

# সংবাদের জগৎ

ড. শেখ আবদুস সালাম  
সুধাংশু শেখর রায়



বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট

# সংবাদের জগৎ

ড. শেখ আবদুস সালাম  
সুধাংশু শেখর রায়



বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট

প্রকাশক  
মহাপরিচালক  
বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট

প্রথম প্রকাশ  
জুন ১৯৯৮

দ্বিতীয়-প্রকাশ  
এপ্রিল-২০১০

প্রচ্ছদ  
মোমিন উদ্দীন খালেদ

মুদ্রণ  
মহানগর অফসেট প্রিন্টিং প্রেস  
ব্যাংক হাউজিং সোসাইটি, হাসনাবাদ  
দক্ষিণ কেরানীগঞ্জ,  
ঢাকা-১৩১০।

মূল্য  
৳ ৮০.০০ (আশি টাকা) মাত্র

© পিআইবি কর্তৃক সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত

ISBN : 984-70287-0007-6

## প্রসঙ্গ-কথা

সাংবাদিক এবং সংবাদপত্রের একটি বিশাল জগৎ রয়েছে। সেই জগতে রয়েছে নানা ধরনের খুঁটিনাটি বিষয়। ‘সংবাদের জগৎ’ ম্যানুয়ালটি এ সকল খুঁটিনাটি বিষয় নিয়ে লেখা। সংবাদের সংজ্ঞা, সংবাদ কী, কীভাবে সংবাদের শিরোনাম লিখতে হবে, সংবাদ সম্পাদনা, সংবাদের উৎস, রিপোর্টিং ইত্যাকার নানা বিষয় ম্যানুয়ালটিতে অত্যন্ত সহজ-সরল ভাষায় উপস্থাপন করা হয়েছে। একজন নবীন সাংবাদিক ও সাংবাদিকতার ছাত্রের জন্য ম্যানুয়ালটি খুবই উপযোগী। ১৯৯৮ সালে বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট ম্যানুয়ালটি প্রথম প্রকাশ করে। প্রকাশের পরপরই পাঠকের চাহিদার কারণে প্রথম মুদ্রণ দ্রুত শেষ হয়ে যায়। বর্তমানে সাংবাদিক ও বিশ্ববিদ্যালয়ের শিক্ষার্থীদের কাছ থেকে তাগিদ আসায় ম্যানুয়ালটির পুনঃপ্রকাশের কাজ সম্পন্ন করা হলো।

ম্যানুয়ালটি সাংবাদিকতায় যাদের সবেমাত্র পদচারণা শুরু হয়েছে এবং সাংবাদিকতায় যারা লেখাপড়া করছেন তাদেরসহ আত্মহী পাঠকের উপকারে আসলে আমাদের প্রয়াস সার্থক হবে বলে আমি বিশ্বাস করি।

মোঃ আবুবকর সিদ্দিক

মহাপরিচালক

বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট

## ভূমিকা

সাংবাদিকতা হচ্ছে জনগণের জন্য তথ্য আহরণ এবং তা দিয়ে সংবাদবিবরণী লেখা ও প্রকাশের বৃত্তি।

সংবাদপত্র, সাময়িকী, জার্নাল প্রভৃতি মুদ্রণ-মাধ্যমের মধ্য দিয়ে সেই বিবরণী প্রকাশিত হয় এবং রেডিও, টিভি ও অন্যান্য মাধ্যমে তা প্রচারিত হয়। সেদিক থেকে এসব মাধ্যম বিশেষ করে সংবাদপত্র, রেডিও এবং টিভি হলো সংবাদ-উপযোগী তথ্য আহরণ এবং জনগণের কাছে তা পৌছানোর শক্তিশালী হাতিয়ার বৈকি।

আজকের জগতের সুপরিচিত সওদার অন্যতম এক সওদা হচ্ছে সংবাদ। আর সংবাদের জগৎ হচ্ছে এক বিস্ময়কর জগৎ। এই জগৎ মানুষের একে অপরকে জানা এবং অভিজ্ঞতা, চিন্তা-চেতনা, ধ্যান-ধারণা ও ভাব বিনিময়ের জগৎ। এই জগতের অন্যতম অনুঘটক হলো সাংবাদিক, যার প্রধান দায়িত্ব হচ্ছে জানানো। অবশ্য একনিষ্ঠ সংবাদ গ্রাহকও সংবাদ জগতের অন্যতম বাসিন্দা।

এই ম্যানুয়ালটি সংবাদের সেই ভুবনে নিয়ে যাবে যেখানে বসবাস করছেন প্রতিবেদক, সহ-সম্পাদক, সহকারী সম্পাদক, শিডার লেখক, ফিচার লেখক প্রমুখ। যারা এই সুকুমার বৃত্তিকে নিজেদের পেশা ও মনন হিসেবে নিতে চান তাঁদের জন্য বইটি খুবই সহায়ক হবে। যারা, বিশেষত সাংবাদিকতায় যাদের সবে পদচারণা শুরু হয়েছে তাঁদের জন্য এই ম্যানুয়ালটি খুবই উপকারে আসবে বলে আমাদের বিশ্বাস।

ম্যানুয়ালটি রচনায় আমরা বেশ কিছু বইয়ের সাহায্য নিয়েছি। ম্যানুয়ালের পেছনে সহায়ক গ্রন্থপঞ্জীর নাম লিপিবদ্ধ হয়েছে। তারপরেও “ডাইমেনশন্স অব মডার্ন জার্নালিজম” বইটির কথা অবশ্যই উল্লেখ করতে হয়। কারণ ম্যানুয়ালটিতে সন্নিবেশিত তথ্যের সিংহভাগই ওই বইটি থেকে ধার নেয়া হয়েছে।

বইটি প্রকাশে বাংলাদেশ প্রেস ইনস্টিটিউট-এর প্রকাশনা ও ফিচার বিভাগের উদ্যোগ প্রশংসার দাবিদার। এছাড়া ইনস্টিটিউটের মুদ্রণ বিভাগ ও এর সঙ্গে সংশ্লিষ্ট কর্মকর্তা-কর্মচারীরা যে শ্রম ও আন্তরিকতা নিয়ে বইটি বের করেছেন সেজন্য আমরা তাঁদের ধন্যবাদ জানাই।

ড. শেখ আবদুস সালাম  
সুখাংশু শেখর রায়

## এক. সংবাদের সংজ্ঞা

১. সংবাদ হচ্ছে সাত তাড়াতাড়ির ইতিহাস - জর্জ এম. মরিস
২. 'সংবাদ' অতঃপর খাবার অথবা সওদাগরি পণ্যের মতো এক পণ্য হলো, যা ভোক্তার চাহিদা মেটাতে ও মুনাফা লাভের জন্য উৎপাদিত। এটা তাৎপর্যপূর্ণ যে মুদ্রণযন্ত্রের আবিষ্কার জনগণের জন্য সাময়িকীসমূহ প্রকাশ সম্ভব করার আগে পর্যন্ত ইংরেজি শব্দ "নিউজ" কথাটির ব্যবহার ছিল সামান্যই। ১৫০০ সাল পর্যন্ত চলতি ঘটনাবলীর রিপোর্ট বর্ণনার জন্য প্রচলিত শব্দের নাম ছিল Tiding (টাইডিং)। তথ্যের উদ্দেশ্যহীন বিকিরণ এবং সর্বশেষ সংবাদ সংগ্রহ ও তা প্রক্রিয়াজাত করার উদ্দেশ্যপূর্ণ প্রয়াসের মধ্যে পার্থক্য করার জন্যই "NEWS" (নিউজ) শব্দটির উদ্ভাবন হয়েছে। - এডউইন এমেরী: দ্য প্রেস অ্যান্ড আমেরিকা
৩. সংবাদ হচ্ছে সময়োপযোগী কোনও কিছু যা বেশ কিছু ব্যক্তিকে আকৃষ্ট করে এবং সেরা সংবাদ হচ্ছে তা-ই যাতে বিপুল সংখ্যক মানুষের জন্য থাকে বিপুল আকর্ষণ। - প্রফেসর উইলিয়াম জি. ব্রোয়ার
৪. সংবাদ সাধারণত উদ্দীপনা সৃষ্টিকারী তথ্য এবং তা থেকে সাধারণ মানুষ সন্ত্রস্তি ও উদ্দীপনা অর্জন করে।
৫. সংবাদ হচ্ছে তা-ই সম্পাদক যা বলেন।
৬. সংবাদ হচ্ছে কোনও কিছু যা আপনি গতকাল জানতেন না। - টার্নার ক্যাটলেজ
৭. সংবাদ হচ্ছে একটি উপন্যাস অথবা বিশ্বয় জাগানো কোনও ঘটনার প্রাথমিক ঘোষণা, যেটা সাধারণত আগে জানা যায় নি, এবং বিপুল সংখ্যক মানুষের কাছে যেটির আশ আকর্ষণ রয়েছে।

৮. সংবাদ পচনশীল। এটা সতেজ থাকতেই তা ভোক্তাদের কাছে অবশ্যই সরবরাহ করতে হবে। অন্যথায় এটা কোনওক্রমেই সংবাদ নয়। - জুলিয়ান অ্যাডামস অ্যান্ড কেনেথ - স্ট্রেন্টন
৯. একটি সরল সংবাদবিবরণী সংঘটিত কোনও ঘটনার সহজ, স্পষ্ট ও নির্ভুলভাবে সত্যিকার বিবরণী দেয়। এই ধরনের সংবাদবিবরণী কখনও কোনও বিকৃতি করে না, ভ্রান্তিযুক্ত বর্ণনা কিংবা ভুল তথ্য দেয় না। এতে কোনও সিদ্ধান্ত টানা হয় না, কারণ বিরুদ্ধে কোনও অভিযোগ আনা হয় না, কোনও মতামত দেয়া হয় না কিংবা কোনও প্রকার জল্পনা-কল্পনাও করে না। অপরদিকে (ব্যাখ্যামূলক সংবাদবিবরণী ঘটনার গভীর তলের রিপোর্ট করে, সংবাদচিত্রটির সকল কিছু তুলে ধরে, তুলে ধরে পটভূমি এবং সংবাদে কিছু অর্থ সংযোজন করে যাতে পাঠক ঘটনাটি ভালভাবে বুঝতে ও উপলব্ধি করতে পারে।) - ম্যাস কমিউনিকেশন অ্যান্ড জার্নালিজম ইন ইন্ডিয়া
১০. সত্য ঘটনা ও ধারণা তুলে ধরার পরই কেবল সংবাদবিবরণীর সমাপ্তি। ফিচার বিবরণী অবশ্য আরও এগিয়ে চলে। সংবাদবিবরণী কোনও ধারণা বা ঘটনার জন্ম ও তার বিকাশ এবং পটভূমির উন্মোচন করে এবং ভবিষ্যতের দিকেও আলোকপাত করে। ধারণা বা ঘটনা সম্পর্কে আপনি, কোনও লেখক বা অন্য কেউ কি ভাবছে সংবাদ বিবরণী তাই পাঠকের কাছে পৌঁছে দেয়। পাঠকের কল্পনায় এর একটি দারুণ আবেদন রয়েছে। ইংরেজি "NEWS" এই শব্দটির মধ্যে রয়েছে চারটি অক্ষর। এখানে N মানে North বা উত্তর, E মানে East বা পূর্ব, W মানে West বা পশ্চিম এবং S মানে South অর্থাৎ দক্ষিণ। অতএব চারটি অক্ষরের সকল দিকে সংঘটিত ঘটনাই তৈরি করে সংবাদ।

### দুই. সংবাদ কি

সংবাদ হচ্ছে একটি সংবাদপত্র কিংবা অন্যান্য সাময়িকীতে প্রকাশিত একটি তথ্য কিংবা একটি সাম্প্রতিক অথবা চলতি ঘটনার একটি প্রতিবেদন। চূড়ান্ত বিশ্লেষণে সংবাদকে একটি সঠিক তথ্য বা ধারণা হিসেবে সংজ্ঞায়িত করা যায় যা বিপুল সংখ্যক পাঠকের মধ্যে আগ্রহ সৃষ্টি করে। দু'টো সংবাদবিবরণীর মধ্যে যেটি সঠিক সেটিই বিপুল সংখ্যক পাঠককে আকৃষ্ট করে, অতএব সেটিই হচ্ছে শ্রেয়তর বা ভাল সংবাদ। একটি সংবাদে নতুনত্ব, অস্বাভাবিকতা, অপ্রত্যাশিত কোনও কিছু কিংবা ঘটনার নৈকট্য এ সব কিছু থাকে এবং এগুলো সংবাদ ঘটনায় পাঠকের মধ্যে আগ্রহ সৃষ্টি করে, কিন্তু এগুলোর কোনওটাই পুরোপুরি অত্যাৱশ্যক নয়।

অনুরূপভাবে সজীবতা, অপরিমিতি এবং স্বাভাবিকের থেকে ব্যতিক্রম কোনও কিছু একটি সংবাদের মূল্য দারুণভাবে সংযোজন করে কিন্তু এগুলোও

পুরোপুরি অত্যাবশ্যক নয়। একমাত্র প্রয়োজনটা হচ্ছে যে, সংবাদবিবরণী অবশ্যই সঠিক হবে এবং তাতে এমন কিছু তথ্য বা ভাব থাকবে যা উল্লেখযোগ্য সংখ্যক পাঠকের মধ্যে আগ্রহ যোগাবে। অতএব সংবাদ হচ্ছে কোনও ঘটনা, কিছু উন্নয়ন পরিকল্পনা, গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিবর্গের চলাফেরা, সরকারের নীতি সম্পর্কে কোনও ঘোষণা প্রভৃতি সম্পর্কে একটি তথ্য। সংবাদ অবশ্যই অর্থপূর্ণ হবে এবং পাঠকের জন্য কিছু গুরুত্ব বহন করবে। কিন্তু একটি সংবাদ হচ্ছে এমন একটি তথ্য যা সকল পাঠকের জন্যই গুরুত্বপূর্ণ ও অর্থবোধক। কোনও সন্দেহ নেই যে, একটি তথ্যে কিছু মানুষের জন্য গুরুত্ব থাকতে পারে কিন্তু অন্যদের জন্য না-ও থাকতে পারে। বাস্তবিক অর্থে, একটি ভাল সংবাদ হতে হলে কোনও তথ্যে গ্রহণযোগ্য সংখ্যক পাঠকের জন্য অবশ্যই গুরুত্ব থাকবে।

সংবাদে সময়োপযোগিতার শর্তটি পুরোপুরি অপরিহার্য না-ও হতে পারে। তবু এটির উপযোগিতা রয়েছে। একথা সত্য, একটি পুরনো ও নিরস সংবাদে চেয়ে মানুষ তরতাজা সংবাদের অপেক্ষায় থাকে। সংবাদের তাৎক্ষণিকতা পাঠকের আগ্রহ বাড়িয়ে তোলে। তা সত্ত্বেও এর অর্থ এই নয় যে, অতীতের কোনও ঘটনা ভাল সংবাদ হতে পারবে না। উদাহরণ স্বরূপ বলা যায়, যদি একটি সংবাদের আলোকবর্তিকা অতীতে সংঘটিত ঘটনার ওপর ফেলা যায় তাহলে সেটিও একটি সংবাদ হতে পারে। বাস্তবের সঙ্গে সংগতি রেখে কোনও সংবাদের বৈশিষ্ট্য বহু শর্তের দ্বারা নির্ধারিত হয়। মাঝে-মধ্যে কোনও ঘটনার নৈকট্য পাঠকের জন্য তার গুরুত্ব বাড়িয়ে তুলতে পারে। অনুরূপভাবে, স্থানীয় সমস্যা ও মানবিক আবেদনমূলক ঘটনা খুবই ভাল সংবাদ সৃষ্টি করতে পারে। মাঝে-মধ্যে কোনও ঘটনার অভিনবত্ব বা বিরলভাব সংবাদে পাঠকের জন্য গুরুত্ব সংযোজন করতে পারে। অস্বাভাবিক ও অপ্রত্যাশিত ঘটনা সব সময়ই তৈরি করে ভাল সংবাদ। একটি সংবাদে তথ্যের শর্তটি খুবই গুরুত্বপূর্ণ। যে ঘটনা সম্পর্কে আমাদের কোনও পূর্ব ধারণা নেই সেখানে আমাদের জ্ঞানভাণ্ডারে যা কিছুই সংযোজিত হোক তা ভাল সংবাদ তৈরি করে। মানুষ হচ্ছে সকল আগ্রহ বা আকর্ষণের কেন্দ্রবিন্দু। অতএব মানুষ বিষয়ক যে কোনও উপাদান সম্পন্ন সংবাদ বিবরণীগুলো সেগুলোর সংবাদমূল্যের কারণে আজকাল আরও বেশি গুরুত্ব অর্জন করছে। মানবিক আবেদনমূলক সংবাদ বিবরণী পাঠকের আবেগ ও সংবেদনশীলতাকে বাড়িয়ে তোলে এবং সেইসব বিবরণীতে তাঁদের জন্য আগ্রহ ও সহানুভূতি সৃষ্টি করে যেগুলোতে তাঁরা রয়েছে সংশ্লিষ্ট।

বর্তমানে সংবাদপত্রগুলো এমন কিছু ধরনের প্রচুর সংবাদ দিচ্ছে যেগুলো পড়তে তাদের পাঠক বিশেষভাবে আগ্রহী। কিছু-কিছু পত্রিকা মতামত জরিপ চালিয়ে কোন কলামটি বেশি পাঠকপ্রিয় তা জানতে চায়। পাঠক দৈনন্দিন

সাধারণ সমস্যা সম্পর্কিত সংবাদ পড়তে আগ্রহী যেগুলোর সঙ্গে তাঁরা সংশ্লিষ্ট কিংবা সে বিষয়গুলো সম্পর্কে তাঁরা উদ্বিগ্ন। এ কারণে পানির ঘাটতি, বিদ্যুতের ঘাটতি, পরিবহন ব্যবস্থার অপ্রতুলতা, নিত্যব্যবহার্য দ্রব্যের দুঃপ্রাপ্যতা, দ্রব্যমূল্যের উর্ধ্বগতি সম্পর্কে প্রচুর সংবাদ প্রায়ই সংবাদপত্রে জায়গা পাচ্ছে। সম্পাদকের কাছে পাঠকদের চিঠিপত্রের কলামও ওই সব সমস্যার দর্পণ ও খুবই ভাল ইঙ্গিতবাহক বা মাপকাঠি। প্রতিটি পাঠকই স্বাধীন ও মুক্তভাবে এই কলামে তাঁর সমস্যার কথা লিখতে পারেন।

### সংবাদবিবরণীর প্রয়োজনীয় শর্তসমূহ

একটি সফল সংবাদবিবরণী রচনার চারটি প্রয়োজনীয় শর্ত রয়েছে। এগুলো হলো: সংবাদবিবরণীটির সংবাদমূল্য পরিমাপের ক্ষমতা, নির্বাচিত সংবাদগুলো ঠিকঠাকমতো লেখা, দ্রুত কাজ করার সামর্থ্য এবং প্রাপ্ত তথ্য ও ঘটনাবলীকে সঠিক ও আকর্ষণীয়ভাবে পরিবেশনের সামর্থ্য। সংবাদের সংবাদমূল্য বুঝতে ও শনাক্ত করতে পারার সামর্থ্যের জন্য অবশ্যই সংবাদের গন্ধ শৌকার নাক থাকতে হবে। এ ছাড়া একজন রিপোর্টার তাঁর পেশাগত জীবনে খুব বেশি সাফল্য অর্জন না-ও করতে পারেন। অসংখ্য রিপোর্টারের এমন অনেক উদাহরণ রয়েছে যারা জীবনে সাফল্য অর্জন করতে পারেন নি, কারণ তাঁদের মধ্যে সংবাদ শনাক্ত করার গুণের অভাব ছিল।

একটি সংবাদ লেখার সময় রিপোর্টার অবশ্যই স্মরণে রাখবেন :

১. সংবাদ লেখনের প্রথম অপরিহার্য বিষয় হচ্ছে এর যথার্থতা।
২. নিরপেক্ষতা ও বিশ্বস্ততার জন্য পত্রিকার খ্যাতি বা সুনাম তথ্যের যথার্থতা ও সঠিক পরিবেশনের ওপর নির্ভর করছে।
৩. সংবাদ সংক্রান্ত তথ্য সম্পর্কে লেখার সময় একটা কথা মনে রাখতে হবে যে, ওই তথ্য সমূহে কোন শ্রেণীর মানুষ কিংবা কত সংখ্যক মানুষের মধ্যে সৃষ্টি হবে আগ্রহের। পাশাপাশি আমি যে তথ্যটি ছাপতে যাচ্ছি তা যেন ছাপার সময় সংবাদমূল্যের নিরিখে সজীব থাকে।
৪. কোনও ঘটনার ভৌগোলিক নৈকট্য সংবাদে পাঠকের আগ্রহের মাত্রা বাড়িয়ে দেয়।
৫. প্রতিদ্বন্দ্বিতা অর্থাৎ যেখানে দ্বন্দ্ব বা সংঘাত রয়েছে এ ধরনের ঘটনার প্রতি সংবাদপত্র পাঠকের রয়েছে দারুণ আগ্রহ।
৬. জনগণের দুঃখদূর্দশা, শিশু ও বয়স্ক মানুষ ও পশুদের অসহায়ত্বকে কেন্দ্র করে যে সকল সংবাদবিবরণী রচিত হয় সেগুলো কখনওই আবেগময় আবেদন সৃষ্টি করতে ব্যর্থ হয় না।
৭. পাঠকরা স্থানীয়, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক পর্যায়ের সুপরিচিত ব্যক্তিত্বগণকে নিয়ে রচিত সংবাদবিবরণীকে সব সময়ই স্বাগত জানায়।

৮. মানুষের স্বরণেরস্থালীর সমস্যা, জনগণের ব্যবসা-বাণিজ্য সংক্রান্ত আশ্রয় এবং শিল্পে অসন্তোষ প্রভৃতি নিয়ে লেখা সংবাদবিবরণীও সাধারণ পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ করে।

কোনও সন্দেহ নেই যে উল্লেখিত বৈশিষ্ট্যসমূহ খুবই গুরুত্বপূর্ণ এবং এগুলোর যে কোনও একটি বৈশিষ্ট্য একটি ঘটনাকে সংবাদযোগ্য করার ক্ষেত্রে দারুণ রকমের অবদান রাখতে পারে। কিন্তু আপনাকে সব সময় মনে রাখতে হবে যে, এগুলোর কোনটাই পুরোপুরি অপরিহার্য নয়। প্রধান পূর্বশর্ত হচ্ছে যে, সংবাদ প্রকৃত তথ্যের ওপর ভিত্তি করে তৈরি হবে এবং সেই সংবাদবিবরণী একটি সংবাদযোগ্য পরিস্থিতি বা সমস্যার কথা পরিবেশন করবে অথবা পুরনো কোনও পরিস্থিতি বা সমস্যার একটি নতুন ছবি তুলে ধরবে।

### তিন. তথ্য আহরণ

একজন বিদেশি সম্পাদকের মতে, পাঠক ও কমিউনিটির প্রতি একটি সংবাদপত্রের কর্তব্যবোধ, নিরপেক্ষতা ও প্রত্যয় থাকতে হবে। সংবাদপত্রের প্রাথমিক দায়িত্ব হচ্ছে সংবাদ সংগ্রহ করা এবং সেটা তার জন্য বিপজ্জনক হলেও। সংবাদপত্রকে দেখতে হবে যে, সংবাদে যেন কোনও কলঙ্কের কালিমা না থাকে। একজন সাংবাদিক তাঁর মন্তব্য করার ক্ষেত্রে স্বাধীন কিন্তু যেটা সত্য সেটাই তাঁকে দেখতে হবে। অবাধ মন্তব্য করা যেতে পারে কিন্তু প্রকৃত যে তথ্য সে হচ্ছে পবিত্র। মন্তব্যের কালো দাগ তাঁকে স্পর্শ করবে না। অতএব তিনি অর্থাৎ সাংবাদিক তাঁর আহরিত কোনও তথ্যের পরিবর্তন বা ভুলভাবে উদ্ধৃত করবেন না। তথ্য দিয়েই সকল সংবাদবিবরণীর শুরু এবং তথ্যকে যিরেই তার পুরো অবয়ব গড়ে ওঠে। ব্যক্তির দৃষ্টিকোণ নয়, সাংবাদিকের দৃষ্টিকোণ থেকে তাঁকে লিখতে হয়। আজকালকার দিনে একজন সাংবাদিক টেলিফোন, টেলেক্স, ই-মেইল, রেডিও-টেলিভিশন সহ বিভিন্ন মাধ্যমে প্রচুর তথ্য সংগ্রহ করেন। অতএব সেই প্রচুর ও ঠাসা-ঠাসা তথ্যের মধ্য থেকে সুনির্দিষ্ট কিছু সংবাদই বাছাই করতে হবে।

একটি সংবাদপত্র অথবা একটি সংবাদসংস্থা প্রতিদিন যে পরিমাণ ঘটনা কভার করে তার হিসাব নিলে একটা বিশাল তালিকা হবে। যদি পার্লামেন্টের অধিবেশন চলে তবে তার কার্যবিবরণী অবশ্যই কভার করতে হবে। বিভিন্ন আদালতে গুরুত্বপূর্ণ মামলা চলতে পারে সেটাও কভার করতে হবে। কোনও প্রকল্পের উদ্বোধন সংক্রান্ত অসংখ্য সরকারি কর্মকাণ্ড কিংবা বৈঠকেরও প্রেস কভারেজ করতে হয়। কোথাও শ্রমিকদের বিক্ষোভ, সমাবেশ বা ধর্মঘট হতে পারে। কখনও কোথাও সাম্প্রদায়িক দাঙ্গা হতে পারে, কোনও দুর্ঘটনা ঘটতে

পারে অথবা কোনও প্রাকৃতিক দুর্যোগ, এসবই সংবাদ হওয়ার যোগ্য এবং সংবাদপত্রগুলো তা অবশ্যই কভার করবে।

## সাধারণ পদ্ধতি

তথ্য সংগ্রহের বেশ কিছু সাধারণ পদ্ধতি রয়েছে। সেগুলো এখানে আলোচনা করা হলো:

১. নিজের জন্য তথ্য আহরণের ক্ষেত্রে একজন সাংবাদিকের অনড়-অটল মনোভাব থাকার গুণটি অবশ্যই থাকতে হবে। তবে তথ্য আহরণের স্বার্থে তাঁর মনোভঙ্গি খুব বেশি কঠোর হওয়া উচিত নয়। তিনি বুদ্ধিমত্তার সঙ্গে তাঁর জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য আহরণ ও সঠিকভাবে সেগুলোর বিবরণ লিপিবদ্ধ করবেন। একজন ভাল সাংবাদিক তাঁর একটি সংবাদ বিবরণী তৈরি করার প্রস্তুতির আগে অথবা কিছু ব্যক্তির সাক্ষাৎকার গ্রহণের আগে যত বেশি সম্ভব তথ্য সংগ্রহের চেষ্টা করবেন। তিনি তাঁর সম্ভাব্য সংবাদবিবরণী লেখার স্বার্থে রেফারেন্স বই ঘাঁটবেন অথবা পূর্বে প্রকাশিত বিভিন্ন সংবাদপত্রের কাটিং দেখবেন। এইসব রেফারেন্স বই ও সংবাদপত্রের ক্লিপিংস একজন সাংবাদিককে কোনও বিষয় সংক্রান্ত প্রাথমিক ধারণা পেতে খুবই উপযোগী তথ্য যোগাবে। বহু বড় সংবাদপত্রের নিজস্ব গ্রন্থাগার রয়েছে। সেখানে গুরুত্বপূর্ণ রেফারেন্স বই থাকে। গুরুত্বপূর্ণ লোকজন সম্পর্কে কাটিংস থাকে এবং পদ্ধতিগতভাবে বিভিন্ন বিষয় ফাইলবদ্ধ করা থাকে। বিভিন্ন ধরনের রেফারেন্স বই থাকে যেমন, 'হ'জ হ', ইয়ার বুকস্, অভিধান, বিভিন্ন গেজেটিয়ার, বিশ্বকোষ, গাইড বই, রেকর্ড সংক্রান্ত গিনেস বুক এবং সংশ্লিষ্ট আরও অনেক বই যেগুলো প্রয়োজনের সময় খুবই উপযোগী বলে প্রমাণিত হয়।

২. কোনও কোনও সাংবাদিক তথ্য আহরণের ক্ষেত্রে অনুমান ও অনুসন্ধান— এই দুই পদ্ধতির সংমিশ্রণ ঘটিয়ে থাকেন। অনুসন্ধানী সাংবাদিকতার জন্য একজন সাংবাদিককে প্রথম সুযোগেই সকল রেফারেন্স বই ঘেঁটে তাঁর প্রাপ্ত তথ্য চেক করে নেবেন। কোনও বিষয় সম্পর্কে আগে কি লেখা হয়েছে তা তাঁকে পড়তে হবে। এরপর তিনি তাঁর সমস্যা বিশ্লেষণ করবেন এবং নির্ধারিত বিষয়টির ওপর তাঁর তথ্যানুসন্ধান শুরু করবেন। প্রকৃত অর্থে তিন ধরনের সংবাদ লেখক রয়েছেন। তাঁদের মধ্যে প্রথম দলটিতে সেই সকল রিপোর্টার যারা যা দেখলেন তা-ই লিখলেন। যারা দ্বিতীয় দলে তাঁরা হলেন ব্যাখ্যামূলক রিপোর্টার। এঁরা যা দেখেন তা তো লেখেনই উপরন্তু যা দেখলেন তাঁর একটা ব্যাখ্যা দেন এবং রিপোর্টারের অন্তর্নিহিত অর্থটি স্পষ্ট করে তুলে ধরেন। আর তৃতীয় দলের

রিপোর্টার বা বিশেষজ্ঞ হলেন তাঁরা যাঁরা কিছু না দেখে থাকলেও সেই না দেখা ঘটনার অর্থটি কি দাঁড়াবে তার একটা ব্যাখ্যা দেন।

৩. মূল যে তথ্যটি পাওয়া যাবে এবং যার ভিত্তি খুব মজবুত সেটিই সাংবাদিকের ধরা উচিত। তার থেকে বেশি দূরে এগোনোর দরকার নেই, যদি তিনি মনে করেন যে তাঁর অনুমান ঠিক নয়। মাঝে-মাঝে একজন সাংবাদিক অনুমানকল্প কিছু কাজ করে নিতে পারেন। মাঝে-মাঝে তাঁর ধারণা হতে পারে যে, তাঁর অনুমানটা বুদ্ধিবৃত্তিক যেহেতু এ বিষয়ে তাঁর রয়েছে বিশেষ জ্ঞান ও সুখ্যাতি। কিন্তু একজন ভাল সাংবাদিক এই সকল গুণ্ত বিপদ এড়ানোর চেষ্টা করবেন কারণ কেউই জানতে চায় না তিনি কি ভাবছেন। জনগণ তথ্য জানতে চায় এবং সঠিক তথ্য নির্বাচনেই ভাল সাংবাদিকতার দক্ষতা প্রমাণ হয়। অবশ্য একথা সত্য, এ তথ্য হচ্ছে এমন একটি সংমিশ্রণ যেখানে একজন সাংবাদিক কি আবিষ্কার করতে পারলেন এবং তাঁর অনুমানটা কি ছিল। তবে সংবাদ অবশ্যই তাঁর নিজের আবিষ্কৃত বা মনগড়া জিনিস নয়। সাংবাদিক নিজে যা ভাবছেন কিংবা যে সব প্রশ্ন তাঁর মাথায় আসছে হুবহু তার উত্তর মিলবে এমন নয়। সাংবাদিকের পছন্দ-অপছন্দ কিংবা প্রত্যাশা বা আকাঙ্ক্ষার মধ্যেই সব কিছু না-ও মিলতে পারে।

৪. অতএব একজন ভাল রিপোর্টার তাঁর প্রশ্নের প্রাপ্ত জবাবগুলোর বৈধতা বা মূল্য সত্যিকারের সাংবাদিকতার নিজিতে মেপে দেখবেন। যখন কোনও সাক্ষাৎদাতা সাংবাদিকের প্রশ্নের জবাব দিচ্ছেন তখন সাংবাদিককে বোঝার চেষ্টা করতে হবে যে সাক্ষাৎদাতা সত্য কথা বলছে নাকি বানিয়ে-বানিয়ে বলছে। রিপোর্টারের অনুমানকল্পটা তাঁর তীক্ষ্ণ বুদ্ধি ও অভিজ্ঞতার ওপর অনেকটা নির্ভর করে। একজন সফল আইনজীবীর মতো একজন সাংবাদিক অবশ্যই একটি সুনির্দিষ্ট দিকের ওপর তাঁর প্রশ্নাবলী করবেন যাতে তিনি ঘটনাটির মূল তথ্য বা সূত্রগুলোতে উপনীত হতে পারেন। একজন সাংবাদিককে অবশ্যই অনুমান ও ধারণার মধ্যকার পার্থক্য খুব ভাল করে বুঝতে হবে। তিনি এমন কিছু ধারণা পোষণ করবেন না যা একজন বিশেষজ্ঞের মতো নয়। কারণ একটা ভ্রান্ত ধারণা তাঁকে ভ্রান্ত পথে নিয়ে যাবে। অপরদিকে একজন ভাল রিপোর্টার মৌল ধারণাগুলো আগাগোড়া পরীক্ষা করে দেখবেন যার ওপর দাঁড়িয়ে আছে তাঁর সংবাদ বিবরণীর ভিত্তি।

### চার. সংবাদ নির্বাচন

আজকাল পত্রিকার সম্পাদকগণ বন্যার তোড়ের মতো সংবাদ প্রবাহে দিশেহারা। যে পরিমাণ সংবাদ সংবাদপত্রগুলো পেয়ে থাকে তার একটি ক্ষুদ্রতম অংশই তাঁরা প্রকাশ করতে পারেন। একটি দৈনিক পত্রিকা গড়পড়তা

যে পরিমাণ সংবাদ ছাপতে পারে, বড় কোনও সংবাদ সংস্থা একাই তার চেয়েও বিপুল পরিমাণ সংবাদ সরবরাহ করতে পারে। একটি সংবাদপত্র তার স্থানীয় নিজস্ব রিপোর্টার, সংবাদদাতা ও অন্যান্য সূত্র থেকে অসংখ্য সংবাদ কপি পেয়ে থাকে। নগরীর পাঠকদের সম্বলিত করার জন্য সম্পাদককে স্থানীয় কিছু সংবাদ পত্রিকায় জায়গা করে দিতেই হয়। এর বাইরেও রয়েছে বিদেশি সংবাদ সংস্থার সংবাদ যেমন- এপি, রয়টার, এএফপি প্রভৃতির। এরা প্রচুর পরিমাণ বিদেশি সংবাদ পাঠিয়ে থাকে। এছাড়াও কিছু ফটো সার্ভিস রয়েছে। আরও রয়েছে নিজস্ব ফটোগ্রাফার যারা সংবাদপত্রগুলোর জন্য ছবি পাঠাচ্ছেন।

এভাবে আমরা দেখতে পাচ্ছি যে, দিনের গুরুত্বপূর্ণ সংবাদগুলো নির্বাচন করা বার্তা সম্পাদকের জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব। প্রতিটি সংবাদপত্রই সংবাদ সংস্থা এবং তার রিপোর্টার ও সংবাদদাতাদের পাঠানো সংবাদ পেতে যথেষ্ট অর্থ, সময় ও শ্রম ব্যয় করে থাকে। কোনও ভাল পত্রিকাই বড় সংবাদ সংস্থাগুলোর পাঠানো সংবাদ ছাড়া তাদের কাজ যথাযথভাবে চালাতে পারে না। সংবাদের নির্বাচনই কেবল গুরুত্বপূর্ণ বিষয় নয় উপরন্তু কোনও সংবাদের সঠিক গুরুত্বদানও সমান গুরুত্বপূর্ণ। একটি সংবাদকে বিচার করার সমস্যাও বহু কারণে একটি জটিল বিষয়। কারণ সংবাদটির নিরপেক্ষতা যথাযথ হলো কিনা, যথাযথ গুরুত্ব পেলো কিনা কিংবা অন্য আরেকটি সংবাদের সঙ্গে সঠিক ট্রিটমেন্ট পেলো কিনা সেসবও দেখতে হয়। আবার এমনও হতে পারে জায়গার অভাবে ভালভাবে উপস্থাপন করা গেল না।

সংবাদ নির্বাচনে আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ শর্ত হচ্ছে এর সামগ্রিক যথার্থতা। একটি সাধারণ ঘটনার সরল বর্ণনা মানেই নয় যে এর সামগ্রিক যথার্থতা বজায় রাখা হলো। মাঝে-মাঝে এমন হয় যে, কোনও বিশেষ ঘটনাকে এমন বেশি রকম গুরুত্ব আরোপ করে দেয়া হলো যে এর মাত্রা ছাড়িয়ে গেল। সেজন্য তথ্যগুলো খুবই ভারসাম্যপূর্ণ ভঙ্গিতে বর্ণনা করতে হবে, যাতে কোনওভাবেই তার সত্যতা বিকৃত না হয়। কারণ নিজস্ব মেজাজ বা ভাব দিয়ে ওই সত্যকে বিকৃত করা হতে পারে।

বিভিন্ন সূত্র থেকে প্রাপ্ত সংবাদ রিপোর্টগুলো সম্পাদকদের গোচরে আনা হয় এবং তিনি খোসা থেকে শস্যদানা বের করে আনতে সমর্থ। একজন অভিজ্ঞ সম্পাদক সত্যকে বিকৃত করা রিপোর্টের চূড়ান্ত পরীক্ষা করে থাকেন। ধরা যাক, একজন সম্পাদক দুটো সংবাদ সংস্থা থেকে একই বিষয়ের দুটো বিপরীতধর্মী রিপোর্ট পেলেন। সে ক্ষেত্রে তিনি সত্যটাকে উপলব্ধি করার অবশ্যই চেষ্টা করবেন এবং একটি ভারসাম্যপূর্ণ রিপোর্ট প্রকাশ করবেন। প্রকৃত অর্থে তিনি একটি কপির সত্যিকার তথ্যটি পরিমাণ করার জন্য মূল ঘটনার প্রেক্ষাপটটি বোঝার চেষ্টা করবেন।

একজন সম্পাদক অবশ্যই একজন ভাল রিপোর্টারকে বিশ্বাস করেন এবং কোনও যুক্তিসংগত কারণ ব্যতিরেকে তাঁর নিজস্ব পূর্ব ধারণার ওপর ভিত্তি করেই কপিতে কোনও বড় ধরনের পরিবর্তন আনেন না, মাঝে-মধ্যে অবশ্য একজন ভাল রিপোর্টার তাঁর সম্পর্কে তাঁর সম্পাদকের ওই পূর্ব ধারণার দ্বারা প্রভাবিত হয়ে পড়তে পারেন এবং তাঁর রিপোর্টে একতরফা ভাষ্য দিতে পারেন। একটি ঘটনাকে কেন্দ্র করে যখন পরস্পরবিরোধী রিপোর্ট আসছে তখন শুধুমাত্র একটি সূত্রের থেকে প্রাপ্ত তথ্যের ভিত্তিতে একতরফা সংবাদ পরিবেশন অবশ্যই উচিত নয়। অপরদিকে, পরস্পর বিপরীতধর্মী সংবাদের ওপর ভিত্তি করে একটি বস্ত্বনিষ্ঠ সংবাদ তৈরি করে তা প্রকাশ করা উচিত; কারণ ভারসাম্যহীন কোনও সংবাদ রিপোর্ট পত্রিকায় প্রকাশিত হলে সেটি তাঁর পাঠকদের বিশ্বাসযোগ্যতা হারাতে পারে। আংশিক সত্য সংবাদ ছাপিয়ে কোনও পত্রিকা জনগণকে তথ্যগত দিক দিয়ে বিভ্রান্ত করতে পারে।

একজন দায়িত্ববান সম্পাদক সময়ের শর্তটি খুবই গুরুত্বের সঙ্গে বিবেচনা করবেন। কারণ কোনও সংবাদ ঘটনাকে কেন্দ্র করে সুনির্দিষ্ট সন্দেহ থাকতে পারে এবং এই সন্দেহ সংশয় নিয়ে পাঠক কতক্ষণ অপেক্ষা করতে পারে সেটা সম্পাদককে বুঝতে হয়। একটি সাক্ষ্য দৈনিক প্রকাশিত বিভ্রান্তিকর ও বৈঠক সংবাদবিবরণী জনগণের মনে ব্যাপক ও বিরূপ প্রতিক্রিয়ার সৃষ্টি করতে পারে যতক্ষণ না পরের দিন ভোরের কাগজে সে বিষয়ে সংশোধনী তাঁদের কাছে পৌঁছাচ্ছে। কোনও গুরুত্বপূর্ণ তথ্য না ছেপেও পাঠকের বিশ্বাস ও আস্থা নষ্ট করে ফেলা যায় এবং এ রকম করলে যারা গুজব ছড়াতে ভালবাসে তাদেরকে দূরে সরিয়ে রাখার ক্ষেত্রে গণমাধ্যমের সামর্থ্যকে করে ফেলতে পারে দুর্বল।

### পাঁচ. সংবাদ সম্পাদনা

সংবাদ সম্পাদনা হচ্ছে সাংবাদিকতা বৃত্তির একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ। সংবাদ সম্পাদনার গুরুত্ব সম্পর্কে জনমনে ব্যাপক অজ্ঞানতা রয়েছে। এ জগৎ সম্পর্কে যারা কিছুই জানেন না তাঁদের অনেকের একটা সরল ধারণা রয়েছে যে রিপোর্টারদের তাঁদের সংবাদপত্রের কলাম পূর্ণ করার জন্য পর্যাপ্ত পরিমাণ সংবাদ সংক্রান্ত বিষয় সংগ্রহ করতে হয়। আবার অনেকে মনে করেন যে, রিপোর্টার সংবাদ সংগ্রহ করে তা পাতা পুরো করে থাকেন এবং তাঁদের সেই সংবাদবিবরণীর ওপর শিরোনামও লিখে থাকেন। মাঝে-মধ্যে কর্মরত সাংবাদিকরাও সংবাদ সম্পাদনার গুরুত্ব উপলব্ধি না-ও করে থাকতে পারেন। এমন কিছু ছোটখাটো সংবাদপত্র আছে যাদের পর্যাপ্ত পরিমাণ ও শক্তিশালী সম্পাদনা-চক্র নেই কিন্তু সেই সব সংবাদপত্র যে সকল সংবাদ পরিবেশন করে থাকে তা খুবই দুর্বল ও অনাকর্ষণীয়। প্রকৃত অর্থে, সংবাদপত্রে যারা সম্পাদনা

করেন"তারা একটি ভাল সংবাদপত্রের সেই গুরুত্ব উপভোগ করেন, যতটুকু করেন সেই পত্রিকার রিপোর্টাররা।

যাঁরা সংবাদ সম্পাদনা করেন তাঁদের বলা হয় কপি এডিটর বা সাব-এডিটর। বাংলা করলে দাঁড়ায় সহ-সম্পাদক। সাব-এডিটররা সুশিক্ষিত এবং তাঁদের কাজের গুরুত্বের কারণে তাঁরা ভাল বেতন পেয়ে থাকেন। সম্পাদকদের বিরুদ্ধে কিছু রিপোর্টারের হয়তো সুনির্দিষ্ট কিছু অভিযোগ থাকতে পারে যে, তাঁরা তাঁদের ভাল সংবাদবিবরণীতে অনাহুত হস্তক্ষেপ করে অথবা তাঁদের বিবরণীর মূল অংশকে কেটে বাদ দিয়ে কিংবা বিভ্রান্তিকর শিরোনাম দিয়ে তাঁদের সংবাদবিবরণীর বারোটা বাজিয়ে দেন। কিছু রিপোর্টার মনে-মনে এমনও ধারণা পোষণ করেন যে একজন সম্পাদক তাঁর চমৎকার সংবাদবিবরণীটি বাদ দিয়ে অন্যান্য সংবাদবিবরণী পত্রিকার পাতায় জায়গা করে দিয়েছেন। কিন্তু বহু অভিজ্ঞ রিপোর্টার একটা সত্যকে গ্রহণ করেছেন যে, সম্পাদকগণ ভুলত্রাস্তি ঠিক করে এবং যথোচিত পরিপাটি করে তাঁদের সংবাদবিবরণীকে উন্নত করেছেন। সম্পাদকের দায়িত্ব হচ্ছে কম গ্রহণযোগ্য সংবাদবিবরণীর বদলে সেরা সংবাদবিবরণীকে ছেপে তা পাঠকের কাছে পৌঁছে দেয়া। কোনও সন্দেহ নেই যে একজন অদক্ষ ও অনভিজ্ঞ সম্পাদক একটি বেঠিক ও ভুল শিরোনাম লিখে কিংবা সংবাদবিবরণীর মূল ও অপরিহার্য অংশ কেটেছেটে বাদ দিয়ে ভাল সংবাদবিবরণীর সংবাদমূল্য নষ্ট করে ফেলতে পারেন। অপরদিকে একজন অভিজ্ঞ সম্পাদকের ভাল সম্পাদনার গুণে সংবাদবিবরণীর সংবাদমূল্য বেড়ে যেতে পারে। একজন ভাল সম্পাদক তাঁর সম্পাদনা দক্ষতা দিয়ে সংবাদবিবরণীর কার্যকরতা ও ভাষা বহুলাংশে উন্নত করতে পারেন।

ভাল সম্পাদনা একটি ভাল রিপোর্টারের জন্য অতি জরুরি। রিপোর্টার তাঁর মূল কপিটি যেভাবে তৈরি করেছেন একজন সম্পাদক সেটির আরও উন্নতি সাধনের জন্য তাঁর পক্ষ থেকে যতটুকু সম্ভব ততটুকু প্রয়াস দেন। তিনি সংবাদবিবরণীটির একটি ভাল শিরোনাম লিখে থাকেন এবং সেটির কার্যকরতা বৃদ্ধির জন্য বিবরণীতে ব্যবহৃত শব্দ বা শব্দগুচ্ছের আরও উন্নতি সাধন করেন। একজন রিপোর্টারের একটি ভাল রিপোর্ট একজন সম্পাদক কখনওই ইচ্ছাকৃতভাবে নষ্ট করেন না। করতে পারেন না। বরং তিনি সংবাদবিবরণীতে কোনও ফাঁকফোকর থাকলে তা পূরণের চেষ্টা করেন এবং তাকে যথোচিত পরিবেশনযোগ্য করার জন্য তথ্য ও ভাষায় সুশোভিত করে তোলেন। কোন সংবাদবিবরণীটি পাঠকের কাছে পৌঁছে দেয়া হবে সম্পাদককে শুধুমাত্র সেটিই নির্ধারণ করতে হয় না উপরন্তু একটি সংবাদবিবরণীতে কতখানি গুরুত্ব দেয়া উচিত কিংবা তার নির্ভুলতা ও স্পষ্টতা দেখাও তাঁর দায়িত্বের অংশ। তিনি

এটাও দেখেন যে, যে সংবাদটি পরিবেশিত হলো সেটি পত্রিকার নীতি ও স্টাইলের সঙ্গে সংগতিপূর্ণ কিনা অথবা নির্ভুলভাবে বোধগম্য কিনা।

ভাল সম্পাদনার মানে হলো যে সংবাদ বিবরণীর ভাষা, ব্যাকরণ বা বানানের প্রতি সূক্ষ্ম মনোযোগ প্রদান; কারণ এসবই পত্রিকায় ছাড়া হচ্ছে। পত্রিকা হচ্ছে সব বয়সের মানুষের একটি পাঠশালা। অতএব যা কিছু লেখা হবে তাতে যেন কোনও প্রকার ভুলভ্রান্তি না থাকে। নির্ভুলতার জন্য সঠিক বানানই কেবল জরুরি নয় বরং তা পত্রিকার ভাবমূর্তি বজায় রাখার জন্যও জরুরি। একজন ভাল কপি এডিটর বা সাব-এডিটর সংবাদবিবরণীর শব্দগাথা বা শব্দগুচ্ছের মানোন্নয়ন করবেন এটা প্রত্যাশিত। সংবাদ বিবরণীটিকে সুখপাঠ্য করে তোলার জন্য তিনি বাক্য কেটেছেটে ছোট করতে পারেন আবার বড়ও করতে পারেন। তিনি ভাষা বা শব্দাবলীর মানোন্নয়ন করেন এবং প্রয়োজনে অনুচ্ছেদগুলোর পুনর্বিন্যাস করেন। সাব-এডিটর বিবরণীর মানোন্নয়ন করেন এবং এতে কোনও ত্রুটি থাকলে অপসারণ করেন। অতএব সাব-এডিটরদের ডেস্ক অর্থাৎ সম্পাদনা ডেস্ক হচ্ছে সংবাদ বিবরণীগুলোর মানোন্নয়ন ও সংস্কারের শেষ সুযোগ।

### ছয়. শিরোনাম গঠন

সংবাদ বিবরণীর জন্য আকর্ষণীয় শিরোনাম গঠন হচ্ছে একটি গুরুত্বপূর্ণ শৈলী। এটা দেখতে যত সহজ সরল মনে হয় লেখাটা তত সোজা নয়। সংবাদে যথোচিত প্রদর্শনের জন্য যথোচিত শিরোনাম খুবই জরুরি। একটি শিরোনামের মাধ্যমেই একটি সংবাদ বিবরণীর সাফল্য অথবা ব্যর্থতা নির্ভর করে। শিরোনাম যদি ভাল না হয় একটা ভাল সংবাদ বিবরণীও পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণে ব্যর্থ হয়। একজন খুবই দক্ষ সহ-সম্পাদকও শিরোনাম লিখতে গিয়ে ভুলভ্রান্তি করতে পারেন। কিছু পাঠকের অভ্যাসই হচ্ছে শুধু খবরের শিরোনাম পড়া। দৃষ্টি আকর্ষণীয় ও মন টানে এমন শিরোনামের ওপর ভিত্তি করেই কেবল তাঁরা সংবাদবিবরণীগুলোর মেধা যাচাই করেন। মাঝে-মাঝে এমন হয় শিরোনামে আকৃষ্ট হয়েই তাঁরা পুরো বিবরণী পাঠে মনোযোগী হন। জনমতকে প্রভাবিত করতে শিরোনাম খুবই গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। সংবাদপত্রের ভাবমূর্তি সৃষ্টিতেও শিরোনামের অবদান মোটেই কম নয়।

যুগ্ম মাধ্যমের জন্য শিরোনাম লেখা খুবই বিচিত্র এক সমস্যা। অনেক পাঠকই শিরোনামের ভিত্তিতেই খবরের ভেতরে ঢোকেন। কিন্তু যে শিরোনামে নিস্পৃহ একটা ভাব রয়েছে, পর্যাণ্ড তথ্য নেই, স্পষ্টতা নেই কিংবা কোনও অধ্বৈরোদ্দীপক পয়েন্ট নেই সেই শিরোনামগুলো ভাল সংবাদ বিবরণীগুলোকে যথোচিত গুরুত্ব ও পাঠক পাওয়া থেকে বঞ্চিত করে। বহু পাঠক শিরোনাম

পড়েই কেবল তাঁদের কাঙ্ক্ষিত তথ্য পেতে চান। কিন্তু ভুল ও বিভ্রান্তিকর শিরোনাম ভুলে ভরা বিবরণী ছাপার থেকেও বিপজ্জনক হতে পারে।

কোনও সঙ্কটময় মুহূর্তে বিশেষ করে সাম্প্রদায়িক দাঙ্গা বা অন্য কোনও জরুরি পরিস্থিতিতে চাঞ্চল্যকর অর্থার্থ শিরোনাম লিখে জনগণকে উত্তেজিত করে আইন-শৃঙ্খলা পরিস্থিতি সৃষ্টিতে প্ররোচিত ও বাধ্য করতে পারে। এ রকম দৃষ্টান্ত বাংলাদেশেও আছে। একটি চাঞ্চল্যকর শিরোনাম কোনও পত্রিকার কোনও সংখ্যার বিক্রি হয়তো বাড়তে পারে কিংবা জনমতের ওপর তার বিরূপ প্রভাব পড়তে পারে এবং পাশাপাশি পত্রিকাটির স্থায়ী ভাবমূর্তি ও সুনামের ওপর খারাপ প্রতিক্রিয়া ফেলতে পারে। শিরোনামের মূল উদ্দেশ্য হচ্ছে পাঠককে তা-ই বলা যা রিপোর্টে লিপিবদ্ধ আছে। একটি ভাল শিরোনাম একটি সংবাদ আইটেমের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ও আকর্ষণীয় অংশের কথাই তুলে ধরে। একটি যথাযথ শিরোনাম একজন অনিয়মিত পাঠকেরও মনোযোগ আকর্ষণে সমর্থ হয়। এতে কোনও সন্দেহ নেই যে, বিভিন্ন সংবাদ বিবরণীর মধ্যকার আপেক্ষিক গুরুত্বের কথা মাথায় রেখেই সংবাদপত্রে চিত্তাকর্ষক শিরোনাম দেয়া হয়। বিভিন্ন সংবাদ আইটেমের মধ্যে আপেক্ষিক গুরুত্ব বোঝানোর স্বার্থেও সংবাদপত্রের লে-আউট অনুসারে শিরোনামের জন্য লভ্য জায়গা পাওয়া যেতে পারে। দিনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ও সেরা সংবাদ বিবরণীটি প্রথম পাতার ওপরের ভাঁজে ছাপা হবে এবং তার ওপর একটি মনোরম ও জমকালো শিরোনাম লেখা হয়ে থাকে।

শিরোনাম লিখতে গিয়ে সহ-সম্পাদকগণ যে সমস্যায় পড়েন সেটা কেবল বুঝতে পারে তাঁরাই যারা কখনও কোনও পত্রিকার জন্য শিরোনাম কম্পোজ করেছেন। কারণ যথোচিত শব্দ দিয়ে শিরোনাম তৈরি করতে হয় যা লভ্য জায়গার মধ্যে স্থান করে দেয়া যেতে পারে। শব্দ চয়নে সামান্য পরিবর্তন কোনও বিভ্রান্তি কিংবা অস্পষ্টতার ঝুঁকি নিয়ে আসতে পারে। আজকাল বাংলাদেশ সহ দেশ-বিদেশের অনেক পত্রিকাতেই আনুভূমিক পৃষ্ঠাসজ্জার প্রচলন হয়েছে। এ ধরনের পৃষ্ঠাসজ্জায় শিরোনামের বিস্তৃতি একাধিক কলাম জুড়ে ঘটানো যায়। তাতে সংবাদ বিবরণটিও বিস্তৃতি লাভ করে। এ ধরনের পৃষ্ঠাসজ্জায় শিরোনাম লেখা প্রযুক্তিগত দিক দিয়েও সহজ হচ্ছে। এর একটা সুবিধা রয়েছে বলেই বাংলাদেশ সহ দেশ-বিদেশের অনেক পত্রিকা এখন আট কলামের জায়গায় ছয় কলামের ফরম্যাট করে নিচ্ছে। এতে অবশ্য টাইপের সাইজ এবং ইউনিট গণনার ক্ষেত্রেও একটা পরিবর্তন আসছে। জটিলতাও বাড়ছে।

শিরোনাম লেখার সময়ে সাব-এডিটরকে খুব দ্রুত কিন্তু কার্যকরভাবে কাজ করতে হয়। শিরোনাম লেখার কাজ হচ্ছে খুবই চাহিদা মারফিক কাজ। অতি অল্প জায়গার মধ্যে শিরোনাম লেখা হয় এবং এই ক্ষুদ্র পরিসরেও লেখা হলেও শিরোনামের মধ্যে সংবাদবিবরণীর পুরো তথ্য থাকবে, অর্থবোধক হবে এবং বোঝার ক্ষেত্রে তাতে কোনও অসম্পূর্ণতা থাকবে না। শিরোনাম লেখার দায়িত্বে নিয়োজিত ডেক্সম্যানের বিভিন্ন শব্দ বা শব্দগুচ্ছের ওপর দখল থাকা চাই। কথোপকথনে ব্যবহৃত শব্দাবলীর ওপরও তাঁর দখল থাকা চাই। কোনও শব্দ বা শব্দগুচ্ছ কিংবা বাগ্‌ধারা বা প্রবচনের অর্থ তাঁর ভাল করে জানা দরকার। তাঁকে বিভিন্ন শব্দের প্রতিশব্দ এবং ভাষার পরিভাষা জানতে হবে যাতে প্রয়োজন ও চাহিদা মারফিক তিনি তার ব্যবহার করতে পারেন অর্থের কোনও তারতম্য না ঘটিয়েই।

সম্ভাব্য স্বল্পতম জায়গার মধ্যে কোনও সংবাদ ঘটনার সর্বোচ্চ অর্থ সরবরাহ করতে পারাটাই হচ্ছে শিরোনামের মূল উদ্দেশ্য। আর এ লক্ষ্যে শিরোনাম গঠনে এমনভাবে শব্দ চয়ন করতে হবে যা সুনির্দিষ্ট ধারণা দিতে পারে। প্রতিটি পত্রিকার শিরোনাম লেখার সুনির্দিষ্ট হাউজ স্টাইল আছে। ডেক্সম্যান-কে তা অনুসরণ করতে হয়।

এখানে একটা কথা মনে রাখতে হবে, শিরোনামের দৈর্ঘ্য কলামের প্রস্থ দ্বারা কঠোরভাবে নিয়ন্ত্রিত। ফলে এমন যথোচিত শব্দ ব্যবহার করে শিরোনাম লেখা হয়, যাতে কোনও শিরোনাম তার জন্য বরাদ্দকৃত কলামের বাইরে এক চুলও যাবে না। এ জন্য শিরোনামের ইউনিট গণনার একটি পদ্ধতি আছে। ডেক্সম্যান-কে তা-ও শিখে নিতে হয়, যদিও কম্পিউটার প্রযুক্তি তা অনেক সহজ করে দিয়েছে।

### শিরোনাম লেখার সাধারণ নিয়ম

শিরোনাম লেখন সহ-সম্পাদকের জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ। কারণ রিপোর্টার কোনও সংবাদ ঘটনার বিবরণ দেন, অন্য অর্থে কাঁচামাল সরবরাহ করেন এবং সহ-সম্পাদক তা পরিপাটি করে সাজিয়ে তাতে একটি শিরোনাম দেন। শিরোনাম লেখার জন্য নিম্নলিখিত পয়েন্টগুলো খুবই গুরুত্বপূর্ণ:

১. সহ-সম্পাদক রিপোর্টারের দেয়া সংবাদ বিবরণীসমূহ সতর্কতার সঙ্গে পড়বেন এবং সংবাদ বিবরণীর মূল পয়েন্ট দ্রুত অনুধাবনের চেষ্টা করবেন। একটি সংবাদ বিবরণীর মূল পয়েন্টকে কেন্দ্র করেই সাধারণত শিরোনাম লেখা হয়।

২. সহ-সম্পাদক তার শিরোনাম এমনভাবে লিখবেন যাতে সেটি তাঁর কাছে লভ্য জায়গার মধ্যে স্থান করে দেয়া যায়।
৩. হয়, ছিল, হবে প্রভৃতি ধরনের শব্দ পরিহার করা উচিত।
৪. শিরোনামে কর্তৃবাচ্য ব্যবহার করতে হবে। কারণ এটা খুবই জরুরি। দ্বারা, দিয়া, কর্তৃক এভাবে না লিখে কর্তার মুখ দিয়ে বলাতে হবে।
৫. ইংরেজি পত্রিকার শিরোনামে আর্টিকেল থাকবে না।
৬. শিরোনাম হবে সুনির্দিষ্ট এবং বলার ভঙ্গি হবে সোজা। কোনও জটিলতা এতে থাকবে না।
৭. সংক্ষিপ্ত পরিসরে, সংক্ষিপ্ত করে লেখা হলেও ব্যাকরণগত দিক দিয়ে তা অশুদ্ধ হবে না।
৮. কোনও সংগঠন, প্রতিষ্ঠান, নাম বা যে কোনও কিছুর সংক্ষিপ্ত রূপটি (Abbreviation) খুব পরিচিত হলে তা শিরোনামে ব্যবহার করা যাবে। জায়গা পাওয়ার স্বার্থে শিরোনামে “কমা” ব্যবহার করা যাবে।
৯. একটি ভাল শিরোনাম লেখা এবং সীমিত পরিসরে তা স্থান করে দেয়ার জন্য সহ-সম্পাদককে অক্ষর ও টাইপের সাইজ সম্পর্কে ভালভাবে জানতে হয়। অক্ষর সহ বিভিন্ন ইউনিটের যথাযথ গণনার জন্য তাঁকে বিভিন্ন বর্ণের সাইজ জানতে হয়। কলামে কোন সাইজের টাইপ ক’টি যাবে— এ সম্পর্কে ধারণা থাকতে হয়।
১০. ইংরেজি পত্রিকা হলে তো বটেই, বাংলা পত্রিকারও বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই শিরোনাম সব সময় বর্তমান কালকে (Present tense) ভিত্তি করে লিখতে হবে। এতে শিরোনামের সজীবতা যেমন থাকে, সংবাদ ঘটনার সজীবতা সম্পর্কেও পাঠকের দ্বিধা থাকে না।
১১. শিরোনাম হবে ব্যাখ্যামূলক। শিরোনামের ওই ছোট্ট পরিসরেই যথেষ্ট পরিমাণ বিশ্লেষণের ইঙ্গিত থাকবে।

## ছয়. সংবাদ সংগ্রহ

### সংবাদে উৎস

ডেভিড ওয়েনরাইট ভাল রিপোর্টিংয়ের সংজ্ঞা দিতে গিয়ে বলেছেন, এ হচ্ছে যত বেশি সম্ভব গুরুত্বপূর্ণ তথ্যের উদ্ঘাটন এবং সেগুলোর নির্বাচন ও পরিবেশন যাতে একটি বোধগম্য বিবরণী তৈরি করা যায়।

একজন সাংবাদিক কোথা থেকে সংবাদ পাবে কিংবা সংবাদে উৎস কি? সাধারণ মানুষ যারা পত্র-পত্রিকা সম্পর্কে তেমন ধারণা রাখেন না তাঁরা জানতে

চান সংবাদের উৎস কি। সংবাদের উৎস অসংখ্য। সংবাদের গন্ধ শৌকার নাক থাকলে একজন সংবাদসেবী রাস্তা দিয়ে হেঁটে যাওয়ার সময় কিংবা লোকজনের সঙ্গে সাধারণ আলাপ-আলোচনার সময়ও সংবাদ পেতে পারেন। মাঝে-মধ্যেই কোনও রকম প্রয়াস ছাড়াই সংবাদপত্র অফিসে সংবাদ আসে, কারণ এ তো অন্য কোনও অফিস নয়, সংবাদপত্রের অফিস। কিন্তু সংবাদ আহরণে প্রচুর পরিশ্রম করতে হয়।

অসংখ্য উৎস বা সূত্র থেকে খবর আসে এবং সেগুলোকে বিভিন্ন ক্যাটিগরিতে শ্রেণীবদ্ধ করা হয়। কোন খবরটি কোন শ্রেণীতে ফেলা হবে তার জন্য একটি নির্দিষ্ট মানদণ্ড প্রয়োগের জন্য এটা করা হয়। এরূপভাবে এমন কোনও সুনির্দিষ্ট উৎস নেই যা সকল ধরনের সংবাদের জন্য যথাযথ। একটি সুনির্দিষ্ট সূত্রের অবস্থান হয়তো খুবই উঁচু মহলে এবং তার থেকে প্রাপ্ত তথ্য কোনও একটি সংবাদবিবরণীর জন্য সাযুজ্য কিন্তু সেটাই আরেকটি সংবাদবিবরণীর জন্য পুরোপুরি অপ্রাসঙ্গিক। এতে একটা বিষয় দাঁড়ালো যে প্রতিটি ঘটনায় যথাযথ সূত্র বা সূত্রসমূহকে শনাক্ত করা খুবই জরুরি। বিশেষ পরিস্থিতি ছাড়া সংবাদবিবরণীতে সূত্রের নাম সব সময়ই উল্লেখ করা উচিত।

উৎস বা সূত্র খুব কঠোর হতে পারে আবার দুর্বলও হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ বলা যায়, সরকারি নীতি সংক্রান্ত প্রশ্নে প্রধানমন্ত্রী কিংবা অন্য মন্ত্রী, সংশ্লিষ্ট মন্ত্রণালয় কিংবা বিভাগ প্রভৃতির শীর্ষ কর্মকর্তারা হচ্ছেন কঠোর ধরনের সংবাদ উৎস। কিন্তু কখনও কখনও কোনও সংবাদ বিষয়ে তাঁরা অত কঠিন হন না যখন সেই বিষয়টি তাঁদের নিজস্ব কাজকর্মের আওতায় নয়। সরকারি প্রেস রিলিজ বা সংবাদ বিজ্ঞপ্তি কিংবা নাম না জানাতে ইচ্ছুক মুখপাত্রের ব্রিফিংও খুব কঠিন।

কোনও সুনির্দিষ্ট কারণে উৎসের নাম দেয়া হলো না কিন্তু কঠোর কোনও সূত্র থেকে প্রাপ্ত সংবাদটি যথেষ্ট পরিমাণেই বিশ্বাসযোগ্য তাহলে সেই বিশ্বাসযোগ্যতা প্রমাণের জন্য ইংরেজিতে হলে "It is authoritatively learnt" বা প্রামাণিক সূত্রে জানা গেছে বলে কথাগুলো লেখা যাবে। এই প্রামাণিক সূত্র বলতে আমরা একজন দায়িত্বশীল উচ্চপদস্থ কর্মকর্তাকে বিবেচনা করতে পারি।

তথ্যাভিজ্ঞ সূত্র বা ওয়াকিবহাল সূত্র বলতে বোঝায় ওই সূত্র কোনও কর্মকর্তা নন কিন্তু সরকারি তথ্য পাওয়ার ক্ষেত্রে তাঁর কোনও অসুবিধা নেই।

মি. অমুকের সঙ্গে ঘনিষ্ঠ একটি সূত্র বা মহল বলতে ধরে নেয়া যায় যে ওই তথ্যটি মি. অমুকের কাছ থেকেই আসছে।

বিশেষত কূটনৈতিক বিষয়ে সরকারি মুখপাত্ররা প্রায়ই এমন কিছু সত্যনিষ্ঠ তথ্য প্রকাশ করে থাকেন, যে তথ্যগুলো কে বলছেন সেকথা তাঁরা জানান না। এটা সাংবাদিকদের এমনভাবে বলা হয় যে, তাঁরা ধরে নেন কে কথা বলেছেন। এমন হতে পারে যে, কোনও সরকারি নীতির ওপর কোনও দেশের প্রেসিডেন্ট দফতর থেকে মুখপাত্র কিছু বললে ধরে নেয়া যায় যে মুখপাত্রের মন্তব্য প্রেসিডেন্টেরই মন্তব্য এবং এ ধরনের তথ্য বিশ্বস্ততাও থাকে।

যখন কোনও বিশেষ গ্রুপকে নিয়ে একটি সাধারণ মতামত দেয়া হবে তখন সাধারণ নিয়ম হচ্ছে সংশ্লিষ্ট “মহল”কে উদ্ধৃত করা। উদাহরণস্বরূপ বলা যায় যে, রাজনৈতিক মহল, বাণিজ্যিক মহল প্রভৃতি। এ ধরনের সূত্রে সাধারণ প্রতিক্রিয়া বা মতামত প্রভৃতির সঙ্গে যুক্ত করা যায়। আরও কিছু শব্দগুচ্ছ আছে যা দুর্বল সূত্রের নামান্তর। যেমন “জানা গেছে”, “শোনা গেছে”, “বলা হয়েছে”, “বিশ্বস্ত সূত্রে জানা গেছে”, “রাজনৈতিক পর্যবেক্ষকদের মতে”, কিংবা “রাজনৈতিক মহলের মতে”।

সূত্রে সরকারি কিংবা বেসরকারি এই দু’ভাগে শ্রেণীবদ্ধ করা যায়। সরকারি সূত্রের মধ্যে রয়েছে সংসদ, নির্বাহী ও বিচারবিভাগ বা সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে যাঁরা যুক্ত। বেসরকারি সূত্রের মধ্যে রয়েছে রাজনৈতিক দলসমূহ, স্বৈচ্ছাসেবী ও অন্যান্য বেসরকারি প্রতিষ্ঠান ও জনসাধারণ।

## সংবাদ সংস্থা

যদিও সংবাদ সংগ্রহ হচ্ছে রিপোর্টারদের কাজ, কিন্তু একটি সংবাদপত্রে মুদ্রিত সকল সংবাদই ওই পত্রিকার রিপোর্টার, সংবাদদাতা ও বিশেষ সংবাদদাতাদের সংগৃহীত নয়। কিছু সংবাদ আসে তাঁদের কাছ থেকে, কিছু প্রদায়কদের কাছ থেকে যাঁরা পত্রিকার নিয়মিত স্টাফ নন কিন্তু তাঁরা সংবাদ যখনই পান তখনই তা পত্রিকা অফিসে পাঠিয়ে দেন।

একটি সংবাদপত্রের সংবাদ সংগ্রহের মূল উৎসই হচ্ছে সংবাদ সংস্থা বা অয়্যার সার্ভিসসমূহ। যেমন আমাদের দেশে কয়েকটি জাতীয় সংবাদ সংস্থা রয়েছে। তার মধ্যে রাষ্ট্রীয় নিয়ন্ত্রণাধীন “বাসস” ও ব্যক্তিমালিকানাধীন “ইউএনবি” রয়েছে। বিদেশি যে সব এজেন্সির সরবরাহ সুবিধা আমরা এখানে পাচ্ছি সেগুলোর মধ্যে “রয়টার”, “এএফপি”, “এপি” প্রভৃতি উল্লেখযোগ্য। অয়্যার সার্ভিসগুলোর টেলিপ্রিন্টার সার্কিটের বিশাল নেটওয়ার্ক রয়েছে এবং বিভিন্ন দেশের শ’-শ’ নগরীতে তাদের সংযোগ রয়েছে। সেখান থেকে তাদের রিপোর্টাররা সংবাদ সংগ্রহ করেন এবং তা পরিমার্জন করে পত্রিকা অফিসে সরবরাহ করা হয়।

সংবাদ সংস্থা বা নিউজ এজেন্সি'র সঙ্গে নিউজপেপার এজেন্টদের গুলিয়ে ফেলা ঠিক নয়। নিউজপেপার এজেন্টদের নিউজ এজেন্টও বলা হয়। একজন নিউজ এজেন্ট সংবাদপত্র ও সাময়িকী বিক্রি করে থাকে। তাঁরা মানুষের বাড়ি-ঘরে কিংবা দোকান-পাটের শোরুমে সংবাদপত্র ও ম্যাগাজিন সরবরাহ করে থাকে।

নিউজ এজেন্সি বা সংবাদ সংস্থা ও অয়্যার সার্ভিস সমূহ সংবাদপত্র বিক্রি করে না কিন্তু তারা সংবাদ সংগ্রহ করে তা সংবাদপত্রের কাছে বিক্রি করে। এই সংস্থাগুলোর নিজস্ব রিপোর্টার, সাব-এডিটর, বিশেষ সংবাদদাতা ও বৈদেশিক সংবাদদাতা রয়েছে। সংবাদ সংস্থার ডেস্ক তাদের নিজস্ব রিপোর্টার ও বিদেশি সংবাদ সংস্থা থেকে প্রাপ্ত কপিগুলো তারা নিজেরাই মুদ্রণের জন্য প্রক্রিয়াজাত করে না বরং তারা সেগুলোকে বিভিন্ন সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে সরবরাহের জন্য তাদের টেলিগ্রিফার নেটওয়ার্কে পাঠিয়ে দেয়। একে সাংবাদিকতার পরিভাষায় crediting বলে। সংবাদ সংস্থাগুলো থেকে প্রাপ্ত কপিগুলো সংবাদপত্রের বার্তাকক্ষে "creed" নামেও পরিচিত।

## মনিটরিং

উল্লেখিত উৎস ছাড়াও রেডিও ও টেলিভিশন কেন্দ্রগুলো থেকে প্রচারিত অনুষ্ঠান মনিটরিংও সংবাদের উৎস হিসেবে কাজ করে। প্রায় সকল পত্রিকাই রেডিও-টিভি মনিটর করে চেক করে নেয় যে, কোনও দিনের গুরুত্বপূর্ণ সব সংবাদই তাদের হাতের কাছে পৌঁছেছে কিনা।

সংবাদ সংস্থাগুলোও নিয়মিতভাবে রেডিও-টিভি মনিটর করে থাকে এবং মাঝে-মধ্যে এটা তাদের দারুণ সাহায্যে আসে।

এরপর রয়েছে সংবাদ বিজ্ঞপ্তি। এগুলো সংবাদপত্র অফিসে সরাসরি আসে। এগুলো হয়তো সরাসরি রিপোর্টারের কাছে যায় অথবা বার্তা-সম্পাদকের ইচ্ছানুসারে বার্তা বিভাগও তা দেখে থাকে।

টেলিফোনও মাঝে-মধ্যে সংবাদের উৎস হিসেবে কাজ করে। কোনও লোক কোনও দূর্যটনাস্থল থেকে সংবাদপত্র অফিসে ফোন করে ঘটনা সম্পর্কে প্রাথমিক ধারণা (Tip) দিতে পারেন এবং তার প্রেক্ষিতে রিপোর্টাররা সেই ঘটনা পরবর্তীতে অনুসন্ধান করতে পারেন।

এই সমস্ত সূত্র থেকে প্রাপ্ত সংবাদে সূত্রের নাম বাই-লাইন বা ক্রেডিট-লাইনে প্রতিফলিত হতে দেখা যায়। এরা ছাড়াও আরও কিছু সংবাদ উৎস রয়েছে যাদের কথা বা নাম সংবাদবিবরণীর সূচনা ও অবশিষ্টাংশে পাওয়া যায়। এটা ইঙ্গিত করে যে, সংবাদটি কিভাবে ও কোথা থেকে রিপোর্টারের কাছে এসেছে। এগুলোর মধ্যে রয়েছে :

### ১. সংবাদ বিজ্ঞপ্তি বা তথ্য বিবরণী

কোনও সরকারি বিভাগ, নাগরিক সংস্থা, রাজনৈতিক দল, প্রতিষ্ঠান বা সংগঠনের পক্ষে স্বাক্ষরকৃত কিংবা স্বাক্ষরবিহীন যে সমস্ত বিবরণী সংবাদপত্রে যায় সেগুলোই হলো প্রেস রিলিজ বা সংবাদ বিজ্ঞপ্তি, প্রেস নোট অথবা প্রেস হ্যান্ড আউট বা তথ্যবিবরণী।

### ২. সংবাদ সম্মেলন (প্রেস কনফারেন্স) ও ব্রিফিং

কোনও বিশিষ্ট ব্যক্তির আমন্ত্রণে সাংবাদিকদের একটি আনুষ্ঠানিক সম্মেলনে প্রাথমিক কিছু বক্তব্য বা ঘোষণা দেয়ার পর ওই ব্যক্তি সাংবাদিকদের প্রশ্নের জবাব দেন। এই প্রক্রিয়াকেই বলে সংবাদ সম্মেলন বা প্রেস কনফারেন্স।

প্রেস ব্রিফিংও প্রেস কনফারেন্স বা সংবাদ সম্মেলনের অনুরূপ যেখানে সাংবাদিকদের আগে কিছু জানানো হয় এবং তাঁরা প্রশ্নও জিজ্ঞাসাও করতে পারেন। দু'টোর মধ্যে পার্থক্য এই যে, ব্রিফিংয়ের কাজটি সারেন একজন মুখপাত্র। তিনি কোনও বিশিষ্ট ব্যক্তি, বিভাগ বা দলের পক্ষে বিবৃতিদান ও প্রশ্নের উত্তর দানের জন্য ক্ষমতাপ্রাপ্ত।

একজন প্রধানমন্ত্রী একটি সংবাদ সম্মেলন করতে পারেন, অপরদিকে প্রধানমন্ত্রীর সচিবালয়ের মুখপাত্র কিংবা কোনও মন্ত্রণালয়ের মুখপাত্র সাংবাদিকদের কোনও বিষয় সম্পর্কে ব্রিফ করেন। একটি দলের সভাপতি সংবাদ সম্মেলনে বক্তব্য রাখতে পারেন অপরদিকে দলের সাধারণ সম্পাদক ব্রিফ করতে পারেন। কিন্তু দলের সভাপতিও দলের জাতীয় কনভেনশনের কার্যপ্রণালী সম্পর্কে ব্রিফ করতে পারেন। অনুরূপভাবে একজন প্রধানমন্ত্রীও একটি শীর্ষ সম্মেলন সম্পর্কে সাংবাদিকদের ব্রিফ করতে পারেন। যদিও দু'টোর মধ্যে ভেদেরখাটি খুবই ক্ষীণ, তবুও বলা যায় যে সংবাদ সম্মেলন বা প্রেস কনফারেন্স কথটার মধ্যে আনুষ্ঠানিকতার জোর বেশি পাওয়া যায় অপরদিকে ব্রিফিং অনেকাংশেই কম আনুষ্ঠানিক।

### ৩. সাক্ষাৎকার

আজকাল সাক্ষাৎকার আরও বেশি করে গুরুত্ব পাচ্ছে। অনেক বেশি হারে সংবাদ আজকাল সৃষ্টি হচ্ছে গণ্যমান্য ব্যক্তিদের সাক্ষাৎকারের ওপর ভিত্তি করে। মাঝে-মাঝে সংবাদ সংস্থাগুলো সাক্ষাৎকার ভিত্তিক সংবাদবিবরণী ক্রিড করছে যেগুলো কিছু সংবাদপত্র ও সাময়িকী ছাপছে।

### ৪. সংসদ

যখন সংসদ কিংবা পৌর পর্ষদের অধিবেশন চলে তখন তা সংবাদে উৎসে পরিণত হয়। যখন পার্লামেন্টের অধিবেশন চলে তখন সরকারের সকল

সিদ্ধান্তের কথা পার্লামেন্টে ঘোষণা করা হয়। পৌর পর্যদ বা এ ধরনের প্রতিষ্ঠানের গুরুত্বপূর্ণ ঘোষণা দেয়া হয়।

#### ৫. আদালত

সকল আদালতই সংবাদ উৎসের কাজ করে। গুরুত্বপূর্ণ মামলা সমূহের ওপর বিভিন্ন আদালতের কার্যবিবরণী এবং হাই কোর্ট ও সুপ্রিম কোর্টের গুরুত্বপূর্ণ রায়ও সংবাদ হয়ে আসে।

#### ৬. সম্মেলন, সেমিনার ও সিম্পোজিয়াম

এগুলোও সংবাদের উৎস তবে তা নির্ভর করছে কোন বিষয় ও কোন সংগঠনের সঙ্গে তা সংশ্লিষ্ট।

#### ৭. বক্তব্য

সংসদে, সেমিনারে, সম্মেলনে, জনসভা, কূটনৈতিক ডিনার কিংবা জাতিসংঘের বিভিন্ন সংস্থায় যে সব বক্তব্য দেয়া হয় সেগুলোও বড় ধরনের সংবাদ উৎস হতে পারে।

#### ৮. রিপোর্ট

সরকার কিংবা সংশ্লিষ্ট অন্যান্য সংস্থার প্রকাশিত সরকারি রিপোর্টও সংবাদের উৎস হিসেবে দেখা দেয়। এছাড়া কোনও অপরাধ বা দুর্ঘটনার প্রত্যক্ষদর্শী, পুলিশ, হাসপাতাল কর্মী কিংবা জেলা কর্তৃপক্ষ প্রভৃতি হচ্ছে সংবাদের উৎস। জাতিসংঘ বা তার অঙ্গ সংস্থাসমূহ, অন্যান্য সরকারি, রাজনৈতিক ও বেসরকারি সূত্র সমূহও সংবাদের উৎস হিসেবে কাজ করে থাকে।

### শ্রমবিভাগ

রিপোর্টিং স্টাফদের মধ্যে শ্রমবিভাগ রয়েছে। যে ইউনিট বা ক্ষেত্রে বা বিষয় রিপোর্টার বা বিশেষ সংবাদদাতাদের মধ্যে ভাগ করে দেয়া হয় তাকে বলে বিট (Beat)। একজন রিপোর্টার পুলিশ, অপরাধ সংক্রান্ত খবর অথবা হাসপাতাল সংক্রান্ত খবরের দায়িত্বে থাকতে পারেন। তার মানে তাঁর বিট হলো পুলিশ, ক্রাইম ও হাসপাতাল। কোনও রিপোর্টারের একাধিক বিট থাকতে পারে। প্রকৃত অর্থে পত্রিকা অফিসে সকল সরকারি বিভাগ, রাজনৈতিক দল ও প্রতিষ্ঠান তালিকাভুক্ত করা থাকে যেখান থেকে সংবাদ পাওয়ার আশা থাকে এবং সেগুলো এক একটি বিট হিসেবে স্টাফদের মধ্যে বিতরণ করে দেয়া হয়।

বরাদ্দকৃত বিটের দায়িত্বে থাকেন সংশ্লিষ্ট রিপোর্টার এবং তিনি তাঁর বিট থেকে সকল প্রকার সংবাদ পাওয়ার জন্য সব আয়োজন করে থাকেন। তাঁর বিটের কাজ যদি এমন ব্যাপক হয় যে তিনি একা কুলিয়ে উঠতে পারছেন না তাহলে তিনি বার্তা সম্পাদক কিংবা চিফ রিপোর্টারকে বাড়তি কাউকে দিতে বলতে পারেন। কিন্তু তিনি যদি কোনও সংবাদোপযোগী কিছু মিস করেন এবং তা যদি প্রতিদ্বন্দ্বী অন্য কোনও পত্রিকায় ছাপা হয়ে যায় তাহলে তাঁর চাকরিও যেতে পারে।

তাঁর বিটে রিপোর্টার তাঁর নিজস্ব সূত্র বের করে নেবেন যার ওপর বিশ্বাস করা যায়। তিনি তাঁর বিটে সকল সময় উপস্থিত না-ও থাকতে পারেন। কিন্তু তাঁকে এমন সব গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তির সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে ও রক্ষা করতে হবে যাঁরা সংবাদপত্রকে সংবাদ যোগাতে পারে। যাঁরা সিদ্ধান্ত গ্রহণের ক্ষমতাশালী তাঁদের সঙ্গেও যোগাযোগ রাখতে হয় কারণ তাঁদের কাছে থাকে তথ্য। এ সকল লোকজনের সঙ্গে নিয়মিত যোগাযোগ বিটের প্রাত্যহিক কভারেজ নিশ্চিত করে এবং কখনও-কখনও এমন কিছু ক্ষেত্রে এক্সক্লুসিভ আইটেম পেতে সাহায্য করে যা অন্য পত্রিকায় না-ও ছাপা হতে পারে। একজন রিপোর্টার যখন বড় ধরনের সংবাদের জন্ম দেন সেটাকে বলে Scoop (স্কুপ)। একজন রিপোর্টারের ভাগ্যে প্রতিদিনই স্কুপ মেলে না কিন্তু তিনি যদি তাঁর বিটে নিয়মিত থাকেন তাহলে তিনি একটি স্কুপ স্টোরি পাওয়া থেকে বঞ্চিত না হতে পারেন যখন এটা পাওয়ার সম্ভাবনা থাকে।

## পরিকল্পনা

সংবাদ সব সময়ই অপ্রত্যাশিত নয় এবং সেজন্যই প্রত্যাশিত ঘটনাগুলোর কভারেজ পরিকল্পনা মাফিক হওয়া উচিত। একটি দুর্ঘটনা বা অপরাধের ঘটনা কভারেজের জন্য আগে থেকে কোনও পরিকল্পনা নেয়া সম্ভব নয়, কিন্তু একটি দুর্ঘটনা বা অপরাধ ঘটে গেলে তার ফলো-আপ কভারেজ কিভাবে করা যায় তার পরিকল্পনা করা যায়।

পরিকল্পনার উদ্দেশ্যে প্রতিটি সংবাদপত্র বা সংবাদ সংস্থা ডায়েরি মেনে চলে এবং এতে আগাম কাজের পরিকল্পনা ছক করে রাখা হয়। একটি ঘটনার প্রকৃতি ও ব্যাপ্তির ওপর ভিত্তি করে প্রয়োজনীয় স্টাফদের সংগঠিত করা হয় এবং সম্ভব হলে সংশ্লিষ্ট সদস্যদের প্রস্তুতির সময় দেয়া হয়। একজন রিপোর্টারকে যদি শহরের বাইরে কিংবা বিদেশে পাঠানো হয় তাহলে তাঁর জন্য প্রয়োজনীয় টেলিগ্রাফিক, টেলিফোন কিংবা টেলেক্স, ফ্যাক্স বা ইন্টারনেট সুবিধা দিতে হবে।

চিফ রিপোর্টারের সভাপতিত্বে প্রতিদিনই রিপোর্টারদের প্রাত্যহিক বৈঠক হয় এবং একইভাবে বিশেষ সংবাদদাতাদেরও বৈঠক অনুষ্ঠিত হয় এবং এই বৈঠকে ভবিষ্যৎ কর্ম-পরিকল্পনা আঁটা হয়। কিছু-কিছু পত্রিকায় পুরো রিপোর্টিং স্টাফদের বৈঠকে সভাপতিত্ব করেন স্বয়ং সম্পাদক। এটা হয় কোনও পত্রিকার জন্য যথাযথ পরিকল্পনা ও সিদ্ধান্তের প্রয়োজন হলে।

পার্লামেন্টের কভারেজ হচ্ছে পরিকল্পনা মাফিক। নির্বাচনী কভারেজ বা বাজেটের কভারেজের জন্যও ব্যাপক পরিকল্পনার দরকার হয়। এজন্য প্রয়োজনীয় স্টাফকে কাজে লাগানো হয়।

যে সকল ফলো-আপ সংবাদ রিপোর্ট পত্রিকায় ছাপা হয় তা বিশেষ অনুসন্ধানী রিপোর্টের সঙ্গে পরিকল্পনা করেই করা হয়। সংবাদ আহরণ মূলত একটি পরিকল্পিত কাজ। কিন্তু ঘটনাবলীর অনিচ্ছয়তার জন্য সেই পরিকল্পনায় নমনীয়তা থাকতে হবে।

## সংবাদপত্র

সি পি স্কট বলেছেন, পাঠক ও সমাজের প্রতি একটি সংবাদপত্রের অবশ্যই দৃঢ়প্রত্যয়, নিরপেক্ষতা এবং দায়িত্ববোধ থাকবে। এর প্রাথমিক দায়িত্ব হচ্ছে তার সমূহ বিপদের বিনিময়েও সংবাদ আহরণ করা। সংবাদপত্রকে অবশ্যই দেখতে হবে যে, সরবরাহকৃত সংবাদ যেন হয় নিঃলঙ্ঘন।

কাটলিপ ও সেন্টার বলেছেন, সংবাদপত্র হচ্ছে চলমান ইতিহাসের চালিকাশক্তি।

ম্যানফ্রেড বার্দেল বলেছেন, সংবাদপত্র হচ্ছে নিঃলঙ্ঘনতার ন্যায় গুণ, পাপের ন্যায় কৃষ্ণকায়, প্রেমিক-প্রেমিকার অভিসারের ন্যায় ক্ষণস্থায়ী কিন্তু একজন নতুন পাণ্ডিত্যার্থীর ন্যায় সময়নিষ্ঠ এবং একজন সতী পত্নীর ন্যায় বিশ্বস্ত। সংবাদপত্র হচ্ছে একটি অসীম ধারাবাহিক প্রকাশনা যা পুনঃ পুনঃ বিরতিতে প্রকাশিত হয় এবং মূলত সংবাদ প্রকাশেই নিবেদিত। বেশির ভাগ সংবাদপত্রই সাপ্তাহিক ও দৈনিক হিসেবে প্রকাশিত হয়। কিছু-কিছু পত্রিকা আবার অর্ধ-সাপ্তাহিক এবং পাক্ষিক ও মাসিক সংবাদপত্রের বিরল দৃষ্টান্তও রয়েছে।

- এনসাইক্লোপেডিয়া ব্রিটানিকা

## সংবাদপত্রের বৈশিষ্ট্য :

এডউইন এমেরী'র মতে, একটি সংবাদপত্রের রয়েছে সাতটি প্রধান বৈশিষ্ট্য:

১. এটা সপ্তাহে অন্তত একবার প্রকাশিত হবে ;
২. হাতে লেখা নিউজলেটার থেকে আলাদা করার জন্যই যান্ত্রিক সহায়তায় সংবাদপত্র প্রকাশিত হবে ;
৩. সংবাদপত্র যে কারও কাছে অবশ্যই সহজলভ্য হবে যিনি কোনও শ্রেণী বা বিশেষ স্বার্থ নির্বিশেষে তার মূল্য প্রদানে ইচ্ছুক ;
৪. সংবাদপত্র সাধারণ মানুষের কাছে আকর্ষণীয় যে কোনও কিছু ছাপবে যা কিছু ধর্মীয় বা ব্যবসা সংক্রান্ত প্রকাশনার বিপরীত ;
৫. সংবাদপত্র অবশ্যই সাধারণ বুদ্ধিসম্পন্ন লোকের কাছেও আবেদন রাখতে পারবে;
৬. টেকনিক্যাল উন্নয়নের আলোকে সংবাদপত্র অবশ্যই যুগোপযোগী অথবা কমপক্ষে তুল্যমূল্য হবে ;
৭. সংবাদপত্রের অবশ্যই স্থিতিশীলতা থাকবে ।

# সংবাদ তৈরির উপাদান

## ১. সংবাদ রিপোর্টিং

### তথ্য আহরণ

তথ্য হচ্ছে সংবাদ রিপোর্টিংয়ের মূল চাবিকাঠি। কিন্তু কি সব সেই তথ্য? যে তথ্য সংবাদ-উপযোগী। যে কোনও পরিস্থিতিতে যত বেশি তথ্য পাওয়া যায় ততই ভাল। একটি ভাল সংবাদ রিপোর্টিংয়ের অর্থই হচ্ছে যত বেশি সম্ভব গুরুত্বপূর্ণ তথ্যের আবিষ্কার এবং সেই তথ্যের নির্বাচন ও পরিবেশন এমন হবে যে, তা দিয়ে সবার জন্য সহজবোধ্য সংবাদ বিবরণী বা সংবাদ প্রতিবেদন তৈরি করা যায়।

রিপোর্ট করার জন্য রিপোর্টার অবশ্যই প্রয়োজনীয় উপকরণ সহ সুসজ্জিত থাকবেন। তাঁর সঙ্গে অবশ্যই একটি নোট বই থাকবে। থাকবে অন্তত দুটো বল পয়েন্ট কলম। অ্যাসাইনমেন্ট কভার করতে যাওয়ার পথে নিশ্চয়ই তিনি লেখার সাজসরঞ্জাম সঙ্গে না নিয়ে যাবেন না।

যোগাযোগের প্রয়োজনে তাঁর সঙ্গে থাকবে টেলিফোন করার জন্য ফোনকার্ড অথবা কয়েন। এছাড়া পুলিশ কিংবা সংশ্লিষ্ট অন্যান্য কর্তৃপক্ষের সামনে নিজেকে শনাক্ত করার জন্য অবশ্যই সঙ্গে থাকবে প্রেসকার্ড। তিনি যদি দেশের বাইরে কাজ করেন তবে কেবল সুবিধা ব্যবহার করার জন্য তিনি কেবল কার্ড সঙ্গে রাখবেন। বেশির ভাগ স্থানীয় পত্রিকায় জুনিয়র অর্থাৎ শিক্ষানবিশ রিপোর্টাররা থানা, দমকল কেন্দ্র, হাসপাতাল কিংবা টাউন হল অথবা পৌর পর্ষদের রুটিনমাসিক কাজগুলো করে থাকেন। এ কাজ কিছুটা একঘেয়ে ও বিরক্তিকর। কিন্তু ভাল রিপোর্টার সব সময়ই গুরুত্বপূর্ণ তথ্যের সন্ধানে থাকেন যা দিয়ে একটি ভাল সংবাদ বিবরণী তৈরি করা যায়। জনগণের কাছে এটা স্পষ্ট নয় যে, কে রিপোর্টারকে তথ্য দিচ্ছেন। অতএব তাদের জিজ্ঞাসা করাও যথেষ্ট নয় যে, এখানে কি কোনও আত্মহোদীপক ঘটনা ঘটছে?

একটি স্থানীয় পত্রিকার একজন রিপোর্টার তাঁর জেলা থেকেই তথ্য আহরণের নৈপুণ্য অর্জন করতে পারেন। জেলার প্রতিটি রাস্তা, ক্ষয়ার, কাফেতে তাঁকে ঘুরতে হয়। সারা শহর ঘুরে বেড়ানো ছাড়া তাঁর শেখার বা জানার আর কোনও উপায় নেই।

রিপোর্টারকে তাঁর শহরের ইতিহাস কিংবা সেখানে স্থাপিত বিভিন্ন প্রকার প্রধান কল-কারখানা কিংবা সেগুলোর কর্মকাণ্ড অথবা ভবিষ্যতে সেগুলোর কি ধরনের কর্ম-

পরিকল্পনা রয়েছে এসব সম্পর্কে তাঁকে জানতে হয়। ধর্মীয় প্রতিষ্ঠানগুলোর সঙ্গে সাধারণ মানুষের সব সময় একটা যোগাযোগ থাকে। সেগুলো সম্পর্কেও বৌজখবর নেয়া ভাল।

জুনিয়র রিপোর্টারদের শহরের নিয়মিত ঘটনাবলী কভার করতে হয়। যেমন— মহিলা কোনও প্রতিষ্ঠানের সভা-সমিতি, বার্ষিক পুষ্প প্রদর্শনী প্রভৃতি। এগুলো উপেক্ষা করার অবকাশ নেই। কারণ এগুলোও স্থানীয় পত্রিকা বিক্রিতে সাহায্য করে। এগুলোর বাইরেও বিভিন্ন সাধারণ আলাপ-আলোচনা বা আড্ডায়ও কিছু-কিছু মানবিক আবেদনমূলক সংবাদ মেলে। যে সকল সামাজিক ঘটনাস্থলে জনগণ বসে গল্পগুজব করে আড্ডা দেয়, সংবাদ মেলে সেই গল্পগুজবেও।

রিপোর্টারকে সব সময়ই যে কোনও পরিবর্তন সম্পর্কে সচেতন থাকতে হয়। যে কোনও পরিবর্তনের সম্ভাবনা সম্পর্কেও সচেতন থাকতে হয়। নগর কর্তৃপক্ষ কোনও পুরনো আবাসন এলাকা ভেঙে হয়তো নতুন আবাসন প্রকল্প হাতে নেয়ার ঘোষণা দিতে পারেন। এর থেকে অনেক ভাল-ভাল রিপোর্ট হতে পারে। যেমন, পুরাতন বাসিন্দাদের বহুদিনের পুরাতন বাসস্থান ছেড়ে চলে যেতে হবে। এ ধরনের ঘটনার সঙ্গে যথেষ্ট পরিমাণ মানবিক আবেদন জড়িয়ে থাকে। সেগুলোর প্রতি খেয়াল রাখা দরকার। কারা এই নতুন আবাসন প্রকল্প বাস্তবায়ন করছে, কোন স্থপতি কোন ডিজাইনে তা করছেন। এতে পরিবেশ ও উন্নয়নের কোনও পরিবর্তন হবে কিনা। এখানে সম্ভাব্য নতুন বাসিন্দা কারা প্রভৃতি অনেক বিষয়েই ভাল-ভাল সংবাদ বিবরণী হতে পারে।

রিপোর্টারের ভাল শর্টহ্যান্ড জানা থাকা ভাল। বিশেষ করে আজকের দিনে যখন বহু সংবাদ সংক্রান্ত বিবরণী রেডিও টেলিভিশনে বার-বার প্রচার হচ্ছে। একজন পাঠক রেডিও-টিভি শুনে এবং পত্রিকায় সেই খবর ছাপা হলে সে তা মিলিয়ে দেখে। প্রয়োজনে রেডিও-টিভি থেকে প্রচারিত কোন সংবাদ বিষয়ক তথ্য দ্রুত সংগ্রহের স্বার্থেই শর্টহ্যান্ডের গুণ থাকা ভাল। রাজনৈতিক সভাসমাবেশেও দ্রুত নোট টুকতে হয়।

### সাক্ষাৎকার

সাক্ষাৎকার গ্রহণের কলাকৌশল অভিজ্ঞতার মধ্য দিয়েই ভাল শেখা যায়। তবে এমন কিছু দক্ষতা আছে যা অর্জন করতে হয়। যে তথ্য রেফারেন্স বইয়ে আছে কিংবা অন্য কোনও জায়গায় সহজলভ্য, সে সম্পর্কে রিপোর্টার কখনওই সাক্ষাৎদাতাকে কোনও প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করবেন না। যতটা সম্ভব প্রস্তুতি নিয়ে সাক্ষাৎকার নিতে যাওয়া ভাল।

আপনি যদি কোনও শিল্পপতির সাক্ষাৎ নিতে যান তাহলে তাঁর সম্পর্কে হ'জ হ' কিংবা ডিরেক্টরি অব ডিরেকটরস-এ বৌজখবর নিন। তাঁর কোম্পানি সম্পর্কে

খোজখবর নিন এবং তাঁর মূল তথ্যসমূহ জেনে নিন। ওই শিল্প সম্পর্কে পুরনো বা নতুন তথ্য লাইব্রেরিতে প্রাপ্ত কাটিংস্ থেকে পাওয়া যেতে পারে।

এটা খুবই আশ্চর্যজনক যে, অনেক গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিবর্গও কোনও ফালতু প্রশ্নের জবাব দিতেও প্রায়ই বিরক্ত হন না। কারণ তাঁরা জানেন যে, রিপোর্টারকে প্রকৃত তথ্য না দিলে তিনি একটি অসত্য ও ভুল সাক্ষাৎকারই কেবল রচনা করবেন।

একটি সাক্ষাৎকারের পটভূমি সম্পর্কে জেনে নেয়ার পর সাক্ষাৎকারের সময় আপনি কি প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করবেন তা ঠিক করে নিন। সাক্ষাৎকার প্রক্রিয়া যখন চলবে তখন আপনি আপনার প্রশ্নপত্রের দিকে খেয়াল না-ও দিতে পারেন। একটি প্রশ্ন আরেকটি প্রশ্নের উদ্ভব ঘটাতে পারে এবং যিনি সাক্ষাৎ দিচ্ছেন তিনি তাঁর নিজস্ব আত্মহের ধারা অনুসারেই কথা বলতে পারেন।

সাক্ষাৎদাতা প্রশ্নকর্তার কোনও প্রশ্ন স্পষ্টতই এড়ানোর চেষ্টা না করলে তাঁকে তাঁর কথা বলা থেকে বিরত করা উচিত নয়। তিনি যে কথা বলতে চাইছেন সেটা আকর্ষণীয় হতে পারে এবং আপনার প্রশ্নের থেকেও আকর্ষণীয় হতে পারে। কিন্তু একটি সাক্ষাৎকার পর্ব শেষ হওয়ার আগে আপনি আপনার প্রশ্নের সবগুলো মিলিয়ে দেখুন তা থেকে কোনও গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন বাদ গেল কিনা কিংবা জানার মতো কোনও গুরুত্বপূর্ণ বিষয় অজানা থেকে গেল কিনা। হয়তো সে প্রশ্নের উত্তরটি সাক্ষাৎদাতা এড়িয়ে যাওয়ার চেষ্টা করেছেন।

টেলিভিশন মাধ্যমের কিছু সাক্ষাৎকার গ্রহণকারীর কড়া-কড়া প্রশ্ন থেকে কিছু তরুণ সাংবাদিকের মধ্যে ধারণা সৃষ্টি হতে পারে যে, সাক্ষাৎকার পর্ব বৃষ্টি খুবই তীক্ষ্ণ ও কঠোর হবে। মনে রাখতে হবে, টেলিভিশনের সাক্ষাৎকার-গ্রহণকারী যার সাক্ষাৎকার নেন সে সম্পর্কে আগে থেকেই প্রস্তুতি নিয়ে নেন। টেলিভিশনের সাক্ষাৎকারীর একটি সুবিধা হলো যে, তাঁর সাক্ষাৎকার কর্মের একটা বিরাট অংশ ক্যামেরার জন্য নির্ধারিত। কিন্তু টেলিভিশন সাক্ষাৎকারের কৌশল সংবাদপত্রের জন্য সব সময় কার্যকর হয় না।

নিজের দিকে তাকান। নিজের সম্পর্কে এমন একটা কল্পনা করুন যে, কেউ একজন আপনার অফিসে এসে আপনাকে সেই সব প্রশ্নই জিজ্ঞাসা করছে যে প্রশ্ন আপনি কাউকে করার জন্য পরিকল্পনা করছিলেন। এরকমটা হলে আপনার কি প্রতিক্রিয়া হবে সেটা ভেবে নিয়েই আপনার প্রশ্নাবলী নতুন করে সাজান।

যে সকল লোককে আপনি প্রশ্ন করছেন তাঁরা আপনার প্রশ্নের আগে কি করছিল সে সম্পর্কে চিন্তা-ভাবনা করা কিংবা তাঁদের যে সময়টা আপনি নেবেন সে সময়টা তাঁরা কি করত তাঁদের জীবনের সেই অমূল্য সময় সম্পর্কেও বোঝার চেষ্টা করুন।

সাক্ষাৎকার গ্রহণের প্রারম্ভেই সিদ্ধান্ত নিন যে, আপনার প্রশ্ন প্রত্যক্ষ না পরোক্ষ হবে। কিছু-কিছু মানুষ কড়া-কড়া প্রত্যক্ষ প্রশ্নেরও ভাল জবাব দেন। যদি রিপোর্টার

সাক্ষাৎদাতাকে আস্তে-আস্তে তাঁর প্রশ্নাবলীর মূল পর্যায়ে নিয়ে আসেন সেক্ষেত্রেও অনেকে ভাল জবাব দেন। সাক্ষাৎকার পর্বের প্রথম কয়েক মিনিটের মধ্যেই সাংবাদিককে ঠিক করে নিতে হবে কোন দৃষ্টিভঙ্গি আপনার সম্ভাব্য রিপোর্টের জন্য হবে বেশি ফলদায়ক।

আজকাল অনেক প্রতিষ্ঠানের জনসংযোগ কর্মকর্তাই তাঁদের প্রতিষ্ঠানের পক্ষে বা প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তার পক্ষে কথা বলে থাকেন। কিন্তু সাংবাদিক হিসেবে আপনি প্রতিষ্ঠানের শীর্ষ কর্মকর্তার কাছেই যাবেন। কোনও প্রতিষ্ঠানের গুরুত্বপূর্ণ ও প্রভাবশালী ব্যক্তির সঙ্গে কথা বলতে ভয় পাবেন না। সংশয়ে ভুগবেন না। একটা কথা মনে রাখতে হবে যে, ওই সব শীর্ষ ও প্রভাবশালী কর্তব্যক্তি সংবাদপত্রে ভাল প্রচার চান, যেমন আপনিও তাঁর সাক্ষাৎ নিতে চান। আপনি যদি বিনয়ী হন এবং ভাল প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করেন তাহলে তাঁরা তার ভাল জবাব দেবেন।

আপনি যদি খুবই ব্যস্ত একজন মানুষকে সমস্ত প্রশ্ন করেন তাহলে প্রথমেই পরিষ্কার করে জেনে নিন যে, তিনি কতখানি সময় দেবেন। তাঁর অফিসে অপেক্ষা করার সময় তাঁর সচিবকে জিজ্ঞাসা করুন। ধরুন, আপনি তাঁর অফিসে তিনটার সময় গেলেন, তাঁর সচিব হয়তো জানালেন যে তাঁর সাড়ে তিনটার সময় একটি বৈঠক আছে। এরকম অবস্থায় হয়তো ওই সচিব তাঁর কর্তার সঙ্গে আলোচনা করে আপনার সঙ্গে তাঁর সঙ্গে সাক্ষাতের সময়ক্ষণ ও প্রয়োজনীয় ব্যবস্থা নিতে পারেন। তবে তিনি যদি খুব কম সময় দিতে চান তাহলে আপনি তাঁকে শুধু গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্নগুলোই জিজ্ঞাসা করুন। যদি সাক্ষাৎকার-গ্রহণকারী সাক্ষাৎদাতার নাকের ডগায় তাঁর নোটবই ও বলপেন বেশি নাড়াচাড়া না করেন তাহলে সাক্ষাৎদাতা খুব সহজেই তাঁর সঙ্গে কথাবার্তা বলবেন। সাক্ষাতের সময় টোকায় জন্য বড় ধরনের নোট বইয়ের বদলে ছোটখাটো নোটবই ব্যবহার করা উচিত। সাক্ষাৎদাতার মুখের সামনে তা নাড়াচাড়া না করে হাঁটুর ওপর রেখে নোট টুকুন, প্রশ্ন করুন, আবার নোট টুকুন। কোনও-কোনও রিপোর্টার টেপরেকর্ডার ব্যবহার করেন কিন্তু একটি খোলামেলা সাক্ষাতের জন্য টেপরেকর্ডার অনেক সময় বাধা হয়ে দাঁড়ায়।

যদি কোনও সাক্ষাৎদাতা বিস্তারিত, খুঁটিনাটি ও জটিল পরিসংখ্যান দিতে থাকেন তাহলে তা থেকে তাঁকে আস্তে-আস্তে নিবৃত্ত করুন। যদি প্রয়োজন হয় তাহলে সাক্ষাৎদাতাকে একটু থামতে বলে তাঁর দেয়া পরিসংখ্যান একটু পড়ে নেয়া ভাল, যাতে তা সঠিকভাবে বোঝা যায়। কোনও গুরুত্বপূর্ণ তথ্য একটু চেক করে নিতে চাইলে নিশ্চয়ই সাক্ষাৎদাতা কিছু মনে করবেন না।

সাক্ষাৎপর্বের সময় সাক্ষাৎদাতা যদি কোনও চমকপ্রদ তথ্য বা মন্তব্য করেন তাহলে তাঁকে সবিনয়ে জিজ্ঞাসা করা যেতে পারে “আমি কি আপনার ওই কথাটুকু উদ্ধৃত করতে পারি?” এটা আপনাকে নিশ্চিত করবে যে, তিনি তাঁর ওই কথাটুকু উদ্ধৃত

হতে দিতে চান এবং কিংবা সেটা ছাপা হলেও তা নিয়ে কদাচিত্ই অভিযোগ করতে পারেন।

সাক্ষাতের সময় অনেক কথা বললেও সংবাদপত্রে তা প্রকাশ হলে অনেকেই বলে থাকেন তিনি তা বলেন নি। আর এ কারণেই রিপোর্টার কোনও সাক্ষাৎকার গ্রহণের পর অন্তত তিন মাস নোটবইটা রেখে দেবেন যাতে সাক্ষাতে দেয়া কোনও বিবৃতি চ্যালেঞ্জ করা হলে তিনি তাঁর নোট বইখানা দেখিয়ে বলতে পারেন, এই দেখুন এখানে কি লেখা রয়েছে।

একজন রিপোর্টার সাক্ষাতের প্রারম্ভে নিজের পরিচয় তুলে ধরতে গিয়ে হয়তো বলতে পারেন “আমি অমুক পত্রিকা থেকে এসেছি, আমার নাম অমুক, আমাকে কি কিছু বলবেন।” এই কথাগুলো সাক্ষাৎদাতাকে একটা ধারণা দেবে যে, যা তিনি বলবেন তা হয়তো পত্রিকায় প্রকাশিত হবে। এটা একটা নেতিবাচক দিক। সেইজন্য সাক্ষাৎকার নেয়ার আগে নিজেকে সাক্ষাৎদাতার কাছে তুলে ধরার একটি আকর্ষণীয় পদ্ধতি তৈরি ও রপ্ত করে নিন এবং প্রতিটি সাক্ষাৎকার গ্রহণের আগে তা এমনভাবে ব্যবহার করুন যে, আপনি কাউকে আগাম হুঁশিয়ারি দিচ্ছেন না আপনার বলা কথাগুলো পত্রিকায় উদ্ধৃত হতে যাচ্ছে। তার সঙ্গে একটু হালকা মেজাজে এমনভাবে কথা বলতে শুরু করুন যেন মনে হয় কতদিনের চেনা। বন্ধুসুলভ আচরণে তিনি যেন কথা বলায় হন উদ্বুদ্ধ।

কোনও সাক্ষাৎদাতা যদি বলেন, তিনি একথাগুলো “অফ দ্য রেকর্ড” বলছেন তাহলে রিপোর্টার তাঁর সে কথার প্রতি সম্মান জানাবেন। মাঝে-মধ্যে অবশ্য কোনও-কোনও সাক্ষাৎদাতা “অফ দ্য রেকর্ড” বলেন এবং পরে এমন সব কথাবার্তা বলেন যা স্পষ্টত উদ্ধৃতিযোগ্য। এক্ষেত্রে তাঁকে জিজ্ঞাসা করা উচিত তাঁর এই কথাবার্তা কি “অফ দ্য রেকর্ড” এবং তিনি (রিপোর্টার) সাক্ষাৎদাতার নাম উল্লেখ করতে পারেন কিনা নাকি খালি তাঁর বলা কথাগুলোই উদ্ধৃত করতে পারেন। মাঝে-মধ্যে সাক্ষাৎদাতা সংবাদপত্রের কাছে এমন কথাবার্তা বলেন যেগুলো তিনি ছাপার অক্ষরে দেখতে চান তবে তিনি সূত্রের নাম উল্লেখ না করার পরামর্শ দেন। এরকম করার একটা উদ্দেশ্য হলো যে, পরে তিনি বলতে পারেন একথা তিনি বলেন নি। এ ধরনের কথাবার্তা রিপোর্টার ও তাঁর পত্রিকা একটু ঝুঁকি নিয়েই ছাপেন।

একজন রিপোর্টারকে তথ্য পাওয়ার পর তা নিয়ে লিখতে হয়। রিপোর্টার এমন কিছু লিখবেন যা পাঠক আগ্রহ নিয়ে পড়বে। সাক্ষাতের সময় সাক্ষাৎদাতার কাছে কোনও বিষয় আগ্রহোদ্দীপক মনে হলেও তার মানে এই নয় যে রিপোর্টার অবশ্যই তা থেকে চাঞ্চল্য সৃষ্টি করবেন। সাক্ষাৎদাতা যে কথা বা তথ্যকে খুবই গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করেন রিপোর্টার তা দিয়ে তাঁর সংবাদবিবরণীর সূচনা বা সারাংশ না-ও তৈরি করতে পারেন। তিনি সেই কথারই গুরুত্ব দেবেন যে কথটি পাঠকের দৃষ্টিকোণ থেকে সংবাদবিবরণীটিকে পরিচালিত করবে।

এমন যদি হয় যে, কোনও শহরের একজন শিল্পপতি জানালেন যে থালাবাসন মাজার বৈদ্যুতিক যন্ত্র তিনি এখন আরেকটি শহর থেকে উৎপাদন করবেন এবং এতে কোম্পানির উৎপাদন বর্তমানের তুলনায় দ্বিগুণ হবে। এর সঙ্গে তিনি আরও যোগ করলেন যে, দুর্ভাগ্যজনক হলেও সত্য এর ফলে বর্তমান শহরের হাজার খানেক লোক কর্মহীন হয়ে পড়বে। হ্যাঁ, এখন ওই শিল্পপতির কাছে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য হচ্ছে যে, তাঁর দ্রব্যের উৎপাদন দ্বিগুণ হচ্ছে; কিন্তু রিপোর্টার বা ওই স্থানীয় পত্রিকার কাছে গুরুত্বপূর্ণ তথ্য হচ্ছে যে শিল্পপতির ওই পদক্ষেপের ফলে শহরের এক হাজার লোক বেকার হয়ে পড়বে এবং এটাই হবে তাঁর খবরের প্রধান উপাদান।

একজন রিপোর্টার যত বেশি সম্ভব তথ্য আহরণ করার পরই তার ওপর ভিত্তি করে একটি সংবাদবিবরণী তৈরি করে ফেলবেন। তিনি অফিসে ফেরত গিয়েও তা লিখতে পারেন অথবা টেলিফোনেও তা জানাতে পারেন। তবে উভয় ক্ষেত্রেই তিনি সংবাদযোগ্য তথ্যগুলো ত্বরিত তাঁর অফিসে পাঠিয়ে অফিস থেকে পরবর্তী নির্দেশের অপেক্ষায় থাকবেন। আপনার পত্রিকা অফিসের সঙ্গে সব সময় যোগাযোগ রাখবেন।

কোনও সংবাদবিবরণীর সূচনামূলক বাক্যটি সব সময়ই সংক্ষিপ্ত হবে এবং তাতে সংবাদবিবরণীর মূল বিষয় অর্থাৎ সারসংক্ষেপ সন্নিবেশিত থাকবে। সংবাদবিবরণীর এই অংশকে বলে ইন্ট্রো (Intro) অর্থাৎ সংবাদসূচনা। সংবাদবিবরণী লেখা শুরু করার সঙ্গে-সঙ্গে দেখতে হবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলো সন্নিবেশিত হয়েছে কিনা এবং সেই গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলো প্রথম দু'একটি অনুচ্ছেদেই স্থান করে দিতে হবে। সংবাদবিবরণী শেষ করার সঙ্গে-সঙ্গে চেক করে দেখুন আপনার দেয়া সব তথ্য সঠিক আছে কিনা। যে সমস্ত নাম-ঠিকানা বা উদ্ধৃতি দেয়া হয়েছে তা সব ঠিক আছে কিনা। যে সমস্ত টেকনিক্যাল শব্দ দেয়া হয়েছে তার সঠিক ব্যাখ্যা দেয়া হয়েছে কিনা এবং কোনও গুরুত্বপূর্ণ যোগসূত্র বাদ পড়ে গেল কিনা।

## ২. ফিচার লিখন

সাধারণত যিনি সংবাদবিবরণী লিখে থাকেন সংবাদবিবরণীটির ওপর সাধারণত বা বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই তাঁদের নাম দেয়া হয় না, কিন্তু ফিচার রচনায় সাধারণত লেখকের নাম থাকে। তিনি তাঁর ফিচারটি লেখেন কোনও সংবাদ ঘটনা কিংবা সংবাদ ঘটনার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের ওপর খবরের পটভূমিকে ভিত্তি করে। একজন সাধারণ লেখক ফিচার লিখতে পারেন কিংবা এ বিষয়ে পত্রিকার বিশেষজ্ঞদের কেউ লিখে থাকতে পারেন। মাঝে-মাঝে এমন সকল ব্যক্তি ফিচার রচনা করে থাকেন যারা নিজেরাই এক-একজন সংবাদযোগ্য নাম এবং পত্রিকা মারফত তাঁদের অনেক কিছু বলার থাকে। যেমন, একজন সংসদ সদস্য পার্লামেন্টে একটি বিল এনেছেন সে সম্পর্কে তিনি পত্রিকায় লিখতে পারেন। একটি ফুটবল দলের অধিনায়ক মাঠের ভেতরে ও বাইরে দাস্তাবাজি নিয়ে তাঁর মতামত পত্রিকায় রাখতে পারেন। বেশ

কিছুদিন ধরে সংবাদপত্রগুলো ক্রীড়া বিষয়ক নিবন্ধের ওপর বাবা-বাবা ক্রীড়া ব্যক্তিত্বদের নাম বড় অঙ্কের টাকার বিনিময়ে ছেপে থাকেন। সত্যিকার অর্থে হয়তো তা লিখে থাকেন একজন সাংবাদিক বা গোস্ট রাইটার (Ghost writer)।

সংবাদবিবরণী যেরকম আঁটসাঁটভাবে লেখা এবং ত্বরিত প্রকাশের ব্যবস্থা করতে হয় ফিচার রচনায় তা হয় না। ফিচার লেখক তাঁর লেখার জন্য গবেষণা কাজে অনেকটা সময় ব্যয় করতে পারেন। ফিচারে একটা তাৎপর্য ও সিদ্ধান্ত তুলে ধরতে হয় সেজন্যও চিন্তা-ভাবনা করে সময় নিয়ে লেখা দরকার। কোনও-কোনও সময় নিকট ভবিষ্যতে অনুষ্ঠেয় কোনও সংবাদ ঘটনার সঙ্গে-সঙ্গেই একটা ফিচার দেয়ার আগাম পরিকল্পনা পত্রিকা কর্তৃপক্ষের থাকে। যেমন, প্রেসিডেন্ট ক্লিনটন যখন প্রথম দফায় প্রেসিডেন্ট নির্বাচনে জিততে চলেছেন তখন অনেক পত্রিকাই তাঁর জীবন, উত্থান, ভবিষ্যৎ কর্মপন্থা প্রভৃতি বিষয় নিয়ে আগে থেকেই পরিকল্পনা মাসিক ফিচারগুলো ছেড়েছে। ফিচার লেখার জন্য আগাম চিন্তার পরিকল্পনায় হয়তো কোনও দিন আশ্রাহোন্দীপক ঘটনা ঘটতে যাচ্ছে তখন মূল ঘটনার পাশাপাশি চমৎকার ফিচার দেয়া যায় কিনা তা ছক কেটে রাখতে হয়।

## ফিচারের প্রকারভেদ

### ক. তাৎক্ষণিক ফিচার

লভ্য সময়ের মধ্যে রেফারেন্স বই, কাটিংস্ কিংবা নিজেদের বা সহকর্মীর স্মৃতির ওপর নির্ভর করে তথ্য সংগ্রহ করে তাৎক্ষণিক ফিচার তৈরি করা হয়। যেমন কোনও দেশে একটা বিপ্লব বা গণঅভ্যুত্থানের মারফতে এমন একজন লোক ক্ষমতায় এলেন, ওই দেশের সাধারণ মানুষের কাছে তিনি প্রায় অপরিচিত। এক্ষেত্রে একজন ফিচার লেখক সেই নতুন ক্ষমতাবান শাসকের সম্পর্কে যত বেশি তথ্য পাওয়া যায় তা বের করে ফিচার লিখতে পারেন।

এ ধরনের ফিচার খুবই মূল্যবান যখন তাতে পাঠকের সম্ভাব্য সব প্রশ্নের উত্তর দেয়া হচ্ছে। আবার এমন সব তথ্যও দেয়া হচ্ছে যেগুলোর কথা পাঠক একদম চিন্তা করে নি। যেমন নতুন রাষ্ট্রপ্রধান কেমন করে ক্ষমতায় এলেন? কেন তাঁকে নির্বাচিত করা হলো এবং কে তাঁকে পেছন থেকে সমর্থন যোগালো? রাষ্ট্র বা সরকার পরিচালনায় তাঁর কি কোনও পূর্বঅভিজ্ঞতা আছে? তিনি কি একজন লৌহমানব নাকি অনেকগুলো গোষ্ঠীর সমঝোতামূলক প্রার্থী? তিনি কি কোনও একটি ক্ষমতাবান গোষ্ঠীর প্রতি অনুগত? তিনি কি তাঁর দেশের বাইরে ভ্রমণ বা বসবাস করেছেন কিংবা তিনি কি ছদ্মবেশী জাতীয়তাবাদী? ক্ষমতায় এসে তিনি কি এখন সামাজিক-অর্থনৈতিক কাঠামোর পরিবর্তন ঘটাবেন? আন্তর্জাতিক অঙ্গনে তাঁর দেশের অবস্থানের কি পরিবর্তন ঘটাবেন? মূল কথা হলো ওই ব্যক্তির ক্ষমতা গ্রহণে দেশে-বিদেশে স্বল্প

অথবা দীর্ঘ সময়ের শ্রেণিতে কোনও প্রভাব পড়বে কিনা বিশেষ করে সাধারণ পাঠকের বা মানুষের জীবনে এবং পত্রিকার কাছে।

#### খ. মানবিক আবেদনমূলক ফিচার

দ্বিতীয় ধরনের ফিচার রচনা হচ্ছে মানবিক আবেদনমূলক ফিচার। জনপ্রিয় সংবাদপত্রগুলোর জন্য এধরনের ফিচারের কখনওই অভাব হয় না। এ ধরনের ফিচার অনন্ত সময়ধর্মী বিষয়সমূহ যেমন যৌনতা, অর্থ এবং বিভিন্ন প্রজন্মের মধ্যকার দ্বন্দ্বের ওপর ভিত্তি করে রচিত হয়। যৌনতাকেন্দ্রিক ফিচার সাম্প্রতিক সময়ে বৃটিশ ও আমেরিকান সংবাদপত্রের একটি ক্রম বাড়বাড়ন্ত বিষয়। মামলা-মোকদ্দমা, বিবাহ বিচ্ছেদ, সেপারেশন কিংবা শো-বিজনেস-এ সংশ্লিষ্ট লোকজনের ব্যক্তিজীবন এমনকি কর্মজীবন নিয়ে এ ধরনের ফিচার লেখা যেতে পারে। টেলিভিশন ও ক্রীড়ার সঙ্গে গ্ল্যামার যুক্ত রয়েছে এবং এ হচ্ছে ফিচার তৈরির ভাল একটি ক্ষেত্র।

একজন চিকিৎসককে জেনারেল মেডিক্যাল কাউন্সিলের সামনে হাজির করা হতে পারে পেশাগত আস্থা ভঙ্গ করার অভিযোগ এনে এই কারণে যে, তিনি তাঁর একজন কিশোরী রোগীর কথা জানালেন যে সে ১৬ বছর বয়সেই জন্মানিরোধক বড়ি গ্রহণ করে থাকে। এই সংবাদ বিবরণীতে দু'টো গুরুত্বপূর্ণ শর্ত রয়েছে— যৌনতা ও জেনারেশন গ্যাপ। এই দু'টো বিষয় বহু প্রশ্নের অবতারণা করে।

আপনি যদি ওই বালিকাটির পিতামাতা হন, আপনি কি জানতে চাইবেন যে, মেয়েটি পিল খায় কিনা? একথাটা চিকিৎসকের কি বলা উচিত? এ ধরনের ফিচার জনগণের মতামত ও বিতর্ককে তুলে ধরতে পারে এবং তা প্রকাশ করা সংবাদপত্রের দায়িত্ব বিশেষ করে যখন কোনও দেশে দ্রুত সামাজিক পরিবর্তন চলছে।

একজন মহিলা ডিভোর্স চেয়ে অভিযোগ করেছেন যে, তাঁর স্বামী ঘুমের মধ্যে নাক ডাকে। এই বিষয়টি নিয়ে হাজার-হাজার কথা বলা যায় এবং এ সংক্রান্ত বহু প্রশ্নের উত্তর মিলবে। যেমন প্রশ্ন হতে পারে, আপনি আপনার স্বামীর নাক ডাকা কিভাবে বন্ধ করেন? আপনার স্বামী যখন নাক ডাকে তখন কি আপনি আলাদা বিছানায় থাকেন? এই ধরনের বিষয় নিয়ে নাশতার টেবিলে, দোকানে, ট্রেনের কামরায়, বাসে, লঞ্চে সর্বত্র আলোচনা হয় এবং জনপ্রিয় পত্রিকাগুলোর জন্য এ হচ্ছে চমৎকার ফিচার রচনার উপাদান।

#### গ. ব্যক্তিত্ব জীবনালেখ্য

তৃতীয় ধরনের ফিচার হচ্ছে ব্যক্তিত্বের জীবনালেখ্য বিষয়ক ফিচার। সংবাদ হওয়ার মতো কিছু গুরুত্বপূর্ণ ও আকর্ষণীয় ব্যক্তিত্বের সঙ্গে সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে এ ধরনের ফিচার তৈরি হয়। ওই ব্যক্তিত্বের সঙ্গে কোনও গুরুত্বপূর্ণ ও আত্মহান্দীপক বিষয় নিয়ে

সাক্ষাৎপর্ব পরিচালিত হতে পারে। বিশ্ববিদ্যালয়ের অর্থনীতির সেরা ছাত্রটি কেন হঠাৎ করে পড়াশোনা ছেড়ে দিল। ৩০ বছর ঘর করার পর কেন দু'জন নামী ব্যক্তিত্বের মধ্যে ছাড়াছাড়ি হয়ে গেল কিংবা কন্ট্র কমিউনিস্ট কেন পুঁজিবাদী চিন্তা-চেতনায় ডুবে গেলেন এসব বিষয়ে জীবনালেখ্যে ফিচার হতে পারে।

### ঘ. ব্যক্তিত্ব কলাম

চতুর্থ শ্রেণীর ফিচার হচ্ছে ব্যক্তিত্ব কলাম। বেশিরভাগ সংবাদপত্রে কিছু-কিছু ব্যক্তিত্ব (নারী বা পুরুষ) আছেন যারা সত্ত্বেই এ ধরনের দু' বা তিনটি কলাম লিখে থাকেন। তাঁরা তাঁদের নিজ ব্যক্তিত্বের ছাঁকনি দিয়ে কোনও সংবাদ ঘটনাকে পরিস্ফুট করেন এবং তাতে তাঁর ব্যক্তিক এবং প্রায় তাঁর চিন্তা-ভাবনার মেজাজ সংযুক্ত করেন। যেমন, ওয়াশ্‌টন লিপম্যান যুক্তরাষ্ট্রের রাজনীতির সতেজ খবরাখবর নিয়ে লিখতেন। বাংলাদেশে অনেক নামী ব্যক্তিত্বই বিভিন্ন পত্র-পত্রিকায় রাজনীতি, অর্থনীতি বা সমাজ নিয়ে প্রায়ই লিখছেন।

### আপনি কিভাবে একজন ফিচার লেখক হবেন

বেশির ভাগ ফিচার লেখক হচ্ছেন সেই সকল রিপোর্টার যারা সৃজনীমূলক পরিবেশ এবং সরল ও জীবন্ত বর্ণনামূলক লেখায় নিজেদের দক্ষ বলে প্রমাণ করেছেন। নির্ভেজাল সংবাদ রিপোর্টিংয়ের সঙ্গে ফিচারের তুলনা চলে না। সহ-সম্পাদক নির্ভেজাল সংবাদ রিপোর্টে অপ্রয়োজনীয় অনেক অংশ ছেঁটেছুঁটে ফেলেন, বিশেষণ জাতীয় শব্দাবলী বাদ দিয়ে দেন। তবে তার পরেও সম্পাদক ও বার্তা সম্পাদকগণ সেই সাংবাদিকদের খোঁজেন যারা সংবাদ রিপোর্টের সাদামাটা বর্ণনার বাইরেও আরও কিছু বলার ও লেখার ক্ষমতা রাখেন। একজন ভাল ফিচার লেখককে অবশ্যই ভাল রিপোর্টার হতে হয় কিন্তু অনেক ভাল রিপোর্টারই ভাল ফিচার রচনা করতে পারেন না।

সেরা মানের ফিচার লেখার অর্থ হচ্ছে উঁচুমানের সাংবাদিকতা। একটি ভাল ফিচার তার দৈর্ঘ্যের গুণাগুণ নির্ধারণ করে দেয় এবং পত্রিকায় তার গুরুত্ব সহকারে পরিবেশনকে যৌক্তিক করে তুলে ধরে। এছাড়া লেখাটিকে পাঠকের কাছে খুবই আকর্ষণীয় করে তোলে। ফিচার হলেও তাতে তথ্যের কোনও ভুল-ভ্রান্তি থাকে না। বস্ত্তনিষ্ঠতার অভাব থাকবে না। ফিচারের নির্মাণ কাঠামো হবে সুগঠিত। এর থাকবে তিনটি অংশ অর্থাৎ একটি উত্তম সূচনা বা শুরু, মধ্যাংশ ও সমাপ্তি।

### ৩. স্পেশ্যালাইজেশন

বহু সাংবাদিকেরই একটা আকাঙ্ক্ষা ও উচ্চাকাঙ্ক্ষা থাকে যে, তিনি একটি সুনির্দিষ্ট ক্ষেত্রে একজন বিশেষজ্ঞ হবেন। তবে এটা স্পষ্টত নির্ভর করে তাঁর নিজের ওপর। কিন্তু বার্তা সম্পাদকের ক্রমাগত চাপের বাইরে যদি তিনি তাঁর দিন বা সপ্তাহের

পরিকল্পনা এঁটে সেইভাবে কাজ করেন তাহলে তাঁর একটি বিশেষ লাইনে বিশেষজ্ঞ হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। তবে শুধুমাত্র বড় পত্রিকাগুলো, যাদের সহায়-সম্পদ ও লোকবল ভাল—তারা এই কেবল বিশেষ কাজে বিশেষ-বিশেষ লোকদের নিয়োজিত করে। যেমন সাধারণ রিপোর্টারদের মধ্যে যারা যে বিষয়ে আগ্রহী বা দক্ষ তাঁকে সেই বিষয়েই সংবাদ কভার বা সংশ্লিষ্ট দায়িত্ব দেয়া হয়।

দু'টো বিশেষ ক্ষেত্র বিশেষ মর্যাদাসম্পন্ন। এর একটি পার্লামেন্ট অপরটি সিটি বা নগরী। যারা এই দু'টো ক্ষেত্রে কাজ করেন তারা যে অভিজ্ঞতাসম্পন্ন ও বিশেষজ্ঞ তা ধরে নেয়া যায়। পার্লামেন্টারি রিপোর্টার ও সিটি রিপোর্টার প্রায়ই অফিসের বাইরে থেকে কাজ করেন এবং যোগাযোগ রাখেন। তাঁরা হচ্ছেন মূলত সম্পাদকের চোখ-কান এবং তাঁরা সম্পাদকীয় উপদেষ্টা হিসেবে কাজ করে থাকেন।

সমাজ সর্বক্ষণ বদলাচ্ছে, কাজের বিশেষ ক্ষেত্রগুলোও বদলাচ্ছে। কোন সরকার বহুবিধ কারণে যেমন তাদের রাষ্ট্র পরিচালনার ধরন-ধারন পাঁটাচ্ছে, স্বাভাবিকভাবেই সাংবাদিকদেরও বিশেষ ক্ষেত্রে বিশেষজ্ঞ হওয়ার ক্ষেত্রও পাঁটাচ্ছে। একসময় সংবাদপত্রে যে বিষয়টি বিশেষজ্ঞের ক্ষেত্র বলে বিবেচিত হতো আজ তার জায়গায় রিপোর্টিংয়ের নতুন-নতুন দিগন্ত উন্মোচিত হচ্ছে। অতএব একজন বিশেষজ্ঞ রিপোর্টার শুধুমাত্র তাঁর নিজস্ব ও সীমিত ভূমি আবদ্ধ থাকবেন না বরং অন্যান্য ক্ষেত্র ও বিষয়ের সঙ্গে নিজেস্ব যুক্ত করার জন্য প্রস্তুত থাকবেন।

সংবাদপত্রের কিছু বিশেষ ক্ষেত্র রয়েছে যেগুলো থেকে উদ্ভূত ঘটনা বা সংবাদ পাঠককে ব্যক্তিগতভাবে বা সামাজিকভাবে জড়িত করে। যেমন রাজনীতি, জাতীয় ও স্থানীয় খবর, শিল্প সম্পর্কিত বিষয়, ব্যবসা-বাণিজ্য, শেয়ার বাজার, নগরীর সমস্যা, রোগ-শোক কিংবা চিকিৎসা প্রভৃতি। সংবাদপত্রগুলো এগুলো খুবই আন্তরিকতার সঙ্গে কভার করার চেষ্টা নেয়। কারণ এগুলোর পাঠক প্রচুর। জনগণ এসব বিষয় জানার জন্য পত্রিকা কেনে। আবার এমন কিছু বিশেষ ক্ষেত্র আছে যেগুলো নিয়ে সংবাদপত্রগুলোর দ্বিগুণ উৎসাহ রয়েছে। এর মধ্যে রয়েছে বিনোদন, ক্রীড়া, ভ্রমণ, সম্পত্তি, যশ, খ্যাতি, প্রতিপত্তি প্রভৃতি। এসব বিষয় পত্রিকা পাঠককে আগ্রহী করে তোলে। এসব বিষয় পত্রিকায় লোভনীয় বিজ্ঞাপনও আকৃষ্ট করে। এ সব বিষয়ের সঙ্গে বড় অঙ্কের টাকা-পয়সাও ক্রমশ জড়িত হয়ে পড়ছে। সম্পাদক মাত্রই জানেন তিনি যদি এইসব বিষয় তাঁর সম্পাদকীয় কলামে পূর্ণাঙ্গ ও বিস্তারিতরূপে উপস্থাপন করেন তাহলে পত্রিকার বিজ্ঞাপন থেকে আরও আয় আসবে। কোনও সম্পাদকই একে উপেক্ষা করেন না এবং বহু পত্রিকাই বিজ্ঞাপনী সাপ্লিমেন্ট ছেপে তার সুবিধা আদায় ও ভোগ করছে। এই সাপ্লিমেন্ট তৈরিতে বহু বিশেষজ্ঞই জড়িত হতে পারেন তাঁদের নিয়মমাফিক অন্য কাজের বাইরেও।

## এক. রাজনীতি

সাধারণত তিন ধরনের রিপোর্টার পার্লামেন্ট বিট কভার করে থাকেন। প্রথমত হচ্ছেন সেইসব রিপোর্টার যারা সরকারি রেকর্ড ও সংবাদ সংস্থাগুলোর জন্য পার্লামেন্টের কার্যবিবরণী দাড়ি-কমা-সেমিকোলন সহ ছবছ সংগ্রহ করেন। দ্বিতীয় গ্রুপে রয়েছেন তাঁরা পার্লামেন্টের কার্যবিবরণীর নির্বাচিত অংশসমূহ যারা লিখে থাকেন। কারণ ওই অংশকে তাঁরা সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ও আশ্রয়দায়ক বলে বিবেচনা করেন। তৃতীয় ক্যাটিগরিতে অন্তর্ভুক্ত রয়েছেন লবি করেসপন্ডেন্ট। সাধারণত সংবাদ সংস্থাগুলো দেশের শীর্ষস্থানীয় পত্রিকাগুলোর কাছে পার্লামেন্টে কোনও দিনের কার্যবিবরণীর নির্বাচিত রিপোর্টটুকুই সরবরাহ করে থাকে। লবি রিপোর্টাররা পার্লামেন্ট ভবনের লবি হলে ঢোকার অনুমতি পেয়ে থাকেন এবং সেখান থেকে তাঁরা পার্লামেন্টের সদস্য কিংবা মন্ত্রীদের সঙ্গে কথাবার্তা বলে তাঁদের কাছ থেকে রাজনৈতিক তথ্য সংগ্রহ করে থাকেন। ক্ষমতাসীন কিংবা বিরোধী দলের অনেক রাজনৈতিক নেতার আহূত সংবাদ সম্মেলনেও তাঁরা অংশ নিয়ে থাকেন। এ ধরনের রিপোর্টারদের কাজ পুরোপুরি চাতুর্থপূর্ণ হয়ে থাকে। কারণ তাঁরা এমন অনেক তথ্য বের করে থাকেন যা “অফ দ্য রেকর্ড” বলা হয়ে থাকে অথবা সূত্রের নাম গোপন রাখার স্বার্থে তা প্রকাশের অনুমতিও মেলে।

দ্বিতীয় ধরনের যে রিপোর্টারদের কথা আগেই উল্লেখ করা হয়েছে তাঁরা এক অর্থে জীবনী লেখক। তাঁরা ব্যক্তিক দৃষ্টিকোণ থেকে পার্লামেন্টের বিবরণী লিখে থাকেন। তাঁরা সংবাদ রিপোর্টারদের চেয়ে কিছুটা ফিচার লেখকদের কাছাকাছি। পার্লামেন্টারি রিপোর্টারদের দায়িত্ব হচ্ছে পত্রিকার জন্য সরকারি রিপোর্ট, শ্বেতপত্র, পার্লামেন্টারি কমিটিসমূহের রিপোর্ট অধ্যয়ন, বিশ্লেষণ ও রিপোর্ট প্রস্তুত করা।

## দুই. অর্থ ও বাণিজ্য

অর্থ ও বাণিজ্য বিষয়ের সাংবাদিকতা হচ্ছে এই পেশার সবচেয়ে বৈশিষ্ট্যপূর্ণ শাখা। এর পেছনে অন্তত চারটি প্রধান কারণ রয়েছে। প্রথমত যে সাংবাদিক অর্থ ও বাণিজ্য বিষয় কিংবা সিটি কভার করে থাকেন তাঁদের দক্ষতা অন্য বিভাগের রিপোর্টারদের চেয়ে বেশি বিক্রয়যোগ্য। কারণ তিনি শুধু জনসংযোগেই যেতে পারেন না বরং বিনিয়োগ সংক্রান্ত বিশ্লেষণ কিংবা শেয়ার ব্রোকারদের ব্যবস্থাপনা, সওদাগরি ব্যাংকার ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানেও দ্রুত যেতে পারেন। এখানে উল্লেখ্য, অর্থ ও বাণিজ্য সংক্রান্ত জনসংযোগ একটি দ্রুত অগ্রসরমান শিল্পের দ্রুতবর্ধমান ক্ষেত্র। অর্থ-বাণিজ্য বিষয় কভার করা সাংবাদিকরা সাংবাদিকতার অন্যান্য বিশেষজ্ঞদের চেয়ে বেশি আয় করে থাকেন।

দ্বিতীয় কারণ হচ্ছে যে, অর্থ-বাণিজ্য বিষয়ের সাংবাদিকতার প্রায় পুরোটাই জাতীয় দৈনিক কিংবা রবিবাসরীয় কিংবা আমাদের দেশের শুক্রবারে প্রকাশিত সাময়িকীগুলোর মধ্যেই প্রায় পুরোটাই সীমাবদ্ধ থাকে। আমাদের দেশে সব দৈনিক পত্রিকাতেই এ বিষয়টি কভার করলেও একটিমাত্র দৈনিক এবং বেশ কিছু সাপ্তাহিকী এ বিষয় বা ক্ষেত্র পুরোপুরি কভার করে থাকে।

তৃতীয়ত অর্থ-বাণিজ্য ক্ষেত্রের সাংবাদিকদের বেশির ভাগ নগরীর অর্থাঞ্চলের সন্নিহিতে তাঁদের এক ধরনের দফতর গড়ে তোলেন এবং সেখানেই মূলত তাঁরা কাজ করেন। এ থেকে তাঁদের মুক্ত বা স্বাধীনচেতা মনোভাবের পরিচয়ই ফুটে ওঠে।

চতুর্থত অর্থ-বাণিজ্য ক্ষেত্রের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট রিপোর্টারদের ক্ষমতা অর্থের মানদণ্ডেই বোঝা যায়। এ ধরার সাংবাদিকদের একটি রিপোর্টেই শেয়ারের মূল্য ১০ থেকে ১৫ শতাংশ বেড়ে যেতে পারে। এ ধরনের রিপোর্ট কোনও গুরুত্বপূর্ণ চুক্তি বা সমঝোতা তৈরি কিংবা ভেঙে দিতে পারে। কোনও-কোনও সময়ে কোনও কোম্পানির ভাবমূর্তি সৃষ্টি করতে পারে আবার ভেঙেও দিতে পারে।

## গণাবলী

সিটি কভার করা সাংবাদিকের জন্য দু'টো বৈশিষ্ট্য বা দৃষ্টিভঙ্গি কাজ করে। প্রথমত কোনও পত্রিকার সিটি এডিটর তাঁকে এ কাজ করার অনুমোদন দেবেন। দ্বিতীয়ত তিনি যে সংবাদবিবরণী তৈরি করবেন তা সংঘটিত ঘটনার দ্বারা যুক্তিসংগত হতে হবে। এই বিশেষ ধরার সাংবাদিক কি স্টাইলে তাঁর রিপোর্টের সূচনা করলেন তাতে কিছু আসে যায় না। কারণ সিটি এডিটর সম্ভবত যে কোনওভাবেই হোক তাঁর কপি পুনর্লিখন করবেন।

এ লাইনের সাংবাদিকদের নিয়মিত কিছু তথ্যদাতা থাকে। অর্থ-বাণিজ্য বিষয়ে ওয়াকিবহাল ওই সকল তথ্যদাতার আগাম ধারণা এই লাইনের পাঠকদের ব্যবসায় লাভবান করে। ব্যাংকিং, অর্থনীতি, হিসাব বিজ্ঞান কিংবা স্টক এক্সচেঞ্জ বিষয়ে ভাল ডিগ্রি থাকাটাও অনেক সময় অর্থহীন। কারণ উচ্চযোগ্যতা সম্পন্ন লোকেরাও এই ক্ষেত্রে ভাল সাংবাদিক হতে ব্যর্থ হয়েছে এমন দৃষ্টান্ত রয়েছে।

## সিটি সংবাদ বিবরণী

সত্যিকারের কোনও বড় সংবাদ যদি পুরো দেশকে সংশ্লিষ্ট করে তোলে তবে তার নাড়া স্টক মার্কেটে লাগবেই। সেই হিসেবে কোনও কিছু যদি শেয়ারে নাড়া দেয় তবে তা অবশ্যই নগরী বিষয়ক একটি সংবাদ। স্টক এক্সচেঞ্জে, কোনও একটি কোম্পানি

কিংবা গ্রুপ অব কোম্পানিকে নিয়েও বড় খবর হয়। নগর সংক্রান্ত একটি সফল সংবাদবিবরণী কোনও শেয়ারের দাম বৃদ্ধি ঘটাতে পারে, তা নিয়ে মানুষজনকে আলোচনায় নিয়োজিত করতে পারে এবং হয়তো দেখা গেল শেয়ার বাজারে যে পরিবর্তন এলো সেটা অনেক দিন ধরে অক্ষুণ্ণ থাকল। অর্থনীতির মুক্তবাজার যেখানে রয়েছে সেখানে শেয়ার বিষয় নিয়ে গুরুত্বপূর্ণ সিটি রিপোর্ট হতে পারে।

কিছু-কিছু পত্রিকায় স্টক এক্সচেঞ্জ নিয়ে স্রেফ গুজব কিংবা সিরিয়াস ধরনের বিষয় নিয়ে নিয়মিত কলাম লেখা হয়ে থাকে। কিন্তু সংবাদযোগ্য ঘটনাবলীর একটি প্রামাণ্যচিত্র তুলে ধরাই হচ্ছে প্রধান বিষয়।

নগরী বিষয়ে আরও অনেক ধরনের রিপোর্ট হয়ে থাকে। সংবাদ হওয়ার যোগ্য বিভিন্ন ও বিবিধ বিষয় ও ক্ষেত্রের কথা বিবেচনায় এনে নগরভিত্তিক সংবাদ রিপোর্টকে চারটি স্তরে ভাগ করা যেতে পারে। এগুলো হলো : সরল রিপোর্টিং, বিশ্লেষণ, ফলোয়িং লিডস বা অনুবর্তী নির্দেশক এবং মন্তব্য।

ক. সরল রিপোর্টিং : সরল রিপোর্টিং বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই বিভিন্ন কোম্পানির বিভিন্ন ঘোষণার ওপর ভিত্তি করেই হয়। সাধারণত এইসব ঘোষণা কোম্পানির বার্ষিক অথবা মধ্যবর্তী ফলাফলের ওপর ভিত্তি করে হয়। কিন্তু আরও কিছু জায়গা থেকে ঘোষণা আসতে পারে যার ওপর ভিত্তি করে সরল রিপোর্টিং হতে পারে, যেমন ট্রেজারি, অন্যান্য মন্ত্রণালয়, বাণিজ্য সংস্থা প্রভৃতি। এসব কিছু অবশ্যই সিটি রিপোর্টারের জন্য সহজলভ্য।

মাঝে-মাঝে রিপোর্ট করতে গিয়ে রিপোর্টার সংশ্লিষ্ট ওই কোম্পানির নামটা দিতেই হয়তো ভুলে যান। একটি কোম্পানি কি কাজ করছে সেটা যদি আগে থেকেই তার নামের কারণে সবার কাছে স্পষ্ট না হয় তাহলে অবশ্যই জানাতে হবে কোম্পানিটি কি করছে। কোম্পানিটির লাভ-ক্ষতির বিষয়টি নিয়ে যদি রিপোর্ট হয় তাহলে “কত সময়ে”র জন্য সেটা হচ্ছে তা জানাতে হবে। কোম্পানি কি পরিমাণ লভ্যাংশ বা ডিভিডেন্ট দিল, প্রাক-গুচ্ছকালীন কত মুনাফা ছিল, আগের বছরের তুলনায় এ বছর কত লাভ-ক্ষতি হলো তার তুলনামূলক সংখ্যা তুলে ধরতে হবে। আগের বছরের সঙ্গে তার তুলনা করা উচিত কিনা। উচিত না হলে কেন নয় ইত্যাদি-ইত্যাদি।

তাদের বার্ষিক হিসাব-নিকাশ নিরীক্ষক দ্বারা ঠিকমতো পরীক্ষা করা হয়েছে কিনা তা-ও দেখা যেতে পারে। আরও কিছুটা অগ্রসর হয়ে ভেতরের আরও অনেক কিছু বলতে পারেন যদি আপনার বিশ্লেষণী জ্ঞান ও ক্ষমতা থাকে।

খ. বিশ্লেষণ : অর্থ ও বাণিজ্য সাংবাদিকতার ন্যায় বিশ্লেষণ হচ্ছে কলা ও বিজ্ঞানের সংমিশ্রণ। অতি নগণ্য সংখ্যক সাংবাদিকই এর মূলসূত্রের বাইরেও যে আরও কিছু

আছে তা শেখার চেষ্টা করেন। একজন সিটি এডিটর নিজে ব্যালাপ শিট না বুঝলেও যে এটা বোঝেন এমন বিশেষজ্ঞ রিপোর্টারকেই তিনি কাজে নিয়োজিত করতে পারেন।

কোনও কোম্পানির ঘোষণাকে বিশ্লেষণ করার পরই কেবল আপনি শুভব, তথ্যসূত্র, বাজারে সরস আলাপ-আলোচনা ও অন্যান্য মানুষজনের দৃষ্টিভঙ্গিকে বিবেচনায় আনতে পারেন এবং পরিস্থিতির ওপর একটি সুদৃঢ় যুক্তি গঠন করতে পারেন। সরল রিপোর্টিংয়ে যেখানে শুধু কোম্পানির বিবৃতিটি তুলে ধরা হয়, সেখানে বিশ্লেষণের প্রথম পয়েন্ট হলো সবকিছু যত্নের সঙ্গে চেক করা; যাতে উদ্ভূত ফলাফল সত্যিকারেই তুলনাযোগ্য হয়। দেশে একটি কোম্পানি আইন আছে। এখন একটি কোম্পানি কোনও কিছু প্রকাশ না করেই তার হিসাব পদ্ধতির একটি বড় পরিবর্তন আনলো, তখন হয়তো বলা যায়, কোম্পানি আইন অনুসারে কোম্পানিটি তার হিসাব সংক্রান্ত তথ্য প্রকাশ না করেই হিসাব পদ্ধতির পরিবর্তন আনতে পারে না।

যদি কোনও পরিবর্তন তাৎপর্যপূর্ণ বলে মনে হয় তাহলে সেটাই একটি ভাল সংবাদবিবরণীর চাবিকাঠি হতে পারে। একটা বিষয় সব সময় মনে রাখতে হবে যে, কোম্পানিগুলো সংবাদ হওয়ার মতো ভাল বিষয়গুলো প্রায়ই চেপে যাওয়ার চেষ্টা করে। সময়ের অভাবে প্রায়শই কোনও বিস্তারিত জানা সম্ভব হয় না। তবে দক্ষ বিশ্লেষকের পক্ষে একাধিকজনের মতামতকে ব্যাখ্যা বিশ্লেষণ করে একটি অনুসিদ্ধান্তে আসা কঠিন নয়।

### গ. অনুবর্তী নির্দেশক বা ফ্লোয়িং লিডস

সব ধরনের বাজারে বিশেষ করে চাক্রা শেয়ার বাজারে স্টক এক্সচেঞ্জকে ঘিরে আরও বেশি করে শুভব ছড়াতে থাকে। সংবাদের গন্ধ শৌকার নাক বলে একটা কথা চালু আছে। সাংবাদিক যেখানেই সংবাদের সামান্য গন্ধ পাবেন সেখানেই দ্রুত চলে যাবেন। একজন ভাল সিটি রিপোর্টারের জন্য একটি পরীক্ষা হচ্ছে যে তাঁর নাক যদি পাঁচবারের মধ্যে তিনবারই একটি শুভবের গন্ধ পায় তাহলে বুঝতে হবে সেখানে কিছু একটা আছে। যখনই আপনি সংবাদযোগ্য সংবাদ হওয়ার মতো সামান্যতম গন্ধ বা ক্রু পান তাহলে অবিলম্বে আপনি সেখানে যাবেন এবং একজন ভাল রিপোর্টার যা করে থাকেন ঠিক সেই মতো যথাযথ কাজটি আপনি করে আসবেন।

### ঘ. মন্তব্য

হার্ড নিউজ বা সতেজ সংবাদের মতো কোনও কিছু যখন থাকবে না তখন একজন সিটি সাংবাদিকের মন্তব্যধর্মী লেখনী প্রকাশের সুবিধা আছে। কোম্পানি বিষয়ক সাধারণ রিপোর্ট হয়তো হাতের কাছে তেমন নেই তখন একজন সাংবাদিক প্রথম সম্পাদকীয়ের মাধ্যমে হয়তো লিখতে পারেন বাজার কোথায় থেকে কোথায় যাচ্ছে,

কোন সেটরটি ভাল কাজ করছে, কেন ভাল করছে কিংবা কোন সেটর খারাপ করছে এবং কেন করছে ইত্যাদি-ইত্যাদি।

## নীতি

কোম্পানি আইন অনুসারে কোম্পানির “ইন-সাইডার”দের শেয়ারের কারবার অপরাধমূলক। একজন অর্থ-বাণিজ্য বিষয়ক সাংবাদিক এই আইনের আওতায় “ইন-সাইডার” অর্থাৎ কোম্পানির ভেতরের লোক হিসেবে বিবেচিত হতে পারেন। কারণ তিনি হয়তো অপ্রকাশিত তথ্যের ভিত্তিতে কোনও কোম্পানিতে গিয়ে শেয়ার বিষয়ে আলাপ-আলোচনা করতে পারেন এবং সেই অপ্রকাশিত তথ্যই শেয়ারবাজার ও শেয়ারের ওপর প্রভাব ও প্রতিক্রিয়া ফেলতে পারে।

মনে রাখতে হবে আপনার দায়িত্ব হচ্ছে আপনার পাঠক ও পত্রিকার জন্য কাজ করা। কোম্পানির শেয়ার সম্পর্কে খোঁজ-খবর নিয়ে নিজে লাভবান হওয়া আপনার পেশাগত নীতির বাইরে। প্রথম কাজ হলো তার খবর জানানো। কিন্তু অপ্রকাশিত তথ্যের ভিত্তিতে শেয়ার বেচাকেনা করে লাভবান হওয়ার জন্য আপনি কোম্পানিতে যেতে পারেন না।

টেলিভিশন ও রেডিও : সম্প্রতি টেলিভিশন ও রেডিও স্টক মার্কেটের খবর বেশি করে দিচ্ছে। তারা যে শুধু দিনশেষে মার্কেট ক্লোজিংয়ের সংবাদ দিচ্ছে তা-ই নয়, আরও কিছু দিচ্ছে। দিন শেষের ক্লোজিংয়ের যে খবর দিচ্ছে তার মধ্যে কিন্তু শেয়ার বাজারের ওঠা-নামার একটা লক্ষণ বোঝা যায়। সব দেশেই একাধিক টিভি নেটওয়ার্ক কাজ করছে এবং তারা শেয়ারবাজার ভালভাবে কভার করছে। তবে আমাদের দেশের সংবাদপত্রগুলো শেয়ারবাজারের সামগ্রিক বিষয়ে যেভাবে বিস্তারিত ও বিশদভাবে ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ করছে, টেলিভিশন সেই সামর্থ্য নিয়ে তাকে এখন পর্যন্ত চ্যালেঞ্জ করতে পারে নি।

ক্ষমতা : টাকাকড়ির মানদণ্ডে সিটি সাংবাদিকের গ্রহণযোগ্য ক্ষমতা রয়েছে। তিনি অন্য রিপোর্টারদের তুলনায় ঘুম গ্রহণের সমূহ বিপদের মধ্যে পড়তে পারেন। ছদ্মবেশী ও প্রতারণক ব্রোকার ও জনসংযোগ কর্মকর্তারা তাঁকে বিভ্রান্তিকর ও সংশয়পূর্ণ সংবাদ দিতে পারেন কিংবা মার্কেটের খারাপ অবস্থা না বোঝানোর কথা লেখার জন্য তাঁকে প্রভাবিত করতে পারেন। কিন্তু মার্কেট সম্পর্কে পাঠককে যৌক্তিক ধারণা দেয়ার একমাত্র মানদণ্ড হচ্ছে যে তিনি যাদের জন্য দিচ্ছেন তাঁদের স্বার্থ রক্ষা করা। সংবাদপত্র পাঠক তথা বিনিয়োগকারী সিটি রিপোর্টারের ওপর নির্ভর করে থাকেন যে, তিনি ন্যায়-নিষ্ঠার সঙ্গে ও সঠিকভাবে তাঁদের কাছে তথ্য পরিবেশন করবেন।

## ডিন. স্থানীয় কর্তৃপক্ষ

“টাউন হল” রিপোর্টারের দায়িত্ব হচ্ছে স্থানীয় কর্তৃপক্ষের বৈঠকের রিপোর্টিং করা। স্থানীয় প্রশাসনের বিভিন্ন বিষয় সম্পর্কে রিপোর্ট করা ও বিশ্লেষণও তাঁর দায়িত্বের অংশ। এই সব কাজের মধ্যে বিভিন্ন প্রকার উন্নয়নমূলক কাজ, আবাসন ব্যবস্থা, পয়ঃনিষ্কাশন প্রভৃতি থাকতে পারে। স্থানীয় সরকারের প্রতিনিধিদের সঙ্গে তাঁর ব্যক্তিগত যোগাযোগ থাকতে হবে এবং আগাম তাঁকে জানতে হবে ভবিষ্যতে কোনও বিতর্কিত বিষয়ের অবতারণা হতে যাচ্ছে কিনা।

কিন্তু তাঁকে তাঁর পত্রিকার স্বাধীনতা অবশ্যই বজায় রাখতে হবে। তিনি এক বিষয়ে বেশি মনোযোগ দিতে গিয়ে অন্য বিষয় উপেক্ষা করতে পারেন না। স্থানীয় সরকারের জনপ্রতিনিধিদের সঙ্গে ভাল সম্পর্কের কারণে তিনি সচেতন থাকবেন যেন তিনি পক্ষপাতদুষ্ট না হয়ে যান। স্থানীয় পত্রিকাগুলো স্থানীয় সরকারের অপশাসনের বিরুদ্ধে অতন্দ্র প্রহরী হিসেবে কাজ করে। একজন রিপোর্টার হয়তো কোনও কেলেঙ্কারি সংক্রান্ত রিপোর্ট করার জন্য ব্যাকুল হয়ে উঠতে পারেন সেখানে এ ধরনের ঘটনা না ঘটলেও। কিন্তু পৌরপর্ষদের একজন প্রতিনিধির প্রশাসনিক মারপ্যাঁচকে যদি রিপোর্টার তাঁর বন্ধুস্থানীয় হওয়ার কারণে তা না দেখার ভান করেন তবে সেটা হবে তাঁর পেশা বা বৃত্তির প্রতি বিশ্বাসঘাতকতা। স্থানীয় কর্তৃপক্ষের কর্মকাণ্ড যিনি কভার করেন সেই রিপোর্টারকে পৌর বা নগর পর্ষদের যে কোনও বৈঠক বা কার্যবিবরণী গভীর মনোযোগ ও যত্নের সঙ্গে পড়তে হবে এবং সমগ্র কার্যপ্রণালীর জটিলতাকে বুঝতে ও শিখতে হবে।

“টাউন হল” রিপোর্টার স্থানীয় পত্রিকার জন্য একজন গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তিত্ব, কারণ স্থানীয় সরকারের অনেক সিদ্ধান্তই নগর বা শহরের বাসিন্দা এবং করদাতাদের সরাসরি জড়িত করে। ওই রিপোর্টারের কাজ খুব বিরক্তিকর ও সময়সাপেক্ষ ব্যাপার, তবু পত্রিকার সাফল্যের জন্য তাঁর সদাজাগ্রত থাকা একটি গুরুত্বপূর্ণ ব্যাপার।

## চার. শিল্প সংবাদদাতা

শিল্প সংবাদদাতা শিল্প সম্পর্কিত বিষয় নিয়ে রিপোর্টিংয়ের কাজে নিয়োজিত। তাঁর সেই কাজ কোনও শিল্পের ব্যবস্থাপনা ও শ্রমিকদের নিয়ে। শহরে যদি কোনও নতুন শিল্প স্থাপন হয় তবে তার খোঁজ নিতে হবে। নতুন শিল্পটি কতজন লোক নিয়োগ করবে এবং শ্রমিকদের জন্য কি বিষয়ে কেমন দক্ষতা থাকা দরকার

সে বিষয়ে ঋোজখবর নিতে হবে। স্থানীয় ট্রেড ইউনিয়নসমূহের নেতৃবৃন্দ কিংবা ইউনিয়নের সঙ্গে তাঁর জানাশোনা থাকতে হবে এবং যদি কোনও শিল্প সম্পর্কিত বিতর্ক দেখা দেয় তাহলে সে সম্পর্কে আদ্যোপান্ত জেনে একটি পক্ষপাতহীন বিবরণী দিতে হবে।

একটি জাতীয় সংবাদপত্রের একজন শিল্প সংবাদদাতার কর্মদিগন্ত ব্যাপক। তাঁকে ট্রেড ইউনিয়ন কংগ্রেসের বার্ষিক সম্মেলন কভার করতে হয়, ইউনিয়ন নেতাদের সাক্ষাৎকার নিতে হয়। সরকারের যদি কোনও বড় ধরনের সিদ্ধান্ত ইউনিয়নের স্বার্থের পক্ষে বা পরিপন্থী হয় তাহলে সংবাদদাতাকে ইউনিয়নের পক্ষ থেকে এবং চাকরিদাতা সংস্থার পক্ষ থেকে মন্তব্য সংগ্রহ করতে হয়।

ট্রেড ইউনিয়ন সংক্রান্ত বিষয় চূড়ান্ত রকমের জটিল বিষয়। মজুরি হার, কর্মসংস্থানের শর্ত, উৎপাদন বিষয়ক চুক্তি কিংবা অটোমেশন পদ্ধতির প্রবর্তন প্রভৃতি খুবই সংবেদনশীল বিষয়। চাকরিদাতাদের সঙ্গে শ্রমিকদের কাজ নিয়ে দরকষাকষি এ সবই জটিল বিষয়। এ সব বিষয়ের বিন্দুমাত্র বিকৃতি না ঘটিয়ে সং ও ন্যায্যনিষ্ঠভাবে তুলে ধরা শিল্প সংবাদদাতার জন্য একটি চ্যালেঞ্জ। শিল্পসংক্রান্ত বিষয় বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই শব্দবাহুল্যে ভরপুর থাকে। তার থেকে জরুরি তথ্যগুলো তুলে আনার মতো তীক্ষ্ণ চোখ তাঁর থাকতে হবে এবং তার ওপর ভিত্তি করে তিনি সার কথাগুলো সংক্ষেপে ও স্পষ্টভাবে তুলে ধরবেন। শিল্প সংক্রান্ত রিপোর্ট ছোটখাটো হওয়াই বাঞ্ছনীয়।

## পাঁচ. চিকিৎসা বিজ্ঞান

চিকিৎসা বিজ্ঞান এখন সারা বিশ্ব জুড়ে সবার ওপরে জায়গা করে নিয়েছে। প্রাচীন আমলে একজন ভূস্বামী, যাজক কিংবা একজন চিকিৎসক ছিলেন কোনও ক্ষুদ্র গ্রামের কর্তৃপক্ষ। কিন্তু এখন ভূস্বামীদের সেই দিন নেই। একজন ধর্মযাজকের পেছনেও খুব একটা লোক জমে না। কিন্তু একজন চিকিৎসক সবার দুঃখ-ব্যথাকে একাই কাঁধে করে বেড়াচ্ছেন। অতএব চিকিৎসা সংক্রান্ত বিষয় এখন সংবাদপত্র পাঠকের জন্য একটি চিরস্থায়ী আগ্রহের বিষয়। বহু পত্রিকাই হয় একজন চিকিৎসককে পয়সার বিনিময়ে চিকিৎসা সংক্রান্ত বিষয়ে সাপ্তাহিক কলাম লেখার দায়িত্ব দেয় কিংবা যে সকল সংবাদ বিবরণীতে চিকিৎসা সংক্রান্ত ভাব বা মেজাজ রয়েছে সেগুলোর ওপর পরামর্শ দেয়ার দায়িত্ব দেয়া হয়। কোনও-কোনও পত্রিকা অবশ্য কোনও বৃহৎ সংবাদপত্র অথবা ফিচার এজেন্সির কাছ থেকে চিকিৎসা বিষয়ে সিন্ডিকেটেড কলাম ক্রয় করে থাকে।

কিন্তু চিকিৎসা বিষয়ক অনেক বিবরণীই পুরোপুরি চিকিৎসা সংক্রান্ত সংবাদবিবরণী নয়। সেগুলোতে অনেক সময়ই থাকে সমাজতাত্ত্বিক দৃষ্টিভঙ্গি। সেগুলো মানবিক সম্পর্ক, মানসিক দৃষ্টিভঙ্গি কিংবা ব্যক্তিতে-ব্যক্তিতে সম্পর্কের

ক্ষেত্রে স্বাভাব্য দৃষ্টিভঙ্গির সঙ্গে সংশ্লিষ্ট। অনেক ক্ষেত্রে তা যৌনতা অথবা যৌনতা বিষয়ক স্বাধীনতার সঙ্গেও সংশ্লিষ্ট।

কিছু-কিছু সংবাদপত্র চিকিৎসাবিদ্যা সম্পর্কে যোগ্য কোনও রিপোর্টারকে নিয়োগ দিয়ে থাকে অথবা কোনও সাধারণ রিপোর্টারকে এ কাজে নিয়োজিত করে ওই বিষয়ে বিশেষজ্ঞ করে তোলে। তাঁদেরকে চিকিৎসা বিজ্ঞান সংক্রান্ত জার্নাল, পত্র-পত্রিকা পড়ার সুযোগ ও সহযোগিতা দেয় এবং ওইসব পত্র-পত্রিকা বা জার্নাল হচ্ছে গুরুত্বপূর্ণ সংবাদবিবরণীর এক একটা খনি।

জেনারেল মেডিক্যাল কাউন্সিল হচ্ছে চিকিৎসা পেশার নিয়ামক সংস্থা। কোনও একটি আদালত অথবা সিনিয়র চিকিৎসকদের সামনে কাউন্সিলের কোনও কার্যপ্রণালী প্রকাশ্যে পরিচালনা করা হয়। এই কাউন্সিলে যেসব ঘটনা তুলে ধরা হয় সেগুলো হলো জনগণের বিভিন্ন অভিযোগের ফলাফল। ফলে সেগুলো ব্যাপক প্রচার পায় এবং এ লাইনের বিশেষজ্ঞ সংবাদদাতাকে তা গভীর মনোযোগ ও নিষ্ঠার সঙ্গে পালন করতে হয়।

## ছয়. মহাকাশ অভিযান

টেলিভিশন এখন মহাকাশ অভিযান সংক্রান্ত রিপোর্টিংয়ের প্রধান মাধ্যমে পরিণত হয়েছে। মার্কিন নভোচারীরা যখন মহাশূন্যে বিশেষ করে চাঁদে অভিযান চালান তখন তাঁদের সেই অভিযান ও সাফল্যের রিপোর্টার ছিলেন তাঁরা নিজেরাই। দৃশ্যে ও শ্রুতি মাধ্যমে তাঁরাই লাখ-কোটি জনতাকে তাঁদের সাফল্যের কথা, অভিযানের কথা জানিয়েছে। সংবাদ রিপোর্টাররা সেখানে কাজের দিক দিয়ে ছিলেন নেহায়েতই গৌণ। তাঁদের অবস্থাটা ছিল টেলিভিশন বা সংবাদপত্রের জন্য একজন ফিচার লেখা বিশেষজ্ঞের মতো। পৃথিবীতে বসে মহাশূন্য অভিযানের ইতিহাস ও পটভূমি লেখাই ছিল তাঁদের কাজ।

তারপরেও অনেক দেশের জাতীয় পত্রিকাগুলোও তাঁদের সংবাদদাতাদের মহাকাশ বিষয়ক কেন্দ্রে পাঠিয়েছে। কিন্তু তাঁদের সেই উপস্থিতি শুধুমাত্র তখনই উপযোগী মনে হয়েছে যখন মহাশূন্য অভিযানে একবার প্রায় বিপর্যয় ঘটতে বসেছিল। সার্কাস দেখে মানুষ যেমন মজা পায়, মহাকাশযানের উৎক্ষেপণ মঞ্চের চারপাশে সে ধরনের একাত্মচিন্ত ও নিবিষ্টচিন্তের মানুষ সেরকম পাওয়া যায় না। কিন্তু “এপোলো-১৩”-এর চন্দ্রাভিযান যখন প্রায় বিপর্যয়ের মুখে, বিশ্বের প্রায় সব পত্র-পত্রিকার প্রথম পাতায় চলমান বিবরণী যখন ছাপা হচ্ছিল, তখন সেইসব সংবাদবিবরণী পড়ে পাঠক ক্ষতিগ্রস্ত মহাকাশযানে নভোচারীদের দুর্দশাকে নিজেদের দুর্দশা মনে করে তা বোঝার চেষ্টা করেছে।

মহাকাশ অভিযানের রিপোর্টারের কাজ অনেকটা ঐতিহাসিকের মতো। অতীতে কি ঘটেছে সে নিয়ে রেকর্ডপত্র ঘাঁটাঘাঁটি করে রিপোর্ট করা তাঁর এক ধরনের কাজ। অপরটি হলো তিনি যেন এক অগ্রদূত, ভবিষ্যতে কি হতে পারে সে বিষয়ে কোনও ঘোষণা দিচ্ছেন। অর্থাৎ অতীত ও ভবিষ্যৎ নিয়ে বলছেন কিন্তু বর্তমান অংশটুকু কভার করছেন নভোচারী নিজেই।

## সাত. বিনোদন

প্রচারবিদদের পক্ষ থেকে সাক্ষাৎকার গ্রহণের জন্য আবেদন-নিবেদন ও তথ্যবিবরণীর বিপুল সমাহারে আজকের বিনোদন রিপোর্টাররাতো দিশাহারা। এ সকল প্রচারবিদদের কাজই হচ্ছে পেশাদার আনন্দদানকারীদের আরও বেশি করে পত্রিকার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট করা। বিনোদন শিল্পে জনসংযোগ দিকটি যত বিস্তৃতভাবে সংগঠিত অন্যান্য শিল্পে ততটা নয়। থিয়েটার, ফিল্ম কোম্পানি কিংবা কোনও অর্কেস্ট্রা দল অন্য অনেক শিল্পের তুলনায় বেশি প্রচার চায়। এই শিল্প নিয়ে কোনও-কোনও সময় কিছু-কিছু সংবাদবিবরণী ছাপা হয় যা তাঁদের বিবৃত করে। তবে তাঁরা তাঁদের নিয়ে অপমানজনক কোনও কিছুই বিরুদ্ধে সবসময় প্রস্তুত থাকে।

সেইজন্য মঞ্চ, চলচ্চিত্র কিংবা টেলিভিশনের কোনও নামী অভিনেতা কিংবা অভিনেত্রীর সঙ্গে চিত্তাকর্ষক কোনও বৈঠকের সময় একজন বিনোদন রিপোর্টারের মাথা খুব ঠাণ্ডা রাখতে হয়। অন্যায়ের মধ্যে তাঁরা হচ্ছে খুবই কঠিন মানুষ যাঁদের সাক্ষাৎকার নেয়া খুব কঠিন। কারণ তাঁদের পেশাটাই এমন সংবেদনশীল যে, তাঁদের কথা বলতে হয় নিজের নয়, অন্য পেশার লোকদের সম্পর্কে।

বিনোদন শিল্প থেকে যে সকল তথ্যবিবরণী দেয়া হয় তা খুবই প্রয়োজনীয়। কারণ সেগুলো সংবাদবিবরণী তৈরির ভাল ভিত্তি দেয়। এটা কোনও নামী অভিনেতা-অভিনেত্রীকে নিয়ে হতে পারে। তাতে তাঁদের উদ্ধৃতি থাকতে পারে। তবে গুরুত্বপূর্ণ দিকটি হচ্ছে সঠিক তথ্যটি জানা, যেমন কোনও শো'র নাম, শো'র সূত্রধর বা নির্দেশক কিংবা প্রযোজক কে এবং শো'র তারিখ।

সংবাদপত্র পাঠকের বিনোদন জগতের নামী-দামী ব্যক্তিদের ঘিরে বিভিন্ন আলাপ-আলোচনা শোনার তীব্র ক্ষুধা রয়েছে। ওই সব নামী-দামী বিনোদনকারীরা বুঝতে পারেন যে, তাঁদের সম্পর্কে তথ্যদান তাঁদের পেশার একটি অংশ এবং একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ।

## আট. ভ্রমণ ও অবকাশ

আধুনিক মানুষ সুযোগ পেলেই অবকাশ যাপনের জন্য ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ে। বেশির ভাগ সংবাদপত্র আজকাল ভ্রমণ ও অবকাশ সংক্রান্ত নিবন্ধ ছেপে থাকে। বিশেষ করে বিভিন্ন উৎসব যেমন ঈদ উৎসব কিংবা অন্যান্য সামাজিক উৎসবের

সময় সংবাদপত্রগুলো বিভিন্ন অবকাশ কেন্দ্রের খবর দিয়ে থাকে এবং বিশেষ উৎসবের সময় সেখানে উৎসব উপলক্ষে অর্থনৈতিক সুবিধার খবর দিয়ে থাকে।

বেশির ভাগ সংবাদপত্র বিজ্ঞাপনী সাপ্লিমেন্ট বা পাতা ছেপে থাকে তাতে ট্রাভেল এজেন্টদের বিদেশি পর্যটক বোর্ডসমূহের ভ্রমণ সংক্রান্ত বিজ্ঞাপন থাকে। একজন ভ্রমণ বিষয়ক সংবাদদাতার ঈর্ষণীয় জীবন হতে পারে। কারণ তাঁর পেশাদারি কাজই তাঁকে জল, স্থল বা আকাশপথে সারাবিশ্ব পরিভ্রমণে সাহায্য করে। তবে তাঁর কাজটা খুবই আরামপ্রদ এমন না-ও হতে পারে। কারণ এমন এক সময়ে এমন এক জায়গায় তাঁকে যেতে হয় যখন বৈরী আবহাওয়া চলছে, গরমে লু চলছে অথবা কনকনে ঠাণ্ডা বইছে।

ভ্রমণ বিষয়ক সাংবাদিককে বিভিন্ন অবকাশ কেন্দ্রে থাকা-খাওয়া, হোটেলের সুযোগ-সুবিধার, ঘোরাফেরার সুবিধা, হোটেল-মোটেলের সুযোগ-সুবিধার খবরাখবর সবই জানাতে হয়। সেখানকার ভাষা বা সংস্কৃতি কেমন, মানুষের আচার-আচরণ কেমন, যেখানে মানুষ যাবে সেখানে যাওয়ার পথ কি, সেখানে বিমানবন্দর আছে কিনা, ভাল গাড়ি চলে কিনা, বিনোদনের কোনও ব্যতিক্রমী আশ্রয় আছে কিনা-সবই তাঁর লেখার বিষয়।

টেলিভিশন আজ অবকাশ ও ভ্রমণ সংক্রান্ত সাংবাদিকতার অনেকটা নিয়েছে তার আওতায়। রেডিও'তেও এ বিষয়ে জানানো হচ্ছে। পর্যটন কেন্দ্রের সুবিধা-অসুবিধা নিয়ে তারা অনেক কথাবার্তা বলছে।

## নয়. দ্য লিডার (লিডিং ম্যাটার)

লিডার (Leader) হচ্ছে কোনও দিনের কোনও ঘটনা সম্পর্কে একটি পত্রিকার আনুষ্ঠানিক দৃষ্টিভঙ্গি বা মতামত। অনেক সময়ই সম্পাদক 'লিডার' নিজে না লিখে থাকলেও তিনি ব্যক্তিগতভাবে 'লিডার' লেখার সার্বিক দিক তত্ত্বাবধান করেন। ভাল মানের পত্রিকা লিডার লেখকদের একদল স্টাফ রেখে দেয় এবং কোনও উপলক্ষে দেশ কিংবা কোনও বিষয় সম্পর্কে একজন বিশেষজ্ঞ 'লিডার' লিখে থাকেন।

প্রতিটি সংবাদপত্রেই প্রতিদিনই সম্পাদক সাহেব সব সাংবাদিক বিশেষজ্ঞ রিপোর্টারদের সঙ্গে কথাবার্তা বলার পর 'লিডার সম্মেলন' করে থাকেন। আজকে কি বিষয় নিয়ে লেখা হবে তা নিয়ে সম্পাদক লিডার লেখকদের সঙ্গে কথা বলেন, তাঁদের যুক্তিতর্ক শোনেন। একজন লিডার লেখক তাঁর লেখা শেষ করার পর সম্পাদকের সঙ্গে তা নিয়ে কথাবার্তা বা প্রয়োজনীয় সংশোধনী করে নেন। এক ধরনের বিশেষজ্ঞ আছেন যাঁদের বলা হয় 'রাইটিং এডিটরস্'। এঁরা লিডার লেখকদের লেখা পুনর্লিখন করে থাকেন। কারণ লিডার হচ্ছে

সম্পাদকের মতামত এবং সেই মতামতের জন্য তিনি দায়ী থাকেন। কখনওই ধারণা করা উচিত নয় যে, পাঠক সকল খবরই পড়েন কিংবা দর্শক টিভি'র সব বুলেটিন দেখেন। সেইজন্য লিডারে কোনও দিনের গুরুত্বপূর্ণ খবরটি দিয়েই তাকে অছিলা করে মন্তব্যধর্মী লেখাটা লেখা হয়। এমনও হতে পারে প্রথম পাতায় একটি খবর গেছে। একই দিন সেই খবরকে কেন্দ্র করে ভেতরে সম্পাদকীয় পাতায় লিডার লেখা হতে পারে। তবে কোনও খবরের পট যদি প্রতিনিয়ত পরিবর্তনশীল হয় তবে তার সঙ্গে সংগতি রেখে ও সর্বশেষ প্রাপ্ত তথ্য সংযোজন করে লিডার লিখতে হবে।

কোনও একটি সংক্ষিপ্ত সংবাদে ওপর ভিত্তি করে কলাম লিখতে গিয়ে লিডার লেখকরা একটি ভ্রান্তিতে বা ফাঁদে পড়তে পারেন। কারণ একটি সংবাদের পটভূমি, চলতি তথ্য কিংবা ভবিষ্যৎ দিকনির্দেশনা প্রভৃতি বিষয়ের মতো অন্তর্নিহিত দিকগুলো জেনেই কেবল লিডার লেখা উচিত। যে বিষয়ে তিনি লিখবেন সে বিষয়ে লভ্য সকল তথ্য তাঁর কাছে থাকবে।

অন্যান্য সাংবাদিকের তুলনায় লিডার লেখকরা তাঁদের গতানুগতিক লেখার জন্য উন্মূখ হয়ে বসে থাকেন। কারণ কোনও একটি সুনির্দিষ্ট ঘটনা সম্পর্কে তাঁদের লেখার মধ্য দিয়ে পত্রিকার মতামতটি ওই সংবাদ ঘটনাটিকে ভাল কিংবা মন্দ বলে থাকে।

একটা লিডার তখনই ভাল কাজ করে যখন এর মাধ্যমে কোনও সংবাদ ঘটনার পটভূমির দিকে আলোকপাত করে সে সংক্রান্ত তাৎপর্য ও সংশ্লিষ্টতা তুলে ধরে, যা আপাতদৃষ্টিতে সবার কাছে স্পষ্ট নয়। একটা কথা মনে রাখতে হবে যে, সম্পাদকীয়ের একটি বিশেষ কাজ হচ্ছে কোনও অস্পষ্ট বিষয়কে স্পষ্টতর করা।

সম্পাদকীয় পত্রিকার কঠোর হলেও তা জনস্বার্থ সংশ্লিষ্ট বিষয়ে সং মন্তব্য প্রকাশের ওপর সরকারের আইনগত আওতার মধ্যেই মতামত ব্যক্ত করে থাকে।

## দশ. ক্রীড়া রিপোর্টিং

সেরা মানের ক্রীড়া রিপোর্টিং কোনও ক্রীড়ার পরিবেশটাকে তুলে ধরে এবং সঙ্গে-সঙ্গে তার বিভিন্ন তথ্যও তুলে ধরে। তবে মনে রাখতে হবে পাঠক প্রথমে মূল তথ্যটিই জানতে চায়।

ক্রীড়া মহোৎসব এখন যেন রীতিমাত্রা আচারানুষ্ঠানে পরিণত হয়েছে। সকল প্রকার আচারানুষ্ঠানে যেমন রীতি-নীতি, নিয়ম-কানুন, ক্রীড়া মহোৎসবেও তার ব্যতিক্রম নেই। যেমন, বিশ্বকাপ ফুটবল, ক্রিকেট বা অন্য কোনও ক্রীড়া উৎসব। একজন রিপোর্টারকে অবশ্যই একটি ক্রীড়ার নিয়মকানুন সব ভাল করে জানতে হবে। তাঁকে জানতে হবে কোন খেলোয়াড়ের ফর্ম রয়েছে কিংবা নেই। কোন খেলোয়াড় বিগত কয়েক মাসে খুব ভাল খেলেন নি। একটি দল ও তার

খেলোয়াড়দের বিগত পারফরমেন্স কেমন ছিল সে সম্পর্কে তাঁকে জানতে হবে। কারণ মূল ক্রীড়া উৎসবের অনেকেই হয়তো তাঁদের সম্পর্কে ভাল জানে না। এই জানার বিষয়টি হচ্ছে কোনও সুনির্দিষ্ট খেলা বা ক্রীড়ার সবচেয়ে সংবাদমূল্যযোগ্য দিক।

কোনও ক্রীড়া শুরু করার আগে একজন রিপোর্টার সেই বিষয়ে যতটা পারেন গবেষণা করবেন। একজন ভাল সংবাদ রিপোর্টারের মতো তাঁকে অবশ্য রিপোর্টিং করার পথে বিভিন্ন ভৌত সমস্যাগুলো আগে থেকে বুঝতে হবে। তিনি যদি কোনও সাক্ষ্য দৈনিকে কাজ করেন তবে তাঁকে অপরিহার্যভাবে জানতে হবে যে, তাঁর রিপোর্ট তিনি কিভাবে পাঠাবেন। তাঁকে জানতে হবে কোথায়, কোন টেলিফোনে বা ফ্যাক্সে তাঁর রিপোর্ট পাঠানো যাবে অথবা তাঁর হয়ে কোন লোককে রিপোর্টসহ পত্রিকা অফিসে পাঠাতে পারবেন কিনা। কারণ এমন একটা খেলা চলাছে যে, মাঝপথে তাঁকে একটা রিপোর্ট অবশ্যই পাঠানো দরকার।

ক্রীড়া রিপোর্টিংয়ের জন্য সময় একটা খুবই গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। কোনও পত্রিকার সুনির্দিষ্ট কোনও সংস্করণে তার রিপোর্টটা ধরিয়ে দেয়ার জন্যই শুধু সময়টা কোনও শর্ত নয় উপরন্তু ঠিক সময়ে জানিয়ে দেয়া একটি খেলায় কি হতে যাচ্ছে সেটাই আসল। তার জন্য চাই একটি বিশ্বস্ত ঘড়ি এবং স্মরণে আনতে হবে ঠিক কখন একটি খেলা শুরু হচ্ছে।

প্রথম দফাতেই খেলোয়াড়দের শনাক্ত করুন এবং খেলোয়াড়রা মাঠে আসার পর প্রোগ্রামে দেয়া তাঁদের নামের সঙ্গে নাম বা জার্সি নম্বর মিলিয়ে দেখুন। কোনও সন্দেহ থাকলে আপনার নিকটস্থ কোনও বন্ধুসুলভ সাংবাদিকের সঙ্গে কথা বলে ঠিকঠাক করে নিন।

একটি সাক্ষ্য দৈনিকের রিপোর্টার বিকেল বেলায় খেলা চলার সময় হয়তো সে স্টেডিয়ামের দর্শক, মাঠের অবস্থা অথবা আবহাওয়ার ওপর ভিত্তি করে একটি সংবাদ সূচনা করতে পারেন, যেটা সংগত কারণেই সাময়িক সংবাদ সূচনা। কিন্তু খেলা বেশ কিছু অগ্রসর হওয়ার পর কিংবা শেষ হয়ে যাওয়ার পর একজন ক্রীড়া সাংবাদিক কোনও চমৎকার একটি গোল, বেন জনসনের মতো নাটকীয় একখানা দৌড় কিংবা একজন চৌকস খেলোয়াড়ের একক ব্যক্তিগত নৈপুণ্যের ওপর ভিত্তি করে একটি শক্তিশালী সংবাদ সূচনা তৈরি করতে পারেন।

যে রিপোর্টার কোনও সাপ্তাহিকী অথবা ভোরের কাগজে চাকরি করেন তাঁর জন্য বেশির ভাগ ক্ষেত্রে খেলার মাঝপথে রিপোর্ট পাঠানোর অতটা প্রয়োজন থাকে না। তবে বিদেশের এমন এক জায়গা থেকে তিনি কোনও খেলার রিপোর্ট পাঠাচ্ছেন যার সঙ্গে তাঁর দেশের সময়ের রাতদিন পার্থক্য তাহলে সে বিষয়টি এবং সময়ের হিসাবটি মাথায় রেখে তাঁকে রিপোর্ট পাঠাতে হবে, সেটা টেলিফোনে, ফ্যাক্সে অথবা ই-মেলেই হোক।

ক্রীড়া রিপোর্টারদের একটা দোষ রয়েছে যে, তাঁরা সুনির্দিষ্ট ক্রীড়াটির বাইরের অনেক বিচ্ছিন্ন ঘটনার ওপরও কথাবার্তা লিখে থাকেন। খেলায় কিছু-কিছু নাটকীয়তা থাকে তাই বলে তা রিপোর্টিংয়ের জন্য খুব বেশি জরুরি এমন নয়। যে কোনও খেলারই একটা সাধারণ ধরন থাকে এবং তার মধ্যে কিছু নাটকীয় ঘটনা থাকে। এ দু'য়ের মাঝে ভারসাম্য প্রতিষ্ঠা করেই কেবল রিপোর্ট প্রস্তুত করা উচিত।

একটি দলের খেলোয়াড়দের সম্পর্কে সে দলের ভক্তবৃন্দ যেভাবে জানে বা বোঝে সেভাবে না দেখাই ভাল। কারণ সাধারণ পাঠক কোনও দলকে তাঁদের ভক্তের দৃষ্টিতে দেখে না। অতএব রিপোর্টাররা দু'পক্ষকেই এমনভাবে তুলে ধরবেন যে, সাধারণ পাঠক তাতে সন্তুষ্ট হয়।

কোনও দলের ম্যানেজার ও কর্মকর্তাদের সঙ্গে যোগাযোগ করুন। খেলোয়াড়দেরও সঙ্গে রাখুন। মাঠের চারপাশে লেগে থাকুন। ম্যানেজার, কোনও খেলোয়াড় অথবা রেফারির একটি উদ্ধৃতি হয়তো তুলে আনতে পারবেন। ক্রীড়ার সঙ্গে আজ গ্ল্যামার যুক্ত হয়েছে। নামী-দামী ক্রীড়া ব্যক্তিত্ব ও তারকাদের ব্যক্তিগত জীবনযাপন আজকের পাঠকের আগ্রহের অফুরন্ত উৎস। নামী খেলোয়াড়দের আয়-রোজগার ভাল, তাঁদের বাড়িঘর, পরিবার, গাড়ি সবকিছুই এখন পাঠকের জানার বিষয়বস্তু।

একটা দিক দিয়ে ক্রীড়া রিপোর্টার সাধারণ রিপোর্টারের চেয়ে স্বতন্ত্র। তিনি একদিকে যেমন রিপোর্টার, অপরদিকে সমালোচকও। তিনি কোনও খেলা সম্পর্কে যেমন একাধারে তথ্য দিয়ে যাচ্ছেন অপরদিকে তার ওপর সময়ে-সময়ে মতামতও দিয়ে যাচ্ছেন। তিনি একজন খেলোয়াড়ের দক্ষতা ও গুণাবলীও বিচার করছেন। তবে তাঁর এই মতামতধর্মী কথাবার্তা বলার ধার ও ভার থাকতে হবে। ফিচারধর্মী রচনা যদি না হয় তবে ক্রীড়া রিপোর্টারের তাঁর রিপোর্টে খেলার মূল বিষয়গুলোর বাইরে অত বেশি বিশেষণ প্রয়োগের প্রয়োজন নেই।

নিজের নাম ফোটাণোর জন্য এমন কোনও খেলার রিপোর্ট খুব বেশি জোরালোভাবে বলার দরকার নেই, যে খেলার রিপোর্টের আদৌ কোনও পাঠকপ্রিয়তা নেই। প্রতিটি খেলারই নিজস্ব নিয়মকানুন, কিছু জার্গন (Jargon) ও বিশেষ-বিশেষ পদ (Term), আছে। জার্গন ব্যবহার করলে পাঠকের স্বার্থেই তার ব্যাখ্যা করতে হবে। কারণ পাঠক তার সঙ্গে পরিচিত না-ও হতে পারে। বেশির ভাগ পাঠক বড়-বড় খেলা সম্পর্কে জানে-বোঝে, তবে তাঁদের সবাই অন্যান্য আরও খেলা বোঝে এমন না-ও হতে পারে।

ক্রীড়া বিষয়ক ঘটনা হচ্ছে নাটকীয় প্রতিযোগিতা বা দ্বন্দ্ব ভরপুর। এবং একজন রিপোর্টার সেই নাটকটাকে পাঠকের সামনে বৌদ্ধিকভাবে তুলে ধরবেন। থিয়েটারের সমালোচকের মতো তিনি হয়তো মন্তব্য করতে পারেন যে,

খেলাটিতে কিভাবে প্রতিদ্বন্দ্বিতা গড়ে উঠল, একজন খেলোয়াড়ের একক নৈপুণ্য ও দক্ষতায় একটা গোল হলো বা উইকেট পড়ল, কিংবা কিভাবে একটা ফলাফল এলো। কোনও কারণে একজন দর্শক বা পাঠক কোনও ক্রীড়ার সেই দুর্লভ মুহূর্তটি মিস করতে পারেন রিপোর্টারের উচিত হবে তা জীবন্ত করে ফুটিয়ে তোলা।

একটি স্থানীয় পত্রিকার জন্য শৌখিন খেলা খুবই গুরুত্বপূর্ণ, যেহেতু শৌখিন খেলাও ওইসব পত্রিকার পাঠক বাড়িয়ে থাকে। তবে সেই খেলাকে তার পর্যায়েই বিচার-বিশ্লেষণ করে দেখাতে হবে। ক্রীড়া হলোই তার সংবাদ হবে এমন নয়, একটি ক্রীড়াকে সংবাদমূল্যের ভিত্তিতেই বিচার করতে হবে।

### টেলিভিশনে সম্প্রচারকৃত ক্রীড়া

ক্রীড়া বিষয়ে টিভি থেকে সম্প্রচারিত ধারাবিবরণী মূলত সংবাদপত্রের ক্রীড়া রিপোর্টিংয়ের নিয়মকানুনই অনুসরণ করে। তবে সামান্য কয়েকটি বাড়তি বিপদ ছাড়া। ধারাভাষ্যকারকে সর্বদাই মনে রাখতে হবে দর্শকরা কি দেখছেন সেটাই বলা। সংবাদপত্র কিংবা রেডিও সাংবাদিকতায় প্রশিক্ষিত সাংবাদিকদের ধারাভাষ্যে একটা লোভ কাজ করে যে, যা কিছু স্পষ্ট তারও বিবরণী দেয়া।

দলীয় কোনও খেলা হলে টিভি ধারাভাষ্যকার প্রতিটি ব্যক্তি খেলোয়াড়ের ওপর মনোযোগ বেশি করে দেখানোর চেষ্টা করবেন। দলীয় খেলা চলছে কিন্তু কোন খেলোয়াড়টি কি মুভ করলেন, কে ফ্রু পাস দিলেন, কে চমৎকার একটি বাক খাওয়ানো ফ্রি কিক কিংবা কর্নার কিক করলেন কিংবা কিভাবে কার পা ছুঁয়ে গোল এলো— এ বিষয়গুলো তিনি নিখুঁতভাবে বলার চেষ্টা করবেন। অবশ্য টিভির “স্লো মোশন”-এর মাধ্যমে কোনও খেলার দুর্লভ মুহূর্তটি ঘটে যাওয়ার মুহূর্তমাত্র পরেই দেখানো যায় এবং এটা টিভিতে ক্রীড়া সাংবাদিকতার একটি অতি প্রচলিত ব্যবহার।

কোনও-কোনও সময় এমন ঘটনা ঘটে যা ক্যামেরা ধরতে ব্যর্থ হয়। ক্যামেরার চোখ একদিকে থাকতে পারে, হঠাৎ করেই অন্যদিকে না-ও যেতে পারে। কিন্তু যিনি ধারাভাষ্যকার তিনি যেমন খেলা দেখছেন আবার টিভি মনিটরেও দৃষ্টি রাখছেন। অতএব দর্শক যদি গুরুত্বপূর্ণ কোনও মুহূর্ত মিস করে ফেলে তাহলে ভাষ্যকার সেই ফাঁকটুকু ভরে দেবেন।

### এগারো. বৈদেশিক রিপোর্টিং

বহু সংবাদপত্র, রেডিও ও টেলিভিশন স্টেশনের বিশ্বের বড়-বড় নগরে তাদের নিজস্ব বিশেষ সংবাদদাতা আছেন। বৈদেশিক সংবাদদাতা নিজ চোখে যা

দেখছেন তার ওপর তাঁর ব্যক্তিগত মতামত দিচ্ছেন। তিনি বিশ্বের নামী দামী সংবাদ সংস্থার কাছ থেকে রিপোর্টের ওপর 'বিট' পাওয়ার চেষ্টা করেন। অথবা এর বিকল্প অথবা বাড়তি হিসেবে সুনির্দিষ্ট দায়িত্ব কভার করার জন্য সময়ে-সময়ে বিশেষ সংবাদদাতাদের বিদেশে পাঠানো হয়। বিশ্বের আকাশ ভ্রমণ এখন আরও বেশি সহজ ও দ্রুততর হওয়ায় বিদেশে আবাসিক সংবাদদাতার সংখ্যা অনেক কমে গেছে। সকল সংবাদপত্রই বিদেশের বহু নগরীতে স্থানীয় সাংবাদিকদের তালিকা করে রাখে এবং জরুরি ক্ষেত্রে কোনও গুরুত্বপূর্ণ ঘটনা কভার করার জন্য তাঁদের ওপর নির্ভর করে থাকে। তাঁরা হচ্ছেন স্থানীয় প্রদায়ক (Stringer)। কোনও ঘটনা ঘটলে ঘটনাস্থলে তাঁদের দ্রুত যাওয়ার একটা সুবিধা আছে। কিন্তু এই সকল সাংবাদিকদের বেশির ভাগ বিভিন্ন সংবাদপত্র ও সংবাদ সংস্থাকে তথ্য সরবরাহ করে তাঁদের জীবিকা নির্বাহ করেন। আন্তর্জাতিক কূটনীতির পরিবর্তনশীল পদ্ধতির সঙ্গে-সঙ্গে মিডিয়ার ভূমিকাও পরিবর্তিত হচ্ছে। এমন একটা সময় ছিল যখন বিদেশের রাজধানীতে কোনও একজন রাষ্ট্রদূত ছিলেন তাঁর দেশের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ প্রতিনিধি। আজকে যখন সত্যিকারেই একটি আন্তর্জাতিক চুক্তি বা আলাপ-আলোচনার প্রয়োজন হচ্ছে তখন রাষ্ট্রদূত নন দেশের প্রধানমন্ত্রী কিংবা পররাষ্ট্র সচিব আকাশপথে দ্রুত উড়ে গিয়ে ব্যক্তিগতভাবে তা দেখছেন। বিংশ শতকের "বৈদেশিক সংবাদদাতা" নামের যে উদ্ভব হয়েছে তা দ্রুত ধাবমান পরিবহন ব্যবস্থার কাছে ঋণী।

### সময়ের শর্ত (টাইম ফ্যাক্টর)

বিদেশে নিয়োজিত রিপোর্টার সময়ের কারণে সব সময় পীড়িত বোধ করেন। কারণ ভৌগোলিক কারণে এক দেশের সঙ্গে আরেক দেশের সময়ের পার্থক্য রয়েছে। যেমন ইংল্যান্ডের সঙ্গে আমাদের দেশের ছ'ঘণ্টার ব্যবধান, আমেরিকা'র সঙ্গে ১১ ঘণ্টা। আমাদের যখন মধ্যদিন আমেরিকায় তখন মধ্যরাত। ফলে একজন বৈদেশিক রিপোর্টারের কোনও ঘটনা কভার এবং তাঁর নিজ দেশের পত্রিকায় তা পাঠানোর সময় নিয়ে তিনি এক বিজ্ঞাপ্তির মধ্যে থাকেন। সেজন্য যে দেশে তিনি থাকেন সেখানে তাঁর দু'টো ঘড়ি থাকা দরকার। একটিতে স্থানীয় সময়, অপরটিতে তাঁর নিজ দেশের সময় নির্দেশক আরেকটি ঘড়ি। বৈদেশিক সংবাদদাতা যে দেশেই কাজ করুন না কেন তাঁকে অফিসে কিংবা বাড়িতে দু'টো করে ঘড়ি রাখার ব্যবস্থা করতে হবে। এছাড়া এক দেশের সঙ্গে আরেক দেশের সময়ের কতখানি তারতম্য আছে তা আগে থেকেই জেনে নেবেন।

## অতিথি সংবাদদাতা

অতিথি সংবাদদাতার একটি প্রধান সমস্যা হলো যে তিনি কি করে সংবাদবিবরণীটি সংঘটিত স্থান থেকে হাতে পাবেন। তবে একটা সত্যি যে, যোগাযোগ ব্যবস্থার উন্নয়ন তাঁকে যত দ্রুত কোনও সমস্যা-পীড়িত স্থানে নিয়ে যেতে সাহায্য করে, কিন্তু সেখান থেকে সংগৃহীত সংবাদ বিষয়টি তাঁর দেশের পত্রিকায় পাঠানো তত বেশি কঠিন।

কোনও শহরে যুদ্ধকালীন পরিস্থিতিতে রিপোর্টার হয়তো সেখানে ছিলেন না। সেক্ষেত্রে তাঁকে সেখানে যেতে হবে, সবকিছু পর্যবেক্ষণ করতে হবে এবং যতখানি ও যত বেশি পারা যায় সংশ্লিষ্টজনের সঙ্গে যোগাযোগ করতে হবে। সাধারণত গণমাধ্যমের লোকজনদের মধ্যে খুব একটা শক্রতা থাকে না, ফলে তাঁরা মিলেমিশে নিজেদের সংগৃহীত তথ্য বিনিময় করে থাকেন। কারণ অনেক সময় এক জোড়া চোখ দিয়ে সারা দেশের পরিস্থিতি বোঝা যায় না।

তবে যুদ্ধকালে কতগুলো স্পষ্ট বিষয় বোঝার চেষ্টা করতে হয়। অর্থাৎ দোকান-পাট কি খোলা আছে, তাতে কি খাবার-দাবার আছে, শহরে কি খাদ্য ঘাটতি রয়েছে, লোকজন কি রাস্তাঘাটে নেমে পড়েছে, ট্রেন-বাস কি চলছে, অথবা অন্যান্য সেবা ব্যবস্থা, যেমন— পানি, বিদ্যুৎ, টেলিফোন এগুলো কি ঠিক আছে? রাস্তায় কি পুলিশ টহল দিচ্ছে?

বৈদেশিক সংবাদদাতার একটি বড় গুণ হলো অনেক কিছু সম্পর্কেই সংশয়ী হওয়া। যেটি খবর হওয়ার মতো সেসব বিষয়েই সংশয়ী হওয়া দরকার, ফালতু বিষয়ে সংশয়ী হওয়ার কোনও মানে নেই। অনেক লোকজন আছে যারা আপনাকে বহু নাটকীয় সব তথ্য দিতে পারে। কিন্তু সেইসব তথ্য যাচাই করা অনেক সময় কঠিন হয়ে পড়ে। কারণ কোনও সরকারি সূত্র যখন একটি বিষয়ে অস্বীকার করছে, তখন বেসরকারি সূত্র থেকে প্রাপ্ত তথ্যের ওপর বিশ্বাস স্থাপন করা যাবে কিভাবে? কোন তথ্যটি বিশ্বাসযোগ্য আর কোনটা স্রেফ প্রচারণা সেটা সংবাদদাতা তাঁর সহজাত অনুভূতি দিয়েই মূল্যায়ন করবেন।

তিনি যেটা চোখে দেখলেন এবং যেটার ওপর তিনি নির্ভর করছেন সেটা যেন অবশ্যই বুদ্ধিবৃত্তি দিয়ে বিচার করে যাতে বোঝা যায় সেটা অতি সাধারণ, নাকি ব্যতিক্রমী ঘটনা। তবে একজন বৈদেশিক সংবাদদাতা তাঁর অফিসের সঙ্গে অবশ্যই সার্বক্ষণিক যোগাযোগ রক্ষা করে চলবেন। বৈদেশিক সংবাদদাতা এমন কিছু অসাধারণ রিপোর্ট লিখে থাকেন যা তাক্ষণিকভাবে তাঁর পত্রিকা কিংবা সম্পাদকের কাছে প্রয়োজনীয় বলে না-ও মনে হতে পারে। কিন্তু সে লেখাই একটি নামী সংবাদবিবরণীতে পরিণত হতে পারে।

## বৈদেশিক সংবাদদাতার সাজ-সরঞ্জাম

বিভিন্ন ভাষার ওপর বৈদেশিক সংবাদদাতার দখল থাকা অবশ্যই বাঞ্ছনীয়। তবে অনেকের মধ্যেই তা থাকে না। বিশ্বের বিভিন্ন দেশে সাংবাদিকতার কাজ করতে গেলে সাধারণত ইংরেজি, ফরাসি, স্প্যানিশ ও জার্মান ভাষায় তাঁর দখল থাকা চাই। এর বাইরেও আপনাকে আরও অনেক ভাষা জানা দরকার যাতে প্রয়োজনে কাজ চালানো যায়।

একজন বৈদেশিক সংবাদদাতার জন্য কিছু প্রয়োজনীয় সাজ-সরঞ্জাম ও প্রস্তুতি থাকা দরকার। যেমন, পাসপোর্ট, ভিসা কিংবা বিভিন্ন রোগের প্রতিষেধক সংক্রান্ত সার্টিফিকেট। যেসব রোগের জন্য এগুলো দরকার তা হলো টাইফয়েড, গুটি বসন্ত, কলেরা, পীতজ্বর। এইডসের জীবাণু বহন করছে কিনা সেটাও দেখা হয়।

বিভিন্ন দেশে বিভিন্ন মুদ্রা রয়েছে। তবে বেশির ভাগ দেশেই ডলারের বিপরীতে তা ভাঙানো যায়। বিদেশে অবস্থানের জন্য প্রয়োজনীয় মুদ্রা হাতে থাকা দরকার। এই টাকা যেমন ডলারে কিংবা পাউন্ডে নগদ নেয়া যেতে পারে আবার তা ট্রাভেলার্স চেকেও নেয়া যেতে পারে। মুদ্রা বহন ও ব্যয়ের ওপর কিছু নিয়মবিধি আছে তা মেনে চলতে হবে।

সকল সংবাদপত্র, রেডিও কিংবা টিভি বিদেশে নিয়োজিত তাদের সাংবাদিকদের ইনস্যুরেন্স করিয়ে রাখে। কোনও দুর্ঘটনা বা অসুস্থতার জন্য সম্ভাব্য চিকিৎসা ব্যয় কিংবা জীবনহানির ক্ষেত্রে ক্ষতিপূরণের স্বার্থেই বৈদেশিক সংবাদদাতার ইনস্যুরেন্স দরকার।

বৈদেশিক সংবাদদাতা যখন যে পরিবহন হাতের কাছে পান কিংবা যেটা দ্রুতগতিতে তাঁকে এক জায়গা থেকে আরেক জায়গায় নিয়ে যাবে সেটাই তিনি ব্যবহার করেন। এর মধ্যে অবশ্য বিমান, ট্রেন, কার, যোড়া, নৌকা, লঞ্চ, স্টিমার এমনকি প্রয়োজনে তাঁর দু'টো পা। কোনও দূরবর্তী স্থানে সংঘটিত ঘটনাস্থলে যাওয়ার জন্য বিমানবন্দরে গিয়ে দেখলেন একটি বিমান কিছুক্ষণের মধ্যেই ছেড়ে দিচ্ছে কিন্তু আপনি তাতে সুযোগ পাচ্ছেন না, তখন আপনাকে পরবর্তী আর এমন একটি বিমান ধরতে হবে যেটা নিকটবর্তী স্থানে যাবে কিংবা অন্য কোনও প্রকার ব্যবস্থা বা নিজস্ব কূটকৌশলের আশ্রয় নিতে হবে। ঘটনাস্থল এলাকায় আপনি একটি কার ভাড়া করে ঘুরতে পারেন কিংবা সহজলভ্য অন্য কোনও যানবাহনের আশ্রয় আপনাকে নিতে হবে।

বিদেশে ক্রেডিট কার্ডের প্রচলন শুরু হয়ে গেছে। প্রথম দাবিতেই বিরাট অঙ্কের নগদ অর্থ জমা দেয়ার বদলে ক্রেডিট কার্ডের মাধ্যমে আপনি ট্যান্ড্রিভাড়া করা থেকে অনেক ধরনের কাজ করতে পারেন, টাকা-পয়সা লেনদেনের বুট-ঝামেলা সেখানে কম।

এক দেশ থেকে আরেক দেশে যেতে হলে মুদ্রা সহ বিভিন্ন দ্রব্যের আমদানি ও রফতানি বিষয়ক সে সকল নিয়মবিধি আছে সে সম্পর্কেও আপনার জ্ঞান থাকা দরকার ।

আপনি যদি ক্যামেরা বহন করেন তবে ক্যামেরার ব্যবহার সম্পর্কে থাকবেন সতর্ক । কারণ ভিন্ন দেশে গিয়ে আপনি কোনও সামরিক স্থাপনা কিংবা স্পর্শকাতর অনেক বিষয়ের ছবি তুলতে পারবেন না । অবশ্য একজন অনুসন্ধানী সাংবাদিক সবার নজর এড়িয়ে গুরুত্বপূর্ণ কোনও ছবি তুললেও তুলে ফেলতে পারেন ।

যে দেশে কাজ করছেন বা করতে যাচ্ছেন সেই দেশের আবহাওয়া অনুসারে প্রয়োজনীয় জামা-কাপড় সঙ্গে নিতে পারেন, সঙ্গে নিতে পারেন বহনযোগ্য টাইপরাইটার কিংবা কম্পিউটার ।

যখন আপনি কোনও প্রধানমন্ত্রী কিংবা প্রেসিডেন্টকে ইন্টারভিউ করছেন তখন নিশ্চয়ই মানানসই একখানা স্যুট আপনি পরবেন । আবার যদি কোনও সমরাজ্যনেই যেতে হয় তাহলে নিরাপত্তার খাতিরে যুদ্ধক্ষেত্রের জন্য পরবেন মানানসই পোশাক । কোনও পরমাণু স্থাপনায় গেলে শরীরে তেজস্ক্রিয়তা প্রতিরোধক বর্ম পরেই যাওয়া উচিত ।

আপনার সঙ্গে অবশ্যই “ফার্স্ট-এইড”- এর একটি ছোটখাটো বাস্ক থাকবে । আরও থাকবে প্রয়োজনীয় কিছু জিনিসপত্র যা আপনাকে নানাভাবে সাহায্য করবে ।

বিমানে ভ্রমণের সময় সাধারণ কলম ও বলপয়েন্ট পেন থেকে কালি ঝরতে পারে চাপের তারতম্যের কারণে । সেজন্য আপনি সেগুলো আপনার “হ্যান্ড লাগেজে” কাগজের টাওয়েল দিয়ে মুড়িয়ে নেবেন, যদিও কলম আপনার সঙ্গেও থাকা দরকার । কারণ কোনও-কোনও বিমানে কর্তৃপক্ষ আকাশে ওড়ার সময় ইমিগ্রেশন কার্ড পূরণ করার জন্য আপনার কাছে দিয়ে যাবে ।

## যোগাযোগ

বৈদেশিক সংবাদদাতাদের লেখা অনেক উপন্যাসে দেখা যায় নায়ক ফোন ধরছে না, ফ্ল্যাট ছেড়ে যাচ্ছে, জরুরি কপি দেখার জন্য তাঁর অফিসে কেবল পাঠানোর অনুরোধ উপেক্ষা করে স্বর্ণকেশী কোনও সুন্দরীদের সন্ধানে ও সান্নিধ্যে চলে যাচ্ছে । বৈদেশিক সংবাদদাতাদের এই ধরনের মানসিকতা বর্জন করতে হবে । তিনি যদি তাঁর পত্রিকা অফিসের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে ব্যর্থ হন তাহলে অফিস থেকে দুর্ভাগ্যের নোটিশ পেতে পারেন ।

বৈদেশিক সংবাদদাতা বিদেশে পাড়ি জমানোর সময়ই সংশ্লিষ্ট সম্পাদক তাঁকে চূড়ান্ত কর্তব্যের কথা স্মরণ করিয়ে দেন । আপনাকে যে কোনও মাধ্যমে বা পদ্ধতিতে

অর্থাৎ টেলিফোন, কেবল, ফ্যাক্স, ই-মেল কিংবা কোনও ব্যক্তি মারফত অফিসের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হবে।

যদি আপনার রিপোর্ট কোনও কারণে গোপনে পাঠানোর প্রয়োজন হয় এবং সেক্ষেত্রে হাতে যদি আপনার সময় থাকে তাহলে আপনি আপনার দেশের দূতাবাস অথবা কনস্যুলেট অফিসের সঙ্গে কথা বলুন। প্রয়োজনে আপনি তাঁদের সাহায্য নিতে পারেন।

## ব্যক্তিক মত

বৈদেশিক সংবাদদাতা শুধুমাত্র একক ব্যক্তির ভাষ্যই দিতে পারেন। এমন যদি হয় সেখানে ওই পত্রিকার বিপক্ষ কেউ নেই, সেখানে তিনি শুধু একাই বসে আছেন। এরকম অবস্থায় কোনও পত্রিকা, রেডিও ও টিভি'তে প্রেরিত তাঁর ভাষ্য তাঁর একটা ব্যক্তিক অবস্থান ও মর্যাদা থেকেই আসে। বৈদেশিক সংবাদদাতাদের জগৎ এখনও তেমনই রয়েছে যেখান থেকে প্রাচীন ধাঁচের স্কুপ কাহিনী পাঠানো এখনও সম্ভব। কিন্তু বৈদেশিক সংবাদদাতার মাত্র একজোড়া চোখ রয়েছে। বিদেশে অবস্থানরত সাংবাদিকদের মধ্যে একটি ভ্রাতৃসুলভ বন্ধুত্ব রয়েছে। কেউ যদি কখনও অসুস্থ অথবা আহত হয় তাহলে পেশাগত দিক দিয়ে তাঁর সবচেয়ে কড়া প্রতিদ্বন্দ্বী বা শত্রু অসুস্থ সাংবাদিকের পত্রিকায় হয়তো পুরো ঘটনার ওপর একটি সাধারণ তারবার্তা পাঠাতে পারেন। কিন্তু শুদ্ধার্থে যেটা ভাল রিপোর্টিং সেটা তাঁর নিজের দেখা ও পর্যবেক্ষণপ্রাপ্ত তথ্যের নিরিখে রিপোর্টিং।

একটি বিশ্বাসযোগ্য স্থানীয় সূত্র বের করার জন্য একজন বৈদেশিক সংবাদদাতাকে বেশ বড় ধরনের সমস্যায় পড়তে হতে পারে। একইভাবে একজন বিশ্বস্ত ও ভাল দোভাষী বের করাও কঠিন। কারণ সেই রকম একজন দোভাষী দরকার যিনি স্থানীয় লোকজন কি বলছে তার যথাযথ ও সত্যনিষ্ঠ অনুবাদ করে দেবেন। তিনি তাঁর নিজের চোখে দেখা প্রমাণাদির ওপরও আস্থা রাখতে পারেন। একজন বৈদেশিক সংবাদদাতা যেভাবে চাইছেন সেভাবেই সর্বদা সব কিছু চলবে এমন নয়। তাঁকে সংবাদের উৎসমুখের দিকে ফিরে তাকাতে হবে।

## ৪. ফ্যাশন রিপোর্টিং

ফ্যাশন মানে হচ্ছে কিছু করার ধরন বা কায়দা। এটি মূলত পোশাক বা অলঙ্কার নিয়ে। আধুনিক যুগে ফ্যাশন একটি বিশেষ ক্ষেত্র যেখানে সাংবাদিকদের কাজ করার রয়েছে ভাল সুযোগ। এই বিশেষ ক্ষেত্রের পাঠকও প্রচুর। ফ্যাশন কেতাদুরস্ত ব্যক্তি তথা ধনী ব্যক্তিদের দ্বারা পৃষ্ঠপোষিত। এর সঙ্গে তাই অর্থের একটি বিরাট সম্পর্ক। সে প্রেক্ষাপটে মুদ্রাবাজারের তুলনায়ও ফ্যাশন অনেক-অনেক বেশি সিরিয়াস। ফ্যাশন

হচ্ছে মানবতা, যৌনতা এবং বড়লোকি ও অর্থের সেইসব চিরকালীন মোহের প্রকাশ। উচ্চ মাত্রার ফ্যাশন খুবই ব্যয়বহুল এবং সংগত কারণেই তা সেইসব লোকের আকর্ষণ কাড়ে যাঁদের অর্থবিশ্ত রয়েছে— যারা স্বাভাবিকতার গায়ে চাপানো আড়ম্বরকে দেখাতে চান। কিন্তু যাঁদের অর্থ নেই, কিন্তু নেই তাঁরাও ফ্যাশনের স্বপ্ন দেখেন এবং ভাবেন ওই রকম ফ্যাশন যদি তিনিও করতে পারতেন।

ফ্যাশন হচ্ছে একট বড় ব্যবসা। স্কার্টের দৈর্ঘ্যের একটি পরিবর্তনেই একজনের ভাগ্য গড়ে যেতে পারে। আরেকজনের ভাগ্য যেতে পারে পড়ে। মিনিস্কার্ট, মিডি বা হটপ্যান্ট কিংবা আমাদের দেশে বাহারি ধরনের শাড়ি বা সালোয়ার-কামিজ, চুড়িদার পাঞ্জাবি হচ্ছে খবর, আলোচনার কেন্দ্রবিন্দু। যোগাযোগ মাধ্যমগুলোরও তাই সেগুলোর ওপর দৃষ্টি রাখা দরকার। কারণ ফ্যাশন নিয়ে সম্পদ আছে, সঙ্কট আছে, বিপর্যয় আছে। আছে সংবাদ তৈরি হওয়ার সুযোগ।

সুন্দরীদের সুন্দর-সুন্দর ছবি ছাপলেও কিছু-কিছু পত্রিকার ভাল কাটতি মেলে। কারণ ফ্যাশন মডেলরা দেখতে সুন্দরই হয়, অন্তত সুন্দর করে দেখানো হয়। কিন্তু যে সহ-সম্পাদক ফ্যাশন সম্পর্কে কিছুই জানেন না এবং বিষয়টি নিয়ে ভাবেনও না তিনি উন্টোপাল্টা অনেক ছবি ছেপে তার অমূল্য জায়গা নষ্ট করতে পারেন।

দু'টি অংশে বিভক্ত ফ্যাশনের ভূবন। একটির নাম “হাই ফ্যাশন”। যা প্যারিস, রোম, নিউ ইয়র্ক, লস এঞ্জেলস, মুম্বই প্রভৃতি নামজাদা নগরীর চিত্তবিনোদন কেন্দ্রেই সীমাবদ্ধ। অপরটি হচ্ছে “রেডি-টু-ওয়েয়ার” মার্কেট। অর্থাৎ রেডিমেড গার্মেন্টেসের দোকানপাট, যেখানে মোটামুটি সর্বজনস্বীকৃত ও সমাদৃত ফ্যাশনসমূহ অনুসারেই কাপড়চোপড় বানানো এবং মূল্যটাও তেমন চড়া নয়। ফলে সাধারণ মানুষেরও তা কিনতে খুব একটা অসুবিধা হয় না।

ফ্যাশন সম্পর্কিত লেখকের কাছে “রেডি-টু-ওয়েয়ার” মার্কেটেরও সমান গুরুত্ব রয়েছে। মহিলারা বিশেষ করে অল্পবয়সী মেয়েরা প্যারিস বা রোমের বিশাল বিশাল ডিজাইনারের প্রভাবে প্রভাবিত না হয়ে বরং তাঁরা নিজেরাই নিজেদের ফ্যাশন নির্ধারণে প্রস্তুত। মিনি, মিডি বা হটপ্যান্টের ফ্যাশন হঠাৎ করেই এসেছিল এবং লাখ-লাখ মহিলা তা গ্রহণ করেছে। বিদ্রোহী মহিলারা, বিশেষ করে তরুণীরা, যাঁদের পশ্চিমা ফ্যাশন জগতে দুর্দান্ত রকমের ক্রয়ক্ষমতা রয়েছে তাঁরা আর আগের মতো ছড়মুড় করে নতুন কোনও ফ্যাশনের জিনিস কিনতে যাচ্ছেন না বরং তাঁরাই ফ্যাশনকে করছেন নিয়ন্ত্রণ। তাঁরা পপ রেকর্ড কিনছেন, পোশাক সামগ্রী কিনছেন; কিন্তু তাঁরা তা কিনছেন তাদের ইচ্ছামতো, অন্যের বলে দেয়া জিনিস তাঁরা কিনছেন না।

ফ্যাশন বিষয়ক লেখককে সেই সকল স্বতঃস্ফূর্ত ফ্যাশনসমূহের দিকে দৃষ্টি দিতে হবে যেগুলো স্পষ্টত ও দৃশ্যত আকর্ষণীয় ও স্বতঃপ্রকাশমান। আজকাল সাধারণ জনতা, নারী বা পুরুষ, বিশেষত অল্পবয়সীরা তাঁদের নিজস্ব ফ্যাশন তৈরি করে নিচ্ছেন। খোদ ঢাকাতেই এরকম বহু অল্পবয়সী ফ্যাশন ডিজাইনার আছেন। ফ্যাশন

লেখককে সেসব কিছুই পর্যবেক্ষণ ও লক্ষ্য করতে হবে এবং পাঠকদের স্বার্থে সে বিষয়ে তাঁকে লিখতে হবে। পত্র-পত্রিকায়, রেডিও-টিভি'তে প্রকাশ ও প্রচার হলেই কেবল ক্রেতারূপী পাঠক তা কেনার জন্য চিন্তা-ভাবনা করতে পারেন।

একমাত্র গণমাধ্যমই ফ্যাশনের সত্যিকার ও সম্ভাবনাময় ও সমঝদার ক্রেতাকে দোকানে নিয়ে আসতে করতে পারে প্রলুব্ধ। অর্থাৎ ফ্যাশন লেখক পোশাকের প্রমোশনের সঙ্গে নিয়োজিত এবং এ থেকে তিনি বিজ্ঞাপন নিয়ে আসার ব্যবস্থাও করতে পারবেন। ফ্যাশন নিয়ে পত্র-পত্রিকায় লেখা হলে পাঠক তা পড়বে এবং সোজা দোকানে চলে যাবে তা কেনার জন্য।

## ৫. মহিলাদের পাতা

মহিলাদের মুক্তি আন্দোলনের যুক্তি সত্ত্বেও সংবাদপত্রের বেশির ভাগ মহিলা পাঠক সংবাদপত্র ঘেঁটে দেখেন বাড়ির ভেতরের কথা তাতে কিছু আছে কিনা। “উইমেন’স লিব”-এর আন্দোলন মহিলাদের ঘরবন্দি করে রাখার স্বৈরদশা থেকে মুক্তি দেবে এমন ধারণা করার পরও মহিলারা পত্রিকার পাতায় বাড়ির ভেতরের কথা জানতে চান। বেশির ভাগ পত্রিকায় অন্তত প্রতিদিন না হোক সপ্তাহে একদিন থাকে মহিলাদের পাতা এবং তাতে মহিলাদের জীবনযাপন, ঘর-গৃহস্থালী নিয়ে অনেক কথা ও তথ্য থাকে। বিশেষ করে বিভিন্ন উৎসব, পবিত্র দিন উপলক্ষে ছুটি, অবকাশ, ভ্রমণ, উপহার সামগ্রী কেনাকাটা এসব বিষয়ে মহিলা পাতায় তথ্য থাকে। থাকে মহিলাদের অধিকার, জীবন, স্বাস্থ্য, সন্তান লালন-পালন, রান্নাবান্না সহ অনেক কিছুর খবর। একটা অংশ দখল করে থাকে সাহিত্যও।

মহিলাদের পাতায় প্রায়ই একটা কলাম দেখা যায় যেখানে বাজার বিষয়ক অনেক বৈশিষ্ট্যপূর্ণ সংবাদ বিবরণী থাকে। বিভিন্ন দোকান-পাট, সংস্থার জনসংযোগ বিভাগ বিভিন্ন দ্রব্যের তালিকা পাঠিয়ে থাকে। বিভিন্ন বাহারি আসবাবপত্র থেকে শুরু করে ঘর সাজানোর দ্রব্যাদি এমনকি সুন্দর করে নখ কাটার যন্ত্রের খবর থাকে। প্রসাধনী সামগ্রীর কথাতো থাকে অনেকটা অংশ জুড়েই।

আজকাল মহিলাদের পাতা সামাজিক সমস্যার ওপরও জোর দিচ্ছে। নির্ধাতিত মহিলা, মেয়ে শিশুদের কথা থাকছে। তাদের বিরুদ্ধে নির্ধাতন বন্ধ এবং নির্ধাতিতাদের পুনর্বাসনের কথা থাকছে। থাকছে সচেতনতা বৃদ্ধির জন্য আইনি ও শিক্ষামূলক কথাবার্তা। এছাড়া বিভিন্ন মহিলার ব্যক্তিগত সমস্যারও সওয়াল-জবাবের ব্যবস্থা মহিলাদের পাতায় থাকছে। এ সমস্যা যেমন স্বাস্থ্য, তেমনই আইনগত কিংবা কোনও মনস্তাত্ত্বিক ব্যাপার। এ সমস্ত অনেক বিষয়ে শুধুমাত্র সাধারণ সাংবাদিকই লিখছেন তা নয় বরং স্ব-স্ব ক্ষেত্রে বিশেষজ্ঞরাও এসব বিষয়ে পরামর্শ দান ও লেখালেখি করছেন।

## ৬. সমালোচনা

বিভিন্ন শিল্পকলা সম্পর্কে সকল সংবাদপত্রের সমালোচনা দু'ভাবে সাধারণত দেখা যায়। একটি দিক হলো কোনও অনুষ্ঠানের অডিয়েন্সের বাইরের রূপটি এবং সম্ভাব্য অডিয়েন্স কারা তা বোঝার চেষ্টা করা। একটি থিয়েটারে কিংবা চলচ্চিত্রে কারা যেতে পারে এবং তাতে নতুন কি আছে তুলে ধরা। আর ভেতরের দিকটি হচ্ছে একজন সমালোচক বলতে পারেন কি ধরনের 'শো' হচ্ছে, এটি কোন ধরনের 'শো' কিংবা অন্য কোন 'শো'-এর মতো কিনা এবং তারপর তাঁর মতামত দিয়ে তিনি বলতে পারেন যে তাঁর অভিজ্ঞতায় 'শো'টি এই ধরনের 'শো'-এর ক্ষেত্রে ভালই।

### ক. থিয়েটার

মাঝে-মধ্যে বলা হয়ে থাকে একজন সমালোচক একটি নতুন 'শো'র অভিষেকের দিনেই তাকে দাঁড় করিয়ে দিতে পারেন আবার তা ভেঙেচুরেও দিতে পারেন। নাটকের প্রতিটি 'শো'র পর সংশ্লিষ্ট কর্তাব্যক্তি বা নট-নটীরা জানতে চান সংবাদপত্রে সেটি সম্পর্কে কেমন প্রতিক্রিয়া ও মন্তব্য হয়েছে। এতে কোনও সন্দেহ নেই যে, একজন সমালোচক একটি নাটকের 'শো'র সাফল্য ও ব্যর্থতার ক্ষেত্রে গ্রহণযোগ্য ক্ষমতা প্রয়োগ করতে পারেন। একজন সমালোচক থিয়েটার সম্পর্কে সমালোচনা লেখার আগে নিম্নোক্ত পয়েন্টগুলো অবশ্যই মনে রাখবেন।

এক. তিনি সেই অডিয়েন্স'কে মাথায় রাখবেন যাদের জন্য তিনি লিখছেন। তার মানে এই নয় যে, কোনটি ভাল বা মন্দ তা দেখা বা বোঝার মানটি তিনি নিচে নামিয়ে লিখবেন। যদি তিনি কোনও জনপ্রিয় সংবাদপত্রের জন্য লেখেন তাহলে মনে রাখতে হবে যে তাঁর পাঠকের বেশির ভাগই তাঁর লেখাটি পড়ে আনন্দ পেতে চায়। নতুন 'শো'র চরিত্রগুলো তিনি ব্যাখ্যা করবেন যাতে বিষয়টি পাঠকের কাছে স্পষ্ট হয়। একটি নাটক দেখতে গিয়ে তার সংশ্লিষ্ট সকল দিকই পরিষ্কার করতে হবে। অর্থাৎ পাত্র-পাত্রীরা কেমন অভিনয় করলেন। অডিয়েন্স কেমন ছিল, আলোক সম্পাত বা মঞ্চ ব্যবস্থাপনা কেমন ছিল, শব্দ প্রক্ষেপণ কেমন ছিল, সর্বোপরি কাহিনী কেমন ছিল।

দুই. কিছু-কিছু নাট্যগোষ্ঠী নবীন কিছু রিপোর্টারকে মাঝে-মধ্যে শৌখিন নাটক থিয়েটার দেখার টিকিট দিয়ে থাকে এবং ওই নবীন রিপোর্টারের জন্য সেটা এ ধরনের প্রথম অভিজ্ঞতা। যাই হোক নাটকটি বাজে হতে পারে। কিন্তু রিপোর্টারকে মনে রাখতে হবে যে, শৌখিন নাটকেরা পেশাদার নয়। তাঁরা তাঁদের নিজেদের অথবা তাঁদের বন্ধুদের আনন্দের জন্য পারফর্ম করে থাকতে পারে এবং তাঁদের অভিনয় কতখানি ভাল হলো কি মন্দ হলো তার চেয়ে পত্রিকায় তাঁদের নাম দেখলেই তাঁরা খুব খুশি। অতএব এখানে ওইসব তরুণ রিপোর্টারের নাটকে দলটির অভিনয়ের ভালমন্দ বিচার করতে যাওয়ার কোনও প্রয়োজন নেই।

তিন. থিয়েটার বা নাটকের অভিনেতা বা অভিনেত্রীদের প্রাধান্য না দিয়ে নিজস্ব কায়দায় শব্দের কারুকাজ তৈরি করার মধ্যে একজন সমালোচকের কোনও লাভ নেই। সেটা ভালও নয়। একটি শো'র প্রস্তুতিতে অভিনেতার প্রচুর কাজ করে থাকেন। স্বভাবতই অভিনেতার নিজেস্বই থিয়েটারের ভাল বিচারক নন। আর তাই যেটা মন্দ সেটাকে মন্দই বলতেই হবে, জোর করে ভাল বলার কোনও প্রশ্ন নেই। তবে ভাল হলে তাকে ভাল বলতে হবে।

চার. জাতীয় সংবাদপত্রগুলোর সমালোচকরা কঠোর একটি মানদণ্ডের দ্বারা পরিচালিত হন। তাঁদের প্রচণ্ড প্রাণশক্তির প্রয়োজন। তাঁদের বিভিন্ন কাজে দারুণভাবে ব্যস্ত থাকতে হয়। কোনও-কোনও সপ্তাহে তাঁদের খুব ভাল একটি কাজের পরপরই সম্পাদককে জানাতে টেলিফোনের জন্য দৌড়াতে হয় অথবা কম্পিউটার কিংবা টাইপরাইটারের সামনে বসতে হয়। মাঝে-মাঝে কাজ শেষ হওয়ার কয়েক মিনিটের মধ্যে সম্পাদকের অন্তত দু'টো প্রশ্নের জবাব দিতে হয়। অর্থাৎ যেটি তুমি লিখছ সেটি কি বিষয় নিয়ে। যে বিষয়ে লিখছ সে বিষয়ের ক্ষেত্রে এটা কি ভাল বিষয়। তারপরেই সম্পাদকের তৃতীয় প্রশ্ন আসতে পারে। “আমি কি বিষয়টি উপভোগ করতে পারব এবং আমার পাঠকরা কি তা ভাল উপভোগ করতে পারবে?”

#### খ. চলচ্চিত্র

চলচ্চিত্র সমালোচকের একটু পৃথক কাজের সিডিউল রয়েছে। সাধারণত তিনি বিশেষভাবে আয়োজিত প্রেস শো'তে অত্যাশ্রয় একটি নতুন চলচ্চিত্র দেখে থাকেন। জাতীয় সংবাদপত্রের বেশির ভাগ চলচ্চিত্র সমালোচক পত্রিকায় সপ্তাহে একবার করে লিখে থাকেন কলাম। তবে বিরল কিছু ক্ষেত্রে বিশেষভাবে সংবাদ হওয়ার যোগ্য কোনও চলচ্চিত্র দেখার আমন্ত্রণ পেলে খবরের পাতায় তাকে কোনও সংবাদ দ্রুত লেখার নির্দেশ দেয়া হয়ে থাকে।

থিয়েটার ও চলচ্চিত্রের সমালোচনা দু'টো দু'ধরনের। থিয়েটারের সমালোচক “লাইভ শো” দেখছেন। একটা ‘শো’র পরবর্তী আরেকটি ‘শো’তে পৃথক আরেক দল অভিনেতা থাকে। সেখানে পারফর্মারদের মুড ও ইফেক্টও পৃথক হতে পারে। দু'এক মাস পরে যদি আরেকটি ‘শো’ হয় তাহলে তার পরিবেশন আরও পৃথক হতে পারে। কারণ এমন হতে পারে দলের কোনও শীর্ষস্থানীয় অভিনেতা দল ছেড়ে চলে গেছেন। তাঁর জায়গায় আরেকজন অভিনয় করছেন।

কিন্তু চলচ্চিত্র হচ্ছে একটি সুনির্দিষ্ট ও নির্ধারিত জিনিস। একবার তৈরি হয়ে গেলে সাধারণত তার আর কোনও পরিবর্তন হয় না। কিন্তু একটি ছবি দেখার পরে আরেকবার দেখার মাঝে সমালোচকের মনোগত অবস্থানের পরিবর্তন হতে পারে। কারণ প্রথমবার দেখানোর সময় তাঁর মনটা খুব ভাল ছিল, হয়তো ভাল ছিল না, হয়তো ক্ষুধার্ত ছিলেন কিংবা পেটপুরে খেয়ে ছবি দেখতে গিয়েছিলেন। কিন্তু যে

চলচ্চিত্রটি তিনি দেখছেন তার কিন্তু কোনও পরিবর্তন হয় নি। বিশ-ত্রিশ-পঞ্চাশ বছর পরও সেই একই ছবি দেখানো হবে। সেই কথাটি মনে রেখেই সমালোচক তাঁর সমালোচনাটি লিখবেন।

চলচ্চিত্র হচ্ছে পরিচালকের মাধ্যম। সমালোচকের একজন পরিচালক কিংবা ক্যামেরাম্যান হওয়ার দরকার নেই। তাঁকে একজন দক্ষ নাট্যকার বা অভিনেতা হওয়ারও দরকার নেই। তাঁকে চলচ্চিত্রের সেই টেকনিকটুকু মূল্যায়ন করার সামর্থ্য থাকলেই চলবে যে, এটি একটি দৃশ্যে-মাধ্যম। এখানে আলো ও শেডের ব্যবহার হয়, ব্যবহার হয় শব্দ ও শব্দব্যঞ্জনা এবং সংগীতের ইফেক্ট। একজন সমালোচক পরিমাপ করার চেষ্টা করবেন, একজন পরিচালক চলচ্চিত্রের জন্য ওই সকল শর্তসমূহ কিভাবে ব্যবহার করেছেন এবং তাঁকে সিদ্ধান্ত দিতে হবে যে, পরিচালক একটি নতুন ও আকর্ষণীয় কিছু সৃষ্টি করেছেন কিনা। একজন চলচ্চিত্র সমালোচক ঐতিহাসিক নন, কিন্তু চলচ্চিত্রের ইতিহাস সম্পর্কে তাঁকে পর্যাপ্ত জানতে হবে যাতে বুঝতে পারেন যে, পরিচালক কিভাবে তাঁর ছবিতে ইফেক্টগুলো নিয়ে এসেছেন এবং কোন উৎস থেকে তিনি তাঁর উৎসাহ পেয়েছেন।

গ. বই

পণ্ডিতরা মনে করেন, বেশির ভাগ পুস্তক সমালোচক বইয়ের ভেতরে প্রকাশকের বক্তব্য পড়েই কোনও বইয়ের বুদ্ধিবৃত্তিক বিচার তথা সমীক্ষা করে থাকেন। জেমস্ জয়েসের ৭৩২ পৃষ্ঠার উপন্যাস “ইউলিসিস”-এর মাত্র ৪০টি পৃষ্ঠা পড়েই বৃটিশ সরকারের এক কর্মকর্তা অশ্লীল বলে বইটি বাজেয়াপ্ত করেছিল। তবে সব সমালোচকই যে এমনটি করেন তা সবসময় সত্য নয়। তবে কিছু সমীক্ষক এই ধরনেরই ধারণা দিয়ে থাকে। সংবাদপত্রে পুস্তক সমীক্ষার মূলত তিনটি ধরন রয়েছে। প্রথমত হলো রচনাধর্মী। অর্থাৎ সমীক্ষক অপেক্ষাকৃত বড় ধরনের নিবন্ধ লিখলেন এবং যেটার প্রামাণিক দৃষ্টিভঙ্গি থেকে বিচার করা যায়। দ্বিতীয় ধরন হচ্ছে সাধারণ একজন সমীক্ষক এমন একটি কলাম লিখলেন যেখানে তিনি প্রতি সপ্তাহান্তে এক বা একাধিক বইয়ের একটি বিবরণী দিলেন এবং সে লেখায় তিনি তার রুচিটাকে সাধারণ গড় পাঠকের রুচি হিসেবে ব্যবহার করলেন; তৃতীয় ধরনটি শুদ্ধার্থে সমীক্ষাই নয় বরং তা ফিচারধর্মী নিবন্ধ। কোনও বইয়ের বিষয়বস্তু থেকে তুলে আনা কিছু সারকথা কিন্তু লেখক সেখানে তাঁর বিস্তারিত বিচারবুদ্ধি প্রয়োগ করেন না। শেষোক্ত ধরনের পুস্তক পর্যালোচনা প্রায়ই একজন রিপোর্টার লিখে থাকেন এবং তাঁর লেখা বিবরণীটিকে অন্য যে কোনও সংবাদবিবরণীর মতোই মর্যাদা ও মূল্য দেন।

রচনাধর্মী লেখা পর্যালোচনায় সাধারণত ব্যক্তিগত প্রতিক্রিয়া ব্যক্ত হয়। মাঝে-মাঝে সমীক্ষক বা পর্যালোচক বইটিকে একটি অছিলা হিসেবে ব্যবহার করেন এবং সেই প্রেক্ষিতে তাঁর কিছু ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা বা যুক্তি তুলে ধরেন। বই পর্যালোচনার অছিলায় সমীক্ষক একটি গবেষণা প্রবন্ধ তৈরি করে ফেলেন এবং এতে বইয়ের

সমীক্ষার চেয়ে সমীক্ষকের কথাই বেশি বলা হয়ে যায়। বাংলাদেশ সহ সারাবিশ্বে প্রতি সপ্তাহে বেশ কয়েক শ' করে বই বের হচ্ছে এবং বইয়ের লেখকরাও খুশি হন যদি বই-কলামে তাঁদের বই নিয়ে পর্যালোচনা হয়। সপ্তাহান্তে একজন সমীক্ষকের হাতে কিছু বই এলো এবং সেই বইগুলোর মধ্যে যদি কোনওটি অসাধারণ হয় তবে তা কলামের শীর্ষে অবস্থান করবে এবং বাকিগুলো জায়গা পাবে পর্যায়ক্রমে নিচের দিকে দু'এক লাইন করে।

সাধারণত প্রকাশের পরেই বইগুলো সমীক্ষকের কাছে আসে। তবে প্রকাশ হওয়ার এক দু'মাস আগেও আসতে পারে। প্রকাশিত হয়ে গেলে তো কথাই নেই বইয়ের নাম, প্রকাশক ও প্রকাশের তারিখ, মূল্য সব লেখা থাকে। আর যদি প্রকাশের অপেক্ষায় রয়েছে তাহলে সম্ভাব্য প্রকাশের তারিখ, বইয়ের শিরোনাম, মূল্য, প্রকাশকের নাম-ঠিকানা সবকিছু আপনার পর্যালোচনা রিপোর্টের শুরুতেই দিয়ে দিন। যদিও এটা প্রথাসিদ্ধ নিয়ম যে, বই প্রকাশের আগে তার পর্যালোচনা করা উচিত নয় কিন্তু প্রকাশকের চাপে পড়ে সে নিয়ম মাঝে-মধ্যে লঙ্ঘিত হয়। কোনও বিশেষ ধরনের পত্রিকা যদি হয় তবে তার পাঠকও বিশেষ ধরনের হয়। তাই কোনও বই পর্যালোচনা করলে ওই পত্রিকার পাঠকদের রুচির সঙ্গে সম্পর্কিত বিষয়গুলো নিয়েই সে বইয়ের সমীক্ষা করা উচিত।

## ঘ. সংগীত ও কলা

অন্য অনেক মাধ্যমের সমালোচনা যেমন করে হয় সংগীত ও কলায় তার সুযোগ নেই। সংগীত ও কলার আলাদা একটি ভাষা রয়েছে। এর সমালোচনা করতে গেলে সেই ভাষাতেই তার বর্ণনা করতে হবে। সংগীত ও কলা অনুভবের বিষয়। তাকে প্রকাশ করতে চাইলে এমন কিছু শব্দ ব্যঞ্জনায তার প্রয়োগ করতে হবে যার ধরন সম্পূর্ণ আলাদা। এ সত্যিই কঠিন। একজন সংগীত সংযোজক কিংবা একজন শিল্পী তাঁর কর্মে কি বোঝাতে বা প্রকাশ করতে চেয়েছেন সে সম্পর্কে যদি বলতে চান তবে সন্দেহ নেই তাঁকে শব্দের ব্যবহার করতে হবে। একজন সমালোচক হয়তো সেভাবে না-ও বোঝাতে পারেন। তাঁদের প্রকাশভঙ্গির সঙ্গে তাঁদের প্রকাশভঙ্গি সেভাবে মিলে না। আর এজন্যই সংগীতজ্ঞ কিংবা শিল্পীরা সমালোচকদের “অসংবেদনশীল ইডিয়ট” বলে গালি দিতে ছাড়েন না।

স্থানীয় পত্রিকায় স্থানীয় মিউজিক্যাল সোসাইটির পারফরমেন্স কিংবা স্থানীয় কোনও আর্টক্লাবের ‘শো’ শৈল্পিক প্রকার প্রকরণ থেকে যতখানি গুরুত্বপূর্ণ তার থেকে বেশি গুরুত্বপূর্ণ সামাজিক দৃষ্টিকোণ থেকে। সাধারণভাবে সমালোচক সংগীত ও শিল্প সমালোচনা করতে সুললিত ও দ্ব্যর্থক শব্দাবলী ব্যবহার করেন। কারণ সমালোচককে তাঁর সমালোচনায় অবশ্যই হতে হবে নিরপেক্ষ ও সঠিক। সংগীতজ্ঞ বা শিল্পীরা খুব সংবেদনশীল মানুষ। অতএব সমালোচকরা তাঁদের পারফরমেন্স সম্পর্কে সমালোচনা করতে গিয়ে অবশ্যই সংযমী ও শোভন হবেন।

টেলিভিশন ও রেডিও বিষয়ক সমালোচনায় ওই দু' মাধ্যমের শো'র ওপর কোনও প্রভাব ফেলে না। কারণ পত্র-পত্রিকায় যে সময়ে কোনও সমালোচনা এলো ততক্ষণে সেই 'শো' শেষ হয়ে গেছে। রেডিও-টিভি'র বিষয় নিয়ে যে সমালোচনা তা চলচ্চিত্র সমালোচনার অনুরূপ। রেডিও-টিভি 'শো'র সমালোচনা মানে হলো ইতোমধ্যে শ্রুত অথবা দৃষ্টিগোচরীভূত কোনও 'শো'র সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া লেখা মাত্র। এই ধরনের লেখায় সমালোচক প্রয়োজক কিংবা পরিচালককে পরবর্তীতে একটু স্বতন্ত্রভাবে কোনও 'শো' উপস্থাপনের ব্যাপারে প্রভাবিত করতে পারেন বা পরামর্শ দিতে পারেন।

এ কারণে টিভি ও রেডিও কলাম হচ্ছে এই মাধ্যমের একটি সাধারণ সমীক্ষা অথবা আগেভাগেই একটু আঁচ করা যে উল্লেখযোগ্য কোনও কিছু হয়তো দেখাবে বা শোনাবে। টেলিভিশন কোম্পানি অবশ্য মাঝে-মধ্যে এমন কিছু ব্যতিক্রমী বা সংবাদযোগ্য প্রোগ্রামের প্রিভিউ সমালোচকদের দিয়ে থাকে এই আশায় যে, তা নিয়ে পত্র-পত্রিকায় লেখা হবে কলাম।

নিশ্চিতরূপেই টিভি ও রেডিও সমালোচনা একটি মূল্যবান বিষয় হতে পারে যখন একজন ব্যাপক অভিজ্ঞতাসম্পন্ন সমালোচক তাঁর জীবনের অভিজ্ঞতা থেকে কোনও কিছুর বিচার বা বুদ্ধিবৃত্তিক পরিমাপ করতে পারেন। তবে তাঁকে তাঁর পত্রিকায় দেয়া লভ্য জায়গাটুকুর অবশ্যই যুক্তিসংগত ব্যবহার করতে হবে যাতে তাঁর পাঠকবৃন্দ তাঁর লেখা পড়ে সন্তুষ্ট হন, যে পাঠক রেডিও ও টিভি'র সেই অনুষ্ঠানটি দেখেন নি।

### ভাল সমালোচকের গুণাবলী

একজন ভাল সমালোচক হতে গেলে একজনকে অবশ্যই তাঁর লেখায় কিছু বৈশিষ্ট্য ও গুণাবলী অর্জন করতে হবে যাতে সেই লেখাটি সুখপাঠ্য হয়, অন্য ১০টি লেখা থেকে ভিন্ন স্বাদের বলে মনে হয়। তাঁকে একটা কথা সর্বদাই মনে রাখতে হবে যে, তাঁর সমালোচনামূলক ওই লেখা উভয় শ্রেণীর পাঠকই পড়বে যাদের একদল বিষয়টি নিয়ে আগ্রহী, আরেক দল আগ্রহী নয়। অতএব তিনি এমন ভঙ্গিতে বা বৈশিষ্ট্য নিয়ে লিখবেন যাতে ওই বিষয়টি নিয়ে যাঁর মোটেও আগ্রহ নেই তিনিও সমালোচনাটি উপভোগ করবেন। একটি ভাল সমালোচনা পাঠকরা খুব উপভোগ করেন। মনে হয় যেন তাঁরা বইটি পড়েছেন অথবা নাটকটি দেখেছেন। বাস্তবিক অর্থে একজন ভাল সমালোচক তাঁর পাঠকদের সঙ্গে তাঁর ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা বিনিময় করেন। সমালোচনার মাধ্যমে তিনি পাঠকের কাছে এক অর্থে ব্যাখ্যাকার অথবা সূত্রধর। এমন অনেক লোক আছেন যারা কেবল কোনও বই, কোনও সংগীত কনসার্ট অথবা কোনও ছবির সমালোচনা পড়তে ভালবাসেন। অন্য আরও অনেকে আছেন যারা সমালোচনা পড়ে বইটি কিনবেন কিংবা কনসার্ট বা ফিল্ম উপভোগ করতে যাবেন।

অতএব ভাল সমালোচনা ভাল সাংবাদিকতার একটি অংশ। জনপ্রিয় সমালোচকদের মতামতের উচ্চমূল্য দেয়া হয়ে থাকে। তাঁরা বেশ মর্যাদাও পান। শুরুতে একজন তরুণ সাংবাদিককে বেশ কিছু বাধা ও সমস্যার সম্মুখীন হতে হবে। তাকে জয় করতে পারলে তিনি অবশ্যই একজন সফল ও জনপ্রিয় সমালোচকে পরিণত হবেন। কিন্তু কঠিন ও প্রচুর শ্রম ব্যতীত কোনও ক্ষেত্রেই খ্যাতি অর্জন করা যায় না। সাংবাদিকতার ক্ষেত্রেও কথাটি এক শ' ভাগ সত্যি, একজন সমালোচকের সবচেয়ে অপরিহার্য গুণটি হচ্ছে তিনি এমন কিছু বিষয় সম্পর্কে লিখতে সমর্থ যা পাঠযোগ্য। অবশ্যই তাকে কোনও বিষয়ের ওপর বিস্তৃতরূপে দেখতে হবে। একজন সেরা মানের সমালোচক হচ্ছেন তিনি যিনি সেরা মানের পাঠযোগ্য গদ্য রচনা করতে পারেন।

## ৭. ম্যাগাজিন লেখনী

ম্যাগাজিনের রয়েছে বিশেষ ধরনের পাঠক। ম্যাগাজিনে বিশেষ ধরনের তথ্য থাকে বিধায় বিশেষ শ্রেণীর পাঠক তা কিনে থাকে। দৈনিক সংবাদপত্রের মতো ম্যাগাজিনে চিরাচরিত ধরনের বিষয় বিশেষ করে তাৎক্ষণিক কোনও ঘটনাসঞ্জাত বিষয় থাকে না। কোনও কিছু বা বিষয় প্রকাশের কয়েক সপ্তাহ বা মাস আগে সেগুলোকে কম্পোজে পাঠানো হয়। ম্যাগাজিন লেখনীর একটি অপরিহার্য বিষয় হলো যে তাতে এমন কিছুর পরিবেশন হবে না যা অন্য কোনও ঘটনা বা ঘটনাবলীর কারণে অপ্রয়োজনীয় হয়ে পড়েছে এবং পাঠকের আগ্রহও সে বিষয়ে হারিয়ে গেছে।

ম্যাগাজিন যেহেতু একটি বিশেষ ধরনের পত্রিকা তাই এগুলো বেশির ভাগ ক্ষেত্রেই সাধারণ সংবাদপত্রের তুলনায় জনগোষ্ঠীর একটি ক্ষুদ্রাংশকেই আকৃষ্ট করে থাকে। ম্যাগাজিন সম্পাদক সেজন্যে তাঁর পাঠকদের আগ্রহকে বড় ধরনের নিশ্চয়তা নিয়ে সংজ্ঞায়িত করতে পারেন। কোনও ম্যাগাজিন যদি একটি ফরমুলার প্রবর্তন করে সে অনুযায়ী যদি সেটি মাসের পর মাস ধরে একটু-একটু করে পরিবর্তন আনে এবং তার মাধ্যমে যদি পাঠকদেরও ধরে রাখতে পারে তাহলে বুঝতে হবে সেই ফরমুলাটি স্পষ্টতই ছিল সঠিক। একজন হুব ম্যাগাজিন লেখক যদি কোন মার্কেট সম্পর্কে লিখতে চান তাহলে সে সম্পর্কে তাঁকে যাচাই করতে হবে এবং তাঁকে সিদ্ধান্ত নিতে হবে যে যে বিষয়টি নিয়ে লিখতে চাইছেন সেটি পাঠকের কাছে হবে গ্রহণযোগ্য।

ম্যাগাজিন অপেক্ষাকৃতভাবে খুবই সীমাবদ্ধ বাজেটের মাধ্যমে বের হয় এবং সম্পাদককে নিশ্চিত হতে হয় তিনি বা তাঁর পত্রিকা কি পেতে যাচ্ছে। ম্যাগাজিন কর্তৃপক্ষ সর্বদাই নতুন লেখকদের সন্ধানে থাকেন এবং এমন কিছু নতুন ধ্যান-ধারণার অন্বেষণ করেন যা তাঁদের সুনির্দিষ্ট পাঠককূলকে আকৃষ্ট করবে। তবে সেই নতুন ধ্যান-ধারণা বা চিন্তা বা বিষয় বা প্রেক্ষাপটই যথেষ্ট নয় যতক্ষণ না সেগুলোকে দক্ষতার সঙ্গে শব্দশৈলীর মাধ্যমে কার্যকর করে তোলা যায়। একজন সম্পাদক একটি পূর্ণাঙ্গ

নিবন্ধ দেখতে চাইবেন কিংবা লেখকের সামর্থ্যের চাইবেন প্রমাণ। তার পরেই কেবল তিনি ওই লেখককে আরেকটি নতুন ধারণার ওপর ভিত্তি করে আরেকটি পূর্ণাঙ্গ লেখা তৈরির দায়িত্ব দেবেন।

ম্যাগাজিনে সাধারণত সুনির্দিষ্ট বিষয় নিয়ে লেখালেখি হয়ে থাকে। যেমন মৌসুমী ভোজ, নববর্ষ পালন বা পাণ্ডাভাত ভক্ষণ, ঈদ উৎসব, দুর্গাপূজা, বড়দিন, বসন্ত উৎসব, কবিতা উৎসব, বইমেলা, বাণিজ্য মেলা, ফুলের মেলা, পুরাতন গাড়ির প্রদর্শনী এমনকি ভ্যালেন্টাইন ডে অথবা ভালোবাসা দিবস।

বহু ম্যাগাজিনেরই ছোট আকারের একটি স্টাফ বাহিনী তাকে এবং অনেক ক্ষেত্রেই ফ্রিল্যান্স লেখক, কলামিস্ট বা সাংবাদিকের প্রদায়নের ওপর নির্ভর করে তাকে। এঁদের নিয়ে একটি শক্তিশালী প্যানেল একবার গঠিত হয়ে গেলে রুটিন ও চাহিদামাফিক লেখালেখির কাজ সহজতর হয়ে যায়।

ম্যাগাজিন সেই সকল বিশেষজ্ঞ লেখকদের মূল্য দিয়ে থাকে যারা তাৎক্ষণিকভাবে তাঁদের জ্ঞানের বিশেষ ভাণ্ডার থেকে আহরণ করা বিষয় নিয়ে পাঠযোগ্য ও প্রামাণিক লেখা লিখতে পারেন। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়: একজন পরিবেশ ও মানবাধিকার বিষয়ক বিশেষজ্ঞ এ বিষয়ের যে কোনও দিক নিয়ে কিংবা দৃষ্টিভঙ্গি নিয়ে লিখতে পারবেন। যিনি শেয়ারবাজার সম্পর্কে বিশেষজ্ঞ তিনি ব্রু চিপ্‌স শেয়ার সম্পর্কে ভাল লিখতে পারবেন।

ওধু ম্যাগাজিনে লিখে জীবন ধারণ অনেক সময়ই কষ্টকর হয়। বহু ম্যাগাজিন-সাংবাদিক বইয়ের লেখকও বটে। একটি পত্রিকার নিবন্ধের ধরন যেমন—ম্যাগাজিনের নিবন্ধ তার থেকে আলাদা। এ যেন একটা বইয়ের মতো। ম্যাগাজিন নিবন্ধ ১৫০০ থেকে ২০০০ শব্দ পর্যন্ত হতে পারে। ফলে লেখক বৃহত্তর ক্ষেত্র নিয়ে তাঁর রচনা সাজাবার চিন্তা-ভাবনা করতে পারেন যেটা সংবাদপত্রে হয় না। কারণ সেখানে শব্দের পরিমিতি অপরিহার্য।

ম্যাগাজিন নিবন্ধ হবে খুবই আকর্ষণীয় এবং সম্ভব হলে এর উদ্বোধনী বাক্যটি হবে খুবই বিস্ময় জাগানো। সংবাদপত্রের একটি ভাল নিবন্ধেও চমক জাগানো সূচনা হয়। তবে লেখায় পর্যাপ্ত জায়গা রাখতে হবে যেখানে আরও বেশি তথ্য দেয়া যায়, বর্ণনামূলক বিস্তার ঘটনা যায়। আবার এমন কিছু অপ্রাসঙ্গিক বিষয়ও ক্ষেত্রবিশেষে আনা যায় যেগুলো বিনোদনধর্মী তবে নিবন্ধের থাকবে একটি সুনির্দিষ্ট গঠন এবং সেই গঠন প্রক্রিয়া সুস্পষ্টভাবে সংজ্ঞায়িত করতে হবে।

যদি নিবন্ধটি একজন ব্যক্তিত্বের সঙ্গে একটি সাক্ষাৎকার হয়, তাহলে সেই ব্যক্তির বক্তৃতাভঙ্গিমার সাক্ষাৎ নেয়ারও ব্যবস্থা থাকতে হবে। কারণ তা ওই সুনির্দিষ্ট বিষয়ে কিছু আলোকপাত করতে পারে।

কিন্তু ম্যাগাজিন নিবন্ধ তার নিজের মধ্যে পূর্ণাঙ্গ হতে হবে। কোনও সংবাদবিবরণীর সঙ্গে যদি তাঁর কোনও সম্পর্ক থাকে তবে সেই তথ্যটি বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা করতে হবে। কারণ ম্যাগাজিন পাঠক সেই তথ্যটি চেক করার জন্য পত্রিকার পাতা না-ও দেখতে পারে।

ম্যাগাজিন নিবন্ধ সম্বন্ধ গবেষণার মাধ্যমে তৈরি হবে। নিবন্ধের লেখার মধ্যেই এমন এক ছাপ থাকবে যাতে বোঝা যায় এটি যথেষ্ট গবেষণা করে রচিত হয়েছে। প্রায় দু'হাজার শব্দে লেখা নিবন্ধে একজন লেখকের একটি বিষয়ের পুরো দিক বর্ণনার সুযোগ আছে। যথাযথ ধারা অনুযায়ী সংশ্লিষ্ট প্রমাণ তুলে ধরার সুযোগ আছে। তারপর একটি উপসংহার টানুন। এ যেন একজন আইনজীবী আদালতে পেশ করছেন একটি মামলার আর্জি।

## ৮. সাময়িক ম্যাগাজিন

বিশেষ পাঠকদের একটি বাজারের প্রতি আবেদন সৃষ্টি করাই সাময়িক ম্যাগাজিনের কাজ। এ ধরনের ম্যাগাজিন একেবারেই সুনির্দিষ্ট বিষয়ভিত্তিক। এ ধরনের ম্যাগাজিনের লেখকরা কোনও দিনের ঘটনার ওপর মন্তব্য করেন এবং তাঁদের প্রজ্ঞা ওই বিষয়ের মধ্যে নিহিত থাকে। এ ধরনের ম্যাগাজিন সুনির্দিষ্ট বিষয় যেমন অর্থনীতি, বিজ্ঞান, সমাজবিজ্ঞান অথবা হাস্যকৌতুকের ওপরও হয়ে থাকে।

এ ধরনের ম্যাগাজিন বাইরের প্রদায়কদের কাছ থেকে নিবন্ধ কিনে থাকে। তবে ম্যাগাজিনের প্রধান অংশ সেইসব প্রতিষ্ঠিত সাংবাদিকদের নিবন্ধে পরিপূর্ণ থাকে যাঁদেরকে পত্রিকার সম্পাদক নিবন্ধ লেখার আমন্ত্রণ জানিয়ে থাকেন। এইসব সাংবাদিক হলেন তাঁদের স্ব-স্ব ক্ষেত্রে এক-একজন বিশেষজ্ঞ। রাজনৈতিক ব্যক্তিত্বেরাও তাঁদের দৃষ্টিভঙ্গির থেকে এসব পত্রিকায় লিখে থাকেন।

এ ধরনের বহু পত্রিকাতেই একটি শক্তিশালী পাতা রয়েছে যেখানে সমকালীন নতুন-নতুন বই প্রামাণিকভাবে সমীক্ষা করা হয়। সমীক্ষা রিপোর্টটি সাধারণত একটি পাতা জুড়ে হয়। লেখার মধ্যে একটা একাডেমিক ভাব থাকে এবং তা রাজনৈতিক, সামাজিক অথবা সাহিত্য সংশ্লিষ্ট বিষয় নিয়েই সাধারণত লেখা হয়। শিল্পকলা বিষয়ে এ ধরনের ম্যাগাজিনে লেখা সমালোচনার মধ্যে লেখকের যথেষ্ট পরিমাণ প্রভাবও থাকে।

সাময়িক ম্যাগাজিনের বাজার চূড়ান্ত রকমের সীমাবদ্ধ। এই ধরনের ম্যাগাজিনের মাধ্যমে বিশ্ববিদ্যালয় সংবাদদাতা আবিষ্কার করা যায়। তবে বছরে সে রকম সুযোগ এক বা দু'য়ের বেশি আসে না।

## ৯. টেকনিক্যাল জার্নালিজম

অসংখ্য টেকনিক্যাল জার্নাল আছে যেগুলো মৌমাছি পালন থেকে শুরু করে ভারী শিল্পের মতো বিশেষ ক্ষেত্রের ওপর কাজ করে। এই ধরনের সাময়িকীর ছোট্ট একজন সম্পাদকীয় স্টাফ থাকে। একজন সম্পাদক কিংবা সম্পাদকীয় উপদেষ্টা বোর্ডের এই ধরনের সাময়িকীতে প্রকাশযোগ্য বিষয় সম্পর্কে থাকে অভিজ্ঞান এবং সংবাদ হওয়ার মতো যোগ্য ঘটনাবলী সম্পর্কে ভালভাবে অবহিত থাকেন। একদল প্রদায়ক বিশেষ ক্ষেত্রে কাজ করেন এবং তাঁরা সে সম্পর্কে তথ্যমূলক লেখা লিখতে সমর্থ।

টেকনিক্যাল জার্নাল প্রায়ই সংশ্লিষ্ট বিষয় সম্পর্কে অজ্ঞ পাঠকদের কাছে দুর্বোধ্য। সংগত কারণেই সেগুলোর বিক্রিও হয় তাঁদের কাছে যারা ওই সংক্রান্ত পেশা, বাণিজ্য বা শিল্পে কাজ করে থাকে।

এ ধরনের ম্যাগাজিনে কাজ করেন এমন অনেক সাংবাদিকই জাতীয় সংবাদপত্র ও সাধারণ ম্যাগাজিনে ফ্রিল্যান্স প্রদায়ক হিসেবেও কাজ করতে থাকেন। কারণ তাঁদের কাছে সুনির্দিষ্ট বিষয়ের যেসব তথ্য আসে সেগুলোকে একটু হালকা ও মজাদার করে পুনরায় লিখতে পারেন। তবে এ ধরনের ফ্রিল্যান্স সাংবাদিকতার প্রথম দাবিটি হচ্ছে সংশ্লিষ্ট ওই সাংবাদিক ও তাঁর বন্ধুদের লেখা ম্যাগাজিনটি বুকস্টলে না যাওয়া পর্যন্ত তিনি বা তাঁরা সাধারণ ম্যাগাজিনগুলোতে সেগুলোর ওপর ভিত্তি করে হালকা ধরনের লেখা ছাপতে পারবেন না।

## ১০. হাউস জার্নালিজম

বহু কোম্পানি, রাষ্ট্রায়ত্ত্ব শিল্পসমূহ, ব্যাংকসমূহ এবং অন্যান্য সংগঠন তাদের নিজস্ব হাউস ম্যাগাজিন প্রকাশ করে থাকে। এটা তারা তাদের নিজস্ব স্টাফ বাহিনীর বৃদ্ধিবৃত্তিক বিকাশের জন্য হয় অভ্যন্তরীণভাবে ছেপে থাকে, নতুবা জনসংযোগ কর্ম হিসেবে সংস্থা বা সংগঠনের অভ্যন্তরীণ ও সংস্থা বহির্ভূত লোকজনের জন্য ছেপে থাকে।

কোম্পানিগুলোর কর্মকাণ্ড বিরাট ব্যাপ্তি নিয়ে যখন বাড়তে থাকে তখন তাদের অনেকেই হাজার-হাজার শ্রমিক নিয়োগ দিয়ে থাকে, ফলে সেই কোম্পানির অভ্যন্তরীণ যোগাযোগ ভাল রাখা তখন খুব কঠিন হয়ে পড়ে। একটি কোম্পানির শ্রমিকরা জানে না যে, আরেকটি কারখানায় শ্রমিকদের একই ধরনের গ্রুপ কি করছে। হাউস জার্নাল ওই ফাঁকটুকু পূরণ করতে সমর্থ হয়।

এই ধরনের জার্নালে বেশ কিছু সাধারণ নিবন্ধ ছাপা হয় এবং তাতে কোনও সংস্থার উৎপাদিত দ্রব্যের সুনির্দিষ্ট দিকগুলো বর্ণনা করা হয়। এতে এমনও বলা হয়ে থাকে যে, ওই সংস্থার উৎপাদিত দ্রব্য মহাশূন্যচারীরা চাঁদে নিয়ে গিয়েছিল কিংবা পর্বত অভিযাত্রীরা তা নিয়ে গিয়েছিল কাঞ্চনজঙ্ঘায়। এ ধরনের ম্যাগাজিনে সংস্থা বা

সংগঠনের কর্মচারীদের জন্য, বিয়ে বা মৃত্যুর তালিকা দেয়। অনেক হাউস ম্যাগাজিন বিয়ের ছবিও ছাপে।

এ ধরনের ম্যাগাজিন কোনও কোম্পানির সমৃদ্ধির ব্যাপারে রাখতে পারে মূল্যবান অবদান। কোনও কোম্পানির ভাল-মন্দ উভয় ব্যাপারেই মন্তব্যধর্মী লেখা লিখতে পারে। তবে এটা অর্জন করা যাবে তখনই যখন পত্রিকাটির সম্পাদক ও তাঁর স্টাফদের যথেষ্ট পরিমাণ স্বাধীনতা থাকবে, এমনকি কোনও কারখানার জন্য শুভ হবে না—এমন মন্তব্য করারও থাকবে অনুমতি।

এ ধরনের ম্যাগাজিন সাধারণত কোনও কোম্পানির জনসংযোগ বিভাগের মাধ্যমে প্রকাশিত হয়ে থাকে এবং কোম্পানির পরিচালকগণ একে কোম্পানির প্রকাশ্য অবয়ব বলে বিবেচনা করেন। তবে এই অবয়বকে নিখুঁত ও বৈচিত্র্যহীন দেখানোটা ভাল সাংবাদিকতা নয়।

### এক. নিউজ রিপোর্টার

একটি মর্যাদাপূর্ণ ও নামী পত্রিকা বহু ব্যক্তিবর্গ নিয়ে গঠিত। এঁদের মধ্যে সামনের ডেস্কে বসে যারা কাজ করছেন তাঁদের মধ্যে রয়েছেন বিজ্ঞাপন ও সার্কুলেশন বিভাগের কর্মীরা। কিন্তু যারা এক অর্থে পর্দার অন্তরালে বসে কাজ করছেন তাঁদের মধ্যে রয়েছেন সম্পাদক, সহকারী সম্পাদক, লিডার লেখক, সাব-এডিটর বা সহ-সম্পাদক প্রমুখ। কিন্তু পাঠক ও সাধারণ মানুষের কাছে পত্রিকার সবচেয়ে পরিচিত ও আকর্ষণীয় ব্যক্তিত্ব হচ্ছেন রিপোর্টার বা সংবাদ প্রতিবেদক। জনগণের কাছে রিপোর্টার নিজেই যেন একটি সংবাদপত্র। সকল গুরুত্বপূর্ণ বৈঠক, বিস্ফোভ, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সমাবেশ কিংবা গোলযোগপূর্ণ স্থানে রিপোর্টারের সদা উপস্থিতি সংবাদপত্রের রহস্যময় ও অদৃশ্য শক্তিরই যেন প্রতিনিধিত্ব করে।

সভ্যিকার অর্থেই, রিপোর্টার ছাড়া সংবাদপত্রের জীবনে অন্য কোনও স্টাফের ব্যাপক প্রভাব নেই। সকল রকমের পরিস্থিতিতেই জীবনের সঙ্গে রিপোর্টারের সার্বক্ষণিক সম্পর্ক রয়েছে। সবশেষে সংঘটিত কোনও ঘটনা সম্পর্কে জানতে, শুনতে, দেখতে, কিছু কথা বের করতে তাঁকে বাইরে যেতে হয় এবং সে সম্পর্কে পত্রিকায় লিখতে হয়। আজকের দিনের সংবাদপত্র হচ্ছে দৈনন্দিন জীবনের প্রতিফলন এবং রিপোর্টারের সংবাদ রিপোর্টিংয়ের মধ্য দিয়েই সেই প্রতিফলন সম্ভব।

### নিউজ রিপোর্টারের দায়িত্ব

নিউজ রিপোর্টারের দায়িত্ব অনেক। রিপোর্টিংয়ের সময় একজন রিপোর্টারের কিছু গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব এখানে উল্লেখ করা হলো :

১. প্রতিটি রিপোর্টারের দায়িত্ব হওয়া উচিত তাঁর লেখা কপি জীবনকে স্পন্দিত করবে এবং পাঠকের জন্য হবে পুরোপুরি উৎসাহব্যঞ্জক। তাঁর সংবাদবিবরণী হবে উজ্জ্বল ও দ্যুতিময়। তাঁর লেখা লোককে চিন্তা করার, আলোচনা করার সুযোগ দেবে এবং পরবর্তী সংখ্যা পড়ার দিকে আগ্রহী করে তুলবে। এটা করতে রিপোর্টার হৃদয়, মন উজ্জাড় করে তাঁর লেখা তৈরি করবেন। আজকের দিনে অবশ্য রিপোর্টারকে অধিকতর গতির সঙ্গে তাল মিলিয়ে কাজ করতে হয় এবং তাঁর পূর্বসূরিদের তুলনায় কিছু কঠিন পরিস্থিতিতেও কাজ করতে হয়। কিন্তু অতীতের তুলনায় আজকের রিপোর্টাররা অনেক বেশি পারিশ্রমিক পান। তবে কর্তব্যের খাতিরে অনেক বাধা-বিপত্তির মধ্যেও তাঁকে পারিবারিক জীবনের আনন্দ জলাঞ্জলি দিয়ে ঘটনাস্থলের দিকে উর্ধ্ব্বাসে দৌড়াতে হয়।

২. নির্ভেজাল বিশ্বস্ততা ও আস্থা অর্জন এবং সুখ্যাতির জন্য তাঁর কাজের ক্ষেত্রে তিনি হবেন সুশৃঙ্খল। কোনও কিছু সম্পর্কে জানতে গিয়ে তিনি তা খুবই সতর্কতার সঙ্গে করবেন এবং তাঁর মতামতের ক্ষেত্রে হবেন নিরপেক্ষ। তবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ দিক হচ্ছে যে, তাঁর কভার করা ঘটনা তিনি দ্রুত ও দক্ষতার সঙ্গে লিখবেন। এসব কিছু লক্ষ্য রাখলে তাঁর কর্মের পথ হবে মসৃণ ও ঝামেলামুক্ত।
৩. মাতৃভাষায় লেখা পত্রিকা হলে একজন রিপোর্টারকে সেটাও সুন্দর করে লিখতে হবে। আর ইংরেজি ভাষায় হলেও তা লিখতে হবে সুন্দর করে। পত্রিকার জায়গা তত সহজলভ্য নয়। সেইজন্য লভ্য জায়গার মধ্যে সংক্ষিপ্তাকারে লেখার যোগ্যতা ও দক্ষতা অর্জন করতে হবে। রিপোর্টার যখন তাঁর রিপোর্ট নিজ হাতে লিখবেন তখন তা অবশ্যই হতে হবে পাঠযোগ্য। তিনি হাতে লিখতে গিয়ে তাঁর রিপোর্ট এমনভাবে লিখবেন যে তাতে কোনওপ্রকার সম্ভাব্য ভুল কিংবা কোনও শব্দের বানান বা তার অর্থের ব্যাপারে সম্ভাব্য প্রশ্নের কোনও অবকাশ না থাকে।
৪. রিপোর্টার তাঁর রিপোর্ট পত্রিকার এক পিঠে লিখবেন বা টাইপ করে দেবেন। দু' লাইনের মধ্যে ডাবল স্পেস থাকবে যাতে সহ-সম্পাদকের জন্য কপিটিতে সংশোধন করার যথেষ্ট জায়গা থাকে। প্রতিটি রিপোর্টারই একটি পরিচ্ছন্ন কপি লেখার অভ্যাস গড়ে তুলবেন। একজন রিপোর্টার যাবে-মধ্যে তাঁর কপিতে শিরোনাম লিখে দিতে পারেন কিন্তু সাধারণত সহ-সম্পাদকরাই রিপোর্টের শিরোনাম লিখে থাকেন। আজকাল কম্পিউটারের বদান্যতায় রিপোর্টাররা তাঁদের কপি টাইপ করেই দিয়ে থাকেন।
৫. স্থানীয় সংবাদপত্রের রিপোর্টাররা বিরল অবস্থান দখল করে বসে আছেন। তাঁর শহরের লোকজনের কাছে তিনি খুবই জনপ্রিয়। তিনি স্থানীয় কোনও ঘটনা, অনুষ্ঠান, মেলা, সামাজিক কর্মকাণ্ড প্রভৃতির ওপর রিপোর্ট করে থাকেন এবং শহরের সামাজিক জীবনের খুবই কাছাকাছি থাকেন। একজন রিপোর্টার তাঁর কাজের ব্যাপারে কিছু পেশাগত নীতি মেনে চলেন। পেশায় নিয়োজিত থাকার মধ্যেই কোনও ব্যক্তির সঙ্গে তাঁর ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক গড়ে উঠতে পারে। কেউ-কেউ হয়তো তাঁকে তাঁদের ব্যক্তিগত ও ব্যবসায়িক বিষয়ে অবহিত করতে পারেন। একজন রিপোর্টার কোনও অবস্থাতেই তাঁর ওপর অর্পিত তাঁদের সেই আস্থা ও বিশ্বাসের অমর্যাদা করবেন না। বিশ্বাসযোগ্যতার গুণ একজন রিপোর্টারের জনপ্রিয়তা বাড়ায় এবং যেখানেই তিনি যান সেখানেই লোকজন তাঁকে স্বাগত জানায়। এটা সমাজের সকল স্তরে তাঁর সুনামও বাড়িয়ে তোলে।
৬. একজন রিপোর্টারকে যে কোনও বিষয় সম্পর্কে লিখতে বলা হতে পারে। সেজন্য তাঁর চোখ, কান সব সময়ই খোলা রাখতে হয়। তিনি এমন একটা ব্যবস্থা নিজে-নিজেই উদ্ভাবন করে নেবেন যে, বিশ্বাসযোগ্য কোনও সংবাদই

যেন তাঁর নাগাল এড়িয়ে না যায়। সামাজিক, ধর্মীয়, রাজনৈতিক, সংগীত, নাটক, আইন বিষয়ক সংগঠন ও অন্যান্য সরকারি কিংবা বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের সঙ্গে সাংবাদিক যোগাযোগ গড়ে তুলবেন এবং আগ্রহ সৃষ্টিকারী সংবাদবিবরণীর জন্য নিয়মিত সেগুলোর সঙ্গে কথা বলবেন। দুর্ঘটনা ও অপরাধ সংক্রান্ত খবর জানার জন্য তাঁকে পুলিশের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হবে। স্থানীয় শহরগুলোতে বিভিন্ন অগ্নিকাণ্ডের খবর জানার জন্য তাঁর যোগাযোগ রাখতে হবে দমকল কেন্দ্রগুলোর সঙ্গে। দুর্ঘটনা ও মৃত্যু সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহের জন্য তাঁকে হাসপাতালের সঙ্গে যোগাযোগ রাখতে হবে। একইভাবে তিনি বিভিন্ন ক্রীড়া সংগঠন, ক্লাব ও অন্যান্য সংগঠন থেকেও ভাল তথ্য পেতে পারেন।

৭. প্রতিটি রিপোর্টার তাঁর কর্মের দিনপঞ্জিকা এমনভাবে তৈরি করে নেবেন যাতে পদ্ধতিগতভাবে তিনি তাঁর কাজ চালাতে পারেন। যেখানে যাঁর সঙ্গে যখন দেখা করার কথা বা কোনও অনুষ্ঠানে সময়মতো যোগ দিতে পারেন তার জন্যই এই ব্যবস্থা। কর্মের দিনপঞ্জিকা রাখলে আগামী বেশ কয়েকটি দিন নির্ধারিত গুরুত্বপূর্ণ অনুষ্ঠানগুলো সম্পর্কে আগে থেকেই জানার কারণে সেগুলো কভার করতে তিনি ব্যর্থ হবেন না। শটহ্যান্ড ও টাইপিং সম্পর্কে রিপোর্টারের ভাল জ্ঞান থাকা দরকার। এতে রাজনৈতিক সভা-সমাবেশ কিংবা কোনও রাজনৈতিক অনুষ্ঠানে দেয়া বক্তব্য হুবহু তুলে এনে তা থেকে রিপোর্ট করতে সুবিধা হয়।
৮. রিপোর্টার সাধারণত তাঁর কপি অফিসেই লেখেন বা টাইপ করেন অথবা দূরবর্তী স্থান হলে টেলিফোনে তা জানিয়ে দেন। কিন্তু রিপোর্টার যখন তাঁর কপি অফিসে বসেই টাইপ করেন তখন তা এমনভাবে করবেন যাতে খুব বেশি সম্পাদনা কর্মের প্রয়োজন না পড়ে। তাঁর লেখা এতখানি পরিচ্ছন্ন হবে যে, প্রয়োজনে তা সরাসরি নেয়া যায় এবং পত্রিকায় তা হুবহু ছাপা যায়।
৯. রিপোর্টার তাঁর কপিতে একটি ক্যাচলাইন (Catchline) দিতে ভুলবেন না। ক্যাচলাইনকে বলা যায় কোনও সংবাদকপির ডাকনাম। এক-দু'টি শব্দে একটি কপির ক্যাচলাইন লিখে দিলে ডেক ও প্রিন্টারের পক্ষে কাজ করতে সুবিধা হয়। আর সেটি হবে এমন একটি ব্যতিক্রমী শব্দে যাতে একটি কপির সঙ্গে আরেকটি মিলে না যায়। একজন রিপোর্টার যদি “দুর্ঘটনা” এই শব্দটি দিয়ে একটি ক্যাচলাইন লেখেন তাহলে তা সংশয়ের সৃষ্টি করবে, কারণ প্রতিদিন অসংখ্য দুর্ঘটনার খবর পত্রিকা অফিসে আসে।
১০. কপির ওপর রিপোর্টার কপির ক্যাচলাইন ও পৃষ্ঠার নম্বর দেবেন। রিপোর্টার তাঁর রিপোর্ট লেখার সময় পাতায় ওপরের দিকে অনেকটা জায়গা রেখে লিখতে শুরু করবেন। এছাড়া প্রতি পাতার বাম পাশে রাখবেন অন্তত দু’ ইঞ্চি মার্জিন। প্রথম পাতার ওপরের দিকে অনেকটা এবং বাম পাশে ফাঁকা রাখলে

সহ-সম্পাদকের পক্ষে শিরোনাম লেখা বা প্রয়োজনীয় নির্দেশ ও সম্পাদনা-কর্ম করা সুবিধা হয়।

১১. একটা ভাল নিয়ম হচ্ছে যে, প্রতি পৃষ্ঠার শেষে একটি অনুচ্ছেদ সমাপ্ত করা। এক পৃষ্ঠা থেকে আরেক পৃষ্ঠায় অসমাপ্ত অনুচ্ছেদ কিংবা বাক্য নিয়ে যাওয়া উচিত নয়। তারপরেও এক পৃষ্ঠা থেকে আরেক পৃষ্ঠায় চলে যাওয়ার সাংকেতিক চিহ্ন কিংবা কোনও সংবাদবিবরণীর সমাপ্তি চিহ্ন, পৃষ্ঠা নম্বর এসব কিছু তাঁকে দিতে হবে। তা না হলে ডেস্কে কিংবা প্রিন্টারের টেবিলে গিয়ে কপির দু'-এক পাতা হারিয়ে যেতে পারে।

একজন নিউজ রিপোর্টারের জন্য সাধারণ নিয়মবিধি উল্লেখিত দায়িত্বের বাইরেও নিম্নলিখিত বিষয়গুলো মনে রাখতে হবে :

১. কেউ যদি কোনও রিপোর্টারকে গোপনে কিংবা রিপোর্টারের ওপর বিশ্বাস ও আস্থার কারণে কিছু বলে থাকে তাহলে রিপোর্টার তা পত্রিকায় প্রকাশের জন্য লিখবেন না। তবে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তির পূর্বানুমতিসাপেক্ষে তা প্রকাশ করতে পারেন।
২. স্থানীয় সংবাদ সংগ্রহের সময় একজন রিপোর্টারকে তাঁর সংবাদ বিবরণীতে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তিবর্গের নাম দেয়ার বিরাট মূল্যের কথা স্মরণে রাখতে হবে।
৩. প্রতিটি রিপোর্টারই একজন বর্ণনামূলক লেখকের গুণাবলী অর্জনের চেষ্টা করবেন।
৪. একজন রিপোর্টার অবশ্যই মনে রাখবেন যে, অনুশীলনই একজন মানুষকে দক্ষ করে তোলে। অতএব তিনি তাঁর রিপোর্ট লেখার পদ্ধতি ও স্টাইল উন্নত করার চেষ্টা করবেন।
৫. ইংরেজিতে কিংবা বাংলা যে ভাষাতেই তিনি লিখুন না কেন তা খুব সরল ভাষাতে লিখতে হবে। তিনি কঠিন ভাষা এড়িয়ে চলবেন। তিনি কোনও ঘটনা স্বচক্ষে যেভাবে দেখেছেন সেভাবেই যাতে পাঠককে বোঝানো যায়, সেরকম একটি চিত্ররূপ তার ভাষায় ফুটে উঠবে।
৬. ক্রমাগত ব্যবহৃত শব্দ বা শব্দগুচ্ছ ব্যবহারও তিনি এড়িয়ে চলার চেষ্টা করবেন।
৭. একজন রিপোর্টার তাঁর রিপোর্টিংয়ে নির্ভুল থাকার চেষ্টা করবেন। যখনই তাঁর কপিতে উল্লিখিত তথ্যের নির্ভুলতা নিয়ে প্রশ্ন ওঠবে তখনই যেন তিনি তাঁর তথ্য সংগ্রহের মূল সোর্স বইখানা হাজির করতে করতে।
৮. পত্রিকার বিরুদ্ধে অনেক সময়ই অভিযোগ ওঠে যে তারা কারও কোনও কথা বিকৃতভাবে উপস্থাপন করেছেন বা সঠিকভাবে উপস্থাপন করেন নি। একজন হয়তো বলতে পারেন উত্তেজনারবেশে তিনি যে কথা বলেছেন সেটি তাঁর প্রকৃত কথা নয়। এসব ব্যাপারে রিপোর্টারকে সতর্ক থাকতে হবে।

৯. যখন কোনও রিপোর্টার আদালতের কার্যবিবরণী রিপোর্ট করবেন তখন তাঁকে খুবই সতর্ক থাকতে হবে। কোনও ভুল নাম লিখলে বা ক্ষতিকর মন্তব্য করে ফেললে তিনি আইনগত সমস্যার মুখোমুখি হতে পারেন।
১০. একটি অতি সাধারণ জনসভার ওপর রিপোর্ট করার সময় একজন রিপোর্টার শুধুমাত্র তাঁর একটি সার-সংক্ষেপই তৈরি করবেন।
১১. জনসমাবেশে দেয়া বক্তব্যের বক্তব্যধর্মী রিপোর্ট করার সময় সেটি সংক্ষিপ্তকরণের কলাকৌশল তাঁকে জানতে হবে। এই গুণটা তাঁর জন্য সব সময়ই কাজে লাগবে।
১২. একজন রিপোর্টারকে জানতে হবে কোন ঘটনা বা বিষয়টি সংবাদযোগ্য, কোনটি নয়। সংবাদমূল্য শনাক্ত করার জন্য “সংবাদের গন্ধ শৌকার নাক” তাঁর থাকতে হবে। এছাড়া পেশাগত জীবনে সাফল্য লাভ একজন রিপোর্টারের জন্য বৃথা আশা।

### রিপোর্টার বনাম সাব-এডিটর

পত্রিকায় যা কিছু ছাপা হোক না কেন তার জন্য দায়ী হলেন সম্পাদক ও প্রকাশক। বহু পত্রিকায় সম্পাদক ও প্রকাশক হচ্ছেন একই ব্যক্তি। এ ধরনের পত্রিকায় সম্পাদক নিজেই মালিক ও ব্যবস্থাপক। কিন্তু যেখানে সম্পাদক ও প্রকাশক দুই ভিন্ন ব্যক্তি সেখানে সম্পাদক শুধুমাত্র বিজ্ঞাপন ছাড়া সম্পাদকীয় বিষয়ের সবকিছু দেখে থাকেন। বিজ্ঞাপন বিষয়ক ব্যবস্থাপক দেখে থাকেন বিজ্ঞাপন বিভাগ। প্রকাশক, মহা-ব্যবস্থাপক, ব্যবস্থাপক, সম্পাদক কিংবা নির্বাহী পরিচালক সংবাদপত্রের ব্যবস্থাপনা দেখাশোনা করে থাকেন।

বেশ কয়েকজন সহকারী সম্পাদক সম্পাদকীয় ও ফিচার পাতা দেখাশোনার জন্য সম্পাদককে সহায়তা করে থাকেন। পত্রিকার সংবাদ বিষয়গুলো দেখেন বার্তা সম্পাদক এবং তাঁর তত্ত্বাবধানে কাজ করে থাকেন অসংখ্য সহ-সম্পাদক, রিপোর্টার ও অন্যান্য সংবাদদাতা।

সাধারণত সাংবাদিকতা পেশায় যারা আসেন তাঁদের কিছুদিন শিক্ষানবিসি করতে হয়। পরে তাঁরা রিপোর্টার বা সাব-এডিটর হিসেবে নিয়োগ পান। রিপোর্টারের কাজ হলো সংবাদ আহরণ এবং তাঁর পত্রিকার জন্য একটি রিপোর্ট লেখা। সাব-এডিটর বা সহ-সম্পাদকগণ তা পরিচালনা করে মুদ্রণযোগ্য করে তোলেন। রিপোর্টাররা তাঁদের কাজের জন্য নিজ-নিজ ক্ষেত্রে যান; অপরদিকে সহ-সম্পাদকরা ‘নিউজ ডেস্ক’-এ বসে কাজ করেন— যেখানে ‘শ’-‘শ’ সংবাদ আসে, সেগুলো বাছাই করা হয়, সম্পাদনার জন্য নির্বাচন করা হয়। নির্বাচিত সংবাদগুলোর উপযোগী শিরোনাম দিয়ে তা পত্রিকার পাতায় জায়গা করে দেয়া হয়।

রিপোর্টাররা প্রমোশন পেয়ে সিনিয়র রিপোর্টার, সংবাদদাতা, সিনিয়র সংবাদদাতা, স্টাফ রিপোর্টার, বিশেষ সংবাদদাতা এবং বৈদেশিক সংবাদদাতা হতে

পারেন। অপরদিকে সাব-এডিটরগণ প্রমোশন পেয়ে সিনিয়র সাব-এডিটর, চিফ সাব-এডিটর, যুগ্ম-বার্তা সম্পাদক কিংবা বার্তা সম্পাদক হতে পারেন। রিপোর্টারের মূল কাজ সংবাদ আহরণ করে তার ওপর একটি কপি তৈরি করে নিউজ ডেস্কে পাঠানো, অপরদিকে সাব-এডিটরের মূল কাজ হলো কপি “সাব” করা এবং তাকে মুদ্রণযোগ্য করা। মুদ্রণযোগ্য করার মানে হচ্ছে কপিকে সংশোধন, ছোটবড় করা, সংবাদ রচনার স্টাইলে তাকে সাজানো কিংবা অনুবাদ অথবা কপির গুরুত্ব অনুযায়ী ট্রিটমেন্ট দিয়ে তাকে প্রকাশনার যোগ্য করে তোলা। সাব-এডিটরকে কপি এডিটরও বলা হয় এবং তিনি যা সম্পাদনা করে থাকেন তাকে বলা হয় কপি। তাঁর কাছে যে কোনও উৎস থেকেই আসুক না কেন সবই কপি।

রিপোর্টিং ও এডিটিং বিভাগ দুটো কোনও অবরুদ্ধ কামরা নয়। কোনও-কোনও পত্রিকায় রিপোর্টাররা সাব-এডিটরের জায়গায় কাজ করতে যান। এটা একটি নিয়ম। একজন সাব-এডিটরকেও কোনও অ্যাসাইনমেন্ট কভার করতে পাঠানো হয়। হাতের কাছে যদি কোনও রিপোর্টার না থাকে তাহলে সহ-সম্পাদককে তথ্যবিবরণী থেকেও সংবাদবিবরণী তৈরি করতে হয়।

একজন ভাল রিপোর্টার কিংবা একজন ভাল সাব-এডিটর হতে হলে ভাষার ওপর দখল ও সাধারণ জ্ঞান থাকা জরুরি। এই দুটো গুণ তাঁদের জন্য অপরিহার্য। এছাড়াও সংবাদসেবীকে আরও কিছু গুণাবলী অর্জন করতে হয়।

### রিপোর্টার ও সাব-এডিটরের জন্য কাজিক্ত গুণাবলী

একটা প্রচলিত অভ্যাস দাঁড়িয়ে গেছে একজন রিপোর্টার ও একজন সাব-এডিটরের জন্য প্রয়োজনীয় গুণাবলীকে আলাদা করে দেখা। কিন্তু উভয়েই একই বিষয় অর্থাৎ সংবাদ নিয়ে কাজ করেন এবং তাঁদের উভয়ের মূল দায়িত্ব হচ্ছে পাঠকের সঙ্গে কার্যকরভাবে যোগাযোগ সাধন করা। অতএব তাঁদের গুণাবলীরও খুব একটা পার্থক্য নেই। তাঁদের গুণাবলী নিম্নরূপ :

### ১. সংবাদবোধ

সংবাদবোধ হচ্ছে সংবাদসেবীর একটি মৌলিক গুণ। অসংবাদ থেকে সংবাদকে আলাদা করে চেনার জন্য তাঁদের চাই সংবাদবোধ এবং সংবাদের গন্ধ শৌকার নাক। বিভিন্ন সংবাদ ঘটনার সংবাদমূল্যও হয় ভিন্ন। সেই ভিন্ন ভিন্ন ঘটনার সংবাদমূল্যকে শনাক্ত ও সেগুলোকে তুলনামূলকভাবে লিখতে পারার সামর্থ্য এবং কোথা থেকে সংবাদবিবরণীটি শুরু করতে হবে তার সিদ্ধান্ত গ্রহণের সামর্থ্য তাঁর থাকবে। এছাড়া সংবাদ ঘটনায় কোনও গুরুত্বপূর্ণ বিষয় বাদ দিলে চলবে না।

সাব-এডিটরের জন্যও সংবাদবোধ অপরিহার্য। তিনি হচ্ছেন রিপোর্টারের কপির প্রথম পাঠক। যদি রিপোর্টার তাঁর কপিতে কোনও ভুল করে থাকেন তাহলে সেটি তাঁকে সংশোধন করতে হবে। রিপোর্টারের কোনও কপির গুরুত্বপূর্ণ অংশ চতুর্থ

অনুচ্ছেদে লেখা হয়ে থাকলে, সাব-এডিটর তাঁর সংবাদবোধ দিয়ে সেটিকে কপির প্রথম অনুচ্ছেদে নিয়ে আসবেন।

## ২. স্পষ্টতা

রিপোর্টারের একটি স্পষ্ট মন থাকবে এবং তাঁর অভিব্যক্তিতেও একটা স্পষ্টতা থাকবে। রিপোর্টার যদি নিজেই বিভ্রান্তি বা সংশয়ের মধ্যে থাকেন তাহলে অন্যকে কি বোঝাবেন।

সাব-এডিটর কপির স্পষ্টতা দানের একজন বিচারক। একটি কপির অর্থ ক্ষটিকের ন্যায় স্বচ্ছ না হওয়া পর্যন্ত সেটি সাব-এডিটরের হাত গলিয়ে যেতে পারবে না। যদি একজন রিপোর্টার তাঁর কপিতে উল্লেখিত বিষয়ে নিজেই স্পষ্ট না হন কিংবা তা যদি সরল ভাষায় না লেখেন তাহলে সাব-এডিটরের সব রকমের অধিকার আছে রিপোর্টারকে তা নিয়ে পেশাগতভাবে জিজ্ঞাসাবাদ করা।

## ৩. বস্তুনিষ্ঠতা

একটি সংবাদবিবরণী রচনার সময় তার বস্তুনিষ্ঠতা বজায় রাখার প্রতি রিপোর্টার ও সাব-এডিটর উভয়কেই লক্ষ্য রাখতে হবে। সংবাদবিবরণীতে তাঁরা তাঁদের ব্যক্তিগত পক্ষপাতের অনুপ্রবেশ ঘটাবেন না। তাঁরা কোনও পক্ষ নেবেন না, বরং সংবাদে ভারসাম্য প্রতিষ্ঠার জন্য বিভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে বক্তব্য তুলে ধরার চেষ্টা করবেন।

## ৪. নির্ভুলতা

একজন রিপোর্টার সবসময় নির্ভুল থাকার চেষ্টা করবেন। যতক্ষণ পর্যন্ত সন্দেহ না হচ্ছেন ততক্ষণ পর্যন্ত আহরিত তথ্যের নির্ভুলতা চেক, রি-চেক করবেন। তিনি কোনও সুযোগ দেবেন না, কারণ নির্ভুল সংবাদ দেয়ার মধ্যে রিপোর্টার ও তাঁর সংবাদপত্রের বিশ্বাসযোগ্যতা নির্ভর করে। সাব-এডিটরের ভূমিকা হচ্ছে নির্ভুলভাবে কপি চেক করা। বিশেষ করে যখন কোনও সংবাদবিবরণীতে একটা পূর্ব প্রেক্ষাপট সংযোজন করা হয় তখন সেখানে নাম ধাম, ঠিকানা, সন তারিখের নির্ভুলতার প্রশ্নটি আসে। অনেক সময় রিপোর্টার তাঁর স্মৃতির ওপর ভর করে লিখে দিতে পারেন। সেক্ষেত্রে সাব-এডিটর পত্রিকা অফিসের রেফারেল ঘেঁটে তা চেক করে দেবেন। "When in doubt leave it out"— এ কথাটি সাংবাদিকতার আণ্ডবাক্য। ভুল হওয়ার আশঙ্কা থাকলে তা না প্রকাশ করে বাদ দিয়ে দেয়াই শ্রেয়।

## ৫. সতর্কতা

রিপোর্টার তাঁর বিষয় নিয়ে কাজ করার সময় খুবই সজাগ থাকবেন। অতীতে কোনও বড় সংবাদ ঘটনার জন্ম সম্ভব হয়েছিল রিপোর্টারের সজাগ থাকার কারণে। 'স্কুপ'

কাহিনী হেঁটে-হেঁটে কোনও পত্রিকায় যাবে না। সজাগ রিপোর্টার তা অনুসরণ করেই ধরে ফেলেন।

নিউজ ডেস্কে কাজ করার সময়ও সাব-এডিটরকে সতর্ক ও সজাগ থাকতে হয়। সাব-এডিটরের সতর্কতার অভাবে একটি ভুল-ভ্রান্তিকর সংবাদ পরদিন সকালে পাঠকরা পড়ে থাকেন।

## ৬. গতি

আজকের দুনিয়ায় গতিই সর্বত্র সবকিছুকে নিয়ন্ত্রণ করছে। যে ব্যক্তি দ্রুতগতিতে কাজ করতে পারবেন না তিনি ভাল রিপোর্টার হতে পারবেন না। অন্য সকল গুণাবলীর পাশাপাশি একজন রিপোর্টারকে দ্রুত কাজ করায় সচেষ্ট হতে হবে। তিনি দ্রুত চিন্তা করবেন, দ্রুত সিদ্ধান্ত নেবেন এবং দ্রুত লিখবেন যাতে তিনি ডেডলাইনকে পরাস্ত করে অন্য কোনও অ্যাসাইনমেন্টে যেতে পারেন।

সাব-এডিটরকে দ্রুতগতিতে কাজ করতে হয়। একটা কপি নিয়ে তিনি দীর্ঘক্ষণ ধরে বসে থাকতে পারেন না। তাঁকে দ্রুত কাজ করতে হবে, কারণ একটার পর একটা কপি তাঁর কাছে আসার অপেক্ষায় থাকে। একজন শ্রুতগতির সাব-এডিটর হচ্ছেন নিউজ ডেস্কের জন্য অভিযাপ এবং তাঁর সঙ্গে কেউ শোভন আচরণ করে না। কিছু-কিছু লোক অবশ্য এই পেশার জন্য অনুপযুক্ত।

## ৭. স্থিরতা

রিপোর্টার কিংবা সাব-এডিটরকে প্রায়ই পীড়াদায়ক পরিস্থিতিতে কাজ করতে হয়। প্রচণ্ড উত্তেজনা ও হৃদয়বিদারক পরিস্থিতিতেও তাঁদের থাকতে হয় ধীরস্থির। এমন অনেক ক্রেশকর পরিস্থিতির সৃষ্টি হয় যে তখনও তাঁদের যথাযথ মানসিক ও কায়িক প্রয়াস চালিয়ে রিপোর্ট লিখতে বা সম্পাদনা করতে হয়।

রিপোর্টার ও সাব-এডিটর রক্তমাংসে গড়া মানুষ। তাঁদেরও আবেগ অনুভূতি আছে; কিন্তু বহু পরিস্থিতিতেই সেই আবেগকে দমন করেই তাঁদের নিজ-নিজ পেশাগত দায়িত্ব পালন করতে হয়।

ডেডলাইনের চাপকে সইবার মতো মানসিক ও শারীরিক স্থিরতা সাব-এডিটরকে অর্জন করতে হয়। কোনও কারণে সময়ের পেছনে পড়ে গেলেও তাঁদের মন শান্ত রাখতে হবে। কারণ স্থিত মন কাজের গতি বাড়িয়ে দেয়।

## ৮. কৌতূহল

রিপোর্টার ও সাব-এডিটরের কৌতূহলের অন্ত থাকবে না। কৌতূহল থাকলেই কেবল রিপোর্টারের তথ্য আহরণের আকাঙ্ক্ষা জাগিয়ে তুলবে এবং ভাল সংবাদবিবরণীর সৃষ্টি হবে। কৌতূহল একজন সাব-এডিটরকে দিনকে দিন সমৃদ্ধ করে তোলে। তাঁর জ্ঞানার

পরিধি হয় দীর্ঘ ও বিস্তৃত। রিপোর্টার ও সাব-এডিটর তাঁদের সচেনতার স্তর উন্নত করার জন্য অবশ্যই যত বেশি সম্ভব পড়াশোনায় মনোনিবেশ করবেন।

### ৯. সন্দেহপ্রবণতা

সন্দেহপ্রবণতা হচ্ছে এমন আরেকটি গুণ যা রিপোর্টার ও সাব-এডিটরকে চর্চা করতে হয়। তাঁরা কোনও কিছুকেই গ্রহণযোগ্য বলে বিবেচনা করবেন না। গ্রহণযোগ্য প্রমাণ ছাড়া কোনও বিষয় সম্পর্কে তাঁরা নিঃসন্দেহ হবেন না। রিপোর্টারকে খুবই সতর্ক থাকতে হবে যে বহু মানুষ, মহল বা শক্তি সরাসরি কিংবা কাগজপত্রের মাধ্যমে তাঁকে ব্যবহারের চেষ্টা করতে পারে। অনেকে তাঁদের স্বার্থের জন্য রিপোর্টারের কাছে তাঁদের নিজস্ব গল্প ফাঁদতে পারে। ভালমানুষীর ছলে পড়ে অনেক সময় রিপোর্টার এ ধরনের ফাঁদে পড়ে যান। এ ধরনের ষড়যন্ত্র এড়ানোর জন্য তাঁদের যথেষ্ট পরিমাণ সন্দেহপ্রবণ থাকতে হবে।

সহ-সম্পাদকও যেন অনুরূপভাবে কিছু চতুর রাজনীতিক, জনসংযোগ কর্তা বা দ্রব্য বিজ্ঞাপকদের খপ্পরে না পড়েন সে বিষয়ে সজাগ থাকতে হবে। যেমন, সংবাদের ছদ্মাবরণে পত্রিকায় বিজ্ঞাপন চলে যেতে পারে এ বিষয়ে সহ-সম্পাদক সতর্ক হবেন। তিনি প্রয়োজনে কোনও রিপোর্টারেরও এ ধরনের কপি দেখতে, প্রয়োজনে ফেলে দিতে কার্পণ্য করবেন না।

### ১০. সময়ানুবর্তিতা

সময় মেনে চলা হচ্ছে একটি ভাল অভ্যাস। রিপোর্টারের জন্য এটা আরও বেশি জরুরি, কারণ সময়মতো উপস্থিত না হলে তাঁরা কোনও জরুরি বিষয় মিস করতে পারেন। পরে সেটার জন্য দ্বিতীয় কোনও উৎসের কাছে তাঁকে যেতে হবে। সময়ের পরে পৌঁছে একে-ওকে জিজ্ঞাসা করার বদলে সময়ের অনেক আগে পৌঁছে অপেক্ষা করাও অনেক শ্রেয়। সময়ের পরে গেলে আপনার প্রতিদ্বন্দ্বী আপনাকে ভুল তথ্য দিতে পারে কিংবা কোনও গুরুত্বপূর্ণ তথ্য গোপন করতে পারে। একজন সাব-এডিটর যদি সময়ানুগ হন তবে তাঁর সহকর্মীরা তাঁকে সম্মানের চোখে দেখবেন। তিনি দেরিতে এলে তাঁর সহকর্মীদের মধ্যে বিরক্তি উৎপাদন করবে এবং কাজের পরিবেশ নষ্ট করে দেবে। দেরি করে এলে একজন সাব-এডিটরের জন্য সমগ্র ডেস্ককে ডেডলাইনের প্রচণ্ড চাপের মধ্যে পড়ে যেতে হতে পারে।

### ১১. ধৈর্য

একজন রিপোর্টারকে প্রতিদিনই ধৈর্যের পরীক্ষা দিতে হয়। নিজেকে নিয়ন্ত্রণে রাখতে পারা ও সংযমী হওয়ার গুণ অর্জন করলে অন্তর্হীন সময় অপেক্ষা করার মতো ধৈর্য তাঁর অর্জিত হয়ে যায়। কাজের মধ্যে নানারকম উসকানি, অন্যায়, অবিচার, দুর্ভোগ কিংবা অনাহুত অনেক পরিস্থিতির মধ্যে তাকে ধৈর্য রক্ষা করে চলতে হয়।

ধৈর্য সাব-এডিটরদেরও সাহায্য করে, কারণ তাঁদের একটি পীড়াদায়ক পরিস্থিতিতে দীর্ঘক্ষণ ধরে কাজ করতে হয়। প্রতিদিনই তাঁকে বহু বিরক্তিকর পরিস্থিতি মোকাবেলা করে কাজ করতে হয়।

## ১২. কল্পনাশক্তি

কল্পনাশক্তি মানুষের একটি মানসিক শক্তি বা গুণ। এই শক্তির গুণেই রিপোর্টার এমন একটা সংবাদবিবরণী লিখতে পারেন যা পাঠকের আগ্রহকে ধরে রাখে। সাব-এডিটরের জন্য এই গুণটি খুবই প্রয়োজনীয়, কারণ তিনি কোনও কপিতে এমন বাড়তি কিছু সংযোজন করতে পারেন যা হবে দ্যুতিময় এবং সংবাদবিবরণীকে করে তুলবে জীবন্ত।

এছাড়া কল্পনাশ্রয়ী শিরোনাম পাঠককে দারুণভাবে আকৃষ্ট করে এবং পত্রিকার মান করে উন্নত।

## ১৩. দূরদর্শিতা

যাঁরা ভবিষ্যৎকে বুদ্ধিবৃত্তিক দৃষ্টিভঙ্গি থেকে দেখতে পারেন তাঁদের এই দেখাটা অর্থাৎ মনশ্চক্ষু সংবাদসেবীদের সবাইকে দারুণভাবে সাহায্য করে। ভবিষ্যতে কোনও বিষয় কিংবা কারা গুরুত্বপূর্ণ হয়ে উঠছে সেটা দূরদর্শিতার এই গুণ দিয়ে অনুভব করা যায়। রিপোর্টার সেইমতো বিষয় ও ব্যক্তিদের সঙ্গে আগে থেকেই সম্পর্ক গড়ে তোলেন এবং সংবাদ উৎস বানিয়ে ফেলেন।

দূরদর্শিতা রিপোর্টার ও সাব-এডিটরদের কোনও ঘটনার গুরুত্ব নির্ধারণে সাহায্য করে। একজন দূরদৃষ্টিসম্পন্ন রিপোর্টার আগাম চিন্তা করতে পারেন এবং সম্ভাব্য পরিণাম সম্পর্কে প্রস্তুতি নিতে পারেন। দূরদর্শিতা থাকলে সাব-এডিটরও তাঁর কাজের পরিকল্পনা করে নিতে পারেন। এতে মানসিক উদ্বেগ পরিহার করা যায় এবং তা ডেস্কের কাজ ভালভাবে চালানোর ক্ষেত্রে সফল বয়ে আনে।

## ১৪. আত্ম-নিয়মানুবর্তিতা

পদ্ধতিগত প্রয়াস ও আত্মনিয়ন্ত্রণের মাধ্যমে যে কেউ সাব-এডিটিং কিংবা রিপোর্টিংয়ে দক্ষতা অর্জন করতে পারেন। আত্ম-নিয়মানুবর্তিতা মানে হলো কাজ করার ক্ষেত্রে উৎসর্গীকৃত প্রাণ ও দৃঢ় অঙ্গীকার। এ দুটো বিষয় সাংবাদিকতা ছাড়াও অন্য পেশাতেও কাজ দেয়।

## ১৫. চারিত্রিক দৃঢ়তা

চারিত্রিক দৃঢ়তা সাংবাদিকতা বৃত্তির জন্য একটি মহৎ গুণ। সাব-এডিটরদের তুলনায় রিপোর্টারদের জন্য এটা বেশি করে জরুরি, কারণ তাঁরা মাঝে-মাঝেই লোকের মুখোমুখি হন।

## ১৬. ভয়শূন্যতা ও অকপটতা

এই দু'টো গুণ রিপোর্টারকে কোনও কর্কশ বা নির্মম প্রশ্ন করতে এবং সত্য উদ্‌ঘাটনে ঝুঁকি নিতে সাহায্য করে। কেউই কোনও ঘটনা রিপোর্টারের সামনে এনে হাজির করে না। রিপোর্টারকে অনুসন্ধান করতে হয়, প্রশ্ন করতে হয় এবং ভাল ও বিশ্বস্ত সংবাদবিবরণী পাওয়ার জন্য তাঁকে অনুমানলব্ধ ক্ষমতার প্রয়োগ করতে হয়।

## ১৭. চাতুর্য

একজন রিপোর্টার অবশ্যই চতুর হবেন। কারও অনুভূতিতে আঘাত না দিয়ে কিংবা কারও মনে কোনও ক্ষোভের সৃষ্টি না করে স্পর্শকাতর ও সংবেদনশীল মানুষদের ও পরিস্থিতি মোকাবেলা করার সামর্থ্য থাকবে রিপোর্টারের। তিনি অন্যের প্রতি নমনীয় হবেন এবং কাউকে বিরক্ত, বিপর্যস্ত ও অপমানিত না করার ক্ষেত্রে থাকবেন সতর্ক। তিনি হবেন একজন নমনীয় ও সামাজিক ব্যক্তিত্ব। মানুষের আচার-আচরণ ও আবেগ সম্পর্কে তাঁর ভাল ধারণা থাকবে। এসবই সংবাদ উৎসের সঙ্গে তাঁর যোগাযোগ বাড়িয়ে তুলবে।

## ১৮. উদ্‌যোগ

যারা রিপোর্টিংয়ের কাজ করেন তাঁদের সবারই সব সময়ই বাইরে বের হওয়ার প্রকৃতি থাকবে, একটা উদ্‌যোগ থাকবে। বহির্স্বার্থী চরিত্র না হলে অনেক বেশি সংবাদ উৎসের সঙ্গে তাঁর সম্পর্ক গড়ে উঠবে না। একজন লাজুক, মুখচোরা মানুষের পক্ষে রিপোর্টিং করা সাজে না। তিনি হয়তো সংবাদ ডেস্কের জন্য উপযুক্ত হতে পারেন। পেশায় সাফল্য লাভের জন্য রিপোর্টারের মধ্যে ভাল পরিমাণে প্রত্যয়ী এবং অদম্য মনোভাব থাকতে হবে।

## ১৯. গতিশীলতা

একজন রিপোর্টার হবেন গতিশীল। তিনি ঘুরে বেড়াতে ভালবাসেন এবং প্রয়োজনে দূরবর্তী স্থান থেকে সংবাদবিবরণী পেতে সেখানে যেতে দ্বিধা করবেন না। প্রায়ই যখনই সম্ভব হবে তখনই তিনি তাঁর সংবাদ উৎসের কাছে যাবেন। যখন কোনও বড় ঘটনার জন্ম হয় তখন একজন গতিশীল রিপোর্টারকে নিদ্রারত দেখা যায় না।

## ২০. অধ্যবসায়

রিপোর্টার ও সাব-এডিটরগণ অবশ্যই অধ্যবসায়ী হবেন। স্নায়ুর সঙ্গে লড়াই করে তাঁদের কাজ করতে হয়। রিপোর্টার রিপোর্ট লিখুন কিংবা সাব-এডিটর তা সম্পাদনাই করুন না কেন, উভয় ক্ষেত্রেই তাঁরা তার একটি চমৎকার অবয়ব দিতে চান। যত বেশি সম্ভব তথ্য সমৃদ্ধ ও নিখুঁত করা যায় সেটাই তাঁরা চান। এর জন্য তাঁদের অধ্যবসায়ী হতে হয়।

ভাল দক্ষ মানুষই দক্ষ রিপোর্টার বা সাব-এডিটর হন। দু'জনের জন্য গুণাবলী প্রায় একই রকম থাকলেও রিপোর্টারের তাঁর নিজ ক্ষেত্রে সকল ধরনের লোকজনের সঙ্গে মেলামেশার গুণ থাকতে হয়। অন্যদিকে সাব-এডিটরের ভাষার ওপর ভাল দখল থাকা চাই, কারণ তিনি রিপোর্টারের লেখার মানোন্নয়ন করেন।

## দুই. চিফ রিপোর্টার ও অন্যান্য সংবাদদাতা

চিফ রিপোর্টারের অধীনে একদল রিপোর্টার রয়েছে। তাঁরা তাঁর সঙ্গে কাজ করেন। তিনি সংবাদ কভারেজ নিয়ে বার্তা-সম্পাদক বা নিউজ-এডিটরের সঙ্গে আলোচনা করেন। তিনি প্রত্যাশিত সংবাদের বিশেষ কভারেজের পরিকল্পনা করেন। তাঁর পরিকল্পনার ভিত্তি হিসেবে তিনি রিপোর্টারদের মধ্যে দায়িত্ব বন্টন করে দেন। রিপোর্টারদের অনেকে আবার বিশেষ-বিশেষ ক্ষেত্রের বিশেষজ্ঞ। যেমন— রাজনীতি, অর্থনীতি, ক্রীড়া, ব্যবসা, অপরাধ প্রভৃতি। চিফ রিপোর্টারের দায়িত্ব হচ্ছে সকল কর্মকাণ্ড যথাযথভাবে কভার হচ্ছে কিনা তা দেখা। নগরীতে যেসব ঘটনা ঘটছে এবং যেগুলো কভার করা হবে সেগুলোর আপেক্ষিক গুরুত্ব সম্পর্কে সিদ্ধান্ত নেয়া। তিনি সংবাদ সম্মেলন, জনসভা, বিক্ষোভ, সমাবেশ, ধর্মঘট প্রভৃতি সম্পর্কিত বহু ঘটনা কভার করার আমন্ত্রণ পান। সেগুলোর আপেক্ষিক গুরুত্ব মূল্যায়ন করে তিনি তাঁর রিপোর্টারদের মধ্যে সেইসব ঘটনা কভার করার দায়িত্ব ভাগ করে দেন। অনেক সামাজিক ও স্বৈচ্ছাসেবী সংগঠনও তাঁদের বার্ষিক অনুষ্ঠান ও অন্যান্য কর্মকাণ্ড কভার করার জন্য চিফ রিপোর্টারকে আমন্ত্রণ জানান।

চিফ রিপোর্টার প্রচুর পরিমাণে সরকারি তথ্যবিবরণী, সংবাদ বিজ্ঞপ্তি ও প্রচার বিষয়ক লেখা পান। তিনি সেগুলোর সংবাদোপযোগিতা মূল্যায়ন করে মুদ্রণের জন্য গুরুত্বপূর্ণগুলো বাছাই করেন। মাঝে-মাঝে তিনি নিজেই খুবই গুরুত্বপূর্ণ অনুষ্ঠান কভার করতে যান যখন অন্য সবার কাজের চাপ থাকে বেশি। রিপোর্টারদের হলিডে ও অন্যান্য রুটিন কাজের মতো প্রশাসনিক কাজও তিনি মাঝে-মাঝে দেখাশোনা করেন। বিভিন্ন সংবাদ উৎসের সঙ্গে যোগাযোগ রক্ষা করে চলতে হয়। তথ্য পাওয়া যায় এমন সম্ভাবনাপূর্ণ উৎসের সঙ্গেও তাঁকে যোগাযোগ করতে হয়। সকল গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার সঙ্গেই তিনি যোগাযোগ রাখেন। তিনি তাঁর লোকদের দায়িত্ব দিয়ে নতুন কোনও অনুসন্ধানী রিপোর্টারের ব্যাপারেও পরিকল্পনা করেন।

## বিভিন্ন শ্রেণীর সংবাদদাতা

বিভিন্ন শ্রেণীর বা পর্যায়ের সংবাদদাতা রয়েছেন যারা পত্রিকায় কাজ করে থাকেন। তাঁদের কয়েকজনের সম্পর্কে নিচে আলোচনা করা হলো :

## ১. লাইনার (Liner)

লাইনাররা পুরো সময়ের সাংবাদিক নন। সময়ে-সময়ে তাঁরা সংবাদপত্রে সংবাদবিবরণী পাঠিয়ে থাকেন। সংবাদবিবরণীর যে ক'টি লাইন পত্রিকায় প্রকাশিত হলো তার ভিত্তিতে তাঁদের পারিশ্রমিক দেয়া হয়ে থাকে। তিনি হচ্ছেন খণ্ডকালীন সাংবাদিক। সাধারণত তিনি অন্য পেশার লোক।

## ২. স্ট্রিংজার (Stringer)

“প্রদায়ক” নামে পরিচিত স্ট্রিংজাররাও পূর্ণকালীন সাংবাদিক নন। তাঁদের পূর্ণকালীন পেশা সম্পূর্ণ পৃথক। তিনি তাঁর মূল পেশার বাইরে সংবাদপত্রের জন্য লিখে থাকেন। তবে লাইনারদের থেকে তাঁর অবস্থা একটু ভাল। কারণ তাঁর পাঠানো সংবাদের ব্যয় নির্বাহের জন্য অল্প পরিমাণ পারিশ্রমিকের বিনিময়ে তিনি সংবাদপত্রের সঙ্গে সংযুক্ত থাকেন। পত্রিকা অফিস তাঁর জন্য নির্ধারিত পরিমাণ পারিশ্রমিক দিয়ে থাকে।

## ৩. সংবাদদাতা

বিভিন্ন ক্যাটিগরির সংবাদদাতা রয়েছেন। তাঁদের মধ্যে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ হলেন বিশেষ সংবাদদাতা। তাঁরা একটি দেশের রাজধানীতে কিছু সুনির্দিষ্ট ক্ষেত্র কভার করে থাকেন। তাঁদের কেউ-কেউ পার্লামেন্ট অধিবেশনও কভার করে থাকেন। সরকারি সংস্থাসমূহ ও অন্যান্য সংবাদ উৎসের সঙ্গে তিনি যোগাযোগ রেখে চলেন। মাঝে-মাঝে অন্য আরও কিছু বিশেষ এলাকা কভার করার দায়িত্বও দেয়া হয়। এরপরে রয়েছেন বৈদেশিক সংবাদদাতা। সাংবাদিকরা বিদেশে কোনও দায়িত্ব পালনকে তাঁদের কাজের সবচেয়ে গ্ল্যামারাস অংশ বলে মনে করেন। বিশ্বের গুরুত্বপূর্ণ দেশগুলোর রাজধানীতে তাঁদের নিয়োজিত করা হয়।

গুরুত্বপূর্ণ জেলা সদর দফতরে সংবাদপত্রের নিজস্ব সংবাদদাতা রয়েছে। সাধারণত তাঁরা পুরোদস্তুর সাংবাদিক। এছাড়া অঞ্চল ভিত্তিক সংবাদদাতাও রয়েছেন। যেমন, উত্তরাঞ্চল সংবাদদাতা। তাঁরা শুধু একটি জেলা নয়, কভার করে থাকেন পুরো একটা অঞ্চল।

## ৪. সংবাদপত্রের নিউজ সার্ভিস

কিছু-কিছু গুরুত্বপূর্ণ জাতীয় সংবাদপত্রের নিজস্ব বিশেষ নিউজ সার্ভিস রয়েছে। এই সার্ভিসের একজন প্রধান থাকেন। সম্পাদকের পরামর্শক্রমে তিনি সেটি চালান। নিউজ সার্ভিসের প্রধান দেশে এবং বিদেশের বিভিন্ন প্রান্তে নিয়োজিত সংবাদদাতাদের সঙ্গে যোগাযোগ রেখে চলেন। বিশ্বের বিভিন্ন প্রান্তে নিয়োজিত সংবাদদাতা নিউজ সার্ভিসের প্রধানের কাছে রিপোর্ট পাঠান এবং তাঁর অধীনে কর্মরত সহ-সম্পাদকরা সেই

রিপোর্টগুলোর যথাযথ রূপদান করেন। নিউজ সার্ভিসের প্রধান তাঁর সংবাদদাতাদের মাধ্যমে বিশ্বের বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার সম্পর্কে খবরাখবর নেন।

### তিন. নিউজ এডিটর বা বার্তা সম্পাদক

একটি সংবাদপত্র সংগঠনে নিউজ এডিটর বা বার্তা সম্পাদক হচ্ছেন খুবই গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তি। নিউজ এডিটর একটি পত্রিকার প্রকাশনার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ কাজের জন্য দায়ী। তাঁকে সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানে দুই নম্বর ব্যক্তি হিসেবেও অভিহিত করা হয়। সংবাদপত্রের সংবাদ কভার সংক্রান্ত কর্মকাণ্ডের জন্য তিনি পুরোপুরি দায়গ্রাণ্ড। তাঁর পত্রিকায় সংবাদ সরবরাহ প্রত্যাশামাফিক হলো কিনা কিংবা প্রতিদ্বন্দ্বী পত্রিকাগুলো থেকে তাঁরা এগিয়ে থাকতে পারছে কিনা এটা দেখাও নিউজ এডিটরের দায়িত্ব।

### নিউজ এডিটরের কর্তব্য

নিউজ এডিটর তাঁর রিপোর্টিং স্টাফদের সংবাদ সংগ্রহ কাজে নিয়োজিত করেন। তিনি সাব-এডিটরদের কাজেরও নির্দেশনা দেন। সংবাদ সংক্রান্ত সকল বিষয়ের নিয়ন্ত্রণ তিনি এবং চূড়ান্তভাবে তিনি প্রতিটি সংবাদ সংগ্রহ ও তার ব্যবহার সম্পর্কিত সকল দিক দেখে থাকেন। একটি সংবাদপত্রে আবির্ভূত সকল সংবাদবিবরণীর জন্য তিনিই দায়ী। নিউজ এডিটর একজন সিনিয়র সাংবাদিক হিসেবেই কেবল তাঁর অধস্তন সাংবাদিকদের গাইড করেন না বরং তাঁর নিয়ন্ত্রণাধীন স্টাফদের প্রশাসনিক কাজও দেখে থাকেন। নিউজ এডিটর সাধারণত খুবই অভিজ্ঞ ব্যক্তি। তিনি তাঁর দায়িত্বের ভেতরে বাইরের সবকিছু জানেন।

বিভিন্ন সূত্র থেকে অব্যাহতভাবে আসতে থাকা সংবাদগুলোকে কিভাবে ব্যবহার করা যায় সে সম্পর্কে নিউজ এডিটর করে নেন পরিকল্পনা। পরের দিন পত্রিকায় কি যাবে না যাবে এ সংক্রান্ত ডামি তৈরি করে দেন। এই ডামির ভিত্তিতেই নিউজ এডিটর পরের দিন প্রকাশিতব্য পত্রিকার পরিকল্পনা করে দেন।

তিনি পত্রিকার চিফ রিপোর্টার ও সম্পাদকের সঙ্গে সংবাদ ও সংবাদ ঘটনা কভারেজ সম্পর্কে আলোচনা করে থাকেন। রাতের বেলা মফস্বল সংস্করণ ও নগর বা রাজধানী সংস্করণ সম্পর্কেও তিনি দিয়ে থাকেন সিদ্ধান্ত। তিনি সংবাদপত্র সময়মতো প্রকাশ করার জন্য মুদ্রক এবং মেকানিক্যাল বিভাগের সংশ্লিষ্ট সকলের কাজেরও সমন্বয় ঘটিয়ে থাকেন।

### নিউজ এডিটরের দায়িত্ব

পত্রিকার সংবাদ সেবাকে একটি শক্ত ভিত্তির ওপর দাঁড় করানো হচ্ছে নিউজ এডিটরের দায়িত্ব। কোনও সন্দেহ নেই যে, আজকের দ্রুতগতির জামানাতে এই কাজটি খুব সহজ নয়। পত্রিকার স্থানীয় রিপোর্টার, সংবাদদাতা, বৈদেশিক সংবাদদাতা

সহ জাতীয় ও আন্তর্জাতিক সংবাদ সংস্থাসমূহের সঙ্গে যোগাযোগ রক্ষা করে গুরুত্বপূর্ণ ঘটনার সঙ্গে সংশ্লিষ্ট সংবাদ সংগ্রহের ব্যবস্থা তাঁকে করতে হয়।

কোনও অপ্রত্যাশিত ঘটনা দ্রুততার সঙ্গে কভার করার সমস্ত আয়োজন করতে হয় তাঁকে। কাজের ব্যাপক চাপ এবং অপ্রত্যাশিত পরিস্থিতি তাঁকে দ্রুততার সঙ্গে মোকাবেলা করতে হয়, তবে অবশ্যই তা যথাযথ ও পদ্ধতিগতভাবে। পত্রিকা অফিসে অপ্রত্যাশিত ঘটনা সবসময়ই ঘটছে। কোনও বড় ধরনের বিমান দুর্ঘটনা, ট্রেন দুর্ঘটনা, জগন্নাথ হলের ছাদ ধসে পড়ার মতো ঘটনা, মাগুরছড়ার গ্যাস কূপের মতো বড় ধরনের অগ্নিকাণ্ড, নির্মম হত্যাকাণ্ড কিংবা ঘূর্ণিঝড়ের মতো প্রাকৃতিক দুর্যোগে ব্যাপক প্রাণহানি ঘটে। এ সমস্ত ঘটনা তাঁকে দ্রুত কভার করে সুন্দরভাবে রিপোর্ট তৈরি করে পরের দিন পত্রিকায় তা পরিবেশনার দায়িত্ব পালন করতে হয়। দিনে-রাতের যে কোনও সময় বড় ধরনের ঘটনার খবর পত্রিকা অফিসে আসে এবং তা দ্রুত ও সঠিকভাবে কভার করতে হয়। একজন ভাল নিউজ এডিটর তাঁর বাহিনীর কর্মের মধ্যে একটা সমন্বিত ভাব ও শৃঙ্খলা তৈরি করে নেন। তাঁর ঠাণ্ডা মাথার দিকনির্দেশনা জটিল পরিস্থিতি থেকে বেরিয়ে আসতে সাহায্য করে।

অভিজ্ঞতার কারণে একজন সফল নিউজ এডিটরের উচ্চমানের সংবাদবোধ গড়ে ওঠে। সব ঘটনাকে বুদ্ধিমত্তার সঙ্গে মোকাবেলা করার সহজাত অগ্রহ তাঁর থাকবে। একজন ভাল নিউজ এডিটর হবেন একজন নিরলস মানুষ এবং সীমাহীন কর্মশক্তির অধিকারী। তিনি তাঁর স্টাফদের চালিকাশক্তি। কখনও বড় ধরনের সংবাদ ঘটনার সৃষ্টি হলে কিংবা তাঁর পত্রিকার সুনাম ক্ষুণ্ণ হলে তিনি কাউকেই ছেড়ে দেন না এমনকি নিজেকেও নয়। সঙ্কটময় মুহূর্তে তিনি দ্রুত ও সঠিক সিদ্ধান্ত গ্রহণে সক্ষম এবং সকল পরিস্থিতিতেই তিনি শান্ত ও ধীরস্থির থাকেন।

**চার. সাব-এডিটর বা সহ-সম্পাদক**

একজন সাব-এডিটর পত্রিকা প্রকাশে খুবই গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করেন। পত্রিকা অফিসের স্টাফ বাহিনীর তিনি একজন খুবই গুরুত্বপূর্ণ সদস্য। একটি সংবাদপত্রের মান ও স্টাইল তাঁর সাব-এডিটরদের ভাল কাজের ওপর অনেকাংশেই নির্ভর করে। সাব-এডিটরগণই প্রিন্টারের জন্য কপি প্রস্তুত করে থাকেন।

সংবাদপত্রের সম্পাদক যদিও সর্বোচ্চ দিকনির্দেশনা দিয়ে থাকেন এবং আইনগত দায়-দায়িত্ব পালন করে থাকেন, কিন্তু একটি সংবাদপত্রের প্রকাশনার স্বার্থে সম্পাদকের বেশির ভাগ কাজগুলো পালন করে থাকেন সাব-এডিটররাই। সাধারণ বিষয়ের ক্ষেত্রে সংবাদপত্র অফিসে আসা সব লেখার ওপর সাব-এডিটরদের নিরঙ্কুশ নিয়ন্ত্রণ থাকে। কিন্তু কোনও কঠিন ও গুরুত্বপূর্ণ নিবন্ধ বা লেখার প্রকাশের ক্ষেত্রে তাঁরা সম্পাদকের দ্বারা পরিচালিত হন। আজকাল সম্পাদকগণ পত্রিকার ব্যবস্থাপনার দিকও দেখছেন। একজন সম্পাদক কদাচিৎই তাঁর পত্রিকার জন্য লিখে থাকেন। বাস্তবে-সাব-এডিটররাই একটি পত্রিকার বেশির ভাগ সম্পাদনা কর্ম করে থাকেন।

একটি পত্রিকার প্রকাশনার ক্ষেত্রে সম্পাদকের যদি কাজ আজকাল একটু কমে থাকে, তাহলে সাব-এডিটরদের কাজ অবশ্যই অনেকখানি বেড়েছে।

সাব-এডিটর বা সহ-সম্পাদকের কাজ ও দায়িত্ব

যেভাবে একটি পত্রিকা তৈরি হচ্ছে, ছাপা হয়ে পাঠকের হাতে চলে যাচ্ছে, তার জন্য মূলত দায়ী সাব-এডিটর। সন্দেহ নেই যে সাব-এডিটর হবেন উচ্চ সামর্থ্য ও বিচার বুদ্ধির মানুষ। যেসব বিষয় তাঁর গোচরে আসবে সেগুলোর সংবাদমূল্য তাঁকে বিস্তারিতভাবে জানতে হবে, বুঝতে হবে। একটি ছোট অনুচ্ছেদের গুরুত্ব বোঝার সামর্থ্য তাঁর থাকবে এবং বড় কোনও লেখাকে কেটেছেটে তার জন্য প্রাপ্য আকারে নামিয়ে আনার দক্ষতাও তাঁর থাকবে। কোনও সংবাদবিবরণী সংশোধন করার ক্ষেত্রে তিনি হবেন একজন বিশেষজ্ঞ এবং তাঁদের লেখাও তদারক করতে সমর্থ— যাঁরা মূল লেখাটি লিখেছেন। এইভাবে সাব-এডিটর তাঁর পত্রিকার চাহিদা অনুসারে কোনও সংবাদ বিষয়কে কেটেছেটে ছোট করা কিংবা বিস্তৃত করার সামর্থ্য অর্জন করবেন। সকল ধরনের সংবাদই সবসময়ই বার্তা বিভাগে গিয়ে জমা পড়ে। যেটি জমা পড়ল সেটা হলো সংবাদের কাঁচামাল এবং সাব-এডিটর সেখান থেকে পরিমার্জিত পণ্য তৈরি করেন অর্থাৎ সংবাদাকারে জিনিসটি আমরা পত্রিকায় দেখতে পাই।

সংবাদপত্রে প্রকাশযোগ্য যেসব বিষয় তাঁর হাতে পৌঁছাচ্ছে সেগুলোর জীবন-মৃত্যুর ক্ষমতা সাব-এডিটরের হাতে। অতএব সাব-এডিটরের দায়িত্ব প্রকৃতপক্ষে গুরুভার ও বিশাল। একটি সংবাদপত্র রিপোর্টার, সংবাদদাতা, টেলিফোন, সংবাদ সংস্থা সহ বিভিন্ন সংবাদসূত্র থেকে কিংবা মৌখিকভাবেও প্রতিদিন বহু সংবাদ কপি পেয়ে থাকে। সাব-এডিটর এসব তথ্য তাঁর কর্মদক্ষতার ছাঁকনিতে পরিস্ফুট করেন। পাঠকের কাছে যাওয়ার পর তাঁদের পত্রিকাটি কেমন লাগছে এমনকি তা দেখতে কেমন লাগছে তার জন্য অন্য যে কোনও ব্যক্তির চেয়ে সাব-এডিটররাই প্রকৃত দায়ী।

একজন সাব-এডিটর পত্রিকায় বহুভাবে তাঁর ব্যক্তিত্বের ছাপ রাখতে পারেন। পত্রিকার ফরম্যাট মূলত সাব-এডিটরই নির্ধারণ করে থাকেন। সঠিক ধরনের সংবাদ বাছাইয়ের “নাক” রয়েছে সাব-এডিটরের। আগামীকালের পত্রিকায় কি যাবে এবং কোন ফর্মে যাবে তা নির্ধারণ করার দায়িত্ব সাব-এডিটরের। নিজের কাজে ব্যাপক অভিজ্ঞতাসম্পন্ন একজন সাব-এডিটর সময়ের আবর্তে সম্পাদক হওয়ার জন্য সবচেয়ে উপযুক্ত ব্যক্তি।

সাব-এডিটরের টেবিলে সবসময় সংবাদ রিপোর্টের স্তূপ থাকে। মুদ্রণ বিভাগ থেকে কপির জন্য সব সময় তাঁর ওপর চাপ থাকে। খুব দ্রুত তাঁকে এসব ঠিকঠাক করে পাঠাতে হয়। সংবাদের আপেক্ষিক গুরুত্ব অনুসারে তিনি সেগুলোর বিচার করেন। ডেকের ওপর বিপুল সংখ্যক সংবাদের স্তূপের মধ্যে তাঁকে খোসা থেকে শস্যদানা বের করে আনতে হয়। কপি যাতে নির্ভুল করা যায় তাঁর সেরকম চোখ থাকতে হবে। তিনি কপি চেক করবেন এবং ভুলত্রাস্তি হলে তা বের করবেন। যদি

কোনও সংবাদ রিপোর্টে সুনির্দিষ্ট কোনও তথ্য বাদ পড়ে যায় তবে তিনি সে ব্যাপারে সংশ্লিষ্ট রিপোর্টারকে জিজ্ঞাসা করতে পারেন। সাব-এডিটরকে প্রতিটি কপি পড়তে হয় এবং মাঝে-মধ্যেই সেগুলোকে আরও বেশি আকর্ষণীয় ও সংবাদোপযোগী করে তুলতে হয়।

প্রধানত দু'টি উৎস থেকে সংবাদ আসে অর্থাৎ পত্রিকার নিজস্ব সংবাদদাতা ও সংবাদ সংস্থা থেকে। এ দু'টো উৎস ছাড়া সংবাদপত্রগুলো সাধারণত তাদের নিজস্ব সংবাদদাতাদের নিয়ে আসা সংবাদগুলোকে প্রাধান্য দিয়ে থাকেন। কারণ আমাদের নিজস্ব সংবাদদাতা এই ক্রেডিটলাইনের নিচে ছাপা হওয়া একটি সুন্দর রিপোর্ট সংবাদপত্রের উদ্যোগ ও উদ্যমের কথাই ইঙ্গিত করে এবং তা পত্রিকার মর্যাদা বাড়িয়ে দেয়।

মাঝে-মধ্যে সংবাদপত্রগুলো বিভিন্ন সূত্র থেকে একই বিষয়ের ওপর বিভিন্ন দৃষ্টিভঙ্গির সংবাদ পেয়ে থাকে। পত্রিকার নিজস্ব সংবাদদাতা এক ধরনের রিপোর্ট করতে পারেন আবার সংবাদ সংস্থাগুলো তাদের নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গির বিবরণী দিতে পারে। এ ক্ষেত্রে সাব-এডিটর পরস্পরবিরোধী বিষয়গুলো একসূত্রে গ্রহণ করে একটি পূর্ণাঙ্গ ও ভারসাম্যপূর্ণ সংবাদবিবরণী তৈরি করেন। একই বিষয়ের ওপর একাধিক রিপোর্ট যদি পরস্পরবিরোধী হয় সেক্ষেত্রে তিনি পত্রিকার নিজস্ব সংবাদদাতার পাঠানো সংবাদবিবরণীটিই বিশ্বাস করবেন। সাব-এডিটরের দায়িত্ব হচ্ছে কোনও সংবাদবিবরণীকে পরিষ্কার করা। সংবাদবিবরণী যতদূর সম্ভব পূর্ণাঙ্গ এবং সবার বোঝার স্বার্থে তাকে সবদিক থেকে স্পষ্ট করতে হবে। সাব-এডিটর সংবাদবিবরণীগুলো এক-এক করে পরীক্ষা করবেন। তিনি প্রতিটি আইটেমের প্রতিটি লাইন ভাল করে পড়েন। রিপোর্টার রিপোর্টে কোনও ক্যাচলাইন না দিয়ে থাকলে তাতে একটি ক্যাচলাইন দেবেন। এরপর তিনি কপিটি সম্পাদনা করবেন। অপ্রয়োজনীয় বিষয়গুলো ছেঁটে ফেলে প্রাপ্ত জায়গা অনুযায়ী তার সাইজে নিয়ে আসবেন। রিপোর্টে উল্লেখিত নাম-ঠিকানা ঠিকমতো আছে কিনা দেখবেন। তথ্যগত ও তত্ত্বগত ভুলত্রুটি সংশোধন করে ব্যাকরণগত অভঙ্গি ঠিক করবেন। কোনও ছোটখাটো ত্রুটিও তিনি গ্রাহ্য করবেন না। এরপর তিনি রিপোর্টটির দেবেন একটি আকর্ষণীয় শিরোনাম।

সাব-এডিটর যদি মনে করেন যে, সংবাদবিবরণীর লেখকের মনোভাবটি স্পষ্ট নয় কিংবা তাতে যে বার্তাটি দেয়া আছে তার তেমন জোর নেই তাহলে তিনি রিপোর্টারকে ডেকে কপিটি পুনরায় লিখতে বলতে পারেন। প্রয়োজনে বিবরণীতে উল্লেখিত তথ্যের বিশ্বাসযোগ্যতা যাচাই করতে রেফারেন্স ঘাঁটাঘাঁটি করতে পারেন। তাঁর মনে কোনও সন্দেহ দানা বাঁধলে তিনি প্রয়োজনে সংবাদটির সূত্রকে টেলিফোন করে তাঁর কাছ থেকে সংবাদবিবরণীটির স্পষ্টতা প্রত্যাশা করতে পারেন।

একটি সংবাদবিবরণীকে ছাপার অনুমতি দেয়ার আগে তিনি পত্রিকার নীতির বিষয়টি বিবেচনা করেন। তিনি এমন কিছু মতবৎ লেখার মধ্যে সঞ্জীবনী সুধা যুক্ত

করবেন যে সেগুলো সরল সংবাদবিবরণীতে পরিণত হবে। যদি কোনও সংবাদবিবরণী বিপজ্জনক হয় তবে তিনি তার ভাষা ও মেজাজকে সংযত করবেন। কোনও সংবাদবিবরণী ও নিবন্ধ সংবাদমূল্যের নিরিখে কোনও পত্রিকার নীতির সঙ্গে সংগতিপূর্ণ কিনা সেটারও সিদ্ধান্ত তিনি নেবেন। তিনি আতিশয্যে পরিপূর্ণ কোনও নিবন্ধ বাতিল করে দেবেন কিংবা কোনও দীর্ঘ বিবরণীকে সেটির জন্য যুক্তিসংগত আকারে নিয়ে আসবেন। তিনি তাঁর প্রতিদ্বন্দ্বী পত্রিকাগুলোর আগেই “স্কুপ” সংবাদবিবরণী ছাপার ব্যাপারে সর্বদাই মনোযোগী হবেন।

তাঁর পত্রিকার প্রধান বিষয়গুলো নির্ধারণ করার পর সাব-এডিটর পত্রিকার মেক-আপ ও ডিসপ্লেতে তাঁর পেশাগত দক্ষতা প্রয়োগ করবেন। বিশেষত পত্রিকার প্রথম পাতা হচ্ছে তার শো উইনডো যেখানে দিনের ভাল-ভাল সংবাদগুলো সাজানো থাকে। মেক-আপ ও ডিসপ্লে হচ্ছে সাব-এডিটরের গুরুত্বপূর্ণ কাজ। শেষ মুহূর্তে যাতে কোনও ভুলভ্রান্তি না হয় কিংবা একটি বিবরণীর সঙ্গে আরেকটি গুলিয়ে না যায় সেদিকে থাকতে হয় সতর্ক।

সাব-এডিটরিয়াল সামর্থ্যের প্রধান পরীক্ষাটা হয় পৃষ্ঠা সাজানোর কলাকৌশলের ওপর। সংখ্যাগরিষ্ঠ পাঠক প্রথমেই প্রথম পাতার সংবাদবিবরণীগুলো পড়ে থাকে। কিছু ব্যস্ত মানুষ শুধু প্রথম পাতাই পড়েন, অন্য পাতাগুলো শুধু উল্টে যান। যদিও দিনের সেরা সংবাদের শিরোনামে পাঠকের চোখ আটকে যায়, তারপরেও পুরো পাতার সামগ্রিক ভাবটা যেন অনাহৃত চাঞ্চল্য সৃষ্টিকারী না হয়। প্রথম পাতার পৃষ্ঠাসজ্জা এমন হবে যাতে একজন পাঠক চোখের নিমেষে বুঝতে পারে গত ২৪ ঘণ্টায় সমগ্র বিশ্ব কেমন আচরণ করেছে। সংবাদবিবরণীগুলোর সংবাদমূল্য সাব-এডিটর কতটা উপলব্ধি করতে পেরেছিলেন তার প্রতিফলন পাওয়া যায় পত্রিকার মেক-আপে। অদক্ষ হাতের মেক-আপে সংবাদ বা ফিচারের ভাৎপর্য ও মূল্য নষ্ট হয়ে যেতে দেখা যায়।

সংবাদ পরিবেশনের দায়িত্বে থাকলেও সাব-এডিটরকে সংবাদ আহরণ ও নিয়মিত ফিচারগুলোর ব্যবস্থা সম্পর্কে কিছু জানতে হয়। পত্রিকার সকল রিপোর্টার, সংবাদদাতা, এমনকি যাঁরা পত্রিকায় নিয়মিত লিখে থাকেন তাঁদের সঙ্গেও সাব-এডিটরের পরিচয় থাকা দরকার। যে সকল প্রধান সংবাদ সংস্থা সংবাদ ও ফিচার সরবরাহ করছে তাদের সম্পর্কেও তাঁকে জানতে হয়। নামী ফটোগ্রাফার এবং ফটোগ্রাফিক এজেন্সির সঙ্গে তাঁর পরিচয় থাকা দরকার, কারণ তাঁরা গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ ঘটনার ছবি সরবরাহ করে থাকেন। বড় পত্রিকায় অবশ্য নিজস্ব ফটোগ্রাফার রয়েছে তবু জরুরি ও প্রয়োজনীয় মুহূর্তে গুণী ফটোগ্রাফার ও ফটোগ্রাফিক এজেন্সিগুলোর সেবা গ্রহণ করা যেতে পারে।

রিপোর্টার, সংবাদদাতা বা যে কোনও লেখক যদি একটু কষ্ট করে তাঁদের লেখাগুলো আরও সুখপাঠ্য করে সাজান তাহলে সাব-এডিটরের ঝামেলা একটু কমে যায়। পত্রিকার লেখালেখিগুলো কিভাবে পরিবেশিত হয় সেই স্টাইলটা যদি রিপোর্টার ও অন্য লেখকরা অনুসরণ করেন তাহলে সাব-এডিটরের জন্য অনাহৃত কাজ ও

উদ্বেগের ভার শোহাতে হয় না। সাব-এডিটর যেভাবে কোনও রিপোর্টার, সংবাদদাতা বা লেখকের লেখা কেটেছেটে ফেলেন তাতে তাঁর বিরুদ্ধে তাঁরা প্রায়ই অভিযোগ করে থাকেন। তাঁরা মনে করেন, যে বিষয়টির ওপর তাঁরা লিখেছেন সেটির সঙ্গে সাব-এডিটর পরিচিত নন। এই অভিযোগের প্রেক্ষাপটেই সাব-এডিটরকে লেখার ওপর কলমের ছুরি চালানোর সময় সতর্ক হতে হবে যাতে তাঁর বিরুদ্ধে অভিযোগ না আসে কিংবা লেখকের বিরুদ্ধে পাঠকদের তরফ থেকে কোনও অভিযোগ না আসে।

চূড়ান্ত বিশ্লেষণে সাব-এডিটরের কাজের ভাল বিচারক হলেন পাঠকগণ। ভাল সংবাদ বা ভাষ্য বাছাইয়ের ভাল কাজের জন্য পাঠকের কাছ থেকে সাব-এডিটর প্রশংসা পান। কিন্তু সেগুলোর মানের পতন ঘটলে পত্রিকার প্রচারসংখ্যা কমে যায়। সেইজন্য প্রতিটি ভাল সাব-এডিটরের দায়িত্ব হচ্ছে তাঁর সর্বোচ্চ সেবাটি যেন পত্রিকা পায় এবং যত দ্রুত সম্ভব এক্সক্লুসিভ বা স্কুপ আইটেম ছাপানোর ব্যবস্থা করা।

### পাঁচ. এডিটর বা সম্পাদক ও সম্পাদকীয় নীতি

একটি সংবাদপত্র সঠিকভাবে সংবাদ ছাপার জন্যই তার সকল শক্তি নিয়োজিত করে না। বরং সে গুরুত্বপূর্ণ বিষয় ও ঘটনার ওপর সম্পাদকীয় মতামত প্রদান করে। একটি সংবাদপত্রের সম্পাদক সমাজের মঙ্গলের জন্য যথেষ্ট পরিমাণ প্রভাব খাটাতে পারেন। বহুল প্রচারিত একটি পত্রিকার সম্পাদক মানুষের বিবেকের রক্ষক। সম্পাদক জনগণের দুর্দশা, দুর্ভোগ লাঘবে তাঁর পত্রিকার প্রভাব খাটাতে পারেন। সরকারি প্রশাসন ও রাজনীতি থেকে দুর্নীতি উচ্ছেদ করতে পারেন, প্রশাসনকে ব্যর্থতার দায়ে ফেলতে পারেন।

সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় নীতি নিরপেক্ষতা ও যথার্থতার ওপর নির্ভর করে হতে হবে। এই নীতি শুধু সম্পাদকীয় নয় সংবাদবিবরণীতেও প্রয়োগ করতে হবে। এ ধরনের নীতি সংবাদপত্রের জনপ্রিয়তাই শুধু বাড়ায় না, তার পাঠকদের মধ্যে ব্যাপক আস্থা তৈরি করে। সংবাদপত্রের লক্ষ্য হচ্ছে জনস্বার্থের সেবা করা। একটি জনপ্রিয় পত্রিকায় সংবাদগুলোই কেবল নির্ভুল ও নিরপেক্ষ ট্রিটমেন্ট পায় না, তার সম্পাদকীয়ও হবে সরল-সোজা, যদিও তা মস্তব্যর্থী। একটি ভাল সংবাদপত্র তার বিরোধীদের সঙ্গেও সম্মানজনক আচরণ করে।

যদিও সম্পাদক সাহেব সংবাদের জটিল কার্যক্রম পরিচালনা কিংবা বিভিন্ন বিভাগের প্রধানদের সঙ্গে বৈঠকে ব্যস্ত, তারপরও তিনি তাঁর স্টাফদের জনসেবা ও সততাবোধ সমুন্নত রাখতে সাহায্য ও উৎসাহিত করেন। সম্পাদক তাঁর পত্রিকায় নিবন্ধ লেখার জন্য লেখকদের দায়িত্ব দেন। ফিচার লেখকদের লেখার বিষয় নির্ধারণ করে দেন। কোনও-কোনও সময় বিভর্কিত বিষয়ের ওপর কোন ধারায় লিখতে হবে তা-ও বলে দেন। মাঝে-মাঝে তিনি নিজেও ফিচার লিখে থাকেন। এইভাবে আমরা দেখি যে, একজন সম্পাদকের জীবন আয়েশি নয়।

কেউই অস্বীকার করতে পারবেন না যে, একটি ভাল সংবাদপত্র জনগণের মনকে দারুণভাবে প্রভাবিত করতে পারে। তবে কোনও সন্দেহ-নেই যে, ভাল প্রভাবের

বদলে মন্দ প্রভাবটা খুব সহজে খাটানো হয়। কিন্তু সম্পাদকের দায়িত্ব হচ্ছে স্বচ্ছ ও সৎ উপায়ে পত্রিকা পরিচালনা করে তিনি জনগণের ওপর মঙ্গলদায়ী প্রভাব ফেলবেন। সম্পাদকীয় মতামতের মাধ্যমে জনগণের ওপর সরাসরি প্রভাব না-ও ফেলা যেতে পারে, কিন্তু কোনও সত্য বিষয়ে যদি বারবার সম্পাদকীয় মতামত রাখা হয় তাহলে আগে হোক পরে হোক পাঠকের মনে একটি ছাপ পড়তে বাধ্য।

সংবাদপত্রের মতামত জনমতের ওপর পরোক্ষভাবে হলেও দারুণ প্রভাব ফেলে। কোনও বিতর্কিত বিষয়ে জনগণ সাধারণত বিভিন্ন পত্র-পত্রিকায় প্রকাশিত শীর্ষ লেখকদের লেখা যুক্তিকেই গ্রহণ করেন। সকল সূক্ষ্ম প্রভাবের মধ্যেই সংবাদপত্রের মতামতকে পাঠকরা অবচেতনভাবেই মেনে নেন এবং সেখানেই পত্রিকার শক্তি নিহিত। শীর্ষস্থানীয় নিবন্ধের মাধ্যমে পত্রিকাগুলো যে প্রভাব ফেলে তা পাঠকদের মনে তথা রাজনৈতিক ক্ষেত্রে অনুভূত হয়। ফিচার লেখকরা পত্রিকায় গুরুত্বপূর্ণ স্থান দখল করে আছেন। একজন ফিচার লেখকের যে কোনও বিষয়ে নিবন্ধ লেখার যোগ্যতা রয়েছে। তাঁরা তাঁদের নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি ঝেড়ে ফেলে রেখে তাঁর পত্রিকার মতামত ব্যক্ত করতে সমর্থ। পত্রিকায় ছাপা হওয়া সম্পাদকীয় নিবন্ধসমূহ সমাজের বহু সামাজিক, রাজনৈতিক ও অর্থনৈতিক অশুভের বিরুদ্ধে অভিযান শুরু করতে ব্যবহার করা যায়।

সম্পাদকীয় সবসময় নিরপেক্ষ দৃষ্টিভঙ্গিতে লিখতে হয়। সাধারণত গুরুত্বপূর্ণ জাতীয় পত্রিকাগুলো সব বিষয়ের ওপর নিরপেক্ষ দৃষ্টিভঙ্গিতে সম্পাদকীয় লেখে। এ ধরনের পত্রিকাগুলো রাজনৈতিক বিতর্ক সংক্রান্ত নিবন্ধ পক্ষপাতদুষ্ট হয়ে লেখে না। এ ধরনের পত্রিকাগুলোতে খোলা মন ও পক্ষপাতহীনভাবে সম্পাদকীয় লেখা হয়। ভাল সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় কলাম সর্বদাই হয় আকর্ষণীয়। সেগুলো হয় পুরোপুরি জীবন্ত এবং পাঠকের মনোযোগ আকৃষ্ট করে। সম্পাদকীয় লেখায় চিন্তার খোরাক থাকে এবং সকল শ্রেণীর পাঠকের জন্য থাকে অনুপ্রেরণা। এটা বলা ভুল হবে না যে, সেরা সংবাদপত্রগুলো হচ্ছে তাই যেগুলোতে সেরা সম্পাদকীয় থাকে। কিছু মানুষ মনে করেন পাঠকের একটা ক্ষুদ্রতম অংশ সম্পাদকীয় নিবন্ধ পড়ে থাকে। স্পষ্টতই এটা ঠিক নয়। একটি ভাল সম্পাদকীয় নিবন্ধ একটি সংবাদপত্রের অন্য অংশের মতো একই আগ্রহ নিয়ে পাঠকরা পড়ে থাকে।

কিছু মানুষ মনে করেন ফিচার লেখকরা সাধারণত তাঁদের সম্পাদকীয় লেখার জন্য রাজনৈতিক বিষয়কেই খুব বেশি রকম ব্যবহার করে থাকেন। এইসব লোকজনের মতে, সাধারণ মানুষ নির্বাচনের সময় ছাড়া রাজনীতি নিয়ে লেখায় বিরক্তবোধ করে। সাধারণ মানুষ সেইসব সাধারণ বিষয়ের ওপর লেখা পড়তে ভালবাসে যেগুলো তাঁদের জীবনের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট। অতএব সময়ে-সময়ে গড় পাঠকের কাছে আকর্ষণীয় এবং তাঁদের দৈনন্দিন জীবনের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট বিষয়ের ওপর সম্পাদকীয় নিবন্ধ লেখা হচ্ছে ভাল একটা নীতি।

মাঝে-মাঝে পত্রিকার সম্পাদককে বিপদের ঝুঁকি সত্ত্বেও তাঁর পত্রিকার কলামে সত্য সম্পর্কে লিখতে হবে। সত্যের পক্ষে দৃঢ়ভাবে কথা বললেই কেবল পত্রিকার

সুনাং আরও বাড়বে এবং পাঠকের কাছে মর্যাদাও বাড়বে। সম্পাদক সকল বিষয়ে জনস্বার্থকেই সর্বোচ্চ বলে মনে করবেন। যে পথটি সঠিক সেটা জানা সত্ত্বেও যদি তিনি লিখতে ভয় পান তাহলে তিনি ওই উচ্চ পদে বসে থাকার যোগ্য নন। একটি সত্যকে প্রতিষ্ঠার সমর্থনে দৃঢ় পদক্ষেপ গ্রহণের বদলে তিনি যদি সহজ ও নিরাপদ পথ গ্রহণ করেন তবে তিনি নিজেকে ভীরা ও কাপুরুষ বলে প্রমাণ করবেন এবং তাঁর পত্রিকার জন্যও দুর্নাম কুড়িয়ে আনবেন।

সম্পাদক তাঁর পত্রিকার জন্য একটি সুনির্দিষ্ট ও উচ্চ মাত্রার আদর্শ বজায় রেখে চলবেন যেটা তাঁর জুনিয়রদের জন্য অনুসরণীয় হবে। সম্পাদকীয় লিখতে হবে মুক্ত, ভয়শূন্য ও স্পষ্ট ভাষে। সামাজিক ও অর্থনৈতিক মন্দকে নির্মূল করার জন্যই এ ধরনের সম্পাদকীয় প্রয়োজন। সমাজে বিদ্যমান দুর্নীতির মূলেচ্ছেদে সম্পাদকীয় লেখায় তিনি হবেন ভয়শূন্য। জনগণের অধিকার ও স্বাধীনতা রক্ষায় সরকার ও প্রশাসনের বিরুদ্ধে লিখতেও তিনি ভয় পাবেন না। একজন সম্পাদক তাঁর পত্রিকার সুখ্যাতি ও সুনাং বৃদ্ধির জন্য সততা ও আন্তরিকতার উচ্চ নীতি বজায় রেখে চলবেন। প্রকৃত অর্থে সম্পাদকীয় হচ্ছে একটি পত্রিকার হৃদয় এবং সম্পাদকীয়ই একটি পত্রিকার সাফল্য অথবা ব্যর্থতার জন্য অনেকাংশে দায়ী।

### সম্পাদকীয় পাতা

সম্পাদকীয় পাতা হচ্ছে একটি সংবাদপত্রের মনের জানালা। “যেমন মন তেমন শরীর” এই প্রবচনটি মানুষের মতো একটি সংবাদপত্রের জন্যও প্রযোজ্য। — আর্থার ব্রিশেইন

ভাল সম্পাদকীয় লেখা হচ্ছে মুখ্যত জনগণকে জানিয়ে দেয়া যে তারা কি ভাবছে, আপনি কি ভাবছেন তা নয়। — আর্থার ব্রিশেইন

সম্পাদকীয় হচ্ছে একটি স্থায়ী শিরোনামের অধীনে একই ব্যক্তির নিয়মিত লেখা একটি নিবন্ধ এবং তাঁর নিজস্ব মতামতের ওপর অভিব্যক্তি প্রকাশ। — চেম্বার ডিকশনারি

### সম্পাদকীয় লেখকের দায়িত্ব

ন্যাশনাল কনফারেন্স অব এডিটোরিয়াল রাইটার্স ১৯৪৯ (ইউএসএ)-এর মতানুসারে সম্পাদকীয় লেখকদের জন্য মূল নীতিগুলো এরকম:

১. সম্পাদকীয় লেখক তাঁর লেখার তথ্যসমূহ সততার সঙ্গে পরিবেশন করবেন এবং পুরো তথ্য দেবেন। অর্ধসত্যের ওপর ভিত্তি করে সম্পাদকীয় লেখা হচ্ছে মূল্যহীন ও অসততার নামান্তর। তিনি সচেতনভাবে কোনও পাঠককে বিভ্রান্ত করেন না। কোনও পরিস্থিতিতে বিকৃত করবেন না এবং কোনও ব্যক্তিকে ফেলে দেবেন না বিভ্রান্তির বেড়া জালে।
২. সম্পাদকীয় লেখক তাঁর বিবৃত তথ্যের ওপর ভিত্তি করে একটি বস্তুনিষ্ঠ সিদ্ধান্ত টানবেন।

৩. সম্পাদকীয় লেখক ব্যক্তিস্বার্থ দ্বারা পরিচালিত হবেন না। তাঁর নিজের বা অন্যের জন্য বিশেষ আনুকূল্য পেতে তাঁর প্রভাবকে ব্যবহার করবেন না। তিনি সম্ভাব্য কোনও দুর্নীতির কলঙ্কের উর্ধ্বে নিজের অবস্থানটি ঠিক রাখবেন।
৪. সম্পাদকীয় লেখককে উপলব্ধি করতে হবে যে, মানুষ হিসেবে তিনিও ভুলত্রান্তির উর্ধ্বে নন। সেজন্য তিনি তাঁদের বলার জায়গা করে দেবেন, যাঁরা চিঠিপত্র কলাম বা অন্য কোনও উপায়ে সম্পাদকীয় লেখকদের লেখার সঙ্গে দ্বিমত পোষণ করেন।
৫. সম্পাদকীয় লেখক প্রাপ্য তথ্যের আলোকে তাঁর নিজের সিদ্ধান্তকেও নিয়মিত সমীক্ষা করে দেখবেন। পূর্বে ভ্রান্ত ধারণার কারণে যদি কোনও ভুল হয়ে থাকে তবে তিনি তাঁর সংশোধনী দিতে মুহূর্তের জন্য দ্বিধাবোধ করবেন না।
৬. জীবনের গণতান্ত্রিক দর্শন এবং সমাজে প্রতিষ্ঠিত মত বা আদর্শের প্রতি সম্পাদকীয় লেখকের প্রত্যয় থাকবে। বিবেকের বিরুদ্ধে যায় এমন কোনও কিছু তিনি কখনও লিখবেন না বা প্রকাশ করবেন না। সম্পাদকীয় পাতায় একাধিক জন লিখতে পারেন। কিন্তু কোনও ব্যক্তিত্বের একক ও সুদৃঢ় বিচারবুদ্ধির আলোকেই সেই লেখাগুলোর সুদৃঢ় ও যৌথ বিচার করা যায়। সেইজন্য কোনও ব্যক্তির সুগভীর চিন্তার মতামতকে অবশ্যই শ্রদ্ধা করতে হবে।
৭. সম্পাদকীয় লেখক উচ্চমানের পেশাগত সততার প্রতি অনুগত তাঁর সহকর্মীদের অবশ্যই সমর্থন দেবেন। তাঁর সুনাম তাঁদেরও সুনাম, আবার তাঁদের সুনামও তাঁর সুনাম।

## সংবাদপত্রের পরিভাষা

**এবিসি (ABC)** — এবিসি'র পূর্ণাঙ্গ রূপ হচ্ছে অডিট ব্যুরো অব সার্কুলেশন্স। এবিসি পত্রিকাগুলোর প্রচার সংখ্যা নিরূপণ করে থাকে।

**অ্যাড (Ad)** — ইংরেজি Advertisement (বিজ্ঞাপন)-এর সংক্ষিপ্ত রূপ হচ্ছে অ্যাড। সোজা কথায় বিজ্ঞাপন।

**অ্যাড (Add)** — কোনও মূল সংবাদের সঙ্গে বাড়তি কোনও অংশ সংযুক্ত করার জন্য কম্পোজিটরদের প্রতি নির্দেশকে অ্যাড (Add) বলে।

**অ্যাডভান্স (Advance)** — ভবিষ্যতে কোনও বড় ধরনের ঘটনা ঘটানো বা আশঙ্কা থাকে। সে সংক্রান্ত আগাম রিপোর্টকে অ্যাডভান্স বলে। যেমন, কোনও অবহেলার কারণে কোথাও বড় একটা দুর্ঘটনা ঘটানো আশঙ্কা নিয়ে আগাম রিপোর্ট হতে পারে। তবে তা প্রকাশের অপেক্ষায় থাকতে পারে।

**অ্যাঙ্গেল (Angle)** — কোনও সংবাদ কাহিনীর সুনির্দিষ্ট দিকসমূহ। কোনও সংবাদঘটনার অনেকগুলো দিক থাকতে পারে। রিপোর্টার তাঁর পত্রিকার নীতি অনুসারে কোনও সুনির্দিষ্ট দিক নিয়ে রিপোর্ট করতে পারেন।

**আর্টিকেল (Article)**—সংবাদপত্রে বা সাময়িকীতে প্রকাশিত এক ধরনের নিবন্ধকে আর্টিকেল বলে। তবে বিশুদ্ধ সংবাদবিবরণী বা ফিচার কাহিনীর সঙ্গে এর কোনও মিল নেই। এতে প্রচুর পরিমাণ তথ্য থাকে। কিন্তু সংবাদবিবরণীর ভাষা ও কাঠামো অনুসারে তা রচিত হয় না। অপরদিকে, ফিচারের মতো মানবিক আবেদন ও মেজাজও এতে থাকে না।

**অ্যাসাইনমেন্ট (Assignment)** — পত্রিকার সাংবাদিকদের বিশেষত রিপোর্টারদের জন্য প্রদত্ত নির্দিষ্ট কাজের দায়িত্বকে অ্যাসাইনমেন্ট বলে। যেমন, একজনকে সরকারের কোনও বিষয়ে কভার করার জন্য প্রধানমন্ত্রীর দফতরে পাঠানো হলো।

**ব্যানার (Banner)** — সংবাদপত্রের প্রথম পাতার ওপরের ভাঁজের মাথায় সারা পৃষ্ঠা জুড়ে অর্থাৎ প্রথম কলাম থেকে অষ্টম কলাম পর্যন্ত বিস্তৃত শিরোনামকে ব্যানার বলে। ব্যানারকে বাংলায় ফলাও শিরোনাম বলে।

**বিট (Beat)** — একজন রিপোর্টার যখন কোনও সুনির্দিষ্ট বিষয় বা ভৌগোলিক এলাকা নিয়ে সংবাদ সংগ্রহের দায়িত্বে নিয়োজিত থাকেন সেটাকে বিট বলে। এটা রিপোর্টারদের অ্যাসাইনমেন্টের একটা অংশ।

**বডি টাইপ (Body type)** — সাধারণত যে সাইজের টাইপ সংবাদবিবরণী কম্পোজের জন্য ব্যবহার করা হয় তাকে বডি টাইপ বলে। যেমন, নয় বা ১০ পয়েন্টের টাইপ।

**বডি (Body)** — শিরোনামের অংশটুকু ছাড়া কোনও সংবাদবিবরণীর পুরো অবয়বটিকেই বডি বলে।

**বাইফোকাল মাইন্ড (Bifocal mind)** — সাধারণ চোখে দেখা আর বিশ্লেষণী দৃষ্টিভঙ্গি থেকে দেখা এই উভয় প্রকার দেখার শক্তিকে দ্বিমুখী মন বা বাইফোকাল মাইন্ড বলে। সাংবাদিকতা বৃত্তির মানুষজনের মধ্যে এই দ্বিমুখী সত্তা সব সময় কাজ করে। বয়সী মানুষের চশমার মধ্যে যেমন কাছে ও দূরে দেখার যে পাওয়ার বা শক্তি থাকে, সাংবাদিকতা বৃত্তির মানুষের মনের ক্ষেত্রটাও সেই বাইফোকাল চশমার মতো দ্বিমুখী। এই দ্বিমুখী মনের শক্তির সাহায্যে কোনও ঘটনার সাধারণ স্তর থেকে সূক্ষ্মস্তরে উত্তরণ ও উপলব্ধি সম্ভব। সাংবাদিকতার ক্ষেত্রে কোনও বিষয়ের জটিল খুঁটিনাটি পরীক্ষার পাশাপাশি মুহূর্তেই বিষয়টিকে সম্ভাব্য সকল তাৎপর্য সহ সঠিক দৃষ্টিকোণ থেকে দেখার জন্যই সাংবাদিকের বাইফোকাল মাইন্ড থাকা জরুরি।

**ব্লক (Block)** — সাধারণত আগেকার দিনে কোনও ধাতব প্লেটের ওপর খোদাই করে (Etching or engraving) কোনও মানুষ বা জীব-জন্তুর ছবি বা অন্য কোনও নকশা অঙ্কন করে ছবির প্রতিক্রম (Reproduction) উৎপাদনকে ব্লক বলে। ছবির প্রতিক্রম উৎপাদনের ব্যবস্থায় সর্বাধুনিক প্রযুক্তি চলে আসায় ব্লকের মাধ্যমে ছবি তৈরির রীতি প্রায় চলে গেছে।

**ব্লো-আপ (Blow up)** — কোনও ছবি বা মুদ্রিত বিষয়কে বড় করাকে ব্লো-আপ বলে।

**বয়েল বা বয়েল ডাউন (Boil or Boil down)** — কোনও সংবাদবিবরণীকে প্রয়োজন অনুসারে কাটছাঁট করাকে বয়েল ডাউন বলে।

**বক্স (Box)** — ছোট্ট অথচ কোনও মজাদার কিংবা শোকাবহ বা ব্যতিক্রমী সংবাদ-বিবরণীর চারপাশে রুল টেনে অর্থাৎ রেখাবেষ্টিত করে দেয়াকে বক্স বলে। আর রেখাবেষ্টিত সংবাদবিবরণীকে বক্স স্টোরি (Box story) বলে।

**বুলেটিন (Bulletin)** — শেষ মুহূর্তের কোনও তাৎপর্যপূর্ণ ও অপ্রত্যাশিত সংবাদকে বুলেটিন বলে। সংক্ষিপ্ত সরকারি ঘোষণা বা ইশতেহারকেও বুলেটিন বলে।

**ব্যুরো (Bureau)** — গুরুত্বপূর্ণ কোনও কেন্দ্র বা জনপদের সংবাদ সংগ্রহকারী সংগঠনের নাম হচ্ছে ব্যুরো। কোনও সংবাদ প্রতিষ্ঠানের আঞ্চলিক কোনও সংবাদ সংগ্রহ কেন্দ্র ও প্রেরণের স্থানকেও ব্যুরো বলা হয়।

**বাইলাইন (Byline)** — প্রকাশিত কোনও সংবাদবিবরণীর উপরিভাগে ছাপা সংশ্লিষ্ট রিপোর্টারের নামকে বাইলাইন বলে। এই ধরনের সংবাদবিবরণীকে বাইলাইন স্টোরিও বলে।

**ক্যাপশন (Caption)** — সংবাদপত্রে প্রকাশিত কোনও আলোকচিত্রের পরিচিতিকেই ক্যাপশন বলে। তবে একসময় ছবি বা কোনও ইলাস্ট্রেশনের ওপরে পরিচয়জ্ঞাপক শিরোনামকেও ক্যাপশন বলা হতো।

**ক্যাচলাইন (Catchline)** — কোনও সংবাদবিবরণীর বিশেষত সংবাদ সংস্থাগুলোর প্রেরিত সংবাদবিবরণীর শীর্ষে একটা-দু'টো শব্দের মাধ্যমে ওই সংবাদবিবরণীর যে পরিচয় তুলে ধরা হয় তার নামই হলো ক্যাচলাইন।

**সিটি এডিটর (City Editor)** — একটি নগরী ও তার আশপাশের সংবাদ-ঘটনাসমূহ কভার করার কাজে নিয়োজিত রিপোর্টারদের কর্মকাণ্ডের দায়িত্বে নিয়োজিত সম্পাদককে সিটি এডিটর বলে।

**কপি এডিটর (Copy Editor)** —যে ব্যক্তি কপি সম্পাদনা করেন তিনিই কপি এডিটর। তাঁকে কপি রিডারও বলে। তাঁকে কপি টেস্টারও বলা হয়।

**করেসপন্ডেন্ট (Correspondent)** —কোনও নগরীতে অবস্থিত পত্রিকার বাইরের বিভিন্ন অঞ্চল থেকে যিনি সংবাদবিবরণী পাঠান। বাংলায় তাকে সংবাদদাতাও বলে। তিনি মাসিক বেতনভোগীও হতে পারেন অথবা নামমাত্র পারিশ্রমিকও পেতে পারেন। তবে বিশেষ সংবাদদাতারা বিশেষ মর্যাদাভোগী হন।

**ক্রপিং (Cropping)** —সংবাদপত্রে প্রকাশিতব্য কোনও ছবিকে কাটছাঁট করে ছোট করা এবং মূল ছবি থেকে অনাকাঙ্ক্ষিত কোনও অংশ বাদ দিয়ে তাকে একটি সুনির্দিষ্ট আকারে নিয়ে আসাকে ক্রপিং বলে।

**ক্রুসেড (Crusade)** —কোনও সুনির্দিষ্ট বিষয় বা ইস্যুকে ভিত্তি করে সংস্কার বা উন্নয়নমূলক ক্ষেত্রে সংবাদপত্রের আন্দোলন ও প্রচারাভিযানকে ক্রুসেড বলে। যেমন, মুক্তিযুদ্ধের চেতনা ফিরিয়ে আনার জন্য অনেক সংবাদপত্রই প্রচারমূলক কাজ করে।

**কাব (Cub)** —সাংবাদিকতা পেশায় একেবারে নবীন শিক্ষার্থীকে কাব বলে।

**কাট (Cut)** —পুরনো পদ্ধতিতে তৈরি ছবিকে কাট বলে। অর্থাৎ ছবি, নকশা, প্রভৃতির ব্লককে কাট বলে।

**ডেটলাইন (Dateline)** —যে স্থান থেকে যখন কোনও সংবাদবিবরণী পাঠানো হচ্ছে কিংবা অন্য কথায় সংবাদঘটনার উৎপত্তিস্থল ও তারিখকে ডেটলাইন বলে। সাধারণত অস্থানীয় সংবাদের ক্ষেত্রেই স্থান ও তারিখ উল্লেখ করতে হয়।

**ডেডলাইন (Deadline)** —যে চূড়ান্ত সময়সীমার মধ্যে কোনও সংবাদবিবরণী বা ভাষ্য কম্পোজিং বিভাগে কম্পোজ করার জন্য গৃহীত হবে, কিংবা কোনও লেখা শেষ করতে হবে।

**ডেডস্টোরি (Dead story)** —কোনও সংবাদঘটনা বা বিষয় নিয়ে একাদিক্রমে রিপোর্ট করার মতো আর কোনও উপাদান বা উপযোগিতা যখন থাকে না তখন তাকে ডেডস্টোরি বলে।

**ডি-নোট (D-Note)** —এর পুরো অর্থ হচ্ছে ডিফেন্স নোটিশ (Defence notice)। সংবাদের নির্বিচার প্রবাহকে রোধ করার জন্য সরকারের তথ্য দফতর থেকে কিছু নিষেধাজ্ঞা অত্র ব্যবহার করা হয়ে থাকে। এর একটি হলো ডি-নোট। এটা কঠোর নিষেধাজ্ঞা নয় বরং পরামর্শ মাত্র। কোনও সংবাদঘটনা সম্পর্কে তথ্য দফতর থেকে সংবাদপত্রে পরামর্শ দেয়া হতে পারে, “তোমরা এটা অমুক স্বার্থে ছাপিও না”।

**ডামি (Dummy)** —সংবাদপত্রের কোনও পৃষ্ঠার লে-আউট বা পরিকল্পনার নকশা বা ছককে ডামি বলে। একে কল্পিত পৃষ্ঠাবিন্যাসও বলা যায়।

**এডিটোরিয়ালাইজ (Editorialize)** —সম্পাদকীয় হচ্ছে কোনও সংবাদ-ঘটনাকে কেন্দ্র করে কোনও সংবাদপত্র প্রতিষ্ঠানের নিজস্ব নীতিভিত্তিক মন্তব্যাত্মক বিশ্লেষণ। কিন্তু কোনও সংবাদবিবরণীতেই যদি নিজস্ব নীতির ওপর ভিত্তি করে মন্তব্যাত্মক বিশ্লেষণ জুড়ে দেয়া হয় তবে তাকে সম্পাদকীয়করণ বা Editorialize করা হয়েছে বলে ধরে নেয়া হয়।

**এমবার্গো (Embargo)** —কোনও সংবাদবিবরণী বিশেষ করে সরকারের তথ্যবিবরণী নির্ধারিত কোনও সময়সীমার মধ্যে প্রকাশ না করার বিধিনিষেধকে এমবার্গো বলে।

**এক্সক্লুসিভ (Exclusive)** —কোনও একদিন শুধুমাত্র একটি সংবাদপত্রে প্রকাশিত সেই পত্রিকার কোন রিপোর্টারের একান্ত চেষ্টার ফল হিসেবে কোনও সংবাদবিবরণীর নাম এক্সক্লুসিভ স্টোরি। বাংলায় একে বলে একান্ত সংবাদকাহিনী। কোনও রিপোর্টারের সম্পূর্ণ নিজের প্রচেষ্টার ফসল হচ্ছে এক্সক্লুসিভ স্টোরি।

**ফ্ল্যাগ (Flag)** —প্রথম পৃষ্ঠার ওপরের ভাঁজের শীর্ষে অবস্থিত সংবাদপত্রের নামকে ফ্ল্যাগ বলে। যেমন, “দৈনিক সংবাদপত্র”। এটাকে নেমপ্লেটও বলে।

**ফ্ল্যাশ (Flash)** —কোনও গুরুত্বপূর্ণ সংবাদঘটনার সর্বপ্রথম প্রাপ্ত ত্বরিত সংক্ষিপ্তাকার বিবরণী। ফ্ল্যাশ মূলত ষড় “ক”-এর সংক্ষিপ্ত রূপ। তবে এটা যেন সংবাদশীর্ষের চেয়েও সংক্ষিপ্ত। সামান্য কয়েকটি শব্দ বা দু’একটি বাক্যে সংবাদ দেয়াকে ফ্ল্যাশ বলে। এটা ইলেকট্রনিক মাধ্যমের জন্য বেশি প্রযোজ্য।

**ফিচার (Feature)** —এ হচ্ছে এমন বিবরণী বা কাহিনী যাতে কোনও বিষয় বা পরিস্থিতির মানবিক আবেদন কিংবা বিনোদনের ওপর জোর দেয়া হয়। সংবাদবিবরণী রচনার চিরাচরিত ধারার বাইরে এ হচ্ছে এক ধরনের ঘটনাক্রমিক বর্ণনাধর্মী নিবন্ধ যাতে আগাগোড়া একটা ক্লাইমেক্স ধরে রাখা হয়। এ খুবই সুখপাঠ্য ও মজাদার বিষয়। এতে অনেক সময় নীতিবাক্যও থাকে।

**ফোর্থ এস্টেট (Fourth estate)** —সংবাদপত্রকে ফোর্থ এস্টেট বলা হয়। সংবাদপত্র হচ্ছে একটি সামাজিক শ্রেণী বা শক্তি। সমাজের অপর তিনটি শ্রেণী বা শক্তি অর্থাৎ সরকার বা নির্বাহী গ্রুপ, বিচার ব্যবস্থা ও পুরোহিত শ্রেণীর পাশাপাশি সংবাদপত্র গুরুত্বপূর্ণ সামাজিক, রাষ্ট্রীয় ও প্রাসঙ্গিক ভূমিকা পালন করে থাকে। এ জন্যই সংবাদপত্রকে ফোর্থ এস্টেট বা চতুর্থ শক্তি বলা হয়।

**ফোল্ড (Fold)** —সংবাদপত্রের ভাঁজকে ফোল্ড বলে। স্বভাবতই কাগজের ওপরের অংশকে আপার ফোল্ড এবং নিচের অংশকে লোয়ার ফোল্ড বলে।

**ফলো-আপ (Follow-up)** — পূর্বে প্রকাশিত হয়েছে এরকম কোনও সংবাদবিবরণীর ওপর ভিত্তি করে ফলো-আপ বা অনুবর্তী সংবাদবিবরণী তৈরি হতে পারে। একে কোনও বড় সংবাদবিবরণীর পরিপূরক সংবাদবিবরণীও বলা যায়। একে সেকেন্ড ডে স্টোরিও বলে। ফলো-আপ সংবাদবিবরণী হচ্ছে আগেই প্রকাশিত কোনও

সংবাদবিবরণীর সঙ্গে পুরোপুরি সম্পর্কযুক্ত কিংবা একই বিষয়ের পরবর্তী দিনের সম্প্রসারণ। কোনও ফলো-আপ সংবাদবিবরণী মূল সংবাদবিবরণীর থেকেও সরব ও গুরুত্বপূর্ণ হতে পারে।

**গোস্ট বা গোস্ট রাইটার (Ghost writer)** — ইনি হচ্ছেন এমন একজন লেখক যিনি অন্য কারও হয়ে লিখে থাকেন এবং সেই লেখার সমস্ত প্রশংসা বা দায়-দায়িত্ব সেই দ্বিতীয় ব্যক্তির। আমাদের দেশে ক্রীড়া মহোৎসবের সময় অনেক ক্রীড়া সাংবাদিক বহু নামি খেলোয়াড় বা ব্যক্তিত্বের হয়ে কলাম লিখে থাকেন। সমস্ত প্রশংসা পায় সেই খেলোয়াড় বা ক্রীড়া ব্যক্তিত্ব।

**গেটকিপিং (Gatekeeping)** — শুদ্ধার্থে খবর-অখবরের নির্বিচার প্রবাহকে রোধ করার ব্যবস্থাকেই বলে গেটকিপিং। তবে এটা অনেক ক্ষেত্রে সংবাদের বস্তুনিষ্ঠতা ও সত্য প্রকাশে বাধা হয়ে দাঁড়ায়। গেটকিপিং অবশ্য সরকার কিংবা সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষের মাধ্যমেও হতে পারে, আবার তা সাংবাদিকের মনস্তাত্ত্বিক কারণেও হতে পারে।

**গসিপ কলাম (Gossip column)** — কোনও নামি সাংবাদিক বা লেখক প্রায়ই তাঁর নিজ নামে বা ছদ্মনামে একটু সরসধর্মী যে কলাম লিখে থাকেন তাকে গসিপ কলাম বলে।

**গিল্যাটিন (Guillotine)** — গিল্যাটিন হচ্ছে সংবাদপত্রে প্রতিষ্ঠানে ব্যবহৃত কাগজ প্রভৃতি কাটার যন্ত্রবিশেষ। পদটি 'গিলোটিন' নামে বেশি পরিচিত।

**হাফটোন (Halftone)** — স্ক্রিন ব্যবহারের মাধ্যমে হরফের মধ্যে সাদা-কালোর একটা শেড (Shade) বা আভা ফুটিয়ে তোলা হয়। এই শেড বা বিন্দুর বৈপরিত্যই হচ্ছে হাফটোন। সংবাদপত্রে ছবি পুনরুৎপাদনের (Reproduction) জন্য এই হাফটোন পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়।

**হ্যান্ডআউট (Handout)** — সরকারের তথ্য বিভাগ বা অন্য কোনও প্রতিষ্ঠানের প্রেরিত সংবাদ বিবৃতি বা বিবরণীকে হ্যান্ডআউট বা তথ্যবিবরণী বলা হয়।

**হেড কিংবা হেডলাইন (Head or Headline)** — কোনও সংবাদবিবরণীর মাথায় ডিসপ্রে টাইপ অর্থাৎ বড়-বড় হরফে সেই সংবাদবিবরণীর সংক্ষিপ্তাকার রূপ বা কথাগুলোকে হেড বা হেডলাইন বলে। বাংলায় বলে শিরোনাম।

**হোল্ড (Hold)** — কোনও সংবাদ কপিতে "হোল্ড" কথাটি লিখে নির্দেশ দেয়া হয় যে লেখাটি প্রস্তুত হলেও তা আপাতত পত্রিকায় প্রকাশ হচ্ছে না।

**হার্ড নিউজ বা হট নিউজ (Hard or Hot news)** —এ হচ্ছে এমন গুরুত্বপূর্ণ, অপ্রত্যাশিত ও সরব সংবাদ যা এক্ষুণি প্রকাশ হওয়ার দাবি রাখে।

**হটলাইন (Hotline)** —জরুরি কোনও সময়ে বিভিন্ন দেশের নেতাদের মধ্যে টেলিফোনে তাৎক্ষণিকভাবে যোগাযোগ সাধনকে হটলাইন বলে।

**হিউম্যান ইন্টারেস্ট স্টোরি (Human interest story)**— কোনও সংবাদবিবরণীতে মানুষের আবেগকে বিশেষ সংবেদনশীল করে তোলা হলে ওই সংবাদবিবরণীকে মানবিক আবেদনমূলক সংবাদবিবরণী বা Human interest story বলে। সরল সংবাদের (Straight jacket news) থেকে ব্যতিক্রম কোনও বিবরণীতে মানুষের আবেগকে তীব্রভাবে নাড়া দেয় এমন উপাদান থাকলে তাকে মানবিক আবেদনমূলক সংবাদবিবরণী বলে। এই ধরনের সংবাদবিবরণীর মাধ্যমে সংবাদপাঠককে তাঁর নিজস্ব পরিবেশের মধ্যে টেনে নিয়ে যাওয়া যায়। পাঠক সংবাদবিবরণীটি পাঠ করে তার সঙ্গে নিজেকে একাত্মবোধ করে।

**ইনসার্ট (Insert)** —প্রধান একটি সংবাদ কাহিনীর অংশে পরিণত করার উদ্দেশ্যে একটি সংক্ষিপ্ত বিষয় বা ঘটনাকে সেই মূল বিবরণীর মাঝে সন্নিবেশন করাকে ইনসার্ট বলে। অন্যভাবে বলা যায় কোনও প্রধান সংবাদবিবরণীর সঙ্গে অঙ্গীভূত হওয়ার যোগ্য অপেক্ষাকৃত ছোট সংবাদবিবরণীই হচ্ছে ইনসার্ট।

**ইনভারটেড পিরামিড (Inverted Pyramid)** —কোনও সতেজ বা সরব সংবাদের বিবরণী সাধারণত উল্টো পিরামিড বা ইনভারটেড পিরামিড কাঠামো অনুসারে তৈরি করা হয়। উল্টো পিরামিড পদ্ধতি অনুসারে একটি সংবাদবিবরণীকে তার গুরুত্বের ক্রমানুসারে সাজানো যায়।

**জার্গন (Jargon)** —সাধারণ পাঠকের কাছে অপরিচিত শব্দ দিয়ে বাক্য বলার ধরনই হচ্ছে জার্গন। কিছু-কিছু সংবাদ উৎস বিশেষত কোনও বিশেষ-বিশেষ ক্ষেত্রের বিশেষজ্ঞরা অপরিচিত ও দুর্বোধ্য শব্দ দিয়ে কথা বলেন। সংবাদ লিপিতে এ ধরনের শব্দ ব্যবহার করলে তার সমার্থক শব্দও উল্লেখ করতে হয়। সংবাদপত্রে দুর্বোধ্য ও অস্পষ্ট কথাবার্তার অবকাশ নেই।

**জাম্প বা জাম্পলাইন (Jump or Jumpline)** —কোনও সংবাদবিবরণীর এক পৃষ্ঠা থেকে অন্য পৃষ্ঠায় বিস্তারকে জাম্প বলে এবং অন্য পৃষ্ঠায় অপেক্ষাকৃত ছোট শিরোনামের মাধ্যমে সেই সংবাদবিবরণীর নির্দেশককে Jump head বলে।

**কিল (Kill)** —ইতিমধ্যেই কম্পোজ হয়ে গেছে এমন সংবাদবিবরণীর আংশিক বা পুরোটা বাদ দেয়ার বা না ছাপানোর নির্দেশকে কিল (Kill) বলে।

**লিড বা লিডস্টোরি (Lead or Leadstory)** —লিড বা লিডস্টোরি হচ্ছে এমন একটি গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ যা কোনও দিনের পত্রিকার প্রথম পাতায় অন্যান্য খবরের তুলনায় সবচেয়ে বেশি প্রাধান্য পাচ্ছে। কোনও সংবাদঘটনা তার নিজগুণেই শীর্ষ সংবাদে পরিণত হতে পারে।

**লিডার (Leader)** —সংবাদপত্রের সম্পাদকীয় পাতায় প্রকাশিত প্রধান সম্পাদকীয়কে লিডার বলে। লিডার হচ্ছে কোনও সংবাদ ঘটনা বা বিষয় সম্পর্কে কোনও পত্রিকার নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি।

**লিডারেট (Leaderette)**—সম্পাদকীয় পাতায় প্রকাশিত দ্বিতীয় সম্পাদকীয়কে লিডারেট বলে। তবে লিডার বিষয়, ভাষা ও মেজাজের দিক থেকে যতখানি গুরুগম্ভীর লিডারেট তার থেকে অনেকটা হালকা ঢঙে লেখা হয়ে থাকে।

**লাইবেল (Libel)**—সাংবিধানিক রক্ষা কবচের আওতায় সংবাদপত্রের স্বাধীনতা নিশ্চিত থাকলেও কোনও সংবাদপত্রই উদ্দেশ্যমূলক এমনকি অনিচ্ছাকৃতভাবেও কোনও ব্যক্তি, গোষ্ঠী বা প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে কোনও বিদেহপূর্ণ বা মানহানিকর কথা বলতে পারে না। সংবাদপত্রের মাধ্যমে কোনও ব্যক্তিও তা পারেন না। মানহানিকর বিবৃতি অপলেখ (Libel)-এর শামিল। অপলেখের বিরুদ্ধে সংশ্লিষ্ট জন বা গোষ্ঠী বা প্রতিষ্ঠান মানহানির মামলা দায়ের করতে পারে।

**লাইভ স্টোরি (Live story)** —একটিমাত্র সংবাদবিবরণী প্রকাশের মধ্য দিয়েই একটি সংবাদ ঘটনার শেষ হয়ে যায় না, সব ঘটনারই একটি প্রক্রিয়া আছে। একটি সংবাদ ঘটনা নিয়ে একাদিক্রমে অনেক সংবাদবিবরণী তৈরি হতে পারে, পাঠকের কাছে যতদিন তার আবেদন থাকবে কিংবা বিষয়টি যতখানি সজীব থাকবে।

**মাস্টহেড (Masthead)** —সম্পাদকীয় পাতায় প্রধান সম্পাদকীয় অর্থাৎ লিডারের ওপরে প্রথম পাতার তুলনায় অপেক্ষাকৃত ছোট হরফে মুদ্রিত সংবাদপত্রের নামকে মাস্টহেড বলে। প্রথম পাতায় সংবাদপত্রের নামকে ভুলবশত মাস্টহেড বলা হয়ে থাকে।

**মর্গ (Morgue)** —সংবাদপত্র অফিসের বিভিন্ন ফাইল রেফারেন্স বই কিংবা ক্লিপিংস অথবা কাটিংস রাখার স্থানকে মর্গ বলে। আধুনিককালে মর্গ লাইব্রেরি নামে বেশি পরিচিত।

**মেকআপ (Makeup)** — আগামীকাল কোন চেহারা বা বৈশিষ্ট্য নিয়ে একটি পত্রিকা প্রকাশিত হবে সে বিষয়টি মাথায় রেখে টাইপ, ছবি ও অন্যান্য উপাদান সহযোগে পৃষ্ঠার একটি নকশা অঙ্কনের নামই হচ্ছে মেকআপ বা পৃষ্ঠাসজ্জা।

**মন্টাজ (Montage)** — অনেক অর্থহীন কিংবা কোনও-কোনও ক্ষেত্রে আংশিক অর্থপূর্ণ একাধিক ছবিকে একসঙ্গে সমন্বয়ের মাধ্যমে এমন একটি ছবিতে রূপ দেয়া যায় যার একটি পরিপূর্ণ ও সামগ্রিক অর্থ গড়ে ওঠে। একে মন্টাজ বা ফটো মন্টাজ বলে। এক-একটি ছবির এক-একটি নিজস্ব অর্থ থাকে আবার কোনওটির তাও থাকে না। কিন্তু সেই রকম অনেক ছবিকে কাটছাঁট করে একসূত্রে গ্রথিত করে বৃহদাকার ছবির রূপ দিলে তা একটি নতুন অর্থ ও দৃষ্টিভঙ্গি নিয়ে পরিস্ফুট হয়ে ওঠে। এই সমন্বয় সাধনের চূড়ান্ত রূপটিই হচ্ছে মন্টাজ।

**মাস্ট (Must)** — কোনও সংবাদবিবরণী বা সম্পাদকীয় পত্রের দিন অবশ্যই যাতে প্রকাশিত হয় এরকম একটি নির্দেশকেই Must বলে। সংবাদ কপিতে Must লেখা থাকলে বুঝতে হবে এটি পত্রের দিন অবশ্য প্রকাশিত হবে।

**নেমপ্লেট (Nameplate)** — সংবাদপত্রের প্রথম পৃষ্ঠার ওপরের ভাঁজে শীর্ষে প্রকাশিত সেই সংবাদপত্রের নামকে নেমপ্লেট বলে। বাংলায় বলে “নামফলক”।

**নারকোটিসাইজিং ডিজফাংশন (Narcotising dysfunction)** — কোনও দীর্ঘস্থায়ী সংবাদঘটনা প্রথম-প্রথম সংবাদ হিসেবে আকর্ষণীয় ও আত্মহোদীপক হলেও ক্রমেই তা পাঠকের কাছে আবেদন হারিয়ে ফেলে এবং সংবাদমূল্যও হারিয়ে যায়। নেশাশস্ত্র লোকের যেমন মাদকদ্রব্য গ্রহণ করতে-করতে এক সময় আর কোনও কিছুতেই নেশা হয় না তেমনি কোনও সংবাদঘটনার তথ্য লাগাতার ও ব্যাপকভাবে দিতে থাকলে সংবাদপাঠকের তা গ্রহণ বা উপলব্ধি করার সামর্থ্য বা আত্মহ থাকে না। একেই বলে নারকোটিসাইজিং ডিজফাংশন।

**নিউজহোল (Newshole)** — একটি সংবাদপত্রের যে অংশটুকু সংবাদ রিপোর্ট, সংবাদ বিষয়ক ছবি ও ইলাস্ট্রেশনের জন্য বরাদ্দ রয়েছে তাকে নিউজহোল বলে।

**নিউজ লীড (News Lead)** — কোনও সংবাদবিবরণীর সূচনা অংশকে নিউজলিড বলে। একে বাংলায় সংবাদশীর্ষও বলে। সূচনা অংশে একটি সংবাদঘটনার পুরো সারসংক্ষেপ থাকে। পুরো সংবাদবিবরণীর এই সারসংক্ষেপটি সাংবাদিকদের কাছে Intro-নামে খুব বেশি পরিচিত।

**অফ দ্য রেকর্ডস (Off the records)** —সংবাদ উৎস রিপোর্টারের সামনে কথা বলার সময় এমন কিছু বলে থাকেন যা সুনির্দিষ্ট ঘটনা সম্পর্কে উপলব্ধি করতে সাহায্য করে। কিংবা আবেগাক্রান্ত হয়েও তিনি অনেক কথা বলতে পারেন কিন্তু ব্যক্তিগত ও পেশাগত কারণে তাঁর ওইসব কথার অনেক অংশ তিনি প্রকাশে অনিচ্ছুক থাকেন, অর্থাৎ কথা প্রসঙ্গে অনেক কথা বলা হলেও তা প্রকাশ করা যাবে না। একেই বলে “অফ দ্য রেকর্ডস”।

**আবিচ্যুয়েরি (Obituary)** —যে রিপোর্টে কোনও ব্যক্তির মৃত্যু সংবাদ বিষয়ক বিবরণী থাকে তাকে আবিচ্যুয়েরি বলে। অন্য অর্থে এ হচ্ছে সংবাদপত্রে প্রকাশিত শোক সংবাদ। অনেক ক্ষেত্রে এতে মৃত ব্যক্তির সংক্ষিপ্ত জীবনী সংযোজিত থাকে।

**পেগ বা নিউজপেগ (Peg or News peg)** —পেগ বা নিউজ পেগের বাংলা হচ্ছে বার্তা-কীলক অর্থাৎ যে বিষয়, ঘটনা বা ভাবকে কেন্দ্র করে যে ওজর বা ছুতোর ছলে সম্পাদকীয় লেখা হয় তার নাম পেগ বা নিউজপেগ।

**পিক্স (Pix)** —ছবি বা পিকচারের (Picture) সংক্ষিপ্ত রূপ হচ্ছে পিক্স বা Pix। একে (Cut) কাটও বলে।

**পয়েন্ট (Point)** —মুদ্রাক্ষর বা হরফ পরিমাপের একককে পয়েন্ট বলে। এক পয়েন্ট হচ্ছে এক ইঞ্চির ৭২ ভাগের এক ভাগ।

**পাপারাজ্জো বা পাপারাজ্জো (Paparazzo)** —এঁরা হচ্ছে নাছোড়বান্দা, কৌতূহলী এবং প্রায়শই দুর্ভিনীত ফ্লিন্যাক সাংবাদিক বিশেষত ফটো সাংবাদিক যারা নামীদামি বা খ্যাতিমান লোকদের ছবি ও সংবাদ সংগ্রহে বিশেষ পারদর্শী। খ্যাতিমান লোকেরা যেখানেই যায় এঁরা সেখানেই তাঁদের পিছু ধাওয়া করে। এই সকল সাংবাদিকরা জুম লেন্সের সাহায্যে খ্যাতিমানদের একান্ত গোপন মুহূর্তগুলো ক্যামেরাবন্দি করে তা বিশেষত ট্যাবলয়েড পত্রিকাগুলোর কাছে বিক্রি করে। এঁরা রাজবংশীয় লোকদের পেছনে বেশি করে ধাওয়া করছে। ১৯৯৭ সালে প্যারিসে পাপারাজ্জোদের নাগাল এড়িয়ে যাওয়ার সময় দুর্ঘটনায় পতিত হয়ে প্রিন্সেস ডায়ানা মারা যান। “পাপারাজ্জো” এই কথাটা তখন সারা বিশ্বে বিশেষভাবে পরিচিত হয়ে ওঠে।

**প্রুফ (Proof)** —কোনও লেখার কম্পোজকৃত প্রাথমিক মুদ্রাছাপ, যা ব্যাকরণ ও ভাষাগত খুঁটিনাটি সংশোধনের জন্য মুদ্রিত হয়।

**পিএবিএক্স (PABX)** —কোনও অফিসের টেলিফোন যোগাযোগ নেটওয়ার্কের সমন্বয় সাধনের ব্যবস্থাটির পুরো নাম হচ্ছে Private Automatic Branch

Exchange। প্রথমদিকে একে বলা হতো PBX অর্থাৎ Private Branch Exchange।

**রিজিগিং (Rejigging)** —সংবাদবিবরণীর তথ্যবিন্যাস অনেক সময় ধারাক্রম অনুসারে হয় না। সংবাদবিবরণী তৈরির পর বিবরণীর বিভিন্ন তথ্যের যথাযথ সন্নিবেশন ও সমন্বয় সাধনকে রিজিগিং বা পুনর্বিন্যাস বলে। প্রথম সংস্করণে একটি সংবাদবিবরণী যেভাবে লেখা হয়েছে দ্বিতীয় সংস্করণে হয়তো ওই সংবাদবিবরণীর কিছু পুনর্বিন্যাস ও নতুন তথ্য সংযোজনের প্রয়োজন হতে পারে।

**রিরাইটিং বা পুনর্লিখন (Rewriting)**—একজন রিপোর্টার কোনও সংবাদবিবরণী তৈরির পরও একজন সহ-সম্পাদকের কাছে তা এলোমেলো মনে হতে পারে। সেই সংবাদবিবরণীর বিষয়বস্তুকে অক্ষুণ্ণ রেখেও তা নতুন করে সাজিয়ে লেখার নামই রিরাইটিং বা পুনর্লিখন।

**রানিং স্টোরি (Running story)** —কোনও সংবাদ ঘটনার বিবরণী ঘটনাটির শুরুত্ব ও সংবাদমূল্যের নিরিখে বেশ কিছুদিন ধরে প্রকাশিত হতে পারে। যতক্ষণ পর্যন্ত না ঘটনাটির শুরুত্ব ও সংবাদ উপযোগিতা হারিয়ে যাচ্ছে ততক্ষণ পর্যন্ত সে বিষয়ের ওপর রিপোর্ট হতে পারে। অর্থাৎ এ হচ্ছে চলমান কাহিনী।

**স্কুপ (Scoop)** —অন্য সংবাদপত্রগুলোকে এড়িয়ে অনুসন্ধানলব্ধ কোনও সংবাদ হচ্ছে স্কুপ। এক্সক্লুসিভের মতো স্কুপও হচ্ছে কোনওদিন একটিমাত্র কাগজে প্রকাশিত কোনও রিপোর্টারের একান্ত সংবাদবিবরণী। এক্সক্লুসিভ সংবাদবিবরণী সাধারণত কোনও বিষয়ের ওপর নতুন তথ্যসংবলিত ব্যাখ্যামূলক বিবরণী আর স্কুপ হচ্ছে অনুসন্ধানে প্রাপ্ত ফলাফলের ওপর ভিত্তি করে নির্মিত সংবাদবিবরণী।

**সাইড বার (Side bar)** —মূল কোনও সংবাদ ঘটনার প্রতিপার্শ্বস্থ এমন কিছু ঘটনা থাকে যা মূল ঘটনার সংবাদবিবরণী প্রকাশের সঙ্গে প্রকাশযোগ্য। এই সমস্ত ঘটনা প্রায়শই মানবিক আবেদন সমৃদ্ধ হয়ে থাকে। সংসদ অধিবেশনের সময় “গ্যালারি থেকে” শীর্ষক শিরোনামের বিবরণী হচ্ছে সাইড বার ধর্মী।

**স্লান্ট (Slant)** — প্রতিটি পত্রিকার নিজস্ব ও সুনির্দিষ্ট নীতির কারণে অনেক সময় কোনও সংবাদবিবরণী রচনার সময় সে সংক্রান্ত ভাব প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষ প্রতিফলিত হতে পারে। সংবাদবিবরণীতে পত্রিকার নীতির সঙ্গে সঙ্গতি রেখে আরোপিত নিজস্ব দৃষ্টিভঙ্গি বা মেজাজকেই স্লান্ট বলে।

**স্লাগ (Slug)** —কোনও সংবাদবিবরণীকে প্রথম দর্শনেই চেনা বা বোঝার জন্য সংবাদবিবরণীটির ওপর দু'একটি শব্দের নির্দেশককে স্লাগ বলে। এ হচ্ছে এক অর্থে কোনও সংবাদবিবরণীর ডাকনাম।

**স্ন্যাপ (Snap)** —জরুরি ভিত্তিতে খুবই সংক্ষিপ্তাকারে প্রেরিত কোনও সংবাদ বার্তাকে স্ন্যাপ বলে। এক প্যারা বা অনুচ্ছেদেই এই সংবাদ আসতে পারে। যেমন, কোনও ঝড় আঘাত হানতে চলেছে এরকম কোনও সংবাদ দ্রুত জ্ঞাপনের স্বার্থে সংক্ষিপ্তাকার করে পাঠানো হতে পারে।

**স্ন্যাভার (Slander)** —মৌখিক শব্দাবলী বা কোনও সংকেত অথবা অঙ্গভঙ্গির মাধ্যমে অপবাদ সৃষ্টি করে যদি কারও মানহানি করা হয় বা মানহানি করা হয়েছে বলে প্রতীয়মান হয় তবে তাকে স্ন্যাভার বলে।

**সফট নিউজ (Soft news)** —যে সংবাদ তাৎক্ষণিকভাবে প্রকাশের দাবি রাখে না কিংবা তাকে কিছুদিন ধরে রেখেও পরে প্রকাশ করা যায় তাকে সফট নিউজ বা কোমল সংবাদ বলে।

**স্ক্রিন (Screen)** —সংবাদপত্রের জন্য ব্যবহার্য কোনও ছবির পুনরুৎপাদনের জন্য ডট (ফোটা) সংবলিত কাঁচের ঝালর বা জালকে স্ক্রিন বলে।

**স্যাকরেড কাও (Sacred cow)** —কোনও বিষয় বা জিনিস সম্পর্কে পত্রিকার মালিক বা সম্পাদকের একটি আলাদা দৃষ্টিভঙ্গি বা পছন্দ বা পক্ষপাত থাকে। যেমন, কোনও সম্পাদক ফুল কিংবা পুরনো গাড়ি অথবা কুকুর পছন্দ করেন। অতএব তাঁদের পছন্দের জিনিস বা বিষয় নিয়ে পত্রিকায় বিশেষ মর্যাদা বা ট্রিটমেন্ট দেয়া হয়। একেই বলে স্যাকরেড কাও।

**শো-উইনডো (Show window)** —সংবাদপত্রের প্রথম পাতাকে বলা হয় শো-উইনডো। সাধারণত দোকানের সম্মুখভাগে কাঁচের ভেতরে ভাল-ভাল দ্রব্যসম্ভার থরে থরে সাজানো থাকে। তা দেখে আকৃষ্ট হয়ে ক্রেতার দোকানের ভেতরে আসে এবং পছন্দের জিনিসটি কেনে। ঠিক একইভাবে পত্রিকার প্রথম পাতায় পত্রিকার সেরা সংবাদগুলো সাজানো থাকে এবং শিরোনামগুলো তাই নির্দেশ করে থাকে। শিরোনাম হচ্ছে সেরা সংবাদ দ্রব্যের সেরা নমুনা। এই হিসেবে সংবাদপত্রের প্রথম পাতাকে বলা হয় শো-উইনডো।

**স্পট নিউজ (Spot news)** —খুবই অপ্রত্যাশিত, সাম্প্রতিক ও গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ ঘটনার তরতাজা খবরই হচ্ছে স্পট নিউজ। পত্রিকা ছাপা শুরু হওয়ার আগ মুহূর্তেও

এমন কোনও তাৎপর্যপূর্ণ ঘটনার খবর আসতে পারে যা তখনই ছাপা হওয়ার যোগ্য। যেমন, কোনও রাষ্ট্রনায়কের মৃত্যু।

**স্ট্রেট জ্যাকেট নিউজ (Straight jacket news)** —কোনও সংবাদ ঘটনার সরলসিধে বর্ণনাকে স্ট্রেট জ্যাকেট নিউজ বা সরল সংবাদ বলে। প্রকৃতপক্ষে এমন কিছু সংবাদ ঘটনা ঘটে থাকে যা সরলসোজা বর্ণনার দাবি রাখে।

**স্ট্রিংজার (Stringer)** —এঁরা মাসিক বেতনভুক সাংবাদিক নন। যে সকল সাংবাদিক তাঁদের প্রেরিত সংবাদ পত্রিকার পাতায় যতখানি জায়গা জুড়ে ছাপা হয় সেই হিসেবে পারিশ্রমিক পান তাঁদের স্ট্রিংজার বলে।

**সাবিং (Subbing)** —রিপোর্টার, সংবাদ সংস্থা বা অন্য কোনও সূত্র থেকে প্রাপ্ত কপি প্রতিকায় লভ্য জায়গা অনুযায়ী সংক্ষিপ্তকরণ, সংশোধন, শিরোনাম লেখা কিংবা তার ট্রিটমেন্ট প্রদান প্রভৃতি কাজকে সাবিং বলে। সহ-সম্পাদকগণ এ কাজটি করে থাকেন।

**ট্যাবলয়েড (Tabloid)** —সাধারণত দৈনিক সংবাদপত্রগুলো যে সাইজের কাগজে ছাপা হয় তার অর্ধেক সাইজকে ট্যাবলয়েড বলে। পপুলার সংবাদপত্রগুলো সাধারণত এই ট্যাবলয়েড সাইজের কাগজে ছাপা হয়। এর আনুমানিক সাইজ হচ্ছে ১৬ x ১২ ইঞ্চি।

**টাইডিং (Tiding)** —ইংরেজি টাইডিং কথাটির বাংলা অর্থ হচ্ছে সংবাদ বা খবর। একে সন্দেশও বলে। সংবাদকে একসময় সন্দেশ বলা হতো। ইংরেজি 'News' কথাটি প্রচলিত হওয়ার আগে তা 'Tiding' নামেই পরিচিত ছিল।

**টিপ (Tip)** —কোনও সংবাদ ঘটনা সম্পর্কে প্রাপ্ত আভাস বা ইঙ্গিতকে টিপ বলে। একে এক টুকরো তথ্যও বলা যায় যার সূত্র ধরে কোনও বড় সংবাদবিবরণী রচিত হতে পারে।

**আপ-ডেটিং (Updating)** —কোনও ঘটনা সম্পর্কে একটা রিপোর্ট কম্পোজ হয়ে যাওয়ার পর কোনও নতুন তথ্য যুক্ত করে রিপোর্ট তৈরি করাকে আপ-ডেটিং বলে।

**ওয়ার্ড ইকনোমি (Word economy)** —সংবাদবিবরণীতে রিপোর্টারের বাহ্যিক শব্দ ব্যবহারের কোনও অবকাশ নেই। এতে সময় ও জায়গার অপচয় হয়। যত কম এবং সহজ-সরল ও উপযোগী শব্দ বা কথায় পুরো বিবরণী উপস্থাপন করা যায় ততই ভাল। ওয়ার্ড ইকনোমি বা শব্দ অর্থনীতি আধুনিক যোগাযোগ ও সাংবাদিকতার একটি বৈশিষ্ট্যপূর্ণ দিক।

**র‍্যাপ-আপ (Wrap up)** —পত্রিকায় ছাপা হওয়ার জন্য নির্ধারিত সকল কপি যখন কম্পোজিং বিভাগে পাঠানো হয়েছে এরকম পরিস্থিতিতে র‍্যাপ-আপ বলে। ইলেকট্রনিক সাংবাদিকতায় খবর শেষ হওয়ার আগে প্রধান কোনও একটি বা একাধিক সংবাদের সারসংক্ষেপ বিবরণী প্রদানকে র‍্যাপ-আপ বলে।

**ওয়াচডগ (Watchdog)** —সমাজে অন্যায়, অবিচার, দুর্নীতি শৈথিল্য প্রভৃতির ব্যাপারে সরকার ও সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানসমূহ কিংবা সমাজপতিদের অবহিত করা কিংবা সেসব বিষয়ের বিরুদ্ধে অতন্দ্রপ্রহরী হিসেবে সংবাদপত্র তথা গণমাধ্যমসমূহ কাজ করে থাকে। এই কাজ করতে পেরে সংবাদপত্র গৌরবও বোধ করে থাকে।

**ইয়েলো জার্নালিজম (Yellow journalism)** —চাঞ্চল্যকর এবং প্রায়শই ইচ্ছাকৃত অযথাযথ রিপোর্টিংকে ইয়েলো জার্নালিজম বা হলুদ সাংবাদিকতা বলে।

## সহায়ক গ্রন্থপঞ্জী

- ❑ Dimensions of Modern Journalism : N. C. Pant and Jitender Kumar; Konishka Publishers, Distributors, Delhi, 1995
- ❑ Journalism : David Wainwright; Rupa & Co, Calcutta, 1992
- ❑ A Dictionary of Communication and Media Studies (2nd Edition): James Watson and Anne Hill; Universal Book Stall, New Delhi, 1991
- ❑ Creative News Editing : Alfred A. Crowell; WM, C, Brown Company Publishers, 1970
- ❑ Basic News Writing (3rd Edition): Melvin Mencher; Universal Book Stall, New Delhi, 1993
- ❑ Modern Newspaper Editing (3rd Edition): Gene Gilmore, Boyd and Fraser Publishing Company, San Fransisco, 1983
- ❑ রিপোর্টিং : সুধাংশু শেখর রায়; বাংলা একাডেমী, ঢাকা, জানুয়ারি, ১৯৯৫

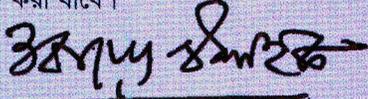
ড. শেখ আবদুস সালাম ও সুধাংশু শেখর রায় রচিত “সংবাদের জগৎ” পড়লাম। এ বিষয়ে বাংলা ভাষায় লিখিত আর কোনও বই এখানে আছে কিনা জানি না। বইটি এক জরুরি প্রয়োজন মেটাবে।

বিশ্ববিদ্যালয়ের সাংবাদিকতা বিভাগের শিক্ষার্থী এবং সংবাদপত্রের বিভিন্ন বিভাগে যারা কর্মরত আছেন তাঁদের জন্য অবশ্যই সহায়ক হবে এই বইটি। অনেকটা required reading-এর মতো। ভূমিকায় এমন ইঙ্গিত আছে।

তবে আমার মনে হয় প্রতিদিন যে মুদ্রিত সংবাদপত্র নতুন খবরের ডালি নিয়ে পাঠকের হাতে আসে সেই সংবাদ প্রকাশনার রহস্য সম্পর্কে কৌতূহলী পাঠকের কাছেও এই বইটির যথেষ্ট আকর্ষণ থাকবে।

সংবাদপত্রের ব্রত হচ্ছে জানানো। প্রতিদিনের পৃথিবীর স্বরূপ উদঘাটন করা। এ জগতে জনগণের কল্যাণে অজানাকে জানাবার, অচেনাকে চেনাবার, গুপ্তকে ব্যক্ত ও ব্যাপ্ত করার কাজ অবিরাম চলছে। অবাধ তথ্যপ্রবাহ নিশ্চিত করার মাধ্যম সংবাদপত্র। এর নেপথ্যচারী কর্মীদের জানার সুযোগ দেবে “সংবাদের জগৎ”।

আসলে এ এক বিচিত্র জগৎ। এখানে কিলিং আছে, খুনখারাপি নেই, গিলোটিন আছে, কিন্তু গলা কাটা হয় না, মর্গ আছে, লাশ নেই। তাই এসব দণ্ডবিধির আওতায় আসে না। এই বইটি পাঠে এসব রহস্য ভেদ করা যাবে।

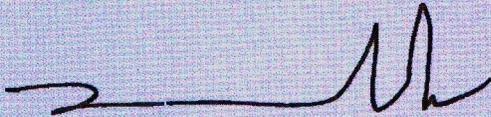
  
← (ওবারেদ উল হক)

I have gone through the SANGBADER JAGAT (“সংবাদের জগৎ”) with much interest. It will make an excellent supplementary text for introductory and mid level training courses in journalism and communication.

The authors provide a comprehensive content of the advances in the art of news writing and editing and place current trends and techniques of news presentation from the professional’s point of view. The manuscript offers bounty of materials for journalism classrooms and lays special emphasis on practical application.

The manuscript seems suited to two main readerships: media practitioners on the one hand and trainers and trainees of journalism on the other.

I thank the authors for their splendid work.



(Dr. A A M S Arefin Siddique)