অধ্যায় ১৪ ঃ গণমাধ্যম আৰু উন্নয়ন

অধ্যায় গাঁথনি

১৪.১ উদ্দেশ্য
১৪.২ পৰিচয়
১৪.৩ উন্নয়নত গণমাধ্যমৰ ভূমিকা
১৪.৪ উন্নয়নৰ সাংস্কৃতিক প্রসংগ
১৪.৫ পৰম্পৰাগত মাধ্যম আৰু উন্নয়ন
১৪.৬ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ
১৪.৭ অধিক জানিবলৈ
১৪.৮ অগ্রগতিৰ খতিয়ান
১৪.৯ আৰ্হি প্রশ্ন

১৪.১ উদ্দেশ্য

এই অধ্যায়টি অধ্যয়ন কৰি আপুনি—

- গণমাধ্যম আৰু উন্নয়নৰ ধাৰণাসমূহ জানিব পাৰিব।
- উন্নয়নৰ সাংস্কৃতিক প্রসংগৰ বিষয়ে জানিব পাৰিব।
- উন্নয়নত পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ ভূমিকা সম্পর্কে জানিব পাৰিব।

১৪.২ পৰিচয়

মানৱ জীৱনত যোগাযোগৰ কিমান প্রয়োজনীয়তা আছে তাক বহলাই কোৱাৰ প্রয়োজন নাই। অতীতৰ মানৱ সমাজত যিসময়ত তেওঁলোক কেৱল খাদ্য আৰু বাসস্থানৰ সন্ধানত আছিল, সেই সময়তো নিজা অনুভৱবোৰ কবলৈ মানুহে ইজনে সিজনৰ লগত কথা পতাতো জৰুৰী আছিল। এই প্রবৃত্তি টোৱেই যোাযোগৰ মুল কথা আৰু সমসাময়িক সময়ত আমি জীয়াই থাকিবলৈ যোগাযোগৰ প্রয়োজন আছে।

অন্য কথাত, যোগাযোগৰ অবিহনে কোনো সমাজেই থাকিব নোৱাৰে। সমাজ এখন চলি বা বাচি থাকিবলৈ আৰু ইয়াক সু-সংহত কৰি ৰাখিবলৈ যোগাযোগ ব্যবস্থাটো প্রয়োজনীয় আৰু গুৰত্বপুর্ণ।

গণমাধ্যম ব্যৱস্থাটো এতিয়া ভালকৈয়ে আগুৱাই গৈছে। মাধ্যমবোৰে হতাশা, দুর্বলতা আদিবোৰ উদ্‌ঘাটন কৰিব পাৰে। তেওঁলোকে চৰকাৰী কাম-কাজত নিজৰ ধ্যান কেন্দ্রিত কৰি জনকল্যানমুলক কামকাজবোৰ বা নীতিবোৰৰ (public policy) ওপৰত নজৰ ৰাখিব পাৰে। মাধ্যমবোৰে প্রশাসনৰ কাম কাজ জনতাৰ দ্বাৰা সমালোচনা কৰোৱাই কিধৰণৰ

পৰিবৰ্তন লাগে তাক উপস্থাপন কৰিব পাৰে। একেসময়তে ৰাইজৰ মতামতক একগোট কৰি প্ৰয়োজনীয় পৰিবৰ্তনৰ দিশে লৈ যাব পাৰে।

১৪.৩ উন্নয়নত গণমাধ্যমৰ ভূমিকা

ৰেডিঅ', টিভি, বাতৰি কাকত, ইণ্টাৰনেট, সামাজিক মাধ্যম (social media) ইত্যাদিবোৰ এইধৰণৰ মাধ্যম। এই বিভিন্ন মাধ্যমবোৰে মাত্ৰ এটা গেজেট (gadget) বা যন্ত্ৰৰ জৰিয়তে বিভিন্ন তথ্য, খবৰ হাজাৰ হাজাৰ মানুহৰ মাজলৈ লৈ যাবলৈ সক্ষম। টিভি, ইণটাৰনেট আদিবোৰ কিছুৰ বাবে অতি সাধাৰণ বস্তু আৰু এক শ্ৰেণীৰ মানুহে সেইবোৰ ব্যৱহাৰ কৰি আছে। তাৰ বিপৰীতে, এতিয়াও সমাজৰ প্ৰত্যেকজন ব্যক্তিয়ে এইসমুহ মাধ্যমৰ উপকৰণ পাবলৈ সক্ষম হোৱা নাই।

উন্নয়নশীল দেশবোৰত ৰেডিঅ' বহুলভাৱে স্বীকৃত এক গণমাধ্যম। কিন্তু এইসমূহ দেশত ৭৫% মানুহেহে ৰেডিঅ' ৰ সোৱাদ পাইছে। গ্ৰামাঞ্চলৰ প্ৰায় ৭৭% মানুহেহে বিদ্যুত লাভ কৰিবলৈ সক্ষম হৈছে।

উন্নয়নশীল দেশবোৰত যিধৰণৰ গণমাধ্যম আছে আৰু বিভিন্ন গোট বা সম্প্ৰদায়বোৰে ব্যৱহাৰ কৰা এই মাধ্যমসমূহৰ ধনাত্মক ফলাফল দেখা গৈছে।

উন্নয়নশীল দেশসমূহত গণমাধ্যমৰ কেইটামান ধনাত্মক প্ৰভাৱ তলত উল্লেখ কৰা হ'ল-

১) ব্যক্তিসকল একত্ৰিতকৰণ ঃ টিউনেচিয়া আৰু ইজিপ্তৰ সমাজবোৰত গণমাধ্যমৰ ভুমিকা কেনে সেয়া সকলোৰে জ্ঞাত। স্থানীয় পৰ্যায়ত লোকসকলে ইজনে-সিজনক সামাজিক মাধ্যম (social media) যেনে ফেচবুক, টুইটাৰ আদিৰ জৰিয়তে যোগাযোগ কৰে । এইদৰে তেওলোকে আচনি তৈয়াৰ কৰি একগোট হৈ ৰাজপথত প্ৰতিবাদ কৰে। তাৰোপৰি বিভিন্ন ব্যক্তি, যিসকলে ইজনে-সিজনক ব্যক্তিগতভাৱে লগ কৰিব নোৱাৰে সামাজিক মাধ্যমবোৰে সেইসকল লোকৰ মাজত মত বিনিময় কৰাৰ বাবে এখন প্লেটফৰ্ম দিয়ে।

২) শিক্ষাৰ ক্ষেত্ৰত সুযোগ প্ৰদান কৰে ঃ বহু দেশত স্থানীয় আৰু ৰাষ্ট্ৰীয় ভাষা থাকে। তাৰোপৰি বহু দেশত সাক্ষৰতা হাৰো উদ্বেগজনক কম, যিয়ে যোগাযোগৰ ক্ষেত্ৰত হেঙাৰ হৈ থিয় দিয়ে। গণমাধ্যমৰ ব্যৱহাৰৰ দ্বাৰা এই পাৰ্থক্য কম কৰাৰ সুযোগ থাকে।

৩) ৰাইজৰ স্বাৰ্থত জাগ্ৰত প্ৰহৰী ঃ মাধ্যমবোৰ বিভিন্ন ক্ষেত্ৰত ৰাইজৰ স্বাৰ্থত জাগ্ৰথ প্ৰহৰী হৈ থাকে। প্ৰাথমিকভাৱে, মাধ্যমবোৰে বিভিন্ন সংগঠন বা চৰকাৰী কৰ্তৃপক্ষৰ নতুন কথাবোৰ মানুহৰ মাজলৈ নি তেওলোকক সজাগ কৰে। তাৰোপৰি মাধ্যমবোৰে জনসাধাৰণক অন্যায়, অবিচাৰ আদিৰ বিৰুদ্ধে প্ৰতিবাদৰ সুযোগ দিয়ে। একেসময়তে, জনসাধাৰণে ন্যায় পোৱাৰ ক্ষেত্ৰত আইনত থকা বিভিন্ন বিধানবোৰ সম্পৰ্কতো সজাগ কৰে।

৪) স্বাস্থ্যসেৱা সম্পৰ্কত জ্ঞাতকৰণ ঃ বুৰকিনা ফাচ'ত (পশ্চিম আফ্ৰিকাৰ এখন দেশ)

বেমাৰত আক্রান্ত শিশুসকলক স্থানীয় পর্যায়ত উপলব্ধ চিকিৎসেৱা দিবলৈ ৰেডিঅ'ত এক বিশেষ অনুষ্ঠানৰ জৰিয়তে পিতৃ-মাতুক আহ্বান জনোৱা হৈছিল। ৰেডিঅ'ত অনুষ্ঠান প্রচাৰ আৰু জনতাৰ প্রচেষ্টাৰ ফলত পিতৃ-মাতৃয়ে তেওলোকৰ ল'ৰা-ছোৱালীক ওচৰৰ স্বাস্থ্য কেন্দ্রলৈ লৈ গৈছিল যাৰ ফলত হাজাৰ হাজাৰ শিশুৰ জীৱন বচাব পৰা হৈছিল। সাধাৰণ এটা ৰেডিঅৰ প্রচাৰৰ জৰিয়তে সাধাৰণ ৰাইজক কিছু বেমাৰ সম্পর্কে জ্ঞান দিয়াৰ লগতে জনসাধাৰণক সৱলীকৰণো কৰা হৈছিল।

৫) সামাজিক সমস্যাসমুহ ব্যক্তিগত জীৱনৰ লগত সংযুক্তকৰণ ঃ জাগ্রত প্রহৰীৰৰ দৰে মাধ্যমবোৰে বিভিন্ন সামাজিক সমস্যা যিবোৰ ব্যক্তিগতভাৱে মানুহে আওকাণ কৰে সেইসমুহক জনতাৰ মাজলৈ লৈ যাব পাৰে। উন্নয়নশীল দেশ আৰু সমাজবোৰত, উদাহৰণস্বৰূপে বুৰকিনা ফাচ'ত মেলেৰিয়া, ডায়ে�ৰিয়া, নিউমনিয়া আদি ৰোগসমুহৰ বিষয়ে ৰেডিঅ'ত অনুষ্ঠান প্রচাৰৰ জৰিয়তে সজাগতা চলোৱা হৈছিল আৰু ৰাইজকো সেই ৰোগবোৰ প্রতিৰোধৰ বাবে সজাগ কৰি প্রাথমিক জ্ঞান দিয়া হৈছিল।

ওপৰৰ আলোচনাৰ পৰা দেখা গ'ল যে উন্নয়নশীল দেশত বিভিন্ন মাধ্যমৰ প্রয়োজনীতা আছে। উন্নয়নশীল দেশসমূহে কিদৰে নিজা দেশত নিজা নাগৰিক আৰু সমাজৰ হিতৰ কাৰণে মাধ্যমবোৰ ব্যৱহাৰ কৰিব পাৰে তলত উল্লেখ কৰা হ'ল-

১) ৰাজহুৱা স্থানত ৰেডিঅ' আৰু বাতৰি কাকত উপলব্ধকৰণ ঃ ৰাজহুৱা স্থানত বাতৰি কাকত, ৰেডি'অ আদি উপলব্ধ কৰি জনসাধাৰণক বিভিন্ন বাতৰি, তথ্য, সংকট আদিৰ বিষয়ে সজাগ কৰিব পাৰি। যদিও ৰেডিঅ অতি কম খৰছী এক মাধ্যম কিন্তু বহুলোকে এতিয়াও নিজাকৈ ঘৰত ৰেডিঅ' কিনিবলৈ অসক্ষম।

২) যিসকলৰ বাতৰি প্রকাশিত/সম্প্রচাৰিত হৈছে সেই লোকসকল জড়িত হয় নে নহয় ঃ যেতিয়া কোনো এক সম্প্রদায়ৰ বিশেষ বাতৰি তেওলোকৰ দ্বাৰাই প্রকাশিত বা সম্প্রচাৰিত হয় ইয়ে তেওলোকৰ কামৰ বাবে কেৱল আনন্দ ফুৰ্তিয়েই নিদিয়ে, তাৰলগতে স্থানীয় অর্থনীতিতো সহায় কৰে। এনেকৈ মাধ্যমবোৰে যথেষ্ঠসংখ্যক লোকক নিয়োগ কৰিব পাৰে ।

৩) মাধ্যমৰ উৎসমুহক দ্বিপথীয়কৰণ (two-way stage) ঃ ৰেডিঅ' ষ্টেচন, বাতৰি কাকত বা টিভিৰ প্রদর্শনত জড়িত ব্যক্তিসকল আৰু সম্প্রদায় বা ব্যক্তিসকলৰ (যাৰ বিষয়ে বাতৰি ছপা বা সম্প্রচাৰ হৈছে) মাজত এক সমন্বয় আৰু আদান প্রদান থাকিলে যি সম্পর্কটোক আমি মাধ্যমৰ দ্বিপথীয়কৰণ বুলি কৈছো, সেইসকল লোক বা সম্প্রদায়ে অনুভৱ কৰে যে তেওলোকৰ মনৰ ভাৱ শুনা হৈছে আৰু বাতৰিসমূহত তাক অন্তর্ভুক্তও কৰা হৈছে। ছাব ছাহাৰা আফ্রিকাৰ এক সংগঠন চাউল চিটি (Soul City)ৰ মতে এই দ্বিপথীয়কৰণ ব্যৱস্থাটো অতি সুন্দৰ য'ত বিভিন্ন জটিল বিষয়ৰ আলোচনাত দর্শকক আমন্ত্রণ জনাই তেওলোক ভাৱ-চিন্তা আদিসমুহ জানিব পৰা হয় ।

ৰেডিঅ', মোবাইল ফোন ইত্যাদি সমূহৰ ব্যৱহাৰৰ জৰিয়তে সমগ্ৰ বিশ্বতে চহৰাঞ্চলৰে হওক বা গ্ৰমাঞ্চলৰে হওক জনসাধাৰণক নিৰবিচ্ছিন্নভাৱে বিভিন্ন খবৰ জনোৱা হৈছে আৰু সজাগ কৰা হৈছে।

১৪.৪ উন্নয়নৰ সাংস্কৃতিক প্ৰসংগ

আধুনিক সমাজত সাংস্কৃতিক অভিজ্ঞতা লাভ কৰাৰ প্ৰক্ৰিয়াটো যে গণমাধ্যমৰ জৰিয়তে সম্ভৱ হৈছে সি সৰ্বজনবিদীত। কিতাপ, আলোচনী, বাতৰিকাকত, ৰেডঅ', টিভি, চিনেমা, ৰেকৰ্ড, টেপ, ভিডিঅ' ইত্যাদি বিভিন্ন গণ মাধ্যমৰ জৰিয়তে আমি বিভিন্ন তথ্য, অলেখ খবৰ লাভ কৰো। বাতৰি কাকত, টিভি, ৰেডিঅ' আদিবোৰে অতীতত ঘটা ঘটনা বা সাম্প্ৰতিক সময়ৰ ঘটনাৰ অলেখ তথ্য, আলোকচিত্ৰ, চিন্তা-চৰ্চা আমাৰ মাজলৈ লৈ আহে। চিনেমা বা সেইধৰণৰ মাধ্যমবোৰে সমূহীয়া বুজা বুজি আৰু স্মৃতিৰ একধৰণৰ গাঠনি তৈয়াৰ কৰে। সেইধৰণৰ উদ্দীপনা বা উত্তেজনা যেনে চিনাকী সংগীত বা খেলত বহু সময় ধৰি আছিল আৰু সেইবোৰ আজিৰ তাৰিখত গণসংযোগ মাধ্যমৰ এৰাব নোৱাৰা অংগ। পপ সংগীত, বিভিন্ন প্ৰতিযোগিতামুলক খেলবোৰ আজিকালি বহুসময়ত মাধ্যমৰ লগত জড়িত উদ্যোগটোৱে সমৰ্থন দিয়ে। এই সমৰ্থন কেৱল সাংস্কৃতিক ফ্ৰেমটোৰ প্ৰচাৰতে নহয় বৰং সেইবোৰৰ নিৰ্মান আৰু পুনৰ উৎপাদনতো ই প্ৰত্যক্ষভাৱে জড়িত।

আধুনিক সংস্কৃতিত গণ সংযোগে কেন্দ্ৰত অৱস্থান কৰিলেও সমাজশাস্ত্ৰ বা সামাজিক সুত্ৰসমূহত এক প্ৰান্তীয় বিষয় বুলি ধৰা হৈছিল। সমাজশাস্ত্ৰত সাধাৰণভাৱে গ্ৰহণ কৰা হৈছিল যে গণসংযোগৰ অধ্যয়ন বিষয়টো মাধ্যম অধ্যয়ন (media studies)ৰ বিশেষজ্ঞ আৰু যোগাযোগৰ গৱেষণাৰ আওতাত পৰে। বা খুউব বেছি সাহিত্য সমালোচক, সাংস্কৃতিক নিৰীক্ষক আদিয়ে ইয়াক অধ্যয়ন কৰে। শ্ৰেণী, ভাগ-বিন্যাস, ক্ষমতা, অসমতা, ইত্যাদিবোৰেই সমাজশাস্ত্ৰৰ অধ্যয়নৰ মুল বিষয় আছিল। এইদৰে অধ্যয়নৰ শ্ৰমৰ ভাগবটোৱাৰা, যিটো সমৰ্থনযোগ্য নহয়, সমাজশাস্ত্ৰবিদসকলে এৰি পিছলৈ মাধ্যমৰ বিষয়ৰ অধ্যয়নত মনোনিৱেশ কৰিলে। আধুনিক সমাজৰ লগত জড়িত বহু প্ৰপঞ্চ যিবোৰ এনে সমাজ-জীৱনত অতিকৈ প্ৰয়োজন সেইসমূহ অধ্যয়ন কৰাটো জৰুৰী। এনে প্ৰেক্ষাপটত গণসংযোগক সমাজ শাস্ত্ৰৰ লোকসকলে বা সমাজ বিজ্ঞানীসকলে সমাজক একত্ৰিত কৰাৰ এক এজেঞ্চী, এটা সু-সংহত প্ৰণালী বুলি কৈছে যিয়ে ইয়াৰ গুণগত কথাবোৰ, বিশ্বাসবোৰ প্ৰচাৰিত কৰে।

আধুনিক সমাজৰ সাংস্কৃতিক সংযুতিবোৰত প্ৰচাৰ মাধ্যমৰ অনুষ্ঠানবোৰ প্ৰগতিশীলভাৱে সোমাই পৰে। এই প্ৰক্ৰিয়া লাহে লাহে বৃদ্ধি পাব ধৰিছে। বিশেষকৈ কেবুল টিভি, উপগ্ৰহীয় ট্ৰেন্সমিছন (satellite transmission) আদিয়ে এইক্ষেত্ৰত বহুখিনি পৰিৱৰ্তন আনিছে। বিগত দুশ বছৰত জনসাধাৰণে কেনেকৈ বিভিন্ন তথ্য বা খবৰসমুহ পায়, মানুহৰ উদ্দীপনা, আৰু ৰাজহুৱা জীৱনত অংশগ্ৰহণ আদিবোৰত উল্লেখনীয় পৰিৱৰ্তন দেখা গৈছে।

ঔদ্যোগিক সমাজ এখনত বহু লোকৰ বাবে, বাতৰি কাকত, আলোচনী, ৰেডিঅ', চিনেমা, টিভি, আদিবোৰ তথ্যৰ উৎসৰ লগতে বিনোদনৰ মাধ্যম। সেয়েহে, বহুখিনি তথ্য তথা বিদোদনৰ উপকৰণ যিবোৰ আমি গ্ৰহণ কৰো বা উপভোগ কৰো বিশেষ অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠানৰ ৰ দ্বাৰা প্ৰস্তুত বা উৎপাদন কৰা হয়। এই উৎপাদনে আকৌ সেই সেই অনুষ্ঠান-প্ৰতিষ্ঠানসমুহৰ বৈশিষ্ট্য, চৰিত্ৰ প্ৰতিফলিত কৰে। এই বৈশিষ্ট্য আৰু চৰিত্ৰবোৰে তথ্য বা বিনোদনৰ বাবে কোনবোৰ কথা (বিষয়বস্তু) উৎপাদন কৰা হব আৰু বিলাই দিয়া হব তাক নিৰ্ণয় কৰে। কোনো এক বিশেষ সাংস্কৃতিক ফৰ্ম (ৰূপ) ক পুনৰ উৎপাদন কৰোতে কোনবোৰ কথা তাত উল্লেখ কৰা হব সেইবোৰ বিচাৰ কৰাতো সহায় কৰে। মাধ্যমৰ পণ্য (media products) প্ৰস্তুত কৰোতে এই অনুষ্ঠানৰ কৰ্মচাৰীসকলে দৈনন্দিন জীৱনৰ সংস্কৃতি আৰু যোগাযোগৰ ৰূপটোকে লয়। এই ৰূপৰ গাঠনিবোৰৰ লগত মাধ্যমৰ পণ্য (media products) ৰ সংমিশ্ৰণ ঘটায় আৰু বিশেষ আৰু কাল্পনিক প্ৰক্ৰিয়াটোক বাৰে বাৰে দেখুওৱা হয় যেন সিয়েই দৈনন্দিন জীৱনৰ সাংস্কৃতিক ৰূপ। মাধ্যমৰ অনুষ্ঠানবোৰৰ মুল কাম-কাজৰ ভিতৰত দৈনন্দিন জীৱনৰ বিশেষ সংস্কৃতি আৰু যোগাযোগৰ পৰা বিভিন্ন উপাদানবোৰ লোৱা আৰু সৃষ্টিশীলভাৱে সেইসমূহ নিৰ্মান কৰি বিস্তাৰ কৰা। এনে প্ৰেক্ষাপটত, আধুনিক জীৱনৰ সাংস্কৃতিক ৰূপবোৰক যোগাযোগ আৰু গণমাধ্যমৰ অনুষ্ঠানবোৰে হস্তক্ষেপ কৰিছে।

১৪.৫ পৰম্পৰাগত মাধ্যম আৰু উন্নয়ন

পৰম্পৰাগত মাধ্যম হৈছে এনে মাধ্যম যি আমাৰ সংস্কৃতিৰ এক অংশ। পৰম্পৰাগত মাধ্যম আমাৰ দৈনন্দিন জীৱনৰ বৈশিষ্ট্য হিচাপে প্ৰতিফলিত হৈ আহিছে। পাৰম্পৰিক মাধ্যমৰ যোগাযোগৰ কাঠামো (communication framework)ৰ এক মহত্বপুৰ্ণ আৰু ব্যৱহাৰিক অংশ। এইবোৰ স্বাভাৱিকতে বৈশিষ্ট্যপুৰ্ণ, কিয়নো এইবোৰে চহা জীৱন আৰু লোকসকলৰ যেন একোটা একোটা উদাহৰণহে । এই মাধ্যমবোৰে চহা বা গাৱৰ দৰ্শকক সঠিক পথ দেখুৱাই আৰু একেসময়তে আগুৱাই লৈ যায় বা দিক-নিৰ্দেশনা দিয়ে। আমাৰ দেশত অসংখ্য লোককলা, লোকনৃত্য, সাধুকথা, মহাকাব্য, মালিতা, আৰু নাটক আছে যিবোৰ আমাৰ উন্নয়নৰ কামত ব্যৱহাৰ কৰিব পাৰো।

বেছ কিছু সময় ধৰি পাৰম্পৰিক মাধ্যমবোৰে ৰাষ্ট্ৰীয় বিকাশত সহায কৰি আহিছিল । স্বাধীনতাৰ যুজঁৰ সময়ত বিভিন্ন মাধ্যমবোৰ যদিও ব্ৰিটিছৰ নিয়ন্ত্ৰণত আছিল সেই সময়ত পৰম্পৰাগত মাধ্যম যেনে তমাশা, ভৰাই, নউটংকী আদিবোৰৰ জৰিয়তে সেইসময়ৰ নেতাসকলে সামাজ্যবাদী শোষকক উপহাস কৰিছিল। কেন্দ্ৰ আৰু ৰাজ্য চৰকাৰসমূহে হৰিকথাৰ জৰিয়তে গৰিষ্ঠসংখ্যককেই পৰিয়াল পৰিকল্পনা, উন্নয়নৰ কাম-কাজ, গণতান্ত্ৰিক মুল্যবোধ, ৰাষ্ট্ৰীয় সংহতি ইত্যাদি বিষয়ত জ্ঞান দিছিল। উদয়পুৰত গ্ৰাম্য সংযোগ প্ৰতিষ্ঠানে (The institute of rural communication) সাক্ষৰতাৰ বাবে পৰিৱেশ নিৰ্মান প্ৰচাৰত খুউব

সুন্দৰকৈ লোক মাধ্যমসমুহ ব্যৱহাৰ কৰিছিল । ঢোলকী বাৰিষ. লোকনাট্য, যাত্রা, কীৰ্ত্তন, পুতলা নাচকে আদি কৰি বিভিন্ন লোককলা সমুহ সামাজিক কর্মী, সমাজ সংস্কাৰক, ৰাজনৈতিক নেতা, উন্নয়নৰ লগত জড়িত বিভিন্ন অনুষ্ঠান, আদিয়ে গাৱৰ ৰাইজক শিক্ষা দিবলৈ আৰু ন-ন তথ্য যোগান ধৰিবলৈ ব্যৱহাৰ কৰে। বিগত সময়ছোৱাত, ৰাইজৰ মানসিকতাক প্রভাৱ পেলাবলৈকো এইসমূহ মাধ্যম সফল হৈছে।

কিন্তু সাম্প্রতিক সময়ত দেখা গৈছে যে উন্নয়নৰ কর্তৃপক্ষবোৰৰ আকর্ষণ পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ বিপৰীতে বৈদ্যুতিন মাধ্যমত বেছি। এই নতুন ধৰণৰ বৈদ্যুতিক যোগাযোগৰ প্রতি যিসকল উন্নয়নৰ কাম-কাজৰ লগত জড়িত তেওলোকৰ আকর্ষণ অদ্ভুতভাৱে বেছি । তেওলোকে অনুভৱ কৰে যে কম সময়তে আৰু কম খৰছতে তেওলোকে তেওলোকৰ বার্তাসমূহ দেশৰ প্রতিটো চুক-কোণলৈ বিয়পাই দিব পাৰিব। এই আগৰণুৱা মাধ্যমবোৰৰ সম্পর্কে একধৰণৰ সমালোচনাও আগবঢ়াব পাৰি। এইবোৰ ব্যৱহাৰ কৰিবলৈ প্রত্যেকজন ব্যক্তিৰ হাতত কম্পিউতাৰ, ইণ্টাৰনেট সংযোগ, বিজুলী, টেলিফোন সংযোগ আদিবোৰ থকাটো জৰুৰী। দুর্ভাগ্যজনকভাৱে আমাৰ দেশত এহেজাৰতকৈ অধিক গাৱত এতিয়াও বিজুলী বা টেলিফোনৰ সংযোগ হৈ উঠা নাই। তাৰোপৰি আমাৰ দেশত সাক্ষৰতাৰ হাৰ অতি পিছপৰা আৰু সেইবোৰ ব্যৱহাৰ কৰিবলৈ সাক্ষৰ হোৱা প্রয়োজন।

এনে পৰিস্থিতিত, মাধ্যম বিপ্লৱৰ উপযোগীতাসমূহ মুটামুটিকৈ নগৰীয়া লোক, গাৱৰ গণ্য-মান্য ব্যক্তি, প্রগতিশীল কৃষক, সামাজিক-আর্থিক ভাৱে আগবঢ়া লোক - যিসকলৰ লগত এই মাধ্যমবোৰ ব্যৱহাৰ কৰিবলৈ প্রয়োজনীয় সামগ্রীসমুহ আছে তেওলাকৰ মাজতে সীমিত হৈছে। অতি ভিতৰৰ গাৱৰ কৃষকসকলে সেয়েহে একধৰণৰ যোগাযোগৰ ক্ষেত্রখনত তথ্য লাভ কৰাত এক ৰিক্ততা (gap) বা শূণ্যতাৰ (vacuum) মুখামুখি হৈছে কিয়নো নতুন মাধ্যমবোৰ সেই ঠাইসমুহলৈ গৈ নাপায় আৰু পৰম্পৰাগত মাধ্যমবোৰক উন্নয়নৰ লগত জড়িত ব্যক্তিসকলে ইতিমধ্যেই নাকচ কৰিছে।

যদি আমি পৰম্পৰাগত মাধ্যম আৰু আধুনিক মাধ্যমৰ সজাগতা সৃষ্টি, জ্ঞান, আচৰণ, মানসিক মুল্যায়ন ইত্যাদিবোৰ বিষয়ত সমালোচনাত্মকভাৱে চাও তেতিয়া আমি দেখিবলৈ পাও যে নতুন মাধ্যমবোৰতকৈ পৰাম্পৰাগত মাধ্যমবোৰৰ দর্শকক সজাগ কৰা বা আচৰণত প্রভাৱ পেলোৱাৰ ক্ষেত্রত বেছি কার্যশীল। অন্যহাতে আধুনিক মাধ্যমবোৰৰ দর্শকক সজাগ কৰা আৰু তেওলোকৰ জ্ঞান বৃদ্ধিত উচ্চ প্রভাৱ আছে।

এনে অৱস্থাত আমি কব পাৰো যে পৰম্পৰাগত মাধ্যম আৰু নতুন মাধ্যম ইটো সিটোৰ পৰিপুৰক। আধুনিক মাধ্যমে নেৰানেপেৰাকৈ জ্ঞান পৰিৱর্তনৰ কামত লগাৰ বিপৰীতে পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ প্রভাৱ আমি আচৰণৰ পৰিৱর্তনত দেখিবলৈ পাও। পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ নতুন মাধ্যমতকৈ অতিৰিক্ত কিছু সুবিধাও আছে যেনে- থলুৱা বা স্থানীয় সমল (indigenous nature), স্থানীয় আবেদন (local appeal) ব্যক্তিৰ লগত পোনপটীয়া সংযোগ, স্থানীয় ভাষা, গ্রহণযোগ্যতা আৰু সাংস্কৃতিক মিল ইত্যাদি। এইবোৰে পৰম্পৰাগত মাধ্যমক বিশেষ বৈশিষ্ট্য

প্ৰদান কৰে আৰু দৰ্শকৰ বাবেও ই সুবিধাজনক হয়।

সেয়েহে নতুন মাধ্যমৰ ব্যৱহাৰৰ লগে লগে আমি আমাৰ পুৰণি পৰম্পৰাগত মাধ্যমসমূহো জীয়াই ৰাখিব লাগিব। পৰম্পৰাগত এই মাধ্যমবোৰে কেৱল উন্নয়নৰ কাম-কাজতে সহায় নকৰে বৰঞ্চ আমাৰ সংস্কৃতি, ৰীতি-নীতি, মুল্যবোধ আদি সংৰক্ষণ কৰাৰ লগতে সেইবোৰ প্ৰসাৰো কৰে।

পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ মুল বৈশিষ্ট্যবোৰ তলত উল্লেখ কৰা হ'ল —

১। পৰম্পৰাগত মাধ্যম সকলোতে বিস্তৃত হৈ আছে।

২। ইয়াত একাধিক অর্থ সংযোজিত হৈ থাকে।

৩। ইয়াৰ পৰা জ্ঞান লাভ কৰিব পাৰি যদিও ই সীমিত।

৪। মানুহৰ আচাৰ- আচৰণ পৰিৱৰ্তন কৰিব পৰাৰ সম্ভাৱনীয়াতা বেছি।

৫। ব্যক্তিসকলৰ বিশেষজ্ঞতাত কোনো পৰিৱৰ্তন হোৱা নাই।

৬। বিশিষ্ট বার্তা (specific message)ৰ সমর্থন সম্ভৱ নহয়।

৭। উৎসাহ-উদ্দীপনাৰ সীমা বহু বেছি।

৮। পৰিচালনা ক্ষমতা আৰু কৌশল সীমিত।



অগ্ৰগতি নিৰীক্ষণ

প্ৰশ্ন নং ১ ঃ গণমাধ্যমে উন্নয়নশীল দেশত কেনেকৈ শিক্ষাৰ সুযোগ দিয়ে? এটা উদাহৰণ দিয়ক।

.....

প্ৰশ্ন নং ২ ঃ "গণমাধ্যমে লাভ কৰিব পৰা স্বাস্থ্যসেৱা সম্পৰ্কত অৱগত কৰে"- উদাহৰণ দিয়ক।

.....

প্ৰশ্ন নং ৩ ঃ "মাধ্যমবোৰে সামাজিক সমস্যাসমুহ মানুহৰ জীৱনলৈ লৈ আহে" - এটি টোকা লিখক।

.....



১৪.৬ অধ্যায়টিৰ পৰা আমি কি শিকিলোঁ

- যোগাযোগৰ অবিহনে কোনো সমাজ বাচি থাকিব নোৱাৰে, সমাজৰ বিকাশ হ'ব নোৱাৰে।
- মাধ্যমবোৰে চৰকাৰৰ গতিবিধিত ধ্যান কেন্দ্রিত কৰি সার্বজনীক নীতিবোৰৰ (public policy)ওপৰত নজৰ ৰাখিব পাৰে।

- মাধ্যমবোৰে বজাৰ অর্থনীতিকো সহায় কৰে। ই ব্যৱসায় বাণিজ্য, চিন্তা-ভাৱনা আদিৰ প্রসাৰতো উৎসাহ যোগায়।
- ৰেডিঅ', টিভি, বাতৰি কাকত, ইণ্টাৰনেট আদিবোৰ বিভিন্ন প্রকাৰৰ গণমাধ্যম।
- উন্নয়নশীল দেশবোৰত ৰেডিঅ' বহুলভাৱে স্বীকৃত এক গণমাধ্যম। কিন্তু এইসমূহ দেশত ৭৫% মানুহেহে ৰেডিঅ' ৰ সোৱাদ পাইছে। গ্রামাঞ্চলৰ প্রায় ৭৭% মানুহেহে বিদ্যুত লাভ কৰিবলৈ সক্ষম হৈছে।
- স্বাক্ষৰতাৰ দৰে বহু দেশত স্থানীয় আৰু ৰাষ্ট্রীয় থকাৰ বাবে বিভিন্ন সমস্যা হয়। যেনে যোগাযোগৰ ক্ষেত্রত ভাষাই প্রতিবন্ধতা আনি দিয়ে। গণ মাধ্যমৰ ব্যৱহাৰৰ জৰিয়তে এই দুৰত্ব কমাব পাৰি।
- চহৰ অঞ্চলতে হওক বা গাওঁ অঞ্চলতে হওক, জনসাধাৰণক শিক্ষা দিবলৈ, বিভিন্ন কথা অৱগত কৰিবলৈ গণমাধ্যম ব্যৱহাৰ কৰা হয়।
- গণমাধ্যমৰ অনুষ্ঠানবোৰে আৰু ইয়াৰ পদ্ধতিটোৱে আধুনিক সমাজৰ সাংস্কৃতিক কাঠামো বা গঠনটোত সোমাই পৰিছে।
- নতুন মাধ্যমৰ ব্যৱহাৰৰ লগে লগে আমি আমাৰ পুৰণি পৰম্পৰাগত মাধ্যমসমূহো জীয়াই ৰাখিব লাগিব। পৰম্পৰাগত এই মাধ্যমবোৰে কেৱল উন্নয়নৰ কাম-কাজতে সহায় নকৰে বৰঞ্চ আমাৰ সংস্কৃতি, ৰীতি-নীতি, মুল্যবোধ আদি সংৰক্ষণ কৰাৰ লগতে সেইবোৰ প্রসাৰো কৰে।



১৪.৭ অধিক জানিবলৈ

ইংৰাজী গ্রন্থ ঃ

1. Thompson, J. B. (1988). Mass Communication and Modern Culture: Contribution to a Critical Theory of Ideology. Sage Publication. Vol. 22, No. 3. pp. 359-383.
2. Tiwari, R. & Singh, B.P. (2003). Traditional Communication Media in the Development Process – Status, Role and Relevance in New Era. International Conference on Communication for Development in the Information Age: Extending the Benefits of Technology for All. Centre for International Communication, Macquarie University, Sydney, Australia.



১৪.৮ অগ্রগতিৰ খতিয়ান

১নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ বহু দেশত স্থানীয় আৰু ৰাষ্ট্রীয় ভাষা থাকে। তাৰোপৰি বহু দেশত সাক্ষৰতা হাৰো উদ্বেগজনক কম যিয়ে যোগাযোগৰ ক্ষেত্রত হেঙাৰ হৈ থিয় দিয়ে। গণমাধ্যমৰ ব্যৱহাৰৰ দ্বাৰা এই পার্থক্য কম কৰাৰ সুযোগ থাকে।

২নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ বুৰকিনা ফাচ'ত (পশ্চিম আফ্রিকাৰ এখন দেশ) বেমাৰত আক্রান্ত শিশুসকলক স্থানীয় পর্যায়ত উপলব্ধ চিকিৎসেৱা দিবলৈ ৰেডিঅ'ত এক বিশেষ অনুষ্ঠানৰ জৰিয়তে পিতৃ-মাতুক আহ্বান জনোৱা হৈছিল। ৰেডিঅ'ত অনুষ্ঠান প্রচাৰ আৰু জনতাৰ প্রচেষ্টাৰ ফলত পিতৃ-মাতৃয়ে তেওলোকৰ ল'ৰা-ছোৱালীক ওচৰৰ স্বাস্থ্য কেন্দ্রলৈ লৈ গৈছিল যাৰ ফলত হাজাৰ হাজাৰ শিশুৰ জীৱন বচাব পৰা হৈছিল। সাধাৰণ এটা ৰেডিঅৰ প্রচাৰৰ জৰিয়তে সাধাৰণ ৰাইজক কিছু বেমাৰ সম্পর্কে জ্ঞান দিয়াৰ লগতে জনসাধাৰণক সৱলীকৰণো কৰা হৈছিল।

৩নং প্রশ্নৰ উত্তৰ ঃ বহু উন্নয়নশীল দেশত ই বিভিন্ন সামাজিক সমস্যা সমাধান কৰি ৰাইজক নতুন জীৱন প্রদান কৰে। উদাহৰণস্বৰূপে বুৰকিনা ফাচ'ত মেলেৰিয়া, ডায়ে�ৰিয়া, নিউমনিয়া আদি ৰোগসমুহৰ বিষয়ে ৰেডিঅ'ত অনুষ্ঠান প্রচাৰৰ জৰিয়তে সজাগতা চলোৱা হৈছিল আৰু ৰাইজকো সেই ৰোগবোৰ সর্ম্পকে জ্ঞান দিয়া হৈছিল । পিতৃ-মাতৃ সকলে নিজা নিজা ল'ৰা ছোৱালীক স্বাস্থ্যসেৱা দি তাক আগতীয়াকৈ প্রতিৰোধৰ ব্যৱস্থা কৰিছিল।



১৪.৯ আৰ্হি প্রশ্ন

চমু প্রশ্ন ঃ (১৫০টা শব্দৰ ভিতৰত উত্তৰ দিয়ক)

প্রশ্ন ১ ঃ উন্নয়নৰ সাংস্কৃতিক প্রসংগৰ বিষয়ে লিখক।

প্রশ্ন ২ ঃ পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ বৈশিষ্ট্যসমূহ লিখক।

ৰচনাধর্মী প্রশ্ন ঃ (৩০০-৫০০টা শব্দৰ ভিতৰত উত্তৰ দিয়ক)

প্রশ্ন ১ ঃ উন্নয়নত পৰম্পৰাগত মাধ্যমৰ ভূমিকাৰ বিষয়ে লিখক।

প্রশ্ন ২ ঃ গণমাধ্যমৰ ধনাত্মক প্রভাৱৰ বিষয়ে এটা টোকা লিখক।

*** ***** ***



প্রসঙ্গ পুথি

1. Aggarwal, Vir Bala V. S. Gupta. 2001. Handbook of Journalism and Mass Communication. Concept Publishing Company.
2. Anderson, N. A. (2003). *Discursive analytical strategies: understanding Foucault, Koselleck, Laclau, Luhmann*. Bristol: Policy Press
3. Ardichvili, Alexandre, James A. Mitchell and Douglas Jondle. 2009. Characteristics of Ethical Business Cultures. *Journal of Business Ethics*. 85(4): 445-451. Springer.
4. Banjo, Omotayo. 2002. The Effect of Media Consumption on the Perception of Romantic Relationships.*Penn State McNair Journal*. 9. 9-33
5. Bryant, J., & Zillmann, D. (Eds.). (2009).Media effects: Advances in theory and research. Mahwah,NJ: Erlbaum.
6. Darwin, C. (1872). The Expression of the Emotions in Man and Animals. London.
7. Denis McQuail, 1987 (Second Edition): Mass Communication Theories: An Introduction, Sage Publications. London.
8. Dr Muhammadali. N. Introduction to Mass Communication. University of Calicut School of Distance Education
9. Ellwood, Charles. 1944. Culture and Human Society. *Social Forces.* 23(1): 6-15. Oxford University Press.
10. García-Carbonell, A. & Rising, B. 2006. Culture and communication. Georgia: College of Management, GeorgiaInstitute of Technology Atlanta, Georgia.
11. Green, Jen.2012. Ethical Debates Advertising. The Rosen Publishing Group INC.
12. Jakobson, R. (1972). Verbal Communication. *Scientific American, Vol. 227,* No. 3, pp. 72-81
13. J Asemota, H. E. (2015). Nature, Importance and Practice of Listening Skill. *British Journal of Education Vol.3,* No.7, pp.27-33
14. John Fiske, 1982, Introduction to Communication Studies; Methuen, London and New York.

15. McPhail, T. L. (2009). Development communication: Reframing the role of media. UK: Wiley Blackwell.
16. Mehraj, Hakim Khalid, Akhtar Neyaz Bhat, and Hakeem RameezMehraj. 2014. Impacts of Media on Society: A Sociological Perspective. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*. 6(6): 56-64.www.ijhssi.org.
17. Miller, D. (1998). Promotional strategies and media power. In A. Briggs & P. Cobley (Eds.), the media: An introduction (pp.65-80). London, United Kingdom: Longman.
18. Murthy, S.N and U.Bhojanna. 2007. Advertising an IMC Perspective. Excel Books Publication.
19. Rogers, E. M. (1976). Communication and Development-The Passing of the Dominant Paradigm. Communication and Development: Critical Perspectives. Rogers (ed.). Beverly Hills: Sage Publications. pp. 121-148.
20. Servaes, J., Jacobson, T. & White, S.A. (Eds.), (2006) Participatory communication for social change. Thousand Oaks: Sage.
21. Steinberg, Sheila. (2007). *An Introduction to Communication Studies*, Juta&Co.Ltd.
22. Thompson, J. B. (1988). Mass Communication and Modern Culture: Contribution to a Critical Theory of Ideology. Sage Publication. Vol. 22, No. 3. pp. 359-383.
23. Tiwari, R. & Singh, B.P. (2003). Traditional Communication Media in the Development Process – Status, Role and Relevance in New Era. International Conference on Communication for Development in the Information Age: Extending the Benefits of Technology for All. Centre for International Communication, Macquarie University, Sydney, Australia.
24. Tyagi, B. (2013). Listening: An Important Skill and Its Various Aspects. *An International Journal in English vol.12,* February
25. Wright, C. R. (1975). Mass Communication: A Sociological Perspective. NY: Random House. 2nd ed.