominence/Eminence):** সংবাদ ঘটনায় সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের খ্যাতি বা প্রসিদ্ধিগত পরিচিতির মাত্রা অনুসারে সাধারণত

সংবাদমূল্য নির্ধারিত হয়। অডিয়েন্স খ্যাতিমান ও ক্ষমতাবান মানুষের ভালো-মন্দ অনেক খবরই জানতে চায়। সেকারণে সাধারণ একজন মানুষ হাঁটুতে চোট খেলে সংবাদ হয় না; কিন্তু প্রধানমন্ত্রী কিংবা বিরোধীদলীয় নেতৃর মতো বিখ্যাত ও ক্ষমতাবান মানুষের ক্ষেত্রে তা ঘটলে তা অনেক বড় সংবাদ হয়। তাছাড়া সেলিব্রিটিদের ক্ষেত্রে খ্যাতি বা প্রসিদ্ধির এই উপাদানটি সংবাদ তৈরিতে আরও বেশি কার্যকর হয়।

৭. **অগ্রগতি (Progress):** সাফল্য ও উন্নয়নের খবর মানুষকে আশাবাদী করে তোলে। বিশেষ কোনো কৃতিত্ব, বিশেষ কোনো অর্জন, কারো সাফল্যের কাহিনি কিংবা জনস্বার্থ সম্পৃক্ত কোনো চলমান ঘটনার ইতিবাচক ও কাঙ্ক্ষিত পরিবর্তন সবসময়ই পাঠকের কাছে ভালো সংবাদ ও বড় সংবাদ। এ ধরনের সংবাদে মানুষ উদ্বৃক্ত ও উৎসাহিত হয়। একজনের সাফল্যের দ্রষ্টান্ত দেখে অন্যরা নিজেদের অবস্থা ও অবস্থানের উন্নয়নে সাহস ও শক্তি অর্জন করে। সংগত কারণে অগ্রগতি সংবাদের একটি শক্তিশালী ও গুরুত্বপূর্ণ মূল্য নির্ধারক উপাদান।
৮. **মানবিক আবেদন (Human Interest):** যে ঘটনা মানুষের আবেগ-অনুভূতিকে গভীরভাবে নাড়া দেয় তার সংবাদমূল্য বেশি। হাসি-কান্না, সুখ-দুঃখ, ক্ষেত্র, হতাশা, বিরহ অনুরাগ, ঈর্ষা, সৃষ্টি, ভালোবাসা, সহানুভূতি ইত্যাদি হাজারো উপাদান নিয়েই আমাদের আবেগের জগৎ। আর এই আবেগের উপাদানের মাত্রা যখন সংবাদে প্রাধান্য পায় তখন সংবাদে ‘মানবিক আবেদন’ নামের সংবাদমূল্য নির্ধারক একটি অত্যন্ত শক্তিশালী উপাদান সক্রিয় হয়ে ওঠে। সংগত কারণে মানবিক আবেদনসমূক্ষ সংবাদ সাধারণত মানুষকে বেশি আলোড়িত করে। ফিচার বা কোমল সংবাদের (Soft news) ক্ষেত্রে এই উপাদানটির কোনো বিকল্প নেই।
৯. **রহস্য (Mistry):** যে ঘটনার অন্তরালে যত বেশি রহস্য নিহিত সে ঘটনার সংবাদমূল্য তত বেশি। ঘটনায় রহস্যের আধিক্য যেমন পাঠকের কাছে সংবাদের গুরুত্ব ও আকর্ষণ বাড়িয়ে দেয়, তেমনি পাঠক রহস্যের নিরসনকলেই রহস্যপূর্ণ ঘটনার সংবাদ পড়তে বেশি আগ্রহী হয়ে ওঠে। যেমন ২১ আগস্ট শেখ হাসিনার জনসভায় এবং ১৭ আগস্ট দেশব্যাপী সংঘটিত গ্রেনেড ও বোমা হামলাগুলোর ঘটনায় সংবাদের অন্যান্য উপাদানের পাশাপাশি চূড়ান্তমাত্রায় যুক্ত ছিল রহস্য। আর এই উপাদানটির কারণে এ সংক্রান্ত সংবাদগুলো সেসময়ে ব্যাপক আলোড়ন তৈরি করে।
১০. **অভিনবত্ব (Novelty/Oddity):** সব ঘটনা সংবাদ না হলেও অভ্যন্তর, অভিনব ও অস্বাভাবিক ঘটনা সর্বদাই সংবাদ।

১১. **অর্থ (Money):** অর্থের প্রতি মানুষের আগ্রহ ও আকর্ষণ চিরস্তন। তাই অর্থ সর্বদাই সংবাদের একটি মোক্ষম সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান। যে ঘটনায় যতবেশি অর্থের সংশ্লেষ রয়েছে তার সংবাদমূল্য ততবেশি।
১২. **অপরাধ (Crime):** বলা হয়ে থাকে ‘Every bad news is good news and big news’; অর্থাৎ ‘বড় সংবাদ’ এবং ‘ভালো সংবাদ’ বলতে সংবাদকর্মীদের উপলক্ষিতে বেশিরভাগ ক্ষেত্রে খারাপ সংবাদ (অর্থাৎ অপরাধ, দুর্বৈচিত্র ও নেতৃত্বাচক সংবাদ-ঘটনা) বেশি মূল্য ও শুরুত্ব পায়। তাছাড়া, মনস্তাত্ত্বিক কারণে অপরাধ নামক উপাদানটি সংবাদের একটি অত্যন্ত শক্তিশালী সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান।
১৩. **যৌনতা (Sex):** যৌনতার প্রতি মানুষের আবেদন চিরস্তন। স্বত্বাবজাত বৈশিষ্ট্যের কারণেই মানুষ যৌন সংবেদনশীল সংবাদের প্রতি বেশি আকর্ষণবোধ করে। বিশেষজ্ঞদের মতে, যৌন সংবেদনশীল সংবাদে ‘তাৎক্ষণিক তুষ্টি’ বা ‘Immediate reward’ বেশি থাকে বিধায় পাঠক খুব সহজেই এর প্রতি আকৃষ্ট হয়।
- পৃথিবীর সর্বত্রই এই উপাদানটি সংবাদের মূল্য, শুরুত্ব ও মাত্রা বাড়িয়ে তুলতে অত্যন্ত কার্যকর একটি উপাদান হিসেবে বিবেচিত হয়ে আসছে। তাছাড়া, সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান হিসেবেই শুধু নয়, আধুনিক গণমাধ্যমে পরিবেশিত বিভিন্ন প্রকার সংবাদ, ফিচার, বিনোদন অনুষ্ঠান কিংবা বিজ্ঞাপনের ক্ষেত্রে তথ্যসেবার প্রসার ও বিপণনের ক্ষেত্রে ‘প্রমোশনাল’ উপাদান হিসেবে যৌনতার কোনো জুড়ি নেই।
১৪. **আবিষ্কার/উদ্ভাবন (Discovery):** প্রতিনিয়ত বিজ্ঞানের নানা বিশ্ময়কর আবিষ্কার আমাদের জীবনকে প্রভাবিত করছে। মানুষের নতুন কোনো উদ্ভাবন বা আবিষ্কারের কাহিনি পাঠকমাত্রাই জানতে চায়। সে কারণে এটিও একটি শুরুত্বপূর্ণ সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান।
১৫. **উদ্বেগ-উৎকর্ষ (Suspense):** যে ঘটনার পরিপত্তি নিয়ে দর্শক-শ্রোতা-পাঠকমন উদ্বেগ, উৎকর্ষ ও অনিষ্টয়তার মধ্যে থাকে, সে ঘটনার সংবাদমূল্য তুলনামূলক বেশি হয়। যেমন কোনো স্থাপনা ধরে পড়ে কিংবা ভূমিকঙ্গে মাটির নীচে চাপা পড়ে জীবন-মৃত্যুর সন্ধিক্ষণে আটকে পড়া লোকজনের কথা চিন্তা করে অভিযয়েসের মনে এক ধরনের উদ্বেগ-উৎকর্ষ তথা রুদ্ধিশাস আশা-নিরাশা ও সংশয় তৈরি হয়। এমতাবস্থায় তাদের মনে সহসা প্রশ্ন জাগে— এখন কী হবে? কে উদ্বার করবে আটকে পড়া হতভাগাদের? শেষ পর্যন্ত ওরা বাঁচবে তো?

২.৫. সংবাদ গণিত ও সংবাদ রসায়ন (News Arithmatic & News Chemistry)

সংবাদের উল্লিখিত মূল্য নির্ধারক উপাদানগুলোর এক বা একাধিক উপাদান মিলেই একটি সংবাদের সামগ্রিক মূল্যমান নির্ধারিত হয়ে থাকে। তবে সব উপাদানের গুরুত্ব ও মূল্যনির্ধারক মাত্রা বা ক্ষমতা সমান হয় না। কিছু কিছু উপাদান আছে যেমন তাৎক্ষণিকতা, আকার, নেকটা, প্রখ্যাতি, অঘগতি এসব উপাদান সাধারণত গাণিতিকভাবে সংবাদের মূল্য নির্ধারণ করে থাকে; কিন্তু অপরাধ ও যৌনতার মতো উপাদান একটি ঘটনার সংবাদমূল্য নির্ধারণ করে অনেকটা রাসায়নিক বিক্রিয়ার মতো। যেমন: একটি সড়ক দুর্ঘটনায় ক'জন নিহত ও আহত হলো তার আকারগত মাত্রার সঙ্গে প্রখ্যাতি (খ্যাতিমান কেউ সম্পৃক্ত থাকলে) ও নেকটা (কাছাকাছি ভৌগোলিক দূরত্বের কিংবা মনস্তাত্ত্বিক নেকট্টের কোনো স্থান, ব্যক্তি বা বস্ত্র যুক্ত থাকলে) উপাদান মিলে যে সংবাদটি তৈরি হলো তার গাণিতিক বিশ্লেষণ হবে নিম্নরূপ:

$$\text{আকার} + \text{প্রখ্যাতি} + \text{নেকটা} = 1+1+1 = 3$$

কিন্তু উল্লিখিত উপাদানের পরিবর্তে যদি একটি সংবাদ-ঘটনায় অর্থ, অপরাধ ও যৌনতার মতো ‘রসায়ন উপাদান (Elements of chemistry)’ পরম্পর যুক্ত হয় তবে তার বিশ্লেষণ হতে পারে নিম্নরূপ :

$$\text{অর্থ} + \text{অপরাধ} + \text{যৌনতা} = 1+2+3 = 6$$

অর্থাৎ উপর্যুক্ত দুটি দৃষ্টান্ত বিশ্লেষণ করলে এটি স্পষ্ট হয়ে ওঠে যে, সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদানগুলোর মধ্যে কিছু উপাদান আছে যার সঙ্গে অপর কোনো উপাদান যুক্ত হলে তার মূল্যমাত্রা স্বাভাবিক গাণিতিক নিয়মে বৃদ্ধি পায়। এ ধরনের সংবাদ উপাদানকে ‘সংবাদ গণিত উপাদান’ (Elements of news arithmetic) বলা হয়।

আর সংবাদে এমন কিছু উপাদান রয়েছে যার একটির সঙ্গে অপরটির সম্পৃক্ততা ঘটলে তাতে রাসায়নিক বিক্রিয়ার ন্যায় নিজস্ব স্বাভাবিক মাত্রার পরিবর্তে একপ্রকার তৃতীয় শক্তিশালী মাত্রা সৃষ্টি করে। এরফলে সংবাদ উপাদানগুলোর সম্মিলিত মিশ্রণে ঘটনার সংবাদমূল্য অনেকটা জ্যামিতিক হারে বৃদ্ধি পায়। এ ধরনের সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদানগুলোকে বলা হয় ‘সংবাদ রসায়ন উপাদান’ (Elements of news chemistry).

স্ট্যানলি ওয়াকারসহ অনেক সংবাদ বিশেষজ্ঞ ‘3-W’ (Women, Wampum & Wrong-doing) অর্থাৎ যৌনতা, অর্থ ও অপরাধ কিংবা ‘৩-স-সুর, সুরা ও সুরাইয়া’ সংক্রান্ত যেসব সংবাদ উপাদান চিহ্নিত করেছেন সেগুলো ‘সংবাদ

রসায়ন উপাদান' হিসেবে অত্যন্ত কার্যকর ও শক্তিশালী সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান। অবশ্য, জেভার ডিসকোর্স, সাংবাদিকতার নীতিমালা ও সামাজিক মূল্যবোধের প্রশ্নে এসব নেতৃত্বাচক সংবাদ রসায়ন উপাদান নিয়ে অ্যাকাডেমিক বিতর্ক রয়েছে।

উপর্যুক্ত আলোচনায় সংবাদ ও সংবাদ চেতনা সম্পর্কে মোটামুটি একটি সাধারণ ধারণা পাওয়া গেল। পরিশেষে বলে নেওয়া ভালো যে, প্রাসঙ্গিক আলোচনায় সংবাদের শর্ত, বৈশিষ্ট্য এবং সর্বোপরি, সংবাদমূল্য নির্ধারক যেসব উপাদান সম্পর্কে আলোকপাত করা হয়েছে তার সবকিছুই সুনির্ধারিত ও স্থির কোনো সর্বজনীন বিষয় বা ধারণা নয়; স্থান, কাল ও পরিপ্রেক্ষিতগত কারণে আলোচিত বিষয়গুলো বিভিন্ন মাত্রায় পরিবর্তিত হতে পারে।

পুনর্গঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. সংবাদ বিদ্যা (২০০১), পার্থ চট্টোপাধ্যায় সম্পাদিত (২য় মুদ্রণ), পশ্চিমবঙ্গ রাজ্য পুষ্টক পর্যবেক্ষণ, কলকাতা
২. মাহফুজ উল্লাহ (অনুদিত), সংবাদ কৌশল (মূল: নিউজ মেশিন, থমসন ফাউন্ডেশন, ইউকে), বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ১৯৮৭
৩. Barun Roy, *Beginners Guide to Journalism*, Pustak Mahal, Delhi, 2001
৪. Barbara Alysen et. al. *Reporting in a Multimedia World*, Allen & Unwin, Crown Nest, Australia, 2003
৫. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৬. C.F CARR. & Stevens F. E, *Modern Journalism* (Reprint) Sir Isaac Pitman & Sons Limited, Melbourne, 1946
৭. Chilton R. Bush, *News Writing and Reporting Public Affairs* (2nd edition), Chilton Book Company, Philadelphia, 1970
৮. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata, 1983
৯. Donald L Ferguson and Jim Patten, *Journalism Today!*, National Textbook Company, Illinois, USA,
১০. Fred Fedler, *Reporting for the Print Media* (5th edition), Harcourt Brace College Publishers, New York, 1993
১১. G Bohere, *Profession: Journalist*, Oxford & IBH Publishing Co., New Delhi, 1984
১২. George A Hough, 3rd *News Writing* (4th edition, Special Indian edition). Houghton Mifflin Company, Boston, 1991
১৩. George A. Hough 3rd. *News Writing* (4th edition), Houghton Mifflin Company, Boston, (P- 300), 1988

১৮. Geoffrey Harris & David Spark, *Practical News Paper Reporting*, Heinemann, London, 1966
১৯. Geoffrey Land, *What's In The News?* Longman Group Limited, London, 1975
২০. George Fox Mott, et. al, *New Survey of Journalism*, Barnes & Noble, Inc. USA, 1965
২১. Hennessy Brendan and FW Hodgson, *Journalism Work Book*, Focal Press, Oxford, 1955
২২. James M. NEAL, et. al. *News Writing and Reporting* (1st Indian Reprint), Surjeet Publications, Delhi, 1982
২৩. Jawadur Rahman, *News Writing* (2nd edition), PIB, Dhaka, 1998
২৪. Joan Clayton, *Journalism for Beginners* (Update edition), Piatkus, London, 2000
২৫. Julian Harriss et. al, *The Complete Reporter*, Macmillan Publishing Company, New York, 1985
২৬. Lynette Sheridan Burns, *Understanding Journalism*, Sage Publications, London, 2002
২৭. Lynette Sheridan Burns, *Understanding Journalism*, Vistaar Publications, New Delhi, 2002
২৮. M.V. Kamath, *Professional Journalism* (Reprint), Hakkani Publishers, Dhaka, 1998
২৯. Melvin Mencher, *News Reporting and Writing* (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997
৩০. Mitchell V. Charnley, *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
৩১. Parthasarathy Rangaswami, *Basic Journalism* (Reprint), Macmillan India Limited, Madras, 1989
৩২. William L. Rivers, *The Mass Media: Reporting Writing Editing* (2nd edition), Harper & Row publishers, New York, 1975
৩৩. William L. Rivers, *Work Book: Writing for the Media*, Mayfield Publishing Company, Mountain View, California, 1988

‘সংবাদ হলো মানুষের আশা-আকাঙ্ক্ষা, অপমান এবং গৌরবগাথার
অনিদিষ্ট পরিমাণ ঢেউ যা জোয়ার-ভঁটার ন্যায়
নিত্য যাওয়া-আসা করে’
— স্ট্যানলি ওয়াকার

‘Journalism is information. It is communication. It is the events of the day distilled into a few words, sounds or pictures... to satisfy the human curiosity of a world that is always eager to know what's new.’
— David Wainwright



অধ্যায় তিনি

রিপোর্টার ও রিপোর্টিং

“There is no truth existing which I fear, or would wish unknown to the whole world.” – Thomas Jefferson

“Generally speaking, the best people nowadays go into journalism, the second best into business, the rubbish into politics and the shits into law.”
– Auberon Waugh

৩.১. রিপোর্টার

সংবাদমাধ্যমের রিপোর্টিং কর্মতৎপরতার অনিবার্য ও মৌলিক ভূমিকায় অবতীর্ণ একজন সার্বক্ষণিক সংবাদকর্মীর কথা ভাবলে যার কথা সবার আগে মনে আসে তিনি হলেন ‘রিপোর্টার’ বা ‘প্রতিবেদক’। তিনি সংবাদক্ষেত্রের একজন পূর্ণকালীন সংবাদকর্মী, যিনি প্রতিনিয়ত বিভিন্ন উৎস-সূত্র থেকে বিভিন্ন বিষয়ের ওপর সংবাদোপযোগী তথ্য সংগ্রহ করে একটি সম্পূর্ণ প্রতিবেদন তৈরির গুরুদায়িত্ব পালনে সদাব্যস্ত থাকেন।

একজন পেশাদার ও আদর্শ প্রতিবেদকের উত্তম প্রতিবেদন লেখার দক্ষতা, তীক্ষ্ণ স্মরণশক্তি, প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা ও প্রশিক্ষণ এবং কার্যকর সংবাদবোধ বা চেতনা (News sense) ইত্যাদি অত্যাবশ্যকীয় যোগ্যতা ও গুণাবলী থাকা জরুরি। এছাড়া, তিনি হবেন একাধারে উদ্যমী, সাহসী, বৃদ্ধিদীক্ষু, ধৈর্যশীল, সত্যানুসন্ধানী ও সামাজিক দায়বদ্ধতায় অঙ্গীকারবদ্ধ এবং সমসাময়িক সাধারণ জ্ঞানসমৃদ্ধ মানুষদের মধ্যে সময়ের সফল এক প্রতিনিধি।

প্রতিবেদকদলের প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষ সহযোগিতায় রিপোর্টার বা প্রতিবেদক বিভিন্ন উৎস-সূত্র থেকে বিভিন্ন বিষয়ের ওপর সংবাদোপযোগী প্রয়োজনীয় সকল তথ্য

সংগ্রহ করে যথাযথ ভাষা ও উপযুক্ত সংবাদ কাঠামোয় ফেলে আকর্ষণীয়ভাবে বিন্যস্ত করেন এবং সম্পাদনা দলের সহযোগিতায় যথাযথ সম্পাদনা নিশ্চিত করে তা পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদনরূপে সংবাদমাধ্যমে প্রকাশ করেন।

সাম্প্রতিককালে একজন রিপোর্টারকে তাঁর পূর্বসূরিদের চেয়ে অনেক বেশি দ্রুত এবং চাপের মধ্যে কাজ করতে হয়। একথা বলার অপেক্ষা রাখে না যে, একজন রিপোর্টারকে পেশাগত দায়িত্ব পালনের স্বার্থে কখনো কখনো জীবনের অনেক আনন্দঘন মুহূর্তকেও ত্যাগ করতে হয়।

৩.২. রিপোর্টিং

রিপোর্টারগণ বিষয়ভিত্তিক ও স্থানিক বিটভিত্তিক বিভিন্ন ধরনের রিপোর্টিংয়ের দায়িত্ব পালন করে থাকেন। বিষয়ভিত্তিক রিপোর্টিং হলো: অনুসন্ধানী রিপোর্টিং, ব্যাখ্যামূলক রিপোর্টিং, উন্নয়নমূলক রিপোর্টিং, অর্থ ও বাণিজ্য বিষয়ক রিপোর্টিং, রাজনৈতিক রিপোর্টিং, স্পোর্টস রিপোর্টিং, কৃষি রিপোর্টিং, পরিবেশ রিপোর্টিং, জনসংখ্যা রিপোর্টিং, ক্রাইম রিপোর্টিং, জেন্ডার রিপোর্টিং, মানবাধিকার বিষয়ক রিপোর্টিং, সংস্কৃতি বিষয়ক রিপোর্টিং, তথ্যপ্রযুক্তি বিষয়ক রিপোর্টিং ইত্যাদি। অন্যদিকে, স্থানিক বিটভিত্তিক রিপোর্টিংয়ের মধ্যে পড়ে: ক্যাম্পাস রিপোর্টিং, সংসদ বিষয়ক রিপোর্টিং, শেয়ার বাজার রিপোর্টিং ইত্যাদি।

বিষয়ভিত্তিক ও স্থানিক বিটভিত্তিক রিপোর্টিং কর্মতৎপরতার ভিত্তিতে রিপোর্টারের পদবি বা নামকরণও হয়ে থাকে। যেমন: কূটনৈতিক প্রতিবেদক, ক্রীড়া প্রতিবেদক, আইন ও সংসদ বিষয়ক প্রতিবেদক, আইসিটি প্রতিবেদক, বিশ্ববিদ্যালয় প্রতিবেদক ইত্যাদি।

৩.৩. রিপোর্টারের কর্মপদ্ধতি

রিপোর্টারবৃন্দের পেশাগত মূল কাজ হচ্ছে তথ্য সংগ্রহ ও প্রতিবেদন প্রণয়ন করা। এই কাজটি তাঁরা মূলত দুটি ধাপে সম্পাদন করে থাকেন:

১. সম্ভাব্য সকল উৎস-সূত্র থেকে তথ্য সংগ্রহ করা;
২. সংগৃহীত তথ্য দিয়ে সাংবাদিকতার রীতি-নীতি অনুসরণ করে পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন তৈরি করা।

[প্রতিবেদকদলে কে, কীভাবে, কোন কোন দায়িত্ব পালন করে থাকেন তার একটি সাধারণ ধারণা পাওয়া যাবে বর্তমান অধ্যায়ভুক্ত পরবর্তী অংশের আলোচনায়]

৩.৪. রিপোর্টারদের পদ-পদবি ও কর্মপরিধি

একটি সংবাদ মাধ্যমের রিপোর্টিং টিমে কতজন প্রতিবেদক কাজ করবেন, তা নির্ভর করে সেই মাধ্যমের প্রাতিষ্ঠানিক ও অর্থনৈতিক সক্ষমতা এবং পেশাদারি যোগ্যতা ও দক্ষতার ওপর। তবে মধ্যম সারির, এমনকি ক্ষুদ্র পরিসরের হলেও একটি সংবাদ মাধ্যমের চৌকস টিমে বিভিন্ন পদমর্যাদার প্রতিবেদক কাজ করেন। সে আঙ্গকের একটি প্রতিবেদকদলে অন্তর্ভুক্ত থাকেন – প্রধান প্রতিবেদক, বিশেষ প্রতিনিধি, জ্যেষ্ঠ প্রতিবেদক, বিদেশ প্রতিনিধি, নিজস্ব প্রতিবেদক, কনিষ্ঠ প্রতিবেদক, শিক্ষানবিশ প্রতিবেদক, স্থানীয় প্রতিনিধি ইত্যাদি।

৩.৪.১. প্রধান প্রতিবেদকের কাজ কি কি?

রিপোর্টিং বিভাগের কার্যকর পরিচালনা এবং প্রতিবেদকদলের গতিশীল নেতৃত্ব দেওয়ায় প্রধান প্রতিবেদকের অগ্রণী ভূমিকা থাকে। তিনি তাঁর সংবাদমাধ্যমের রিপোর্টিংকে উত্তরোত্তর জোরদার করার জন্য স্বল্প, মধ্য ও দীর্ঘমেয়াদী কর্মপরিকল্পনা করার পাশাপাশি বিভাগের সদস্যদের সঙ্গে নিয়মিত বৈঠক করেন এবং প্রতিবেদকদলের প্রত্যেক সদস্যের কাজের অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ, পর্যালোচনা ও তত্ত্বাবধান করে থাকেন। এছাড়াও প্রধান প্রতিবেদক যেসব দায়িত্ব পালন করেন সেগুলো নিম্নরূপ:

১. কাজের মান উন্নয়নে রিপোর্টারদের প্রয়োজনীয় দিক-নির্দেশনা দেওয়া;
২. জাতীয় শুরুত্ব বহন করে, এমন বিষয় সম্পর্কে অনুসন্ধানী ও ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদন পরিকল্পনা তৈরি করা এবং তা সফলভাবে বাস্তবায়ন করা;
৩. সামাজিক, রাজনৈতিক ও কমিউনিটি পর্যায়ে বিভিন্ন প্রভাবশালী গোষ্ঠী/সম্প্রদায়ের সঙ্গে কার্যকর পেশাদারি সম্পর্ক রক্ষা করা;
৪. রিপোর্টিং বিভাগের সদস্যদের কর্মদীপ্তি করা, যাতে তাঁরা প্রতিষ্ঠানের সম্পাদকীয় নীতি ও মূল্যবোধের সঙ্গে সঙ্গতি রেখে পেশাগত ক্ষেত্রে সর্বোচ্চ অবদান রাখতে সক্ষম হন;
৫. দক্ষতা ও যোগ্যতা অনুযায়ী রিপোর্টারদের মধ্যে দায়িত্ব বন্টন। যেমন: কোন প্রতিবেদক কোন বিটে যাবেন, কে কোন নিউজের ফলোআপ করবেন ইত্যাদি;
৬. রিপোর্টার ও ফটোসংবাদিকগণ অর্পিত দায়িত্ব যথাযথভাবে পালন করছেন কি-না তা যাচাই করা এবং অধিকতর সংবাদমূল্য বহন করে, এমন ছবি ধারণে ফটোঝাফারদের কার্যকর দিকনির্দেশনা দেওয়া;

৭. সমসাময়িক জাতীয় গুরুত্বপূর্ণ ঘটনাবলী এবং প্রতিদ্বন্দী সংবাদমাধ্যমের উপস্থাপনা গভীরভাবে পর্যবেক্ষণ করা এবং সে অনুযায়ী রিপোর্টিং পরিকল্পনা তৈরি ও বাস্তবায়ন করা;
৮. জাতীয় গুরুত্বপূর্ণ ঘটনাবলীর পটভূমিমূলক তথ্য সংগ্রহে রাখা, যাতে জরুরি মুহূর্তে স্বল্পসময়ে সমৃদ্ধ প্রতিবেদন তৈরি করা যায়;
৯. প্রতিদিন কোন কোন প্রতিবেদন প্রকাশিত হচ্ছে এবং তাদের অবস্থান ও প্রতিবেদন বিন্যাস কেমন হচ্ছে তার উপর চোখ রাখা;
১০. দিনের প্রকাশিত কোন সংবাদটি কেমন কাভারেজ পেল সে সম্পর্কে খোঁজ-খবর রাখা এবং কোন কোন সংবাদের ফলোআপ প্রয়োজন সে বিষয়ে প্রতিবেদক দলের সদস্যের সঙ্গে আলাপ-আলোচনা করা;
১১. সংবাদমূল্য ও সময়োপযোগিতা পর্যালোচনা করে বিশেষ বিশেষ সংবাদের ফলোআপ করার বিষয়ে সিদ্ধান্ত গ্রহণ এবং প্রতিবেদকদের মধ্যে সক্ষমতা অনুযায়ী দায়িত্ব বণ্টন;
১২. রিপোর্টারদের প্রতিবেদনসমূহ সত্যানিষ্ঠ ও পক্ষপাতাইন হয়েছে কি না তা যাচাই করা এবং প্রয়োজনমাফিক ব্যবস্থা গ্রহণ করা;
১৩. প্রতিবেদন মূল্যায়নপূর্বক সেরা প্রতিবেদন নির্বাচন এবং প্রতিবেদকদের কাজের জন্য মাঝে মাঝে পুরস্কার/প্রশংসন প্রদানের ব্যবস্থা গ্রহণ;
১৪. রিপোর্টিং বিভাগের চাহিদা অনুযায়ী নতুন সংবাদকর্মী নিয়োগের ক্ষেত্রে কর্তৃপক্ষকে কার্যকর সহযোগিতা প্রদান;
১৫. প্রতিবেদনের অব্যাহত মান উন্নয়নে প্রতিবেদন তৈরি ও সম্পাদনায় বার্তা সম্পাদককে সহযোগিতা করা;
১৬. প্রতিষ্ঠানের অভ্যন্তরীণ বিভিন্ন পক্ষ ছাড়াও বাইরের বিভিন্ন পক্ষের সঙ্গে সার্বক্ষণিক যোগাযোগ রক্ষা করা:
১৭. প্রতিবেদকদলের প্রত্যেক সদস্যের কাজের সার্বিক কর্মফল পর্যবেক্ষণ ও মূল্যায়ন করা।

৩.৪.২. বিশেষ প্রতিনিধি

বিশেষ প্রতিনিধি সংবাদ মাধ্যমের অন্যতম সিনিয়র সংবাদকর্মী। সংবাদ মাধ্যমের সম্পাদক কর্তৃক দায়িত্বপ্রাপ্ত হয়ে তিনি নির্দিষ্ট বিটে বা বিষয়ভিত্তিক গভীরতর প্রতিবেদন লেখার জন্য বিশেষ বিশেষ অ্যাসাইনমেন্ট কাভার করে থাকেন। এছাড়া, তিনি প্রধান প্রতিবেদকের তত্ত্বাবধানে থেকে নিম্নরূপ আরও অনেক দায়িত্ব পালন করেন:

১. চলমান মাসের জন্য প্রতিবেদনের পরিকল্পনা প্রধান প্রতিবেদকের কাছে জমা দেওয়া;

২. প্রধান প্রতিবেদকের সঙ্গে আলোচনা করে অন্যান্য রিপোর্টারকে কাজ/অ্যাসাইনমেন্ট প্রদান এবং তা পর্যবেক্ষণ করা;
৩. সঙ্গাহের বিশেষ বিশেষ ঘটনার গভীরতর প্রতিবেদন তৈরি করা;
৪. সকল স্তরের রিপোর্টারদের পেশাগত উন্নয়নের পরিকল্পনা করা এবং প্রধান প্রতিবেদকের সঙ্গে আলোচনা করে তা বাস্তবায়নের পদক্ষেপ গ্রহণ ও অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ করা;
৫. নিজস্ব প্রতিবেদনক্ষেত্র বা বিট সংশ্লিষ্ট কার্যকরী সোর্স বৃদ্ধি করা;
৬. অধীনস্তদের বিগত মাসের কাজের মূল্যায়ন করে প্রধান প্রতিবেদকের সঙ্গে আলোচনা করা এবং তা বাস্তবায়নের পদক্ষেপ গ্রহণের পাশাপাশি তাঁদের কাজের অগ্রগতি পর্যবেক্ষণ করা;
৭. চলমান বিভিন্ন ইস্যুতে প্রয়োজনে বর্তমান কর্মসূলের বাইরে গিয়ে, দেশের মধ্যে যেকোনো অঞ্চল বা জনপদে, এমনকি দেশের বাইরে যেকোনো ঘটনাস্থল বা অকুস্থলে গিয়ে রিপোর্ট করা;
৮. বার্ষিক কার্যমূল্যায়নের সময় প্রধান প্রতিবেদককে প্রয়োজনীয় সহযোগিতা প্রদান করা;
৯. কর্মীদের পেশাগত উন্নয়নের পরিকল্পনা করা এবং তা সংশ্লিষ্ট সকল পক্ষের সহযোগিতায় বাস্তবায়ন করা;
১০. পেশাগত উন্নয়নের জন্য বিশেষ বিশেষ সাক্ষাৎকার গ্রহণসহ প্রয়োজনীয় ও সম্ভাব্য সকল উৎস-সূত্রের সঙ্গে যোগাযোগ রক্ষা করা।

৩.৪.৩. জ্যেষ্ঠ প্রতিবেদক

জ্যেষ্ঠ প্রতিবেদক যেকোনো সংবাদমাধ্যমের রিপোর্টিং টিমের গুরুত্বপূর্ণ সদস্য। তিনি তাঁর ওপর অর্পিত দায়িত্ব ও অ্যাসাইনমেন্ট অনুযায়ী প্রতিবেদনের জন্য সংগৃহীত তথ্য উপযুক্ত সংবাদ কাঠামোয় আকর্ষণীয়ভাবে বিন্যস্ত করে থাকেন। এছাড়া, তাঁর কর্মপরিধির মধ্যে অন্তর্ভুক্ত রয়েছে নিম্নরূপ আরও কিছু কার্যক্রম:

১. নিয়মিত শুরুত্বপূর্ণ সংবাদ কাভার করা;
২. সংবাদ পরিবেশনায় শুরুত্বপূর্ণ এবং প্রাসঙ্গিক বিষয়াবলী সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়ার জন্য সমসাময়িক ঘটনাবলী এবং জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সম্পর্কে ওয়াকিবহাল থাকা;
৩. নিয়মিত অ্যাসাইনমেন্টের বাইরে অব্যাহতভাবে ‘প্রতিবেদন ধারণা উন্নয়ন’।
যেমন: নতুন নতুন সংবাদক্ষেত্র চিহ্নিত করে সম্ভাব্য প্রতিবেদনের ধারণা-সংক্ষেপ লিখে রাখা এবং বিভাগীয় সভায় তা উপস্থাপন করে পূর্ণস্বরূপে প্রতিবেদন তৈরি করার প্রয়োজনীয় দায়িত্ব পালন করা;

৪. প্রতিদিনের অর্পিত অ্যাসাইনমেন্ট কাভার করে সময়মতো প্রতিবেদন জমা দেওয়া;
৫. প্রধান প্রতিবেদকের সঙ্গে আলোচনা করে সংগ্রহের বিশেষ বিশেষ ঘটনার ওপর ‘স্পেশাল রিপোর্ট’ তৈরি করা;
৬. সব ধরনের জাতীয় ও আন্তর্জাতিক ঘটনার তথ্য সংগ্রহ ও প্রতিবেদন তৈরি করা;
৭. বিশেষ বিশেষ বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় ও উপসম্পাদকীয় পরিকল্পনায় সম্পাদকীয় বিভাগকে সহযোগিতা করা;
৮. দেশের মধ্যে যেকোনো জনপদে, এমনকি দেশের বাইরে যেকোনো অঞ্চলে গিয়ে রিপোর্ট করা;
৯. অব্যাহত পেশাগত দক্ষতা বৃদ্ধিকল্পে নিয়মিত উৎস-সূত্র ছাড়াও গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের জন্য সম্ভাব্য বিভিন্ন পক্ষের সঙ্গে যোগাযোগ রক্ষা করা;
১০. সংবাদ মাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি অনুসরণ করে প্রতিবেদন পরিকল্পনা ও বাস্তবায়ন করা;
১১. তথ্যপ্রযুক্তির সর্বশেষ সুযোগ-সুবিধা আয়ত্ত করে এবং সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করে পেশাগত দায়িত্ব পালনে অভ্যন্ত হওয়া;
১২. যথাযথ কর্তৃপক্ষের দেওয়া পেশা সংশ্লিষ্ট অন্যান্য দায়িত্ব পালন করা।

৩.৪.৪. নিজস্ব প্রতিবেদক

নিজস্ব প্রতিবেদক একটি সংবাদ মাধ্যমের প্রতিবেদকদলের অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একজন পূর্ণকালীন সংবাদকর্মী, যিনি প্রধান প্রতিবেদকের তত্ত্বাবধানে থেকে বিভিন্ন উৎস-সূত্র থেকে সংবাদ সংগ্রহ করে বার্তা সম্পাদকের পরামর্শদ্রব্যে প্রতিবেদন প্রণয়ন করেন। প্রতিনিয়ত তিনি বিভিন্ন উৎস-সূত্র থেকে বিভিন্ন বিষয়ের ওপর সংবাদোপযোগী তথ্য সংগ্রহ করে প্রতিবেদন তৈরি করেন। এছাড়াও তাঁর কর্মপরিধির মধ্যে নিম্নরূপ বেশকিছু দায়িত্ব অন্তর্ভুক্ত রয়েছে :

১. নতুন নতুন সংবাদক্ষেত্র চিহ্নিত করে সম্ভাব্য প্রতিবেদনের ধারণা-সংক্ষেপ লিখে রাখা এবং পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন পরিকল্পনা করা এবং
২. স্থানীয়, জাতীয় এবং আন্তর্জাতিক ঘটনাবলী পর্যবেক্ষণ করা এবং প্রতিবেদকদলের অন্য সদস্যেদের সমসাময়িক ঘটনাবলীর সর্বশেষ সত্যনিষ্ঠ তথ্য সংগ্রহে সহায়তা করা।
৩. সংবাদ পাঠানোর শেষ সীমা বজায় রেখে প্রতিদিনের অর্পিত অ্যাসাইনমেন্ট কাভার করে প্রতিবেদন জমা দেওয়া;

৪. সফল প্রতিবেদন পরিকল্পনার জন্য বার্তা সম্পাদকসহ সহ-প্রতিবেদকদের সঙ্গে ধারণা উন্নয়ন কাজে স্বতঃস্ফূর্ত অংশগ্রহণ;
৫. সংবাদ ধারণায়নে এবং পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন প্রণয়নে বিভিন্ন সূত্র-উৎসের সঙ্গে প্রতিনিয়ত সম্পর্ক উন্নয়নে সচেষ্ট থাকা;
৬. পরিকল্পনা অনুযায়ী প্রতিবেদনের মান উন্নয়নে সংগৃহীত তথ্য যথাযথ ভাষা ও কাঠামোয় আকর্ষণীয়ভাবে বিন্যস্ত করে প্রতিবেদন তৈরি ও সম্পাদনায় বার্তা সম্পাদককে সহযোগিতা করা;
৭. স্থানীয় সংবাদ সংগ্রহে সঞ্চাহে এক বা একাধিকবার নির্ধারিত সংবাদ বিটে কাজ করা;
৮. সংবাদের বিশ্বাসযোগ্যতা ও আকর্ষণ বাড়াতে দৃশ্যমান উপাদানের সমন্বয়ে প্রতিটি সংবাদের সঙ্গে যথাযথ ছবি এবং গ্রাফিক্স ব্যবহারের জন্য আলোকচিত্র ও গ্রাফিক্স বিভাগকে সহযোগিতা করা।
৯. সকল স্থানীয় প্রতিবেদনের জন্য স্টাফ ফটোঘাফারের কার্যকর সহযোগিতা নিয়ে প্রতিবেদন তৈরি করা;
১০. সংবাদ মাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি অনুসরণ করে রিপোর্ট করা এবং সকল বিভাগীয় সভায় সক্রিয়ভাবে অংশগ্রহণ করে প্রতিবেদন পরিকল্পনা ও বাস্তবায়নে কার্যকর অবদান রাখা;

৩.৪.৫. স্থানীয় প্রতিনিধি

স্থানীয় প্রতিনিধিগণ স্থানীয় নানা বিষয় নিয়ে রিপোর্ট করেন। সাধারণ মানুষের সঙ্গে ঘনিষ্ঠভাবে পরিচিত হয়ে ওঠার সুবাদে বহুমাত্রিক সোর্সের সঙ্গে তাঁদের সুসম্পর্ক গড়ে ওঠে। তাহাড়া, তাঁর কর্মসূলিটি এমনই বিচ্ছিন্ন মানুষ, বিষয়, ঘটনা, সংস্থা-সংগঠন ও সমস্যা-সম্ভাবনায় ভরপুর যে, একইসঙ্গে তাঁকে বহুমাত্রিক বিষয়ভিত্তিক ও স্থানিক বিটভিত্তিক রিপোর্ট কর্মতৎপরতার সঙ্গে সম্পৃক্ত থেকে দায়িত্ব পালন করতে হয়। সঙ্গতকারণে তাঁর কর্মপরিষির মধ্যে অন্তর্ভুক্ত রয়েছে নিম্নরূপ অনেক কাজ ও দায়িত্ব:

১. নিজস্ব কর্মসূলের যেকোনো গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা-দুর্ঘটনার হালনাগাদ তথ্য জানতে ও জানাতে ২৪ ঘণ্টা প্রস্তুত থাকা;
২. এলাকার সম্ভাব্য সকল উৎস-সূত্রের সঙ্গে নিবিড় সম্পর্ক উন্নয়নে সচেষ্ট থাকা এবং নিজস্ব সোর্স বৃদ্ধি করা;
৩. সংবাদ হতে পারে, এমন ঘটনা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহের জন্য স্পট ভিজিট করা এবং প্রয়োজনীয় তথ্য সরেজমিনে কিংবা টেলিফোনে সংগ্রহ করা;
৪. সাক্ষাত্কার, অনুসন্ধান এবং পর্যবেক্ষণের ভিত্তিতে সংবাদ উপযোগী যেকোনো বিষয় সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ ও বিশ্লেষণ করা;

৫. নিজ এলাকায় ‘প্রতিবেদন ধারণা উন্নয়নে’ নতুন নতুন সংবাদক্ষেত্র চিহ্নিত করা এবং সম্ভাব্য প্রতিবেদনের ধারণা-সংক্ষেপ লিখে রাখা এবং সময়মতো তা সংশ্লিষ্ট সংবাদ ডেক্সে পাঠানো;
৬. আগাম সংবাদ/সংবাদের হাইলাইটস পাওয়ার সঙ্গে সঙ্গে সংবাদমাধ্যমের অনলাইন ভার্সনের জন্য প্রেরণ;
৭. কোন সংবাদ বেশি গুরুত্ববহু তা নিরূপণ করে প্রয়োজনীয় অনুসন্ধান এবং তথ্য যাচাইয়ের মাধ্যমে সে বিষয়ে প্রতিবেদন তৈরি করা;
৮. নিজ কর্মসূলে নিজস্ব সংবাদ মাধ্যমের প্রতিনিধিত্ব করা এবং কর্তৃপক্ষের দেওয়া সকল দায়িত্ব যথাযথভাবে পালনে সচেষ্ট থাকা;
৯. নিজ জেলা/কর্মসূলে স্ব স্ব মাধ্যমের পক্ষে ইভেন্ট ম্যানেজমেন্টসহ সামাজিক বিভিন্ন কাজ পরিচালনা করা। যেমন: প্রাক্তিক দুর্ঘোগ দেখা দিলে দুর্ঘোগ-প্রবর্তী সময়ে আগ বিতরণ করা;
১০. সংবাদপত্র/সংবাদ মাধ্যমের সার্কুলেশন, এবং সংবাদপত্র/ সংবাদ মাধ্যমের চাহিদা ও যোগান স্বাভাবিক রাখার জন্য মাধ্যম বিতরণকারীদের সঙ্গে কার্যকর যোগাযোগ ও সহযোগিতা অব্যাহত রাখা;
১১. স্থানীয় সংবাদ সংগ্রহে প্রতিদিন নিজ অঞ্চলের সকল সংবাদ বিটের এবং সম্ভাব্য সকল উৎস-সূত্রের থোঁজ-খবর করা;
১২. প্রতিটি সংবাদের সঙ্গে তাৎপর্যবহু সংবাদ-ছবি/ভিডিও ধারণ করার চেষ্টা করা এবং সংবাদমাধ্যমের চাহিদা ও নির্দেশনা অনুযায়ী সময়মতো তার যোগান নিশ্চিত করা;
১৩. সংবাদ পাঠানোর শেষ সীমা (ডেডলাইন) অক্ষুণ্ণ রেখে প্রতিদিনের প্রতিবেদন সংশ্লিষ্ট সংবাদ ডেক্সে পাঠানো নিশ্চিত করা ;
১৪. সংবাদ মাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি অনুসরণ করে নিত্যদিনের প্রতিবেদন পরিকল্পনা ও বাস্তবায়নে স্বকীয় অবদান রাখা;
১৫. মাঝে মাঝে সংশ্লিষ্ট সংবাদ ডেক্স ইন-চার্জের সঙ্গে পরামর্শক্রমে এলাকার বিশেষ বিশেষ ঘটনা/অবস্থা/পরিস্থিতির ওপর ‘স্পেশাল রিপোর্ট’/ফিচার তৈরি করে পাঠানো;

৩.৫. রিপোর্টিংয়ে করণীয়-বর্জনীয়

রিপোর্টিংয়ের দায়িত্বপালন করতে গিয়ে বিভিন্ন পর্যায়ে প্রতিবেদকদলের সদস্যদের প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে যেসব করণীয় ও বর্জনীয় বিষয় মাথায় রাখতে হয় এ অংশে সেরূপ কিছু কাজ বা ভূমিকার কথা উল্লেখ করা হলো:

- প্রত্যেক রিপোর্টারকে রিপোর্টিংয়ের জন্য ডায়েরি রাখতে হবে; এতে করে রিপোর্টার সময়নিষ্ঠ হয়ে প্রতিটি অ্যাপয়েন্টমেন্ট রক্ষা করে কার্যকরভাবে রিপোর্টিং করতে সক্ষম হবেন;
- রিপোর্টারকে দ্রুততার সঙ্গে তাৎক্ষণিকভাবে হাতে কিংবা ‘নোটবুকে’ লেখার দক্ষতা অর্জন করতে হবে;
- যেকোনো সংবাদ-ঘটনার তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহে তিনি হবেন একইসঙ্গে সতর্ক ও যত্নবান;
- একজন রিপোর্টারকে নির্ভরযোগ্য তথ্য-উৎসের ভিত্তিতে রিপোর্ট করতে হবে এবং রিপোর্টিংকালে সচেতনভাবে দুর্বল ও অস্পষ্ট সোর্স পরিহার করতে হবে;
- একটি সংবাদ কাহিনীকে পাঠকের জন্য নির্ভুল ও আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করা প্রত্যেক রিপোর্টারের প্রাথমিক দায়িত্ব;
- প্রতিবেদকমাত্রই সত্যনিষ্ঠ ও নিরপেক্ষভাবে বহুমাত্রিক তথ্য-উপাত্তের ভিত্তিতে প্রতিবেদনের সামগ্রিক বৈচিত্র সমন্বয় করে প্রতিবেদন তৈরি করবেন;
- রিপোর্টার এমনভাবে সংবাদ প্রতিবেদন তৈরি করার চেষ্টা করবেন যেন তা পাঠকের মনে ভাবনা জাগায়; পাঠক যেন কাহিনীর বিভিন্ন দিক নিয়ে আলোচনা করার অবকাশ পান এবং পরবর্তী সময়ে হালনাগাদ খবর জানার জন্য আগ্রহবোধ করেন;
- একজন রিপোর্টারকে তাঁর সংবাদমাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি ও ভাষাবীতিকে ভালোভাবে আয়ত্ত করতে হয়। মূল্যবান সংবাদ-জগতে স্থান পাওয়ার কঠিন বাস্তবতা মূল্যায়ন করে নির্যাস আকারে প্রতিবেদন লেখার দক্ষতা অর্জন করতে হয়;
- স্থানীয় বিষয় নিয়ে কাজ করার সুবাদে সাধারণ মানুষের সঙ্গে রিপোর্টারদের সুসম্পর্ক গড়ে উঠে; ভালো সম্পর্কের কারণে অনেকের ব্যক্তিগত ও গোপনীয় বিষয়ে একজন রিপোর্টার অবগত হন। কোনো অবস্থাতেই রিপোর্টারের উচিত হবে না কারও ব্যক্তিগত ও গোপনীয় বিষয় সম্মতি ব্যক্তিরেকে প্রকাশ করা।

৩.৬. অনুসন্ধানী ও বিশেষ রিপোর্টিং : কিছু কৌশলগত দিক

- যিনি উদ্যম, সাহস ও কৌতৃহল নিয়ে কাজ সম্পন্ন করতে স্বচ্ছদ্ব বোধ করেন এবং যিনি সরাসরি এবং তীক্ষ্ণধার প্রশ্ন জিজ্ঞাসায় একটুও দ্বিধাবিত নন, তেমনই একজন চৌকস প্রতিবেদক অনুসন্ধানী রিপোর্টিংয়ের জন্য যথোপযুক্ত ব্যক্তি।

২. অদ্য কৌতুহলী একজন অনুসন্ধানী সাংবাদিকের সার্বক্ষণিক চিন্তা ও কাজের মধ্য দিয়েই প্রতিনিয়ত সংবাদের নতুন নতুন তথ্য-সূত্র মিলে যাবে;
৩. বিশেষ বিশেষ রিপোর্টিংয়ের জন্য রিপোর্টারকে সবসময়ই আগে থেকে পর্যাপ্ত ‘স্টোডি’ করে নিয়ে প্রত্যাশিত উৎস-সূত্র থেকে কাঙ্ক্ষিত মাত্রায় তথ্য সংগ্রহ করতে হবে;
৪. রিপোর্টারের অব্যাহত কৌশল ও ক্রমাগত অভিজ্ঞতার আলোকে অনুসন্ধানী প্রতিবেদনে পূর্ণাঙ্গ, তীক্ষ্ণ ও সুসংহত হয়ে থাকে;
৫. অনুসন্ধানী প্রতিবেদনের নির্ধারিত লক্ষ্য বা গন্তব্যে অবশ্যই পৌঁছাতে হবে যদিও রিপোর্টিং প্রক্রিয়ার বিভিন্ন পর্যায়ে এই লক্ষ্য পরিমার্জিত বা সংশোধিত হতে পারে;
৬. রিপোর্টারকে সংবাদ সংগ্রহ করতে গিয়ে অবস্থা ও পরিবেশ বুঝে যেকোনো বিকল্প কৌশল অবলম্বন করতে হতে পারে;
৭. রিপোর্টারকে কাঙ্ক্ষিত সংবাদের পেছনে এবং গুরুত্বপূর্ণ সোর্সের পেছনে নাছোড়বান্দা হয়ে লেগে থাকতে হবে;
৮. প্রয়োজনীয় সময় ও সুযোগ না পেলে কিংবা গুরুত্বপূর্ণ কোনো সোর্সের সাক্ষাত্কারমূলক তথ্য বা বক্তব্য তাঙ্ক্ষণিকভাবে লেখা সম্ভব না হলে তার বক্তব্য শেষ হওয়ামাত্রাই, শৃঙ্খলা থেকে তা মুছে যাওয়ার আগেই নোটবুকে বাটপট লিখে নিতে হবে;
৯. কেমন প্রশ্ন করলে সোর্স থেকে কী ধরনের উত্তর আসতে পারে তা অনুমান করে প্রশ্ন সুরিয়ে বা ‘দিমুরী প্রশ্নের কৌশল’ অবলম্বন করে রিপোর্টার গভীরতর অনুসন্ধান চালিয়ে যেতে পারেন;
১০. অনেক সময় মূল সোর্স কোনো কারণে তথ্যকে সংক্ষিপ্ত করে দিতে পারে; সাত্ত্বনাস্তরপ দায়সারা গোছের তথ্য দিতে পারে, কিংবা তথ্য নাও দিতে পারে; এসব ক্ষেত্রে রিপোর্টারকে বিকল্প পথে এগোতে হবে;
১১. কোনো কোনো সময় সোর্স নিজে এগিয়ে এসে রিপোর্টারকে তথ্য দিতে চাইবে কিংবা প্রতিবেদন লেখার ব্যাপারে খবরদারি করার চেষ্টা করতে পারে। এসবক্ষেত্রে অনুসন্ধানী রিপোর্টারকে সোর্স থেকে পাওয়া তথ্য কৌশলে ও সর্তর্কতার সঙ্গে যথেষ্ট যাচাই করে নিতে হবে।

১২. অনুসন্ধান প্রক্রিয়ায় নানা ধরনের বাধা-বিপত্তি আসবে যা প্রকারাভ্যরে তথ্যকে অনেক সময় দুষ্প্রাপ্য করে তুলবে এবং রিপোর্টিং প্রক্রিয়াকে করে তুলতে পারে দুঃসাধ্য ও ঝুঁকিপূর্ণ;
১৩. অনুসন্ধানী রিপোর্টিংয়ের তথ্য সংগ্রহকালে স্পর্শকাতর যেসব ঘটনার বিষয়ে সোর্স সহজে মুখ খুলবেন না, সেসব ক্ষেত্রে এভাবে মৃদু চাপ দেওয়া যেতে পারে যে, রিপোর্টারের কাছে অধিকাংশ তথ্যই রয়েছে এবং রিপোর্টটি সতৃর ডেক্সে জমা দিতে হচ্ছে। এক্ষেত্রে সোর্স দু'একটি বিশেষ তথ্য দিলে রিপোর্টটি আরও যথার্থ ও পূর্ণাঙ্গ হতে পারে। তখন সোর্স এই ভেবে তথ্য দিতে রাজি হতে পারেন যে তিনি তথ্য না দিলেও তো রিপোর্টটি ঠেকানো যাচ্ছে না। সেহেতু রিপোর্টটি যাতে তুল বা অসম্পূর্ণভাবে প্রকাশিত না হয় তার জন্য সঠিক তথ্য দেওয়াই শ্রেয়।
১৪. অনুসন্ধানী রিপোর্টিংয়ের জন্য পর্যাপ্ত প্রাতিষ্ঠানিক সহায়তা প্রয়োজন। এই ধরনের প্রতিবেদন প্রকাশ যথেষ্ট ব্যয়বহুল ও সময়সাপেক্ষ ব্যাপার। তবে অনুসন্ধান কাজে যতই খরচ হোক না কেন এর মাধ্যমে পাওয়া তথ্যের মূল্য অপরিসীম;
১৫. সময় ও অর্থ অপচয় এড়াতে প্রতিনিয়ত প্রত্যাশিত তথ্যের সঙ্গে প্রাপ্ত তথ্যকণার কার্য-কারণ সম্পর্ক বিশ্লেষণ করে ঘটনার সত্যতা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে ক্রমশ সামনে এগোতে হবে;
১৬. যে বিষয়ে অনুসন্ধান করা হচ্ছে, তার তৎপর্য পুআনুপুজ্জিভাবে বিশ্লেষণ করে দেখতে হবে যেন প্রকাশিতব্য প্রতিবেদনটিতে পাঠকের আর কোনো জরুরি জিজ্ঞাসার উপর অবশিষ্ট না থাকে;
১৭. আবার, অনুসন্ধানলক্ষ গোপন তথ্যকণা খুবই যত্নের সঙ্গে বিচার-বিশ্লেষণ করতে হবে এবং যাচাই করে দেখতে হবে যে প্রকাশিতব্য প্রতিবেদনটির কোনো তথ্যকণার মধ্যে মূল্যবান ও বিশ্বাসযোগ্য কিছু রয়েছে কি-না;
১৮. এ ধরনের রিপোর্টিং সাংবাদিকতার সাধারণ পদ্ধতিতে নয় বরং ঘটনার পারিপার্শ্বিকতাকে আশ্রয় করেই পরিণত হতে থাকে; সংগতকারণে এর জন্য সুনির্দিষ্ট পদ্ধতিগত কৌশল অনুসরণের চেয়ে বেশি প্রয়োজন হয় সময়ের চাহিদা প্ররুণে সক্রম তাংক্ষণিকভাবে গৃহীত রিপোর্টারের বুদ্ধিমত্তা ও প্রজ্ঞাপ্রসূত কলাকৌশল;
১৯. গভীরতলের খবর বের করে আনার জন্য অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার পথিকৃতজ্ঞ এমন কিছু পছা-পদ্ধতি অনুসরণ করেন যা স্বাভাবিক

নেতৃত্বক কিংবা সাংবাদিকতার নীতিমালার মানদণ্ডে গ্রহণযোগ্য নয়; কিন্তু যে পথেই তথ্য আহরণ করা হোক না কেন জনস্বার্থের প্রশ্নে একুশে রিপোর্টিংয়ের ফলাফল সর্বত্রই বিশেষ মর্যাদার আসন পেয়ে থাকে;

২০. নাগরিকদের তথ্যক্ষেত্রে প্রবেশাধিকারের প্রশ্নে, উচ্চতর জনসেবা ও মানবাধিকারের মর্যাদা সমুন্নত করার জন্য এই ধরনের রিপোর্টিং সবসময়ই প্রশংসিত।

পুনর্গঠিত ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. গেরি গিল, এশিয়ান রিপোর্টার: প্রতিবেদন কৌশল সারহাস্ত, বাংলা একাডেমি, ঢাকা, ১৯৯৫
২. আলী রীয়াজ, দৈনিক সংবাদপত্রে অনুসন্ধানী প্রতিবেদন, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ১৯৯৫
৩. Jawadur Rahman, *News Writing* (2nd edition), PIB, Dhaka, 1998
৪. Julian Harriss et. al, *The Complete Reporter*, Macmillan Publishing Company, New York, 1985
৫. Mitchell V. CHARNLEY, *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
৬. Melvin Mencher, *News Reporting and Writing* (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997
৭. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৮. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata, 1983)

'The secret of successful journalism is to make your readers so angry
they will write half your paper for you.'

— C.E.M. Joad



অধ্যায় চার

সংবাদের উৎস-সূত্র ও তথ্য সংগ্রহের কলাকৌশল

“I think the mind is really crying out for details. At least my mind is. What it is really crying out for is how the system works, what people say to each other, how they live...” – Murray Kempton

“The First Law of Journalism: to confirm existing prejudice,
rather than contradict it.”
– Alexander Cockburn

৪.১. সংবাদের উৎস-সূত্র

সংবাদের উৎস-সূত্র ও তথ্য সংগ্রহের কলাকৌশল সম্পর্কিত বর্তমান অধ্যায়ের আলোচনার শুরুতেই অধ্যায়ভুক্ত সর্বাপেক্ষা তাৎপর্যপূর্ণ দুটি প্রত্যয় ‘সংবাদক্ষেত্র’ ও ‘সংবাদ সোর্স’ সম্পর্কে কিছুটা আলোকপাত করা প্রয়োজন।

৪.১.১. সংবাদক্ষেত্র (Press)

সাংবাদিকতার পরিভাষায় ‘সংবাদক্ষেত্র’ শব্দটি আগের যেকোনো সময়ের চেয়ে বর্তমানে অধিকতর অর্থবহ প্রত্যয় হিসেবে আবির্ভূত হয়েছে। গণমানুষের কাছে প্রত্যয়টি ব্যাপক পরিচিতি না পেলেও ইংরেজি ‘Press’-এর বাংলা প্রতিশব্দরূপে ‘সংবাদক্ষেত্র’ শব্দটি বেশ আগেই বাংলাদেশের সংবিধানের ৩৯ নং অনুচ্ছেদে স্থান করে নিয়েছে।

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ৬৭

ইংরেজিতে Press বলতে আভিধানিকভাবে যেসব অর্থ নির্দেশ করে সেগুলো হচ্ছে ছাপাখানা, চাপ দেওয়া, সংবাদপত্র ও সাময়িকপত্রসমূহ; কিন্তু সাংবাদিকতার পরিভাষায় Press বলতে মুদ্রণ ও ইলেকট্রনিক সকল সংবাদমাধ্যম, সংবাদ সংস্থা এবং এসব সংবাদমাধ্যম বা সংস্থায় কর্মরত সংবাদকর্মীদের কর্মতৎপরতাকেও নির্দেশ করে।

৪.১.২. সংবাদ সোর্স (News Source)

ইংরেজিতে ‘Source’ বললে শব্দটির অর্থ বুঝতে কোনো সমস্যা হয় না। কিন্তু বিভিন্নির সৃষ্টি হয় তখনই, যখন ইংরেজি সোর্সের বাংলা প্রতিশব্দ হিসেবে কেউ কেউ ‘উৎস’ আবার কেউ কেউ ‘সূত্র’ শব্দ ব্যবহার করেন। প্রকৃত অর্থে উৎস হলো সংবাদ উৎপন্ন হওয়ার প্রাতিষ্ঠানিক (Institutional) ক্ষেত্রসমূহ, যেমন খানা, হাসপাতাল, বিশ্ববিদ্যালয় ইত্যাদি। আর সূত্র হলো সংবাদের ব্যক্তিক (Individual) উৎপত্তিস্থল, যেমন পুলিশসূত্র (পুলিশের ভারপ্রাণ কর্মকর্তা বলেছ...)।

৪.২. সংবাদের প্রধান প্রধান উৎস সঞ্চালন

বর্তমান ‘সময়ে আধুনিক সংবাদমাধ্যমগুলো তথ্য প্রযুক্তির অভাবনীয় সুযোগ-সুবিধা নিয়ে রকমারি সোর্স থেকে নানা কৌশলে সংবাদ সংগ্রহ করে থাকে। এ সময়ের একটি আধুনিক সংবাদমাধ্যম যেসব প্রধান সোর্স থেকে সংবাদ সংগ্রহ করে থাকে, নবীন একজন সাংবাদিক এবং শিক্ষার্থী হিসেবে সংবাদের উৎস সঞ্চালন করতে গিয়ে সেসব সাধারণ সোর্সের তালিকা প্রণয়ন করবেন নিম্নরূপে:

১. **নিজস্ব রিপোর্টার/সংবাদদাতা:** যেকোনো আধুনিক সংবাদমাধ্যমের একান্ত এবং নির্ভরযোগ্য সংবাদ সোর্স হলো নিজস্ব রিপোর্টার, নিজস্ব সংবাদদাতা, বিশেষ সংবাদদাতা এবং বিভিন্ন পর্যায়ের প্রতিবেদকবৃন্দ।
২. **জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থা:** জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থার দেওয়া তথ্য ছাড়া এ যুগে একটি আধুনিক সংবাদমাধ্যম সংবাদ পরিবেশনের কথা চিন্তাই করতে পারে না। আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থা এপি, এএফপি, রয়টার্সসহ বিভিন্ন প্রভাবশালী আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থার তথ্য আমাদের সংবাদ মাধ্যমের সবচেয়ে বড় সংবাদ উৎস। জাতীয় সংবাদ সংস্থা বাসস এবং অন্যান্য বেসরকারি সংবাদ সংস্থার মাধ্যমে বিভিন্ন দৈনিক পত্রিকা এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়া সংবাদের যোগান পেয়ে থাকে। প্রয়োজনমতো তারা তা অনুবাদ ও সম্পাদনা করে নির্ভরযোগ্য সংবাদ চাহিদার একটি বড় অংশের সরবরাহ নিশ্চিত করে।

৩. নিউজ সিভিকেট/ফিচার সার্ভিস: বড় বড় সংবাদ সংস্থার পাশাপাশি জাতীয় ও আন্তর্জাতিক বিভিন্ন নিউজ সিভিকেট ও ফিচার সার্ভিস থেকে পাওয়া সংবাদ ও ফিচার পরিবেশন করে সংবাদ মাধ্যমগুলো চেষ্টা করে প্রতিযোগী মাধ্যমগুলোর চেয়ে বেশি বৈচিত্র্যপূর্ণ, নির্ভরযোগ্য ও অধিকতর সংবাদমূল্যসমূহ সংবাদ ও ফিচার প্রকাশের।
৪. প্রেসবিজ্ঞপ্তি/প্রেসনেট/হ্যান্ডআউট: যেকোনো আধুনিক সংবাদমাধ্যমের সংবাদের একটি বড় অংশের জোগান দেয় বিভিন্ন প্রতিষ্ঠানের পাঠানো প্রেস বিজ্ঞপ্তি ও হ্যান্ডআউটসমূহ। এছাড়া, সরকারের তথ্য অধিদফতরের পাঠানো প্রেসনেটও কখনো কখনো সংবাদের জোগান দেয়।
৫. রেডিও/টিভি: বিবিসি, সিএনএনসহ আন্তর্জাতিক গুরুত্বপূর্ণ টিভি ও রেডিও চ্যানেলের চরিশ ঘট্ট পরিবেশিত সংবাদ মনিটর করেও বিভিন্ন সংবাদমাধ্যম সংবাদ সংগ্রহ করে থাকে।
৬. টিভি চ্যানেলের অনলাইন এডিশন: আন্তর্জাতিক বড় বড় টিভি চ্যানেলের অনলাইন এডিশন থেকেও সংবাদ সংগ্রহ করা যায়।
৭. অনলাইন নিউজপেপার: বর্তমানে বেশিরভাগ সংবাদমাধ্যম বিভিন্ন দেশের গুরুত্বপূর্ণ অনলাইন নিউজপেপার থেকেও তথ্য সংগ্রহ করে থাকে।
৮. ইন্টারনেট: অনলাইন বা সাইবার জার্নালিজম যুগের সাংবাদিকতায় ইন্টারনেট হলো তথ্যের বৃহত্তম উৎসক্ষেত্র। যেকোনো তথ্য ও সংবাদ ‘গুগল’ কিংবা ‘ইয়াহুর’ মতো অত্যন্ত স্মার্ট ইন্টারনেট সার্স ইঞ্জিনের মাধ্যমে দ্রুত সংগ্রহ করা যায়।
৯. বিজ্ঞাপন: আমরা লক্ষ করছি বিশ্বায়ন, মুক্তবাজার অর্থনীতি ও কনজিউমার সোসাইটির বর্তমান তথ্যযুগে বিজ্ঞাপনের দোর্দণ্ড প্রতাপ সংবাদমাধ্যমগুলোর ওপর। সে কারণে সংবাদ তথ্যের একটি বড় যোগান বিভিন্ন জাতীয়, আন্তর্জাতিক ও মাল্টিন্যাশনাল কোম্পানির বিজ্ঞাপন সোর্স থেকে পাওয়া যায়।
১০. মর্গ/তথ্য সংরক্ষণ কেন্দ্র: একুশ শতকের সাংবাদিকতায় ‘তথ্য সম্পদকেন্দ্রের’ পরিবেশিত ও সংরক্ষিত তথ্য নিত্যকার সংবাদের একটি বড় জোগান নিশ্চিত করতে পারে। এক্ষেত্রে প্রতিটি আধুনিক সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব মর্গ (তথ্য সংরক্ষণ কেন্দ্র) ও রেফারেন্স সেকশন থেকেও তথ্য বা সংবাদের জোগান পাওয়া যেতে পারে।

৪.৩. সোর্স থেকে তথ্য সংগ্রহের পাঁচটি উপায়

একজন নবীন রিপোর্টার বিভিন্ন সোর্স থেকে তথ্য সংগ্রহের জন্য যেসব প্রাথমিক কৌশল বা পদ্ধা অবলম্বন করে একটি সংবাদ-ঘটনার রিপোর্টিং করবেন সেগুলো পর্যায়ক্রমে নিম্নরূপ:

১. **ঘটনায় অংশগ্রহণ:** প্রথমেই একজন রিপোর্টারকে কোনো ঘটনার সংবাদ সংগ্রহের জন্য ঘটনায় অংশ নেওয়ার (Participation) চেষ্টা করতে হবে। ঘটনায় অংশ নিলে তিনি সরেজমিনে ঘটনার পেছনের ঘটনা সম্পর্কে বিভিন্ন আলামত ও সংশ্লিষ্ট তথ্য সূত্র সম্পর্কে ধারণা পেতে পারেন।
২. **ঘটনা পর্যবেক্ষণ:** ঘটনায় অংশগ্রহণ একান্তই অসম্ভব হলে রিপোর্টার ঘটনাস্থল পরিদর্শনের চেষ্টা করবেন। ঘটনাস্থল পর্যবেক্ষণ (Observation) করলে তিনি ঘটনার মোটিভ এবং ঘটনার সঙ্গে সংশ্লিষ্টদের সম্পর্কে সম্যক ধারণা পেতে পারেন। কোনো বিশেষ আলামত কিংবা ঘটনাস্থলে খুঁজে পাওয়া কোনো প্রত্যক্ষদর্শীর সঙ্গে কথা বলে তিনি ধীরে ধীরে ঘটনার নেপথ্য তথ্য সংগ্রহ করতে সক্ষম হবেন।
৩. **এমন কাউকে প্রশ্ন করা যিনি ঘটনায় অংশ নিয়েছেন বা পর্যবেক্ষণ করেছেন:** যদি ঘটনায় অংশগ্রহণ কিংবা ঘটনাস্থল পরিদর্শন করাও সম্ভব না হয়, সেক্ষেত্রে রিপোর্টারকে খুঁজে বের করতে হবে এমন কোনো প্রত্যক্ষদর্শী (Eye-witness), যিনি ঘটনায় অংশ নিয়েছেন বা ঘটনাটি পর্যবেক্ষণ করেছেন। তার সঙ্গে কথা বলার পর বিভিন্ন সূত্র থেকে তথ্যগুলো যাচাই করে তিনি প্রাণ্ত তথ্যের সত্যতা সম্পর্কে নিশ্চিত হতে পারেন।
৪. **অধ্যয়ন (রেফারেন্স বই বা জার্নাল, রিপোর্ট, ডকুমেন্ট, রেকর্ড ইত্যাদি):** প্রাথমিকভাবে ঘটনায় অংশগ্রহণ, ঘটনা পর্যবেক্ষণ এবং প্রত্যক্ষদর্শীর বিবরণ –এসব পর্যায়ের নানা সূত্র থেকে তথ্য সংগ্রহের চেষ্টা করতে হবে। অতঃপর সংশ্লিষ্ট সূত্র এবং বিভিন্ন উৎস থেকে প্রাণ্ত তথ্যসমূহ বিচার-বিশ্লেষণ শেষে কোনো ধরনের তথ্য-উপান্তের ঘাটতি, তথ্যগত শুল্কতা ও সত্যতা সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়ার প্রয়োজন হলে রেফারেন্স বই অথবা জার্নাল, ডকুমেন্ট, রেকর্ড ইত্যাদি অধ্যয়ন (Study) করা যেতে পারে।
৫. **পদ্ধতিগত গবেষণা/সমীক্ষা পরিচালনা (জনমত যাচাই, পর্যবেক্ষণ, বিভিন্ন ধরনের সাক্ষাৎকার, মতামত জরিপ, অনলাইন জরিপ ইত্যাদি):** উল্লিখিত ধাপ বা পর্যায়গুলো থেকে তথ্য সংগ্রহ করে সাদামাটা সংবাদ প্রতিবেদন তৈরি করা যায়। কিন্তু গভীরতর (Depth) রিপোর্টিংয়ের ক্ষেত্রে কখনো কখনো জনমত যাচাই, পরিকল্পিত সাক্ষাৎকার, সমীক্ষা, অনলাইন জরিপ এমনকি পদ্ধতিগত গবেষণা (Research) পরিচালনা করে প্রাণ্ত তথ্য-উপান্তের ওপর ভিত্তি করে প্রতিবেদন তৈরি করা যেতে পারে।

৪.৪. সোর্সের ধরন ও প্রকরণ

ইলেক্ট্রনিক কিংবা প্রিন্ট যেকোনো সংবাদমাধ্যম বিভিন্ন প্রকার সোর্স থেকে তথ্য ও সংবাদ সংগ্রহ করে থাকে। কিছু কিছু সংবাদ নিজস্ব রিপোর্টার ও সংবাদদাতাদের মতো একান্ত ও ব্যক্তিগত সোর্স থেকে সংগ্রহ করা হয়- এগুলো হলো সংবাদমাধ্যমের প্রাইমারি সোর্স।

আবার জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থা, নিউজ সিভিকেট, ফিচার সার্টিস, রেডিও, টিভি, ইন্টারনেটসহ বিভিন্ন সোর্স থেকে যেসব হার্ড নিউজ ও সফ্ট নিউজ সংগ্রহ করা হয়, সেগুলো হলো সংবাদের সেকেন্ডারি সোর্স।

বেশিরভাগ ক্ষেত্রে সংবাদপত্র ও টিভি চ্যানেলগুলো তাৎক্ষণিক সোর্স থেকে সংবাদ সংগ্রহ করে। আবার কখনো কখনো সংবাদমাধ্যমগুলো বিলম্বিত ও দীর্ঘমেয়াদী সোর্স থেকেও তথ্য সংগ্রহ করে থাকে।

যেকোনো সংবাদমাধ্যমের কিছু কিছু সোর্স থাকে প্রত্যাশিত। আবার, কিছু কিছু ক্ষেত্রে প্রত্যাশা করা যায় না এমন সব সোর্স থেকেও সংবাদ বা তথ্য সংগ্রহ করা হয়ে থাকে।

উল্লিখিত সোর্সের ধরন ও প্রকরণের বৈশিষ্ট্য বিশ্লেষণ করলে আমরা লক্ষ করি, একই সঙ্গে সংবাদের প্রাইমারি সোর্স যেমন হতে পারে তাৎক্ষণিক ও বিলম্বিত প্রকৃতির, তেমনি সোর্সের ধরন হতে পারে স্বল্পমেয়াদী ও দীর্ঘমেয়াদী। একইভাবে সোর্স বা উৎস-সূত্র হতে পারে প্রত্যাশিত ও অপ্রত্যাশিত দু'ধরনের। আবার, একইসঙ্গে সেকেন্ডারি সোর্স তাৎক্ষণিক ও বিলম্বিত, স্বল্পমেয়াদী ও দীর্ঘমেয়াদী এবং প্রত্যাশিত ও অপ্রত্যাশিত ইত্যাদি প্রকৃতির হতে পারে।

৪.৫. সোর্সের সঙ্গে রিপোর্টারের সম্পর্ক

- সঠিক সোর্স সম্পর্কে জানা:** রিপোর্টারকে তার সঠিক সোর্স খুঁজে বের করতে হবে; অর্থাৎ কোনো সংবাদের যথার্থ সোর্স কে হতে পারে, তা তাকে খুঁজে বের করতে হবে এবং তার সম্পর্কে খোজখবর নিয়ে তাকে ভালোভাবে জানার চেষ্টা করতে হবে।
- নিজেকে স্বচ্ছন্দভাবে তুলে ধরা:** সোর্সের সঙ্গে প্রথম পরিচয়েই নিজেকে স্বচ্ছন্দভাবে উপস্থাপন করতে হবে এবং নিজের সম্পর্কে সঠিক পরিচয়টি তুলে ধরতে হবে।
- সোর্সের সঙ্গে আস্থার সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা:** সোর্স ও রিপোর্টার যাতে পরম্পরের ওপর নির্ভর ও বিশ্বাস স্থাপন করতে পারে সেজন্য উভয়ের মধ্যে একটি আস্থার সম্পর্ক তৈরির চেষ্টা করতে হবে।

৪. সোর্সের প্রতি সহানুভূতিশীল হওয়া: তথ্য ও সংবাদের স্বার্থেই সোর্সকে রিপোর্টারের প্রয়োজন। রিপোর্টারকে সোর্স তথ্য দিতেও পারে, নাও পারে; সোর্স তথ্য দিতে বাধ্য নন। সেজন্য সোর্সের প্রতি রিপোর্টার আন্তরিক ও সহানুভূতিশীল হলে ভালো ফল পেতে পারেন।
৫. পরিবেশ অনুকূল সম্পর্ক রক্ষা: রিপোর্টারকে স্থান-কাল-পাত্রভেদে সোর্সের সঙ্গে পরিবেশ অনুকূল সম্পর্ক রক্ষা করে চলতে হবে। সোর্স এবং রিপোর্টারের সম্পর্ক যতই নিবিড় ও গভীর হোক না কেন, যেখানে যেমন পারিপার্শ্বিক পরিবেশ বিদ্যমান সেখানে তার সঙ্গে তেমনভাবেই পরিবেশ অনুকূল সম্পর্ক রক্ষা করতে হবে এবং কোনোক্রমেই সোর্সকে বিব্রত করা কিংবা বিপদে ফেলা যাবে না।
৬. ঘটনার গভীরে প্রবেশ করা: সংবাদ গুরুত্ব অনুযায়ী ঘটনার পেছনের ঘটনা এবং আপাত সত্যের পেছনের সত্য জানার জন্য রিপোর্টারকে ঘটনার গভীরে প্রবেশ করতে সোর্সের অনুকূল সহযোগিতা প্রয়োজন। আর সে কারণে সোর্সের প্রতি অযথা চাপ সৃষ্টি না করে কৌশলী হয়ে তার সঙ্গে ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক রক্ষা করে ঘটনার গভীরে প্রবেশের চেষ্টা করতে হবে।
৭. অতিমাত্রায় ফোনালাপি না হওয়া: অতিমাত্রায় ফোনালাপি হয়ে রিপোর্টের জন্য তথ্য সংগ্রহ করতে অভ্যন্ত হলে মাঝে মাঝে রিপোর্টার বিড়ম্বনা ও প্রতারণার শিকার হতে পারেন। সে কারণে ফোনের চেয়ে সাক্ষাৎ যোগাযোগের মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ করে সোর্স ও তথ্যের সত্যতা ও প্রমাণযোগ্যতা নিশ্চিত হওয়ার চেষ্টা করতে হবে। যেকোনো চৌকস রিপোর্টার কারও সঙ্গে ফোনে কথা বলেই সংবাদের সোর্স ও তথ্যের সত্যতা সম্পর্কে সন্দেহমুক্ত হবেন না। তাকে খতিয়ে দেখতে হবে, তিনি সঠিক সোর্সের সঙ্গেই কথা বলেছেন কি না? কেউ তাকে প্রতারণার ফাঁদে ফেলার জন্য মিথ্যা পরিচয় দিয়ে, কষ্ট পরিবর্তন করে কিংবা প্রকৃত তথ্যকে বিকৃত করে তাকে ফাঁসিয়ে দেওয়ার চেষ্টা করছে কি না, সে সম্পর্কেও নিশ্চিত হতে হবে।
৮. উন্নত শ্রোতা হওয়া: রিপোর্টার মাত্রই সোর্সের বক্তব্য ধৈর্য ও মনোযোগসহকারে শুনবেন এবং সোর্সের কথাই তিনি বেশি শুনবেন; নিজে কম বলার চেষ্টা করবেন। রিপোর্টারের কম বলা ও পরিমিত মাত্রায় বলা এবং সোর্সের কথা বেশি করে ও মনোযোগ সহকারে শোনা পেশাদারিত্বের প্রয়োগ তার জন্য নিরাপদ।
৯. সময়নিষ্ঠ হওয়া: সংবাদের স্বার্থেই রিপোর্টারকে সোর্সের সময়, সুযোগ ও সামর্থ্যকে বিবেচনায় রেখে তার সঙ্গে সাক্ষাৎ ও যোগাযোগ রক্ষা করে চলতে হবে। সোর্সের সঙ্গে সুনির্দিষ্ট কোনো অ্যাপয়েন্টমেন্ট থাকলে যথাসময়ে এবং কখনো কখনো রিপোর্টারকে কিছুটা আগেই সেখানে পৌছতে হবে।

- ১০. স্পষ্টভাষী হওয়া:** সংবাদক্ষেত্রের কিছু কিছু ক্ষেত্রে রিপোর্টারকে অনাকাঙ্ক্ষিত বিড়ম্বনা এড়াতে এবং যথাযথভাবে পেশাগত দায়িত্ব পালনের স্বাথেই স্পষ্টভাষী হতে হবে।
- ১১. প্রতিজ্ঞা রক্ষা করা:** রিপোর্টার কোনোপ্রকার ‘সংবাদক্ষেত্রের চাপ’-এর (Pressure on the press) কাছে নতি স্বীকার করবেন না। পেশাগত নৈতিকতার প্রশ্নে কোনো সোর্স থেকে উপহার-উপটোকনও নেবেন না। কিন্তু সোর্সের নিরাপত্তা কিংবা মানবিক মূল্যবোধ ও দায়িত্ববোধের প্রশ্নে গ্রহণযোগ্য হলে তিনি যদি সোর্সকে কোনোরূপ প্রতিশ্রুতি দিয়ে থাকেন কিংবা কোনোরূপ প্রতিজ্ঞা করে থাকেন তা তিনি অবশ্যই রক্ষা করে চলবেন।
- ১২. পেশাদারি দূরত্ব বজায় রাখা:** রিপোর্টারকে সংবাদ সংগ্রহ করতে গিয়ে কখনো কখনো অপরাধ জগতে প্রবেশ করতে হয় কিংবা অপরাধীর সঙ্গে সম্পর্ক তৈরি করতে হয়; কিন্তু তা করতে গিয়ে রিপোর্টার কোনোরূপ অপরাধের সঙ্গে নিজেকে জড়িয়ে ফেলবেন না। বিভিন্ন পক্ষ থেকে বিভিন্ন সময়ে রিপোর্টারের ওপর চাপ আসবে এবং তা রিপোর্টার কৌশলে অতিক্রম করবেন। তিনি সবসময় পেশাদারি দূরত্ব (Professional distance) বজায় রেখেই সংবাদক্ষেত্রে বিচরণ করবেন।

৪.৬. সোর্স পরিচালনায় কার্যকর কিছু নির্দেশনা

- সোর্সের যথাযথ পরিচর্যা:** শুধু সংবাদ সংগ্রহকালৈই নয়, অন্যসময়ও সোর্সের ভালো-মন্দ খোঁজ-খবর নিয়ে সোর্সকে আপডেট রাখলে প্রয়োজনের সময় ভালো ফল পাওয়া যাবে।
- যোগাযোগ কৌশল নির্ধারণ:** কার সঙ্গে কোথায়, কখন ও কিভাবে যোগাযোগ করতে হবে এবং কী ধরনের তথ্য সংগ্রহ করতে হবে সেজন্য উপযুক্ত পত্রায় প্রয়োজনীয় প্রস্তুতি নিতে হবে।
- সোর্স সম্পর্কে পর্যাপ্ত খোঁজখবর নেওয়া:** সোর্স সম্পর্কে ভালোভাবে জানা থাকলে প্রয়োজনমতো সোর্সের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করা ও কার্যকর সহযোগিতা পাওয়া সম্ভব হবে।
- সোর্সের ওপর নির্ভরতার মাত্রা:** সোর্সের ওপর অতিমাত্রায় নির্ভর করা কখনো বিপজ্জনক হতে পারে। সোর্স যাতে রিপোর্টারকে ব্যক্তিস্বার্থে ব্যবহার না করে কিংবা কোনো সংবাদ-ঘটনা থেকে তার দৃষ্টি অন্যদিকে ফিরিয়ে দেওয়ার চেষ্টা না করে, সে ব্যাপারেও রিপোর্টারকে সতর্ক থাকতে হবে।

- ৫. বিকল্প সোর্সের ব্যবহাৰ রাখা:** সবসময় প্ৰত্যাশিত সোৰ্স থেকে তথ্য সংগ্ৰহ কৰা সম্ভব না ও হতে পাৰে কিংবা কাঙ্গিত সোৰ্সকে সময়মতো না-ও পাওয়া যেতে পাৰে। সেক্ষেত্ৰে সংশ্লিষ্ট সংবাদেৱ ‘উত্তম বিকল্প’ সোৰ্স কে হতে পাৰে তা মনে মনে ঠিক কৰে রাখতে হবে।
- ৬. অফিচিয়েল সোৰ্স ব্যবহাৰ:** কখনো কখনো রিপোর্টৱেৱ নিজৰ কৰ্মাঙ্কনেৱ বাইৱেৱ সোৰ্সকেও তিনি কাজে লাগাতে পাৰেন। সেসব সোৰ্স থেকেও ভালো ভালো সংবাদ সংগ্ৰহ কৰা যেতে পাৰে।

৪.৭. বেনামা সোৰ্স সম্পর্কে সতৰ্ক থাকা

বেনামা কিংবা নাম-পৰিচয়হীন এবং বাহ্ল্য কিছু উৎস-সূত্ৰ সম্পর্কে যেকোনো দায়িত্বশীল সংবাদমাধ্যমকে সতৰ্ক থাকতে হবে। সোৰ্সেৱ নিৱাপত্তাৱ প্ৰশ্নে কিংবা সোৰ্সেৱ নাম প্ৰকাশ কৱলে তাৰ ওপৰ নানাপ্ৰকাৰ চাপ আসতে পাৰে, এমন ক্ষেত্ৰবিশেষে ‘নাম প্ৰকাশ না কৱাৰ শৰ্তে’ লেখা যেতে পাৰে; কিন্তু ঢালাওভাবে ‘নাম প্ৰকাশে অনিচ্ছুক’ উল্লেখ কৱা হলে রিপোর্টেৱ গ্ৰহণযোগ্যতা ও বিশ্বাসযোগ্যতা নষ্ট হয়ে যায়। যেখানে এমন সূত্ৰ উল্লেখ কৱা ছাড়া উপায় থাকবে না, সেখানে স্পষ্টভাবে বলে দিতে হবে, কেন সংশ্লিষ্ট সূত্ৰেৱ নাম প্ৰকাশ কৱা সম্ভব হয়নি। পাশাপাশি সেই সূত্ৰ সম্পর্কে কিছু তথ্য দিয়ে সুনিৰ্দিষ্ট কৱে দিতে হবে। তবে অবশ্যই খেয়াল রাখতে হবে, এৱে মাধ্যমে যেন তাৰ পৰিচয় প্ৰকাশ না পেয়ে যায়। আৱ কেউ ‘অফ দ্য ৱেকৰ্ড’ কিছু বললে, সেটাকে সংবাদে ব্যবহাৰ কৰা যাবে না। এখানে কিছু বেনামা ও বাহ্ল্য প্ৰকৃতিৱ উৎস-সূত্ৰেৱ উদাহৰণ তুলে ধৰা হলো:

১. নাম প্ৰকাশে অনিচ্ছুক (একুপ ব্যবহাৰ এড়িয়ে চলুন)
২. বিশ্বস্তসূত্ৰ (দুৰ্বল সংবাদসূত্ৰ)
৩. সংশ্লিষ্টসূত্ৰ (একুপ ব্যবহাৰ এড়িয়ে চলুন)
৪. অভিজ্ঞ মহল (বাহ্ল্য ও দুৰ্বল তথ্যসূত্ৰ)
৫. উৰ্বৰতন কৰ্তৃপক্ষ (দুৰ্বল তথ্যসূত্ৰ)
৬. বিশেষজ্ঞদেৱ ধাৰণা (দুৰ্বল তথ্যসূত্ৰ)
৭. এলাকাবাসীৱ ঘতে (বাহ্ল্য ও দুৰ্বল তথ্যসূত্ৰ)
৮. ঘটনাৰ বিবৰণে প্ৰকাশ (বাহ্ল্য সংবাদসূত্ৰ)
৯. জানা গেছে (একুপ ব্যবহাৰ এড়িয়ে চলুন)
১০. খৌজ নিয়ে জানা গেছে (বাহ্ল্য ও দুৰ্বল সংবাদসূত্ৰ)
১১. সৱেজমিনে খৌজ নিয়ে জানা গেছে (একুপ ব্যবহাৰ এড়িয়ে চলুন)

১২. অনেকের মতে/অনেকে মনে করেন (বাহ্ল্য তথ্যসূত্র)
১৩. ওয়াকিবহাল মহল/সচেতন লোকজন মনে করেন/সাধারণ মানুষ মনে করেন (বাহ্ল্য ও দুর্বল তথ্যসূত্র)
১৪. জানান, স্বীকার করেন (এ ধরনের শব্দ ব্যবহারের বিষয়ে যথেষ্ট সতর্ক থাকুন। কারণ, ‘জানান’ মানে ধরেই নেওয়া হলো যে, কথাটা সত্যি। আর ‘স্বীকার করেন’ প্রশ্নেও একই কথা। অনেক সময় পরিস্থিতির শিকার হয়েও অনেকে কিছু কথা বলতে পারেন, যা আসলে সত্যি নয়)।

৪.৮. সংবাদ সংগ্রহের কৌশলগত বিভিন্ন দিক

১. রিপোর্টারকে কাঞ্চিত সংবাদের পেছনে এবং কখনো কখনো বিশেষ কোনো গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের জন্য সোর্সের পেছনে নাছোড়বাদ্দা হয়ে লেগে থাকতে হবে।
২. রিপোর্টারকে সংবাদ সংগ্রহ করতে গিয়ে অবস্থা ও পরিবেশ বুঝে যেকোনো বিকল্প কৌশল অবলম্বন করার ব্যাপারে মানসিকভাবে প্রস্তুত থাকতে হবে।
৩. তথ্য দেওয়ার কারণে সোর্সকে কোনোপ্রকার ক্ষতির সম্মুখীন হতে হবে না, বরং তা তার জন্য মঙ্গলজনক হবে- এ ব্যাপারে প্রতিবেদককে নিশ্চিত থাকতে হবে। পাশাপাশি সোর্সকে একেবারে ধারণা দিলে অনেকক্ষেত্রেই তার কাছ থেকে কাঞ্চিত তথ্য সহযোগিতা পাওয়া সহজ হবে।
৪. কোনো গুরুত্বপূর্ণ ও সংবেদনশীল তথ্য বা ঘটনা প্রকাশের ব্যাপারে সোর্স অনেক সময় উদ্বিগ্ন থাকেন। তার আশঙ্কা থাকে, দেওয়া তথ্য যথাযথভাবে পরিবেশিত হবে কি না। এমনক্ষেত্রে সোর্সকে এই ধারণা দেওয়া যুক্তিসংগত হবে যে কোনোক্রমেই তার দেওয়া বক্তব্য বা তথ্য বিকৃতভাবে পরিবেশিত হবে না।
৫. কেমন প্রশ্ন করলে সোর্স থেকে কী ধরনের উত্তর আসতে পারে, তা অনুমান করে রিপোর্টার প্রশ্ন ফুরিয়ে বা ‘দ্বিমুখী প্রশ্নের কৌশল’ অবলম্বন করে সঠিক তথ্য বের করে আনতে পারেন।
৬. সবসময়ই আগে থেকে কিছু জেনে নিলে প্রশ্ন করা এবং প্রত্যাশিত উৎস-সূত্র থেকে যথাযথভাবে তথ্য সংগ্রহ করা সহজ হয়।
৭. প্রয়োজনীয় সময় ও সুযোগ না পেলে কিংবা গুরুত্বপূর্ণ কোনো সোর্সের সাক্ষাৎকারমূলক তথ্য বা বক্তব্য তাৎক্ষণিকভাবে লেখা সম্ভব না হলে তার বক্তব্য শেষ হওয়ামাত্রই স্মৃতি থেকে তা মুছে যাওয়ার আগেই নোটবুকে লিখে নিতে হবে।

- অনেকসময় সোর্স নিজে এগিয়ে এসে রিপোর্টারকে তথ্য সরবরাহ করে। আবার, কোনো কোনো ক্ষেত্রে রিপোর্টারের প্রতিবেদন লেখার ব্যাপারে সোর্স খবরদারি করার চেষ্টা করে। এসবক্ষেত্রে রিপোর্টারকে কৌশলী হয়ে সোর্সের অনাকাঙ্ক্ষিত হস্তক্ষেপ থেকে মুক্ত থেকে নিরপেক্ষ ও বস্তুনিষ্ঠভাবে সংবাদ পরিবেশনে সচেট থাকতে হবে।
- রেকর্ডের চালু থাকলে অনেক সময় সোর্স স্বচ্ছদে কথা বলতে চান না; সেক্ষেত্রে রেকর্ডের বদ্ধ করেই তার সঙ্গে কথা বলতে হবে। তাছাড়া অনুমতি ব্যতিরেকে কখনোই গোপনে সোর্সের বক্তব্য রেকর্ড করা সঙ্গত নয়; তবে জনস্বার্থে বড় কোনো অপরাধমূলক বা বিশেষ সংবেদনশীল ঘটনার ক্ষেত্রে তা ব্যতিক্রম হতে পারে।
- কখনো কখনো সোর্স মুখ ঝুলতে না চাইলে রিপোর্টার ভিন্ন কৌশল নিতে পারেন। সোর্সকে এভাবে বলা যেতে পারে যে, রিপোর্টারের কাছে প্রায় সব তথ্যই রয়েছে; এখন সোর্স দু'একটি বিশেষ তথ্য দিলে রিপোর্টটি পূর্ণাঙ্গ হতো। এর মাধ্যমে সোর্সের মনে এই ধারণা জন্মাতে হবে যে, যেহেতু রিপোর্টটি ঠিকানো যাচ্ছে না, সেহেতু রিপোর্টটি যাতে ভুল বা অসম্পূর্ণভাবে প্রকাশিত না হয় তার জন্য সঠিক তথ্য দেওয়াই শ্রেয়। এতে অনেকক্ষেত্রেই ভালো ফল পাওয়া যাবে।

৪.৯. তথ্য সংগ্রহকালো প্রতিবেদকের নিত্যকার কিছু সীমাবদ্ধতা

- সোর্সকে সঠিকভাবে চিহ্নিত করতে না পারা;
- এমন কোনো সত্য যা সোর্স গোপন করেছে, তা উদ্ঘাটন করা;
- বিশেষ কোনো ফোনকলের প্রত্যুত্তর না আসা;
- রেকর্ড, তথ্য বা নিউজপেপার ক্লিপিং হারিয়ে ফেলা;
- কোনো ঘটনা সঠিকভাবে শুনতে বা দেখতে না পারা;
- সহায়ক বিশেষ কোনো বই বা ম্যাগাজিন পড়ার সময় করতে না পারা;
- আগের দিনের সংবাদপত্রসমূহের প্রথম পাতা দেখতে না পারা;
- বিশেষ কোনো প্রশ্ন যা বিশেষ কোনো সোর্সকে জিজাসা করা প্রয়োজন ছিল;
- অ্যাপয়েন্টমেন্ট রক্ষা করতে না পারা/অ্যাপয়েন্টমেন্ট মিস করা;
- প্রতিবেদনের কোনো গুরুত্বপূর্ণ অংশ কপি এডিটর কর্তৃক কেটে ফেলা;
- সচরাচর ঘটে থাকে রিপোর্টারের এমন আরও কিছু ব্যক্তিগত সীমাবদ্ধতা।

৪.১০. তথ্য সংগ্রহের চেকলিস্ট

একজন প্রতিষ্ঠিত রিপোর্টার দীর্ঘকাল ধরে রিপোর্টিংয়ের জন্য তথ্য সংগ্রহ করার অভিজ্ঞতা নিয়েও প্রায়শ খুঁটিনাটি ভুল করে বসেন। এক্ষেত্রে বর্তমান প্রজন্মের চৌকস রিপোর্টারগণ তথ্য ঘাটাতি কিংবা তথ্যসূত্র সংক্রান্ত ভুল-ক্রটি ও বিভ্রান্তি এড়ানোর জন্য রিপোর্টিংকালে তথ্য সংগ্রহের সম্ভাব্য একটি চেকলিস্ট অনুসরণ করে থাকেন। শিক্ষার্থী ও নবীন সাংবাদিকদের অনুসরণযোগ্য দু'টি সম্ভাব্য তথ্যানুসন্ধান চেকলিস্ট বর্তমান আলোচনার এ অংশে তুলে ধরা হলো:

৪.১০.১. তথ্যানুসন্ধান চেকলিস্ট : অনুশীলনী - ১

একটি শুরুতর অগ্নিদুর্ঘটনার তথ্য সংগ্রহের পূর্ণাঙ্গ চেকলিস্ট হতে পারে নিম্নরূপ:

১. আহত ও নিহতের সংখ্যা;
২. দুর্ঘটনাস্থল, বর্তমান অবস্থা;
৩. দুর্ঘটনার কারণসমূহ;
৪. কখন ও কোথায় অগ্নিকাণ্ডের শুরু ?
৫. অগ্নিকাণ্ড কীভাবে ছড়িয়ে পড়ে ?
৬. কখন আগুন নিয়ন্ত্রণে আসে ?
৭. বিষয়-সম্পত্তির ক্ষতির পরিমাণ;
৮. অবকাঠামোগত ক্ষতির পরিমাণ কী?
৯. ক্ষয়ক্ষতির নিরাপিত মূল্য;
১০. দালানকোঠার ধরন;
১১. জনগণের নিরাপত্তার জন্য গ্রহীত পদক্ষেপসমূহ কী?
১২. উদ্ধারকার্য কী মাত্রায় চলছে ?
১৩. অগ্নিকাণ্ডটি প্রথম কে দেখেছে ?
১৪. কয়টি অগ্নিনির্বাপক প্রতিষ্ঠান ও কতজন উদ্ধারকর্মী উদ্ধারকার্যে সম্পৃক্ত হয়েছে?
১৫. কী পরিমাণ পানি লেগেছে?
১৬. নিহত-আহত হওয়ার সঠিক কারণ;
১৭. আহত ও নিহতদের কোথায় নেওয়া হয়েছে ?
১৮. অগ্নিদৰ্শক ব্যক্তিদের উদ্ধৃতি;
১৯. অগ্নিদৰ্শক ও ক্ষতিহস্তদের জীবনে এই দুর্ঘটনা কী প্রভাব ফেলবে ?
২০. প্রতিবেশী ও প্রত্যক্ষদৰ্শীর মতব্য;

২১. বিমা কোম্পানির বিবৃতি;
২২. উদ্দেশ্যমূলক অগ্নিকাণ্ড কি না;
২৩. সন্দেহভাজনদের তালিকায় অন্তর্ভুক্ত কারা ?
২৪. কোনো ফ্রেফতারের ঘটনা;
২৫. অপ্রীতিকর ঘটনার আশঙ্কা ।

৪.১০.২. তথ্যানুসন্ধান চেকলিস্ট : অনুশীলনী - ২

বিমান দুর্ঘটনার তথ্য সংগ্রহের পূর্ণাঙ্গ একটি চেকলিস্ট হতে পারে নিম্নরূপ:

১. নিহত ও আহতের সংখ্যা;
২. দুর্ঘটনার ফলে বিমানে অগ্নিকাণ্ড ও অন্যান্য ক্ষয়ক্ষতি;
৩. সময়, স্থান ও দুর্ঘটনার অফিসিয়াল কারণ;
৪. বিমানটির উজ্জ্বলন ও গন্তব্যস্থান;
৫. এয়ারলাইনসের নাম ও ফ্লাইট নম্বর;
৬. বিমানের ধরন, প্রস্তুতকারক, ইঞ্জিনের সংখ্যা;
৭. ক্ষতিগ্রস্তদের নাম ও পরিচয়;
৮. বেঁচে যাওয়া যাত্রীদের নাম;
৯. আহতদের অবস্থা;
১০. মৃত ও আহতদের কোথায় নেওয়া হয়েছে ?
১১. মৃত্যুর কারণ (সংঘর্ষ, আগুন, পুড়ে যাওয়া...);
১২. দুর্ঘটনাটি ভূমি থেকে কত উচ্চতায় ঘটেছে ?
১৩. আবহাওয়া ও বিমানটির চলন্ত অবস্থা কেমন ছিল ?
১৪. পাইলটের শেষ কথাগুলো কী ছিল ?
১৫. পুলিশ, দমকল বাহিনী ও আগকর্মীদের ঘটনাস্থলে উপস্থিত হওয়ার দৃশ্যচিত্র;
১৬. অস্বাভাবিক ও বীরত্পূর্ণ কোনো ঘটনা;
১৭. বেঁচে যাওয়া প্রত্যক্ষদর্শীর বিবরণ;
১৮. ঘটনাস্থলে (ভূমিতে) অবস্থিত প্রত্যক্ষদর্শীর বিবরণ;
১৯. বিমান নিয়ন্ত্রণ কর্মকর্তা, অফিসিয়াল ও বিমান সংস্থার বক্তব্য;
২০. বিমানটির প্রকৃত মূল্য;
২১. বিদেশের সংশ্লিষ্ট শুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিদের প্রাসঙ্গিক মতামত;
২২. বিস্ময় হওয়ার পূর্বে বিমানটির গতিমুখ কীরূপ ছিল ?
২৩. ফ্লাইট রেকর্ডার উদ্বার করা সম্ভব হয়েছে কি ?

২৪. বিমানটি কি পাওয়া গেছে, না-হারিয়ে গেছে ?
২৫. বিপন্ন যাত্রীদের মধ্যে বেঁচে যাওয়া কোনো ব্যক্তি;
২৬. অফিসিয়াল তদন্ত।
- [তথ্যসূত্র : মেলভিন মেনচার, নিউজ রিপোর্টিং অ্যান্ড রাইটিং]

৪.১১. শুরুতর দুর্ঘটনার শুরুতপূর্ণ সোর্সসমূহ

শুরুতর যেকোনো দুর্ঘটনায় প্রাথমিক যেসব সংবাদ উৎসের অনুসন্ধান করা জরুরি সেসবের মধ্যে নিম্নবর্ণিত উৎসক্ষেত্র বিশেষভাবে উল্লেখযোগ্য:

১. পুলিশ বিভাগ/থানা
২. হাসপাতাল
৩. স্থানীয় ক্লিনিক
৪. মর্গ
৫. ফায়ার সার্ভিস
৬. সংশ্লিষ্ট সাহায্যকারী সংস্থা
৭. স্বেচ্ছাসেবক প্রতিষ্ঠান (যেমন: রেডক্রস/ রেডক্রিসেন্ট)
৮. নগর ভবন/সিটি কর্পোরেশন/পৌরসভা
৯. অগ্নিবিপ্তি প্রতিষ্ঠানের রিপোর্ট
১০. প্রত্যক্ষদর্শীর বিবরণ।

৪.১২. চৌকস রিপোর্টারের সম্ভাব্য একটি সোর্সবুক

রাজধানীতে নগর সম্পাদকের অধীনে কর্মরত একজন চৌকস রিপোর্টারের সোর্সবুকে নিত্যদিনকার সংবাদ সংগ্রহের চেকলিস্ট হিসেবে যেসব সোর্স তথা উৎস-সূত্র, ইস্যু-বিষয় ও ‘সম্ভাব্য সংবাদ-ঘটনা’ (সম্ভাব্য সোর্সের নাম, ঠিকানা ও কোন নম্বর সংশ্লিষ্ট প্রতিবেদককে সংগ্রহ করতে হবে) অন্তর্ভুক্ত থাকবে তার একটি অনুমিত তালিকা হতে পারে নিম্নরূপ:

- > অকুস্থল ঘটনা/দুর্ঘটনা
- > অগ্নিকাণ্ড
- > অডিট রিপোর্ট
- > অন্ত্যেষ্টিক্রিয়া
- > অর্থ
- > অপরাধ
- > অবৈধ মাদক বিক্রয় কেন্দ্র
- > অসুস্থতা

- অ্যাকাডেমি (কালচারাল ও ট্রেনিং)
- অ্যাসোসিয়েশন (বিভিন্ন সমিতি)
 - আইনজীবী সমিতি
 - আইনজীবী সম্প্রদায়
 - আইএনজিও/আন্তর্জাতিক সংস্থাসমূহ
 - আঙ্গুয়ান-ই-মফিদুল ইসলাম
 - আগবিক শক্তি কমিশন
 - আদালত
 - আধা সরকারি সংগঠন
 - আন্তর্জাতিক সভা/সম্মেলন
 - আবহাওয়া
 - আবহাওয়া অফিস
 - আমন্ত্রণপত্র
 - আর্মি ক্যাম্প
- ইআরডি
- ইন্টারনেট
- ইলেক্ট্রনিক ডাটাবেইজ
- ইসলামিক ফাউন্ডেশন
- ইজারা/ইজারাদার
- ঈদগাহ
- উৎসব
- উদ্যোগস্থ সংগঠন/ প্রতিষ্ঠান
- উদ্বোধনি অনুষ্ঠান
- উজ্জ্বাবনী প্রতিষ্ঠান
- এক্যুরিয়াম
- এয়ার ট্রাফিক কন্ট্রোল টাওয়ার (এটিসি)
- এতিমখানা
- এথেনিক ছফ্প

- এনজিও
- এনটিক্স
- এনসাইক্লোপিডিয়া
- এমপি হোস্টেল
- এলজিইডি
- এশিয়াটিক সোসাইটি
- এসিড নিক্ষেপ

- ওয়ার্কশপ
- ওয়াসা

- কপিরাইট অফিস
- কপোরেট বিভিংস
- কবরস্থান
- ক্রাইম বেল্টস
- ক্রাইম সিভিকেট
- কুলখানী
- কূটনৈতি বিশেষজ্ঞ
- কোচিং সেন্টার
- ক্যান্টনমেন্ট
- ক্যাবল অপারেটরস অ্যাসোসিয়েশন
- ক্যালেন্ডার

- খনি/জ্বালানি বিষয়ক সংস্থা/মন্ত্রণালয়
- ঝুন
- খেলাধূলা
- খেলার মাঠ

- গবেষণাগার
- গবেষণা প্রতিষ্ঠান/সংগঠন
- গুরুত্বপূর্ণ বার্ষিকী
- গোয়েন্দা সংস্থা
- গোলটেবিল বৈঠক
- গ্যারেজ
- গ্রেন্ডার

- ঘূর্ণিঝড়
- চলচ্চিত্র প্রতিষ্ঠান
- চাইল্ড কেয়ার সেন্টার
- চায়ের স্টেল
- ছাত্র সংগঠন (সামাজিক ও রাজনৈতিক)
- জনসভা
- জবটেস্ট
- জলোচ্ছাস
- জাতীয় সংসদ
- জাদুঘর
- জার্নাল
- জিও/এনজিওদের বিভিন্ন প্রজেক্ট
- জেলখানা
- ঝড়-ঝঁঝা
- ঝড় মৌসুম
- টিভি চ্যানেল
- টিভি ভবন
- টেলার (ব্যবসা ও অন্যান্য)
- টেলিফোন একচেঞ্জ
- ট্যাক্সি ও কাস্টমেস অফিস
- ট্যাক্সি স্ট্যান্ড
- ট্রাফিক সিগনাল স্পট
- ট্রেড ইউনিয়ন
- ঠিকাদার সমিতি
- ঠিকাদারি প্রতিষ্ঠান/সংস্থা
- ডাক বিভাগ
- ডিএফপি

- > ডিফেন্স অফিসিয়ালস (আর্মি, নেভি ও এয়ারফোর্স)
- > ডেসা
- > ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়
- > ঢাকার বিখ্যাত অন্যান্য স্কুল-কলেজ-বিশ্ববিদ্যালয়
- > ধর্ম সম্প্রদায়
- > ধর্মীয় অনুষ্ঠান
- > ধর্মীয় সংগঠন
- > নগর ভবন
- > নতুন আবিষ্কার/উদ্ঘাবন
- > নতুন মতবাদ
- > নথিপত্র
- > নারী উদ্যোক্তা/সংগঠন
- > নারী নির্যাতন
- > নির্বাচন কমিশন অফিস
- > নির্বাচন পর্যবেক্ষক সংস্থা
- > নোটিশ বোর্ড
- > পশ্চামার/পশ্চরহাট
- > পরামর্শদানকারি/ব্যক্তি/প্রতিষ্ঠান
- > পরিবেশ অধিদপ্তর
- > পরিবেশ সাংবাদিক ফোরাম
- > পত্রিকা অফিস
- > পার্ক
- > পাঠাগার
- > পাবলিক পরীক্ষাসমূহ
- > পাবলিক সার্ভিস কমিশন
- > পাবলিক হেলথ ইঞ্জিনিয়ারিং ডিপার্টমেন্ট
- > পাসপোর্ট অফিস
- > পাহাড়/পর্বত
- > প্ল্যানিং কমিশন
- > পিআইবি
- > পিআইডি

- পিডিবি
- পুলিশ স্টেশন
- প্যাকেজ প্রোডাকশন হাউস
- প্রচারপত্র
- প্রদর্শনী
- প্রতিবন্ধী কেন্দ্র
- প্রশিক্ষণ কেন্দ্র
- প্রশিক্ষণ/কর্মশালা
- প্রীতি সম্মেলন
- প্রেস কাউন্সিল
- প্রেসক্লাব
- প্রেস নেট
- প্রেস বিজ্ঞপ্তি
- প্রোফেশনাল ও সার্ভিস ক্লাব

- ফাঁয়ার স্টেশন
- ফিল্ম সেপর বোর্ড
- ফেরিঘাট/লক্ষ্মঘাট

- বড় কোনো নির্মাণ প্রক্রিয়া
- বইপত্র
- বন্যা
- বষ্টি
- বর্ষপঞ্জী
- বাংলা একাডেমি
- বাজার
- বার্তাকক্ষের টেবিল
- বাস টার্মিনাল
- বিআইডিএস
- বিআরআরআই
- বিআরটিসি
- বিএসটিআই
- বিজিএমইএ
- বিজ্ঞাপন

- বিনিয়োগ/বিনিয়োগ বোর্ড
- বিবাহ বিচ্ছেদ
- বিভিন্ন কম্পিউটার কেন্দ্র
- বিভিন্ন জাতিসংঘ কর্মী (স্থানীয়)
- বিভিন্ন মন্ত্রণালয়
- বিমান বন্দর
- বিশ্ব ঐতিহ্য/জাতীয় ঐতিহ্য
- বিশ্ববিদ্যালয় মন্ত্রীর কমিশন (ইউজিসি)
- বিমান সার্ভিস (সরকারি ও বেসরকারি)
- বেসরকারি চিকিৎসা কেন্দ্র
- বেসরকারি সংগঠন
- ব্যবসা প্রতিষ্ঠান
- ব্যাংক ও ইস্যুরেন্স কোম্পানি
- বৃক্ষাশ্রম
- বৃষ্টিপাত
- বৈজ্ঞানিক আবিষ্কার

- ভর্তি পরীক্ষা
- ভবযুরে কেন্দ্র
- ভিডিও ক্লাব
- ভূমিকম্প
- ভোটকেন্দ্র
- ভোট সংগ্রহ কার্যক্রম ও প্রচার

- মঞ্চ ও থিয়েটার ইল
- মসজিদ-মন্দির-গির্জা
- মহামারি
- মহিলা সংগঠন
- মাদকদ্রব্য নিয়ন্ত্রণ বিভাগ অধিদপ্তর
- মানসিক হাসপাতাল
- মিডিয়া সংগঠন
- মিল-কারখানা-শিল্প প্রতিষ্ঠান
- মিলনায়তনসমূহ
- মেলা/সমাবেশ/শোভাযাত্রা
- ম্যাগাজিন

- যানবাহন
- রাজধানী উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ
- রাজনৈতিক দল
- রিপোর্টারের নিজস্ব সোর্সসমূহ
- ৱেডক্রস/ৱেডক্রিসেন্ট সোসাইটি
- ৱেলাইট জোন
- ৱেডিও ভবন
- ৱেডিও স্টেশন
- ৱেলওয়ে স্টেশন
- ৱেন্টুরা
- ৱেগব্যাধি
- লাইভস্টক রিসার্চ
- লোক প্রশাসন প্রশিক্ষণ একাডেমি
- শিপিং মল/শিপিং কমপ্লেক্স
- শিক্ষা বোর্ড
- শিক্ষা মন্ত্রণালয়/অধিদপ্তর
- শিল্পকলা একাডেমি
- শিল্প প্রতিষ্ঠান
- শিশু একাডেমি
- শিশু সংগঠন
- শীর্ষ বাণিজ্য সংস্থা/বিভিন্ন এন্টারপ্রাইজ
- শ্রমিক সংগঠন
- সংখ্যালঘু সম্প্রদায়
- সংসদ
- সচিবালয়
- সত্রাসী, সত্রাসবাদী সংগঠন/সত্রাসী ঘটনা
- সন্ধিপত্র/চুক্তি/ঘোষণা/মতৈক্য
- সম্মাননা অনুষ্ঠান
- সমীক্ষা/গবেষণার ফলাফল
- সম্মেলন/সেমিনার
- সরকারি দলিলপত্র

- সরকারি সংগঠন
- সংবাদপত্র/সংবাদমাধ্যম
- সংবাদ সম্মেলন
- সংবাদ সংস্থা
- সড়ক ও জনপথ বিভাগ
- সরকারি প্রচারপত্র
- স্বনামধন্য ব্যক্তিত্ব
- স্টক একচেশ
- সাইবার ক্যাফে
- সামাজিক-সাংস্কৃতিক একাডেমি
- সামাজিক-সাংস্কৃতিক সংগঠন
- সায়েন্সেস্কুল
- সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠান
- সাংস্কৃতিক সংগঠন
- সার্ভিস সেন্টার
- শাস্ত্র অধিষ্ঠর/মন্ত্রণালয়
- হানীয় জাতিসংঘ কার্যালয়
- হানীয় সংঘ/সমিতি
- হানীয় সরকারি সংস্থা
- সিভিকেট
- সিনেমা হল
- সিটি কর্পোরেশন
- সীমান্তবর্তী এলাকা
- সেমিনার পেপারস
- স্যাটেলাইট চ্যানেল সংযোগকারী
- স্টেডিয়াম
- স্যালুন

- হুরতাল/ধর্মঘট
- হাসপাতাল
- হেলথ ক্লাব
- হোটেল
- হ্যাণ্ড আউট

সোর্সবুক সহায়ক ধরণসমূহ: মোবাইল ফোনসোস, গ্রাম্যোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ, ঢাকা বি.

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ৮৭

পুনর্গঠিত ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. গেরি গিল, এশিয়ান রিপোর্টার: প্রতিবেদন কৌশল সারঞ্জস্থ, বাংলা একাডেমি, ঢাকা, ১৯৯৫
২. হেদায়েত হোসাইন মোরশেদ, রিপোর্টারের নেটুরুক, বর্ষ বিচ্ছা, ঢাকা, ১৯৮৬
৩. মীর মাসুরুর জামান ও জগদীশ সানা (সম্পাদিত) ত্রৃণমূল সাংবাদিকতা: ধারণা ও কলা-কৌশল, এমএমসি, ঢাকা, ২০০০
৪. মো. সাজ্জাদ হোসেন ও আজফার আজিজ (সম্পাদিত) ঢাকার বাইরে সাংবাদিকতা, বিসিডিজিসি, ঢাকা, ২০০০
৫. Herbert Strentz, *News Reporting and News Sources* (2nd edition) Prentice-Hall of India Private Limited, New Delhi, 1992
৬. Julian Harriss, et. al, *The Complete Reporter*, Macmillan Publishing Company, New York, 1985
৭. Mitchell V. Charnley, *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
৮. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৯. Barun Roy, *Beginners Guide to Journalism*, Pustak Mahal, Delhi
১০. Clayton, Joan *Journalism for Beginners* (Update edition), Piatkus, London, 2000
১১. Lynette Sheridan Burns, *Understanding Journalism*, Sage Publications, London, 2002
১২. Fred Fedler, *Reporting for the Print Media* (5th edition), Harcourt Brace College Publishers, New York, 1993
১৩. James M Neal, et. al. *News Writing and Reporting* (1st Indian Reprint), Surjeet Publications, Delhi, 1982
১৪. Chilton R. Bush, *News Writing and Reporting Public Affairs* (2nd edition), Chilton Book Company, Philadelphia, (1970),
১৫. Rangaswami Parthasarathy, *Basic Journalism* (Reprint), Macmillan India Limited, Madras, 1989
১৬. Barbara Alysen, et. al. *Reporting in a Multimedia World*, Allen & Unwin, Crown Nest, Australia, 2003

‘Ones first step on wisdom is to question everything –
and ones last is to come to terms with everything.’
– Goerge Christoph Lichtenberg



অধ্যায় পাঁচ

সাক্ষাৎকার সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস বিফিং

"The media only report stupid or careless answers, not stupid or unfair questions."
— Colin Powell

"Interviews not only provide a reporter with essential information, they also add life and voice to a story."
— News Gathering and Reporting Guide
[Oklahoma City University]

৫.১. সাক্ষাৎকার কী ও কেন?

আধুনিক সাংবাদিকতায় রিপোর্টিংয়ের এক অনিবার্য অনুষঙ্গ হলো সাক্ষাৎকার। সাধারণত তথ্য ও মতামত আদান-প্রদানের উদ্দেশ্যে দুই বা ততোধিক ব্যক্তির মধ্যে কথোপকথনের ভিত্তিতে তথ্য সংগ্রহের কৌশল বা পদ্ধতিকে বলা হয় সাক্ষাৎকার।

বর্তমানে সংবাদপত্র, রেডিও, টেলিভিশন, অনলাইন নিউজ পোর্টালসহ বিভিন্ন সংবাদমাধ্যমে বিচির ধরনের সাক্ষাৎকারমূলক প্রতিবেদন প্রকাশিত ও সম্প্রচারিত হচ্ছে। বিশ্বব্যাপী এ সময়ের ইলেক্ট্রনিক গণমাধ্যমগুলো সময় ও দূরত্বের সকল ব্যবধান ঘূচিয়ে তাৎক্ষণিকভাবে টেলিফোন, ভিডিও ও স্যাটেলাইট সম্প্রচারের মাধ্যমে আকর্ষণীয় সব সাক্ষাৎকার প্রচার করে যাচ্ছে। সঙ্গতকারণে আধুনিক যুগের রিপোর্টিংয়ে বিশেষ করে সংবাদ ও ফিচারে সাক্ষাৎকারের স্থান ও গুরুত্ব অপরিসীম।

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ৮৯

সাক্ষাৎকার হচ্ছে তথ্য সংগ্রহের একটি আদিম প্রক্রিয়া ও মৌলিক পদ্ধতি। মূলত প্রশ্নোত্তর পদ্ধতিতেই সাক্ষাৎকার অনুষ্ঠিত হয়ে থাকে। সাক্ষাৎকার গ্রহণপর্বে যিনি সাক্ষাৎকার গ্রহণ করেন তাকে বলা হয় ‘Interviewer’ বা সাক্ষাৎকার গ্রহণকারী; আর অপরদিকে যিনি সাক্ষাৎকার প্রদান করেন তাকে বলা হয় ‘Interviewee’ বা সাক্ষাৎকারদাতা।

‘সাক্ষাৎকার’ কথাটির ইংরেজি প্রতিশব্দ ‘Interview’-এর মধ্যে প্রত্যয়টির মূল অর্থ নিহিত রয়েছে; ‘Inter’ অর্থ ‘আন্ত’ বা দু’পক্ষের সংযোগ বা সম্পর্ক; আর ‘View’ অর্থ অভিমত বা ভাষ্য। অর্থাৎ সাক্ষাৎকার হলো দু’ব্যক্তির বা দু’পক্ষের মধ্যের মতামত, ভাষ্য বা কথোপকথনের রেকর্ড। সাক্ষাৎকার বলতে এক কথায় প্রতিবেদক ও সাক্ষাৎকারদাতার মধ্যে ব্যক্তিগত যোগাযোগকে বোঝায় (*‘Interview is the personal contact between the reporters and the interviewer’*)। অনলাইনভিত্তিক উপর্যুক্ত অভিধান উইকিপিডিয়ায় সংবাদ-সাক্ষাৎকার বলতে প্রকাশিতব্য বা সম্প্রচারযোগ্য একটি সংবাদ প্রতিবেদনের জন্য প্রতিবেদক কর্তৃক এক বা একাধিক ব্যক্তির কাছ থেকে বাক্যালাপ, কথোপকথন কিংবা সভার মাধ্যমে তথ্য আহরণ প্রক্রিয়া বা পদ্ধতিকে বোঝানো হয়েছে। সাংবাদিকতায় সাক্ষাৎকার বিষয়ক বহুল পঠিত গ্রন্থ *Interviewing : Principles and Practices*-এর গ্রন্থকারদ্বয় Charles J. Stewart and William B. Cash সাংবাদিকতা সংক্রান্ত সাক্ষাৎকারকে সংজ্ঞায়িত করেছেন এভাবে: “The journalistic interview is a specific type of informative interview where the interviewer solicits and conducts interviews with one or more ‘sources’ to gather supporting material for a news story. Journalistic interviews are conducted for nearly all forms of mediated news reporting including newspapers, magazines, television, and radio.”

সংবাদ সাক্ষাৎকার নানাভাবে, নানা আঙ্গিকে, নানা বিষয়ের ওপর ভিত্তি করে পরিচালিত হতে পারে। যেমন সমসাময়িক ঘটনাকেন্দ্রিক, বিশেষ বিতর্কিত কোনো ইস্যু বা বিষয়ভিত্তিক সাক্ষাৎকার যেমন হতে পারে, তেমনি বিশেষ সাফল্যের জন্য পুরস্কৃত কোনো ব্যক্তি, বিষয় সংশ্লিষ্ট বিশেষজ্ঞ সংস্থা বা প্রতিষ্ঠানের মুখ্যপ্রকারকে নিয়েও সাক্ষাৎকার পরিচালিত হতে পারে। আবার, সংবাদ আহরণের উপর্যুক্ত পছা ও গুরুত্বপূর্ণ উৎস হতে পারে গৃহপভিত্তিক সাক্ষাৎকার, সংবাদ সম্মেলন, প্রেস ট্রিফিং ইত্যাদি ধরনের আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকার।

৫.২. সাক্ষাৎকার গ্রহণের উদ্দেশ্যসমূহ

তথ্যসংগ্রহের বিশেষ কৌশল বা পদ্ধতি হিসেবে বহুভাবে, বহু মাধ্যমে, বহুমুখী উদ্দেশ্য নিয়ে সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়। সংবাদক্ষেত্রে মূলত যেসব প্রাথমিক উদ্দেশ্য নিয়ে সাক্ষাৎকার পরিচালিত হয় তা সংক্ষেপে নিম্নরূপ:

১. সংবাদমূল্য আছে এমন ঘটনার প্রকৃত স্বরূপ উদ্ঘাটন করা;
২. গুরুত্বপূর্ণ তথ্য ও খবর সংগ্রহ ও প্রকাশ করা;
৩. কোনো বিশেষ ঘটনার সামগ্রিক দিকসমূহ উন্মোচন করা;
৪. গুরুত্ববহু ও তাংপর্যপূর্ণ কোনো ঘটনার পূর্বভাস ও সম্ভাব্য পরিণতি সম্পর্কে আগাম ধারণা লাভ;
৫. গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিদের একান্ত কথকথা, অভিজ্ঞতা এবং তাদের ব্যক্তিগত জীবনবোধ ও জীবনাচরণ সম্পর্কে পাঠকের কৌতুহল নিবৃত্ত করা;
৬. কোনো ঘটনা/পরিস্থিতি সম্পর্কে বিশেষজ্ঞ পর্যায়ের অভিমত, কর্তৃপক্ষীয় মতামত ও পদক্ষেপ এবং নীতি নির্ধারণী বঙ্গব্য জনগণকে অবহিত করা;
৭. সর্বোপরি, জাতীয় জীবনের চলমান বিভিন্ন সমস্যার স্বরূপ উন্মোচন এবং তার সমাধানের রূপরেখা তুলে ধরা।

৫.৩. সাক্ষাত্কারের ধরন ও প্রকরণ

প্রকৃতিগত ধরন বিবেচনায় সাক্ষাত্কার বহু প্রকারের হতে পারে। তবে বৈশিষ্ট্যগত মূল্যায়নে সাক্ষাত্কারকে মূলত চারভাগে ভাগ করা যেতে পারে:

৫.৩.১ সংবাদ সাক্ষাত্কার : সংবাদ সাক্ষাত্কার হচ্ছে নিরেট সংবাদমূল্য নির্ধারক কোনো ঘটনা বা বিষয়ের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট কোনো দায়িত্বশীল উৎস-সূত্রে তাৎক্ষণিক সাক্ষাত্কার প্রক্রিয়া। সংবাদ সাক্ষাত্কারের ক্ষেত্রে ও পরিসর অনেক বিস্তৃত। চলমান রাজনীতি, অর্থনীতি, শিক্ষা, সংস্কৃতি, আবিক্ষার, উন্নয়ন পদক্ষেপ, নীতি-বিধি-আইন, অপরাধ প্রভৃতি বিষয়ের উপর এক বা একাধিক মাত্রার নতুন কোনো সংবাদ উপাদান যোগ হলে এ ধরনের সাক্ষাত্কারের প্রয়োজন পড়ে। এরূপ সাক্ষাত্কারে সাধারণত ঘটনার উপজীব্য বিষয়টিই সর্বাধিক প্রাধান্য পায়।

৫.৩.২ ব্যক্তি সাক্ষাত্কার : আমাদের সমাজে তথ্য জাতীয় জীবনে এমন কিছু ব্যক্তি আছে যারা নিজেরাই এক একটি প্রতিষ্ঠান। পাঠকমাত্রাই এ ধরনের মহৎ ও বিখ্যাত ব্যক্তিদের সম্পর্কে জানতে বিশেষ কৌতুহলী হন। স্ব-স্ব ক্ষেত্রে বিশেষ অবদানের কারণে সমাজের বিশিষ্ট অবস্থানে অধিষ্ঠিত ব্যক্তিদের ব্যক্তিগত জীবনবোধ, চিন্তা-চেতনা, রূচি, বিশ্বাস, পছন্দ-অপছন্দ, ইত্যাদিকে পাঠকের কাছে তুলে ধরতে এ ধরনের ব্যক্তিত্ব সাক্ষাত্কারের প্রয়োজন হয়। এরূপ সাক্ষাত্কারে সাধারণত নির্বাচিত সাক্ষাত্কারদাতার সার্বিক ব্যক্তিত্বই প্রধান্য পায়।

৫.৩.৩ গোষ্ঠী সাক্ষাৎকার : গোষ্ঠী সাক্ষাৎকার হচ্ছে সেই ধরনের সাক্ষাৎকার যেখানে রিপোর্টার সত্য ঘটনা ও বিশদ তথ্যাবলি উদ্ঘাটনের জন্য বিভিন্নজনের বক্তব্য ও মতামত সংগ্রহের জন্য বিভিন্ন ব্যক্তির সাক্ষাৎকার প্রয়োজন করেন। গোষ্ঠী সাক্ষাৎকারে সাক্ষাৎকারদাতার সংখ্যা ও পরিচয় মুখ্য নয়। বিশেষ কোনো বিষয়ের ওপর প্রশ্ন করে পরিপ্রেক্ষিত সম্পর্কসহ মতামত পাওয়ার লক্ষ্যে একুশ সাক্ষাৎকার ‘তথ্য সংগ্রহের আধুনিক কৌশল হিসেবে’ বিশেষ সীকৃত ও কার্যকর পদ্ধতি। এ ধরনের সাক্ষাৎকারকে ‘Symposium Interview’ও বলা হয়। এছাড়া, ‘প্যানেল আলোচনা’, ‘ফোকাস গ্রুপ ডিসকাশন’ পদ্ধতিও প্রকৃতিগতভাবে গোষ্ঠী সাক্ষাৎকারের মধ্যে পড়ে। এ ধরনের সাক্ষাৎকারে ব্যক্তির চেয়ে ইস্যু বা বিষয়টিই অধিকতর গুরুত্ব লাভ করে।

৫.৩.৪ সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং

সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং হলো এক বিশেষ ধরনের সাক্ষাৎকারভিত্তিক সংবাদযোগ্য তথ্যলাভের প্রক্রিয়া। আমরা লক্ষ করি, সংবাদমূল্যের গুরুত্ব বিচারে একুশ শতকের সাংবাদিকতায় নিয়ন্ত্রণকার তথ্যক্ষেত্রে বা সংবাদের উৎসস্থল হিসেবে সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং একটি অনন্য মর্যাদার স্থান দখল করে আছে। ঘটমান কিংবা সদ্যঘটিত কোনো ঘটনা, অবঙ্গ বা পরিস্থিতি সম্পর্কে সুনির্দিষ্ট একটি সোর্সের পক্ষ থেকে স্পষ্ট ধারণা ও ব্যাখ্যা তুলে ধরার পাশাপাশি সংবাদক্ষেত্রের সহযোগিতায় সে বিষয়ে তথ্য, মতামত এবং চিন্তা-ভাবনার খোরাক জোগানোর লক্ষ্যেই মূলত সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং-এর আয়োজন করা হয়। সংবাদযোগ্য তথ্যলাভের আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকার প্রক্রিয়া হিসেবে সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ব্রিফিং যখন ফলপ্রসূ হয়, তখন এটি হয়ে ওঠে তথ্য সংগ্রহের সবচেয়ে কার্যকরী ও সহায়ক পদ্ধা। আর যখন তা বিশেষ ফলদায়ক হয় না, তখন এটি তথ্য সংগ্রহের নাজুক পদ্ধা হিসেবে পরিগণিত হয়।

৫.৩.৪.১ সংবাদ সম্মেলন (Press Conference) : কী-কেন-কীভাবে?

সংবাদ সম্মেলন হলো এক ধরনের আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকার যেখানে সংবাদ সোর্স হিসেবে কোনো ব্যক্তি বা সংগঠন জনগণকে তাদের বক্তব্য জানানোর জন্য সংবাদমাধ্যমে কর্মরত সাংবাদিকদের একটি নির্দিষ্ট স্থানে আমন্ত্রণ জানায়। সংবাদক্ষেত্রে প্রকাশের জন্য আয়োজক পক্ষের মুখ্যপ্রতি হিসেবে কেউ একজন তাদের লিখিত বক্তব্য পাঠ করেন। অতঃপর সাংবাদিকদের পক্ষ থেকে প্রশ্ন আহ্বান করে বিভিন্ন প্রশ্নের উত্তর প্রদান

করা হয়। সাধারণত এ ধরনের আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকারে বিশেষ কোনো ইস্যু, উদ্ভৃত পরিস্থিতি, বা ঘটনার পরিপ্রেক্ষিতে আয়োজকপক্ষের স্মীয় অবস্থান জনসমক্ষে ব্যাখ্যা করে জনমত প্রভাবিত করার লক্ষ্যে নিজেদের বক্তব্য তুলে ধরা হয়।

অধিকাংশ সংবাদমাধ্যম তাদের প্রতিনিধি সাংবাদিক পাঠিয়ে সংবাদ সম্মেলন থেকে সম্ভাব্য সংক্ষিপ্ত সময়ের মধ্যে নির্দিষ্ট কিছু বিষয়ের ওপর চাহিদা ও পরিকল্পনা অনুযায়ী অধিকাংশ তথ্য পাওয়ার চেষ্টা করে।

সংবাদ সম্মেলন সভায় অংশগ্রহণের জন্য সংবাদমাধ্যম প্রতিনিধি হিসেবে একজন প্রতিবেদকের বিশেষ প্রস্তুতির প্রয়োজন রয়েছে। এই প্রস্তুতির ঘাটতি থাকলে একান্ত নির্ভরযোগ্য ও মূল্যবান তথ্যাবলি সংগ্রহ থেকে তিনি বঞ্চিত হতে পারেন। একইভাবে সংবাদ সম্মেলনে প্রাণ্ড তথ্য থেকে প্রতিবেদন তৈরির অনুকূলে অংশগ্রহণকারী প্রতিবেদকের সংবাদ যাচাই-বাচাই করার দক্ষতার পাশাপাশি সাক্ষাৎকার গ্রহণের নানা কলাকৌশল প্রয়োগের দক্ষতা কাজে লাগানোও জরুরি।

সংবাদ সম্মেলন থেকে মূল্যবান তথ্যলাভের কিছু কিছু সুবিধা যেমন আছে, তেমনি কিছু অসুবিধাও রয়েছে। সংবাদ সম্মেলন থেকে তথ্য সংগ্রহকালে একজন প্রতিবেদককে নানাবিধি বিরূপ পরিস্থিতির মুখে পড়তে হতে পারে। সংগত কারণে তাকে সম্ভাব্য সবধরনের পরিস্থিতি মোকাবিলা করার পাশাপাশি উদ্ভৃত সমস্যা থেকে উত্তরণের জন্য তার পর্যাণ মানসিক প্রস্তুতিসহ কৌশলী ভূমিকায় অবতীর্ণ হয়ে সফলভাবে সংবাদ সম্মেলন কাভার করতে হবে।

৫.৩.৪.২ প্রেস ব্রিফিং (Press Briefing)

প্রেস ব্রিফিং হচ্ছে সেই ধরনের সাক্ষাৎকার যেক্ষেত্রে বিশেষ কোনো বিষয় সম্পর্কে কোনো বিশিষ্ট ব্যক্তি বা ব্যক্তিবর্গ কিংবা সংস্থার পক্ষে মুখ্যপ্রাত্র হিসেবে কেউ একতরফা বক্তব্য উপস্থাপন করেন। এক্ষেত্রে দিমুখী প্রশ্নোত্তরের খুব একটা সুযোগ থাকে না। এখানে বিবৃতিদাতা তার বক্তব্য সাংবাদিকদের দ্রুত জানিয়ে দেন; অনেকক্ষেত্রে প্রশ্ন করার সুযোগ না দিয়েই অনুষ্ঠান শেষ করেন। আর এই মধ্যে সাংবাদিকবৃন্দ প্রশ্ন করলেও তার উত্তর প্রায়শ এড়িয়ে যাওয়া হয়।

৫.৩.৫ সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিং : সাদৃশ্য-বৈসাদৃশ্য

তাৎক্ষণিক তথ্যলাভের প্রক্রিয়া হিসেবে বৈশিষ্ট্যগত সাদৃশ্যের কারণে কিছু মিল থাকলেও সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিংয়ের মধ্যে বেশকিছু অমিল বা বৈসাদৃশ্য বিদ্যমান রয়েছে; কিন্তু অনেকে প্রেস কনফারেন্সের সঙ্গে প্রেস ত্রিফিংকে গুলিয়ে ফেলেন। প্রকৃত মূল্যায়নে সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিংয়ের মধ্যে নিম্নরূপ কিছু মিল-অমিল লক্ষ করা যায়:

৫.৩.৫.১ সাদৃশ্য

১. সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিং উভয়েরই লক্ষ্য হলো সংবাদক্ষেত্রের মাধ্যমে নাগরিকদের উদ্দেশে কোনো ঘটনা বা বিষয় সম্পর্কে নিজেদের অবস্থান, মতামত ও দৃষ্টিভঙ্গি তুলে ধরা।
২. সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিং উভয়ই সংবাদমূল্যের বিচারে সংবাদ সংগ্রহের একটি বড় উৎস ও তথ্যক্ষেত্র।
৩. সংবাদ সম্মেলন ও প্রেস ত্রিফিং দুটিই এক ধরনের আনুষ্ঠানিক সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে তথ্যলাভের প্রধান প্রক্রিয়া।
৪. একটি সংবাদ সম্মেলনে যেমন একটি সংস্থা, সংগঠন বা বিশেষ কোনো ব্যক্তির পক্ষ থেকে সাংবাদিকদের আমন্ত্রণ জানানো হয়, অনুরূপভাবে প্রেস ত্রিফিংয়ের জন্যও বিশেষ কোনো প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তির পক্ষ থেকে সাংবাদিকদের আমন্ত্রণ জানানো হয়।
৫. সংবাদ সম্মেলনে তথ্য প্রদানকারী উৎস-সূত্রের মুখ্যপাত্র হিসেবে কেউ একজন লিখিত বক্তব্য উপস্থাপন করেন। একইভাবে প্রেস ত্রিফিংয়ে সাধারণত আমন্ত্রণকারী পক্ষের প্রধান অধিকর্তা পর্যায়ের কেউ ত্রিফিং করে থাকেন।

৫.৩.৫.২ বৈসাদৃশ্য

১. প্রেস কনফারেন্সে প্রশ্নোত্তরের সুযোগ থাকায় তা হলো মূলত ‘একমুখী যোগাযোগের তথ্য সংগ্রহ কৌশল’; আর প্রেস ত্রিফিংয়ে সে সুযোগ থাকে না বলে একে বলা হয় ‘একমুখী যোগাযোগের তথ্য সংগ্রহ কৌশল’।
২. সংবাদ সম্মেলনে প্রতিবেদককে কৌশলী হয়ে প্রশ্ন করতে হয়। আবার, প্রয়োজনে সংবাদ সম্মেলন শেষ হওয়ার পরও প্রশ্ন করে কাঞ্চিত তথ্য জেনে নেওয়া যায়। কিন্তু প্রেস ত্রিফিংয়ে এমন সুযোগ থাকে না বললেই চলে।

৩. সংবাদ সম্মেলনে লিখিত বক্তব্য তুলে ধরা হলেও প্রেস ব্রিফিংয়ের ক্ষেত্রে তা সম্ভাবে প্রযোজ্য নয়। সংবাদ সম্মেলনে আয়োজক পক্ষের লিখিত বক্তব্য পাঠের পর সাংবাদিকদের পক্ষ থেকে প্রশ্ন আহ্বান করে বিভিন্ন প্রশ্নের উত্তর প্রদান করা হলেও প্রেস ব্রিফিংয়ে বিবৃতিদাতার বক্তব্য সাংবাদিকদের জানিয়ে দেওয়ার পর সাধারণত আনুষ্ঠানিক প্রশ্নোত্তর পর্ব ব্যতিরেকেই ব্রিফিং প্রক্রিয়া শেষ হয়।
৪. সাধারণ, অসাধারণ কিংবা বিশিষ্টজন- যে কেউ সংবাদ সম্মেলন ডাকতে পারেন; কিন্তু প্রেস ব্রিফিং সাধারণত রাষ্ট্রীয় বা জাতীয় দায়িত্বে নিয়োজিত কিংবা জনগুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব পালনকারী কেউ ডেকে থাকেন।
৫. সংবাদ সম্মেলন সাধারণত সাংবাদিকবাঙ্কির স্থান/সংস্থায় তথ্য সহজ-অভিগম্য তথ্যক্ষেত্রে ডাকা হয়; কিন্তু প্রেস ব্রিফিং সাধারণত বিবৃতি প্রদানকারীর সুবিধাজনক স্থানে ডাকা হয়।
৬. সংবাদ সম্মেলনে মূল পর্বের বাইরেও নানা উপায়ে নিজেদের বক্তব্য পৌঁছে দেওয়ার মাধ্যমে জনমত প্রভাবিত করার চেষ্টা থাকে। কিন্তু প্রেস ব্রিফিংয়ে সুলিনিট ঘটনা/বিষয়ে নিজেদের অবস্থান একত্রফাভাবে জানিয়ে দেওয়া হয়।
৭. সংবাদ সম্মেলনে পাওয়া তথ্য দিয়েই একটি পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন, এমনকি গভীরতর প্রতিবেদন রচনা সম্ভব। কিন্তু প্রেস ব্রিফিং থেকে পাওয়া তথ্য দিয়ে তা সম্ভব নয়। কোনো কোনো ক্ষেত্রে তা দিয়ে সাদামাটা সংবাদ বা ‘হার্ড নিউজ’ লেখা যেতে পারে।

৫.৪ সাক্ষাৎকার পরিচালনা

সাক্ষাৎকার পরিচালনায় রয়েছে বিভিন্ন পর্যায় ও নানা ধরনের পদ্ধতি-কৌশল। পর্যায়ক্রমিক বৈশিষ্ট্যের আলোকে সাক্ষাৎকার পরিচালনাকে বাংলা ও ইংরেজি বর্ণমালার অভিন্ন তিনটি হরফযুক্ত পর্বে ('তিন-প'/'3-P')- অর্থাৎ পরিকল্পনা (Planning), প্রস্তুতি (Preparation) ও প্রোডাকশন (Production) ধাপে ভাগ করা যায় :

৫.৪.১ পরিকল্পনা পর্ব: পরিকল্পনা পর্বে সাক্ষাৎকার গ্রহণের সম্ভাব্য করণীয় পদক্ষেপগুলোকে একটি খসড়া নকশা বা কৌশলপত্র আকারে প্রণয়ন করা যেতে পারে। পরিকল্পনা পর্বে যেসব পদক্ষেপ নেওয়া প্রয়োজন সংক্ষেপে সেগুলো হচ্ছে:

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ৯৫

১. সাক্ষাৎকারের বিষয় বা ইস্যু শনাক্তকরণ
২. বিষয় বিশ্লেষণ ও পূর্ণাঙ্গ ধারণায়ন
৩. ইস্যু বা বিষয়ের ওপর প্রকৃত সাক্ষাৎকারদাতা নির্বাচন
৪. সাক্ষাৎকার গ্রহণের সময়, তারিখ ও স্থান নির্ধারণ
৫. সাক্ষাৎকারদাতা সম্পর্কে পর্যাপ্ত জেনে নেওয়া
৬. সাক্ষাৎকারদাতাকে সম্ভাব্য বিষয় সম্পর্কে জানানো
৭. সাক্ষাৎকারগ্রহণকারীর নিজ পরিচয় যথাযথভাবে তুলে ধরা ।

৫.৪.২ প্রত্তি পর্ব : প্রত্তি পর্বে সাক্ষাৎকার গ্রহণের সার্বিক প্রত্তি সম্পন্ন করতে হবে। এ পর্বে কার সঙ্গে, কখন, কোথায়, কিভাবে, কী বিষয়ে এবং কী পদ্ধতিতে সাক্ষাৎকার নেওয়া হবে, তার সকল আয়োজন সম্পন্ন করে চূড়ান্ত পর্যায়ের সাক্ষাৎকার নেওয়ার জন্য মানসিক প্রত্তি নিতে হবে। প্রত্তি পর্বে সাক্ষাৎকারগ্রহণকারীকে যেসব পদক্ষেপ অতিক্রম করতে হবে তার একটি বস্তু তালিকা এখানে উল্লেখ করা হলো :

১. সম্ভাব্য প্রশ্নগুলো শনাক্তকরণ;
২. সম্ভাব্য প্রশ্নাবলি শুরুত্বানুসারে সাজানো;
৩. প্রয়োজনে সম্ভাব্য উত্তরও সাজিয়ে নেওয়া যেতে পারে;
৪. সাক্ষাৎকারদাতার নাম, নামের বানান ও পদবি-পরিচিতি সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া;
৫. প্রয়োজনীয় কাগজপত্র, নেটুরুক, কলম (একাধিক), ক্যামেরা, টেপেরেকর্ডার প্রভৃতি শুরুয়ে নেওয়া;
৬. নেট গ্রহণ ও তথ্যচিত্র ধারণের পছন্দ-পদ্ধতি ঠিক করে নেওয়া;
৭. সাক্ষাৎকার গ্রহণকালে নিজেকে গণমাধ্যম উপযোগী রুচিশীল পোশাক-পরিছেদে পরিপাটি করে নেওয়া;
৮. প্রাক-সাক্ষাৎকার যোগাযোগ সম্পন্ন করে নির্ধারিত সাক্ষাৎকার সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া;
৯. সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর মানসিক প্রত্তি সম্পন্ন করা;
১০. সাক্ষাৎকারদাতার ঠিকানায় যথাসময়ে উপস্থিত হওয়া ।

৫.৪.৩ প্রোডাকশন পর্ব : এটি হলো সাক্ষাৎকারগ্রহণ প্রক্রিয়ার মূল কার্য-সম্পাদন পর্ব। অর্থাৎ সুপরিকল্পিতভাবে নির্দিষ্ট সময়ে, নির্দিষ্ট ব্যক্তির সঙ্গে, নির্দিষ্ট বিষয়ে, নির্দিষ্ট স্থানে সাক্ষাৎকার নেওয়ার আনুষ্ঠানিক পর্ব এটি। এ পর্বে সাক্ষাৎকারগ্রহণকারী যেসব জরুরি বিষয় মনে রেখে কার্যকরভাবে

সাক্ষাৎকার পরিচালনা করবেন এবং মূল প্রতিবেদন রচনায় আভানিয়োগ করবেন সেগুলো সংক্ষেপে নিম্নরূপ:

১. কৃশল বিনিময় করে হালকা আলোচনার মাধ্যমে সাক্ষাৎকার শুরু করা;
২. সঠিক কৌশল-পদ্ধতি প্রয়োগ করে সাক্ষাৎকারপর্ব পরিচালনা করা;
৩. প্রতিবেদনটি সাদায়টা হবে, না ফিচারধীরী হবে, সেভাবে প্রস্তুতি নিয়ে তথ্য বিন্যাস করা;
৪. প্রতিবেদনে সাক্ষাৎকারের যেসব অংশ সরাসরি উদ্ধৃত হবে তা যথাযথভাবে শনাক্ত করা;
৫. গৃহীত নেট ও তথ্য-ছবি অনুসারে সাক্ষাৎকার গ্রন্থনার কার্যকর পদ্ধতি অবলম্বনে আকর্ষণীয় আঙ্গিকে প্রতিবেদন তৈরি করা;
৬. বার্তা সম্পাদক বা নিউজ প্রডিউসারের পরামর্শ অনুসারে তথ্যের ঘাটতি বা অসংগতি থাকলে তা সাক্ষাৎদাতার কাছ থেকে বিনয়ের সঙ্গে জেনে নেওয়া;
৭. বিবরণীতে কোনো ভাষাগত ভুলক্ষণ বা মানহানিকর কিংবা সাংবাদিকতার নীতিমালা পরিপন্থি কিছু থাকলে তা সংশোধন করে নেওয়া।

৫.৫ সাক্ষাৎকার পরিচালনা: করণীয় ও বর্জনীয়

সাক্ষাৎকার পরিচালনার লক্ষ্য হলো কর্ম পরিকল্পনা অনুযায়ী বহুমাত্রিক কৌশল “সতর্কতা অবলম্বন করে সফলভাবে সাক্ষাৎকার পর্ব সম্পন্ন করে কাঙ্ক্ষিত তথ্য, সংগ্রহ করা। এক্ষেত্রে সাক্ষাৎদাতার পরিচালনায় বাড়তি কিছু সাধারণ সতর্কমূলক ‘করণীয় ও বর্জনীয়’ (Do's & Don'ts in interviewing) কাজের একটি চেকলিস্ট এ অংশে তুলে ধরা হলো :

১. নির্ধারিত সময়ের কিছু আগেই পৌছাবেন, কোনোক্রমেই পরে নয়;
২. আপনার মোবাইল ফোনটি বন্ধ রাখুন;
৩. যথাযথ সাক্ষাৎকারদাতার সঙ্গেই আপনি কথা বলছেন কি না, নিশ্চিত হয়ে নিন;
৪. নিজ পরিচয় দিয়ে আলাপ শুরু করুন;
৫. এমনভাবে শুরু করুন যাতে Interviewee কথা বলতে আগ্রহ বোধ করেন;
৬. একইসঙ্গে বহুমুখী প্রশ্ন না করা উচিত। একক প্রশ্নের জবাবে একক উত্তর সংগ্রহ করুন;
৭. সাক্ষাৎকারগ্রহণের পরিবেশ নিজের অনুকূলে রাখুন;

৮. পরিবেশকে ‘Warm up’ করার জন্য হালকা প্রশ্ন দিয়ে সাক্ষাত্কার শুরু করুন;
 ৯. সাক্ষাত্কারদাতার পারিপার্শ্বিক পরিবেশ পর্যবেক্ষণ করুন;
 ১০. তার ব্যক্তিত্ব উপলক্ষ/অনুভব করার চেষ্টা করুন;
 ১১. অঙ্গভঙ্গি, কথা বলার ধরন, বাচনভঙ্গি, মুদ্রাদোষ এবং বিশেষ কোনো বিষয়ের প্রতি তার আগ্রহ আছে কি না লক্ষ করুন;
 ১২. কেমন উত্তর আশা করেন তা নিশ্চিত হয়েই প্রশ্ন করুন;
 ১৩. বিব্রতকর প্রশ্ন ও উত্তর সাক্ষাত্কারের শুরুতে এড়িয়ে চলুন;
 ১৪. সময়ের প্রশ্ন সময়ে করুন;
 ১৫. পাঠকের প্রতিনিধি হয়ে প্রশ্ন করুন;
 ১৬. যেসব প্রশ্নের জবাবে হ্যাঁ/না উত্তর আসতে পারে, সেসব প্রশ্ন পরিহার করে বর্ণনামূলক প্রশ্নোভরের কৌশল অবলম্বন করুন;
 ১৭. উত্তম প্রশ্নকারীর পাশাপাশি উত্তম শ্রোতা হওয়ার চেষ্টা করুন;
 ১৮. সাক্ষাত্কার প্রক্রিয়ায় সাক্ষাত্কার গ্রহণকারীর কম বলা এবং বেশি শোনা উত্তম কৌশল। খেয়ালে রাখুন, একটি আদর্শ সাক্ষাত্কারে সাক্ষাত্কারদাতার বক্তব্য হবে ৮৫ শতাংশ এবং সাক্ষাত্কার গ্রহণকারীর বক্তব্য হবে ১৫ শতাংশ;
 ১৯. আলোচনাকে কেন্দ্রীভূত করার চেষ্টা করুন;
 ২০. সাক্ষাত্কারদাতা বিষয় থেকে দূরে সরে গেলে বিনয়ের সঙ্গে তাকে মূল বিষয়ে ফিরিয়ে আনুন;
 ২১. কোনোক্রমেই সাক্ষাত্কারদাতার সঙ্গে তর্কে জড়াবেন না;
 ২২. প্রশ্নকে চারটি ‘S’ অনুসরণে, অর্থাৎ সংক্ষিপ্ত (Short), সরল (Simple), শাগিত (Sharp) এবং শ্রতিমধুর (Sweet) করে উপস্থাপন করুন;
 ২৩. প্রশ্ন করার বহুমুখী ঢং ও স্টাইল অনুসরণ করে যথার্থ কৌশলে প্রশ্ন করুন;
 ২৪. বক্তব্য রেকর্ড করতে চাইলে পূর্বানুমতি নিয়ে নিন;
 ২৫. সাক্ষাত্কারদাতার স্বচ্ছদভাবে কথা বলায় বিষ্ণু না ঘটে কিংবা বক্তব্যের ধারাবাহিকতা ক্ষুণ্ণ না হয় সেদিকে লক্ষ রেখেই নোট নিন;
 ২৬. টেলিফোন সাক্ষাত্কারের সমস্যা, সীমাবদ্ধতা, ও বিড়ম্বনা সম্পর্কে সর্বদা সতর্ক থাকুন;
 ২৭. টেলিফোনে প্রথমে যোগাযোগ হলে সাক্ষাত্কারদাতার পুরো নাম (গুদ্ধ বানানসহ), পদমর্যাদা ও যোগাযোগের ঠিকানা (টেলিফোন নম্বর, মোবাইল ও ই-মেইলসহ) নোট করে রাখতে হবে;
১৮. সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল

- টেলিফোন সাক্ষাৎকারে তুলনামূলক গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্নগুলো আগে করে কম গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্নগুলো পরে করুন। কেননা, সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীকে সর্বদাই মনে রাখতে হবে টেলিফোনের অপর প্রান্তের ব্যক্তি যেকোনো সময়ে রিসিভার রেখে দিতে পারেন;
- সাক্ষাৎকারগ্রহণ শেষে সাক্ষাৎকারদাতাকে ধন্যবাদ ও কৃতজ্ঞতা জানাতে ভুলবেন না;
- সর্বোপরি, লেখা শেষে প্রতিবেদনটি ভালোভাবে পড়ুন; প্রতিবেদনটিকে আরও তথ্য সমৃদ্ধ করার চেষ্টা করুন।

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

- পার্থ চট্টোপাধ্যায় (সম্পাদিত) **সংবাদ বিদ্যা** (২য় মুদ্রণ), পশ্চিমবঙ্গ রাজ্য পুস্তক পর্যুক্ত, কলকাতা, ২০০১
- সুধাংশু শেখর রায়, **রিপোর্টিং, বাংলা একাডেমি**, ঢাকা, ২০০১
- শামীম আল আমিন, **গণমাধ্যম এবং সাংবাদিকতা**, কথাপ্রকাশ, ঢাকা, ২০০৮
- হেদায়েত হোসাইন মোরশেদ, **প্রেস কনফারেন্স ও প্রেস বিজ্ঞপ্তি**, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ২০০১
- রোবায়েত ফেরদৌস ও ফিরোজ জামান চৌধুরী (সম্পাদিত) **বিশেষ জনের সাক্ষাৎকার**, সমাবেশ, ঢাকা, ২০০৫
- Julian Harriss, et. al, **The Complete Reporter** (5th edition), Macmillan Publishing Company, New York, 1985
- Carl Warren, **Modern News Reporting** (3rd edition), 1959
- Melvin Mencher, **News Reporting and Writing** (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997
- David Wainwright, **Journalism Made Simple**, Rupa & Co., Kolkata, 1983
- Bruce D. Itule & Douglas A. Anderson, **News Writing and Reporting- For Today's Media** (2nd edition), McGraw-Hill, New York, 1991
- Barun Roy, **Beginners Guide to Journalism**, Pustak Mahal, Delhi, 2001
- Careers in Journalism** (2nd edition, 2001), Trotman and Company Limited, Richmond, Great Britain
- Paul Hemp, **Ten Practical Tips for Business and Economic Reporting in Developing Economies**, International Center for Journalists, Washington DC, 1996
- Lynette Sheridan Burns, **Understanding Journalism**, Vistaar Publications, New Delhi, 2002

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ৯৯

১৫. Chilton R. Bush, *News Writing and Reporting Public Affairs* (2nd edition), Chilton Book Company, Philadelphia, 1970
১৬. C.F. CARR & F. E. Stevens, *Modern Journalism* (Reprint) Sir Isaac Pitman & Sons Limited, Melbourne, 1946
১৭. James M. Neal et. al. *News Writing and Reporting* (1st Indian Reprint), Surjeet Publications, Delhi, 1982
১৮. Rangaswami Parthasarathy, *Basic Journalism* (Reprint), Macmillan India Limited, Madras, 1989
১৯. Brendan Hennessy and FW Hodgson, *Journalism Work Book*, Focal Press, Oxford, 1955
২০. Joan Clayton, *Journalism for Beginners* (Update edition), Piatkus, London, 2000
২১. Christine Hall, *Writing Features & Interviews- How to Build a Career as a Freelance Journalist* (2nd edition), How To Book's, UK, 1999

‘Interview is fundamentally a process of social interaction’
– Good & Hatte



অধ্যায় ছয়

সংবাদ কাঠামো

"The well-structured piece of writing is like a perfectly composed picture: It is balanced and has movement and momentum. Structuring begins with a recognition of the theme or central idea the writer-wants to communicate."

- Bob Thayer

৬.১. কেন এই সংবাদ কাঠামো ?

তথ্য প্রযুক্তি ও গণমাধ্যমের অভাবনীয় উৎকর্ষের এ যুগে মানুষের হাতে সময়ের
বড় অভাব। শ্রোতা-দর্শক-পাঠক আজ সংক্ষেপে সবকিছু জানতে চায়। দীর্ঘ সময়
ধরে পড়ার ধৈর্য ও যানসিকতা তথ্যসমাজ যুগের পাঠকের নেই। সেজন্য
সাম্প্রতিককালে আমরা লক্ষ করছি বিরাট আকারের কাব্য ও উপন্যাসের চেয়ে
অধিকতর পাঠকপ্রিয় হতে চলেছে ক্ষুদ্র কলেবরের প্রবন্ধ, কবিতা ও ছোট
গল্পসম্ভার।

একইভাবে একটি সংবাদপত্রের সকল সংবাদ এবং কোনো একটি সংবাদ কাহিনীর
পুরো অংশ পড়ার সময়, সুযোগ ও ধৈর্য ডিজিটাল প্রজন্মের পাঠকের নেই। সে
কারণে গড় ব্যস্ত পাঠকের সময়, সুযোগ ও ব্যস্ততার কথা মনে রেখে সংবাদ
বিশেষজ্ঞগণ সংবাদ লেখায় সুবিধাজনক বিভিন্ন কাঠামো উদ্ভাবন করেছেন। এসব
কাঠামোর মধ্যে ‘উল্টো পিরামিড’ (Inverted Pyramid) কাঠামো সবচেয়ে
বেশি ব্যবহৃত এবং জনপ্রিয় একটি সংবাদ কাঠামো।

উল্টো পিরামিড কাঠামোর প্রচলন হয় ১৮৬১ সালে আমেরিকার গৃহযুদ্ধের সময়ে। টেলিগ্রাফ যত্নে গৃহযুদ্ধের খবর পাঠাতে গিয়ে সংবাদদাতাগণ নানা বিড়ব্বনা ও অসুবিধার সম্মুখীন হন। যান্ত্রিক এ সমস্যাকে মোকাবিলা করার জন্য তারা সংবাদমূল্য হ্রাস-বৃদ্ধির গুরুত্ব ক্রমানুসারে সংবাদ লেখার উল্টো পিরামিড পদ্ধতি আবিষ্কার করেন। আর এভাবেই তখন থেকে ধীরে ধীরে ব্যবহৃত হতে লাগলো সংবাদ কাঠামোর এই জনপ্রিয় পদ্ধতি।

৬.২. উল্টো পিরামিড কাঠামো

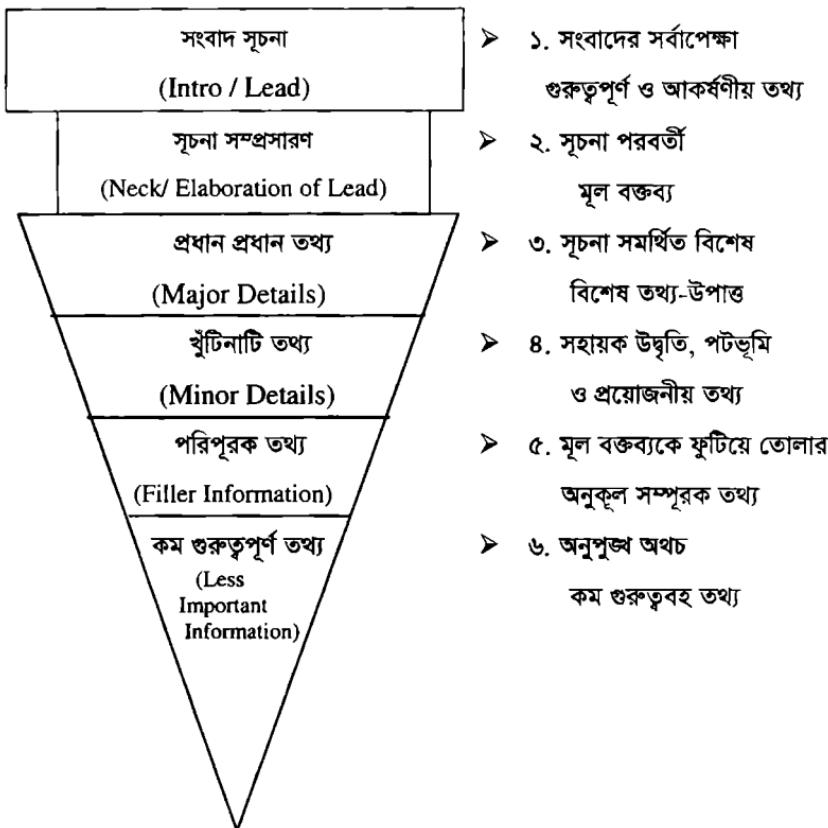
এ পর্যন্ত বিশ্বের সর্বত্রই সর্বজনগ্রাহ্য ও সুবিধাজনক কাঠামো হিসেবে এই সংবাদ কাঠামোকে বেশি মাত্রায় ব্যবহার করা হয়েছে। উল্টো পিরামিড কাঠামোয় একটা ঘটনার অতি গুরুত্বপূর্ণ দিকগুলো প্রতিবেদনের প্রথমে উপস্থাপন করা হয় এবং অপেক্ষাকৃত কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্যাবলি ‘গুরুত্বের ক্রমাবন্তি’ পদ্ধতিতে প্রতিবেদনের নিচের দিকে তুলে ধরা হয়। এতে করে যেকোনো ব্যক্ত পাঠক সংবাদের প্রথম দিকের কিছু অংশ পড়েই সংবাদ-ঘটনার গুরুত্বপূর্ণ দিক সম্পর্কে ধারণা লাভ করতে পারেন। পিরামিড (Right Pyramid) কাঠামোর ঠিক বিপরীত কাঠামোয় ক্রমাগত গুরুত্ব হ্রাসের ভিত্তিতে প্রতিবেদন লেখার প্রচলিত এই পদ্ধতি তুলনামূলকভাবে এখন সংবাদ লেখার সর্বাপেক্ষা সুবিধাজনক ও বহুল ব্যবহৃত পদ্ধতি হিসেবে স্বীকৃত।

৬.৩. উল্টো পিরামিড কাঠামোর গঠন-প্রকৃতি

উল্টো পিরামিড কাঠামোকে মানবদেহের সঙ্গে তুলনা করা যায়। কারণ মানবদেহের ক্ষেত্রে মাথা বা মন্তিক যেমন গোটা দেহকে পরিচালনা করে তেমনি এ কাঠামোয় সাজানো সংবাদ প্রতিবেদনের Intro/Lead বা সংবাদশীর্ষ গোটা কাহিনিকে তেমনিভাবে পরিচালনা করে। গোটা দেহের সকল সিদ্ধান্ত যেমন করে মাথায় তৈরি হয় সংবাদ সূচনা বা ইন্ট্রোতেও তেমন করে কাহিনির নির্যাস বজ্বয়টুকু উপস্থাপিত হয়।

আমাদের দেহের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ অংশ গলা বা ঘাড়ের ন্যায় এ কাঠামোতেও কখনো কখনো neck বা bridge নামের একটি অংশ থাকে। এ অংশকে আমরা বলতে পারি ‘সূচনা সম্প্রসারণ’। সংবাদের পরবর্তী অংশসমূহকে এককথায় বলা হয় অবয়ব বা Body। মানবদেহের মতোই শরীরের উপরের দিক থেকে নিচের দিকে গুরুত্বের ক্রমাবন্তির মানদণ্ডে নির্মিত হয় সংবাদের এই অবয়ব। অর্থাৎ আমাদের শরীরের মাথা থেকে নিচের দিকে পা পর্যন্ত গিয়ে যেমন সকল গুরুত্ব শেষ হয়ে যায় সংবাদের শরীরেও তেমনি ক্রমহাস পদ্ধতিতে তথ্যের গুরুত্ব হ্রাস পেতে পেতে উল্টো পিরামিড কাঠামোর একেবারে নিচের অংশে গিয়ে তা শেষ হয়।

উল্টো পিরামিড সংবাদ কাঠামো



চিত্র- ১: উল্টো পিরামিড কাঠামো

উল্টো পিরামিড কাঠামোয় গুরুত্বের ক্রমহাস পদ্ধতিতে প্রণীত একটি সংবাদ প্রতিবেদনের নমুনা হতে পারে নিম্নরূপ:

ইরাকে হাত-পা বাঁধা ৮৮টি লাশ উদ্ধার

ইন্ডিফাক, ১৫ মার্চ, ২০০৬

সংবাদ সূচনা

ইরাকের রাজধানী বাগদাদে হাত-পা বাঁধা অবস্থায় ৮৮টি লাশ উদ্ধার করা হয়েছে।

সূচনা সম্প্রসারণ

এদের সবাইকে বন্দুকের গুলিতে হত্যা করা হয়েছে
বলে পুলিশ গতকাল জানিয়েছে।

প্রধান তথ্য

কর্তৃপক্ষের ধারণা, সম্প্রতি শুরু হওয়া শিয়া-সুন্নি দাঙ্গার জের ধরে
এদেরকে হত্যা করা হয়েছে।

বুটিলাটি ও পরিপূরক তথ্য

গত ২২ ফেব্রুয়ারি সাম্যায় একটি শিয়া মসজিদে
বোমা বৰ্ষণকে কেন্দ্র করে
শিয়া-সুন্নি জাতিগত দাঙ্গা
শুরু হওয়ার পর
এটিই দ্বিতীয় সর্বোচ্চ
মৃত্যুর সংখ্যা।

কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্য

বাগদাদ ছাড়াও মসুল শহর
থেকে আরও তিনটি
মৃতদেহ উদ্ধার
করা হয়েছে বলে
পুলিশ জানায়।
এপি

চিত্র - ২: গুরুত্বের ক্রমহাস পদ্ধতিতে উল্টো পিরামিড কাঠামোর সংবাদ অবয়ব

অনুশীলনী-১ : সান্দামাটো সংবাদ বিন্যাস

সংবাদ শিরোনাম

ইউনিসি উদ্যোগাদের জন্য নাগরিক সাংবাদিকতার প্রশিক্ষণ

সংবাদ সচলা

জন্ম সরকার ইউনিয়ন ডিজিটাল সেক্টরের (ইউডিপি) ১০ হাজার উদ্যোক্তাকে নাগরিক সাংবাদিকতার প্রশিক্ষণ দেবে।

সূচনা সম্পর্কসারণ

তথ্য ও যোগাযোগপ্রযুক্তি (আইসিটি) বিভাগের 'তথ্যমূলের জন্য তথ্যজানালা' কর্মসূচির আওতায় এ প্রশিক্ষণ দেওয়া হবে। আগামী তিনি বছরে ১০ হাজার ইউডিপি উদ্যোক্তাকে প্রশিক্ষণ দেওয়া হবে।

ধ্রুব ধৰ্মান্তরণ

গত মঙ্গলবার আইসিটি বিভাগের সভামন কর্তৃক আইসিটি বিভাগ ও তথ্যসেবা বার্তা সংস্থার (টিএসি) মধ্যে এ ব্যাপারে চূক্ষি হয়েছে। তথ্যমূলের তথ্য জানালা কর্মসূচি পরিচালক সেবন মুক্তিবৃল হক ও তথ্যসেবা বার্তা সংস্থার সহকারী সম্পাদক মো. নূরুল ইসলাম চূক্ষিপত্রে সই করেন।

পরিপূরক তথ্য ও কম উচ্চতপূর্ণ তথ্য

চূক্ষি সই অনুষ্ঠানে আইসিটি সচিব শ্যাম সুলত সিকদার, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের টেলিভিশন আর্ট ফিল্ম স্টেডিস বিভাগের চেয়ারম্যান অধ্যাপক শফিউল আলম সুইয়া, লিভারেজিং আইসিটি ফর প্রোথ, এমপ্রয়ার্কেট আর্ট গৱর্নেল (এলআইসিটি) প্রকরণের যোগাযোগ বিশেষজ্ঞ অজিত কুমার সরকার, ইউএনবির প্রধান বার্তা সম্পাদক মাহফুজুর রহমান, তথ্য অধিকার ও নাগরিক সাংবাদিকতা বিশেষজ্ঞ ড. অলিউর রহমানসহ অনেকে উপস্থিত ছিলেন।

সূত্র: প্রথম আলো ৭ জানুয়ারি, ২০১৬

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ১০৫

৬.৩.১. সংবাদ সূচনা (News Intro)

সংবাদের সূচনা অংশকে অতি সাবধানতার সঙ্গে লিখতে হয়। কারণ একটি আকর্ষণীয় সংবাদ সূচনা পাঠককে গোটা বিবরণী পড়তে উদ্বৃদ্ধ করে। সংবাদ কাহিনির উপস্থাপনমূলক বাক্যসমূহকেই সংবাদ সূচনা বলা হয়। সাধারণত সংবাদের প্রথম প্যারা বা শুরুর অনুচ্ছেদই হলো সংবাদ সূচনা। সংবাদের শুরুতেই থাকে সংবাদের এই মূল অংশের অবস্থান। অতি সংক্ষেপে অথচ গোটা সংবাদ বিবরণীর সর্বাপেক্ষা আকর্ষণীয় ও গুরুত্বপূর্ণ তথ্য থাকবে সংবাদ কাঠামোর এ সূচনা অংশে।

বেশিরভাগ সংবাদ সূচনায় পাঠকের সম্ভাব্য সব জিজ্ঞাসার উত্তর থাকে। ঘটনার বিষয়বস্তু সম্পর্কে পাঠকের রকমারী প্রশ্নাগুর অর্থাৎ কী (What), কে/কারা (Who/Whom), কোথায় (Where), কখন (When), কেন (Why), কীভাবে (How)-এই ছয় ধরনের ('ষড়-ক' বা '5Ws+H') জিজ্ঞাসার উত্তর দিয়ে সংবাদ সূচনাংশে ঘটনার মূল তথ্যসমূহ তুলে ধরে পাঠককে সংক্ষেপে পুরো ঘটনা সম্পর্কে ধারণায়িত করা হয় (সংবাদ সূচনা সম্পর্কিত বিস্তারিত আলোচনা রয়েছে পরবর্তী অধ্যায়ে)।

৬.৩.২ সূচনা সম্প্রসারণ (Elaboration of Lead/Neck)

সংবাদ সূচনায় উল্লিখিত 5Ws ও H -এর সকল প্রশ্নাগুর জড়ো করলে ইন্ট্রো অনেকক্ষেত্রেই জটিল ও বড় হয়ে যায়। তাই সংবাদ মূল্যের মানদণ্ডে অতি জরুরি, আকর্ষণীয় ও সর্বাপেক্ষা গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্নাগুর ইন্ট্রোতে তুলে ধরে বাকি জরুরি প্রশ্নাগুর সূচনা পরবর্তী মূল বক্তব্য হিসেবে সূচনা সম্প্রসারণে পরিবেশন করা যায়। সূচনা সম্প্রসারণের বিস্তৃতি এক বা একাধিক বাক্য এমনকি একটি স্বতন্ত্র প্যারাতেও হতে পারে।

সূচনা সম্প্রসারণের কাজ

- ক. সংবাদ সূচনায় ঘটনার মূল কথা বা বক্তব্য পুরোপুরি তুলে ধরা সম্ভব না হলে সূচনা সম্প্রসারণ বা Neck-এর মাধ্যমে তা উপস্থাপন করা যায়;
- খ. এতে সংবাদ ঘটনার এক বা একাধিক অতিরিক্ত গুরুত্বপূর্ণ তথ্য থাকে;
- গ. ষড়-ক বা 5Ws + H-এর সবগুলো উত্তর ইন্ট্রোতে দিলে তথ্যজটে সে ইন্ট্রো আকর্ষণীয় হয়ে পড়তে পারে। সে কারণে ২/১টি গুরুত্ববহু 'W বা H'-এর উত্তর Neck-এর মাধ্যমে তুলে ধরা যায়।

উদাহরণ: প্রধান উপদেষ্টা ড. ফখরুল্লাহ আহমদ সচিবদেরকে নিরপেক্ষভাবে কাজ করার নির্দেশ দিয়ে বলেছেন, সরকারি কর্মকর্তাদের মনে রাখতে হবে, কোনো রাজনৈতিক দল তাদের প্রত্বু নয়, তারা প্রজাতন্ত্রের কর্মী। গতকাল সচিবালয়ে মন্ত্রিপরিষদ বিভাগের সভাকক্ষে সচিবদের সঙ্গে প্রথম সভায় তিনি এ কথা বলেন। সভায় বিভিন্ন মন্ত্রণালয় ও বিভাগের ৫৬ জন সচিব উপস্থিত ছিলেন।

উল্লিখিত সংবাদে প্রথম বাক্যটি হলো সংবাদটির সূচনা (Intro)। পরবর্তী বাক্য দু'টি হচ্ছে সূচনা পরবর্তী মূল বক্তব্য বা সূচনা সম্প্রসারণ (Elaboration of lead)

৬.৩.৩. অবয়ব (Body)

সংবাদের সূচনা (Intro) ও সূচনা সম্প্রসারণ অংশ (কোনো কোনো সংবাদে সূচনা সম্প্রসারণ বা Neck নাও থাকতে পারে) থেকে পাঠক কোনো ঘটনার প্রাথমিক ধারণা লাভ করে। অতঃপর অবয়ব (Body) অংশে পাঠক সেই খবরেরই বিশদ বিশ্লেষণ পায়।

সংবাদ কাঠামোর সূচনা পরবর্তী সমগ্র অংশ হলো সংবাদের মূল অবয়ব। এই অবয়বের প্রতিটি ধাপকে একেকটি পয়েন্টে ভাগ করে তথ্যবিন্যাস করতে হবে। আবার, প্রতিটি পয়েন্টের তথ্যকে সম্ভব হলে আলাদা আলাদা অনুচ্ছেদে বিন্যস্ত করা যেতে পারে। তবে একটি অনুচ্ছেদের ব্যাপ্তি গড়ে আট লাইনের বেশি না হওয়াই ভালো।

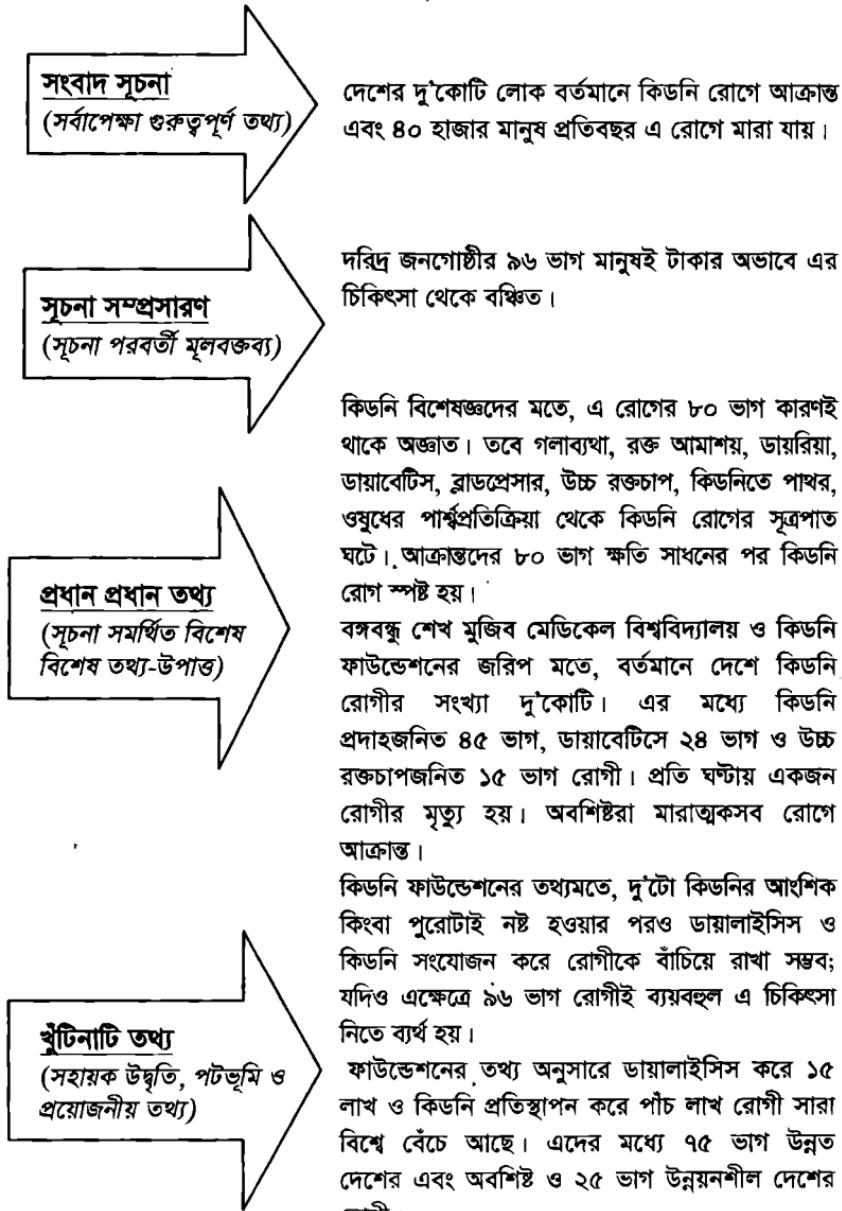
সংবাদ কাঠামোর তৃতীয় ধাপে বিন্যস্ত করতে হবে সংবাদের প্রধান প্রধান তথ্য (Major Details)। অর্থাৎ সংবাদ অবয়বের এ অংশে থাকবে সংবাদ সূচনার সঙ্গে সংগতিপূর্ণ ও সূচনা সমর্থিত বিশেষ বিশেষ তথ্য-উপাস্ত।

সংবাদ অবয়বের চতুর্থ পর্যায়ে ঘটনার সহায়ক উদ্ধৃতি, পটভূমি ও প্রয়োজনীয় খুঁটিনাটি তথ্য (Minor Details) তুলে ধরা যেতে পারে।

সংবাদ কাঠামোর পঞ্চম ধাপে সাংবাদটিকে পাঠকের কাছে ভারসাম্যপূর্ণ ও বিশ্বাসযোগ্য করে তোলার অনুকূল পরিপূরক বা সম্পূরক তথ্যাবলি সংযুক্ত করাই যুক্তিযুক্ত। আর সংবাদ অবয়বের সর্বাপেক্ষা নিম্নভাগে, অর্থাৎ শেষ ধাপে আরও পুরোনুপুরুষ ও কম গুরুত্ববহু তথ্য থাকলে তা তুলে ধরা যেতে পারে।

অনুশীলনী-২ : পূর্ণাঙ্গ সংবাদ বিন্যাস

দেশের ২ কোটি মানুষ কিউনি রোগে আক্রান্ত



পরিপূরক তথ্য

(মূল বঙ্গবন্ধুকে ফুটিয়ে
তোলার অনুকূল সম্পূরক
তথ্য)

বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিব মেডিকেল বিশ্ববিদ্যালয়ের কিডনি বিভাগের চেয়ারম্যান অধ্যাপক ড. হারুন অর রশীদ বলেন, মানুষের বয়স ৪০ পেরিলেই নিয়মিত খাউ প্রেসার, ডায়াবেটিস ও এলবুমিন টেস্ট করা প্রয়োজন। এ সময় কিডনির সমস্যা দেখা গেলে চিকিৎসা শুরু করা জরুরি।

কম তরুণত্বপূর্ণ তথ্য (অনুপুর্জ্ঞ তথ্য)

ড. হারুন আরও বলেন, দেশে পর্যাপ্ত কিডনি সেটোরের মাধ্যমে উন্নত চিকিৎসা ব্যবস্থা চালু হলে ডায়ালাইসিস করে ও কিডনি প্রতিষ্ঠাপনের মাধ্যমে অনেক রোগীকে দীর্ঘ সময় বাঁচিয়ে রাখা সম্ভব হবে।

[শফিকুল ইসলাম জুয়েল, আমাদের সময়]

ঝিঁঝি-৩: উল্টো পিরামিড কাঠামোয় তরুণত্বের অভ্যন্তর পদ্ধতিতে প্রশাঁত একটি পূর্ণাঙ্গ সংবাদ প্রতিবেদন

৬.৪. উল্টো পিরামিড কাঠামোর সুবিধা

দ্রুততার সঙ্গে সংবাদ লেখা, সম্পাদনা ও পরিবেশনের সুবিধাজনক কাঠামো বা পদ্ধতি হিসেবে এ পর্যন্ত উল্টো পিরামিড কাঠামোই তুলনামূলকভাবে সর্বাধিক জনপ্রিয় সংবাদ কাঠামো। তবে সাম্প্রতিককালে ইলেকট্রনিক মিডিয়ার বিপরীতে সংবাদপত্রে বিশ্লেষণধর্মী সংবাদ (Narrative News) পরিবেশনের জন্য নতুন নতুন সংবাদ কাঠামো ব্যবহারের দ্রৃষ্টান্ত লক্ষ করা যাচ্ছে। তা সত্ত্বেও উল্টো পিরামিড কাঠামোতে যেসব সুবিধা রয়েছে তা অন্যসব কাঠামোতে অনুপস্থিত।

উল্টো পিরামিড কাঠামোর সুবিধাসমূহ নিম্নরূপ :

- ক) **সংবাদ দ্রুত পাঠ করা যায়:** উল্টো পিরামিড কাঠামোয় লিখিত সংবাদ দ্রুত পড়া যায়। এতে করে পাঠকবৃন্দ প্রথম অনুচ্ছেদ এবং কখনো কখনো দ্বিতীয় অনুচ্ছেদ পর্যন্ত পড়েই পুরো ঘটনা সম্পর্কে ধারণা লাভ করতে পারেন।
- খ) **সহজেই পাঠকের কৌতুহল নিবৃত্ত করা যায়:** এতে সংবাদ প্রতিবেদনের মূল বিষয়টি প্রথমেই থাকে বলে খুব সহজেই পাঠকের কৌতুহল নিবৃত্ত করার বিশেষ সুবিধা নিশ্চিত করা যায়।
- গ) **সম্পাদনার সুবিধা:** এ কাঠামোয় লিখিত প্রতিবেদন অতি সহজে এবং অত্যন্ত দ্রুততার সঙ্গে সম্পাদনা করা যায়। তাছাড়া, এতে প্রয়োজনীয় সংযোজন ও বিয়োজন অতি সহজেই সম্পন্ন করা সম্ভব হয়। কারণ, সম্পাদনার দায়িত্বে নিয়োজিত সহসম্পাদকবৃন্দ এ কাঠামোর সুবাদে

জানতে পারেন সংবাদ অবয়বের কোথায়, কোন তথ্য রয়েছে এবং তারা তা বেশ সহজেই পরীক্ষা করে প্রয়োজনীয় সম্পাদনা নিশ্চিত করতে পারেন।

- ঘ) খুব দ্রুত সময়ে শিরোনাম লেখা যায়: এতে খুব সহজেই শিরোনাম লেখার সুবিধা নেওয়া যায়। একটা সুন্দর সংবাদ সূচনা থেকে অতি সহজে একটা সফল শিরোনাম লেখা সম্ভব। সংবাদ সূচনা থেকে খুব দ্রুত সময়ে সংবাদ শিরোনাম লেখার এই সহজ পদ্ধতির কারণে সংবাদ শিরোনামকে ‘সুপারলিড (Super Lead)’ বলা হয়।
- ঙ) পৃষ্ঠাসজ্জার সুবিধা: এ কাঠামোয় পৃষ্ঠাসজ্জা (Page make-up) করার কার্যকর সুবিধা রয়েছে। পত্রিকার অতি মূল্যবান কিন্তু সীমিত জমিনের মধ্যে গুরুত্বপূর্ণ সব সংবাদকে স্থান দিতে হয়। এই কাঠামোয় যেকোনো প্রতিবেদনের শেষের দিকের তুলনামূলক কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্য প্রয়োজনমতো কেটে ফেলে পৃষ্ঠাসজ্জার জন্য স্পেস সংরূপন করার সুবিধা নিশ্চিত করা যায়। এতে করে একদিকে যেমন কোনো গুরুত্বপূর্ণ তথ্য বাদ পড়ে না, অপরদিকে তেমনি কাঠামোগত সুবিধার কারণে এতে কোনোক্রমেই প্রতিবেদনের সংবাদমূল্যও নষ্ট হয় না।
- চ) সংকোচন ও সম্প্রসারণ সুবিধা: এই কাঠামোয় রিপোর্ট প্রয়োজনমতো অতি দ্রুত সংকুচিত এবং সম্প্রসারিত করা যায়। আবার, স্থানাভাবের কারণে সংবাদের কম গুরুত্বপূর্ণ অংশ নির্দিষ্টায় কেটেও ফেলা যায়।
- ছ) দ্রুত লেখার সুবিধা: সর্বোপরি, সংবাদ ছাড়াও অন্য যেকোনো ধরনের প্রতিবেদন লেখার ক্ষেত্রে এই কাঠামোয় দ্রুত লেখার সুবিধা নিশ্চিত করা যায়।

৬.৫. উল্টো পিরামিড কাঠামোর অসুবিধা

উল্টো পিরামিড কাঠামোর কিছু অসুবিধাও রয়েছে। এ কাঠামোয় কোনো ঘটনা বর্ণনায় একই বক্তব্যের পুনরাবৃত্তি রোধ করা সম্ভব হয় না। প্রায়ই লক্ষ করা যায়, সংবাদ শিরোনাম, সূচনা ও অবয়বে একই তথ্যের পুনরাবৃত্তি ঘটে। তাছাড়া, এই কাঠামোয় ধারাবাহিক বর্ণনার স্বাভাবিকতাও ব্যাহত হয়।

পরিশেষে বলা যায়, কিছু কিছু অসুবিধা সঙ্গেও উল্টো পিরামিড কাঠামো হলো পাঠক, সংবাদদাতা, প্রতিবেদক, সহসম্পাদক এবং পৃষ্ঠাসজ্জাকারীর জন্য সংবাদ প্রতিবেদন প্রণয়নের একটি কার্যকর ও সুবিধাজনক পদ্ধতি। সংগতকারণে, উল্টো পিরামিড কাঠামোকে সংবাদ উপস্থাপনার ‘ব্লু-প্রিন্ট’ (Blue print) হিসেবে আখ্যায়িত করা হয়।

৬.৬. সারকথা

উল্লে পিরামিড সংবাদ কাঠামোয় সংবাদ অবয়বের ব্যাপ্তি ক্রমশ নিম্নমুখী হয়ে যাওয়ার মাধ্যমে খবর ও ঘটনার আপেক্ষিক গুরুত্ব হ্রাস পেতে থাকে। খবরের উপরের অংশের গুরুত্ব বেশি বিধায় পাঠক আগ্রহ সহকারে সে অংশ পড়েই পুরো সংবাদ সম্পর্কে দ্রুত ধারণা লাভ করতে পারে। আর পাঠকের চাহিদা ও আগ্রহের মাত্রা ক্রমেই কমতে থাকে বলে সংবাদের নিচের অংশের গুরুত্বও ক্রমশ কমতে থাকে। ফলে এ কাঠামোয় পাঠকের সঙ্গে খবরের গুরুত্বের একটি চমৎকার ক্রমহাসমান চাহিদা ও আগ্রহের সম্পর্ক বিদ্যমান থাকে।

পুনর্গাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. খোদকার আলী আশরাফ, সংবাদ সম্পাদনা, বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউট, ঢাকা, ২০০৩
২. খ. আলী আর রাজী ও অন্যান্য সাংবাদিকতা : প্রথম পাঠ, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ১৯৯৭
৩. Jawadur Rahman, *News Writing* (2nd edition), PIB, Dhaka, 1998
৪. Melvin Mencher, *Basic Media Writing*, Brown & Benchmark, Chicago, 1996
৫. William L. Rivers, *The Mass Media: Reporting Writing Editing* (2nd edition), Harper & Row publishers, New York, 1975
৬. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৭. Mitchell V. Charnley, *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
৮. C.F. CARR & F. E. Stevens, *Modern Journalism* (Reprint) Sir Isaac Pitman & Sons Limited, Melbourne, 1946
৯. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata, 1983
১০. Rangaswami Parthasarathy, *Basic Journalism* (Reprint), Macmillan India Limited, Madras, 1989
১১. George A. Hough, 3rd *News Writing* (4th edition), Houghton Mifflin Company, Boston, (P- 300), 1988

“Remember that the lead and the nutgraph are partners.
Neither can work without the other”



অধ্যায় সাত

সংবাদ সূচনা লেখার কলাকৌশল

“The lead gives the reader the sense of the story to follow.”
— Melvin Mencher

“কে করিল, কী কাজ
করন, কোথায়?
কী হেতু করিল কাজ
কী উপায়ে, কার সহায়তায়?”
(প্রথম আলো’র প্রশিক্ষণ সহায়িকা অবলম্বনে)

৭.১. সংবাদ সূচনা কী ও কেন ?

সংবাদ সূচনার ইংরেজি প্রতিশব্দ ‘Intro’ প্রত্যয়টি এসেছে Introduction শব্দটি থেকে। ইন্ট্রো বা সংবাদ সূচনা তাই এক অর্থে সংবাদের ভূমিকা। সংবাদ সূচনার আর এক নাম ‘Lead’। বিশ্বের কোথাও কোথাও সংবাদপত্রের প্রথম ও প্রধান সম্পাদকীয় মন্তব্যটিকে Leader বলা হয়। এই Leader থেকেই Lead শব্দটির উৎপত্তি। সংবাদ বিশেষজ্ঞদের মতে, Intro/Lead বা সংবাদ সূচনা হলো সংবাদের দিক-নির্দেশক, উপস্থাপনযূলক তথা সংবাদ কাহিনির নেতৃত্বান্বকারী অংশ। Intro বা সংবাদ সূচনাকে বাংলায় ‘সংবাদ শীর্ষ’ হিসেবেও আখ্যায়িত করা হয়।

একটি সংবাদ প্রতিবেদনের শুরুতেই যে কথাগুলো পরিবেশিত হয় তাইই Intro বা সংবাদ সূচনা। সাধারণত সংবাদ বিবরণীর প্রথম অনুচ্ছেদকেই সংবাদ সূচনা হিসেবে গণ্য করা হয়। ক্ষেত্রবিশেষ প্রথম ও পরবর্তী অনুচ্ছেদ নিয়েও সংবাদ সূচনা হতে পারে। সংক্ষেপে বলা যায়, সংবাদ কাহিনীর শুরুতে মূলবক্তব্যধর্মী বাক্যসমূহই হলো সংবাদ সূচনা।

সংবাদ সূচনাকে একটি সুন্দর বাড়ির বারান্দার সঙ্গে তুলনা করা হয়। সুন্দর বারান্দা যেমন অভ্যাগত অতিথিকে ঘরের ভিতরে প্রবেশ করতে প্রস্তুক করে, তেমনি একটি ভালো ইন্ট্রো পুরো খবর পড়তে পাঠককে আগ্রহী করে তোলে। সংগতকারণে সংবাদ সূচনা হলো সংবাদের সর্বাপেক্ষা গুরুত্ববহু অংশ।

৭.২. সংবাদ সূচনা লেখার উদ্দেশ্য

সংবাদ সূচনা লেখার কিছু উদ্দেশ্য রয়েছে। বিশেষ করে দৈনিক সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে যেসব উদ্দেশ্য নিয়ে সংবাদ সূচনা লেখা হয় তা সংক্ষেপে নিম্নরূপ :

১. পুরো কাহিনির সংক্ষিপ্ত ধারণা দেওয়া;
২. পুরো খবরটির প্রতি পাঠককে আকৃষ্ট করা;
৩. সংবাদ বিবরণীর মূল সুরাটি পাঠককে ধরিয়ে দেওয়া;
৪. ব্যস্ত পাঠকের সময় বাঁচানো;
৫. সংবাদ প্রতিবেদন রচনার জটিলতা দূর করা;
৬. মূল কথা সূচনায় রেখে সংবাদ কাহিনি ইচ্ছেমতো বাড়ানো-কমানোর সুবিধা নিশ্চিত করা;
৭. অনেকগুলো রিপোর্ট জমা হলে ইন্ট্রো দেখেই যেন দ্রুত সিদ্ধান্ত নেওয়া যায়- কোনটি বাদ দেওয়া হবে, আর কোনটি ছাপা হবে;
৮. বিভিন্ন শ্রেণির পাঠকের আগ্রহ ও চাহিদা অনুযায়ী সংবাদ পরিবেশনে বৈচিত্র্য আনা;
৯. সর্বোপরি, একটি ভালো সংবাদ সূচনা (Lead) রচনা করে তা থেকে যুৎসই একটি ভালো শিরোনাম বা ‘সুপারলিড’ লেখার সুবিধা নিশ্চিত করা।

৭.৩. সংবাদ সূচনায় যেসব বৈশিষ্ট্য থাকা জরুরি

১. সংবাদ সূচনা হবে মূল বিষয়কেন্দ্রিক;
২. সংবাদ সূচনা হবে সংক্ষিপ্ত ও প্রাসঙ্গিক;
৩. কাহিনীর সঙ্গে সূচনা হবে সংগতিপূর্ণ;
৪. সূচনায় মূল সংবাদ উপযোগী তথ্য তুলে ধরতে হবে;
৫. এতে পাঠকের সম্ভাব্য সব জিজ্ঞাসার সংক্ষিপ্ত উত্তর থাকবে;
৬. পাঠককে সরাসরি আকর্ষণ করবে;
৭. তথ্য হবে বাস্তব সত্যনির্ভর;

৮. বর্ণনা হবে সহজ, সরল ও স্পষ্ট;
৯. বক্তব্য হবে সরাসরি ও তীক্ষ্ণ;
১০. সংবাদ সূচনা হবে সুবিধাজনক কাঠামো অনুসারী;
১১. সর্বোপরি, সংবাদ সূচনা হবে ‘শব্দ মিতব্যযনীতি’ (Word Economy) নির্ভর*।

৭.৪. সংবাদ সূচনা লিখন কৌশল

সংবাদ সূচনা লেখার সর্বজনগ্রাহ্য কোনো সুনির্দিষ্ট ফর্মুলা নেই। তবে সংবাদ প্রতিবেদন রচনা করতে গিয়ে সাংবাদিকদের বিশেষ কিছু নিয়মপদ্ধতি বা কলাকৌশল অনুসরণ করতে হয়। সংবাদ সূচনা লেখায় অনুসরণযোগ্য অনুরূপ কিছু কৌশল এখানে উল্লেখ করা হলো:

- ক. সংবাদ সূচনা লেখার একটি ভালো নিয়ম হচ্ছে ‘যেমনভাবে বলা তেমনভাবে লেখার’ নীতি অনুসরণ করা। মানুষের সহজাত প্রকাশভঙ্গির সঙ্গে এই নীতির মিল রয়েছে। কোনো বিষয় কেউ চট করে কাউকে বলতে চাইলে তিনি সম্ভবত সার কথাটিই প্রথমে বলেন। সাংবাদিকতার শিক্ষক অধ্যাপক সাথাওয়াত আলী খান-এর শ্রেণীকক্ষে দেওয়া একটি দ্রষ্টান্তের মর্মার্থ অনেকটা এরূপ: ‘আপনি কোনো বক্সকে অতি জরুরি একটি সংবাদ জানাতে গেলেন রেল স্টেশনে। সেখানে গিয়ে দেখলেন যে ট্রেনটি এইমাত্র ছেড়ে যাচ্ছে; এমতাবস্থায় সব কাহিনি না বলে বক্সটিকে কী করে শুধু মূল কথাটি জানিয়ে দেওয়া যায়, সেটিই হচ্ছে ওই ঘটনার সংবাদ সূচনা।’ অর্থাৎ, সংবাদ সূচনা লেখার কৌশল হলো অল্প কথায় পাঠককে মূল বক্তব্যটি জানিয়ে দেওয়া।
- খ. সংবাদ সূচনা লিখতে হবে পাঠকের দৃষ্টিকোণ থেকে এবং তা সংবাদমাধ্যমের নিউজ ডেক্সে যে পদ্ধতিতে মূল্যায়িত হবে সে পদ্ধতিতেই লিখতে হবে।
- গ. ঘটনার মূল বা গুরুত্বপূর্ণ অংশগুলো যাতে ইন্ট্রোডেক্ষন উঠে আসে এবং ঘটনা সম্পর্কে ধারণা পেতে পাঠকের যাতে কোনো প্রকার বেগ পেতে না হয়, সেদিকে লক্ষ রেখেই তা লিখতে হবে।
- ঘ. সক্রিয় শব্দ ও কর্তৃব্যাচ্য ব্যবহার করে অল্প কথায় ভালো সূচনা লিখতে হবে।

* হার্ড নিউজে ‘শব্দ মিতব্যযনীতি’র প্রয়োগ এখন একটি জনপ্রিয় পদ্ধতি। অবাঞ্ছিত শব্দ ও ভাব পরিহার করে সংক্ষিপ্ত, সরল, সহজবোধ্য, যুৎসই ও যথাযথ শব্দ ও অর্থ প্রয়োগের কৌশলই হলো ‘শব্দ-মিতব্যযনীতি’।

- ঙ. সূচনা যত কম শব্দে লেখা যায় ততই ভালো। বেশি শব্দে ও বড় বাকে লিখলে তা পাঠকের ধৈর্যচূড়িত ঘটাতে পারে।
- চ. অল্পকথায় অধিক ভাব প্রকাশের উপযোগী শব্দ ও বাক্য নির্বাচন করে সংবাদ সূচনা লেখার চেষ্টা করতে হবে।

উল্লিখিত বিভিন্ন দিক বিবেচনা করে এবং থমসন ফাউন্ডেশনের সাংবাদিকতার প্রশিক্ষকবুদ্দের সংবাদ সূচনা সম্পর্কে দেওয়া গাইড লাইন অনুসরণ করে নিম্নরূপ কয়েকটি নিয়ম মনে রাখলে উভয় সংবাদ সূচনা লেখা সহজ হবে:

১. **সংবাদ সূচনাটিকে পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদনের অনুকূল হতে হবে :** সংবাদ সূচনাটি রিপোর্টের বিষয়বস্তুর শুণগত দিকের সঙ্গে সংগতিপূর্ণ হবে। রিপোর্টের বিষয় যদি গুরুগত্তীর হয় তবে সূচনাতেও একই ভাব রক্ষা করতে হবে। আর রিপোর্টের তথ্যাবলি যদি সাদামাটা হয় তবে তার সংবাদ সূচনা অহেতুক গুরুগত্তীর বা চমকপ্রদ না করাই ভালো।
২. **সংবাদ সূচনাটি সংক্ষিপ্ত হওয়া বাস্তুনীয় :** কম শব্দ ব্যবহার করে সংবাদের মূলভাব প্রকাশ করলে সংবাদটি বেশি গুরুত্ব পাবে। পাঠকও বিষয়টি সহজে বুঝতে পারবেন। এক্ষেত্রে ‘শব্দ মিতব্যযন্ত্রীতির’ কৌশল প্রয়োগ করা যেতে পারে। সবক্ষেত্রে হয়ত কম শব্দে ও অল্প কথায় একটি সংবাদ সূচনা লেখা সম্ভব নাও হতে পারে। তবে শব্দ মিতব্যযন্ত্রীতির কৌশল রপ্ত করতে পারলে দেখা যাবে অধিকাংশ ক্ষেত্রেই তা সম্ভব। ইন্ট্রো লেখায় শব্দের মাত্রা নিয়ে সংবাদ বিশেষজ্ঞদের মতভেদ রয়েছে। অনেকের মতে, সংবাদ সূচনা লেখায় আদর্শ শব্দসীমা হলো ১৭ থেকে ২২ শব্দ। আবার কেউ কেউ বলেন, একজন পাঠক এক নিঃশ্বাসে যতটুকু পড়তে পারেন ততটুকুই হলো একটি আদর্শ ইন্ট্রোর শব্দ-সীমা।
৩. **সংবাদ সূচনাটি পড়ে যেন পাঠক রিপোর্টের বাকি অংশ পড়তে আগ্রহী হন :** সংবাদ শিরোনামের মতো সংবাদ সূচনাও হলো সংবাদের বিজ্ঞাপনবৰুৱা। আকর্ষণীয় বিজ্ঞাপন দেখে যেরূপ পণ্য বা সেবার প্রতি মানুষ আকৃষ্ট হয়, তেমনি ভালো ও আকর্ষক সংবাদ সূচনা দিয়েই পাঠককে আকৃষ্ট করতে হবে।
৪. **সংবাদ সূচনা রিপোর্টের মূল তথ্যের উপর ভিত্তি করে রচিত হবে :** সংবাদের মূল সূরাটি স্পষ্ট করে ফুটিয়ে তুলতে হবে সংবাদের শুরুতে। সংবাদ সূচনা হবে ঘটনার সংক্ষিপ্তসার এবং তা হবে সংবাদ-ঘটনার মূল মূল তথ্যনির্ভর। অর্থাৎ সংবাদ সূচনাটি পড়ে পাঠক যাতে সহজেই সংবাদের ভিতরে কী আছে তা তৎক্ষণাত করে বুঝতে পারে সেদিকে লক্ষ রেখেই তা লিখতে হবে।

৫. ‘ষড়-ক’ পদ্ধতি অনুসরণ করা : সারাবিশে সংবাদপত্রগুলোতে ইন্ট্রো লেখার ক্ষেত্রে কম-বেশি ‘ষড়-ক’ পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়। এই ‘ষড়-ক’ হচ্ছে পাঠকের সম্ভ্যব্য সংক্ষিপ্ত প্রশ্নের পদ্ধতি; অর্থাৎ কী, কে, কখন, কোথায়, কেন ও কীভাবে- এই ছয় ধরনের জিজ্ঞাসার সংক্ষিপ্ত উত্তর দিয়েই সংক্ষেপে সংবাদটির মূল তথ্য পাঠককে সূচনার মধ্য দিয়ে জানিয়ে দেওয়া সম্ভব। ষড়-ককে আমরা ইংরেজিতে ‘5Ws+H’ নামে শনাক্ত করি (5Ws+H হচ্ছে- What, Who/Whom, When, Where, Why & How)। সংবাদ সূচনা লেখায় ষড়-ক পদ্ধতির ব্যবহার বেশ সুবিধাজনক। একটি ইন্ট্রোতে উল্লিখিত ছ’টি প্রশ্নের উত্তর পাওয়া গেলে সেটি হবে একটি ভালো এবং সম্পূর্ণ ইন্ট্রো। তবে এক বা একাধিক ‘ক’ বা ‘W’ দিয়েও ভালো সংবাদ সূচনা লেখা যেতে পারে।

৭.৫. ‘ষড়-ক’ পদ্ধতিতে সংবাদ সূচনা লেখার কৌশল

- ক. কে-সংবাদ সূচনা (Who Intro) : সংবাদমূল্যের মানদণ্ডে ঘটনায় ব্যক্তির সংশ্লিষ্টতার ওপর যখন সূচনায় বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয়, তখন তাকে কে-সংবাদ সূচনা বলা হয়। যেমন (i) ‘ফোর্বস ম্যাগাজিন সমীক্ষায় ২০১৫ সালে বিশে একশ ক্ষমতাবান নারীর শীর্ষে রয়েছেন জার্মানীর চ্যানেল অ্যাঞ্জেলা মার্কেল। আর বাংলাদেশের প্রধানমন্ত্রী শেখ হাসিনা হয়েছেন ৯৫তম ক্ষমতাধর নারী।’ (ii) ‘সৌদি আরবের বাদশাহ ফাহাদের মৃত্যুতে তার সত্ত্বাই যুবরাজ আবদুল্লাহ বিন আবদুল আজিজ বাদশাহ হয়েছেন।’
- খ. কী-সংবাদ সূচনা (What Intro) : সংবাদ গুরুত্ব অনুযায়ী ঘটনাটি কী -অর্থাৎ সংবাদমূল্যের মানদণ্ডে ঘটনার বিষয়টি সূচনায় সর্বাধিক গুরুত্ব পেলে, সেটি হবে কী-সংবাদ সূচনা। যেমন: (i) ‘জাতীয় সংসদে গতকাল বৃহস্পতিবার ২০০৬-০৭ অর্থ বছরের জাতীয় বাজেট পাস হয়েছে। (ii) ‘যুক্তরাষ্ট্রের জোতিবিজ্ঞানীরা গতকাল সৌরজগতের দশম গ্রহের স্ফীন পেয়েছেন।’
- গ. কেন-সংবাদ সূচনা (Why Intro) : ঘটনার কারণ গুরুত্ব পেলে কেন-সংবাদ সূচনা করা যেতে পারে। যেমন (i) ‘বোমাতক্ষের কারণে সোমবার শাহজালাল আন্তর্জাতিক বিমানবন্দর থেকে লক্ষনগামী ব্রিটিশ এয়ারওয়েজের একটি উড়োজাহাজ তিন ঘণ্টা বিলম্বে যাত্রা করে।’ (ii) ‘রাজধানীতে ব্যবসায়ীর ১৪ লাখ টাকা ছিনতাই করার অভিযোগে গতকাল জুলফিকার আলী নামের এক পুলিশ সার্জেন্টকে গ্রেপ্তার করা হয়েছে। গ্রেপ্তারকৃত জুলফিকার আলী ছিনতাইয়ের কথা স্বীকার করেছেন।’

- ঘ. কোথায়-সংবাদ সূচনা (Where Intro) : সংবাদ ঘটনার স্থান গুরুত্ব পেলে কোথায় সংবাদ সূচনা করা যেতে পারে। যেমন (i) ‘ইউনেক্সের বিশ্ব ঐতিহ্য তালিকায় স্থান পেয়েছে সুন্দরবন’। (ii) ‘পূর্বাচল হতে চলেছে বাংলাদেশের নতুন রাজধানী।’
- ঙ. কখন-সংবাদ সূচনা (When Intro) : সংবাদ মূল্যের মানদণ্ডে অন্যান্য জিজ্ঞাসার চেয়ে ঘটনার সময় বা তারিখ সূচনায় গুরুত্ব পেলে সেটি হবে কখন-সংবাদ সূচনা। যেমন (i) ‘বেলা ১১টার সমাবেশ শুরু হতে হতেই বিকেল গড়াল।’ এদিকে গরমে সবাই হাঁসফাঁস। আওয়ামী লীগের প্রতিষ্ঠাবার্ষিকী উপলক্ষে গতকাল রাজধানীর সোহরাওয়ার্দী উদ্যানে আয়োজিত সমাবেশের ছিল এ হাল।’ (ii) ‘আগামীকাল থেকে সাংগৃহিক ছুটি শুরু ও শনিবার এবং অফিস সময় ৯-৫ টায় কার্যকর হচ্ছে।’
- চ. কীভাবে-সংবাদ সূচনা (How Intro) : সংবাদ ঘটনাটি কেমন করে ঘটলো? সংবাদ সূচনায় পাঠকের একুশে জিজ্ঞাসা বা উত্তর সর্বাপেক্ষা গুরুত্ব পেলে তা হবে একটি কিভাবে-সংবাদ সূচনা। যেমন (i) ‘রাজশাহীর জেলা প্রশাসক সৈয়দ আহসানুল হক তার কার্যালয়ের বারান্দায় ধূমপানরত অবস্থায় চারঘাট উপজেলার পরানপুর গ্রামের নজরুল ইসলামকে গতকাল বিকেলে হাতেনাতে আটক করেন।’ (ii) ‘চোর ধরতে বস্তির একটি ঘরে অভিযান চালিয়ে মিলল বিভিন্ন আঘেয়ান্ত্রের পাশাপাশি কাঢ়িকাঢ়ি টাকা। রাজধানীর কড়াইল বস্তির এ ঘটনা গত বুধবারের। বাড়িটি সংঘবন্ধ সন্ত্রাসীরা ব্যবহার করত বলে মনে করছে পুলিশ।’

৭.৬. বিভিন্ন প্রকার সংবাদ সূচনা

ঘটনার স্থান-কাল-পাত্রের গুরুত্বের দেখায় ‘5Ws+H’ বা ‘ষড়-ক’ সূচনা লেখা যেতে পারে, তেমনি ঘটনার পরিবেশ-পরিস্থিতি-মেজাজ মূল্যায়ন করেও নানা মাত্রার বিচিত্র ধরনের সংবাদ সূচনা লেখা যেতে পারে। এ অংশে অনুরূপ বিভিন্ন প্রকার সংবাদ সূচনা উদাহরণসহ তুলে ধরা হলো:

৭.৬.১. সারমর্ম সূচনা (Summary Intro)

এ ধরনের সংবাদ সূচনায় ঘটনার মূল বিষয় সংবাদের শুরুতে সারাংশ আকারে স্থান পায়। সংবাদপত্রে বহুল ব্যবহৃত এ ধরনের সংবাদ সূচনায় সাধারণত ‘ষড়-ক’-এর উত্তর তুলে ধরে পাঠককে সংবাদের সামগ্রিক দিকের সঙ্গে পরিচয় করিয়ে দেওয়া যায়।

উদাহরণ: ‘ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় প্রাঙ্গণে গতকাল ১০টায় দু’দল ছাত্রের মধ্যে বন্দুকযুদ্ধে ২ জন নিহত এবং ১০ জন মারাত্মকভাবে আহত হন। বিশ্ববিদ্যালয়কে অন্তর্মুক্ত করার পক্ষে দু’টি মিছিলের পরম্পর উক্ফানিয়ুলক স্নেগানের পরিপ্রেক্ষিতে এ সংঘর্ষের সূত্রপাত হয়।’

৭.৬.১.১. সারমর্ম সূচনার সুবিধার দিকসমূহ (Merits of the Summary Intro)

১. সংবাদটির মূলকথাগুলো একবারে বলা যায়;
২. পাঠককে সংবাদের সামগ্রিক ছবিটি উপহার দেওয়া যায়;
৩. সারমর্ম করার ভাষাগত সুবিধাকে কাজে লাগিয়ে বিস্তারিত বিষয় সংক্ষেপে তুলে ধরা যায়;
৪. সংবাদ-ঘটনায় কোনো বিশেষ গুরুত্বপূর্ণ তথ্য না থাকলে ঘটনার বিষয়বস্তুর মূল সুরাটিকে ইন্ট্রো বিষয় করা যায়;
৫. এতে উল্টো পিরামিড কাঠামো ব্যবহারের সুবিধা রয়েছে;
৬. বহুঘটনা সম্বলিত একটি প্রতিবেদনের শুরুতেই মূল ঘটনাগুলো উপস্থাপন করা যায়।

৭.৬.১.২. সারমর্ম সূচনার দুর্বল দিক (Weakness of the Summary Intro)

১. গুরুত্বপূর্ণ বিষয় সম্পর্কিত না হলে এ ধরনের সংবাদ সূচনায় পাঠক আগ্রহ বোধ করে না;
২. অনেক কথা একসঙ্গে বলার প্রবণতা থাকায় পাঠক বিরক্তি বা অস্বস্তিবোধ করতে পারে;
৩. সারমর্ম করতে শিয়ে সূচনাটি শব্দজটে অহেতুক ভাবি হয়ে যেতে পারে;
৪. এ ধরনের সূচনাকে আকর্ষণীয় করে উপস্থাপনের সুযোগ কম।

৭.৬.২. পটভূমিযুক্ত সূচনা (Background Intro)

সংবাদ গুরুত্বের মানদণ্ডে যখন সংবাদের পেছনের সংবাদ, অর্থাৎ ঘটনার নেপথ্যের তথ্য তুলে ধরে সংবাদের যে সূচনা করা হয় তাকেই বলা হয় পটভূমিযুক্ত সংবাদ সূচনা। অনেক সময় নেপথ্য বা পূর্ব ঘটনার জের ধরেই পরবর্তী সংবাদ-ঘটনা সংঘটিত হয়। এরপক্ষে সংশ্লিষ্ট সংবাদের শুরুতেই পটভূমিযুক্ত ও কার্যকারণধর্মী তথ্য তুলে ধরে ইন্ট্রো তৈরি করতে হয়।

উদাহরণ: ‘ক্যাম্পাসে বাস চাপা পড়ে ছাত্রী মৃত্যুর জের ধরে গতকাল ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় ছাত্র-পুলিশ সংঘর্ষে অন্তত ৫০ জন আহত হয়েছেন।’

৭.৬.৩. উদ্ধৃতিমূলক সূচনা (Quotation Intro)

আমাদের সংবাদপত্রে উদ্ধৃতি সহকারে প্রায়ই সংবাদ সূচনা তৈরি করা হয়ে থাকে। জোরালো কোনো বক্তব্যের অনুকূলে বিতর্কিত, শ্রেষ্ঠ বা বিবৃতিনির্ভর কোনো উক্তি বা মন্তব্য যা বিশেষ পরিস্থিতিতে সময়ের কথা বলে, সেরূপ ক্ষেত্রে উদ্ধৃতিমূলক সূচনা তৈরি করা যেতে পারে। সংকটপূর্ণ সময়ের শর্করুত্বপূর্ণ বক্তব্যের সরাসরি উদ্ধৃতি সংবাদের গুরুত্ব যথেষ্ট বাড়িয়ে দেয়।

উদাহরণ: ‘ছাত্র রাজনীতি বিশ্ববিদ্যালয়ের পরিবেশ কলুম্বিত করছে –স্বরাষ্ট্রমন্ত্রীর এই বক্তব্যের পরিপ্রেক্ষিতে বিশ্ববিদ্যালয় থেকে ছাত্র রাজনীতি বক্ষের প্রসঙ্গ গতকাল আবারও সংস্দে উত্থাপিত হয়।’

৭.৬.৪. প্রশ্নমূলক সূচনা (Question Intro)

কোনো বিতর্কিত বিষয় কিংবা রহস্যজনক কোনো ঘটনাকে নিয়ে প্রশ্ন উত্থাপন করে কখনো কখনো সংবাদ সূচনায় পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণ করা যায়। সংবাদের শর্করাতে সাধারণত যেকোনো প্রশ্নই পাঠককে কৌতুহলী করে। আর যদি প্রশ্নটি একান্তভাবে পাঠকদের উদ্দেশ্যে করা হয়েছে বলে মনে হয়, তবে তা হতে পারে একটি উন্নত প্রশ্নমূলক সংবাদ সূচনা। এরূপ সূচনায় সমাজজীবনের যেকোনো সমস্যাকে খুব আকর্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করা সম্ভব হয়।

উদাহরণ: ‘পিতা-পুত্রের মধ্যে কী এমন ঘটেছিল যার পরিণতিতে পিতার গুলিতে প্রতিশ্রুতিশীল তরুণ পুত্র প্রাণ হারালো? স্নেহময়ী মা ও বোন কেনই-বা রাশিদুলের প্রাপ্তীন দেহকে শেষবারের মতো দেখতে এলো না? এ পর্যন্ত রাশিদুল হত্যার কোনো রহস্য উৎঘাটন না হওয়ায় সবার মনে একই প্রশ্ন ঘূরপাক থাচ্ছে।’

৭.৬.৫. সংলাপ সূচনা (Dialogue Intro)

যে সূচনায় কথোপকথনের ভঙ্গিতে একটি খবরের মূল বক্তব্য উপস্থাপিত হয় তাকে সংলাপ সূচনা বলে। সাধারণত নাটকীয়তা তৈরি করে সংবাদে বৈচিত্র আনা এবং অনেক ক্ষেত্রে পাঠককে আকৃষ্ট করার জন্য এ ধরনের সংবাদ সূচনা লেখা হয়। এ ধরনের সূচনায় পাঠকের কাছে পরিস্থিতি ব্যাখ্যা করার জন্য অতিরিক্ত এক বা একাধিক অনুচ্ছেদ প্রয়োজন হতে পারে।

উদাহরণ: ‘শুল্ক বিভাগের কর্মচারী বিমানবন্দরের ভেতরেই এক যাত্রীকে জিজ্ঞাসা করলেন, আপনার কাছে বিক্রি করার মতো বৈদেশিক মুদ্রা আছে? যাত্রী হেসে বললেন, আপনার প্রয়োজন মেটাতে পারতাম, যদি আমি বাংলাদেশ ব্যাংকের বৈদেশিক মুদ্রা নিয়ন্ত্রক না হতাম।’

৭.৬.৬. বর্ণনামূলক সূচনা (Descriptive Intro)

যে সূচনায় কোনো ব্যক্তি, বস্তু বা বিষয় সম্পর্কে বলতে গিয়ে নির্দিষ্ট পরিস্থিতির বর্ণনা দেওয়া হয় এবং দৃশ্যময়, ধ্বনি, শব্দ, গন্ধ, স্বাদ প্রভৃতির আবেশে পাঠককে ঘটনাস্থলের সঙ্গে নিবিড়ভাবে পরিচয় করিয়ে দেওয়া সম্ভব হয়, সে ধরনের সংবাদ সূচনাকে বলা যেতে পারে বর্ণনামূলক সূচনা।

সংবাদের বিশেষত্ব বা মেজাজের অনুকূলে পাঠকের সম্ভাব্য আগ্রহ বিবেচনা করে যেখানে যেরূপ বর্ণনা প্রয়োজন, সেখানে সেরূপ বর্ণনাধর্মী সূচনা ব্যবহার করা উচিত। বর্ণনামূলক সূচনা অনেক ক্ষেত্রে বড় কোনো ঘটনার খবরের সঙ্গে পরিপূরক খবরের সূচনা হিসেবে ব্যবহৃত হয়।

উদাহরণ: (i) ‘জেলের ভেতর থেকে একে একে নিঃশব্দে মুান পায়ে বেরিয়ে পড়ল কয়েদীরা। গেটের সামনের ঢঙ্গে নামিয়ে রাখল তাদের হাতের শাবল, কুড়াল, গাইতি, লাঠি; গাছের ছায়ায় হাঁটুতে মাথাগুঁজে সবাই বসে পড়ল একে একে। বিদ্রোহের সেই বহি নেই আজ কারও চোখে।’

৭.৬.৭. কার্তৃজ সূচনা (Bullet Intro)

কিছু কিছু খবর আছে যা এতই মর্মস্পর্শী যে তার প্রতিক্রিয়া পাঠক মনের ওপর তাৎক্ষণিকভাবে কার্যকর হয়। অল্প ক'টি বুলেটধর্মী শব্দে যে সংবাদ সূচনা পরিবেশন করা হয়, তাই-ই কার্তৃজ বা বুলেট সংবাদ সূচনা। যুদ্ধ, বিপ্রহ কিংবা কোনো আলোড়ন সৃষ্টিকারী ঘটনার বিবরণ লিখতে এ ধরনের সংবাদ সূচনার প্রয়োজন হয়। বিশ্বেশণহীন এরূপ সংক্ষিপ্ত সূচনায় এক ধরনের নাটকীয়তা থাকে এবং মানুষের সংবেদনশীল অনুভূতিতে তা গভীরভাবে রেখাপাত করে। **উদাহরণ:** (i) ‘সাদাম সরকারের পতন ঘটেছে! ইরাক এখন যৌথ বাহিনীর দখলে।’

(ii) ‘মওলানা ভাসানী আর নেই! মজলুম এই জননেতা গত রাতে হাসপাতালে অস্তিম নিঃশ্বাস ত্যাগ করেন।’

৭.৬.৮. স্ট্যাকাটো সংবাদ সূচনা (Staccato Intro)

‘Staccato’ শব্দের অর্থ হচ্ছে আলাদা-আলাদা অথচ স্পষ্ট ধ্বনি। এ ধরনের ধ্বনি ও শব্দগুচ্ছের মাধ্যমে বিশেষ মুহূর্তের পরিস্থিতিকে বর্ণনার বিশেষ আবহে ধারণ করে স্ট্যাকাটো সংবাদ সূচনা তৈরি করা যায়। ছোট ছোট শব্দ বা শব্দগুচ্ছের মাধ্যমে মেজাজ সৃষ্টিকারী ছন্দ ও গতি সঞ্চারিত করে এ ধরনের সংবাদ সূচনা লেখা যায়।

বর্ণনামূলক সূচনার সঙ্গে এর বৈশিষ্ট্যগত অধিল হলো, এতে ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র চোখ-ধাঁধানো দৃশ্যচিত্র ছোট-ছোট বাক্য ও শব্দগুচ্ছের মাধ্যমে ঘটনার রূদ্ধিশাস পরিস্থিতি ও আকস্মিকতাকে গতিময় করে ফুটিয়ে তোলা যায়, যা সাধারণত বর্ণনামূলক সূচনায় সম্ভব হয় না।

উদাহরণ: ‘বহুকঠের স্লোগান। অসংখ্য কঠের গুঞ্জরণ; একটু ধোঁয়া! বিদ্যুতের ঝলকানি! প্রচণ্ড বিক্ষেপণ! আহতদের আর্তনাদ! নিহতদের রক্তাক্ত নিখর দেহ; গতকাল রমনা বটমূলে সম্মিলিত সাংস্কৃতিক জোট আয়োজিত অনুষ্ঠানের এই ছিল পরিপতি।’

৭.৬.৯. বৈপরীত্য সূচনা (Contrast Intro)

সংবাদের যে সূচনায় পাশাপাশি তুলনাযোগ্য দুটি পরস্পর বিপরীতধর্মী ইঙ্গিতময় তথ্যচিত্র তুলে ধরা যায় তাকে বলা হয় বৈপরীত্য সংবাদ সূচনা।

উদাহরণ: ‘হিবিগঞ্জের কৃষক আব্দুল হালিম বন্যা-পরবর্তী কৃষি ঝণের টাকায় হালের বলদ কিনতে না পারায় শেষ পর্যন্ত বলদের বদলে নিজের ছেলেকে দিয়েই হাল চাষ করিয়ে নিচ্ছেন।’

৭.৬.১০. অলংকার/রূপকর্মী সূচনা (Ornamental Intro)

কখনো কখনো ইন্ট্রোতে বিশেষ বিশেষ অবস্থা বা পরিস্থিতিগত ভাব প্রকাশের জন্য অলংকার কিংবা রূপকের মাধ্যমে একটি আকর্ষণীয় বক্তব্য বা তথ্যচিত্র তুলে ধরার চেষ্টা করা হয়। শব্দের মধ্যে দিয়ে একটা ছবি ক্রমশ ফুটিয়ে তোলা এ ধরনের সূচনার অন্যতম প্রধান লক্ষ্য। মানবিক আবেদন তথা সংবেদনশীল সংবাদের ক্ষেত্রে এ ধরনের ইন্ট্রোর ব্যবহার বেশি হয়ে থাকে। **উদাহরণ:** (i) ‘দুমাস ধরে বাজার যাচাই করে প্রধানমন্ত্রী গতকাল সিদ্ধান্ত নিয়েছেন, বাণিজ্য মন্ত্রী ও তার বন্তনিষ্ঠ বাণিজ্য নীতিকে রক্ষা করার চড়া দাম সরকার দিতে পারবেন না। বাণিজ্য মন্ত্রী আহমেদ জামানকে আজ তিনি মন্ত্রী পদ থেকে অব্যাহতি দিয়েছেন।’

(ii) ‘উভয়ে কাঁঠালবিথীর প্রকৃতিক দেওয়াল। দক্ষিণে সবুজের সমারোহ। পূর্ব থেকে পশ্চিমে হৃদ-সমূহের নয়নভিরাম দৃশ্য ...প্রকৃতির স্নিগ্ধ-সৌম্য ও কাব্যিক অঙ্গন জাহাঙ্গীরনগর বিশ্ববিদ্যালয়ের সেই প্রীতিময় পরিবেশ আজ আর নেই। বাকদের গঙ্গে ভারি হয়ে গেছে ক্যাম্পাসের বাতাস। ঘনসবুজ ঘাসে রক্তের দাগ শুকাবার আগেই রঞ্জিত হচ্ছে পুনর্বার।

পুনর্গঠিত ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. এফ ফ্রেসার বড, সাংবাদিকতা পরিচিতি, ফেরদৌস নিগার হোসেন অনুদিত, বাংলা একাডেমি, ঢাকা, ২০০১
২. রফিকুল ইসলাম খন্দকার, ব্বর লেখা ও সম্পাদনা, বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউট, ১৯৯৯
৩. George A. Hough^{3rd} *News Writing* (4th edition), Houghton Mifflin Company, Boston, (P- 300), 1988
৪. Melvin Mencher, *News Reporting and Writing* (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997
৫. Julian Harris et. al. *The Complete Reporter* (5th edition), Macmillan Publishing Company, New York, 1985
৬. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৭. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata, 1983
৮. Bruce D. Itule & Douglas A. Anderson, *News Writing and Reporting- For Today's Media* (2nd edition), McGraw-Hill, New York, 1991
৯. G Bohere, *Profession: Journalist*, Oxford & IBH Publishing Co., New Delhi, 1984
১০. C.F. CARR & F. E. Stevens *Modern Journalism* (Reprint) Sir Isaac Pitman & Sons Limited, Melbourne, 1946
১১. Hennessy Brendan and FW Hodgson, *Journalism Work Book*, Focal Press, Oxford, 1955

“I keep six honest serving men
(They taught me all I knew)
Their names are what and why and when
And how and where and who”
— Rudyard Kipling



অধ্যায় আট

সংবাদের ধরন ও প্রকরণ

“প্রতিদিন কত ব্বর আসে যে কাগজের পাতা ভরে
জীবন পাতার অনেক ব্বর রয়ে যায় অগোচরে”

— ড. মনিরুজ্জামান (গীতিকার)

— সত্য সাহা (সুরকার)

সংবাদ ও সাংবাদিকতার উত্তর, বিকাশ ও ব্যবহারিক চর্চার কারণে ইস্যু, বিষয় ও প্রকৃতিগত মূল্যায়নে সংবাদের রয়েছে বহুমাত্রিক ধরন ও নামকরণ। সাংবাদিকতার মৌলধারণা হিসেবে স্থান-কাল-পাত্রভেদে সংবাদ সম্পর্কিত একটি সার্বজনীন ধারণায়নের প্রয়াস আমরা এ বইয়ের প্রথম ও দ্বিতীয় অধ্যায়ে লক্ষ করেছি। বর্তমান অধ্যায়ে প্রকৃতি ও প্রবণতার মানদণ্ডে সংবাদের ধরন ও প্রকরণ সম্পর্কে আলোকপাত করা হলো।

এখানে উল্লেখ করে নেওয়া ভালো যে, বৈশিষ্ট্যগত রকমারি মানদণ্ডে আলোচ্য কোনো কোনো সংবাদ একাধিক ক্যাটাগরিতে লক্ষ করা যেতে পারে। এক্ষেত্রে মনে রাখতে হবে যে, সংবাদের এই প্রকারগত বিভাজন তত্ত্বগত ছূঢ়ান্ত কোনো বিশ্লেষণ নয়; বরং অনেকাংশে তা সংবাদের প্রকৃতিগত স্বরূপ অন্বেষণের একটি অ্যাকাডেমিক চেষ্টা মাত্র।

বৈশিষ্ট্যগত প্রকৃতি ও প্রবণতার মূল্যায়নে সংবাদকে আমরা নিম্নরূপ ছয়টি ধরন বা মানদণ্ডে ভাগ করতে পারি:

- ক. তথ্যগত শুল্কতার মানদণ্ড
- খ. তথ্যানুসন্ধানের গভীরতার মানদণ্ড

- গ. সামগ্রিক নমনীয়তার মানদণ্ড
- ঘ. একান্ত পরিবেশনাগত মানদণ্ড
- ঙ. নৈকট্যের মানদণ্ড ও
- চ. বিষয়ভিত্তিক মানদণ্ড।

এ অংশে পর্যায়ক্রমে উল্লিখিত মানদণ্ডসমূহের আলোকে বিভিন্ন প্রকার সংবাদের সংক্ষিপ্ত পরিচয় তুলে ধরা হলো:

৮.১. তথ্যগত শুল্কতার মানদণ্ড

তথ্যগত শুল্কতার মানদণ্ড অনুসারে সংবাদকে দু'ভাগে ভাগ করা যেতে পারে। যথা:

- ক. সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদ ও
- খ. মনুষ্যী/বিষয়ীকেন্দ্রিক/মন্তব্যাশ্রয়ী সংবাদ।

৮.১.১. সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদ (Objective News)

সত্যনির্ণিষ্ট শব্দটি অত্যন্ত ব্যাপক ও জটিল দিকমাত্রা নির্দেশক শব্দ। ‘সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদ’ প্রত্যয়টি সাংবাদিকতার পরিভাষায় এক বিশেষ অর্থ প্রকাশ করে। সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদ বলতে একইসঙ্গে হ্রবহ, নির্ভুল, পক্ষপাতমুক্ত, নৈর্ব্যক্তিক ও পূর্ণাঙ্গরূপ সংবাদ বিবরণীকে বোঝানো হয়ে থাকে। এ সংক্রান্ত সংবাদ সাহিত্য ঘেটে যেসব ধারণা পাওয়া যায়, সেসবের আলোকে সংক্ষেপে সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদের একটি যৌগিক সংজ্ঞা দেওয়া যেতে পারে এভাবে: সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদ হচ্ছে একাধারে ঘটনার অবিকল, নৈর্ব্যক্তিক, নিরপেক্ষ, বিভ্রান্তিমুক্ত, নির্মোহ, পূর্ণাঙ্গ ও সর্বোপরি নির্ভুল তথ্য বিবরণী।

উনিশ শতকের শেষাংশে ‘অবজেক্টিভ’ সংবাদের ধারণাটি সাংবাদিকতায় যুক্ত হয় এবং বিশ শতকের গোড়ার দিকে তা বিকশিত হতে থাকে। তথ্যগত বিশুল্কতার প্রশ্নে সংবাদ হচ্ছে বাস্তব ঘটনার যথাযথ ও নৈর্ব্যক্তিক তথ্য পরিবেশনা। কোনো ঘটনার উপরিতল বাস্তবতায় সবসময় প্রকৃত সত্য নাও থাকতে পারে। আবার রিপোর্টারের নিজস্ব মতামত ও একান্ত দৃষ্টিভঙ্গি সংবাদ বিবরণীতে সম্পৃক্ত হয়ে তথ্য ও সত্যের যথার্থতা এবং নৈর্ব্যক্তিকতা ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে। কেননা, ঘটনার আপাত সত্যের নেপথ্যে লুকিয়ে থাকতে পারে প্রকৃত সত্য। তাইতো খবরের পিছনের খবর ‘News behind the news’। এবং আপাত ও আংশিক সত্যের বিপরীতে অবিকৃত ও সম্পূর্ণ সত্য তুলে আনাই সত্যনির্ণিষ্ট সংবাদের প্রধান লক্ষ্য।

৮.১.২. মন্যায়ী/বিষয়ীকেন্দ্রিক/মন্তব্যাশ্রয়ী সংবাদ (Subjective News)

সত্যনিষ্ঠ সংবাদের ঠিক বিপরীতধর্মী সংবাদ হলো এই মন্যায়ী বা বিষয়ীকেন্দ্রিক সংবাদ। এ ধরনের সংবাদে সত্যনিষ্ঠতা বা বন্ধনিরপেক্ষতার পরিবর্তে ব্যক্তিনিষ্ঠতা বা ব্যক্তিক সংশ্লিষ্টতা প্রাধান্য পায়। আর তাই এরূপ সংবাদে রিপোর্টারের নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি, মতামত ও বক্তব্য জুড়ে দেওয়া হয়। নির্মোহ ও নিরপেক্ষতার বিপরীতে বিশেষ কোনো দিকের প্রতি পক্ষপাত প্রকাশ পায় এ ধরনের সংবাদে। একইভাবে নৈব্যক্তিকতার পরিবর্তে রিপোর্টারের ব্যক্তিক মনোভঙ্গি এবং অতিরঞ্জিত বক্তব্য বা মতামত স্পষ্ট হয়ে ওঠে মন্যায়ী সংবাদে।

আমাদের দেশে এ ধারার সাংবাদিকতার বিশেষ চর্চা সাম্প্রতিককালে লক্ষ করা যায়। কোনো রিপোর্টার যখন তার প্রতিবেদন প্রণয়নকালে নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি, একান্ত ব্যক্তিগত বক্তব্য কিংবা তার নিজস্ব সংস্থার মতাদর্শ রিপোর্টে ফুটিয়ে তোলেন, তখন তাকে মন্যায়ী বা মন্তব্যাশ্রয়ী সংবাদ হিসেবে গণ্য করা হয়। সাধারণ রিপোর্টিংয়ের পাশাপাশি ইদানীংকালে ‘মন্তব্য প্রতিবেদন’ নামে কোনো কোনো পত্রিকায় স্বনামধন্য ও বিশিষ্ট সংবাদিকদের অনেকেই ‘বাই-লাইন প্রতিবেদন’ আকারে বিশেষ ধরনের এই মন্যায়ী সংবাদ পরিবেশন করে থাকেন। এ ধরনের সংবাদ প্রতিবেদন ‘মন্তব্য সংবাদ’, ‘মন্তব্য প্রতিবেদন’, ‘নিউজ ওপিনিয়ন’ প্রভৃতি নামে পরিচিতি পাচ্ছে। আবার, পুরোপুরি মতামতনির্ভর কিছু কিছু প্রতিবেদনকে সাম্প্রতিককালে সম্পাদকীয় বা উপসম্পাদকীয়, অর্থাৎ ‘ওপিনিয়ন’ ক্যাটাগরিতে না ফেলে সংবাদ ক্যাটাগরিতে ফেলা হচ্ছে। একে সাংবাদিকতার পরিভাষায় না বলা যাচ্ছে সংবাদ প্রতিবেদন, না বলা যাচ্ছে মন্তব্য প্রতিবেদন।

যারা এ ধারাকে সমর্থন করছেন তাদের অভিমত হলো বন্ধনিষ্ঠতা/সত্যনিষ্ঠতা বা নিরপেক্ষতা বলে কিছু নেই। পাঠককে সংবাদের মধ্য দিয়ে যদি একটি নির্দেশনা না-ই দিতে পারা যায়, তাহলে সে সংবাদ জেনে বা পড়ে তাদের লাভ কী? তাছাড়া, সাধারণ জনগণের জন্যই যেহেতু সংবাদ পরিবেশনের এতো চেষ্টা, সেই জনগণের প্রতি বিশেষ পক্ষপাত তো থাকবেই। সুতরাং সংবাদে প্রতিবেদকের মন্তব্য বা মতামত জুড়ে দেওয়া এমন দোষের কিছু নয়; বরং জনস্বার্থেই তা করা হয়।

উল্লিখিত বিভিন্ন মাত্রার মন্দায়ী বা মন্তব্যাশ্রয়ী সংবাদ ছাড়াও আমাদের দেশের পত্র-পত্রিকায় অতিরিজ্জিত, আলঙ্কারিক ও ভাবাশ্রয়ী কিছু কিছু সংবাদকে ‘সাবজেকটিভ নিউজ’ হিসেবে চিহ্নিত করা যেতে পারে। আবার, ‘হলুদ সাংবাদিকতা (Yellow journalism)’ নামকরণে বিশ্বব্যাপী যে বিশেষ ধরনের চাঞ্চল্যকর রিপোর্টিং প্রবণতা চালু রয়েছে, শুন্দতার মানদণ্ডে সেরুপ সংবাদকেও সাবজেকটিভ নিউজ হিসেবে মূল্যায়ন করা হয়।

৮.১.২.১ হলুদ সংবাদ

প্রচারসংখ্যা (Circulation) বাড়ানোর জন্য মিথ্যা, ক্ষ্যাভাল, দাঙ্গা-হাঙ্গামা, সেক্স ও সেনসেশনাল বিষয়কে উপজীব্য করে বিশেষ ধরনের ভিত্তিহীন যেসব সংবাদ পত্রপত্রিকায় পরিবেশিত হয়; সেগুলোই হলুদ সংবাদ। সত্যনির্ণয় ও পেশাগত মূল্যবোধের প্রশ্নে হলুদ সংবাদ ও সাংবাদিকতা সর্বদাই নিন্দনীয় ও পরিত্যাজ্য। এ ধারার সাংবাদিকতার শুরু হয় আমেরিকায়। যোশেফ পুলিংজার ও উইলিয়াম র্যাডলফ হাস্ট হলুদ সাংবাদিকতার প্রভকা। ১৮৮০ থেকে ১৯০০ সাল পর্যন্ত পত্রিকার কাটিতি বা প্রচার বাড়ানোর জন্য পুলিংজার ও হাস্টের মধ্যে অসুস্থ প্রতিযোগিতার ফলে সৃচিত হয় সত্যনির্ণয় সাংবাদিকতার বিপরীতে চাঞ্চল্য প্রকৃতির এই স্পর্শকাতর ধারার সাংবাদিকতা।

৮.২. তথ্যানুসন্ধানের গভীরতার মানদণ্ড

সংবাদের উৎস-সূত্র ও তথ্যের গভীরতার মানদণ্ডে সংবাদকে মূলত দু'ভাগে ভাগ করা যায়:

- ক. উপরিতল সংবাদ ও
- খ. গভীরতর সংবাদ

৮.২.১. উপরিতল সংবাদ (Surface News)

গভীর অনুসন্ধান ও দীর্ঘ কোনো পরিকল্পনা ব্যতিরেকে আমাদের চারপাশ থেকে প্রতিনিয়ত যেসব সাদামাটা সংবাদ সংগ্রহ করা হয়, সাংবাদিকতার পরিভাষায় সেগুলোই হচ্ছে উপরিতল সংবাদ। পাঠকের সম্ভাব্য জিজ্ঞাসার উত্তর নিয়ে অর্থাত ঘটনাটি কী, কে বা কারা এর সঙ্গে জড়িত, কখন ও

কোথায় ঘটনাটি ঘটেছে-এসব জিজ্ঞাসার উত্তর মিলেই মূলত উপরিতল সংবাদ তৈরি হয়। যেমন প্রতিদিন কোথাও না কোথাও সড়ক দুর্ঘটনা, অগ্নিকাণ্ড, প্রাকৃতিক বা মানুষ সৃষ্টি বিপর্যয়, কিংবা কোনো প্রতিষ্ঠান বা অবকাঠামোর উদ্বোধন, কর্মশালা, সেমিনার, সংবাদ সম্মেলন প্রভৃতি ঘটনা ঘটেই চলেছে। এসব ঘটনার তথ্য সংগ্রহ করতে গভীর অনুসন্ধান কিংবা দীর্ঘ প্রস্তুতি বা পরিকল্পনার প্রয়োজন হয় না বলেই এগুলো উপরিতল সংবাদ।

৪.২.২. গভীরতর সংবাদ (Depth News)

কার্যকর পরিকল্পনা ও গভীরতর পদ্ধতিগত তথ্যানুসন্ধানের ভিত্তিতে জাতীয় জীবনের বিশেষ কোনো ঘটনা, অবস্থা বা পরিস্থিতির নেপথ্য বিভিন্ন দিকসমূহকে যে ধরনের সংবাদে ধারণ করা হয়, সাংবাদিকতার পরিভাষায় তাকেই বলা হয় গভীরতর সংবাদ। ইংরেজিতে একে বলা হয় Depth News বা In-depth News।

গভীরতর সংবাদ হলো প্রকৃত অর্থেই সংবাদের পিছনের বা নেপথ্য সংবাদ (News behind the news)। গভীর বা নিবিড় পর্যবেক্ষণ, পদ্ধতিগত তথ্যানুসন্ধান ও ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণের মাধ্যমে ঘটনা বা অবস্থার প্রকৃত স্বরূপ, পটভূমি এবং ভবিষ্যৎ পরিণতির আভাস-ইঙ্গিত কার্যকরভাবে তুলে ধরা যেতে পারে এ ধরনের সংবাদ প্রতিবেদনে। তথ্যানুসন্ধানে এক্ষেত্রে সাধারণত ‘ফড়-ক’-এর কী, কে (বা কারা), কখন, কোথায়’ – এই চারটি প্রাথমিক জিজ্ঞাসার চেয়ে ‘কেন ও কীভাবে’ এই দুটি জিজ্ঞাসা বিশেষভাবে প্রাধান্য পায়।

সংবাদ প্রতিবেদন : নমুনা - ১

সংবাদ সূচনা
(Intro/Lead)

চল্লিশের কম বয়সী যারা মাত্রাতিরিক্ত পরিশ্রম করেন এবং উদ্দেশের মধ্যে থাকেন, তাদের হৃদরোগে আক্রান্ত হওয়ার ঝুঁকি বেশি। হৃদরোগ বিশেষজ্ঞ ডা. সাগুফতা শারমিন এক গবেষণাপত্রে এ তথ্য জানান।

সূচনা
সম্প্রসারণ
(Elaboration
of Lead)

চাকরিক্ষেত্রে বাড়তি চাপও হতাশা এবং পর্যাপ্ত বিশ্রামের অভাব হৃদরোগের ঝুঁকি বাড়িয়ে দেয় বলে জাতীয় হৃদরোগ ইনসিটিউটের পরিচালক ডা. সাগুফতার ওই গবেষণা থেকে জানা যায়।

মূল মূল তথ্য
(Major
Details/ Main
Points)

ইনসিটিউটের ৪৫ জন বিশেষজ্ঞ ডাক্তারের সামনে ডা. সাগুফতা গতকাল তার গবেষণার এ ফলাফল উপস্থাপন করেন। তিনি জানান, হৃদরোগের প্রধান টার্গেট হচ্ছে সেসব মুবক-মুবতী, যারা কাজের বিষয়ে অধিকমাত্রায় সচেতন, কাজের মাঝে ১০ মিনিট অবসর নিলেই যাদের মধ্যে অপরাধবোধ কাজ করে এবং কাজ নিয়ে যারা সবসময় অসন্তোষ, উদ্বেগ আর হতাশায় ভোগেন।

খুঁটিনাটি তথ্য
(Minor
Details)

চল্লিশের কম বয়সী ২২০ জন হার্টের রোগীর ওপর গবেষণার ভিত্তিতে ডা. শারমিন এ সিদ্ধান্তে পৌছেন। তার গবেষণায় দেখা যায়, ১৯৮ জন কর্মক্ষেত্রে ভয়াবহ চাপে থাকেন এবং হতাশা ও অনুর্ধ্ব ভয়ের মধ্যে তাদেরকে কাজ করতে হয়। এদের ৯২ জন একাধিক চাকরিতে নিয়োজিত অথবা এক চাকরিতেই তাদের সঙ্গাহে ৬০ ঘণ্টার বেশি সময় কাজ করতে হয়।

পরিপূরক তথ্য
(Filler
Information)

বেশিরভাগ রোগীর ক্ষেত্রে দেখা যায়, তারা নিজেরাই নিজের রোগের জন্য দায়ী। এদের ব্যক্তিত্বের গড়নই এমন যে, কর্মক্ষেত্রে নিজেরাই নিজেদের জন্য অহেতুক একটি বিরূপ অবস্থা তৈরি করেন এবং ক্রমশ সেই অবস্থা স্থায়ী হয়। তারা নিজের কাজে সবসময় অসম্পৃষ্ট থাকেন এবং একটি কাজ শেষ হওয়ার পর অবসরের চিন্তা না করেই বড় আরেকটি কাজের লক্ষ্য নির্ধারণ করে ফেলেন।

কম গুরুত্বপূর্ণ
তথ্য
(Less
Important
Information)

এসব লোকের মধ্যে যাদের ওজন বেশি, চর্বিযুক্ত খাবার গ্রহণ যাদের নিয়মিত অভ্যাস এবং বংশগতভাবে যাদের হৃদরোগের ইতিহাস রয়েছে, তাদের অবস্থা সবচেয়ে বিপজ্জনক। ডা. সাগুফতা শারমিন (৫৪) একজন এফআরসিএস। জাতীয় হৃদরোগ ইনসিটিউটে যোগদানের আগে তিনি বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিব মেডিক্যাল বিশ্ববিদ্যালয়ের হৃদরোগ বিভাগের বিভাগীয় প্রধান ছিলেন। ভিয়েনার কলেজ অব মেডিসিনের ভিজিটিং প্রফেসর হিসেবেও তিনি দায়িত্ব পালন করেছেন।

উল্টো পিরামিড কঠমোয় প্রদীপ্ত একটি সাদাটাম্বা গভীরতের প্রতিবেদন:
সোজন্যে:পিআইবি।

গভীরতর সংবাদকে আবার বৈশিষ্ট্যগত দিক থেকে কয়েকভাগে ভাগ করা যায়। তবে বিভিন্ন প্রকার গভীরতর সংবাদকে প্রকৃতিগতভাবে মূলত নিম্নরূপ দুটি শ্রেণীতে ফেলা যেতে পারে:

- ক) অনুসন্ধানমূলক সংবাদ
- খ) ব্যাখ্যামূলক সংবাদ

৮.২.২.১. অনুসন্ধানমূলক সংবাদ (Investigative News)

জনস্বার্থ বিষয়ক কোনো অজানা কিংবা লোকচক্ষুর অন্তরালে থাকা ঘটনা বা অবস্থাকে ব্যাপক অনুসন্ধানের ভিত্তিতে জনসমক্ষে তুলে ধরা হয় অনুসন্ধানমূলক সংবাদের মধ্য দিয়ে। সাংবাদিকতার সর্বাপেক্ষা চ্যালেঞ্জিং ও জনপ্রিয় ধারা এটি। ব্যাপক মাত্রার তথ্যানুসন্ধান, যুক্তি-প্রমাণ এবং গোপনে থাকা ও লুকিয়ে রাখা তথ্যসমূহ উদ্ঘাটন করে বিশেষ ট্রিটমেন্টসহকারে তা তুলে ধরা হয় এরপ সংবাদে।

সমাজের অন্যায়, অপরাধ, দুর্ভীতি, ক্ষমতার অপব্যবহার, স্বজনপ্রীতি, ঘৃষ, অর্থ আত্মসাধ প্রভৃতি সামাজিক ব্যাধির স্বরূপ উন্মোচন করাই অনুসন্ধানমূলক সাংবাদিকতার মূল লক্ষ্য। তাই অনুসন্ধানমূলক সংবাদ এক ধরনের গবেষণাধর্মী তথ্যানুসন্ধানের ফসল। সে কারণে একে বলা হয় গবেষণালক্ষ প্রতিবেদন (Report by research)। অনুসন্ধানের সমার্থক শব্দ তদন্ত, পরীক্ষা-নিরীক্ষা, গবেষণা, ঘেঁটে দেখা, তালিয়ে দেখা ইত্যাদি। এসব শব্দের অর্থ থেকেই বোঝা যায় যে, সম্ভাব্য সব ধরনের তথ্যানুসন্ধান পদ্ধতি ব্যবহার করেই অনুসন্ধানমূলক সংবাদ প্রণীত হয়।

গোপন কোনো তথ্য-সূত্রকে অনুসরণ করে দীর্ঘদিন ধরে নানামাত্রিক তদন্ত ও অনুসন্ধান শেষে যখন অনুসন্ধানমূলক সংবাদটি প্রকাশ পায়, তখন অধিকাংশক্ষেত্রেই চারিদিকে হৈ-চৈ পড়ে যায় এবং জনমনে ব্যাপক আলোড়ন তৈরি হয়। আর ঘটনার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট অপরাধী বা দায়ী ব্যক্তিদের ভয়ে তখন বুকে কাঁপন ধরে যায়। আলোড়ন সৃষ্টিকারী অনুসন্ধানী সংবাদের বড় উদাহরণ হলো যুক্তরাষ্ট্রের ‘ওয়াটারগেট কেলেক্ষারি’ কিংবা ভারতের ‘বোফর্স অস্ত্র কেলেক্ষারি’।

ব্যাপক তদন্তের ভিত্তিতে এ ধরনের সংবাদ তৈরি হয় বলে অনেকে একে ‘তদন্তমূলক সংবাদ’ নামে আখ্যায়িত করেন। আবার, কখনো কখনো ব্যাপক তদন্ত ও অনুসন্ধানের ভিত্তিতে প্রণীত ‘অপরাধমূলক সংবাদ’ও (Crime news) প্রকৃতিগত মূল্যায়নে গভীরতর সংবাদের মধ্যে পড়ে। এইকভাবে পূর্ববর্তী সংবাদের সূত্র ধরে পরবর্তী ঘটনার অগ্রগতি বা পরিণতিমূলক তথ্যানুসন্ধানের ভিত্তিতে প্রণীত ‘ফলোআপ সংবাদ’ও (Followup news) গভীরতর সংবাদ হিসেবে গণ্য হতে পারে।

সংবাদ প্রতিবেদন : নমুনা - ২

নির্বিচারে বাঘ হরিণ হত্যা

ফখরে আলম

সুন্দরবনে নির্বিচারে বাঘ, হরিণ ও অন্যান্য পশু-পাখি হত্যা করা হচ্ছে। গভীর জঙ্গলে চোরা শিকারিদের তৎপরতা বৃদ্ধি পেয়েছে। বাঘই হচ্ছে শিকারিদের অন্যতম টার্গেট। বাঘের চামড়া ২ থেকে ৩ লাখ টাকা বিক্রি হয় বলে এখন চোরা শিকারিদের পাশাপাশি ডাকাতরাও বাঘ হত্যা করছে। মংলা, ঝুলনা ও ঢাকাকেন্দ্রিক একটি চক্র বাঘের চামড়ার এই অবৈধ ব্যবসার সঙ্গে যুক্ত।

মংলায় যেসব জাহাজ আসে সেসব জাহাজের নাবিকের কাছেই বাঘের চামড়া বিক্রি করা হয়। যিক ও বৃত্তিশ জাহাজের নাবিকরাই বেশিরভাগ বাঘের চামড়া কিনে থাকে। সাধারণত শুলি ও বিষমশিত খাবার খাইয়ে বাঘ হত্যা করা হচ্ছে। শুলি করে যে বাঘ মারা হয় তার চামড়ার দাম বেশি। বিষ দিয়ে বাঘ হত্যা করলে নথ ও কিছু পশম ঝুলে পড়ে বলে এ চামড়ার দাম অপেক্ষাকৃত কম। বাঘ হত্যার পর স্থানীয়ভাবে চামড়া টেক্ট করে শিকারিয়া তা বিক্রি করে। মংলা ও ঝুলনার চানমারী এলাকায় দেশীয়ভাবে বাঘের চামড়া টেক্ট করা হয়। সম্প্রতি সরেজমিন অনুসন্ধানে জানা গেছে, চাঁদপাই রেঞ্জের মুকুল বাহিনী গত জানুয়ারি মাসে একটি বাঘ হত্যা করেছে। এ বাঘের চামড়া বিক্রি করার জন্য তারা এখন মংলায় ছোটাছুটি করছে।

সংশ্লিষ্ট সূত্রে জানা গেছে, ১৯৮২ সালে একটি, ১৯৮৩ সালে তিনটি, ১৯৯১ সালে একটি, ১৯৯২ সালে একটি, ১৯৯৩ সালে দুটি, ১৯৯৮ সালে দুটি, ১৯৯৯ সালে একটি এবং গত বছর একটি বাঘের চামড়া উদ্ধার করা হয়। এছাড়া শিকারি, প্রাকৃতিক বিপর্যয়, মানুষখেকে বাঘ নির্ধন প্রভৃতি কারণে এ অঞ্চলে ১৯৮৬ সালে একটি, ১৯৮৮ সালে সাতটি, ১৯৮৯ সালে একটি, ১৯৯০ সালে দুটি, ১৯৯১ সালে দুটি, ১৯৯২ সালে একটি, ১৯৯৩ সালে চারটি, ১৯৯৪ সালে দুটি, ১৯৯৬ সালে পাঁচটি, ১৯৯৭ সালে আটটি, ১৯৯৮ সালে দুটি, ১৯৯৯ সালে চারটি ও গত বছর চারটি বাঘ মারা হয়েছে।

অনুসন্ধানে আরও জানা গেছে সুন্দরবনের সর্বত্রই চোরা শিকারিয়া হরিণ শিকার করে। শুলি ও ফাঁদ পেতে হরিণ মারা হয়। সরকারি পদস্থ কর্মকর্তা থেকে শুরু করে সাধারণ বাওয়ালীরা, এমনকি বন সংলগ্ন লাইসেন্সধারী বন্দুকের মালিকরাও নির্বিচারে হরিণ শিকার করে। এ অঞ্চলে প্রায় গ্রামেই হরিণ শিকারের জন্য ‘নামীদামি’ শিকারি রয়েছে। এসব শিকারি হরিণ মারার জন্য ‘হায়ার’ করা হয়। সুন্দরবনের আশপাশের একশেণ্ঠির মানুষ হরিণের মাংস বিক্রিকে তাদের পেশায় পরিণত করেছে। বন সংলগ্ন মংলার পার্শ্ববর্তী জয়মপি, বাজুয়া, লাউডের, মোড়েলগঞ্জ, কায়া, বানিশান্তা, কদমতলা এলাকায় একশ থেকে দেড়শ টাকায় প্রতি কেজি হরিণের মাংস প্রকাশ্যে বিক্রি হয়।

প্রতিবেদনটি টিআইবি পুরক্ষারপ্রাপ্ত একটি অনুসন্ধানী প্রতিবেদন (ইষ্ট সম্পাদিত);
সৌজন্যে: ফখরে আলম, বিশেষ প্রতিনিধি, আমাদের সময়

৮.২.২.২. ব্যাখ্যামূলক সংবাদ (Interpretative News)

ব্যাখ্যামূলক সংবাদ হলো কোনো বিশেষ ঘটনা বা অবস্থার পরিপ্রেক্ষিতগত পর্যালোচনার মাধ্যমে এর পরিণতির দিক-নির্দেশনা খুঁজে বের করার লক্ষ্যে প্রণীত এক প্রকার গভীরতর প্রতিবেদন।

বিশিষ্ট মার্কিন সংবাদ বিশেষজ্ঞ Roscoe Drummond-এর মতে, ব্যাখ্যামূলক সংবাদ হলো : ‘Setting today’s event against yesterday’s background to give tomorrow’s meaning.’

অর্থাৎ ব্যাখ্যামূলক সংবাদে আমরা তিনটি কালের (অতীত-বর্তমান-ভবিষ্যৎ) সমন্বিত সম্পর্কের মাঝে ঘটনার পরিপ্রেক্ষিত-পরিণতিগত একটি কার্যকারণ সম্পর্ক খুঁজে পাই। ব্যাখ্যামূলক সংবাদের ব্যাখ্যা শব্দটিকে ‘নিউইয়র্ক টাইমস’ পত্রিকার সাংবাদিক লেস্টার মার্কেল ‘Deeper sense of the news’ হিসেবে বর্ণনা করেছেন। তিনি এ ধরনের সংবাদের গঠন-কাঠামো অতিসংক্ষপ্তে তুলে ধরেছেন এভাবে: ‘পটভূমি, ঘটনাক্রম, সর্বোপরি, মর্মার্থ বা শুরুত্বসমূহের সমন্বয় সাধন।’

উপরিতল সংবাদের তথ্যানুসন্ধান প্রক্রিয়ায় ‘5Ws+H’ বা ‘ষড়-ক’-এর অন্যান্য ‘W’ বা ‘ক’-এর মধ্যে *What* (কী)-এর উপস্থিতি বা শুরুত্ব অনিবার্য; কিন্তু ব্যাখ্যামূলক সংবাদের তথ্যানুসন্ধান ও প্রতিবেদন তৈরির প্রক্রিয়ায় অন্যান্য ‘W’ বা ‘ক’-এর চেয়ে *Why* (কেন) -এর শুরুত্ব ও তাৎপর্য সর্বাধিক।

এ প্রসঙ্গে আবারও লেস্টার মার্কেলের একটি উক্তির অবতারণা করা যেতে পারে: ‘*What Mr. Khruschev says about Mr. Kennedy is spot news, why Mr. Khurschev says this is interpretation.*’

ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগের অধ্যাপক কাজী আবদুল মাল্লান তাঁর এক লেখায় ব্যাখ্যামূলক সংবাদ পরিবেশনের প্রক্রিয়া সম্পর্কে উল্লেখ করেন, ‘সংবাদের ব্যাখ্যা করতে গিয়ে রিপোর্টার অংশপটভূমি প্রয়োগ করেন, বর্তমান ঘটনাপ্রবাহ তুলে ধরেন এবং তার মাধ্যমে ভবিষ্যতের ইঙ্গিত দেন। প্রতিবেদক নিজে প্রতিবেদনে ভবিষ্যদ্বাণী করেন না, উপস্থাপিত তথ্যাবলিই প্রতিবেদনটিকে ভবিষ্যতের নির্দেশনা দেয়।’

৮.৩. সামঞ্জিক নমনীয়তার মানদণ্ড

সামঞ্জিক নমনীয়তার (Flexibility) মানদণ্ডে সংবাদকে মূলত দু’ভাগে ভাগ করা যায়:

ক. শুরু সংবাদ

খ. লম্বু সংবাদ

৮.৩.১. শুরু সংবাদ (Hard News)

উপাদান ও বৈশিষ্ট্যের দিক থেকে কঠোর শৃঙ্খলায় নিয়ন্ত্রিত যথার্থ, বস্তুনিষ্ঠ ও সদা সতেজ বা টাটকা প্রকৃতির সংবাদ হলো নিরেট বা শুরু সংবাদ (Hard News)। চূড়ান্ত তাৎক্ষণিকতা, তথ্যের যথার্থতা, সম্পাদনাগত নির্ভুলতা এবং সর্বোপরি, বস্তুনিষ্ঠতার অনমনীয় বৈশিষ্ট্যের কারণে হার্ড নিউজকে বলা হয় Absolute News।

ভাষাগত শব্দ চয়নে, বাক্য গঠনে এবং সর্বোপরি, সংবাদের অবয়ব নির্মাণেও শুরুসংবাদ অতিমাত্রায় হার্ড বা অনমনীয়। সংগতভাবে নানা বৈশিষ্ট্য ও উপাদানগত কড়াকড়িতের কারণে এর নামকরণ করা হয়েছে হার্ড নিউজ। ভিন্ন ভিন্ন নামে পরিচিতি পেলেও ‘Hard News’, ‘Straight Jacket News’, ‘Absolute News’—এসব মূলত একই প্রকৃতির সংবাদ।

৮.৩.২. লম্বু সংবাদ (Soft News)

শুরু বা হার্ড নিউজের ঠিক বিপরীতধর্মী সংবাদ হলো লম্বু বা কোমল সংবাদ (Soft news)। হার্ড নিউজের বৈশিষ্ট্য ও উপাদানের যে যে ক্ষেত্রে অনমনীয়তা রয়েছে, সেসবের অনেকক্ষেত্রেই সফ্ট নিউজে রয়েছে পর্যাপ্ত নমনীয়তা (Flexibility)। আবার হার্ড নিউজের একমাত্র লক্ষ্য যেখানে অডিয়েন্সকে তথ্য জানানো (To inform), সফ্ট নিউজের সেখানে লক্ষ্য হচ্ছে তথ্য অবহিত করার পাশাপাশি একাধারে শিক্ষা দান (To educate), বিনোদন প্রদান (To entertain) এবং উদ্বৃদ্ধকরণ (To motivate)। একইভাবে হার্ড নিউজ যেখানে রকমারী আঁটসাঁট তথ্যে ভরা নিরস-নিরেট এক প্রতিবেদন; সফ্ট নিউজ সেখানে সরসবর্ধী উপাদানে সমৃদ্ধ।

লম্বু বা সফ্ট নিউজে নানামাত্রার মানবিক আবেদন থাকে বলে কখনো কখনো একে বলা হয় মানবিক আবেদনধর্মী সংবাদ। সাধারণত প্রায়শ একে বলা হয় ফিচার। সফ্ট নিউজে হার্ড নিউজের মতো সময়ের তাড়াতাড়ি বা কড়াকড়ি নেই। হার্ড নিউজের মতো তাৎক্ষণিকভাবে প্রকাশ না করলে সফ্ট নিউজের সংবাদমূল্য নষ্ট হয় না বিধায় একে বলা হয় ‘সময় নিরপেক্ষ প্রতিবেদন’।

৮.৪. একক পরিবেশনাগত মানদণ্ড

সংবাদ সংগ্রহ ও প্রকাশের একক পরিবেশনাগত মানদণ্ড বিবেচনা করলে সংবাদকে নিম্নরূপ দু'ভাগে ভাগ করা যায়:

- ক. স্কুপ নিউজ
- খ. এক্সক্লুসিভ নিউজ

৮.৪.১. স্কুপ সংবাদ (Scoop News) : একটিমাত্র সংবাদমাধ্যমে প্রকাশিত হয়েছে এমন চূড়ান্তমাত্রার সংবাদমূল্য ও তাৎক্ষণিকতাপূর্ণ হার্ড নিউজ হলো স্কুপ (Scoop) নিউজ। তবে এটি এমন এক ধরনের হার্ড নিউজ যা প্রকাশের সঙ্গে সঙ্গে ইচ্ছাই পড়ে যায় এবং ব্যাপক চাঞ্চল্যের সৃষ্টি হয়। আর এরপ সংবাদটি প্রতিযোগী যেসব সংবাদমাধ্যম প্রকাশ করতে ব্যর্থ হয়, তাদের অক্ষমতা ও ব্যর্থতার জন্য তারা তখন দুঃখবোধ বা অনুত্তাপবোধ করে; এছাড়া যে সংবাদমাধ্যমটি এটি প্রকাশে সক্ষম হয়েছে তার প্রতিও তাদের একধরনের ঈর্ষা (Jealousy) তৈরি হয়। স্কুপ নিউজের ‘হার্ড বার্নিং’ (Hard burning) বৈশিষ্ট্যের কারণে এটি হলো চরম প্রকৃতির হার্ড নিউজ যা যেকোনো সংবাদমাধ্যমে তাৎক্ষণিকভাবে প্রকাশের জোর দাবি রাখে। স্কুপ নিউজ করতে পারা খুবই ভাগ্যের ব্যাপার। একজন রিপোর্টারের সারাজীবনে কদাচিৎ এই সুযোগ মেলে। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, অর্থমন্ত্রীর পদত্যাগ সংক্রান্ত খবরটি যদি একটিমাত্র সংবাদমাধ্যমে প্রকাশিত হয়, তবে তা হবে একটি স্কুপ নিউজ।

৮.৪.২. এক্সক্লুসিভ নিউজ (Exclusive News) : একটিমাত্র সংবাদমাধ্যমে প্রকাশিত হয়েছে এমন গভীরতর কিংবা সফ্ট নিউজ হলো এক্সক্লুসিভ নিউজ, যা সময়োপযোগিতা ও সংবাদমূল্যের মানদণ্ডে তাৎক্ষণিকভাবে এবং সকল সংবাদমাধ্যমে শুরুত্বসহকারে প্রকাশের দাবি রাখে না।

ধরা যাক, কোনো একটি সংবাদপত্র বা টিভি চ্যানেল ‘ওয়াসার পানি সরবরাহ’ কিংবা ‘বিদ্যুৎ বিভাগের কর্মকাণ্ড’ নিয়ে ধারাবাহিক প্রতিবেদন প্রকাশ করলো; কিংবা একক ও একান্ত অনুসন্ধানের ভিত্তিতে রচিত ‘দুর্নীতি দমন কমিশনের দুর্নীতির খতিয়ান’ শীর্ষক একটি সিরিজ প্রতিবেদন প্রকাশ করতে সক্ষম হলো; তাহলে অনুরূপ সংবাদটি হবে ওই পত্রিকা বা চ্যানেলের ‘একান্ত সংবাদ কাহিনি’ বা এক্সক্লুসিভ নিউজ।

সাদৃশ্য ও বৈসাদৃশ্য

স্কুপ ও এক্সক্লুসিভ উভয়প্রকার সংবাদই হচ্ছে যেকোনো সংবাদমাধ্যমের একক কৃতিত্বের ফসল। তবে স্কুপের ক্ষেত্রে এই কৃতিত্ব যে নিজস্ব পরিকল্পনা ও পরিশ্রমের ফল- তা বলা যাবে না। স্কুপ নিউজ আকস্মিকভাবে যে কাউকে ধরা দিতে পারে। কিন্তু এক্সক্লুসিভ নিউজ হলো কোনো সংবাদমাধ্যমের একান্ত নিজস্ব পরিকল্পনা ও পরিশ্রমের ফসল। তবে মনে রাখি জরুরি যে, স্কুপ হলো এমন এক প্রকার সংবাদ, যা প্রকাশ করার পর অন্যসব সংবাদমাধ্যম তা প্রকাশে ব্যর্থ হওয়ার জন্য করার জন্য ঈর্ষান্বিত (Jealousy) না হয়ে পারে না। কিন্তু এক্সক্লুসিভ

নিউজের ক্ষেত্রে কোনো হার্ড বার্নিং (Hard Burning) নেই বলে এতে অন্যদের কোনোপ্রকার মাথাব্যথাও নেই। আর তাই এক্সক্লিমিট নিউজকে গভীরতের সংবাদ (অনুসন্ধানী কিংবা ব্যাখ্যামূলক), সফ্ট নিউজ বা অন্য যেকোনো প্রকার সংবাদ হতে বাধা নেই এবং তা কেউ প্রকাশ করতে ব্যর্থ হলে বা মিস্ করলে কারো মনে কোনো দুঃখবোধ, অনুত্তপ বা আক্ষেপ থাকে না।

তবে সামগ্রিক প্রকৃতিগত বৈশিষ্ট্য বিবেচনা করলে বলা যেতে পারে যে সব স্কুপই এক্সক্লিমিট নিউজ; তবে সকল এক্সক্লিমিট নিউজ স্কুপ নয়।

৮.৫. নৈকট্যের মানদণ্ড

নৈকট্যের মানদণ্ডে আমরা সংবাদকে তিন ভাগে ভাগ করতে পারি:

- ক) স্থানীয় সংবাদ
- খ) জাতীয় সংবাদ
- গ) আন্তর্জাতিক সংবাদ

৮.৫.১. স্থানীয় সংবাদ (Local News)

দেশ বা প্রদেশের বিভিন্ন অঞ্চল বা এলাকাভিত্তিক সংবাদকে আঞ্চলিক বা স্থানীয় সংবাদ (Local news) বলা হয়। আমাদের দেশের বিভিন্ন বিভাগ ও জেলার সংবাদ এমনকি উপজেলা ও ইউনিয়ন পর্যায়ের সংবাদ হলো স্থানীয় বা আঞ্চলিক সংবাদ। এসব সংবাদ সাধারণত স্থানীয় বা আঞ্চলিক পত্র-পত্রিকায় সর্বাধিক গুরুত্বসহকারে ছাপা হয়। তবে প্রতিযোগিতার বর্তমান সময়ে প্রতিটি অঞ্চলে জাতীয় পত্রিকাগুলো তাদের নিবিড় সার্কুলেশন বাঢ়াতে স্থানীয় সংবাদের প্রতি অধিকমাত্রায় গুরুত্ব দিয়ে অধিকহারে এসব আঞ্চলিক সংবাদ প্রকাশ করার চেষ্টা করছে। আর তাই সঙ্গাহ/যাসের বিশেষ দিনে বিশেষ বিশেষ অঞ্চলের জন্য কোনো কোনো পত্রিকা বিশেষ পাতাও বরাদ্দ করছে। কেউ কেউ আবার প্রতিদিনই আঞ্চলিক সংস্করণ বের করে তাতে সেই অঞ্চলের সংবাদ বেশি বেশি ছাপা হচ্ছে। অনেকক্ষেত্রে দু-তিনটি জেলার খবরাখবর নিয়েই একটি আঞ্চলিক সংস্করণ বের করা হচ্ছে। এই প্রবণতা পরিচিতি পাচ্ছে সংবাদপত্রের ‘হাইপার লোকাল’ সংস্করণ হিসেবে।

উল্লেখ্য, বিভিন্ন এলাকা বা অঞ্চলের সংবাদ প্রকরণগতভাবে আঞ্চলিক বা স্থানীয় পর্যায়ের সংবাদ হলেও বিশেষ একটি অঞ্চলের বিশেষ কোনো সংবাদ ট্রিটমেন্টের কারণে প্রায়শি জাতীয় সংবাদের মর্যাদা পেয়ে থাকে।

সংগতকারণে সংবাদ মূল্যের বিচারে আঞ্চলিক বা স্থানীয় পর্যায়ের কোনো সংবাদ এইকসঙ্গে জাতীয় সংবাদও হতে পারে।

৮.৫.২. জাতীয় সংবাদ (National News)

দেশের বা জাতীয় পরিমগলের সংবাদ হচ্ছে জাতীয় সংবাদ। সারা দেশের জনগণের কাছে গ্রহণযোগ্য, সাধারণ মানুষের আগ্রহ ও স্বার্থ সংশ্লিষ্ট যে সংবাদটিতে সাধারণ নাগরিকদের আশা-আকাঙ্ক্ষা এবং তাদের প্রাত্যহিক জীবনযাত্রার প্রতিচ্ছবি ফুটে উঠে সে ধরনের সংবাদকেই বলা যেতে পারে জাতীয় সংবাদ (National news)। সাধারণত সরকারি শুরুত্বপূর্ণ কোনো পদক্ষেপ, রাষ্ট্রীয় শুরুত্ববহু অনুষ্ঠান, প্রশাসনিক পরিবর্তন, উন্নয়ন কর্মকাণ্ড, বড় কোনো নাগরিক সংলাপ, সভা, সেমিনার প্রভৃতি কার্যক্রমের সংবাদকে জাতীয় সংবাদ হিসেবে মূল্যায়ন করা হয়। যেমন পদ্মা সেতুর ভিত্তিপ্রস্তর উদ্ঘোষণ, তথ্য অধিকার দিবস উদ্ঘাপন কিংবা নির্বাচন কমিশন ও দুর্নীতি দমন কমিশন পুনর্গঠনের সংবাদ ‘জাতীয় সংবাদ’ হিসেবে গণ্য হবে।

৮.৫.৩. আন্তর্জাতিক সংবাদ (International News)

আন্তর্জাতিক পরিমগলের সংবাদ হচ্ছে আন্তর্জাতিক সংবাদ। কোনো একটি দেশ বা অঞ্চলের কোনো ঘটনা বা অবস্থার সংবাদ যখন বিশ্ব সম্প্রদায় হিসেবে বিভিন্ন দেশের মানুষের দৃষ্টি আকর্ষণ করে, সেরূপ সংবাদকেই বলা হয় আন্তর্জাতিক সংবাদ।

বর্তমান তথ্যসমাজ যুগে বিশ্বের প্রতিটি দেশের প্রতিটি মানুষ তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির সুবাদে আজ বিশ্ব নাগরিকের মর্যাদা লাভ করেছে। বিশ্বায়ন ও মুক্তবাজার অর্থনীতির কারণে পৃথিবীর সকল দেশের মানুষ দিনে দিনে বৈশ্বিক রাজনীতি, অর্থনীতি এবং ‘গণসমাজ, গণমাধ্যম ও গণসংস্কৃতি’ অভিন্ন অংশীদার হয়ে উঠেছে। ফলে কোনো দেশের জাতীয় জীবনের বড় কোনো ঘটনা, অবস্থা বা পরিবর্তন অন্য দেশের নাগরিকদেরকেও ব্যাপকভাবে প্রভাবিত করে। যেমন ইরাক, আফগানিস্তান কিংবা মধ্যপ্রাচ্যে প্রতিদিন যা কিছু ঘটছে আমাদের দেশের সংবাদমাধ্যমেও তা বিশ্বে শুরুত্ব পাচ্ছে।

বিশ্ববাজারে তেলের দামবৃদ্ধি/পতন, যুক্তরাষ্ট্রের সিনেট নির্বাচনে রিপাবলিকানদের বড় পরাজয়, উত্তর কোরিয়ার পারমাণবিক অন্তর্রে

সফল পরীক্ষা-এসবই বিশ্বের বিভিন্ন দেশের সংবাদমাধ্যমের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ আন্তর্জাতিক সংবাদ।

উল্লেখ্য যে, কোনো কোনো সংবাদ একই সঙ্গে জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদের সমান মর্যাদা পেতে পারে। যেমন গ্রামীণ ব্যাংকের প্রতিষ্ঠাতা ড. মুহাম্মদ ইউনুসের নোবেল বিজয়ের সংবাদটি আন্তর্জাতিক সংবাদের পাশাপাশি একটি জাতীয় সংবাদও বটে। কেননা, এই নোবেল পুরস্কার আন্তর্জাতিকভাবে সুপরিচিত হওয়ায় প্রতিটি দেশেই সে খবর গুরুত্ব পায়। আর বাংলাদেশের নাগরিক হিসেবে এই প্রথম কেউ নোবেল পেলেন। এটি দেশের প্রতিটি নাগরিকের জীবনে তথা জাতীয় জীবনের একটি অনন্য গৌরব ও অবিস্মরণীয় সাফল্যের সুখবর। তাই এ সংবাদের জাতীয় গুরুত্ব অপরিসীম।

৮.৬. বিষয়ভিত্তিক মানদণ্ড

প্রকৃতি, প্রবণতা ও বৈশিষ্ট্যের আলোকে ইতোমধ্যে আমরা পাঁচ প্রকারের সংবাদের সঙ্গে পরিচিত হয়েছি। এ পর্যায়ে আমরা ইস্যু ও বিষয়ভিত্তিক সংবাদের একটি তালিকা প্রণয়ন করতে পারি। ইস্যু ও বিষয়ভিত্তিক প্রকরণ হিসেবে সংবাদের রয়েছে হরেকরকম নামকরণ। এ অংশে প্রচলিত ধারার জনপ্রিয় কিছু বিষয়ভিত্তিক সংবাদের নাম তুলে ধরা হলো:

- রাজনৈতিক সংবাদ (Political News)
- অর্থনৈতিক সংবাদ (Economic News)
- সাংস্কৃতিক সংবাদ (Cultural News)
- উন্নয়নমূলক সংবাদ (Development News)
- শিক্ষাবিষয়ক সংবাদ (Educational News)
- পরিবেশবিষয়ক সংবাদ (Environmental News)
- জেনারবিষয়ক সংবাদ (Gender News)
- ক্রীড়াবিষয়ক সংবাদ (Sports News)
- অপরাধ সংবাদ (Crime News)
- কৃষি সংবাদ (Agricultural News)
- বৃটনৈতিক সংবাদ (Diplomatic News)
- আইন, বিচার ও সংসদবিষয়ক সংবাদ (Law, Justice and Parliamentary News)

- চলচ্চিত্র সংবাদ (Film News)
- বিজ্ঞানবিষয়ক সংবাদ (Science News)
- তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি সংবাদ (ICT News)
- জ্বালানীবিষয়ক সংবাদ (Energy News)
- বিমান চলাচল ও পর্যটনবিষয়ক সংবাদ (Aviation and Tourism News)
- পরিবহন ও যাতায়াতবিষয়ক সংবাদ (Transport News)
- জনস্বাস্থ্য ও চিকিৎসাবিষয়ক সংবাদ (Public health and Medical News)
- শিল্পবিষয়ক সংবাদ (Industrial News)
- ফ্যাশন ও রূপ চর্চাবিষয়ক সংবাদ (Fashion News)
- মানবাধিকারবিষয়ক সংবাদ (Human Rights News)
- বিজ্ঞান ও প্রযুক্তিবিষয়ক সংবাদ (Science and Technological News)
- প্রশাসনিক সংবাদ (Administrative News)
- প্রতিরক্ষাবিষয়ক সংবাদ (Defence News)
- পানি সম্পদবিষয়ক সংবাদ (Water Resources News)
- ভূ-বিদ্যাবিষয়ক সংবাদ (Geological News)
- বাজার সংবাদ (Marketing News)
- যুদ্ধ সংবাদ (War News)

পুনর্গঠিত ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. আলী রীয়াজ, দৈনিক সংবাদপত্রে অনুসন্ধানী প্রতিবেদন, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ১৯৯৫
২. জওয়াদুর রহমান, ক্রাইম রিপোর্টিং, পিআইবি, ঢাকা, ২০০৩
৩. নাস্তিমুল ইসলাম খান, নবিশী প্রতিবেদন আর রাজী সম্পাদিত, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ২০০৩
৪. মুহাম্মদ জাহাঙ্গীর, বিষয়: সাংবাদিকতা, সুবর্ণ, ঢাকা, ২০০০
৫. নাস্তিমুল ইসলাম খান ও খ. আলী আর রাজী, অনুসন্ধানী সাংবাদিকতা, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ১৯৯৬

৬. মেইটেডিন ফারক ও অন্যান্য (সম্পাদিত) *পরিবেশ ও অনুসন্ধানী সাংবাদিকতা*,
বাংলাদেশ পরিবেশ আইনবিদ সমিতি (বেলা), ঢাকা, ১৯৯৬
৭. Herbert Strentz, *News Reporting and News Sources* (2nd edition)
Prentice-Hall of India Private Ltd, New Delhi, 1992
৮. Julian Harris, et. al. *The Complete Reporter* (5th edition),
Macmillan Publishing Company, New York, 1985
৯. Mitchell V. CHARNLEY *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press,
San Francisco, 1966
১০. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row
Publishers, New York, 1959
১১. Bruce D. Itule & Douglas A. Anderson, *News Writing and
Reporting- For Today's Media* (2nd edition), McGraw-Hill, New
York, 1991
১২. David Spark, *Investigative Reporting*, Focal Press, Oxford, 1999
১৩. Chilton R. Bush, *News Writing and Reporting Public Affairs* (2nd
edition), Chilton Book Company, Philadelphia, 1970
১৪. Joan Clayton, *Journalism for Beginners* (Update edition), Piatkus,
London, 2000

“Grasp the subject, the words will follow”

– Cato the elder



অধ্যায় নয়

প্রতিবেদন তৈরি

"Put it before them briefly so they will read it, clearly so they will appreciate it, picturesquely so they will remember it and, above all, accurately so they will be guided by its light."
—Joseph Pulitzer

"Literature is the art of writing something that will be read twice; journalism what will be grasped at once."
—Cyril Connolly

১.১. সংবাদ প্রতিবেদনের উপাদানসমূহ

১.১.১. সঠিক ও যথাযথ তথ্য উপস্থাপন

প্রতিবেদনে অস্পস্ট কোনো প্রকার তথ্য পরিবেশিত হবে না। বিভিন্ন সূত্র-উৎস থেকে পাওয়া সুনির্দিষ্ট তথ্য দিতে হবে। প্রত্যক্ষদর্শীর বক্তব্য ও সরেজমিন পর্যবেক্ষণলক্ষ তথ্য পরিবেশন করতে হবে। নাম-পরিচয়, পদ-পদবি, সংখ্যা-হিসাব, স্থানিক পরিচিতি ইত্যাদি তথ্যাবলি সঠিক হওয়া চাই। অর্থাৎ সংবাদ প্রতিবেদন হবে নির্ভুল ও নির্ভরযোগ্য তথ্য-সূত্রের ভিত্তিতে রচিত সংবাদ-ঘটনার এক বাস্তব তথ্যচিত্র।

১.১.২. সংক্ষিপ্ততা, স্বচ্ছতা ও পরিমিতি

সংবাদ বৈশিষ্ট্যের মৌলিক 'তিন-স' (ABC) – সঠিকত্ব (অ্যাকিউরেসি), সংক্ষিপ্ততা (ব্রেভিটি) ও সুস্পষ্টতা (ক্ল্যারিটি) অনুসরণ করে সার্বিক তথ্য ও

ভাষাগত শুদ্ধতা, স্বচ্ছতা, সংক্ষিপ্ততা ও সুস্পষ্টতা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে প্রতিবেদন প্রণয়ন করতে হবে। সংগতকারণে, সংবাদ প্রতিবেদন হবে সব ধরনের বাহ্যিক বর্জিত, যথার্থ ও নির্ভেজাল তথ্যের ভিত্তিতে লিখিত সহজ-সরল ও সংক্ষিপ্ত তথ্যবিবরণী। প্রতিবেদনে কোনো প্রকার অস্পষ্টতা ও অপূর্ণতা যেমন থাকবে না, তেমনি অপ্রাসঙ্গিক ও অপ্রয়োজনীয় কোনো তথ্যও স্থান পাবে না। অর্থাৎ সংবাদ প্রতিবেদনের উপস্থাপনা আঙ্গিক হবে একাধারে সংক্ষিপ্ত, সুস্পষ্ট, স্বচ্ছতাপূর্ণ, ঝরঝরে, নিরেট ও পরিমিত।

৯.১.৩. বহুধাপ তথ্য যাচাই

মানবিক এবং বস্ত্রগত একাধিক নির্ভরযোগ্য ও উপযুক্ত সূত্র-উৎস থেকে তথ্য-উপাত্ত যাচাই করতে হবে। সাধ্যমতো নিজের সরেজমিনে পর্যবেক্ষণ দিয়ে তথ্যের সত্যতা যাচাই করে নিতে হবে। প্রয়োজন হলে নির্ভরযোগ্য নথি-পত্র ও ওয়েবক্ষেত্রসহ অন্যান্য উৎস থেকেও তথ্য যাচাই করতে হবে।

৯.১.৪. তথ্যের যথাযথ বরাত দেওয়া

বাহ্যিক ও অনামা সূত্র-উৎসের দেওয়া তথ্যের ওপর কোনোক্রমেই ভরসা করা যাবে না। ‘বিশ্বস্ত সূত্র’, ‘সংশ্লিষ্ট সূত্র’, ‘জানা গেছে’, ‘অনেকের মতে, ‘কেউ কেউ মনে করেন’-এ জাতীয় বেনামা বা অজ্ঞাতনামা সোর্সের বরাত দেওয়া যাবে না। তথ্যদাতা তথ্যের সত্যতা সম্পর্কে কতটা নিশ্চিত এবং কীভাবে নিশ্চিত হলেন, তা প্রতিবেদনের বর্ণনার মধ্যে যথাসম্ভব সুস্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে।

৯.১.৫. পূর্ণাঙ্গতা

সংবাদকাহিনির মূল ধারণা তথা ফোকাসটি প্রতিবেদনে পরিচ্ছন্নভাবে তুলে ধরা হয়েছে কি না- সে বিষয়ে নিশ্চিত হয়ে প্রতিবেদন বিন্যাস করতে হবে। তবে কীভাবে বলা হলো, তার চেয়ে কী বলা হচ্ছে সেটিই বেশি করে স্পষ্ট করতে হবে। প্রাসঙ্গিক পরিপ্রেক্ষিতসহ ঘটনা, অবস্থা বা পরিস্থিতির প্রয়োজনীয় সকল দিক তুলে ধরতে হবে। প্রতিবেদন বর্ণনায় ভাবনিরতা এড়িয়ে তথ্যনির্ভরতাকে বেশি মূল্য বা গুরুত্ব দিতে হবে।

৯.১.৬. পক্ষপাতশূন্যতা, সার্বিক ভারসাম্য ও অবস্থানের স্থাত্ত্ব্য

প্রতিবেদনে প্রতিবেদকের নিজের অবস্থান সব ধরনের বিতর্ক ও স্বার্থ-সংঘাতের উর্দ্ধে রাখতে সচেষ্ট হতে হবে। রিপোর্টারের নিজস্ব দৃষ্টিভিজিত কোনো মূল্যায়নবর্মী বক্তব্য; মন্তব্য বা মতামত সংবাদ প্রতিবেদনে কাম্য

নয়; অর্থাৎ রিপোর্টে প্রতিবেদকের অবস্থান বা উপস্থিতি হবে নির্মোহ-নৈর্ব্যক্তিক-পক্ষপাতমুক্ত তথ্য স্বতন্ত্র। একইসঙ্গে সংবাদ কাহিনির সঙ্গে সংশ্লিষ্ট সকল পক্ষের কথা এবং সব দিকের তথ্যচিত্র প্রতিবেদনে স্থান দিতে হবে। অনেক চেষ্টা করেও যদি কারও বক্তব্য না পাওয়া যায়, সেক্ষেত্রে কী কী চেষ্টা করা হয়েছে প্রতিবেদনে সেটাই স্পষ্ট করে বলতে হবে। সুতরাং সংবাদ প্রতিবেদন হবে রিপোর্টারের নিরপেক্ষ দৃষ্টিকোণ থেকে দেখা এবং সংশ্লিষ্ট সকল পক্ষের ভাষ্য বা বক্তব্যসহকারে সত্যনিষ্ঠ তথ্যের ভিত্তিতে পক্ষপাতমুক্ত লেখা।

১.১.৭. মানবিক পরিপ্রেক্ষিত, সার্বিক দায়িত্বশীলতা ও ন্যায্যতা

সংবাদ ঘটনাকে দেখতে হবে মানুষের প্রয়োজন, মানবিক আগ্রহ, সামাজিক ন্যায় ও সার্বিক দায়িত্বশীলতার দৃষ্টিকোণ থেকে। আর এর কার্যকর প্রতিফলন ঘটবে সংবাদ প্রতিবেদনে। সাধারণ মানুষ তথ্য নাগরিক চাহিদা, পাঠকের প্রত্যাশা, সামাজিক ন্যায্যতা এবং সর্বোপরি সাংবাদিক হিসেবে রিপোর্টারের সত্য উদ্ঘাটনের পেশাগত দায়িত্বশীলতার কার্যকর পরিস্কৃতন ঘটাতে হবে সংবাদ প্রতিবেদনে। বিতর্কিত ঘটনা/বিষয়ের সবদিকের প্রাসঙ্গিক মত তুলে ধরতে হবে। সংশ্লিষ্ট সকল দিকের/পক্ষের বক্তব্য না পেলে, পাওয়ার জন্য কী চেষ্টা করা হয়েছে— পাঠককে তা-ই জানাতে হবে। কারও বিরক্তে অভিযোগ, দোষারোপ, নেতৃত্বাচক ও আক্রমণাত্মক বক্তব্য এসে গেলে, তার ভিত্তি ও সত্ত্বতা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে এবং আত্মপক্ষ সমর্থনের যথাযথ সুযোগ দিয়ে প্রতিবেদনে ন্যায্যতা প্রতিষ্ঠা করতে হবে। যেমন অকাট্য প্রমাণ ছাড়া এবং আদালতে প্রমাণের আগে কাউকে ‘অপরাধী’ বলা বা লেখা যাবে না।

১.১.৮. তথ্যদাতা ও সংশ্লিষ্টজনের প্রতি করণীয়

সংবাদ ঘটনার সঙ্গে নানাভাবে সম্পর্কিত তথ্যদাতা ও সংশ্লিষ্টজনের প্রতি যথাযথ সম্মান, সৌজন্য, সংবেদনশীলতা, মানবিক মর্যাদা ইত্যাদির সুরক্ষা যাচাই করে প্রতিবেদন লিখতে হবে। খেয়াল রাখতে হবে, প্রতিবেদকের অসাবধানতার কারণে তথ্যদাতা ও জড়িতজনের কেউ যেন কোনোপ্রকার অন্যায় ক্ষতির সম্মুখীন না হন। যেমন মৃতের মর্যাদা, লাশের ছবি, সহিংসতা, বীভৎসতা, শিশুর সংশ্লিষ্টতা, জেন্ডার সংবেদনশীলতা, ব্যক্তির নিভৃতির অধিকার ইত্যাদি ক্ষেত্রে বাড়তি সতর্কতা অবলম্বন করে প্রতিবেদন তৈরি করতে হবে।

৯.১.৯. সত্যনিষ্ঠতা:

সংবাদের অন্যান্য মৌলিক সব বৈশিষ্ট্যের সমন্বিত রূপই হলো সত্যনিষ্ঠতা। অনেকেই এই প্রত্যয়টিকে বাংলায় ‘বস্তুনিষ্ঠ’ বলে চিহ্নিত করে থাকেন। বস্তুর মধ্যে চেতনা থাকে না বিধায় ‘বস্তুর প্রতি নয়- সত্যের প্রতি নিষ্ঠতা’ নিশ্চিত করার মাধ্যমেই আমরা সংবাদকে সত্যনিষ্ঠ করে তুলতে পারি। সংবাদ প্রতিবেদন হবে বাস্তব ঘটনার দিক-নিরপেক্ষ ও পক্ষপাতমুক্ত তথ্য বিবরণী। কোনো ঘটনার উপরিতল বাস্তবতার বাইরে, আপাত সত্যের নেপথ্যে লুকায়িত থাকতে পারে প্রকৃত সত্য। খবরের পিছনের খবর এবং আপাত সত্যের বিপরীতে প্রকৃত ও পূর্ণাঙ্গ সত্য তুলে আনাই সত্যনিষ্ঠ সাংবাদিকতার প্রধান লক্ষ্য। প্রতিবেদনে থাকবে যথাযথ পরিপ্রেক্ষিত, তথ্য-প্রমাণের গ্রহণযোগ্য ভিত্তি, প্রয়োজনীয় ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ এবং প্রতিবেদকের যথোপযুক্ত পর্যবেক্ষণ। সত্যনিষ্ঠ রিপোর্টের বিপরীতধর্মী প্রতিবেদন হলো মনুয়ী বা ‘সাবজেকটিভ’ রিপোর্ট/প্রতিবেদন- যা সার্বজনীন পেশাদারি সাংবাদিকতায় গ্রহণযোগ্য নয়।

৯.১.১০. সম্পাদকীয় নীতি, সাংবাদিকতার নীতিমালা ও বিধি-বিধান

সংবাদক্ষেত্রের মতো সংবেদনশীল প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে সম্পৃক্ত সকল সংবাদকর্মীই নিজ নিজ প্রতিষ্ঠানের লিখিত বা অলিখিত সম্পাদকীয় নিয়মনীতি অনুসরণের পাশাপাশি সাংবাদিকতার সার্বজনীন নীতিমালা ও দেশের প্রচলিত আইনি বিধিবিধান মেনেই প্রতিবেদন পরিকল্পনা থেকে শুরু করে চূড়ান্ত প্রতিবেদন লেখা পর্যন্ত এগিয়ে যান। তবে প্রতিবেদকের এও মনে রাখা জরুরি যে, জনগণের তথ্য জানার অধিকারকে সমুদ্ধিত রাখার পাশাপাশি সংবাদ মাধ্যমের প্রতিনিধি হিসেবে তার তথ্য জানানোর দায়বদ্ধতার অংশ হিসেবেও সত্যনিষ্ঠ তথ্য পরিবেশনের মাধ্যমে তিনি নাগরিকজনের সামাজিক ও মানবিক কল্যাণকে ধাপে ধাপে এগিয়ে নিচ্ছেন।

৯.২. প্রতিবেদন তৈরি : প্রতিবেদকের ভূমিকা

একজন চৌকস প্রতিবেদককে সর্বদাই সংবাদমাধ্যমের মূল্যবান জমিন বা সময়ের সংবাদ-মিত্বায়ননীতিকে মূল্যায়ন করে নির্যাস আকারে সফল সংবাদ কাহিনি লেখার কাজে হাত দিতে হয়। আর এ লক্ষ্য অর্জনে একজন প্রতিবেদকের বিভিন্ন ধাপে যেসব করণীয় তা এখানে উল্লেখ করা হলো:

- ক. একটি সংবাদ কাহিনীকে পাঠকের জন্য আকর্ষণীয়ভাবে ও বিশ্বাসযোগ্য করে উপস্থাপন করা প্রত্যেক প্রতিবেদকের গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব;
- খ. একজন রিপোর্টার অবশ্যই সংবাদ প্রতিবেদনের পাঠযোগ্যতা ও সত্যনিষ্ঠতা সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে লিখবেন;
- গ. রিপোর্টার এমনভাবে সংবাদ প্রতিবেদন তৈরি করবেন, যেন তা পাঠকের মনে ভাবনার উদ্বেক করে - পাঠক যেন কাহিনীর বিভিন্ন দিক নিয়ে আলোচনা করার অবকাশ পান এবং পরবর্তী সময়ে হালনাগাদ খবর জানার জন্য অগ্রহবোধ করেন;
- ঘ. নিরপেক্ষভাবে বহুমাত্রিক তথ্য-উপাত্তের ভিত্তিতে তিনি একটি পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন প্রণয়ন করবেন;
- ঙ. প্রতিবেদককে অবশ্যই নির্ভরযোগ্য তথ্য-উৎসের বরাত দিয়ে প্রতিবেদন তৈরি করতে হবে;
- চ. রিপোর্টারকে নিজ সংবাদমাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি ও যথাযথ ভাষাবীতি অনুসরণ করে সকল প্রতিবেদন লেখার দক্ষতা অর্জন করতে হবে;
- ছ. প্রতিবেদককে অনেকসময় সংবাদ কাহিনীর মূল শিরোনাম লিখতে হতে পারে, যদিও শিরোনাম লেখা সহ-সম্পাদকদের কাজ;
- জ. পেশাদার সম্পাদকের দৃষ্টিকোণ থেকে প্রতিবেদক নিজের লেখা প্রতিবেদনটি নিজেই ভালোভাবে সম্পাদনা করবেন।

১৯.৩. প্রতিবেদন তৈরি : করণীয় ও বজ্ঞনীয়

১. সঠিক ফোকাস নির্ধারণ করে প্রতিবেদন লিখুন;
২. প্রতিবেদনের কাঠামো বা বিন্যাস নির্ধারণ করার পরই পূর্ণাঙ্গ প্রতিবেদন লেখায় হাত দিন;
৩. নির্ভরযোগ্য ও সর্বশেষ তথ্য-উপাত্তের ভিত্তিতে প্রতিবেদন লিখুন;
৪. প্রতিবেদনে তথ্যসূত্রের বরাত দেওয়ার সময় কার্যকর ও বিশ্বাসযোগ্য শব্দ-কথামালা ব্যবহার করুন;
৫. ‘সংবাদ শব্দ-মিতব্যয় (News Word Economy)’ নীতি অনুসরণ করে প্রতিবেদন লিখুন;

৬. বিষয়বস্তু এক হলে একটি অভিন্ন ও অনুশিরোনামহীন প্রতিবেদন বিন্যাস অনুসরণ করে লিখুন; আর প্রতিবেদন বড় হলে অনুশিরোনামে ডেঙ্গে প্রতিবেদন লিখুন;
৭. প্রতিবেদনে অসাবধানতাবশত রিপোর্টারের নিজস্ব বক্তব্য ও মতামত উঠে না আসে সে ব্যাপারে নিশ্চিত হয়ে প্রতিবেদন তৈরি করুন;
৮. একটি অনুচ্ছেদ সম্পূর্ণ শেষ করার মাধ্যমে একটি পৃষ্ঠা শেষ করা উচিত; রিপোর্টারের উচিত হবে না একটি বাক্যের এক অংশ অন্য পৃষ্ঠায় নিয়ে যাওয়া; (এই বক্তব্যের মর্মকথা কী? বুঝতে পারলাম না। জাম্পের কথা বলছেন? সেটি তো প্রতিবেদক ঠিক করতে পারেন না।)
৯. প্রতিবেদন সংশ্লিষ্টজনের নাম, ঠিকানা, বয়স, পদবি, সংখ্যা-হিসাব ইত্যাদি সঠিকভাবে উল্লেখ করুন;
১০. ‘তথ্যের সত্যতা সম্পর্কে সন্দেহযুক্ত বা নিশ্চিত হতে না পারলে তা বাদ দেওয়াই শ্রেয়’ ('When in doubt, leave it out') – এই ফর্মুলা বা নীতি অনুসরণ করুন;
১১. প্রতিবেদন লেখায় মন্তব্যাধ্যয়ী, বিশেষণধর্মী ও কটাক্ষমূলক শব্দ/বাক্য এড়িয়ে চলার চেষ্টা করুন;
১২. ভাবাধ্যয়ী শব্দ/ভাষা পরিহার করে অভিজ্ঞতাধ্যয়ী ও চিত্রধর্মী শব্দ/প্রত্যয় ব্যবহারের চেষ্টা করুন;
১৩. জেনার অসংবেদনশীল ভাব-ভাষা, শব্দ-প্রত্যয়-বাক্য, উপমা-তুলনা ইত্যাদি সচেতনভাবে পরিহার করে প্রতিবেদন তৈরির সকল ধাপ সম্পাদন করুন;
১৪. সংবাদ বিন্যাসের নানা অনুষঙ্গ-উপাদানের সমন্বয়ে প্রতিবেদনে কার্যকরভাবে পূর্ণাঙ্গ মাত্রায় বৈচিত্র্য আনার চেষ্টা করুন;
১৫. পেশাদার প্রতিবেদকমাত্রই দিনে দিনে একটি পরিচ্ছন্ন সংবাদ প্রতিবেদন তৈরির অভ্যাস গড়ে তুলবেন;
১৬. পাঠককে সম্মোহিত বা অভিভূত করার জন্য নয়; বরং প্রকাশ করার জন্য, তাকে তথ্য জানানোর জন্য প্রতিবেদন লিখুন ('Write to express, not to impress');
১৭. ‘সর্বোপরি, সাংবাদিকতার সার্বজনীন নীতিমালা, দেশের প্রচলিত আইন ও বিশ্বজনীন মানবিক মূল্যবোধকে সমুন্নত রেখে প্রতিবেদন লেখার কাজ সম্পাদন করুন।

পুনর্গঠিত ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. গেরি গিল, এশিয়ান রিপোর্টার: প্রতিবেদন কৌশল সারথন্ত, বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ১৯৯৫
২. পার্থ চট্টোপাধ্যায়, বিষয় সাংবাদিকতা (৫ম সংস্করণ) লিপিকা, কলকাতা, ২০০৩
৩. পার্থ চট্টোপাধ্যায় (সম্পাদিত) সংবাদ বিদ্যা (২য় মুদ্রণ), পঞ্চমবঙ্গ রাজ্য পুস্তক পর্যুৎ, কলকাতা, ২০০১
৪. আলী রীয়াজ, দৈনিক সংবাদপত্রে অনুসন্ধানী প্রতিবেদন, বিসিডিজেসি, ঢাকা, ১৯৯৫
৫. প্রশিক্ষণ ম্যানুয়াল, ম্যানেজমেন্ট অ্যাভ রিসোর্সেস ডেভেলপমেন্ট ইনিশিয়েটিভ, ঢাকা, ২০০৮
৬. Julian Harris et. al, *The Complete Reporter*, Macmillan Publishing Company, New York, 1985
৭. Mitchell V. CHARNLEY *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
৮. Carl Warren, *Modern News Reporting* (3rd edition), Harper & Row Publishers, New York, 1959
৯. Melvin Mencher, *Basic Media Writing* (Fifth edition), Brown & Benchmark Publishers, USA, 1996
১০. James M. NEAL et. al. *News Writing and Reporting* (1st Indian Reprint), Surjeet Publications, Delhi, 1982
১১. George A. Hough 3rd *News Writing* (4th edition), Houghton Mifflin Company, Boston, (P- 300), 1988
১২. David Wainwright, *Journalism Made Simple*, Rupa & Co., Kolkata
১৩. M.V. Kamath, (1993), Professional Journalism (Reprint), Vikas Publishing House Private Limited, New Delhi, 1983
১৪. Jawadur Rahman, *News Writing* (2nd edition), PIB, Dhaka, 1998
১৫. William L. Rivers, *The Mass Media: Reporting Writing Editing* (2nd edition), Harper & Row publishers, New York, 1975
১৬. Melvin Mencher, *News Reporting and Writing* (7th edition), McGraw-Hill, New York, 1997

"Good writing is clear thinking made visible."
— William Wheeler



অধ্যায় দশ

সংবাদ সম্পাদনা

I would rather have one article a day of this sort; and these ten or twenty lines might readily represent a whole day's hard work in the way of concentrated, intense thinking and revision, polish of style, weighing of words.

Joseph Pulitzer

'The most useful man on a newspaper is one who can edit'
— *The Founder of New York Times*

Make the paper happy, fresh and free from dull news and plenty of contrast in the news.

— Lord Northcliffe

১০.১. সংবাদ সম্পাদনা অপরিহার্য কেন?

সংবাদকে পাঠ্যোগ্য করে পরিবেশন করার কার্যক্রমকেই এক কথায় বলা যায় সংবাদ সম্পাদনা। একটি সংবাদমাধ্যমের বার্তা বিভাগ বা নিউজ ডেস্কই সম্পাদনা কার্যক্রমের দায়িত্বে নিয়োজিত থাকে। সম্পাদনার কাজটি অগাধ পরিশ্রমের পাশাপাশি যথেষ্ট দায়িত্বপূর্ণ কাজও।

একটি সংবাদকে ছাপার উপযোগী করে অর্থাৎ পাঠকের কাছে পাঠ্যোগ্য করে পরিবেশন করতে গিয়ে একজন কপি এডিটর বা সহসম্পাদককে অনেক ধরনের কাজ করতে হয়। রিপোর্টারদের লেখা কপিতে তথ্যগত, ভাষাগত, অর্থ ও বানানগত প্রচুর ভুল থাকে। মুদ্রিত বা সম্প্রচারিত প্রতিবেদনে যাতে ভুল তথ্য না

. যায়, যথাযথ ভাষা ও বানানে, সঠিক কাঠামোয়, নির্ভুলভাবে যেন সংবাদটি লেখা হয় এবং বিশেষ করে সংবাদের শিরোনাম ও ইন্ট্রোটি যেন সুন্দর হয়, সে ব্যাপারে সহসম্পাদকদের বিশেষ সতর্ক ও যত্নবান থাকতে হয়।

তাছাড়া, কপিতে মানহানিকর কিংবা বঙ্গনিষ্ঠ সাংবাদিকতার নীতিমালা ও মূল্যবোধ পরিপন্থি কোনো উপাদান থাকলে তা একজন সহসম্পাদকই দূর করে থাকেন। কপিতে কোনো প্রকার অসামঞ্জস্য ও অস্পষ্টতা থাকলে সেসব তিনি মুক্ত করে প্রতিবেদনটিকে স্বচ্ছ ও সহজবোধ্য করার চেষ্টা করেন। সম্পাদনার সামগ্রিক কাজগুলোকে নিম্নোক্তভাবে চিহ্নিত করা যেতে পারে।

১০.২. সংবাদ সম্পাদনার বিভিন্ন কাজ ও ধাপ

১. পরীক্ষণ ও বাছাই
২. কাঁটছাঁট বা সংক্ষিপ্তকরণ
৩. ভুল সংশোধন
৪. সংবাদ কাঠামো ও তথ্যের স্বচ্ছতা নিশ্চিতকরণ
৫. পুনর্লিখন ও সংকলন
৬. শিরোনাম ও সূচনা লেখা
৭. ট্রিটমেন্ট বা প্রতিবেদনের উপযুক্ত জায়গা নির্ধারণ
৮. সংবাদ বাছাই ও ক্যাপশন রচনা
৯. সজ্জাগত কাজ
১০. অনুবাদ করা
১১. প্রক্রিয়া রিডিং
১২. সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব নীতি অনুসরণ

১০.২.১. পরীক্ষণ ও বাছাই

প্রতিদিন সংবাদমাধ্যমে অসংখ্য সংবাদ আসে নানা উৎস থেকে। জাতীয়-আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থা, নিজস্ব রিপোর্টার, জেলা ও উপজেলা প্রতিনিধিদের কাছ থেকে আসে নানা ধরনের সংবাদ কপি। এই অসংখ্য কপি পরীক্ষা-নিরীক্ষা করে কপি এডিটর বা সহসম্পাদকগণ সংবাদ মূল্যের মানদণ্ডে সংবাদ বাছাই করেন। সংবাদপত্রের নিজস্ব সম্পাদনা নীতির নিরিখে সংবাদ মূল্যহীন এবং কম গুরুত্ববহু কপিগুলোকে এড়িয়ে প্রকাশ উপযোগী ও অধিকতর সংবাদমূল্য সম্পৃক্ত সংবাদ কপিগুলোকে বেছে নেওয়া হয়। সংগত কারণে একজন কপি এডিটর বা সহসম্পাদককে অত্যন্ত সতর্কতার সঙ্গে এসব কাজ সম্পন্ন করতে হয়।

সংবাদ নির্বাচনের প্রধান মানদণ্ড হলো সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব সম্পাদনা নীতি। পাঠকের জানার অধিকার, পাঠকের প্রতি সংবাদমাধ্যমের তথ্য জানানোর দায়বদ্ধতা এবং প্রতিষ্ঠানটির বাণিজ্যিক স্বার্থ— এসব মিলেই প্রৌতি হয় এই সম্পাদনা নীতিমালা। এছাড়া সাংবাদিকতার বৈশ্বিক মানদণ্ড ও সার্বজনীন নীতিমালাও এক্ষেত্রে অনুসরণ করা হয়।

সংবাদের কিছু সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান রয়েছে। আবার, সংবাদের অনিবার্য কিছু বৈশিষ্ট্য বা শর্তও রয়েছে। সংবাদ সম্পাদনার মূল লক্ষ্য থাকে সংবাদমূল্য নির্ধারক এসব উপাদান ও বৈশিষ্ট্য পরীক্ষা-নিরীক্ষা করে সংবাদটিকে যথাযথ র্যান্ডায় পরিবেশন করা।

১০.২.২. কাঁটাছট বা সংক্ষিপ্তকরণ

সংবাদমাধ্যম অফিসে এমন অসংখ্য কপি আসে যেগুলো অপ্রাসঙ্গিক, বাহ্যিক ও অপ্রয়োজনীয় তথ্যে ভরপুর থাকে। সংবাদ কপির এসব অপ্রয়োজনীয় ও বাহ্যিক তথ্য বাদ দিতে হয়। অনেক সময় বিভিন্ন সূত্র থেকে একই ধরনের সংবাদ আসে। এসবের মধ্যে আবার পরম্পরাবিরোধী ও বিভাগিতকর তথ্যও থাকে। তাই কার্যকর সম্পাদনার মাধ্যমে এসব বিভাগিত দূর করে দায়িত্বপ্রাপ্তদেরকে সংবাদটি নির্ভুল, সুপাঠ্য ও অর্থবহ করে পাঠককে উপহার দেওয়ার ব্যাপারে বিশেষ যত্নবান হতে হয়। তবে এক্ষেত্রে খবরটি যাতে কোনোভাবেই বিকৃত না হয়, সংশ্লিষ্ট সাব এডিটর বা কপি এডিটরকে সেদিকে খেয়াল রাখতে হয়।

১০.২.৩. ভুল সংশোধন

সংবাদমাধ্যম অফিসে আসা কপিতে নানামাত্রার তথ্যগত ও বানানগত ভুল থাকে। কপি এডিটরকে এসব ভুল সংশোধন করতে হয়। একজন নতুন রিপোর্টারের অনভিজ্ঞতা ও ভাষাজ্ঞানের অভাবেও কপি কথনে কথনে দুর্বল ও দুর্বোধ্য হয়ে যেতে পারে। সম্পাদনার জন্য বাছাই করা কপিতে দুর্বকম ভুল থাকতে পারে। যথা:

- (ক) **ভাষাগত:** ভাষাগত ভুলের মধ্যে পড়ে বানান, বাক্যের গঠন, শব্দচয়ন, ব্যাকরণ, বিরাম চিহ্ন ইত্যাদি। সহসম্পাদক সঠিক ভাষারীতিতে সংস্থার নিজস্ব স্টাইল বুক থাকলে তা যথাযথভাবে অনুসরণ করে কপিকে পরিশুল্ক ও প্রকাশোপযোগী করে তোলেন।

- (খ) তথ্যগত ভুল: রিপোর্টার যেসব কপি সংবাদ ডেকে জমা দেন তাতে ভাষাগত ভুলের পাশাপাশি তথ্যগত ভুলও থাকতে পারে। রিপোর্টারের জমা দেওয়া কপিতে নানা কারণে ভুল থাকতে পারে:
- তাড়াহড়া করতে গিয়ে অসতর্ক হবার কারণে;
 - খুব বেশি বাড়িয়ে লেখার প্রবণতার কারণে;
 - তথ্যগত সংবাদমূল্যের চেয়ে ঘটনার সঙ্গে রিপোর্টারের আবেগের মাত্রা বেশি সম্পৃক্ত হওয়ায়;
 - বিশেষ কোনো স্বার্থ দেখতে গিয়ে কিংবা সংবাদ ভারসাম্য নিশ্চিত করতে না পারার কারণে।

সামগ্রিক তথ্যগত ভুল তা যেকোনো কারণেই হোক না কেন উক্ত ভুল সংশোধন করার দায়িত্ব সহসম্পাদকের। সংবাদ কাহিনির তথ্য যে অংশে বোধগম্য ও স্পষ্ট নয় সেক্ষেত্রে সহসম্পাদকের ‘দ্বিমুখীয়নন’ প্রয়োগ করে প্রয়োজনীয় সংশোধন সহকারে তা বোধগম্য করে তুলতে হয়। নানামাত্রিক সূক্ষ্ম ভুল-ক্রটির ব্যাপারে আগাম সতর্ক থাকতে হয় এবং এজন্য বিভিন্ন বিষয়ে তাকে অনেক বেশি জানতে হয়। প্রয়োজনে সংশ্লিষ্ট প্রতিবেদকের সঙ্গে তিনি কথা বলে তথ্যগত শুন্দতার ব্যাপারে নিশ্চিত হবেন। ‘সব তথ্য ঠিক আছে’—একথা প্রতিবেদক যতই বলুক না কেন, তাকে সন্দেহ করা একজন সহসম্পাদকের পেশাগত দায়িত্ব। প্রতিবেদকের কাছে সংশ্লিষ্ট তথ্যের সমর্থনে উপযুক্ত প্রমাণ যাচাই করে নিতে হবে।

১০.২.৪. সংবাদ কাঠামো ও তথ্যের স্বচ্ছতা নিশ্চিতকরণ

সংবাদ কাহিনিকে যতটা সম্ভব স্বচ্ছ ও সুপাঠ্য করে তুলতে হবে। পরিবেশিত তথ্যগুলো গুরুত্বানুসারে সঠিক সংবাদ কাঠামোয় সাজানো হয়েছে কি না তা পরীক্ষা-নিরীক্ষা করে নিশ্চিত হতে হবে। পাশাপাশি তথ্যগত পরিবেশনা সুস্পষ্ট করতে গিয়ে সহসম্পাদক লক্ষ করবেন যে প্রতিবেদনে 5Ws এবং H (অর্থাৎ বড়-ক)-এর কোন কোন উক্তরগুলো জরুরি এবং ইন্ট্রোতে তার মধ্যে কোনগুলো বেশি প্রাধান্য পাবে।

আবার সংবাদ কাহিনির মূল তথ্য সংবাদের শুরুতেই দেওয়া হয়েছে কি না এবং অপেক্ষাকৃত কম গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলো পরবর্তী অনুচ্ছেদগুলোতে ‘গুরুত্বহাস্তুম্ভ’ বসেছে কি না, তার প্রতিও তাকে লক্ষ রেখে কপিতে পরিবেশিত তথ্যের স্বচ্ছতা ও কাঠামোগত বিন্যাস নিশ্চিত করতে হবে।

১০.২.৫. পুনর্লিখন ও সংকলন

অনেক সময় প্রতিবেদকের কপি এমনভাবে লেখা থাকে যা কোনো সুনির্দিষ্ট ও সুবিধাজনক সংবাদ কাঠামোয় কার্যকরভাবে ফুটিয়ে তোলা সম্ভব হয় না। এরূপ ক্ষেত্রে সহসম্পাদককে রিপোর্টারের কপি পাঠ্যোগ্য ও অর্থবহু করে তুলতে সুবিধাজনক সংবাদ কাঠামোয় ফেলে তা পুনরায় লিখতে হয়। পুনর্লিখনও তাই সম্পাদনার একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ। সংবাদকে স্পষ্ট, যথার্থ এবং আকর্ষণীয় করে তোলার স্বার্থেই তা করতে হয়।

এছাড়া, সহসম্পাদককে একই ধরনের অনেকগুলো ঘটনা এক জায়গার করে একটি একক প্রতিবেদন তৈরি করতে হয়। যাকে এককথায় বলা হয় সংকলন বা কম্পাইলিং। এই কাজটি বাড়তি সময় নিয়ে ও গভীর মনোযোগ সহকারে সম্পন্ন করতে হয়। যেমন দেশের বিভিন্ন স্থানে সড়ক দুর্ঘটনা ঘটলে, সেগুলো আলাদা আলাদা না ছাপিয়ে একসঙ্গে করে ছাপালে যেমন ঘটনার পরিধি ও গুরুত্ব বাড়ে, তেমনি পাঠকেরও সুবিধা হয়।

১০.২.৬. শিরোনাম ও সূচনা লেখা

সম্পাদনার পাশাপাশি খবরের শিরোনাম ও সূচনা লেখাও সহসম্পাদকের একটি গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব।

শিরোনাম লেখার কাজটি নিউজডেক্সের প্রত্যেক সহসম্পাদকেরই গুরুত্বপূর্ণ একটা দায়িত্ব। অবশ্য প্রয়োজন বিবেচনায় নিয়ে, পরে তা ডেক্সের ইন-চার্জ, শিফট-ইনচার্জ বা জ্যেষ্ঠসহসম্পাদকবৃন্দ পুনরায় তা চূড়ান্ত করে থাকেন। অনেক সময় শুধু শিরোনাম রচনায় মুনশীয়ানা দেখানোর মধ্য দিয়েই সংশ্লিষ্ট সহসম্পাদকের সম্পাদনা দক্ষতা ও বৃদ্ধিমত্তার পরিচয় প্রকাশ পায়।

শিরোনাম হচ্ছে একটি সংবাদের চূড়ান্ত সংক্ষিপ্ত রূপ। সংবাদের নির্যাস বক্তব্য থাকে এখানে। শিরোনামে মাত্র কয়েকটি শব্দ দিয়ে পুরো সংবাদটির মূলভাব ফুটিয়ে তুলতে হয়। সংবাদ শিরোনাম এমনভাবে লিখতে হয় যাতে করে পাঠক তা পড়ে পুরো সংবাদ কাহিনি সম্পর্কে ধারণা করতে পারেন। ভালো এবং আকর্ষণীয় শিরোনাম পুরো সংবাদের বিজ্ঞাপনস্বরূপ। আকর্ষণীয় শিরোনামের কারণেই পাঠক সংশ্লিষ্ট সংবাদের ভেতরে যেতে আগ্রহী হয়ে ওঠে।

শিরোনামের পরেই আসে সূচনা বা ইন্ট্রো। এখানে সাধারণত শিরোনামের কথাটিই কিছুটা বিশদ আকারে উপস্থাপন করা হয়ে থাকে। তবে পাঠক একটি

সংবাদ কতটুকু পড়বেন, তার অনেকটাই নির্ভর করে সেই সংবাদের সূচনার ওপর। একজন পাঠক যেমন শিরোনাম পড়ার পর প্রতিবেদনটির ভেতরে যাবেন কি না সে সিদ্ধান্ত নেন, তেমনি সূচনা পড়ার পরই তিনি ঠিক করেন খবরের বাকি অংশে চোখ বোলাবেন কি না। এককথায় একটি আকর্ষণীয় সংবাদ সূচনাই পারে একজন পাঠককে পুরো সংবাদটি পড়িয়ে নিতে।

১০.২.৭. নিউজ ট্রিটমেন্ট

বার্তাকক্ষে সংবাদ সম্পাদনার পর কোন সংবাদটি সংবাদমাধ্যমের কোন স্থানে কীভাবে পরিবেশিত হবে তা নির্ধারণ করা সম্পাদনার গুরুত্বপূর্ণ কাজের মধ্যে অন্তর্ভুক্ত। অর্থাৎ, সংবাদ কাহিনির গুরুত্ব বুঝে সংবাদপত্রের কোন পাতায় কত কলামজুড়ে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার সম্প্রচারক্রমে কত সময় ধরে সংবাদটি পরিবেশিত হবে, সে সম্পর্কিত সিদ্ধান্তও বার্তাকক্ষের সম্পাদকবৃন্দই নির্ধারণ করে থাকেন।

১০.২.৮. ছবি বাছাই ও ক্যাপশন রচনা

সংবাদপত্রের নিউজরুমে বিভিন্ন উৎস থেকে খবরের পাশাপাশি অনেক ধরনের ছবিও আসে। দায়িত্বপ্রাপ্ত সহসম্পাদক বিভিন্ন বিষয় বিবেচনায় নিয়ে এসব ছবির মধ্য থেকে উপযুক্ত ছবি বাছাই করে থাকেন। সংবাদের সঙ্গে মানানসই, তথ্যবহুল, চমৎকার, সঠিক এবং যথাযথ ছবির ব্যবহার প্রতিকার মান বা ইমেজের জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। ছবি বাছাই করার পর তাতে ক্যাপশন (চিত্র পরিচিতি) দেওয়াও নিউজ ডেস্কের কাজ। অনেক সময় এসব ছবির ক্যাপশন দেওয়া থাকে না। আর থাকলেও তা সবসময় অর্থবহু বা বোধগাম্য হয় না। আকর্ষণীয় ও অর্থবহু ক্যাপশন সংবাদমাধ্যমের মান বাড়তে সহায়ক ভূমিকা পালন করে। ক্যাপশনে ভুল থাকলে বা যথাযথভাবে তথ্য উপস্থাপনের ঘাটতি থাকলে গোটা ছবিই মার খেতে পারে। অনেক সময় ক্যাপশনে উপযুক্ত ও প্রাসঙ্গিক তথ্য ফুটিয়ে তোলার মাধ্যমেই কম গুরুত্বপূর্ণ একটি ছবি গুরুত্ববহু করে তোলা যেতে পারে। সংগত কারণে সহসম্পাদককে অত্যন্ত সর্তকর্তার সঙ্গে এ কাজটি সম্পন্ন করতে হয়।

১০.২.৯. পৃষ্ঠাসজ্জা

সংবাদপত্রে পৃষ্ঠাসজ্জা করা এবং কখনো কখনো নির্দিষ্ট কোনো পাতা সাজানোর দায়িত্বও সহসম্পাদকদের পালন করতে হয়। প্রতিটি পাতার জন্য একজন করে সহসম্পাদক নিযুক্ত থাকে। কোনো কোনো পত্রিকায়

'Make-up man' থাকে। সাধারণত তারাই পাতা সাজান। তবে সংশ্লিষ্ট পাতার সহস্ম্পাদকের নির্দেশনা মেনেই তারা পৃষ্ঠাসজ্জার কাজ সম্পন্ন করেন। কোন সংবাদ কোন পাতায় কত কলামে পরিবেশিত হবে, সংবাদের সঙ্গে কীরুপ ছবি যাবে, কোথায় ইনফোগ্রাফ দিতে হবে, এককথায় পাতাটির সার্বিক অঙ্গসজ্জা কীরুপ হবে— এসব কাজই পৃষ্ঠাসজ্জার মধ্যে পড়ে। কম্পিউটারে পৃষ্ঠাসজ্জার অত্যাধুনিক সব সফটওয়ার (যেমন: কোয়ার্ক এক্সপ্রেস) থাকায় আজকাল সহস্ম্পাদকগণ নিজেরাই অপেক্ষাকৃত কম সময়ে পুরো কাজটি চূড়ান্ত করে দিতে সক্ষম হচ্ছেন।

১০.২.১০. অনুবাদ করা

অধিকাংশ সংবাদমাধ্যম অফিসে বিদেশি সংবাদের অনুবাদ করা হয় এবং তা তার ভাষামাধ্যম অনুসারেই পরিবেশিত হয়ে থাকে। বিদেশি সংবাদ সোর্স বা বার্তা সংস্থা যেমন এপি, এএফপি, রয়টার্সসহ বিভিন্ন আন্তর্জাতিক বার্তা সংস্থা এমনকি অনলাইন সংবাদমাধ্যম থেকে পাওয়া সংবাদকেও সহস্ম্পাদকবৃন্দ অনুবাদ করেন। পাশাপাশি তারা নিজস্ব হাউসস্টাইল বা স্টাইলশিট অনুসরণ করে সুবিধাজনক সংবাদ কাঠামোয় ফেলে তা কার্যকরভাবে পরিবেশন করেন।

১০.২.১১. প্রক্রিয়া

কপি সংশোধনের এটি হলো একেবারে শেষ পর্যায়ের কাজ। সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে সাধারণত এক বা দু'বার কপি প্রক্রিয়া করা হয়।

১০.২.১২. সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব নীতি অনুসরণ

প্রতিটি সংবাদমাধ্যমের নিজস্ব নীতি বা পলিসি থাকে। কোন খবর কীভাবে পরিবেশন করলে সংশ্লিষ্ট মাধ্যমের নীতির সঙ্গে সংগতিপূর্ণ হবে কিংবা কীভাবে পরিবেশন করলে তা তাদের নীতিতে আঘাত হানবে না তাও তদারক করার দায়িত্ব কপি এডিটর বা সহস্ম্পাদকের।

এর বাইরে স্বাক্ষর প্রতিবেদন পেতে দেশীয় ও আন্তর্জাতিক বিভিন্ন সংবাদ সংস্থা, সংবাদ মাধ্যম ও গুরুত্বপূর্ণ সরকারি-বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের ওয়েবসাইট এবং রেডিও-টেলিভিশনে নিয়মিত মনিটরিং করা, দেশে বা দেশের বাইরে থাকা প্রতিবেদক ও আলোকচিত্র সাংবাদিকদের অ্যাসাইনমেন্ট দেওয়া, পরে তাদের সঙ্গে কথা বলে কাজগুলো ঠিকমতো আদায় করে নেওয়া- ইত্যাদি সহস্ম্পাদকের কাজের অংশ।

১০.৩. সহসম্পাদক : সংবাদক্ষেত্রের নেপথ্য নায়ক

সহসম্পাদক হচ্ছেন সংবাদক্ষেত্রের নেপথ্য নায়ক। তিনি তার রচিতশীল ব্যক্তিত্ব ও সম্পাদনা দক্ষতার বৈচিত্র্য দিয়ে সংবাদক্ষেত্রের ভাবমূর্তি নির্মাণে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে থাকেন। একটি অপরিচ্ছন্ন, দুর্বল ও দুর্বোধ্য লেখাও তার হাতের ছোঁয়ায় হয়ে ওঠে পরিপাটি, পরিশুল্ক, যথার্থ ও সুপাঠ্য।

সহসম্পাদককে বলা হয় ‘King of the news desk’; কেননা, সহসম্পাদকবৃন্দ তাদের অসাধারণ সম্পাদনা দক্ষতা দিয়ে নানা ক্রটিপূর্ণ একটি সংবাদ প্রতিবেদনকে পাঠকের কাছে ক্রটিমুক্ত করে পরিবেশন করতে যথেষ্ট গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব পালন করেন। তাই বলা হয়ে থাকে ‘Reporters write the paper but sub-editors make it.’

সহসম্পাদকগণ রিপোর্টারের একটি দুর্বল ও দুর্বোধ্য কপি সম্পাদনা করে অর্থবহ, পরিচ্ছন্ন ও সুপাঠ্য করে তোলেন। কিন্তু এর কৃতিত্ব তাঁর ভাগ্যে জোটে না। সব কৃতিত্ব ও প্রশংসা জোটে প্রতিবেদকের ভাগ্যে। কিন্তু কোনো কারণে রিপোর্টটি বিরূপ সমালোচনার শিকার হলে তার নিন্দাটুকু বেশিরভাগ ক্ষেত্রে সহসম্পাদককেই বহন করতে হয়। প্রকৃত অর্থে সহসম্পাদক পর্দার অন্তরালে থেকে নীরবে-নিভৃতে পত্রিকার ইতিবাচক ইমেজ নির্মাণে গুরুদায়িত্ব পালন করে যান। আর সেকারণেই তাকে সংবাদক্ষেত্রের নেপথ্য নায়ক বলা হয়। সর্বশেষ ব্যক্তি হিসেবে যেকোনো সংবাদ কপি তার হাতেই পরীক্ষা-নিরীক্ষার ছোঁয়া পায় বিধায় তাকে কখনো বলা হয় ‘সীমান্তে শেষ ফাঁড়ি (Last Cheek Post), আবার কখনো বলা হয় ‘দ্বার রক্ষক’ (Get Keeper)।

বার্তা বিভাগের সবাই এক একজন সহসম্পাদক। এমনকি বার্তা সম্পাদকও তাদের মধ্যে একজন। বার্তা সম্পাদক বার্তা বিভাগের প্রধান। তার অধীনে প্রধান সহসম্পাদক, শিফট-ইন-চার্জ, সিনিয়র সহসম্পাদক এবং অন্যসব সহসম্পাদকগণ কাজ করেন।

১০.৪. সহসম্পাদকের যোগ্যতা ও গুণাবলি

একজন সহসম্পাদক হবেন মানবিক গুণাবলিতে উদার, ব্যক্তিতে মার্জিত ও রচিত্বান। শিক্ষাগত যোগ্যতার মানদণ্ডে একাধারে স্বশিক্ষিত, প্রশিক্ষিত ও উচ্চশিক্ষিত। পাশাপাশি তিনি হবেন অসাধারণ স্মৃতিশক্তিসম্পন্ন, অগাধ সাধারণ জ্ঞানসম্পন্ন ও পরিস্থিতিগত পরিমিতিবোধসম্পন্ন। সর্বোপরি তিনি হবেন সময় সচেতন, প্রজ্ঞাবান, সংক্ষারমুক্ত ও বিচক্ষণ ব্যক্তিত্বের অধিকারী। এ অংশে সংক্ষিপ্ত পরিসরে সহসম্পাদকের আবশ্যিকীয় কিছু বিশেষ যোগ্যতা ও গুণ-বৈশিষ্ট্যের সঙ্গে আমরা পর্যায়ক্রমে পরিচিত হতে পারি:

১০.৪. ১. দ্বিমুখী মনন

সহসম্পাদককে হতে হবে একটি বিশেষ গুণ ও যোগ্যতার অধিকারী, যার নাম দ্বিমুখী মনন (Bifocal mind)। যে সংবাদটি ছাপা হচ্ছে তা পাঠকের কাছে পৌছানোর পর কীরুপ প্রতিক্রিয়া হতে পারে তা তাকে আগাম মূল্যায়ন করতে হবে। প্রতিবেদনটি সম্পাদনাকালেই পাঠকের সম্ভাব্য প্রতিক্রিয়া তিনি এই দ্বিমুখী মনন দিয়ে পরিষ্কার করে নিতে পারেন। অর্থাৎ প্রতিনিয়ত তাঁকে পাঠকের গ্রহণযোগ্যতা এবং পত্রিকার ভবিষ্যৎ ও বর্তমান অবস্থাকে কার্যকরভাবে মূল্যায়ন ও অনুমান করে প্রয়োজনীয় পদক্ষেপ নিতে হবে।

পাশাপাশি সহসম্পাদক তার দ্বিমুখী মননের সাহায্যে কপির অর্থগত, তথ্যগত ও বানানগত ভূল-ক্রটিসহ সব ধরনের দৃশ্য ও অদৃশ্যমান অসংগতি চিহ্নিত করেন। একইসঙ্গে তিনি দেশের প্রচলিত আইন ও সাংবাদিকতার নীতিমালার সঙ্গে অসংগতিপূর্ণ হলে তার দ্বিমুখী মনন দিয়ে তা পরিশুল্ক করে সম্পাদনার কাজটি সুস্থুভাবে সম্পন্ন করেন।

১০.৪. ২. সংবাদ চেতনা

প্রতিদিন নিজস্ব রিপোর্টার, সংবাদ সংস্থা ও অন্যান্য উৎস-সূত্র থেকে অসংখ্য কপি আসে সংবাদমাধ্যম অফিসে। হাজারো কপি ঘেটে সহসম্পাদককে বাছাই করে সিদ্ধান্ত নিতে হয় কোনটি সংবাদ আর কোনটি নয়; আর যেটি সংবাদ হিসেবে বিবেচিত হবে সেটি সংবাদপত্রের মূল্যবান জরিমনে কোথায় কত কলামজুড়ে এবং ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ার সম্প্রচারক্রমে কত সময় ধরে পরিবেশিত হবে, কীরুপ ট্রিটমেন্ট হবে— ইত্যাদি সম্পর্কেও তাকে কার্যকর সিদ্ধান্ত নিতে হয়। কপি এডিটর বা সহসম্পাদকের এসব সিদ্ধান্ত নিতে যে বোধ বা চেতনার প্রয়োজন হয় তা-ই হলো সংবাদ চেতনা (News Sense)। সহসম্পাদক এই সংবাদ চেতনা দিয়েই সংবাদের মূল্য নিরূপণ করে থাকেন।

১০.৪. ৩. সংবাদ মূল্য নিরূপণ

সহসম্পাদক তার সংবাদ উপলক্ষ্মি দিয়ে সংবাদ চিনতে ও তা যথাযথভাবে খুঁজে বের করতে পারেন। অনুরূপভাবে তিনি সংবাদের মূল্য নির্ধারক বৈশিষ্ট্য ও উপাদানসমূহ মূল্যায়ন করে সংবাদটির সামগ্রিক ট্রিটমেন্টও নির্ধারণ করেন। কোনো ঘটনা সংবাদ হবার যোগ্য কি না তা তিনি সংশ্লিষ্ট সংবাদটির বৈশিষ্ট্য ও উপাদানসমূহ পরিষ্কার করেই বুঝতে পারেন। তিনি প্রাঙ্গ কপির মধ্যে ভালো সংবাদটির সংবাদমূল্য যেমন দ্রুত নির্ধারণ করতে

পারেন, তেমনি যে কপিগুলোর সংবাদমূল্য কম কিংবা যা প্রকাশ অনুপযুক্ত তাও তিনি দ্রুততর সময়ে নিরূপণ করে থাকেন।

১০.৪.৪. সময়ানুবর্তিতা

চলমান সংবাদ-ঘটনার তাজা সংবাদ অন্যসব সংবাদ মাধ্যমে প্রকাশের আগেই তা নিজ মাধ্যমে প্রকাশ করতে হবে। অন্যান্য মাধ্যমের পরে প্রকাশ করলে পাঠক ধরে রাখা যাবে না। সে কারণে সময়ানুবর্তিতার প্রতি বিশেষ যত্নবান হয়ে সহস্মাদককে সংবাদের ‘ডেডলাইন’ (Dead line) বা নির্ধারিত সময়সীমার কথা মনে রেখে যথাসময়ে সম্পাদনার কাজ শেষ করতে হবে।

১০.৪.৫. অগাধ সাধারণ জ্ঞান

সহস্মাদককে বিভিন্ন বিষয়ে অগাধ সাধারণ জ্ঞান রাখতে হবে। চলতি ঘটনা, শিক্ষা, বিজ্ঞান, ইতিহাস, সাহিত্য, সংস্কৃতিসহ জ্ঞানের বহু শাখায় তার সাধারণ ধারণা ও প্রজ্ঞা থাকতে হবে। সব বিষয়ে তাকে ‘Master’ হতে হবে; তবে কোনো বিষয়েই তার বিশেষজ্ঞ হওয়া জরুরি নয়, ভালো জানলেই চলবে।

১০.৪.৬. ভাষা জ্ঞান

একাধিক ভাষা সম্পর্কে তার বিশেষ প্রজ্ঞা থাকতে হবে। তিনি যেন অতি সহজেই বাক্য গঠনের দুর্বলতা চট করে ধরতে পারেন। কী ধরনের শব্দ ও বাক্য ব্যবহার করলে সংবাদটি সহজপাঠ্য, আকর্ষণীয় ও অর্থবহু হবে তা তাকে দ্রুতই অনুধাবন হবে। সহস্মাদককে আরও বুঝতে হবে যে সাহিত্য ও সাংবাদিকতার ভাষা আলাদা। সংগত কারণে উভয় শাখারই যথাযথ ভাষাজ্ঞান এবং তার কার্যকর প্রয়োগ তাকে আয়ত্ত করতে হবে। সংবাদ লেখার ক্ষেত্রে ‘Personal style’ বলে কিছু নেই। অথচ সাহিত্যে তা রয়েছে। সংগতকারণে সংবাদ লেখা ও সম্পাদনায় যথার্থ, নির্মোহ ও সত্যনিষ্ঠ শব্দসংগ্রাহ ব্যবহার করার ব্যাপারে সহস্মাদককে বিশেষ পারদশী হতে হবে।

১০.৪.৭. অর্থও মনোযোগ

সম্পাদনা কাজে সহস্মাদকের থাকতে হবে বিশেষ মনোনিবেশ করার ক্ষমতা। আর এজন্য তাকে বিশেষভাবে সময় সচেতন ও সতর্ক থাকতে

হবে। মনোযোগ না থাকলে কাজে একাত্মতা আসে না। সময় সচেতন না হলে সময়ের কাজ সময়ে শেষ করা যায় না। তাছাড়া, পেশার ধরন ও দায়িত্বের প্রশ্নে সহসম্পাদককে কখনো কখনো ভিড় বা কোলাহলপূর্ণ পরিবেশের মধ্যেও কাজ করতে হতে পারে। তাই সূচারূপে কাজ সম্পন্ন করার স্বার্থে তাকে যথেষ্ট মনোনিবেশ ক্ষমতার অধিকারী হতে হবে।

১০.৪.৮. সাম্প্রতিক ঘটনাবলি সম্পর্কে বিশদ ধারণা

সাম্প্রতিক ঘটনাবলি সম্পর্কে ভালো ধারণা রাখার পাশাপাশি চলতি ঘটনার সঙ্গে জড়িত কোনো দেশি-বিদেশি গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তি, স্থান, বিশেষ কোনো দেশের ইতিহাস, আইন, রীতি-নীতি ইত্যাদি বিষয়েও সহসম্পাদককে বিশেষ ধারণা রাখতে হবে। এসব বিষয়ে প্রতিনিয়ত তিনি পত্রিকার মর্গ বা রেফারেন্স বিভাগ থেকেও সাহায্য নিতে পারেন।

১০.৪.৯. সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষমতা

সংবাদ কপির তথ্যটি সঠিক কি না, কিংবা তথ্যের মধ্যে বানান, ব্যাকরণগত এবং অন্য কোনো প্রকার অসংগতি রয়েছে কি না একজন চৌকস সহসম্পাদক সে ব্যাপারে সতর্ক থেকে তথ্যের যথার্থতা নিশ্চিত করবেন। সংবাদমূল্য বিচার করে কোন সংবাদটি তিনি বাছাই করবেন আর কোনটি করবেন না কিংবা কোন সংবাদটির কীরূপ ট্রিমেন্ট দিবেন সে সম্পর্কেও তাকে দ্রুত সিদ্ধান্ত নেওয়ার দক্ষতা ও সৃজ্জদর্শিতা অর্জন করতে হবে।

১০.৪.১০. সন্দেহ এডানো ও নিশ্চিত হওয়ার ক্ষমতা

সংবাদে কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে মানহানিকর কোনো বক্তব্য পরিবেশন করা হলে তিনি সৃজ্জভাবে তা পরিহার ও পরিশোধন করে কপির সত্যনিষ্ঠতা ও নৈর্ব্যক্তিকতা নিশ্চিত করবেন। সহসম্পাদক কপি প্রকাশের আগেই তা পুর্খানুপুর্খরূপে পরীক্ষা করে নেবেন একই কপির শুল্কতা সম্পর্কে তিনি নিশ্চিত হবেন।

কোনো সংবাদের সত্যনিষ্ঠতা, ভারসাম্য কিংবা আইনগত শুল্কতা নিয়ে কোনো প্রকার সন্দেহ দেখা দিলে তা তাকে দ্রুত নিরসন করতে হবে। আর সন্দেহযুক্ত না হতে পারলে সংশ্লিষ্ট সংবাদটি বা সন্দেহযুক্ত অংশটি বাদ দেওয়াই শ্রেয়; অর্থাৎ এক্ষেত্রে তিনি ‘When in doubt, leave it out’ নীতি অনুসরণ করে সম্পাদনা কার্যক্রম পরিচালনা করবেন।

১০.৪.১১. বন্ধুভাবাপন্ন হওয়া

জীবন ও জগৎ সম্পর্কে অনেক কিছু জানার পরও মানুষের কিছু কিছু সীমাবদ্ধতা থাকে। কিন্তু সদা যিশুক ও বন্ধুবৎসল হলে সহসম্পাদক তার সহকর্মীদের কাছ থেকে নানা মাত্রায় সহযোগিতা পেতে পারেন। আর বন্ধুবৎসল না হলে কর্মস্থলের পাশাপাশি ব্যক্তিজীবনেও তাকে বহু সমস্যা ও বিড়ম্বনায় পড়তে হতে পারে।

১০.৪.১২. উদ্যমী ও সৃজনশীল হওয়া

সহসম্পাদককে সৃজনশীল, উদ্যমী ও উত্তীর্ণী মানসিকতাসম্পন্ন হতে হবে। কপি পরিষেবা ও পরিমার্জন করার সময় তাকে যেমন সৃজনশীল, বৈচিত্র্য অবেষ্টী ও উত্তীর্ণী দক্ষতাসম্পন্ন হতে হবে, তেমনি তাকে সম্পাদনা কাজে পর্যাপ্ত উদ্যম ও আনন্দ খুঁজে পেতে হবে।

১০.৪.১৩. রুচিবোধ

সংবাদপত্রের সুনাম ও পাঠকের রুচি ক্ষুণ্ণ করে এমন যেকোনো স্পর্শকাতর তথ্য সম্পর্কে সহসম্পাদককে সচেতন থাকতে হবে। পাশাপাশি সংবাদ পরিবেশনে এবং সংবাদের সঙ্গে পরিবেশিত ছবি যাতে গ্রহণযোগ্য রুচির মানদণ্ডের মধ্যে থাকে সেদিকে তাকে বিশেষ খেয়াল রেখে সংবাদমাধ্যমের যাবতীয় তথ্য উপকরণ পরিবেশনের ক্ষেত্রে সুস্থ রুচিবোধের পরিচয় দিতে হবে।

১০.৪.১৪. শারীরিক সামর্থ্য

শারীরিকভাবেও সহসম্পাদককে সুস্থ ও সমর্থ হতে হবে। তাকে দিবা-রাত্রি যেকোনো শিফ্টে কাজ করার জন্য মানসিকভাবে প্রস্তুত থাকতে হবে।

১০.৫. সম্পাদনা চিহ্নের ব্যবহার কৌশল

বাংলা ভাষায় এ পর্যন্ত সর্বজনযাহ্য সম্পাদনা চিহ্নের ব্যবহার চালু হয়নি। বর্তমানে অধিকাংশ ক্ষেত্রে ইংরেজি সম্পাদনা চিহ্নের আলোকেই মূলত বাংলা সম্পাদনা চিহ্ন ব্যবহৃত হচ্ছে। তবে সাংবাদিকতার প্রশিক্ষক ও দৈনিক বাংলার সাবেক সিনিয়র সহকর্মী সম্পাদক প্রয়াত খোন্দকার আলী আশরাফ ১৯৮৮ সালে বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউটের উদ্যোগে বাংলা সম্পাদনা চিহ্নের একটি প্রায়োগিক রূপরেখা উপস্থাপন করেন। অনেকে একে ‘আশরাফিয়া পদ্ধতি’ বলে

অভিহিত করেছেন। এ অংশে মূল ইংরেজি সম্পাদনা চিহ্ন এবং ‘আশরাফিয়া পদ্ধতি’র সমন্বয়ে একটি ‘কার্যোপযোগী সংবাদ সম্পাদনা চিহ্ন’র (Functional news editing symbols) ব্যবহার কৌশল তুলে ধরছি :

সম্পাদনা চিহ্ন	নির্দেশনা	ব্যবহার কৌশল
৭।/	পূর্ণ বিরতি/দাঢ়ি বসবে	বাক্য শেষে পূর্ণ বিরতি। He was there.
৮	কমা বসবে	সে দিনের কথা কেউ বলতে পারছে না, প্রত্যক্ষদর্শীরাও না
?।	প্রশ্নসূচক চিহ্ন বসবে	এ বাক্যের শেষে কোন চিহ্নটি বসলো?
!।	বিশ্যয় চিহ্ন বসবে	বাহ ! কি চমৎকার দৃশ্য !
৯	অ্যাপস্ট্রফি বসবে	একই কথা ক'বার বলা যায় / Here's the news
১০	ড্যাস বসবে	আমি যা বলতে চাই তা হলো -
১১	হাইফেন বসবে	‘ডড়-ক’ দিয়ে সংবাদ সূচনা লেখা যায়
১২ ১৩	উদ্ভৃতি চিহ্ন বসবে	“উদ্ভৃতি চিহ্ন ব্যবহারে সতর্ক থাকুন”
<u>Bold</u>	বোল্ড/মোটা হরফে	এ বাক্যে বোল্ড শব্দটি মোটা হরফে লেখা হয়েছে
<u>Italic</u>	ইটালিক/হেলানো হরফে	বাক্যে ইটালিক নির্দেশক শব্দটি চিহ্নিত করা হয়েছে
<u>NP</u>	অনুচ্ছেদ হবে	অনুচ্ছেদ চিহ্নটি এ বাক্যের শুরুতে বসেছে
১৫	অনুচ্ছেদ হবে না	বর্তমান বাক্যের শুরুতে অনুচ্ছেদ হবে না
MR	মাঝখানে বসবে	শিরোনামটি মাঝখানে বসবে
১৭/	শব্দ/অক্ষর বসবে	স শব্দ শব্দে সঠিক অক্ষর ও সঠিক বসাতে হবে
১৮)	শব্দ/অক্ষর বাদ দেওয়া	বাক্যে বাড়িত অক্ষর স শব্দ বাদ দ্বারা বাক্যে বাড়িত অক্ষর স শব্দ বাদ দ্বারা
১৯।	শব্দ/অক্ষর সংযুক্ত করা	শব্দ/অক্ষর যথা ক্রমে <u>এ</u> <u>ভি</u> বে যুক্ত হবে
#।/#।	শব্দ/অক্ষর প্রথক বা ফাঁক করা	এবাক্যে শব্দ ও অক্ষর প্রথককুরার পদ্ধতি দেখানো হয়েছে
২১	শব্দ/অক্ষর স্থানান্তর করা	বাক্যে অক্ষর বা শব্দ স্থানান্তর হবে করতে

সম্পাদনা চিহ্ন	নির্দেশনা	ব্যবহার কৌশল
	বাক্য ও অনুচ্ছেদ অব্যাহত থাকবে	বাক্য ও অনুচ্ছেদের অনুবর্তী অংশ এভাবে মুক্ত হবে...
	কপি অসম্পূর্ণ/পূর্ব পৃষ্ঠার পর/ পরবর্তী পৃষ্ঠায় দেখুন	লেখাটি এখানেই শেষ নয়
	স্বরচিহ্ন বসানো	স্বরচিহ্ন বসাতে হবে এভাব
	স্বরচিহ্ন বাদ দেওয়া	স্বরচিহ্ন বাদ দিতে হবে এভাব
	ইংরেজি বড় হাতের অক্ষর	Dhaka is the capital of Bangladesh
	ইংরেজি ছোট হাতের অক্ষর	Sub-Editing Symbols
	অঙ্কে লিখতে হবে	সতের সংখ্যাটি অঙ্কে হবে
	কথায় লিখতে হবে	৭ সংখ্যাটি কথায় হবে
	শব্দ-সংক্ষেপ (Abbreviation) বসবে	ডেটার ইউনিস না লিখে লিখুন ড. ইউনিস
	শব্দ-সংক্ষেপের পরিবর্তে সংশ্লিষ্ট শব্দ বসবে	চো: না লিখে লিখুন চৌধুরী
	শিরোনাম পরে যাবে	জাতীয় পার্টি শিপ
	সংশোধন নিষ্পত্তিযোজন/আগে যেকুপ ছিল	তুল করে কথাটি কাটা হয়েছিল
	কপিটি ছাপা স্থগিত	এইচ এম এরশাদ hold
	কপি শেষ	কপি শেষ হলে বসবে এক্স সমাপ্তি চিহ্ন #

সারণী – ১ : সম্পাদনা চিহ্নের ব্যবহার কৌশল

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. খোন্দকার আলী আশরাফ, সংবাদ সম্পাদনা, পিআইবি, ঢাকা, ২০০৩
২. সোরিপ ব্যানার্জি, সমাচার সম্পাদনা, পশ্চিমবঙ্গ রাজ্য পুস্তক পর্যবেক্ষণ কলকাতা, ১৯৯৫
৩. আবদুল্লাহ্ আল-মুতী ও আনিসুজ্জামান সংবাদপত্রে বাংলা ভাষা, বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউট, ঢাকা, ১৯৮৯

৫. বোন্দকার আলী আশরাফ, সংবাদপত্রের স্টাইল শিল্ট, এমএমসি, ঢাকা, ২০০৫
৬. অরূপাল্প সরকার, সম্পাদনার প্রথম পাঠ, পিআইবি, ঢাকা, ২০০৩
১০. Floyd K. Baskette et. al. *The Art of Editing* (5th edition), Macmillan Publishing Company, New York, 1992
১১. George C. Bastian et. al. *Editing the Days News* (4th printing), The Macmillan Company, New York, 1964
১২. Bruce Westley, *News Editing* (2nd Indian Reprint) Oxford & IBH Publishing Co., New Delhi, 1975
১৩. R. Thomas Berner, *The Process of Editing*, Allyn and Bacon, Boston, 1991
১৪. S.M.A. Chowdhuri, *Sub-Editing* (Reprint), PIB, Dhaka, 2003
১৫. Banerji, Sourin (1992), **Editing Manual**, Shibamaya Prakashan, Kolkata
১৬. Walter S. Achtert & Gibaldi Joseph *The MLA Style Manual* (5th printing), The Modern Language Association of America, New York, 1992
১৭. Leslie Sellers, *The Simple Subs Book*, Pergamon Press, Oxford, 1968
২০. William L. Rivers, (Stamford University) *Magazine Editing in the 80s: Text and Exercises*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, 1993
২১. Jawadur Rahman, *News Writing - Journalism Manual* (1st edition), PIB, Dhaka, 1993
২২. John Morrish, *Magazine Editing*, Routledge, London, 2001
২৩. Stephen Quinn, *Digital Sub-Editing and Design*, Focal Press, Oxford, 2001
২৪. Wynford Hicks & Tim Holmes, *Sub-editing for Journalists*, Routledge, London & New York, 2002
২৫. Harold Evans, *Editing and Design: Newsman's English*, Heinemann, London, 1977

“ No compulsion in the world is stronger than the urge to edit someone else's document.”
— H. G. Wells, author



অধ্যায় এগার

সংবাদপত্রে লেখালেখি শব্দ মিতব্যযনীতি ও ভাষাদক্ষতা

"Vigorous writing is concise. A sentence should contain no unnecessary words, a paragraph no unnecessary sentences, for the same reason that a drawing should have no unnecessary lines and a machine no unnecessary parts."

— William Strunk

১১.১. কী ও কেন লিখবেন – কীভাবে শুরু করবেন ?

লেখা শুরু করতে চাইলেই কি শুরু করা যায়? আসলে শুরুর আগেই তা শুরু করা প্রয়োজন। অর্থাৎ লেখায় হাত দেওয়ার আগেই আপনাকে ভাবতে হবে কয়েকটি প্রশ্ন- কী লিখবেন? কেন লিখবেন? কাদের জন্য লিখবেন? কী ধরনের তথ্য- অনুষঙ্গ আপনার প্রয়োজন? আপনার সংগ্রহে কি কি তথ্য রয়েছে, আর কি কি তথ্য সংগ্রহ করতে হবে? প্রকাশিতব্য তথ্য-উপাত্ত কোন পত্রায় কার কার কাছ থেকে সংগ্রহ করা যাবে এবং তা কবে কখন সংগ্রহ করবেন বলে ঠিক করেছেন?

লেখালেখির প্রস্তুতিমূলক কাজের জন্য আপনার সময়, শ্রম, আঘাত ও সামর্য্য পুরোপুরি আছে তো? এতসব প্রস্তুতির মধ্য দিয়েই শুরু হতে পারে আপনার লেখালেখির প্রকৃত সূচনা বা ভূমিকা। লেখালেখির জন্য চাই একটি পূর্ণাঙ্গ কর্মপরিকল্পনা। আর তাই লেখালেখি করার এই বিশেষ পরিকল্পনাকে চূড়ান্তভাবে ক্রপায়ন করতে বেশ কিছু আত্মজ্ঞাসার মধ্যে দিয়ে আপনাকে মানসিক প্রস্তুতি নিতে হবে। অর্থাৎ স্বেচ্ছ শর্ষের বসে লেখালেখি করার মানসিকতা থাকলে চলবে না। লেখালেখিকে অধ্যবসায় সহকারে গুরুত্বের সঙ্গে নিতে হবে। লেখা ও পড়ার ব্যাপারে যথেষ্ট আঘাত থাকা চাই। শুধু তাই নয়, লেখালেখিকে সত্যিকার অর্থেই

আপনার ভালো লাগতে হবে। এ কাজে অন্নেই কুস্তিবোধ হলে ধরে নিন লেখালেখির জন্য আপনার মন এখনো প্রস্তুত হয়ে ওঠেনি। আর তাই কেন আপনি লিখবেন- সে সম্পর্কে আত্মমূল্যায়ন করুন নিম্নরূপ কিছু প্রশ্নগুলির মুখোমুখি হয়ে:

এক. লেখালেখির ভালো-মন্দ, লাভ-ক্ষতি সম্পর্কে বিস্তারিত ভাবার আগে ভেবে দেখুন, লেখালেখি করতে যে আহাহ ও আত্মবিশ্বাস প্রয়োজন তা আপনার আছে কি না;

দুই. লেখালেখির মাধ্যমে আপনার জীবনের কাঙ্ক্ষিত লক্ষ্য, স্বপ্ন ও পরিকল্পনাগুলো বাস্তবায়ন করা কতটা সম্ভব ও সহায়ক হবে ?

তিনি. আপনি কি বিশ্বাস করেন যে, পাঠককে আপনার নতুন করে কিছু বলার বা জানানোর আছে? অর্থাৎ অন্য সবাই যা লিখছে, তাদের মতো করে একই বিষয় নিয়ে গড়েপড়তা লেখার প্রয়োজন আছে কি?

চার. আপনার মধ্যে সফলভাবে লেখালেখি করার অনুকূল, ইতিবাচক এবং সম্ভাবনাময় কী কী শুণ ও বৈশিষ্ট্য উপলব্ধি করেন, যা একজন আদর্শ লেখক বা কলমসৈনিক হিসেবে থাকা খুব জরুরি?

পাঁচ. প্রকাশিতব্য লেখাটি পাঠকের পঠন ও গ্রহণযোগ্যতার মানদণ্ডে আদৌ ছাপার যোগ্য কি না ('To publish or to perish') তা নিশ্চিত হয়েই লিখুন।

ছয়. লেখা প্রকাশের প্রথম চেষ্টায় কেউ কেউ ফিরিয়ে দিয়েছে বলে আপনি কি মর্মাহত? ইতোমধ্যে হতাশ হয়ে পড়েছেন কি? ভেবে দেখুন তো! আপনার লেখায় এমন কোনো দুর্বলতা বা সমস্যা আছে কি না, যা হয়তো আপনি বুঝতে বা ধরতে পারছেন না, কিন্তু অন্যরা তা ঠিকই ধরতে পারছেন।

সাত. সর্বোপরি ভেবে দেখুন তো! লেখালেখির ক্ষেত্রে আসলেই আপনি কতটা উদ্যমী ও আত্মবিশ্বাসী? আপনার কাঙ্ক্ষিত সাফল্যের নেপথ্যে 'আমি পার' এই বিশ্বাসবোধটুকু কার্যকর রয়েছে কি?

আত্মজিজ্ঞাসার উল্লিখিত পদক্ষেপগুলো অতিক্রম করে যদি সত্যিই মনে করেন, আপনি লেখালেখিকে 'সিরিয়াসলি নেবেন'- এমনকি লেখালেখিকে পেশা হিসেবেও নিতে চান, তবে সাংবাদিক কিংবা ফ্রিল্যান্স লেখক হিসেবে আপনার ক্যারিয়ার শুরু করতে পারেন।

একুশ শতকের পেশাদার গণমাধ্যম পরিবেশে লেখালেখির অঙ্গনে ফ্রিল্যান্স সাংবাদিক হিসেবে লেখালেখিকে স্বাধীন পেশা হিসেবে বেছে নেওয়ার সময়

এসেছে। সাম্প্রতিককালে স্বল্প পরিসরে হলোও যুক্তভাবে লেখালেখির কর্মক্ষেত্র তৈরি হয়েছে। আর এ পটভূমিতে পেশা হিসেবে লেখালেখিকে বেছে নিতে কিছু প্রাসঙ্গিক পরামর্শ নবীন লেখকদের উদ্দেশে এখানে তুলে ধরছি:

- ক) দ্বিধা, শঙ্খা কিংবা সাফল্য সম্পর্কে সন্দেহ পোষণের মতো নেতৃত্বাচক মানসিক স্বভাবকে মোটেই পাত্র দেবেন না। ব্যর্থতার পূর্বাভিজ্ঞতাকে সাফল্যের পূর্বশর্ত ধরে নিয়ে গভীর আত্মবিশ্বাস ও ইতিবাচক মনোভাব নিয়ে এগিয়ে যান। নিশ্চিতই সফল হবেন।
- খ) বিশ্বায়নের এই যুগে প্রতিযোগিতার বাজারে উচ্চতর ডিপ্টি দিয়েই শুধু কাঙ্ক্ষিত কর্মসংস্থান করে নেওয়া যায় না। খুঁজে পাওয়া যায় না সম্মানজনক ভালো কোনো চাকরি। হাজার হাজার শিক্ষিত বেকারের মাঝে হতাশাকে পুঁজি করে কতকাল টিকে থাকবেন আপনি? লক্ষ করছেন কি - ক্রমবর্ধমান বেকারত্বের কারণে ন্যূনতম মর্যাদাকর কর্মসংস্থানের অভাবে এ সময়ের সৃষ্টিশীল তারকণ্য-উচ্ছল মানবসম্পদের একটি অংশ কীভাবে দিন দিন হারিয়ে যাচ্ছে হতাশার অঙ্ককারে। আর কীভাবে ক্রমশ বিপথগামী হচ্ছে তরুণ সমাজের সুস্থ-সুন্দর মূল্যবোধগুলো।
- গ) হতাশা, তিক্ত অভিজ্ঞতা ও বিদ্যমান সমাজ বাস্তবতার নানামূর্খী নেতৃত্বাচক প্রবণতায় আড়ঠ হয়ে সুস্থ-সুন্দর মূল্যবোধগুলো বিসর্জন দেওয়ার আগেই আপনাকে 'ক্যারিয়ার প্ল্যান' করতে হবে। আর 'লেখালেখিকে' অবলম্বন করেই যদি ক্যারিয়ার গঠন করতে চান, তবে সুদূরপ্রসারী লক্ষ্য নিয়ে কার্যকর এক কর্মপরিকল্পনা তৈরি করতে হবে আপনাকে। আশাকরি, অন্তিমেন্তে আপনি সাফল্যের হাতছানি দেখতে পাবেন।
- ঘ) নিজেকে জানুন, প্রকৃতিকে চিনুন এবং মানুষকে ধারণায়িত করুন। আর এসব নিয়ে প্রচুর লিখে যাওয়ার মানসিক প্রস্তুতি সম্পূর্ণ করুন। জীবন, জগৎ ও প্রকৃতি সম্পর্কে প্রচুর পড়াস্বীকৃতি করে নিজেকে দিন দিন তথ্য সমৃদ্ধ করে তুলুন। প্রকৃতি ও মানুষের প্রতি দিনে দিনে মানবিকভাবে সংবেদনশীল হয়ে উঠুন। দেখবেন, মানুষ ও প্রকৃতির অনেক নতুন নতুন প্রকাশঙ্গ শব্দ-ভাষা ও ধারণা খুঁজে পাবেন নিজস্ব অভিজ্ঞতা ও উপলব্ধির মধ্য দিয়ে। আর এভাবেই লেখালেখির মাধ্যমে মানুষকে নতুন নতুন ধ্যান-ধারণার ছেঁয়া ও বিশ্বাসের শাপিত চেতনাবোধে উদ্বৃদ্ধ করে তুলুন।
- ঙ) একুশ শতকের 'তথ্যসমাজ জীবনে' 'তথ্য মানবতার' মূল্যবোধ জাগিয়ে তুলতে এবং দেশপ্রেমবোধ সৃষ্টিতে তথ্যায়ন ও ধারণায়নের অভিজ্ঞতায় সমৃদ্ধ হয়ে আপনি পেশা হিসেবে লেখালেখিকে বেছে নিতে পারেন।

- চ) নিজস্ব কাজের ক্ষেত্রকে নিরিড়ভাবে জানুন; রিপোর্টিং, ফিচার অথবা ফিকশন-এর যেকোনো পছন্দসই অঙ্গ বেছে নিয়ে লেখালেখির কাজ শুরু করুন। আর এভাবেই আপন শক্তিমত্তা ও সৃজনশীলতা দিয়ে প্রতিদিন নিজের জন্য আদর্শ একটি কর্মক্ষেত্র বেছে নেওয়ার চেষ্টা করুন।
- ছ) সাংবাদিকতাকে প্রধানত দুঁটি বিভাগে ভাগ করা যায়; এক. রিপোর্টিং; দুই. সম্পাদনা। সম্পাদনায় নিজের কথা বলার সুযোগ নেই। অন্যদের লেখাকে প্রকাশযোগ্য করে তোলাই সম্পাদনার মূল কাজ। আর রিপোর্টিংয়ে আছে যথেষ্ট স্বাধীনতা ও সৃজনশীলতা; কিন্তু রিপোর্টিংয়ে সাহিত্য বা ফিকশনের মতো করে নিজের ব্যক্তিগত কথা বলার সুযোগ নেই। তবে পরিকল্পিতভাবে সংবাদের সূত্র-উৎসের জবানীতে নিজের ভাষা ও ভাবনাকে উন্নয়ন রিপোর্টিংয়ে কার্যকরভাবে তুলে ধরার সুযোগ রয়েছে। রিপোর্টিং-এর সৃজনশীল অঙ্গ ফিচার— যেখানে রয়েছে লেখালেখির অবারিত স্বাধীনতা। আপনি ধাপে ধাপে রিপোর্টিং ও ফিচার লেখায় দক্ষতা অর্জন করে একসময় নিয়মিত কলামলেখক হতে চাইলে তাও পারবেন; তবে লেখালেখির শুরুতেই নয়; লেখালেখি ও রিপোর্টিংয়ে দক্ষতা এবং পরিপক্তা আসলেই তা শুরু করা যেতে পারে।
- জ) ক্যারিয়ারের শুরুতে সংবাদপত্রের চিঠিপত্র বা মতামত পাতায় সামাজিক সমস্যা-সম্ভাবনা তুলে ধরে নিয়মিত লিখতে পারেন। এতে আপনার লেখার হাত ত্রুটি শাপিত হয়ে উঠবে। আর যদি ফিকশন নিয়ে লিখতে চান তবে গল্প, কবিতা দিয়েই তা শুরু করতে পারেন। লিখতে লিখতে পড়তে পড়তে শব্দ ও কথাশিল্পে যথেষ্ট আত্মবিশ্বাসী হয়ে উঠলে, এক সময় উপন্যাসেও হাত দিতে পারেন। তবে একটা কথা মনে রাখতে হবে, সাংবাদিকতা হলো Fact based লেখালেখি। আর সাহিত্য হলো ‘Fiction based’; আর তাই ‘Fact’ অথবা ‘Fiction’ কোনটা হবে আপনার লেখালেখির প্রধান উপজীব্য অঙ্গ তার মাত্রাভেদে বুঝেই আপনাকে সাংবাদিকতা অথবা সাহিত্য কোনো একটা উপযুক্ত ক্ষেত্র বেছে নিতে হবে।
- ঝ) তবে মনে করিয়ে দিতে চাই যে, বর্তমান প্রতিযোগিতাপূর্ণ বাজার চাহিদার মূল্যায়ণে সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে সম্মান ও সম্মানীর যেসব সুযোগ-সুবিধা সৃষ্টি হয়েছে, তা ফিকশনধর্মী লেখায় আপনি পাবেন না। সেক্ষেত্রে সাংবাদিকতা দিয়েই লেখালেখির ক্যারিয়ার শুরু করা ভালো। ‘ফুলটাইমার’ না হোক ‘পার্টটাইমার’ এমনকি ‘ফ্রিল্যাসার’ হিসেবেও শুরু করতে পারেন।

১১.২. লেখালেখির প্রস্তুতি : কর্মন, কীভাবে?

শিক্ষার্থী ও নবীন লেখকদের উদ্দেশে ‘টিপ্স’ আকারে সংবাদমাধ্যমে লেখালেখি শুরু করার অনুকূল কিছু নির্দেশনা এ অংশে তুলে ধরা হলো:

১. আগে চিন্তা করুন, পরে লিখুন;
২. বিষয় নিয়ে ভাবুন এবং সঠিক বিষয়বস্তু নির্বাচন করুন;
৩. বিষয়বস্তু সম্পর্কে পূর্ণাঙ্গ ও সুস্পষ্ট ধারণা অর্জন করুন;
৪. ঘটনা, অবস্থা ও পরিস্থিতির গুরুত্ব অনুধাবন করুন;
৫. ঘটনা-অবস্থার পটভূমি অনুধাবন করুন এবং বিষয়ের গভীরে প্রবেশ করুন;
৬. প্রত্যাশিত তথ্যের সূত্র-উৎস অনুসন্ধান করুন;
৭. গ্রহণযোগ্য ও সর্বশেষ তথ্য-উপাস্ত সংগ্রহ করুন;
৮. প্রাণ্ত ও প্রত্যাশিত তথ্যাবলি বিন্যস্ত করুন;
৯. প্রতিবেদন ‘পরিলেখ’ (Layout) তৈরি করুন;
১০. মানসিক প্রস্তুতি-সম্পন্ন হওয়ার পর লেখায় হাত দিন।

১১.৩. কীভাবে লিখবেন? – কিছু নির্দেশনা

১. আজকাল সবার হাতে হাতে কম্পিউটার। লেখালেখির কাজে কম্পিউটার ব্যবহার। কম্পিউটারে লেখালেখিতে অভ্যন্ত হয়ে উঠুন:
২. কাগজে লিখতে চাইলে কাগজের একদিকে লিখুন; পর্যাপ্ত মার্জিন এবং সম্পাদনার জন্য প্রয়োজনীয় স্পেস রেখে লিখুন;
৩. সহজ, সরল ও পরিচিত শব্দ ব্যবহার করুন;
৪. টেকনিক্যাল ও দুর্বোধ্য শব্দ যথাসম্ভব পরিহার করুন;
৫. ছোট বাক্য ও ছোট প্যারা উভয় বিকল্প, কথাটি মনে রাখুন;
৬. লেখায় ‘শব্দ-মিতব্যয়’ (Word Economy) নীতি অনুসরণ করুন;
৭. যুৎসই/মানানসই ও ‘যথাশব্দ’ প্রয়োগ করুন;
৮. শব্দের অপপ্রয়োগ, ভুল প্রয়োগ ও অ্যথা আলংকারিক শব্দ এড়িয়ে চলুন;
৯. কর্তৃবাচ্য/ প্রত্যক্ষ বাক্য ব্যবহার করুন;
১০. কথা বলার স্টাইলে লিখুন;
১১. সর্বনাম, ক্রিয়া ও বিশেষণ পদ ব্যবহারে সতর্ক থাকুন;
১২. সাধু-চলিত মিশ্রণ (গুরুচ্ছালী) এড়িয়ে চলুন;

১৩. উদ্ভিতি ব্যবহারে সতর্ক থাকুন;
১৪. বানানে সতর্ক থাকুন;
১৫. বাক্য গঠন ও ব্যাকরণের শুল্কতা সম্পর্কে নিশ্চিত হওয়া জরুরি;
১৬. বিরতি/যতিচিহ্নের যথাযথ ব্যবহার করুন;
১৭. চিত্রধর্মী শব্দ/প্রত্যয় ব্যবহারের চেষ্টা করুন;
১৮. লেখার মধ্যে পূর্ণাঙ্গ মাত্রায় বৈচিত্র্য আনার চেষ্টা করুন;
১৯. পাঠককে সমোহিত বা অভিভূত করার জন্য নয়—প্রকাশ করার জন্য লিখুন;
২০. সর্বোপরি, ‘লেখার উৎসে ও গন্তব্যে রয়েছে মানুষ’—কথাটি মনে রেখেই লিখতে থাকুন।

১১.৪. বাক্য গঠনে শব্দের দিকমাত্রা*

ছোট বাক্য পাঠযোগ্যতা বাড়ায়। তবে, সবধরনের লেখায় ছোট বাক্য ব্যবহার সম্ভব কি? ছোট গল্পে, উপন্যাসে, সংবাদপত্রের জনপ্রিয় নিবন্ধ ও ফিচারে শব্দ শব্দের বাক্যই মানানসই। কিন্তু গবেষণা প্রবক্তে এবং আইনের ধারাভাষ্যে কম শব্দে, ছোট বাক্যে লেখা বেশ কঠিন। বাস্তবকারণে লেখার ধরন-প্রকৃতি, বিষয়বস্তু ও পাঠকভেদে বাক্যের পরিধি ও শব্দের দিকমাত্রা কম-বেশি হয়ে থাকে।

তদুপরি, দেশ-বিদেশের বিশেষজ্ঞগণ নানা বৈশিষ্ট্যের লেখালেখিতে বাক্যগঠন এবং শব্দের দিকমাত্রার একটি গ্রহণযোগ্য পর্যবেক্ষণ তুলে ধরার প্রয়াস পেয়েছেন। এ অংশে প্রকৃতি অনুযায়ী বিভিন্ন ধরনের লেখায় অনুসরণযোগ্য বাক্যের ব্যাপ্তি, পাঠযোগ্যতা ও প্রযোজ্য ক্ষেত্রের একটি মানদণ্ড তুলে ধরা হলো:

পাঠযোগ্যতা	শব্দের দিকমাত্রা	প্রযোজ্য ক্ষেত্র
পড়তে খুব সহজ	৮ শব্দের বাক্য	সংবাদ, ফিচার, ছোট গল্প প্রভৃতি
সহজ	১১ শব্দের বাক্য	সংবাদ, ফিচার, হালকা রচনা (ভ্রমণকাহিনি) প্রভৃতি
মোটামুটি সহজ	১৬ শব্দের বাক্য	সংবাদ, গদ্যসাহিত্য, প্রবন্ধ প্রভৃতি
চলতে পারে	১৭ শব্দের বাক্য	ডেপথ রিপোর্টিং, একাডেমিক প্রবন্ধ,

* ফিলিপাইন প্রেস ইনসিটিউটের নির্দেশনা এবং বিশেষজ্ঞদের মতামতের আলোকে প্রণীত

		ঐতিহাসিক প্রবন্ধ, সিরিয়াস প্রবন্ধ, কী-নেট পেপার প্রভৃতি
কিছুটা কঠিন	২১ শব্দের বাক্য	গবেষণা প্রবন্ধ, সমীক্ষা, অভিসন্দর্ভজাতীয় রচনা প্রভৃতি
কঠিন	২৫ শব্দের বাক্য	উচ্চমার্গীয় নিবন্ধ, উচ্চতর গবেষণা, আইন সম্পর্কিত বিবরণী প্রভৃতি
খুব কঠিন	২৯ শব্দের বাক্য	কোনো লেখার জন্যই কাঞ্চিত নয়; এড়িয়ে চলা ভালো।

সারণী ২ : বাক্য গঠনে ‘শব্দ পরিসীমা’

১১.৫. শব্দ-মিতব্যয় নীতি : বাক্য গঠনের দশ নির্দেশিকা

‘শব্দ-মিতব্যয়’ (Word Economy) নীতির ধারণাটি উত্তম লেখনী নির্দেশক হিসেবে একটি বিশেষ তাৎপর্যপূর্ণ প্রত্যয়। লেখালেখির ক্ষেত্রে বিশেষ করে সাংবাদিকতায় ইতোমধ্যে এটি একটি অত্যন্ত কার্যকর ‘মৌলনীতি’ হিসেবে স্থীরূপ পেয়েছে। সংক্ষেপে একে সংজ্ঞায়িত করা যেতে পারে এভাবে : শব্দ মিতব্যয় নীতি হচ্ছে সহজ-সরল ভাষায় দর্শক-শ্রোতা-পাঠকের (Audience) কাছে পরিচিত ন্যূনতম শব্দ-হরফে লেখা নির্ভুল, নির্মদ, পাঠযোগ্য ও নির্যাসপূর্ণ বক্তব্য পরিবেশনের কৌশল বা উপায়।

এ অংশে শব্দ-মিতব্যয় নীতির আলোকে নবীন রিপোর্টার ও শিক্ষার্থীদের উদ্দেশ্যে কার্যকর বাক্য গঠনের দশটি নির্দেশিকা তুলে ধরা হলো:

১. গড় বাক্য ছোট হওয়া বাস্তুনীয়;
২. বাক্য গঠনে কম হরফের, সহজবোধ্য ও অধিকতর তাৎপর্যপূর্ণ শব্দের (Key word) ওপর জোর দিন;
৩. বাক্যের ব্যাপ্তি ও গতি হবে এমন যা এক পলকে পড়া যায়;
৪. বাক্যের অন্তর্গত শব্দের বানান, ব্যাকরণ ও বিন্যাস হবে নির্ভুল, সহজতর ও কম্পিউটার-প্রযুক্তি বান্ধব;
৫. বাক্যে বাড়ি, আলংকারিক ও বাহ্যিক শব্দ এড়িয়ে চলুন;
৬. বাক্য গঠনে প্রত্যক্ষ উক্তি ও কর্তব্যাচ্যকে প্রাধান্য দিন;
৭. বাক্য গঠনে সঠিক ক্রিয়াপদ ও যথাযথ সর্বনাম ব্যবহার করুন;
৮. লেখায় দ্বি-বহুবচন ও একাধিক বিশেষণ পরিহার করুন;

৯. বাক্যে নেতিবাচক শব্দের পরিবর্তে মানানসহ ইতিবাচক শব্দ ব্যবহার করুন;
১০. বাক্যের কাঠামো, শব্দ-সমষ্টি এবং অর্থের তারতম্য সম্পর্কে নিশ্চিত হয়ে লিখুন।

১১.৬. সংবাদ লেখায় শব্দ মিতব্যয় নীতির প্রায়োগিক কৌশল

সংবাদপত্রে প্রকাশিত সমস্যা-জর্জারিত একটি সংবাদসূচনাকে শব্দ-মিতব্যয় নীতির আলোকে সম্পাদনা করার ব্যবহারিক কৌশল এখানে তুলে ধরা হলো:

‘চাঁদপুর থেকে নিজস্ব প্রতিনিধি : চাঁদপুর জেলার ফরিদগঞ্জ-হাজিগঞ্জ উপজেলার সীমান্তবর্তী দুটি গ্রাম মনতলা ও জলাশবায় খালের উপর*৫ বাঁধ নির্মাণকে কেন্দ্র করে গতকাল শুক্রবার জুম্বার দিনে বেলা সাড়ে ১১টায় গ্রামবাসীদের সঙ্গে পুলিশের এক তীব্র ও রক্তক্ষয়ী সংঘর্ষের পরিণতিতে ৭ জন পুলিশসহ ৫০ জন আহত হয়েছে এবং আহতদের মধ্যে ১৫ জনকে গতকালই আশংকাজনক অবস্থায় চাঁদপুর জেনারেল হাসপাতালে ভর্তি করা হয়েছে।’

উল্লিখিত সংবাদ সূচনাটিকে নিম্নরূপে ‘Word Economy’ করা যেতে পারে:

‘চাঁদপুর থেকে নিজস্ব*১ প্রতিনিধি : চাঁদপুর*২ জেলার ফরিদগঞ্জ-হাজিগঞ্জ উপজেলার সীমান্তবর্তী*৩ দুটি গ্রাম*৪ মনতলা ও জলাশবায় খালের উপর*৫ বাঁধ নির্মাণকে কেন্দ্র করে*৬ গতকাল*৭ শুক্রবার জুম্বার দিনে*৮ বেলা সাড়ে ১১টায়*৯ গ্রামবাসীদের*১০ সঙ্গে*১১ পুলিশের এক তীব্র*১২ ও রক্তক্ষয়ী*১৩ সংঘর্ষের পরিণতিতে*১৪ ৭ জন*১৫ পুলিশসহ ৫০ জন আহত হয়েছে*১৬ এবং*১৭ আহতদের মধ্যে*১৮ ১৫ জনকে গতকালই*১৯ আশংকাজনক অবস্থায়*২০ চাঁদপুর জেনারেল*২১ হাসপাতালে ভর্তি করা হয়েছে*২২।’

আমরা উল্লিখিত সংবাদ সূচনাটিকে ‘Word Economy’ করতে গিয়ে নিম্নরূপ সমস্যাগুলো চিহ্নিত করতে পারি:

- | | |
|-------------------|---|
| ১. থেকে নিজস্ব*১ | ⇒ বাহ্ল্য |
| ২. চাঁদপুর*২ | ⇒ অপ্রয়োজনীয়/পুনরাবৃত্তি |
| ৩. সীমান্তবর্তী*৩ | ⇒ বিভাস্তিকর তথ্য; ভারত-বাংলাদেশ সীমান্ত না কি দুটি জেলার সীমানা সংলগ্ন গ্রাম |
| ৪. দুটি গ্রাম*৪ | ⇒ বাহ্ল্য/পুনরাবৃত্তি |
| ৫. খালের উপর*৫ | ⇒ সংবাদ সূচনায় অপ্রয়োজনীয় |

৬. ...কে কেন্দ্র করে*^৬
৭. ...কাল*^৭
৮. জুমার দিনে*^৮
৯. বেলা সাড়ে ১১টায়*^৯
১০. দের*^{১০}
১১. সঙ্গে*^{১১}
১২. এক তীব্র*^{১২}
১৩. ও রক্ষণীয়*^{১৩}
১৪. ...র পরিপতিতে*^{১৪}
১৫. জন*^{১৫}
১৬. ...ছে*^{১৬}
১৭. এবং*^{১৭}
১৮. মধ্যে*^{১৮}
১৯. ...কে গতকালই*^{১৯}
২০. ...জনক অবস্থায় *^{২০}
২১. চাঁদপুর জেনারেল*^{২১}
২২. ...ছে*^{২২}
- ⇒ ‘... কে কেন্দ্র করে’-এর পরিবর্তে নিয়ে লিখলে এক শব্দে লেখা যায় এবং শব্দ অপচয় রোধ করা যায়
- ⇒ গতকাল-এর কাল শব্দাংশটুকু বাদ দিয়ে গত শুক্রবার লিখলে ‘Dead line’ বা সংবাদ প্রকাশের সময়সীমা বিভাস্তমুক্ত ও অর্থবহ হয়।
- ⇒ বাহ্ল্য
- ⇒ সংবাদ সূচনায় প্রয়োজন নেই
- ⇒ ‘গ্রামবাসীদের’ শব্দটি দ্বিবৃত্তচন্দুষ্ট; শব্দ গ্রামবাসী বললেই বহুবচন বোঝায়; অতএব ...দের শব্দাংশটুকু বাদ দিতে হবে
- ⇒ অপ্রয়োজনীয় প্রসর্গ
- ⇒ অপ্রয়োজনীয় বিশেষণ
- ⇒ অথবা অলংকার
- ⇒ ‘সংঘর্ষের পরিপতিতে’ শব্দমালাকে শব্দ মিতব্যয় করে লেখা যায় ‘সংঘর্ষে’
- ⇒ অপ্রয়োজনীয়/পুনরাবৃত্তি
- ⇒ অপ্রয়োজনীয়
- ⇒ মূল সংবাদ সূচনা এখানেই শেষ; তাই পূর্ণবিরতি চিহ্ন (দাঢ়ি) বসানো প্রয়োজন
- ⇒ বাহ্ল্য প্রসর্গ
- ⇒ অপ্রয়োজনীয়
- ⇒ ‘আশঙ্কাজনক অবস্থায়’ শব্দমালা বাদ দিয়ে শব্দ মিতব্যয় করে লেখা যেতে পারে ‘আশঙ্কাজনকভাবে’
- ⇒ সংবাদ সূচনায় অপ্রয়োজনীয়
- ⇒ অপ্রয়োজনীয়

‘শব্দ-মিতব্যয়’ নীতির মানদণ্ডে উল্লিখিত সংবাদের সূচনাটি সম্পাদিত আকারে লেখা যেতে পারে এভাবে:

চাঁদপুর প্রতিনিধি : জেলার ফরিদগঞ্জ-হাজিগঞ্জ উপজেলার মনতলা ও জলশবা গ্রামে বাঁধ নর্মাণ নিয়ে গত শুক্রবার গ্রামবাসী-পুলিশ সংঘর্ষে ৭ পুলিশসহ ৫০ জন আহত হয়। আহত ১৫ জনকে আশঙ্কাজনক অবস্থায় হাসপাতালে ভর্তি করা হয়।

অনুশীলনী ৩ : সংবাদ মিতব্যয় নীতির আলোকে সংবাদ সম্পাদনা

১১.৭. বিশিষ্টার্থক বাংলা শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ

সংবাদে ‘শব্দ-মিতব্যয়’ নীতির আলোকে গণমাধ্যমের ভাষা হিসেবে বাংলা ভাষার শব্দ সম্ভাবনার ভুল প্রয়োগ ও অপপ্রয়োগ এড়িয়ে বিশিষ্টার্থক শব্দ ও বাক্যাংশ নিম্নরূপে ব্যবহার করা যেতে পারে:

বিশিষ্টার্থক শব্দ/বাক্যাংশ	যে অর্থে ব্যবহার করা হয়	যুক্তি/ কারণ/ মন্তব্য/ব্যাখ্যা	যথার্থ প্রয়োগ (ব্যবহার করুন)
ফলশ্রুতি	পরিণাম/ পরিণতি	ফলশ্রুতি অর্থ ‘যে শৃঙ্খিতে পৃণ্য অর্জিত হয়’	ফলে
প্রেক্ষিত	পটভূমি	প্রেক্ষিত অর্থ দর্শিত বা দেখা হয়েছে এমন...	পরিপ্রেক্ষিত
প্রচারণা	প্রচার বাড়ানো	প্রচারণা (Propaganda) অর্থ প্রকৃত সত্য আড়াল করে (ছলে বলে কৌশলে) মিথ্যা বা অসত্য তথ্য তুলে ধরে কাজ বা স্বার্থ হাসিলের চেষ্টা	প্রচার (Publicity)
আগামীতে /পরবর্তীতে	ভবিষ্যৎ	আগামী/পরবর্তী-এর পরে 'তে'-এর ব্যবহার ব্যাকরণশুল্ক নয়	ভবিষ্যতে/ পরবর্তী সময়ে/ পরবর্তীকালে
অত্র	এই	অত্র-এর অর্থ ‘এখানে’	এ / এই
বাধ্যগত	অনুগত	‘বাধ্যগত’ শব্দটি অভিধানে নেই এবং তা ব্যাকরণশুল্কও নয়	বাধ্য/অনুগত
বক্তব্য রাখেন/ আবেদন রাখেন	বক্তব্য দেওয়া/প্রদান করা	বক্তব্য/আবেদন রাখা যায় না (কোন বক্তৃ যার ওজন আছে ও স্থান দখল করে তাই কেবল রাখা যায়)	বক্তব্য দেন/ আবেদন করেন
ব্যবহার হয়	ব্যবহার করা হয়	বাক্য গঠন রীতি অনুসারে যথাযথভাবে ক্রিয়ারূপ ব্যবহার	ব্যবহৃত/ব্যবহৃত হয়
সহসা	শীত্রাই/সত্ত্বর/ আশ	অতক্রিত/হঠাত/অকস্মাত না বুঝিয়ে অন্য অর্থ বোঝালে সহসা শব্দের প্রয়োগ যথার্থ নয়	হঠাত/ অতক্রিত/ অকস্মাত
বোতলজাত পানি	বোতলে ধারণকৃত	বোতলজাত পানি অর্থ বোতলে জন্মানো বা উৎপন্ন পানি	বোতলবন্ধ পানি

বিশিষ্টার্থক শব্দ/বাক্যাংশ	যে অর্থে ব্যবহার করা হয়	মুক্তি/ কারণ/ মন্তব্য/ব্যাখ্যা	যথোর্থ প্রয়োগ (ব্যবহার করুন)	
চিনজাত খাবার	চিনে ধারণকৃত খাবার	চিনজাত অর্থ চিনে উৎপন্ন বা জন্মানো খাবার	চিনবন্ধ খাবার	
বাজারজাতক রণ	বাজারীকরণ অর্থে	পণ্য বাজারে জাত বা উৎপন্ন হয় না; বরং বাজারে তা বিক্রি হয়	বিপণন	
আরও তীব্রতর করা	তুলনামূলক মাত্রা বোঝাতে	একসঙ্গে দু'বার ক্রিয়া বিশেষণ ব্যবহার ব্যাকরণশুল্ক নয়	তীব্রতর করা/ আরও তীব্র করা	
অন্যতম একজন/ একটি অন্যতম	অনেকের মধ্যে একজন/একটি	অন্যতম শব্দটির অর্থ অনেকের মধ্যে একজন বা একটি; এখানে 'একটি' / 'একজন' বাহল্য প্রয়োগ	অন্যতম	
সর্বপ্রথম/ সর্বশেষ	সবার আগে/ সবশেষে	প্রথমের পূর্বে প্রথম সম্ভব নয়; একইভাবে শেষের পরে শেষ সম্ভব নয়	প্রথম/শেষ	
অতিশীঘ	আশ্চ/চ্রন্ত	শীঘ্র বলাই যথেষ্ট; এখানে 'অতি' ব্যবহার বাহল্য	শীঘ্রই/অবিলম্বে	
অতি সম্প্রতি	অধুনা/এইমাত্র	সম্প্রতির মধ্যেই অতিমাত্রিক অর্থ বা ভাব রয়েছে বিধায় 'অতি' এখানে না বলাই শ্রেয়	সম্প্রতি	
অতীত ইতিহাস	অতীত কাহিনি/ ইতিবৃত্ত	ইতিহাস সর্বদাই অতীত কালের ব্যাপার; এক্ষেত্রে 'অতীত' শব্দটি বাহল্য	ইতিহাস	
অতীত ঐতিহ্য	পরম্পরাগত কথা /প্রথা	'অতীত' শব্দটি বাহল্য; ঐতিহ্য সর্বদাই বিগত বা অতীত কালের ব্যাপার	ঐতিহ্য	
ভবিষ্যৎ পরিণতি	পরবর্তী ফলাফল	'পরিণতি' ভবিষ্যৎকালের এখানে 'ভবিষ্যৎ' শব্দটি বাহল্য	সর্বদাই ব্যাপার; বাহল্য	পরিণতি/পরিণা/ শেষ অবস্থা

বিশিষ্টার্থক শব্দ/বাক্যাংশ	যে অর্থে ব্যবহার করা হয়	যুক্তি/ কারণ/ মন্তব্য/ব্যাখ্যা	যথার্থ প্রয়োগ (ব্যবহার করল্ল)
ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা	পরবর্তী কার্যক্রমের রূপরেখা	পরিকল্পনা সর্বদাই ভবিষ্যৎ কালের ব্যাপার; এখানে 'ভবিষ্যৎ' শব্দটি বাহল্য	পরিকল্পনা
নব আবিক্ষার	উত্তাবন	আবিক্ষার অর্থই নতুন করে উত্তাবন; 'নব' শব্দটি এক্ষেত্রে বাহল্য	আবিক্ষার/উত্তাবন
সুস্থাগতম	সুভাগত (Welcome)	ধ্বিবিশেষণ; স্থাগতম-এর পূর্বে 'সু' বলা বাহল্য	স্থাগতম
দারিদ্র্যতা	দারিদ্র্য অবস্থা	দারিদ্র্য বলা যথেষ্ট; 'তা' এখানে বাহল্য	দারিদ্র্য/ দৈন্য
ঘাঁটি গরম দুধ	দুধের বিশুদ্ধকরণ	এক্ষেত্রে ধারক, অর্থাৎ গরম শব্দটি আগে বসবে	গরম ঘাঁটি দুধ
সার বা কাঠ বোঝাই ট্রাক	সারবাহী/ কাঠবাহী ট্রাক	ট্রাক আগে বসবে	ট্রাক বোঝাই সার/ ট্রাক বোঝাই কাঠ
অশ্রুজল	চোখের জল	অশ্রু বলাই যথেষ্ট; অশ্রুর মধ্যেই জল নিহিত	অশ্রু
সাক্ষর	অক্ষরজ্ঞানসম্পন্ন অর্থে	'স'-এর সঙ্গে 'ব' যুক্ত হবে না; কিন্তু দন্তখন্ত করা অর্থে 'ব' বসবে	সাক্ষর
শুধুমাত্র/ কেবলমাত্র	সাকুল্য/মোট; তৎক্ষণাত্ সঙ্গে সঙ্গে	'শুধু' অথবা 'মাত্র' অথবা 'কেবল' ব্যবহার করা যুক্তিসঙ্গত	শুধু/কেবল/মাত্র
অন্যান্য নেতৃবৃন্দ	বহুবচন অর্থে	ধি-বহুবচন (বাংলায় ধি- বহুবচন হয় না)	অন্যান্য নেতা /নেতৃবৃন্দ
গ্রামবাসীরা	বহুবচন অর্থে	ধি-বহুবচন (বাংলায় ধি-বহুবচন হয় না)	গ্রামবাসী
চলাকালীন সময়ে/ থাকাকালীন সময়ে	ছিত্তিকালে	একইসঙ্গে দুটি সময় নির্দেশক সম্যার্থক শব্দ (কাল ও সময়) ব্যাকরণশুद্ধ নয়	চলাকালে/ চলাকালীন; থাকাকালে/ থাকাকালীন
কিশোরী মেয়ে	মেয়েটি কৈশোর বয়সের	ধি-স্ত্রী লিঙ্গার্থক অপপ্রয়োগ	কিশোরী/মেয়ে
নদী সাগরের উদ্দেশ্যে ধায়;	সাগরের দিকে অর্থে	খৌজে/দিকে/প্রতি অর্থে 'উদ্দেশ' শব্দটি যথাশুদ্ধ; এখানে 'উদ্দেশ'- এর সঙ্গে য-ফলা (য) হবে না	নদী সাগরের উদ্দেশ্যে ধায়

বিশিষ্টার্থক শব্দ/বাক্যাংশ	যে অর্থে ব্যবহার করা হয়	যুক্তি/ কারণ/ মন্তব্য/ব্যাখ্যা	যথার্থ প্রয়োগ (ব্যবহার করল)
প্রধানমন্ত্রী জাতির উদ্দেশ্যে ভাষণ দেন	জাতির অর্থে	এখানে ‘উদ্দেশ্য’-এর সঙ্গে য-ফলা (j) হবে না	প্রধানমন্ত্রী জাতির উদ্দেশ্যে ভাষণ দেন
বাড়ের সম্ভাবনা রয়েছে	বড় হতে পারে	নেতিবাচক বা অনাকঞ্জিত অর্থে ‘সম্ভাবনা’ শব্দটির পরিবর্তে ‘আশঙ্কা’ শব্দটি যথাশব্দ	বাড়ের <u>আশঙ্কা</u> রয়েছে
বৃষ্টির আশঙ্কা রয়েছে	বৃষ্টি হতে পারে	ইতিবাচক বা কাঞ্জিত অর্থে বাক্যে ‘আশঙ্কা’ শব্দটির পরিবর্তে ‘সম্ভাবনা’ শব্দটি যথাশব্দ; [তবে অতিবৃষ্টির ক্ষেত্রে ‘আশঙ্কা’ শব্দটি বাটতে পারে।]	বৃষ্টির <u>সম্ভাবনা</u> রয়েছে
মিস/ মিসেস	ভদ্র মহিলা অর্থে (‘মিস্টার’-এর বিপরীতে)	‘মিস’ বললে ভদ্র মহিলার চেয়ে অবিবাহিত অর্থটি গুরুত্ব পায়; একইভাবে ‘মিসেস’ বললে বিবাহিত অর্থটি প্রাধান্য পায়; শব্দ দু’টির কোনোটিই জেডার সংবেদনশীল নয়;	মিজ (Ms.) ভদ্রমহিলা (বিবাহিত হোক বা না হোক) অর্থ প্রকাশ করে এবং তা জেডার সংবেদনশীল
প্রয়াস নেওয়া	চেষ্টা চালানো	চেষ্টা করা যায়; নেওয়া যায় না	চেষ্টা করা/চেষ্টা চালানো
প্রস্তুতি নিয়েছেন	প্রস্তুত হওয়া	প্রস্তুতি নেওয়ার ব্যাপার নয়	প্রস্তুত হয়েছেন
সংকৃতিবান	কৃষিসম্পন্ন/ সংকৃতি অনুরাগী ব্যক্তি	সংকৃতি+মতুপ=সংকৃতিমান; সংকৃতিবান শব্দটিতে প্রত্যয়গত ভূল রয়েছে	সংকৃতিমান
উল্লেখিত	পূর্বে উল্লেখ করা হয়েছে এমন	উৎ+লিখিত= উল্লিখিত (উল্লেখিত ব্যাকরণশুল্ক নয়)	উল্লিখিত
উপরোক্তাধিত /পূর্বোল্লিখিত	উপরে/পূর্বে উল্লেখ করা হয়েছে এমন	পুনরাবৃত্তি বোধকল্পে উল্লিখিত বলা যায়েষ্ট	উল্লিখিত

সারণী ৩: শব্দ মিতব্যের নীতির আলোকে বিশিষ্টার্থক বাংলা শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ

১১.৮. ‘শব্দ মিতব্যয়’ পদ্ধতিতে ইংরেজি শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ

সংবাদে ‘শব্দ-মিতব্যয়’ পদ্ধতি অনুসরণ করে গণমাধ্যমের ভাষা হিসেবে ইংরেজি ভাষার বিশিষ্টার্থক শব্দ, শব্দসমষ্টি বা বাক্যাংশ নিম্নরূপে ব্যবহার করা যেতে পারে:

Don't use in news	x	Prefer	✓
accommodation		rooms, seats, etc.	
adjacent to		near	
ahead of schedule		early	
a large proportion of		many	
a percentage of		some	
approximately		about	
at an early date		soon	
attempt		try	
at the present time/at present		now	
as a result of		because	
as of this moment		now	
at this moment in time		now	
best of health		well/healthy	
blueprint		plan	
broad daylight		daylight	
caused injuries to		injured	
compared with		than	
completely untrue		untrue	
concerning		about/on	
constructed of wood		made of wood/wooden	
continue to remain		stay	
currently		now	
definite decisions		decisions	
demise		death	
demonstrate		show	
described as		called	
despite the fact that		although	

Don't use in news	x	Prefer	✓
discontinue		stop	
during the course of		during	
expired		died	
filled to capacity		full	
from out of the		out of, from	
gathered together		met	
give consideration to		consider	
he was in poor circumstances		he was poor	
he succumbed to his injuries		he died	
implement		carry out/fulfil/do	
implementation		operation	
in addition to		besides/as well as	
in attendance		present	
inform		tell	
in isolation		alone	
initiate		start	
in order to		to	
in the course of		during/while	
in the direction of		towards	
in the event of		if	
in the file of		in / with	
in the majority of instances		mostly	
less expensive		cheaper	
manufacture		make	
new criteria		new ways	
notification		note	
observed		saw	
owing to the fact that		because	
personnel		men	
possessed		had	

Don't use in news	x	Prefer	✓
proceed		go	
proceeded up		went	
production		output	
previous to, preparatory to		before	
progress to		reach	
purchase		buy	
put in an appearance		appeared	
quit		leave	
redundant		sacked	
remunerate		pay	
residence		home	
respecting		about/on	
schedule		end	
shortfall in supplies		shortage	
subsequently		later	
sufficient		enough	
sufficient consideration		enough thought	
sustained injuries		was hurt	
take action on the issues		act	
terminate		end	
the results so far achieved		the results	
to date		so far	
took in to consideration		considered	
transmit		send	
under preparation		being prepared	
under active consideration		being considered	
utilize		use	
was a witness of		saw	
weather conditions		weather	
when and if		if	

Don't use in news	x	Prefer	✓
whole of		all	
with the result that		so that	
with the minimum of delay		as soon as possible	

সারণী - ৮: শব্দ মিতব্যয় নীতির আলোকে ইংরেজি শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ

উল্লিখিত বিশিষ্টার্থক শব্দ ও বাক্যাংশের ন্যায় একইভাবে আমরা সাংবাদিকতায় শব্দ মিতব্যয় (Word Economy) নীতি অনুসরণ করে সারণির বামপাশের বাক্যাংশ (Phrase) [ইটালিক বা বাঁকা শব্দ/শব্দসমষ্টি] পরিহার করে ডান পাশের অংশে পরিবেশিত শব্দ, শব্দসমষ্টি বা বাক্যাংশ কার্যকরভাবে ব্যবহার করতে পারি:

Don't use in news	x	Use in news	✓
<i>absolute perfection</i>		perfection	
<i>acute crisis</i>		crisis	
<i>appear on the scene</i>		appear	
<i>appear to be</i>		appear	
<i>appointed to the post of</i>		appointed	
<i>attach together</i>		attach	
<i>close proximity</i>		proximity	
<i>complete monopoly</i>		monopoly	
<i>connect up/together</i>		connect	
<i>consensus of opinion</i>		consensus	
<i>continue to remain</i>		continue	
<i>descend down</i>		descend	
<i>enclosed herewith</i>		enclosed	
<i>entirely absent</i>		absent	
<i>entirely new departure</i>		departure	
<i>exact counterpart</i>		counterpart	
<i>few in number</i>		few	
<i>for a period of</i>		for	
<i>fresh beginning</i>		beginning	
<i>full satisfaction</i>		satisfaction	

<i>Don't use in news</i>	<i>x</i>	<i>Use in news</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>grateful thanks</i>		thanks	
<i>hot water heater</i>		water heater	
<i>inter-personal friendship</i>		friendship	
<i>in the city of Dhaka</i>		in Dhaka	
<i>in the course of the operation</i>		in the operation	
<i>involved in a car crash</i>		in a car crash	
<i>joined together</i>		joined	
<i>joint co-operation</i>		co-operation	
<i>link together</i>		link	
<i>lonely isolation</i>		isolation	
<i>meet together</i>		meet	
<i>merge together</i>		merge	
<i>more preferable</i>		preferable	
<i>more superior</i>		superior	
<i>mutual cooperation</i>		cooperation	
<i>new beginning</i>		beginning	
<i>new creation</i>		creation	
<i>new recruits</i>		recruits	
<i>new innovation</i>		innovation	
<i>new record</i>		record	
<i>past history</i>		history	
<i>proposed project</i>		project	
<i>quite empty</i>		empty	
<i>quite perfect</i>		perfect	
<i>recalled back</i>		recalled	
<i>regular monthly meetings</i>		monthly meetings	
<i>repeat again</i>		repeat	
<i>resigned his position as</i>		resigned as	
<i>returned back</i>		returned	
<i>root cause</i>		cause	

<i>Don't use in news</i>	<i>x</i>	<i>Use in news</i>	<input checked="" type="checkbox"/>
<i>self-confessed</i>		confessed	
<i>serious danger</i>		danger	
<i>short space of time</i>		short	
<i>small in size</i>		small	
<i>smile on his face</i>		smile	
<i>sufficient enough</i>		enough	
<i>totally destroyed</i>		destroyed	
<i>true facts</i>		facts	

সারণী ৪ : শব্দ মিতব্যয় নীতির আলোকে বিশিষ্টার্থক ইংরেজি শব্দ/শব্দসমষ্টির প্রয়োগ

পুনর্গঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. আদ্দুল্লাহ আল মুতী ও আনিসুজ্জামান (সম্পাদিত), সংবাদপত্রে বাংলা ভাষা, পিআইবি, ঢাকা, ১৯৮৯
২. মাহবুবুল হক ও অন্যান্য (সম্পাদিত), প্রথম আলো ভাষারীতি, প্রথম আলো, ঢাকা
৩. হায়াৎ মামুদ, বাংলা লেখার নিয়মকানুন (৩য় সংস্করণ), প্রতীক প্রকাশনা সংস্থা, ঢাকা, ২০০৫
৪. মাহবুবুল হক, বাংলা বানানের নিয়ম (৩য় মুদ্রণ), সাহিত্য প্রকাশ, ঢাকা, ১৯৯৫
৫. দিলীপ দেবনাথ, এভাবে বাংলা লিখুন, রোদুর, ঢাকা, ২০০০
৬. সুভাষ ভট্টাচার্য, বাংলা লেখক ও সম্পাদকের অভিধান- আনন্দবাজার পত্রিকা ব্যবহার বিধি, আনন্দ পাবলিশার্স প্রাইভেট লি., কলকাতা, ১৯৯৪
৭. দেলোয়ার হোসেন মঙ্গল, আধুনিক বাংলা বানান ও লেখার নিয়মকানুন, আফসার ব্রাদার্স, ঢাকা, ২০০২
৮. মুহাম্মদ হাবিবুর রহমান, যথোক্তি, ইউনিভার্সিটি প্রেস লিমিটেড, ঢাকা, ২০০৩
৯. অশোক মুখোপাধ্যায়, সংসদ সমার্থক শব্দকোষ (পরিবর্ধিত ২য় সংস্করণ), সাহিত্য সংসদ, কলকাতা, ১৯৯৬
১০. Evans Harold, *Editing and Design: Newsman's English*, Heinemann, London, 1977
১১. James M. McCrimmon, *Writing with a Purpose* (7th short edition), Houghton Mifflin Company, Boston, 1980

১২. Hans P. Guth, *The Writer's Agenda* (shorter edition), Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1989
১৩. Christopher Dobson, *The Freelance Journalist- How to Survive and Succeed*, Butterworth Heinemann, Oxford, 1992
১৪. Donald L. Ferguson, *Opportunities in Journalism Careers* (Revised edition), VGM Career Books, USA, 2001
১৫. Joan Clayton, *Journalism for Beginners* (Update edition), Piatkus, London, 2000
১৬. Gousal Azam & Shihab Uddin Ahmad, *The Art of Writing: With Modern Expressions*, Schoolman Bangladesh, Dhaka, 2001
১৭. William L. Rivers, *Work Book: Writing for the Media*, Mayfield Publishing Company, Mountain View, California, 1988
১৮. Burack Sylvia K. (Edited), *The Writer's Handbook* (New edition), The Writer, Inc. Boston USA, 1995
১৯. T.J. Fitikides, *Common Mistakes in English* (5th edition), Longman, London, 1963
২০. Walter H. Beale, *Real Writing- Argumentation, Reflection, Information*, Scott, Foresman and Company, Glen View Illinois, USA, 1982
২১. Janet Whitcut, *Better Word Power*, Oxford University Press, New Delhi, 2002

“A word has power in and of itself. It comes from nothing into sound and meaning; it gives origin to all things.”
– N Scott Momaday



অধ্যায় বার

ফিচার লেখার কলাকৌশল

'All around us, everywhere, are ideas, that can be written into features that will sell.'

— Hellen M. Patterson

১২.১. ফিচার কী ও কেন?

সংবাদপত্রে পরিবেশিত সংবাদ, অভিমত ও বিজ্ঞাপন ব্যতিরেকে বাদবাকি প্রতিবেদনের অধিকাংশই প্রচলিত অর্থে ফিচার। কিন্তু প্রকৃত অর্থে এর সবগুলোকে ফিচার বলা যায় না। এদের বেশিরভাগ প্রতিবেদনকে বলা যেতে পারে ফিচারধর্মী প্রতিবেদন। কোনো কোনো ফিচার বিশেষজ্ঞ আবার একে সংবাদ মাধ্যমের ‘Soft news’ বা কোমল সংবাদ হিসেবে চিহ্নিত করার পক্ষপাতী। তবে স্বতন্ত্র বৈশিষ্ট্যে ফিচার বা কোমল সংবাদ সময়স্তরে যেসব প্রত্যয়-পরিচিতি পেয়েছে, একে একে সেসবের সঙ্গে পরিচিত হলেই মোটামুটি বোৰা যাবে ফিচার আসলে কোন ধরনের প্রতিবেদন।

১২.২. ফিচার : সংবাদপত্রের নিয়ন্ত্রণের সরস প্রতিবেদন

ফিচার একধরনের সরসধর্মী বিবরণ। সাদামাটা ও গুরুগন্তীর খবর থেকে ভিন্নতর এর আবেদন। ফিচার একটি বিশেষ বিষয়কে ছন্দচূল বর্ণনায় পাঠকের কাছে হস্যঘাসী করে তোলে। এর মূল উদ্দেশ্য হচ্ছে পাঠককে আনন্দ-বিনোদন দেওয়া। সংবাদপত্রের বিশাল অবয়বে সাদামাটা সংবাদের (Hard news) নীরস তথ্য বলয় থেকে অত্যন্ত পাঠকের দৃষ্টি কেড়ে নিয়ে তাতে খানিকটা স্বত্ত্বির আয়েজ

ছড়িয়ে দেওয়া; কিংবা বলা চলে তথ্য ভারাক্রান্ত পাঠকের ক্লান্তিতে কিছুটা বিনোদন পরশ বুলিয়ে দেওয়াই হলো ফিচারের লক্ষ্য। এ কারণেই ফিচারকে বলা হয় ‘কোমল সংবাদ’। কারও কারও মতে নাগরদোলায় চড়ে যে আনন্দ লাভ করা যায়, ফিচার পড়ার আনন্দ অনেকটা তেমনই। ফিচারকে তাই ‘সুখপাঠ্য বিবরণ’ও বলা হয়।

ফিচার লেখায় একটি বিশেষ দৃষ্টিকোণ (Slant) অনুসরণ করা হয়। তাই ফিচারকে বলা হয় ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণসম্পন্ন রচনা’।

ফিচারের আবেদন সময়ের সঙ্গে-সঙ্গে ফুরিয়ে যায় না। ‘হার্ড নিউজের’ মতো ফিচারের বৈশিষ্ট্য তাঙ্কণিক টাটকা না হলেও, এটি কখনো বাসি হয় না। এর আবেদন থাকে সবসময়। এজন্য ফিচারকে বলা হয় ‘সময় নিরপেক্ষ প্রতিবেদন’। একই কারণে কখনো বা একে বলা হয় ‘চিরসবুজ প্রতিবেদন’ (Evergreen write up)।

ফিচার গদ্যময় রচনা হলেও এতে ছড়িয়ে থাকে বিভিন্ন মাত্রার কাব্যময়তা। উপস্থাপনের দিক থেকে এতে নাটকীয়তারও সুযোগ রয়েছে প্রচুর। একে কখনো কখনো কিছুটা রম্যময় ও ব্যঙ্গনাময় মনে হলেও বাস্তবের সঙ্গে থাকে এর প্রত্যক্ষ যোগসূত্র। ফিচার প্রতিবেদনের শব্দে আঁকা দৃশ্যটিতে পাঠক যেন কখনো নিজস্ব অভিজ্ঞতার ব্যক্তি-সংস্পর্শের একাত্মা খুঁজে পায়। তাহাড়া এ ধরনের প্রতিবেদনে কিছুটা মনের মাধুরী ও রসবোধের উপাদান থাকে বলে ফিচারকে বলা হয় নিত্যদিনের ‘সরস প্রতিবেদন’।

সংবাদপত্রের অবয়বে ফিচার এনে দেয় প্রাণের স্পন্দন। সংবাদপত্রের পৃষ্ঠায় প্রাণবন্ত প্রতিবেদন বলতে ফিচারকেই বোবায়। ফিচার সাদামাটা সংবাদ নয়; কিন্তু এতে সাদামাটা সংবাদের থেকেও ভিন্নমাত্রার এমন কিছু উপাদান থাকে যা প্রতিনিয়ত মানব মনের খোরাক জোগায়। সাদামাটা সংবাদে থাকে অঁটসাঁট তথ্যের ছড়াছড়ি; সময়ের তাগিদ থেকে এত কড়াকড়ি। কিন্তু ফিচারে সে ধরনের কোনো বাধ্যবাধকতা থাকে না। সংবাদপত্রের রিপোর্ট তৈরিতে যদি আনন্দ থাকে, তবে ফিচার লেখায় রয়েছে চূড়ান্ত আনন্দ। আর সেদিক থেকে ফিচার হচ্ছে এক কথায় ‘সৃজনশীল প্রতিবেদন’। কেননা, এতে সর্বদাই থাকে নতুনত্বের গন্ধ। এ ধরনের লেখা পাঠককে আনন্দ দেওয়ার পাশাপাশি পাঠক মনে উভাবনী ভাবনা যোগ করে। তাই ফিচার পাঠে পাঠক পায় প্রচুর আনন্দ।

সাদামাটা সময়ানুগ সংবাদের বাইরে ও গভীরে তলিয়ে দেখলে সাদা-কালোর অন্তরালে নিত্যদিনের অভিজ্ঞতার মধ্যে বৈচিত্র্যময়, মানবিক আবেদনসম্পন্ন ও জীবনধর্মী কিছু কিছু তথ্য অনুশঙ্গ পাওয়া যাবে। এর সাবলীল ও ব্যঙ্গনাময় উপস্থাপনায় কোনো কোনো ফিচারকে পাঠকের মনে হবে এ যেন ‘অনন্য জীবনের গল্প’।

১২.৩. ফিচারের সংজ্ঞা

‘ফিচার’ প্রত্যয়টি সংবাদপত্র এবং সাংবাদিকদের প্রতিনিয়ত ব্যবহৃত শব্দ-সম্ভারের মধ্যে সর্বাধিক ব্যবহৃত শব্দ। The Complete Reporter থেকে ‘Features and Human Interest Stories’ অধ্যায়ের শুরুতে প্রায় একই ধরনের বক্তব্য তুলে ‘ধরা হয়: “The word *feature* may be one of the most overworked words in the lexicon of journalists.”

মার্কিন লেখক মিচেল ডি. চার্নলি ও ব্রেয়ার চার্নলি তাদের *Reporting* থেকে উল্লেখ করেছেন, “ফিচার শব্দটি হচ্ছে সংবাদকক্ষের সার্বজনীন ও সার্বক্ষণিক বুলি। সংবাদের জন্য সংরক্ষিত স্থানে গুরু সংবাদ (Hard news) ছাড়া, আর যা কিছু ছাপা হয় সেগুলো সবই ফিচার হিসেবে পরিচিত। নিউজ ফিচার, শর্ট ফিচার, লং ফিচার, পার্সোনালিটি ফিচার, হোয়ার্ট-নট ফিচার ইত্যাদি শব্দ সংবাদকমীদের মুখে মুখে ফেরে।”

দীর্ঘ ৩০ বছর ধরে সংবাদকক্ষের বাস্তব অভিজ্ঞতা অর্জনকারী মার্কিন সাংবাদিক Alexis McKinney ফিচারের একটি যুৎসই বর্ণনা দিয়েছেন এভাবে: “ফিচার হচ্ছে ‘ষড়-ক’-এর কঠোর শৃঙ্খলার বাইরে অন্যভাবে রচিত সত্যনিষ্ঠ বিবরণী- যা মানুষের কৌতৃহল, সহর্মস্তা, ভীতি, আনন্দ অর্থাৎ বিভিন্ন আবেগকে উদ্দীপিত করে।’ তিনি আরও উল্লেখ করেন, “শুধু ঘটনার সমাহারই নয়, তার মর্মার্থ তুলে ধরে এক নতুন ব্যঙ্গনা সৃষ্টি করে ফিচার।”

আবার, ফিচার সম্পর্কে নিউ সার্টে অব জার্নালিজম থেকে ‘The Human Touch Makes The Features’ শীর্ষক অধ্যায়ে জর্জ ফস্ট মর্ট ও সহলেখকগণ তাদের অভিমত ব্যক্ত করেন অনেকটা এভাবে: “ফিচার প্রতিবেদন নিছক সংবাদের চেয়ে এর মানবিক আবেদনসম্পর্কী দিককে বেশি প্রাধান্য দেয়, যে কারণে গড়পড়তা পাঠক এর প্রতি আকৃষ্ট হয় এবং তাদের মনোযোগ এর প্রতি নিবন্ধ হয়। আর এতে করে এ ধরনের প্রতিবেদন পাঠকের আবেগকে নাড়া দিতে সক্ষম হয়।”

ফিচার বিশেষজ্ঞ এলমো স্কট ওয়াটসনের মতে, “ফিচার লেখককে তার লেখায় কেবল মানবিক আবেদন সন্নিবেশ করলেই চলবে না, পুরো বিবরণীটিই আবর্তিত হবে কোনো না কোনো আবেগ (বা একাধিক আবেগ) ভালোবাসা, ঘৃণা, বিস্ময়, ক্রোধ, বেদনা, ক্ষোভ, ভীতি, কৌতুক বা কৌতৃহলকে কেন্দ্র করে। এই আবেগসমূহ বা মানবিক আবেদনের উপাদানগুলোই ফিচারকে একটি পৃথক মাত্রা দান করে; সংবাদ থেকে পৃথক এক অস্তিত্ব দান করে, যাতে তা পরিগত হয় পৃথক স্বাদের এক রচনায়। আর তখন তা পাঠকদের মুক্ত করে, বিনোদিত করে, কিংবা বলা চলে পথের দিশা বা শিক্ষা দেয় এবং পাঠকের তথ্যের ভাগার সমৃদ্ধ করে।”

আবার, ফিচারের প্রকৃতি ব্যাখ্যা করতে গিয়ে যুক্তরাষ্ট্রের মিশিগান স্টেট ইউনিভার্সিটির অধ্যাপক George A. Hough বলেন, “ফিচার মানব প্রকৃতির

এমন সব সহজাত বৈশিষ্ট্য নিয়ে আলোকপাত করে যা আমরা সবাই অনুধাবন করতে পারি এবং ফিচার আলোচনা করে যেকোনো অঙ্গনে যা কিছু ঘটছে অথবা ঘটতে পারত সেসব বিষয় ও প্রসঙ্গ নিয়ে। ফিচার আমাদের আগ্রহকে অন্যদের মাঝে সঞ্চারিত করে এবং মনে করিয়ে দেয় যে আমরা সবাই অভিন্ন অভিজ্ঞতার অংশীদার।”

সাদামাটা সংবাদের বিপরীতে পাঠকের কাছে ফিচারের যে ভিন্ন ভিন্ন মাত্রার আবেদন রয়েছে সে প্রসঙ্গে ফিচার বিষয়ক বিখ্যাত গ্রন্থ *Writing and Selling Future Article*-এর লেখক Helen M. Patterson বলেন, “ফিচার হলো অধ্যয়ন, গবেষণা ও সাক্ষাত্কারের ভিত্তিতে রচিত সংবাদের এক সম্প্রসারিত রূপ যার লক্ষ্য হচ্ছে তথ্য পরিবেশন, শিক্ষাদান ও বিনোদন।” প্যাটারসন ফিচারের এই গুরুত্বপূর্ণ সংজ্ঞাটিকে তার ভাষায় ব্যাখ্যা করছেন এভাবে: “The future article not only informs but instructs, guides, or entertains. Where the news story presents the bare facts, the feature article dramatizes and supplements them by giving in detail information that will appeal to the reader’s imagination.”

বাংলাদেশ প্রেস ইনসিটিউট প্রকাশিত ‘ফিচার ম্যানুয়াল’-এর লেখক খোন্দকার আলী আশরাফ বলেন, “ফিচার হচ্ছে এক ধরনের মাধ্যর্থমণ্ডিত রচনা যা পাঠকের মনে কোনো না কোনো আবেদন সৃষ্টি করে।”

পরিশেষে, ফিচার বিশেষজ্ঞদের দেওয়া উল্লিখিত সংজ্ঞাসমূহের আলোকে বলা যেতে পারে, ফিচার হলো মানবিক আবেদনধর্মী একপ্রকার কোমল সংবাদ। ফিচার হলো সংবাদেরই সম্প্রসারিত রূপ; একই বিষয় নিয়ে সংবাদ ও ফিচার দুই-ই হতে পারে; তবে, বৈশিষ্ট্য ও গঠনের দিক থেকে সংবাদ ও ফিচার পরম্পর থেকে ভিন্ন। সংবাদ রকমারী উপাদানের আঁটসঁট তথ্যে ভরা গদ্যময় প্রতিবেদন। আর ফিচার হলো একটি নির্বাচিত দৃষ্টিকোণ থেকে রচিত মানবিক আবেদনধর্মী উপাদানে সমৃদ্ধ একপ্রকার সরসধর্মী প্রতিবেদন। ফিচার পাঠককে শুধু তথ্য জানিয়েই (to inform) ক্ষান্ত হয় না; পাশাপাশি ফিচার পাঠককে শিক্ষায়িত করে (to educate), বিনোদিত করে (to entertain) এবং সর্বোপরি পাঠককে উত্তুদ্ধ (to motivate) ও প্রভাবিত (to persuade) করে যা সামাজিক দায়বদ্ধতার প্রশংস্যে যেকোনো গণমাধ্যমের কান্তিক্ষিত ভূমিকা বা দায়িত্বপূর্ণ কাজ।

১২.৪. ফিচারের উদ্দেশ্য

ফিচারের বিভিন্ন সংজ্ঞা পর্যালোচনা করলে আমরা সংবাদমাধ্যমে ফিচার পরিবেশনের যেসব গুরুত্বপূর্ণ লক্ষ্য বা উদ্দেশ্য সম্পর্কে ধারণা লাভ করি সেগুলো হলো : ক. তথ্যায়ন, খ. শিখন, গ. বিনোদন ও ঘ. প্রগোদন তথ্য উত্পন্নকরণ।

ফিচারের আরও কিছু সাধারণ উদ্দেশ্য হচ্ছে:

- সংবাদপত্রের সাদামাটা ও গুরুগত্তির সংবাদ জমিনের নীরস তথ্যবলয়কে সরস করে তোলা;
- তথ্যভারাক্রান্ত পাঠকের ক্লান্তিতে কিছুটা স্বত্ত্বির আমেজ ছড়িয়ে দেওয়া;
- সংবাদমাধ্যমের অত্ত্ব পাঠকমনে নির্মল আনন্দ/বিনোদনের জোগান দেওয়া;
- সর্বোপরি, পাঠককে ‘ভালো/উত্তম সংবাদের’ প্রতি আকৃষ্ট করা।

১২.৫. ফিচারের বৈশিষ্ট্য

ফিচারের একান্ত কিছু বৈশিষ্ট্য রয়েছে যা অন্যসব ধরনের লেখা থেকে আলাদা। যেমন সংবাদের প্রধান বৈশিষ্ট্য হচ্ছে তাৎক্ষণিকতা বা সময়ানুগতা; কিন্তু ফিচারের ক্ষেত্রে তা প্রযোজ্য নয়; ফিচারে তাৎক্ষণিকতার মাত্রাগত কোনো সুনির্দিষ্ট মানদণ্ড নেই। তাই ফিচারের বৈশিষ্ট্য রয়েছে এক ধরনের সময়নিরপেক্ষতা। অর্থাৎ সময়ানুগতার মানদণ্ডে সাদামাটা সংবাদ টাটকা না বাসী, তা প্রধান বিবেচ্য বিষয় হলেও ফিচারের বেলায় এই হিসেব খাটে না। সাদামাটা সংবাদ যথাসময়ে প্রকাশিত না হলে তার কোনো আবেদন থাকে না। কিন্তু ফিচার কখনো বাসী হয় না। বহু প্রাচীন একটা ঘটনা থেকেও চমৎকার ফিচারের অবতারণা হতে পারে।

হাজার বছরের পুরোনো ইতিহাস, ঐতিহ্য ও পুরাকীর্তি ফিচার লেখার বিষয় হতে পারে। আবার ‘টাইটানিক’-এর মতো মানবিক আবেদনধর্মী কোনো ট্রাইজেড্পূর্ণ অতীত ঘটনাও আগামীকালের সংবাদপত্রের জন্য আকর্ষণীয় ও গুরুত্বপূর্ণ ফিচার হিসেবে গণ্য হতে পারে। আবার, আজকের পত্রিকায় প্রকাশিত ভূমিকস্পে বা লঞ্চডুবির মতো একটি হার্ডিনিউজের সূত্র ধরে মানবিক আবেদনধর্মী একটি ফিচার লেখা যেতে পারে। যেমন লঞ্চডুবি কিংবা ভূমিকস্পে জীবন ও সম্পদের ব্যাপক ক্ষয়-ক্ষতির মধ্যেও একটি শিশুর অক্ষতভাবে বেঁচে যাওয়ার কাহিনিকে উপজীব্য করে আলোড়িত করার মতো ফিচার আগামীকালের কাগজে প্রকাশিত হতে পারে।

ফিচারের অন্যতম প্রধান বৈশিষ্ট্য হচ্ছে, এ ধরনের প্রতিবেদন হবে মানবিক আবেদনস্পর্শী। একটি আদর্শ ফিচারে থাকে গণমানুষের সুখ-দুঃখ, হাসি-কান্না, বিরহ-বেদনার মতো রকমারি মানবিক আবেদনের উপাদান। তাই ফিচার হবে সরসধর্মী রচনা। সাদামাটা সংবাদের নেপথ্যে পারিপার্শ্বিক অবস্থার তথ্যচিত্র উদঘাটিত হয় ফিচারে। ফিচার লেখক মানবিক আবেদনধর্মী তথ্য-উপাদানে সমৃদ্ধ সরস বর্ণনার মধ্য দিয়ে পরিকল্পিতভাবে ঘটনার শুরু, বিস্তার ও পরিণতির আভাস ফুটিয়ে তোলেন। একটি ভালো ফিচারের বৈশিষ্ট্য হচ্ছে, তা পাঠককে নির্মল আনন্দ দেওয়ার পাশাপাশি তাকে এক ধরনের নির্দেশনাও দিয়ে থাকে।

ফিচারে সাধারণত একটি বিষয়, ঘটনা বা অবস্থার প্রতিচিত্র তুলে ধরার জন্য কেসস্টাডি আকারে একটি প্রতীকী চরিত্র বেছে নেওয়া হয়। চরিত্রটি একটি শ্রেণি বা অবস্থার মানুষের প্রতিনিধিত্বকারী একটি জীবন কাহিনি নির্মাণের পটভূমি তৈরি করে। তবে এই কাহিনি কোনোক্রমেই কাল্পনিক গল্প নয়; বাস্তব সত্য এবং বাস্তব জীবনকেই ফুটিয়ে তোলে এই কাহিনি। প্রতীকী চরিত্রকে কেন্দ্র করে গড়ে ওঠে একটি পারিপাশ্বিক পরিবেশের বর্ণনা ও অবস্থাচিত্র এবং তা লেখাটির সূচনা, বিস্তার ও পরিণতির মধ্য দিয়েই বিকাশ লাভ করে। লেখাটি পড়ে পাঠকের মনে হবে, এটি বাস্তব জীবনেরই একটি গল্প কিংবা কেস স্টাডি। কিন্তু স্বল্পপরিসর এই গল্পে খুঁজে পাওয়া যাবে পাঠকের প্রত্যাশিত সব প্রশ্নের উত্তর; আরও পাওয়া যাবে পাঠকের জন্য একটি দিক-নির্দেশনা। সর্বোপরি কাহিনির পরতে পরতে খুঁজে পাওয়া যাবে বিনোদনের নানা আকর্ষক উপাদান।

ফিচার একধরনের সাক্ষাত্কারভিত্তিক রচনা। বিভিন্ন ধরনের জার্নাল ও বইপত্র ঘেটে ভাবগভীর বর্ণনায় এর অবয়ব নির্মাণের চেষ্টা অর্থহীন। আবার ফিচার একধরনের ফরমায়েশী প্রতিবেদন। কেননা পাঠক চাহিদা ও ফিচার এডিটরের পরামর্শ এবং নির্দেশনামতো বেশিরভাগ ক্ষেত্রে ফিচারের বিষয় নির্বাচন ও লেখার পরিকল্পনা চূড়ান্ত করতে হয়।

একটি সংবাদমাধ্যম সংবাদ, অভিযন্ত ও বিজ্ঞাপন প্রকাশের মধ্য দিয়ে যতটা না নিজস্ব ভাবমূর্তি গড়ে তুলতে সক্ষম হয় তারচেয়ে বহুগুণে স্বাতন্ত্র্য চরিত্র অর্জন করে ফিচার প্রকাশের মধ্য দিয়ে। সংগত কারণে বলা হয়, ‘একটি পত্রিকায় পরিবেশিত ফিচারের বৈশিষ্ট্যের মধ্য দিয়েই মূলত সে পত্রিকার আবেগ প্রকাশ পায়।’

প্রেস ইনসিটিউট অব ইন্ডিয়া প্রকাশিত *FEATURES WITH FLAIR* নামক ফিচার গ্রন্থে ফিচারের কিছু বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে সংক্ষেপে আলোকপাত করা হয় এভাবে:

‘Features are quality not quantity

Features can sometimes be full of news

Features interpret

Features have feeling...

Features have facts

Features create reader satisfaction.’

ফিচার নমুনা - ১

কানসোনার মুখ মোনাজাতউদ্দিন

গ্রামের নাম কানসোনা। সিরাজগঞ্জের উল্লাপাড়া উপজেলার একটি গ্রাম। উল্লাপাড়া রেলওয়ে স্টেশনে নেমে পূর্ব-দক্ষিণে, মরা-প্রায় করতোয়া নদী পেরিয়ে, মেঠোপথে এগুলেই কানসোনা গ্রামটি। উল্লাপাড়া বাজার থেকে কোনাকুনি পথে গেলে এর দূরত্ব হবে মাইল চারেক। কানসোনার পরেই চরপাড়া, সলপ ইউনিয়ন; এখানে কৃষকদের নামে আছে কৃষক সংগ্রামের প্রতিহ্যাবাহী ‘কৃষকগঞ্জ বাজার’। আর এখান থেকে মাইল দূরেক দূরে সলপ রেল স্টেশন। সিরাজগঞ্জ-চৈমানী লাইনে ছোট এই স্টেশনটিতে নেমেও কানসোনায় যাওয়া যায়।

কানসোনার নাম ছিল ‘কর্ণ-সুবর্ণ’। দিন বদলের পালায় লোকের আটপৌরে ব্যবহারে কখন যে সেই ‘কর্ণ-সুবর্ণ’ ‘কানসোনা’ হয়েছে কেউ বলতে পারে না, বৃক্ষ লোকজনেরা না। এককালের জমিদারশাসিত সলপ ইউনিয়নের এই গ্রামটি ছিল হিন্দুপ্রধান, দেশ বিভাগের পর জমিজমা বেচে দিয়ে তারা প্রায় সবাই চলে গেছে ‘ইডিয়ায়’। গ্রামে এখন ১১৩টি পরিবারের মধ্যে ভৌমিক পরিবারটি কোনোরকমে টিকে আছে।

পরিবার প্রধান রাজশাহী শহর-পার্শ্ববর্তী এক স্কুলে শিক্ষকতা করেন; তার ছেলে কল্যাণ ভৌমিক শুধু সন্তোষ এ গ্রামে বাস করছেন। তিনি সামান্য জমি-জিরাত দেখাশোনা করা ছাড়াও সলপ হাইস্কুলে শিক্ষকতা এবং ‘দৈনিক বার্তা’র স্থানীয় সংবাদদাতার কাজ করেন। এছাড়াও রয়েছে দু’তিন ঘর ঘোষ; গাড়ী আর দুর্ঘের কারবারে মার খেতে খেতে এখন নিঃশেষ প্রায়। বাদবাকি সব মুসলমান পরিবার; এদের মধ্যে তাঁতী পরিবার রয়েছে একটি, আর সবাই জমি-আবাদ কিংবা ছোটখাট চাকরি করেন।

গ্রামের অধিকাংশই ভূমিহীন। এদের কেউ ক্ষেত্রমজুর, পরের জমিতে স্থল মজুরিতে একেকটি শ্রমের যন্ত্র; কেউ স্কুল বর্গাচারী, কেউ আবার সম্পর্ক বেকার। শিক্ষিত কিংবা অল্প শিক্ষিত যুবক বেকারের সংখ্যাও গ্রামটিতে কম নয়। দীর্ঘদিন ধরে কাজ না পাওয়ার ব্যর্থতায় দারুণ হতাশা বুকে বেঁধেছে ক্ষয় রোগের মতো। এদের মধ্যে দু’চারজন ইতোমধ্যেই গ্রাম ছেড়ে চলে গেছেন দেশের বিভিন্ন শহরে, চাকরির সন্ধানে। তাদের দেখাদেখি আরও কয়েকজন স্বল্পশিক্ষিত বেকার যুবক পাঠাচ্ছেন আবেদনপত্র বিভিন্ন সরকারি-বেসরকারি সংস্থায়; কেরানী কিংবা পিওনের চাকরির জন্যে। মাধ্যমিক ও উচ্চ মাধ্যমিক পাস করে এরা না পারছেন লাভলের মুঠো ধরতে, না পারছেন স্কুল চাকরিও জোটাতে।

গ্রামের সাতাশজন যুবক মিলে গড়েছেন মুক্ত নাটক দলের শাখা। পাঞ্জলিপিহীন তাদের নাটকে কাহিনী থাকে, কেউ সাজেন শোষক, জোতদার, মহাজন, টাট্ট, বদমাইশ, কেউ সাজেন শুদ্র চারী, বর্গাদার, ভূমিহীন মজুর। কারো বাড়ির উঠোনে হারিকেনের স্থল আলোয় গণনাটক জমে ওঠে; তখন বাস্তবক্ষেত্রে পেটে ক্ষিদের আগুন জ্বলে, গ্রামের শোষণের কীটগুলো বসে থাকে না। নাটকের রাত পোহালেও পরদিন কেউ নতুন জমি কিনে সম্পদের আয়তন বাড়ায়, পাশাপাশি কেউবা হয়ে যায় সম্পূর্ণ ভূমিহীন।

[সংবাদ, মার্চ ১৯৮৭]

১২.৬. ফিচারের সঙ্গে সংবাদ ও অন্যান্য লেখার পার্শ্বক্য

সংবাদের উপাদান-অনুষঙ্গ মূল্যায়নে ফিচার পুরোপুরি সংবাদ নয়; তথাপি ফিচারকে বলা হয় সংবাদেরই সম্প্রসারিত রূপ। অর্থাৎ একই বিষয় নিয়ে সংবাদ ও ফিচার দুই-ই হতে পারে; তবে বৈশিষ্ট্য ও গঠনের দিক থেকে সংবাদ ও ফিচার পরস্পর থেকে ভিন্ন। সংবাদ হলো রকমারি উপাদানের আঁটসঁট তথ্যে ভরা গদ্যময় প্রতিবেদন। আর ফিচার হলো একটি নির্বাচিত দৃষ্টিকোণ থেকে রচিত মানবিক আগ্রহের অনুষঙ্গ-উপাদানে রচিত একপ্রকার সরসধর্মী, সৃজনশীল ও বিনোদনমূলক প্রতিবেদন।

সংবাদ লেখা হয় ‘ডেলাইন’ ও ‘ডেটলাইন’ অনুসরণ করে ‘তড়িতড়ি-বাস্তবতার’ মধ্যে। আর ফিচার লেখা হয় সাধারণত একান্ত পরিকল্পনামাফিক সময়-সুযোগ সমন্বয় করে। সংবাদ লেখা হয় উল্টো পিরামিড কাঠামোয়। আর ফিচার লেখা হয় সাধারণত পিরামিড কাঠামোয়।

ফিচার যেহেতু মানবিক আবেদনধর্মী সংবাদ, সেকারণে এতে ‘মানবিক আগ্রহের উপাদান’ থাকবেই। কিন্তু সাদামাটা সংবাদে মানবিক আগ্রহের উপাদান থাকতেও পারে – নাও পারে।

পাঠককে তথ্য জানানোই সাদামাটা বা হার্ড নিউজের মূল লক্ষ্য। কিন্তু ফিচারের লক্ষ্য হলো তথ্য জানানোর পাশাপাশি সে তথ্য শিক্ষণীয়ভাবে উপস্থাপন করা এবং পাঠককে বিনোদিত করা। ফিচারে তথ্য, শিক্ষা ও বিনোদনের পাশাপাশি পাঠককে উদ্বৃদ্ধ করার অনুকূলে কখনো কখনো একটি দিক-নির্দেশনা দেওয়া হয়ে থাকে।

সংবাদের ভাষা মেদহীন, অলংকারহীন, ভাবাবেগমুক্ত, সরাসরি ও নিরেট প্রকৃতির। তবে ফিচারের ভাষা যথেষ্ট নমনীয় এবং এতে পরিকল্পিতমাত্রায় ভাবালংকার তথ্য মানবিক রস ব্যবহারের সুযোগ রয়েছে। গদ্যসাহিত্য ও অলংকারাশ্রয়ী লেখালেখির আদলে ফিচার লেখায় মনের মাধুরী মেশানো ভাষাশৈলীর ব্যবহার লক্ষ করা করা যায়।

কিছু কিছু ক্ষেত্রে সাদৃশ্যপূর্ণ বৈশিষ্ট্য লক্ষ করা গেলেও ফিচারের সঙ্গে প্রবন্ধের রয়েছে বিস্তর পার্শ্বক্য। ফিচারে মানবিক আবেদনের কার্যকর ব্যবহার হয়ে থাকে; কিন্তু প্রবন্ধ বা নিবন্ধে তা সবসময় প্রত্যাশিত নয়। পরিসর বা কলেবরের দিক থেকে প্রবন্ধ বা নিবন্ধ অনেক বড় হয়ে থাকে। কিন্তু ফিচার সঞ্চাপরিসরে নির্দিষ্ট বিষয়ের মধ্যে আবর্তিত। ফিচারের ভাষা হয় সহজ, সরল, ব্যবহারে ও চিত্রধর্মী। আর নিবন্ধ/প্রবন্ধের ভাষা বহুলাংশে গুরুগঠিত ও জটিল প্রকৃতির। ফিচারে হালকা চটুল শব্দ এবং ছোট ছোট বাক্য ও অনুচ্ছেদ থাকা বাস্তুনীয়। কিন্তু প্রবন্ধে বা নিবন্ধে সাধারণত বড় বড় বাক্য, ভারি ভারি শব্দ ও দীর্ঘতর অনুচ্ছেদ হয়ে থাকে।

ফিচারের ক্ষেত্রে মাঝুলী ঘটনা কিংবা অতি সাধারণ বিষয় বা ব্যক্তিগত লেখার উপাদান হিসেবে উপজীব্য হয়ে উঠতে পারে, যা সাধারণত খবর, প্রবন্ধ ও নিবন্ধের ক্ষেত্রে হয় না।

বেশিরভাগ ক্ষেত্রে ফিচারের সূচনা বা শুরুটা হয় অনেকটা ছোটগল্পের মতো নাটকীয় আঙ্গিকে; আবার এর সমাপ্তিও ঘটে ছোটগল্পের ক্লাইমেট্রের আদলে। ছোটগল্প লেখার স্টাইলের সঙ্গে ফিচার প্রতিবেদনের শব্দ চয়ন, বাক্য গঠন ও পরিবেশনা কৌশলের যথেষ্ট মিল লক্ষণীয়। তবে এক্ষেত্রে মৌলিক পার্থক্য হলো, ছোটগল্পে কল্পনার আশ্রয় (Fiction based) নেওয়া হয়, যা ফিচারের ক্ষেত্রে গ্রহণযোগ্য নয়। ফিচার রিপোর্ট পুরোপুরি বাস্তব সত্যাশয়ী (Fact based)।

ফিচার ও রম্যরচনা দুই-ই সরসধর্মী। কিন্তু ফিচার ও রম্য রচনা এক নয়। রম্যরস ব্যবহার করে রম্যধর্মী ফিচার লেখা যেতে পারে; কিন্তু মূল পার্থক্য হলো, ফিচার বাস্তব তথ্যনির্ভর রচনা আর রম্য রচনায় বাস্তব ঘটনার ছায়া থাকলেও বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই তা কল্পনানির্ভর।

ব্যাখ্যামূলক প্রতিবেদনের মতো করে ফিচারেও ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণসহ এক বা একাধিক সূত্র-উৎসের উদ্ধৃতি ও মন্তব্যের উল্লেখ করা যায়; কিন্তু তা করতে গিয়ে যেন রিপোর্টের বা ফিচার লেখকের আরোপিত বক্তব্য, উক্তি বা একান্ত নিজস্ব মতামত অন্তর্ভুক্ত হয়ে না পড়ে সে দিকে যত্নবান থাকা জরুরি।

পত্রিকার সম্পাদকীয় পাতা বা মতামত কলামে সংশ্লিষ্ট পত্রিকার নিজস্ব নীতি, মতাদর্শ ও দৃষ্টিভঙ্গির অনুকূল মতামত বা বক্তব্য তুলে ধরা হয় নির্দিষ্ট জনগুরুত্বপূর্ণ ঘটনা, ইস্যু বা বিষয়কে কেন্দ্র করে, যা ফিচারের ক্ষেত্রে স্বত্ব নয়। সম্পাদকীয় ও উপসম্পাদকীয় তথা সম্পাদকীয় পাতায় একটি পত্রিকার পক্ষ থেকে বিশ্লেষণধর্মী ও গঠনমূলক মতামত এবং সূচিত্বিত বক্তব্য প্রকাশিত হয়। এক্ষেত্রে ফিচারের সঙ্গে সম্পাদকীয় রচনার মূল পার্থক্য হলো, বাস্তব তথ্যচিত্রের মেজাজ বর্ণনার তাগিদ কিংবা পরিবেশ-পরিস্থিতির আবহ ফুটিয়ে তোলার প্রয়োজন ব্যতিরেকে ফিচার প্রতিবেদনে লেখকের নিজস্ব মতামত বা মন্তব্য যুক্ত করা কাঞ্চিত নয়; অর্থাৎ ফিচারে পরিবেশিত তথ্যের মধ্যে কেবল সূত্র-উৎসের জবানিতে লেখকের পর্যবেক্ষণ বা বিশ্লেষণ তুলে ধরা যাবে— নিজস্ব মন্তব্য বা মতামত নয়।

সাম্প্রতিককালে আমাদের দেশে ইলেক্ট্রনিক সংবাদ মাধ্যমে সংবাদ প্রতিবেদনের উপসংহার হিসেবে যেনেক রিপোর্টারের মন্তব্য জুড়ে দেওয়া হয়, পত্রিকায় ফিচার পরিবেশনের ক্ষেত্রেও তেমনটি লক্ষ করা যায়। অ্যাকাডেমিক দৃষ্টিকোণ থেকে এটি গ্রহণযোগ্য নয়। পেশাগত মূল্যবোধের পক্ষে সর্বত্রই ‘সত্যনির্ণিততা’ রক্ষা করা বিশুद্ধ সাংবাদিকতার মৌলিক বৈশিষ্ট্য। সংগত কারণে এতে মন্তব্য বা নিজস্ব মতামত যোগ করা কোনোক্রমেই বাস্তুনীয় নয়।

ফিচার নম্বুনা - ২

শ্রম বেচাকেনার হাট

সূর্য উঠেছে সবেমাত্র। দাউদকান্দি প্রেসক্লাবের সামনে চোখে পড়ে মানুষের জটলা। ফজরের আজানের পর থেকেই অভাবী লোকজ জড়ো হতে শুরু করে এখানে। এসব মানুষ বাজারে আসে ‘বিক্রি’ হতে। আরেক শ্রেণীর মানুষ এখানে আসে ওদের কিনতে। চলতে থাকে দরদাম, দাম ওঠানামা করে; অন্য আর দশটা পণ্যের মতোই এই দাম ওঠে নামে।

স্থানীয় ভাষায় বিক্রি হওয়া এসব মানুষকে বলা হয় ‘বদলি’; কেউ বলে ‘কামলা’ আবার অনেকে ডাকেন ‘শ্রমিক’ বলে। প্রতিদিন ভোর পাঁচটা থেকে সকাল আটটা পর্যন্ত চলে এই বদলির বাজার। এ বাজার ঘুরে দেখা গেছে, মূলত দাউদকান্দি, চান্দিনা, তিতাস ও মুরাদনগর উপজেলার অভাবী লোকজন আসেন এখানে কাজের খোঁজে। তবে এক বেলার জন্যই বিক্রি হয় এসব মানুষ।

বর্তমানে এ অঞ্চলে আলু, ইরি, বোরো, পেঁয়াজ, রসুন লাগানোর মৌসুম চলায় জমে উঠেছে এই শ্রমবাজার। প্রতিদিন ৬০ থেকে ১০০ টাকার বেলা হিসেবে শ্রম বিক্রি হচ্ছে এখানে।

প্রেসক্লাবের সামনে কথা হয় চান্দিনা উপজেলার কুটুম্বের গ্রামের আশেক আলীর (৬০) সঙ্গে। নিজ উপজেলায় কাজ নেই। সাত সদস্যের পরিবারের তিনিই একমাত্র উপর্যুক্ত ব্যক্তি।

তিনি বলেন, এ এলাকায় শ্রমের দাম বেশি; কাজও বেশি। তাছাড়া, প্রতিদিন শ্রম বিক্রি করা যায়। তাই এখানে চলে আসি। তবে তিনি অভিযোগ করেন, মহাজনেরা তাদের একটুও বিশ্রাম দিতে চান না, পারলে রাত পর্যন্ত খাটাতে চান।

তিতাস উপজেলার মনাইকান্দি গ্রামের মন্টু মিয়া (৬৫) অভিযোগ করেন, ভোর পাঁচটা থেকে বেলা তিনটা পর্যন্ত টানা কাজ করতে হয়। তবুও মালিকেরা সন্দেহের চেখে দেখেন।

দাউদকান্দির ছান্দো গ্রামের দিনমজুর আর্শাদ মিয়া (৭০) বলেন, বাজারে চাল-ডালসহ সবকিছুর দাম বেড়েছে। এ অবস্থায় আমরা প্রতিদিন ৬০ থেকে ১০০ টাকা পাই। এ টাকায় সংসার চলে না।

এদিকে বদলি শ্রমিকদের বিরক্তে মালিকপক্ষের অভিযোগও কর নয়। দাউদকান্দির আঙাউড়া থেকে আসা জিসিমউদ্দিন (৫০) বলেন, হালের বদলিরা সাহেবের মতো। তারা ঘড়ি দেখে কাজ করে। কাজ শেষ না হতেই ঘড়ি দেখে কাজ ফেলে রেখে চলে যায়।

একই উপজেলার দীঘিরপাড় গ্রামের মোশারফ হোসেন বলেন, একদিকে সার ও বীজের দাম বেশি; অন্যদিকে বদলির দাম বেশি। এ অবস্থায় কৃষিকাজ ছেড়ে দেওয়া ছাড়া উপায় কী?

[দাউদকান্দি (কুমিল্লা) প্রতিনিধি, প্রথম আলো]

১২.৭. মানবিক আবেদন : ফিচারের প্রাণ

ফিচার বা ফিচারধর্মী প্রতিবেদন পত্রিকার পাতায় আনে প্রাণের স্পন্দন। আর এর জন্য ফিচারে থাকতে হয় অনিবার্যভাবে একটি অনুষঙ্গ উপাদান যার নাম ‘মানবিক আবেদন’। ‘মানবিক আবেদন’ উপাদান ছাড়া ফিচার লেখা দুঃসাধ্য ব্যাপার। কেননা, মানবিক আবেদন ছাড়া ফিচার লেখা হলে, তা পাঠকের কাছে মনে হবে নীরস-নিষ্প্রাণ নিবন্ধের মতো। ফিচার যাতে করে আকর্ষণীয় ও প্রাণবন্ত হয়, তার জন্য এতে সম্পৃক্ত করতে হয় কিছু আবেগের উপাদান। যেমন সহানুভূতি, ভালোবাসা, সৈর্বা, ঘৃণা, ক্রোধ, অভিমান, প্রেম, বিরহ, বেদনা, ক্ষোভ ইত্যাদি। আর এসব আবেদনধর্মী উপাদান আমদের জীবনকে ধিরে চলমান ও ঘটমান প্রতিটি ঘটনাতেই কোনো না কোনো মাত্রায় খুঁজে পাওয়া যায়। কিন্তু তা সঠিকমাত্রায় তুলে আনতে না পারলে এর রস আস্থাদন থেকে পাঠক বাধ্যত হয়।

অনেকক্ষেত্রে লক্ষ করা যায়, শুধু মানবিক আবেদনের মাত্রা মূল্যায়ন করতে না পারায় বহু সন্তাননাময় ফিচার ঘটনার আড়ালে চাপা পড়ে যায়। বিভিন্ন ধরনের আবেগ তথ্য মানবিক আবেদনের উপাদান মানুষের সহজাত বৈশিষ্ট্যেরই অংশ। আর সে কারণেই এসব মানবিক আবেদনমূলক উপাদানকে পুঁজি করে তৈরি হয় মানামাত্রার মানবিক আবেদনপূর্ণ কাহিনি (Human Interest Story)।

সংবাদ ও ফিচার বিশেষজ্ঞ মার্কিন লেখক মিচেল ভি চান্সেলি প্রদত্ত একটি সংজ্ঞায় মানবিক আবেদন ও আবেগের প্রসঙ্গটি বিশেষভাবে লক্ষ করা যায়। তিনি বলেন, “সেসব মানবিক আবেদনসম্পন্ন রচনাই হলো ফিচার যার বিবরণী মানুষকে হাসাতে পারে, কাঁদতে পারে, অথবা অন্য কোনো আবেগকে জাগ্রত করতে পারে।”

এ প্রসঙ্গে *New Survey of Journalism* ঘষে বলা হয়, ‘In some respects the feature article is little more than the most human side of the news ‘played up’ so as to attract interest, center attention, and fascinate the emotional senses of the average reader.’

বিশিষ্ট লেখক ও সাংবাদিকতার শিক্ষক পার্থ চট্টোপাধ্যায়ের মতে, “মানবিক আবেদনমূলক খবরে সেই বিষয়গুলোই তুলে ধরা হয়, যাতে সংবেদনশীল পাঠকের মনে করুণা, দয়া, ময়তা, কৌতুক অথবা ভীতির সঞ্চার হয়।”

পরিশেষে বলা যায়, সরস বর্ণনায় ফিচার লেখকের কুশলী হাতের ছেঁয়ায় পরিকল্পিতভাবে ফিচারে তুলে ধরা যেতে পারে এক বা একাধিক মাত্রার আবেগ যা পাঠক মনকে নাড়া দিতে সক্ষম হয়। উল্লিখিত এক বা একাধিক মাত্রার আবেগ মিলেই তৈরি হয় সম্পূর্ণ মানবিক আবেদন। একজন সফল ফিচার লেখক তাই কখনোই এই মানবিক আবেদনের কার্যকর ট্রিটমেন্ট দিতে ভুল করেন না।

ফিচার নমুনা - ৩

বন থেকে বেরিয়ে এলো লেডি টারজান

এ গাছ থেকে ওগাছ! চোখের নিমিষে জঙ্গল পার হয়ে যাচ্ছে! বাঁদরের মতো সে বুনো লতাপাতা আর গাছের ঝুলি ধরে ঝুলচ্ছে! দুহাত ঠাঁটের কাছে জড়ো করে মাঝেমধ্যেই বন কাপিয়ে জাত্বের আওয়াজ করছে “আ-আ-আ-আ!” মানুষের কাছে দুর্বোধ্য সেই শব্দ। ‘টারজান’ জঙ্গলের রাজা। কিন্তু গল্পও তো কখনো সত্ত্ব হয়!

কম্পোডিয়ার ঘন জঙ্গল। নামটা টারজানের জায়গায় রোচোম। ছেলে নয়, মেয়ে! হঠাৎই জঙ্গল ছেড়ে সভ্য জগতে এসে পড়ল। উপাধি পেল ‘লেডি টারজান’। জঙ্গল মানুষীর ফের মানুষের দুনিয়া পৌছে যাওয়ার অবিশ্বাস্য ইতিবৃত্ত।

ঠাণ্ডা রাত। কম্পোডিয়ার সীমান্তবর্তী রান্ধনাকিনি প্রদেশের ছোট গ্রাম ঘূরিয়ে রয়েছে। কিন্তু চে বানথেউনের চোখে ঘূম নেই। বাইরে খেতে কেমন যেন খসখস, খরখর আওয়াজ! টর্চ নিয়ে পা টিপেটিপে বেরিয়ে আলো ফেলতেই সব এলোমেলো হয়ে গেলো! একটা মেয়ে! যুবতী! উলঙ্গ! হাড় জিরজিরে চেহারা। খেতের মধ্যে উরু হয়ে বসে ধান ছিড়ে খাচ্ছে! সে খাওয়া ঠিক মানুষের মতো নয়। পশুর মতো; বাঁদরের মতো উরু হয়ে দেহটাকে সামনের দিকে ঝুঁকিয়ে দুহাত দুপায়ের উপর ভর করে এগিয়ে যাচ্ছে!

সম্মিলিত ফিরে পেয়ে বানথেউন চেঁচিয়ে ওঠেন। গ্রামের লোক ছুটে আসে। মেয়েটা চার হাত-পায়ে দৌড়াতে থাকে। থানা থেকে পুলিশ এসেছে। কিন্তু মেয়ে উধাও। অপিসার নামের একজন মোটরবাইক নিয়ে একাই জঙ্গলে চলে গেলেন। এদিকে-ওদিকে দেখে-চেখে ফিরে আসছিলেন। এমন সময় ঠিক মুখোমুখি সেই মেয়ে! কাঁধ পর্যন্ত খোলা চুল, চোখ দুটো লাল টকটক করছে। ‘রোচোম না? রোচোমই তো! উনিশ বছর আগে যোৰ চৰাতে গিয়ে জঙ্গলে হারিয়ে যাওয়া মেয়ে আমার! ডান হাতের কাটা দাগটাও হৃবল একই রকম রয়েছে!’ বলতে গিয়ে গলা কাঁপছিল লউয়েলের।

আট বছর বয়সে সভ্য জগৎ থেকে বিচ্ছিন্ন হয়ে মানুষের ভাষা, ব্যবহার, আচরণ সব ভূলে গিয়েছে রোচোম। মানুষ হয়ে পশুদের মধ্যে তার লড়াই করে টিকে থাকার অভিজ্ঞতাটা ছিল ভয়ঙ্কর। আর সেটা করতে গিয়ে রোচোমের রূপান্তরটাও হলো মারাত্মক। অর্ধেক পশু-অর্ধেক মানুষী!

[শফিক সাফি, আমাদের সময়, ২১ জানুয়ারি, ২০০৭]

১২.৮. ফিচারের ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ’

ফিচার যেহেতু এক ধরনের ফরমায়েশি লেখা তাই সর্বদাই ফিচার লেখককে তার পত্রিকা ও উন্দিষ্ট পাঠকের কথা চিন্তা করেই লেখার পরিকল্পনা করতে হয়। কোন শ্রেণির পাঠকের উদ্দেশে লেখা হচ্ছে—তারা ফিচারটি থেকে কীরূপ তথ্য, শিক্ষা ও বিনোদন পাবে; কিভাবে লিখলে তাদের কাছে ফিচারটি সর্বাধিক আকর্ষণীয় ও গ্রহণযোগ্য হবে, সেসব দিকের পাশাপাশি পত্রিকার চাহিদা ও গ্রহণযোগ্যতার মানদণ্ড বিবেচনায় রেখে লেখককে ফিচারের বিষয় ও গঠন-কাঠামো নিয়ে মনে

মনে সামগ্রিক প্রক্রিয়াটি ‘ভিজুয়ালাইজ’ করতে হয়। লেখকের মানসিক ক্যানভাসে লেখার সম্ভাব্য উপাদানগত মাল-শশলা সম্পৃক্ত করে বিষয়বস্তুগত তথ্য বিন্যাসে তাকে আত্মনিয়োগ করতে হয়। এমতাবস্থায় একজন বিচক্ষণ ফিচার লেখককে তার কঙ্গিত লক্ষ্যে পৌছাতে, অর্থাৎ সফলভাবে ফিচার লেখার কাজটি সম্পাদন করতে যে মানসিক ধারণাটি সঠিক পথ দেখায়, তার আয়কাডেমিক নাম হলো ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ’।

‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ’ এর ইংরেজি পরিভাষা ‘Slant’ যার অর্থ বৌঁক, প্রবণতা বা পক্ষপাতিত্ব। ফিচারের ক্ষেত্রে এটি খুবই কার্যকর অর্থে ব্যবহৃত হয়। রকমারি তথ্যরাজির মধ্য থেকে বাছাইকৃত কোনো একটি বিশেষ দিকের প্রতি ঝুঁকে পড়ায় ফিচার লেখকের থাকে পক্ষপাতিত্ব। এই পক্ষপাতিত্বের জন্যই ফিচারকে বলা হয় ‘Slanted Report’ বা ‘Stanted Article’; বাংলায় বলা হয় ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ সম্পন্ন প্রতিবেদন’।

একসময় পক্ষপাতিত্ব (Biased) সংবাদকে ‘Slanted’ প্রতিবেদন বলা হতো। সাদামাটা বা হার্ড নিউজের ক্ষেত্রে নেতৃত্বাচক অর্থে এখনো একে ‘Slanted Report’ বলা হয়ে থাকে। কিন্তু ফিচারের ক্ষেত্রে ‘Slant’ শব্দটি সম্পূর্ণ ইতিবাচক অর্থে ব্যবহৃত হয়। বিশেষজ্ঞদের মতে, এই Slant বা বিশেষ দৃষ্টিকোণ হলো ফিচারের অতীব গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্য। বিশেষ দৃষ্টিকোণ ছাড়া ফিচার লেখার চেষ্টা করা হলে তা হবে অনেকটা অর্থহীন প্র্যায়। কেননা, ফিচারের প্রধান লক্ষ্যই হলো পাঠকের কাছে লেখাটির আগাগোড়া একটিই ভাব বা বক্তব্য পরিস্কৃত করে তোলা।

বিশেষ দৃষ্টিকোণ বা ‘Slant’ ফিচারের দৃশ্যমান কোনো অংশ নয়; এটি মানসিক প্রক্রিয়ারই একটি অংশ। এটিকে কেবল ভাবা যায়, অনেকটা মনে মনে ছবি আঁকার মতো। প্রকাশ করা যায় মৌখিক বর্ণনায়। কিন্তু ফিচারের শরীরে আঙুল ছুঁইয়ে চিহ্নিত করা যায় না যে এটিই হলো ফিচারের দৃষ্টিকোণ বা ‘Slant’। অর্থাৎ ফিচারটি পড়ে যেন পাঠককে বলতে না হয় – তাহলে ব্যাপারটা গড়ালো কোথায়? লেখক আসলে কী বোঝাতে চাইলেন? বরং পাঠক ফিচারটি পড়েই যেন একটা ত্ত্বিত নিষ্পাস ছাড়তে পারেন। বলতে পারেন, বেশ তো! ভালো একটা আইডিয়া পাওয়া গেল। বিষয়টি নিয়ে এমন করে তো আগে কখনো ভাবিনি!

প্রতীকীভাবে উদাহরণ সহকারে বিশেষ দৃষ্টিকোণের প্রকৃতি অনেকটা এভাবে ব্যাখ্যা করা যেতে পারে: মনে করুন, একটি বরফের টুকরো হিমালয় শৈলচূড়া থেকে নিচের দিকে ধীরে ধীরে গড়িয়ে পড়ছে। প্রথমে যখন টুকরোটি গড়াতে থাকে, তখন এটি থাকে আকারে খুবই ছোট। গড়াতে গড়াতে এর গায়ে পেঁজা বরফের আচ্ছাদন জড়িয়ে জড়িয়ে এটি ক্রমশ বড় হতে থাকল। যখন এটি পর্বতের শরীর গড়িয়ে পাদদেশে এসে ঠেকলো, তখন তা একটি প্রকাণ বরফখণ্ডে পরিণত হলো। ফিচারের শরীরটিও ঠিক এই গড়িয়ে পড়া প্রকাণ বরফখণ্ডের মতো। বর্ণনায় গড়িয়ে যাওয়া (Snow balling) কাহিনির মতো করে তা এগিয়ে

যায়। এতে পাঠকের মনোযোগ ফিচারের শরীর বেয়ে গড়াতে গড়াতে একসময় যখন ফিচারটি পড়া শেষ হয়, তখন পাঠক খানিকটা আকশ্মিক নাড়া থায়।

ফিচারটি পাঠাতে পাঠকমনে “শেষ হইয়াও হইল না শেষ” ধরনের একটা আবেশ বা রেশ থেকে যায়। সাধারণত নাটকীয়ভাবে ফিচারের সমাপ্তি হয়। ফিচার লেখার সামগ্রিক পরিকল্পনায় একটি বিশেষ দৃষ্টিকোণ বিদ্যমান থাকায় ফিচারের নাটকীয় সমাপ্তির পর্যায়ে সূচনা ও শেষের মধ্যে কার্যকর একটি যোগসূত্র ফুটে উঠতে পারে চমৎকারভাবে।

ফিচার নমুনা - 8

কেরামত আলীর শীতের চাদর

জয়পুরহাটের কালাই উপজেলার পাঁচামের কেরামত আলী। শতবর্ষী কেরামত আলীর স্ত্রী, চার মেয়ে ও তিনি ছেলের অভাবী সংসার; নুন আনতে পাণ্ঠা ফুরায় অবস্থা। মাস কয়েক আগেও কেরামত আলী বাঁশ দিয়ে ডালা, কুলা, বাটাসহ গৃহস্থালি জিনিস বানিয়ে হাট-বাজারে বিক্রি করতেন। কিন্তু বয়সের ভারে ইদানীং আর কাজ করতে পারছিলেন না। মাস তিনেক আগে তিনি বাধ্য হয়ে তিক্ষ্বাবৃত্তি শুরু করেন। কিন্তু শৈত্যপ্রবাহের কারণে স্টোও বক্ষ ছিল কয়েকদিন।

একটি চাদরের জন্য কত জনের কাছে কতই না কাকুতি-মিনতি করেছেন কেরামত আলী! অবশ্যে কেউ একজন তাকে পরামর্শ দেন, উপজেলা নির্বাহী কর্মকর্তার (ইউএনও) কাছে গেলেই তুমি একটি চাদর বা কম্বল পাবে।'

হতদৱিদি কেরামত আলী গতকাল সোমবার দুপুরে আট কিলোমিটার পথ পায়ে হেঁটে ইউএনওর কার্যালয়ে গিয়ে একটি শীতবস্ত্রের আবদার করলেন। ইউএনও মু. ফজলুর রহমান সরকারিভাবে বরাদপ্রাণ শীতবস্ত্র থেকে একটি চাদর তুলে দিলেন তার হাতে। চাদর হাতে পেয়ে আনন্দে কেঁদে উঠলেন কেরামত আলী।

চাদর হাতে ইউএনওর কার্যালয় থেকে বের হয়ে কেরামত আলী উপজেলা পরিষদের এক নম্বর গেটসংলগ্ন মহাসড়ক পার হচ্ছিলেন; এমন সময় জয়পুরহাট জেলা সদরের দিক থেকে আসা একটি দ্রুতগামী বালুভর্তি ট্রাক তাকে চাপা দিয়ে পালিয়ে যায়। সঙ্গে সঙ্গে প্রাণ হারান কেরামত আলী।

গতকাল বেলা দেড়টার দিকে দেখা যায় মহাসড়কের ওপর কেরামত আলীর নিথর দেহ সেই নতুন চাদরটি দিয়ে ঢেকে দিয়েছেন পথচারীরা। মরদেহের পাশে কেরামত আলীর স্ত্রী সাইদা বেগম (৭৫) বিলাপ করে বলছেন, ‘লোকটা একটা শীতের কাপড়ের জন্য কত মানুষের কাছেই না ধরনা দিয়েছিলেন! কিন্তু চাদর পেয়েও তা গায়ে দিতে পারলেন না।’ মাত্র দু'মিনিটের ব্যবধানে এমন একটি ঘটনার আকস্মিকতায় মর্মাহত ইউএনও মু. ফজলুর রহমান প্রথম আলোকে জানান, উপজেলার একটি পৌরসভাসহ পাঁচটি ইউনিয়নের প্রায় দেড় লাখ শীতাত্ত্ব মানুষের জন্য সরকারিভাবে মাত্র ১৫০টি শীতের চাদর বরাদ্দ দেওয়া হয়েছে। সেই হিসেবে প্রত্যেকটি ইউনিয়নের জন্য বরাদ্দ মাত্র ২৫টি চাদর। এই সামান্য পরিমাণ বরাদ্দ নিতে কোনো চেয়ারম্যানই রাজি নন। চেয়ারম্যানগণ জানিয়েছেন, তাঁদের এলাকায় কম করে হলেও গড়ে পাঁচ হাজার শীতাত্ত্ব অভাবী মানুষ রয়েছে।

(আনোয়ার পারভেজ, জয়পুরহাট (কালাই); প্রথম আলো, ১৬ জানুয়ারি, ২০০৭ (ফিচারটি এই বইয়ের জন্য ঈষৎ সম্পাদিত।)

১২.৯. ফিচারের বিষয় ও উৎস অবারিত

বলা হয়ে থাকে, সমস্ত বিশ্বব্রহ্মাণ্ডই ফিচার লেখকের কর্মশালা। অর্থাৎ ফিচার লেখার বিষয় ও উপাদান ছড়িয়ে আছে সর্বত্র। আমাদের চারপাশের অসংখ্য প্রাত্যহিক সাধারণ বিষয়ের গভীরে ও আশেপাশে অনুসন্ধান করলে পাওয়া যাবে মজার মজার ঘটনা। পাওয়া যাবে ব্যতিক্রমি, রহস্যজনক ও কৌতুহলোদ্দীপক মানবিক আবেদনস্পষ্টী হাজারো উপাদান ও বিষয়ের সংক্ষান।

একজন দক্ষ ফিচার লেখক তার চারপাশে প্রতিনিয়ত যা তিনি প্রত্যক্ষ করেন, উপলব্ধি করেন, অনুভব করেন, তার সবকিছুই তিনি ব্যবহার করতে পারেন নিজের লেখায়। তবে এক্ষেত্রে ফিচার লেখকের থাকতে হবে লেখার বিষয় ও উৎস পরিখ করার শাপিত এক তৃতীয় নয়ন। একজন সাধারণ মানুষ যে দৃষ্টিভঙ্গিতে একটি বিষয় প্রত্যক্ষ করেন, একজন ফিচার লেখকের দৃষ্টিভঙ্গি ও অভ্যন্তরীণ হতে হবে তার চেয়ে ভিন্নতর। লেখকের প্রকাশভঙ্গি হতে হবে আকর্ষণীয়; তাঁর থাকতে হবে সঠিক সময়ে সঠিক সংবাদের ‘তৈরি গন্ধ শৌকার নাক’ (Nose for News)। এই বিশেষ গুণ ছাড়া একজন ফিচার লেখকের চারপাশে লেখার উপজীব্য বিষয় যতই ছড়িয়ে-ছিটিয়ে থাকুক না কেন, তা তিনি সঠিকভাবে কাজে লাগাতে পারবেন না।

ফিচার লেখক কখনো কখনো দৈনন্দিন সংবাদপত্রের পাতা থেকেও তার ফিচারের বিষয় সংগ্রহ করতে পারেন। সংবাদপত্রের পাতা থেকে বিশেষ কোনো সংবাদ, বিজ্ঞাপন এমনকি পাঠকের চিঠিপত্রসহ যেকোনো উপাদান ফিচার লেখকের উপজীব্য হতে পারে। Hard News-এর সূত্র ধরে বিশেষ দৃষ্টিকোণ ঠিক করে তিনি পৌছে যেতে পারেন Soft News-এর ভূবনে। আবার কখনো কখনো একটি বিজ্ঞাপনও তার জন্য হতে পারে ফিচার লেখার দারকণ বিষয়। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, ‘এই বাড়িটি কি আমার হবে’ শীর্ষক ফিচারটির বিষয় সংগৃহীত হয়েছিল একটি রিয়েল এস্টেট প্রতিষ্ঠানের বিজ্ঞাপন থেকে।

ফিচার লেখকের যদি থাকে শাপিত তৃতীয় নয়ন, তবে তিনি আশেপাশের সাধারণ জীবন থেকেও তুলে আনতে পারেন তার লেখার প্রয়োজনীয় জোগান ও অনুষঙ্গ-উপাদান। তার চারপাশের পরিমণ্ডলে তিনি হ্যাত অনেকদিন ধরেই ঘোরাফেরা করছেন। কিন্তু তার তথ্যাবেষী ‘গন্ধ শৌকার নাকটি’ ফিচারের বিষয় হ্যাত খুঁজে পায়নি। কারণ তিনি লেখার বিষয় সম্পর্কে যথেষ্ট সচেতন ও যত্নবান ছিলেন না। একটু সতর্কভাবে ফিচারের উপাদান খুঁজলেই হ্যাতো তিনি আশেপাশের জীবন প্রবাহ থেকে খুঁজে পেতে পারেন ফিচারের অজস্র বিষয় ও উপাদান। সামাজিক প্রতিষ্ঠান থেকে শুরু করে কবরস্থান পর্যন্ত— এমন কোনো অঙ্গ নেই, যেখানে ফিচারের জন্য মজার মজার বিষয় খুঁজে পাওয়া যাবে না।

উদ্যান থেকে উপাসনালয়, প্রেক্ষাগৃহ থেকে প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষালয়, বিচারালয় থেকে বন-অরণ্য, কৃষি ক্ষেত্রের সমস্যা থেকে ক্ষুদ্র কারখানা—সর্বত্রই ছড়িয়ে রয়েছে ফিচারের হাজারো উপাদান। শুধু চোখ-কান খোলা থাকলেই সেসব উপাদান থেকে ফিচারের রসদ সংগ্রহ করা যাবে না; এক্ষেত্রে ফিচার লেখককে ষষ্ঠ ইন্দ্রিয়ের কার্যকর ব্যবহার নিশ্চিত করতে হবে।

সুনির্দিষ্ট ক্ষেত্র চিহ্নিত করে, রিপোর্টারের মতো করে বিট ভাগ করে দিয়ে কিংবা Assignment বুঝিয়ে দিয়ে ফিচার লেখকের কাছ থেকে ভালো ফিচার আদায় করা যায় না। সেজন্যই বলা হয়, ‘একজন ফিচার লেখক সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে লেখার প্রকৃত স্বাধীনতা ও আনন্দ উপভোগ করতে পারেন।’

সংবাদপত্রের পাতায় রকমারি ফিচার পাঠককে খানিকটা স্বত্ত্বির আমেজ দিয়ে থাকে। Hard News-এর রূপ্স মরুভূমিতে পাঠক যথন দিকভাস্ত পথিক, তখন ফিচার তার কাছে ধরা দেয় পথের দিশা হয়ে, মরুদ্যানের স্বত্ত্বদায়ক আবহ নিয়ে। আর তাইতো এই স্বত্ত্বিকর আমেজ ও দিক নির্দেশনা নিজ লেখায় ধরে রাখার তাগিদে একজন ফিচার লেখককে হতে হয় যথেষ্ট পরিমিতিবোধসম্পন্ন ও সংবেদনশীল।

সংবেদনশীল এবং সহানুভূতিশীল একজন মানুষের পক্ষেই কেবল আরেকজন মানুষের অনুভূতি, ক্ষোভ, দৃঢ়ত্ব, হতাশা, উত্তেজনা, ভালোবাসা স্নেহ, প্রেম প্রভৃতি আবেগ অনুভব স্পর্শ করা সম্ভব। ফিচার লেখককে তাই হতে হবে একজন সংবেদনশীল তথা সহানুভূতিশীল মানুষ।

একজন সফল ফিচার লেখকের উল্লিখিত সংবেদনশীল মন ‘বিন্দুর মাঝে সিন্ধুর’ সন্ধান কিংবা ‘যেখানে দেখিবে ছাই, উড়াইয়া দেখ তাই, পাইলেও পাইতে পার অমূল্য রতন’— এই প্রবচন দুঁটির কার্যকর প্রয়োগ ঘটাবে সীয় বিশ্বাস ও কর্মের মধ্য দিয়ে।

তাছাড়া ফিচার লেখকের সমানুভূতিশীল মন দিয়ে সাধারণ মানুষের সুঃখ-দুঃখ হাসি-কান্না ও বিরহ-বেদনার গভীর অনুভূতিগুলো সমানভাবে এবং অবিকলনশৈলে অনুভব করতে হবে। নিজের ব্যক্তিত্বকে কখনো কখনো সঞ্চারিত করতে হবে ঘটনার বা অবস্থার শিকার বিশেষ কোনো চরিত্রের মাঝে নিবিড় করে। ‘সমানুভূতি’ নামের গুণটির কার্যকর ব্যবহারের কারণে ফিচার লেখকের সাধারণ কোনো ফিচার কাহিনি অসাধারণ ও হৃদয়ঘাসী হয়ে উঠতে পারে।

একজন সাধারণ মানুষের সাধারণ চোখ অনেক কিছু এড়িয়ে গেলেও একজন ফিচার লেখক তার লেখার উপজীব্য বিষয় ও উপাদান হিসেবে প্রতিনিয়ত ফিচারের যেসব উৎস, সূত্র ও ক্ষেত্রে বিচরণ করবেন সেসবের মধ্যে রয়েছে:

১. স্থানীয় জনজীবন
২. সামাজিক জীবনের নতুন বা অস্বাভাবিক কোনো অবস্থা কিংবা ঘটনা
৩. ঘর-গৃহস্থালী থেকে শুরু করে কৃষি কাজ
৪. পশু পালন, হাঁস-মুরগির খামার ও মৎস চাষ
৫. প্রাত্যহিক জীবনের পারিপার্শ্বিক সমস্যা
৬. পেশাভিত্তিক জীবন ও জীবিকা
৭. চলমান রাজনীতি
৮. ব্যবসা-বাণিজ্য ভিত্তিক অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ড
৯. উন্নয়নমূলক কার্যক্রম
১০. নানা সংস্থা ও প্রতিষ্ঠানের কর্মকাণ্ড
১১. সভা, সম্মেলন, সেমিনার, কর্মশালা
১২. সমাজকল্যাণমূলক কাজ
১৩. বিখ্যাত ব্যক্তি, মজার মানুষ বা সমাজের ব্যতিক্রমি ও অসাধারণ ব্যক্তিত্ব
১৪. জন্ম-মৃত্যু-বিয়ে
১৫. বিনোদনমূলক বহিরাঙ্গন
১৬. শিল্পকলা, স্থাপত্য ও নানাবিধ সাংস্কৃতিক কর্মতৎপরতা।

উল্লিখিত বিষয় ও অঙ্গন ছাড়াও একজন অনুসন্ধিৎসু ফিচার লেখকের বাস্তব জীবনে অর্জিত নানা অভিজ্ঞতার ফসল হিসেবে প্রতিনিয়ত নতুন নতুন বিষয় ও ক্ষেত্র উন্মোচিত হতে পারে, যা নিয়ে পরিকল্পনা মাফিক নানা ধরনের ফিচার লেখা সম্ভব। এক্ষেত্রে ফিচার লেখককে লেখার বিষয় ও উপাদান নির্বাচনের ক্ষেত্রে পূর্বাভিজ্ঞতার পাশাপাশি পর্যবেক্ষণ ক্ষমতা বিশেষভাবে কাজে লাগাতে হবে। আর প্রতিনিয়ত তার অভিজ্ঞতার ভাওয়ার যতই পাকাপোক্ত হবে, ততই তার দেখার চোখ ও লেখার হাত শাগিত হবে। তবে একটা কথা মনে রাখা বিশেষ জরুরি যে, ঘরে বা অফিসে বসে লেখার উপাদান জোগাড় করে আর সবকিছু লেখা যেতে পারে, কিন্তু সফল ফিচার লেখা সম্ভব নয়। ফিচার লিখতে হলে ঘটনা, বিষয় ও উৎসের কাছে ছুটে যেতে হবে। ফিচার লেখককে তার পঞ্চম ইন্দ্রিয় ব্যবহার করে বিষয়বস্তুর গভীরে যেতে হবে। অতঃপর তাকে ‘বিশেষ দৃষ্টিকোণ’ ঠিক করে লেখাকে একটি সরস ও সুপাঠ্য প্রতিবেদন হিসেবে পরিকল্পনা অনুযায়ী ফুটিয়ে তুলতে হবে।

ফিচার নমুনা - ৫

ছিলাম অ্যানালগ হয়েছি ডিজিটাল

‘ছিলাম পাড়াগাঁওয়ের অ্যানালগ মেয়ে, এখন আমি ডিজিটাল। বিশ্ব এখন আমার হাতের মুঠোয়। ইন্টারনেটে প্রতিদিন বিশ্ব ভ্রমণ করি।’ এমন কথা বলতেই পারেন রেবেকা খাতুন। মেহেরপুর সদর উপজেলার কৃতুবপুর ইউনিয়নের ডিজিটাল সেন্টারের উদ্যোগ্যা ২৫ বছর বয়সি এই নারী। কম্পিউটার, ইন্টারনেট, ডিজিটাল ক্যামেরা ইত্যাদি ব্যবহার করে গ্রামের মানুষকে দেন তথ্যপ্রযুক্তির নানা রকম সেবা।

সারা দেশে সাড়ে চার হাজারের বেশি ইউনিয়নে ডিজিটাল সেন্টার রয়েছে। সেগুলোর প্রতিটিতে আছেন দুজন করে উদ্যোগ্যা একজন নারী ও একজন পুরুষ। গত মাসে ডিজিটাল ওয়ার্ল্ড আয়োজনে দেশের সাত বিভাগের সাতটি ইউনিয়ন ডিজিটাল সেন্টার পায় ‘আইসিটি পুরস্কার’। এর মধ্যে একটি কৃতুবপুরের এই কেন্দ্র। আর ৮ মার্চ আন্তর্জাতিক নারী দিবসে ঢাকায় বাংলাদেশ ব্র্যান্ড ফোরামের ‘ইঙ্গিয়ারিং গ্রাসরুট এন্টারপ্রেনার’ পুরস্কার গ্রহণ করলেন রেবেকা খাতুন। এর একদিন পর ৯ মার্চ প্রধানমন্ত্রীর কার্যালয়ের অ্যাকসেস টু ইনফরমেশনের (এটুআই) শ্রেষ্ঠ নারী উদ্যোগ্যার পুরস্কার পেলেন রেবেকা। জানালেন এই দুই পুরস্কার তাঁর জন্য বড় স্বীকৃতি হিসেবে কাজ করবে।

গল্পটার শুরু ১০ টাকা দিয়ে

ডিজিটাল সেন্টারগুলোর নাম প্রথমে ছিল ইউনিয়ন তথ্য ও সেবাকেন্দ্র। ২০১১ সালের নভেম্বরে এগুলো চালু হয়। ‘শুরুর দিকে দিনে ১০ টাকা আয় করে বাড়ি ফিরতে হয়েছে। এখন মাসে ১৩ থেকে ১৫ হাজার টাকা আয় করি।’ বললেন রেবেকা খাতুন। এই আয় হয় অনলাইনে জন্মনিবন্ধন সনদ তৈরি করে, পরীক্ষার ফলাফল, নিয়োগ বিজ্ঞপ্তি ও নানা কিছুর তথ্য দিয়ে।

বড় হয়ে চাকরি করার ইচ্ছা ছিল রেবেকার। তবে বাবা মহিউদ্দিন আহমেদের ইচ্ছা ছিল মেয়েকে কম্পিউটার বিজ্ঞান পড়ানোর। তাই তাঁকে লেখাপড়ার পাশাপাশি কম্পিউটার শেখার তাগাদা দিতেন। এসএসসি পরীক্ষার আগে বাবা কম্পিউটার কিনে দেন রেবেকাকে। ‘কম্পিউটার বিজ্ঞান পড়ার ইচ্ছা তখন উৎকি দিছিল। এসএসসিতে ফলও ভালো।’ কিন্তু এ সময় হঠাতে করেই মারা যান তাঁর বাবা। সংসারের পুরো দায়িত্ব এসে পড়ে রেবেকার কাঁধে।

মূরে দাঁড়ালেন রেবেকা

মেহেরপুর সরকারি কলেজে এইচএসসি পড়ার সময় ২০০৮ সালে জাতীয় পরিচয়পত্র (ভোটার আইডি কার্ড) তৈরির কাজ শুরু হয়। সেনাবাহিনীর সহায়তায় তখন ডেটা এন্ট্রি অপারেটর হিসেবে সেই প্রকল্পে যোগ দেন। ওই কাজ করে তাঁর ৩০ হাজার টাকা

আয় হয়। এর মধ্য দিয়েই নতুন মোড় নেয় রেবেকার জীবন। সিন্ধান্ত নেন কম্পিউটার বিজ্ঞানী না হলেও ইন্টারনেট হবে তাঁর স্বপ্ন পূরণের মাধ্যম। কেননা, এ কাজে কোনো আদেশ-নির্দেশ নেই। সম্পূর্ণ স্বাধীন এবং যত মেধা, যত শ্রম, তত আয়।

ডিজিটাল হয়ে উঠা

প্রথমে ঘরে বসে ইন্টারনেটে বিভিন্ন কাজ করে কিছু কিছু আয় হতে থাকে রেবেকার, যা দিয়ে লোখাপড়া ও সংসারের খরচ চালাতে হতো। ২০১১ সালে যেহেরপুর সরকারি কলেজ থেকে স্নাতক ডিপ্রি নেন। গ্রামে চালু হয় ইউনিয়ন ডিজিটাল সেন্টার।

নারী উদ্যোক্তা হিসেবে রেবেকা যোগ দেন সেখানে। শুরুর দিকে দিনে মাত্র ১০ থেকে ২০ টাকা হতো। কিন্তু হাল ছাড়েননি। কিছুদিনের মধ্যে গ্রামবাসীকে ইন্টারনেটমুখী করতে পারলেন। লোকজন বিদেশে কথা বলা উক করল তাঁদের কেন্দ্র থেকে। চাকরি ও ব্যবসার আবেদনপত্র, ই-মেইল করা চলতে থাকল। জন্মনিবন্ধন, মৃত্যুসনদসহ বিভিন্ন কাজে ডিজিটাল সেন্টারে মানুষের আসায়াওয়া বাঢ়তে থাকল। আর উদ্যোক্তা হিসেবে রেবেকা ভালোই আয় করতে থাকলেন। জানালেন, এখন প্রতিদিনই বাড়ছে তাঁর আয়।

রেবেকার মা জান্নাতুল নেছা বললেন, ‘পাঁচ ছেলেমেয়ের মধ্যে রেবেকা ছেট। বাকিদের আলাদা আলাদা সংসার হওয়ায় রেবেকাই আমাদের অবলম্বন হয়ে দাঁড়ায়।’ রেবেকা যে শুধু নিজে খাবলষ্টি হয়েছেন কিংবা ভালো আয় করছেন তা নয়, রেবেকার কাজে গ্রামে ছড়িয়ে পড়ছে আধুনিক প্রযুক্তির সুবিধা। সাধারণ মানুষের কাছে জরুরি তথ্য পাওয়াটাও হয়েছে সহজ। কৃতুবপুর ইউনিয়ন পরিষদের (ইউপি) চেয়ারম্যান ইন্দ্রিস আলী বলেন, রেবেকা ই-সেবা দিয়ে ইউনিয়নবাসীকে যেমন ইন্টারনেটমুখী করেছেন, তেমনি তাঁর সুবাদে ইউনিয়ন পরিষদ দেশের সেরা ই-সেবাকেন্দ্রের সুনাম অর্জন করেছে।

স্বপ্ন এখন সবাইকে নিয়ে

ইন্টারনেটে কাজ করে রেবেকা ২০১৩ সালে যেহেরপুর জেলায় শ্রেষ্ঠ উদ্যোক্তার পুরস্কার পান। ২০১৪ সালে জাতীয় পর্যায়ে সেরা নারী উদ্যোক্তার পুরস্কারও পেয়েছেন। ডিজিটাল কেন্দ্রে উদ্যোক্তার পাশাপাশি তিনি মুক্ত পেশাজীবী (ফ্রিল্যান্সার) হিসেবে ইন্টারনেটে আউটসোর্সিংয়ের কাজ করছেন সেই কৃতুবপুরে বসেই। রেবেকা খাতুন জানান, নিজে যেমন করছেন, তেমনি আউটসোর্সিংয়ের কাজ শেখাচ্ছেন স্কুল-কলেজের শিক্ষার্থীদের। আর তা শেছ্বা শ্রমের মাধ্যমেই।

এখন রেবেকার স্বপ্ন ‘নিজ এলাকাটাকে অভি ডিজিটাল পল্লি হিসেবে গড়ে তুলতে চাই।’

[তুহিন আরণ্য, যেহেরপুর, নারীমঞ্চ, প্রথম আলো, মার্চ ১১, ২০১৫]

১২.১০. ফিচারের বিষয় পরিকল্পনা

ফিচারের বিষয় পরিকল্পনায় ‘ধারণা যাচাই’ কাজে সহায়ক নিম্নোক্ত ছয়টি প্রশ্নের উত্তর খোঁজা যেতে পারে:

১. লেখার জন্য নির্বাচিত বিষয়গুলো তরতাজা ও সময়োপযোগী কি না?
২. বিষয়ের যুৎসই একটি বিশেষ দৃষ্টিকোণ আছে কি?
৩. বিষয়ের সঠিক কেন্দ্রবিন্দু নির্ধারিত হয়েছে কি না?
৪. বিষয়ের প্রতি লেখক হিসেবে প্রকৃতই আগ্রহ আছে কি?
৫. বিষয়গুলো সম্পাদকের/পাঠকের/ভোক্তা ও পেশাজীবী সংশ্লিষ্টদের কাছে আগ্রহের বিষয়বস্তু হিসেবে কতটা উপযোগী ও গ্রহণযোগ্য?
৬. বিষয়ের উৎস-সূত্র আপনার আয়ত্তের মধ্যে আছে তো? প্রতিবেদন লেখার পূর্বেই প্রয়োজনীয় সব তথ্যানুসন্ধান সমীক্ষাকাজ সম্পন্ন করার মতো পর্যাপ্ত সময় আপনার হাতে আছে তো?

১২.১০.১. ফিচারের বিষয় পরিকল্পনায় ‘ধারণা যাচাই’ ছক

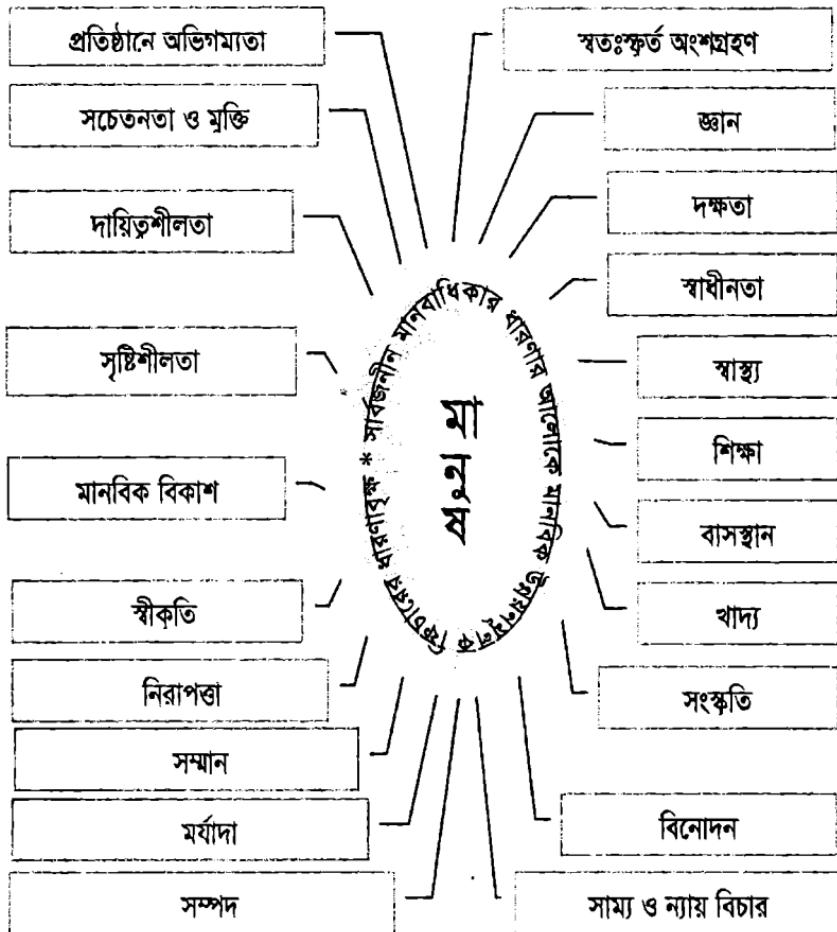
ফিচারের সভাব বিষয়সমূহ	বাজার চাহিদা	সময়ো পযোগি তা	যুৎসই একটি দৃষ্টিকোণ	লেখকের আয়হ ও পছন্দের মাঝা	পাঠকের আয়হপূর ণে সক্ষমতা	বিষয়ের সঠিক কেন্দ্রবিন্দু	সমীক্ষাকাল /অনুসন্ধানকাল

সারণি- ৫ : ফিচার পরিকল্পনায় ধারণা যাচাই ছক

১২.১০.২. ফিচার পরিকল্পনায় ‘ধারণা বৃক্ষ’

ফিচার লেখার উৎস-সূত্র, ইস্যু ও বিষয় সম্পর্কে পূর্ণাঙ্গ ধারণায়নে এবং ‘ব্রেইন স্টের্মিং’-এর মাধ্যমে ধারণাকে আরও বিস্তৃত ও কার্যকরভাবে আয়ত্ত করতে ফিচার পরিকল্পনায় ‘ধারণা বৃক্ষের’ ভূমিকা অপরিসীম।

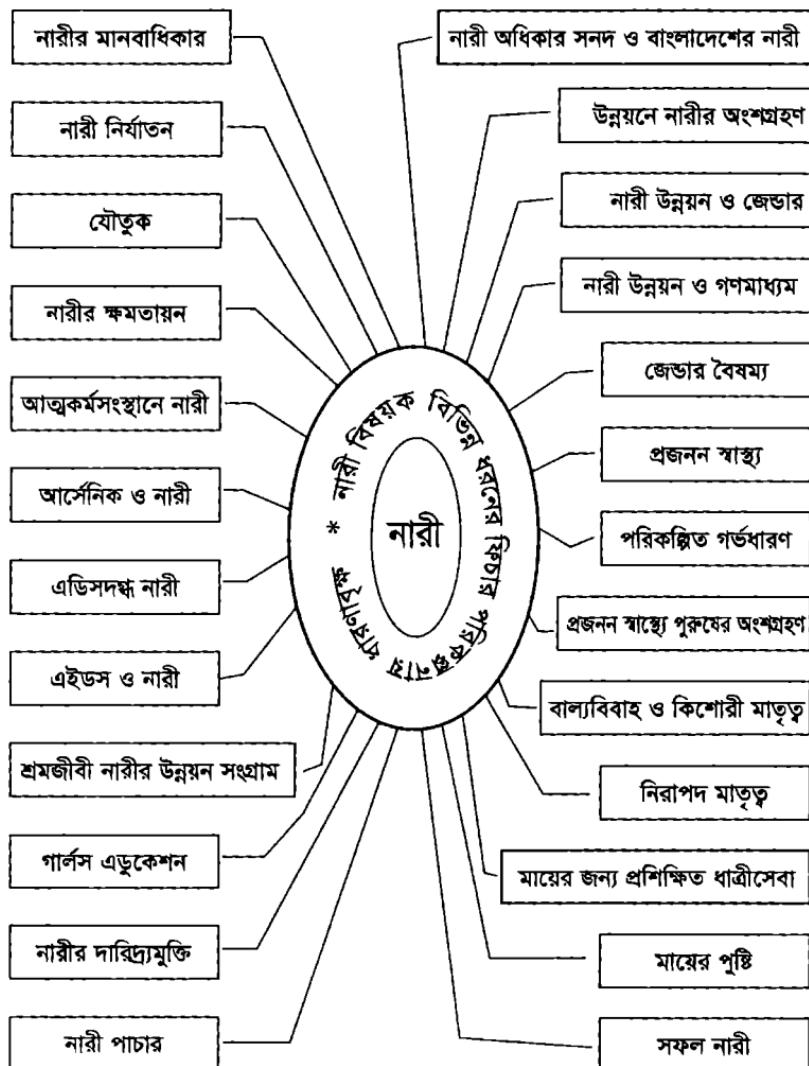
এ পর্যায়ে অনুরূপ একটি ‘ধারণা বৃক্ষের’ নমুনা এখানে তুলে ধরা হলো:



চিত্র-৩ : বিষয়ভিত্তিক ধারণা বৃক্ষ - ১

১২.১০.৩. নারী বিষয়ক ফিচারের ধারণা বৃক্ষ

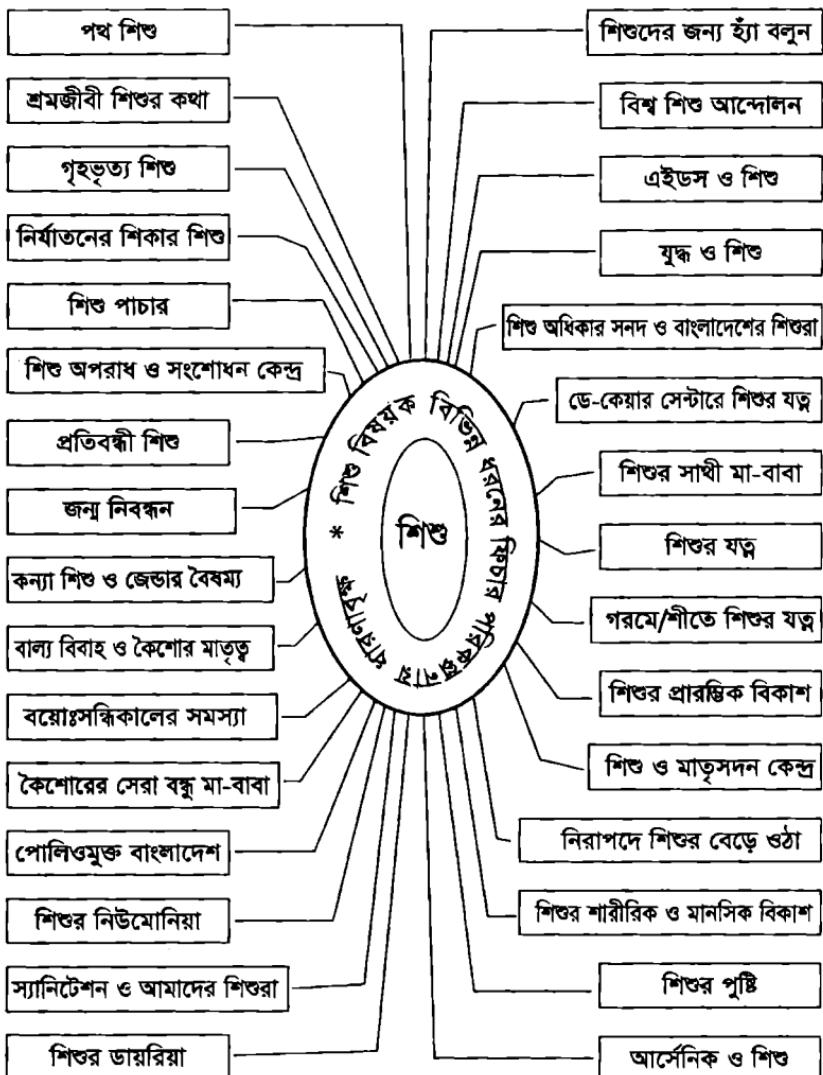
জাতিসংঘ প্রণীত ‘নারীর বিরুদ্ধে সকল প্রকার বৈষম্য বিলোপ সনদ’ (CRDAW) -এর আলোকে নারীর অধিকার এবং তাদের উন্নয়ন ইস্যু/বিষয়ের প্রতি বিশেষ মনোযোগ নিবন্ধ করতে পারেন একজন ফিচার লেখক। অনুরূপ বেশ কিছু বিষয় এখানে একটি ‘ধারণা-বৃক্ষ’ আকারে’ তুলে ধরা হলো :



চিত্র-৪ : বিষয়ভিত্তিক ধারণা-বৃক্ষ - ২

১২.১০.৪. শিশু বিষয়ক ফিচারের ধারণা বৃক্ষ

জাতিসংঘ প্রণীত ‘শিশু অধিকার সনদ’ (CRC)-এর আলোকে শিশুদের অধিকার এবং তাদের কাঞ্জিত বিকাশ বা উন্নয়নের অনুকূলে প্রাসঙ্গিক নানা বিষয় নিয়ে ফিচার লেখক অসংখ্য ফিচার লিখতে পারেন নিম্নরূপ ধারণা-বৃক্ষের মাধ্যমে:



চিত্র-৫ : বিষয়ভিত্তিক ধারণা বৃক্ষ - ৩

১২.১১. ফিচার পরিকল্পনায় আগ্রহের ত্রিবলয়

তথ্য সংগ্রহ ও প্রতিবেদন রচনায় যেমন ‘ষড়-ক’ (বা 5Ws + H) –এর কথা মনে রাখতে হয়; ফিচার লেখার ক্ষেত্রেও লেখককে অনুরূপভাবে ‘আগ্রহের ত্রিবলয়ের’ (Three Rings of Interest) কথা মনে রেখে ফিচার লেখার পরিকল্পনা করতে হয়। আগ্রহের এই ত্রিবলয় হলো: (ক) সম্পাদকীয় নীতি (Editorial Policy), (খ) পাঠকের সম্ভাব্য আগ্রহ (Reader's Presumable Interest) ও (গ) পাঠকের প্রকৃত আগ্রহ (Reader's Actual Interest)।

১২.১১.১. সম্পাদকীয় নীতি (Editorial Policy)

ফিচার লেখককে সবার আগে যে বিষয়টি মনে রাখতে হয়, তা হলো ‘পত্রিকার সম্পাদকীয় নীতি’। অর্থাৎ যে পত্রিকা, সংবাদ সংস্থা বা ফিচার সংস্থার জন্য ফিচারটি লেখা হচ্ছে, তার সম্পাদকীয় নীতির সঙ্গে বিষয়টি সামঞ্জস্যপূর্ণ কি না। সম্পাদকীয় নীতি অনুকূল ও সম্পাদকের কাছে লেখাটি গ্রহণযোগ্য হবে কি না, সে ব্যাপারে পূর্বেই লেখককে নিশ্চিত হয়ে লেখায় হাত দিতে হবে। নতুন ফিচারটি অনেক শ্রমের ফসল হলেও শেষ পর্যন্ত তা আলোর মুখ দেখবে না। অর্থাৎ লেখাটি আর পাঠকের হাতে পৌছবে না।

১২.১১.২. পাঠকের সম্ভাব্য আগ্রহ (Reader's Presumable Interest)

ফিচারটি প্রকাশ পেলে তা পাঠকের কাছে কতটা গ্রহণযোগ্য হবে, পাঠকচিত্তকে আদো নাড়া দেবে কি না- এসব বিষয়ে মোটামুটি একটা পূর্বধারণা ফিচার লেখককে লেখার পরিকল্পনা পর্যায়েই আয়ত্ত করতে হবে।

১২.১১.৩. পাঠকের প্রকৃত আগ্রহ (Reader's Actual Interest)

পাঠকের প্রকৃত আগ্রহ বিশ্লেষণ ও মূল্যায়ন করে চূড়ান্ত পর্যায়ে ফিচার লেখায় হাত দিতে হবে। ফিচার লেখক এক্ষেত্রে লোকজনের মতামত, সাক্ষাৎকার, সমীক্ষা প্রভৃতির সাহায্য নিয়েও পাঠকের প্রকৃত আগ্রহ অনুধাবন করতে পারেন। প্রকাশিতব্য ফিচারটি দিয়ে পাঠকসহ সংশ্লিষ্ট পক্ষসমূহ কীরুপ উপকৃত হবে এবং উদ্দিষ্ট মোট পাঠকের কত অংশ পাঠক এর প্রতি আকৃষ্ট হতে পারে সে ব্যাপারে মোটামুটি নিশ্চিত হয়েই ফিচার লেখার কাজটি হাতে নিতে হবে।

একজন ফিচার লেখকের জন্য এই আগ্রহের ত্রিবলয় পরম্পর বিচ্ছিন্ন কোনো গাইডলাইন নয়; এই তিনটি বলয়ের মধ্যে একটি সমন্বিত ও পূর্ণাঙ্গ যোগসূত্র

রচনা করতে সক্ষম হলে, তখনই কেবল একটি সফল ও সার্থক ফিচারের সম্ভাবনা নিশ্চিত হবে।

‘আঘাতের ত্রিবলয়’ ধারণাটি এ অংশে নিম্নরূপ চিত্রের মাধ্যমে দেখানো যেতে পারে:



চিত্র - ৬: আঘাতের ত্রিবলয় (*Three Rings of Interest*)

[ধারণাসূত্র: *Writing and Selling Feature Articles*; H M Patterson, P. 193]

১২.১২. ফিচার কাঠামো (Feature Structure)

বিষয় বৈচিত্র্যের কারণে ফিচারে রয়েছে নানা মাত্রার গঠনবৈচিত্র্য। তবে ফিচার লেখায় বিভিন্ন ধরনের কাঠামো ব্যবহার করার সুযোগ থাকলেও ফিচার লেখার প্রচলিত ও আদর্শ কাঠামো হিসেবে পিরামিড (Right Pyramid) কাঠামোই সর্বাধিক জনপ্রিয় ও বহুল ব্যবহৃত। এ পর্যায়ে ফিচার লেখার দু'টি কাঠামো তুলে ধরা হচ্ছে। শেষেকার কাঠামো হলো ফিচারের সামগ্রিক কাঠামো। আর প্রথম কাঠামোটি হলো ফিচারের মূল কাঠামো। পরিবেশিত ফিচারের কাঠামোকে নিম্নোক্ত চারটি অংশে ভাগ করা যায়:

১২.১২.১. ফিচার শীর্ষ (The Apex Section of a Feature)

ফিচারের শুরুতেই পাঠকের দ্রষ্টি আকর্ষণ করে এবং মনোযোগ নিবন্ধ হয় এমন একটি শব্দচিত্র ফুটিয়ে তুলতে হবে। কাঠামোর এ অংশে পাঠক যাতে কোনো একটি ঘটনা বা প্রসঙ্গের আকর্ষণীয় একটি বিশেষ তথ্যচিত্র বর্ণনার শুরুতেই খুঁজে পান, সেদিকে খেয়াল রাখতে হয়। ফিচার অবয়বের এই শীর্ষ ধাপে নাটকীয় ভঙ্গিতে বর্ণনা শুরু করা যায়, যার মূল লক্ষ্য হচ্ছে পাঠককে শুরুতেই আকৃষ্ট ও প্রভাবিত করা।

১২.১২.২. ফিচার সূচনা (Feature Intro)

অনেক সময় ফিচারের সূচনা এর কাঠামোর প্রথমেই শুরু হয়; কখনো বা দ্বিতীয় প্যারায়। ফিচারের সূচনাটি যদি পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণে যথেষ্ট কার্যকর বলে মনে হয়, তবে তা শুরুতেই পরিবেশন করা যায়। আর ফিচারটি আরও বেশি আকর্ষণীয় করার প্রয়োজন হলে, তা ফিচার শীর্ষ-এর পরে বসানোই যুক্তিযুক্ত। ফিচারের সূচনা অংশে আপাত আকৃষ্ট পাঠকের আগ্রহকে শেষ পর্যন্ত ধরে রাখার চেষ্টা করতে হবে। আর এ লক্ষ্যে আকর্ষণীয় সংলাপ, উদ্ভৃতি, ঘটনার পারিপার্শ্বিক তথ্য এবং আনুষঙ্গিক মানবিক আবেদনধর্মী সরস তথ্য-উপকরণ এ অংশে তুলে ধরতে হবে।

১২.১২.৩. ফিচার অবয়ব (Body of the Feature)

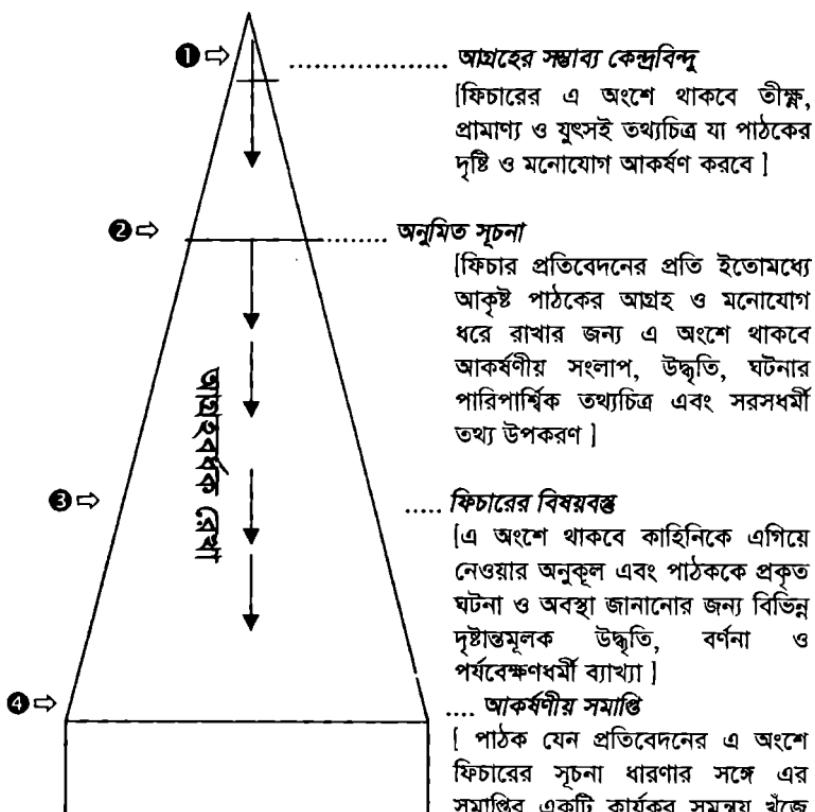
একাধিক অনুচ্ছেদে ফিচারের অবয়বটি হবে ফিচারের মূল বিষয়বস্তু নির্ভর, যা কাঠামোর শেষ পর্যন্ত এগিয়ে যাবে এর বিশেষ দৃষ্টিকোণকে অনুসরণ করে। তবে ফিচার লেখককে মনে রাখতে হবে, পাঠক যেন বর্ণনা পথে কোথাও হোঁচট না খায়। সেজন্য পাঠককে প্রকৃত ঘটনা ও অবস্থা জানিয়ে দিতে ফিচার লেখক আকর্ষণীয় উদ্ভৃতি, সাক্ষাৎকার তথ্য ও পর্যবেক্ষণগত বর্ণনা এবং আনুষঙ্গিক ব্যাখ্যাসহ মানবিক আবেদনের কার্যকর তথ্য-উপকরণ পরিকল্পিতভাবে এ অংশে ফুটিয়ে তোলেন।

তবে, ফিচার লেখককে বিশেষ যত্নবান থাকতে হবে যে, ফিচারের শীর্ষ ধাপ থেকে শুরু করে সমাপ্তি পথের কোনো অংশে যেন তথ্য পরিবেশনা গতি হারিয়ে না ফেলে বা খাপছাড়া হয়ে না যায়। সেজন্য মনে রাখতে হবে, ফিচারের শুরু থেকেই লেখক যেন শব্দ-হরফের ফুল দিয়ে একটি চিত্তাকর্ষক বর্ণনার মালা গাঁথছেন। আমরা তাই ফিচারের সামগ্রিক কাঠামোয় (চিত্র-৬) লক্ষ করি, শুরু থেকে শেষের দিকে ফিচার বর্ণনার গতিপথ স্পাইরাল স্প্রিং-এর মতো অব্যাহতভাবে স্ফীত হয়ে ক্রমশ সমাপ্তির দিকে এগিয়ে যাচ্ছে।

একই কারণে আমরা আরও লক্ষ করি, ফিচারের শীর্ষ ধাপ থেকে শুরু করে একটি আগ্রহবর্ধক রেখা (Interest Holding Line) ফিচার অবয়বে (বিশেষ দৃষ্টিকোণ অনুসরণ করে) সমাপ্তি পর্যন্ত এগিয়ে চলেছে।

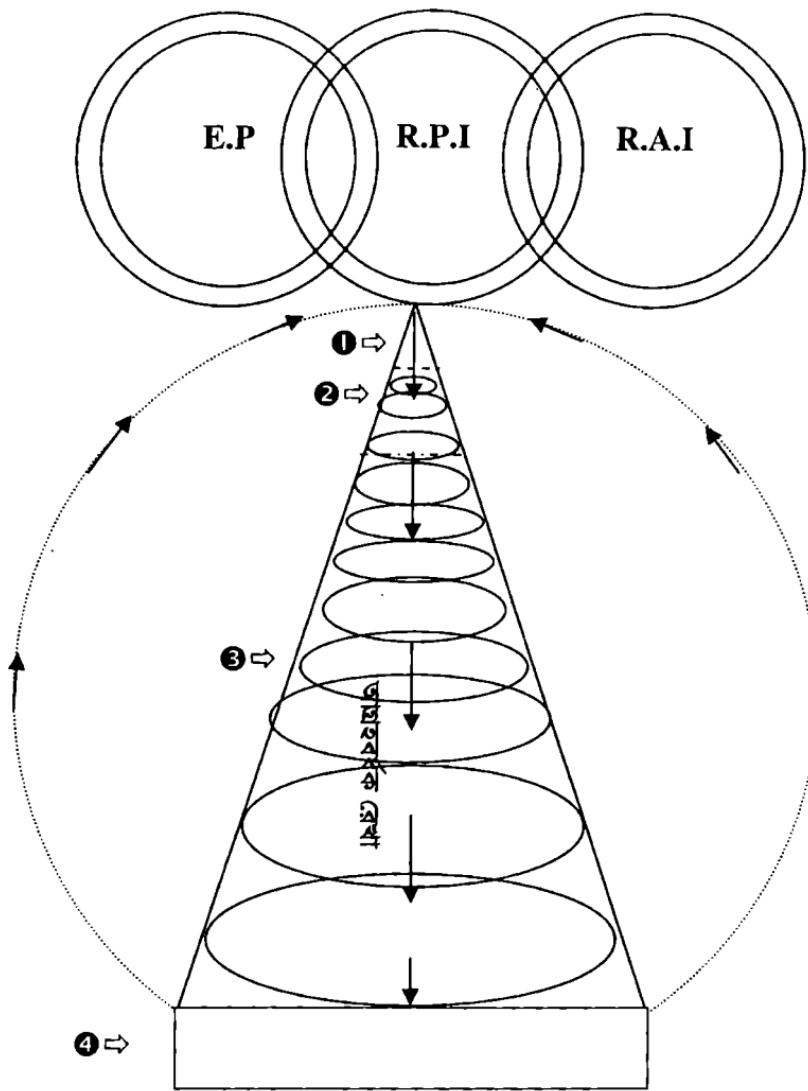
১২.১২.৮.সমাপ্তি (Concluding Section)

কাঠামোর সমাপ্তি অংশে এসে ক্লাইমেট্রের মধ্য দিয়ে বর্ণনা শেষ হয়। কাহিনির শুরুতে যে তথ্য ও বক্তব্য দিয়ে ফিচারটি শুরু হয়েছিল, তার পূর্ণতা পায় ফিচারের সমাপ্তি অনুচ্ছেদে। সে কারণেই কাহিনীর এ অংশে এসে পাঠক ফিচারটির সূচনার সঙ্গে সমাপ্তির একটি চমৎকার সমন্বয় খুঁজে পান। ফিচারের বর্ণনা যেখানে শেষ হয়, ক্লাইমেট্রের কারণেই সেখানে পাঠক কিছুটা ঝাঁকুনি বা নাড়া থায়। অর্থাৎ কাহিনিটি এখানে শেষ হয়েও শেষ না হওয়ার মতো একটি রেশ বা আবেশ পাঠকমনে রেখে যায়। আর এভাবেই ফিচার কাহিনীর সঙ্গে পাঠক পুরোপুরি একাত্ম হয়ে যান।



চিত্র-৭: ফিচারের পিরামিড কাঠামো

[ধারণাসূত্র: *Writing and Selling Feature Articles; H M Patterson*]



চিত্র-৮ : ফিচারের সামগ্রিক কাঠামো পরিকল্পনা (Entire Plan of Construction of a Feature) [ধরণাসূত্র: *Writing and Selling Feature Articles*; H M Patterson]

১২.১৩. ফিচারের ছয়-ধাপ অনুচ্ছেদ বিন্যাস

শিরোনাম: ফিচার কাহিনিটিকে সংক্ষিপ্ত করে ২০ বা তারও কম শব্দের একটি আকর্ষণীয় শিরোনামে তা পরিবেশন করতে হবে। পুরো কাহিনির প্রতিফলন এতে রয়েছে কি না এবং তা পাঠককে কতখানি আকৃষ্ট করবে, সেসব বিবেচনায় নিয়ে শিরোনামটি লিখতে হবে।

প্রথম/শীর্ষ অনুচ্ছেদ : শিরোনামে তুলে ধরা মূল বার্তাটিকে নাটকীয় আঙ্গিকে এবং আকর্ষণীয় বর্ণনায় প্রকাশ করতে হবে। তবে তা ৩০ শব্দের বেশি হওয়া কাজিক্ত নয়; ফিচারটির বিশেষ দৃষ্টিকোণ অনুযায়ী এ অংশে এমনভাবে তথ্য-অনুষঙ্গ তুলে ধরা প্রয়োজন। যা ফিচারের বাদ-বাকি অংশ পড়তে পাঠককে উদ্বৃদ্ধ করে।

দ্বিতীয় অনুচ্ছেদ: সূচনা সমর্থিত তথ্যাদি একটু বিস্তৃতভাবে তুলে ধরতে হবে। তথ্যের উৎস-সূত্র বা জড়িতজনের নাম উল্লেখ করতে হবে।

তৃতীয় অনুচ্ছেদ: এ অংশে সবচেয়ে তাৎপর্যবহু ও আকর্ষণীয় উদ্ভৃতি ব্যবহারের মাধ্যমে ফিচারটিকে জীবন্ত করে তোলার চেষ্টা করতে হবে। কাহিনি বর্ণনার ক্ষেত্রে প্রথমে উদ্ভৃতি দিয়ে পরে ব্যক্তির নাম ও পরিচয় তুলে ধরুন।

চতুর্থ অনুচ্ছেদ: বিশেষ দৃষ্টিকোণ থেকে কাহিনিকে আরও মানবিক আগ্রহসমৃদ্ধ করার অনুকূলে কার্যকর পর্যবেক্ষণলক্ষ তথ্য এই অনুচ্ছেদে দেওয়া যেতে পারে। এ অংশেও ভালো একটি উদ্ভৃতি ব্যবহার করা যেতে পারে।

পঞ্চম অনুচ্ছেদ: অনুসন্ধানে প্রাপ্ত কাহিনি উপর্যোগী আনুষঙ্গিক তথ্য-অনুষঙ্গ ও পরিসংখ্যান এমনভাবে তুলে ধরতে হবে যা ফিচারের বিষয়বস্তু ও কাহিনিকে ও অর্থবহু ও পূর্ণাঙ্গমাত্রা দান করে।

ষষ্ঠ অনুচ্ছেদ: এই প্যারায় ফিচার পরিবেশনা শেষ করতে হবে। তবে লেখাটি এ অনুচ্ছেদে এসে এমনভাবে শেষ করা চাই, যেন এর সূচনায় দেওয়া বক্তব্য এ অংশে এসে পূর্ণতা পায়। তবে এমন আবহ তৈরি করে এর সমাপ্তি টানতে হবে, যেন কাহিনী বা গল্পটি ‘শেষ হইয়াও হইল না শেষ’ বলে পাঠকমনে কিছুটা হলেও অনুরণন সৃষ্টি হয়।

১২.১৪. ফিচারের প্রকারভেদ

প্রকৃতিগত বৈশিষ্ট্য ও বিষয়ভিত্তিক মূল্যায়নে ফিচারকে নিম্নরূপ বিভিন্ন ক্যাটাগরিতে ভাগ করা যেতে পারে:

- ক. সংবাদ ফিচার (News Feature/Featurized Report)
- খ. মানবিক আবেদনমূলক প্রতিবেদন (Human Interest Story)

- গ. উন্নয়নমূলক ফিচার (Development Feature)
- ঘ. সাক্ষাৎকারমূলক ফিচার (Interview-based Feature)
- ঙ. ব্যাখ্যামূলক ফিচার (Interpretative Feature)
- চ. ভ্রমণমূলক ফিচার (Travel Sketches Story)
- ছ. ঐতিহাসিক ফিচার (Historical Feature)
- জ. ব্যবহারিক নির্দেশিকা ফিচার (Practical Guidance Feature)
- ঝ. 'নিজে করি' ফিচার (Utility or 'How-to-do-it' Feature)
- ঝঃ. জনপ্রিয় বিজ্ঞানবিষয়ক ফিচার (Popularized Science Feature)
- ট. কৃষি বিষয়কফিচার (Agricultural Feature)
- ঠ. শ্বাস্থ্যবিষয়ক ফিচার (Health Related Feature)
- ড. শিক্ষামূলক ফিচার (Educational Feature)
- ঢ. খেলাধুলা ফিচার (Games and Sports Feature)
- ণ. বিনোদনধর্মী ফিচার (Recreational Feature)
- ত. সংস্কৃতিবিষয়ক ফিচার (Cultural Feature)
- থ. চলচ্চিত্রবিষয়ক ফিচার (Film Feature)
- দ. ফ্যাশন ফিচার (Fashion Feature)
- ধ. গৃহসজ্জা ফিচার (Interior Decoration Feature)
- ন. ব্যক্তিত্ব চিত্রণমূলক ফিচার (Personality Feature)
- প. জীবনীমূলক ফিচার (Biographical Feature)
- ফ. স্বীকারেভিডিমূলক ফিচার (Confession Story)
- ব. আত্মকথনমূলক ফিচার (Auto-biographical Feature)
- ভ. ফটো ফিচার (Photo Feature)
- ম. অলংকার বা কালার ফিচার (Colour Feature)
- ঘ. রসাত্মক ফিচার (Humorous Feature)
- র. বার্ষিকী ফিচার (Anniversary Feature)

১২.১৫. ফিচারের বিভিন্ন প্রকার সূচনা

ক. বর্ণনামূলক সূচনা (Descriptive Lead)

আকর্ষণীয় বর্ণনার ওপর বহুলাংশে নির্ভর করে ফিচারের সাফল্য। ভ্রমণ ও অভিজ্ঞতামূলক ফিচারের ক্ষেত্রে বর্ণনামূলক ফিচার সূচনা অত্যন্ত কার্যকর।

উদাহরণ: ‘শোরাসান ইরানের বৃহত্তম প্রদেশ। তার রাজধানী হচ্ছে মাশহাদ। সেখান থেকে ত্রিশ কিলোমিটার দূরে তুস নগরী। আজ অবশ্য ফেরদৌসী নামেই পরিচিত।’

খ. সম্মোধনমূলক সূচনা (Direct Address Lead)

ফিচারে নাটকীয়তা ফুটিয়ে তোলার জন্য সম্মোধনমূলক সূচনা বেশ কার্যকর।

উদাহরণ: ‘আর বলবেন না ভাই! সেই কখন লাইনে দাঁড়িয়ে এখনো কাছে যেঁতে পারিনি। হতাশ কষ্টে বলছিলেন এক ভদ্রলোক। চাকরি করেন সচিবালয়ে। তখন ঘড়িতে নয়টা বেজে গেছে। লাইনে দাঁড়িয়েছিলেন শনিবার সকাল আটটায়। সপ্তাহের প্রথম দিন, তাই কাউন্টারের কাছে যেতে পারেননি। ওদিকে অফিসের সময় হয়ে এসেছে।’

গ. প্রশ্নমূলক সূচনা (Question Lead)

পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য প্রশ্নমূলক সূচনা বেশ ফলপ্রসূ হতে পারে। আবার দ্বিধা, শঙ্খা, ও অনিচ্ছয়তা দূর করার কৌশল হিসেবেও প্রশ্নমূলক সূচনার কোনো জুড়ি নেই।

উদাহরণ: ‘ব্যাড ক্যান্সারের রোগীকে কি বাঁচিয়ে রাখা সম্ভব? এই রোগের কি কোনো প্রতিমেধক নেই? মানুষের মনে এ জাতীয় প্রশ্নের ইতি টেনে আমেরিকান এক বিজ্ঞানী ক্যান্সার চিকিৎসার এক কার্যকর গুরুত্ব আবিষ্কার করেছেন।’

ঘ. উন্নতিমূলক সূচনা (Quotation Lead)

বক্তব্যের আকর্ষণীয় অংশ সুবিধামতো সূত্র-উৎসের উন্নতির মধ্য দিয়ে উপস্থাপন করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘আমার বয়স যখন মাত্র দশ, তখন বাবা আমাকে বিয়ে দেন। তখন আমার কাছে বিয়েকে মনে হতো এক দুর্বিষহ যন্ত্রণা-বানেছা বেগম এভাবে তাঁর অতীত জীবনের স্মৃতিচারণ করছিলেন।’

ঙ. অনুমান-নির্ভর সূচনা (Prediction Lead)

উৎস-সূত্রের জবাবনীতে যখন অনুমান নির্ভর একাধিক বক্তব্য প্রকাশ পায়, সেক্ষেত্রে একেপ সূচনা করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘শ্রীতের তীব্রতাই বৃদ্ধ রহিমের মৃত্যুর প্রধান কারণ বলে চিকিৎসকের ধারণা। অবশ্য অশীতিপূর রহিম বেশ কয়েক মাস যাবৎ বার্ধক্যজনিত রোগে আক্রান্ত হয়েছিল –এ কথা সবাই জানে।’

চ. পারস্পরিক সম্পর্কমূলক সূচনা (Relation Lead)

ফিচারের সূচনা মধ্যে প্রতিফলিত বিশেষ দৃষ্টিকোণে যদি দু'টি দিকের পারস্পরিক যোগসূত্র ফুটে ওঠে সেরূপ সূচনাকে বলা যায় পারস্পরিক সম্পর্কমূলক সূচনা।

উদাহরণ: ‘এই সেদিনও সিরাজগঞ্জের মানুষদের ঢাকায় আসতে কত না কষ্ট করতে হতো। ফেরি, লঞ্চ বা ইঞ্জিন চালিত নৌকায় তাদের যমুনা পার হতে হতো। ভোগান্তির শেষ ছিল না। ছিল জীবনের ঝুঁকিও। কিন্তু আজ আর সে সমস্যা নেই। বঙ্গবন্ধু সেতুই দিয়েছে সমাধান।’

ছ. বিলম্বিত সূচনা (Delayed Lead)

ফিচারের কেন্দ্রীয় চরিত্র যদি স্বনামধন্য কোনো ব্যক্তিত্ব হন এবং ফিচারের মূল বক্তব্য যদি তাঁকে উপজীব্য করে হয়, সেরূপক্ষেত্রে প্রথমেই তার নাম বা পরিচয় তুলে ধরার প্রয়োজন পড়ে না। তার কর্ম বা অবদানই তাকে মনে করিয়ে দেওয়ার জন্য যথেষ্ট। অনুরূপ ক্ষেত্রে বিলম্বিত সূচনা বেশ ফলপ্রসূ হতে পারে।

উদাহরণ: ‘বাংলাদেশের চলচ্চিত্রকে বিশ্ববাসীর কাছে তুলে ধরার ক্ষেত্রে যে গুটিকয়েক ব্যক্তি কাজ করেছেন তিনি তাঁদেরই একজন। চলচ্চিত্রে একটি সুস্থিধারা ফিরিয়ে আনতে স্বল্পদৈর্ঘ্য চলচ্চিত্র আন্দোলনকে এগিয়ে নিতেও তাঁর অবদান কর্ম ছিল না। কিন্তু তিনি সহসাই আমাদের মাঝে থেকে হারিয়ে গেলেন।’

জ. বৈসাদৃশ্যমূলক সূচনা (Contrast Lead)

পরিবেশিত বক্তব্যে দ্বিমাত্রিক সম্পর্কের মধ্যে বৈপরীত্যের চিত্র তুলে ধরে কখনো কখনো বৈসাদৃশ্যমূলক ফিচার সূচনা করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘শিশুটি ঘুমাত তার ভাইয়ের সঙ্গে। দারিদ্র্যের ছোঁয়া ছিল বিছানায়ও। একটি বালিশেই মাথা পাততো দু'জন। একসময় দারিদ্র্যের কশাঘাতে বিছিন্ন হয়ে পড়ে দু'ভাই। দীর্ঘ নদী-পথ পাড়ি দিয়ে এক ভাই এখন পৌছেছে ঢাকায়। অন্য ভাই জানে না, একই বালিশের অংশীদার তার ‘ভাইয়াটি’ এখন কোথায়?’

ঝ. চাঞ্চল্যকর সূচনা (Surprising Lead)

অদ্ভুত বা চাঞ্চল্যকর ঘটনার বন্ধনিষ্ঠ বক্তব্য দিয়ে চাঞ্চল্যকর সূচনা পরিবেশন করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘সাড়ে তিনি বছরের মাঝুন পানিতে ঘণ্টার পর ঘণ্টা ভেসে থাকতে পারে। যয়মনসিংহের ভালুকায় শিবপুর গ্রামের এ ঘটনাটি এলাকায় দারুণ চাঞ্চল্য সৃষ্টি করেছে।’

এৱ. **পিকচার লিড (Picture Lead)**
বর্ণনার শব্দমালার মধ্যে বাস্তব ঘটনার ছবিকে প্রস্তুতি করে কখনো কখনো পিকচার লিড পরিবেশন করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘পশ্চিম আকাশে অস্তগামী সূর্যের লাল আভা তখনও বিদ্যমান। একটু পরেই অঙ্ককার নেমে আসবে। ঘরের দক্ষিণ পাশে কঁঠাল গাছের দিকে তাকায় আবিয়া। দুধেল ছাগল ও চার-চারটি ছাগলছানা নিয়ে ছেলে এখনও ঘরে ফেরেনি। হঠাৎ ওঠে বড়! ’

ট. **নাটকীয় সূচনা (Dramatic Lead):**

বক্তব্যের সূচনাতেই বিষয়বস্তু বা বক্তব্যকে আকর্ষণীয় করে তুলতে নাটকীয় সূচনার অবতারণা করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘নাম জিজেস করতেই চটপট উত্তর, “মোসাম্যৎ নিলুফার আখতার”। বয়স দশ কিংবা এগার। পরনে ছিটের ফ্রক, তেলহীন রুক্ষ চুল। চুলে গোলাপি ফিতা। জিজেস করলাম, পড়াশুনা করো? মাথা দুলিয়ে বলল, হ্যাঁ। কোথায়? বেরাকের (ব্র্যাক) স্কুলে।’

ঢ. **ফার্স্ট পার্সন লিড (First Person Lead)**

বিশেষ বিশেষ মুহূর্তকে বা কোনো ঐতিহাসিক ঘটনাকে যিনি প্রত্যক্ষ করেছেন কিংবা ঘটনা বা কালের সাক্ষী হিসেবে তার বক্তব্য বর্তমানে অত্যন্ত গুরুত্ববহু ও প্রাসঙ্গিক হয়ে উঠেছে, অনুরূপক্ষেত্রে নিজ জবানীতে ফার্স্ট পার্সন লিড করা যেতে পারে।

উদাহরণ: ‘দিনটি ছিল ১৯৫২-এর ২১ ফেব্রুয়ারি। আমি তখন ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের বাংলা শেষ বর্ষের ছাত্র। ক্যাম্পাসে ১৪৪ ধারা জারি করা হয়েছে। একটা থমথমে অবস্থা। তা সত্ত্বেও আমি বিশ্ববিদ্যালয়ের আমতলায় সবার আগে পৌছে গেলাম। মাত্তাষা দিবসে স্মৃতিচারণ করতে গিয়ে স্বীয় অভিজ্ঞতার বর্ণনা দিচ্ছিলেন ভাষাসৈনিক...।’

১২.১৬. ফিচার লেখার কয়েকটি ফর্মুলা

বিজ্ঞাপনের কপি লেখার ক্ষেত্রে ‘বিপণনের মনস্তত্ত্ব’ (Psychology of selling) বলে একটি তাত্ত্বিক ধারণা চালু আছে, যা অনুসরণ করে অভিয়নেকে পণ্য কিনতে বা সেবা নিতে নানা কৌশলের আশ্রয় নেন কপি লেখক। মনস্তাত্ত্বিকভাবে পাঠকের আগ্রহের ক্ষেত্রসমূহকে চিহ্নিত করে, আবেগের নানামাত্রিক মাল-মশলা ব্যবহার করে কপিলেখক আকর্ষণীয় ও আগ্রহোদীপক কপি তৈরি করেন। সফল বিজ্ঞাপন কপি তৈরির ক্ষেত্রে বেশ কার্যকর অনুরূপ

একটি প্রাথমিক ফর্মুলা হলো ‘A-I-D-A’ ফর্মুলা। এই ফর্মুলাটি ফিচার লেখার ক্ষেত্রেও সমান সফল ও কার্যকর বলে মনে করা হয়।

১২.১৬.১. ফর্মুলা – এক

ফিচার লেখার ক্ষেত্রে ফর্মুলাটির নির্দেশনা হতে পারে নিম্নরূপ:

A — Attention (মনোযোগ আর্কষণ করা)

I — Interest (আগ্রহ সৃষ্টি করা)

D — Desire (আগ্রহকে ইচ্ছায় পরিণত করা, অর্থাৎ উদ্বৃক্ত করা)

A — Action (কাজিক্ষিত সিদ্ধান্ত নিতে প্রয়োচিত করা; অর্থাৎ ফিচারটি পড়ে নেওয়ার সিদ্ধান্ত গ্রহণে পাঠককে চূড়ান্তভাবে প্রভাবিত করা)

প্রথম ধাপে, ফিচার লেখকের কাজ হবে তার লেখার শুরুটা আকর্ষণীয় ও আগ্রহহীনীপক করে তোলা। মানবিক উপাদানের মাল-মশলা সম্পৃক্ত করে পাঠককে এমনভাবে আকৃষ্ট করতে হবে, যাতে করে পাঠক খুব সহজেই অন্য দশ-বিশটা সংবাদের ভিড় থেকে ফিচারটিকে আলাদা করতে পারে।

মনোযোগ আকর্ষণের পাশাপাশি দ্বিতীয় ধাপে, ফিচারটি পড়ার জন্য পাঠককে প্রলুক্ত করতে হবে। আর আগ্রহ ধরে রাখার জন্য সূচনায় এমনসব গুরুত্বপূর্ণ ও আকর্ষণীয় তথ্য তুলে ধরতে হবে, যাতে করে পাঠক লেখাটি থেকে দৃষ্টি ফিরিয়ে না নেয়।

তৃতীয় ধাপে, ফিচারের অবয়ব নির্মাণে ফিচার লেখককে আরও যত্নশীল হতে হবে। প্রয়োজনীয় তথ্য-উপাদান, সাক্ষাৎকার পরিবেশন এবং মানবিক আবেদনের প্রাপ্তস্পৰ্শী বর্ণনায় লেখাটিকে সুনির্দিষ্ট সংযোগের দিকে এগিয়ে নিতে হবে। আর লক্ষ রাখতে হবে যে পাঠক যেন ধাপে ধাপে ফিচারটি পড়তে আগ্রহী ও উদ্বৃক্ত হয়ে ওঠে।

চতুর্থ ধাপে, লক্ষ রাখতে হবে যে সুনির্দিষ্ট একটি বিষয়ে বিশেষ দৃষ্টিকোণ থেকে লেখা ফিচারটিতে যেন প্রয়োজনীয় এবং সম্ভাব্য সকল গুরুত্বপূর্ণ জিজ্ঞাসার উত্তর এবং দিক নির্দেশনা থাকে। বিজ্ঞাপনের উদ্বৃক্তকরণ বার্তায় পণ্যঘাসক একপর্যায়ে প্রভাবিত হয়ে পণ্যটি কিনতে উদ্বৃক্ত হন। এই ধাপেও ঠিক একইভাবে কুশলী পরিবেশনার মাধ্যমে আবেদনময়ী সে বিশেষ লেখাটি পড়ার সিদ্ধান্ত নিতে পাঠককে কার্যকরভাবে প্রভাবিত করতে হবে।

১২.১৬.২. ফর্মুলা-দুই

'A-I-D-A' ফর্মুলার মতোই ফিচার লেখার ক্ষেত্রে অত্যন্ত সফল একটি ফর্মুলা উপস্থাপন করেছেন *Writing and Selling Feature Articles* গ্রন্থের লেখক Hellen M Patterson। ফর্মুলাটি সংক্ষেপে নিম্নরূপ :

- ক) **Catch the eye** : ফিচারের শুরুটা এমন হওয়া চাই, যেখানে যথার্থ ‘শব্দ-ছবির’ আকর্ষণীয় শিরোনামে পাঠককে প্রলুক্ষ করা যাবে। ফিচার লেখকের লক্ষ্য হতে হবে, প্রথম দৃষ্টিতেই পাঠকের সঙ্গে ভাব তৈরির চেষ্টা করা।
- খ) **Hold the attention** : শিরোনাম পড়েই যাতে পাঠক দৃষ্টি ফিরিয়ে না নেন, সেকথা মনে রেখেই ফিচারের শুরুটা সাজাতে হবে। এমন একটি সূচনার আবহ তৈরি করতে হবে, যাতে করে পাঠকের আকৃষ্ট মনোযোগকে ধরে রাখা যায় এবং পাঠক যেন পরের অংশ পড়ার জন্য আঘাত হয়ে ওঠে।
- গ) **Arouse interest** : ফিচারের সূচনা সফল হলে, সে সূচনার রেশ ধরে ফিচারটির বিশেষ দৃষ্টিকোণ সম্পর্কে পাঠক ধারণা পাবে। আর সেভাবেই পাঠক ফিচারটির বক্তব্য কী এবং তা থেকে তিনি কী পেতে পারেন, তার একটা ধারণা নিয়ে তিনি পরবর্তী অংশ পাঠে কৌতুহলী হয়ে উঠবেন। তাই ফিচার লেখককে সে কথা মনে রেখেই পাঠকের আগ্রহবৃদ্ধির অনুকূল তথ্য-উপকরণ ও মানবিক আবেদনের মাল-মশলা সম্পৃক্ত করতে হবে।
- ঘ) **Gain confidence** : ফিচারের অবয়বে আকর্ষণীয় তথ্য, পরিসংখ্যান, প্রাসঙ্গিক কেস স্টোডি ও সাক্ষাৎকারের সমন্বয়ে পাঠককে একটি বিশ্বাসযোগ্য ও পরিপূর্ণ ধারণা দেওয়ার চেষ্টা করতে হবে। মনে রাখতে হবে, ফিচারটি পড়ে যেন পাঠক নিদিষ্ট একটি বিষয়ে সঠিক তথ্য ও ধারণার পাশাপাশি একটা দিক-নির্দেশনা লাভ করতে পারেন। পাশাপাশি, কিছুটা বিনোদনের খোরাক এবং সর্বোপরি ফিচারটি পড়ে পাঠক যেন লেখাটি ও লেখকের প্রতি আস্থাবান হতে পারেন।
- ঙ) **Convince the reader** : প্রতিবেদনের মূল বক্তব্য অত্যন্ত স্পষ্ট ও জোরালো হওয়া প্রয়োজন। ফিচারের সূচনা, বিস্তার এবং সমাপ্তির মধ্যে একটি সমর্পিত ও পরিপূরক বক্তব্য থাকা উচিত। পাঠককে বুঝিয়ে দিতে হবে, তিনি যা পড়লেন তার পুরোটাই সঠিক। এতে করে ফিচারটি পড়ে পাঠক একটি সুপাঠ্য, দিক-নির্দেশনামূলক ও স্বচ্ছ ধারণা পাবেন। আর এই কাজটি ফিচার লেখক পরিকল্পিতভাবে সম্পন্ন করতে পারলে, তিনি যেমন পাঠকের মন জয় করতে পারবেন, তেমনি পাঠকের কাঞ্জিক্ত আচরণ তথ্য সমর্থন তিনি সহজেই কাজে লাগাতে পারবেন।

- চ) Test the outline : লেখাটি যতটা পাঠকগ্রিয় হবে বলে আশা করছেন, লেখাটি সত্যিকারভাবে ততটা মানসম্মত হয়েছে কি? মনে হতে পারে, লেখাটির কোথায় যেন পুরোপুরি ধ্রাণ পায়নি; কিংবা এর কোথাও যেন কিছুটা অপূর্ণতা রয়ে গেছে। এমতাবস্থায় বারবার পড়তে হবে এবং শব্দচয়নে, বাক্য গঠনে, সূচনায় ও সমাপ্তিতে কিছুটা কাঁটাছাঁট প্রয়োজন হলে তা করতে হবে। সরল ভাষা ও শব্দগত কিছুটা মাল-মশলা সংযোজন ও বিয়োজন করে লেখাটি আরেকটু ঢেলে সাজাতে হতে পারে। লেখকের উদ্দেশ্যে বলছি, লেখাটি আবার পড়ুন, আবার যাচাই করুন এবং শব্দে, বাক্যে ও ভাববিন্যাসে নানামাত্রায় বৈচিত্র্য এনে লেখাটিকে আরও সুপাঠ্য করার চেষ্টা করুন।

১২.১৬.৩. ফর্মুলা - তিনি

একটি সফল ফিচার লেখার কার্যকর কৌশল সম্পর্কে দি টাইমস অব ইণ্ডিয়ার ফিচার বিশেষজ্ঞ বি এন কুমার নিম্নরূপ ১০টি পয়েন্ট অনুসরণ করার পরামর্শ দিয়েছেন :

- 1. Seize the subject, ferret out its details :** বিষয়বস্তু অনুপুজ্জিতভাবে আয়ত্তে আনুন এবং এর বিস্তারিত দিকসমূহ উদ্ঘাটন করুন।
- 2. Be timely :** যে লেখাটি পত্রিকা বা ফিচার সংস্থার জন্য তৈরি করা হচ্ছে, তা নানা বিবেচনায় সর্বোত্তম ও সময়ানুকূল কি না, তা বিশেষভাবে বিবেচনা করা প্রয়োজন। যেমন বিভিন্ন দিবস, বিভিন্ন ঘটনা, বিভিন্ন ঝুঁতু বিবেচনা করে ফিচার লেখার পরিকল্পনা গ্রহণ করা উচিত, যাতে করে কাঙ্ক্ষিত ও উপযুক্ত সময়ে ফিচারটি লেখা ও প্রকাশ করা যায়।
- 3. Hold attention :** মনোযোগ ধরে রাখার কৌশল হিসেবে শুরুতেই আকর্ষণ তৈরি করার মতো তথ্য-উপকরণ তুলে ধরুন।
- 4. Plan your feature :** সংগৃহীত তথ্য-উপাস্তি কোনটির পর কোনটি সাজালে বিশেষ দৃষ্টিকোণ অনুসারে ফিচারটি পাঠককে সঠিক দিক নির্দেশনা দিতে পারবে, লেখার পূর্বেই সেভাবে পরিকল্পনা করে নিন।
- 5. Entertain :** লেখাটিতে পরিকল্পিতভাবে বিনোদনমূলক তথ্য-উপকরণ সন্নিবেশ করুন।

৬. **Educate :** ফিচারটি এমনভাবে উপস্থাপন করুন, যাতে পাঠক লেখাটিতে শিক্ষণীয় কিছু খুঁজে পায়।
৭. **Read good literature, good features :** অন্যদের ভালো ভালো লেখা পড়ুন। ভালো ফিচার লেখক হতে চাইলে দেশি-বিদেশি স্বনামধন্য লেখকের সাহিত্য ও ফিচার পড়তে হবে; তাদের লেখার কৌশল পর্যবেক্ষণ করতে হবে।
৮. **Develop a style :** ফিচার লেখক হিসেবে সফল হতে চাইলে, ধীরে ধীরে আপনার লেখার একটা স্বতন্ত্র স্টাইল তৈরি করুন।
৯. **Get a deeper knowledge of your subject :** ফিচার লেখক যে বিষয়টি লেখার জন্য বাছাই করবেন, সে সম্পর্কে আগেই গভীর ধারণা ও জ্ঞান লাভ করার চেষ্টা করবেন।
১০. **Scan the news :** ফিচারে সংবাদের মতো বিষয়ের সংশ্লিষ্ট নানাদিক উপস্থাপন করার সুযোগ নেই; সে কারণে একটি বিশেষ দৃষ্টিকোণ থেকে সংগৃহীত তথ্য-উপকরণ বেছে নিন। এরপর সেগুলো সুনির্দিষ্ট কাঠামোয় ফেলে সুপাঠ্য করে লেখার চেষ্টা করুন।

১২.১৭. ফিচার লেখায় আরও কিছু কৌশল

- ক) ফিচারে পরিমিত নাটকীয়তা ফুটিয়ে তোলা;
- খ) ফিচার সূচনায় ফুটিয়ে তুলতে হবে পারিপার্শ্বিক বাস্তবতা;
- গ) বৈশিষ্ট্য হলো ফিচারের একটি কার্যকর কৌশল;
- ঘ) পরিমিতমাত্রায় প্রাসঙ্গিক ও প্রয়োজনীয় তথ্য-পরিসংখ্যান উপস্থাপন করা;
- ঙ) তীক্ষ্ণ পর্যবেক্ষণ ও প্রাপ্ত তথ্যের কার্যকর ব্যবহার (Slant-এর আলোকে);
- চ) আঞ্চলিক/অপরিচিত/টেকনিক্যাল ও দুর্বোধ্য শব্দ/ভাষা ব্যবহারে সতর্কতা;
- ছ) অসম্পূর্ণ ও বাহুল্য তথ্য সম্পর্কে সতর্কতা অবলম্বন করা;
- জ) সর্বনাম ও ক্রিয়াপদের কার্যকর ও সঠিক ব্যবহার নিশ্চিত করা;
- ঝ) বিশেষণ ব্যবহারে বাড়তি সতর্ক থাকা;
- ঝঝ) উদ্ধৃতি ও যতিচিহ্নের কার্যকর ব্যবহার নিশ্চিত করা;

- ট) বড় বড় বাক্য ও অনুচ্ছেদ ব্যবহারে সাবধানতা অবলম্বন করা;
- ঠ) বিষয় ও বক্তব্য অনুকূল ফিচারের কাঠামো-পরিধি অনুসরণ করা;
- ড) মানবিক মৌলিক হৃদয়াবেগের উপাদানসমূহের কার্যকর প্রয়োগ নিশ্চিত করা;
- ঢ) এমনভাবে লেখা যাতে পাঠক তার বাস্তব অভিজ্ঞতার সঙ্গে লেখকের লেখার মিল ও মৌলিকতা খুঁজে পায়;
- ণ) অথবা স্টোরিকে আলংকারিক ও ভাব ভারাক্রান্ত না করা;
- ত) সর্বোপরি, ফিচারে একটি পরিকল্পিত ও সুন্দর উপসংহার পরিবেশন করা; উপসংহারটি ছেটগন্নের সমান্তর মতো ক্লাইমেট্রিক হবে। বিষয়টি পাঠ্যান্তে পাঠকের যেন মনে হয়, গল্পটি শেষ হয়েও শেষ হলো না। পাঠকমনে লেখাটি যেন দাগ কাটে; অর্থাৎ একধরনের অনুরূপন ও আবেশে পাঠকমন যেন ভরে ওঠে তৃষ্ণির আমেজে।

১২.১৮. ফিচার পরিকল্পনায় দিবস-সপ্তাহ ছক ও বিশিষ্টজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ

ফিচার লেখার পরিকল্পনার ক্ষেত্রে উপজীব্য বিষয় হিসেবে বেছে নেওয়া যেতে পারে বিশেষ দিবস, সপ্তাহ ও জাতীয় গুরুত্ববহু কোনো ঘটনা। এখানে ফিচার লেখক ও ফ্রিল্যান্স সাংবাদিকদের জ্ঞাতার্থে নির্বাচিত বেশ কিছু জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস এবং জাতীয় বিশিষ্ট ব্যক্তিদের জন্ম-মৃত্যু তারিখের একটি তালিকা উপস্থাপন করা হলো :

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশিষ্টজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
জানুয়ারি	১	প্রিস্টীয় নববর্ষ
		পল্লিকবি জসীমউদ্দীনের জন্মবার্ষিকী (১৯০৩)
		বিশ্ব পরিবার দিবস
		শওকত ওসমানের জন্মবার্ষিকী (১৯১৭)
	৪	বিশ্ব ব্রেইল দিবস
	৭	জাতীয় টিকা দিবস
	১০	বঙ্গবন্ধুর স্বদেশ প্রত্যাবর্তন দিবস (১৯৭২)
	১২	মাস্টারদা সূর্যসেনের মৃত্যুবার্ষিকী (১৯৩৪)
	১৯	জাতীয় শিক্ষক দিবস

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশ্বজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
জ্যোতিষ্ঠান		জিয়াউর রহমানের জন্মবার্ষিকী (১৯৩৬)
	২০	শহীদ আসাদ দিবস (১৯৬৯)
	২৪	গণ অভ্যর্থনা দিবস (১৯৬৯)
	২৫	মাইকেল মধুসূদন দত্তের জন্মবার্ষিকী (১৮২৪)
	২৭	দ্বিতীয় বিশ্বযুক্তে হত্যায়জ্ঞের শিকার (ইউরোপে হলোকাস্ট বা ইহুদি নিধন) ব্যক্তিদের স্মরণে আন্তর্জাতিক দিবস
	২৮	শ্রী শ্রী স্বরম্ভতী পূজা
ফেব্রুয়ারি	২	বিশ্ব জলাভূমি দিবস কামরূপ হাসানের মৃত্যু দিবস (১৯৮৮)
	৪	বিশ্ব ক্যান্সার দিবস
	৫	ঈদ-ই-মিলাদুল্লাহ (সাঃ)
	৭	মাঝী পূর্ণিমা
	৯	কবির চৌধুরীর জন্ম দিবস (১৯২৩)
	১৩	চৈত্র সংক্রান্তি
	১৪	বিশ্ব ভালোবাসা দিবস
	১৭	কবি জীবননন্দ দাসের জন্মদিবস (১৮৯৯)
	২০	বিশ্ব সামাজিক ন্যায়বিচার দিবস
	২১	শহীদ দিবস/আন্তর্জাতিক মাতৃভাষা দিবস (১৯৫২)
	২৮	জাতীয় ডায়াবেটিস সচেতনতা দিবস
মার্চ	১	বিশ্ব বই দিবস
	৭	বঙ্গবন্ধুর ঐতিহাসিক ভাষণ (১৯৭১)
	৮	আন্তর্জাতিক নারী দিবস বিশ্ব কিডনি দিবস (মাসের দ্বিতীয় বৃহস্পতিবার)
	১২	কমনওয়েলথ দিবস (মাসের ২য় সোমবার)
	১৪	পল্লিকবি জসীমউদ্দীনের মৃত্যুদিবস (১৯৭৬)
	১৫	বিশ্ব ভোজা অধিকার দিবস
		বিশ্ব পঙ্ক দিবস

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ২১৯

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশ্বজুনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
	১৭	বঙ্গবন্ধুর জন্মদিবস (১৯২০)
	২০	বিশ্ব শিশু নাট্য দিবস
	২১	আন্তর্জাতিক বর্ষ বৈষম্য দূরীকরণ দিবস বিশ্ব কবিতা দিবস বিশ্ব বন দিবস
	২১-২৭	আন্তর্জাতিক বর্ষ বৈষম্য দূরীকরণ সপ্তাহ
	২২	বিশ্ব পানি দিবস
	২৩	বিশ্ব আবহাওয়া দিবস
	২৪	বিশ্ব যশ্চা দিবস
	২৬	স্বাধীনতা ও জাতীয় দিবস
	২৭	বিশ্ব নাট্য দিবস
	৩১	জাতীয় দুর্যোগ প্রস্তুতি দিবস (মাসের শেষ কার্যদিবস)
	এপ্রিল	২ বিশ্ব ‘অটিজিম’ সচেতনতা দিবস ৭ বিশ্ব স্বাস্থ্য দিবস ৮ ইস্টার সানডে ১২ বিশ্ব পথশিশু দিবস ১৪ বাংলা নববর্ষ ১৬ বিশ্ব কষ্ট দিবস ১৭ মুজিবনগর দিবস ২২ ধরিত্বা দিবস ২৩ বিশ্ব গ্রহ ও মেধাস্তু দিবস ২৩-২৯ জাতিসংঘ বিশ্ব নিরাপদ সড়ক সপ্তাহ ২৫ বিশ্ব ম্যালেরিয়া দিবস ২৬ আন্তর্জাতিক বৃক্ষিবৃক্ষিক সম্পদ দিবস ২৮ বিশ্ব পেশাগত স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা দিবস ২৯ আন্তর্জাতিক নৃত্য দিবস ১ আন্তর্জাতিক শ্রামিক দিবস

২২০ সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সঙ্গাহ এবং বিশ্বজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
মে	১	আন্তর্জাতিক শ্রমিক দিবস মে দিবস বিশ্ব হ্যাপানি দিবস
	২	সত্যজিৎ রায়ের জন্মদিবস (১৯২১)
	৩	বিশ্ব মুক্ত সাংবাদিকতা দিবস জাহানারা ইমামের জন্মদিবস (১৯২৯)
	৪	বিশ্ব বাণিজ্য দিবস
	৫	প্রীতিলতার জন্মদিবস (১৯১১)
	৮	বিশ্ব রেডক্রিস ও রেডক্রিসেন্ট দিবস রবীন্দ্রনাথ ঠাকুরের জন্মদিবস (২৫ বৈশাখ ১২৬৮)
	১২	বিশ্ব সেবক দিবস
	১৩	বিশ্ব মা দিবস (মে মাসের দ্বিতীয় রবিবার)
	১৪	বিশ্ব ন্যায্য বাণিজ্য দিবস
	১৫	আন্তর্জাতিক পরিবার দিবস (১৯৯৩)
	১৭	বিশ্ব উচ্চ-রক্ষাপ দিবস বিশ্ব টেলিযোগাযোগ দিবস ও বিশ্ব তথ্যসমাজ দিবস
	১৮	আন্তর্জাতিক জাদুঘর দিবস
	১৯	বিশ্ব হেপাটাইটিস দিবস
	২১	বিশ্ব সাংস্কৃতিক বৈচিত্র্য, সংলাপ ও উন্নয়ন দিবস বিশ্ব সন্তাস প্রতিরোধ দিবস মোহাম্মদ নাসিরউদ্দীনের মৃত্যুদিবস (১৯৯৪)
	২২	আন্তর্জাতিক প্রাণ-বৈচিত্র্য দিবস
	২৫	কাজী নজরুল ইসলামের জন্মদিবস (১১ জ্যৈষ্ঠ, ১৮৯৯)
	২৮	নিরাপদ মাতৃত্ব দিবস (১৯৯৭) জয়নুল আবেদিনের মৃত্যুদিবস (১৯৭৬)
	২৯	জাতিসংঘ শান্তিরক্ষা বাহিনী দিবস

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সঙ্গাহ এবং বিশ্বজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
	৩০	জিয়াউর রহমানের মৃত্যুবার্ষিকী (১৯৮১)
	৩১	বিশ্ব ধূমপান বর্জন দিবস/বিশ্ব তামাকমুক্ত দিবস
জুন	১	আন্তর্জাতিক শিশু দিবস
	৪	আহাসনের শিকার শিশুদের স্মরণে আন্তর্জাতিক দিবস
		বুদ্ধ পূর্ণিমা / বৈশাখি পূর্ণিমা*
	৫	বিশ্ব পরিবেশ দিবস
	৮	বিশ্ব সমুদ্র দিবস
		বিশ্ব ব্রেন টিউমার দিবস
	১২	বিশ্ব শিশুম প্রতিরোধ দিবস
	১৩	নারী উত্ত্যক্তকরণ প্রতিরোধ দিবস
	১৪	বিশ্ব রক্ষণাত্মক দিবস
	১৭	বিশ্ব খরা ও মরক্করণ প্রতিরোধ দিবস
		বিশ্ব বাবা দিবস (মাসের তৃতীয় রোববার)
	১৮	শব-ই-মিরাজ*
জুন	২০	বিশ্ব উদ্বাঞ্চল (শরণার্থী) দিবস
		সুফিয়া কামালের জন্মদিবস (১৯১১)
		জাতিসংঘ জনসেবা দিবস
জুন	২৬	আন্তর্জাতিক মাদক অপব্যবহার ও অবৈধ পাচার নিরোধ দিবস
		বিশ্ব অলিম্পিক দিবস
		নির্যাতিতদের সহায়তা দানে আন্তর্জাতিক দিবস
		জাহানারা ইমামের মৃত্যুদিবস (১৯৯৪)
জুন	২৭	আন্তর্জাতিক ডায়াবেটিস দিবস
	২৯	মাইকেল মধুসূদন দত্তের মৃত্যুদিবস (১৮৭৩)
জুলাই	১	চাকা বিশ্ববিদ্যালয় দিবস
	২	বিশ্ব ক্লীড়া সাংবাদিক দিবস
	৬	শব-ই-বরাত*

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সংগ্রহ এবং বিশিষ্টজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
	৭	আন্তর্জাতিক সমবায় দিবস (মাসের প্রথম শনিবার)
	১০	ড. মুহম্মদ শহীদুল্লাহর জন্মদিবস (১৮৮৫)
	১১	বিশ্ব জনসংখ্যা দিবস
	১৩	ড. মুহম্মদ শহীদুল্লাহর মৃত্যুদিবস (১৯৬৯)
	১৭	আন্তর্জাতিক ন্যায়বিচার দিবস (১৯৯৮)
	২১	কর্নেল তাহেরের মৃত্যুদিবস (১৯৭৬)
	২৩	তাজউদ্দীন আহমেদ-এর জন্মদিবস (১৯২৫)
আগস্ট	১	বিশ্ব মাতৃদুর্বল দিবস
	১-৭	বিশ্ব মাতৃদুর্বল সংগ্রহ
	৫	বিশ্ব বঙ্গ দিবস (মাসের প্রথম রবিবার)
	৬	হিরোশিমা দিবস রবীন্দ্রনাথের মৃত্যুদিবস (২২ খ্রাবণ ১৯৪১)
	৭-২১	মৎস্য পক্ষ
	৯	আন্তর্জাতিক আদিবাসী দিবস নাগাসাকি দিবস শুভ জ্যোষ্ঠামী
	১২	আন্তর্জাতিক যুব দিবস
	১৫	জাতীয় শোক দিবস /বঙ্গবন্ধু হত্যা দিবস (১৯৭৫)
	১৬	শব-ই-কদর*
	১৭	জুয়াতুল বিদা* শামসুর রাহমানের মৃত্যুদিবস (২০০৬)
সেপ্টেম্বর	১৯	বিশ্ব জনহিতকর দিবস
	১৯-২১	ইদ-উল-ফিতর*
	২৩	আন্তর্জাতিক দাস-ব্যবসা অবসান ঘূরণ দিবস
	২৪	জাতীয় নারী নির্যাতন প্রতিরোধ দিবস
	২৭	কাজী নজরুল ইসলামের মৃত্যুদিবস (১৯৭৬)
	৩	আন্তর্জাতিক সিডও দিবস
	৮	আন্তর্জাতিক সাক্ষরতা দিবস

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ২২৩

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সঙ্গাহ এবং বিশিষ্টজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
	১০	বিশ্ব আত্মহত্যা প্রতিরোধ দিবস
	১৫	বিশ্ব আয়কর দিবস আন্তর্জাতিক গণতন্ত্র দিবস
	১৬	আন্তর্জাতিক ওজোন দিবস
	১৭	শিক্ষা দিবস (১৯৬৬) / (১৯৬২)
	১৮	বিশ্ব নৌ দিবস
	২১	আন্তর্জাতিক শান্তি দিবস
	২২	বিশ্ব কারামুক্ত দিবস
	২৩	প্রীতিলতার আআহতি দিবস (১৯৩২)
	২৪	দুর্গাপূজা (বিজয় দশমী)
	২৭	বিশ্ব পর্যটন দিবস
	২৮	আন্তর্জাতিক তথ্য অধিকার দিবস বিশ্ব জলাতৎক দিবস
	২৯	বিশ্ব শিশু অধিকার দিবস মধু পূর্ণিমা আন্তর্জাতিক নৌ দিবস
	৩০	জাতীয় কন্যা শিশু দিবস বিশ্ব হার্ট দিবস
অক্টোবর	১-৩১	স্যানিটেশন মাস
	১	বিশ্ব বসতি দিবস
		বিশ্ব প্রবীণ দিবস
	২	বিশ্ব অহিংস দিবস
	৮	বিশ্ব প্রাণি দিবস
	৮-১০	বিশ্ব মহাকাশ সঙ্গাহ/বিশ্ব শান্তি সঙ্গাহ
	৫	বিশ্ব শিক্ষক দিবস
	৯	বিশ্ব ডাক দিবস
	১০	বিশ্ব মানসিক স্বাস্থ্য দিবস

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশ্বজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
		আন্তর্জাতিক প্রাকৃতিক বিপর্যয় হ্রাস দিবস (মাসের দ্বিতীয় বুধবার)
		এস এম সুলতানের মৃত্যুদিবস (১৯৯৪)
১১		বিশ্ব দৃষ্টি দিবস (মাসের দ্বিতীয় বৃহস্পতিবার) আন্তর্জাতিক কণ্যা শিশু দিবস
১৩		আন্তর্জাতিক প্রাকৃতিক বিপর্যয় হ্রাস দিবস
১৪		বিশ্ব মান দিবস
১৫		বিশ্ব হাত ধোয়া দিবস বিশ্ব গ্রামীণ নারী দিবস বিশ্ব সাদা ছড়ি দিবস
১৬		বিশ্ব খাদ্য দিবস বঙ্গভঙ্গ (১৯০৫)
১৭		বিশ্ব দারিদ্র্য নিরসন দিবস
১৮		সূর্যসেনের জন্মদিবস (১৮৯৩) বিশ্ব ক্রেডিট ইউনিয়ন দিবস (মাসের তৃতীয় বৃহস্পতিবার)
২২		জীবনানন্দ দাসের মৃত্যুদিবস (১৯৫৪)
২৩		শ্রী শ্রী দুর্গাপূজা শামসুর রাহমানের জন্মদিবস (১৯২৯)
২৪		জাতিসংঘ দিবস বিশ্ব উন্নয়ন-তথ্য দিবস
২৪-৩০		নিরন্তরকরণ সপ্তাহ (জাতিসংঘ ঘোষিত)
২৬		শেরে বাংলা এ কে ফজলুল হকের জন্মদিবস (১৮৭৩)
২৬-২৮		ইংর-উল-আয়হা*
২৭		শিল্পী আবাসউদ্দীনের জন্ম দিবস (১৯০১)
২৯		শ্রী শ্রী লক্ষ্মীপূজা
৩১		বিশ্ব মিতব্যয়িতা দিবস

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ২২৫

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশিষ্টজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
নভেম্বর	৩	জেলহত্যা দিবস জাতীয় সমবায় দিবস (মাসের প্রথম শনিবার)
	৮	সংবিধান দিবস
	৬	যুদ্ধ ও সশস্ত্র সংঘাত থেকে পরিবেশ রক্ষায় আন্তর্জাতিক দিবস
	৭	জাতীয় বিপ্লব ও সংহতি দিবস
	১০	শহীদ নূর হোসেন দিবস বিশ্ব শান্তি ও উন্নয়ন বিজ্ঞান দিবস
	১৪	বিশ্ব ডায়াবেটিস দিবস কর্ণেল তাহেরের জন্মদিবস (১৯৩৮)
	১৫	বিশ্ব দর্শন দিবস
	১৬	আন্তর্জাতিক সহিষ্ণুতা দিবস
	১৭	মোহাম্মদ নাসিরউদ্দীনের জন্মদিবস (১৮৮৮) মওলানা ভাসানীর মৃত্যুদিবস (১৯৯৯)
	১৮	সড়ক দুর্ঘটনায় ভুক্তভোগীদের স্মরণে বিশ্ব দিবস
	২০	সার্বজনীন শিশু দিবস
	২১	সশস্ত্র বাহিনী দিবস বিশ্ব টেলিভিশন দিবস
	২৫	আন্তর্জাতিক নারী সহিংসতা প্রতিবাদ দিবস/ নারী সহিংসতা দূরীকরণে আন্তর্জাতিক দিবস মুহররম (আঙুরা)
	২৭	মুনীর চৌধুরীর জন্মদিবস (১৯২৫)
	২৯	ফিলিস্তিন জনগণের সঙ্গে বিশ্ব সংহতি দিবস
ডিসেম্বর	১	বিশ্ব এইচসি দিবস জাতীয় যুব দিবস
	২	আন্তর্জাতিক দাসত্ব বিলোপ দিবস কামরূল হাসানের জন্মদিবস (১৯২১)
	৩	আন্তর্জাতিক প্রতিবন্ধী দিবস

মাস	তারিখ	জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস/সপ্তাহ এবং বিশ্বজনের জন্ম-মৃত্যু তারিখ
৫	৫	বিশ্ব মর্যাদা দিবস
		আন্তর্জাতিক শিশু সম্প্রচার দিবস
		অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়নে আন্তর্জাতিক শ্রেষ্ঠাসেবী দিবস
		সোহৱাওয়াদীর মৃত্যুদিবস (১৯৬৩)
৬	৬	শ্বেতাচার পতন/গণতন্ত্র মুক্তি দিবস
		হাছন রাজার মৃত্যুদিবস
৭		আন্তর্জাতিক বেসামরিক বিমান চলাচল দিবস
৯	৯	বেগম রোকেয়া দিবস
		বেগম রোকেয়ার জন্ম ও মৃত্যুদিবস (১৮৮০- ১৯৩২)
		দুর্নীতি বিরোধী আন্তর্জাতিক দিবস
১০		বিশ্ব মানবাধিকার দিবস
১১	১১	বিশ্ব শিশু সম্প্রচার দিবস
		বিশ্ব পর্বত দিবস
১২		মণ্ডলানা ভাসানীর জন্মদিবস (১৮৮০)
১৩		কবীর চৌধুরীর মৃত্যুদিবস (২০১১)
১৪		শহীদ বুদ্ধিজীবী দিবস (১৯৭১)
১৬		বিজয় দিবস (১৯৭১)
১৮		আন্তর্জাতিক অভিবাসী দিবস
১৯		দক্ষিণ দক্ষিণ সহায়তার আন্তর্জাতিক দিবস
২০		আন্তর্জাতিক মানব সংহতি দিবস
২১		হাছন রাজার জন্মদিবস (৭ পৌষ, ১২৬১)
২৫		যিশু খ্রিস্টের জন্মদিন /ক্রিসমাস বা বড়দিন
২৯		জয়নুল আবেদিনের জন্মদিবস (১৯১৪)
৩০		আবাস উদ্দীপ্তির মৃত্যুদিবস (১৯৫৯)

সারণি-৬ : ফিচার পরিকল্পনায় দিবস-সপ্তাহ ছক ও জন্ম-মৃত্যু তারিখ

* চাঁদ দেখার ওপর নির্ভরশীল।

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ২২৭

[তথ্যসূত্র: জাতিসংঘ তথ্যকেন্দ্র, ইউনিসেফ, ইউএনএফপিএ, এনজিও ফোরাম, হাসার প্রজেক্ট, সংশ্লিষ্ট সংস্থা, ক্যালেন্ডার, বিভিন্ন পত্রপত্রিকা, বই ও ওয়েবফেস্ট]

সহায়ক পাঠ্যপণ্ডি

১. খোন্দকার আলী আশরাফ, *ফিচার ম্যানুয়াল, পিআইবি*, ঢাকা, ১৯৯১
২. আরশাদ সিদ্দিকী ও জাহিদুল ইসলাম (সম্পাদিত), *সংবাদপত্রে ফিচার-শব্দে আঁকা জনজীবনের ছবি*, এমএমসি, ঢাকা, ২০০৮
৩. কুররাতুল-আইন তাহমিনা, *পিআইবি'র শ্রেণীকক্ষে পরিবেশিত ধারণাগত্র*, ঢাকা, ২০০৯
৪. ফিলিপ গাইন (সম্পাদিত) 'ফিচার আর ফিচার', 'রিপোর্টিং গাইড', সোসাইটি ফর এনভায়রনমেন্ট অ্যান্ড হিউম্যান ডেভেলপমেন্ট (সেড), ঢাকা,
৫. সৈয়দ মাহবুব আলম চৌধুরী (সম্পাদিত) আলোর নাচন পাতায় পাতায়, সেন্টার ফর সাস্টেইনেবল ডেভেলপমেন্ট, ঢাকা, ১৯৯১
৬. Hellen M. Patterson, *Writing and Selling Feature Articles* (3rd edition), Prentice-Hall, Inc. USA, 1962
৭. Brendan Hennessy, *Writing Feature Articles*, Heinemann Professional Publishing, Oxford, 1989
৮. Edward Jay Friedlander et. al. *Feature Writing for Newspapers and Magazines* (4th edition), Longman, New York, 2000
৯. Brian Nicholls, *Features With Flair*, Vikas Publication, Delhi, 1972
১০. Mitchell V. Charnley, *Reporting* (2nd edition), Rinchart Press, San Francisco, 1966
১১. Christine Hall, *Writing Features & Interviews- How to Build a Career as a Freelance Journalist* (2nd edition), How To Book's, UK, 1999
১২. James M. McCrimmon, *Writing with a Purpose* (7th short edition), Houghton Mifflin Company, Boston, 1980
১৩. Hans P. Guth, *The Writer's Agenda* (shorter edition), Wadsworth Publishing Company, Belmont, California, 1989
১৪. Dolores Black et. al. *500 Tips for Getting Published: A Guide for Education, Researchers and Professionals*, Kogan Page, London, 1998
১৫. Christopher Dobson, *The Freelance Journalist- How to Survive and Succeed*, Butterworth Heinemann, Oxford, 1992

- ১৬. Charles H Harrison, ***How to Write for Magazines: Consumer, Trade and Web.*** Allyn and Bacon, Boston, USA, 2002
- ১৭. Walter H Beale, ***Real Writing- Argumentation, Reflection, Information,*** Scott, Foresman and Company, Glen View Illinois, USA, 1982
- ১৮. Linda McLoughlin, ***The Language of Magazines,*** Routledge, London, 2003

“Put it before them briefly so they will read it, clearly so they will appreciate it, picturesquely so they will remember it and, above all, accurately so they will be guided by its light.”

—Joseph Pulitzer



অধ্যায় তের

সম্পাদকীয় লিখন কৌশল

‘সংবাদপত্র যদি জীবন্ত কোনো বস্তু হতো, যেমনটি আমি মনে করি, তাহলে
সংবাদপত্রের সংবাদ আধেয় হতো এর জীবন-সঞ্চালক রক্ষণাপ উপাদান, প্রথম
পৃষ্ঠা সম্ভবত হতো এর চেহারা; কিন্তু সম্পাদকীয় –এর সমালোচনা ও মন্তব্য –
হতো এর প্রাণ। আর সম্পাদকীয় যখন দুর্বল, আত্মতুষ্ট কিংবা দায়িত্বহীন হয়ে
পড়ে, তখন সংবাদপত্র তার প্রাণই খুইয়ে ফেলে – একইসঙ্গে চরিত্রও।’
– জন বি ওয়াকস, নিউইয়র্ক টাইমস

“Vox populi, vox Dei” – The voice of the people is the voice of
God
– Latin Phrase

১৩.১ সম্পাদকীয় কী ও কেন?

সমসাময়িক নাগরিক জীবনের জনস্বার্থসম্পূর্ণ কোনো বিষয় বা ঘটনাকে উপজীব্য
করে সংবাদপত্র বা সংবাদমাধ্যমের সম্পাদকমণ্ডলীর যৌথ মতামতসহ যে মুখ্য
নিবন্ধ পত্রিকায় বা অন্য কোনো সংবাদমাধ্যমে পরিবেশিত হয়, সহজ কথায় তা-ই
হলো সম্পাদকীয়। সম্পাদকীয় হচ্ছে সংবাদপত্র ও সংবাদ সাময়িকীর
নেতৃত্বদানকারী নিবন্ধ। সম্পাদকীয়’র ইংরেজি প্রতিশব্দ এডিটোরিয়াল। তাই এর
আরেক নাম ‘লিডার’। সম্পাদকীয় রচনার গুরুত্ব কতটা, তা এই ‘লিডার’ শব্দটি
থেকেই অনুধাবন করা যায়।

‘জনগণের কর্তৃপক্ষের কর্তৃপক্ষ – সে সত্যটিই যেন মূর্ত হয়ে ওঠে একটি
জনমুখী সংবাদমাধ্যমের সম্পাদকীয় পরিবেশনায়। সম্পাদকীয় নিবন্ধের পরিমিত
বক্তব্যের ভেতর দিয়েও যে অনেক কথা বলা যায় এবং তা যে কতটা গুরুত্ববহু

হতে পারে, তা সহজেই অনুধাবন করা যায় উইপটন চার্চিলের মতো বিখ্যাত ব্যক্তির উক্তিতে। আইরিশ একটি রূলের ওপর লভন টাইমস একটি সম্পাদকীয় লিখনে চার্চিল বলেছিলেন, ‘দ্য টাইমস ওয়াজ স্পিচলেস ওভার দ্য আইরিশ হোম রুল অ্যান্ড ইট টুক থি কলামস টু এক্সপ্রেস ইটস স্পিচলেসনেস’।

সম্পাদকীয় কোনো বিশেষ সংবাদ নয়; এটা সংবাদের বিশ্লেষণধর্মী মতামত। আবার সম্পাদকীয়কে শুধু সংবাদপত্রের মতামত বললেও ভুল হবে। বরং এটি হচ্ছে বাস্তব তথ্য ও সত্যের স্বপক্ষ-বিপক্ষ যুক্তিনির্ভর দিক-নির্দেশনা সংবলিত মতামত। সাধারণত পাঠকের স্বার্থসংশ্লিষ্ট কোনো আলোচিত ঘটনা নিয়ে সম্পাদকীয় লেখা হয়। এমনকি পত্রিকায় প্রকাশিত জনস্বার্থযুক্ত যেকোনো ছোট সংবাদকে ভিত্তি করেও সম্পাদকীয় লেখা হতে পারে। কখনো কখনো পাঠকের চিঠি থেকেও গুরুত্বপূর্ণ কোনো সম্পাদকীয় লেখার বিষয় বেরিয়ে আসতে পারে।

সম্পাদকীয় রচনায় থাকে যুক্তিনির্ভর ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ এবং একইসঙ্গে দিক-নির্দেশনা। এগুলোর মাধ্যমে একটি নির্দিষ্ট ইস্যুতে পত্রিকার ভাবনা ও দৃষ্টিভঙ্গ প্রতিফলিত হয় এবং তা জনমত গঠনেও সহায়ক হয়। সম্পাদকীয় তাই এমন এক মাত্রার রচনা যা নির্দিষ্ট কোনো ইস্যু বা বিষয়ে সংবাদমাধ্যমের মতাদর্শিক অবস্থান প্রকাশ করে। সম্পাদকীয় ভাষ্য আকারে সংবাদমাধ্যমটির এই অবস্থান উপস্থাপিত হয়। অন্যকথায়, সম্পাদকীয় থেকে সংবাদমাধ্যমের স্বকীয় দৃষ্টিভঙ্গ ও মতাদর্শিক দৃষ্টিকোণ তথ্য সম্পাদকীয় নীতি সম্পর্কে ধারণা পাওয়া যায়। তবে সম্পাদকীয়তে যে অভিমত পরিবেশিত হয় তাকে সংবাদমাধ্যমটির সঙ্গে সম্পৃক্ত সবার সম্মিলিত অভিমত বলেই গণ্য করা হয়।

সম্পাদকীয় নিবন্ধে লেখকের নাম থাকে না (অনেকক্ষেত্রে ‘বাই এডিটোরিয়াল বোর্ড’ বা এ জাতীয় সোর্সলাইন দেওয়া থাকে যা সম্মিলিত অভিমত বলেই বিবেচিত)। সংবাদপত্র/ম্যাগাজিনে প্রকাশিত এই নামহীন মতামত কলামগুলো যুক্তরাজ্যের সংবাদ-মাধ্যমে ‘লিডিং আর্টিকেল’ নামে পরিচিত। (খ্যাতনামা কোনো সম্পাদক কখনো কখনো একক দায়িত্বে স্বনামে কোনো সম্পাদকীয় নিবন্ধ প্রকাশ করতে পারেন, যাকে বলা হয় ‘সাইন এডিটোরিয়াল’)। আবার নিউইয়র্ক টাইমসসহ যুক্তরাষ্ট্রের অধিকাংশ সংবাদপত্রে সম্পাদকীয় স্তুতিগুলো ‘মতামত’ (Opinion) শিরোনামের অধীনে প্রকাশিত হয়ে থাকে। অনেক সময় কার্টুন আকারেও সম্পাদকীয় প্রকাশিত হয়।

সম্পাদকীয় মন্তব্য প্রকাশের ব্যাপ্তি অনেক বিশাল। জাতীয় থেকে আন্তর্জাতিক, প্রশাসনের সর্বোচ্চ মহল থেকে তৃণমূল পর্যায়, সমাজে আলোড়ন সৃষ্টিকারী ঘটনা থেকে অনালোচিত কিন্তু তাৎপর্যপূর্ণ ঘটনা ইত্যাদি নানা বিষয় সম্পাদকীয়’র উপজীব্য হতে পারে।

জনগণের আশা-আকাঙ্ক্ষার ব্যাপারে সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষের দৃষ্টি আকর্ষণ করে সম্পাদকীয় লেখা হয়। সাধারণত জনস্বার্থ্যুক্ত কোনো বিষয়ের প্রতি জনদৃষ্টি এবং একই সঙ্গে কর্তৃপক্ষীয় মনোযোগ আকৃষ্ট করার লক্ষ্যে উপজীব্য বিষয় সম্পর্কে সংবাদ-মাধ্যমের সম্পাদকীয় নীতি অনুযায়ী মতামত পরিবেশন করে জনমত গঠনের চেষ্টা করা হয়। আর তাই সম্পাদকীয় ভাষ্যে সামাজিক চিন্তার প্রতিফলন লক্ষ করা যায়। সে কারণে বলা হয়, ‘সম্পাদকীয় হলো একাধারে সংবাদমাধ্যমের চোখ, অন্তর ও কর্তৃস্বর’। কারও কারও মতে, ‘সংবাদক্ষেত্র (Press) হচ্ছে একটি কমিউনিটির ভয়েস বা কর্তৃস্বর, আর সম্পাদকীয় হচ্ছে সেই মাধ্যমের কর্তৃস্বর।’ এই কর্তৃস্বর প্রতিনিয়ত পাঠকদের তথ্যায়িত করে, পাঠকের ভাবনাকে উদ্বৃদ্ধ করে এবং অনেক সময় সমাজ-সচেতন মানুষকে ‘অ্যাকশনে’ যেতেও উদ্বৃত্ত করে। অন্যদিকে, সম্পাদকীয় সাফল্য একটি সংবাদমাধ্যমের ভাবমূর্তি ও দিনে দিনে পাল্টে দিতে পারে।

সংবাদমাধ্যমের সামাজিক দায়বদ্ধতা অনেক দূর পর্যন্ত বিস্তৃত। সমাজ ও সম্প্রদায়ের উন্নয়নে সম্পাদকীয় গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করতে পারে। সমাজসংস্কারক প্রতিষ্ঠান এবং শিক্ষণ মাধ্যম হিসেবে সংবাদমাধ্যমের গুরুদায়িত্বের একটি বিরাট অংশ বর্তায় সম্পাদকীয় এবং উপ-সম্পাদকীয়ের ভেতর দিয়ে কার্যকর জনমত গঠন ভূমিকায়। নিউইয়র্ক টাইমস, সানডে টাইমস-এর মতো সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় কলামগুলো জনমত গঠনে বহু আগে থেকেই গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রেখে চলেছে। আমরা লক্ষ করি, সম্পাদকীয়ের মাধ্যমে জনগণের নৈতিক মূল্যবোধ জাগ্রত করারও একটা সুনীর্ঘ ঐতিহ্য রয়েছে। সমাজের নানা অসংগতি, অন্যায় ও দুর্নীতির বিরুদ্ধে লড়াই করে যায় সম্পাদকীয়। এ জন্য সম্পাদকীয়কে ‘জনগণের বিবেকের রক্ষক’ বলে অভিহিত করা হয়।

১৩.২ বিশেষজ্ঞের দৃষ্টিকোণ থেকে সম্পাদকীয়

সম্পাদকীয় বিশেষজ্ঞগণ মতামতনির্ভর এই সম্পাদকীয় পরিবেশনাকে বিভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে ব্যাখ্যা করেছেন:

- ‘গোল্ডেন এইজ’ শিরোনামে সম্পাদকীয় লিখে সর্বাধিক পরিচিতি পাওয়া সম্পাদক উইলিয়াম অ্যালেন হোয়াইট বলেন, ‘সম্পাদকীয় হলো কিছু ঘটনার সমষ্টিয়ে প্রণীত মতামতের প্রকাশ, যা কোনো সত্যকে নতুন আলোকে উপস্থাপন করে।’
- ‘ভিউ অন দ্য নিউজ’ গ্রন্থে জিম অ্যালেহার্ট উল্লেখ করেন, ‘আধুনিক সম্পাদকীয় হলো কোনো গুরুত্বপূর্ণ সংবাদের তথ্য ও মতামত সংবলিত

যুক্তিসংগত ও সংক্ষিপ্ত পরিবেশনা, যাতে করে তার শুরুত্ত সাধারণ পাঠকের কাছে স্পষ্টরূপে প্রতিভাত হয়।'

৩. পুলিংজার বিজয়ী সম্পাদকীয় লেখক ভারমন্ট সি রয়স্টার মনে করেন, 'একটি সংবাদপত্রের বিভিন্ন পৃষ্ঠার কাজ যেখানে শেষ হয়, সম্পাদকীয় পাতার কাজ সেখানে শুরু হয়।'
৪. ম্যানচেস্টার পার্টিয়ান পত্রিকার সি পি স্টট-এর ভাষ্য হলো, 'মন্তব্য সম্পূর্ণ স্বাধীনভাবে প্রকাশ করুন, কিন্তু তথ্যের পরিত্রাত্ব বজায় রাখুন।'
৫. থমসন ফাউন্ডেশনের পরামর্শ হলো, 'তথ্য ও মতামতের মধ্যে ভারসাম্য বজায় রাখতে হবে।'
৬. ওয়াশিংটন পোস্ট পত্রিকার প্রকাশক ক্যাথারিন গ্রাহাম বলেন, 'সম্পাদকীয় বক্তব্য শান্তি অথবা আলাপচারিতার মতো হতে পারে। এটি বজ্রের মতো আলোড়ন তৈরি করতে পারে, তীব্র চাপ তৈরি করতে অথবা বিরোধিতা করতে পারে। ভালো সম্পাদকীয় হবে বিশ্লেষণধর্মী, তাঁক্ষণ্য ও বোধগম্য। অন্যদিকে, যথাযথভাবে লিখিত না হলে একটি সম্পাদকীয় হয়ে ওঠে অগ্রহণযোগ্য, তথ্যহীন অথবা একযোগে। তবে সম্পাদকীয়'র ধরন যা-ই হোক না কেন, সংবাদপত্রের অন্য যে কেনো বিষয়ের চেয়ে তা দিনের পর দিন কার্যকরভাবে প্রতিষ্ঠানের অবস্থানকে প্রকাশ করে এবং এর ভাবমূর্তি গড়ে তোলে।'

১৩.৩ ঐতিহাসিক পটভূমি

সাংবাদিকতার শুরুর দিকে সংবাদপত্রে সংবাদ ও মতামত আলাদাভাবে প্রকাশিত হতো। একটি ছাপা হতো সংবাদ চিঠিতে, অন্যটি প্রচার-পুস্তিকা আকারে। ১৭০৪ সালে ড্যানিয়েল ডিফো লন্ডন থেকে প্রকাশিত তাঁর দ্য রিভিউ নামের সংবাদপত্রে সাংবাদিকতার ওই দুটি বিভাগকে প্রথম অভিন্ন প্রকাশনায় অঙ্গীভূত করেন। মতামতনির্ভর ওই বিশেষ পৃষ্ঠাটি ছিল প্রথম সম্পাদকীয় পৃষ্ঠা।

যুক্তরাষ্ট্রে প্রথমদিকে খবরের কাগজে সম্পাদকীয় ছাপার জন্য আলাদা কোনো পৃষ্ঠা থাকত না। সাধারণত সংবাদ কাহিনির শেষাংশে মতামত আকারে কিংবা ছদ্মনামে 'সম্পাদক সমীক্ষা' নামফলকে চিঠি আকারে এই সম্পাদকীয় ছাপা হতো। আর আলাদাভাবে এবং নির্দিষ্ট পাতায় সম্পাদকীয় ছাপার ক্ষেত্রে পথিকৃৎ হচ্ছেন নোয়াহ ওয়েবস্টার। ১৮৮৭ থেকে ১৮০৩ সাল পর্যন্ত তিনি একাধিক পত্রিকা ও ম্যাগাজিন প্রকাশ করেন। ওয়েবস্টার তাঁর কাগজের 'মাস্টহেড'-এর ঠিক নিচেই সম্পাদকীয় ছাপা শুরু করেন। সাংবাদিকতার সেই উপনিবেশিক যুগে এবং প্রায়

এক শতাদীকাল ধরে মার্কিন সংবাদপত্রগুলোতে বেশির ভাগ সম্পাদকীয় লেখার একমাত্র এখতিয়ার ছিল সম্পাদকের। কিন্তু কালের বিবর্তনে আজকের সংবাদমাধ্যমে সম্পাদকীয় পরিবেশনের দায়িত্ব এবং সম্পাদকীয় সাফল্য বহুলাংশে নির্ভর করছে সংবাদমাধ্যমের প্রতিভাবান সম্পাদকীয় লেখকদের ওপর।

১৩.৪ সম্পাদকীয় পরিবেশনার লক্ষ্যসমূহ

সম্পাদকীয় লেখার ক্ষেত্রে যেকোনো সংবাদমাধ্যমের কিছু লক্ষ্য থাকে। একটি সম্পাদকীয় রচনা পাঠকের ওপর কতটা প্রভাব ফেলছে তা বহুলাংশে এর লক্ষ্য বা উদ্দেশ্যের সঙ্গে সম্পর্কিত। সামগ্রিক অর্থে সম্পাদকীয় লেখায় যেসব সাধারণ উদ্দেশ্য অন্তর্নিহিত থাকে বা থাকতে পারে সেগুলো হতে পারে এরূপ :

১. অবহিত করা;
২. শিক্ষা ও দিক-নির্দেশনা;
৩. পটভূমিসহ তাৎপর্য তুলে ধরা;
৪. যুক্তি ও ব্যাখ্যা উপস্থাপন;
৫. প্রবার্তাস ও পর্বানুমান তুলে ধরা;
৬. পারিপার্শ্বিক পরিস্থিতি পর্যবেক্ষণ করা;
৭. উত্তুন্দকরণ, জনমত গঠন ও সিদ্ধান্ত গ্রহণে সহায়তা করা;
৮. শান্তি ও সামাজিক ন্যায় প্রতিষ্ঠা/সমুন্নত করা;
৯. মূল্যবোধ সুসংহত করা;
১০. উন্নয়ন নির্দেশনা দেওয়া;
১১. মূল্যায়ন করা;
১২. দলীয় স্বার্থের উর্ধ্বে উঠে জনকল্যাণ তৃরাষ্ট্রিত করা।

১৩.৫ একনজরে সম্পাদকীয়'র কাজ

১. সংবাদকে ব্যাখ্যা করা;
২. পটভূমি উদ্ঘাটন করা;
৩. ভবিষ্যদ্বাণী করা;
৪. নেতৃত্ব রায় প্রদান।

১৩.৬ সম্পাদকীয় রচনার বৈশিষ্ট্য

১. সম্পাদকীয় রচনা পাঠককে জ্ঞান দেবে না, বরং নির্বাচিত কোনো ইস্যুতে যুক্তিযুক্তভাবে সংবাদপত্রের অভিব্যক্তি ও অভিমত তুলে ধরবে মাত্র। এই অভিমত হবে তথ্য, যুক্তি ও পরিসংখ্যানসমূহ, যেখানে পাঠকের তথ্য পাওয়ার এবং মত গঠনের উৎসুক্য প্রতিফলিত হবে;

২. সম্পাদকীয় কলেবর হবে সংক্ষিপ্ত এবং এর গড় দৈর্ঘ্য হতে পারে ৩০০ শব্দ;
৩. সম্পাদকীয় হবে সরাসরি, সুস্পষ্ট, সহজবোধ্য ও নির্দেশনামূলক;
৪. এখানে সাহিত্যনির্ভর বা আলংকারিক ভাষা ব্যবহারের সুযোগ কম;
৫. সম্পাদকীয়তে ছবির উপস্থিতি নেই, তবে বক্তব্য ও অভিযত থাকবেই;
৬. সম্পাদকীয় রচনায় সংবাদপত্রের নীতিমালা ও মতাদর্শিক চরিত্র প্রকাশ পায়;
৭. সম্পাদকীয়'র শেষাংশে সমাধান সহায়ক একটি দিক-নির্দেশনা থাকা চাই।

১৩.৭ সম্পাদকীয় প্রকাশের স্থান ও বিভাগ-বৈচিত্র্য

নিউজ, ভিউজ, বিজ্ঞাপনসহ একটি পত্রিকার মোট স্পেসের দুই শতাংশেরও কম স্থান দেওয়া হয় সম্পাদকীয় নিবন্ধের জন্য। কিন্তু এই দুই শতাংশের কম জায়গাটিও সর্বাধিক গুরুত্ববহু হতে পারে, যদি এর বিষয়বস্তু নির্বাচন, বক্তব্য উপস্থাপন ও লেখার স্টাইল – এই ত্রিমাত্রিক দিকের প্রতি সতর্কতার সঙ্গে খেয়াল রেখে সম্পাদকীয় লেখা যায়।

পত্রিকার অন্যসব পাতায় ছাপা হয় সংবাদ। আর শুধু সম্পাদকীয় পাতায় স্থান পায় অভিযত। তাই সম্পাদকীয় পাতা হলো সংবাদপত্রের একমাত্র জায়গা যেখানে পাঠক কোনো বিষয়ের ওপর পত্রিকার মতামত জানতে পারে এবং ভবিষ্যতের দিক-নির্দেশনা খুঁজে পায়। পত্রিকার একটি নির্ধারিত গুরুত্বপূর্ণ স্থানে (দৈনিক সংবাদপত্রে ক্ষেত্রে সাধারণত পত্রিকার মাঝের কোনো একটি পৃষ্ঠায়) সম্পাদকীয় প্রকাশিত হয় এবং সম্পাদকীয়'র ওপরে বা পাশে পত্রিকার নামফলকের আদলে ‘মাস্টহেড’ ছাপিয়ে বোঝানো হয়-এটি পত্রিকার ‘অভিযত স্তুতি’ বা মতামত কলাম। তবে বড় কোনো ঘটনার ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় লেখাটি প্রথম পৃষ্ঠায়ও পরিবেশিত হতে পারে।

মতামত পাতায় সম্পাদকীয় আকারে পত্রিকার নিজস্ব অভিযত (লিডার ও লিডারেট), সম্পাদকীয় কার্টুন, অন্যদের অভিযত বা কলাম, পর্যালোচনা, পাঠক প্রতিক্রিয়া এবং পাঠকের চিঠিপত্র প্রকাশিত হয়। কোনো কোনো দৈনিকে কখনো কখনো ‘অন্যান্য পত্রিকা কী বলছে’ (What the Press is saying) কিংবা বিদেশি পত্রিকার নির্বাচিত সম্পাদকীয় রচনা প্রকাশের প্রবণতাও লক্ষ করা গেছে।

সংবাদপত্রের মতামত প্রকাশের একাধিক পৃষ্ঠা থাকলে অন্য পৃষ্ঠাগুলোকে বলা হয় ‘ও-পেড’। তবে সম্পাদকীয় পাতার মূল পরিচয় বহনকারী উপাদানটির নাম হলো

মাস্টহেড যা ‘স্টাফ বৰ’ নামেও পরিচিত। এই মাস্টহেডের নিচে প্রথম সম্পাদকীয়টির নাম ‘লিভার’। এরপর যে একটি বা দুটি সম্পাদকীয় লেখা হয় তা সবই ‘লিভারেট’ হিসেবে গণ্য হয়। তবে সম্পাদকীয় কলামে তৃতীয় যে লেখাটি (লিভারেট) প্রকাশিত হয়, তা সাধারণত সহজগম্য অর্থাৎ কম গুরুগতীর বিষয় নিয়ে লেখা হয়। ধরে নেওয়া হয়, নবীন পাঠকেরা এ সহজপাঠ্য সম্পাদকীয় পড়তে পড়তে একসময় উপরের তুলনামূলক ভাবগতীর সম্পাদকীয়টিও পড়তে প্রয়াসী হবেন।

১৩.৮ সম্পাদকীয় লেখার মূলনীতি

সম্পাদকীয় লেখার মূলনীতিগুলো নির্বাচিত যেকোনো বিষয়ের ওপর অভিয়ত ও বিশ্লেষণ তুলে ধরে প্রকৃত সত্য পরিবেশনের ব্যাপারে বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি অনুসরণে গুরুত্বারূপ করে থাকে। এ লক্ষ্যে সম্পাদকীয় লেখকদের নির্দেশিকারূপে অনুসরণযোগ্য কিছু মূলনীতি হতে পারে এরকম:

১. সম্পাদকীয় লেখককে সততার সঙ্গে পরিপূর্ণভাবে সম্পাদকীয় বিষয় তুলে ধরতে হবে;
২. সম্পাদকীয় লেখক কখনোই ব্যক্তিস্বার্থ দ্বারা প্রভাবিত হবেন না; এমনকি নিজের কিংবা অন্যের জন্য বিশেষ সুবিধা লাভের অনুকূলে নিজের ক্ষমতাকে ব্যবহার করবেন না;
৩. সম্পাদকীয় লেখক কখনোই মনে করবেন না যে তিনি ভুল-ভাস্তির উর্ধ্বে;
৪. সম্পাদকীয় লেখককে সম্ম-তথ্য বিশ্লেষণের মাধ্যমে একটি সত্যনিষ্ঠ উপসংহারে উপনীত হওয়ার চেষ্টা করতে হবে;
৫. প্রাণ সব তথ্যের আলোকে সম্পাদকীয় লেখক তার সম্পাদকীয় সিদ্ধান্তগুলোর ব্যাপারে নিয়মিত পর্যালোচনা করবেন;
৬. একজন সম্পাদকীয় লেখক পেশাগত উচ্চমান বজায় রাখতে তার সহকর্মীদের সহায়তা গ্রহণ করবেন।

১৩.৯ সম্পাদকীয়’র ধরন-প্রকৃতি

সম্পাদকীয় লেখার সুনির্দিষ্ট কোনো বিষয় না থাকলেও সময়, অবস্থা এবং গুরুত্বের বিচারে বিভিন্ন আলোচিত বিষয় বা ইস্যুর ওপর সম্পাদকীয় নিবন্ধ লেখা হয়ে থাকে। উপজীব্য বিষয়গুলোর আবেদন ও গুরুত্ব ভিন্ন ভিন্ন হলেও এদের উদ্দেশ্য অভিন্ন। অর্থাৎ পাঠককে নির্দিষ্ট কোনো বিষয়ে জানতে সাহায্য করা, উদ্বৃদ্ধ করা এবং নৈতিকভাবে একটি যৌক্তিক পক্ষ খুঁজে নিতে সাহায্য করাই সম্পাদকীয় প্রকাশের মূল লক্ষ্য।

সংবাদমাদ্যমের সম্পাদকীয় রচনার ক্ষেত্রে নানা দিকমাত্রার আধেয়-প্রকৃতি ও ধরন-প্রকরণ লক্ষ করা যায়, সেসবের কয়েকটি হলো নিম্নরূপ:

১. লিভার এবং লিভারেট;
২. বিতর্কিত সম্পাদকীয়;
৩. বিশ্লেষণধর্মী সম্পাদকীয়;
৪. উদ্বৃক্ষমূলক সম্পাদকীয়;
৫. সমালোচনাধর্মী সম্পাদকীয়;
৬. সময় বা কালনির্ভর সম্পাদকীয়;
৭. বিনোদনমূলক সম্পাদকীয়;
৮. সমস্যা চিহ্নিতকরণ এবং দিকনির্দেশনামূলক সম্পাদকীয়;
৯. অভিনন্দনমূলক সম্পাদকীয়;

১৩.১০ সম্পাদকীয় লিখন: আনুষঙ্গিক প্রক্রিয়া

সম্পাদকীয় লেখার প্রক্রিয়মূলক কাজগুলোকে বিন্যস্ত করা যেতে পারে এভাবে:

১. বিষয় নির্বাচন : সম্পাদকীয়'র বিষয়বস্তু নির্বাচন করা যথেষ্ট দুরহ কাজ। অধিকাংশ সম্পাদক মনে করেন, অধিকাংশ পাঠক যা করতে চায় সেসব বিষয় নিয়ে সম্পাদকীয় লেখা দরকার।
২. প্রাসঙ্গিক বক্তব্য স্থির করা : সম্পাদকীয় লেখার জন্য সুচিত্তি ও প্রাসঙ্গিক বক্তব্য স্থির করে বক্তব্যের সমর্থনে জোরালো যুক্তি ও সুস্পষ্ট ব্যাখ্যা দাঁড় করানো যেতে পারে।
৩. তথ্য সংগ্রহ করা : প্রাসঙ্গিক তথ্য-প্রমাণ সংগ্রহের লক্ষ্যে বিষয়ানুগ অধ্যয়ন, নিবিড় পর্যবেক্ষণ, গভীর অন্তর্দৃষ্টি এবং কার্যকর যোগাযোগের মধ্য দিয়ে কাঞ্জিত মাত্রায় তথ্যসমূহ হওয়ার ধাপটি অতিক্রম করতে হবে।
৪. সম্পাদকীয় নীতি-কাঠামো অনুসরণ : সম্পাদকীয় লেখার সময় সংবাদপত্রের নীতি ও হাউস-স্টাইল অনুসরণ করে সম্পাদকীয় নিবন্ধের নীতি-কাঠামো ঠিক করা দরকার।
৫. তথ্য বিন্যস্ত করা : প্রাণ্ত তথ্য-উপাত্ত এবং স্বীয় প্রজ্ঞার আলোকে একটি সফল সম্পাদকীয় রূপরেখা দাঁড় করিয়ে ব্যস্তা তথ্য বিন্যস্ত করতে হবে। তবে এ ক্ষেত্রে মনে রাখা জরুরি, সম্পাদকীয়তে যেসব সহায়ক (সাপোর্টিং) তথ্য ব্যবহার করা হবে, তার যথার্থতার ওপর সংবাদপত্রের সুনাম বহুলাংশে নির্ভর করবে।

৬. মানসিক প্রস্তুতি সম্পন্ন করা : সম্পাদকীয় লেখককে পরিকল্পনা অনুযায়ী মানসিক দৃঢ়তার সঙ্গে চূড়ান্ত লেখার জন্য প্রস্তুতি সম্পন্ন করতে হবে।

১৩.১১ সম্পাদকীয় রূপরেখা

একটি সম্পাদকীয় রূপরেখা কীরুপ হবে তা এর বিষয়বস্তুর পরিধির ওপর নির্ভর করে। সম্পাদকীয় সাধারণত সংশ্লিষ্ট পত্রিকার নির্বাচিত সাম্প্রতিক কোনো শুরুত্ববহু খবরের ভিত্তিতেই লেখা হয়। অনেক সময় নিজ পত্রিকার বাইরেও সহযোগী অন্য কোনো পত্রিকায় প্রকাশিত শুরুত্বপূর্ণ খবরের পটভূমিতে সম্পাদকীয় রচনার বিষয়বস্তু চয়ন করা যেতে পারে। তবে সম্পাদকীয় লেখার উপজীব্য বিষয়ের সংবাদ-শুরুত্ব ও নৈকট্য, স্থীয় মাধ্যমের অগ্র-গ্রাহ্য সম্পাদকীয় নীতি ও বিবেচনা এবং পাঠকের কাছ থেকে প্রাপ্ত ও প্রত্যাশিত প্রতিক্রিয়ার সঙ্গে এই রূপরেখা সম্পর্কযুক্ত হতে হবে।

প্রতিটি সংবাদ মাধ্যমের নিজস্ব স্টাইল অনুসরণ করেই সাধারণত সম্পাদকীয় বিষয়বস্তু ও তার রূপরেখা নির্ধারণ করা হয়। একজন সম্পাদকীয় লেখক দীর্ঘদিনের লেখার অভিজ্ঞতা থেকেই স্বত্বাবত নিজের মধ্যে একটি সম্পাদকীয় কাঠামো বা রূপরেখা দাঁড় করিয়ে নেন। সেই রূপরেখার ওপর ভিত্তি করে সময়স্থানে তিনি নিজস্ব একটি লেখার কৌশলও রাখ করে ফেলেন। তবে কখনো কখনো লেখক তাঁর অজ্ঞানেই হয়ত লেখার শুরু থেকে শেষাবধি কয়েকটি মৌলিক ধাপ অনুসরণ করে সম্পাদকীয় রূপরেখা চূড়ান্ত করে নেন।

১৩.১২ সম্পাদকীয় লিখন ধাপসমূহ

একটি সম্পাদকীয় লিখতে সাধারণভাবে নিম্নোক্ত মৌলিক ধাপগুলো অনুসরণ করার প্রণতা লক্ষ করা যায়:

১. সম্পাদকীয়'র শুরুতে সম্পাদকীয়'র উপজীব্য ইস্যু/বিষয় সম্পর্কে পত্রিকার দৃষ্টিভঙ্গি বা অবস্থান তুলে ধরা হয়;
২. সম্পাদকীয়'র অবস্থান-সংক্রান্ত বিবরণ বা বৈপরীত্যমূলক মতামত আলোচনা করা হয়;
৩. প্রাসঙ্গিক দিকমাত্রা ও রেফারেন্সসহ বিশদ তথ্য-উপাত্তের আলোকে পত্রিকার অবস্থান প্রমাণ করতে হয়;
৪. সর্বোপরি, উপসংহারে সমস্যার সম্ভাব্য সমাধানধর্মী দুয়েকটি পরামর্শ তুলে ধরা হয়।
এছাড়া, সম্পাদকীয় নিবন্ধের সম্ভাব্য বিভিন্ন ধাপ বা পর্যায়কে ভাগ করা যেতে পারে নিম্নরূপ :

১. বিষয়বস্তু নির্বাচন;
২. উদ্দেশ্য স্থিরীকরণ এবং এর পাঠক চিহ্নিতকরণ;
৩. তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ;
৪. বাকের প্রতিটি শব্দের প্রতি গুরুত্বারোপ;
৫. পাঠককে চিন্তা-ভাবনা করতে সহায়তা করা;
৬. পাঠককে আকৃষ্ণ করে এমন শিরোনাম রচনা;
৭. সর্বোপরি, নির্দেশনামূলক সমাপ্তি।

১৩.১৩ একটি ভালো সম্পাদকীয় লেখা যায় কীভাবে?

সম্পাদকীয় লেখার বিষয়বস্তু যেভাবেই নির্বাচিত হোক না কেন, সম্পাদকীয়কে পাঠকপ্রিয় করতে হলে প্রয়োজন যথোপযুক্ত তথ্য-উপাত্ত, রেফারেন্স, পর্যবেক্ষণ এবং সর্বোপরি এর ভাষাশৈলী হতে হবে সমৃদ্ধমানের।

সম্পাদকীয় এমন বিষয়াঙ্ককে লেখা উচিত যা সংবাদপত্রের সাদামাটা সংবাদে প্রতিভাত হয়নি। সম্পাদকীয় রচনার গঠন-কাঠামো এবং এর বর্ণনা হবে অবশ্যই বিশ্লেষণধর্মী এবং তা হতে হবে একটি সাধারণ সংবাদ-কাহিনির মতোই সহজবোধ্য ও পূর্ণাঙ্গ। সম্পাদকীয়তে যে সহায়ক (সাপোর্টিং) তথ্য ব্যবহার করা হয়, তার যথার্থতার ওপর সংবাদপত্রের সুনাম অনেকটাই নির্ভর করে। এ প্রসঙ্গে দীর্ঘকাল সম্পাদকের দায়িত্ব পালনকারী প্রয়াত সাংবাদিক ওবায়দুল হক বলেন, “সম্পাদকীয় নিবন্ধের কয়েকটি শুণ থাকা আবশ্যিক; যেমন ডাইরেক্টেন্স, ক্ল্যারিটি, সিমপ্লিসিটি ইত্যাদি।”

সম্পাদকীয় লেখককে এমনভাবে ‘অথরিটি’ নিয়ে লিখতে হবে, যাতে করে লেখাটিকে পাঠক অবজ্ঞা বা তুচ্ছজ্ঞান করতে না পারেন। সম্পাদকীয় রচনায় যেরূপ তথ্য-উপাত্ত পরিবেশিত হচ্ছে, পাঠককে তার অনুকূলে আছাই বা উৎসাহী করে তুলতে হবে। আর এই লক্ষ্য তখনই অর্জন সম্ভব, যখন সম্পাদকীয় লেখক তার লেখার মাধ্যমে পাঠককে কার্যকরভাবে উদ্বৃদ্ধ ও আলোড়িত করতে সক্ষম হবেন।

১৩.১৪ সম্পাদকীয় লিখন : অঙ্গ ও অনুষঙ্গ

একটি সফল সম্পাদকীয় লেখার লক্ষ্য নিম্নরূপ বিষয় ও অনুষঙ্গের প্রতি খেয়াল রাখা জরুরি :

১. শিরোনাম : সম্পাদকীয় শিরোনাম আকর্ষণীয় হতে হবে;

- তথ্যের সংগতি : যে বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় মতামত দেওয়া হচ্ছে, তাতে কোনো ধরনের অধ্যাসঙ্গিক ও অসংগতিপূর্ণ তথ্য বা ধারণা পরিবেশিত হচ্ছে কি না সেদিকে লক্ষ রাখতে হবে;
- নির্ভুল পরিবেশনা : সম্পাদকীয় বক্তব্যের বিশ্লেষণ ও উপস্থাপন হতে হবে নির্ভুল;
- সাবলীল ভাষা : সম্পাদকীয়'র ভাষা হবে সহজবোধ্য, নির্ভুল এবং অধিকাংশ মানুষের কাছে তা হবে গ্রহণযোগ্য;
- আকার : ছোট সম্পাদকীয় অধিক জনপ্রিয়; সংগতকারণে গড় সম্পাদকীয়'র দৈর্ঘ্য ৩০০ শব্দের মধ্যে হওয়া উচিত।

১৩.১৫ সম্পাদকীয় লেখার কলাকৌশল

একটি সম্পাদকীয় নিবন্ধ কীভাবে লিখতে হবে, সে সম্পর্কে এক এক পত্রিকা একেক ধরনের কৌশল-পদ্ধতি অনুসরণ করে থাকে। সার্বিকভাবে সম্পাদকীয় লেখকগণ যেসব কলাকৌশল সম্পাদকীয় রচনার ক্ষেত্রে অনুসরণ করে থাকেন, সেসবের কিছু কৌশল-পদ্ধতি এ অংশে তুলে ধরা হলো :

- জনস্বার্থ সংশ্লিষ্ট বিষয় নির্বাচন করা;
- লেখার উদ্দেশ্য ও ফোকাস সুনির্দিষ্ট করা;
- নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে পটভূমিমূলক উপকরণ সংগ্রহ করা;
- বিষয়কেন্দ্রিক সমীক্ষা ও পর্যবেক্ষণলক্ষ তথ্যকে যথাযথভাবে ব্যবহার করা;
- এমনভাবে সম্পাদকীয় বিষয় নির্বাচন করতে হবে, যেখানে চলমান জনদৃষ্টি এবং পাঠকস্বার্থ গুরুত্ব পায়;
- পত্রিকার নিজস্ব পাঠক এবং দেশের সাধারণ জনমতের প্রতিফলন সম্পাদকীয় নিবন্ধে থাকা চাই;
- সম্পাদকীয় লেখার সময় ধরে নেওয়া হয় পাঠক সংশ্লিষ্ট খবরটি জ্ঞাত আছে। তাই সংশ্লিষ্ট সংবাদ সম্পর্কে বিস্তারিত লেখার দরকার নেই;
- সম্পাদকীয়কে একটি সাধারণ সংবাদ-কাহিনির মতোই সহজবোধ্য ও পূর্ণাঙ্গ হতে হবে;
- প্রথমেই যুক্তিসমূহ উপসংহার ঠিক করে নিতে হবে; এরপর বিভিন্ন মাত্রার পয়েন্টগুলোকে সম্পাদকীয় কাঠামোয় যুক্তিযুক্তভাবে সম্পৃক্ত করে নিতে হবে;

১০. সম্পাদকীয় রচনাকে ক, খ, গ – এরূপ ধাপক্রমিকে না লিখে প্রথমত, দ্বিতীয়ত, তৃতীয়ত ক্রমিকে লেখাই নিয়মসিদ্ধ;
১১. সম্পাদকীয়তে ‘আমরা মনে করি’, – এরূপ কথামালা দিয়ে বাক্য বিন্যাস করার রীতিটি সর্বজনীন।
১২. সম্পাদকীয় নিবন্ধে গতকাল, পরশু, আগামীকাল ব্যবহার করা উচিত নয়; এ ক্ষেত্রে তারিখ উল্লেখ করতে হবে;
১৩. সম্পাদকীয় বক্তব্য বা বিশ্লেষণকে আদর্শ বা অর্থবহু কোনো উক্তির মাধ্যমে সংক্ষেপণ করা যেতে পারে;
১৪. কোনো অবস্থায়ই সম্পাদকীয় অবয়বের শেষ অনুচ্ছেদটি ছাঁটাই করা যাবে না; কারণ এখানেই থাকে সম্পাদকীয় নিবন্ধের মূল বক্তব্য।

১৩.১৬ সম্পাদকীয় লিখন: কিছু করণীয়-বজ্জনীয়

১. একটি সম্পাদকীয়তে একটিমাত্র সুনির্দিষ্ট বক্তব্য হাজির করতে হবে;
২. সম্পাদকীয় সূচনায় সরাসরি প্রাসঙ্গিক বিষয়ে আলোকপাত করা উচিত; কারণ সম্পাদকীয় লেখা হয় মূলত বিজ্ঞ বা অগ্রামী পাঠকশ্রেণী ও নীতিনির্ধারকদের জন্য;
৩. সম্পাদকীয় লেখায় যুক্তি থাকবে; পাল্টা যুক্তি উপস্থাপিত হবে। তবে খেয়াল রাখতে হবে, প্রতিপক্ষের যুক্তির ভিত্তে যেন উদ্বিষ্ট যুক্তি হারিয়ে বা দূর্বল হয়ে না যায়;
৪. সম্পাদকীয় রচনায় আবেগ-প্রবণতাকে প্রশ্রয় দেওয়া যেমন ঠিক নয়, তেমনি সম্পাদকীয় রচনায় বিরূপ, বিদ্রোহীক বা টিটকারিমূলক মন্তব্য করা মোটেই কাঞ্চিত নয়;
৫. সম্পাদকীয় লেখার জন্য ৫০০ শব্দের মাঝে ধারণা করতে হবে এবং ৩০০ শব্দের মধ্যে লেখাটি পরিবেশন করতে হবে;
৬. সম্পাদকীয় লেখায় অনাবশ্যক বিশেষণবহুল শব্দ এড়িয়ে যেতে হবে;
৭. বিশেষ বিশেষ শব্দ প্রয়োগের প্রবণতা কিংবা জার্নালিস্টী শব্দ ব্যবহারের মোহ ত্যাগ করতে হবে;
৮. কোনোরূপ তথ্য-ঘাটতি (ইনফরমেশন গ্যাপ) রাখা যাবে না;
৯. সম্পাদকীয় রচনাটি শুরু হবে শান্তি-সুন্দর ও কৌতুহলোদীপক মেজাজের বর্ণনা দিয়ে;
১০. সম্পাদকীয়’র ভাষা হবে আক্রমণবর্জিত, ধারালো ও পরিশীলিত মানের;

১১. সাধারণ মানুষের আবেগ-অনুভূতি অধ্যয়নে সম্পাদকীয় লেখককে ‘সহানুভূতিশীল মননের’ ধারক হতে হবে;
১২. সম্পাদকীয় বর্ণনায় বাস্তব ঘটনাকে অন্তর্ভুক্ত করে কার্যকর ব্যাখ্যার মাধ্যমে সিদ্ধান্তধর্মী সমাপ্তির দিকে এগিয়ে যেতে হবে;
১৩. একটি অনুচ্ছেদ থেকে পরবর্তী অনুচ্ছেদকে ত্রুটি সুস্পষ্ট করে লেখাটিকে পূর্ণাঙ্গ করে তুলতে হবে।
১৪. যেটা ‘আমার কাগজে ছাপা হয়নি, কিন্তু অন্য কাগজে ছাপা হয়েছে’ সেসব তথ্যও সম্পাদকীয় রচনায় ব্যবহার করা যাবে;
১৫. কোনো বিষয়ে সম্পাদকীয় লিখতে হলে, সেই বিষয়ে লেখা সবগুলো পত্রিকা পড়া উচিত।

১৩.১৭ সম্পাদকীয় এবং এর পাঠক-প্রভাব

সম্পাদকীয় রচনার বিষয় নির্বাচনের সঙ্গে এর উদ্দেশ্যাবলি এবং কারা একল যত্নান্ত কলামের পাঠক, তা আন্তঃসম্পর্কিত। গণযোগাযোগের কোনো কোনো তত্ত্বেও (যেমন দ্বি-ধাপ তত্ত্ব, বহুধাপ তত্ত্ব, মাধ্যম নির্ভরশীলতা তত্ত্ব ইত্যাদি) এ সত্যটি প্রমাণিত হয়েছে।

মার্কিন গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞ কেনেথ রিস্ট্রুম তাঁর দি হোয়াই হ্য অ্যান্ড হাউ অব এডিটরিয়াল পেজ গ্রন্থে লিখেছেন, “কয়েক বছর আগেও সম্পাদকীয় পাঠের সংখ্যালঠা মেনে নিয়ে একে ব্যাখ্যা করা হতো টু স্টেপ থিওরি দ্বারা। এই তত্ত্বীয় মতানুসারে, অভিমত নিয়ন্ত্রণকারী অভিজাতদের কাছ থেকে সেটা চুইয়ে পড়ে এবং তা একসময় পৌছে যায় জনতার কাতারে। অভিমত নিয়ন্ত্রণকারীরা যদি কোনো সম্পাদকীয় পাঠ করেন এবং ধরে নেওয়া হতো যে তারা সেটা করেন, সে ক্ষেত্রে সম্পাদকেরা পরোক্ষভাবে ব্যাপক জনসমষ্টির ওপর তাদের প্রভাব ফেলতে পারেন। তবে গবেষণায় দেখা গেছে, জনগণ তাদের অভিমত গড়ে তোলেন অনেক জটিল প্রক্রিয়ার মাধ্যমে। তাঁরা বহু উৎস থেকে উপাদান আহরণ করেন।”

পত্রিকায় বিভিন্ন বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় প্রকাশিত হয়। এ ক্ষেত্রে পাঠক-পছন্দেরও ভিন্ন ভিন্ন মাত্রা লক্ষ করা যায়। বিভিন্ন ধরনের পাঠক বিভিন্ন বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় পাঠ করতে আগ্রহী হন। সম্পাদকীয় পাঠের মধ্য দিয়ে পাঠকসমাজ একটি বিষয়ের নির্যাস তথ্য জানতে পারেন এবং সে বিষয়ে তাঁদের জনমত গঠন করতে পারেন। জনমত গঠনে পত্রিকার সংবাদ ও অভিমত পরিবেশনের তুলনামূলক ভূমিকা বিচার করলে লক্ষ করা যায়, পত্রিকার পাঠক তথা জনগণকে কোনো জাতীয় ইস্যুতে ঐক্যবদ্ধ করতে সম্পাদকীয় কলামের ভূমিকা অনেক ক্ষেত্রেই অগ্রণী।

চূড়ান্ত বিশেষণে একটি সংবাদপত্রকে জবাবদিহি করতে হয় পাঠকের কাছেই। দেশের বা বিদেশের বিখ্যাত পত্রপত্রিকাগুলোর পাঠকপ্রিয়তা পর্যালোচনা করলে দেখা যায়, কোনো কোনো সংবাদপত্র পাঠকপ্রিয় হয়েছে তাদের খবর নির্বাচন ও পরিবেশনের স্বকীয় বৈশিষ্ট্যের কারণে। আবার কোনো কোনো সংবাদপত্র পাঠকপ্রিয় হয়েছে তাদের সম্পাদকীয় ও উপ-সম্পাদকীয়'র জন্য। বাংলাদেশের স্বাধীনতার অব্যবহিত পরে ইতেফাক বিশেষভাবে জনপ্রিয় হয়েছিল তার উপ-সম্পাদকীয়'র কারণে। আমরা লক্ষ করি, আন্তর্জাতিকভাবে খ্যাত সাংগীতিক ইকোনমিস্ট প্রধানত ‘লিডারনিউর’ একটি ম্যাগাজিন। এর সম্পাদকীয়গুলো এতটা সমৃদ্ধ যে ভিন্নমত পোষণকারী পাঠকেরাও তা অত্যন্ত আগ্রহভরে পাঠ করেন।

১৩.১৮ সম্পাদকীয় লেখক ও সম্পাদকীয় বোর্ড

সার্বিক অর্থে ‘সম্পাদকীয়’ হলো সম্পাদকের মতামত এবং এই মতামত এক বা একাধিক গুরুত্বপূর্ণ খবরের ওপর ভিত্তি করে সম্পাদকীয় বক্তব্য আকারে প্রকাশিত হয়। সংবাদপত্রের প্রকাশনা ব্যবস্থাপনা কর্তৃপক্ষের পক্ষে সমসাময়িক বিষয়ের সঙ্গে সম্পর্কযুক্ত কোনো ইস্যুতে সংবাদপত্র বা ম্যাগাজিনের সম্পাদক কিংবা সিনিয়র সম্পাদকীয় লেখকগণ সম্পাদকীয় নিবন্ধ প্রকাশ করে থাকেন।

চূড়ান্ত বিচারে সম্পাদকই নির্ধারণ করে দেন – কে কখন কোন বিষয়ে সম্পাদকীয় লিখবেন। আর এ ব্যাপারে পত্রিকার ভেতরেই একটি সমরোতা থাকে। রাজনীতি, অর্থনীতি, পররাষ্ট্রনীতি আইন-আদালত-বিচার প্রভৃতি বিষয়ের ওপর কে কোনটি নিয়ে লিখবেন, সে ব্যাপারে নিজেদের মধ্যে সবসময়ই একটি আন্তঃসমরোতা বিদ্যমান থাকে। ছোট সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় পৃষ্ঠায় কী প্রকাশিত হবে, তা মূলত সম্পাদক ও প্রকাশক নির্ধারণ করে থাকেন। তারা নিজেদের অভিজ্ঞতা এবং পর্যবেক্ষণলক্ষ তথ্যের ভিত্তিতেই সম্পাদকীয় পরিকল্পনা ও সিদ্ধান্ত গ্রহণ করেন।

সম্পাদকীয় কখনো কখনো সম্পাদক নিজে লিখলেও অধিকাংশ ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় বোর্ডের সদস্যগণই সম্পাদকীয় লেখার দায়িত্ব পালন করেন। আমাদের দেশে সাধারণত সম্পাদকের ব্রিফিংয়ের পরিপ্রেক্ষিতে সম্পাদকীয় বোর্ডের অন্যতম সদস্য হিসেবে সহকারী সম্পাদক বা সিনিয়র সহকারী সম্পাদক পর্যায়ের কেউ তা নিখে থাকেন। বিদেশে অবশ্য ‘লিডার রাইটার’ নামে সম্পাদকীয় লেখকদের গোষ্ঠী বা সংঘ গড়ে উঠেছে।

ঐতিহ্যগতভাবে সংবাদপত্রের জ্যেষ্ঠ সদস্যদের নিয়ে গঠিত হয় সম্পাদকীয় বোর্ড। সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় পাতায় কী কী বিষয় ছাপা হবে, বিশেষ করে

দৈনিকের ক্ষেত্রে আগামীকালের পত্রিকায় কোন বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় নিবন্ধ লেখা হচ্ছে, সম্পাদকীয় বোর্ডের সদস্যগণ প্রতিদিন সেসব পর্যালোচনা করে ঘোষভাবে সিদ্ধান্ত নেন। সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় বোর্ড সাধারণত তাদের পাঠকশ্রেণির রুটি ও আগ্রহ মূল্যায়ন করে কোন ইস্যুটিতে পত্রিকার সুনির্দিষ্ট অভিমত জানানো শুরুত্ববহু, তা বিবেচনায় নিয়ে সম্পাদকীয়’র বিষয় নির্ধারণ করে থাকে। সংগত কারণে এই সম্পাদকীয় লেখকদের ‘জনমতের ছাঁচ নির্মাণকারী’ হিসেবে বর্ণনা করা হয়।

সম্পাদকীয় বিভাগের সঙ্গে সম্পৃক্ত সম্পাদকীয় লেখকগণ সামাজিক দায়বদ্ধতার প্রশ্নে জনসাধারণের কাছে বিশেষভাবে দায়িত্বশীল থাকেন। পারিপার্শ্বিক জীবন ও জগতের নানা পরিবর্তন সম্পর্কে বিশেষভাবে ওয়াকিবহাল থাকা তাদের পেশাগত দায়িত্ব-কর্তব্যেরই অংশ; কারণ নাগরিক জীবনের বিশেষ ইস্যু বা বিষয়ের প্রতি বিশেষজ্ঞ পর্যায়ের জ্ঞান ও প্রজ্ঞা থাকলেই কেবল সেসব বিষয়ের ওপর নিরপেক্ষ, গঠনমূলক ও নির্মোহ অভিব্যক্তি প্রকাশ করা সম্ভব। পেশাদার সম্পাদকীয় লেখকগণ স্বত্বাবতী ব্যক্তিস্থার্থের উর্ধ্বে উঠে সম্পাদকীয় নিবন্ধ লিখে থাকেন।

১৩.১৯ ভালো সম্পাদকীয় লেখকদের কিছু সাফল্যসূত্র

১. সফল সম্পাদকীয় লেখকগণ প্রতিটি ক্ষেত্রেই সত্য অনুসরান করে থাকেন;
২. একজন ভালো সম্পাদকীয় লেখক পাঠকদের সঙ্গে প্রয়োজন মতো মতবিনিময় করেন;
৩. ফলপ্রসূ লেখালেখির কান্তিক্ষত দক্ষতা অর্জনের জন্য প্রয়োজন লেখালেখিতে লেগে থাকা;
৪. সম্পাদকীয় লেখকের কাজ শুরু হয় সংবাদকক্ষ থেকে, আর সবচেয়ে সফল সম্পাদকীয় লেখকগণ তাদের সাংবাদিকতা পেশা শুরু করেন রিপোর্টার হিসেবে;
৫. যেকোনো নতুন বিষয়ে ধারণায়িত হওয়ার ক্ষেত্রে সম্পাদকীয় লেখককে খোলা মনের হতে হবে;
৬. লেখা শুরু করার আগে কাদের জন্য লেখা হচ্ছে, তা নির্ধারণ করতে হবে। পাঠক নির্ধারণ সম্ভব হলে তাঁদের উপযোগী কার্যকর সম্পাদকীয় লেখা সম্ভব হবে (যেমন: খেলাধুলা বিষয়ে সম্পাদকীয় লিখতে গেলে সম্পাদকীয় লেখককে অবশ্যই খেলাধুলা সম্পর্কে পাঠকের মৌলিক ভাবনার বিষয়ে ধারণা রাখতে হবে);

৭. যে বিষয়টি নিয়ে আলোচনা করা হচ্ছে, সে বিষয়টি সম্পর্কে পাঠক পরিচিত কি না, তা নির্ধারণ করা জরুরি;
৮. সম্পাদকীয় লেখকের উচিত, কোনো বিষয়ের ওপর লিখতে গিয়ে বিষয় সংক্রান্ত পর্যাপ্ত প্রশ্ন করা। পারিপার্শ্বিক কোনো বিষয়ে সম্পাদকীয় লিখতে গেলে সেসব প্রশ্নের লেখককে বিষয়ের ওপর পরিচ্ছন্ন ধারণা লাভে সহায়তা করবে;
৯. সম্পাদকীয় রচনায় পাঠকের আগ্রহ ধরে রাখতে যথার্থ ও ফলপ্রসূ পয়েন্টগুলো কার্যকরভাবে তুলে ধরতে হবে;
১০. সফল সম্পাদকীয় লেখকগণ সম্পাদকীয় রচনায় তাৎপর্যবহু তথ্য ও উদাহরণ তুলে ধরেন, যা পাঠককে সম্পাদকীয় লেখকের পক্ষে কিংবা বিপক্ষে অবস্থান নিতে সহায়তা করে;
১১. তাকে জাতীয় ও আন্তর্জাতিক বিভিন্ন বিষয়ের সক্রিয় পাঠক হতে হবে। বিবিধ বিষয়ের পাঠ্যভ্যাস সম্পাদকীয় লেখককে যেকোনো বিষয়ে সঠিক বিবরণ এবং উপজীব্য বিষয়ে প্রাণবন্ত মন্তব্য করতে সহায়তা করে;
১২. সম্পাদকীয় লেখককে সাংবাদিকতার স্টাইল যেমন অনুসরণ করতে হবে, তেমনি কোনো কোনো ক্ষেত্রে নিজস্ব স্টাইলও তৈরি করতে হবে। নিজস্ব স্টাইল তৈরির দক্ষতা সম্পাদকীয় লেখককে অন্যদের চেয়ে পৃথক সন্তা দান করে।

১৩.২০ আকর্ষণীয় সম্পাদকীয় : কিছু দিক-নির্দেশনা

একটি সম্পাদকীয় যেকোনো দৃষ্টিকোণ থেকে যেকোনো বিষয়কে উপজীব্য করে রচিত হতে পারে। সম্পাদকীয় লেখকের অভিমত আকারে যদি নতুন করে কিছু বলার থাকে এবং সেই বক্তব্য তুলে ধরার অনুকূলে পর্যাপ্ত তথ্য-উপাত্ত থেকে থাকে, তাহলেই তিনি লিখতে পারবেন একটি আকর্ষণীয় সম্পাদকীয়।

১৩.২০.১ সম্পাদকীয় বিষয় সম্পর্কে পর্যাপ্ত ধারণা নিন

অনেক সম্পাদকীয় লেখক অপরিচ্ছন্ন ধারণা নিয়ে সম্পাদকীয় লেখা শুরু করেন। এ জন্য তাদের সম্পাদকীয় রচনাটি তীক্ষ্ণধার হয়ে উঠতে পারে না এবং তা পাঠকের কাছেও গ্রহণযোগ্য হয় না। সে জন্য আগে নিশ্চিত হয়ে পূর্ণাঙ্গ ধারণা নিন; নিজেকে জিজ্ঞাসা করুন যে কী আপনার যুক্তির ভিত্তি এবং কেন এই যুক্তি তুলে ধরছেন? আপনার সম্পাদকীয় বিষয় নিয়ে ভাবুন; কেন বিষয়টি নির্বাচন করেছেন, বিষয়ের কোন দিকটি আপনাকে উদ্ব�ৃক্ষ করেছে এবং কোন দিকটি নিয়ে আপনি আত্মতুষ্ট হতে পেরেছেন - লেখা শুরুর আগেই নিজেকে এসব প্রশ্ন করুন।

১৩.২০.২ তথ্য-উপাস্ত তুলে ধরন

একটি ভালো সম্পাদকীয় মূলত যথাযথ তথ্য-উপাস্তের উপস্থাপনার ওপর নির্ভরশীল। সম্পাদকীয় বিষয়ের সব দিক গভীরভাবে বিশ্লেষণ করন এবং পর্যাপ্ত তথ্য-উপাস্ত তুলে ধরন। খেয়ালে রাখুন যে, বিষয়ের ‘সাধারণীকরণ’ একটি আকর্ষণীয় সম্পাদকীয়’র মতৃ ঘটায়।

১৩.২০.৩. যে বিষয়ে কম লেখা হয়েছে সে বিষয়টি বিবেচনায় আনুন

সহজ-সরল যুক্তির স্বার্থে অধিকাংশ মানুষের মতামত বিবেচনায় নিয়ে সম্পাদকীয়’র বিষয় নির্বাচন করা ঠিক হবে না। নির্বাচিত বিষয় সম্পর্কে দীর্ঘক্ষণ ও গভীরভাবে চিন্তা করন। যে বিষয়ে কম লেখা হয়েছে, সে বিষয়টি বিবেচনায় আনুন। আর আপনার কাছে যে দৃষ্টিকোণটি যথাযথ মনে হবে, সে আঙ্গিকেই লেখা শুরু করন। ‘বাই-লাইনের’ স্বার্থে কখনোই আপনার বিশ্বাসের সঙ্গে আপস করবেন না।

১৩.২০.৪. অতিরঞ্জিত করবেন না

সম্মুখ উন্নত বাক্যালাপের সময় কিছুটা অতিরঞ্জন অনেক ক্ষেত্রে প্রত্যাশিত হলেও একটি সুলিখিত সম্পাদকীয়তে অতিরঞ্জন কখনোই প্রত্যাশিত নয়। সুনির্দিষ্ট লক্ষ্য ছাড়া ‘সব সময়’ কিংবা ‘কখনোই না’ এ ধরনের শব্দ পরিহার করা উচিত।

১৩. ২০.৫. বিপরীত মতামতকে বোঝার চেষ্টা করন

সর্বাপেক্ষা ভালো ও যথাযথ সম্পাদকীয় লিখতে হলে আপনার মতের বিরোধী যুক্তিগুলো বুঝতে চেষ্টা করন। আপনার মতামত তুলে ধরার জন্য যেরূপ প্রচেষ্টা রয়েছে, বিরোধী মতামতগুলো বোঝার ক্ষেত্রেও সেরূপ চেষ্টা অব্যাহত রাখুন। আপনার বিরোধী পক্ষ কী যুক্তি তুলে ধরছে এবং কেন তুলে ধরছে তা বোঝার চেষ্টা করন। মনে রাখুন, আপনি একটি যুক্তি তখনই খণ্ডন করতে পারবেন যখন সে যুক্তিটি সম্পর্কে আপনার ধারণা থাকবে পরিচ্ছন্ন।

১৩.২১ সম্পাদকীয় মূল্যায়ন চেকলিস্ট

সম্পাদকীয় লেখার কাজটি শেষ হলে তা সফল রচনা হয়েছে কি না, তা একজন সম্পাদকীয় লেখক কিছু প্রশ্নাগ্রের মাধ্যমে যাচাই করতে পারেন। উন্নতরূপে ইতিবাচক বা ‘হ্যাঁ-সূচক’ হলে ধরে নেওয়া যাবে যে লেখাটি সফল হয়েছে। আর

প্রশ্নের উত্তর ‘না-সূচক’ হলে অনুধাবন করা সহজ হবে যে লেখায় আরও উৎকর্ষ প্রয়োজন। অনুরূপভাবে একটি চেকলিস্টের প্রশ্নগুলো হতে পারে নিম্নরূপ:

১. লেখার ধরন ও স্টাইল সম্পাদকীয়’র বিষয় এবং এর উদ্দেশ্যের সঙ্গে সংগতিপূর্ণ হয়েছে কি?
২. সম্পাদকীয়’র সুনির্দিষ্ট কোনো লক্ষ্য আছে কি না এবং সেই লক্ষ্য পূরণ হয়েছে কি?
৩. সম্পাদকীয়’র শুরুর বাক্যটি যেকোনো ভালো ‘সেলস লেটার’-এর মতো হয়েছে কি?
৪. সম্পাদকীয়’র অনুচ্ছেদগুলো তুলনামূলকভাবে ছোট হয়েছে তো?
৫. সম্পাদকীয়টির সংক্ষিপ্ত কলেবরে সঠিক দিকমাত্রা প্রকাশ পেয়েছে কি?
৬. সম্পাদকীয়টিতে লেখকের চিন্তার ধারাবাহিকতা পরিচ্ছন্নভাবে প্রতিফলিত হয়েছে কি?
৭. সম্পাদকীয়টি পাঠকমনে চিন্তার উদ্বেক বা ভাবনার খোরাক জোগাতে পারছে তো?
৮. সম্পাদকীয় রচনাটি পাঠকের জন্য যথেষ্ট তাৎপর্যপূর্ণ বিষয় হতে পেরেছে কি?
৯. সম্পাদকীয়টি সঠিক জ্ঞানের সাক্ষ্য বহন করছে কি?
১০. উপর্যুক্ত না হয়ে সম্পাদকীয়টি মূল বিষয়কেন্দ্রিক ও তথ্যভিত্তিক হয়েছে তো?
১১. সম্পাদকীয়টি সংশ্লিষ্ট সংবাদমাধ্যমের পেশাদারিত্ব ও আন্তরিকতার পরিচয় বহন করছে কি?

১৩.২২ সম্পাদকীয় নীতিমালা

সব পত্রিকার সম্পাদকীয় নীতি এক ধরনের নয়। সম্পাদকীয় লেখার ধরনও তাই এক এক পত্রিকার একেক রকম। তবে সম্পাদকীয় কলাম যেহেতু সংবাদপত্রের নীতি তুলে ধরে, সে কারণে সম্পাদকীয় লেখকগণ স্ব স্ব কাগজের অনুসৃত সম্পাদকীয় নীতির সঙ্গে সামঞ্জস্য রেখেই কার্যকর যুক্তি ও ব্যাখ্যাসহ পত্রিকার মতামত উপস্থাপন করেন। লিখিত কোনো সম্পাদকীয় নীতিমালা না থাকলেও পেশাদারি ও সামাজিক দায়িত্ব-সচেতন পত্রিকাগুলোতে স্বকীয় আঙিকে এক ধরনের অলিখিত বা প্রচলিত মানের নীতিমালা অনুসরণ করা হয়। আর এরূপ প্রচলিত নীতিমালায় যেসব দিকমাত্রার প্রতি গুরুত্বারোপ করা হয় সেসবের মধ্যে থাকতে পারে-

সম্পাদকীয় লেখকের সততার প্রসঙ্গ, পেশার প্রতি নিষ্ঠাবান থাকার পরামর্শ, প্রকৃত সত্য উদ্ঘাটনের তাগিদ, সাক্ষ্য-প্রমাণের প্রতি যথাযথ গুরুত্বারোপ করার নির্দেশনা, বিবেক-তাড়িত হয়ে নির্মোহ অবস্থান থেকে মতামত গঠন এবং একটি উপসংহারে উপনীত হওয়া, ব্যক্তিস্বার্থের উর্ধ্বে উঠে - কিন্তু সমালোচনার উর্ধ্বে না থেকে দায়িত্ব পালনের আহ্বান ইত্যাদি।

১৯৪৭ সালে প্রতিষ্ঠিত সংবাদপত্র ও সম্প্রচার সম্পাদকীয় লেখকদের সংস্থা 'National Conference of Editorial Writers' (NCEW)-এর প্রণীত সম্পাদকীয় নীতিমালার সংক্ষিপ্ত ভূমিকায় উল্লেখ করা হয় এভাবে :

“সম্পাদকীয় লিখন এমন এক পেশা, যা জনকল্যাণ ও জনসেবার জন্য নিরবিদিত। সম্পাদকীয় লেখকদের প্রধান দায়িত্ব হচ্ছে তথ্য ও নির্দেশনার মাধ্যমে সঠিক সিদ্ধান্ত দেওয়া, যা সুস্থ গণতান্ত্রিক ধারা অব্যাহত রাখতে সহায়ক ভূমিকা পালন করে। এ জন্য সম্পাদকীয় লেখকদের পেশাগত দায়িত্ব সূচারূপভাবে সম্পন্ন করার জন্য সম্পাদকীয় নীতিমালা অনুসরণ করতে হয়।”

একটি আদর্শ সম্পাদকীয় নীতিমালার রূপরেখা কীরুপ হতে পারে তার নমুনাস্বরূপ এনসিইডব্লিউ প্রণীত সংশোধিত সম্পাদকীয় নীতিমালাটি এ অংশে তুলে ধরা হলো:

১. সম্পাদকীয় লেখককে সততার সঙ্গে ও পরিপূর্ণভাবে সত্যকে তুলে ধরতে হবে। সম্পাদকীয় কখনোই আংশিক তথ্যের ভিত্তিতে লেখা যাবে না। সম্পাদকীয় লেখক কখনোই জ্ঞাতসারে তার পাঠককে বিভ্রান্ত করবেন না, কিংবা কোনো ব্যক্তি বা ঘটনাকে ভুলভাবে উপস্থাপন করবেন না।
২. সম্পাদকীয় লেখক সাক্ষ্য-প্রমাণের গুরুত্ব এবং সর্বোচ্চ জনকল্যাণকে বিবেচনায় নিয়ে সত্যনিষ্ঠ ও গঠনমূলক উপসংহারে উপনীত হবেন।
৩. সম্পাদকীয় লেখক কখনোই ব্যক্তিগত সুবিধা লাভের জন্য তার প্রভাবকে ব্যবহার করবেন না। কোনো প্রতিষ্ঠান বা ব্যক্তির পক্ষ থেকে উপহার, বিনামূল্যে ভ্রমণ-সুবিধা কিংবা অন্য কোনো ধরনের সুবিধা লাভ, যা সম্পাদকীয় লেখকের পেশাগত জীবনকে প্রশ্নের সম্মুখীন করতে পারে তা কোনোভাবেই গ্রহণ করা যাবে না।
৪. সম্পাদকীয় লেখককে উপলক্ষ করতে হবে যে, পাঠক ভিন্নমতের উপস্থাপনকে প্রশংসনীয়ভাবে গ্রহণ করে থাকে। তাই সম্পাদকীয় লেখককে সম্পাদকীয় পৃষ্ঠায় ভিন্নমতও তুলে ধরতে হবে। তিনি নিজেও

সমালোচনার উর্ধ্বে নন- তাকে এ কথা উপলব্ধি করতে হবে এবং
সম্পাদকীয় চিঠিপত্র কলামে ধারা দ্বিমত প্রকাশ করতে চান, তাদেরও
সে মত প্রকাশের সুযোগ করে দিতে হবে।

৫. একজন সম্পাদকীয় লেখককে নিয়মিত তার নিজের রায় ও সিদ্ধান্ত
পর্যালোচনা করে দেখতে হবে এবং পূর্ববর্তী ধারণার কারণে ভুল হয়ে
থাকলে তা সংশোধন করতে হবে। দৃষ্টিভঙ্গি পরিবর্তনের এই বিষয়টি
পাঠককেও জানানো উচিত।
৬. উপযুক্ত যুক্তির বুনিয়াদে সুপ্রতিষ্ঠিত- এ রকম বিশ্বাস, আত্মবিশ্বাস বা
আস্থা একজন সম্পাদকীয় লেখকের থাকতে হবে। তিনি কখনো তাঁর
বিবেকবিরুদ্ধ কিছু লিখবেন না। সম্পাদকীয় পৃষ্ঠাটি একাধিক ব্যক্তির
যৌথ প্রয়াসের বা মননের ফল হলে সে ক্ষেত্রে যৌথ মননগত সুফল
এবং সুচিত্তিত ব্যক্তি অভিমতের প্রতি শুন্দা রাখতে হবে।
৭. একজন সম্পাদকীয় লেখক গোপনীয়তা রক্ষার প্রতিশ্রুতির প্রতি সব
সময় সম্মান দেখাবেন। জনগণের তথ্য-চাহিদা পূরণের ক্ষেত্রেই কেবল
তিনি গোপনীয়তা রক্ষার প্রতিশ্রুতি করতে পারেন।
৮. একজন সম্পাদকীয় লেখক বাইরের কোনো সম্পাদকীয় লিখন
সার্ভিসের লেখা সংবাদপত্রের নিজস্ব লেখা হিসেবে প্রকাশ করাকে সব
সময়ই নিরুৎসাহিত করবেন। অনুরূপ সম্পাদকীয়'র উৎসের নাম
প্রকাশ না করা অনৈতিক হবে।
৯. একজন সম্পাদকীয় লেখক সংবাদপত্রের সুচিত্তিত সমালোচনাকে সব
সময় উৎসাহিত করবেন।

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র

১. সংবাদপত্রে প্রকাশিত সম্পাদকীয়: প্রকৃতি ও ধারা বিশ্লেষণ, বাংলাদেশ প্রেস
ইনসিটিউট (পিআইবি), সমীক্ষা-২০০০
২. 'সম্পাদকীয় বিষয় নির্বাচন,' নিরীক্ষা, পিআইবি, সংখ্যা-১৩৪, মে-২০০৫
৩. 'সম্পাদকীয় নিবন্ধ রচনার কলাকৌশল,' নিরীক্ষা, পিআইবি গণমাধ্যম
সাময়িকী, সংখ্যা-১, বর্ষ-১, ১৯৮০
৪. ওবায়েদ-উল-হক, 'সম্পাদকীয় নিবন্ধের ভাষা ও উপস্থাপনা,' নিরীক্ষা,
পিআইবি, ডিসেম্বর ১৯৮০

৫. পার্থ চট্টোপাধ্যায় (সম্পাদিত) সম্পাদক ও সম্পাদকীয়, সংবাদ বিদ্যা (সংকলনগ্রহ), পশ্চিমবঙ্গ রাজ্যপুষ্টক পর্ষৎ, সেপ্টেম্বর ২০০১
৬. Harry W. Stonecipher, *Editorial and Persuasive Writing: Opinion Functions of the News Media*, Communication Arts Books, Hastings House, Publishers, New York, 1979
৭. Journalism Today!, Donald L. Ferguson and Jim Patten, National Textbook Company, Lincolnwood, Illinois, USA, 1988
৮. Scholastic Journalism (6th Edition), Earl English Clarence Hach, Iowa State University Press, USA 1978
৯. How to Become an Editorial Writer:
http://www.ehow.com/how_4489192_become-editorial-writer.html
১০. Editorial Writing - Presentation Transcript:
<http://www.slideshare.net/dre1881/editorial-writing-elementary>
১১. How To Write an Editorial:
http://projects.edtech.sandi.net/montgomery/sandiegowatershed/how_to_write_an_editorial.htm
১২. Writing Tips for Editorials and Persuasive Article Writing:
<http://www.howtodothings.com/hobbies/a4439-how-to-write-an-editorial.html>
১৩. Writing Tips for Editorials and Persuasive Article Writing:
<http://www.howtodothings.com/hobbies/a4439-how-to-write-an-editorial.html>
১৪. How To Write Better Editorial Articles: EzineArticles.com/583861

I keep reminding people that an editorial in rhyme is not a song. A good song makes you laugh, it makes you cry, it makes you think."

-Pete Seeger



অধ্যায় চৌদ্দ

উপ-সম্পাদকীয়

“সাংবাদিকতা অবশ্যই জনসমালোচনা ও আপস-সীমাংসার মধ্যে
হিসেবে কাজ করবে”

— কমিটি অব কনসার্নড জার্নালিস্টস (সিসিজে)

১৪.১. উপসম্পাদকীয় কী ও কেন?

সম্পাদকীয় পাতার দ্বিতীয় গুরুত্বপূর্ণ অভিযন্তনির্ভর রচনা হলো উপ-সম্পাদকীয়। উপসম্পাদকীয়তে লেখক নিজস্ব প্রজ্ঞা ও অভিজ্ঞতার আলোকে কোনো বিষয়ের ওপর ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ পরিবেশন করেন। উপ-সম্পাদকীয়তে সংবাদপত্রের মতামত থাকলেও লেখকের মতামতই মুখ্য। এখানে লেখকের লেখনীশৈলী প্রদর্শনের সুযোগ অবারিত। উপ-সম্পাদকীয় লেখক বিভিন্ন উদাহরণ, উপমা, উদ্ভৃতি এবং প্রয়োজনমতো পরিসংখ্যায়ক তথ্য-উপাত্ত দিয়ে পাঠককে কোনো সমসাময়িক বিষয় বা ঘটনা সম্পর্কে সম্যক উপলব্ধি করতে সাহায্য করেন। সাধারণত পত্রিকার অভ্যন্তরীণ বা বাইরের সিনিয়র কোনো বিশিষ্ট সাংবাদিক, বিশ্লেষক বা সংশ্লিষ্ট বিষয়ের বিশেষজ্ঞ লেখকগণ ঘনামে এ ধরনের স্বকীয় কলাম লিখে থাকেন।

উপ-সম্পাদকীয় রচনার যথেষ্ট সাহিত্যমূল্য রয়েছে। এখানে উপজীব্য বিষয়ের ওপর বহুমাত্রিক বিশ্লেষণ করার সুযোগ থাকে। উপ-সম্পাদকীয়তে লেখক যেকোনো ঘটনার বিশ্লেষণধর্মী বর্ণনার অবতারণা করতে পারেন। এ ক্ষেত্রে ঘটনা বা বিষয়ের নেপথ্য তথ্য-উপাত্ত উপস্থাপন করা খুবই জরুরি। এ ধরনের রচনায় সাধারণত ঘটনার পটুভূমি উল্লেখ করে পাঠককে লেখকের কাছাকাছি নিয়ে আসার চেষ্টা করা হয়।

উপ-সম্পাদকীয়র আবেদন ব্যক্তিগত। এরূপ মন্তব্যাশ্রয়ী রচনায় পাঠকের জীবন-জিজ্ঞাসা, তাঁদের আশা-আকাঙ্ক্ষা ও চাওয়া-পাওয়ার নানা প্রসঙ্গ ও অনুষঙ্গ তুলে ধরার সুযোগ রয়েছে। ফলে এ ধরনের নিবন্ধের মাধ্যমে পত্রিকা এবং এর লেখকের সঙ্গে পাঠকের সরাসরি হস্তয়ের সংযোগ স্থাপিত হয়। উপ-সম্পাদকীয় রচনায় লেখকের লিখনশৈলীর মধ্য দিয়ে পাঠকের নানা প্রশ্নের যৌক্তিক উত্তর বেরিয়ে আসে। উপ-সম্পাদকীয় লেখার জন্য লেখকের পটভূমিমূলক তথ্য-উপাত্ত ও লেখার অনুষঙ্গ-উপকরণ সংগ্রহ করা বিশেষ জরুরি। সে জন্য লেখকের মধ্যে কিছুটা গবেষণার মনোভাব থাকা বাস্তুনীয়। পাশাপাশি, উপ-সম্পাদকীয় লেখকের প্রচুর পাঠাভ্যাস গড়ে তোলা অত্যাবশ্যক।

সংবাদপত্রে সাধারণত সহকারী সম্পাদক, সহযোগী সম্পাদক কিংবা উপ-সম্পাদকগণ উপ-সম্পাদকীয় লিখে থাকেন। কখনো কখনো একটি নির্দিষ্ট নাম বা টাইটেলের আওতায় এবং কোনো কোনো পত্রিকায় ছন্দনামেও উপ-সম্পাদকীয় লেখার প্রবণতা লক্ষ করা যায়। সাম্প্রতিককালে কোনো কোনো পত্রিকার উপ-সম্পাদকীয়তে শিরোনাম এবং সংশ্লিষ্ট লেখকের নামের সঙ্গে তার ছবিও ব্যবহার করা হয়ে থাকে।

সম্পাদকীয়'র চেয়ে উপ-সম্পাদকীয়'র পাঠকসংখ্যা তুলনামূলক বেশি। কেননা, পাঠককে ধরে রাখার যত ধরনের কলা-কৌশল আছে, তা সম্পাদকীয়'র ক্ষেত্রে প্রয়োগ করা সম্ভব হয় না; কিন্তু উপ-সম্পাদকীয়তে তা প্রয়োগ করার পুরোপুরি সুযোগ থাকে। ফলে উপ-সম্পাদকীয়তে লেখক, লেখা ও পাঠকের মধ্যে একটি আন্তরিক সম্পর্ক স্থাপিত হয়।

১৪.২. উপ-সম্পাদকীয়'র বৈশিষ্ট্য

উপ-সম্পাদকীয় লেখার ক্ষেত্রে যেসব বৈশিষ্ট্য কম-বেশি কার্যকর থাকে, সেসবের একটি তালিকা হতে পারে নিম্নরূপ :

- ১ চলমান কোনো সংবাদ-ঘটনার তাত্পর্যবহু কোনো দৃষ্টিকোণ থেকে উপ-সম্পাদকীয়'র বিষয়বস্তু নির্বাচন করা হয়;
- ২ উপ-সম্পাদকীয় লেখায় পত্রিকার নীতিমালার চেয়ে লেখকের নিজস্ব প্রজ্ঞা, অভিজ্ঞতা, বিচার-বিশ্লেষণী দক্ষতা ইত্যাদি বেশি গুরুত্ব পায়। অনেকক্ষেত্রে পত্রিকার নিজস্ব নীতি বা চিন্তা-চেতনার বিরোধী কোনো লেখাও 'প্রতিক্রিয়া' বা এজাতীয় নাম দিয়ে প্রকাশের সুযোগ করে দেওয়া হয়;
- ৩ উপজীব্য বিষয় বা ঘটনার বিপরীত দিকের যত বা বক্তব্য উদ্ভৃত করে সাধারণত উপ-সম্পাদকীয় রচনার অবতারণা করা হয়;

- ৪ উপ-সম্পাদকীয় রচনা কাঠামোয় কোনো বিষয়ের ওপর বিশদ ও বিশ্লেষণধর্মী আলোচনা-পর্যালোচনা অধিক প্রাধান্য পায়;
- ৫ উপ-সম্পাদকীয় নিবন্ধে ভাষাগত নিজস্ব স্টাইল ব্যবহারের বহুমাত্রিক সুযোগ রয়েছে;
- ৬ এ ধরনের রচনায় পাঠক সাহিত্য ও সাংবাদিকতার সংমিশ্রণ স্বাদ লাভ করে থাকে;
- ৭ একুপ লেখায় সাহিত্যধর্মী বা আলংকারিক ভাষা ব্যবহারের পর্যাপ্ত সুযোগ রয়েছে;
- ৮ উপ-সম্পাদকীয় নিবন্ধের কলেবর তুলনামূলক সংক্ষিপ্ত (কম-বেশি ৫০০ শব্দের) হওয়া বাস্তুনীয়।

১৪.৩. উপ-সম্পাদকীয় লিখন কাঠামো

উপ-সম্পাদকীয় লেখার স্বতঃসিদ্ধ বা সার্বজনীন কোনো কাঠামো নেই। একজন লেখক দীর্ঘদিন লিখতে লিখতে নিজের অভিজ্ঞতায় একটি কার্যকর কাঠামো দাঁড় করিয়ে ফেলেন। তাই একেক জনের লেখার কাঠামো একেক রকম হয়ে থাকে। তবে উপ-সম্পাদকীয় লেখার ক্ষেত্রে যেসব সাধারণ ধাপ বা পর্যায় অনুসরণ করা হয়ে থাকে, সংক্ষেপে সেসব হতে পারে নিম্নরূপ :

১. পরিকল্পিত বিষয় নির্বাচন করা;
২. লেখার শুরুতে ঘটনার পটভূমিক আলোচনার সূত্রপাত করা। কোনো উদ্ভূতির উল্লেখ কিংবা সরাসরি পরিস্থিতির বর্ণনাসহ মূল প্রসঙ্গে আলোকপাত করা;
৩. ক্রমেই বিষয়ের গভীরে প্রবেশ করা;
৪. তুলনামূলক ব্যাখ্যা-যুক্তি-পর্যালোচনা তুলে ধরা;
৫. নিবন্ধের শেষাংশে ইতিবাচক, গঠনমূলক ও নির্দেশনামূলক বার্তা দিয়ে পরিসমাপ্তি টানা।

১৪.৪. উপ-সম্পাদকীয় লিখন কৌশল

উপ-সম্পাদকীয় লেখায় অনুসৃত ধাপ বা পর্যায়গুলোকে (১১.৩-এ উল্লিখিত) খেয়ালে রেখে নিম্নোক্তভাবে উপ-সম্পাদকীয় রচনায় হাত দেওয়া যেতে পারে :

১. **বিষয় নির্বাচন :** সাধারণত সংবাদপত্রে প্রকাশিত তাৎপর্যবহু কোনো সংবাদ-ঘটনাকে কেন্দ্র করে উপ-সম্পাদকীয় লেখা হয়। সংগত কারণে বিষয়টিকে জনস্বার্থসংশ্লিষ্ট এবং জন-আগ্রহের বিষয় হওয়া চাই।

- পরিস্থিতি বর্ণনা :** লেখার শুরুতে ঘটনার পরিপ্রেক্ষিত বর্ণনা করতে হবে। কার্যকর কোনো উদ্ভৃতি কিংবা সরাসরি পরিস্থিতির বর্ণনা দিয়ে লেখা শুরু করা যেতে পারে। এ ক্ষেত্রে বিষয়ের ওপর যথেষ্ট প্রজ্ঞা, সুস্মরণিতা ও গবেষণামূলক পর্যবেক্ষণ ক্ষমতার কার্যকর প্রয়োগ করতে হবে।
- বিষয়ের গভীরে প্রবেশ করা :** লেখার শুরুতেই প্রচুর তথ্য-পরিসংখ্যান তুলে ধরে জটিলতা সৃষ্টি করা কিংবা সাবলীল পাঠগম্যতা ক্ষুণ্ণ করা যাবে না। এ ক্ষেত্রে লেখক হালকা বর্ণনা, উদ্ভৃতি বা আসঙ্গিক পরিপ্রেক্ষিতে মূল সমস্যা উপস্থাপন করে এর কার্যকারণ দিকগুলো তুলে ধরতে পারেন। এমনভাবে রচনার ভাষাশৈলী ও তথ্য পরিবেশনায় যত্নবান হতে হবে যাতে করে পাঠক সহজেই লেখার গভীরে প্রবেশ করতে পারে।
- তুলনামূলক পর্যালোচনা :** লেখায় বক্তব্যের পক্ষ-বিপক্ষের যুক্তি ও ব্যাখ্যাসহ বিষয়বস্তুকে ত্রুটি সুস্পষ্ট ও অর্থবহ করার লক্ষ্যে তুলনামূলক পর্যালোচনা করা প্রয়োজন। এ ক্ষেত্রে লেখকের মনে রাখা জরুরি, ‘একপেশে যুক্তি বা ব্যাখ্যার কারণে লেখার বিশ্বাসযোগ্যতা ও পাঠকগ্রহ্যতা কমে যায়’।
- ইতিবাচক ও নির্দেশনামূলক পরিসমাপ্তি :** উপ-সম্পাদকীয় রচনার শেষপ্রান্তে এসে একটি গঠনমূলক, সম্ভাবনায় ও আশাবাঞ্ছক পরিসমাপ্তি টানা প্রয়োজন, যাতে করে এর বিষয়বস্তু সম্পর্কে স্বচ্ছ ধারণা পেয়ে পাঠকবৃন্দ আশাবাদী ও উদ্বৃদ্ধ হয়ে উঠতে পারে। ইতিবাচক ও গঠনমূলক উপসংহার পাঠককে ভাবতে সাহায্য করবে এবং তা জনমত গঠনের কাজ্ঞিত লক্ষ্য পূরণেও সহায়ক হবে।

১৪.৫. উপ-সম্পাদকীয় লিখন : আরও কিছু রীতি-নীতি-কৌশল

উপ-সম্পাদকীয় লেখার ক্ষেত্রে আরও যেসব সাধারণ রীতি-নীতি ও কৌশল অনুসরণ করার প্রবণতা লক্ষ করা যায়, সংক্ষেপে তেমন কিছু দিক নির্দেশনা এ অংশে তুলে ধরা হলো;

১. উপ-সম্পাদকীয়'র জন্য নির্বাচিত বিষয়টিকে সাম্প্রতিক সংবাদ ঘটনার পরিপ্রেক্ষিতে তাৎপর্যবহ ও জুতসহ একটি দৃষ্টিকোণ থেকে বিশ্লেষণ করা জরুরি;
২. উপ-সম্পাদকীয় নিবন্ধের মূল বিষয়কে উপজীব্য করে এর কার্যকর বিশ্লেষণ করা প্রয়োজন;

৩. বিষয়টিকে স্পষ্ট ও বোধগম্য করে তোলার জন্য পক্ষ-বিপক্ষের যুক্তি ও অভিমত তুলে ধরা জরুরি;
৪. প্রাসঙ্গিক নানা উদ্ভিতি ও তথ্য-উপাত্ত দিয়ে বক্তব্যের যথার্থতা ফুটিয়ে তোলা প্রয়োজন;
৫. পাঠকহাত্যা বিবেচনায় নিয়ে সাবলীল ভাষায় নিবন্ধটি পরিবেশন করা উচিত;
৬. লেখার শেষপ্রাণে একটি দিক-নির্দেশনামূলক বক্তব্য উপস্থাপন করাই যুক্তিযুক্ত;
৭. যেরূপ মত বা বক্তব্য উদ্ভৃত করে উপ-সম্পাদকীয় নিবন্ধের অবতারণা করা হয়েছিল, রচনার শেষাংশে গিয়েও সেরূপ বক্তব্যের অনুসিদ্ধান্তমূলক অনুরণন তুলে ধরা বাঞ্ছনীয়।

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. এফ. ফ্রেজার বড়, সাংবাদিকতা পরিচিতি, ফেরদৌস নিগার হোসেন (অনুদিত) বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ১৯৮৭
২. পার্থ চট্টোপাধ্যায় (সম্পাদিত) সংবাদ বিদ্যা (সংকলনসংস্থ), পশ্চিমবঙ্গ রাজ্যপুস্তক পর্যায়, সেন্টেব্র ২০০১
৩. Harry W. Stonecipher, *Editorial and Persuasive Writing: Opinion Functions of the News Media*, Communication Arts Books, Hastings House, Publishers, New York, 1979
৪. Donald L. Ferguson and Jim Patten, *Journalism Today!*, National Textbook Company, Lincolnwood, Illinois, USA, 1988
৫. Earl English Clarence Hach, *Scholastic Journalism* (6th Edition), Iowa State University Press, USA 1978
৬. *Writing Tips for Editorials and Persuasive Article Writing:* <http://www.howtodothings.com/hobbies/a4439-how-to-write-an-editorial.html>
৭. *Column Writing Tips, Oon Yeoh, New Media Guy;* <http://oonyeoh.squarespace.com/column-writing-tips/>

“Comment is free, but facts are sacred.”
– C.P. Scott



অধ্যায় পনের

কলাম লিখন কলাকৌশল

"The times was speechless over the Irish home rule and it took three columns to express its speechlessness."

— Winston Churchill

১৫.১. কলাম কী ও কেন?

সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় পাতার নিয়মিত একটি স্থানে সঞ্চাহের নির্দিষ্ট কোনো দিনে নির্দিষ্ট কোনো লেখকের ব্যক্তিগত মতামতনির্ভর যে রচনা প্রকাশিত হয়, তাকেই আমরা কলাম বলি। প্রথম শ্রেণির সব সংবাদপত্রের পাশাপাশি বিভিন্ন সাম্প্রাহিক ও পার্শ্বিক পত্রিকায় কলাম প্রকাশিত হয়। যারা কলাম লেখেন, তারা ‘কলামনিস্ট’ বা কলাম-লেখক নামে পরিচিত। প্রখ্যাত ও বিশেষজ্ঞ ব্যক্তিগণই সাধারণত কলাম লিখে থাকেন। অভিজ্ঞ কলাম লেখকগণ তাদের ব্যক্তিগত প্রজ্ঞা, বিচার-বিশ্লেষণ ক্ষমতা, দূরদৃষ্টি ও অভিনব রচনাকৌশল প্রয়োগ করে সময়ের সফল ও আকর্ষণীয় কলামগুলো রচনা করেন।

সংবাদপত্রে কলাম পরিবেশনের মূল উদ্দেশ্য হলো পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ করা, পাঠককে আনন্দ দেওয়া এবং সর্বোপরি বিষয়বস্তু ও রচনাশৈলীর মাধ্যমে পাঠকের মন জয় করা। আর কলাম-লেখকের মূল লক্ষ্য থাকে তার স্বকীয় মতামত, দৃষ্টিভঙ্গি ও রচনাশৈলীর মাধ্যমে পাঠকের মনের ওপর তিনি একটি স্থায়ী ছাপ ফেলবেন। সংগত কারণেই কলাম লেখকের ব্যক্তিত্বের সঙ্গে পাঠক দিনে দিনে পরিচিত হয়ে ওঠেন।

একটি সংবাদপত্রের মর্যাদা ও প্রচারসংখ্যা অনেকাংশেই নির্ভর করে পাঠকের কাছে ভালো ভালো কলাম উপহার দেওয়ার সক্ষমতার ওপর। একটি বিশেষ

বৈশিষ্ট্যের কলাম এবং সেই কলাম-লেখকের পরবর্তী লেখা পাঠের জন্য অনেক সময় পাঠক উন্মুখ হয়ে থাকেন।

কলাম বিভিন্ন বিষয় ও প্রসঙ্গের ওপর ভিত্তি করে রচিত হতে পারে। রাজনীতি, অর্থনীতি, সমাজ-সংস্কৃতি, উন্নয়ন বিতর্ক, তথ্যপ্রযুক্তি, খেলাধুলা থেকে শুরু করে হাস্যরসাত্ত্বক বিভিন্ন বিষয় ও প্রসঙ্গ - এমনকি গল্পগুজবও কলামের উপজীব্য হয়ে থাকে।

সাম্প্রতিককালের ক্রমপরিবর্তিত নাগরিক জীবনের জটিলতর কোনো সমস্যা বা ঘটনা বোঝার জন্য প্রতিনিয়ত প্রয়োজন বিশেষজ্ঞ মতামত। আর যাঁরা বা যিনি সহজভাবে কোনো জটিল সমস্যা লিখে বোঝাতে পারেন এবং নিয়মিত সংবাদপত্রে লিখে থাকেন, সময়স্থানে তিনি বা তারাই হয়ে ওঠেন সময়ের সফল কলাম-লেখক।

১৫.২. কলামের বৈশিষ্ট্য

একটি ভালো কলামের যেসব সাধারণ বৈশিষ্ট্য লক্ষ করা যা সেসব হতে পারে নিম্নরূপ :

১. সংবাদপত্রের কলাম পরিবেশনায় লেখার সঙ্গে লেখকের ব্যক্তিত্ব চিহ্নিত হয়ে থাকে;
২. কলাম-লেখক তার লেখায় নিজস্ব ভাবনা ও কল্পনা স্বাধীনভাবে মেলে ধরেন;
৩. কলাম পুরোপুরি ব্যক্তির মতামতনির্ভর রচনা;
৪. সব সময় কলাম বাই-লাইনে লেখা হয়;
৫. সংবাদপত্রের অন্য যেকোনো লেখক-সাংবাদিকের চেয়ে কলাম-লেখকের স্বাধীনতা অনেক বেশি;
৬. কলামে বিষয়বস্তুকে কলাম-লেখক কীভাবে উপস্থাপন করবেন সেটা তার একান্ত নিজস্ব ব্যাপার;
৭. কলাম রচনার আঙ্গিক সংবাদ রচনার আঙ্গিক থেকে ভিন্নতর এবং অনেক বেশি সৃজনশীল;
৮. সাধারণত গল্প বলার মতো করে আকর্ষণীয় বৈশিষ্ট্য কলাম লেখা হয়;
৯. যিনি কলাম লিখছেন তার স্বকীয় মতামতই কলামের প্রাণ;
১০. কলাম সংবাদপত্রের এমন এক পরিবেশনা, যেখানে লেখক ও পাঠকের মধ্যে একটা ‘নিবিড় সংযোগ গড়ে ওঠে এবং আত্মিক বন্ধন তৈরি হয়’।

১৫.৩. বিভিন্ন ধরনের কলাম

সংবাদপত্রে গড়ে যেসব ধরণ-বৈশিষ্ট্যের কলাম প্রকাশের প্রবণতা লক্ষ করা যায়, সেসব ধরণ ও প্রকরণ হতে পারে মোটামুটি এরকম :

১. নাম-পরিচয়যুক্ত কলাম;
২. নাম-পরিচয়হীন সাধারণ কলাম;
৩. প্রদায়ক কলাম;
৪. নবাগতদের কলাম;
৫. জগাখিচুড়ি কলাম;
৬. গসিপ কলাম;
৭. জিঙ্গল কলাম;
৮. বারোয়ারি কলাম।

১৫.৪. কলাম-লেখকের শৃণ-দক্ষতা-কৌশল

১. কলাম-লেখককে সত্যানুসন্ধানের জন্য বিশ্লেষক মনের অধিকারী হতে হয়;
২. একজন দক্ষ কলাম লেখকের তীক্ষ্ণ বিচারবোধ থাকা জরুরি;
৩. ভাষার ওপর থাকবে তার অসাধারণ দখল;
৪. কলাম লেখকের থাকা চাই নিজস্ব একধরনের রচনাশৈলী;
৫. তথ্য-উপাত্তের কার্যকর প্রয়োগ সম্পর্কে তার অনন্য কিছু কৌশল-পদ্ধতি জানা থাকা চাই;
৬. পাঠকের সামনে জটিল বিষয় খুব সহজভাবে উপস্থাপনের কৌশল তার আয়ত্তে থাকবে;
৭. দেশ-বিদেশের রাজনীতি, অর্থনীতি ও সমাজ-সংস্কৃতির পরিবর্তন-প্রবণতা সম্পর্কে কলাম-লেখকের থাকা চাই বিশদ ধারণা, অভিজ্ঞতা ও প্রজ্ঞা;
৮. যুক্তিনির্ভর ও তথ্যনির্ণয় আলোচনা করতে তার থাকতে হবে দূরদৃষ্টিসম্পন্ন ক্ষমতা ও চিন্তার গভীরতা;

১৫.৫. কলাম লিখন কৌশল

প্রকৃতিগত বৈশিষ্ট্যে কলাম লেখার কৌশল-পদ্ধতি অন্য যেকোনো লেখার চেয়ে ভিন্নতর। কেননা কলামের রয়েছে একধরনের নিবেদিত পাঠক। কলাম-লেখকের অনেক অনুসারী বা ভক্ত তৈরি হয়, যারা মনে করেন, কলাম পাঠের মাধ্যমে তারা

জ্ঞান আহরণ, বিষয় সম্পর্কে গভীর ধারণা, শিক্ষা ও বিনোদন পাবেন। নিয়মিত কলাম লেখা নিঃসন্দেহে অত্যন্ত সম্মানের ব্যাপার এবং এটি ভালোভাবে করার জন্য যথেষ্ট আত্মনিয়োগ ও আত্মপ্রস্তুতি প্রয়োজন।

একটি ভালো কলাম লিখতে হলে শুধু মতামত ব্যক্ত করার সক্ষমতা থাকাই যথেষ্ট নয়। কলামে প্রকাশিত মতামত কোনো বিশেষ প্রসঙ্গ বা বিষয়ের দিকে পাঠককে টেনে নিয়ে যায়। সেটা কার্যকরভাবে করতে হলে সেই প্রসঙ্গ বা বিষয়কে পাঠকের কাছে বোধগম্য ও আনন্দময় করে পরিবেশন করতে হবে। কলাম-লেখককে এ কাজটি করতে হবে অনেকটা ‘ইনফো-এডুটেইন-মেন্ট’ পদ্ধতিতে। অর্থাৎ এখানে তথ্য দিতে হবে পাঠককে কিছু শেখানোর উদ্দেশ্যে। আবার এমনভাবে তা উপস্থাপন করতে হবে যাতে করে পাঠ সেগুলো পড়ে আনন্দবোধ করতে পারেন।

কলাম-লেখকের কাজটা অনেকাংশে আইনজীবীদের কাজের সঙ্গে সাদৃশ্যপূর্ণ। আইনজীবীগণ যেমন বিভিন্ন যুক্তি-তর্ক বিচারকের সামনে উপস্থাপন করেন, তেমনি একজন কলাম-লেখক তার দৃষ্টিভঙ্গি পাঠকের সামনে তুলে ধরতে বিভিন্ন যুক্তি-তর্ক উপস্থাপন করে থাকেন। কোনো বিষয়ে সুচিত্তিত যুক্তি গঠনে জ্ঞানের প্রসারতা ও গভীরতা দুটোই প্রয়োজন। একইসঙ্গে একটি নির্দিষ্ট বিষয়কে কেন্দ্র করে গভীরভাবে বিশ্লেষণ তুলে ধরার সক্ষমতাও জরুরি।

অনেক তরুণ লেখক সাদামাটা সংবাদ অথবা ফিচারের চেয়ে কলাম লিখতে বেশি পছন্দ করেন। এ ক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠিত কলাম-লেখকদের লেখা বিশ্লেষণ করলে একজন আগ্রহী কলাম-লেখক বুঝতে সক্ষম হবেন যে কার্যকরভাবে বিনোদনের সঙ্গে একটি বিষয় কীভাবে তুলে ধরতে হয়—কীভাবে উদ্ধৃতি ও পরিসংখ্যান ব্যবহার করতে হয়। এভাবে একজন নবীন লেখক কলাম লেখার কিছু কৌশল আয়ত্তের মাধ্যমে নিজের স্বতন্ত্র ‘ভয়েস ও স্টাইল’ গড়ে তুলতে পারেন।

একজন কলাম-লেখককে সমালোচনা সহ্য করার জন্যও প্রস্তুত থাকতে হবে। কোনো বিষয়ে শক্ত অবস্থান থেকে লিখলে কেউ না কেউ অসন্তুষ্ট হবেন এবং তারাও পাল্টা প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত করবেন, যা অনেক সময় অসৌজন্যমূলক ভাষায়ও হতে পারে। যেমন একটি আদর্শ কলাম রচনার জন্য নিম্নের বিষয়গুলো লেখকের খেয়াল রাখা দরকার:

১. **দৃঢ় প্রত্যয় নিয়ে লিখুন :** এমন বিষয় নিয়ে মতামত ব্যক্ত করুন যা আপনি
আন্তরিকভাবে বিশ্বাস করেন। দৃঢ়তার সঙ্গে বিষয় সম্পর্কে যুক্তি
উপস্থাপন করুন।
২. **বিষয়কে ফোকাস করুন :** একটি নির্দিষ্ট বিষয়কে কেন্দ্র করে কলাম
লিখুন। কলামকে বার্তা-ভারাক্রান্ত করবেন না; বরং নির্দিষ্ট বিষয়কে

- ফোকাস করুন। পাঠকের মাঝে বিষয় সম্পর্কে শক্ত ধারণা তৈরি করুন এবং আপনার দৃষ্টিভঙ্গি যে যথার্থ তা প্রমাণের জন্য এটাই একমাত্র পথ।
৩. বিপরীত দৃষ্টিভঙ্গিকে বুঝুন : বিপরীত যুক্তিরকের প্রতি মনোযোগী হোন। আপন মতামতের ওপর সম্ভাব্য যেসব আপত্তি আসবে তা আগেই অনুমান করুন। সম্ভাব্য যেসব আপত্তি যথার্থ যুক্তির মাধ্যমে ব্যাখ্যা করুন। আপনি যদি বিপরীত মতের প্রতি যথার্থ মনোযোগী না হন, তাহলে আপনার বিপরীত মতের বিরুদ্ধে যথার্থ যুক্তি তুলে ধরা আপনার পক্ষে সম্ভব হবে না।
 ৪. তথ্য-উপাত্ত তুলে ধরুন : যুক্তি যতই শক্তিশালী হোক না কেন, তা অধিক অর্থবহু করতে প্রয়োজনীয় তথ্য-উপাত্ত তুলে ধরতে হবে। আবার কলামে অধিক তথ্য-উপাত্ত ব্যবহার করলে পাঠক বিরক্ত হতে পারে। প্রতিষ্ঠিত উৎস থেকে তথ্য-উপাত্ত ব্যবহার করতে হবে।
 ৫. সাদৃশ্যপূর্ণ বিষয় তুলে ধরুন : যেকোনো বিষয়কে বোধগম্য করে তুলতে অনুরূপ ঘটনার বিবরণ খুবই কার্যকর ভূমিকা পালন করতে পারে। নিত্য জীবনের প্রাসঙ্গিক ও সাদৃশ্যপূর্ণ কোনো ঘটনা বা বিষয় সম্পর্কে পাঠককে বুবাতে সহায়তা করে।
 ৬. সমালোচক হোন : পাঠক সেসব কলাম লেখকের লেখা পছন্দ করে, যারা নামহীন ধারণা ও পলিসির সমালোচনার চেয়ে পদক্ষেপ ব্যক্তিদের সমালোচনা করতে সাহসের পরিচয় দেন। নাম উল্লেখ করে সমালোচনা অনেকসময় বিতর্কের সূত্রপাত করলেও, মানহানিকর না হলে তা পড়তে পাঠক আনন্দ পায়।
 ৭. রিপোর্ট করুন : রিপোর্টিংয়ের অভিজ্ঞতা ছাড়াও কলাম লেখা যায়। কিন্তু কলামের সঙ্গে রিপোর্টিংয়ের কিছু অভিজ্ঞতা যুক্ত হলে ভালো হয়। একপ রিপোর্টিংয়ের মাধ্যমে কোনো বিষয় সম্পর্কে প্রকৃত ধারণা পাওয়া সম্ভব হয়।
 ৮. কলামকে স্থানীয় নৈকট্যে এবং ব্যক্তিক অভিজ্ঞতার পরিপ্রেক্ষিতে তুলে ধরুন: যখনই সম্ভব কলামকে স্থানীয় পরিপ্রেক্ষিতে তুলে ধরার চেষ্টা করুন। কলামে নিজের ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা কিংবা আপনার পরিচিত কোনো ব্যক্তির অভিজ্ঞতাকে সম্পৃক্ত করার চেষ্টা করুন। এটা দূরের একটি বিষয়কে পাঠকের মনস্তান্তিক নৈকট্যে প্রাসঙ্গিক ও স্মরণযোগ্য করে তুলতে বিশেষভাবে সহায়ক হবে।
 ৯. আবেগপ্রবণ হোন : সাধারণত পাঠক নরম ও নিষ্ক্রিয় ভয়েস শুনতে পছন্দ করে না। এমনভাবে কলাম লিখতে হবে যা পাঠককে নাড়া দিতে

পারে। কলামের বিষয় যদি লেখককে উত্তেজিত করতে না পারে তাহলে তা পাঠককেও নাড়া দিতে পারবে না।

১০. সমাধান দিন : শুধু একটি বিষয় উপস্থাপন করলেই চলবে না— উপস্থাপিত বিষয়ের একটি সমাধানও লেখায় তুলে ধরতে হবে। কোনো নীতির সমালোচনা করা হলো অথচ কোনো সমাধান দেওয়া হলো না, তাহলে তা খুব বেশি ফলপ্রসূ কলাম হবে না। পাঠক কলাম পড়ে কোনো বিষয় সম্পর্কে গভীরভাবে জানার জন্য এবং তাদের মনে যেসব প্রশ্ন জাগে তার উত্তর পাওয়ার জন্য।

১৫.৬. কলাম লেখার কিছু কৌশলগত টিপস্

১. কলামের বিষয়টিকে সহজ, সুন্দর ও বোধগম্য করে পরিবেশন করতে হবে;
২. কলাম-লেখকের বক্তব্য পরিবেশিত হবে ভাষাকে আশ্রয় করে। সংগত কারণে কলামের ভাষা হবে সাবলীল ও মনোয়াহী;
৩. কলাম-লেখক তার নিজের যুক্তি প্রতিষ্ঠিত করার জন্য প্রাসঙ্গিক তথ্য-উপাদের অবতারণা করে বক্তব্যের সপক্ষে পাঠককে আনার চেষ্টা করবেন;
৪. কলাম-লেখক পাঠকের কাছে তার রচনা আকর্ষণীয় করে তোলার জন্য অভিনব প্রকাশভঙ্গির আশ্রয় নিতে পারেন;
৫. সফল কলাম-লেখকের প্রধান লক্ষ্য থাকবে— যেন সমস্ত লেখাতেই তার সরব উপস্থিতি থাকে;
৬. কলাম-লেখককে মনে রাখতে হয়, রচনার অভিনবত্বই কলাম রচনার প্রধান আকর্ষণ;
৭. কলামের বিষয়বস্তু উপস্থাপনের সময় কলাম-লেখককে পাঠকের চিন্তিবিনোদনের উপাদান-অনুষঙ্গ সম্পর্কে স্বভাবতই সচেতন থাকতে হবে;
৮. সর্বোপরি কলাম-লেখকের লেখাটি যেন পাঠকের মনে দাগ কাটতে সক্ষম হয়; অর্থাৎ কলামের রচনাশৈলীতেই যেন এমন কিছু জাদু থাকে যা পাঠককে কলাম পড়তেই আনন্দ দেয় এবং কিছুটা হলেও মোহিত করে।

পুনর্গঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

৮. সাংবাদিকতা পরিচিতি, এফ. ফ্রেজার বড, (ফেরদৌস নিগার হোসেন অনুদিত) বাংলা একাডেমী, ঢাকা, ১৯৮৭
৯. সংবাদ বিদ্যা (সংকলনযোগ্য), পার্থ চট্টোপাধ্যায় সম্পাদিত, পশ্চিমবঙ্গ রাজ্যপুস্তক পর্যুৎ, সেপ্টেম্বর ২০০১
১০. *Editorial and Persuasive Writing: Opinion Functions of the News Media*, Harry W. Stonecipher, Communication Arts Books, Hastings House, Publishers, New York, 1979
১১. *Journalism Today!*, Donald L. Ferguson and Jim Patten, National Textbook Company, Lincolnwood, Illinois, USA, 1988
১২. *Scholastic Journalism* (6th Edition), Earl English Clarence Hach, Iowa State University Press, USA 1978
১৩. *Writing Tips for Editorials and Persuasive Article Writing*: <http://www.howtodothings.com/hobbies/a4439-how-to-write-an-editorial.html>
১৪. *Column Writing Tips*, Oon Yeoh, New Media Guy; <http://oonyeoh.squarespace.com/column-writing-tips/>

“Comment is free, but facts are sacred.”

– C.P. Scott



অধ্যায় ঘোল

আলোকচিত্র সাংবাদিকতা

"I believe in equality for everyone, except reporters and photographers."
—Mahatma Gandhi

১৬.১. আলোকচিত্র : ভাষা ও সাংবাদিকতার আদি অনুষঙ্গ

ছবি জীবন ও সময়ের কথা বলে। ছবির মাধ্যমে ভাষার জীবন্ত রূপায়ন ঘটে। তাই ছবির ভাষা সার্বজনীন এবং তা বাচনিক ভাষার সীমাবদ্ধতাকে অনেকাংশেই ছাড়িয়ে যেতে সক্ষম। ছবি মানুষের মনে দীর্ঘমেয়াদী প্রভাব ফেলতে পারে। মানুষের সংবেদনশীল মনে দাগ কাটার ক্ষেত্রে ছবির কার্যকারিতা অপরিসীম। আর তাইতো হাজারো কথা বা শব্দমালা দিয়ে একটি কথার অন্তর্নিহিত অর্থ যেখানে প্রকাশ করা সম্ভব নয়, একটিমাত্র ছবিই সেকথার মর্মার্থ সহজেই বুঝিয়ে দিতে পারে। চীন দেশে একটি প্রবাদ আছে— ‘হাজারটি শব্দের চেয়ে একটি ছবি বেশি কথা বলে’।

বাংলা প্রতিশব্দ হিসেবে ‘ছবি’ বা ‘আলোকচিত্র’ কথাটি এসেছে ইংরেজি শব্দ ফটোগ্রাফি (Photography) থেকে। আর ‘ফটোগ্রাফি’ প্রত্যয়টি উৎসারিত হয়েছে যথাক্রমে দুটি প্রিক শব্দ ‘ফটোজ’ (photos) ও ‘গ্রাফি’ (graphé) থেকে। প্রিক শব্দ ‘ফটোজ’-এর অর্থ ‘আলো’ এবং ‘গ্রাফি’-এর অর্থ ‘অঙ্কন’। আর তাই ফটোগ্রাফি প্রত্যয়টির বাংলা অর্থ হলো আলোকচিত্র। অর্থাৎ শাব্দিক অর্থে আলোকের সাহায্যে যে চিত্র অঙ্কন তা-ই হলো ফটোগ্রাফি বা আলোকচিত্র।

ফটোগ্রাফির উত্তর ও বিকাশের তথ্যাদি পর্যালোচনা করে জানা যায় যে, একাদশ শতাব্দীতে (১০৩৯ খ্রিস্টাব্দে) আরবের বিখ্যাত আলোক বিজ্ঞানী ইবনে আল হাইতাম আল হাজেন প্রথম ক্যামেরা তত্ত্বের আবিষ্কারক। বিজ্ঞানী আল হাজেন (*Ibn Al-Haytham, Alhazen*,) তাঁর লেখায় এমন এক যন্ত্রের কথা উল্লেখ করেন, যার সাহায্যে আলোকিত বস্তুর প্রতিচ্ছবি দেখতে পাওয়া যায়। তিনি একথা উল্লেখ করেন যে তাঁর সময়ের পূর্বে থেকেই এই যন্ত্রটি আরব দেশে পরিচিত ছিল। যতদূর জানা যায়, একাদশ শতাব্দীর পূর্বে চীন দেশে এবং দার্শনিক এরিস্টটলের সময় (এরিস্টটল, ৩৮৪-৩২২ খ্রিস্টপূর্ব) গ্রিসেও ক্যামেরা নিয়ে গবেষণা হয়েছিল।

ইবনে আল হাইতামের ক্যামেরা তত্ত্ব উত্তাবনের বহুকাল পর গবেষণার ধারাবাহিকতায় ১৮২৬ খ্রিস্টাব্দে ফ্রান্সের যোসেফ নিস্ফোর নিংশে প্রথম আলোকচিত্র আবিষ্কার করেন। ১৮৩৫ খ্রিস্টাব্দে ধাতুপাত্রের উপর পজেটিভ ফটো তৈরি করেন ফ্রান্সের লুই জুকুয়ে মানদে দাঙুরের। পরে ১৮৩৯ খ্রিস্টাব্দে কাগজে নেগেটিভ-পজেটিভ পদ্ধতিতে ছবি তৈরি করেন ইংল্যান্ডের হেনরি উইলিয়াম ফর্ড ট্যালবট। একইবছর বৃটিশ-জার্মান জোত্যর্বিদ ও রসায়নবিদ স্যার জন হারশেল ফটোগ্রাফি শব্দের প্রচলন করেন। ১৮৬১ খ্রিস্টাব্দে জেসি ম্যাক্সওয়েল তৈরি করেন প্রথম রঙিন ছবি। এরপর ১৮৮৮ খ্রিস্টাব্দে বুক্সুরাট্রের জর্জ ইস্টম্যান সাধারণ ক্রেতাদের জন্য বাজারে প্রথম ক্যামেরা বিক্রির ব্যবস্থা চালু করেন।

ক্যামেরা শব্দটি এসেছে কাম্রা থেকে, যা ল্যাটিন শব্দ ‘কামারা’ থেকে উত্তৃত। ছোট একটি দেয়াল ঘেরা অঙ্ককার ঘরে সূক্ষ্ম একটি ছিদ্র দিয়ে আলো প্রবেশ করিয়ে ক্যামেরা আবিষ্কারের যাত্রা শুরু হয়েছিল। আর দেয়ালঘেরা অঙ্ককার ঘরটির নাম দেওয়া হয়েছিল ক্যামেরা অব্সকুরা (Camera Obscura or Dark Chamber)। অনুরূপভাবে, গুঁড়ো দুধের টিন দিয়েও ক্যামেরা তৈরি করা সম্ভব হয়েছিল। এ ধরনের ক্যামেরাকে পিনহোল বা লেন্সবিহীন ক্যামেরা বলা হয়। এ ক্যামেরা দিয়ে শুধু স্থির জিনিসের ছবি তোলা যেত।

অগণিত বিজ্ঞানী ও স্জৱনশীল উত্তাবকদের নিরলস অধ্যয়ন-গবেষণার ধারাবাহিকতায় দিনে দিনে বিশ্বব্যাপী প্রসারিত হয় ফটোগ্রাফির সবুজ শেকড়। আলোকচিত্রের বৈজ্ঞানিক জগৎ পেরিয়ে সময়স্তরে আলোকচিত্র হয়ে ওঠে একটি আধুনিক প্রচারশিল্প তথা যোগাযোগ মাধ্যম যা আজ গণমাধ্যম ও নন্দনন্তাত্ত্বিক বিশ্বে সৃষ্টি করেছে অনুভূতির এক স্বকীয় ভূবন।

মানবীয় যোগাযোগের ইতিহাস পর্যালোচনা করলে জানা যায়, লিপি উত্তাবনের পূর্বে মানুষ মূলত ছবির মাধ্যমেই অভিব্যক্তি প্রকাশ করেছে। ছবিই ছিল প্রকৃত অর্থে প্রথম লিখিত ভাষা, যা থেকে সময়স্তরে লিপির উত্তর ঘটে। আর লিপি উত্তাবনের পরবর্তীকালে একপর্যায়ে ছবি দিয়েই গোড়াপত্তন ঘটে সাংবাদিকতার।

আর তাই ইতিহাস অধ্যয়ন করলে আমরা জানতে পারি যে, ছবি বা আলোকচিত্রই হলো ভাষা ও সাংবাদিকতার আদি অনুষঙ্গ যা মানবীয় যোগাযোগের সর্বকালীন শক্তিশালী মাধ্যমও বটে।

সাংবাদিকতার গোড়ার দিকে পত্রিকাগুলোতে বিভিন্নরকম কার্টুন, নকশা ইত্যাদি ব্যবহার করা হতো। কোনো সংবাদ কাহিনি বর্ণনা করার জন্য মানুষ, প্রাণী, বস্তু কিংবা ঘটনার কাল্পনিক ক্ষেত্র ব্যবহার করে পাঠকের কাছে তা বিশ্বাসযোগ্যরূপে তুলে ধরা হতো। পত্রপত্রিকায় ছবির ব্যবহার শুরু হয় মুদ্রণযন্ত্র আবিষ্কারের কয়েক'শ বছর পরে। ভারতীয় উপমহাদেশে গত শতকের ত্রিশের দশকে ফটোগ্রাফির প্রচলন শুরু হলে প্রকাশনার ক্ষেত্রে তা ব্যাপক গুরুত্ব পায়। আর আমাদের দেশে সংবাদপত্রে ছবির ব্যবহার শুরু হয় পঞ্চাশের দশক থেকে। বিগত সাত দশক ধরে এদেশে ফটোসাংবাদিকতা ত্রুমান্বয়ে বিকশিত হয়েছে এবং এরই মধ্যে মুদ্রণ ও ইলেক্ট্রনিক সংবাদমাধ্যমে অত্যন্ত মর্যাদা সহকারে সংযোজিত হয়েছে ফটোসাংবাদিকতার নানা উপাদান ও অনুষঙ্গ।

বর্তমান সময়ের সংবাদপত্র, ইলেক্ট্রনিক সংবাদমাধ্যম, বিজ্ঞাপণ মাধ্যমসহ অন্যান্য গণমাধ্যমের একটি বিরাট অংশই আজ ছবি বা আলোকচিত্রনির্ভর। আবার সংবাদপত্রের একাধিক ইউনিট বা বিভাগের মধ্যে ছবি বা আলোকচিত্র একটি আকর্ষণীয় ক্ষেত্র এবং আধুনিক সংবাদপত্রের পৃষ্ঠাসজ্জায় তা খুবই অপরিহার্য উপাদান।

১৬.২. আলোকচিত্র সাংবাদিকতা কী ও কেন?

শাব্দিক অর্থে আলোকচিত্র সাংবাদিকতা হলো ‘Journalism through Photographs’; অর্থাৎ, ফটো বা আলোকচিত্রের মাধ্যমে কোনো ঘটনা বা কাহিনির সংবাদ পরিবেশন করা। এককথায়, সংবাদের সঙ্গে যেসব ছবি সংবাদমাধ্যমে পরিবেশিত হয় তা-ই ‘নিউজফটো’ বা সংবাদ-আলোকচিত্র। অন্যভাবে বলা যায় কলম, টাইপরাইটার কিংবা কম্পিউটারের চেয়ে ক্যামেরার সাহায্য বেশি নিয়ে সংবাদ পরিবেশন করার যে কৌশল বা কর্মপ্রক্রিয়া- সেটাই হলো আলোকচিত্র সাংবাদিকতা। সহজভাবে একে সংজ্ঞায়িত করে বলা যায়, ফটো বা ছবির মাধ্যমে সংবাদমূল্য আছে এমন কোনো ঘটনা বা কাহিনির সংবাদ পরিবেশন করার প্রক্রিয়াই হলো আলোকচিত্র সাংবাদিকতা। আর এই সংজ্ঞার অভিধানিক ব্যাখ্যা আমরা খুঁজে পাই ফোকাল প্রেস অব ফটোগ্রাফিক ডিকশনারিতে। এই অভিধানে আলোকচিত্র সাংবাদিকতাকে উল্লেখ করা হয়, “Form of journalism recording and presenting factual stories and features for publication by a combination of picture and text,

with primacy emphasis on the pictorial approach and presentation."

অনলাইনভিত্তিক উম্মুক্ত বিশ্বকোষ উইকিপিডিয়া এবং অন্যান্য ওয়েবস্ফেডের তথ্যমতে, "আলোকচিত্র সাংবাদিকতা হলো এমন এক বিশেষ ধরনের সাংবাদিকতা যেখানে ছবির সাহায্যে একটা গল্প বলার চেষ্টা করা হয় - যে গল্পে সংবাদের এক বা একাধিক উপাদান ও সংবাদমূল্য বিদ্যমান থাকে এবং যা সংবাদেরই মতো প্রয়োজনীয় সম্পাদনার পর প্রকাশনা বা সম্প্রচারের জন্য উপস্থাপন করা হয়।"

কিছুদিন আগ পর্যন্ত আলোকচিত্র সাংবাদিকতা বলতে মূলত মুদ্রণমাধ্যমভিত্তিক ছবির পরিবেশনাকেই বোঝানো হতো। তবে বর্তমানে 'ফটোসাংবাদিকতা'র ধারণাটি ইলেক্ট্রনিক ও ওয়েবভিত্তিক- উভয় মাধ্যমে বহুমাত্রিক দৃশ্যচিত্র (স্টিল-অডিও-ভিজ্যুয়াল) পরিবেশনাকেও নির্দেশ করে। আলোকচিত্র সাংবাদিকতা মূলত ফটোগ্রাফির অন্যান্য শাখাগুলো থেকে স্বকীয় বৈশিষ্ট্যে ভিন্নতর। যেমন তথ্যচিত্রের ফটোগ্রাফি, সামাজিক তথ্যচিত্রের ফটোগ্রাফি, লাইফস্টাইল ফটোগ্রাফি, কিংবা খ্যাতিমান ব্যক্তিদের ফটোগ্রাফি ইত্যাদি। ফটোসাংবাদিকদের পরিবেশিত ছবিগুলো যেকোনো সংবাদ মাধ্যমের জনপ্রিয়তা ও পেশাদারিত্ব অর্জনে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

মুদ্রণমাধ্যম তথা সংবাদপত্রের ছবি পাঠককে সংবাদের মর্মার্থ বুঝতে সাহায্য করে। একইসঙ্গে এটি আবার সংবাদপত্রের পৃষ্ঠার একমেয়েমি দূর করার জন্য টাইপোগ্রাফিক্যাল ডিভাইস হিসেবেও কাজ করে। একজন আলোকচিত্র বিশেষজ্ঞ তার লেখায় এই প্রক্রিয়াকে বর্ণনা করেছেন এভাবে: 'একজন সাংবাদিক যেমন শব্দের পিঠে শব্দ সাজিয়ে সংবাদের গাঁথুনি তৈরি করেন, তেমনি ফটোগ্রাফারের নেটবই হচ্ছে তার ফিল্মের সেলুলয়েড, যাতে কাহিনি প্রাণ পায় আলোকবিন্দুর আখরে।'

১৬.৩. আলোকচিত্র সাংবাদিক

একটি সংবাদমাধ্যমের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ বিভাগ হলো আলোকচিত্র বিভাগ। আর এই বিভাগের দায়িত্বে যারা থাকেন, তারাই মূলত আলোকচিত্র সাংবাদিক। সংবাদক্ষেত্রের সাংবাদিকগণ সংবাদ-ঘটনার বিবরণ লেখেন, আর সেই ঘটনাকে আলোকচিত্র সাংবাদিক তার ক্যামেরার সাহায্যে ধারণ করেন এবং তা সংবাদের গুরুত্বপূর্ণ ও সম্পূরক অংশ হিসেবে সংবাদমাধ্যমে পরিবেশন করেন। সংগত কারণে সংবাদের সঙ্গে সংবাদ-আলোকচিত্রের সম্পর্ক যেমন নিবিড় ও সম্পূরক, তেমনি সাংবাদিক ও আলোকচিত্র সাংবাদিক হলেন একে অন্যের পরিপূরক।

সংবাদমূল্য আছে এমনসব ঘটনার যেসব গুরুত্বপূর্ণ ছবি ফটোসাংবাদিকের ক্যামেরায় ধারণ করা হয়, সেসবই মূলত উপজীব্য হয়ে ওঠে আলোকচিত্র সাংবাদিকতায়। আর যিনি সংবাদমূল্য যাচাই করে ক্যামেরার সাহায্যে নিপুণ হাতে এসব সংবাদচিত্রকে ফ্রেমবন্দী করেন তিনিই হলেন আলোকচিত্র সাংবাদিক। নিত্যদিনের কাজে আলোকচিত্র সাংবাদিককে সৃষ্টির কারিগরি দক্ষতা ও শিল্পীর চোখ – এই দু'য়ের কার্যকর সমন্বয় ঘটাতে হয়। আমাদের দেশে ফটোসাংবাদিক বলতে মূলত সেসব প্রেস ফটোগ্রাফারদের বোঝানো হয়, যারা বিভিন্ন দৈনিক, সাংগীতিক এবং ইলেক্ট্রনিক নিউজ মিডিয়ার জন্য নিয়মিত কাজ করে থাকেন। ফ্রিল্যাঙ্গ ফটোগ্রাফারগণও আজকাল আলোকচিত্র সাংবাদিক হিসেবে যথেষ্ট দক্ষতা ও পেশাদারিত্বের সঙ্গে বিভিন্ন নিউজ মিডিয়ায় অবদান রেখে চলেছেন।

আলোকচিত্র সাংবাদিক একজন সাংবাদিকই শুধু নন, তিনি একজন উচ্চমানের চিত্রশিল্পীও বটে। তার পেশাগত কাজে যেমন প্রযুক্তিগত উৎকর্ষের ছোঁয়া জরুরি, তেমনি তার থাকা চাই শিল্পবোধ এবং শিল্পী মনন-মেধার অনন্য সংযোগ। আর এ কথাটিই *Journalism – Made Simple* এন্ট্রের প্রণেতা ডেভিড ওয়েনরাইট মনে করিয়ে দিয়েছেন এভাবে : “The news photographer does not simply point his camera at a scene and hope for the best. He composes a picture , as an artist does. He will look for strong verticle and horizontal lines, for a balanced picture...He must be able to play the camera as a pianist plays a keyboard without looking at his hands.”

প্রযুক্তিজ্ঞান ও শিল্পবোধ ছাড়াও বাচনিক ভাষার শব্দ ও বাক্যের ন্যায় ফটোসাংবাদিকতায়ও আলোকচিত্রের ভাষাজ্ঞান তথা ‘ভিজুয়াল লিটারেসি’র কার্যকর প্রয়োগ করা হয়। আর আলোকচিত্রে এ ভাষাজ্ঞান ভালোভাবে রপ্ত করেই একজন ফটোগ্রাফার তার পেশাগত দায়িত্ব পালন করেন। সংবাদের ভাষা যে তথ্য ও তত্ত্ব পরিবেশন করে, ছবি তাকে নতুন মাত্রা দান করে; একজন ফটোসাংবাদিক তার ক্যামেরার চোখ বা লেপ দিয়ে সংবাদ-ছবির শব্দ-বাক্য-ভাষা সাজিয়ে সংবাদের গাঁথুনিতে কোনো একটি গল্প বলার চেষ্টা করেন, প্রায়শই যা সাংবাদিকতার সার্বজনীন শিল্প সৌন্দর্যে হয়ে ওঠে বিশেষ অর্থবহ।

১৬.৪. সংবাদচিত্র ও সংবাদমূল্য

সংবাদচিত্র সাধারণ কোনো আলোকচিত্র নয়; এটি সংবাদের গুরুত্ববহু ও প্রায়শ অনুষঙ্গ। সংগত কারণে, সেসব ঘটনাকেই সংবাদচিত্র হিসেবে ফ্রেমবন্দী করা হয়, যা মানুষের সমসাময়িক আগ্রহের সঙ্গে যুক্ত এবং যার সঙ্গে সম্পৃক্ত থাকে খবরের মূল্যবাহী এক বা একাধিক মাত্রার উপাদান। একজন চৌকস আলোকচিত্র

সাংবাদিক মূলত তার সংবাদবোধ বা চেতনা (নিউজ সেন্স) প্রয়োগ করে বিষয়ের গুরুত্ব, ঘটনার তাৎপর্য, সময়ের আবেদন ইত্যাদি সংবাদমূল্য নির্ধারক উপাদান যাচাই করে একটি সংবাদচিত্রকে তার নিপুণ হাতে ক্যামেরায় ফ্রেমবন্দী করেন।

পারিপার্শ্বিক জীবন ও জগৎ সম্পর্কে গভীর ধারণা, মর্মত্ববোধ, মনশালিতা এবং অব্যাহত অনুশীলন ও পর্যবেক্ষণলক্ষ অভিজ্ঞতা দিয়েই একজন ফটোসাংবাদিক তার পেশাগত দায়িত্ব পালন করেন। একটি ভালো ছবির জন্য তাকে দীর্ঘ সময় ধরে ধৈর্য সহকারে পরিস্থিতি পর্যবেক্ষণ করে সঠিক সময় বা বিশেষ মুহূর্তের জন্য (Momentum) অপেক্ষায় থাকতে হয়। আর সঠিক সময়ে সঠিক সিদ্ধান্তটি নিতে পারা কিংবা সেই বিশেষ মুহূর্তটি ধরতে পারার মাধ্যমেই একজন ফটোসাংবাদিক পেতে পারেন ইতিহাস সৃষ্টিকারী সংবাদচিত্র ধারণের বিরল সুযোগ।

১৬.৫. ফটোসাংবাদিকতায় নতুন প্রযুক্তির প্রভাব

ছোট ও হালকা ক্যামেরার ব্যবহার সাংবাদিকদের কর্মতৎপরতাকে সমৃদ্ধ করেছে। সেই ১৯৬০ সাল থেকে মোটরচালিত, ইলেক্ট্রনিক ফ্ল্যাশ, অটো-ফোকাস, উন্নত লেন্স এবং বিভিন্ন ক্যামেরার ব্যবহার ছবি গ্রহণের প্রক্রিয়াকে সহজ করে তুলেছে। আগেকার দিনে দীর্ঘ ফিল্ম রোলের ক্যামেরা ব্যবহারে ফটোসাংবাদিকদের যে প্রযুক্তিগত সীমাবদ্ধতা ছিল, তা এখন বিস্ময়করভাবে দূর করে দিয়েছে নতুন নতুন মডেলের ডিজিটাল ক্যামেরা। বর্তমান প্রজন্মের সাধারণ মানের একটি ডিজিটাল ক্যামেরার মেমোরি কার্ডেও হাজার হাজার ছবি সংরক্ষণ করা যায় – এক সময় যা ছিল কল্পনারও অতীত।

ফটোসাংবাদিকতার সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হলো এর সংবাদ আধেয়। ডিজিটাল প্রযুক্তি দ্রুততার সঙ্গে ছবি তোলা এবং ছবি সম্পাদনার ক্ষেত্রে অভূতপূর্ব পরিবর্তন এনে দিয়েছে। মাত্র ১৫ বছর আগেও দূরবর্তী কোনো স্থান থেকে কোনো রঙিন ছবিকে স্ক্যান করে সংবাদ অফিসে পাঠাতে প্রায় ৩০ মিনিট সময় লেগে যেত। ডিজিটাল ক্যামেরা, ল্যাপটপ, কম্পিউটার, ট্যাব বা স্মার্টফোনের কল্যাণে এখন কোনো একটি ঘটনা ঘটার পরপরই একজন ফটোসাংবাদিক কয়েক মিনিট বা কয়েক সেকেন্ডের মধ্যেই অফিসে প্রত্যাশিত ভালো মানের ছবি পাঠাতে সক্ষম। আর এভাবেই আমরা লক্ষ করছি, ইন্টারনেট ও ভ্রাম্যমাণ স্যাটেলাইটসহ আজকের দুনিয়ার সর্বাধুনিক তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি পৃথিবীর যেকোনো প্রান্ত থেকে ছবিকে কাঞ্চিত স্থানে পৌছে দেওয়ার অবারিত সুযোগ তৈরি করে চলেছে।

প্রযুক্তির প্রভাবে ফটোসাংবাদিকতা পেশার গতি-প্রকৃতি ও কর্মপরিধি নানাভাবে পরিবর্তিত হয়েছে। বর্তমানে ছবি ধারণ প্রযুক্তি যেভাবে অগ্রসর হচ্ছে এবং সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যম যেভাবে শক্তিশালী হয়ে উঠছে, তা গণমাধ্যম

ভাবনার প্রচলিত ব্যাকরণকে রীতিমতো প্রশ়্নবিদ্ব করে তুলছে। নিউমিডিয়া তথ্য সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমে শখের বশে যারা অহরহ সংবাদ-ছবি পাঠিয়ে অবদান রাখছেন, ছবিগুলো বহুমাত্রিকভাবে যে হারে দ্রুতগতিতে ছড়িয়ে পড়ছে এবং এসব মাধ্যম ব্যবহারকারীর সংখ্যা দিন দিন যে হারে বেড়ে চলেছে, তাতে করে আমরা এখন ওয়েবভিত্তিক ‘নাগরিক সাংবাদিকতা’র পাশাপাশি এক অনিবার্য ‘নয়ামাধ্যম যুগের’ পরম বাস্তবতা প্রত্যক্ষ করছি।

১৬.৬. কীভাবে হবেন ফটোসাংবাদিক?

সকল আলোচিত্বী বা ফটোঘাফার ফটোসাংবাদিক না হলেও সকল ফটোসাংবাদিকই কিন্তু আলোকচিত্বী। ফটোসাংবাদিক হওয়ার জন্য প্রথমে ভালো ফটোঘাফার হওয়া জরুরি। তাই একজন দক্ষ ফটোসাংবাদিক হতে চাইলে তাকে প্রথমেই জানতে হবে ছবির ভাষা ও ব্যাকরণ। একইসঙ্গে সাংবাদিকতা করার আবশ্যিকীয় মৌলিক ধারণা ও কৌশলগুলোও তাকে ধাপে ধাপে আয়ত্ত করতে হবে। আর এজন্য অধিকাংশ ফটোসাংবাদিককে ফটোঘাফির পাশাপাশি ফটোসাংবাদিকতা বিষয়ের ওপরও প্রাতিষ্ঠানিক প্রশিক্ষণসহ পর্যাপ্ত ব্যবহারিক দক্ষতা ও অভিজ্ঞতা অর্জন করতে হয়। প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা ও কাজের পরিবেশের মধ্য দিয়েই মূলত দক্ষ ফটোসাংবাদিক হওয়ার ধাপ শুরু হয়।

১৬.৭ ফটোসাংবাদিকের প্রাথমিক গুণ ও যোগ্যতা

একজন আদর্শ আলোকচিত্ব সাংবাদিকের অবশ্যই সংবাদ-ছবির গুরুত্ব তথ্য সংবাদমূল্য বোঝার জ্ঞান ও ক্ষমতা থাকতে হবে। আর এজন্য তার থাকা চাই ফটোঘাফি ও ফটোসাংবাদিকতা বিষয়ের ওপর প্রাতিষ্ঠানিক শিক্ষা ও প্রশিক্ষণসহ ব্যবহারিক দক্ষতা ও অভিজ্ঞতা। সংগত কারণে পেশাদার একজন আলোকচিত্ব সাংবাদিক হওয়ার জন্য তার থাকা চাই নিম্নরূপ প্রাথমিক গুণ ও যোগ্যতা:

১. ছবির ভাষা ও ব্যাকরণ বোঝার পাশাপাশি বিভিন্ন মাত্রার আলোকচিত্বে কোনো বিশেষ বিষয়কে ধারণ করার জন্য ‘সংবেদনশীল মনন ও অভিজ্ঞ নয়ন’ থাকা জরুরি;
২. জনগণের সঙ্গে সহজ-স্বচ্ছ সম্পর্ক তৈরির ক্ষমতা এবং কার্যকর আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ দক্ষতা;
৩. ভূমণ্ডের আগ্রহ ও মানসিক প্রস্তুতি; অর্থাৎ অনেক সময় খুবই অল্প সময়ের আগাম নোটিশের ভিত্তিতে দূরবর্তী স্থানে ছুটে যাওয়ার মানসিকতা;
৪. যেকোনো আবহাওয়ায় দীর্ঘক্ষণ বাইরে কাটানোর জন্য মনো-দৈহিক সামর্থ্য বা সক্ষমতা;

৫. হালকা-ভারি যন্ত্রপাতি বহন করা এবং এগুলো দক্ষতার সঙ্গে পরিচালনা করার সক্ষমতা;
৬. ক্যামেরার যন্ত্রপাতিগুলোকে কীভাবে ব্যবহার করতে হবে সে বিষয়ে থাকা চাই পর্যাপ্ত ধারণা ও দক্ষতা;
৭. পৃষ্ঠাসজ্জাগত লে-আউট, ডিজাইন ও গ্রাফিক্সের ধারণা এবং সংবাদ ও ছবি সম্পাদনার প্রয়োজনীয় দক্ষতা ও অভিজ্ঞতা;
৮. সর্বোপরি কর্মক্ষেত্রে সহকর্মীদের প্রতি মানানসই ব্যক্তিত্ব এবং পেশাগত কর্মপরিবেশে খাপ খাইয়ে নেওয়ার শুণ ও যোগ্যতা। অর্থাৎ একজন চৌকস ফটোসাংবাদিককে কথাবার্তা, চালচলন এবং পোশাক-পরিচ্ছেদ অবশ্যই মার্জিত হতে হবে।

১৬.৮ পেশাদার ফটোসাংবাদিকের প্রত্যাশিত দক্ষতা

সংবাদপত্রের অঙ্গসজ্জায় এবং পাঠকের আগ্রহ সৃষ্টির অন্যতম অনুষঙ্গ-উপাদান হলো ছবি। এমনকি অনেক বড় ঘটনার বর্ণনায় নানা প্রশ্নের উত্তর তুলে ধরার ক্ষেত্রে একটি ক্যাপশনযুক্ত ছবিই যথেষ্ট। তবে এক্ষেত্রে নিষ্প্রাণ ছবি হলে চলবে না; ছবি দিয়ে কথা বলাতে হবে। আর এর জন্য চাই সংশ্লিষ্ট আলোকচিত্রীর কিছু প্রত্যাশিত দক্ষতা।

সকল স্থানের আলোকচিত্র একইভাবে ধারণ করা যায় না। পরিবেশ-পরিস্থিতি, আবহাওয়া, আলোর ভূমিকা, যান্ত্রিক সীমাবদ্ধতা ইত্যাদি বিষয় মাথায় রেখে একজন ফটোসাংবাদিককে দক্ষ হাতে কাজ করতে হয়; আর এজন্য চিত্রগ্রহণের পাশাপাশি রিপোর্টিংয়ের কলাকৌশলসহ সাংবাদিকতার কার্যকর চেতনাবোধ থাকা অত্যন্ত জরুরি।

একজন আদর্শ ফটোসাংবাদিকের দক্ষতা অর্জনের জন্য কারিগরি জ্ঞান ও দক্ষতার পাশাপাশি প্রয়োজন সাধারণ বিবেক-বুদ্ধি, তীক্ষ্ণ চিন্তা ও কল্পনাশক্তি। প্রত্যাশিত দক্ষতা অর্জনের জন্য আরও যেসব বিষয়কে খেয়ালে রাখা জরুরি সেসব হচ্ছে:

১. অনুষ্ঠান বা বিষয় সম্পর্কে আগাম ধারণা লাভ;
২. যথাস্থানে সঠিক সময়ে উপস্থিতি;
৩. পরিস্থিতি অনুযায়ী কৌশল ও সিদ্ধান্ত পরিবর্তন;
৪. প্রধান ব্যক্তি বা বিষয়কে প্রাধান্য দিয়ে ঘটনার সামগ্রিকতা ছবিতে ফুটিয়ে তোলা;
৫. স্থান-কাল-পাত্র বিশেষে সহনশীলতা বজায় রাখা;
৬. ক্যামেরা প্রযুক্তির নতুন নতুন উদ্ভোবনী কলাকৌশল রঞ্জ করা;
৭. ভিত্তিআইপি প্রোগ্রাম কাভার করার জন্য নিরাপত্তা পাস ও আইডি কার্ড সঙ্গে রাখা;

৮. পারস্পরিক সমরোতা ও কর্তব্যপরায়ণ হওয়া;
৯. স্পর্শকাতর পরিস্থিতি সর্বদাই পরিহার করা;
১০. পর্যাপ্ত ছবি তোলা, যাতে প্রয়োজনমতো ভালো ছবি বাছাই করা যায়;
১১. ভিভিআইপিদের ছবি তোলার ক্ষেত্রে বিশেষ নির্দেশনা থাকলে তা যথাযথভাবে পালন করা;
১২. পরিশেষে মনে রাখতে হবে, ফটোসাংবাদিককে বেশিরভাগ সময়ই ভিভিআইপিদের সঙ্গে কাজ করতে হয়। সংগত কারণে পরিবেশ-পরিস্থিতি অনুযায়ী সকল অঙ্গন বা মানিয়ে চলার অভ্যাস করা এবং সর্বত্র যথাযথ আচরণ মেনে কাজ করা।

১৬.৯ আলোকচিত্র সাংবাদিকের দায়িত্ব ও কর্তব্য

প্রাত্যহিক দায়িত্ব সুষ্ঠুভাবে পরিচালনার জন্য ফটোসাংবাদিকদের সার্বক্ষণিক প্রয়োজনীয় প্রস্তুতি থাকা আবশ্যিক। জুনিয়র, সিনিয়র, ফ্রিল্যান্সার কিংবা নিজস্ব ফটোসাংবাদিক - সবাই এমনভাবে আলোকচিত্র ধারণ, সম্পাদনা ও পরিবেশন করবেন যাতে গুণগত ও পেশাদারী মান বজায় থাকে। একজন পেশাদার আলোকচিত্র সাংবাদিকের দায়িত্ব ও কর্তব্যের মধ্যে নিম্নরূপ কাজগুলোকে চিহ্নিত করা যেতে পারে:

১. প্রতিদিন রাতে পরবর্তী দিনের কাজ বা অ্যাসাইনমেন্ট যথাযথভাবে পালনের জন্য প্রয়োজনীয় পূর্বপ্রস্তুতি গ্রহণ করা;
২. দরকারি যন্ত্রপাতিসহ ক্যামেরা, লেন্স ইত্যাদির জোগান ও কার্যকর অবস্থা নিশ্চিত করা;
৩. হাতে সময় থাকলে এবং সংবাদ গুরুত্বের বিচারে প্রয়োজন হলে অ্যাসাইনমেন্টের জায়গাটি পরিদর্শনে যাওয়া;
৪. ছবি বা ফুটেজের সংবাদ মূল্য যাচাইপূর্বক প্রয়োজনমাফিক ও ভাস্তুর্প্যবহু দৃশ্য-ছবি ধারণ করা;
৫. একটা সংবাদের পেছনকার সত্য উদ্ঘাটনে সহায়ক তথ্য-ছবি সংগ্রহের জন্য বিষয়টি নিয়ে অধ্যয়ন ও পর্যালোচনা করা;
৬. ছবির সাহায্যে ঘটনার বর্ণনা, গ্রাফিক্স এবং অন্যান্য ডিও-ভিজুয়াল উপাদানগুলো প্রস্তুত করা;
৭. আলোকচিত্র তথা দৃশ্য-ছবির সঙ্গে ক্যাপশন বা প্রয়োজনীয় বর্ণনা দেওয়া;

৮. দৃশ্য-ছবির বর্ণনা এবং অন্যান্য তথ্যচিত্র যথাযথভাবে সম্পাদনা ও কার্যকর পদক্ষেপ গ্রহণের নিমিত্তে দায়িত্বপ্রাপ্তদের কাছে জমা দেওয়া;
৯. ধারণকৃত দৃশ্য বা ছবির ডিজিটাল ফাইলগুলোকে ক্যামেরা বা মেমোরিকার্ড থেকে কম্পিউটারে স্থানান্তরিত করা;
১০. ছবি সম্পাদনার জন্য প্রয়োজনীয় সফটওয়্যার (যেমন: ফটোশপ, এডবি প্রিমিয়ার) ব্যবহার করা;
১১. বিলুপ্ত প্রায় হলেও বিশেষ প্রয়োজনে ডার্করংমের সুযোগ-সুবিধা বজায় রেখে নেগেটিভ অথবা ফিল্মকে প্রক্রিয়াজাত করে প্রিন্ট করা;
১২. দায়িত্বপ্রাপ্ত হলে অন্যান্য ফটোসাংবাদিকের নিয়দিনের কাজ তদারকি করা;
১৩. অফিসের প্রয়োজনে আলোকচিত্র বিভাগকে দরকারি সকল প্রশাসনিক সহায়তা দেওয়া;
১৪. বিশেষ বিশেষ আয়োজনে, যেমন বিশেষ দিবস উপলক্ষ্যে কিংবা কোনো সাময়িকী প্রকাশ/পরিবেশনার জন্য আর্কাইভ বা অন্যান্য সোর্স থেকে ছবি বা ফুটেজ সংগ্রহ করা।
১৫. নিযুক্ত পদের প্রত্যাশিত দায়িত্ব, প্রতিষ্ঠানের সম্পাদকীয় নীতি এবং আলোকচিত্র সাংবাদিকতা পেশার সার্বজনীন নীতি-নৈতিকতা ও মূল্যবোধ অনুসরণ করে সমৃহকাজ সম্পাদন করা।

১৬. ১০ আলোকচিত্র সাংবাদিকতায় ক্যারিয়ার

আলোকচিত্র সাংবাদিকতায় কাজ শুরু করার জন্য উভয় উপায় হলো একজন পেশাদার ফটোসাংবাদিকের সহকারী হিসেবে কাজ করা। সাধারণত সহকারীদের দায়িত্ব থাকে ক্যামেরার যন্ত্রপাতি ও ছবি তোলার সময়সূচি ঠিক করা এবং ছবি তোলার প্রয়োজনীয় প্রস্তুতি গ্রহণ করা।

কোনো একটি সংবাদপত্র বা সংবাদক্ষেত্রের নিজস্ব ফটোসাংবাদিক হিসেবে কাজ করা বা দায়িত্ব পালনের যেমন সুযোগ রয়েছে, তেমনি আগ্রহী যে কেউ ফ্রিল্যান্স ফটোসাংবাদিক হিসেবেও ক্যারিয়ার গঠনের অবারিত সুযোগ গ্রহণ করতে পারেন। নিজস্ব ফটোসাংবাদিক হিসেবে কাজ করলে সাধারণত তার সম্পাদকের কাছ থেকে সংবাদ-সংশ্লিষ্ট ছবি/চলচ্চিত্র সংগ্রহের জন্য নির্দিষ্ট কিছু অ্যাসাইনমেন্টের দায়িত্ব পান এবং সে অনুযায়ী তিনি প্রতিনিয়ত দায়িত্ব পালন করেন। আর ফ্রিল্যান্স হিসেবে ক্যারিয়ার বেছে নিলে সফল ফ্রিল্যান্স মাত্রাই তার ছবি/চলচ্চিত্র প্রকাশের জন্য উপযুক্ত গণমাধ্যম ও উন্মুক্ত বাজার খুঁজে বের

করেন এবং বিক্রি করেন। ফটোসাংবাদিকতার দক্ষতা থাটিয়ে কপিরাইটার, কনটেন্ট ডেভেলপার, এমনকি ব্যবসা সংক্রান্ত মিডিয়া প্রোডাকশনের ক্ষেত্রেও ফটোসাংবাদিকদের দায়িত্ব পালনের সুযোগ রয়েছে।

অনেক সময় ভ্রাম্যমাণ ও ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিকগণ একটা নির্দিষ্ট ক্ষেত্র বা বিষয় নিয়ে কাজ করেন, যেমন প্রকৃতি, পরিবেশ, প্রাণবৈচিত্র্য, লাইফস্টাইল ইত্যাদি। ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিকবৃন্দ বিখ্যাত ব্যক্তিদের ছবি তোলাকেও পেশায় পরিণত করতে পারেন।

১৬.১০.১ নিজস্ব ফটোসাংবাদিক

কোনো প্রতিষ্ঠানে স্থায়ী বা দীর্ঘমেয়াদি চুক্তিতে সংযুক্ত থেকে এডিটর/নিউজ এডিটর/ফটো এডিটরের নির্দেশনা মতো নিজস্ব ফটোসাংবাদিকগণ প্রতিষ্ঠানের চাহিদা অনুযায়ী কাজ করে থাকেন। তারা প্রতিষ্ঠানের নির্ধারিত বেতন-ভাতা পেয়ে থাকেন। সাধারণত নিজস্ব ফটোসাংবাদিকগণ অন্য কোনো একটি প্রতিষ্ঠানে সংযুক্ত থাকতে পারেন না। নিজস্ব ফটোসাংবাদিক প্রতিষ্ঠানের জন্য ব্যয়বহুল হলেও তাদের ভূমিকা খুবই গুরুত্বপূর্ণ এবং জরুরি। তাদেরকে শিফট অনুসারে সদা প্রস্তুত থাকতে হয়। নিজস্ব ফটোসাংবাদিককে পেশাদার ও দক্ষ হতে হবে এবং সর্বদাই ফটো এডিটরের চাহিদা ও তাঁর পত্রিকার নীতি অনুসরণ করে ছবি তুলতে হবে।

১৬.১০.২ ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিক

সুনির্দিষ্ট কোনো প্রতিষ্ঠানে স্থায়ী বা দীর্ঘমেয়াদি চুক্তিতে সংযুক্ত না থেকে নিজের ইচ্ছেমতো আলোকচিত্র বা ফটোফিচার তৈরি করে থাকেন ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিকগণ। কখনো কখনো তারা সুনির্দিষ্ট স্বল্পকালীন কাজে অস্থায়ীভিত্তিতে কাজ করে থাকেন। একজন ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিক এক বা একাধিক প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে চুক্তিবদ্ধ হয়ে কাজ করতে পারেন। আবার নির্দিষ্ট কোনো প্রতিষ্ঠানে চাকরির পাশাপাশি নিজস্ব অবসরে ফ্রিল্যাপ্সার হিসেবেও তিনি কাজ করতে পারেন। কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে চুক্তিবদ্ধ হয়ে আউটসোর্সিংয়ের মাধ্যমেও তিনি একজন দক্ষ ফটোসাংবাদিকের সেবা দিতে পারেন। এতে করে সেবাহীকারী কোনো ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান অল্প ব্যয়ে চাহিদামাফিক উন্নত সেবা পেতে পারে। আমরা লক্ষ করছি, বর্তমানে বাংলাদেশে ফ্রিল্যাপ্সার ফটোসাংবাদিকের সংখ্যা বাঢ়ছে এবং আলোকচিত্রের কর্মক্ষেত্র দিনে দিনে ক্রমসম্প্রসারিত হচ্ছে।

১৬.১০.৩ সামাজিক মাধ্যম, নাগরিক সাংবাদিক ও ফটোসাংবাদিক

বলছি বাহ্ল্য, গগমাধ্যমনির্ভর আমাদের নাগরিক জীবনে আলোকচিত্র সাংবাদিকতা আজ একটি গুরুত্বপূর্ণ ও শক্তিশালী মাধ্যম। সামাজিক মাধ্যমের হাত ধরে সাম্প্রতিকালে নাগরিক সাংবাদিকতার পরিসর বিস্তৃত হচ্ছে। আমরা লক্ষ করছি, বর্তমানে বিভিন্ন সামাজিক মাধ্যমে কমিউনিটি পর্যায় থেকে নাগরিক সাংবাদিকগণ যেসব উপাদান শেয়ার করছেন, তার বড় অংশই ছবিকেন্দ্রিক। আমরা এও লক্ষ করছি, সেইসব ছবি ফটোসাংবাদিকতার বিশাল ভূবনে প্রচুর অবদান রেখে চলেছে। ছবির এই স্বতঃশ্ল এবং সহজপ্রাপ্য প্রযুক্তি হাল-আমলের ক্যামেরা ও স্মার্টফোনে সংযোজিত হয়েছে- যা কিনা কোনো দৃশ্যমান বাস্তবতাকে প্রত্যেকের হাতের মুঠোয় এনে দিয়েছে। সংবাদের দর্শকরাই এখন ইন্টারনেটের সাহায্যে ব্লগ, পডকাস্ট এবং অনলাইন সংবাদভিত্তিক প্ল্যাটফরমে নাগরিক সাংবাদিকতার ভূমিকায় নিজেদেরকে নানাভাবে যুক্ত করে চলেছে।

১৬.১১ কপিরাইট ও ফটোসাংবাদিকতা

যিনি ছবি তুলছেন ছবির স্বত্ত্ব তারই; অর্থাৎ যেকোনো আলোকচিত্রের কপিরাইটের দাবিদার সংশ্লিষ্ট ছবির ফটোগ্রাফার। কোনো প্রতিষ্ঠানে নির্দিষ্ট বেতনে চাকরি করলেও ছবির স্বত্ত্ব সাধারণত ফটোসাংবাদিকেরই হয়ে থাকে। তবে কোনো আলোকচিত্রী বা ফটোসাংবাদিক যদি কোনো প্রতিষ্ঠানে অর্থ কিংবা বেতনের বিনিময়ে তার কপিরাইট বিক্রি করেন, সেক্ষেত্রে ছবির স্বত্ত্ব সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানের। ছবির সবরকমের দায়বদ্ধতা ফটোসাংবাদিককেই যেটাতে হয়। অনেকক্ষেত্রে পেশাদার প্রতিষ্ঠান ফটোসাংবাদিকের কাছ থেকে অনুরূপ সেবাগ্রহণ করে থাকে। আর সংবাদসেবী হিসেবে এই সেবা নিশ্চিত করেন একজন দায়িত্ব সচেতন ফটোসাংবাদিক।

ফটোগ্রাফি হচ্ছে বিজ্ঞান থেকে প্রসূত একটি স্তরনশীল মাধ্যম এবং যুগোপযোগী শিল্পকর্ম। সংগত কারণে কপিরাইট আইন অনুযায়ী ছবির সঙ্গে ফটোসাংবাদিকের নাম প্রকাশ করা জরুরি। যদি ফটোসাংবাদিক ফ্রিল্যাসার হন তবে প্রতিবার ছবি প্রকাশের জন্য ফটোসাংবাদিকের অনুমতি প্রয়োজন হবে এবং প্রতিবারই তার ছবির সম্মানী পরিশোধ করতে হবে। বাংলাদেশের অসংখ্য ফটোসাংবাদিকের ছবি আন্তর্জাতিক মাধ্যমে প্রকাশিত হয় এবং একই ছবি যতবারই প্রকাশ করা হয় সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষ ততবারই ছবির সম্মানী সংশ্লিষ্ট ফটোসাংবাদিককে পাঠিয়ে দেয়।

১৬.১২ আলোকচিত্র সাংবাদিকতায় নীতি-নৈতিকতার বিবেচ্য বিষয়

সংবাদক্ষেত্রের অন্যান্য অঙ্গে সাংবাদিকতার যেসব নীতি-নৈতিকতা, আইন ও আচরণবিধি অনুসরণ করতে হয়, আলোকচিত্র সাংবাদিকতার ক্ষেত্রেও একই কথা প্রযোজ্য। তবে সাধারণ জনগণকে সেবা দেওয়ার ক্ষেত্রে অন্যসব পেশাগত কাজ সম্পাদনে বাড়তি সামাজিক দায়বদ্ধতা উপলক্ষ করা জরুরি। আশা করা হয়, এ পেশার লোকজন ভাড়াটে সৈনিকদের ন্যায় অর্থ বা পুরস্কার তাড়িত না হয়ে বিবেক তাড়িত উচ্চতর নৈতিক আচরণ বজায় রাখার দ্রষ্টান্ত ও অনুপ্রেরণাসমূহ সমৃদ্ধ রেখে তাদের নিয়দিনকার পেশাগত দায়িত্ব পালন করবেন।

আরও আশা করা যায়, একজন পেশাদার আলোকচিত্র সাংবাদিক কী ছবি তুলবেন, কীভাবে ফ্রেম করবেন এবং কীভাবে তা সম্পাদনা করবেন – এসব দৈনন্দিন করণীয় দায়িত্বগুলো যথাযথভাবে পালনের পাশাপাশি তিনি প্রতিনিয়ত নিম্নরূপ বিষয়গুলোকে খেয়ালে রাখবেন:

১. সংবাদের ছবি তোলার ক্ষেত্রে ফটো সাংবাদিকগণ নৈতিকতার প্রশ্নে সবচেয়ে বেশি দ্বিধা- দন্দের সম্মুখীন হন। কী ছবি তুলবেন, কোন ছবি দর্শকদের দেখানো যাবে – এরূপ মৌলিক সিদ্ধান্ত তাকে নিতে হবে সাংবাদিকতায় নীতি-নৈতিকতার আওতায় থেকে।
২. ফটো সাংবাদিকতার আরেকটি প্রধান সমস্যা হলো – ছবির পরিবর্তন কী মাত্রায় এবং কতটুকু গ্রহণযোগ্য হতে পারে, রঙিন করার জন্য ছবিকে কটান পরিবর্তন করা যেতে পারে, ছবির অন্তর্গত কোন অংশকে ছবি থেকে বাদ দিয়ে এতে উৎকর্ষ আনা যেতে পারে – এসব কাজ তাকে নৈতিকতার পরিমিতিবোধ থেকেই সম্পন্ন করতে হবে।
৩. জনসমক্ষে ছবি তোলার ক্ষেত্রে ফটো সাংবাদিক যেমন নিজের সঠিক পরিচয় দেবেন, তেমনি ব্যক্তিগত পর্যায়ে কারও ছবি তুলতে হলে তাঁর অনুমতি নিবেন।
৪. কোনো কোনো সময় সহ-সম্পাদক বা ছবি সম্পাদকের নেওয়া কোনো সিদ্ধান্ত নৈতিকতার দ্বন্দ্ব বাড়াতে কিংবা কমাতে পারে। একটা ছবি শেষ পর্যন্ত কীভাবে ব্যবহৃত হবে, তার নিয়ন্ত্রণ ফটোসাংবাদিকদের হাতে সবসময় থাকে না – এই বিষয়টি সম্পর্কে সচেতন থেকেই সম্ভাব্য বিপত্তি মোকাবিলার চেষ্টা করতে হবে।
৫. পেশা হিসেবে ফটোসাংবাদিকতা হলো একইসঙ্গে বিজ্ঞান ও শিল্পকলা। তাই প্রত্যেক ফটোসাংবাদিকের ব্যক্তিগত দায়িত্ব হলো, সব সময় এমন ছবি খুঁজে বের করা যার মধ্যে দিয়ে প্রকৃত বাস্তবতা এবং সত্যনিষ্ঠতা ফুটে ওঠে।

৮. ব্যবসায়িক প্রচারের প্রয়োজন সত্ত্বেও ছবির উপস্থাপনায় কোনোক্রমে মিথ্যা বার্তা দেওয়া পেশাদার ফটোসাংবাদিকের কাছ থেকে কোনোক্রমেই কাম্য নয়;
৯. সংবাদক্ষেত্রের অনেতিক চাপে প্রভাবিত হয়ে কোনো সুবিধা গ্রহণ কিংবা সংবাদচিত্রের সংবাদমূল্য প্রভাবিত করতে পারে এমন বিষয়ে সতর্ক থাকা;
১০. প্রত্যেক পেশাদার ফটোসাংবাদিকের কাজকে একক ও সম্মিলিতভাবে উৎসাহ দিয়ে ফটোসাংবাদিকতার মান ও উৎকর্ষ বৃদ্ধিতে সহযোগিতা করা;
১১. স্পর্শকাতর বিষয়-ব্যক্তি-বস্ত্র-পরিস্থিতির গুরুত্ব উপলক্ষ্মি করে যথাযথ সংবেদনশীলতা সহকারে ছবি তোলার দায়িত্ব পালন করা;
১২. সংবাদমাধ্যমের স্বাধীনতার পাশাপাশি সংবাদের বিভিন্ন উৎস ও দৃশ্যমান তথ্যক্ষেত্রে প্রবেশাধিকারের মানদণ্ড সমন্বয় রেখে স্বীয় দায়িত্ব পালন করা।
১৩. যেক্ষেত্রে নৈতিকতার নিয়ম-রীতি অনুসরণ করে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ-ছবি সংগ্রহ করা সম্ভব নয়, সেক্ষেত্রে একজন পেশাদার ফটোসাংবাদিক নৈতিকতার মূল্যবোধ আরোপ করবেন সাধারণ জ্ঞান, ভাল বিবেচনা ও জনস্বার্থের কথা মাথায় রেখে।
১৪. সর্বোপরি স্বীয় কর্মপরিধি, প্রতিষ্ঠানের সম্পাদকীয় নীতি, সাংবাদিকতার সার্বজনীন মূল্যবোধ এবং সাংবাদিকতার আচরণবিধি অনুসরণ করে সমৃহকাজ সম্পাদন করা।

পুনর্পাঠ ও সহায়ক তথ্যসূত্র :

১. মনজুর আলম বেগ, আধুনিক ফটোঢাক্ষী, ভারত, ১৯৭৪
২. মাহবুব রহমান ও মোজাহিদুল ইসলাম চেউ, ডিজিটাল ফটোঢাক্ষী, সিসটেক পাকিকেশন্স লিমিটেড, জুন ২০১১,
৩. এ কে এম মহসীন, আধুনিক ফটো সাংবাদিকতার কলাকৌশল, অনন্যা প্রকাশনী, ঢাকা, ২০১৩
৪. Kenneth Kobre, *Photojournalism : The Professional's Approach*, 6th edition Focal Press, 2008.
৫. Y.J. Butler, *The Advanced Digital Photographers Workbook*, Focal Press, 2005

“একজন সাংবাদিক যেমন শব্দের পিঠে শব্দ সাজিয়ে সংবাদের গাঁথুনি তৈরি করেন, তেমনি ফটোঢাক্ষারের নোটবই হচ্ছে তার ফিল্মের সেলুলয়েড, যাতে কাহিনী প্রাপ পায় আলোকবিন্দুর আখরে”



অধ্যায় সতের

সম্প্রচার সাংবাদিকতা

"I'm not looking for announcers. I'm looking for people who know what they're talking about."
— Edward R. Murrow

"Good writing is not insulting your audience; good writing is not talking down to your audience; good writing is not being arrogant. It is the most important thing there is because it will give you a seamless newscast."
— Linda Ellerbee

১৭.১. সম্প্রচার মাধ্যম

সম্প্রচার সাংবাদিকতাকে মুদ্রণ বা প্রিন্ট মাধ্যমের বিপরীত স্বাতের সাংবাদিকতা অর্থাৎ ‘ইলেকট্রনিক সাংবাদিকতা’ হিসেবে চিহ্নিত করা হয়। ইলেকট্রনিক সাংবাদিকতা বলতে মূলত বেতার ও টেলিভিশন সাংবাদিকতাকেই বোঝায়। সাম্প্রতিকালে ইলেকট্রনিক সাংবাদিকতার ক্ষেত্র-পরিসর বেড়েছে বিশ্বকরভাবে। বর্তমানে আমাদের দেশে সরকার নিয়ন্ত্রিত সম্প্রচার মাধ্যমের বিপরীতে বেসরকারি মালিকানায় পরিচালিত হচ্ছে অর্ধশতাধিক টেলিভিশন। এর বাইরে রয়েছে অনেকগুলো বেতার মাধ্যম। সম্প্রচার অভিযানায় এদেশে ইলেকট্রনিক বা সম্প্রচার সাংবাদিকতা পেয়েছে নতুন এক মাত্রা- নতুন এক গতি। সম্প্রচার সাংবাদিকতায় তাই প্রতিনিয়ত যোগ হচ্ছে নতুন মাধ্যম, নতুন নতুন ক্ষেত্র এবং নতুন নতুন পদ্ধতি ও কৌশল।

সাংবাদিকতা : ধারণা ও কৌশল ২৭৭

সংবাদপত্রের দেশীয় অঙ্গন ছেড়ে সাংবাদিকতার বিশ্বব্যাপী পথ পরিক্রমায় বেতার ও টিভি মাধ্যমের পাশাপাশি দেশে আজ প্রতিষ্ঠিত হয়েছে স্যাটেলাইট ও ইন্টারনেট নির্ভর গণমাধ্যমসমূহ। গণমাধ্যমে অব্যাহত ডিজিটাইজেশনের ছাঁয়া সাংবাদিকতা ও গণযোগাযোগ পেশার কর্মপরিধিগত ভৌগলিক ও সাংস্কৃতিক সীমানাকে পিছনে ফেলে আজ আমাদেরকে ঠেলে দিয়েছে বিশ্বমানের প্রতিযোগিতার পরিবেশে। আর সে সুবাদে আমাদের সম্প্রচার মাধ্যমসমূহ আজ বিশ্বমান অর্জনে সচেষ্ট।¹ বাংলাদেশের সম্প্রচার সাংবাদিকতায় এখন এটাই নতুন সহস্রাব্দের অন্যতম সম্ভাবনাময় চ্যালেঞ্জ।

সম্প্রচার সাংবাদিকতাকে আপাতত এখানে আমরা দেশীয় বাস্তবতার আলোকে—
 ১. বেতার সাংবাদিকতা ও ২. টিভি সাংবাদিকতা —এই দু'ভাগে ভাগ করে আলোকপাত করতে পারি। যদিও ইন্টারনেট এবং সেলুলার ফোনের মাধ্যমেও বিশ্বব্যাপী সংবাদ পরিবেশিত হচ্ছে; সময়ের সফল ও সম্ভাবনাময় এ ধারার ডিজিটাল/ইলেকট্রনিক মাধ্যম নিয়ে ভবিষ্যতে আলোচনা করা যেতে পারে। এ অধ্যায়ে বেতার ও টিভি সাংবাদিকতার স্বরূপ-প্রকৃতি ও কলাকৌশলের পাশাপাশি উল্লিখিত মাধ্যম দুটির তুলনামূলক সুযোগ-সুবিধা, কার্যকারিতা ও শক্তিমত্তা নিয়ে আলোচনার করব।

১৭.২. আদর্শ গণমাধ্যম হিসেবে বেতার

- ‘ক্ষুদ্রই সুন্দর’ ('Small is beautiful') কথাটি সাম্প্রতিককালের ‘উন্নয়ন-দর্শনে’ বিশেষভাবে সমাদৃত একটি ধারণা। সেদিক থেকে অন্যান্য মাধ্যমের তুলনায় প্রকৃত অর্থেই বেতার ক্ষুদ্র অর্থে শ্রোতাদের কাছে একটি জনপ্রিয় গণমাধ্যম। এর অন্যতম কারণগুলোর মধ্যে রয়েছে ক্ষুদ্র এই জিনিসটার সহজলভ্যতা, সহজে বহনযোগ্যতা ও ব্যবহারযোগ্যতা।
- বেতার বা রেডিওকে বলা হয় ‘Personal Medium’; রেডিওর শ্রোতাকে সরাসরি আহ্বান (যেমন, সুপ্রিয় পাঠক) করা হয় এবং সাধারণত একবচনে সমোধন (আপনারা না বলে আপনি) করা হয় বলে, এটি হলো অডিয়েন্সের একান্ত ব্যক্তিগত মাধ্যম। সম্প্রচারকালে ধরে নেওয়া হয় যে এই অনুষ্ঠানের শ্রোতা হলো একান্ত অন্তরঙ্গ আলাপে অংশগ্রহণকারী একক কোনো ব্যক্তি; সে কারণে বেতারের সংলাপ বা ভাষ্য একান্ত অন্তরঙ্গ ও আবেদনময়ী হয়ে থাকে।
- পুঁজি কম লাগে এবং প্রযুক্তি ও আয়োজনের জটিলতা বা ঝামেলা কম বলে, অন্য যেকোনো আধুনিক গণমাধ্যমের চেয়ে বেতার সম্প্রচার কার্যক্রম তুলনামূলক সহজসাধ্য ব্যাপার। সে কারণে স্থানীয় পর্যায়ে বেতার শ্রোতাদের কাছে গ্রহণযোগ্যতা এবং তাদের অংশগ্রহণের মাত্রা অত্যন্ত নিবিড় ও গভীর হয়ে থাকে।

৪. প্রকৃত অর্থে গণমানুষের গণমাধ্যম বলতে যা বোঝায়, বাংলাদেশের জনজীবনে বেতার হচ্ছে তেমন একটি আদর্শ মাধ্যম। দেশের প্রতিটি জনপদের প্রত্যেকটি মানুষের জন্যই এটি একটি সহজে ব্যবহারযোগ্য ও সুবিধাজনক মাধ্যম। বিদ্যুৎ না থাকলেও রেডিও শুনতে সমস্যা হয় না; এটি কিনতে খুব বেশি খরচও হয় না। আবার, আজকাল বেশির ভাগ মোবাইল ফোনেই রেডিও শোনা যায়। দেশের যেকোনো অঞ্চলেই বিশেষ করে সরকারি বেতারের ফ্রিকোয়েন্সি পাওয়া যায়। এসব দিক বিবেচনা করলে দেশের সকল নাগরিকের জন্যেই এ মাধ্যমটি অত্যন্ত কার্যকর একটি গণমাধ্যম। সঙ্গতকারণে বলা যায়, রেডিও এদেশের অন্যসব ‘ক্লাস মিডিয়ার (Class media)’ তুলনায় একটি আদর্শ ‘ম্যাস-মিডিয়া (Mass Media)’।
৫. আমাদের দেশের মতো নিরক্ষর জনগোষ্ঠী অধৃষিত উন্নয়নশীল দেশে অন্য যেকোনো মাধ্যমের চেয়ে শিক্ষণ মাধ্যম হিসেবে জনগণের কাছে রেডিও সর্বাপেক্ষা আস্থানির্ভর একটি সম্প্রচার মাধ্যম।
৬. রেডিও শুনতে বিশেষ মনোযোগ বা মনোনিবেশের প্রয়োজন হয় না; কাজের বিষয় না ঘটিয়েও এই মাধ্যমটি ব্যবহার করা যায়, যা সাধারণত অন্য কোনো গণমাধ্যমের ক্ষেত্রে সম্ভব নয়। যুক্তিসঙ্গত কারণেই সাধারণ মানুষের জন্য এটি একটি আদর্শ গণমাধ্যম।
৭. রেডিওতে অন্য যেকোনো মাধ্যমের তুলনায় দ্রুততম সময়ের মধ্যে সংবাদ ও অনুষ্ঠান সম্প্রচার করার সুবিধা সর্বজনবিদিত।
৮. সংবাদ পরিবেশনের ক্ষেত্রে সংবাদপত্রে জায়গা সমস্যা কিংবা পৃষ্ঠাসজ্জার সীমাবদ্ধতার কারণে অনেকসময় গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ বাদ পড়ে যায়; কিন্তু সময়ের স্বল্পতা সত্ত্বেও বেতারের ক্ষেত্রে অনুরূপ সমস্যা বা সীমাবদ্ধতা নেই বললেই চলে।
৯. সংবাদ পরিবেশনে কোনো ভুল হয়ে গেলে বেতারে তাৎক্ষণিকভাবে তা সংশোধন করে নেওয়া যায়; কিন্তু সংবাদপত্রের ক্ষেত্রে তা ঘটলে সংশোধনের সুযোগ থাকে না বললেই চলে। অনেকক্ষেত্রে পরের সংস্করণে ঠিক করা হয়; বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই কমপক্ষে একদিন পরে সংশোধনী ছাপা হয়।
১০. বেতারের সম্প্রচারিত ধ্বনি-শব্দ-চিত্র শ্রোতাদের কাছে অনেকক্ষেত্রে বাস্তব অপেক্ষাও আকর্ষণীয় মনে হয়; অন্যান্য মাধ্যমের ক্ষেত্রে এমন স্বাধীনতা সীমিত।

ISBN 978-984-603-286-4

A standard linear barcode representing the ISBN number 978-984-603-286-4.

9 789846 032864